

SEO für kleine Unternehmen

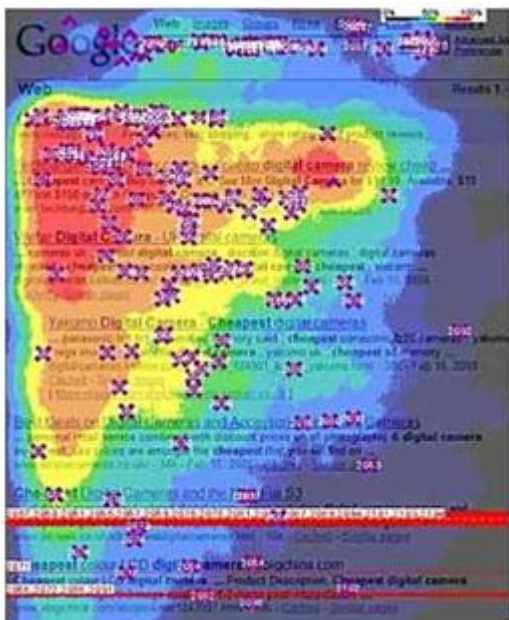
Eine eigene [Webseite](#) gehört heutzutage auch schon für Kleinstunternehmen dazu. Doch der schönste Web-Auftritt nützt praktisch nichts, wenn er bei [Suchmaschinen](#) nicht gefunden wird.¹⁾ Durch Optimierung (SEO) der eigenen Homepage soll eine bessere Platzierung in den „redaktionellen“ oder „organischen“ Ergebnissen der Suchmaschinen zu erzielt werden. Dabei findet im Gegensatz zu „SEM“ das Erkaufen von hohen Platzierungen nicht statt. Grundsätzlich lassen sich die möglichen Maßnahmen in zwei Bereiche einteilen:²⁾

1. Optimieren der eigenen Homepage ([On-Page-Maßnahmen](#))
2. Optimierung der externen Faktoren ([Off-Page-Maßnahmen](#))

Zielsetzung

Leitziel der unternehmerischen Tätigkeit ist es, die Verkäufe des Unternehmens zu steigern und durch Umsatzsteigerung höhere Gewinne zu erzielen. Hierfür stehen jedem Unternehmer zahlreiche Möglichkeiten z.B. im Rahmen des Marketings zur Verfügung. Die Maßnahmen des SEO zeichnen sich hierbei wie folgt aus:

- Zielgruppengenaue Auswahl des [Webmittels](#)³⁾
- Mehr Seitenbesucher und Seitenaufrufe sobald ein verbesserter Rang in den Suchmaschinen erlangt wird (siehe Abbildung)⁴⁾



- Steigerung der Webpräsenz⁵⁾
- Erreichung und deutliche Steigerung des Bekanntheitsgrades des Unternehmens⁶⁾

All diese Vorteile sind ein erster Schritt in die Richtung der Generierung von mehr Verkäufen. Jedoch ist es erforderlich, dass durch die richtigen Suchbegriffe die Erwartungen des potenziellen Kunden auf der Homepage erfüllt werden und der Besuch zu einer gewünschten Aktion führt (Conversion).

Vorgehensweise

Wie bereits in der Einleitung angeführt ist die Vorgehensweise in On-Page-Maßnahmen und Off-Page-Maßnahmen unterteilt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Such-Algorithmen der Suchmaschinen nicht vollends bekannt sind. Folgende detaillierte Maßnahmen sind durchzuführen um eine bessere Platzierung in den Suchmaschinen zu erlangen

Meta-Tags

- [Keywords](#)⁷⁾:

Im Rahmen der Überlegungen zu [Meta-Tags](#) entscheidet der verantwortliche Mitarbeiter / Geschäftsführer eines Unternehmens nach ausführlichem Research, welche Keywords für das Unternehmen relevant sind. Dabei ist das Suchverhalten der potenziellen Kunden entscheidend. Das Ziel ist es, die Suchbegriffe möglichst genau auf die Zielgruppe anzupassen. Insbesondere kleinere Unternehmen, welche oftmals regional tätig sind, können durch den Ortsbezug in den Keywords einen höheren Rang erlangen. Es ist Wert auf die stetige Optimierung im Bereich der Keywords zulegen⁸⁾, hierzu sind regelmäßige Untersuchungen des Suchverhaltens vorzunehmen.⁹⁾

- <TITLE>-Tag

Das <TITLE>-Tag ist ein beständiges Element der Homepage und sollte die wichtigsten Suchbegriffe des Unternehmens beinhalten. Aufgrund der Darstellung ist es sinnvoll den <TITLE>-Tag auf drei bis acht Wörter zu begrenzen. Sollte der Firmenname keinen Aufschluss über das Tätigkeitsfeld zulassen und eine Verknüpfung im <TITLE>-Tag nicht sinnvoll erscheinen, so ist die Startseite entsprechend zu gestalten.

Content

Der Content sollte dem potenziellen die gewünschten Informationen vermitteln. Darüber hinaus hat der Content auch im Sinne der SEO eine Aufgabe. Das regelmäßige Wiederholen der Keywords besonders auf der Startseite hat einen positiven Einfluss auf das Ranking. Das zu häufige Wiederholen der Keyword hat wiederum einen negativen Einfluss auf das Ranking. Hierfür gibt es in der Vergangenheit ein „prominentes“ Beispiel. Durch zu häufiges wiederholen der Keywords wurde BMW von Google ausgeschlossen.¹⁰⁾ Vermieden wird der Ausschluss, wenn die Keywords im sinnvollen Zusammenhang mit einem Text verwandt werden.

Nutzen von Backlinks

[Backlinks](#) stellen Links von anderen Domains zu der eigenen Domain her. Diese sind für die Bewertung der Homepage enorm wichtig, es wird davon ausgegangen, dass ein Link immer eine positive Empfehlung eines „unabhängigen“ Dritten ausweist. Um diese Art der Verbesserung zu optimieren sind folgende Möglichkeiten gegeben:

- Kostenlose Verzeichnisse
- Online [PR](#)
- Social Bookmarks

- Linkkauf
- Organisatorischer Linkaufbau
- Linktausch
- Twitter
- [Blog](#)
- [URL](#) und [Domainname](#)

Der Domainname hat unlängst seine direkte Bedeutung im Ranking der Suchmaschinen verloren. Dennoch gibt es durch die Verlinkungen einen positiven Effekt, wenn die Domain das Suchwort beinhaltet. Bei einer Verlinkung beinhaltet der Linktext das Suchwort und dieses wird bei der Platzierung berücksichtigt. Es ist zu beachten, dass Bereiche der On-Page Optimierung, wie z.B. der Domainname nicht veränderlich sind und dieser bereits beim Einrichten der Homepage auf die Bedürfnisse angepasst werden muss.

Robots.txt

Die robots.txt teilt Suchmaschinen mit, was indexiert (durchsucht) werden darf und soll. Somit können bestimmte Einträge auf der Homepage ausgeschlossen werden. Hierdurch entsteht die Gefahr, dass falsche Einträge vorgenommen werden, die in der Folge ungewollte Ergebnisse produzieren.

Zusammenfassung

Die Möglichkeiten von SEO bieten eine kostenneutrale Möglichkeit die Präsenz des eigenen Unternehmens im Web zu verbessern und ist daher für kleinere Unternehmen mit geringerem Budget interessanter als SEM. Durch verschiedene Möglichkeiten kann bereits mit wenig Aufwand das Suchergebnis verbessert werden (z.B. sensible Auswahl der Keywords) andere Maßnahmen erfordern deutlich mehr Aufwand (z.B. Seitenstruktur und Backlinks). Insbesondere kleine Unternehmen können jedoch durch strukturiertes SEO die Zielkunden besser erreichen als durch andere Medien (z.B. im Rahmen der [Werbung](#)) und durch eine optimale Verlinkung auf die eigene Homepage verbesserte Conversion Raten erlangen.

weitere Informationen

- [SEO für Startups](#)
- [Search Engine Optimization im Mittelstand](#)

1)

<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/strategie/tipps-wie-die-eigene-webseite-googletauglich-wird;2618231>

2)

Kaiser, T. [Top Platzierung bei Google & Co.](#), 2009 S. 62

3)

Greifeneder, H., [Erfolgreiches Suchmaschinenmarketing](#), 2010

4)

<http://www.enquiro.com/enquiro-develops-googles-golden-triangle.php>

5)

Emrich, C., [Multi-Channel-Communications- und Marketing-Management](#), 2008, S. 193

6)

<http://www.rankteam.de/vorteile-der-suchmaschinenoptimierung.html>

7)

Google, GoogleAdwords, Web, 2010, <https://adwords.google.de>

8)

Jimdo: „Tipps zur Suchmaschinen-Optimierung“, <http://de.jimdo.com/seo>

9)

Vgl. Handelsblatt, „Wie die eigene Webseite googletauglich wird“,

<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/strategie/tipps-wie-die-eigene-webseite-googletauglich-wird;2618231;8#bgStart>

10)

<http://www.helloarticle.com/de/boost-your-website-gratis-minibook-fuer-erfolgreiches-suchm-r2692.htm>

From:

<http://de.seowiki.info/> - **SEO Wiki**

Permanent link:

http://de.seowiki.info/best_practices/seo_kleine_unternehmen

Last update: **2010/08/18 20:37**

