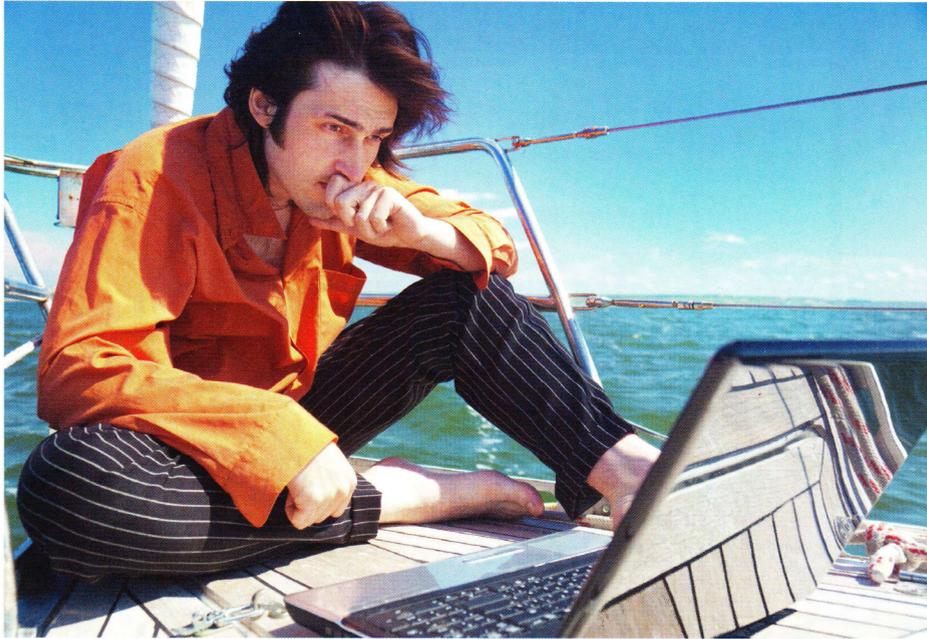


Wenn die Suchmaschine vibriert ...

Von Al Weckert



Entdecke die Passat-Winde – Columbus-Strategie für die Optimierung der Website.

Dies ist die Geschichte meiner Website. Obwohl ich bereits zahlreiche Bücher veröffentlicht hatte, dümpelte sie noch vor kurzem in einer schaurig-öden Flaute vor sich hin. Ungeliebt von den Suchmaschinen. Ignoriert von den Usern. Ohne Nutzen für mich als Unternehmer. Ein Ärgernis.

Also griff ich zur Columbus-Strategie. Über den Entdecker Amerikas weiß man, dass seine Erfolge in erster Linie mit der Entdeckung der Passat-Winde zusammen hängen. Er durchforstete komplette Bibliotheken, um herauszufinden, dass ihn ein geheimnisvoller afrikanischer Westwind zu neuen Kontinenten führen kann. Wo war mein Westwind? Welche Bücher könnten mir helfen?

Ich fand das komplette Wissen über Suchmaschinenoptimierung in dem 780 Seiten dicken Buch „Website Boosting“ von Mario Fischer. Ich habe es verschlungen und mir dabei (wie einstmals Columbus) seitenweise Randnotizen gemacht. Es ist das Buch der unendlichen Möglichkeiten – jedenfalls dann, wenn Sie genügend Zeit und auch ein paar liquide Mittel zur Verfügungen haben.

Suchmaschinenoptimierung bedarf zweier Grundstrategien: Online-Optimierung und Offline-Optimierung. Online-Optimierung verbessert den technischen und inhaltlichen Aufbau Ihrer Website mit dem Ziel, dass die Programme der Suchmaschinen sie als bedeutend einstufen und in den Suchergebnissen vorne anzeigen. Die grausame Wahrheit:

User beachten nur die ersten drei Suchergebnisse zu einer Abfrage. Offline-Optimierung strebt an, dass zahlreiche Links von außen auf Ihre Seite verweisen. Das heißt: Die Suchmaschinen schließen aus dem Vorhandensein vieler Backlinks, dass Ihre Seite für die User eine hohe Bedeutung hat und deshalb weit vorne einzuordnen ist.

Am Anfang aller Aktivitäten steht eine erstklassig vorbereitete Homepage. Dazu gehören ein optimaler Name, attraktive Inhalte und ein Business-Blog. Optimalerweise führt Ihre Homepage das Gebiet, in dem Sie tätig sind, im Namen. Deshalb suchte ich zunächst nach einer Webadresse mit dem Titel „Empathie“. Auf einer amerikanischen Domain-Börse wurde ich fündig. Zwei Stunden später war ich der stolze Besitzer von www.empathie.com.

Anschließend ließ ich die bestehende Homepage von einem Spezialisten überarbeiten und mit neuem Namen ins Netz stellen. Während das Äußere, gewissermaßen der Rumpf des Schiffes, unverändert blieb, wurde der Maschinenraum (die Programmierung) für Suchmaschinen optimiert. Hinter jeder einzelnen Seite steht nun ein Formular, das die fantastische Eigenschaft hat, alles auf die Tauglichkeit für Suchmaschinen zu prüfen, was ich an Inhalten eingebe: Überschriften mit den wichtigsten Stichwörtern, Anzahl der Schlagwörter im Text (nicht zu viel, nicht zu wenig), die Länge des Beitrags, die Gestaltung der Vorschau für die Listen der Suchmaschinen usw. Wer

Erwähnte Blogs:

<http://www.empathie.com/marshall-rosenberg-biografie-teil-1/>
<http://www.empathie.com/geschenke-mediation-gfk-2013/>
<http://www.empathie.com/gast-blog-claudia-broadhurst/>
(erst ab 31.12.13 online)

Besprochene Bücher:

- Fischer, Mario (2009): Website Boosting 2.0. Heidelberg: mitp
- Firnkes, Michael (2011): Blog Boosting. Heidelberg: mitp
- Grabs, Anne/Bannour, Karim-Patrick (2012): Follow me! Bonn: Galileo Computing
- Sauer, Moritz (2010): Blogs, Video & Online Journalismus“. Köln: O'Reilly
- Heijnk, Stefan (2011): Texten fürs Web. Heidelberg: dpunkt

sich hier verbessert, manövriert sich in den Westwind und nimmt Fahrt auf.

Jetzt ging es um Inhalte. Nur eine wachsende Seite wird von Suchmaschinen als relevant eingestuft. Außerdem ordnen Suchmaschinen Ihre Seite nur dann Ihrem Themengebiet zu, wenn dort aussagekräftige Artikel zur jeweiligen Thematik auftauchen. „Content is King“ – Inhalte regieren. Mein Berater empfahl mir wöchentliches Business-Blogging. Auf Bloggen und Blog-Marketing bereitete ich mich mit Hilfe weiterer Bücher vor.

Das Buch „Blog Boosting. Marketing, Content, Design, SEO“ von Michael Firnkes (Verlag mitp) beschreibt Dos & Don'ts erfolgreichen Bloggens. Besonders spannend fand ich das Kapitel über „gute Inhalte“. Dort entdeckte ich zum Beispiel den Tipp, andere Blogger zum Gastbloggen einzuladen. Gastbloggen ist eine klassische Win-Win-Situation. Als Blog-Betreiber gewinnen Sie abwechslungsreiche, lebendige Inhalte für Ihren Blog. Der Gastblogger erhält einen wertvollen Backlink auf die eigene Seite. Schon meine erste Anfrage an die Kollegin Claudia Broadhurst war erfolgreich. Innerhalb einer Woche lieferte sie mir eine bebilderte Inside-Story, wie sie neue GFK-Produkte für ihren Shop entwickelt. Der Mehrwert für die Leser: Tricks und Tipps zur Umsetzung eigener Produktideen.

Das 540 Seiten dicke Einsteigerwerk „Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co“ von Anne Grabs und Karim-Patrick Bannour (Galileo Computing) verhilft Ihnen zu solidem Hintergrundwissen für den Umgang mit sozialen Netzwerken von der Planung bis zur Auswertung. Nach dieser Lektüre habe ich meinem Firmenauftritt bei Facebook ein Facelifting verpasst. Was dem ersten Entwurf fehlte, war ein „Call for Action“. Heute enthält der Facebook-Auftritt drei einladende Buttons, die zu meinen Büchern, meinen Seminaren und zu meinen Angeboten als Berater führen.

Der Ratgeber „Blogs, Video & Online Journalismus“ von Moritz Sauer (O'Reilly) enthält eine gut verständliche Zusammenfassung rechtlicher Grundlagen im Internet. Um Abmahnungen zu vermeiden, lohnt sich die Lektüre der Kapitel „Medienrecht“, „Urheberrecht“, „Wettbewerbsrecht“, „Persönlichkeitsrecht“ und „Haftungsfragen“. Ich habe mir daraufhin ein amtliches Impressum mit Hilfe des Impressum-Generators auf der Seite „eRecht 24“ zugelegt.

Jetzt fehlt Ihnen nur noch ein gutes Handbuch für das Schreiben von Internet-Texten. Hier ist das Buch „Texten fürs Web. Planen, schreiben, multimedial erzählen“ von Professor Stefan Heijnk das Buch der Wahl. In Kapitel zwei erfahren Sie alles darüber, wie Texte im Internet funktionieren und wie Sie eine beliebige Idee zu einem Top-Artikel für Ihre Website aufdonnern. Was das bringt?

Ich hatte mir z.B. vorgenommen, meinen 1. Jahrestag als Blogger durch einen neuen Besucherrekord zu krönen und damit die Aufmerksamkeit für mein neues Buch, „Gewaltfreie Kommunikation für Dummies“, zu erhöhen. Ich suchte nach einer Idee für einen vielbeachteten Blog. Angeregt durch Stefan Heijnks Methode überlegte ich, auf welche wichtige Frage ich im Netz bisher keine befriedigende Antwort erhalten hatte. Dabei kamen mir mehrere Ideen. Zunächst schrieb ich an einer Biografie über Marshall Rosenberg, dem Erfinder der Gewaltfreien Kommunikation. Damit erzielte ich die höchsten je verzeichneten Zugriffsraten auf meine Homepage.

Dann verfasste ich eine Liste von Weihnachtsgeschenken für GFK-Trainer, Coachs und Mediatoren. Als Aufhänger benutzte ich das Bild eines quietschgelben Giraffen-Vibrators, auf den ich bei der Google-Bildersuche zum Stichwort „Giraffe“ stieß. Im Blog behauptete ich, das gelbe Ding sei ein „Verkehrsstab der südafrikanischen Verkehrspolizei“, der sich nicht nur bei Ampelausfall, sondern auch auf dem Büro-Schreibtisch als Anknüpfungspunkt für unverfänglichen Smalltalk nutzen lasse. Aus diesem Blog ergab sich der nächste Besucherrekord.

GFK-Fans können – entgegen ihrem Ruf – auch lachen. Auch weibliche Besucher kommentierten dieses absurde Gerät belustigt in den sozialen Netzwerken. Klingt nach einem Happy End für die Website.



Al Weckert, Organisationsentwickler, Mediationsausbilder und GFK-Trainer in Berlin.
Website: www.empathie.de