

INTERNET

„Werden Sie gefunden?“

Die beiden Workshops „Suchmaschinenoptimierung für Industriegüter“ des VDMA NRW im Januar und im letzten September zeigten: Mit nur kleinem Aufwand kann eine große Wirkung im Internet erzielt werden.



→ Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist ein Instrument des Internetmarketing, das dazu dient, Webseiten bei Suchdiensten auf den vordersten Plätzen, also mit optimalem Ranking, anzuzeigen. Chancen, gefunden zu werden, hat nur, wer dort unter dem Stichwort, das der Suchende eingibt, gefunden wird. Obwohl die Suchmaschinendienste ihre Such- und Sortieralgorithmen über die Zeit ändern, gibt es doch Möglichkeiten, das Ranking positiv zu beeinflussen.

„Wer im Internet gut gefunden wird, kann sich hohe Anzeigenbudgets sparen.“

Hans Seelen
VDMA

Optimierung im Front- und Backend

Die Einführung in das komplexe Thema mit Informationen und Hinweisen zu „Maschinenbau im Internet“ und „Rechtliche Aspekte im Web 2.0“ übernahmen die VDMA-Experten Peter Thomin aus der Abteilung Betriebswirtschaft und Daniel van Geerenstein aus der Abteilung Recht.

„Es ist ein weitverbreiteter Trugschluss, dass es genügt, die Startseite der Homepage für Suchmaschinen zu optimieren. Jede einzelne Unterseite muss sowohl im Frontend als auch im Backend einzeln suchmaschinenoptimiert getextet werden“, erklärte Oliver Fischer, SEO-Experte und Geschäftsführer der PR-Agentur ofischer communication, bevor er mit den Workshopteilnehmern konkrete Praxisübungen bearbeitete.

Dazu gehörte die Beschreibung einer fiktiven Maschine mit Blick auf die Optimierung von Front- und Backendtext, Titel- und Beschreibungszeilen und möglicher Suchbegriffe. Weiterhin soll der Text gut lesbar und interessant bleiben. Inter-

netverantwortliche sollten überlegen, wen sie mit ihrem SEO-optimierten Webauftritt erreichen wollen. Sollen es Kunden, Experten oder sonstige Interessenten sein? Mit welchen Suchbegriffen würde die Zielgruppe nach dem Produkt oder der Firma suchen? „Wichtig ist, sich in die Lage des Suchenden zu versetzen“, erläutert Thomin. „Es geht insbesondere auch um diejenigen, die das Unternehmen oder seine Produktnamen nicht kennen. Hier muss man prüfen, nach welchen Stichworten diese gesucht würden. Diejenigen, die Unternehmen und Websites kennen, finden sie auch direkt.“

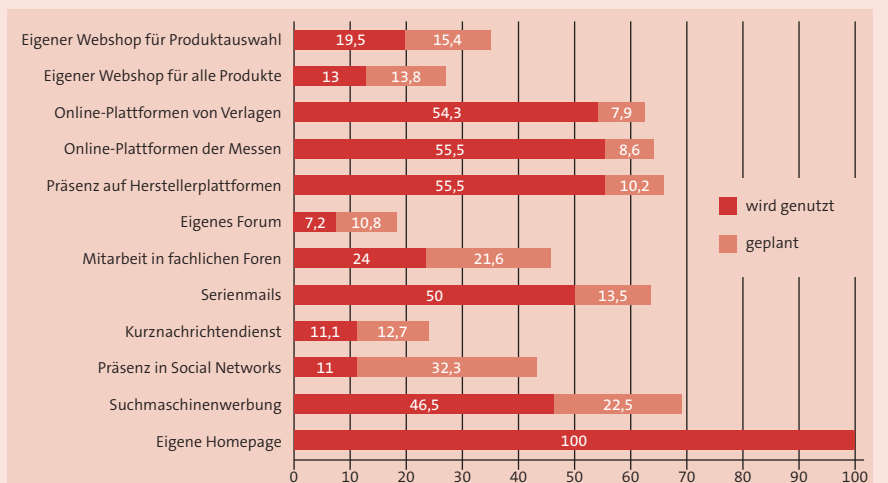
Tipps zur Optimierung

→ Anpassungen des Inhaltes: Der Seiteninhalt sollte auf mehrere Suchbegriffe oder die wiederholte einheitliche Nennung der Maschinenbezeichnung und -funktion optimiert werden. Daneben sollten Überschriften inhaltlich aussagekräftig formuliert werden und die Textstruktur durch Formatierungen oder Zwischenüberschriften verbessert werden.

→ Anpassungen im Backend – also im Quellcode der Internetseite: Nicht nur der sichtbare Text im Internet – also im Frontend – allein entscheidet. Auch der für den Nutzer nicht sichtbare Text im Quelltext wird von Suchmaschinen ausgelesen. Im CMS sollten zusätzlich zum „echten Fließtext“ auch der Pfad, die Meta-

ONLINE-MARKETING

Die Unternehmen des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus nutzen viele Instrumente des Online-Marketings, ausnahmslos alle haben eine eigene Homepage.



Quelle: VDMA-Kennzahlen Marketing-Service 2010

Managers Navigator



**Marke stärken.
Kontakte knüpfen. Umsatz steigern.**



Für neue Kundenkontakte ist Ihr Markenimage entscheidend.
Der Managers Navigator bietet Ihrem Unternehmen dafür das richtige Umfeld.

Informationen zu den internationalen Ausgaben 2013
erhalten Sie beim VDMA Verlag.
martina.scherbel@vdma.org • 069 6603-1232

www.vdma-verlag.com



Foto: VDMA



Peter Thomin (links) ist VDMA-Experte für die Suchmaschinenoptimierung.

daten, Tags und Schlagworte beim Anlegen der Seite eingegeben werden.

- Setzen von Links und Referenzen: Hierzu zählen auch die Quantität und Qualität der ein- und ausgehenden Links auf die Website, das heißt die Links, die von einer Seite auf eine andere interne oder externe Seite gesetzt werden, und insbesondere die Links, die von anderen Websites auf die eigene verweisen..
- Die Umbenennung der URL zum Beispiel von www.maschinenbaufirma.de/ie&td?=0390521 in www.maschinenbaufirma.de/schleifmittel.

Fischer: „Den meisten Unternehmen ist nicht bewusst, dass ihre Startseite für die Produkte ‚Herzlich Willkommen‘ oder ‚Startseite‘ optimiert ist – und nicht ihre eigentlichen Produkte. Hier besteht dringender SEO-Handlungsbedarf, damit auch Industriegüterunternehmen und ihre B2B-Produkte besser im Web gefunden werden können.“

Suchmaschinenoptimierung ist also besonders für kleine und mittelgroße Maschinenbauunternehmen sehr wichtig. Mit den richtigen Schlüsselbegriffen im Quellcode (rechter Mausklick auf die eigene Homepage) unter „meta name =keywords“ lassen sich hohe Budgets für Internetwerbung durchaus einsparen. ■

KONTAKT

Hans Seelen
VDMA NRW
Telefon +49 211 687748-21
hans.seelen@vdma.org

Peter Thomin
VDMA Betriebswirtschaft
Telefon +49 69 6603-1216
peter.thomin@vdma.org