



Suchmaschinenoptimierung für Einsteiger: Einfach erklärt und sofort umsetzbar.

Lassen Sie sich ab sofort finden!

Der Begriff Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO (engl. Search Engine Optimization), ist jedem Unternehmer schon einmal begegnet, der sich auch mit der Vermarktung seines Betriebs im Internet beschäftigt hat. Schnell stößt man bei der Recherche auf komplizierte Programmiercodes oder Agenturen, die für viel Geld Top-Positionen in Suchmaschinen versprechen. Doch SEO ist kein Hexenwerk. Die Optimierung der Auffindbarkeit der eigenen Seite im Internet ist leicht und für jedermann selbst umsetzbar!

Einige Regeln und nützliche Hinweise sind allerdings zu beachten, wenn Ihr Betrieb im Netz sichtbar werden soll. Die Internetexperten von web4business möchten Ihnen den Einstieg erleichtern und führen Sie mit hilfreichen, praktischen Tipps an das Thema Suchmaschinenoptimierung heran.

Warum muss ich meine Seite optimieren?

Ständig durchforsten Suchmaschinenprogramme (Webcrawler) das Internet, um Websites zu bewerten und zu kategorisieren. Dadurch werden Suchanfragen schnell beantwortet.

Zwar können Sie die Suchergebnisse bei Google & Co. nicht direkt beeinflussen, jedoch die Website Ihres Betriebes für Suchmaschinen entscheidend verbessern. So steigt die Wahrscheinlichkeit, unter den ersten Suchergebnissen zu erscheinen und von neuen Kunden gefunden zu werden. Aus eigener Erfahrung wissen Sie vielleicht schon, dass oftmals nur die ersten Ergebnisse angeklickt werden.

Unabhängig davon können Sie natürlich auch Werbeanzeigen in Suchmaschinen schalten, was aber kostenpflichtig ist. Behalten Sie deshalb stets im Auge, dass Suchmaschinen ein großes Interesse an passenden Suchergebnissen haben, denn sie finanzieren sich grundsätzlich durch Werbung. Sinken die Besucherzahlen, dann fallen auch die Werbeeinnahmen geringer aus.

Wie gehe ich bei der Suchmaschinenoptimierung vor?

Zunächst sollten Sie sich in die Lage Ihrer potenziellen Kunden versetzen: Wonach suchen sie? Suchen sie zum Bau einer Holzterrasse etwa nach einer „Zimmerei“, einem „Gartenbauer“ oder geben sie bei der Suche „Terrasse bauen lassen“ ein? Welches Gewerk in Frage kommt ist, je nach Projekt, nicht immer ganz klar.

Das zeigt: Laien haben oft einen anderen Blickwinkel als der Fachmann. Sie kennen das sicher von Anfragen oder aus Gesprächen mit Kunden. Hier sollten Sie genau hinhören oder einfach nachfragen, wie Ihre Kunden bei der Recherche vorgegangen sind.

Recherchieren Sie auch nach Synonymen und verwandten Begriffen (bspw. mit www.openthesaurus.de).

Tipp: Spezielle Dienstleistungen und lokale Angebote werden oft mit einem Zusatz wie „in Berlin“ gesucht.

Diese Suchbegriffe sind Grundlage für Ihre individuelle Suchmaschinenoptimierung. Am besten erstellen Sie eine Liste mit Schlüsselworten, die für Ihren Betrieb und Ihr Angebot relevant sind. Das sind die Begriffe, auf die Sie Ihre Website optimieren werden.

Wie setze ich die Suchmaschinenoptimierung um?

Es gibt verschiedene Ansatzpunkte und weit mehr, als hier aufgeführt werden. Man unterscheidet zwischen Maßnahmen auf der eigenen Website und Maßnahmen auf den Websites anderer Betreiber. Alle Faktoren spielen zusammen und sollten ausgewogen eingesetzt werden: die Inhalte, externe Verlinkungen und technische Grundlagen der Website. Wir befassen uns im Folgenden mit denen, die Sie leicht beeinflussen können - abhängig von den Einstellungen, die Ihnen Ihr Website-Anbieter ermöglicht.

1. Website-Inhalte

a. Füllen Sie Ihre Website mit Leben

Beschreiben Sie Ihr Unternehmen und das Angebot. Holen Sie von zufriedenen Kunden Zitate ein und lassen Sie Ihre Mitarbeiter sprechen. Setzen Sie Bilder ein. Zwar erkennen Suchmaschinen die Inhalte in Bildern nicht, jedoch werden Bildunterschriften und Alternativtexte ausgelesen.

b. Halten Sie mit Ihrem Fachwissen nicht hinterm Berg

Nützliche Informationen werden gerne an andere Personen weitergeleitet und in sozialen Netzwerken geteilt. Ermöglichen Sie das einfach durch Weiterleitungsfunktionen. Als Gastronom erklären Sie die optimale Lagerung von Rotwein, Hoteliers beschreiben Ausflugsziele in ihrer Umgebung, Ärzte geben Gesundheitstipps usw.

c. Wer von gestern ist, wird schwer gefunden

Aktuelle Informationen sorgen nicht nur für mehr Leben auf der Website, sondern bringen Sie auch bei Suchmaschinen nach vorne. Kommentieren Sie als Rechtsanwalt aktuelle Gerichtsurteile oder begleiten Sie als Bäckermeister den Azubi auf den Etappen seiner Ausbildung.

d. Geben Sie den Texten eine Struktur und setzen Sie Überschriften ein

Textstrukturen vereinfachen das Lesen und: Schlüsselwörter in den Überschriften gewichtet eine Suchmaschine in der Regel stärker.



e. **Seien Sie individuell und einzigartig**

Kopieren Sie keine fremden Texte in Ihre Website, die in der Form bereits auf anderen Internetseiten verfügbar sind. Durch doppelte Inhalte verliert eine Website an Relevanz für Suchmaschinen.

f. **Seriös mit Impressum**

Ein Impressum ist nicht nur aus juristischen Gründen Pflicht. Suchmaschinen stufen Websites ohne Impressum und Kontaktangaben als unseriös ein. Achten Sie auch darauf, dass Sie keine E-Mail-Adresse eines kostenlosen E-Mail-Dienstes angeben, sondern die Ihrer Domain einsetzen.

2. Externe Verlinkungen

a. **Sorgen Sie für externe Links, die auf Ihre Website führen**

Sprechen Sie dazu beispielsweise gezielt Geschäftspartner, lokale Online-Medien oder Fachportale an. Wählen Sie die Websites gezielt aus: Denn Verlinkungen von unseriösen oder themenfremden Seiten können sich auch negativ auf die Einstufung Ihrer Website auswirken.



Übernachtung inklusive Frühstück

Genießen Sie unsere geschmackvoll eingerichtete Zimmer und Suiten, immer liebevoll mit frischen Blumen und leckerem Obst für Ihren Verzehr dekoriert.



Bei allen Übernachtungen ist das luxuriöse Frühstück
Von Lachs über Schinken zu Rührei, von hausgemachten
frische Brötchen zu Müsli, Obst und diversen Joghurts
wohl sortierte Säfte... freuen Sie sich auf den Morgen!

Wir beziehen alle frischen Waren aus der nahen Um

www.biohof-kubler.de

www.metzgerei-fritzsche.de

b. **Tragen Sie Ihren Betrieb in Branchenbücher ein**

Einen Eintrag bei Google Places sollten Sie in jedem Fall anlegen. Am besten mit einer Kurzbeschreibung und Bildern. Nutzen Sie die Möglichkeiten von Branchenportalen ([bspw. www.qype.de](http://www.qype.de)).

Tipp: Weisen Sie zufriedene Kunden auf die Bewertungsmöglichkeiten hin, die es dort häufig gibt. Positive Kundenstimmen sprechen für sich, auf negative sollten Sie angemessen reagieren.

3. Technische Kniffe

a. **Die Internetadresse ist Ihr Aushängeschild**

Achten Sie schon bei der Wahl Ihrer Internetadresse (Domain) darauf, dass Sie auch dort relevante Begriffe verwenden. Kurz und einprägsam sollten diese auf Ihre Leistungen und das Angebot hinweisen.

b. **Machen Sie es Suchmaschinen leicht**

Titel-, Beschreibungs- und Schlüsselwort-Hinweise (Title-, Description- und Keyword-Tags) sind Anhaltspunkte für Suchmaschinen, wenn sie die Relevanz Ihrer Website und jeder einzelnen Unterseite für die Suchanfrage bewerten. Gerade hier sollten Sie Schlüsselbegriffe einsetzen und Ihr Angebot kurz und präzise beschreiben. Vermeiden Sie lange Texte und verwenden Sie unbedingt die Schlüsselworte, die auch im Inhalt der jeweiligen Seite vorkommen.

Beispielbegriffe für eine Arztpraxis und ihre individuellen Leistungen:

Titel:

Dr. Engelbauer – Facharzt für Allgemeinmedizin – Individuelle Gesundheitsleistungen

Beschreibung:

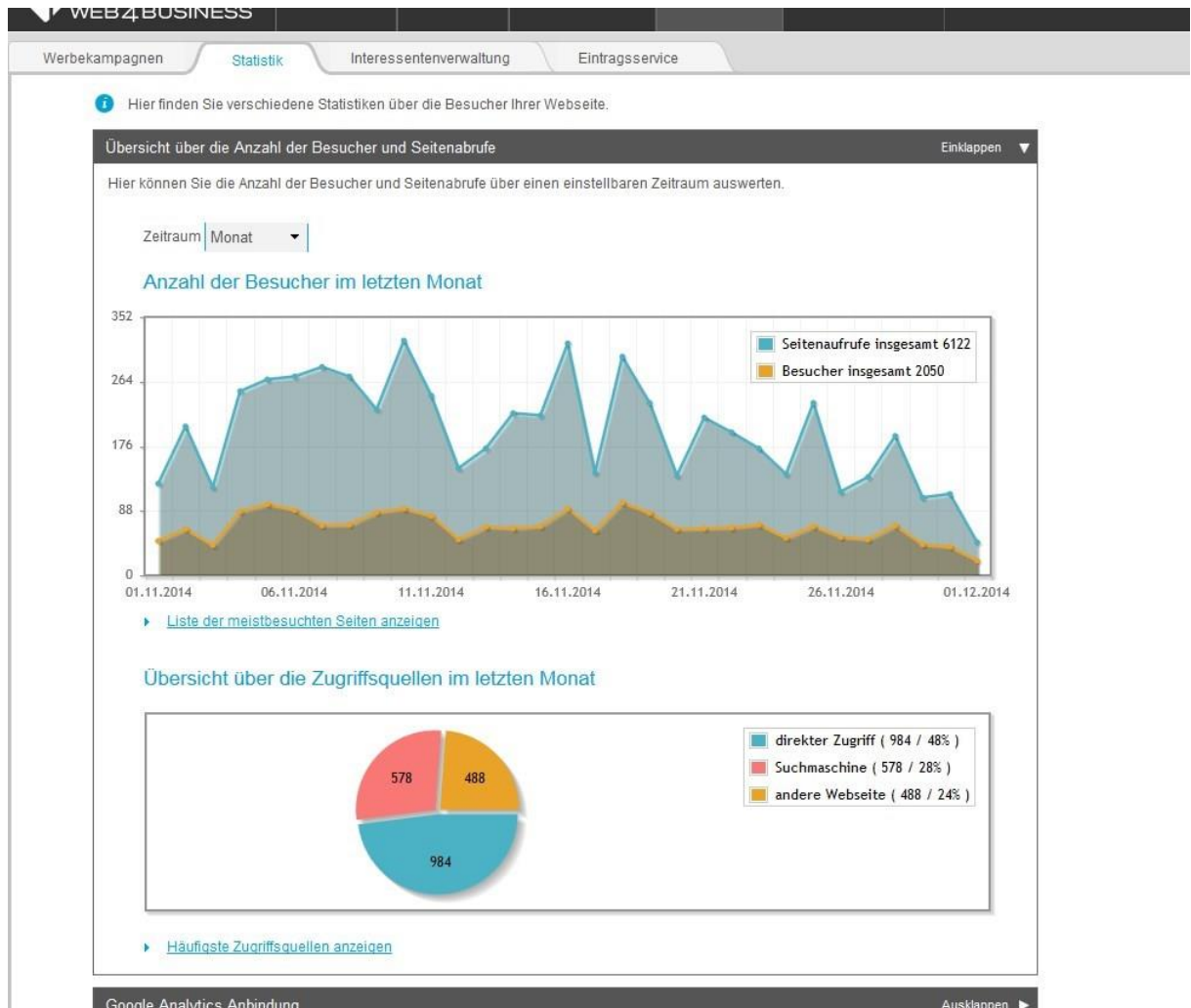
Unsere Praxis bietet ihnen individuelle Gesundheitsleistungen. Von Ernährungsberatung und Desensibilisierung über Reise- und Flugmedizin bis zur Raucherentwöhnung.

Schlüsselworte:

Ernährungsberatung, Desensibilisierung, Flugmedizin, Raucherentwöhnung, Reisemedizinische Impfung

c. **Beobachten Sie das Geschehen auf Ihrer Website**

Mit Hilfe einer Website-Statistik können Sie den Erfolg Ihrer Strategie verfolgen und rechtzeitig reagieren. Welche Seiten werden am häufigsten besucht? Wie viele Besucher gelangen über Suchmaschinen auf Ihre Seite?



Wichtig: Alle Maßnahmen sollten verhältnismäßig und ausgewogen eingesetzt werden.

Zum Beispiel wirkt ein Text mit auffällig vielen Schlüsselwörtern auf Leser und Suchmaschinen unseriös. Ebenso wird ohne den Aufbau von externen Links der SEO-Erfolg nur gering ausfallen.

Wann kann ich mit ersten Erfolgen rechnen?

Eine gute Position auf den Ergebnisseiten der Suchmaschinen lässt sich nicht von heute auf morgen erreichen. Es ist ein ständiger Optimierungsprozess. Demzufolge kann es sein, dass erste Erfolge erst später sichtbar werden. Je nach Branche, geografischer Lage und den Schlüsselworten sind die vorderen Plätze bei Suchmaschinen auch mehr oder weniger hart umkämpft.

Befolgen Sie die Grundsätze konsequent und ausgewogen, werden Sie in jedem Fall positive Ergebnisse feststellen können.

Übrigens: Google optimiert ständig den Suchalgorithmus. Große Veränderungen werden von Medien gerne aufgenommen und diskutiert. Davon sollten Sie sich nicht verunsichern lassen. Eine inhaltlich ansprechende Website auf einer soliden technischen Basis wird von den Änderungen in der Regel nicht negativ betroffen sein.

Die Autoren

Dieser Leitfaden wurde von den Internetexperten der **Content Management AG** erstellt. Das Kölner Unternehmen entwickelt seit 1999 spezialisierte Software, die auf anerkannten Industriestandards basieren. Die mehrfach ausgezeichnete Technologie kommt seit Jahren erfolgreich bei den größten Internet- und Telekommunikationsanbietern erfolgreich zum Einsatz. Weltweit nutzen derzeit mehr als drei Millionen Anwender die benutzerfreundlichen Produkte zur einfachen Erstellung, Pflege und Vermarktung von professionellen Webseiten.

Mit **web4business** bietet die Content Management AG maßgeschneiderte Webseiten-Baukästen für verschiedene Wirtschaftszweige. Mit dieser Software-Innovation erhalten kleine und mittelständische Betriebe erstmals ein Werkzeug, um ihr Unternehmen ohne technische Vorkenntnisse einfach, professionell und erfolgreich im Internet zu vermarkten. Lizenzierte Bilder, anpassbare Texte und branchenspezifische Funktionen zeichnen das Produkt aus. Das Angebot wird in Kooperation mit führenden Wirtschaftsverbänden, Herstellern und Dienstleistern beständig weiterentwickelt.

Weitere Informationen gibt es unter:

www.web4business.de