

Suchmaschinen-Optimierung

Internetnutzung in Deutschland:

66 % der Gesamtbevölkerung (82 Mio.) nutzen das Web, das sind 54 Mio. Menschen

Männlich:	72 %
Weiblich:	60 %
14 – 19-Jährige:	97 %
20 – 29-Jährige:	95 %
30 – 39-Jährige:	88 %
40 – 49-Jährige:	77 %
50 – 59-Jährige:	66 %
60plus:	26 %
Schüler/Azubis:	97 %
Berufstätige:	82 %
Rentner/NB:	34 %

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studie 2008

Was tun Internet-Nutzer?

- 87,8 % senden und empfangen private E-Mails
- 82,1 % recherchieren in Suchmaschinen und Web-Katalogen
- 65,9 % lesen Wetterberichte
- 65,4 % lesen Nachrichten zum Weltgeschehen
- 64,8 % kaufen online ein
- 57,9 % lesen regionale oder lokale Nachrichten
- 56,2 % betreiben Online-Banking
- 39,0 % diskutieren in Chats und Foren
- 38,8 % lesen Testergebnisse
- 37,9 % lesen Sportberichte und -ergebnisse

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) internet facts 2010/III

Was tut eine Suchmaschine?

Die Suchmaschine ist eine Software, die in der Lage ist, für einen Suchbegriff relevante Ergebnisse auszuspucken. Allerdings ist die Konkurrenz bei Milliarden von Websites groß. Sie liest nur Text. Keinen Bildinhalt, keine Flash-Animation. Auch wenn im Bild der Firmenname steht, kann sie ihn nicht lesen. Sie schaut ferner, wo und wie häufig der angefragte Suchbegriff auf der Website vorkommt, außerdem spielen Aktualität und Verlinkungen von anderen Websites eine Rolle.

Warum ist eine gute Positionierung wichtig?

2/3 der Benutzer sehen sich nur die erste Seite der Ergebnisse an (10 Treffer)
Nur 8 % sehen sich mehr als drei Seiten an

Suchmaschinen-Optimierung

Welche Suchmaschinen benutzen Surfer?

- 85 – 90 % Google (je nach Quellenangabe)
- Weitere sind: Yahoo, Bing, AOL, MSN; T-Online nutzt Google

Was suchen Surfer?

Interessenten suchen Lösungen für ihr Problem. Sie wissen nicht unbedingt, dass Tischler T in T-Stadt oder Optiker O in O-Dorf ein entsprechendes Angebot hat. Sie suchen Begriffe und ggf. noch Orte, wenn es in der Nähe sein soll, beispielsweise „Küchen T-Stadt“. Dann sollten die Handwerksbetriebe, die Küchen nach T-Stadt liefern können, in Google & Co aufgelistet werden.

1. Optimierung: Keywords festlegen

Die für meinen Betrieb wichtigen Schlüsselwörter müssen festgelegt werden. Liefere ich Küchen? Maßgefertigt oder individuell angepasst? Baue ich Treppen? Viertelgewendelt? Wo ist mein Firmensitz? Biete ich besondere Dienstleistungen?

2. Optimierung: Website gestalten

- Aussagefähiger Domainname wählen (www.autohaus-meyer.de statt www.firma-meyer.de)
- Aussagefähige Seitennamen wählen (www.autohaus-meyer.de/gebrauchtwagen.html statt www.autohaus-meyer.de/seite2.html)
- Aussagefähige Seitentitel verwenden (NICHT: Home, Seite3 etc.)
- Aussagefähige Navigation
- Überschriften <h1> bis <h6> mit Keywords füllen, auch Synonymen
- Seitentext optimieren (Keywords in Text einbauen, mehrfach)
- Wichtige Wörter in Fettschrift
- Bilder mit ALT-Tags versehen
- Meta-Tags im <head> ausfüllen, besonders <description> und <keywords>
- Suchmaschinen einladen <meta name="robots" content="index, follow" />
- Sprache definieren <meta name="language" content="de" />
- HTML-Codierung prüfen mit <http://validator.w3.org>
- Keine Frame-Technik einsetzen (veraltet, suchmaschinenfeindlich)

3. Optimierung: Verlinkungen

- Links tauschen mit Partnern, Kunden, Lieferanten, Themenseiten
- Eintragen in Webkataloge (manche sind kostenpflichtig)
- Firmenpräsenz in XING und Facebook anlegen
- PR-Portale mit Inhalten beliefern und von dort verlinken