

Mythos Suchmaschinenoptimierung

Sicher wurden Sie auch schon von Unternehmen mit dem Angebot kontaktiert, Ihren Internetauftritt auf die erste Seite der Suchresultate von Google zu bringen. Ein Versprechen, das diese Dienstleister nicht halten können. Eine Richtigstellung.



TEXT: ROLAND KÖPPEL*

Google ist die Suchmaschine, die am meisten Suchabfragen pro Tag verarbeitet. Je prominenter der eigene Internetauftritt bei Google auftaucht, desto mehr potentielle Kunden können von einem Unternehmen angesprochen werden. Am besten ist, wenn der eigene Internetauftritt auf der ersten Seite der Suchresultate erscheint - besser noch auf den ersten Plätzen. Ein Platz weit vorne in den Suchergebnissen sichert einerseits Aufmerksamkeit, andererseits bewerten Suchende Websites auf den ersten Positionen instinktiv als «vertrauenswürdiger» und «besser» als diejenigen anderen Mitbewerber auf den hinteren Plätzen. Auf diese Weise vollzieht Google von Beginn weg eine einflussreiche Bewertung von Websites und deren Produkte, egal wie gut oder schlecht diese in Wirklichkeit sind.

Jeder will vorne dabei sein

Das Bestreben des Unternehmers ist es, auf die erste Seite der Suchresultate zu gelangen. Auf der ersten Seite sind jedoch nur 10 Plätze zu vergeben. Eine Beispiel: in der Schweiz gibt es etwa 2400 Weinhändler, die italienische Weine anbieten. Für den Suchbegriff «italienische weine» listet Google 646'000 deutschsprachige Webseiten auf, welche diesen Begriff beinhalten. Auf dem ersten Platz befindet sich der Weinhändler Caratello Weine aus St.Gallen. Offensichtlich hat dieser Anbieter einen «besseren» Auftritt als alle anderen 2399 Weinhändler der Schweiz.

Googles Geheimnis

Wie kommt Google dazu, ausgerechnet die Weinhandlung Caratello auf den ersten Platz zu hieven und nicht einen der anderen 2399 Händler? Diese Frage muss an dieser Stelle leider unbeantwortet bleiben, denn es handelt sich dabei um

Googles streng gehütetes Firmengeheimnis. Einige allgemeine Parameter für die Bewertung eines Internetauftrittes sind bekannt, der grosse Teil dieses Regelwerkes nicht. Google selber erklärt, dass über 200 verschiedene Regeln angewendet werden, um einen Auftritt zu bewerten. Über diese Regeln werden Websites Punkte vergeben und die Gesamtzahl dieser Punkte entscheidet darüber, ob ein Internetauftritt in den ersten Suchtreffern erscheint.

Der endlose Wettkampf

Will man seinen Internetauftritt für Google optimieren, gilt es, möglichst viele von diesen Punkten zu erhalten und Negativpunkte zu vermeiden. Negativpunkte? Ja, auch solche verteilt Google, um korrekte Suchergebnisse zu garantieren. Webseitenbetreiber welche mit Tricks versuchen, ihre Position in den Suchergebnissen zu verbessern, werden durch die Vergabe von Negativpunkten bestraft. Deshalb vermögen eine Vielzahl von mehr oder weniger bekannten Tricks einem Website-Betreiber nur kurzfristig zu einem Hochgefühl zu verhelfen.



Auf den ersten Plätzen bei Google.ch caratello.ch mit „italienische Weine“

Programmierer bei Google arbeiten kontinuierlich an Massnahmen gegen die verschiedenen Tricks, welche zum Ziel haben die Bewertungskriterien der Suchmaschine zu überlisten. Das führt dazu, dass alle, die diese Tricks anwenden, nach einigen Monaten eine schlechtere Position erhalten. Schlimmer noch: wird im grossen Stil gemogelt, kann es zur kompletten Verbannung aus dem Suchindex von Google kommen. Würde Ihre Website einmal ausgeschlossen, werden Sie nie mehr in den Google-Suchergebnissen erscheinen. Daher der erste und wichtigste Tip: Nicht schummeln!

Meta-Tags sind sinnlos

Viele Suchmaschinen-Optimierer sprechen von der Wichtigkeit von sogenannten «Meta-Tags», die in einen Internetauftritt integriert werden sollten, damit dieser weiter vorne auf den Resultateseiten erscheint. Diese Meta-Tags waren vor einigen Jahren noch sinnvoll. In der Zwischenzeit hat sich deren Nutzen verändert, da sie oft Gegenstand von Missbrauch waren. Viele Unternehmen haben nicht einfach ehrlich den Inhalt der eigenen Website beschrieben, sondern auch noch den Namen des Konkurrenten in die unsichtbaren Meta-Tags hineingeschummelt. In der Folge wurden Meta-Tags von Google als Bewertungsregel komplett gestrichen. Dies schreibt Google auf ihren Webseiten für Entwickler klar und deutlich. Auch das Beispiel unsers Weinhändlers aus St.Gallen beweist dies: Caratello Weine kommt ohne einen einzigen Meta-Tag aus und erscheint trotzdem auf Platz eins bei Google.

Optimierer schummeln

Kommen wir wieder auf die Vielzahl von Dienstleistern zurück, welche ihnen eine Suchmaschinen-Optimierung für Ihren Internetauftritt verkaufen wollen. Der Autor hat sich schon oft gefragt, wieviele der 2400 Weinhändler bereits eine solche Dienstleistung in Anspruch genommen hat. Wollten die Suchmaschinenoptimierer seriös arbeiten, könnten sie eigentlich nur zehn Weinhändler betreuen. Denn es sind ja nur zehn Plätze auf der ersten Seite von Googles Suchresultaten zu vergeben. Rein zahlenmässig ist es also gar nicht möglich, allen restlichen 2390 Wein-



Startseite von Caratello.ch mit wechselnden Angeboten und aktuellem Inhalt.

händlern einen Platz auf der ersten Seite zu versprechen. Weisen Sie daher solche Optimierer konsequent ab und kündigen sie Ihre laufenden Verträge.

Wie geht es nun?

Bei über 200 Faktoren, welche Google zur Bewertung von Websites beachtet, ist diese Frage nicht einfach zu beantworten. DIE Lösung gibt es nicht. Jeder Unternehmer möchte gerne vorne sein und der Konkurrenzkampf um Aufmerksamkeit im Internet wird hart geführt. Was jedoch hilft ist, wenn Sie sich ernsthaft mit den Inhalten auf ihrer Webseite befassen.

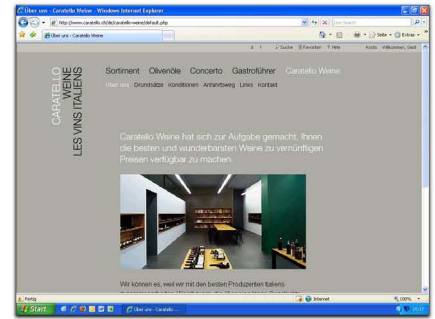
Mir sind schon Kunden begegnet, die mit einem Stichwort bei Google gefunden werden wollten, den sie selber aber nicht auf ihrem Internetauftritt verwendet haben. Das geht natürlich gar nicht. Google muss sinnvolle Inhalte finden, die durch die 200 Regeln bewertet werden können. Je harmonischer und vielfältiger diese Stichworte in ihren Unternehmensauftritt eingewoben wurden, desto besser ist das Ranking bei Google. Das wichtigste ist eine Liste mit Stichworten, unter denen Sie gefunden werden wollen und von Ihren Kunden auch gesucht werden. Bewerten Sie die Stichwortliste nach Wichtigkeit. Mit dieser Stichwortliste bewaffnet, können Sie die Inhalte auf Ihrer Webseite inhaltlich bearbeiten.

Tipps für Autoren einer Website:

- verwenden Sie die Stichworte auf der ersten Seite des Auftritts
- verwenden Sie die Stichworte als Navigationspunkte
- verwenden Sie die Stichworte in den Titeln
- verwenden Sie die Stichworte im Fliesstext
- verwenden Sie die Stichworte als Linktext auf eine Folgeseite
- verwenden Sie die Stichworte in der Sitemap

Tipps für Webmaster einer Website:

- verwenden Sie die Stichworte im Title-Tag
- verwenden Sie die Stichworte in den Datei- und Verzeichnisnamen
- verwenden Sie die Stichworte in den Alt-Texten von Links



Folgesseite mit Bild der existierenden Verkaufslokalitäten.

- verwenden Sie die Stichworte in den Alt-Texten von Bildern
- stellen sie die Site auf CSS um, um bestehende Tags zu nutzen (nachfolgend)
- verwenden sie die Headline-Tags für die Titel der Texte
- verwenden sie Listen-Tags für die Navigationspunkte

Strategische Tips:

Aktualisieren Sie Ihre Webseite regelmässig. Eine Site mit wechselnden Inhalten wird positiver von Google bewertet. Setzen Sie dazu in ihrem Unternehmen regelmässige Redaktionstermine fest, um gezielt Inhalte zu produzieren und diese einzubinden.

Verlinken sie Ihre Webseite so gut wie möglich mit dem Rest der Welt. Das Einrichten einer Linkseite mit den Partnern und Lieferanten oder zu anderen Webseite mit Fachinformationen hat sich bewährt. Bitten Sie die Unternehmen und Betreiber der von Ihnen verlinkten Sites im Gegenzug einen Link auf Ihre Site zu setzen. Das ist die Grundregel der Bewertungsmethode von Google: je mehr links auf Ihre Website zeigen, desto wertvoller muss Ihre Website sein. Zeigen keine Links auf Ihren Internetauftritt, ist er unwichtig. Sollten Sie gerade daran denken, einen Dienstleister zu verpflichten, der diese Verlinkungsarbeit für Sie macht und Ihnen verspricht, Ihre Website auf einigen hundert anderen Website zu verlinken, sollten Sie diesen Gedanken schnell wieder verwerfen. Wie reagiert Google auf Schummler?

* Roland Köppl entdeckt für seine Kunden seit über 10 Jahren neue Kommunikationsmöglichkeiten über das Internet. Die von ihm entwickelten Internetmassnahmen werden dabei in bestehende Marketingstrategien eingewoben damit sie die maximale Wirkungskraft entfalten können. Benutzbarkeit, Ästhetik und Funktionalität fliessen dabei zusammen. Die netz.werk GmbH, Agentur für Interaktion begleitet die Weinhandlung Caratello schon seit 10 Jahren.