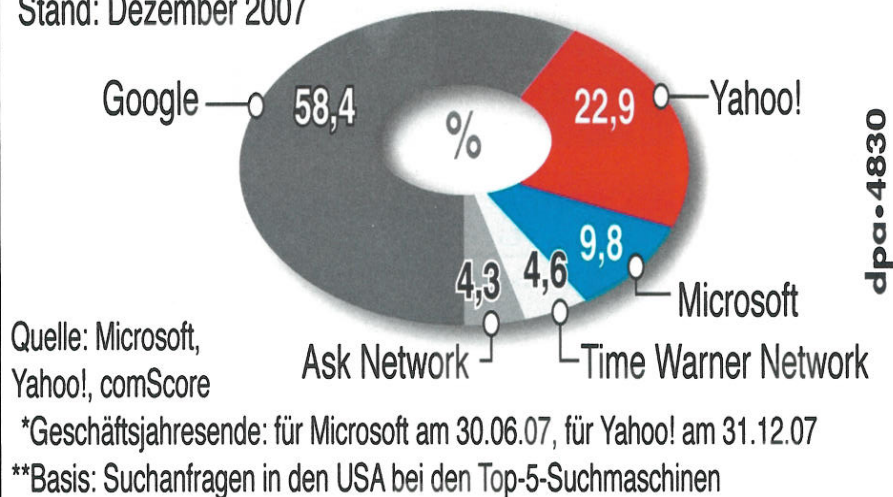


Anteile am Markt für Suchmaschinen**

Stand: Dezember 2007



Googlen Sie sich nach vorn

Eine professionelle Optimierung bringt Sie in Internet-Suchmaschinen nach vorn. Doch Vorsicht vor vollmundigen Versprechen ist geboten.

► Seit 2004 befindet sich der Begriff „googlen“ im Duden. Er bezieht sich auf die Internet-Suchmaschine Google, die seit Jahren Marktführer ist und diese Position immer weiter ausbaut. Viele Unternehmen profitieren bereits von guten Platzierungen in Suchmaschinen und setzen dieses Medium für gezielte Marketingmaßnahmen ein. Doch wie haben es diese Unternehmen auf die vorderen Plätze bei Google & Co. geschafft?

Die Zeit der einfachen Optimierung durch das Tunen der sogenannten Meta-Tags ist vorbei. Heute sorgen hochkomplizierte mathematische Verfahren dafür, die „besten“ Ergebnisse auf den vorderen Plätzen zu platzieren. Genau diese Verfahren lassen sich

beeinflussen. Hierzu muss man wissen: Ziel jeder Suchmaschine ist es, den Nutzern qualifizierte und themenrelevante Ergebnisse zu liefern. Somit haben es die Seiten ganz vorne geschafft, einen guten Themenbezug für den jeweiligen Suchbegriff aufzubauen.

Keywords müssen klar definiert werden

Wer seine eigene Homepage weiter oben finden möchte, sollte darum zunächst seine Zielsetzung und die entsprechenden Keywords klar definieren. Die Keywords stellen die Grundlage für die Optimierungsarbeiten dar. Es gilt dabei zwei Arten von Optimierungsarbeiten zu unterscheiden: On-Page-Optimierung und Off-Page-Optimierung.

On-Page-Optimierungen sind Maßnahmen, die durch die Programmierung und den Aufbau von strukturierten und logischen Inhalten mit Bewerbung der Keywords direkt beeinflussbar sind. Wichtige HTML-Elemente der On-Page-Optimierung sind dabei Titel-Tag, Image-Tag und Header-Tag. Der Titel-Tag definiert eine kurze Beschreibung der Inhaltsseite. Er erscheint bei der Eingabe einer Suchanfrage als Überschrift des Suchergebnisses und ist klickbar. Mit dem Image-Tag werden Bilder in HTML definiert. Hier ist es möglich, dem Tag ein Attribut „alt“ zu hinterlegen. „Alt“ steht da-

bei für Alternativ und wird angezeigt, wenn das definierte Bild nicht gefunden werden kann. Mit dem Header-Tag werden in HTML Überschriften definiert.

Als Off-Page-Optimierung bezeichnet man Maßnahmen, die nicht direkt beeinflussbar sind, zum Beispiel Verlinkungen auf die eigene Internetseite. Mehr eingehende Links lassen sich beispielsweise durch den Tausch von Links mit anderen Webseitenbetreibern erhalten. Suchmaschinenoptimierer besitzen oft eigene Netzwerke, von denen sie auf die Zielseiten verlinken, um die Platzierungen zu verbessern.

Doch die Änderung von Algorithmen und Kriterien bei Suchmaschinen ist ein ständiger Prozess, den es bei professionellen Optimierungsmaßnahmen täglich zu kontrollieren gilt. Insbesondere bei umkämpften Keywords lohnt es sich, mit einem Profi zusammenzuarbeiten und langfristig von den guten Platzierungen zu profitieren. Vorsicht ist aber geboten, wenn Ihnen eine bestimmte Positionierung versprochen wird: Da niemand den Algorithmus wirklich kennt, ist das nämlich unmöglich.

Bezüglich der Vergütung streben viele Auftraggeber ein erfolgsabhängiges Honorar an. Dies kann dazu führen, dass die Suchmaschinenoptimierung für den Auftraggeber sehr teuer wird, weil die Preise pro Klick in diesem Fall sehr hoch sind. Es kann aber auch die komplette Platzierung kosten, wenn der Dienstleister zu illegalen „Black-Hat-Methoden“ greift, um schneller Erfolg zu haben. Solche Methoden werden aber von den Suchmaschinenbetreibern schnell identifiziert und geahndet. In der Praxis werden häufig erfolgsbasierte Vergütungen mit Einrichtungsgebühren oder fixen, monatlichen Gebühren kombiniert. Die extremen Effekte einer erfolgsabhängigen Vergütung werden dadurch nicht eliminiert, sondern nur entsprechend dem Verhältnis von variabler zu fixer Vergütung abgeschwächt. Solche Verträge haben übrigens eine maximale Mindestlaufzeit von zwölf Monate. ◀

IHK-TIPP

ACHTUNG – BETRUGSVERSUCH

Die IHK Region Stuttgart warnt vor unseriösen Anbietern, die verstärkt in der Region Stuttgart auftreten. Bei der Suche nach einem Suchmaschinenexperten hilft das Electronic Commerce Centrum gerne weiter.



Saskia Drescher, 0711 2005-416 oder saskia.drescher@stuttgart.ihk.de



Sven Heib
 Beyond Media e.K.
 Kirchheim/Neckar.
www.beyond-media.net