

Wie kommt die Homepage in die Suchmaschine?

Die Praxis-Website

Viele Wochen wurden Ideen gesammelt, am Layout gefeilt, Texte geschrieben, Fotos begutachtet und dann glänzt sie endlich im weltweiten Netz: die Praxis-Homepage. Nur: Wird die Website von Suchmaschinen auch gefunden?

Jede neue Website – so nennt man alle Seiten eines Internetauftritts – sollte, bevor sie ins Netz gestellt wird, für Suchmaschinen optimiert werden. Das wichtigste Element dafür sind sogenannte Metatags, die wiederum Keywords/Schlüsselworte enthalten. Diese Schlüsselworte sollen im Text der neuen Website vorkommen. Sie haben die Aufgabe, Suchmaschinen dabei zu unterstützen, den anfragenden Nutzern auch die richtigen Seiten mit den gewünschten Inhalten anzuzeigen. Dazu ein Beispiel. Die Website gehört einem Zahnarzt in Deggendorf, dessen Seiten Inhalte zum Thema Bleaching, Implantologie, Prophylaxe und Notdienste anbieten. Als Schlüsselwörter könnte dann im Metatag stehen „Notdienste in Deggendorf“ oder „Zahnarzt in Deggendorf“, Zahnarzt, Notdienst, Deggendorf und natürlich die oben genannten Begriffe. Beim Festlegen der Schlüsselwörter sollte man sich überlegen, welche Begriffe ein Patient wohl eingeben würde, wenn er eine Praxis in oder in der Nähe von Deggendorf sucht. Die richtigen Schlüsselworte zu finden, ist keine Kunst, erfordert aber neben Sorgfalt etwas Fingerspitzengefühl und eine große Portion gesunden Menschenverstand.

Optimal für Google

Die drei wichtigsten Suchmaschinen im europäischen Raum sind Google, Microsoft und Yahoo, wobei Google mit über 80 Prozent die Poleposition einnimmt. Wer seine Praxis-Website optimieren will, sollte sie den Anforderungen von Google anpassen. Google hat seine eigenen Regeln, die – und das sei ausdrücklich erwähnt – heute gelten. Die Kriterien, nach denen Suchmaschinen Websites bewerten, gehören zu deren wohl am besten gehüteten Geheimnissen. Google bewertet eine Website unter anderem danach, wie viele Links von anderen Seiten auf diese Site verweisen. Deshalb sollte die Praxis-Website viele gute Inhalte haben und der

Inhaber der Website sollte möglichst vielen Leuten, Firmen, Institutionen, Geschäftspartnern und Freunden davon erzählen und sie bitten, auf seine Seite zu verlinken, vorausgesetzt, die Sites passen inhaltlich zusammen. Natürlich mit dem Angebot, auf deren Site ebenfalls zu verlinken. Eine Hand wäscht die andere.

Die eigene Website populär machen

Es ist kein Geheimnis, dass immer wieder ganz tief in die Trickkiste gegriffen wurde und wird, um Websites auf die begehrten vorderen Plätze zu pushen. Die Betreiber der Suchmaschinen wissen das und verändern deshalb immer wieder ihre Ranking-Kriterien. An wievielter Stelle der Trefferliste die eigene Website erscheint, dafür ist dann letztlich nicht nur die Anzahl der Links, die auf die Praxis-Homepage verweisen, wichtig, sondern auch deren Relevanz. Würde zum Beispiel die Bundesregierung auf die Seiten der KZVB verlinken, würde Google das anders bewerten, als wenn dies Dr. Zahn aus Viechtach tut. Zumal anzunehmen ist, dass auf die Seiten der Bundesregierung schon sehr viel mehr Seiten verlinkt sind, als dies bei der Praxis-Site von Dr. Zahn der Fall sein dürfte.



Je bekannter die Sites also sind, die auf die Praxis-Website verweisen und je mehr es sind, desto höher steigt die Website im Page-Ranking. Auch von der Praxis-Website ausgehende Links werden von Google beachtet. Ebenso interne Links, wenn beispielsweise im Text eines „Weiter“-Buttons hinterlegt ist, welche Inhalte auf der weiterführenden Seite zu finden sind.

Anmelden bei Suchmaschinen – ein Muss?

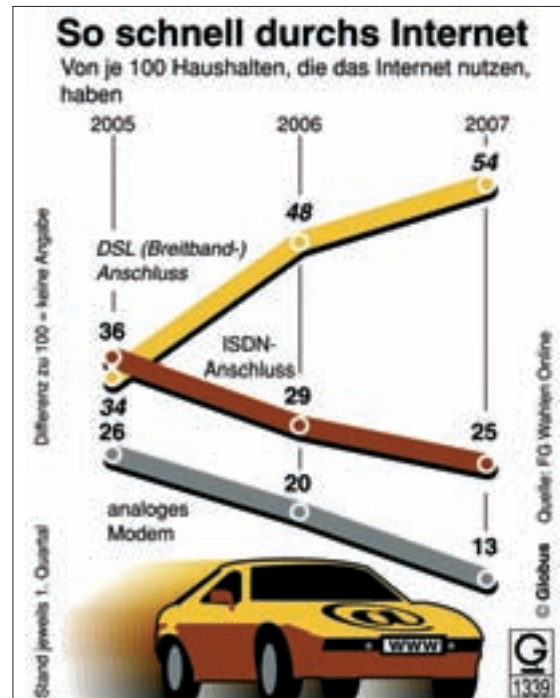
Die Frage, ob der Inhaber einer Homepage diese bei Suchmaschinen anmelden muss, ist im Grunde rasch beantwortet: Bei Webkatalogen und Fach-Suchmaschinen ist es sinnvoll. Bei Google schadet es nicht, nutzt aber auch nichts. Wichtig sind für Google die beschriebenen Kriterien. Sind die erfüllt, wird Google die Praxis-Website auch schnell in seine Datenbank aufnehmen. Das geschieht durch Robots, Spider oder Crawler, die unermüdlichen Spürnasen der Suchmaschinen, die ständig das World Wide Web durchsuchen und allen Links folgen, die sie finden können.

Märchen aus Tausend-und-mehr-Suchmaschinen

Was bedeutet es, wenn Anmeldeservices oder sogenannte Internetpromoter versprechen, die Website bei mehreren tausend Suchmaschinen eintragen zu wollen? Sie wollen Ihnen Geld aus der Tasche ziehen. So viele Suchmaschinen gibt es gar nicht. Hier handelt es sich in der Regel um Free-For-All-Seiten (FFA). Das sind riesige Listen mit Links und Kurzbeschreibungen von Seiten, die niemand prüft und die auch niemand zum Suchen nutzen würde. Der Eintrag auf diesen Listen kann sogar rufschädigend sein, wäre es doch mehr als peinlich, die eigene Praxis-Website in Gesellschaft mit „Geld-ohne-Arbeit.de“ und anderen, wenig seriösen Links zu finden. Also lieber Hände weg von solchen Angeboten.

Website bei Web-Katalogen anmelden

Eine gute Möglichkeit, zu erreichen, dass andere auf die eigene Seite verlinken, ist das Anmelden der Praxishomepage bei Web-Katalogen. In diese Kataloge oder auch Webverzeichnisse pflegen Redakteure die Links in Kategorien ein; das heißt, die Adressen werden von Menschen gesichtet, geprüft und den passenden Themen zugeordnet. Durch den Eintrag in Web-Kataloge erhöht sich die Linkpopularität der Website und damit auch das Suchmaschinen-Ranking, weil der User direkt dem angegebenen Link zur betreffenden Seite folgt.



In Bayern nutzt mittlerweile jeder zweite Bürger das Internet. Und die Surfer bewegen sich immer schneller auf der Datenautobahn: In über der Hälfte der deutschen Haushalte mit Internetanschluss surfen die Menschen inzwischen per schnellem DSL-Anschluss. 2005 waren es erst 34 Prozent.

Die wichtigsten deutschsprachigen

Web-Kataloge sind:

Open Directory Project	www.dmoz.de
allesklar	www.allesklar.de
sherlook	www.sherlook.de
web.de	www.web.de

Fazit

Das Optimieren und Anmelden der Praxis-Website ist sicherlich nicht jedermanns Sache. Wer als Zahnarzt nicht gerade ein ausgesprochener Internet-Freak ist – und die gibt es durchaus – sollte hier professionelle Hilfe in Anspruch nehmen. Hierzu in zahnärztlichen Foren nach Adressen und Erfahrungen nachzufragen, lohnt sich bestimmt.

Links zum Suchmaschinen-Management:

www.suchmagnet.de
www.internet-marketing-hilfe.de
www.de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung
www.at-web.de/blog/20070630/europas-internet-wird-von-suchmaschinen-dominiert.htm
www.suchmaschinentricks.de