

Internet-Marketing: Wissenswertes über Suchmaschinen

Über Suchmaschinen könnte man sicher ganze Bücher füllen, hier möchten wir uns aber nur auf ein paar wichtige Punkte konzentrieren. Suchmaschinen sind Datenbanken, die nach verschiedenen Kriterien angelegt sind und durchsucht werden. Es gibt vollautomatische Spider, die das Web selbständig durchsuchen; Suchmaschinen, bei denen Seiten angemeldet werden müssen; redaktionell gepflegte Suchmaschinen, Webkataloge und Verzeichnisse bei denen Menschen angemeldete Seiten manuell einpflegen; Meta-Suchmaschinen, die auf externe Verzeichnisse zurückgreifen, also keine eigene Datenbank unterhalten, sondern die Datenbanken mehrerer anderer Suchmaschinen durchsuchen. Alle diese Systeme arbeiten nach verschiedenen Kriterien, Keywords, also Suchbegriffe sind jedoch für alle wichtig.

Viele Suchmaschinen lesen die Meta-Tags aus, das sind die Angaben im Head-Bereich des Quelltextes, die auf der fertigen Seite nicht sichtbar sind, den Suchmaschinen aber relevante Informationen liefern. Wichtig sind hier vor allem die Tags "title" (Titel), "description" (Beschreibung) und "keywords" (Suchbegriffe), welche jeweils die wichtigsten Suchbegriffe bereits enthalten sollten. Vom eigentlichen Seitentext werden von vielen Suchmaschinen nur die ersten 200-500 Zeichen ausgelesen, also sollten wieder die wichtigsten Suchbegriffe nach Möglichkeit bereits in den ersten 200 Zeichen des Textes vorkommen. Mein Tipp: meet.de bietet einen kostenlosen Voreintrags-Check, der Seiten auf die Nutzung der Meta-Tags überprüft, allerdings nicht die Güte der verwendeten Keywords.

Entspricht nun die Seite den vorangegangenen Kriterien, haben wir die erste Hürde genommen. Nun geht es an die Optimierung: Manche Suchmaschinen bewerten Überschriften höher als normalen Text, also definieren wir nach Möglichkeit eine Überschrift bereits im Quelltext als solche; Manche Suchmaschinen bewerten Verzeichnis- oder Dateinamen mit, also sollte auch die Datei möglichst einen aussagekräftigen Namen haben, der den für die Seite wichtigsten Suchbegriff enthält. Domainnamen werden von vielen Suchmaschinen mit bewertet, was auch für Subdomains gelten kann - aber Achtung! Manche Suchmaschinen benachteiligen 2nd-level-Domains (name.de.vu) niedrig oder benachteiligen diese sogar massiv. Eine weitere gute Möglichkeit, Keywords unterzubringen ist, diese in ALT-Tag hinter Grafiken zu legen. ALT-Texte sind die Texte, die dann sichtbar werden, wenn man entweder mit der Maus über die Grafik fährt oder die automatisch angezeigt werden, falls die Grafik nicht geladen wird. Viele Suchmaschinen lesen diese ALT-Texte (ALTernative Texte) aus.

Viele User geben in Suchmaschinen statt einzelner Suchbegriffe mehrere Keywordsein, um z. B. Angebote regional einzuschränken. Wer z. B. schlicht nach "Pizza" sucht und so hofft, seine Pizzeria an der Ecke finden zu können, wird sich über die Fülle der angezeigten Treffer (4,6 Mio) wundern. Mit "Pizza Berlin" wird es (74.500) schon besser, mit "Pizza Berlin Beusselstr" sind es nur noch 17 Treffer und das gesuchte Restaurant ist mit 3 Seiten gleich bei den ersten 3 Treffern vertreten (Mit Google ausprobiert). Dies plant man bei seinen Keywords am besten gleich mit ein. Hilfreich ist auch, wenn Keywords sich im Seitentext mehrfach wiederholen. Dies darf aber nicht zu oft geschehen, sonst riskiert man eine Sperre wegen Spam-Versuch. In der Keyword-Liste (Meta-Tags) können Keywords in verschiedener Schreibweise eingetragen werden, auch geläufige Schreibfehler sind nützlich. Man kann zwar bis zu 1000 Zeichen in die Keywordliste eintragen, es empfiehlt sich aber, die Liste auf 10-20 Worte zu beschränken. Die Praxis, die in verschiedenen "Reporten" gern genannt wird, nämlich Keywords unlesbar in der Hintergrundfarbe und oft wiederholt auf der Seite zu verstecken, ist den meisten Suchmaschinen bereits bekannt. Wer erwischt wird, kann wegen Spamming gesperrt werden - manchmal sogar auf Dauer!

Immer mehr Suchmaschinen (z. B. Google) bewerten angemeldete Seiten zunehmend nach Link-Popularität. Je mehr Links zu der Seite führen, desto höher kann die Seite im Page-Ranking steigen. Je besser die verlinkenden Seiten im Ranking stehen, je besser wirkt sich das auch auf die verlinkten Seiten aus. Linkpartnerschaften sind also sehr wichtig und helfen allen Linkpartnern. Synergien sind im Internet sehr wichtig, was aber von vielen nicht ausreichend bedacht wird. Immer wieder gern genutzt werden Eintrags-Scripts wie "Melden Sie Ihre Seite kostenlos in 250 Suchmaschinen an". Einmal ändern sich gelegentlich URLs, die im Script meist nicht eingepflegt werden, also klappt's von z. B. 300 Suchmaschinen bei 30 davon nicht. Eine weitere "Gefahr": Wer seine Seite zu oft anmeldet, könnte bei dieser oder jenen Suchmaschine gesperrt werden (Fireball akzeptiert je Tag nur eine einzige Seite je Domain). Manche Suchmaschinen beachten Anmeldungen über script nicht oder wenig, so kommt man z. B. bei Fireball manuell eher zu seinem Eintrag. Wer braucht auch 300 Suchmaschinen? Die 10 grössten genügen i. d. R., denn über kleine exotische Suchmaschinen kommt eh kaum mal ein Besucher. Wer bei Google, Fireball, altavista und ein paar anderen im Ranking gut dasteht, ist damit bestens bedient.