

# Bahn frei zur Top-Position in den Suchmaschinen

*Wir bringen Ihre Website nach vorne - garantiert!*

Laut einer Studie von ActivMedia Research sind Suchmaschinen der wichtigste Promotor für eine Internet-Präsenz (66 %). Danach folgen die Nennung in eMails, Print-Medien, gedruckten Katalogen/Broschüren sowie die Hinweise bei Messen und Ausstellungen. In der gleichen Studie wird demzufolge die Optimierung einer Website für Suchmaschinen von rund zwei Dritteln aller Online-Marketing-Fachleute als eine herausragende Werbe-Methode angesehen.

Außerdem: Jeder Besucher, der durch die Ergebnislisten auf Ihre Homepage kommt, ist sehr „qualifiziert“, denn er hat nach einem relevanten Begriff gesucht.

Doch was bedeutet Webseiten-Optimierung und wie wird das gemacht? Wir wollen auf den folgenden Seiten etwas Transparenz in ein mittlerweile sehr komplexes Thema bringen und Lösungen anbieten.

## Das Internet wächst unaufhaltsam

Trotz Computerviren, Würmer und Dialer wächst die Zahl der Internet-Nutzer sowohl weltweit als auch in Deutschland unaufhaltsam weiter. 52,6 % der Deutschen über 14 Jahren waren in 2004 online (39 Millionen). Das sind 1,8 Millionen Bundesbürger mehr als im Vorjahr (= + 5,3 %). Voraussichtlich wird die Zahl der Internetnutzer in Deutschland bis zum Jahre 2007 auf etwa 48 Millionen steigen, so das DIW aus Berlin.

Parallel dazu wächst das Informationsangebot im World Wide Web und damit die Bedeutung als Wirtschaftsfaktor. Im April 2002 nutzten bereits 62 Prozent der Firmen in Deutschland das Internet, mit weiterhin steigender Tendenz.

## Es wird immer enger in der ersten Reihe

Je mehr Menschen und Firmen das Internet als Informationsquelle für Ihr Kaufverhalten nutzen, um so wichtiger wird es für ein Unternehmen, im Internet nicht nur präsent zu sein sondern auch gefunden zu werden. Die große Bedeutung der Suchmaschinen für das Auffinden einer Website hat einen harten Verdrängungswettbewerb der Website-Betreiber um die vorderen Plätze bei den Suchergebnissen ausgelöst.

Vor Jahren genügte es, einige Grundregeln bei der Webseiten-Gestaltung zu beachten, um auch bei häufig genutzten Suchbegriffen auf den ersten drei Seiten der Suchmaschinen gelistet zu werden. Diese Zeiten sind längst vorbei. Die Suchmaschinen-Optimierung wurde zum Experten-Thema.

# Über Suchmaschinen und wie sie funktionieren.

Grundwissen zum besseren Verständnis

## Einführung

Suchmaschinen sind im Prinzip wie ein Telefonbuch des Internets und für die allermeisten Internetseiten der wichtigste Besucherlieferant schlechthin. Gute Positionen in den Suchmaschinen bei den entsprechenden Suchbegriffen bringen jede Menge potentielle Kunden auf Ihre Webseiten. Damit ist das Internet die billigste Alternative, um Neukunden zu aquirieren.

Der Benutzer sieht eine Eingabemaske, in der er ein oder mehrere Suchbegriffe eingibt, und erhält als Ergebnis eine Liste (meist mehrere Seiten lang), in der

Links zu entsprechenden Seiten gelistet sind. In der Liste wird in der Regel eine kurze Beschreibung, der Seitentitel und die URL angegeben.

Suchmaschinen funktionieren vollautomatisch. Der Datenbestand wird automatisch durch Spider erstellt, die Relevanzbewertung erfolgt durch den Ranking-Algorithmus der Suchmaschinen und die Ausgabe der Ergebnisse erfolgt ebenfalls automatisch.

Neben den Suchmaschinen gibt es noch die Web-Verzeichnisse wie z.B. Yahoo und Web.de, die einen manuellen Eintrag nach Kategorien erfordern

## So arbeiten Suchmaschinen

Eine Suchmaschine besteht aus mehreren Komponenten:

### Der Spider

Ein Spider (auch „Agent“, „Crawler“, „Bot“ oder „Robot“ genannt) ist ein Programm, das automatisch eine Seite besucht und diese als Kopie im Datenbestand der Suchmaschinen ablegt. Findet der Spider

nicht gespiderd. Ob und welche Dateien gespiderd wurden, lässt sich, bis auf wenige Ausnahmen, den Logfiles entnehmen. Das Verhalten von Spidern lässt sich nicht beeinflussen. Man kann ihnen nur in einer kleinen Textdatei „robots.txt“ sagen, welche Dateien sie nicht besuchen sollen.

### Der Indexer

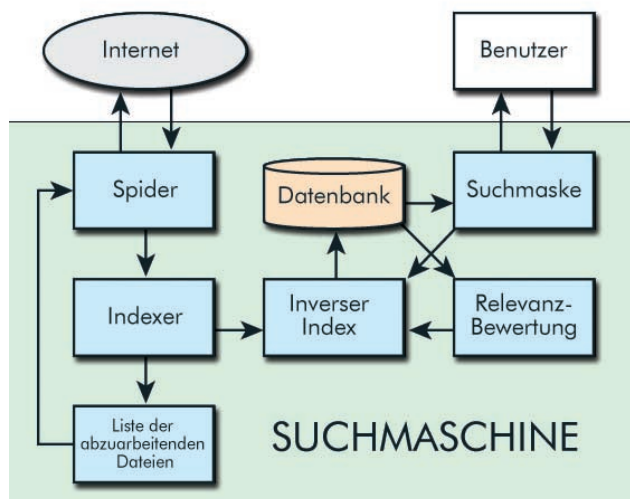
Der Indexer listet die gespiderdten Dateien auf und im inversen Index werden sie Suchwörtern zugeordnet. Dies dient der Geschwindigkeit, denn wenn an die Suchmaschinen Anfragen gestellt werden, haben diese nur wenig Zeit, um zu antworten. Diese Zeit reicht nicht aus, um den vollständigen Datenbestand der Suchmaschinen mittels einer Volltextsuche zu durchforsten. Im inversen Index ist für jeden Suchbegriff verzeichnet, in welchen (im Indexer) aufgelisteten Seiten dieser Begriff vorkommt.

### Die Datenbank

In der Datenbank werden die indizierten Seiten gespeichert. Diese haben gigantische Speicherkapazitäten und sind auf mehrere Computersysteme verteilt.

### Die Relevanz-Bewertung

Der Algorithmus der Relevanzbewertung ist bei allen Suchmaschinen unterschiedlich und deren wohlgehetes Geheimnis. Wäre dieser im Detail bekannt, hätten die Suchmaschinen keine Möglichkeit mehr, sich gegen Manipulationen zur Wehr zu setzen. Mittels dieses Suchmaschinen-Algorithmus wird jeder Seite für jeden auf diese Seite vorkommenden Suchbegriff ein Wert zugeordnet. Seiten, deren Relevanz zu einem bestimmten Suchbegriff höher ist, werden bei der Abfrage dieses Suchbegriffes auch höher gelistet.



in dieser besuchten Seite eine ihm unbekannte Datei/Seite, so wird die dazugehörige Webadresse (URL) der Liste der noch abzuarbeitenden Dateien hinzugefügt, um sie später (um den Server nicht zu überlasten) zu indexieren. Nach diesem Prinzip findet der Spider auch Seiten, die nicht angemeldet wurden. Teilweise (Google) werden nicht nur html-Dateien gespiderd, sondern auch PDF-Dokumente. CSS-Dateien, Bilder und Grafiken werden derzeit

Für die Relevanzbewertung verwenden die Suchmaschinen die verschiedensten Parameter. Unter anderem:

- **Seiten-interne Parameter:**

**Suchwörthäufigkeit** in prägnanten Stellen wie: Titel, Überschriften, Link-Texten, Dateinamen, alt-Tags von Bildern und Grafiken,

- **Seiten-externe Parameter:**

wie **Link-Popularität** (Anzahl der auf diese Seite verweisenden Links), Qualität der externen Links (Page-rank®), Linktexte der externen Links, etc.

Je nach Suchmaschine werden diese Parameter unterschiedlich gewertet. Diese Bewertung wird im inversen Index mit gespeichert.

- **Die Suchmaske**

Die Suchmaske ist das Frontend der Suchmaschinen für den Benutzer. Meistens können mehrere Parameter eingestellt werden.

Beispiel Google:

Die Suche kann weltweit durchgeführt oder auf Seiten aus Deutschland eingeschränkt werden. Durch spezielle Syntax können gezielt bestimmte Phrasen gesucht werden.

Als Ergebnis liefern die meisten Suchmaschinen folgende Werte:

Eine Liste der Seiten, die den Suchbegriff oder die Suchbegriffe enthalten, geordnet nach Relevanz, mit Seitentitel, Kurzbeschreibung, URL, Datei-größe, Datum und wann die Seiten aktualisiert wurden. Mittlerweile gehört bei allen großen Suchmaschinen auch bezahlte Werbung, die zu den Suchbegriffen eingeblendet wird.

Arbeitet man ohne spezielle Syntax, werden bei den meisten Suchmaschinen mehrere eingegebene Suchbegriffe durch den Bool'schen Operator *und* verknüpft. D.h. gelistet werden nur Seiten, in denen alle eingegebenen Suchbegriffe vorkommen.

## Google schlug sie alle

*Die Suchmaschinen im Schatten des mächtigen Branchenprimus*

Die Zeiten, in denen Yahoo, Fireball und Web.de als Suchmaschinen noch eine führende Rolle spielten, sind längst Internet-Geschichte. Google schlug in relativ kurzer Zeit seine Konkurrenten bis in die Bedeutungslosigkeit.

Die nachstehend aufgeführten Prozentzahlen ergeben sich aus den Logfiles der von uns betreuten Seiten und zeigen an, wieviele Besucher von welcher Suchmaschine kamen. Daraus läßt sich ablesen, wie häufig die einzelnen Suchmaschinen genutzt werden. Die Zahlen variieren von Domain zu Domain, dennoch wird daraus eindeutig klar, für welche Suchmaschinen sich die Suchmaschinenoptimierung lohnt.

Angesichts dieser Zahlen wird auch deutlich, wie nutzlos der immer noch gehörte Werbespruch ist, „wir melden Sie in über 1000 Suchmaschinen an“.

- **Google: 95-96 %** (90 % ohne Yahoo! u. Web.de)

Google ist mit großem Abstand die derzeit meistgenutzte Suchmaschine. AOL, web.de, YAHOO! und T-Online kaufen hier ihre Suchergebnisse ein.

- **YAHOO! „4-5 %“**

Das Suchmaschinen-Urgestein Yahoo! ist mittlerweile ein Web-Verzeichnis. Die Suchergebnisse werden von Google geliefert. Die Prozentzahl besagt also lediglich, wieviele Leute bei YAHOO! die Suchergebnisse von Google zu sehen bekamen.

- **Lycos „0,5 - 2,3%“**

Ebenfalls keine wirkliche Suchmaschine. Die Daten kommen, wie bei *alltheweb* und T-Online, von *Fast*.

- **Microsoft Network (MSN) „0,8 - 1,5 %“**

Die Microsoft-Suche ist per Voreinstellung die Suche im Internetexplorer. Ohne diese aufdringliche Gewalt-Werbung würde sie wahrscheinlich keiner kennen.

- **Web.de „0,9 - 1,0 %“**

Auch Web.de ist keine echte Suchmaschine, sondern wie YAHOO! ein Web-Katalog, der sein Verzeichnis mit Suchergebnissen von Google aufwertet.

- **Fireball 0,06 - 0,9 %**

Fireball ist schon eine der unwichtigeren. Auf 100 Besucher von Google kommt vielleicht 1 von Fireball.

- **Alta-Vista 0,0 - 0,8 %**

Rutscht zunehmend in die Bedeutungslosigkeit.

- **Ferner liefern mit 0,0x %:**

Abacho, Hot Bot (Inktomi), AOL-Netfind (Google), alltheweb (fast), evreka (fast), acoon (Inktomi), exite (fast), Ask Jeeves, Infospace

Auch wenn wir die Leistungen von Google bewundern, ernstzunehmende Konkurrenz wäre durchaus wünschenswert.



# Was bestimmt Ihre Position in den Suchmaschinen?

*Mit komplexen Algorithmen werden Webseiten bewertet*

Sämtliche Suchmaschinen haben ihren eigenen Algorithmus, anhand derer sie die Position der gelisteten Seiten festlegen. Meistens werden dafür folgende Kenngrößen - in unterschiedlicher Gewichtung - herangezogen:

## 1. Textanalyse:

- Keywords im Seitentitel
- Keywords in Überschriften
- Keywords in Linktexten
- Keywords im Text
- Keywords in alt-Tags von Grafiken
- Keywords in Meta-Tags

Hierbei kann die Bewertung einmal absolut oder relativ zur Anzahl vorhandener Wörter erfolgen (Keyword-Dichte).

## 2. Linkpopularität:

Hier gibt es einmal die Linkpopularität als absolute Anzahl an Links, die auf eine Seite zeigen, sowie der von der Suchmaschine Google eingeführte „PageRank®“ bei dem bei jedem eingehenden Link die

Anzahl derer Links berücksichtigt wird, die die Linkgebende Webseite bereits auf sich vereinigen konnte.

## 3. Aktualität

Wenn der Inhalt einer Website lange unverändert bleibt, wird dies von vielen Suchmaschinen als negativ in der Wertigkeit interpretiert.

War bis vor einigen Jahren alleine die Textanalyse maßgebend für die Position in den Ergebnislisten der Suchmaschinen, so hat sich dies mittlerweile drastisch geändert. Suchmaschinen, die die Relevanz ihrer Ergebnisse alleine aufgrund der Textanalyse berechnen, sind ausgesprochen anfällig gegen Manipulation. Deshalb setzen sämtliche großen Suchdienste (Google, Altavista, Inktomi, Fast, Fireball) auf eine dynamische Kombination der o. a. Kriterien.

Eine Analyse der Webseiten, die bei umkämpften Suchbegriffen in guter Position gelistet sind, läßt Rückschlüsse auf den Algorithmus zu. Doch diese werden von den Suchmaschinen ständig optimiert, um Mißbrauch abzuwehren und eine hohe Relevanz der Suchergebnisse zu erzielen.

# Suchmaschinen-Spam - Methoden, die man besser lassen sollte.

*Spamming: nutzlos oder nur teilweise wirksam mit dem Risiko der „Verbannung“*

Suchmaschinen haben Regeln, um möglichst relevante Ergebnisse zu den Suchanfragen zu liefern. Diese zu mißbrauchen, bezeichnet man als Suchmaschinen-Spam. Erkennt die Suchmaschine den Spam-Versuch, kann die Seite temporär oder auch permanent aus dem Suchmaschinen-Index verbannt werden. Im günstigsten Fall werden die Versuche ignoriert.

Sollten Sie z.B. Spamming auf der Website Ihres Wettbewerbers entdecken, können Sie dies z.B. bei Google auf einer eigens dafür eingerichteten Seite melden.

Zu den am häufigsten angewandten „Tricks“, von denen in jedem Fall abzuraten ist, gehören folgende:

### ■ Keyword Spamming

Darunter versteht man das vielfache wiederholen des Schlüsselwortes.

### ■ Cloaking

Hierbei wird den Suchmaschinen andere Inhalte

vorgegaukelt, die der menschliche Besucher nicht zu sehen bekommt, z.B. durch Umleitung des Suchmaschinen-Bots, versteckte Texte, versteckte Links, etc.

### ■ Cross Linking

Alle Seiten und Unterseiten mehrerer Domains werden extensiv miteinander verlinkt.

### ■ Doorway Pages mit irrelevantem Inhalt

Das sind spezielle Seiten, oft ohne eigenen oder sogar irrelevantem Inhalt, welche der eigentlichen Webseite vorgeschaltet ist.

**Fazit:** Eine qualifizierte Optimierung (ohne Spam) soll für Suchmaschinen und Besucher gleichermaßen ansprechend sein. Auch ohne diese Tricks lassen sich in der Regel hervorragende Positionen im Suchmaschinen-Ranking erreichen.

Damit sind Sie mit uns auf der sicheren und seriösen Seite.

# Wie wir Ihre Website für Suchmaschinen optimieren.

*Standard-Maßnahmen sind für Spitzenpositionen nicht mehr ausreichend*

Suchmaschinen-Optimierung ist ein Spezialgebiet des Webdesigns, welches spezielle Kenntnisse und viel Praxiserfahrung erfordert. Seit wir Webseiten erstellen, beschäftigen wir uns mit dieser Thematik. Doch die Berücksichtigung von Standardregeln für eine Suchmaschinen-optimierte Seitengestaltung sind nicht mehr ausreichend, um Spitzenpositionen bei den gewünschten Schlüsselwörtern zu erzielen. Deshalb haben wir dafür ein Spezial-Dienstleistungspaket geschnürt, um Ihre Website bei den für Sie wichtigen Schlüsselbegriffen nach vorne zu bringen.

Je begehrt ein Schlüsselwort bei Website-Betreibern ist, umso härter wird der Verdrängungswettbewerb um die vorderen Plätze. Bei Top-Schlüsselwörtern, wie z.B. „Rechtsanwalt“ für eine Anwaltskanzlei, lehnen wir die Optimierung ab, weil der Aufwand, hier in die Top-10 zu gelangen, in keinem Verhältnis steht zum daraus resultierenden Erfolg. In diesem Fall ist z.B. - wenn die Kanzlei in Giessen ist - die Optimierung auf den Schlüsselbegriff „Rechtsanwalt Giessen“ wesentlich sinnvoller.

Dieses Beispiel zeigt, wie wichtig allein die richtige Auswahl der Schlüsselwörter ist. Der Erfolg besteht am Ende aus einer Summe von Maßnahmen, die aufeinander abgestimmt sein müssen und nicht im Sprint sondern in der Ausdauer erzielt werden.

Entgegen den Aussagen so mancher Marktschreier, ist erfolgreiche und seriöse Suchmaschinen-Optimierung eine langfristige und kontinuierliche Arbeit mit strategischer Planung. Auch die diversen Software-Tools, derer wir uns auch bedienen, können die Praxiserfahrung und die vielen notwendigen manuellen Eingriffe sowie das gezielte „Feintuning“ nicht ersetzen. Unsere Vorgehensweise läßt sich wie folgt zusammenfassen:

## A. Strategische Keyword-Planung:

- Analyse der Webpräsenz im Hinblick auf Angebot und Zielgruppen
- Identifikation geeigneter Schlüsselwörter (Keywords)
- Analyse der Keywords hinsichtlich Nutzerrelevanz (wie häufig werden sie gesucht?) und Relevanz für die eigene Website
- Analyse des Wettbewerbs
- Festlegung der strategisch wichtigen Keywords

## B. Grund-Optimierung:

- Quelltext-Optimierung
- Optimierung des Dateikopfes (Header)
- Optimierung des Layouts (Anordnung der Textelemente) soweit wie möglich
- Optimierung der sichtbaren Texte soweit wie möglich, ohne bestehende Inhalte zu verändern

## C. Optimierung der Verlinkung:

- Optimierung der internen Verlinkungsstruktur
- Organisation externer Links
- Manuelle Anmeldung in wichtigen (geeigneten) Webkatalogen (wie z.B. Yahoo oder ODP's)
- Organisation externer Links zu Business-Websites

## D. Erstellung von zusätzlichen Infoseiten:

Wenn aus technischen (z.B. aus Datenbanken generierte dynamische Seiten, Flash-Seiten) oder inhaltlichen Gründen erforderlich, erstellen wir zusätzliche

inhaltlich relevante Produkt- bzw. Info-Seiten (kein Spam) in Ihrem Corporate Design speziell für ausgewählte Keywords, die entsprechend verlinkt werden und auch für den Besucher informativ sind.

## E. Anmeldung bei Suchmaschinen:

Suchmaschinen-Eintrag (nur die 20 wichtigsten) und manueller Eintrag bei Verzeichnissen und sog. „ODP's“ (Open Directory Projekt, hier werden die angemeldeten Websites manuell von Personen des Betreibers geprüft und bewertet).

## F. Nacharbeit und Pflege:

- Beobachtung der Positionsentwicklung im Suchmaschinen-Ranking bei den ausgewählten Schlüsselbegriffen und Suchmaschinen
- Nachoptimierung bei nicht erreichten Ranking-Zielen
- Gegensteuern bei Positionsverlusten durch geeignete Maßnahmen
- Monatliche Berichterstattung über die Entwicklung des „Rankings“ und der Besucherzahlen mit Vergleich zum Vormonat.

Diese Maßnahmen bringen als Einmalaktion nicht den gewünschten Erfolg. Deshalb vereinbaren wir für unsere Erfolgsgarantie eine Laufzeit von mindestens 6 Monaten. Eine laufende Pflege ist unbedingt empfehlenswert, denn nichts ist so beständig wie der Wandel - besonders im Internet! Und Ihre Wettbewerber schlafen auch nicht.

# Unser Angebot: Wir bringen Sie nach vorne - garantiert!

## Musterangebot mit Top10- und Top20-Garantien zur Orientierung

Der Aufwand einer Suchmaschinenoptimierung für Ihre Website ist abhängig von der Ausgangslage und der Zielsetzung. Deshalb prüfen wir zuerst Ihre Homepage auf Suchmaschinentauglichkeit und schauen uns das dazugehörige Branchenumfeld an. Dann beraten wir Sie, welche Begriffe und Begriffskombinationen als Schlüsselwörter für Ihre Produkte und/oder Dienstleistungen am besten sind. Diese haben wir vorher mit Hilfe unserer Abfragetools nach Anfragehäufigkeit und Relevanz geprüft.

Nach dieser ersten Analyse erstellen wir ein individuelles Angebot und spezifizieren die dazugehörigen Top10- und Top20-Garantien.

Um Ihnen jedoch eine Orientierung zu geben, haben wir hier ein Musterangebot als Beispiel aufgeführt. Nutzen Sie das beiliegende Anfrageformular für Ihre individuelle Angebotsanforderung oder rufen Sie uns an.

## Musterangebot für eine Suchmaschinen-Optimierung mit Top10- und Top20-Garantie

### Leistungsbeschreibung:

Suchmaschinen-Optimierung einer bereits bestehenden Business-Website nach unserem **Maßnahmen-Plan** (siehe Seite 5):

- **mit statischen HTML-Seiten**, bis zu 3 URL's (Domainadressen), die auf den gleichen Webinhalt verweisen und für eine Sprache (z.B. deutsch)

- **für 20 Begriffe bzw. Begriffskombinationen** (Keywords) nach vorheriger Beratung und Vereinbarung für folgende Suchmaschinen

- Google, - Yahoo, - MSN (Microsoft Network)

Eine Optimierung für MSN schließt automatisch eine Optimierung für die Suchmaschinen *AOL*, *t-online*, *Altavista* und *Lycos* mit ein, weil diese alle (wie MSN) ihre Suchergebnisse bei *Overture* einkaufen.

**Hinweis:** Da die Suchmaschinen ähnliche Bewertungskriterien haben, wird Ihre Website nicht nur für die vorgenannten sondern auch für **sämtliche Suchmaschinen** optimiert.

- **Servicedauer: mindestens 6 Monate**, Verläng. nach Vereinb.

- **monatliche Berichterstattung** über

- das jeweilige Ranking bei den einzelnen Schlüsselwörtern und Suchmaschinen

- die aktuelle Besucherfrequenz, die sich aus den Logfiles ergibt.

- **Erfolgsgarantie:**

Innerhalb von 4 Monaten bringen wir

- mindestens 5 Schlüsselwörter in die **Top-10** und
- 5 weitere Schlüsselwörter in die **Top-20**

bei mindestens 2 der o.g. Suchmaschinen bis zum Ende der Serviceaufzeit.

Bei Nichterfüllung gewähren wir einen prozentualen Abschlag auf die monatliche Servicegebühr wie folgt:

- für jedes nicht erfüllte Top-10 Keyword: 10 %

- für jedes nicht erfüllte Top-20 Keyword: 20 %

Sollten die Abschläge in zwei aufeinanderfolgenden Monaten die 100 % überschreiten, erhalten Sie die Setup-Gebühr zurück.

Ergänzend hierzu gelten unsere AGB's (sh. unter [www.mark-up.de/agb](http://www.mark-up.de/agb))

### Setup-Gebühr

EUR 1.450,-

fällig nach Auftragserteilung und Rechnungsstellung

### Service-Pauschale, monatlich

EUR 165,-

zahlbar jeweils monatlich ab dem zweiten Kalendermonat nach Auftragserteilung und Rechnungsstellung. (Preise verstehen sich zuzügl. 16 % MwSt)

Im Weiteren gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Internet-Services (AGB), die Sie unter der Internet-Adresse [www.mark-up.de/agb](http://www.mark-up.de/agb) einsehen können.

**Wichtiger Hinweis:** Unsere Garantieerklärung beschreibt eine Mindestleistung und dient lediglich der Absicherung für unsere Auftraggeber. In der Praxis ist es die Regel, daß wir weit mehr als die garantierten Ziele erreichen, jedoch dafür keinen Cent mehr berechnen. Die Kundenzufriedenheit ist unser oberstes Ziel.

# FAQ: Antworten zu häufigen Fragen

Fragen Sie uns, wenn Sie hier die gesuchte Antwort nicht finden.

## Wieviele Prozent der Besucher kommen über Suchmaschinen?

Hierzu zunächst einige Fakten:

- 85 % der Internetnutzer benutzen Suchmaschinen
- Über 60 % klicken nur auf die erste Ergebnisseite
- Weitere 38 % klicken nur bis auf Seite 2 und 3. Weiter sucht kaum jemand.

Fazit: nur wer gut platziert ist, bekommt neue Besucher über Suchmaschinen. Diese Besucher sind sehr „qualifiziert“, denn sie haben nach einem relevanten Begriff gesucht.

Doch Suchmaschinen sind nicht alles. Bei Unternehmen mit einer starken Marke oder hohem Bekanntheitsgrad (z.B. Microsoft oder Amazon) werden die Besucher sehr oft die Domain direkt in den Browser eintippen. Außerdem lenken Werbemaßnahmen im Print-Bereich, per eMail, etc. die Besucher auf Ihre Website.

Aufgrund dieser sehr unterschiedlichen Ausgangssituationen gibt es auf die oben genannte Frage keine pauschale Antwort. Aufgrund unserer Erfahrung bei gut positionierten Business Websites unserer Kunden kommen ca. 35 - 60 % der Besucher über Suchmaschinen.

## Was sind kostenlose Linklisten und wie setzt man sie ein?

Ziel und Zweck der „Free-For-All“ Linklisten ist es, die Zahl der Links im Internet auf die eigene Homepage und damit die „Linkpopularität“ zu erhöhen. Bei solchen Free-For-All Linklisten handelt es sich aber nur um einfache Listen von Links, die sich ständig verändern und die zudem jeder nutzen kann. Die Gefahr, dass sie neben pornografischen Anbietern gelistet werden, ist groß. Viele Suchmaschinen kennen solche Listen und werfen dort gelistete Seiten auch ganz aus ihrem Index. Die Betreiber solcher Listen nutzen deren Einträge auch gerne, um Emails zu generieren. Es besteht also die Gefahr, dass Sie langfristig mit immer mehr Werbe-Emails „überschüttet“ werden. Aus all diesen Gründen sind solche Listen in keinem Fall zu empfehlen! Daher setzen auch wir solche Listen nicht ein.

## Was ist „Linkpopularität“ / „PageRank“ und wie kann man es steigern?

Die Linkpopularität beschreibt, wieviele Links es im Internet auf Ihre Homepage gibt. Das Verfahren

„PageRank“ von Google berücksichtigt dabei auch die Linkpopularität der Seite, von der ein Link ausgeht. Genaue Details zu dem Verfahren finden Sie z.B. bei der Stanford Universität, wo das Verfahren entwickelt wurde. Eine Kurzfassung finden Sie auch bei Google selbst. Um nun die Linkpopularität zu steigern, benötigen Sie Links im Internet von Seiten, die selber eine hohe Linkpopularität haben und auch Themenverwandt sind. Es nützt also nichts, zahlreiche Domains anzumelden mit einer Verlinkung zur eigenen Homepage. Im Rahmen einer Optimierung generieren wir viele Links im Internet, aber eben nur auf handverlesene Seiten, die selber auch eine entsprechende Gewichtung haben.

## Sind Top10 Garantien unseriös?

Garantien sind nichts anderes, als eine erfolgsabhängige Bezahlung oder eine „Geld-zurück-Garantie“. Wenn Ihnen jemand für eine Lotterie Gewinngarantien gibt, dann ist das unseriös, denn Lotterien sind nun mal eine Frage des Glücks. Hohe Platzierungen bei Suchmaschinen aber sind - in der Regel - eine Frage des Know-Hows und der Investition an zeitlichen und damit finanziellen Ressourcen.

## Wie können Sie mehreren Kunden die gleichen Garantien geben?

In den meisten Fällen unterscheiden sich die Begriffe der Kunden, denn jeder Kunde hat andere Schwerpunkte. Zudem lehnen wir die Optimierung von unrelevanten Begriffen ab, wie z.B. „Internet“. Nur wenn der Begriff einen Bezug zur Homepage hat, macht es Sinn, für diesen zu optimieren. Es kann aber passieren, dass wir eine Optimierung ablehnen, wenn ein bestimmtes Themenumfeld schon bereits von Kunden abgedeckt ist. Es ist auch möglich, dass wir für Begriffe eine Exklusivität vereinbaren. Wir betreiben kein Massengeschäft, sondern arbeiten lieber mit wenigen Kunden sehr intensiv zusammen.

## Was bringen Top10-Plätze wirklich?

Diese Frage ist nicht ganz einfach zu beantworten und hängt vor allem von den Suchbegriffen bzw. den Phrasen ab. Entscheidend ist, ob der Suchbegriff wirklich oft bei den Suchmaschinen eingegeben wird, oder nicht. Wir nutzen dazu ein Abfragesystem, welches die Eingaben der Benutzer der Suchmaschinen speichert und sammelt. Dies ist bei vielen Suchmaschinen über sogenannte „Voyeur“-Seiten möglich. Es ist klar, dass wesentlich mehr Menschen nach



„Internet“ oder „Reisen“ suchen, als nach „Modellautos“. Allerdings sind Interessierte, die nach speziellen Begriffen suchen, in der Regel auch potentiellere Kunden. Begriffe wie „Internet“ und „Reisen“ sind sehr allgemein und bringen viel Traffic aber möglicherweise wenig Kunden. Hätten Sie gedacht, dass beispielsweise etwa 8 mal so oft nach „Ferienhaus“ oder „Ferienwohnung“ gesucht wird, als nach „Ferien“? Wir beraten Sie vorab, welche Begriffe - auch für Ihre Website - wirklich relevant sind.

Wichtig ist, dass die Suchenden sich tatsächlich für diesen Begriff interessieren. Gegenüber anderen, die über ein Klick auf ein Werbefbanner auf die Homepage kommen, sind die Besucher über Suchmaschinen „qualifiziertere“ Besuche, d.h. sie haben einen konkreten Informationsbedarf. Hier zeigt sich auch, dass es keinen Sinn macht, für häufig gesuchte Begriffe wie „Internet“ oder „Sex“ zu optimieren, wenn Sie keinen Zusammenhang mit Ihrer Homepage haben. Solche Optimierungen lehnen wir auch strikt ab, da sie langfristig auch den Sinn des Internets und der Suchmaschinen unterlaufen.

### Was bringen Eintragsdienste, die mich bei tausend Suchmaschinen anmelden?

Was halten Sie von einem Service, der Sie in 500 Branchenbücher eintragen würde? Richtig - nichts. Sie würden vermutlich eine Eintragung in die „Gelben Seiten“ sowie einigen anderen bundesweiten oder regionalen Branchenbüchern vornehmen. Im Internet ist es nicht viel anders.

Es gibt nur wenige Suchmaschinen, die wirklich relevant sind - allen voran Google. Und für die optimieren wir die Seiten und melden Sie an. Dazu zählen auch Verzeichnisdienste wie Yahoo, wo eine Anmeldung von Hand erfolgen muss. Diese wenigen Suchmaschinen generieren über 95% aller Besucher auf Ihrer Homepage durch Suchanfragen - also Qualität statt Quantität ist gefragt.

### Bei welchen Suchmaschinen melden Sie Ihre Kunden an?

Welche Suchmaschinen für die Top10-Garantien gelten, steht in unserem Angebot. Anmelden tun wir jedoch bei weit mehr Suchmaschinen und Verzeichnissen, aber nur dort, wo wir von der Seriosität der Suchmaschinen-Betreiber überzeugt sind.

Zu den Verzeichnissen (wie z.B. Yahoo) gehören auch die sog. „Open Directory“-Projekte, die von freiwilligen Mitarbeitern gepflegt werden und einen wachsenden Stellenwert für hochwertige Suchergebnisse bekommen.

### Welche Suchmaschinen sind denn wirklich wichtig?

Diese Frage beantworteten wir bereits auf Seite 4 dieser Dokumentation. Doch nichts ist so beständig wie der Wandel - besonders im Internet. Deshalb beobachten wir ständig die Zahlen, von welchen Suchmaschinen die Besucher kommen. Neben Suchmaschinen beobachten wir immer den Markt und nehmen bei Bedarf andere Suchsysteme (Portale, Communities, usw.) mit auf, wenn die generierten Besucher durch solche Angebote tatsächlich den Aufwand wert sind.

### Wie können Sie die Top10 Garantien einhalten?

Seit 1998 beschäftigen wir uns mit dem Thema. Mit Hilfe von Software-Tools können wir Ihre Homepage und die Position der vereinbarten Suchbegriffe und deren Kombinationen laufend beobachten. Die generierten Reports nutzen wir, um die Position laufend zu verbessern. Hierbei bedienen wir uns ebenfalls intelligenter Software, um die Suchmaschinenfreundlichkeit einzelner Seiten für bestimmte Begriffe zu prüfen und ständig weiter zu optimieren oder spezielle Info-Seiten zu erstellen. Doch sehr Vieles ist spezifische und regelmäßige „Handarbeit“, bis die vereinbarten Garantien erfüllt sind. Mit unseren zahlreichen eigenen Domains und handverlesenen Linkpartnerschaften können wir zudem eine sehr hohe Linkpopularität für Ihre Domain herstellen.

### Betreiben Sie nicht „Spamming?“

Grundsätzlich ist eine Optimierung für Suchmaschinen kein „Spamming“. Es kommt darauf an, wie man es macht. Entscheidend ist, dass keine unrelevanten oder zu unspezifischen Begriffe verwendet werden. Die Optimierung bewirkt dann auch eine Verbesserung des Suchmaschinen-Index, denn die Ergebnisse passen auch tatsächlich zu den Begriffen. Solange wir dies einhalten, gibt es weder Probleme mit den Suchmaschinen-Betreibern, noch mit unseren Kunden.



Im Jahre 2002 hat der deutsche Multimedia Verband (dmmv) ein klares Regelwerk für sauberes und seriöses Suchmaschinen Marketing festgelegt.

Wir haben diese Selbstverpflichtung für sauberes und seriöses Suchmaschinen-Marketing unterschrieben.



## Antwortfax

an mark-up Marketing-Design GmbH, **Fax Nr. 0 64 04/65 99 93** zum Thema

### Bahn frei zur Top-Position in den Suchmaschinen

- Ja, das Thema Suchmaschinen-Optimierung könnte auch für die Website unseres Unternehmens interessant sein.
- Wir bitten um Kontaktaufnahme zwecks Erstellung eines individuellen Angebotes
- Bitte schicken Sie uns eine **kostenlose Ranking-Analyse** von unserer Website für folgende Suchbegriffe:

- Wir planen eine Erneuerung unserer Internet-Präsenz

Firmenname:

---

Ansprechperson:

---

Strasse:

---

PLZ:

Ort:

---

Telefon:

Telefax:

---

Branche:

Anzahl Mitarbeiter:

---

Die Internet-Adresse unseres Unternehmens:

---

**Oder rufen Sie uns einfach an unter Tel.: 0 64 04 - 65 99 91**