

Top10 Service



Was Sie beachten sollten.



# **Grundlagen einer erfolgreichen Homepage**

Grundlegende Erfordernisse einer professionellen Homepage unter  
Einbeziehung von Suchmaschinenoptimierung.

Autor: Theodor Brinkmann  
Herausgeber: Top10 Service © 2021

# Inhaltsverzeichnis

<b>Grundlagen einer erfolgreichen Homepage</b> .....	<b>2</b>
Vorwort .....	4
Bestandteile einer erfolgreichen Homepage .....	5
Allgemeine Betrachtung / Fallbeispiel .....	6
Ursachen einer erfolglosen Homepage .....	7
Wenig Akzeptanz .....	7
Hoher Aufwand .....	7
Falsche Vorgehensweise .....	7
Zu wenig Informationen .....	7
Genügt eine perfekt gestaltete Homepage? .....	9
Voraussetzungen für den Erfolg schaffen.....	11
Optimieren Sie Ihre Homepage für Suchmaschinen .....	13
Was kostet eine Suchmaschinenoptimierung? .....	15
Nutzen Sie die Suchmaschinen und Suchkataloge .....	17
Halten Sie sich an die Spielregeln.....	18
Fehlverhalten kann teuer werden .....	19
Halten Sie Ihre Homepage aktuell .....	19
Zusammenfassung:.....	21

## **Vorwort**

Dieser Artikel richtet sich hauptsächlich an kleine und mittlere Unternehmen, die

- planen eine Homepage zu erstellen,
- eine erfolglose Homepage besitzen,
- sich mit Suchmaschinen nicht oder kaum beschäftigt haben,
- sich einen Nutzen durch eine Homepage erwarten.

Ziel ist es,

- die grundsätzlichen Erfordernisse für eine Homepage aufzuzeigen,
- Fehlplanungen zu vermeiden bzw. Kosten zu sparen und
- Enttäuschungen einer erfolglosen Homepage zu vermeiden.

Sicherlich wird dieser Artikel dem Einen oder dem Anderen so manche Illusionen bezüglich „schnelles Geld im Internet verdienen“ rauben. Hierfür entschuldige ich mich schon mal im Voraus. Aber ohne Fleiß keinen Preis.

Dieser Artikel ist aus der täglichen Praxis einer Internetagentur heraus entstanden und versucht so gut wie möglich ohne „Fachchinesisch“ das Thema zu erläutern.

„An dieser Stelle soll klargestellt werden, dass es in Insiderkreisen ohne Fachbegriffe gar nicht funktionieren kann und hier auch in keiner Weise die großartige Arbeit der hart arbeitenden SEO - Fachkräfte auch nur ansatzweise in Frage gestellt werden soll.“

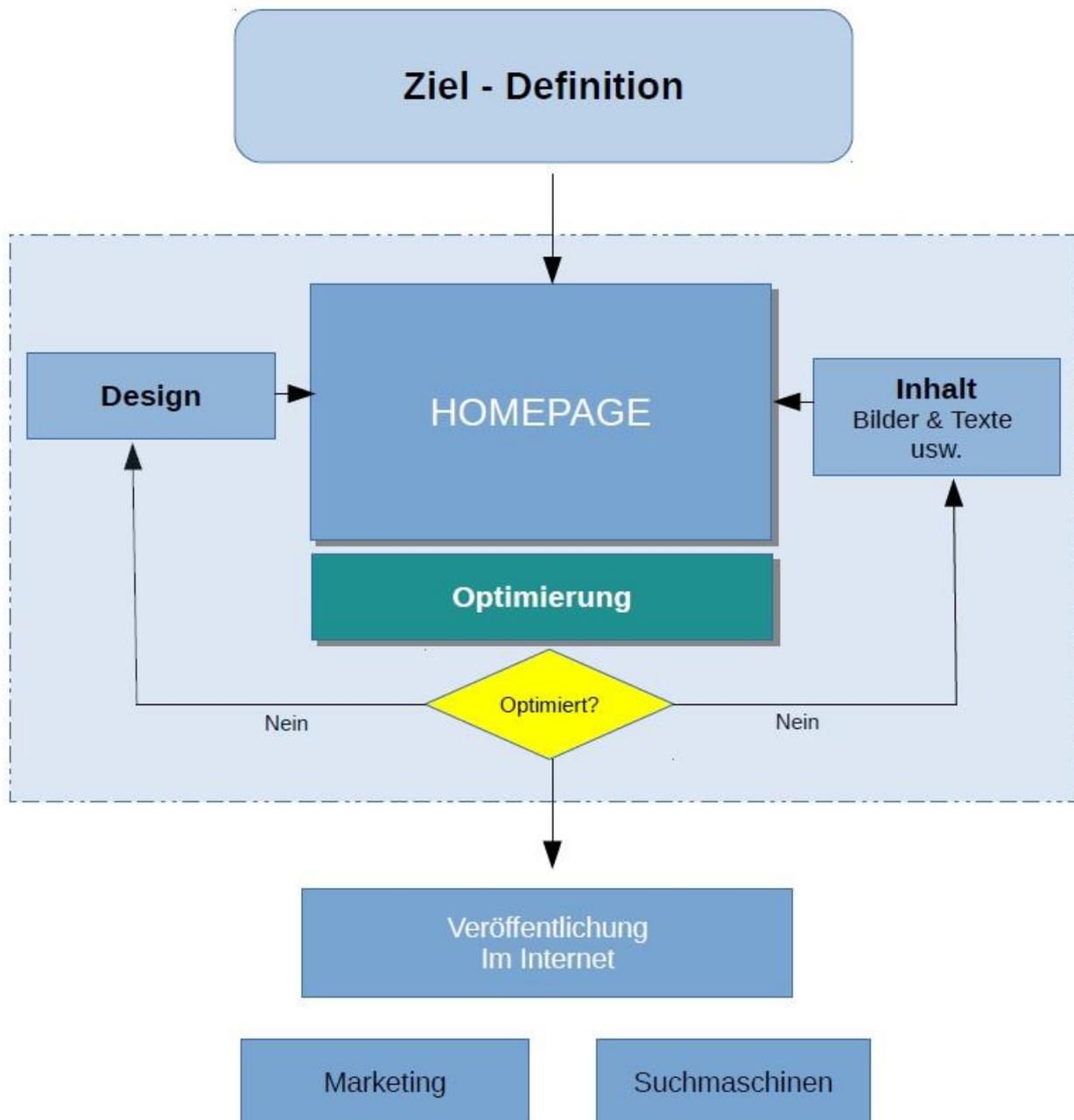
Des Weiteren erhebt dieses Buch keinen Anspruch auf Vollständigkeit rund um das Thema „SEO (Suchmaschinenoptimierung“, sondern soll einen allgemeinen und einfachen Überblick vermitteln.

Bleiben wir einfach locker und nehmen das Beispiel „Auto“ als Beispiel. Als Leitsatz steht die Frage bzw. die Aussage:

Ohne Räder auf die Datenautobahn!?

## Bestandteile einer erfolgreichen Homepage

Homepage ist nicht gleich Homepage. Einfach mal eine Homepage „zusammen klicken“ führt selten zum Erfolg. Eine professionelle Homepage sieht anders aus und beinhaltet mindestens folgende Bestandteile:



Im Weiteren werden die Bestandteile in einfachster Weise (ohne technische Details) etwas näher betrachtet.

## **Allgemeine Betrachtung / Fallbeispiel**

Viele Homepage-Besitzer klagen über die Erfolglosigkeit ihrer Homepage. Kein Verkauf Ihrer Produkte, keine Anfragen zu angebotenen Dienstleistungen und geringe oder keine Rückmeldungen via Internet sind die meistgenannten Punkte der zahlreichen enttäuschten Homepage-Besitzer. Ein Prospekt oder Handzettel ist erfolgreicher als eine Homepage - ist u. A. eine weitere Aussage, die häufig zu hören ist.

In der Tat, diese oder ähnliche Äußerungen sind zahlreich und werden verstärkt von kleinen und mittleren Unternehmen geäußert. Die Schlussfolgerungen und / oder die Begründungen für einen erfolglosen Internetauftritt sind vielfältig. Sehr oft ist zu hören:

- ▶ Das Internet ist noch nicht reif für den gezielten Handel mit Waren und Dienstleistungen, jedenfalls nicht für meine kleine Firma.
- ▶ Es gibt zu Wenige die jetzt schon Geschäfte über das unsichere Internet abschließen.

*Und schon meldet sich Sepp am Stammtisch im Wirtshaus:*

*„Ich habe doch gesagt, das Internet ist nur Geldschneiderei und bringt nichts. Gott sei Dank hat mein Sohn unsere schöne Firmenhomepage erstellt, er hat das in der Schule gelernt. Da habe ich mir wenigstens die Kosten für die Erstellung der Homepage erspart.“*

*Die Runde nicken - Thema Homepage beendet.*

So oder so ähnlich klingt sehr oft der Tenor von Homepage-Besitzern. Sepp kann seine Aussage, durch die visuell schöne, jedoch erfolglose Firmenhomepage, auch noch beweisen – wenn auch nur oberflächlich. Das reicht auch in den meisten Fällen leider als Argument aus. Mehr Schönheit geht nicht.

Im Übrigen hat man eh keine Zeit, sondern muss sich um sein Kerngeschäft kümmern, oder?

(Sollten Sie diese Frage bejahen, dann ersparen Sie sich bitte das Weiterlesen.)

*Beispielhaft gesagt:*

*Sepp hat ein Auto, das zwar großartig aussieht, jedoch nicht so richtig fährt und schon gar nicht für eine Autobahn oder ein Rennen geeignet ist.*

*Etwas frecher ausgedrückt: Mit dem Ding gewinnt er keinen Preis – allerhöchstens einen Schönheitspreis.*

## **Ursachen einer erfolglosen Homepage**

Was ist in unserem Fallbeispiel schiefgelaufen?

Pauschal gesagt: „Eine ganze Menge“.

Im Prinzip hat man ein Auto gebaut, dessen Nutzen oder Einsatzmöglichkeit vorab nicht spezifiziert wurde. Die Ursachen sind vielfältig.

### *Wenig Akzeptanz*

Leider kann man allzu häufig beobachten, dass die Visitenkarte Chefsache ist, jedoch der Weltauftritt des Unternehmens an den Sohn, den Freund oder an jemanden der eine Homepage günstig oder kostenlos erstellt, delegiert wird. In diesen Fällen darf man davon ausgehen, dass nach Ansicht des Verantwortlichen, eine Homepage nichts oder nur bedingt etwas mit dem Kerngeschäft einer Firma zu tun hat.

### *Hoher Aufwand*

Besonders großes Interesse findet das Thema nicht, sondern sorgt allenfalls für Mehraufwand, Verwirrung und bestenfalls für ein ungutes Gefühl. „Ungutes Gefühl“ deshalb, weil Andere ja eine erfolgreiche Webseite haben.

### *Falsche Vorgehensweise*

Fast jede Firma besitzt eine Homepage, also muss man auch eine haben. Und wenn schon, dann aber die Beste und die Erfolgreichste; ohne großen Aufwand, versteht sich. Mit dem Gedanken „mal sehen wer das kann“, geht man dann frisch ans Werk. Das Ziel ist eine schöne Homepage zu erstellen, nach dem Motto:

*„Wir bauen jetzt mal eine günstige, eierlegende Wollmilchsau und schauen dann was sie alles kann; somit haben wir schon mal die Lösung, nach einem Problem suchen wir später.“*

### *Zu wenig Informationen*

Das Hauptaugenmerk wird meist nur auf das Design (das Aussehen) einer Homepage gerichtet mit der Überlegung:

*„Wenn die Homepage toll aussieht, ist ja alles in Butter. Falls nicht, bleibt die Homepage wie sie ist, denn man will ja keinen Krieg in der Familie vom Zaun brechen, da sich der Sohn doch solche Mühe gegeben hat. Ist eben alles eine Sache des Geschmacks.“*

Haarig wird die Sache, wenn sich inhaltliche Änderungen für die Homepage ergeben.

Man kann sich leicht ausmalen welche Probleme sich aus dieser Konstellation ergeben könnten.

*„Beispielhaft gesagt: Ich bekomme ein Auto von einem Freund kostenlos oder günstig und verlange nachher, dass auch die Pflege und Wartung von ihm übernommen wird. Dass dieser Ansatz, ohne weitere Folgeüberlegungen, für den Erfolg einer Homepage nicht gerade dienlich ist, erklärt sich schon fast von selbst.“*

Es gibt bestimmt noch **jede Menge mehr Gründe** und Szenarien weshalb eine Homepage schon von Anfang an zum Scheitern verurteilt ist. Meint man es wirklich ernst mit der Umsetzung des Unternehmens ins Internet, so sollte man von Anfang an

- klare Ziele definieren, sich gründlich
- informieren oder von einem guten
- Fachmann beraten lassen.

Sparen Sie hier nicht an der falschen Stelle. Die professionelle Erstellung einer Homepage ist die grundlegende Basis auf dem langen Weg zum Erfolg. Voraussetzung hierfür ist allerdings:

***Akzeptieren Sie das Thema „Internet / Homepage“ als Teil Ihres Kerngeschäfts.***



## Genügt eine perfekt gestaltete Homepage?

Antwort: ein klares Nein, sofern diese im Internet auch erfolgreich sein soll.

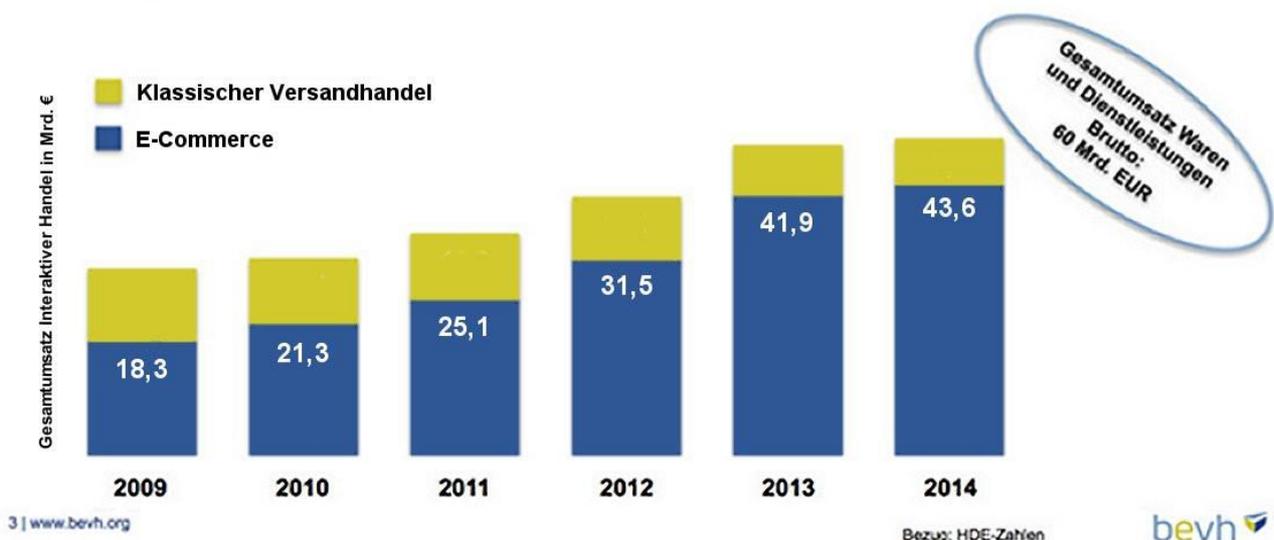
Wie unser Sepp oben schon aussagte und auch beweisen kann, besitzt er eine wunderbar aussehende Homepage im Internet, nur ist diese eben nicht erfolgreich.

Somit kommen viele Homepage-Besitzer zu dem Schluss, dass im Internet „nichts geht“ bzw. das Internet noch nicht „reif“ ist oder nur große Unternehmen damit Geld verdienen.

Fakt ist jedoch: Es werden rissige Umsätze im Internet getätigt; mit steigender Tendenz. Experten rechnen damit, dass die Umsätze im Internet-Handel auch in den nächsten Jahren rasant steigen werden. Immer mehr Internet-Nutzer kaufen via Internet ein.

### DER INTERAKTIVE HANDEL VON 2009 BIS 2014

- STEUERBEREINIGTE ZAHLEN -



Ein großer Teil des Umsatzes wird von Firmen erzielt die bereits in der „realen Welt“ einen hohen Bekanntheitsgrad haben. Ein nicht geringer Teil des Kuchens wird jedoch von Unternehmen erzielt, deren Umsatz und Bekanntheitsgrad vor der Entscheidung einer Internetpräsenz, eher mäßig war.

Viele Homepage-Besitzer haben einen hohen Aufwand und eine Menge Geld investiert und sind stolz auf die perfekt aussehende Homepage.

Die Internetadresse ist eindeutig und die Ladegeschwindigkeit der Homepage ist zufriedenstellend. Auch das Angebot stimmt, hat sich bewährt und wird in der „realen Welt“ mit Erfolg vertrieben und verkauft. Nur aus dem Internet kommen keinerlei Anfragen.

Andererseits gibt es Firmen die in der „realen Welt“ nicht existierten, aber im Internet extrem erfolgreich und bekannt sind.

Um bei unserem Beispiel zu bleiben:

Es gibt Autos die sehen zwar nicht so toll aus, gewinnen aber jedes Rennen.

Es genügt eben nicht, eine perfekt aussehende Homepage zu besitzen, sondern es sind weitere Maßnahmen notwendig, um mit einer Homepage Erfolge zu erzielen.

Einige Maßnahmen sind nachfolgend beschrieben.

## **Voraussetzungen für den Erfolg schaffen.**

Wie in der „realen Welt“ spielt der Faktor „Bekanntheit“ auch im Internet eine übergeordnete Rolle. Bekanntheit wird u. a. erreicht durch Werbung, gutes Marketing, Empfehlungen, usw.

**In der „realen Welt“** bedeutet dieses, mit z.B. Werbemaßnahmen (Prospekt, usw.) und / oder Marketingaktionen auf sich (Firma, Dienstleistung, Produkt) aufmerksam zu machen. Alle diese Maßnahmen sind mit mehr oder weniger hohen Investitionen verbunden. In der Regel kann davon ausgegangen werden, dass, je höher das Investment für Werbeaktionen, desto höher ist auch der Bekanntheitsgrad. Wie hoch der Bekanntheitsgrad ist, kann über eine Marktanalyse ermittelt werden. Das gehört i.d.R. zum Kerngeschäft.

**Im Internet** verhält es sich ähnlich wie in der "realen Welt"; mit einem wesentlichen Unterschied:

Eine Homepage kann mit relativ wenig Aufwand und Kosten für ein Millionenpublikum werbewirksam und ständig erreichbar, z.B. mittels Suchmaschinen, im Internet platziert werden.



Die Qualität der Produkte oder Dienstleistungen verändern sich auch im Internet nicht. Angebote können jedoch schnell und direkt "online" verglichen oder gefunden werden. Firmen, die ohne das Medium Internet ziemlich unbekannt waren, haben im Cyberspace nun auch eine Chance im direkten Vergleich mit namhaften Mitbewerbern berücksichtigt zu werden. Allerdings nur dann, wenn diese im Internet gefunden werden (erfolgreich bekannt gemacht wurden).

Nur durch einen hohen Bekanntheitsgrad Ihrer Homepage und somit auch Ihrer Produkte, Dienstleistungen, usw. können Erfolge erzielt werden.

Speziell für kleine und mittlere Unternehmen ist eine zielgerichtete Vermarktung zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der eigenen Homepage / Firma im Internet zwingen erforderlich, sofern man Erfolge im Internet erzielen möchte.

Hierbei kommt es nicht in erster Linie darauf an, dass Ihr Unternehmen zuerst in der „realen Welt“ bekannt war (hilft aber), sondern es kommt vielmehr darauf an, dass Ihre Firma und das Angebot, also Ihre Homepage, im Internet gefunden wird und Sie somit auch „sichtbar“ sind.

Der Bekanntheitsgrad einer Firma im Internet, also der Homepage, steigt nicht automatisch, sondern muss durch harte Arbeit und verschiedene Maßnahmen realisiert werden.

*„Unser Sepp im Fallbeispiel würde an dieser Stelle beweisen, dass er in den Suchmaschinen durch Eingabe seines **Firmennamens** klar gefunden wird. Trotzdem ist die Webseite erfolglos.“*

Und schon haben wir ein weiteres Problem.

Es reicht in vielen Fällen nicht aus, nur seine Firma in den Mittelpunkt zu stellen, sondern auch und vor allem die Produkte / Dienstleistungen kurz das Angebot bekannt zu machen.

Na klar ist man stolz auf seine Firma, das versteht sich ja von selbst. Will man jedoch Verkäufe im Internet tätigen, so bleibt der gute Name des Unternehmens erst einmal zweitrangig. Die meisten Nutzer des Internets suchen vornehmlich nach Produkten, Angeboten, Dienstleistung oder Waren.

Also überlegen Sie gut, ob der Firmenname oder das Produkt im Mittelpunkt stehen soll.

Es soll hier nicht ausgeschlossen werden, dass es Notwendigkeiten gibt oder gezielt beabsichtigt, ist, den Namen eines Unternehmens (einer Marke, Branding, usw.) in den Mittelpunkt zu stellen. Dieser Artikel geht jedoch von einer anderen Zielsetzung (siehe Einleitung) aus.

## **Optimieren Sie Ihre Homepage für Suchmaschinen**

Wie man eine Homepage für das Internet vorbereitet, um auch bekannt bzw. gefunden zu werden, wird nachfolgend beschrieben. Oder wieder bildlich gesprochen:



Nachdem wir uns soeben die Autobahn bzw. Rennstrecke angesehen haben, kümmern wir uns nun wieder um das Auto und machen es fit für das Rennen.

**Bevor** die Homepage im Internet bekannt gegeben wird, sollte diese vorher tauglich, oder noch besser optimiert, bezogen auf die Angebote der Homepage, für das

Internet sein.

Das Zauberwort heißt „Suchmaschinenoptimierung“ kurz SEO genannt und ist im Prinzip nichts anderes als ein Teil einer Marketingmaßnahme bezogen auf das Internet. SEO ist allerdings keine Zauberei, sondern harte und aufwendige Handarbeit. Ohne dieses Instrument für eine erfolgreiche Bekanntmachung der Homepage und deren Angebote bleibt es dem Zufall überlassen, ob eine Homepage im Internet gefunden wird. Mittels SEO wird eine Homepage hauptsächlich für die Sichtbarkeit in den einschlägigen Suchmaschinen aufpoliert und vorbereitet.

Beim „Polieren“ steht das Ziel einer Homepage in den Mittelpunkt und auf den Prüfstand. Hierbei werden sehr stark vereinfacht gesagt, Texte, Beschreibungen von Bildern, Links, Menüpunkte, Hintergrundparameter und jede Menge mehr Aspekte betrachtet und entsprechend bearbeitet. Es kann sogar soweit führen, dass die komplette Homepage umgebaut wird oder sich auch das Aussehen ändert. Wohl demjenigen der seine Homepage von einem Fachmann hat.

Es wird hier nicht weiter auf die Einzelheiten einer SEO - Maßnahme eingegangen. Genaueres kann man im Internet erfahren. Dort gibt es Unmengen von Informationen über dieses Thema.

Wichtiger ist, dass der richtige Fachmann an die Sache ran geht. Mit der Einstellung „Dann kann es ja los gehen – alles kein Problem.“ wird das Ganze nichts.

Ich höre schon wieder die Stimmen:

*„Mein Sohn hat das in der Schule gelernt und hat auch unsere tolle Homepage erstellt – der kann das und es kostet nichts!“*

Auch hier wieder der Appell:

Vergewissern Sie sich, dass ihr Fachmann, ob Sohn oder Spezialist, das Thema SEO auch wirklich beherrscht. Ansonsten kann man sich mehr Probleme einhandeln als einem lieb ist und darüber hinaus jede Menge Zeit und Geld verschwendet.

Das „Aufpolieren“ unterliegt gewissen Grundregeln und setzt u.a. gute Kenntnisse über die Regularien und Spielregeln von Suchmaschinen voraus.

Sofern Sie diese Kenntnisse nicht besitzen, sollten Sie unbedingt einen Fachmann zu Rate ziehen. Suchmaschinen sind unbarmherzig und bestrafen Sie bzw. Ihre Homepage sofort und meistens auch nachhaltig, wenn diese den Eindruck haben, dass man sich einen unerlaubten Vorteil gegenüber Anderen verschaffen will oder die Regeln nicht einhält.

Um ein Beispiel zu nennen:

Es kommt immer wieder vor das Webseiten bewusst mit einer unzulässigen Menge von gleichlautenden Suchbegriffen bestückt werden. Abgesehen davon, dass Suchmaschinen bereits so clever sind dieses zu bemerken und zu bestrafen, erscheint die Homepage auch für den Betrachter, der den Text liest, nicht gerade leserlich und wirft einen schlechten Blick auf den Homepage Besitzer, der Firma.

An dieser Stelle könnten noch hunderte Beispiele folgen, die bewusst oder unbewusst gegen die Richtlinien von Suchmaschinen verstoßen. Es ist ein schmaler Grat zwischen Erfolg und Misserfolg. Deshalb wird hier noch einmal empfohlen einen Fachmann zu konsultieren. (Man muss es immer wieder betonen).

## Was kostet eine Suchmaschinenoptimierung?

Um hier gleich einem Missverständnis vorzubeugen, die Kosten für eine „Suchmaschinenoptimierung“ legen ursächlich immer der Kunde - durch die Anforderungen - und der Dienstleister - durch seine Preise - fest.

Eine verbindliche Regelung oder festgelegte allgemeine Preislisten gibt es nicht. Wenn Sie im Internet die verschiedenen Anbieter für SEO vergleichen, werden sie schnell enorme Preisunterschiede feststellen. Die Kosten variieren sehr stark zwischen 150 € bis zu mehreren tausend Euros pro Monat.

Abgesehen von „schwarzen Schafen“, kommt es immer sehr darauf an was getan werden sollen. Die Optimierung einer Homepage wird in der Regel manuellen in Handarbeit durchgeführt. Hierbei sind eine ganze Menge an Kriterien zu beachten. Das Thema „Kosten einer Suchmaschinenoptimierung“ ist auch immer wieder ein großes Thema im Internet. Hier gibt es verschiedene Ansätze, um die Kosten einer Suchmaschinenoptimierung in den Griff zu bekommen oder zu mindestens halbwegs vergleichbar bzw. angemessen zu gestalten.

Ein Ansatz ist, die Kosten für Werbung bezogen auf die Suchmaschine Google als Basis zu nutzen. Zum Verständnis:

Wenn Sie die Suchmaschine Google aufrufen und nach einem Begriff zum Beispiel „SEO“ suchen, werden sie i.d.R. in der rechten Spalte und im oberen Bereich verschiedene Treffer sehen, die durch das Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sind. Diese Anzeigen werden auch Google - AdWords genannt. Die Kosten für den Werbenden ergeben sich aus dem Suchbegriff selbst und wie oft diese Anzeige angeklickt wird.

The image shows a Google search interface for the term "SEO". The search bar contains "SEO" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for "Web", "News", "Bilder", "Bücher", "Videos", "Mehr", and "Suchoptionen". The search results show approximately 357,000,000 results. A large banner for "Google AdWords" is displayed, with a green arrow pointing to a "Cookies" notification box that says "Cookies helfen uns bei der Bereitstellung unserer Dienste. Durch die Nutzung unserer Dienste erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Cookies setzen." Below the banner, several search results are visible, each with a green arrow pointing to it. The results include:

- Suchmaschinenoptimierung** - www.sumo.de/SEO - mit SUMO - seriös und professionell. Wenn SEO, dann SUMO.
- SEO vom Profi - seo-kueche.de** - Damit Ihre Website gefunden wird. Online-Erfolg dank Top Platzierung. Linkmarketing - Kostenloses Angebot - Onpage Beratung - Zertifizierte Agentur. Die SEO-Küche zählt zu den 100 Top Agenturen für SEO - ibusiness.de. 293 Follower auf Google+.
- Suchmaschinenoptimierung - suchdialog.de** - Individuell wie Ihr Geschäftsmodell - SEO & Consulting von suchdialog. Multilinguale Visibility - Searchmetrics Partner - 45 High Performer.
- SEO einfach selber machen** - www.rankingcoach.com/seo-1001 - 4,4 Bewertung für Anbieter. Verbessern Sie Ihre Position bei Google - jetzt kostenlos testen!
- Saubere On-Page SEO** - www.adtraffic.de/On-Page-SEO - Wir sind zertifizierte Experten für nachhaltige On-Page Optimierung!

Angenommen für den Suchbegriff würde pro Klick 1,00 € festgelegt und Ihre Intention ist es, dass möglichst viele Suchende auf ihre Anzeigen klicken und somit ihre Homepage besuchen.

So würden sich, bei einer täglichen Klickrate von 100 Besuchern, die täglichen Kosten von 100 € ergeben. Die monatlichen Kosten für diese Anzeige würden daher bei ca. 3.000 € liegen.

Den gleichen Betrag könnte auch eine Internetagentur bzw. ein Spezialist für Suchmaschinenoptimierung bei den gleichen Ergebnissen kassieren. Da sich jedoch in diesen Beispielen sehr viele Variablen versteckten (Anzahl der Suchbegriffe, Klickrate, Popularität des Suchbegriffs, Anzahl der Mitbewerber, usw.) kann dieser Ansatz nur bedingt für die Ermittlung der Kosten herangezogen werden.

Im Internet werden Sie noch auf weitere interessante Ansätze stoßen.

Eines ist jedoch klar, nur Sie als Kunde können bestimmen, wie wichtig Ihnen die Optimierung Ihrer Homepage ist und welche Ergebnisse Sie erwarten. Umso wichtiger ist es, im Vorfeld einer Suchmaschinenoptimierung klare Zielvorstellungen zu definieren und die Kosten hierfür zu fixieren.

Tipp:

Legen Sie im Vorfeld einer SEO - Maßnahme den Preis, das Ziel und den Arbeitsumfang fest.

Im Generellen sollte jedoch eine Homepage mindestens suchmaschinentauglich sein, sofern Sie Einkünfte oder einen gewissen Bekanntheitsgrad erzielen wollen.

Also achten Sie schon bei der Homepageerstellung auf qualitativ hochwertige Arbeit. Hierbei ist nicht unbedingt das Design gemeint, sondern vielmehr die grundlegende Tauglichkeit für Suchmaschinen.

Sofern Ihre Homepage fit für das Internet ist, kann sie auch im Internet bekannt gegeben werden. Hierbei kann man verschiedene Möglichkeiten nutzen. Eine Möglichkeit wird nachfolgend beschrieben.

## **Nutzen Sie die Suchmaschinen und Suchkataloge**

Ca. 51,7 Millionen Nutzer des Internets gibt es in Deutschland, mit steigender Tendenz. Ihre Homepage ist nur Eine unter vielen, sofern Sie das Thema Suchmaschinenoptimierung nicht berücksichtigen und betreiben.

Dabei ist es super-günstig seine Homepage im Internet weltweit bekannt zu machen.

Dank der Internetsuchmaschinen findet heutzutage fast Jeder was er sucht. Die Suchmaschinen oder Kataloge, wie z.B. Google, Yahoo, Bing usw. sind überaus beliebt bei den Internetsurfern. Die weitaus größte Anzahl der Internetbesucher nehmen diese Suchmaschinen gezielt zur Hilfe um Informationen, Produkte, Dienstleistungen oder Firmen aus der Vielzahl von Informationen, die das WWW (World Wide Web) bietet, herauszufiltern.

Hierbei wird von den Suchmaschinen der Gesamthalt aller Informationen auf die Informationen (Homepages) einer bestimmten Abfrage reduziert und je nach Relevanz gewertet und ausgegeben. Das Resultat ist jedoch in der Regel immer noch sehr umfangreich.

Beispiel:

Sie suchen über die Suchmaschine [www.google.de](http://www.google.de) nach einem „Hotel in Augsburg“. Nach der Suche werden Ihnen immer noch ca. 1.2 Millionen Webseiten angeboten. Die ersten 10 Treffer (Homepage-Adressen) können Sie direkt am Bildschirm betrachten. Zum Betrachten der nächsten 10 Treffer (also Rang 11-20) müssen Sie weiterblättern, usw.

Auch wenn für einen Suchbegriff Millionen von Seiten gefunden werden, so betrachten ca. 85% aller Suchenden nur die ersten 30 Ergebnisse (Rang 1-30) und besuchen in der Regel die entsprechenden Homepages.

Glücklich ist derjenige, der seine Homepage unter die ersten 30 Angebote platzieren kann. Man braucht kein Prophet zu sein, um zu erkennen wer hier das Geschäft macht; sicherlich nicht der Besitzer dessen Homepage auf Rang 1880 ausgegeben / gewertet wurde.

Suchmaschinen geben nicht wahllos oder zufällig Resultate aus, sondern versuchen über spezielle Programme eine möglichst hohe Relevanz zum Suchbegriff und zum Inhalt der Homepage herzustellen.

## ***Halten Sie sich an die Spielregeln***

Wir kennen und schätzen den Wert und die Dienstleistungen der einschlägigen Suchmaschinen. Ohne die großartigen Leistungen der Suchmaschinenbetreiber würden wir in der Flut von Informationen ertrinken.

Einige Schwarze Schafe versuchen immer wieder die Suchmaschinen zu überlisten, indem sie z.B. eine Unzahl von immer wiederkehrenden Suchwörtern in den Texten einer Homepage platzieren, um somit möglichst gut gefunden zu werden. Andere verwenden Schlüsselwörter, die keinen oder kaum Bezug zum eigentlichen Inhalt der Homepage haben, usw. Diese und eine Reihe von vergleichbaren Praktiken verfolgen das Ziel, die Suchmaschinen mit Seiten zu füllen, die einen falschen Inhalt vortäuschen, um sich somit einen Vorteil zu verschaffen. Finger weg von solchen oder ähnlichen Praktiken.

Würden Suchmaschinen „unfaire“ Praktiken akzeptieren, hätte dieses zur Folge, dass die Qualität der Suchmaschinen für jedermann gemindert wird. Glücklicherweise lassen die Suchmaschinenbetreiber ein solches Verhalten nicht durchgehen und bestrafen diese Seiten.



Des Weiteren haben die o.g. Praktiken nichts mit dem Thema SEO zu tun. Seriöse Anbieter werden mit Ihnen zusammen zielgerichtet, entsprechende Suchkriterien (Schlüsselwörter, Suchbegriffe) erarbeiten und im Rahmen der erlaubten Möglichkeiten, eine Homepage für die Suchmaschinen fit machen. Hierbei spielt technisches und fachliches Verständnis sowie eine große Portion Erfahrung und Fingerspitzengefühl eine entscheidende Rolle.

## ***Fehlverhalten kann teuer werden.***

Leider werden die Spielregeln zu wenig bewusst beachtet. Oft wird aus Unwissenheit oder Ungeduld eine nicht-fachmännische Homepage bei den Suchmaschinen bekannt gegeben (angemeldet) oder ins Internet gestellt und landet auf Platz 10233; Erfolg gleich null.

Selbstverständlich gibt es Mittel und Wege die Sache wieder gerade zu biegen, allerdings nicht ohne entsprechenden zeitlichen und finanziellen Aufwand und unter Einbindung eines Fachmanns.

Schlimmer ist es, wenn eine Suchmaschine die Homepage bestraft, weil gegen die Richtlinien bewusst oder unbewusst grob verstoßen wurde.

Die Bestrafung kann bis zur Ablehnung der Internetadresse führen. Das wäre dann so ungefähr der schlimmste Fall. In diesem Fall wird es schon extrem schwierig, auch für den Fachmann, noch etwas zu retten. Man kann sich zwar für sein Fehlverhalten bei einigen Suchmaschinen entschuldigen und seine Homepage regelkonform machen, aber eine Garantie für eine Aufnahme gibt Ihnen niemand.

Eine weitere Möglichkeit ist es, die alte Internetadresse in den Eimer zu treten, Korrekturarbeiten an der Homepage vorzunehmen und sich eine neue Internetadresse zu besorgen. Allerdings hätte das den Nachteil, dass Ihre alte Internetadresse in den meisten Fällen schon Ihre Geschäftspapiere schmückt. Was dieses bedeutet muss wohl nicht extra ausgeführt werden.

Egal wie man es auch dreht und wendet, die Korrektur einer nicht fachgerechten Homepage wird immer zusätzliche Kosten verursachen und sollte deshalb von Anfang an vermieden werden.

## ***Halten Sie Ihre Homepage aktuell.***

Ein weiterer Aspekt in diesem Zusammenhang ist die Frage nach der Dauer des Bekanntheitsgrades bzw. der Sichtbarkeit einer Homepage im Internet.

Hat man die Homepage einmal optimiert, bei den Suchmaschinen angemeldet und schon gute Ergebnisse eingefahren, wurde ein wichtiger Schritt zur Sichtbarkeit gemacht. Man kann davon ausgehen, dass der SEO - Fachmann seine Arbeit noch vor der Veröffentlichung der Homepage anständig ausgeführt hat.

Nun sollte man jedoch Bedenken, dass ständig neue Anbieter bzw. Webseiten in den Suchmaschinen auftauchen. Natürlich will jeder einen der ersten Ränge ergattern. Hinzu kommt, dass die Suchmaschinen ihre Regularien von Zeit zu Zeit ändern. Kurz gesagt das Web lebt.

Was heute noch aktuell ist, ist morgen ein alter Hut. Klar ist auch, dass Suchmaschinen immer die aktuellen und interessantesten Seiten favorisieren und dem Publikum anbieten möchten. Das betrifft allerdings i.d.R. auch ihre Homepage - irgendwann ist der „Lack ab“ und ihre Seiten werden immer schlechter sichtbar in den Ergebnissen der Suchmaschinen.

In diesem Fall sind wieder der Rat und die Tat eines SEO - Fachmanns zu empfehlen. Er kann die Seiten wieder aufpolieren und aktuell halten. Hierzu wird einiges an der Homepage selbst (onPage-Optimierung) und/oder auch außerhalb der Homepage (offPage-Optimierung) getan. Kurz gesagt:

***„Wer aufhört gegen den Strom zu schwimmen, wird abgetrieben“.***

Klar sollte es jedoch sein das der Aufwand zur Optimierung einer Homepage nicht zu unterschätzen ist. Den Grad der Optimierung, also wie viel und wie tief poliert werden soll, entscheiden i.d.R. Sie und wird sich sicherlich an den Angeboten und Dienstleistungen der SEO- Anbieter ausrichten.

Entsprechend wirken sich auch ihre Vorgaben auf den zu leistenden Aufwand eines Fachmanns und somit auf die hieraus resultierenden Kosten aus.

Hier soll nicht unterdrückt werden, dass es auch in der Zukunft der SEO - Firmen schwarze Schafe gibt, die den Trend der Zeit erkannt haben und mit völlig überzogenen Preisvorstellungen die Unkenntnis der Kunden ausnützen. Was Sie von einem Angebot halten, dass verspricht, eine Homepage zu geringen Kosten und über Nacht in die Top 10 der Suchmaschinen zu katapultieren, bleibt Ihrer Phantasie überlassen.

Auch sollte ein SEO - Anbieter mit einfachen Worten erklären können, was er gedenkt zu tun. Lassen Sie sich bitte nicht von tonnenweisem Papier, unglaublichen Statistiken oder allerlei Fachbegriffen erschlagen.

Tipp: Definieren Sie klare und realistische Ziele

## **Zusammenfassung:**

10 Punkte die Sie beachten sollten:

- ✔ Nehmen Sie das Thema Homepage ernst und in Ihr Kerngeschäft auf.  
Wenn Sie Ihre herkömmliche Visitenkarte zur Chefsache erklären, so sollten Sie dieses umso mehr auch für Ihre Visitenkarte im Internet tun.
- ✔ Beauftragen Sie einen Fachmann mit der Durchführung und dem Marketing des Internet - Weltauftritts.
- ✔ Ein perfektes Design genügt nicht um erfolgreich zu sein. Kümmern Sie sich von Anfang an um das Thema der Vermarktung Ihrer Homepage.
- ✔ Zur Aufrechterhaltung des Suchmaschinenranges ist ständige Pflege und Wartung der Homepage notwendig. Sorgen Sie vor.
- ✔ Sprechen Sie mit einem Fachmann über das Ziel Ihrer Homepage.  
Hierbei sollten noch vor der Erstellung einer Homepage die Möglichkeiten einer erfolgreichen Vermarktung analysiert werden.
- ✔ Nehmen Sie Ihren Anbieter ins Wort und lassen Sie sich Beispiele einer erfolgreichen, von ihm erstellten und positionierten Homepage zeigen.
- ✔ Vorsicht! Es gibt eine Menge Schwarzer Schafe die sich mit dem Begriff „Internet Marketing“ oder „SEO“ schmücken und die Ihnen den schnellen Erfolg versprechen. Im Gegensatz zur „realen Welt“ können Sie selbst innerhalb von Sekunden feststellen ob Ihre Homepage / Firma richtig im Internet (z.B. bei Suchmaschinen) platziert und vermarktet wurde und die Versprechungen der Wahrheit entsprechen.
- ✔ Vergleichen Sie die Angebote der Anbieter, es lohnt sich.
- ✔ Das Internet bietet ständig neue Möglichkeiten Ihre Homepage bekannter zu machen. Fragen Sie Ihren Fachmann welche Möglichkeiten er bieten kann (Stichwort Soziale Netze).
- ✔ Lassen Sie sich nicht von allerlei technischen Begriffen verrückt machen, sondern ziehen Sie ruhig Vergleiche mit der „Realen Welt“.