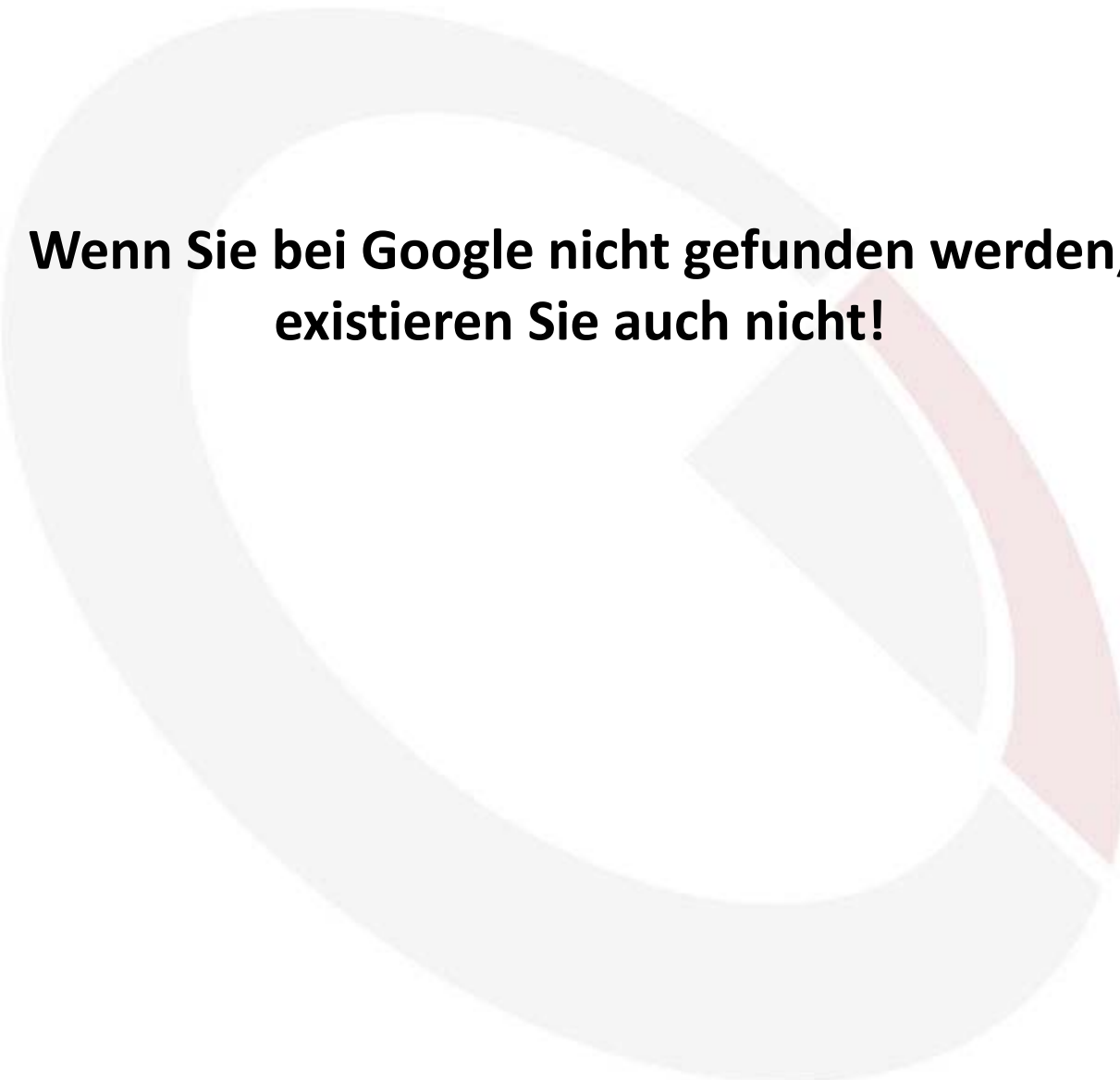


## Bei Google auf Platz 1 – Machbar !?

- Wer bei Google nicht gefunden wird, ...
- Eintragen in Suchmaschinen
- On-Page Optimierung
- On-Site Optimierung
- Off-Page Optimierung
- Zusammenfassend...
- Don't do's, Google Bowling und sonstige Hinweise
- Werbeplätze einkaufen
- Was kommt als nächstes?

A large, light gray watermark of the letter 'G' is centered on the page, partially overlapping the main text.

**Wenn Sie bei Google nicht gefunden werden,  
existieren Sie auch nicht!**

# Warum werben im Internet?

	% of Clicks	% Time Spent
<b>Web</b>		
<b>Something</b>	56.36	28.43
<b>Something</b>	13.45	25.08
<b>Something</b>	9.82	14.72
<b>Something</b>	4.00	8.70
<b>Something</b>	4.73	6.02
<b>Something</b>	3.27	4.01
<b>Something</b>	0.36	3.01
<b>Something</b>	2.91	3.68
<b>Something</b>	1.45	3.01
<b>Something</b>	2.55	2.34

Platz 1 - 5 = 88.36 % der Klicks  
 = 82.95 % der Zeit

## Klickverteilung bei Google

Quelle: Cornell University Eye-Tracking Analysis, 10.2006

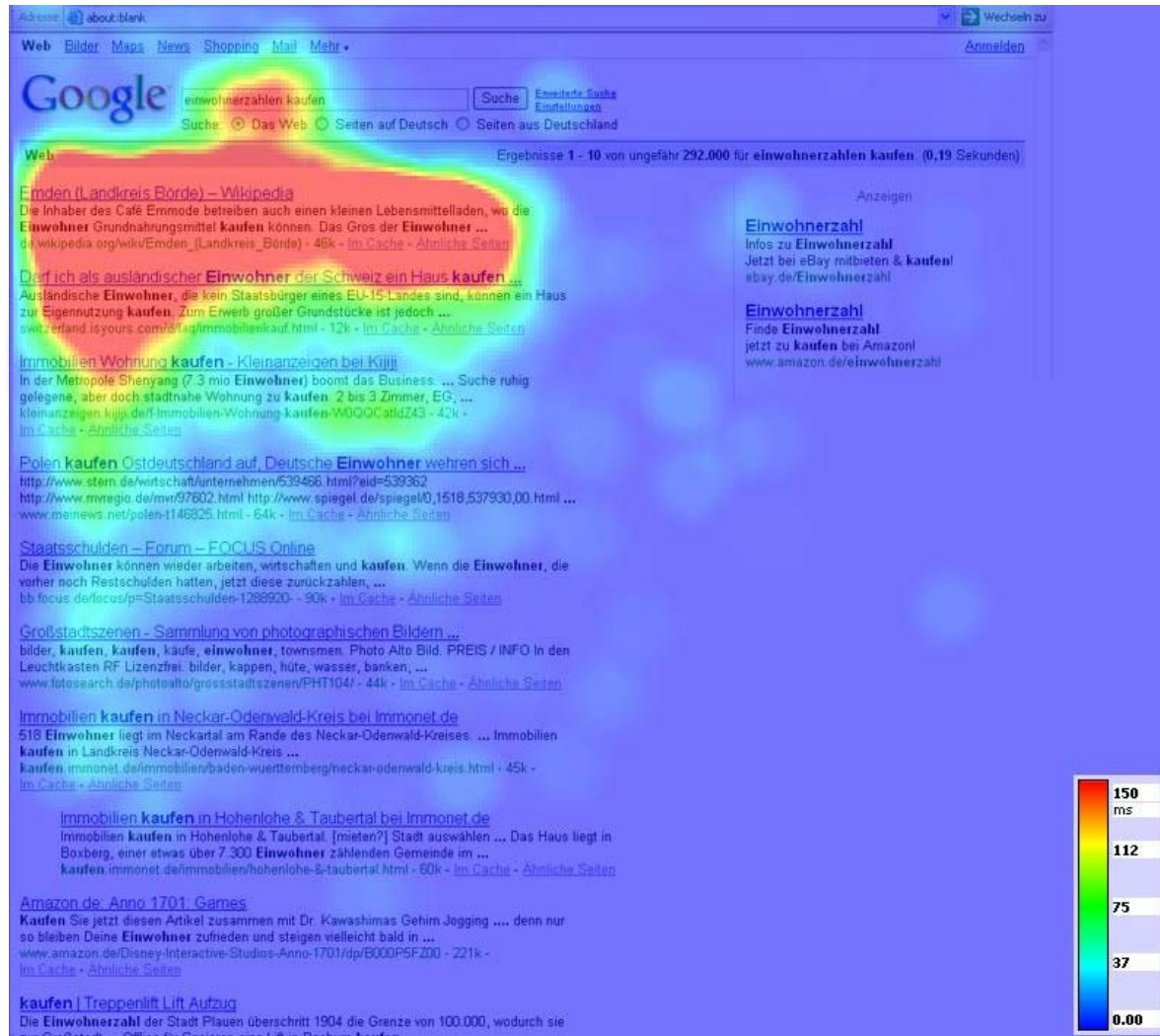
# Warum werben im Internet?



## Betrachtung einer Suchergebnisseite

Quelle: Google Full Value of Search

# Warum werben im Internet?



Betrachtung einer Suchergebnisseite - Informationsorientiert

Quelle: Google Full Value of Search

## Warum werben im Internet?

---

### **Klickverteilung bei Google**

[http://www.eyetools.com/inpage/research\\_google\\_eyetracking\\_heatmap.htm](http://www.eyetools.com/inpage/research_google_eyetracking_heatmap.htm)

### **Studie über das Blick-und Klickverhalten zu Google Adwords**

[http://www.usability.at/presseundnews/google\\_adwords\\_studie.html](http://www.usability.at/presseundnews/google_adwords_studie.html)

### **Full Value of Search (Google-eigene Studien)**

<http://www.full-value-of-search.de/>

## Werbung im Internet – empfohlene Voraussetzungen

## Empfohlene Voraussetzungen

---

### **Je mehr Nische, umso mehr Chance**

Wenn Sie Produkte im Internet verkaufen, die sich in der Regel nicht beim täglichen Einkauf erwerben lassen, haben Sie bessere Chancen.

### **Der Preis ist heiß**

Im Internet Preise zu vergleichen dauert nur ein paar Mausklicks. Wenn Sie Preise ins Internet stellen, achten Sie auf konkurrenzfähige Preise!

### **Am liebsten Gestern**

Das Internet steht für Schnelligkeit und hohe Verfügbarkeit. Ist Ihr Produkt nicht schnellstens lieferbar, klickt der Kunde auf eine andere Webseite und kauft das Produkt dort.

### **Vollständiges Sortiment**

Achten Sie auf ein komplettes Sortiment. Es ist nur ärgerlich, wenn ein Kunde eine Rasensprengler bei Ihnen kaufen will, aber dafür keinen Schlauch oder passenden Adapter finden kann.

## Welche Suchmaschinen sind wichtig

## Welche Suchmaschinen sind wichtig

---

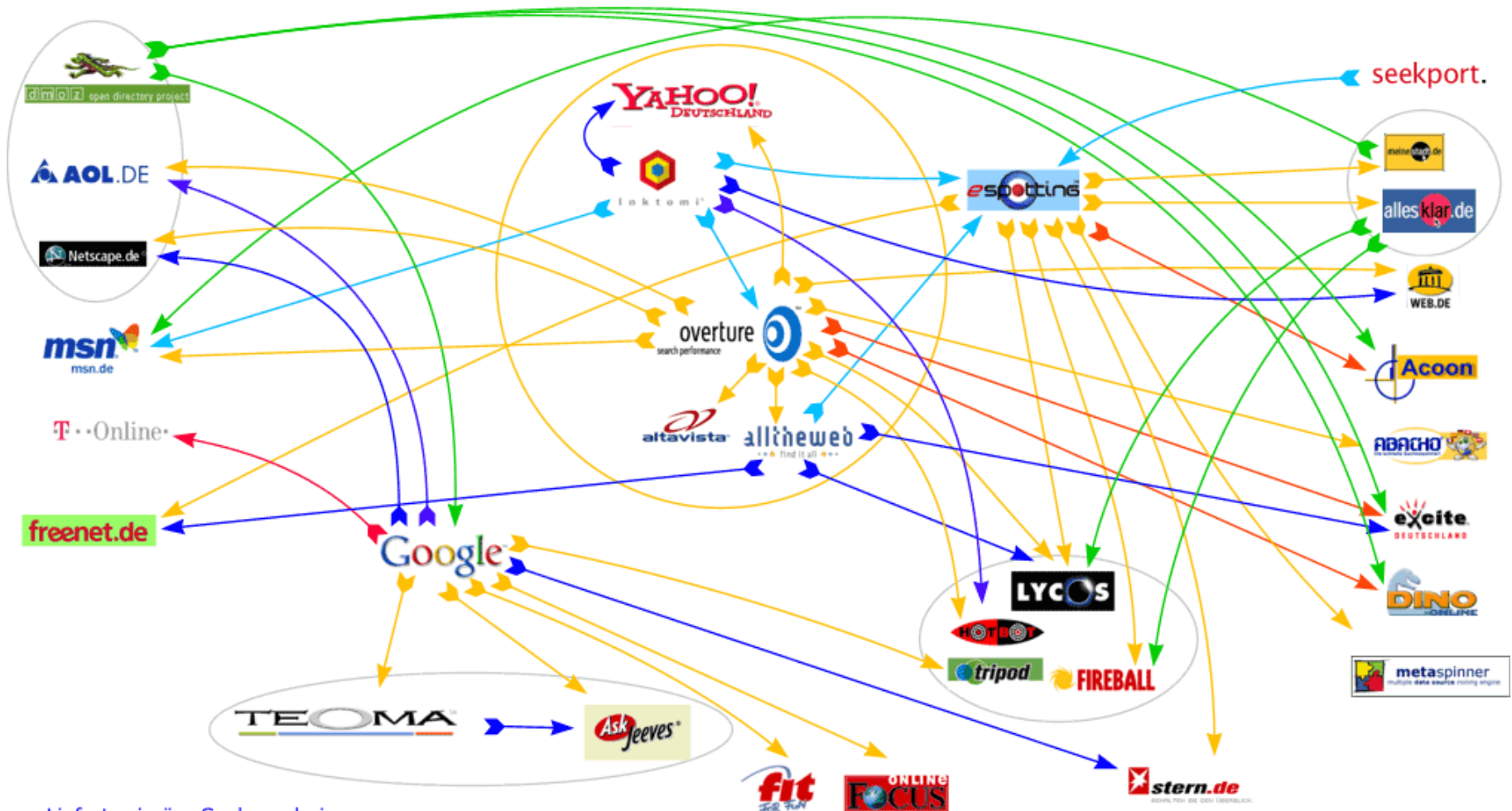
### Allgemeine Suchmaschinen (z.B. Google, Fireball, Altavista, Excite, ...)

Keine 1000, keine 100, sondern 5(!)

Die großen 3 (2!): Google, Yahoo/Bing

Ein Listing innerhalb einer Unternehmensgruppe reicht aus  
(Suchmaschinen kaufen bei Suchmaschinen Inhalte ein)

## Welche Suchmaschinen sind wichtig



Liefert primäre Suchergebnisse an  
 Liefert sekundäre Suchergebnisse an  
 Liefert Katalogergebnisse an  
 Liefert bezahlte und primäre Suchergebnisse an  
 Liefert bezahlte Suchergebnisse an

Quelle: Suchfibel.de

## Welche Suchmaschinen sind wichtig

---

### Spezial-Suchmaschinen (ca. 2500 verschiedene)

Beispiel: wlw.de, zahnarztsuche.net, anwalt-suchservice.de, ..

Werden zwar nicht so häufig genutzt wie allgemeine Suchmaschinen, wenn, dann aber mit hohem Wirkungsgrad.

# Welche Suchmaschinen sind wichtig

Sie suchen einen Rechtsanwalt? Beim **Anwalt-Suchservice** finden Sie kompetente Anwälte, Rechtsberatung per Email und interessante Rechtsinfos.

**Anwalt-Suche**

- ◆ Einfache Suche
- ◆ Erweiterte Suche
- ◆ Anwalt-Homepages

**Rechtsberatung**

- ◆ Online-Rechtsberatung
- ◆ Telefon-Rechtsberatung

**Rechtsinfos**

- ◆ Urteile und News
- ◆ Verbrauchertipps
- ◆ Kostenrechner

**Rechtsanwalt suchen**

Suchen Sie mit dem **Anwalt-Suchservice** aus bundesweit mehr als 100.000 Rechtsberatern die Rechtsanwältin oder den Rechtsanwalt Ihres Vertrauens. Sie benötigen Hilfe bei der Suche? Rufen Sie uns einfach an: 0900 - 10 20 80 9 (1,99 Euro/Min.)

**Rechtsgebiet auswählen**

**Postleitzahl**

**Ort**

**Fachanwalt**

**Vorname**

**Nachname**

**Anwälte finden**

- ◆ Teilnahme am Anwalt-Suchservice
- ◆ Weitere Vorteile
- ◆ Anwalt-Newsletter

Aufnahmeantrag  
downloaden



(auch bei Änderung  
der Daten)

**Extranet-Login**

Benutzername:

Passwort:

Passwort vergessen?

**» Login**

**Beispiel:** Spezialsuchmaschine [www.anwalt-suchservice.de](http://www.anwalt-suchservice.de)

## Welche Suchmaschinen sind wichtig

---

**(Lokale) Verzeichnisdienste und Branchenbücher (z.B. Dmoz, Stadtplan, Mainpost.de, ...)**

Man hangelt sich in einer Hierarchie von oben nach unten:

( Deutschland > Bayern > Würzburg > Wirtschaft )

Die guten (und somit wichtigen) werden fast immer von Menschen betreut

( Wartezeit und Kosten, aber exakter und glaubwürdiger )

# Welche Suchmaschinen sind wichtig

dm o z open directory project in partnership with AOL search

[über dm o z](#) | [URL vorschlagen](#) | [Eintrag aktualisieren](#) | [werde Editor](#) | [Berichte Missbrauch/Spam](#) | [Hilfe](#)

**[Top:](#) [World:](#) [Deutsch:](#) [Regional:](#) [Europa:](#) [Deutschland:](#) [Bayern:](#) [Städte und Gemeinden:](#) [W:](#) [Würzburg:](#) [Wirtschaft](#)** [Beschreibung](#)

(77)

- ♦ [Bauwesen](#) (9)
- ♦ [Computer und Internet](#) (6)
- ♦ [Dienstleistungen](#) (17)
- ♦ [Finanzgewerbe](#) (4)
- ♦ [Handel](#) (12)
- ♦ [Immobilien](#) (8)
- ♦ [Rechtsanwälte und Notare](#) (10)

Siehe auch:

- ♦ [World: Deutsch: Regional: Europa: Deutschland: Bayern: Wirtschaft](#) (95)

---

- ♦ [Chancen-Region Mainfranken](#) - Die Standortvorteile des Wirtschaftsraumes Mainfranken und Projekte der Arbeitsgemeinschaft werden vorgestellt.
- ♦ [Competence Mainfranken](#) - Die Unternehmensdatenbank bietet - nach Branchen und Kernkompetenzen gegliedert - eine Übersicht der ansässigen Firmen.
- ♦ [Handwerkskammer für Unterfranken](#) - Informationen über die Aus- und Weiterbildung, ein Dienstleistungsverzeichnis, Formulare zum Download sowie eine Suchmaschine für Handwerksbetriebe.
- ♦ [IHK Würzburg](#) - Informationsmaterial über Aus- und Weiterbildung, Existenzgründung, Firmenrecht.
- ♦ [InnoTreff](#) - Stammtisch für Jungunternehmer und Gründungswillige. Dient dem Erfahrungs- und Meinungsaustausch, der Wissensvermittlung und dem Knüpfen von unternehmerischen Kontakten.
- ♦ [MERO GmbH & Co. KG](#) - MERO produziert Bausysteme, Bodensysteme, Ausstellungssysteme und Airporttechnik. Firmenprofil sowie Beschreibungen der Produktbereiche.
- ♦ [Technologie- und Gründerzentrum Würzburg](#) - Bietet jungen technologieorientierten Unternehmen Starthilfen und Dienstleistungen an.

**Beispiel:** eine Webseite im Webkatalog DMOZ vorschlagen

## Welche Suchmaschinen sind wichtig

---

### Social Bookmark Systeme / Artikelverzeichnisse / PR-Portale

- Mister-Wong (DE)
- Digg.com (US)
- Yigg.de (DE)
- OpenPR.de (DE)

Erfreuen sich großer Beliebtheit, haben Verzeichnisdienste größtenteils abgelöst.

## Welche Suchmaschinen sind wichtig

Suchen Sie Ihre Suchmaschine:

[www.klug-suchen.de](http://www.klug-suchen.de)

[www.suchlexikon.de](http://www.suchlexikon.de)

Das Suchlexikon ist ein durchsuchbares Verzeichnis spezieller deutschsprachiger Suchmaschinen, Kataloge, Verzeichnisse und Linksammlungen.

### Suche nach spezieller Suchmaschine:

[weitere Suchoptionen](#)

### Rubriken:

#### [Allgemeine Suchmaschinen](#) (239)

[1. Liga](#) [Metasucher](#) [Best-Of\\_Sites](#)

#### [Computer](#) (149)

[Internet](#) [Hardware](#) [Software](#) [Einkaufen](#)

#### [Freizeit Einkaufen](#) (219)

[Auto](#) [Sport](#) [Preisvergleich](#)

#### [Geisteswissenschaft Bildung](#) (135)

[Bibliotheken](#) [Schule](#) [Studium](#)

#### [Kunst Kultur Unterhaltung](#) (171)

[Veranstaltungen](#) [Spiele](#)

#### [Laenderspezifisch](#) (521)

[Europa](#) [Afrika](#) [Asien](#)

#### [Medizin Gesundheit](#) (97)

[Ärzte](#) [Krankheiten](#) [Zahnmedizin](#)

#### [Menschen Adressen](#) (55)

[Telefon](#) [E-Mail](#) [Fachleute](#)

#### [Nachrichten Medien](#) (91)

[Newsticker](#) [Fernsehen](#) [Print](#)

#### [Naturwissenschaft Technik](#) (52)

[Biologie](#) [Chemie](#) [Wetter](#)

#### [Regional Deutschland](#) (181)

[Branchen](#) [Städte](#)

#### [Reise Verkehr](#) (194)

[Auto](#) [Fahrpläne](#) [Touristik](#)

#### [Staat Gesellschaft Politik](#) (170)

[Recht](#) [Religion](#) [Umwelt](#)

#### [Wirtschaft](#) (304)

[Arbeit](#) [Branchen](#) [Finanzen](#)

Derzeit sind 2589 spezielle deutschsprachige und länderspezifische Suchdienste verzeichnet.

Quelle: [www.suchlexikon.de](http://www.suchlexikon.de)

## Eintragen Ihrer Seiten in Suchmaschinen und Co

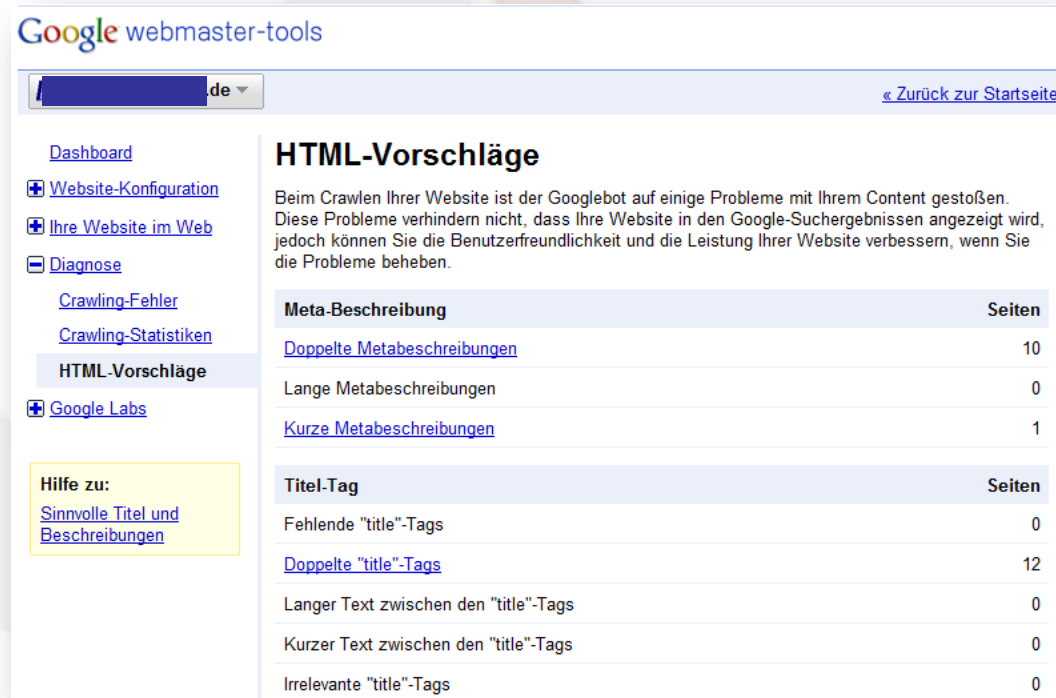
## Eintragen in Suchmaschinen

### **Titel der Seite (Title)**

Jede Internetseite sollte eine aussagekräftige Bezeichnung haben. Diese erscheint in der Kopfleiste des Browsers und in den Suchmaschinen als Titel (zwischen 65 und 90 Zeichen).

### **Beschreibung (Description)**

Kurze Beschreibung der Seite (zwei kurze Sätze, max. 160 Zeichen). Jede Seite sollte unbedingt eine andere bekommen! Wenn Sie Ihre Internetseite mehrsprachig anbieten, bitte auch für jede Sprache und jeder Seite eine eigene Beschreibung.



Google webmaster-tools

de

« Zurück zur Startseite

Dashboard

- Website-Konfiguration
- Ihre Website im Web
- Diagnose
  - Crawling-Fehler
  - Crawling-Statistiken
- HTML-Vorschläge
- Google Labs

Hilfe zu: [Sinnvolle Titel und Beschreibungen](#)

### HTML-Vorschläge

Beim Crawlen Ihrer Website ist der Googlebot auf einige Probleme mit Ihrem Content gestoßen. Diese Probleme verhindern nicht, dass Ihre Website in den Google-Suchergebnissen angezeigt wird, jedoch können Sie die Benutzerfreundlichkeit und die Leistung Ihrer Website verbessern, wenn Sie die Probleme beheben.

Meta-Beschreibung	Seiten
<a href="#">Doppelte Metabeschreibungen</a>	10
Lange Metabeschreibungen	0
<a href="#">Kurze Metabeschreibungen</a>	1

Titel-Tag	Seiten
Fehlende "title"-Tags	0
<a href="#">Doppelte "title"-Tags</a>	12
Langer Text zwischen den "title"-Tags	0
Kurzer Text zwischen den "title"-Tags	0
Irrelevante "title"-Tags	0

## Eintragen in Suchmaschinen

### Negativbeispiel:

→ Welche Ergebnis soll der Nutzer den nun anklicken ?

[nipala functional sportswear | Sportssocken | Online kaufen](#)

Sie sind hier Men - **Sportssocken**. Online kaufen ... WARENKORB (0) Mein Konto. Home. Women. Sport-Bhs. Shirts. Hosen. Fleecejacken. Laufkollektion. NIA Kollektion. Pilates Kollektion. Tanz. Outdoorjacken. **Sportssocken** ...

[www.warmsports.de/Men/sportssocken](http://www.warmsports.de/Men/sportssocken) - Sport und Fitness

[nipala functional sportswear | Sportssocken | Online kaufen](#)

Sie sind hier Women - **Sportssocken**. Online kaufen ... WARENKORB (0) Mein Konto. Home. Women. Sport-Bhs. Shirts. Hosen. Fleecejacken. Laufkollektion. NIA Kollektion. Pilates Kollektion. Tanz. Outdoorjacken. **Sportssocken** ...

[www.warmsports.de/Women/Sportssocken](http://www.warmsports.de/Women/Sportssocken) - Mode

## Eintragen in Suchmaschinen

### Programme (Faxanbieter) zum Eintragen in Suchmaschinen

Vorteile	Nachteile
Tausende Suchmaschinen und Verzeichnisse	Kosten (z.B. 175.- Euro mit „Hitgarantie“)
Meist kostenloses Update (neue Suchmaschinen, Fusionen etc.)	Für die Pflege nur einzelnen Internetseite nicht Interessant
<b>Achtung sehr viele dieser tausend(!) Suchmaschinen sind SPAM-Maschinen</b>	

### Manuelles eintragen von Hand

Vorteile	Nachteile
Individuell und somit Zielgruppen gerechter	Zeitaufwand
<b>Sie brauchen im Grunde nur einen einzelnen Link von einer Seite die bereits im Index ist, um Ihre Seite auch automatisch überall mit auf zu nehmen.</b>	

## Eintragen in Suchmaschinen

---

### **Stichwörter**

### **(Keywords)**

Unsinn - diese sogenannten Meta-Keywords haben schon seit 1999 keine Bedeutung mehr für das Ranking in Suchmaschinen!

### **Email**

Email-Adresse einer Kontaktperson

(Achtung Spam, unbedingt eine abgeschottete Email-Adresse verwenden).

### **Kategorie**

Wenn Sie sich bei einem Web-Verzeichnis anmelden wollen, müssen Sie sich zunächst die Verzeichnishierarchie hinunter hangeln und in der geeigneten Kategorie Ihre Seite eintragen.


# Eintragen in Suchmaschinen

Google   [Erweiterte Suche](#)  
[Einstellungen](#)

Suche:  Das Web  Seiten auf Deutsch  Seiten aus Deutschland

Web Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 1000

**Lokale Branchenergebnisse für webdesign im Umkreis von Würzburg**



- A** [birdmedia webdesign | Bernhard Vogel](#)  
www.birdmedia.de - 0661 2503737 - [Mehr](#)
- B** [i-cue medienproduktion GmbH & Co. KG](#)  
www.i-cue-medien.de - 0931 880770 - [2 Bewertungen](#)
- C** [WueWeb :: Webdesign für Würzburg](#)  
www.wueweb.de - 0931 35816201 - [2 Bewertungen](#)
- D** [e-brainstorm.de](#)  
www.e-brainstorm.de - 0931 2059760 - [Mehr](#)
- E** [Hummel und Lang](#)  
www.hummel-lang.de - 0931 804480 - [Mehr](#)
- F** [agentur.3wm](#)  
www.3wm.de - 0931 4605410 - [Mehr](#)
- G** [iunctio.de UG\(haftungsbeschränkt\)](#)  
www.webdesign-wuerzburg.eu - 09351 603035 - [Mehr](#)

[Weitere Ergebnisse im Umkreis von Würzburg »](#)

[Top Referenzen in Webdesign, Internetseiten und Online-Shops ...](#)

**Webdesign in Würzburg** von NG-Marketing. Top Referenzen in **Webdesign** und Programmierung von Internetseiten, Online-Shops, Content-Management-Systemen (CMS) ...  
[www.ng-marketing.com/content/webdesign.php](http://www.ng-marketing.com/content/webdesign.php) - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)

**Webdesign in Würzburg**

**Webdesign** Rentzios. Herr Dimitrios Rentzios Köhlersweg 10 63839 Würzburg Webseite. Sie suchen für Ihr Unternehmen, Ihre Zucht oder für sich Privat einen ...

**Titel**

**Description**


# Lokale Suchergebnisse

Google   [Erweiterte Suche](#)  
[Einstellungen](#)

Suche:  Das Web  Seiten auf Deutsch  Seiten aus Deutschland

Web Ergebnisse 1 - 10 von ungef

**Lokale Branchenergebnisse für marketing im Umkreis von Würzburg**



- A** [NG-Marketing](#)  
[www.ng-marketing.com](http://www.ng-marketing.com) - 0931 2074107 - [1 Bewertung](#)
- B** [Marketing Service Main-Post GmbH](#)  
[www.mediengruppe-mainpost.de](http://www.mediengruppe-mainpost.de) - 0931 6001-0 - [Mehr](#)
- C** [Hunger Marketing GmbH](#)  
[www.hunger-dichtungen.de](http://www.hunger-dichtungen.de) - 0931 90097-0 - [Mehr](#)
- D** [Topwest International Marketing](#)  
[www.topwest.de](http://www.topwest.de) - 0931 27727 - [Mehr](#)
- E** [Marketing-Beratung Kuchenmeister GmbH](#)  
[www.mbkghmbh.de](http://www.mbkghmbh.de) - 0931 40670-0 - [Mehr](#)
- F** [Mobilemojo - Mobile Marketing und Consulting Agentur](#)  
[www.mobilemojo.de](http://www.mobilemojo.de) - 0931 6639519 - [Mehr](#)
- G** [MDM Design & Marketing Agentur](#)  
[www.mdm-design.gmxhome.de](http://www.mdm-design.gmxhome.de) - 0931 97323 - [Mehr](#)

[Weitere Ergebnisse im Umkreis von Würzburg »](#)

# Lokale Suchergebnisse

Google Lokales Branchencenter

[Google-Konto](#) | [Hilfe](#) | [Abmelden](#) |

Deutsch ▾

- + [Neuen Eintrag hinzufügen](#)
- + [Mehrere Einträge hochladen](#) (mehr als 10)

Anzeige der Einträge 1 - 2 von 2

Unternehmen	Status	Statistik (in den letzten 30 Tagen)	Aktionen
<b>NG-Marketing</b> Sedanstr. 27 97082 Würzburg Deutschland	<b>Aktiv</b> Verschickt am 04.03.2008 2 coupons should be 2 Gutscheine	• 217 Impressionen: • 7 Aufrufe  <b>Neu!</b> <a href="#">Bericht anzeigen</a>	<a href="#">Bearbeiten</a> <a href="#">Löschen</a>

Anzeige der Einträge 1 - 2 von 2

Die Statistiken werden nicht in Echtzeit, sondern mit einer Verzögerung von 24 Stunden bereitgestellt.  
 Google übernimmt keine Garantie für die Genauigkeit der Statistiken.

Um Ihre Werbereichweite zu optimieren, sollten Sie auch folgende Programme berücksichtigen:

- [Google AdWords](#) - Zielkunden lokal oder auch weltweit ansprechen. Sie bezahlen nur für Anzeigen, die für Ihre potenziellen Kunden relevant sind.

→ <http://www.google.com/local/add/> ←

## Lokale Suchergebnisse -> Ranking Kriterien

---

1. Beim Google Branchenverzeichnis anmelden und möglichst viele Felder ausfüllen (auch Fotos und Videos)
2. Kunden Bewertungen (je nach Konkurrenz z.B. pro Monat 1-2 Stück)
3. Eintrag in möglichst vielen lokale/regionale Branchenverzeichnisse mit korrekter Adresse ( [goyellow.de](http://goyellow.de) , [gelbeseiten.de](http://gelbeseiten.de) , ...) in gleiche Kategorie wie im Google Branchenverzeichnis
4. Eintrag in möglichst vielen überregionalen thematisch spezialisierten Branchenverzeichnisse mit korrekter Adresse
5. Nennung der vollständigen Firmenadresse (auch ohne Link) auf weiteren Webseiten
6. Im Linktitel des Google Branchencenter Produkt und Ort eingeben
7. Domainnamen „produkt-stadt.de“
8. Linktexte „hier klicken um auf [www.produkt-stadt.de](http://www.produkt-stadt.de) zu kommen“

Quelle: <http://www.davidmihm.com/local-search-rankingfactors.shtml>

## Die richtigen Suchbegriffe

*„Der Unterschied zwischen dem **richtigen Wort** und dem **beinahe** richtigen, ist derselbe wie zwischen einem Blitz und einem Glühwürmchen.“*

Mark Twain

## Die richtigen Suchbegriffe

---

### **Einzahl oder Mehrzahl?**

Bleistift → Bleistifte

Nicht so wichtig

### **Zusammengeschrieben oder getrennt (Komposita) ?**

Eckgrundstück → Eck-Grundstück

Suchmaschinenoptimierung → Suchmaschinen Optimierung

Nicht so wichtig

### **Fugenlaute**

Gewerbeertragsteuer → Gewerbeertragssteuer

s. Google Suchvorschläge

### **Rechtschreibreform**

Schiffahrt → Schiffahrt

s. Google Suchvorschläge

### **Regionale Sprachunterschiede?**

Fleischerei → Metzgerei

Blaubeeren → Heidelbeeren

(Noch) wichtig

### **Fachbegriff oder Laienbegriff?**

Fischereischein → Angelschein

Wertstofftonne → Mülleimer

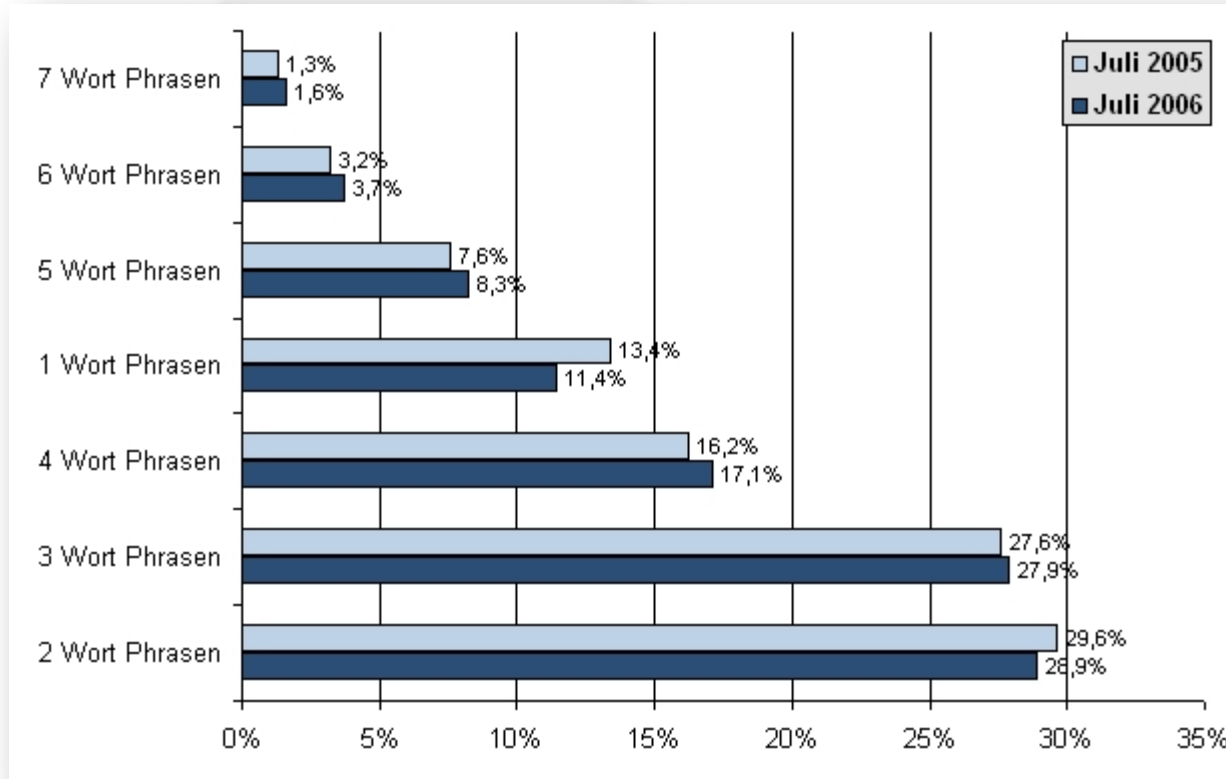
Wichtig

### **Ratebegriff oder grammatikalisch richtig?**

Steuerung Drehmaschine → Drehmaschinensteuerung

Wichtig

## Die richtigen Suchbegriffe



**Quelle:** modifiziert übernommen aus [www.onestat.com/html/aboutus\\_pressbox45-search-phrases.html](http://www.onestat.com/html/aboutus_pressbox45-search-phrases.html) und [www.aim.at](http://www.aim.at)

Je erfahrener ein Suchender ist, desto mehr Worte gibt er ein.

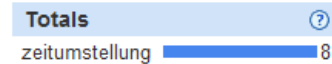
# Die richtigen Suchbegriffe

<b>Compare by</b> <input checked="" type="radio"/> Search terms <input type="radio"/> Locations <input type="radio"/> Time Ranges	<b>Search terms</b> Tip: Use the plus sign to indicate OR. (tennis + squash) <input type="text" value="zeitumstellung"/> <a href="#">+ Add search term</a>	<b>Filter</b> Web Search Worldwide Last 12 months All Categories	<input type="button" value="Search"/>
--	---	--	---------------------------------------

## Web Search Volume: zeitumstellung

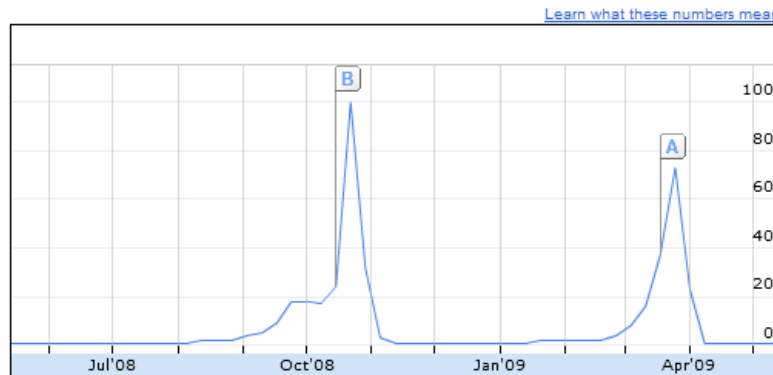
Worldwide, Last 12 months

Categories: [Reference \(50-75%\)](#), [Local \(0-10%\)](#), [Society \(0-10%\)](#), [Entertainment \(0-10%\)](#), [more...](#)



### Interest over time

News headlines: [Show](#) [Hide](#)



💡 See worldwide top rising searches by clearing the search terms

**A** [Zeitumstellung: Eine Stunde Arbeitszeit geschenkt](#)

**B** [Stichwort: Zeitumstellung](#)

### Regional interest for zeitumstellung

Region [City](#)

1.	<a href="#">Austria</a>	<span style="display:inline-block; width:100px; height:10px; background-color:blue;"></span>	100
2.	<a href="#">Germany</a>	<span style="display:inline-block; width:90px; height:10px; background-color:blue;"></span>	97
3.	<a href="#">Switzerland</a>	<span style="display:inline-block; width:85px; height:10px; background-color:blue;"></span>	84



Wie hoch ist eigentlich der „Bedarf“ nach einem bestimmten Suchbegriff?

Wie viele Leute suchen danach und wann?

Siehe: <http://www.google.com/insights/search/>

# Die richtigen Suchbegriffe

Google webmaster-tools

www.zolltarifnummern.de

[« Zurück zur Startseite](#)

[Dashboard](#)

[+ Website-Konfiguration](#)

[- Ihre Website im Web](#)

**Die häufigsten Suchanfragen**

[Links zu Ihrer Website](#)

[Keywords](#)

[Interne Links](#)

[Abonnentenstatistiken](#)

[+ Diagnose](#)

[+ Google Labs](#)

**Hilfe zu:**

[Interpretation dieser Daten](#)

[Die häufigsten Suchanfragen](#)

[Erhöhen des Clickthrough](#)

## Die häufigsten Suchanfragen






Informationen zu Suchanfragen von Nutzern, für die Seiten Ihrer Website zurückgegeben wurden

Anzeigen:

Impressionen : Ihre Website wurde bei folgenden Suchvorgängen angezeigt.				Clickthrough : Bei diesen Suchvorgängen haben Nutzer auf Ihre Website geklickt.			
Nr.	%	Suchanfrage	Position	Nr.	%	Suchanfrage	Position
1	17 %	<a href="#">zolltarifnummer</a>	1	1	35 %	<a href="#">zolltarifnummer</a>	1
2	10 %	<a href="#">nomenklatur</a>	5	2	23 %	<a href="#">zolltarifnummern</a>	1
3	10 %	<a href="#">zolltarifnummern</a>	1	3	13 %	<a href="#">zollgebühren</a>	1
4	9 %	<a href="#">zollgebühren</a>	1	4	3 %	<a href="#">zolltarifnummern.de</a>	1
5	3 %	<a href="#">zolltarifnummer übersicht</a>	6	5	3 %	<a href="#">zollgebühren usa</a>	1
6	3 %	<a href="#">zollnummer</a>	3	6	1 %	<a href="#">statistische warennummer</a>	2
7	2 %	<a href="#">statistische warennummer</a>	2	7	<1%	<a href="#">warennummer</a>	4
8	1 %	<a href="#">zolltarifnummern.de</a>	1	8	<1%	<a href="#">zolltarifnummern 2009</a>	1
9	1 %	<a href="#">zollgebühren usa</a>	1	9	<1%	<a href="#">zoll gebühren</a>	1
10	1 %	<a href="#">zollamt frankfurt</a>	5	10	<1%	<a href="#">zollgebühren deutschland</a>	2
11	1 %	<a href="#">warennummer</a>	4	11	<1%	<a href="#">zollnummer</a>	3

**Google Webmaster Tools:** unter welchen Wörtern werde ich den bereits gefunden und/oder geklickt?

# Die richtigen Suchbegriffe

Site Usage		Goal Conversion		Views:     		
Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate		
<b>41,732</b> % of Site Total: 57.06%	<b>6.28</b> Site Avg: 5.97 (5.04%)	<b>00:05:30</b> Site Avg: 00:05:47 (-4.86%)	<b>51.09%</b> Site Avg: 41.75% (22.36%)	<b>25.55%</b> Site Avg: 23.44% (8.96%)		
Dimension: <input type="text" value="Keyword"/>	Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate	
1. zolltarifnummer	10,512	7.51	00:06:10	42.03%	10.16%	
2. zolltarifnummern	8,406	8.12	00:07:46	34.14%	10.96%	
3. zollgebühren	1,881	2.77	00:02:32	93.94%	53.75%	
4. statistische warennummer	759	7.36	00:05:17	48.62%	16.34%	
5. warennummer	710	7.43	00:05:56	41.83%	12.11%	
6. www.zolltarifnummern.de	515	7.79	00:08:38	12.23%	12.43%	
7. zolltarifnummern.de	496	6.65	00:06:34	19.76%	11.29%	
8. zollnummer	361	8.09	00:06:28	52.91%	21.33%	
9. zollnummern	265	8.26	00:09:15	43.40%	10.94%	
10. warennummer zoll	160	11.44	00:07:57	63.12%	9.38%	
11. nomenklatur	131	3.44	00:06:21	45.04%	46.56%	
12. zollamt koblenz	120	1.78	00:00:57	84.17%	64.17%	
13. zollamt schweiz	119	4.21	00:01:48	94.96%	26.05%	
14. zoll basel	110	3.11	00:01:18	89.09%	40.91%	
15. statistische warennummern	105	8.30	00:05:37	52.38%	7.62%	
16. zolltarifnr	94	7.82	00:08:13	38.30%	13.83%	


## [Google Analytics](#): Besucherströme Analysieren

## Die richtigen Suchbegriffe

Mit den eingegebenen Begriffen in Verbindung stehende Keywords - nach Relevanz sortiert <sup>?</sup>

webdesign würzburg	<input type="checkbox"/>	Daten nicht ausreichend	590	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
<a href="#">Alle hinzufügen 1 »</a>				
Alle Keywords herunterladen: <a href="#">Text</a> , <a href="#">.csv (für Excel)</a> , <a href="#">.csv</a>				
Zusätzliche Keywords, die in Betracht gezogen werden sollten - nach Relevanz sortiert <sup>?</sup>				
webdesign	<input type="checkbox"/>	450.000	450.000	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign schweinfurt	<input type="checkbox"/>	390	210	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign augsburg	<input type="checkbox"/>	1.000	880	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign essen	<input type="checkbox"/>	1.600	1.300	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign nürnberg	<input type="checkbox"/>	1.600	1.300	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign dortmund	<input type="checkbox"/>	1.900	1.600	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign leipzig	<input type="checkbox"/>	2.400	2.400	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign dresden	<input type="checkbox"/>	2.400	1.900	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign hannover	<input type="checkbox"/>	1.900	2.400	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign bonn	<input type="checkbox"/>	1.300	1.600	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign aachen	<input type="checkbox"/>	Daten nicht ausreichend	880	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign bremen	<input type="checkbox"/>	3.600	1.900	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign bayern	<input type="checkbox"/>	590	880	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign angebote	<input type="checkbox"/>	210	260	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign köln	<input type="checkbox"/>	5.400	5.400	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign kontakt	<input type="checkbox"/>	73	91	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign münster	<input type="checkbox"/>	1.600	880	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign mannheim	<input type="checkbox"/>	720	1.000	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign anbot	<input type="checkbox"/>	880	880	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
unser würzburg	<input type="checkbox"/>	Daten nicht ausreichend	36	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>
webdesign immobilien	<input type="checkbox"/>	Daten nicht ausreichend	110	<a href="#">Hinzufügen</a> <sup>?</sup>

[Google External Keyword Tool](#): wie oft wird ein bestimmter Suchbegriff im Monat gesucht ?



semantisch suchen

Suche

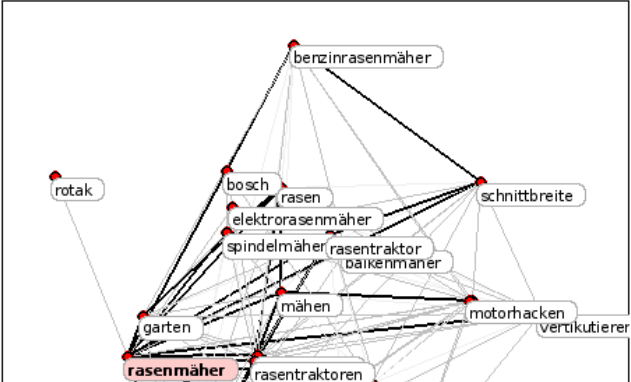
Verwandte Wörter [?]	Abgehende Wortbeziehungen [?]	Eingehende Wortbeziehungen [?]	Wörter mit gleichem Anfang (a-z)
<b>1 - 25 von 383</b>	<b>1 - 25 von 109</b>	<b>1 - 25 von 309</b>	<b>1 - 18 von 18</b>
83% <a href="#">garten</a> 73% <a href="#">aufsitzmäher</a> 70% <a href="#">gartengeräte</a> 70% <a href="#">rasentraktoren</a> 68% <a href="#">spindelmäher</a> 68% <a href="#">bosch</a> 68% <a href="#">rasen</a> 68% <a href="#">rasentrimmer</a> 68% <a href="#">mähen</a> 67% <a href="#">heckenscheren</a> 66% <a href="#">benzinrasenmäher</a> 66% <a href="#">motorsensen</a> 64% <a href="#">vertikutierer</a> 64% <a href="#">schnittbreite</a> 64% <a href="#">elektrorasenmäher</a> 64% <a href="#">gras</a> 63% <a href="#">rotak</a> 63% <a href="#">balkenmäher</a> 63% <a href="#">motorhacken</a> 63% <a href="#">rasentraktor</a> 63% <a href="#">mäher</a> 62% <a href="#">motorsägen</a> 61% <a href="#">benzinmäher</a> 61% <a href="#">motorgeräte</a> 60% <a href="#">honda</a>	83% <a href="#">garten</a> 75% <a href="#">gartengeräte</a> 75% <a href="#">rasen</a> 75% <a href="#">aufsitzmäher</a> 74% <a href="#">mähen</a> 73% <a href="#">rasentrimmer</a> 72% <a href="#">rasentraktoren</a> 70% <a href="#">spindelmäher</a> 69% <a href="#">vertikutierer</a> 68% <a href="#">preis</a> 68% <a href="#">motorsensen</a> 68% <a href="#">bosch</a> 67% <a href="#">preisvergleich</a> 67% <a href="#">motor</a> 67% <a href="#">heckenscheren</a> 66% <a href="#">gardena</a> 66% <a href="#">brill</a> 66% <a href="#">benzinrasenmäher</a> 65% <a href="#">al ko</a> 65% <a href="#">schnittbreite</a> 64% <a href="#">elektrorasenmäher</a> 64% <a href="#">rasentraktor</a> 64% <a href="#">gras</a> 63% <a href="#">suche</a> 63% <a href="#">viking</a>	95% <a href="#">benzin rasenmäher</a> 92% <a href="#">benzinmäher</a> 91% <a href="#">benzinrasenmäher</a> 89% <a href="#">aufsitzmäher</a> 87% <a href="#">spindelmäher</a> 87% <a href="#">motorgeräte</a> 86% <a href="#">rasentraktoren</a> 86% <a href="#">ebert schoenheide</a> 86% <a href="#">schnittbreite</a> 86% <a href="#">gartentechnik</a> 85% <a href="#">mäher</a> 83% <a href="#">motorsensen</a> 82% <a href="#">rasentraktor</a> 81% <a href="#">radantrieb</a> 79% <a href="#">gartengeräte</a> 79% <a href="#">hrx</a> 79% <a href="#">frontmäher</a> 78% <a href="#">motorsense</a> 76% <a href="#">motorsaege</a> 75% <a href="#">gartenhäcksler</a> 75% <a href="#">motorsäge</a> 75% <a href="#">rasentrimmer</a> 74% <a href="#">rasenpflege</a> 74% <a href="#">einachsschlepper</a> 74% <a href="#">stratton</a>	64% <a href="#">rasenmähersparte</a> 73% <a href="#">rasenmähers</a> 59% <a href="#">rasenmäherrennsport</a> 63% <a href="#">rasenmähertraktor</a> 59% <a href="#">rasenmähertraktoren</a> 54% <a href="#">rasenmäherverletzungen</a> 52% <a href="#">rasenmähertrackerrennen</a> 63% <a href="#">rasenmähertrucker</a> 64% <a href="#">rasenmäherrennen</a> 73% <a href="#">rasenmähern</a> 64% <a href="#">rasenmähermesser</a> 68% <a href="#">rasenmähermann</a> 63% <a href="#">rasenmähermalerei</a> 63% <a href="#">rasenmähermessern</a> 66% <a href="#">rasenmähermotor</a> 63% <a href="#">rasenmähermänner</a> 63% <a href="#">rasenmähermotoren</a> 63% <a href="#">rasenmäherbulldog</a>

**Gemeinsam mit dem Suchbegriff genannte Wörter (1 - 22 von 22):**  
 bolens, center, details, eichenberger, entwendet, ersatzteile, harke, kaufberatung, mann, messerschärfer, motor, reiniger, rennen, roboter, schnittbreite, sparen, spezialgeschäft, stihl, test, traktor, vertikutierer, zubehör

**Lexika:**  
 Rasenmäher: (Deutsch. Substantiv | Deutsch Bild Electric mower-250px. jpg | 210px | 1 | Ein elektrischer Rasenmäher | Wer oder was der Rasenmäher ... siehe [Wiktionary: Rasenmäher](#)

**Typfehler oder ähnlich geschrieben:**  
 rasennäher, rasenaher, rasenmähe, rasenjäger, rasenmacher

**Suchvorschläge:**  
 rasenmähertraktor, rasenmäher test, rasenmäher roboter, rasenmähertraktor gebraucht, rasenmäher benzin, rasenmäher honda, rasenmäher gebraucht, rasenmäher ersatzteile, rasenmäher wolf, rasenmäher sabo



siehe:

[www.semager.de](http://www.semager.de)

## Die richtigen Suchbegriffe



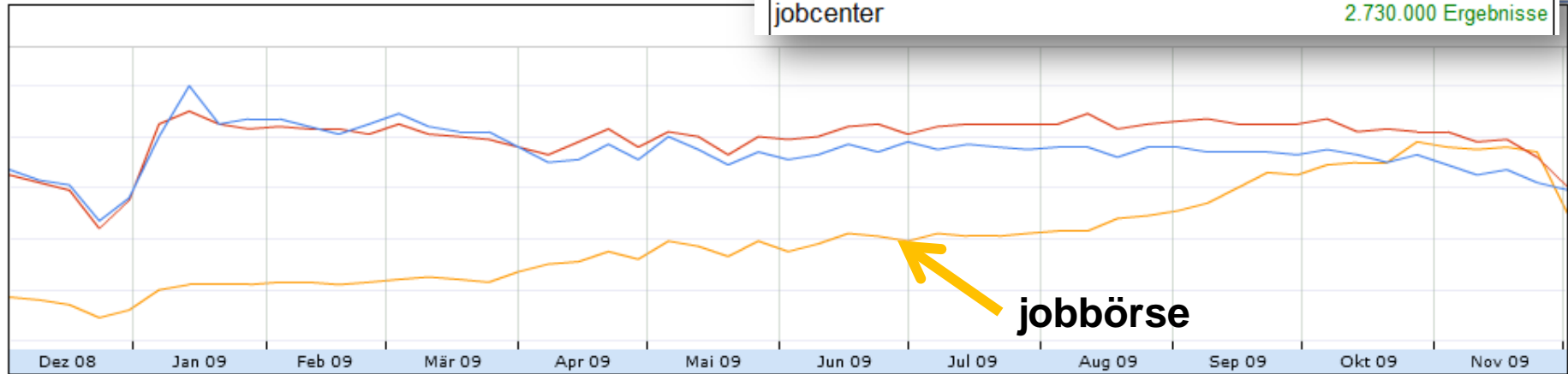
### Google Suggest ändert die Suchhäufigkeiten

#### Web-Suche-Interesse: job, jobs, jobbörse

Deutschland, Letzte 12 Monate

Kategorien: [Lokal](#), [Gesellschaft](#), [Unterhaltung](#), [Unternehmen](#), [Computer](#)

#### Interesse im zeitlichen Verlauf



job	
jobbörse	7.500.000 Ergebnisse
jobsuche	9.650.000 Ergebnisse
jobbörse agentur für arbeit	265.000 Ergebnisse
jobpilot	698.000 Ergebnisse
jobs	727.000.000 Ergebnisse
jobrapido	59.100.000 Ergebnisse
jobscout24	1.640.000 Ergebnisse
jobscout	91.200 Ergebnisse
jobbörse arbeitsamt	69.100 Ergebnisse
jobcenter	2.730.000 Ergebnisse

## Die richtigen Suchbegriffe

---

### Google Keyword Tool

(bezahlte Suchergebnisse, Suchvolumen, Mitbewerber, Kosten)

<https://adwords.google.de/select/KeywordToolExternal>

### Semager

(semantisch verwandte Wörter)

<http://www.semager.de/keywords/>

### Ranking Check

(Anzahl der Suchanfragen)

<http://www.ranking-check.de/keyword-datenbank.php>



# On-Page Optimierung

## On-Page Optimierung

- Im Allgemeinen sollte der Suchbegriff dieser Seite am Anfang (im ersten Satz) und am Ende (Zusammenfassung) stehen.
- Wiederholung des Suchbegriffes im Text. Ca. 2.5 - 4% aller Wörter sollte die Suchphrase sein. (I.d.R reicht 3 mal aus, davon 1mal <strong>).
- Im Text sollten sich Wörter finden die oft in diesem Zusammenhang genannt werden (Semantik, LSO - wird in Zukunft noch sehr wichtig).
- Titel „Suchbegriff – Ort, Slogan“ (min. einmal den Suchbegriff, im Slogan optimaler Weise noch ein dazu stark verwandtes Wort verwenden)
- Überschriften <h1>Semantisches Keyword</h1> <h2>Haupt-Keyword</h2> (semantisch korrektes Markup verwenden)
- **Fett-**, *kursive* oder unterstrichene Wörter sind wichtiger als normale (min. einmal Fett schreiben aber <strong> und nicht <b>).
- Beschriftung von Bildern <img src=“suchwort.jpg“ alt=“suchwort“ />  
4 - 7 Wörter als „Halbsatz“

## On-Page Optimierung

### Suchbegriffe innerhalb der URL verstecken

<http://www.domain.de/suchbegriff1/suchbegriff2.html>

„-“ Bindestriche werden als Worttrenner behandelt

„\_“ Unterstriche werden nicht als Worttrenner behandelt

rasen-mäher.php → Rasen und Mäher

rasen\_mäher.php → Rasenmäher

Nicht zu viele Verzeichnisse, da Google die Verzeichnistiefe ebenfalls berücksichtigt (unklar hierbei das Verhältnis zur Klicktiefe).

### Sprechende URLs (wird unwichtiger)

FALSCH: <http://www.domain.de/?id=1234&foo=bar&q=blabla>

RICHTIG: <http://www.domain.de/1234-blabla-bar.html>

### Keine Session-IDs in die URL packen

FALSCH: [www.domain.de/?sessid=34hg82a5e09ba12](http://www.domain.de/?sessid=34hg82a5e09ba12)

RICHTIG: Cookies verwenden



# On-Site Optimierung

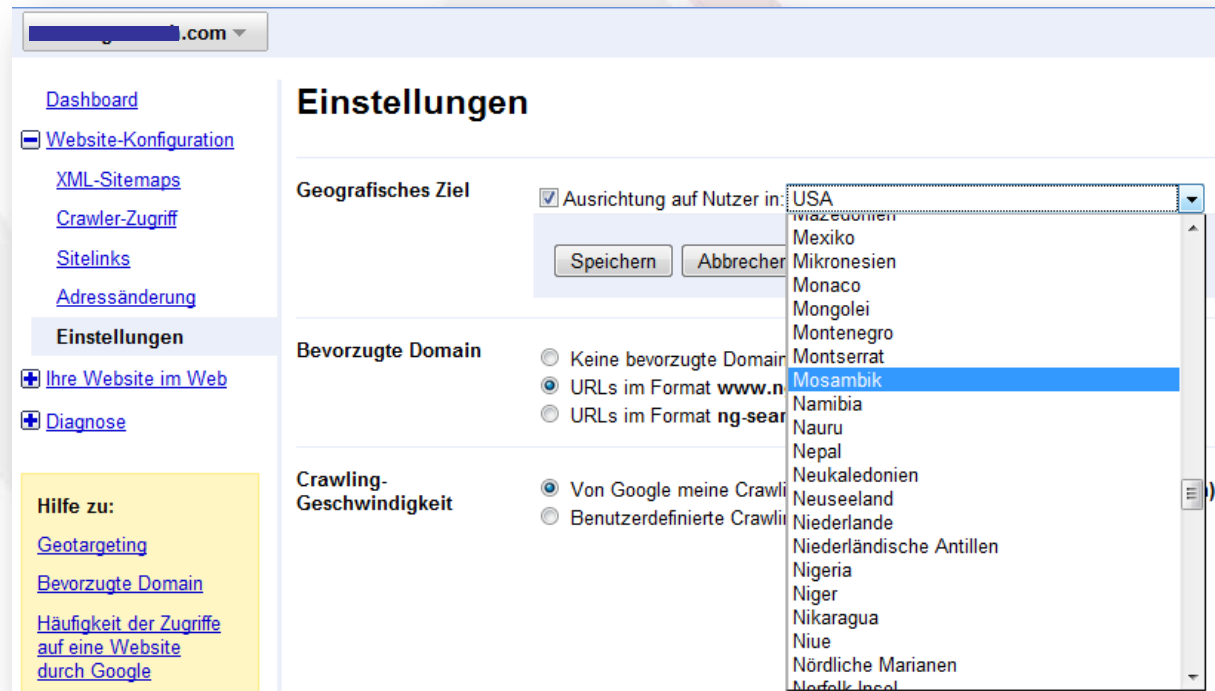
# On-Site Optimierung

## Herkunfts-Land

Anhand der Top-Level-Domain (.de, .fr, .com oder .eu) und anhand der IP-Adresse wird identifiziert für welches Land diese Webseite am ehesten relevant ist. Es wird also ein lokaler Bezug zwischen Server-Standort und Land hergestellt.

Wollen Sie eine gute Position in den Suchergebnissen von Frankreich, müssen Sie Ihre Webseite auf einem Server in Frankreich hosten und eine .fr Domainendung haben.

Wenn Ihre Webseite über eine generische Toplevel-Domain hat (.com, .org), können Sie auch in den Google Webmaster-Tools Ihr bevorzugtes Land einstellen.



## On-Site Optimierung

---

### Canonical URLs

<http://www.domain.de>

<http://www.domain.de/>

<http://www.domain.de/index.php>

Sie haben alle oben genannten Seiten angelinkt.  
Inhaltlich sind diese exakt gleich, äußerlich nicht!

Welches ist aber nun aus Sicht von Google die eigentliche Startseite (sprich das Original)?

- Interne Gewichtung wird ausgewertet
- Links geht verloren

Einer Suchmaschine verdeutlichen, welches die Original-Seite ist:

```
<link rel="canonical" href="http://www.beispiel.de/" />
```

## On-Site Optimierung

---

**Nicht alle Seiten indexieren** – Nutzen Sie *nofollow*, um die Suchmaschinen-Spider von unwichtigen Seiten auszuschließen.

**Seitenstruktur** – Eine gute Seitenstruktur verteilt den „Linkjuice“ der eingehenden Links auf die Unterseiten die ranken sollen ( Hauptseite → Kategorie → Produktseite ).

**Kein Duplicate Content** - Wenn man Duplicate Content nicht vermeiden kann oder will, sollte man den Suchmaschinen wenigstens mitteilen, welche Duplikate sie nicht indexieren sollen (robots.txt / MetaTag) oder mit *rel=canonical* arbeiten.

**Links auf andere Seiten** - Wenn man auf ähnliche Qualitätsseiten linkt, stärkt das mitunter die eigenen Suchmaschinenergebnisse (da glaubwürdiger). Man sollte allerdings nicht mit den Keywords verlinken, auf die man selbst optimiert hat ;-).

**Zeit** - Je älter die Domain (bzw. die Links die auf diese Zeigen), desto höher die allgemeine Glaubwürdigkeit und desto besser die Ergebnisse in den Suchmaschinen.

**Verschiedene Linktexte** – Nutzen Sie unterschiedliche Linktexte, wenn Sie auf die gleiche interne Seiten verlinken (es soll möglichst NATÜRLICH AUSSEHEN).

## On-Site Optimierung

---

### **Robots.txt**

Definiert welche Seiten und Verzeichnisse der Domain in Index aufgenommen werden dürfen und welche nicht.

### **Index – NoIndex**

Nehme die Seite im Index auf – oder eben nicht. Ausgehende Links zählen aber trotzdem und werden verfolgt und beerbt.

### **Follow, NoFollow**

Folge den Links auf dieser Seite und vererbe die Linkstärke dieser Seite auf die ausgehenden Seiten – oder eben nicht.

### **Sitemap**

Webseiten, die auf normalen Wege für eine Suchmaschine nicht erreichbar wären (z.B. nur durch ein Javascript Menü)

### **Canonical**

Welche Seite ist nur ein Duplikat, woher kommt das Original?

## On-Site Optimierung

---

### **Klicktiefe**

Mit wievielen Klicks erreicht ein Besucher und somit auch die Suchmaschine die tiefste Ebene Ihrer Webseite? Je nach Bekanntheitsgrad Ihrer Seite folgt die Suchmaschine irgendwann dem Link nicht mehr.

### **Zu komplexe Seiten / Linkspam**

Hunderte von Links die zu Webseiten führen die wiederum zu hunderten von Seiten führen? → no go.

### **Welche Seiten sind bereits im Google Index?**

Diese eine Seite: `info:www.domain.de/path/file.html`

Insgesamt: `site:www.domain.de`

### **Google Webmaster Tools**

Must-Have! Nicht erreichbare Seiten, Doppelte Title Tags, Doppelte Descriptions, Die häufigsten Suchanfragen, Crawling Statistiken, Seiten mit externen Links, ...

<https://www.google.com/webmasters/tools/>



# Off-Page Optimierung

## Off-Page Optimierung

- Links, Links, Links ...
- Mit Text, Text, Text ...
- Von Seiten die zu diesem Suchbegriff selbst in den Top100 sind
- Mit verschiedene Linktexte von verschiedenen Webseiten  
(immer der gleiche Linktext kommt den Suchmaschinen verdächtig vor und wird u.U. bestraft)

Google Bombe „Miserable Failure“ → Links sind stärker als OnPage-Optimierung




[Web](#) [Bilder](#) [Groups](#) [News](#) [Froogle](#) [Desktop](#) [Mehr »](#)

[Erweiterte Suche](#)  
[Einstellungen](#)

Suche:  Das Web  Seiten auf Deutsch  Seiten aus Deutschland

---

**Web** Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 286.000.000 für failure. (0,12 Sekunden)

Suchen Sie auch bei [Yahoo](#), [Seekport](#), [Ask](#), [AllTheWeb](#), [MSN](#), [Lycos](#), [Technorati](#), [Bloglines](#), [Altavista](#)

[434 Ergebnisse auf Ihrem Computer gespeichert](#) - [Ausblenden](#) - [Info](#)

 [vortrag-suchmaschinenopti...](#) - Bombe „Miserable Failure“ Links sind stärker

[President of the United States - George W. Bush](#) - [ [Diese Seite übersetzen](#) ]

The Oval Office contains speeches and statements of President Bush, a description of policy priorities, biographies, and photo essays.

[www.whitehouse.gov/president/](#) - 24k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#) - [Filter](#) - [Archiv](#)

## Off-Page Optimierung

---

### PageRank / TrustRank

Der PageRank einer Seite ist **wichtig, aber nicht entscheidend** für eine gute Position in den Suchergebnissen. Um ein hohen PageRank zu bekommen, müssen Sie von möglichst vielen anderen Internetseiten einen Link auf Ihre Seite haben.

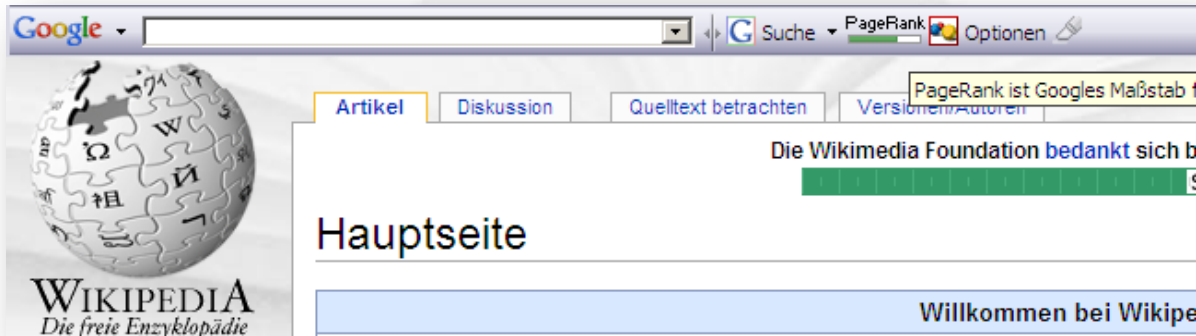
Der TrustRank ist wesentlich wichtiger und sagt aus wie glaubwürdig Ihre Seite ist. Seiten mit wenig PR aber viel Trust sind höher gelistet als umgekehrt. Leider lässt er sich aber nicht abfragen...

Google berechnet den Trust anhand vieler Parameter, wie z.B.:

- Alter der Domain
- Anzahl und Alter der (Authority) Backlinks
- Qualität der Inhalte
- Link-Historie
- Aktualisierungs-Rate
- ...

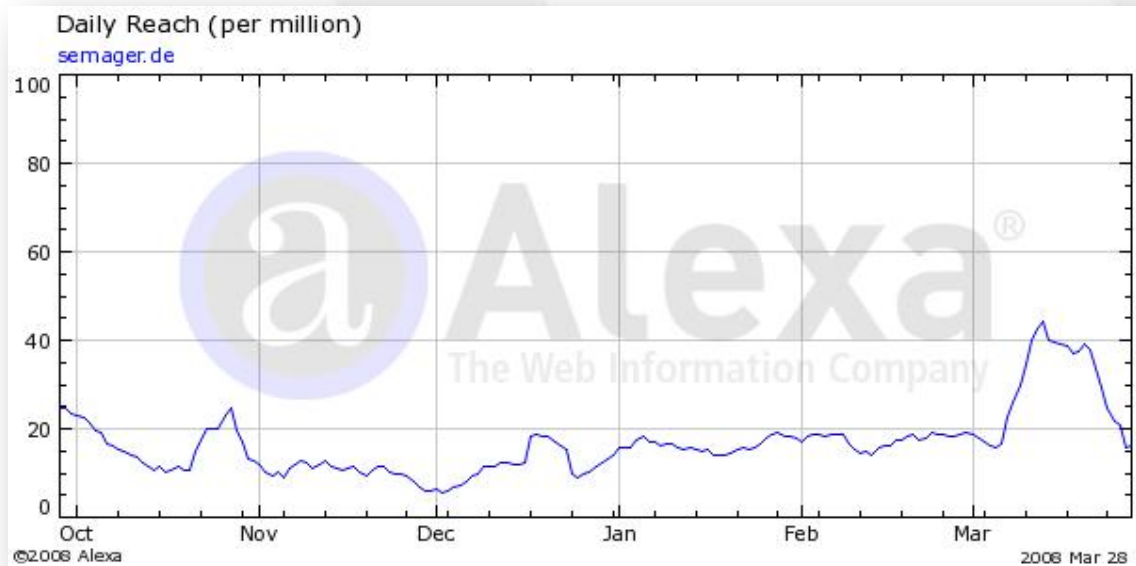
## Off-Page Optimierung

PageRank Check: <http://berkle.freehostia.com/check.php>



Der PageRank berechnet die Beliebtheit einer Internetseite anhand der Anzahl der eingehenden Links und stellt dies in einem Wert von 1 (niedrig) bis 10 (Olymp) dar.

AlexaRank Check: [http://www.alexa.com/data/details/traffic\\_details?url=www.test.de](http://www.alexa.com/data/details/traffic_details?url=www.test.de)



Der AlexaRank misst anhand von Millionen installierter Toolbars, welche Seiten oft angesurft werden und erstellt darüber dann ein Ranking.

## Off-Page Optimierung

---

### Das bedeutet für uns:

Links von bedeutenden Webseiten zählen mehr, als von kleinen, unbedeutenden Seiten

Seien Sie auf den von Hand erstellte Verzeichnisdiensten unbedingt gelistet, und haben Sie ein paar öffentliche Bookmarks in den wichtigsten Social Bookmark Systemen (und evtl. auch Artikelverzeichnissen).

Suchen Sie nach Internetseiten mit hoher Glaubwürdigkeit (Wikipedia, DMOZ, Unis, Spiegel Online, ..) und lassen Sie sich von Ihnen verlinken. Achten Sie darauf das dieser Link „follow“ ist, ansonsten bringt er „nur“ Besucher.

Aber auch: möglichst viele Links sammeln - Kleinvieh macht auch Mist, besonders wenn die Webseite sich mit dem gleichen Thema beschäftigt → Themenrelevanter Link.

Oder Sie sehen sich die Top100 zu Ihrem Suchbegriff einmal genauer an und fragen einfach mal bei allen an, ob Sie nicht einen Link zu Ihrer Seite machen. Ein paar kriegen Sie bestimmt ab → Themenrelevanter und starker Link

## Off-Page Optimierung

---

### **Link-Popularität**

Wieviele Links insgesamt hat eine Domain ?

### **Domain-Popularität**

Wieviele dieser Links stammen von unterschiedlichen Domains ?

### **IP-Popularität**

Wieviele dieser Links stammen von unterschiedlichen Servern ?  
(von unterschiedlichen IP-Adressen)

### **Class-C IP-Popularität**

Wieviele dieser Links stammen von Servern aus unterschiedlichen Netzen ?

## Off-Page Optimierung

---

### Schenk mir einen Link... (auf meinen Blog)

Die 10 besten Tricks für ... wird immer gerne gelesen und verlinkt (Top10 Mythen, ...).

Suche Blogs zu Deinem Themengebiet und kommentiere dort interessante Artikel.

Schreibe Referenzberichte, die zu Ihrem Thema hoch angesehen werden. Andere werden sich automatisch darauf beziehen.

Links "ködern" mit Abstimmungen, Gewinnspielen oder kostenlosen Downloads.

Andere Blogs „umwerben“ und warten, dass diese einen Link auf Ihren Blog setzen.

Trackbacks auf thematisch passende Artikel setzen.

Personen die auf Ihrem Blog interviewt werden, geben immer gerne einen Link an die entsprechende Adresse.

Sei der Erste der eine Nachricht aufgreift und darüber berichtet. Andere greifen es auf.

Pressemitteilungen werden im Netz vielfach kopiert .

Verschenke etwas.

## Off-Page Optimierung

---

### Social Media Optimization

Social Media Optimization (SMO). SMO zielt darauf ab, dass Social Media Auftritte (Weblogs, Wikis, ...) so optimiert werden, dass diese in anderen Social Media Suchdiensten (z. B. Technorati, Digg, Mister-Wong) leichter gefunden werden.

Beispiel: Sie schreiben einen amüsanten Artikel über „Warum bei Frauen die KFZ-Versicherung teurer ist als bei Männern“ (hoax). Anschließend stellen Sie diesen Artikel in Möglichst viele Social Media Dienste ein. Je interessanter der Artikel, um so mehr werden für ihn stimmen, um so mehr Besucher bekommen Sie, um so mehr Links von Bloggern bekommen Sie ..

Oder: Sie eröffnen eine Gruppe bei XING und betreuen diese auch ordentlich.

Oder: Sie öffnen einen Blog auf Ihrer Homepage und kommunizieren Branchennews auf eine persönliche Weise und erschaffen damit vertrauen bei den Nutzergruppen der Branche zu Ihnen.

Allgemein geht es hier nicht um „alten Wein in neuen Schläuchen“, sondern um eine relevante Zielgruppenansprache, die man mit offenen, ehrlichen, konstruktiven und spannenden Beiträgen erreichen kann.

## Off-Page Optimierung

---

### Verwaiste Seiten

Suchen Sie nach „verwaisten Seiten“ im Internet.

→ z.B. nach Shops mit „D-Mark“

Bitten Sie den Betreiber dieser Seiten, auf Ihre Seite zu verlinken. Damit erhält die verwaiste Seite wenigstens einen gewissen Inhalt bzw. Wert und stellt für die Besucher keine nutzlose Sackgasse dar.

Sie suchen nach den Webseiten, die wiederum auf die verwaiste Seite verlinken, ...  
... und bitten diese, nicht mehr auf die verwaiste Seite, sondern auf Ihre Seite - da dort zum jeweiligen Thema wirklich noch nützliche Inhalte vorhanden sind.

## Off-Page Optimierung





Beispiel einer veraltete Seite.

# Off-Page Optimierung

<http://www.theartservice.com/> [Explore URL](#)

Results

Pages (1) **Inlinks (789)** Show Inlinks:  to:

Result details:   [Submit webpage or Site Feed](#) | [Export first 1000 results to TSV](#)

1.	<a href="#">Hotel-am-Schwimmbad.de</a> <a href="http://www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng">text/html www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng</a> - 11k - cache	<a href="#">Explore</a>
2.	<a href="#">Interesting Links - Art Services</a> <a href="http://www.art-navigator.com/links/services.htm">text/html www.art-navigator.com/links/services.htm</a> - 11k - cache	<a href="#">Explore</a>
3.	<a href="#">Jan Hyzak - Made of Steel</a> <a href="http://madeofsteel.biz">text/html madeofsteel.biz</a> - 322k - cache	<a href="#">Explore</a>
4.	<a href="#">Wapiennik.net</a> <a href="http://www.kalkofen.org/index.php5?page=41&amp;lang=eng">text/html www.kalkofen.org/index.php5?page=41&amp;lang=eng</a> - 17k - cache	<a href="#">Explore</a>
5.	<a href="#">Wapiennik.net</a> <a href="http://www.kalkofen.org/index.php5?page=39&amp;lang=eng">text/html www.kalkofen.org/index.php5?page=39&amp;lang=eng</a> - 17k - cache	<a href="#">Explore</a>
6.	<a href="#">Hotel-am-Schwimmbad.de</a> <a href="http://www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng&amp;page=3">text/html www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng&amp;page=3</a> - 10k - cache	<a href="#">Explore</a>
7.	<a href="#">Hotel-am-Schwimmbad.de</a> <a href="http://www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng&amp;page=9">text/html www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng&amp;page=9</a> - 10k - cache	<a href="#">Explore</a>
8.	<a href="#">Hotel-am-Schwimmbad.de</a> <a href="http://www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng&amp;page=4">text/html www.hotel-am-schwimmbad.de/index.php5?lang=eng&amp;page=4</a> - 10k - cache	<a href="#">Explore</a>

Wer hat wen verlinkt: <https://siteexplorer.search.yahoo.com/>

## Off-Page Optimierung

---

### Footer Links

Der Suchmaschinenrelevante Nutzen von Footerlinks hat in der letzten Zeit Abgenommen, da von den Suchmaschinenbetreibern erkannt worden ist, dass Footerlinks oft nur für den Linktausch genutzt werden.

→ Sie können eine Seite aber auch so programmieren, dass die Footerlinks im Quellcode zwar im Mittelteil vorkommen, aber trotzdem an unterster Stelle zu sehen sind.

### Hidden Links

„Möglicherweise“ misst Google mit der Google Toolbar, welche Links auf einer Seite angeklickt werden und welche nicht. Versteckte Links (z.B. 1\*1 Pixel groß, überlagert von einem Bild) werden nicht angeklickt und scheinen dann auch nicht wichtig zu sein. Gerüchteweise kann Google sogar berechnen, ob ein Link versteckt ist oder nicht. Macht dies aufgrund des extrem hohen Rechenaufwandes allerdings nur Auszugsweise. (Thema: Affiliate Link Cloaking; wie bringe ich Werbung auf meine Seite ein, ohne dass Google merkt, dass es Werbung ist?)


### Parasite Hosting

„Hosten“ Sie Ihre Seite auf einer Domain mit extrem hoher Authority (Trust). Sprich Sie bringen Ihren Inhalt auf einer fremden Seite unter, von der Sie bereits wissen, dass Sie eine hohe Glaubwürdigkeit hat...

## Off-Page Optimierung – Parasite Hosting

[HOME](#) | [SHOWS](#) | [SCHEDULE](#) | [WATCH EPISODES](#)[myNBC HOME](#) | [PEOPLE](#) | [BOARDS](#) | [GROUPS](#) | [VIDEOS](#) | [SEARCH](#)

## GaryRobinson

[Profile](#)[Blog](#)[Videos](#)[Photos](#)[Flag this user](#) 


## GaryRobinson's Blog

**Cialis! Cheapest Cialis pills here!**

Monday, October 13th, 2008, 4:49 am

We offer **high quality Cialis pills**.**Save your money** - buy Cialis for lowest price!

Buy Cialis with 100% privacy. Cheapest Cialis is guaranteed.

**CLICK HERE TO ORDER CIALIS ONLINE!**(153) comments [Leave a Comment](#)Rate It: Flag it: 

## Comments



BEST CIALIS SITES FOUND HERE  
FOLLOW THE LINK BELOW:  
JUST COPY THE URL BELOW TO YOUR ADDRESS BAR!!!

## Archives

[October 2008 \(1\)](#)

## GaryRobinson's Blog Tags

There are no blog tags for this user.

## Off-Page Optimierung

---

### Wo kann ich meine Seite verlinken lassen ?

#### Artikelverzeichnisse:

<http://www.verzeichnis.cc>

#### Webkataloge:

<http://www.ranking-check.de/tools/rc.webkataloge.php>

#### Linktausch:

<http://partnerseiten.net>

<http://backlinks.de>

#### Linkkauf:

<http://www.teliad.de> (DE)

<http://www.linklift.de> (DE)

<http://www.text-link-ads.com> (US)

<http://www.linkworth.com> (US)

## Off-Page Optimierung

---

### Satellitenseiten

Wenn Sie 10 Domains haben, die aber alle auf den gleiche Webseite zeigen, haben Sie 9 Domains verschwendet. Denn letztlich haben Sie nur eine Internetseite bei Google im Index, auch wenn Sie 10 verschiedene Domains registriert haben.

Sinnvoller ist es stattdessen 9 weitere kleine Internetseiten zu machen (sogenannte Satellitenseiten), die sich nur mit einem ganz bestimmten Teilbereich auseinander setzen und dann auf Ihre (Haupt) Webseite verlinken.

Man kann (sollte) diese 9 Domains dann auch untereinander in Kette verlinken (sogenanntes Daisy Chaining), aber keine Links außerhalb des eigenen Verbundes setzen, damit keine „Linkliebe“ verloren geht.

Die Verlinkung erfolgt idealerweise aus einem Satz/Text heraus mit einen qualitativ hochwertigen [Keyword](#), welches natürlich auch möglichst oft tatsächlich so gesucht wird.

## Optimierung Zusammenfassung

---

### Top Positive Factors

Keyword Use in Title Tag  
Anchor Text of Inbound Link  
Global Link Popularity of Site  
Age of Site  
Age of Link  
Link Popularity within the Site  
Topical Relevance of Inbound Links  
Link Popularity of Site in Topical Community  
Keyword Use in Body Text  
Global Link Popularity of Linking Site  
Topical Relationship of Linking Page

### Top Negative Factors

Server is Often Inaccessible  
Content Very Similar or Duplicate  
External Links to Low Quality/Spam Sites  
Duplicate Title/Meta Tags  
Overuse of Targeted Keywords  
Participation in Link Schemes or  
Actively Selling Links

**Quelle:** Search Engine Ranking Factors <http://www.seomoz.org/article/search-ranking-factors>

**Quelle:** Wiep Net <http://wiep.net/link-value-factors/>

## Optimierung Zusammenfassung

---

### Anlaufstellen zum Überprüfen Ihrer Seite:

Webseiten-Analyse ( aus Sicht einer Suchmaschine )

<http://www.semager.de/keywords/url-analyse.php>

Link-Analyse ( welche Seiten Linken auf mich/die Konkurrenz ? )

<http://www.linkvendor.com/seo-tools/domain-popularity.html>

Seitwert ( vergleicht Ihre Seite mit anderen und vergibt Punkte auf viele Parameter )

<http://www.seitwert.de>

Toolsammlung

<http://www.fi-ausbilden.de/seo-tools.html>



**Don't Do's**

## Don't do's

---

### **Doorway Pages**

Speziell für Suchmaschinen zugeschnittene Eingangsseiten, die aus den gewünschten Suchbegriffen und -kombinationen besteht und von denen Sie weitergeleitet werden.

### **Cloaking**

Suchmaschinen bekommen andere Seiten präsentiert als normale Surfer.

### **Duplicate Content**

Erstellen Sie keine Seiten, Unterseiten oder Domains mit gleichen Inhalten, es kann immer nur ein Original geben. Alle anderen werden stark abgewertet.

### **Hidden Text**

Vermeiden Sie verborgenen Text und verborgene Links (Textfarbe = Hintergrundfarbe) oder sonstige „Verschleierungstechniken“ ( Überlagerungen von Bildern und Text, Text außerhalb des lesbaren Bereiches positionieren, ... )

### **Domain-Grabbing**

Täuschung von Benutzern durch Registrierung von falsch buchstabierten Webseiten.

### **Ghost Pages / Phantom Pages / Stealth Pages / Stealth Technology**

Umgekehrtes Cloaking. Normale Surfer werden auf andere Seiten umgeleitet, die Suchmaschinen bekommen also keinen verräterischen *Redirect*.

## Don't do's

---

### Programmierfehler und unglückliche Webseiten Praktiken

#### Webseiten mit Frames/iFrames

- Wird auch manchmal benutzt um sogenannte Affiliate-Cookies zu dropfen

#### Javascript-Links / AJAX Content

#### Flash-Seiten, können (noch) nicht (korrekt) gelesen werden

#### Keine Links auf alle Unterseiten haben ( sitemap.xml )

#### HTML Fehler

- Ein paar werden immer da sein, aber die wichtigsten Regeln beachten

<http://validator.w3.org>

#### Inhalte mehrfach vorhanden

- Duplicate Content
- z.B. bei komplexen Shops (der gleiche Artikel auf mehreren Webseiten)



## Google Bowling

## Google Bowling

---

### **Werbung selbst anklicken (Click Fraud)**

Klickbetrüger bedienen sich spezieller Programme, um die Werbung zu oder auf Ihrer Seite wiederholt und für Suchmaschinen ganz offensichtlich nicht durch Menschenhand erzeugt, anzuklicken. Dies führt zur Sperrung Ihrer Einnahmequelle (wenn Sie Werbung in Ihre Seite einbetten) oder zu einer Kostenexplosion (wenn Sie selbst Werbung schalten).

### **Duplicate Content (doppelter oder stark ähnlicher Inhalt)**

Sobald Sie neue Inhalte veröffentlichen, werden diese kopiert und auf eine Seite mit einer höheren Autorität/mehr Links gestellt (*Content Scaper*), als Ihre eigene Seite hat. Wenn es dem Angreifer gelingt, dass seine Version (also die Kopie) schneller von den Suchmaschinen indexiert wird als Ihre, gilt er als das Original und Sie die Kopie und werden somit "abgestraft".

### **Linkkauf-Betrug**

Der Angreifer kauft Links, die auf eine gegnerische Webseite zeigen und meldet an Google das diese Links kaufen würden, um Suchergebnisse zu manipulieren.

### **Social Media Attack**

Mittels automatisierter Programme wird Ihre Seite in Social Media Diensten verbreitet (Bookmarkdienste, News Seiten). Es werden dabei Seiten mit möglichst schlechtem Inhalt genommen (um sich nicht ein Eigentor zu schießen). Diese Seite wird dann sehr häufig (nämlich offensichtlich zu häufig) als sehr gut bewertet, solange bis die Manipulation für die Dienstebetreiber offensichtlich ist und Ihre komplette Domain für alle Zeiten gesperrt wird.

## Google Bowling

---

### Links aus "schlechter Nachbarschaft" (bad neighbourhood)

Durch Eintragen einer Internetseite in Linkfarmen und Spamseiten und sehr oft wiederholter Anmeldung bei Suchmaschinen, werden diese früher oder später der Meinung sein, dass diese Seite von einem Spammer ist. Dies kann dazu führen, dass die Seite entweder aus dem Index fliegt oder stark abgewertet wird.

### Hijacking (302-Seitenumleitung/Redirect)

Die 302-Seitenumleitung (temporäre Umleitung) kann im Gegensatz zur 301-Umleitung (permanente Umleitung) dazu verwendet werden, um eine Seite zu „übernehmen“. Die 302-Umleitung teilt den Suchmaschinen mit, dass die Originalseite vorübergehend auf eine andere Seite umgeleitet wird. So gibt es leider Personen, die eine ähnlich klingende Domain anlegen und eine Umleitung auf die Seite ihres Mitbewerbers setzen (z.B. auf Sie). Wenn die Angreiferdomain genug Links und Autorität besitzt, kann es vorkommen, dass nach der Entfernung der Umleitung, die Suchmaschinen annehmen, dass die "Originalseite" wieder auf ihrem alten Platz erreichbar ist und somit Ihre Seite aus dem Index fliegt.

### Hidden Blog Comments

Bei einigen Blogs können in den Kommentaren nicht sichtbare Meta-Inhalte hinterlegt werden, wie z.B. *"robots=nofollow,noindex"* oder *"content=unavailable\_after"*. Diese Befehle sollen eine Suchmaschine dazu veranlassen, Ihre Seite nicht zu indizieren.



## Sonstige Hinweise

## Sonstige Hinweise

---

### Google Quality Rating

Unterschiedliche Quality Rater (ein paar tausend Studenten) untersuchen Webseiten und kategorisieren diese. Dabei bekommt ein Quality Rater einen Suchbegriff und eine Suchergebnisliste vorgesetzt. Anschließend besucht wird jedes Suchergebnis und nach Googles Richtlinien bewertet.

<b>USEFULL</b>	Die Seite enthält brauchbare Informationen.
<b>RELEVANT</b>	Seite ist passend, geht aber nicht sehr in die Tiefe.
<b>NOT RELEVANT</b>	Seite passt zum Thema nicht oder nur am Rande.
<b>OFF TOPIC</b>	Die Seite ist am Thema vorbei.

Weiterhin können folgende zusätzliche Flags gesetzt werden:

<b>Directory</b>	Ein Linkverzeichnis
<b>Search-List</b>	Suchergebnisse ähnlich einer Google Suche
<b>Spam</b>	z.B. Made for Adsense - Seiten

## Sonstige Hinweise

### Einkaufen „gebrauchter Domains“

Auslaufende/Frei gewordene Domains die eingehende Links und Trust haben sich sofort registrieren. Aber: Google ist selbst Registrar und erkennt einen Besitzerwechsel.

ZoneSpy

<http://www.zonespy.de>

Pool

<http://www.pool.com>

SnapNames

<http://www.snapnames.com>

Desnap

<http://www.desnap.de>

Backorder

<http://www.backorder.de>

Vor dem Kauf den Wert einer Domain prüfen:

<http://www.seitwert.de>

Vor dem Kauf einer Domain Markenschutzverletzungen prüfen:

<http://www.tulex.de>

Domaingrabber, keine Tippfehler:

[www.bundesliag.de](http://www.bundesliag.de) = [www.bundesliga.de](http://www.bundesliga.de) = Hochgradig ähnlich = unzulässiger Gebrauch



## Werbeplätze einkaufen

## Werbeplätze einkaufen

---

Bei den meisten Anbietern bezahlen Sie dann, wenn Jemand auf Ihre Werbung klickt (PPC – Pay per Click). Je nach Einstellung zahlen Sie dann pro Klick zwischen 0.05 € und bis zu 20 €.

### **Pay per View**

Werbung wird gesehen

### **Pay per Click**

Werbung wird angeklickt

### **Pay per Lead**

Ein Kunde registriert sich bei Ihnen, um zum Beispiel einen Newsletter zu bestellen. (bzw. ein Formular wird ausgefüllt)

### **Pay per Sale**

Verkaufsprovision anteilig in Prozent oder Fixbeträge.

### **Mindestdeposit**

Minimaler Umsatz (z.B für mindestens 25 € monatlich Werbeplätze einkaufen)

## Werbeplätze einkaufen

Google, Yahoo und Bing in Deutschland > 97%.

Wer	liefert Werbung bei	CPC	Gebühr	Marktanteile DE
Google Adwords	Google, T-Online, Adsense Teilnehmer	Min. 0.01 €  (Ø 10 x mal Yahoo)	5 € einmalige Gebühr	~ 91.4%
„MicroHoo“  -Yahoo - MSN - Bing	Yahoo, Bing, Web.de, Lycos, GMX, Semager	Min. 0.05 €	50 € einmaliger Mindestumsatz	~ 6.1 %

## Werbeplätze einkaufen

---

### Platzierung Allgemein

Wer mehr pro Klick bietet bekommt eine höhere Platzierung

### Platzierung Google

Berechnet wird die Übereinstimmung des gekauften Begriffes mit der Webseite. Bei hoher Übereinstimmung wird der Kauf billiger.

### Platz 1

Image

### Platz 3

Kosten / Klick Verhältnis am besten (IMHO)

# Werbeplätze einkaufen

## Quality Score

Was entscheidet darüber, wie viel Sie bei Google ausgeben müssen?

- Keyword innerhalb der URL
- Keyword im Title-Tag
- Keine Navigation  
( könnte ja Arbitrage sein ;- )
- Keine Anzeigen
- Keine Links
- Viel Text über mein Keyword  
( semantisch! )

Keyword	Status ?	Qualitätsfaktor ?	Aktuelles Geb Max CPC
wasser video	Aktiv	OK	€0,20
wasser show	Aktiv	Hoch	€0,20
wassershow	Aktiv	Hoch	€0,30
<b>Keyword-Analyse: wassershow</b>			
Wird die Anzeige geschaltet? <span style="color: red;">⚠ <b>Nein</b></span> Ihre Anzeige wird auf Grundlage Ihres Budgets nur gelegentlich geschaltet.			
Klicken Sie zum Anzeigen von Details zu spezifischen Kriterien für diesen Text auf den folgenden Link. <a href="#">Details und Empfehlungen »</a>			
Verwenden Sie zum Abgleichen spezifischer Ausrichtungsbedingungen (etwa eine geografische Region) das <a href="#">Anzeigendiagnose-Tool</a> .			
Qualitätsfaktor: ✓ <b>Hoch (9/10)</b> <a href="#">Details und Empfehlungen »</a>			
wasser feuerwerk	Aktiv	OK	€0,08
wassershow	Aktiv	OK	€0,08
wasser dia	Aktiv	OK	€0,08
wasser laser	Aktiv	OK	€0,08
wasser show anlage	Aktiv	OK	€0,08
wasser show technik	Aktiv	OK	€0,08
wasser shows	Aktiv	OK	€0,08
wasser-show	Aktiv	OK	€0,08
wasser-shows	Aktiv	OK	€0,08
wassershow anlage	Aktiv	OK	€0,08
wassershow technik	Aktiv	OK	€0,08
wassershowanlage	Aktiv	OK	€0,08
wassershowtechnik	Aktiv	OK	€0,08



**Was kommt als nächstes?**

## Was kommt als nächstes?

---

### **Alter / Historie**

Nicht das Alter einer Domain, sondern vielmehr die Historie einer Webseite (regelmäßige Aktualisierungen, regelmäßig neue Links) ist bereits Bestandteil der Berechnung der Glaubwürdigkeit einer Domain. Dieser Einfluss wird vermutlich nicht weniger werden...

### **Linkkäufe unentdeckt**

Es ist nicht möglich jeden unechten oder gekauften Link zu erkennen. Würde diese zudem alle entwertet werden, hätte dies möglicherweise negative Folgen auf die gesamte Qualität von Google, da zehntausende starker und wichtiger Links im Internet verschwinden würden.

### **Unique Content**

Google wird immer besser, nicht nur die Relevanz eines Textes für ein bestimmtes Keyword, sondern auch die allgemeine Qualität eines Textes zu bestimmen. Einzigartige, regelmäßig aktualisierte und qualitativ hochwertige Inhalte werden zukünftig immer wichtiger werden.

## Was kommt als nächstes?

---

### **Vernetzung/Reputation**

Nicht nur die Vernetzung einer Webseite in Bezug auf deren Verlinkung, sondern auch die Erwähnung sowie Empfehlung in sozialen Netzwerken bzw. Diensten wird zukünftig immer weiter an Bedeutung gewinnen. Bereits heute ist diesbezüglich zwar schon eine Entwicklung zu erkennen, aber menschliche Bewertungen lassen sich zumeist schwerer einkaufen als bloße Links.

### **Resonanz/Clickthrough/Benutzerverhalten**

Die Resonanz, d.h. das Verhalten der Besucher einer Webseite, wird in der Zukunft wahrscheinlich das ausschlaggebende Rankingkriterium werden. Wenn sich eine Webseite durch von Google erhobene Daten als schlecht bzw. besucherunfreundlich erweist, wird dieses zukünftig wahrscheinlich kein anderes Rankingkriterium kompensieren können. Besucher bekommen also indirekt mehr Mitspracherecht.

### **Messbare Investitionen**

Wer bereit ist zu investieren, hat wahrscheinlich keine schlechte Webseite und noch einiges vor.

- Domain 10 Jahre im voraus registrieren
- Einen eigenen Webserver anmieten auf dem sonst keine anderen Seiten laufen
- Teure Keyword-Domain haben

## Was kommt als nächstes?

---

### **Social Media APIs**

Virales Marketing via integrierte Social Media Dienste (Beispiel: Facebook API, XING Applikationen). Programmieren Sie eine Schnittstelle zu Ihrer Datenbank und verbreiten Sie diese in Social Media Diensten.

### **Mobile Search**

Suchmaschinen und Webseiten für auf Mobiltelefone optimiert. (Display-Größe, Useability). Haben Sie Ihre Webseite schon für Mobiltelefone (Iphone, Blackberry, Nokia N97) optimiert?

### **Video Search**

YouTube auf Platz 3 aller Suchanfrage gleich nach Google und Yahoo, Videos als Treffer in normalen Suchergebnissen. Wenn Sie es nicht mit Ihrer Webseite in die Top 10 schaffen, können Sie es immer noch mit einem Video dazu.

### **Semantische Suche**

Keywordmatching weniger exakt, mehr semantisch (relevanzcluster) . Immer nur ein Thema pro Seite ansprechen, verwandte Wörter verwenden.

# NG-Marketing

- Suchmaschinenoptimierung
- Webdesign
- Internet Werbung & Google Adwords
- Seminare und Consulting

Tel: 0931 – 207 410 7

Mobil: 0179 – 273 68 68

E-Mail: [schneider@ng-marketing.com](mailto:schneider@ng-marketing.com)

Einen guten Umsatz wünscht Ihnen

**Matthias Schneider**  
NG-Marketing

