

Suchmaschinenoptimierung

Wer sucht, sollte finden

Suchmaschinen wie Google gelten als Ergänzung oder aber Nachfolge des Telefonbuchs. Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, kurz SEO) der eigenen Kanzlei-Webseite ist heute praktisch Pflicht, um in der Flut der Angebote nicht unterzugehen.

Sie können als Steuerberater die besten Angebote, die tollsten Mitarbeiter und günstigsten Preise haben, wenn dies potenzielle Mandanten nicht wissen, nützt Ihnen das gar nichts. Daher ist die Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO, wichtig: Finden Interessenten Ihre Kanzlei im Web, ist dies der erste richtige Schritt, sie auch weiterzupfählen.

SEO sorgt dafür, Besucher und insbesondere die „interessanten“ darunter auf Ihre Homepage zu lenken. Denken Sie deswegen schon bei der Erstellung der Webseite an SEO. Vor Beginn sollten Sie sich genau überlegen, was Sie im Web erreichen möchten:

- Welche Dienstleistungen zeichnen Ihre Kanzlei aus?
- Welche Mandanten wollen Sie ansprechen – Gründer, Ärzte oder Gastronomen?

Dieses Konzept bestimmt bereits den Aufbau und die Gestaltung der Seite mit, die für bestimmte Suchbegriffe optimiert werden soll.

- Mit welchen Wörtern wird der Mandant suchen? Sie benötigen zunächst gar keine exakten Suchbegriffe, nur ein paar Anknüpfungspunkte für die weitere Recherche.
- Wie sieht es im Wettbewerbsumfeld aus? Schätzen Sie die Lage ein. Es ist beispielsweise völlig unrealistisch zu denken, mit den Schlagworten „Steuerberater“ und „Berlin“ ganz oben auf der ersten Ergebnisseite zu landen.

Um ein dauerhaft zufriedenstellendes Ergeb-

nis zu erzielen, braucht es vor allem zwei Faktoren: Zeit und eine Agentur, die sich ständig darum kümmert. Denn normalerweise wird eine neue Homepage innerhalb von sechs bis acht Wochen in den Suchmaschinenindex aufgenommen, allerdings ist das Ranking nur mäßig bis schlecht, eine Vorsichtsmaßnahme, um kurzfristigen Spam zu verhindern.

Homepage muss von Suchmaschine für gut befunden werden

Eine Homepage muss sich erst profilieren um für „gut“ befunden zu werden, aber der Vorgang lässt sich nicht beschleunigen. Erfahrungsgemäß verbessert sich das Ranking nach der Aufnahme in den Index ständig, kann sogar mehrere Monate dauern, in einem heiß umkämpften Markt sogar Jahre.

Aufgabe der Agentur ist es, diesen Prozess zu überwachen. Falls sich das Ranking nicht wie gewünscht entwickelt, können Profis spezielle Maßnahmen ergreifen. Suchmaschinenbetreiber ändern zudem ständig ihre Verfahren: Ist etwa eine Homepage heute gut gerankt, kann dies schon morgen anders sein. Wenn die Suchmaschine die richtigen Infos erhält, was Sie auf Ihrer Webseite anbieten, kann sie potenzielle Mandanten auf Ihre Kanzlei-Seite führen. SEO-Experten wissen, wie Sie Ihre Homepage bereits bei der Erstellung so konzipieren, dass Suchmaschinen sie bestmöglich „lesen“ können.

Ein Beispiel: Ein Chocolatier hat sich auf Pralinen spezialisiert und sich für jede seiner Kreationen einen innovativen Namen, wie „Amelie“ oder „Diana“ überlegt. Er stellt tolle Fotos auf seine Seite, die „zum Anbeißen“ aussehen und schreibt den Namen und den Preis darunter. Aber: Suchmaschinen können nur Namen und Preise der Pralinen finden und daher mit diesen Informationen wenig anfangen. Dadurch werden zum Beispiel über Google kaum Besucher auf diese Seite kommen.

Lösung: Der Chocolatier muss der Suchmaschine die Pralinen ausführlich mit Worten beschreiben, ihren Geschmack und Geruch, die Verpackung oder Motive auf den Bildern „erklären“. Somit ist es Suchmaschinen mög-

lich, hier einen Zusammenhang zwischen „leckere Pralinen“ und der betroffenen Webseite herzustellen. Wer auf der Suche nach diesen süßen Köstlichkeiten ist, dem wird dann zum Beispiel von Google „der Weg gezeigt“. Idealerweise verlinken andere Webseiten mit dem Hinweis „Hier finden Sie leckere Pralinen!“ auf die Webseite des Chocolatiers und empfehlen diesen somit weiter.

SEO ist ein Rennen um die vordersten Platzierungen. Wichtig dabei ist es, fair zu bleiben – man spricht von ethischer Suchmaschinenoptimierung. Es gibt auch illegitime Methoden, die Webseiten durch Spam-Praktiken unter Umständen schnell auf die besten Plätze zu befördern. Derartige Techniken können Sie getrost anderen überlassen, auf lange Sicht lohnt sich das nicht. Denn die Suchmaschinen erkennen solche Tricks, verbannen diese Seiten aus deren Index und „bestrafen“ – auch nach „Bereinigung“ der Webseite – die damit in Zusammenhang stehenden Inhalte und Internet-Adressen. Oft werden sie lange Zeit mit niedriger Relevanz und somit einer schlechten Platzierung gewertet. Dennoch: Richtig gemachte Suchmaschinenoptimierung gibt Ihnen eine günstige Möglichkeit, sich im Wettkampf zu positionieren.

» Serienplaner

Teil 40 –
SteuerConsultant 02/2010
Corporate Wording

Teil 41 –
SteuerConsultant 03/2010
Suchmaschinen-
marketing

Teil 42 –
SteuerConsultant 04/2010
Kanzlei als Marke

Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter www.steuer-consultant.de das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.



Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH im österreichischen Leonding. Atikon hat sich auf das Marketing und die Homepage-Gestaltung für Steuerberater spezialisiert.

E-Mail: johann.aglas@atikon.com
www.atikon.com