

Tipps für die Homepage

Gefunden werden im Netz

Eine gute Position der eigenen Internet-Präsenz bei den Suchmaschinen ist kein Zufall. Man kann einiges dazu tun.

Es hat sich herumgesprochen: Informativ Web-Auftritte sind ein wirkungsvolles Medium, um Informationssuchende gezielt anzusprechen. Schließlich verfügt mittlerweile die Hälfte der deutschen Haushalte über einen Internet-Zugang. Gerade medizinische Themen gehören zu den meistgesuchten im Netz. So wundert es nicht, dass neben den Gesundheits- und Medizinportalen auch Arztpraxen, Krankenhäuser und Pharmafirmen um professionelle Internet-Auftritte bemüht sind.

Allerdings wird auch die schönste und informativste Internet-Seite von den Web-Surfern ignoriert, wenn sie über die Suchmaschinen nicht auffindbar ist. Im Folgenden wird beschrieben, welche Voraussetzungen eine Website erfüllen muss, um für die Suchmaschinen verwertbare Informationen zu liefern; wie die wichtigsten Suchmaschinen angesprochen werden müssen, um die Web-Seite adäquat zu platzieren.

Suchbegriffe: Findbar werden

Zunächst gilt es, sich in den Informationssuchenden hineinzusetzen. Welche Suchbegriffe wird ein vom Hexenschuss Geplagter wählen, wenn er Rat

sucht? „Hexenschuss“, „Ischias“, „Lumbalgie“, vielleicht auch „Chiropraktiker“ oder „Bewegungstherapie“ und Angaben zu seinem Wohnort. Genau diese Begriffe sollten daher auch auf der Website eines Orthopäden, Chiropraktikers oder Physiotherapeu-



ten hervorgehoben werden, der Lumboschialgien behandelt. Sie sollten in einem sinnvollen Kontext stehen oder – noch besser – im Seitentitel auftauchen. Bei der Suche nach den richtigen Begriffen ist die „Suchbegriff-Datenbank“ von Webmasterplan (*siehe Kasten, Seite 12*) hilfreich.

Nicht zu empfehlen sind überbordende Grafikspielereien auf der Startseite. Sie sind für Suchmaschinen nicht verwertbar. Auch sind die Zeiten vorbei, in denen man Suchmaschinen dadurch austricksen konnte, dass man die Suchbegriffe (Keywords) hundertmal

in weißer Schrift auf weißem Grund versteckte.

Wichtig sind dagegen die weiterführenden Links, die auf die Unterseiten verweisen. An ihnen arbeiten sich die Suchmaschinen entlang, um die gesamte Website in ihre Datenbanken aufzunehmen. Schließlich sollte im HTML-Quellcode ein Meta-Description-Tag mit einer aussagekräftigen Beschreibung der Seite stehen. Dieser Text ist in den Seitenbeschreibungen der Suchergebnisse einiger Suchmaschinen zu lesen.

Ob eine Internet-Präsenz gut oder schlecht besucht wird, lässt sich aus den Logfiles des Servers ablesen. Diese sind allerdings schwierig einzusehen und zu interpretieren. Deshalb lohnt es sich, einen sichtbaren oder unsichtbaren Besucherzähler (Counter) auf der Eingangsseite unterzubringen. Anspruchsvollere Counter, wie beispielsweise der von Nedstat (*Kasten*), liefern darüber

hinaus Informationen über die Suchmaschinen und Suchbegriffe, mit denen die Besucher auf die Seite gelotst werden.

Anmelden: Suchmaschinen und Kataloge

Auf bestimmten Seiten wird der automatisierte Eintrag in Hunderte von Suchmaschinen angeboten, auch gegen Gebühr. Solche Submit-Dienste sind heute nicht mehr zu empfehlen. Der Eintrag in wenige deutschsprachige Suchmaschinen und Verzeichnisse ge-

nügt, da diese in der Regel auf gemeinsame Datenbanken zugreifen. Dieser Eintrag sollte sorgfältig erstellt werden. So muss bei den wichtigen Web-Katalogen von Yahoo und Open Directory Project (DMOZ) zunächst die

Wichtige Suchmaschinen

www.google.de (belieft auch AOL.de, Web.de)
www.msn.de
www.lycos.de
www.t-online.de
www.fireball.de
www.altavista.de

Web-Verzeichnisse (Kataloge)

Yahoo: www.yahoo.de
Open Directory Project: <http://dmoz.org/>
Web.de: www.web.de (Eintrag kostenpflichtig)

Hilfreiche Werkzeuge

Zugriffsstatistiken:
www.nedstat.com; www.webhits.de
Suchbegriff-Datenbanken:
www.webmasterplan.de; <http://metager.de/asso.html>
Mehr zum Thema:
www.google.de/intl/de/webmasters
www.suchmaschinentricks.de

passende Kategorie gefunden werden (beispielsweise World > Deutsch > Gesundheit > Krankheiten und Beschwerden). Erst in der richtigen Kategorie den „URL anmelden“-Link anklicken und die Seite sinnvoll beschreiben. Ob und wann die Seite in den Katalog aufgenommen wird, hängt von den Redakteuren des Verzeichnisses ab. Der Vorgang kann mehrere Wochen dauern, einen Anspruch auf Aufnahme in den Katalog gibt es nicht.

Die wichtigsten Suchmaschinen bieten – meist auf ihren Startseiten – einen Link an, um die „Seite anzumelden“ oder die „URL hinzuzufügen“. Die Eingabe einer E-Mail-Adresse und eines aktuell generierten Codes ist oft notwendig und dient dazu, unlauteren Anbietern die Anmeldeprozedur zu erschweren. Angebote, die Seite gegen Gebühr besonders schnell oder gut zu platzieren, sind nur für kommerzielle oder termingebundene Web-Seiten sinnvoll. Informativ und gut gemachte Internet-Seiten finden

ihren Platz in den Suchmaschinen auch zum Nulltarif.

Ranking: Nach vorne kommen

Ist die Internet-Präsenz erst einmal von der Suchmaschine registriert und in die Web-Kataloge aufgenommen worden, geht es darum, einen adäquaten Platz innerhalb der „gefundenen Seiten“ zu erreichen. Die Websurfer vertrauen den Suchmaschinen so sehr, dass die ersten Suchergebnisse auch am häufigsten angeklickt werden. Die Seiten mit weiteren Suchergebnissen bleiben meist unbeachtet. Das Optimieren von Internet-Seiten für eine gute Position innerhalb der Suchergebnisse („Suchmaschinen-Ranking“) füllt mittlerweile die Seiten von Fachzeitschriften und beschäftigt eine ganze Optimierungsindustrie. Die entscheidenden Schritte werden am Beispiel der wichtigsten Suchmaschine erläutert: Google.

Google: Beliebt und repräsentativ

Der hohe Marktanteil der Suchmaschine Google von nahezu 65 Prozent hat zwei Gründe: Sie arbeitet schnell und gut. Jeder Internet-Surfer hat diese Erfahrung schon gemacht: Was Google als relevant ermittelt, das heißt bei den Suchergebnissen vorne positioniert, ist in der Regel brauchbar. Die Suchmaschine geht davon aus, dass Web-Seiten, die von anderen Seiten „empfohlen“ werden, für das jeweilige Themengebiet bedeutsam sein müssen, und drückt diese „Wichtigkeit“ im Page Rank mit Werten zwischen 1 und 10 aus. Mit einem Page Rank von 7 hat beispielsweise Lifeline.de einen relativ hohen Wert unter den deutschsprachigen Gesundheitsseiten. Das bedeutet: Viele Websites verweisen mit einem Link auf Lifeline.de. Diese auf die eigene Internet-Präsenz verweisenden Links sind also der Schlüssel zu einer guten Position bei Google. Das Erfolgskonzept wird inzwischen auch von anderen Suchmaschinen kopiert. Eine für Google optimierte Seite erhält deshalb auch bei der Konkurrenz gute Chancen.

Um viele Verweise von anderen Internet-Seiten zu bekommen, muss die

eigene Seite informativ und ansprechend gemacht sein. Eine Anmeldung in lokalen und spezialisierten Verzeichnissen ist der nächste Schritt. In vielen Städten gibt es lokale Ärzte- oder Gewerbeverzeichnisse. Spezialisierte Datenbanken für medizinische Themen gibt es beispielsweise unter Medizin-Forum.de und bei dr-antonius.de; auch hier lohnt sich ein Eintrag. Darüber hinaus ist auch das Angebot eines Link-Tausches mit themenverwandten Seiten möglich. Dazu sucht man mit der Suchmaschine die Themen, unter denen die eigene Website gefunden werden soll, und bietet den Web-Betreibern der gut platzierten oder thematisch verwandten Seiten an, sie in die eigene Linkliste aufzunehmen. Im Gegenzug bittet man um die Aufnahme in deren Linkliste.

Weitere Möglichkeiten, um die eigene Internet-Präsenz bekannt zu machen, sind zum Beispiel Pressemeldungen, die Teilnahme an Wettbewerben, Download-Angebote, aber vor allem ein hoher Nutzwert der Seiteninhalte. Ärzte mit eigenen Praxis-Homepages müssen dabei allerdings die Vorschriften der Ärztekammern beachten.

Geduld haben

Eine gute Position bei den Suchmaschinen ist nicht über Nacht zu erreichen. Erforderlich sind qualitativ hochwertige Inhalte, Geduld und Ausdauer beim Beobachten themenverwandter Internet-Seiten. Ein ungeduldiges Vorgehen, wie mehrfaches Anmelden oder Betrugsversuche bei den Suchmaschinen, kann von diesen mit der schlimmsten Strafe geahndet werden, die es für einen Webmaster gibt: Die Verbannung aus der Datenbank wegen „Spamming“. Wenn alles getan ist, lehne man sich entspannt zurück und beobachte, wie die eigene Webseite langsam bei den Suchergebnissen nach vorne klettert. Nik Koneczny

Kontaktadresse: Nik Koneczny, Facharzt für Innere Medizin, Medizinisches Wissensnetzwerk evidence.de, Fakultät für Medizin, Universität Witten/Herdecke, Alfred-Herrhausen-Straße 50, 58448 Witten; E-Mail: Koneczny@evidence.de, Internet: www.evidence.de