

Alle finden Sie gut:

Das Einmaleins für alle, die im Internet schnell entdeckt werden wollen

Einer der wichtigsten Vorsätze beim Aufbau einer Internetpräsenz besteht darin, die Seiten für Kunden und Interessenten leicht und schnell auffindbar zu machen. Suchmaschinen spielen mittlerweile eine Schlüsselrolle, um die Zugriffe von Interessenten und Kunden zu erhöhen. Doch die bloße Präsenz im Web reicht oftmals nicht, um von den Suchmaschinen gefunden zu werden – diese Tatsache wird oft übersehen. Dabei ist eine höhere Trefferquote leicht zu erreichen: Mittels Registrierung der Website bei verschiedenen Suchmaschinen und einer angepassten Programmierung verbessern sich die Chancen deutlich, gelistet zu werden.

Wie funktionieren Suchmaschinen?

Ein grundlegendes Verständnis der Funktionsprinzipien von Suchmaschinen hilft dabei, Websites zu optimieren und geeignete Suchmaschinenanbieter auszuwählen.

Jede Suchmaschine, von Google bis Yahoo, hat ihre eigenen Protokolle und Algorithmen. Diese legen fest, wie eine Suche funktioniert. Suchmaschinen nach dem Crawler Prinzip – zum Beispiel Google – generieren Listen, indem sie wie eine Spinne durch das Netz kabbeln. Die Suche nach Objekten erfolgt anhand der Suchkriterien, die der Nutzer mit der Sucheingabe festlegt. Die so erstellten Listen sind nach der entsprechenden Relevanz geordnet.

Es gibt auch Suchmaschinen, deren Inhalte von Hand gemanagt werden, wie die von LookSmart. Dazu werden die von Kunden gelieferten Beschreibungen ihrer Websites vom Redakteur der Verzeichnisse begutachtet und eingepflegt. Wenn jemand diese Verzeichnisse für eine Suche verwendet, dann tauchen nur die Ergebnisse in der Liste auf, die vorher in den Webseiten-Pool aufgenommen wurden.

Eine dritte Kategorie von Suchmaschinen verbindet die Crawler-basierten mit den von Hand gemanagten. Ein Beispiel dafür ist MSN Search. Sie ermöglichen beide Suchformen und eignen sich besonders für ungewöhnliche Anfragen.

Suchmaschinenregistrierung oder Suchmaschinenoptimierung?

Auch wenn die beiden Begriffe Suchmaschinenregistrierung und Suchmaschinenoptimierung manchmal im gleichen Atemzug genannt werden, unterscheiden sie sich grundlegend.

Suchmaschinenregistrierung ist ein mehr oder weniger formeller Prozess, der den unterschiedlichen Suchmaschinen einzeln „mitteilt“, dass eine Website existiert. Suchmaschinenregistrierung ist eine Grundvoraussetzung aber noch lange keine Garantie dafür gefunden zu werden.

Suchmaschinenoptimierung umfasst dagegen Veränderungen an der eigenen Website, die die Chancen erhöhen sollen, bei Eingabe von bestimmten Suchbegriffen besser gefunden zu werden. Protokolle – also die Arbeitsweise – der verschiedenen Suchmaschinen variieren stark und verändern sich zudem ständig. Wenn es für Ihre Unternehmensstrategie im Internet entscheidend ist, immer möglichst weit oben in den Ergebnislisten der Suchmaschinen zu erscheinen, dann sollte Ihr Webmanager immer über Veränderungen und Anforderungen der Protokolle informiert sein und die entsprechenden Veränderungen an Ihrer Website vornehmen. Diese Dienste können natürlich auch von externen Spezialisten übernommen werden.

Keywords sind ein Schlüssel zum Erfolg

Bevor es mit der Programmierung losgeht, sollten Sie Schlüsselbegriffe auswählen, die Ihr Unternehmen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung möglichst präzise beschreiben und so speziell sind, dass sie eine Platzierung am Anfang der Ergebnislisten fördern. Versetzen Sie sich in Ihren Kunden und stellen Sie sich vor, was dieser eintippen würde, um nach Ihrem Angebot zu suchen: Wer eine Beule im Auto repariert haben möchte, wird wahrscheinlich „Karosseriearbeiten“ oder „Karosserie ausbessern“ eintippen. Also sollten Ihre Schlüsselbegriffe diese Wörter auch umfassen. Günstig ist, wenn diese Wörter zudem mehrfach in Ihren Texten erscheinen. Dadurch erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, weit oben in den Ergebnislisten zu erscheinen.

Jede Seite Ihres Webauftritts sollte individuelle Keywords haben, die den Inhalt der Seite reflektieren. Bedenken Sie, dass Wörter mit einer breiten Verwendung – in unserem Fall die Wörter „Auto“ oder „Reparatur“ – auch viele Ergebnisse generieren und damit möglicherweise eine relativ schlechte Positionierung. Die Verwendung von Wortgruppen (z.B. „Karosseriearbeiten Berlin“) hilft dagegen beim Verkürzen der Ergebnisliste.

Keywords strategisch platzieren

Jede Suchmaschine hat unterschiedliche Kriterien und Protokolle. Doch es gibt bestimmte Informationen zu Ihrer Website, die in jedes Register eingetragen werden müssen. Je häufiger Ihre Keywords in den folgenden Kategorien erscheinen, umso erfolgreicher ist die Suche nach diesen Keywords und damit die Listung Ihrer Seite:

- **Seiten-Titel** – Der Seiten-Titel erscheint am oberen Rand des Browsers über dem Menü und zwischen den <title> tags im HTML-Code. Dies ist das wichtigste Element, wenn es um das Auffinden der Seite geht. Seiten mit Keyword im Titel rangieren viel höher als die Seiten, bei denen das Wort nur im Textkörper erscheint.
- **Keyword-Dichte** – Dies ist die Prozentzahl der Keywords oder Keyword-Gruppen im Textkörper der Seite. Sie erscheint zwischen den <body> tags in HTML. Suchmaschinen „schauen“ nach der Keyword-Dichte. Je höher die Prozentzahl, umso höher die Dichte und damit die Listungschance.
- **Meta-tags** – Meta-tags sind HTML-Tags, die Informationen über den Inhalt von Seiten beinhalten. Zwar verwenden nur wenige Suchmaschinen Meta-Tags, sie sind dafür aber relativ populär wie etwa AltaVista.
- **URL** – Ihre URL, also die Webadresse, sollte zum einen einprägsam für Ihre Kunden sein, zum anderen beeinflusst sie bei der Suche das Ergebnis: Je mehr ein Keyword mit dem Anfang einer

URL übereinstimmt, umso besser ist das Ergebnis. Z.B. wird ein Suchergebnis nach „Blumen“ zuerst www.blumenvongabi.de listen bevor www.gabisblumen.de erscheint.

Das strategische Platzieren von Keywords ist ein wichtiger Teil bei der erfolgreichen Listung. Es hat allerdings keinen Sinn, die Seiten mit Keywords zu überfluten. Die meisten Suchmaschinen sind so programmiert, dass bei solchen Manipulationen die Website komplett ignoriert wird.

Übergeben Sie wichtige Hauptseiten manuell

Die meisten Suchmaschinen ordnen die Unterseiten Ihrer Website automatisch zu, indem sie den Links von der Homepage folgen. Manchmal dauert die automatische Verlinkung jedoch sehr lange und einige Suchmaschinen registrieren Unterseiten zudem gar nicht. Als nützlich erweist es sich da, wenn Sie drei oder vier inhaltlich wichtige Hauptseiten direkt „einreichen“. Dadurch taucht Ihre Website bei den führenden Suchmaschinen dann wirklich auf.

Alle diese Tipps sind keine Garantie, dass Ihre Webseite weit oben in den Ergebnislisten erscheint. Sie erhöhen jedoch die Listungschance bei einem Minimum an Aufwand. Suchmaschinenoptimierung und die Anpassung an die Suchmaschinen-Protokolle ist ein komplexer Prozess. Er erfordert permanent viel Zeit und Aufwand.

Wenn Sie das Gefühl haben, dass trotz einer suchmaschinenfreundlichen Webseite der Erfolg ausbleibt, können klassische Werbemethoden und PR weiterhelfen. Auch Links von anderen Webseiten sind ein gutes Mittel und natürlich Mundpropaganda. All diese Maßnahmen sind nach wie vor äußerst effektiv, um „Traffic“ auf Ihre Webseite zu bekommen. Das sollte man bei aller der teilweise inszenierten Aufregung um das Thema „Suchmaschinen-Optimierung“ im Hinterkopf behalten.