

Suchmaschinen – Workshop

Über dieses Dokument

Dieser Workshop soll eine Hilfe für Webmaster sein, die sich zwangsläufig mit Suchmaschinen und Suchmaschinenoptimierung befassen. Alles hier Dargestellte basiert auf persönlichen Erfahrungen, keinesfalls kann und soll eine Garantie für Richtigkeit übernommen werden. Nutzen Sie die hier aufgestellten Hilfen als Leitfaden, keinesfalls als Dogma.

Dieses Dokument wurde verfasst von Jens Ferner,

<http://jens.familie-ferner.de>

Copyright © Jens Ferner, Weitergabe & Nachdruck untersagt.

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Grundsätzliches	4
Optimieren ist nicht gleich Betrügen.....	4
Einige Begriffe	4
Der Pagerank	5
Testmethoden	6
Bezahlte Links	7
Spamming	7
Das Web strukturieren.....	10
Suchbegriffe überlegen	11
Inhalte zählen	12
Kapitel 2: Grundlegendes bei HTML Seiten.....	13
Frames	13
Seitentitel.....	15
Meta Tags	16
Welche Meta Tags gibt es ?	16
Allgemeine Meta Tags	16
Seitenspezifische Meta – Tags	17
Title – Tag	19
Alt - Tag.....	19
Titel bei Links	20
Textformatierungen	20
Suchwörter in den URL	20
Link auf alle Seiten	21
Probleme bei speziellen Link – Arten	21
Sauber arbeiten!.....	21
Die Robots.txt.....	21
Warum sollten Sie dies tun wollen ?	22
Wie wird es genutzt ?	22
Mögliche Fehlerquellen.....	23
Kapitel 3: Tipps für PHP Seiten.....	25

Cloaking	25
Automatische Anmeldung	26
404 - Error Pages	27
mod_rewrite.....	28
Automatische Sitemaps als Verweise	30
Übersicht über die Weiterleitungstechniken	30
Weiterleiten per Meta-Tag	30
JAVASCRIPT Nutzen	31
In PHP: Header()	31
Kapitel 4: Weitere Merkmale der Optimierung	32
Aktualität der Seite	32
Besuchersfrequenz	32
Kapitel 5: Das Anmelden der Seite	33
Die wichtigen Suchmaschinen.....	33
Die wichtigen Verzeichnisse.....	34
Der Einsatz von Software	35
Kapitel 6: Stichworte	37

Kapitel 1: Grundsätzliches

Optimieren ist nicht gleich Betrügen

Das Optimieren einer Seite ist nicht gleichzeitig ein Betrügen – dieses Dokument soll dabei helfen, die eigenen Internetseiten „Suchmaschinen-tauglich“ zu machen. Tricks für ein hohes Ranking im Sinne von „Machen Sie dies und sie stehen ganz oben“ wird es hier nicht geben. Tatsächlich ist es so, dass immer noch viele Seiten die nicht einmal die grundlegenden Dinge (wie etwa Meta-Tags) umsetzen. Webmaster sollen in diesem Workshop noch einmal sämtliche grundlegenden Prinzipien erhalten, anhand derer die eigenen Internetseiten einer Prüfung unterzogen werden sollen.

Sicherlich lässt sich das ein oder andere hier auch für geschickte Betrugs-Versuche nutzen – seien Sie aber gewarnt und lesen Sie vorher den Abschnitt „Spam“ weiter unten. Nutzen Sie die Tipps hier lieber, um Ihre Seiten endlich im Grundgerüst Suchmaschinen-tauglich zu machen, Fallstricke zu umgehen und arbeiten Sie lieber am Inhalt Ihrer Seite als an (ohnehin unnützen) Betrügereien

Einige Begriffe

Es gibt einige Begriffe, die Sie kennen sollten. Im Laufe des Dokumentes tauchen noch mehr auf, hier nur die Schlagwörter zum Suchmaschineneintrag:

Suchmaschinen sind etwa Fast.com oder Altavista.de; Hier melden Sie Ihre Seite an und ein Programm –auch genannt Roboter, Bots, Spider oder Crawler- wird Ihre Adresse nach einiger Zeit besuchen und Ihre Seite nach Stichwörtern absuchen (indizieren).

Suchmaschinen sind vollautomatisch.

Verzeichnisse oder auch Kataloge werden von Menschen verwaltet: Hier werden Links nach Kategorien sortiert und mit Beschreibung

aufgelistet. Ein Mensch prüft jede Anmeldung und nimmt den Eintrag nur vor, wenn er in die entsprechende Kategorie passt und auch eine gewisse Qualität bietet. Die bekanntesten sind DMOZ.org, Yahoo.de und Web.de

Classifieds, auch Linkverzeichnisse, Linklisten oder FFA (Free for all, F4A) sind Listen, die Links zu jeder x-beliebigen Seite aufnehmen.

Es wird jede übermittelte URL automatisch eingetragen. Ziel dieser Seiten ist es, die Zahl der externen Links zu erhöhen um somit im Pagerank (siehe weiter unten auf Seite 5) einen höheren Wert zu erzielen.

Das ganze bringt wohl nicht wirklich einen Erfolg, dazu kommt, dass dort zwingend eine Email Adresse angegeben werden muss, die üblicherweise zugemüllt wird. Zum Eintrag in solche Verzeichnisse gibt es ebenso wie bei Suchmaschinen

Softwarelösungen die gleich Tausende solcher Seiten adressiert.

Als Ranking wird im Allgemeinen Ihre Positionierung bei Suchmaschinen zu bestimmten Begriffen bezeichnet.

Der Pagerank

Der Pagerank ist ein patentiertes Verfahren, mit dem sich die Beliebtheit / Qualität einer Internetseite in eine Zahl fassen lassen soll. Die ursprüngliche Formel ist bekannt:

$$PR(A) = (1-d)+d/PR(T1)/C(T1)+...+(PR(Tn)/C(Tn))$$

Bringt aber nicht besonders viel. Aufgrund der Formel und aufgrund von Erfahrungswerten lässt sich sagen, dass der Pagerank abhängig ist von:

- Der Zahl der verlinkenden Seiten
- Dem Pagerank der jeweils verlinkenden Seite
- Position und Beschreibung des jeweiligen Links
- Hervorhebung des Links

Links zum Thema:

<http://pr.efactory.de/d-index.shtml>

<http://www.iprcom.com/papers/pagerank>

Testmethoden

Suchmaschinen brauchen zum Indizieren der Seiten manchmal recht lange – beim ersten Erfassen sind es teilweise 4 – 6 Wochen.

Ziemlich mühselig, alles umzubauen und dann erst nach 6 Wochen zu sehen ob es etwas genützt hat. Abhilfe bieten hier

Suchmaschinen, die sehr schnell arbeiten. Bis heute sehr schnell arbeitet Fireball.de: Hier kann man in wenigen Tagen bereits mit einer Indizierung rechnen und erste Tests starten. Wer bei Fireball zufriedenstellende Ergebnisse hat, kann guten Gewissens die Ergebnisse bei Google® abwarten.

Eine andere Hilfe ist der Google-Toolbar: Dieser steht nur für den Internet Explorer® ab Version 5.5 zur Verfügung. Einmal installiert, zeigt er (unter anderem) immer den Pagerank der jeweiligen Seite an, so dass man seinen eigenen jederzeit einsehen kann.

Apropos Google®, folgende Links sind nett:

<http://www.googlewhack.com/> - Auf der Suche nach dem einen Ergebnis

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/sci/tech/1868395.stm> - Googlebombing

<http://www.googlism.com/> - Spielereien mit Namen

<http://www.onfocus.com/googlesmack/down.asp> -

Googlesmackdown

<http://www.touchgraph.com/TGGoogleBrowser.html> - Wie sind Seiten miteinander vernetzt

Bezahlte Links

Immer mehr Suchmaschinen gehen dazu über, gegen Bezahlung Links zu schalten. Dabei muss unterschieden werden, ob man einen Link schaltet, der nach Bezahlung automatisch ganz oben gelistet wird oder ob man Werbung bucht, die neben den normalen Suchergebnissen in Abhängigkeit von der Nutzung von Suchwörtern eingeblendet wird.

Ob sich eine solche Werbung lohnt, muss selber entschieden werden. Bei Google® jedenfalls kann man mit dem Adwords Programm selber recht kostengünstig Werbung schalten. Dort kann eine kleine, 2zeilige Anzeige geschaltet werden, die nur bei bestimmten Suchworten am Rand erscheint. Die Preise (pro Klick) kann der Werbetreibende selber festlegen.

Spamming

Spamming im Zusammenhang mit Suchmaschinen steht für das Zumüllen der Suchmaschine: Über diverse Tricks wird versucht, eine höhere Position zu erzielen, dabei sind die vorgegaukelten Inhalte teilweise nicht mal Bestandteil der Homepage. Hier kurz eine Auflistung der bis heute beliebtesten Methoden. Die meisten Suchmaschinen kennen diese Tricks inzwischen, wer solche Methoden nutzt muss damit rechnen, dass die komplette Seite oder wenigstens die eine Seite auf der diese Methode Einsatz findet von der Suchmaschine ignoriert werden.

Für Aufsehen sorgt (zur Zeit) der Google Spamfilter. Dieser versucht bestimmte Seiten direkt auszusondern, die durch einen Algorithmus als „Spam Seite“ erkannt werden sollen. Leider aber scheint dieser

Spam Filter in nicht geringer Menge auch „normale Seiten“ zu indizieren – was einigen Internet-Unternehmen empfindlich zugesetzt hat. In erster Linie scheint eine Keyword-Kombination ausschlaggebend zu sein, Beispielhafte Keyword Listen finden sich auf <http://www.scroogle.org>

Das wohl älteste Vorgehen ist das ständige Wiederholen von Suchwörtern – sei es im Text oder in den Meta Tags.

Suchmaschinen erkennen das, aufgrund der Häufigkeit von Suchwörtern in Relation zu der gesamten Anzahl von Wörtern lässt sich leicht ein Koeffizient bilden. Eine häufige Empfehlung lautet, man soll sich an eine Häufigkeit von 5-7% halten. Generell sollten Sie es vermeiden, durch ein einfaches „Copy & Paste“ überall im Text das gewünschte Suchwort zu platzieren.

Weiterhin ebenso beliebt wie alt ist der Versuch, Suchwörter im Text zu „verstecken“. Die Idee ist (scheinbar) simpel: In HTML Seiten kann Text eingebaut werden, der im Browser nicht sichtbar ist, etwa durch Kommentare oder indem man dem unsichtbaren Text die gleiche Farbe gibt wie dem Hintergrund. Somit ist der Text für Besucher nicht sichtbar, wird aber im Quelltext der Seite angezeigt und somit von Suchmaschinenrobotern miterfasst. Kommentare in Webseiten werden von Suchmaschinen – Bots ohnehin ignoriert; Wer jedoch durch einheitliche Färbung versucht, Text zu verstecken, muss damit rechnen, dass dieser Textabschnitt, wahrscheinlich aber die ganze Seite von dem Bot ignoriert werden.

Etwas moderner sind die folgenden beiden Mittel: Doorway-Pages und Cloaking. Bei Doorway-Pages werden mehrere Seiten, immer nach demselben Muster angelegt: Auf einer Seite werden extrem viel

Text und Stichwörter hinterlegt. Gleichzeitig wird aber eine automatische Weiterleitung installiert, so dass ein (menschlicher) Besucher sofort zu der „richtigen“ Homepage weitergeleitet wird. Suchmaschinenroboter dagegen sollen die Seite erfassen. Tatsächlich sind solche Seiten leicht zu erkennen, da eine Weiterleitung mit extrem kurzer Wartezeit installiert wird. Solche Seiten werden meistens direkt von den Bots ignoriert.

Die verschiedenen Weiterleitungstechniken finden Sie auf Seite 30

Cloaking dagegen arbeitet erheblich intelligenter und verdient es nicht, lediglich als Spamming abgetan zu werden. Beim Cloaking wird versucht auszulesen, ob es sich bei dem aktuellen Besucher um einen Suchmaschinenroboter handelt. Falls ja erzeugt man eine optimierte Seite, die den Bedürfnissen des Spiders gerecht wird. Es wäre zum Beispiel möglich, für Suchmaschinen eine Seite zu erzeugen, die auf bestimmte Elemente wie Bilder oder Java-Schaltflächen verzichtet. Andererseits kann man natürlich auch häufig wiederholende Wörter einsetzen lassen, um ein besseres Ranking zu erzielen. Das ganze bietet sicherlich viele Möglichkeiten, um ohne böse Hintergedanken Suchmaschinen das Indizieren zu erleichtern – ist aber mit Gefahren verbunden.

Möglich wird das Cloaking dadurch, dass die meisten Roboter in ihrem User-Agent eine eindeutige Bezeichnung führen. Ein Beispiel, wie Sie dies für sich in einer PHP Seite nutzen, finden Sie hier: <http://www.netz-id.de/artikel330.html> und weiter unten auf Seite 25

Das Web strukturieren

Die folgenden Seiten beinhalten möglicherweise sehr viele Änderungen in Ihrem Web. Es ist einfacher, wenn Sie Ihre Internetpräsenz strukturieren. Die meisten Webseiten sind immer noch in Ebenen aufgebaut: Sie haben eine Startseite, die auf mehrere Unterseiten verweist und die dann wiederum andere Seiten. Gliedern Sie anhand dessen Ihre Webseite: Die Startseite ist Ebene 1, die Verweise Ebene 2 usw. Sie sollten auf jeden Fall die Ebenen 1 und 2 für Suchmaschinen überarbeiten, hier wird der Suchmaschinenroboter mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit hingelangen und nach Inhalten suchen. Das heißt natürlich nicht, dass Sie nur diese Ebenen überarbeiten sollen, aber wenn Sie schon Prioritäten setzen, dann wenigstens hier.

Ein Hinweis an dieser Stelle: Erfahrungsgemäß steigt die Spezifität des Inhalts bei den unteren Ebenen. Während die oberen Ebenen normalerweise eher allgemeinen Inhalt haben, sind die unteren Ebenen sehr spezifisch und bieten genauere Stichworte (dies liegt naturgemäß in der Strukturierung, da Sie ja von oben nach unten verweisen). Schon aus diesem Grund sollten Sie die untersten Ebenen nie vergessen!

Auf den Grossteil der Webseiten lässt sich diese Strukturierung anwenden. Eine Ausnahme sind Content-Management-Systeme bei denen der gesamte Inhalt nur in Form von Artikeln erscheint (etwa PHPNuke). Hier Struktur einzubringen wird den meisten ab der 2.Ebene schwer fallen. Umso wichtiger, dass hier die Suchmaschinenroboter Hinweise auf alle Seiten (bzw. Artikel) finden. Tipps hierzu unten auf Seite 30.

Suchbegriffe überlegen

Nachdem Sie nun einige –bei weitem nicht alle- Grundbegriffe gelesen haben, wollen Sie sicherlich endlich anfangen, Ihre Seiten zu optimieren. Vorher aber noch ein Abschnitt: Suchwörter überlegen. Es ist nicht möglich, eine Internetseite „zu optimieren“. Wenn überhaupt wird eine Internetseite hinsichtlich von Suchwörtern optimiert – schließlich wollen Sie ja, dass Ihre Seite bei bestimmten Suchwörtern auftaucht. Es gibt eine einfache Handregel: Je mehr einzelne Suchbegriffe Sie optimieren wollen, umso schwieriger wird es. Am einfachsten ist die Optimierung hinsichtlich eines Suchwortes oder auch die Optimierung hinsichtlich einer bestimmten Kombination aus Suchwörtern. Überlegen Sie sich zuerst nun, welche Suchwörter Sie mit Ihrer Seite in Verbindung bringen möchten, ein guter Wert sind dabei 3 bis maximal 5 Begriffe.

Gehen Sie bei der Auswahl Ihrer Suchwörter taktisch vor und vor allem zielgruppenspezifisch. Verschwenden Sie Ihre Zeit nicht mit Begriffen wie „Download“ oder „mp3“; Sicherlich häufig genutzt wird es schon schwer sein, hier überhaupt hohe Platzierungen zu erreichen. Selbst wenn Sie dies noch schaffen, ist es fraglich, ob eine solche Platzierung überhaupt etwas bringt wenn Ihr Angebot nicht zu den Suchwörtern passt. Es mag vielleicht ein gutes Gefühl geben, wenn eine hohe Platzierung zu einem besonderen Stichwort für hohe Besucherzahlen sorgt – ist aber nutzlos, wenn die Besucher nach einigen Sekunden die Seite wieder verlassen. Seien Sie zielgerichtet, lieber weniger dauerhafte (und gewinnbringende) als viele enttäuschte Besucher. Hilfreich kann dabei ein Angebot der Uni Hannover sein: Unter <http://nhf4.rrzn.uni-hannover.de/~mr/asso.html> besteht die Möglichkeit, ein Suchwort einzugeben und verwandte Wörter anzeigen zu lassen. Ein ähnliches Angebot gibt es übrigens auch bei Google Adwords, hier sehen Sie in einer Übersicht Wörter

die zusammen mit „Ihrem“ Suchwort eingetippt wurden. Mehr dazu weiter unten im Kapitel AdWords.

Sie sollten also nur spezifische Suchwörter herausuchen, am besten Kombinationen einzelner Wörter, und dabei auch alternative Schreibweisen bedenken. Gerade letzteres ist ein häufiges Problem: Potentielle „Sucher“ schreiben nicht alles wie Sie sich das denken. Da wird das „ph“ zum „f“ (oder umgekehrt), Bindestriche werden gesetzt oder weggelassen – bedenken Sie auch solche Entwicklungen.

Inhalte zählen

Gleich, was auf den folgenden Seiten empfohlen wird:

Ausschlaggebend sind immer die Inhalte Ihrer Webseite. Nutzen Sie möglichst viel Text, achten Sie darauf Ihre Stichwörter zu verwenden und vermeiden Sie zweifelhafte Tricks. Viele Seiten könnten nur durch die Verwendung von mehr Text, ausführlicheren Sätzen und ausgebauten Informationen schon ein besseres Ranking verzeichnen. Auf jeden Fall gilt immer: Mehr Text ist auch mehr Material zum Indizieren, also auch mehr Suchwörter mit denen Ihre Seite in Verbindung gebracht werden kann.

Welche Suchmaschine wird genutzt?

Natürlich ist besonders die Frage von Interesse, welche Suchmaschine am häufigsten genutzt wird. Einen immer sehr interessanten Eindruck (täglich aktuell) bekommt man bei Webhits.de, genauer: <http://www.webhits.de/deutsch/webstats.html>. Dabei bestätigt sich der Eindruck, dass Google fast 80% des Suchmaschinenmarktes beherrscht.

Kapitel 2: Grundlegendes bei HTML Seiten

Frames

Frames sind immer noch recht beliebt. Eine Zeitlang geisterten Meldungen, dass Suchmaschinen Roboter Frameseiten nicht indizieren könnten – das stimmt aber nur bedingt. Wahrscheinlich haben Bots immer noch Probleme damit, die Verweise in Frameseiten zu erkennen und die Unterseiten automatisch aufzurufen. Auf der anderen Seite gibt es in jeder Frameseite auch einen „noframe“ Bereich, in dem sich Inhalt befindet für Besucher deren Browser Frames nicht darstellen können. Oder besser: In diesem Bereich sollte sich Inhalt befinden. Tatsächlich aber wird dieser Bereich von den meisten Seitengestaltern außen vor gelassen, da sie damit rechnen, dass jeder Besucher Frames normal betrachten kann. Für die meisten menschlichen Besucher mag das auch stimmen – Suchmaschinen-Spider aber freuen sich immer noch über einen prall gefüllten „noframes“ Bereich.

In der Praxis sieht dies wahrscheinlich so aus

```
<frameset framespacing="0" border="0" rows="100,*" frameborder="0">
  <frame name="Banner" scrolling="no" noresize target="_blank" src="oben.php">
  <frameset cols="167,*">
    <frame name="Inhalt" target="Hauptframe" src="navigation.htm">
    <frame name="Hauptframe" src="geschwindigkeit.htm" scrolling="auto" noresize
target="_self">
  </frameset>
</noframes>
</noframes>
</html>
```

Beachten Sie, dass hier keinerlei Inhalt zwischen `<noframes>` und `</noframes>` steht. Hier gehört aber Ihr Inhalt hin: Füllen Sie diesen Bereich, nutzen Sie auch die Möglichkeit, den Inhalt mehrerer Ihrer Seiten hier zentriert einzubauen. Vor allem aber Bedenken Sie, dass ein Suchmaschinenroboter eventuell Probleme haben wird, sämtliche Seiten des Webs aufzufinden. Achten Sie also darauf, in den `<noframes>`-Bereich Links zu allen Seiten zu schalten, die indiziert werden sollen. Wenn Sie ohnehin eine Navigationsleiste haben, kopieren Sie diese am besten hierhin – dabei möglichst nur Textlinks nutzen.

Bedenken Sie aber die erhöhte Ladezeit: Auch wenn der „normale“ Besucher diesen Bereich nicht sieht, muss er dennoch die gesamte Seite laden. Wenn also durch einen überladenen `<noframe>`-Bereich die Datei zu groß wird, geht dies auf Kosten der Ladezeit aller Benutzer.

Ein anderes Problem bei der Nutzung von Frames ist der mögliche Verweis auf Unterseiten. Wenn eine Suchmaschine alle Seiten Ihrer Homepage indiziert, verweist diese natürlich auch auf Seiten in Ihrem Web, die eventuell nur als Frame angezeigt werden sollen. Unschön, wenn dann auf einmal die Navigationsleiste fehlt und der Benutzer nicht weiß, wo er ist oder wo er hinsoll. Abhilfe schaffen hier Verweise. Diese erkennen, ob ein Benutzer die Seite direkt, also ohne Frame, geladen hat und verweisen dann auf die entsprechende Frameseite. Eine bekannte und einfache Lösung hierzu ist in Javascript verfasst:

```
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
<!--
if(window == top) top.location.href = "index.htm" ;
// -->
</SCRIPT>
```

Dieses Skript bewirkt, dass –falls eine Seite ohne Frame geladen wird- der Besucher sofort auf die entsprechende index.htm weiterverwiesen wird. Der Nachteil dieser Lösung ist, dass immer nur auf eine bestehende Seite verwiesen werden kann, also nicht die ohne Frame geladene Seite direkt als Frame angezeigt wird. Abhilfe kann hier ein kleines PHP Skript liefern, das versucht zu erkennen, ob der Besucher über die Frameseite die entsprechende Seite aufruft und falls nein, den Frame mit der aufgerufenen Seite anzeigt.

```
Beispielhaftes PHP Skript kommt in der folgenden Version
```

Seitentitel

Jede Seite in Ihrem Web kann einen eigenen Titel haben. In der Praxis sieht dies im <head> Bereich so aus:

```
<title>Mein Seitentitel</title>
```

Dieser Seitentitel wird in Browsern ständig angezeigt. Sie sollten darauf achten, dass Ihre Suchwörter in diesem Titel vorkommen, er wird von Suchmaschinen üblicherweise recht hoch gewertet. Auf keinen Fall sollten Sie hier gar nichts hinschreiben, machen Sie sich die Mühe und passen Sie Ihre Seitentitel auf möglichst allen Seiten an.

Meta Tags

Meta Tags stellen die Möglichkeit dar, Werte innerhalb einer HTML – Seite zu setzen, die speziell von Suchmaschinen – Robotern ausgewertet werden können. Durch Meta – Tags können Sie Suchrobotern gezielt Informationen vorgeben bzw. Schwerpunkte bei der Indizierung Ihrer Seiten setzen.

Um Meta – Tags zu nutzen, müssen Sie lediglich in den <head> Bereich Ihrer Homepage folgende Zeile(n) setzen:

```
<meta name="wert1" content="wert2">
```

Wert1 ist dabei die Bezeichnung, der Name des jeweiligen Meta Tags.
Wert2 ist der Inhalt dieses Tags.

Welche Meta Tags gibt es?

Die Liste der nutzbaren Meta Tags ist sehr umfangreich. Auch steht Ihren eigenen Ideen nichts im Wege: Sie können sich jederzeit eigene ausdenken. Doch wird es nur Sinn haben, wenn Sie Tags nutzen, die von Suchmaschinen erkannt und ausgewertet werden. Im Folgenden finden Sie eine Auflistung der im Allgemeinen von Suchmaschinen genutzten Meta Tags. Es liegt bei Ihnen, ob und welche Tags Sie nutzen!

Allgemeine Meta Tags

Es handelt sich hierbei um Tags, mit denen Sie Informationen zu Autor, Copyright usw. vorgeben können. Der Inhalt dieser Tags sollte bzw. kann normalerweise auf jeder Seite in Ihrem Web gleich bleiben.

Name (Wert1)	Content (Wert2)	Erklärung	Max. Länge
audience	alle, studenten, fortgeschrittene, jobsuchende	Geben Sie als Content an, wer sich für wohl für Ihre Seiten interessiert (Zielgruppe). Sie können sich selber Begriffe ausdenken, Mehrfachnennungen erlaubt.	64
autor	Autorenname	Geben Sie den Namen des Autors an	64
copyright		Geben Sie an, bei wem das Copyright liegt	64
publisher		Geben Sie an, wer die Seite veröffentlicht hat	64
robots	index, follow, noindex, nofollow	Befehlen Sie den Robotern den Inhalt der Seite komplett zu indizieren (index) und alles Links zu folgen (follow).	32
coverage	Ort	Ort der Homepage	64
language	de, en	In welcher Sprache ist der Inhalt primär verfasst ?	2

Seitenspezifische Meta – Tags

Die folgenden Meta Tags sollten Sie an die jeweilige HTML-Seite anpassen. Anders als bei den allgemeinen sollten Sie von einem einmaligen erstellen und kopieren hier absehen.

Name (Wert1)	Content (Wert2)	Erklärung	Max. Länge
description	Beschreibung der Seite	Beschreiben Sie hier Ihre Seite. Bitte bauen Sie unbedingt Ihre Hauptsuchwörter in diesen Tag ein ! Dieser Tag wird von Suchmaschinen häufig ausgegeben – bilden Sie also am besten ganze Sätze.	256
keywords	suchwort1, suchwort2, suchwort3	An dieser Stelle können Sie Suchwörter vorgeben, bei denen diese Seite erscheinen soll. Trennen Sie die Wörter durch Kommata ! Beachten Sie, dass scheinbar einige Suchmaschinen wie etwa Google® diesen Tag nicht mehr berücksichtigen	256
page-topic	Rezepte, Versicherungen, Autos	Unter welchem Thema steht die Seite ? Mehrfachnennungen möglich, Trennung durch Kommata – Eigene Begriffe möglich	64
page-type	Plan, Dissertation, Katalog, Broschüre	Was für ein Typus ist diese Seite ? Mehrfachnennungen möglich, Trennung durch Kommata – Eigene Begriffe möglich	64
revisit-after	15 Days oder 2 month	Wann soll ein Roboter wiederkommen ? Die Zahl ist beliebig, aber Vorsicht : Häufig, wenn der Roboter diesem Befehl folgt, die Seite sich aber nicht geändert hat, ignoriert er eventuell beim nächsten Mal diesen Befehl oder gar die ganze Seite !	

Kommentare

Natürlich stellt sich die Frage, inwiefern Suchwörter in Kommentaren platziert werden können; Verboten ist es jedenfalls nicht, ob Suchmaschinen diese Bereiche aber wirklich erfassen und dies zu listings führt ist umstritten. Die Lösung scheint wie immer ein Mittelweg: Nutzen Sie es, hier und da Kommentare zu platzieren – übertreiben Sie es aber nicht!

Title – Tag

Der title-Tag ist nicht mit dem Seitentitel zu verwechseln. Sie haben die Möglichkeit, Links einen Titel zu geben. Nutzen Sie dies, sowohl für Ihre Besucher als auch für Suchmaschinen. Hier ein Beispiel:

```
<a href=http://www. Title="Ein Link zu unserem Archiv"></a>
```

Geben Sie bei der Definition eines Links direkt einen title="" mit an, Benutzer die mit der Maus über den Link fahren sehen dann Ihren beschreibenden Text. Suchmaschinen wiederum lesen diesen Text mit ein und lassen ihn u.a. in die Bewertung des Pageranks der verwiesenen Seite miteinfließen.

Alt - Tag

So wie Sie Links einen Titel geben können, können Sie auch Bilder bezeichnen. Nutzern Sie hierzu den alt-Tag:

```
<img src=bild.gif alt="Unser Bild vom Familienurlaub">
```

Sie können auch hier wichtige Suchwörter platzieren, etwa die Bezeichnung von Produkten etc. bei Katalogen. Suchmaschinen können somit den Bildern auch entsprechende Inhalte zuordnen

Titel bei Links

Auch Links können eine Bezeichnung erhalten – das sollten Sie unbedingt nutzen! So sollten Sie passende Keywords –wo immer möglich- in den Linktitel sämtlicher Links packen:

```
<a href="link" title="Linktitel">
```

Textformatierungen

Wie bereits oben festgestellt: Inhalte zählen. Aber auch innerhalb der Inhalte werden von den Bots Schwerpunkte gesetzt: Wenn Sie etwas Fettdrucken () oder mit <h1> etc. Überschriften festlegen. Das Prinzip der Bots lautet: Was Sie für Ihre Besucher hervorheben, muss auch besonders wichtig sein. Nutzen Sie also Hervorhebungen!

Suchwörter in den URL

Um Klartext zu reden: Suchwörter in URL sind vollkommen unprofessionell – eine Domain in der Art <http://www.suchmaschinenoptimierung-sehr-erfolgreich-und-guenstig-etc.tld> ist absolut unseriös. Machen Sie sich lieber einen Namen und nutzen Sie diesen! Ein echter Name im Internet ist mehr Wert als jede solcher Domains. Dennoch sind Suchwörter in URL sehr nutzbringend – und das sollten Sie ausnutzen. Sie müssen Suchwörter nicht in Domains platzieren → Ihnen stehen immer noch Verzeichnisnamen und Dateinamen zur Verfügung! Verzichten Sie auf Webseiten mit `seite1.htm`, `seite2.htm` etc. Besser sind Dokumente in der Art `keyword1-keyword2.htm`. Ebenso sollten Verzeichnisse den Ebenen angepasst werden und jede Ebene der Seite in einem eigenen Verzeichnis mit passendem Namen liegen. Mehr Arbeit, aber auch mehr Erfolg, verbirgt sich hinter dem System, zu jedem überlegten Suchwort eine eigene Seite anzulegen. Die sollte natürlich auch echten Inhalt bieten,

Link auf alle Seiten

Ein Suchmaschinenroboter hangelt sich aufgrund von geschalteten Links durch Ihr Web. Wenn er dabei nicht jede Seite findet, müssen Sie ihm helfen: Achten Sie darauf, dass Ihr Web Links auf alle Seiten hat. Der Roboter muss irgendwo eine zentrale Schaltung von Links haben, damit er auch wirklich alle Seiten findet. Wenn Sie Frames nutzen, erstellen Sie ein Verzeichnis von Links auf Ihre Unterseiten im NoFrames-Bereich, dann wird der Bot auf jeden Fall alle Unterseiten finden können.

Probleme bei speziellen Link – Arten

Immer noch problematisch sind spezielle Links: Etwa reine Flash-Seiten oder Schaltflächen / Linklisten alleine in Javascript verfasst. Achten Sie darauf, einem Suchmaschinenroboter wenigstens irgendwo Links zur Verfügung zu stellen, die er auch „verstehen“ kann. Reine Textlinks sind am besten.

Sauber arbeiten!

Es kann nicht oft genug betont werden: Arbeiten Sie sauber! Ein unsauberer HTML Code kann zwar im Browser noch ordentlich dargestellt werden, jedoch von Suchmaschinen nicht vernünftig erfasst werden – während Browser großteils mit fehlerhaftem Code umgehen können, gilt dies noch lange nicht für Suchmaschinenroboter! Insbesondere bei Links ist dringend auf sauberen Code zu achten damit die Roboter wirklich sämtliche Links finden und diesen folgen können.

Die Robots.txt

Mit einer robots.txt Datei können Sie Suchrobotern befehlen, bestimmte Dateien oder Verzeichnisse in Ihrem Web nicht zu

durchsuchen. Auf diese Art können Sie genau vorherbestimmen, wo nicht indiziert werden darf.

Warum sollten Sie dies tun wollen ?

Vielleicht haben Sie eine Startseite im Web und möchten, dass Suchmaschinen nur diese Seite indizieren ? Oder aber in bestimmten Verzeichnissen liegen lediglich ausführbare Dateien (/cgi-bin) oder es handelt sich um ein Test – Verzeichnis.

Wie wird es genutzt ?

Sie müssen im Root Verzeichnis (oberste Ebene Ihres Webs) eine Datei mit dem Namen robots.txt erstellen. In diese Datei werden Sie Ihre Befehle eintragen. Üblicherweise sieht eine leere robots.txt Datei folgendermaßen aus :

```
User-Agent : *  
Disallow :
```

Dies wäre ein "Rumpf" für eine robots.txt Datei. Mit der Zeile "User-Agent" wählen Sie aus, für welche Roboter Ihre Befehle gelten sollen, die Zeile "Disallow" gibt an, welche Dateien / Verzeichnisse nicht durchsucht werden dürfen.

Sie können hinter "User-Agent" sowohl ein "*" setzen und somit alle Roboter ansprechen, als auch gezielt nur bestimmten Robotern Befehle geben :

```
User-Agent : Googlebot  
Disallow : /cgi-bin/
```

Hiermit geben Sie dem Googlebot den Befehl, sich aus dem Verzeichnis /cgi-bin/ rauszuhalten !

In der Disallow Zeile können Sie nicht nur Verzeichnisse ausschliessen, auch Dateien sind möglich :

```
User-Agent : Googlebot
```

```
Disallow : /internes/papier1.html
```

Hiermit geben Sie dem Googlebot den Befehl, die Datei papier1.html im Verzeichnis "internes" nicht zu indizieren.

Selbstverständlich können Sie auch für verschiedene Roboter unterschiedliche Anweisungen geben :

```
User-Agent : Googlebot
```

```
Disallow : /cgi-bin/
```

```
User-Agent : Scooter
```

```
Disallow : *
```

Googlebot darf nicht in das Verzeichnis "cgi-bin", Scooter darf gar nichts indizieren !

Eine ständig aktualisierte Datenbank mit den Namen der Suchmaschinen – Robotern steht Ihnen unter <http://info.webcrawler.com/mak/projects/robots/active.html> zur Verfügung.

Mögliche Fehlerquellen

Bedenken Sie immer : Ein Fehler in der robots.txt Datei kann fatale Auswirkungen haben ! Wenn ein Roboter hier die falschen

Informationen bekommt, indiziert er eventuell zu wenig oder sogar gar keine Seiten in Ihrem Web !

Sollten Sie die robots.txt Datei erst Offline vorbereiten und dann auf Ihren Server hochladen, beachten Sie beim Transfer über das FTP Protokoll den "ASCII" Modus ausgewählt zu haben !

Manche Roboter haben angeblich ein Problem mit robots.txt Dateien, die größer als 1kb sind. Auch dies sollten Sie beachten.

Kapitel 3: Tipps für PHP Seiten

Cloaking

Hierzu müssen Sie zuerst erkennen ob es sich bei dem aktuellen Besucher um einen Suchmaschinen – Bot handelt. Suchmaschinen-Bots überliefern meistens im UserAgent String eine Kennung. Den UserAgent können Sie in PHP mit `getenv(„http_USER_AGENT“)`; auslesen. Um zu Prüfen, ob sich darin ein bestimmter Begriff befindet –wie etwa „Bot“- können Sie die `eregi()` Funktion nutzen.

Im einfachsten Fall können Sie etwa prüfen, ob bestimmte Schlüsselwörter im User Agent vorkommen. Falls nein wird auf eine bestimmte Seite weitergeleitet, falls ja wird ein besonderer Inhalt angezeigt:

```
< ?php
if(!eregi("bot", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
!(ereg("Google", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
!(ereg("Slurp", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
!(ereg("Scooter", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
!(ereg("Spider", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
!(ereg("Infoseek", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) )
header("location: seite.htm");
else
{
echo "Hallo liebe Suchmaschine!";
}
? >
```

Falls Sie zusätzlichen Inhalt für Roboter ausgeben wollen, empfiehlt sich die Variante in der Sie nach Schlüsselwörtern suchen und bei deren Auftreten weiteren Inhalt ausgeben lassen:

```
< ?php
if((eregi("bot", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
(ereg("Google", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
(ereg("Slurp", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
(ereg("Scooter", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
(ereg("Spider", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) AND
(ereg("Infoseek", getenv("HTTP_USER_AGENT"))) )
{
echo "Hallo liebe Suchmaschine!";
```

```
}  
? >
```

Auf diese Art können Sie für Suchmaschinen Roboter spezielle Inhalte erzeugen lassen. Bedenken Sie aber die Hinweise von Seite 7.

Automatische Anmeldung

Eine andere, interessante Idee ist es, Seiten automatisch bei Suchmaschinen anzumelden. Gerade bei Content Management Systemen ist es so, dass für jeden Artikel eine eigene Seite besteht. Suchmaschinen sollten im optimalsten Fall auf jede solche Seite verweisen können. Zwar kann man von Hand die einzelnen Seiten anmelden, aber selbst wenn man sich auf eine bestimmte Suchmaschine festlegt wird das bei mehreren Artikeln schon zu viel Arbeit.

Die Automatische Anmeldung macht sich die Arbeitsweise von Suchmaschinen zunutze. Bei der Anmeldung von Internetseiten wird –wie üblich- zumeist die anzumeldende Seite über die URL mitgeteilt. So führt beispielsweise der Aufruf der URL:

<http://www.google.de/addurl?q=http%3A%2F%2Fwww.netz-id.de%2F&dq=&submit=URL+hinzuf%FCgen>

zum Anmelden der Webseite <http://www.netz-id.de> bei der Suchmaschine Google®. Damit lässt sich eine einfache Maske zum Anmelden jeder URL erstellen:

[http://www.google.de/addurl?q=\\$url&dq=&submit=URL+hinzuf%FCgen](http://www.google.de/addurl?q=$url&dq=&submit=URL+hinzuf%FCgen)

Es muss für \$url nur die entsprechende URL eingegeben werden. Nach dem gleichen Verfahren kann man die Anmelde-Strings verschiedener Suchmaschinen erarbeiten. Eine automatische Anmeldung in PHP ist dabei ganz simpel, man muss nur die Datei obiger URL einlesen. In der Praxis sieht das so aus:

```
$datei=fopen("http://www.suchmaschinexy.de/add.php?url=www.netz-id.de","r");  
fclose($datei);
```

Hiermit wird bereits die URL bei der Suchmaschine angemeldet. Eventuell möchten Sie prüfen, ob die Anmeldung auch wirklich

funktioniert hat? Auch dies ist nicht sonderlich schwierig. Wenn die Anmeldung reibungslos ablief, wird eine Bestätigung ausgegeben. Sie müssen mit `fgets()` lediglich die Zeilen der Ergebnisseite auslesen und prüfen ob die Bestätigung dort steht. Bei Google® z.B. wird „URL wurde erfolgreich gespeichert“ ausgegeben. Es genügt, wenn Sie die erste Zeile auslesen und prüfen, ob dieser Text darin vorkommt. Ein Beispiel:

```
$datei=fopen("http://www.suchmaschinexy.de/add.php?url=www.netz-id.de","r");
$zeile=fgets($datei,1024);
fclose($datei);
if(eregi("URL wurde erfolgreich gespeichert",$zeile)) $status="Angemeldet";
```

Mit diesem Skript können Sie nun automatisch ausgewählte Seiten bei Suchmaschinen anmelden. Bei einem CMS etwa könnten Sie das Skript nutzen um einen Artikel direkt bei der Veröffentlichung bei Google® anzumelden.

404 - Error Pages

Es gibt diverse http-Codes, der bekannteste ist der 404 „Seite nicht gefunden“. Dieser tritt immer dann auf, wenn Sie versuchen auf eine Seite zuzugreifen die nicht existiert. Da Suchmaschinen nur unregelmäßig und mit einer gewissen Verzögerung die verschiedenen Internetseiten indizieren liegt es in der Natur der Sache, dass eventuell bei einer Suchmaschine auf eine einzelne Seite verwiesen wird, die schon gar nicht mehr existiert. Insofern ist es natürlich wünschenswert, dass ein Besucher bei Aufruf eines solchen Verweises „abgefangen“ wird und eine Fehlermeldung erhält – in der Hoffnung, dass der Besucher noch etwas auf der eigenen Seite bleibt.

Beachten Sie, dass dies auch Nachteile birgt: Wenn eine Suchmaschine keinen

404 bei Aufruf einer nicht existenten Seite erhält, kann sie eventuell nicht erkennen, dass es die Seite nicht mehr gibt und führt sie auch weiter im Index!

Eine solche 404 Seite lässt sich einfach erzeugen. Hierzu müssen Sie die .htaccess Datei nutzen. Beachten Sie, dass sie mittels der .htaccess mehr als nur einen Passwortschutz einrichten können – sie ist ihre Möglichkeit, an der Serverkonfiguration herumzuwerkeln. Mehr Infos dazu gibt es in einem eigenen Beitrag @ Homepage-Tutorials.de. In die .htaccess müssen Sie lediglich den Code eintragen, der abgefangen werden soll und eingeben, auf welche Seite beim Auftreten des Codes verwiesen werden soll. In unserem Beispiel mit dem Code 404 sieht dies so aus:

```
ErrorDocument 404 fehlerseite404.php
```

Die Datei „.htaccess“ müssen Sie in das Rootverzeichnis Ihres Servers kopieren. Beachten Sie den Punkt am Anfang – er ist von Bedeutung. Eventuell haben Sie Probleme unter Windows eine Datei mit dem Namen „.htaccess“ anzulegen. Dann müssen Sie die Datei auf Ihrem Windows Rechner anders nennen (etwa htaccess.txt), auf den Server kopieren und dann auf dem Server umbenennen in „.htaccess“.

mod_rewrite

Dynamische Seiten arbeiten häufig mit der Überlieferung von Variablen in der URL. Problematisch dabei ist, dass diese Variablen möglicherweise einen anderen Inhalt erzeugen, typisches Beispiel sind Content-Management-Systeme bei denen eine news.php?id=1 einen anderen Inhalt liefert als eine news.php?id=2. Wenn ein Suchmaschinen – Bot nun nur den Anfang lädt – dies tun leider recht viele- so lädt er immer die news.php und findet nicht die unterschiedlichen Inhalte. Hier gilt es nun anzusetzen, die zwei

typischen Methoden sind einerseits `mod_rewrite` und zum anderen ein Scriptloader (dazu unten).

`Mod_rewrite` ist ein Modul des Apache Webservers. Wenn Sie einen eigenen Server haben müssen Sie dieses einbinden, bei einem Webpace – Paket muss `mod_rewrite` von Ihrem Anbieter aktiviert sein. Ob dies der Fall ist, können Sie leicht mit `phpinfo()` feststellen, folgender Eintrag muss im Abschnitt „apache“ zu finden sein:

apache

APACHE_INCLUDE	<i>no value</i>
APACHE_TARGET	<i>no value</i>
Apache Version	Apache/1.3.26
Apache Release	10326100
Apache API Version	19990320
Hostname:Port	www.netz-id.de:80
User/Group	nobody(99)/99
Max Requests	Per Child: 120 - Keep Alive: on - Max Per Connection: 100
Timeouts	Connection: 300 - Keep-Alive: 15
Server Root	/usr/local/apache
Loaded Modules	mod_php4, mod_frontpage, mod_setenvif, mod_so, mod_auth, mod_access, <u>mod_rewrite</u> , mod_alias, mod_userdir, mod_actions, mod_imap, mod_asis, mod_cgi, mod_dir, mod_autoindex, mod_include, mod_status, mod_negotiation, mod_mime, mod_log_config, mod_env, http_core

Bei `mod_rewrite` werden HTML Seiten „vorgekaukelt“ die auf andere Seiten verweisen. Stellen Sie sich das ganze als Maske vor, die einer bestehenden Seite aufgesetzt wird. So zeigt der Aufruf der Seite `news123.html` den Inhalt der Seite `news.php?id=123` – der Besucher ebenso wie der Suchmaschinen-Bot sieht allerdings eine HTML Seite.

Um dies zu bewerkstelligen müssen Sie dem Server die entsprechenden Anweisungen geben, üblicherweise über die `.htaccess`. Der Aufbau innerhalb der `.htaccess` sieht folgendermaßen aus:

```
RewriteEngine On
```

```
RewriteRule ^artikel(.*)\.html$ article.php?sid=$1
```

Mit "RewriteEngine On" wird das Umschreiben aktiviert. Danach werden mittels „RewriteRule“ die einzelnen regeln definiert. Diese folgen den üblichen Regeln, für Anfänger gilt ein simples Beispiel: Bei ^artikel(.*)\.html wird alles zwischen „artikel“ und „.html“ erfasst und in \$1 abgespeichert. Dies wird dann am Ende eingefügt. Aus Artikel003.html wird somit article.php?sid=003

Automatische Sitemaps als Verweise

Haben Sie Verzeichnisse mit vielen Dateien auf Ihrem Webserver und möchten sichergehen, dass diese auch wirklich vollständig von Suchmaschinen erfasst werden? Dann könnte eine automatische Sitemap etwas sein, das Ihnen hilft! Das Verfahren lässt sich in PHP leicht umsetzen. Ein solches Skript könnte etwa folgenden Aufbau haben:

- Öffnen des jeweiligen Verzeichnisses
- Einlesen der Dateien
- Jede Datei ausgeben, mit Link auf sich selber

Übersicht über die Weiterleitungstechniken

Alles in allem gibt es 3 Arten der Weiterleitung die von Bedeutung sind:

- Per Meta-Tag
- Per Javascript
- Per Header()

Weiterleiten per Meta-Tag

Es genügt im HEAD Bereich einen speziellen Tag zu platzieren:

```
<meta http-equiv="refresh" content="0,http://www.target.tld">
```

Die Zahl entspricht der Anzahl von Sekunden bis zur Weiterleitung. Eine Zahl „0“ entspricht dabei einer sofortigen Weiterleitung – aber Vorsicht: Eine sofortige Weiterleitung oder eine „1“ könnte von Suchmaschinen als Spam gewertet werden

JAVASCRIPT Nutzen

Eine Weiterleitung per Javascript ist dann nützlich, wenn ein Frame genutzt wird und es zu befürchten ist, dass eventuell Fenster ausserhalb des Frames geladen werden. In dem Fall kann mittels des folgenden Skriptes auf den Frame zurückverwiesen werden:

```
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
<!--
if(window == top) top.location.href = "index.htm" ;
// -->
</SCRIPT>
```

Dieses Skript prüft, ob die aktuelle Seite direkt, also ohne Frame geladen wurde. Falls ja, wird der Besucher sofort zur index.htm geschickt

Seien Sie sich dieses Problems beim Einsatz von Frames immer bewusst! Wenn Sie es nicht explizit untersagen kann es vorkommen, dass eine Suchmaschine die einzelnen Frames erfasst und Suchmaschinen Benutzer auf die einzelnen Frames anstelle auf den gesamten Frame senden. Das Ergebnis wäre Fatal!

In PHP: Header()

In PHP kann mittels der Funktion header() eine Weiterleitung eingerichtet werden:

```
<?php
Header(„Location:http://www.target.tld“);
?>
```

Kapitel 4: Weitere Merkmale der Optimierung

Aktualität der Seite

Ein weiteres Merkmal scheint die Häufigkeit zu sein, in der eine Seite aktualisiert wird. Eine im Idealfall täglich aktualisierte Seite verspricht auf jeden Fall eine höhere Listung eine eine über Monate hinweg statisch gehaltene Seite

Besuchfrequenz

Ich bin mir hier nicht sicher, doch habe ich den Eindruck dass eine Seite die ohnehin über viele Besucher verfügt auch höher gelistet wird zu ihren Suchwörtern im Vergleich zu den Konkurrenten; Speziell Alexa.com mit seinem Trafficking erscheint mir ein Maßstab zu sein – je höher der Trafficking bei Alexa, umso höher die Listung bei Google

Kapitel 5: Das Anmelden der Seite

Die wichtigen Suchmaschinen

Von Hand die eigene Seite bei wirklich allen Suchmaschinen anzumelden ist ein ziemlich hoffnungsloses Unterfangen – es gibt einfach zu viele Suchmaschinen. Doch sicher kann man Prioritäten setzen. Google hat inzwischen einen Marktanteil von um die 80% - also schon einen Monopol-artigen Anteil.

Es zeichnet sich zur Zeit (Februar 2004) eine Änderung der Gewichtung ab: Zur Mitte des Jahres 2004 ist damit zu rechnen dass MSN und YAHOO als selbstständige Suchmaschinen Google einige Marktanteile streitig machen wird – insgesamt ist damit zu rechnen, dass Google evt. Auf 40-50% abstürzt

Das macht allerdings die Anmeldung bei anderen Suchmaschinen nicht überflüssig, unter bestimmten Gesichtspunkten sogar noch wichtiger: Immer noch beliebt sind die so genannten „Meta-Suchmaschinen“. Diese suchen bei mehreren Suchmaschinen nach bestimmten Suchwörtern und werten die Ergebnisse dann aus. Wer dann nur bei einer oder zwei Suchmaschinen angemeldet ist, verliert hier an Position. Zum anderen werden die Suchagenten immer beliebter, wie etwa der Copernic® Suchagent. Auch hier ist es von enormer Bedeutung, bei anderen Suchmaschinen gelistet zu werden. Weiterhin muss natürlich bedacht werden, dass Google® den Pagerank vergibt – in Abhängigkeit von Verweisen auf die eigene Seite. Wenn Sie in bestimmten Verzeichnissen und auch bei bestimmten Suchmaschinen gelistet sind, hat dies durchaus

fördernden Wert. Wichtiger als Suchmaschinen sind hier aber Verzeichnisse, dazu an entsprechender Stelle mehr.

Wenn Sie Ihre Seite selber, von Hand, bei Suchmaschinen anmelden wollen sind folgende Suchmaschinen unbedingt zu bedenken:

<http://www.google.de>

<http://www.fast.com>

<http://www.alltheweb.com>

<http://www.abacho.de>

<http://www.excite.com>

<http://www.lycos.com> / <http://www.lycos.de>

<http://www.altavista.com> / <http://www.altavista.de>

<http://www.abacho.de>

<http://www.acoon.de>

<http://www.suchbiene.de>

<http://www.tricus.de>

<http://www.hotbot.lycos.de>

<http://www.infotiger.de>

<http://www.nathan.de>

<http://www.sharelook.de>

<http://www.speedfind.de>

Die wichtigen Verzeichnisse

Wichtig sind auf jeden Fall die nun folgenden Verzeichnisse.

Nehmen Sie sich die Zeit und melden Sie Ihre Seite hier an:

<http://www.dmoz.org>

<http://www.yahoo.de> / <http://www.yahoo.com>

<http://www.hit-net.de>

<http://www.bellnet.de>

<http://www.dino-online.de>

<http://www.allesklar.de>

<http://www.online-favoriten.de/>

<http://www.service-suche.de>

Nur für geschäftliche Präsenzen:

<http://www.flix.com>

<http://www.dasi.de>

<http://www.wlw.de>

Für Newsletter:

<http://www.infoletter.de>

<http://www.deunema.de>

<http://www.lisde.de>

<http://www.meta-list.net>

Für RSS-Feeds:

<http://www.newsifree.com>

<http://www.rss-verzeichnis.de>

<http://www.syndic8.com>

Speziell für Blogs:

<http://www.daypop.com/>

<http://www.blogdex.net/>

<http://www.popdex.com/>

<http://www.technorati.com/>

Der Einsatz von Software

Bei dem Einsatz von Software ist klar abzugrenzen zwischen der Software, die Einträge in Linklisten vornimmt und Software die bei

Suchmaschinen anmeldet. Sicherlich gibt es Mischungen, also Produkte die sowohl bei Linklisten als auch bei Suchmaschinen anmelden. Zu beachten ist, dass es sehr viele Linklisten gibt. Produkte die in Linklisten eintragen verfügen somit automatisch über eine sehr hohe Zahl von Eintragsmöglichkeiten – lassen Sie sich davon nicht täuschen. Wichtiger sind immer noch die echten Suchmaschineneinträge. Eine Software die zwar in mehr als 8000 Verzeichnisse Einträgt, dabei aber nur 20 echte Suchmaschinen bedenkt ist nicht sehr nützlich. Sehr viel hilfreicher ist dafür ein Produkt, das zwar „nur“ echte Suchmaschinen anspricht, dafür aber regelmäßig gepflegt wird. Ohnehin sind ständige Updates ein Punkt den Sie unbedingt beachten müssen: Suchmaschinen werden regelmäßig überarbeitet. Sie brauchen eine Software, die ständig aktuell ist. Besonders zu empfehlen ist an dieser Stelle die Software Hello Engines, Informationen dazu auf <http://www.hello-engines.de>. Dort finden Sie auch die Download-Möglichkeit von Testversionen. Ein anderes Produkt, das auch –jedenfalls früher- sehr zuverlässig gearbeitet hat ist TopDog, zu finden unter <http://www.topdog.com>. Dieses wurde inzwischen abgelöst von dem Nachfolgeprodukt <http://www.searchenginecommando.com>

Ein ganz anderer Software-Bereich sind Produkte die das eigene Ranking erkennen sollen. Hier wird automatisch die Position der eigenen Seite in Abhängigkeit von bestimmten Suchworten festgestellt. Eine solche Funktion findet sich zum einen in Hello Engines in der Pro Version, aber auch im RankIt – Tool von IOK, zu finden unter <http://>

Kapitel 6: Stichworte

.....	17	Dauer	5
<h1>.....	17	Javascript.....	18
<head>.....	13, 14	Kataloge	4
<meta>.....	14	Kommentare	6
<title>	13	Linklisten.....	4
Alt-Tag	17	Links schalten.....	18
Bezahlte Links.....	5	Linkverzeichnisse	4
Brückenseiten	7	Meta Tags	
Classifieds	4	Allgemeine Tags	14
Cloaking.....	7	Allgemeines.....	14
Content-management-System		Nutzung.....	14
.....	9	Seitenspezifisch	15
Crawler	3	noframe	11
Disallow	19	Optimieren	
Doorway Pages.....	7	Begriff.....	3
Ebenen	8	Pagerank	
F4A	4	Allgemeines.....	4
Farbe	7	Eigenen feststellen.....	5
FFA.....	4	FFA	4
Frame		Formel.....	4
Verweis	12	Kriterien.....	4
Frames.....	11	Links.....	5
noframe Bereich.....	11	Paid Links	5
Probleme.....	11	PHPNuke.....	9
Free 4 all.....	4	Roboter	3
Free for all.....	4	Robots.txt	
Google		Allgemeines.....	18
Toolbar	5	Disallow.....	19
Indizieren	3	Fehlerquellen	20

Nutzung	19	Textformatierungen.....	17
User Agent	19	Textlink	12
Schaltfläche	18	Textlinks	18
Seitentitel	13	Title Tag.....	17
Spamming.....	6	Toolbar	5
Spider	3	User Agent.....	8
Stichwörter	9	User-Agent.....	19
Strukturieren des Webs	8	Verstecken von Text	6
Suchbegriffe.....	9	Verzeichnisse	4
Suchmaschinen		Weiterleitung.....	7
Begriff.....	3	Wiederholen von Suchwörtern	
Testen	5	6