

Suchmaschinen und Statistik

Suchmaschinen

Suchmaschinen sind komplexe Datenbanken, in denen sämtliche von den Suchmaschinen zuvor ausgelesene Websites abgespeichert werden.

Das Auslesen geschieht durch so genannte Webcrawler. Webcrawler sind autonome Programme, die das Internet nach Websites durchsuchen, diese auslesen, sie in der Datenbank der Suchmaschine abspeichern und nach einem nicht bekannten Algorithmus bewerten. Diese Bewertung entscheidet darüber, an welcher Position der Trefferliste einer Suchabfrage Ihre Website erscheint.

In der Regel gilt: Je besser Ihre Seite (nach einer Fülle von Kriterien) bewertet wird, desto höher ist diese bei einer Abfrage positioniert und wird daher auch eher gesehen und aufgerufen. Google hat eine Einführung in die Suchmaschinenoptimierung erstellt, die Sie online einsehen können (<https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=de>). Hier werden grundsätzliche Fragen geklärt und erste Tipps zur Suchmaschinenoptimierung an die Hand gegeben.

Grundsätzlich

- ist die inhaltliche Qualität eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine gute Beurteilung Ihrer Seiten im Wettbewerb zu Anderen
- sorgt die Pflege der Titel und Description (Beschreibung) der EINZELNEN Seite für eine Optimierung der Klickwahrscheinlichkeit INNERHALB der Suchergebnisse

Pflege im CMS

Für die Suchmaschinenpflege ist das Einloggen in den Adminbereich erforderlich. Im Menübereich finden Sie den Punkt **Suchmaschinen**. Hier können allgemeine (für die gesamte Website) und seitenspezifische Einstellungen (individuell für jede Seite) vorgenommen werden. Die Felder sollten unbedingt gewissenhaft ausgefüllt werden, da diese Einträge Ihre Positionen bei den Suchmaschinen maßgeblich beeinflussen.

Allgemeine Konfiguration

Mandanten-Konfiguration für Seo relevante Metatags

aktuelle Sprache: DE

Homepagetitel: IPP Schulungmandant

Description: Willkommen beim Schulungsmandanten von strait. Hier können Sie Ihre Firmendescription eintragen. Kurz und knapp, aber aussagekräftig, so das der Kunde bei Google Ihre Internetseite unbedingt besuchen möchte.

Standard-Robots-Konfiguration: index follow odp

allgemeine Metaeinträge Site

Löschen	Key	Value
	<input type="text"/>	<input type="text"/>

BUCHEN

▪ Sprachauswahl:

Diese Auswahl ist nur für einen mehrsprachigen Internetauftritt wichtig. Diese Einstellung regelt die Erfassung in unterschiedlichen Sprachen. Deutsch ist voreingestellt.

▪ Hompagetitle:

Der Homepagetitel und der Seitentitel werden von den Suchmaschinen direkt ausgelesen und hoch bewertet. Sie finden diese Titel bei Aufruf der Website im Browserfenster über der Website. Hier geben Sie bitte den Titel Ihrer Website an.

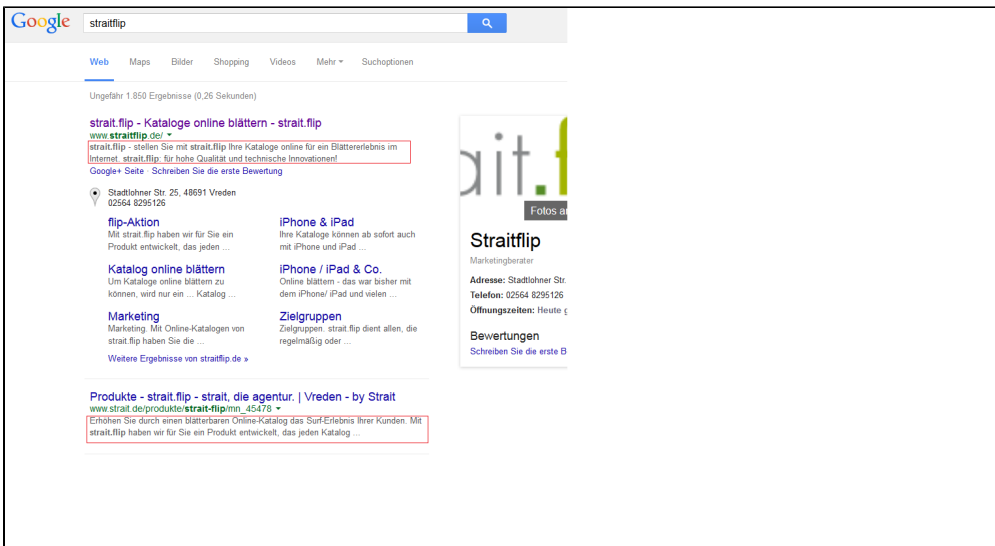
Der Titel sollte Ihren **Firmennamen** z.B. Baustofffachhandel Mustermann (exakte Firmierung z.B. GmbH ist unwichtig!) und den **Ort** (bei größeren Städten) oder auch die **Region** (z.B. Münsterland) Ihrer Firma enthalten. Bei speziellen Themen können auch wie oben im Beispiel Beschreibungen der **Inhalte** der Seite eingepflegt werden.

Dieser Homepage-Titel erscheint auf allen Seiten hinter den seitenspezifischen Titeln, die später noch näher erklärt werden. Individueller Seitentitel und der Homepagetitel dürfen insgesamt nicht mehr als 65 Zeichen enthalten. Zeichen, die darüber hinausgehen, erscheinen in roter Schrift und werden nicht ausgegeben. Der Homepagetitel sollte deshalb kurz aber informativ sein, um Zeichen für den Seitentitel freizuhalten.

Im obigen Beispiel ist „straitFlip“ der **Homepagetitel**, der an den **Seitentitel** „Kataloge online blättern“ angehängt wird.

▪ **Description:**

Die Description wird auf der Suchseite als Kurzbeschreibung der Zielseite ausgegeben und besitzt somit eine sehr hohe Priorität, da dieser Text u. U. darüber entscheidet, ob der Treffer angeklickt wird oder nicht.



Die **Description** darf nicht mehr als 156 Zeichen enthalten und sollte in kurzen Sätzen die Vorzüge Ihres Unternehmens erläutern. Ab (derzeit) 157 Zeichen werden die einzelnen Zeichen in rot dargestellt und nicht ausgegeben.

Die in der allgemeinen Konfiguration eingepflegte Description wird nur dann ausgegeben, wenn bei den seitenspezifischen Descriptions unter dem Menüpunkt **Pflege Seiten** der **Präsenz-Platzhalter** hinzugefügt wurde.

Gibt es für die Website keine Descriptions, zieht sich die Suchmaschine Inhalte aus der Seite und stellt diese als Description dar. Diese Inhalte können dann jedoch einzelne Sätze aus einem Text sein, die einem Suchenden keine Informationen liefern. Überlassen Sie es nicht der Suchmaschine, welche Inhalte auf den Suchseiten erscheinen – nehmen Sie ganz gezielt Einfluss und bieten optimierte Descriptions mit hoher Aussagekraft an.

Mit **Speichern** bitte Ihre Änderungen bestätigen. Damit ist die allgemeine Konfiguration abgeschlossen. Diese Daten werden von den Suchmaschinen genutzt, wenn es keine seitenspezifische Konfiguration gibt.

Nutzen Sie die Chance, ein gutes Suchmaschinenranking zu erreichen, damit Besuchszahlen zu erhöhen und Ihren Internetauftritt gezielt als Marketinginstrument einzusetzen!

Folgende Dinge sollten Sie bei der Pflege der Descriptions unbedingt beachten:

Schreiben Sie nicht mehr als ein bis zwei Sätze. Insgesamt stehen Ihnen max. 156 Zeichen (inkl. Leerzeichen) zur Verfügung!

Die Description stellt einen kurzen "Werbetext" dar, der zum Klicken anregen sollte. Machen Sie daher keine leeren Versprechungen

Verwenden Sie relevante Begriffe, die sich auch auf der passenden Seite wiederfinden lassen

Schreiben Sie zu jeder Seite eine eigene Description. Bei gleichen Descriptions wertet Google diese als "Duplicate Content"

Das Arbeiten mit Symbolen erhöht die Aufmerksamkeit

Auf der **Startseite des Backends** finden Sie den Status zu den bereits gepflegten Seitentiteln und Seitenbeschreibungen.

Pflege Robots

Standard-Robots-Konfiguration:

Index und **Follow** sollten markiert sein. Diese Konfiguration legt die Regeln für das Verhalten des Webcrawlers (Programm zur Webseiten-Analyse) auf der Seite fest. Bei obiger Konfiguration ist es dem Webcrawler erlaubt, die Website zu indexieren (in seinen Index aufzunehmen) und allen Links auf dieser Seite zu folgen.

ODP steht für **Open Directory Project** und ist eines der größten Website Verzeichnisse. Dieser Punkt sollte immer deaktiviert sein.

- Die Punkte **Key** und **Value** haben für Sie keine Relevanz, diese werden bei strait intern eingepflegt.

Pflege einzelner Seiten über den Menüpunkt Suchmaschinen

In diesem Bereich ist möglich, jede Seite Ihrer Website im Hinblick auf Suchmaschinendaten zu pflegen:

Pflagedatum	Seitenname	Index	Follow	ODP	Titel
---	Aktionsspalte Baustoffe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Aktionsspalte hagebaumarkt	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Aktionsspalte Holz EH	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Aktionsspalte Holz GH	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Angebote	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Angebote > Frühlingsaktionen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Baumarkt (hagebaumarkt)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Baustoffe / Produkte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen
---	Baustoffe>Böden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> 0 Zeichen

Seitenname:

Der Name der Seite (so wie er im Adminbereich gepflegt ist) wird hier ausgegeben.

„Index“, „Follow“ und „odp“:

Sie bestimmen mit dieser Konfiguration, ob einzelne Seiten indexiert (bei Suchmaschinen) und deren Links verfolgt werden sollen oder nicht. In der Regel wurde unter **allgemeine Konfiguration** bestimmt, dass alle Seiten indexiert und verfolgt werden sollen. Auf Seiten, die weniger wichtig sind, wie z.B das Impressum oder die Kontaktseite, sollten Sie die Häkchen bei **Index** und **Follow** entfernen. Dadurch erhöht sich die Priorität der restlichen Seiten.

Titel:

Geben Sie hier den individuellen Seitentitel (das Thema der Seite z.B. Informationen zu Sichtschutzzäunen in Holz im Garten) ein. Benennen Sie die Produkte/Leistungen so **kurz aber genau** wie möglich um den Suchmaschinen gezielt die Informationen zukommen zu lassen, die diese Seite anbietet. Bauen Sie den Titel nach **Priorität** auf: zuerst das konkrete Produkt (Sichtschutzzäune) und anschließend der Bereich (Holz im Garten). Ggf. können Sie noch Lieferanten aufnehmen – aber beachten Sie, dass der Homepagetitel noch angehängt wird und Sie insgesamt **nicht mehr als 65 Zeichen** zur Verfügung haben.

Wird kein seitenspezifischer Titel vergeben, erscheint der unter den allgemeinen Konfigurationen eingepflegte Titel.

Folgende Dinge sollten bei der Pflege von Seitentiteln unbedingt beachtet werden:

Der Seitentitel muss zum Inhalt der Seite passen

Das wichtigste Wort sollte zuerst genannt werden

maximale Länge 65 Zeichen

vermeiden Sie Sonderzeichen

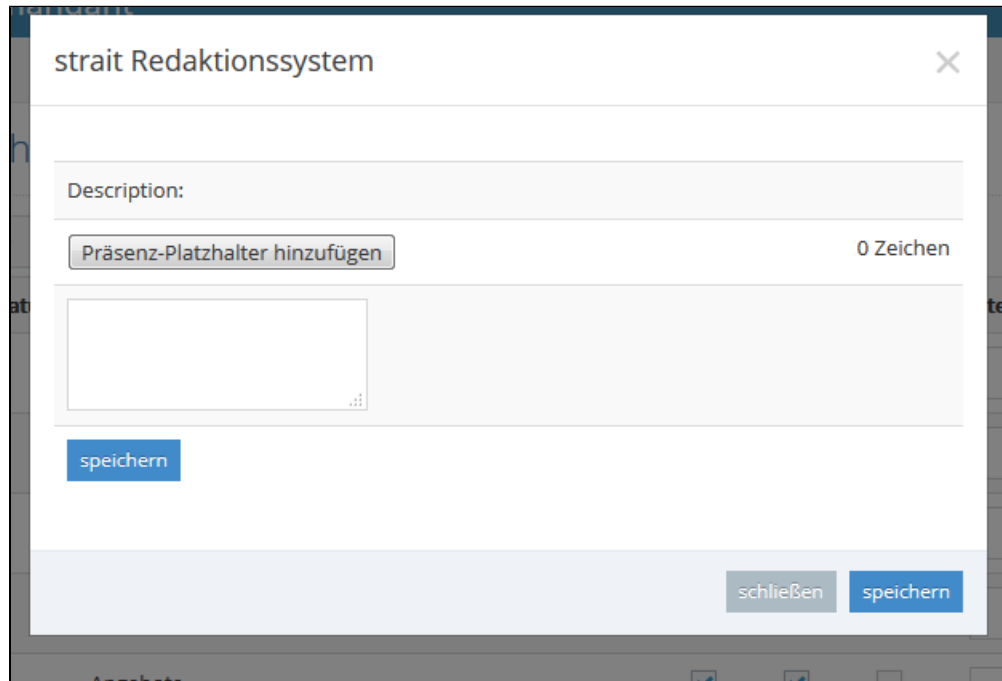
vermeiden Sie unwichtige Wörter wie z.B. "und"

WICHTIG: Gleiche Seitentitel verursachen "Duplicacte Content"! Daher ist es wichtig, dass jeder Seite ein individueller Titel zugeteilt wird.

▪ **Edit:**

Unter Edit ist es möglich, für jede Seite eine eigene Description anzulegen. Links neben dem Button erscheint nach der Eingabe das Datum der Eingabe.

Bei der Suchmaschinenabfrage erscheint dann die für die Seite eingepflegte Description. Auch hier ist es wichtig, die Informationen der Seite gezielt textlich zu formulieren und in der Kurzbeschreibung einen hohen Informationsgehalt zu liefern. Dazu zählen z.B. Beratung und Kompetenz, Ausstellungen, Services, usw. Der Suchende sollte hieran direkt erkennen können, ob er seine gewünschten Informationen auf der Seite findet.



The screenshot shows a window titled "strait Redaktionssystem" with a close button (X) in the top right corner. Below the title bar, there is a "Description:" label followed by a text input field. Below the input field is a button labeled "Präsenz-Platzhalter hinzufügen" and a character count "0 Zeichen". Below the input field is a larger text area with a small icon in the bottom right corner. At the bottom left of the form is a blue button labeled "speichern". At the bottom right of the window are two buttons: "schließen" and "speichern".

▪ **Del:**

Mit diesem Button können Sie die Description der angeklickten Seite löschen.

Wichtig: Bei Multistandortkonzepten

▪ **Präsenz-Platzhalter :**

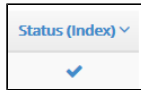
Bei Multistandortkonzepten hat jeder Standort einen eigenen Auftritt, das heißt eine eigene Präsenz mit individuellen Menüpunkten. Alle Standorte werden jedoch in einem System verwaltet und gepflegt.

In den Produktbereichen kann es durchaus vorkommen, dass die Standorte identisch aufgestellt sind, demnach könnten sie gleiche Themenwelten und dieselben Lieferanten aufweisen. Im System ist es möglich unterschiedlichen Menüpunkten dieselben Seiten zuzuweisen. Demnach könnten Standorte A und B im Produktbereich „Parkett“ dieselbe Seite anzeigen. Diese Seite ist deswegen bei Standort A und B identisch und es gibt somit keine individuellen Texte, die auf einen speziellen Standort hinweisen.

Aus diesem Grund gibt es bei der Konfiguration der Seitendescription die Möglichkeit, den o. g. Platzhalter einzubauen. Erstellen Sie für die Seite eine allgemein gültige Description und klicken Sie auf den Button Präsenz-Platzhalter. Wenn Sie nun für Präsenz A und B jeweils einen Platzhalter eingepflegt haben, dann wird der allgemeinen Description der jeweils passende Text hinzugefügt.

i Deaktivierung von Zentral-Inhalten in den Suchmaschinenergebnissen

Teilweise kann es vorkommen, dass Zentral-Inhalte nach Löschung der Veröffentlichung noch immer in den Suchmaschinenergebnissen (z.B. bei Google) auftauchen. Hintergrund ist, dass für die Detailansicht des Artikels eine URL geschrieben wird, die sich bei Löschung der Veröffentlichung nicht ändert, da sie zentral vergeben ist und daher von den Suchmaschinen weiterhin als gültig angesehen wird.



Die Deaktivierung dieser Artikel kann innerhalb der Auflistung der Zentral-Inhalte per Klick auf das Häkchen-Symbol vorgenommen werden. Es öffnet sich ein Overlay, in dem die Deaktivierung vorgenommen werden kann. Bei Multistandort-Auftritten ist eine Deaktivierung pro Präsenz möglich. Zum Beenden Ihrer Einstellungen klicken Sie auf speichern.

