

Die 10 beliebtesten Lügen über Suchmaschinenoptimierung

Die beste Langzeitstrategie zur Suchmaschinenoptimierung ist ein gut überlegtes Website-Konzept, das Besucher und Suchmaschinen gleichermaßen berücksichtigt und verständnisvoll mit Suchmaschinen, Kunden und Internet-Technologie umgeht.

Es ist unglaublich, was alles als Suchmaschinenoptimierung durchgeht, so dass die echten Profis unter den ganzen Wir-tun-mal-so-als-ob-weil-es-sowieso-niemand-nachprüfen-kann-Experten schwer zu finden sind.

TIPP: Suchmaschinenoptimierung ist nachprüfbar! Für laufende Suchmaschinen-Projekte werden bei riconet gmbh stets Statistiken geführt, die den aktuellen Stand festhalten. Lassen Sie sich solche Referenzen zeigen. Bei erfolgreicher Suchmaschinenoptimierung entsteht eine wunderbare Kurve, die den aktuellen Stand wiedergibt.

So zum Beispiel (eine konservative Grafik – wir haben noch wesentlich sensationellere Kurven):



Suchmaschinenoptimierung entwickelt sich ständig: Die erfolgreichen Strategien bleiben nicht auf ewig erfolgreich und müssen angepasst werden. Das Wesentliche bei den Suchmaschinenoptimierungs-Grundlagen bleibt gleich.

Die schlimmsten so genannten „Suchmaschinenoptimierer“ habe ich in Werbeagenturen gefunden! Die nachfolgenden Lügen werden von ratlosen ‚Fachleuten‘ ebenso erzählt wie von uneffizienten Suchmaschinenoptimierern. Hier ist meine persönliche Hitliste!

1. Lüge 1: „Metatags sind wirklich wichtig...“

Ja! Wenn wir heute im Jahr 1999 wären!
 ‚Metatags‘, das sind 1-2 knappe Zeilen in der Programmierung mit denen man seine gewünschten Suchbegriffe angeben kann sowie eine Seitenbeschreibung. Früher war das enorm wichtig und hat funktioniert – vor fast 10 Jahren. Heute reicht das schon lange nicht mehr: heute gibt es ca. 200 weitere Kriterien und die Metatags haben soviel an Bedeutung verloren, dass sie fast irrelevant geworden sind.

Was heute wichtig ist, sind sauber aufgebaute Seiten mit für Suchmaschinen lesbare Inhalten, aktuelle Informationen wie Pressemitteilungen oder Blogs und jemand, der sie pflegt sowie Inhalt, Inhalt, Inhalt!

2. Lüge 2: „Es ist kein Problem, für Sie bei Google mit dem Suchbegriff „Maschinenbau“ gute Plätze zu bekommen.“

Stimmt sogar. Allerdings nur, wenn Sie bereit sind dort eine Anzeige zu schalten mit 5 € pro Klick! Selbst wenn Sie mit einem Budget von 100.000 € nur für dieses Wort an die Sache herangehen, werden Sie wahrscheinlich scheitern. Erfolgversprechender ist wahrscheinlich das Ihre potentiellen Kunden z.B. so suchen „Stanzmaschine Industrie“ oder?

Die Auswahl der Suchbegriffe bestimmt letztendlich, wohin der Weg der Suchmaschinenoptimierung führen soll. Es ist das wichtigste - nämlich das gesteckte Ziel! Stellen Sie sich vor Sie machen ein Wettrennen und sind der schnellste – nur leider laufen Sie in die verkehrte Richtung!

Unklare oder „ungefähre“ Suchbegriffe können ein sinnloses Ziel sein.

Weiter sind die richtigen Suchbegriffe wichtig, um den Erfolg zu kontrollieren. So wird periodisch gemessen „Wo stehen wir eigentlich gerade?“.

TIPP: Wussten Sie, dass 80% der Suchen bei Google mit 2, 3 oder 4 Suchbegriffen durchgeführt werden? Einzelne Suchbegriffe machen also in den meisten Fällen keinen Sinn. Außerdem gibt es sogar einen Zusammenhang zwischen der Kaufbereitschaft eines Kunden und seiner Vorgehensweise beim Suchen die wir uns zu Nutzen machen... darüber erzählen wir gerne mehr bei einem persönlichen Gespräch.

3. Lüge 3: „Links von anderen Internet-Präsenzen auf Ihre Internet-Präsenz sind nicht sooo wichtig.“

Links sind gut für Sie, ein Kriterium der Suchmaschinenoptimierung. Freiwillig verlinkt wird nur, was interessant ist – interessant für den Besucher, nicht für Sie. Ein Werbeagenturtexter, der in Ihrem Auftrag geschliffene Worte ohne Inhalt verfasst anstatt der Informationen, die Besucher Ihrer Internet-Präsenz sucht, wird nicht verlinkt.

Und es gibt so schrecklich viele Texte ohne Inhalt – im Ernst: Wann haben Sie das letzte Mal z.B. eine Unternehmensbroschüre gesehen, die Sie wirklich *gelesen* haben, die Sie womöglich sogar **wirklich** gefesselt hat?

TIPP: Schaffen Sie für den Besucher Ihrer Seite (Ihre potentiellen Kunden) wertvolle Inhalte, dann erhalten Sie Links, die Sie weiter nach vorne bringen. Welche Fragen brennen Ihren Kunden WIRKLICH auf den Nägeln?

4. Lüge 4: „Das sind keine Doorway-Pages, das sind Landing-Pages.“

Stellen Sie sich einmal folgendes vor:

Sie sind ein erfolgreicher Unternehmer und Ihre Firma läuft prächtig. Sie haben einen Internet-Auftritt, den Sie verbessern möchten, um noch mehr Anfragen von neuen Kunden aus dem Internet zu bekommen. Die Werbeagentur Ihres Vertrauens hat Ihnen im Rahmen der Neuerstellung Ihrer Imagebroschüre Ihre Internet-Präsenz mit erneuert, damit gleich „alles aus einem Guss kommt“. Sie sind zufrieden – doch dann passiert es:

Plötzlich versiegen die Anfragen aus dem Internet, die in den Monaten zuvor stetig hereinkamen! Von der Neugestaltung der Internet-Präsenz erhofften Sie eine Steigerung der Anfragen – und nun? Bei einer Recherche stellen Sie fest, dass Sie nicht einmal mehr bei der Suche nach Ihrem Firmennamen zu finden sind! Es ist als ob Google Sie vergessen hätte. Die Werbeagentur ist ratlos, der (externe) „Internet-Profi“ seit Tagen nicht erreichbar.

Eine kurze Überprüfung mit einem Suchmaschinenpezialisten ergibt sehr schnell, dass illegale Techniken der Suchmaschinenoptimierung eingesetzt wurden, so genannte Doorway-

Pages (Der Begriff **Doorway-Page** bezeichnet eine für Suchmaschinen optimierte Internetseite ohne eigenen Inhalt, die auf die eigentliche Webpräsenz verweist.).

Nicht jeder weiß, was er da anrichten kann!

Vermutlich dachte die Agentur, sie würde so genannte Landing-Pages erstellen. Das sind die Seiten, auf denen ein Benutzer ankommt, wenn er über die Suchmaschine kommt.

Klingt ähnlich – hat jedoch einen wesentlichen Unterschied! Doorway-Pages führen zum Ausschluss aus Suchmaschinen! Ein Werbeagenturchef mit Labertalent kann seine Kunden vielleicht in einem Wortschwall ertränken – Google allerdings nicht: dort werden ohne Diskussion illegale Seiten aus der Datenbank entfernt, wenn Sie gegen die Regeln verstoßen!

Das berühmteste Beispiel dieses Fehlers ging durch die Presse. BMW hat diesen Super-GAU erlebt: Alle Seiten von BMW waren für eine Weile komplett aus Google entfernt! BMW konnte dieses Problem von Vorstand zu Vorstand lösen. Wenn Sie das nicht können... optimieren Sie seriös.

5. **Lüge 5: „Eine gute Suchmaschinenposition in 30 Tagen? Kriegen wir hin!“**

Wer Ihnen verspricht Sie in wenigen Tagen „in die Charts“ zu schießen ist nach unserer Erfahrung (ca. 500 Internetprojekte) ein Scharlatan. Schnelle Suchmaschinenergebnisse können nicht versprochen, nicht gehalten und noch viel weniger garantiert werden – und dauerhaft schon gar nicht! Wenn Ihnen das jemand verspricht, lassen Sie sich doch eine Geld-zurück-Garantie geben. Oder legen Sie 80% des Budgets als Erfolgsprämie fest. :-) Da werden Sie mal sehen, wie die Aussage „Kriegen wir hin“ plötzlich stark relativiert werden wird.

Suchmaschinen sind vorsichtig und von 0 auf 100 ist nur in Ausnahmefällen möglich.

6. **Lüge 6: „Es ist so leicht gut gelistet zu werden. Wir werden Ihre Anmeldung bei 150.000 Suchmaschinen einfach automatisch durchführen.“**

In Suchmaschinen, die niemand kennt, kann man sogar unter bestimmten Voraussetzungen gut gelistet werden. Wenn Sie bei 150.000 Suchmaschinen angemeldet sind, herzlichen Glückwunsch, jedoch: Jemand, der in der oberösterreichischen Ärztesuchmaschine sucht (eine der 150.000 Eintragungen) wird vermutlich kaum Interesse an Ihrem Industrieprodukt haben, das dort ‚gut gelistet‘ ist.

Google hat einen Marktanteil von ca. 85%. Darauf konzentrieren wir uns für unsere Kunden.

7. **Lüge 7: „Wir würden niemals etwas riskieren, was die Suchmaschinen als illegale Techniken bewerten würden!“**

Übersetzung: „... wir sind große Angsthasen die im Bereich Suchmaschinenoptimierung nichts können außer Metatags (siehe Frage 1) oder haben unseren Kunden soviel Müll erzählt in den letzten Jahren, dass wir es bald selbst glauben.“

Suchmaschinenoptimierung hat mit Vertrauen zu tun, da Sie als Kunde häufig nicht detailliert wissen, was eigentlich geschieht. Natürlich wollen Sie keine *illegale Techniken* die zum Ausschluss aus Google führen können, gleichzeitig wollen Sie Erfolg – und das möglichst schnell. Um den richtigen Weg zwischen diesen beiden Polen, auf dem einige Minen liegen zu finden, brauchen Sie einen guten Führer, der das Gebiet kennt.

Für Sie ist das Thema vielleicht wie eine schwarze Kiste – es kommt etwas hinein („Suchmaschinenoptimierung“ genannt) und es kommt etwas heraus (Ihre eigenen Abfrage-Ergebnisse bei Google). Genau darauf sollten Sie sich verlassen. Die Ergebnisse sollten sich verbessern. Das sollten Sie messen. Monatlich. So steigt das Vertrauen durch die Positionierung – durch nichts anderes. Wie unsere Messergebnisse aussehen, wissen Sie ja.

8. Lüge 8: „Sie sind doch toll gelistet! Wenn ich „Schmitz KG Hintertupfingen“ eingebe, sind Sie sogar auf Platz 1!“

Keine unserer Kunden für die wir dauerhafte Suchmaschinenoptimierung betreiben nutzen ihren Namen als Suchbegriff. Wer Ihren Namen bereits hat, wird nur in Ausnahmefällen noch eine Suchmaschine benötigen. Förderlich für das Verkaufen Ihrer Produkte oder Dienstleistungen ist es, wenn Sie von denen gefunden werden, die nach einer Leistung oder einem Produkt suchen – ohne Ihren Namen zu kennen.

Außerdem rutscht der Name sowieso mit nach oben. Das passiert fast automatisch, wenn wir uns um die richtigen Suchbegriffe kümmern. Viel wichtiger für uns sind Suchbegriffe, die Ihr Interessent, die der (vor allem potentielle) Kunde nutzt. Der vermeintlich korrekte Suchbegriff „Hifi-Receiver“ bringt Ihnen kaum Besucher – wenn diese nach „Stereo-Anlage“ suchen.

9. Lüge 9 „Ihre Kunden kommen nicht über Suchmaschinen, Sie haben ein Spezialprodukt, das sich nur an Businesskunden richtet. In diesem Bereich ist Suchmaschinenoptimierung verlorene Mühe.“

a) Für jeden Einkäufer ist das Internet heute das Recherche-Werkzeug Nummer 1. Wenn jemand über Google nach Ihrer Leistung fragt (= sucht), sollten Sie unbedingt antworten können (= zu finden sein)! Das bringt mehr als jede Anzeige, denn da ist jemand, der auf der Suche nach Ihnen ist!

b) Wer auf der ersten Seite für den Top-Branchen-Suchbegriff oder intelligente Kombinationen von Suchbegriffen steht, erhöht seine Chancen auf Internet-Anfragen immens (Unserer Erfahrung nach häufig um mehrere 100 %- und wir haben einige Kunden auf vordersten Plätzen bei Ihren Branchenstichworten platziert).

c) Gerade bei Spezialprodukten kann eine Suchmaschinenoptimierung zu neuen – bisher unbekanntem – Kundengruppen führen.

10. Lüge 10 „Tolle Flash-Seiten und die absolute Einhaltung des corporate designs sind wichtiger als Suchmaschinenoptimierung“

Im Ernst? Der Kunde interessiert sich NULL für Ihr Logo und Ihr Corporate Design.

Für was interessiert sich Ihr Kunde?

Einzig und allein um die Frage ob Sie ihm mit ihrem Produkt helfen können. Helfen können sein Ziel zu erreichen. (Ja liebe Werbeagentur-Kollegen, es ist vorteilhaft wenn das **auch** hübsch ist – aber bitte funktional, nicht als Selbstzweck.)

Den Kunden interessiert weiterhin ob er Ihnen trauen kann. Und warum er ausgerechnet bei Ihnen kaufen sollte.

Frage:

Haben erfolgreiche Anzeigen im Kopf das Anbieterlogo oder eine großartige Frage oder ein Versprechen? Das sich auf den Kunden mit seinen Sorgen bezieht?

„Nie mehr Rückenschmerzen“ im Vergleich zu „BALANS SCHAUKELSTUHL“
 „LOGO FIRMA“ im Vergleich zu „- 30% weniger Zeit + 35% niedrigere Kosten bei der Kaltverformung“

Mehr Infos?

riconet GmbH
 Jan Richter
 Hagener Str. 67
 57072 Siegen