

## Suchmaschinen Marketing

# Irrtümer & Missverständnisse.

### Allgemein



- >>Es finden sich unzählige Mythen und Märchen rund um die Suchmaschinen. Nicht zuletzt auch, weil deren genau Funktionsweise gut gehütete Geheimnisse sind.
- >>Unseriöse Anbieter machen sich das oft zu Nutze, um Kunden mit wenig Erfahrung hinters Licht zu führen.
- >>Manchmal ist auch einfach Irrglaube, der zu Missverständnissen führt.
- >>Hier darum die wichtigsten Infos, die keine solchen sind.

### Meta-Tags



- >>Meta-Tags sind versteckte Elemente auf einer Webseite, welche Informationen über den Inhalt der Seite beinhalten.
- >>Beispiel eines Meta-Tags: `<meta name="description" content="Seite des Portals marketing.ch zum Thema Meta-Tag. Dazu finde Sie auch Praxis-Beispiele." />`
- >>Nach wie vor ist die Meinung weit verbreitet, durch die Anpassung der Meta-Tags an den Seiteninhalt werden Webseiten besser gefunden.

Fakt ist:

- >>Suchmaschinen legen mehr Wert auf den textlichen Inhalt einer Seite, als auf die textliche Programmierung.
- >>Die Fachwelt ist sich darum einig, dass Meta-Tags keinen (grossen) Einfluss mehr haben auf die Suchergebnisse.

### Anmeldungen bei Suchmaschinen



- >>Die meisten Suchmaschinen bieten die Möglichkeit, die eigen Webseite anmelden zu können.
  - >>Bei nächsten crawling werden die Suchmaschinen dann auch diese Webseiten erfassen und in den Index mit aufnehmen.
  - >>Man findet oft Angebote von
- Fakt ist:
- >>Bei den grossen Suchmaschinen ist es meistens gar nicht nötig sich einzutragen. Es reicht ein Link von einer anderen Webseite und schon erfassen einen die Suchmaschinen
  - >>Bei der aktuellen Marktstellung würde es ohnehin völlig ausreichen, sich lediglich bei den grössten vier Suchmaschinen anzumelden.
  - >>Es bringt auch überhaupt keinen Vorteil, wenn man jede Seite einzeln anmeldet. Die grossen Suchmaschinen verfolgen automatisch sämtliche Seiten, auf welche ein Link besteht.

## Duplicate Content (DC)

---



- >>Mit Duplicate Content sind Inhalte gemeint, die im Internet mehrmals in identischer Form vorkommen.
- >>Beispiel 1: Ein Autor stellt mehreren Webseiten den gleichen Fachbericht zur Verfügung.
- >>Beispiel 2: Eine Webseite bietet einen Artikel sowohl als html- wie auch als PDF-Version an.
- >>Die Frage ist nun, welche Inhalte die Suchmaschinen berücksichtigen und welche nicht.

Fakt ist:

- >>Es gibt keinen festen Identifikations-Satz für Duplicate Content (Bsp: X% der Wörter sind gleich).
- >>Mehrsprachige Versionen sind kein Duplicate Content.
- >>Lösung für Beispiel 1: Die Inhalte nicht mehrfach publizieren, sondern immer auf die gleiche Quell-Link verweisen.
- >>Lösung für Beispiel 2: Eine der beiden Versionen per robots.txt-Datei "blocken", sodass die Suchmaschinen die eine Version gar nicht finden kann.
- >>Mehr Infos zu [Duplicate Content](#) gibt's bei Google (Englisch).

## Multi-Domains

---



- >>Viele Firmen haben Ihre Webseite in mehreren Ländern registriert.
- >>Beispiel: [www.domain.ch](#), [www.domain.com](#), [www.domain.info](#)
- >>Nun herrscht manchmal der Irrglaube, dass man mit jeder Domain-Endung nun in den Suchmaschinen auftaucht und so seine Relevanz erhöht.

Fakt ist:

- >>Suchmaschinen erkennen gleichen Inhalt, darum bringen viele verschiedene Domains keinen echten Vorteil.
- >>Sinn machen dagegen verschiedene Sprachversionen, insbesondere bei einer internationalen Kundschaft.
- >>Es ist aber besser, sich auf eine Domain zu konzentrieren, als sich zu verzetteln.

### Hinweis:

---

Diesen Artikel finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/irrtuemer.asp>

Weitere Artikel zum Thema Suchmaschinen Marketing finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/start.asp>