

# Online-Marketing

BERATUNGSBRIEF VON TORSTEN SCHWARZ

AUSGABE 4/2011 – APRIL



www.Online-Marketing-Experts.de

## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe April 2011

### Holen Sie sich Ihren Online-Marketing-Experten ins Haus

Mit dem Beratungsbrief von Dr. Torsten Schwarz

#### Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im  
2-Monats-Abo



[www.Online-Marketing-Experts.de](http://www.Online-Marketing-Experts.de)

**Checkliste:**

# Tipps für suchmaschinengerechte Inhalte eines CMS

Der Einsatz eines leistungsfähigen und intuitiv nutzbaren Content-Management-Systems reduziert den Aufwand und somit die Kosten bei der Suchmaschinenoptimierung. Automatismen vereinfachen und beschleunigen die Aufbereitung der Ressource Content und gewährleisten deren suchmaschinengerechte Aufbereitung und Präsentation im Internet.

Von Björn Kunze

## Optimierung von Bewertungskriterien

Bei den seitenspezifischen Kriterien, die bei der Suchmaschinenoptimierung erfüllt sein müssen, werden sowohl technische als auch inhaltliche Aspekte einer Seite erfasst und bewertet. Für die nachhaltige Optimierung der Bewertungskriterien gibt es zwei einander ergänzende Methoden:

- Verbesserung der Sichtbarkeit (Offpage-Optimierung)
- Verbesserung der technischen und inhaltlichen Qualität (Onpage-Optimierung).

## Offpage-Optimierung

Offpage-Optimierung betrifft überwiegend organisatorische Schritte bei der Pflege einer Web-Präsenz, wie z.B. Verlinkungen, Social Bookmarking und regelmäßige Aktualisierung des Website-Contents.

## Onpage-Optimierung: Schnell erschließbarer Content

Maßnahmen zur Onpage-Optimierung haben das Ziel, die Indizierung für die Suchmaschinen-Crawler möglichst einfach zu gestalten. Hier spielen viele Aspekte eine Rolle, von denen im Folgenden einige aufgelistet werden. Hier kann ein gutes Content-Management-System sinnvoll helfen:

- regelmäßige Pflege von Inhalten, wie Seitentitel und aussagekräftige Metatags
- stabile und sprechende Klartext-Adressen ohne Sonderzeichen („=“, „?“)
- saubere HTML-Formatierung
- textbasierte und vollständige Verlinkung
- Vermeidung doppelter Inhalte
- alternative Beschreibungen für Bilder, Videos etc.

**Checkliste:**

## CMS-Funktionen für Suchmaschinenoptimierung

Um Content erschließbar zu machen, sollte ein CMS einige wichtige Funktionen besitzen, beispielsweise

- Aufbereitung der Inhalte unter Berücksichtigung der WAI-Kriterien (Web Accessibility Initiative), um z.B. Sehbehinderte die Inhalte erfassen lassen zu können.
- Unterstützung der Autoren bei der Content-Erfassung hinsichtlich der Anforderungen für die Barrierefreiheit.
- Es sollten Pflichtfelder für auszufüllende Alternativtexte vorhanden sein. Bilder, Flash-Animationen und ähnliche grafische Inhalte benötigen unbedingt eine alternative

Textbeschreibung, da Crawler lediglich Text erfassen können und Inhalte sonst nicht gefunden werden.

- Metatags, wie der Titel einer Website, sollten ebenfalls vom CMS erzwungen werden. Seitentitel und Inhalte genießen eine hohe Bewertung und bewirken Position 1 bei passenden Suchbegriffen, die dem Titel, einer Überschrift oder Ähnlichem entsprechen.
- Editoren erleichtern den Redakteuren nicht nur die Texteingabe. Ein eingegebener Code lässt sich editorseitig validieren und automatisiert optimieren. Somit werden fehlerhafte HTML-Formatierungen verhindert. Die Nutzung bestimmter HTML-Elemente kann eingeschränkt bzw. individuell konfiguriert werden, sodass die Trennung von Content und Präsentation stets erhalten bleibt.
- Die URL einer Seite sollte stabil sein und nicht dynamisch erzeugt werden. Hierzu können im CMS Permalinks vergeben werden. Solche sprechenden Klartext-Adressen enthalten keine Sonderzeichen und bereiten keine Probleme bei der Indizierung.
- Einsatz von Simulations-Software und externer Validatoren für die Prüfung auf Fehler und Einschränkungen wie beispielsweise Farbenfehlsichtigkeit.
- Möglichkeit, nicht erwünschte Einträge und Attribute automatisch in gültige Werte umzuwandeln.
- Automatische Veränderungen von Verlinkungen, um umfassende und funktionierende Verlinkung der Inhalte zu garantieren.
- Content-spezifische Prüfung: Sind nicht alle nötigen Informationen eingegeben worden, kann festgelegt werden, dass ein Content, der die definierten Anforderungen nicht erfüllt, nicht veröffentlicht wird.

Erfüllt ein CMS die oben genannten Anforderungen, werden dadurch suchmaschinenoptimierte Inhalte besser ausgeliefert. Dies erleichtert den Wettstreit um die vorderen Ränge der Suchmaschinenergebnisse enorm.

## Zum Autor: Björn Kunze

ist seit dem Jahr 2000 in der Infopark AG tätig. Er übernahm zunächst die Verantwortung für das Personalmanagement und konnte so das Wachstum des Berliner Internet-Unternehmens gestalten. 2004 wechselte er ins Marketing und baute als Marketing-Direktor u.a. den bundesweit beachteten Internet-Kongress iico.de mit auf.