

# Top-Ranking bei Suchmaschinen - So funktioniert's

FIWM, AK Web & Design

22. März 2006

Gerda von Radetzky, Optimierung.Net, München

# *Web-Erfolg mit AMORE*

---

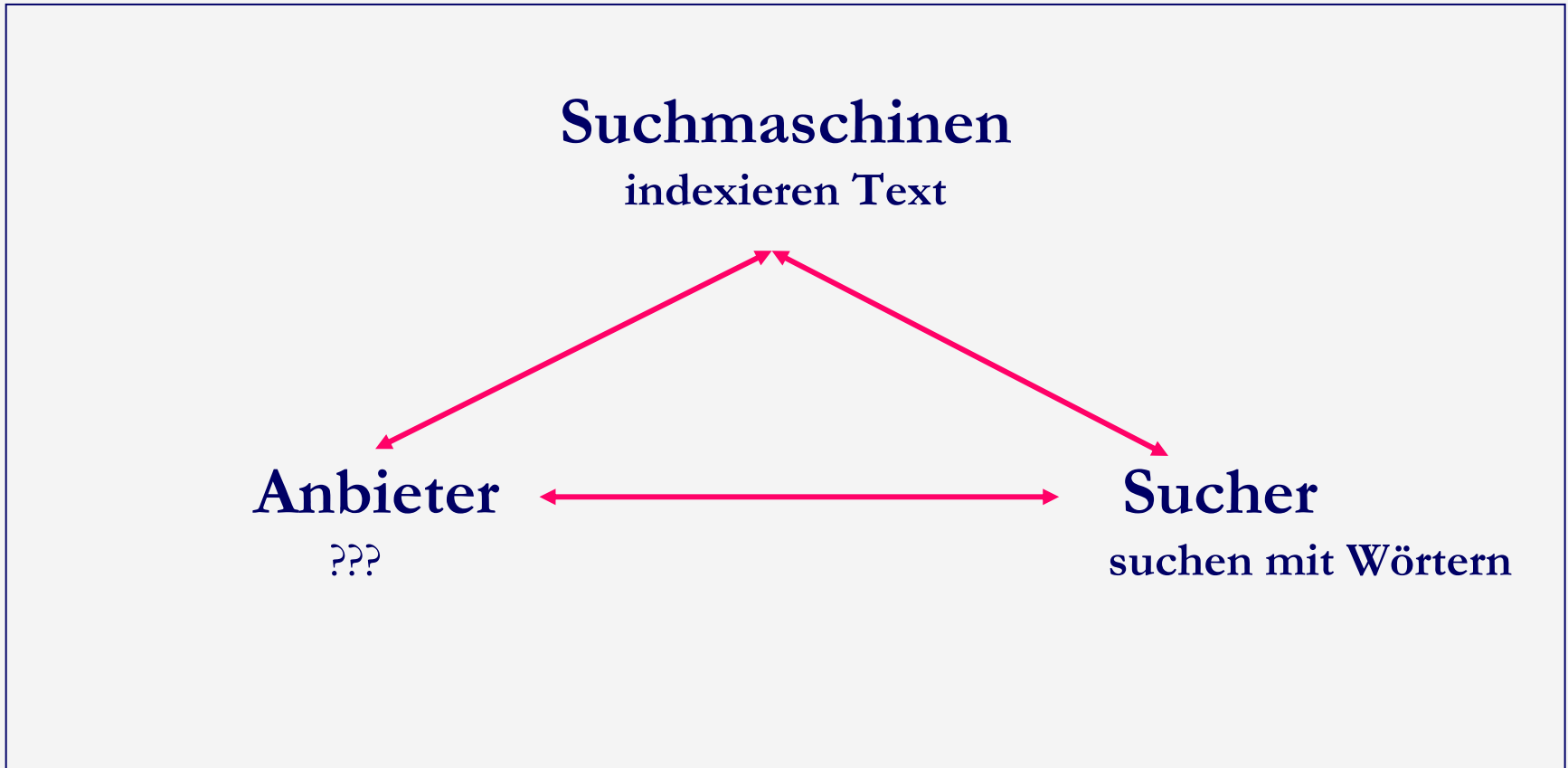
- **A**nalyse: wer – was - wie
- **M**arketing: was – wem - wie
- **O**ptimierung: was - wie
- **R**ealisierung : wie – wie nicht
- **E**valuierung: was – wie - warum

# Analyse

*Wer, was, wie?*

---

---



# Analyse

## *Welche Sprache spricht der Sucher?*

---

---

### Wer ist der Sucher?

Azubi – Sekretärin – Chef  
Jugendlicher – Generation+  
Mann – Frau  
Geschäftsmann – Urlauber  
arm – reich  
Volksschüler – Professor  
Inländer – Ausländer  
Hersteller – Vertriebler  
Gesunder – Kranker  
Arzt – Patient  
Anwalt – Mandant  
Fußball-Spieler – Fußball-Fan  
  
Gelegenheitssurfer – Internet Addict

### Wie sucht der Sucher?

# Analyse: Der Sucher

## Verhalten, Involvement

---

- zielgerichtet
- kritisch
- rational
- umfassend
- aktiv
- intensiv
- ausdauernd

- sammeln
- vergleichen
- verarbeiten
- bewerten
- souverän
  
- ausdrucken
  
- vertiefen
- wiederkehren

# Und die Folgerungen aus der Beziehung?

---

---

- Websites müssen sucher- UND suchmaschinen-freundlich sein
- Zwei Fliegen mit einer Klappe!

# Optimierungs-Alltag

Wie sieht die Website-Realität aus?

---

---

- *Selbstverliebte Selbstdarsteller*: „Wir über uns“, Wir sind die Schnellsten ...
- *In Schönheit sterben*: Eine nur schöne Website wird 2 mal angeklickt: zum 1. und zum letzten Mal!
- *Technik um der Technik willen*: die nächste IE Lücke liefert weiße Websites, Google kennt nur die URL ...

# Analyse Webauftritt

## Geschäftsführung

---

- Ziele, Strategie
- Geschäftsfelder
- Produkte, Dienstleistungen
- Zielgruppen
- Struktur, Sollkonzept

Beispiele



# Marketing

*Was, Wem, Wie: Wörter statt Bilder!*

---

---

- **Produkte, Dienstleistungen, Informationen**
- **Potentielle/r Kunde/n**
- **Sprache der Zielgruppe/n**

# Marketing

## *Offline – Online: 2 Sprachen!*

---

- Offline Werbe-Sprache

versus

- Online Sprache des Suchers

Die 20 am meisten benutzten Begriffe bei Werbesprüchen 2006

1. Wir
2. Mehr
3. Sie
4. Leben
5. Your
6. Einfach
7. Ich
8. Alles
9. Gut
10. Zukunft
11. Ihr
12. Macht
13. Ihre
14. You
15. Schon
16. Life
17. Besser
18. World
19. Neue
20. Immer

Quelle: <http://www.slogans.de/slogometer.php?Year=2006>

# Optimierung: Wörter

*„Am Anfang war das Wort“*

---

- *Der Unterschied zwischen dem richtigen Wort und dem beinahe richtigen ist derselbe wie zwischen einem Blitz und einem Glühwürmchen. (Mark Twain)*

# Optimierung

Marketing, Presse-Abteilung, Agentur ...

---

---

- Copywriting für Texte
  - Copywriting für Bilder
  - Copywriting für spez. HTML-Elemente, Attribute
- Copywriting für Sucher und Suchmaschinen

Beispiele

# Optimierung: Schlüsselwörter

## „Hosenträgereinmaleins“

---



### [Hosenträgereinmaleins: Top Ranking bei Suchmaschinen](#)

FIWM Top Ranking bei Suchmaschinen, SES Search Engine Strategies München 2006, Texten für Sucher und Suchmaschinen.

[www.suchmaschine-optimierung.de/blog/aktuell.htm](http://www.suchmaschine-optimierung.de/blog/aktuell.htm) - 13k - 20. März 2006 –

### [Suchmaschinen Lexikon: Glossar, Abkürzungen](#)

**Hosenträgereinmaleins**, Wird erklärt beim Top Ranking für Suchmaschinen in München am 22. März 2006. Hühner-Farm. Legebatterie für linke Linker. Irrelevanz ...

[www.suchmaschine-optimierung.de/glosse-glossar.htm](http://www.suchmaschine-optimierung.de/glosse-glossar.htm) - 53k -  
[ [Weitere Ergebnisse von www.suchmaschine-optimierung.de](#) ]

### [::FIWM Home::](#)

... eine Webseite auf Platz 1 bei Google, Yahoo oder MSN bringen, hat recht - wenn Sie unter einem Begriff wie **Hosenträgereinmaleins** gefunden werden wollen. ...

[www.fiwm.de/](http://www.fiwm.de/) - 23k - 20. März 2006 -

[::FIWM Home::](#)

Vereinigung der eBusiness Unternehmen. Veranstaltet Arbeitskreise, den Online-Stammtisch und Messeauftritte.

[www.fiwm.de/](#) - 23k - 20. März 2006 -

[FIWM – Förderkreis IT- und Medien-Wirtschaft München](#)

Homepage des Förderkreises IT- und Medien-Wirtschaft München. Ziele: Vernetzung von Aktivitäten, Mehr öffentliche Präsenz der Internetwirtschaft Münchens, ...

[www.fiwm.de/%20](#) - 39k - Im Cache

[::FIWM: Themenabend im November::](#)

Der nächste Themenabend im Rahmen des AK WM findet am 23. November 2005 von 18:00 bis 21:00 statt. Thema des Abend ist: Projektwissen managen. ...

[www.fiwm.de/FIWM/index.php?id=501](#) - 25k - Im Cache

[::FIWM: Unsere Leistungen::](#)

Die Mitgliedschaft im FIWM bietet Ihnen eine Reihe an Vorteilen. Als Interessenvertretung der IT- und Medienbranche können wir für Sie als Mitglied unser ...

[www.fiwm.de/FIWM/index.php?id=426](#) - 51k - 21. März 2006 - Im Cache

[::FIWM: Web & Design::](#)

22. März 2006: Top-Ranking bei Suchmaschinen - So funktioniert's. Jeder, der behauptet, er könne eine Webseite auf Platz 1 bei Google, Yahoo oder MSN bringen ...

[www.fiwm.de/FIWM/index.php?id=417](#) - 30k - 21. März 2006 - Im Cache

[::FIWM: Bisherige Veranstaltungen::](#)

25. Januar 2006 [Den Vortrag können Sie sich hier herunterladen]. Nachdenken und Reden über "Usability" ist bei fast jeder Online-Produktion fester ...

[www.fiwm.de/FIWM/index.php?id=458](#) - 64k -

[::FIWM: Bisherige Veranstaltungen::](#)

14.11.2005 MobilMedia Talk München: Mobile Content Conference in Kooperation mit INCCOM. 04.07.2005 2nd Munich Mobile Music Conference und Entertainment ...

[www.fiwm.de/FIWM/index.php?id=462](#) - 67k -

[::FIWM: Bisherige Veranstaltungen::](#)

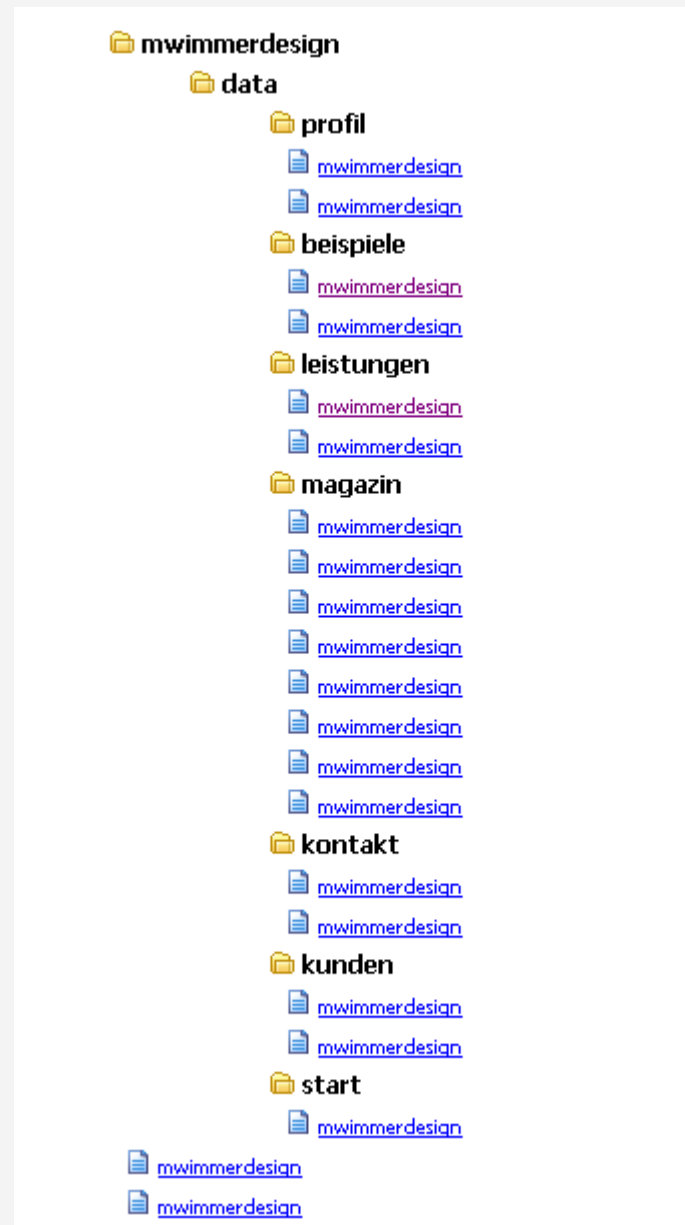
30. Juni 2005: Suchmaschinen-Technologien bestimmen unseren Alltag. Referenten: Michael Domsalla, Prof. Dr. Franz Guentner ...

[www.fiwm.de/FIWM/index.php?id=447](#) - 30k -

# Optimierung

Titel von Webseiten:  
MwimmerDesign

---



# Optimierung

## Titel von Webseiten: BMW.de

---

[www.bmw.de/7er/](http://www.bmw.de/7er/)

4k -

[BMW](#)

Offizielle Seite des Herstellers. Bietet Produkt- und Serviceinformationen, Techniklexikon und aktuelle Meldungen.

[www.bmw.de/](http://www.bmw.de/) - 10k - 13. Febr. 2006 -

[BMW, MINI und BMW Motorrad Vertragshändler - Schubert Motors GmbH](#)

Erfolgreicher BMW, MINI und BMW Motorrad Vertragshändler in Sachsen-Anhalt und Niedersachsen an den Standorten Oschersleben, Haldensleben, Wolfsburg und ...

[www.bmw.de/de/partner/ah\\_schubert/BMWGroup/](http://www.bmw.de/de/partner/ah_schubert/BMWGroup/) - 3k -

[MINI Partner](#)

[www.bmw.de/de/partner/ah\\_hansa/Mini/](http://www.bmw.de/de/partner/ah_hansa/Mini/) - 3k - 13. Febr. 2006 -

[MINI Partner](#)

MINI Muenchen. Ihr kompetenter Partner fuer Ihren MINI in und um Muenchen. Finden Sie hier alle Informationen zu MINI Muenchen und unseren Produkten.

[www.bmw.de/de/partner/nl\\_muenchen/Mini/](http://www.bmw.de/de/partner/nl_muenchen/Mini/) - 3k -

[MINI Partner](#)

[www.bmw.de/de/partner/nl\\_nuernberg/Mini/](http://www.bmw.de/de/partner/nl_nuernberg/Mini/) - 3k -

[MINI Partner](#)

[www.bmw.de/de/partner/ah\\_freese/Mini/](http://www.bmw.de/de/partner/ah_freese/Mini/) - 3k -

[MINI Partner](#)

[www.bmw.de/de/partner/ah\\_groetzinger/Mini/](http://www.bmw.de/de/partner/ah_groetzinger/Mini/) - 3k -



# Optimierung



Text auf den Seiten: MwimmerDesign.de

The screenshot shows the website's navigation bar with the following items: **START**, **PROFIL**, **BEISPIELE** (highlighted), **LEISTUNGEN**, **MAGAZIN**, **KONTAKT & IMPRESSUM**, and **LOG IN**. A search bar on the right contains the text "Seite durchsuchen" and a double-left arrow icon. Below the navigation bar, there is a link for "English Version".

The main content area features a section titled "Prägnanz im Sinne einer guten Gestaltung" with the following text: "Wir entwickeln Designlösungen, die in allen Medien, egal ob Print , Video oder Internet funktionieren. Unsere Arbeiten umfassen Designleistungen mit hohen Anforderungen an konzeptionelle und gestalterische Ausarbeitung wie zum Beispiel Firmen-Erscheinungsbilder ebenso wie klassische Design- Dienstleistungen, zum Beispiel Prospekte, Geschäftsberichte, Anzeigen, Websites, Imagefilme usw."

Below this text are two sections of design examples:

- Corporate Design**
  - KERMESS KG
  - Kaltenbach Consulting
- On Air Design**
  - Caravaning TV
  - Fussballgewinnspiel ARD & ZDF
  - Wintersportgewinnspiel ARD & ZDF
  - DSF Monatstrailer 2003

Each project in the "On Air Design" section is accompanied by a small icon of a person and a list of images showing various design outputs like logos, posters, and video frames.

# Optimierung: Bilder

<b>PRINT</b>	Analyse Ist-Zustand Definition Zielsetzung Strategieentwicklung Gestaltungsplattform	Logoentwicklung Gestaltungsgrundlagen Corporate Design	Geschäftsausstattung (Briefpapier, Visiten- karten, etc.) Design Manual Geschäftsbericht, Anzeigengestaltung, Plakatgestaltung, etc.
<b>INTERNET</b>	Analyse Ist-Zustand Definition Zielsetzung Strategieentwicklung Gestaltungsplattform	Navigationskonzept Sitelstruktur Gliederung der Inhalte	Layout, Weboptimierung, Programmierung, Publizieren
<b>VIDEO</b>	Analyse Ist-Zustand Definition Zielsetzung Strategieentwicklung Gestaltungsplattform	Planung Koordination Drehbuch Storybook	Animation, On Air Design, Image- Messefilm, etc.
	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>

# Optimierung: Schlüsselwörter

*„Schlüssel zur Tür des Kunden“*

---

- Der Wortschatz des Suchers zählt
- Suchbegriffe: Navigation, Links, Bilder
- Schlüsselwörter machen noch keinen Text!

# Realisierung

*1 Wort sagt mehr als 1.000 Bilder*

---

---

*„Wir indexieren nur das, was der Sucher sieht.“*

*Prof. Dr. Monika Henzinger, Google*

# Realisierung

## Inhalt von Webseiten: Beispiel BMW

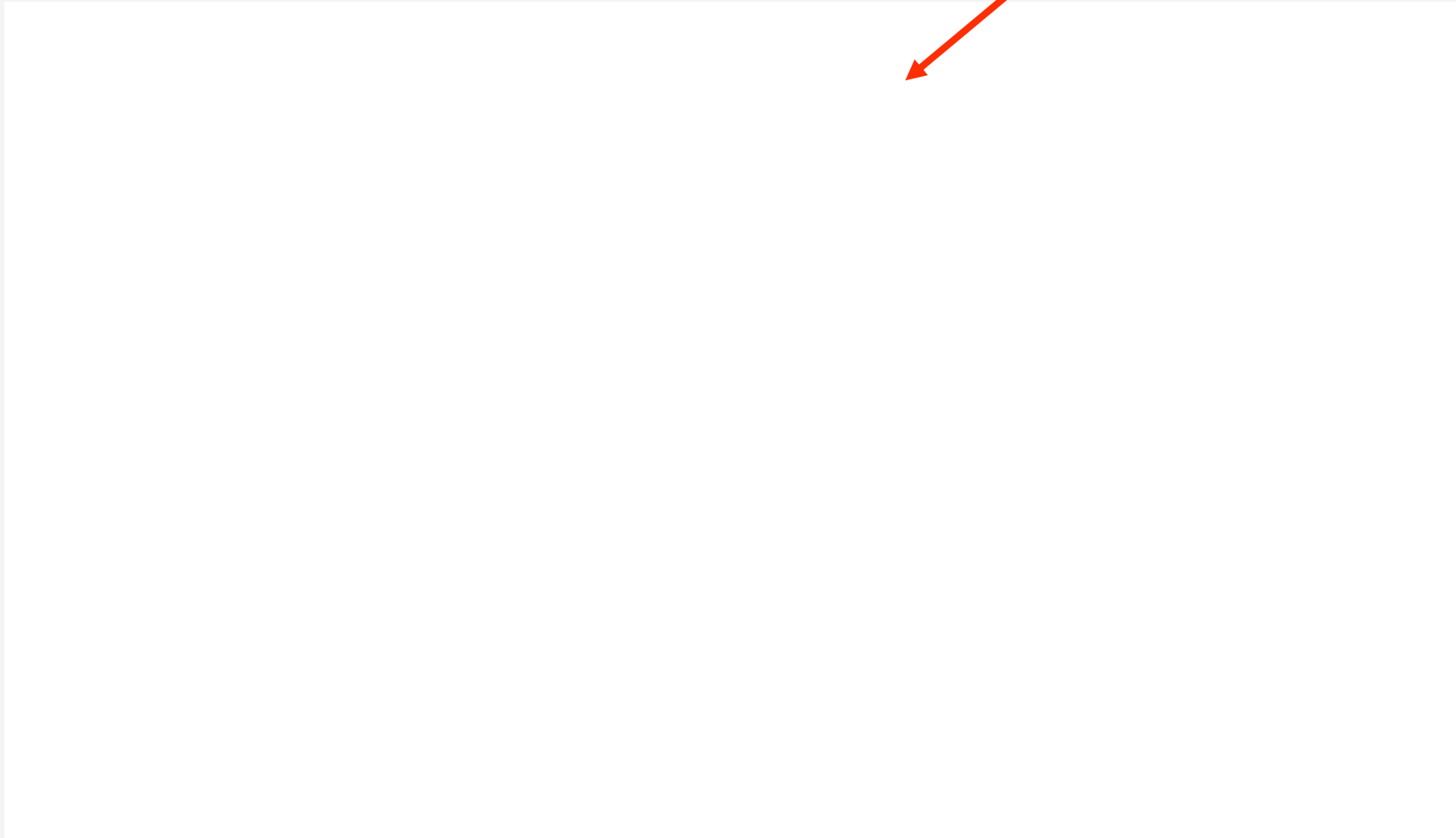
---

---

[MINI Partner](#)

[www.bmw.de/de/partner/ah\\_hansa/Mini/](http://www.bmw.de/de/partner/ah_hansa/Mini/) -

Screenshot vom 22.3.06



# Realisierung

*„Freundliche Technik für Sucher und Suchmaschinen“*

---

---

- **Weniger ist mehr**  
JavaScript, Pop-Ups
- **Form follows Content**  
Zielgruppe bestimmt das Layout!
- **Suchmaschinen indexieren Text**  
Flash, Bilder

# Realisierung: Vernetzung

## Interne Links | Externe Links

The screenshot shows the mwimmerdesign website with a green and black color scheme. The navigation menu includes: [START](#) | [PROFIL](#) | [BEISPIELE](#) | [LEISTUNGEN](#) | [MAGAZIN](#) | [KONTAKT & IMPRESSUM](#) | [LOG IN](#). A search bar contains the text "Seite durchsuchen" and a magnifying glass icon. A language selector shows "English Version".

On the left side, there is a section titled "Unverwechselbarkeit und Einprägsamkeit" with a paragraph: "mwimmerdesign konzipiert und realisiert visuelle Kommunikation mit Konzentration auf das [Corporate Image](#) und [Corporate Design](#) von Unternehmen. Wir entwickeln spezielle und individuell gestaltete Designlösungen und [Konzepte](#) und bauen so ein erfolgreiches [Image](#) bei Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern auf."

Below this, another paragraph states: "Als Kommunikationsdesigner sind wir medienunabhängig tätig. Das heißt, wir gestalten nicht nur für oder in einem Medium, sondern die Kommunikation als solche, den Prozess der Bedeutungsvermittlung. Unser Angebot reicht von der Entwicklung komplexer Designsysteme für Unternehmen (zum Beispiel für ein [Corporate Design](#)), über die Erstellung von Erscheinungsbildern für Einzelunternehmer, Filme für [Messen und Events](#) bis zur Gestaltung von Designelementen für [Film](#)"

On the right side, there is a "News" section with a sub-header "Februar 2006" and a main heading "Auftritt der Marke BELTIOS GmbH". Below this is a thumbnail image of the BELTIOS brand identity, including a logo and a document. The text below the image reads: "Strategische Planung und Gestaltung der Dienstleistungsmarke BELTIOS. Vom Logo, über das Briefpapier und die Visitenkarte bis zur Website wurden alle Facetten des Markenauftritts konzipiert und umgesetzt."

Beispiel Externe Links mwimmerdesign.de: Linkpartner & Linktexte

# Evaluierung

*„Kontrolle, Kontrolle, Kontrolle“*

---

- Änderungen: Sucher, Suchmaschinen, Konkurrenz
- Server und Client: Logfiles und User-Tracking
- Follow up, Anpassungen

Beispiele



# High Involvement Marketing

## Und die Moral von der Geschicht?

---

---

### Konsequenzen für Websites (1)

- Alles Wichtige übersichtlich beschreiben, alles Unwichtige weglassen
- Überzeugen, unterstützen, nicht überreden
- Sachlich argumentieren mit Wörtern der Sprache der Sucher
  
- Logisch-inhaltliche Struktur
- Verteilung der Inhalte: Umfang und Tiefe, Schnitt
- Text, Terminologie, Schlüsselwörter, Abkürzungen
- Bilder mit Text
- Site-Konsistenz: Navigation, Links...
- Fremdsprachen

# High Involvement Marketing

## Und die Moral von der Geschichte?

---

---



### Konsequenzen für Websites (2)

- Dokumentieren Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen, aktualisiert und bewertbar, mittels inhaltsstarker und schlüsselwortreicher Webseiten, auch über das Thema hinaus!
- Je größer das Sucher-Involvement ist
  - desto mehr Seiten wird der Sucher abrufen
  - desto mehr Seiten ruft der Sucher mehrfach ab
  - desto weiter geht er in die Tiefe einer Website
  - desto länger hält er sich auf einer Website auf
  - desto mehr Text liest der potenzielle Kunde genau und kritisch.

# „Wir hängen in der Sprache“ (Niels Bohr)



Dank an FIWM und

mWimmerDesign.de

Mehr Erfolg  
durch Optimale Positionen  
in Suchmaschinen

wünscht Ihnen  
Gerda v. Radetzky  
mail@optimierung.net

Optimierung.Net