



Berlin, 24. Juni 2004

Website-Optimierung für Suchmaschinen

Referent: Uwe Stache, berlin-one.de



isp-academy.net

gefördert durch das
Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Die Maßnahme



**Bundesweites Netzwerk der
Kompetenzzentren für den
elektronischen Geschäftsverkehr**

**Laufzeit der 1. Phase:
01.05.1998 bis 30.04.2001**

**Laufzeit der 2. Phase:
01.05.2001 bis 30.04.2003**

Weiterführung bis Ende 2005



Das Kompetenzzentrum eCOMM Berlin



Handwerkskammer Berlin



Aktivitäten von eCOMM Berlin

- **Beratungen und Informationen: ca. 700 Beratungen Tendenz: Von den Einstiegsberatungen hin zu anspruchsvollen Anfragen**
- **Veranstaltungen: ca. 7000 Kontakte auf Veranstaltungen Tendenz: kleine Runden mit hohem Praxisbezug**
- **Tagesgeschäft: Informationsrecherche und -aufbereitung, Tendenz: schnelle Verfügbarkeit von Informationen**



Themen- und Branchenschwerpunkte

- eManagement
- eLogistik
- Beschaffung und Märkte
- Kundenbeziehung und Marketing
- Unternehmenskooperationen
- Netz- und Informationssicherheit (WBT- Online-Recht)
- Elektronischer Geschäftsverkehr in der Touristikbranche
- Elektronischer Geschäftsverkehr im Handel
- Elektronischer Geschäftsverkehr bei den Freien Berufen



Nächste Veranstaltungen

- **02.09.2004** **Elektronische Produktkataloge -
der Einstieg in den Online-Vertrieb**
- **23.09.2004** **Shopsysteme**
- **14.10.2004** **Elektronische Marktplätze -
Vertrieb und Beschaffung im
Internet**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Michael Stamm
TSB Berlin GmbH
Ludwig Erhard Haus
Fasanenstraße 85
10623 Berlin

Telefon: (030) 46302-414

Fax: (030) 46302-444

Email: stamm@technologiestiftung-berlin.de

Internet: <http://www.ecomm-online.de>

<http://www.technologiestiftung-berlin.de>



Suchmaschinen- Optimierung

Uwe Stache



Die Themen

- Welche Suchmaschinen?
- Optimierung der Site
- Optimierung der Inhalte/Seiten
- Methoden
- Geheime Tricks?



Generell gilt, dass ...

- ... Suchmaschinen-Algorithmen variieren
- ... guter Content die beste Optimierung ist
- ... exakte (X)HTML-Kenntnisse wichtig sind
- ... Optimierung nie beendet ist ...



Metatags

- Häufig überbewertet
 - Altavista, AlltheWeb, Fireball: ja
 - Google: eher nein
- Keywords und Description
- Passend zur Suchmaschine



Seitenoptimierung

- Wichtiges an den Anfang der Datei
DATEI ! Nicht „Seite“
- Worthäufigkeit, Worddichte
- Entities eher nicht mehr verwenden



Seitenoptimierung

• Wichtige Tags:

- `<title>...</title>`
- `...`
- `...`
- `...`
- `<h[1-6]>...</[1-6]>`
- `...`



Siteoptimierung

- kurze Pfade
- keine dynamischen URLs
- Domain-Namen max. 20 Zeichen
- konsistente Knotenpunktseiten erstellen
- keine Frames



Linkpopularität

- Links von anderen Sites
- Wichtig für Ranking
- besonders von Verzeichnissen (dmoz, Yahoo!)
- Wirkungslos: Links von ...
 - verwandten IP
z.B.: 213.160.88.1-254
 - selben NIC-Handle
z.B.: US2200-RIPE
 - reziproke Links
 - der selben Domain

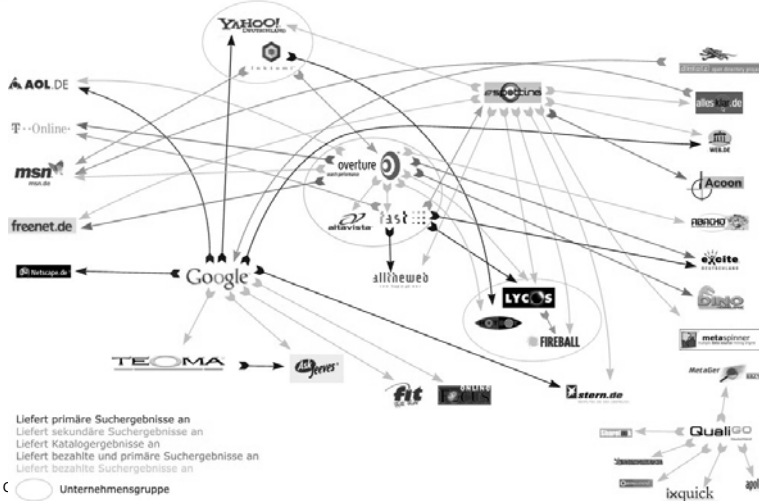


Welche Suchmaschinen ?

- Google
- Favoriten der jeweiligen Zielgruppe(n)
- Verzeichnisse



Suchmaschinenetz



Texten

- Orientierung am Grundbedürfnis Information
- Medienorientierte Schreibweise
- Für Zielgruppe(n) texten
Bsp.: AOL-User schreiben alles gross
- Stemming wird selten verwendet, daher Phrasen und Formulierungen variieren!



Tricks (und andere dont's)

- mehrere Domains auf selbe Seite
- alles in h1
- Meta-Refresh
- Navigation per JS oder Flash
- Einfache Doorway/Gateway-Seiten
- Spamming



Serverstatistiken

- Von welcher Suchmaschine ...
- Mit welchen Suchbegriffen

```
www.berlin-one.de 195.4.0.1 - - [19/Nov/2003:09:58:31 +0100]
"GET /content/downloads/unternehmensprofil.pdf HTTP/1.1" 200 59380
"http://www.google.de/search?q=server+hosting+berlin+bcix&hl=de&lr=&
ie=UTF-8&oe=UTF-8&start=10&sa=N" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0;
Windows NT 5.0)„
```



Wie denn nun?

• Methode A

- Netzwerk aus verschiedenen Domains (nicht gleiche Syntax!)
- unterschiedliche IP-Ranges
- unterschiedliche Strukturen
- Ringverlinkung



Wie denn nun?

• Methode B

- das Informationsbedürfnis befriedigen
- wirklichen Nutzen bringen
- kundenorientierte Navigation
- Ausrichtung nicht an Auftraggeber, vielmehr an Zielgruppe
- gutes Ranking kommt von allein



Tiefer bohren?

- ISP-Academy
www.isp-academy.net
-
- Praktiker arbeiten mit Praktikern
- Vier bis acht Teilnehmer



**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit !**



Ihre Fragen?