



# Suchmaschinenoptimierung und ein Beitrag für barrierefreie Internetseiten

---



## Suchmaschinenoptimierung, Marketing und Barrierefreie Internetseiten

Verständlicherweise wollen alle Webseitenbetreiber auf den ersten Platz bei den Suchergebnissen der Suchmaschinen.

Dieser erste Platz ist nicht in einer adhoc-Aktion erreichbar. Dieser erste Platz muss strategisch geplant werden! Genauso wie eine komplette Marketing-Strategie.

Und damit wird die **Suchmaschinenoptimierung** zu einem besonders **wichtigen Teil Ihrer Marketingstrategie!**

Eine strategische Planung benötigt Zeit. Genauso das Ranking Ihrer Internetseite in den Suchmaschinen.

Die Suchmaschinenoptimierung besteht aus vielen kleinen Bausteinen und jeder Baustein leistet seinen eigenen Beitrag zur Suchmaschinenoptimierung für die bessere Auffindbarkeit Ihres Angebots im Internet.

Ach ja, da ist noch was: **Suchmaschinenoptimierung ist keine Tätigkeit, die abgeschlossen werden kann. Suchmaschinenoptimierung ist ein ständiger Prozess, der stets optimiert und weiterentwickelt werden muss.** Was nützt Ihnen die schönste Homepage, wenn sie von den Suchmaschinen nicht gefunden wird?

**Hinter einem guten Ranking in den Suchmaschinen steckt richtig harte Arbeit!!!**

## Die grundlegenden Überlegungen zur Suchmaschinenoptimierung

### Die Botschaft Ihrer Internetseite / die Zielgruppe Ihrer Internetseite

Bestimmen Sie als erstes die Zielgruppe Ihrer Internetseite. Wo ist Ihre Zielgruppe zu finden? Ist die Zielgruppe Ihrer Webpräsenz eher in der „breiten Masse“ zu finden oder können Sie Ihre Zielgruppe genau definieren, z.B. alle Grafikdesigner?

Welche Eigenschaften hat Ihre Zielgruppe?

Zu dieser Frage gehört u.a. die Überlegung über welche persönlichen Voraussetzungen (behindert / nicht behindert) und über welche technische Ausstattung die Besucher/innen Ihrer Internetseite verfügen.

Wenn es sich bei Ihrer Zielgruppe beispielsweise um “Grafikdesigner” handelt, dann sollten Sie in der Regel davon ausgehen können, dass diese Zielgruppe über die neuesten Techniken verfügt. Bei der Gestaltung Ihrer Webseite müssten Sie sich – was die Webtechniken angeht – also “austoben” können.

Außerdem müsste diese Zielgruppe in den jeweiligen Branchenverzeichnissen auffindbar zu machen sein, so dass Sie diese direkt erreichen können.



## Die Zielgruppe von Internetseiten und die Internettechniken

Die Bestimmung Ihrer Zielgruppe ist wesentlich für die Bestimmung der Webtechniken, die für Ihre Internetseite angewandt werden sollen. In diesem Zusammenhang sollten Sie z.B. auf Flashseiten verzichten, wenn Ihre Internetseite eine breite Öffentlichkeit ansprechen soll.

### Wieso?

Wenn Ihre Zielgruppe beispielsweise behindert ist, sollte Ihre Internetseite auf jeden Fall barrierefrei sein. „Flash“ ist seit einigen Jahren zwar zugänglich für Hilfsmittel, die behinderte Internetsurfer einsetzen, um Internetseiten lesen zu können. Das Handling ist aber nach wie vor nicht unproblematisch für diese Zielgruppe.

Ist Ihre Zielgruppe beispielsweise die „breite Masse“ dann sollten Sie ebenfalls darauf achten, dass Ihre Internetseite zugänglich erstellt wird. Denn auch die „breite Masse“ beinhaltet Internetsurfer mit persönlichen Beeinträchtigungen. Ein gutes Beispiel dafür sind Hörbücher. Was gibt es für Hörbücher dankbarere Kunden als blinde Menschen? (Lesen Sie in diesem Zusammenhang den Beitrag über „Wie blinde Menschen Internetseiten sehen“). Das Produkt „Hörbuch“ hat als Zielgruppe sowohl nicht behinderte wie auch behinderte Menschen.

Da die Themen von Hörbüchern nahezu „grenzenlos“ sind, richtet sich das Angebot an alle Menschen, die gerne akustische Bücher „lesen“.

Und somit richtet sich Ihr Angebot an eine „breite Masse“.

Jetzt könnten Sie sagen: Auf die wenigen behinderten Menschen im Internet kann ich gerne verzichten. Dann haben Sie aber „die Rechnung ohne den Wirt gemacht!“ Oder: können Sie auf einen zweistelligen %-Betrag Ihrer Kunden verzichten?

## Die Keywords

Die „Keywords“ oder die sogenannten „Schlüsselwörter“ sind der nächste Schritt. Die Frage dazu lautet: unter welchen Suchbegriffen soll meine Internetpräsenz gefunden werden?

Diese Frage hört sich einfacher an, als sie wirklich ist!

Ein gutes Beispiel dafür ist „Webdesign“ als Keyword.

Wenn Sie bei Google beispielsweise „Webdesign“ (ohne Anführungszeichen) eingeben, dann erhalten Sie (Stand 8. Juni 2009), mit dem Browser Internet Explorer 7, mit der Einstellung dass er primär „deutsche Internetseiten“ durchsuchen soll, ca. 109 Millionen Suchergebnisse für den Begriff „Webdesign“.

109 Millionen Ergebnisse sind eindeutig zu viel. Daraus können Sie schließen, dass das Keyword schlecht gewählt ist.

Anders sieht es aus, wenn Sie das Keyword in einer Kombination, z.B. „Webdesign Pfalz“ eingeben. Dann erhalten Sie bei oben angegebenenem Datum „nur“ noch 765.000 Ergebnisse. Das ist zwar immer noch recht viel, aber in Anbetracht der ursprünglichen Ergebnisseiten in Höhe von 109 Mio. haben Sie die Suche doch wesentlich eingegrenzt.



### **Denkanstoß:**

Unter Umständen können Wortkombinationen bei der Bestimmung Ihrer Keywords hilfreich sein!

Letztendlich soll Ihnen dieses Beispiel nur verdeutlichen, wie schwierig die Wahl des richtigen Suchbegriffs tatsächlich ist und wie wohl überlegt dieser sein muss.

### **Tipp:**

fragen Sie soviel Bekannte und Freunde wie möglich, nach welchen Begriffen sie suchen würden, wenn Sie Ihr Angebot im Internet suchen würden!!!

### **Die Anzahl der Keywords:**

Übertreiben Sie es bitte nicht mit der Anzahl der Keywords, die Sie auf den jeweiligen Seiten Ihrer Internetpräsenz einsetzen möchten! Zuviel des Guten könnten die Suchmaschinen als Spamversuch werten, was im schlimmsten Fall die Streichung Ihrer Seite aus dem Index der Suchmaschinen zur Folge hätte.

Pro Seite Ihrer Internetpräsenz sollten Sie nicht mehr als 10 Keywords einsetzen. Dabei sollten Sie auch noch darauf achten, dass die Keywords pro Seite Ihrer Internetpräsenz variieren. Wenn Sie also "Hörbücher" anbieten möchten, dann kann es beispielsweise Sinn machen auf der Startseite "Hörbuch, Lesen, Literatur, EBook, ..." (max. 10 bis 15 Keywords) einzusetzen (ACHTUNG: die genannten Keywords wurden nicht recherchiert und erheben keinen Anspruch auf Gültigkeit für den Suchbegriff "Hörbuch"!!!). Auf den Folgeseiten könnten dann u.U. Variationen von den Keywords der Startseite ratsam sein oder komplett neue Keywords. Das kommt auf Ihr Angebot an!

## **Die Wahl eines geeigneten Domainnamens**

Nachdem Sie die Zielgruppe bestimmt und in harter Arbeit die Keywords festgelegt haben, anhand derer Ihre Internetseite gefunden werden soll, liegt jetzt noch die Wahl eines geeigneten Domainnamens vor Ihnen. Auch dieser beinhaltet durchaus ein strategisches Element!!! Wenn nicht sogar, die strategische Entscheidung im Zusammenhang der Auffindbarkeit Ihres Angebotes im Internet schlechthin!

Hier bewegen Sie sich in dem Dilemma der Eingänglichkeit Ihrer Domain (Ihrer Internetadresse) und ob diese in einem Zusammenhang mit Ihrem Angebot steht!

Ein gutes Negativbeispiel ist die Domain "www.karin-schloss.de" mit welcher eigentlich das Thema "Webdesign" vermarktet werden soll.

Wird hier bei Google nur der Suchbegriff "Schloss" eingeben, so findet die Suchmaschine (Stand 9. Juni 2008) über 30 Mio Ergebnisse!

Der Begriff "Schloss" an sich hat noch die Eigenschaft, dass er für ein Objekt steht, z.B. "Das Schloss". So kommt zum genannten Datum an zweiter Stelle, der über 30 Mio Ergebnisse bei Google, die Seite "www.neuschwanstein.de". Anders würde es aussehen, wenn die Domain "www.schloss-webdesign.de" lauten würde. Dann wäre ein wesentliches Keyword im Domainnamen selbst enthalten.



## Besonderheiten bei Umlautdomains

Die Registrierung von Umlautdomains ist seit etwa 2004 möglich. Solche Sonderzeichen-Domains werden heutzutage von vielen Browsern ohne zusätzliches Plugin unterstützt (vgl. [www.onsite.org/kb/idx.php/0/178/article/](http://www.onsite.org/kb/idx.php/0/178/article/) ; der Artikel stammt aus dem Jahr 2004!!!). Es gibt aber auch Heute noch Internetsurfer, deren Browser ein entsprechendes Plugin benötigen würden und diese Adressen, die per Umlautdomain erreichbar sind, sind besuchen können!

## Was hat nun Suchmaschinenoptimierung und -marketing mit barrierefreien Webseiten zu tun?

Wie schon eingangs erwähnt: was nützt Ihnen die am schönsten designte Webseite, wenn sie von den Suchmaschinen nicht gefunden werden kann. Generell können Sie davon ausgehen, dass die Suchmaschinen "blind" sind. Wenn Sie also nur Bilder oder kaum Text auf der Startseite haben, dann ist es schwierig – nicht unmöglich – dass die Suchmaschinen Ihre Internetseite finden. Es dauert nur länger. Verständlicher wird das Ganze vielleicht wenn Sie den Beitrag ("Der Suchmaschinenrobot und der Webdesigner") unter <http://www.woodshed.de/publikationen/dialog-robot.html> lesen.