

Such!

So werden Sie online besser gefunden

Warum für die Suchmaschinenoptimierung gute Texte auf Ihrer Website so wichtig sind

Laut der Gesellschaft für Konsumforschung* ist das Web heute Suchmedium Nummer Eins für die Deutschen: 49 Prozent der lokalen Suchanfragen nach Firmen und Dienstleistern finden heute im Internet statt. Das sind gut 557 Millionen gewerbliche Suchvorgänge pro Jahr. Und: Die Bedeutung der mobilen Suche nimmt weiter zu – bereits 23 Prozent setzen bei der Internetsuche auf Smartphones, Apps & Co.

Die mittelständischen Unternehmen haben auf diese Entwicklung reagiert und ihre Aktivitäten im Netz weiter ausgebaut – allerdings sind sich die meisten noch nicht bewusst, dass ihre Firmenwebsite einer permanenten Pflege bedarf, um auch tatsächlich in den Suchmaschinen gefunden zu werden.

Die aktuelle Telegate-Studie „Mittelstand und Werbung“** hat nach einer Umfrage im Oktober 2011 unter rund 500 kleineren und mittleren Betrieben u. a. folgendes ermittelt:

Professionell gestaltete Firmenwebseiten gewinnen an Bedeutung

- 66 Prozent der befragten KMU betreiben heute eine Homepage. Das ist ein Zuwachs von acht Prozent im Vorjahresvergleich.
- Fast 60 Prozent der befragten Unternehmen beauftragen einen spezialisierten Webdienstleister oder eine Agentur mit der Erstellung.

Suchmaschinenoptimierung (SEO), die große Unbekannte

- Mehr als 70 Prozent der befragten Firmen betreiben ihre Webseite, um bei Google gefunden zu werden.
- Aber nur ein Drittel optimiert ihren Internetauftritt.
- Grund ist fehlendes Fachwissen über Methoden, Mitteleinsatz und Erfolg von SEO-Maßnahmen.

Ihre Website: die Basis für erfolgreiches Online-Marketing

Ganz egal, wie intensiv Sie Online-Marketing betreiben wollen, ob Sie Ihre Website in Eigenregie oder von einer Agentur erstellen lassen: Es gibt einige Faktoren, die Sie bei der Gestaltung und Programmierung unbedingt berücksichtigen sollten.

Erfolgreiche Webseiten

- bieten eine einfache Orientierung durch eine übersichtliche Menüführung
- haben eine ansprechende und zeitgemäße Gestaltung, die zu der Zielgruppe passt
- geben schnell die gewünschten Informationen und führen umgehend zu den Angeboten
- stellen in den Texten den Kundennutzen in den Mittelpunkt
- sind vertrauens- sowie glaubwürdig und binden z. B. Referenzen und Testimonials ein
- werden schnell von Suchmaschinen und Kunden gefunden
- lassen sich einfach aktualisieren, z. B. durch Einbindung eines Redaktionssystems



*GfK-Erhebung „Auskunftswesen 2011“ im Auftrag der telegate AG, Oktober 2011

** psyma research & consulting GmbH, Rückersdorf

Suchmaschinenoptimierung: Eine Geheimwissenschaft?

Da will jeder hin: Bei den Google-Ergebnissen im nicht-bezahlten Bereich auf die erste Seite und zwar möglichst weit oben.

Erreichen kann man dies nur durch eine effektive Suchmaschinenoptimierung. Doch darüber, was das Suchmaschinen-Ranking tatsächlich beeinflusst, geistern zahlreiche Mythen durch das Netz. Diese Unklarheit ist von Google, Bing u. a. durchaus gewollt, und so bleiben die genauen Kriterien, nach denen die Suchrobots das Internet durchstöbern, fast alle geheim. Zudem nimmt Google im Jahr ca. 500 Änderungen am Suchalgorithmus vor. Daher kann Ihnen auch niemand garantieren, dass Sie mit Ihrer Website immer eine Top-Platzierung erreichen. Doch es gibt einige Maßnahmen, mit denen Sie Ihre Website besser auffindbar machen können. Hier eine Auswahl:

Wichtigstes Element der Suchmaschinenoptimierung:

Relevante, eigenständige und aktuelle Texte

- Google & Co. haben Methoden entwickelt, mit denen neuer und einzigartiger Inhalt auf einer Website erkannt werden kann. Dieser sogenannte „Unique Content“ hat einen positiven Einfluss auf das Ranking im Suchmaschinen-Index. Duplizierte Texte – also Inhalte, die bereits woanders veröffentlicht, kopiert oder nur geringfügig geändert wurden – werden dagegen von Suchmaschinen negativ bewertet und aussortiert.
- Nutzen Sie für Ihre Website daher ausschließlich eigene Texte!
- Denken Sie beim Schreiben der Webtexte an Ihre Zielgruppe: Mit welchen Begriffen sucht diese nach Ihnen? Welche Schreibweisen werden genutzt? (z. B. Joghurt oder Yoghurt) Hilfreich für Ihre Recherche ist u. a. das kostenlose Keyword-Tool von Google AdWords.
- Definieren Sie maximal fünf der relevanten Keywords.
- Anschließend gilt es, diese Keywords in Ihren Webtext einzubauen. Der wichtigste Begriff sollte sich möglichst weit vorn befinden. Aber Vorsicht: Der Anteil der Keywords am gesamten Text darf bei maximal drei bis fünf Prozent liegen. Nutzen Sie die Wörter häufiger oder werden diese ohne Zusammenhang und Sinn aneinandergereiht, so kann dies von Google auch „abgestraft“ werden, d. h. Ihre Seite wird gar nicht mehr in den Suchergebnissen angezeigt.

- Formulieren Sie aussagekräftige Headlines, diese sollten aus fünf bis acht Wörtern bestehen.
- Achten Sie unbedingt darauf, dass Ihre Inhalte für Ihre Zielgruppe interessant und vor allem aktuell sind. Nur dann werden sie gelesen oder sogar weiterempfohlen und von den Besuchern geteilt (vorausgesetzt natürlich, Sie bieten eine entsprechende Möglichkeit, z. B. mit einer facebook-Anbindung).

Klare Domaintitel (URL) – auch auf jeder Unterseite

- Wählen Sie einen Domainnamen, der Ihre Firma am besten repräsentiert und mindestens Ihr Haupt-Keyword enthält, z. B. www.ambiente-mediterran.de
- Wenn Sie ein lokal aktives Geschäft betreiben, macht es Sinn, auch noch den Namen der Stadt oder Region mit einzubeziehen.
- Wenn der Domainname aus mehreren Wörtern besteht, sollten die Wörter mit Bindestrichen verbunden sein.
- Vermeiden Sie auch auf den Unterseiten kryptische Bezeichnungen und verwenden Sie klare Bezeichnungen wie z. B. www.bvmw.de/leistungen

Kurzbeschreibung nutzen

Google zeigt bei den Suchergebnissen unterhalb des Seitentitels eine Beschreibung der Seite an. Dieser wird in den Meta-Tags als „Description“ definiert und sollte maximal 150 Zeichen inkl. Leerzeichen haben. Dieser Text kann entscheidend dafür sein, ob ein Google-Nutzer auf den Link zu Ihrer Seite klickt. Vermeiden Sie daher unbedingt überflüssige Begrüßungen und Füllwörter, fassen Sie in wenigen Worten prägnant Ihre Leistung in den wichtigsten Suchbegriffen zusammen. Falls keine „Description“ definiert ist, zieht Google einen Textausschnitt (Snippet) aus dem Inhalt der Seite und verwendet diesen als Kurzbeschreibung. Da dies nicht unbedingt die Texte sind, die Ihre Leistung am besten zusammenfassen, sollten Sie dort aktiv eingreifen.

Inhalt für Suchmaschinen sichtbar machen

Seien Sie vorsichtig beim Einsatz von Flash zur Animation Ihrer Website: Texte bleiben dabei für Suchmaschinen unsichtbar. Und iPhone- und iPad-Anwender sehen sogar weder Text noch Bilder. Besser geeignet ist z. B. JavaScript.



Claudia Mattheis

Geschäftsführerin
mattheis werbeagentur GmbH
Die Full-Service-Agentur aus Berlin
arbeitet bundesweit für Unternehmer
aus dem Mittelstand und gestaltet u. a.
das Magazin „Der Mittelstand.“
vom BVMW.
www.mattheis-berlin.de