

MD-ECZ

Magdeburger Electronic Commerce Zentrum

Suchmaschinenoptimierung – bei Google vorn dabei

Roland Hallau, Projektleiter MD-ECZ

MD-ECZ c/o tti Magdeburg GmbH

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



MD-ECZ
Magdeburger Electronic
Commerce Zentrum



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

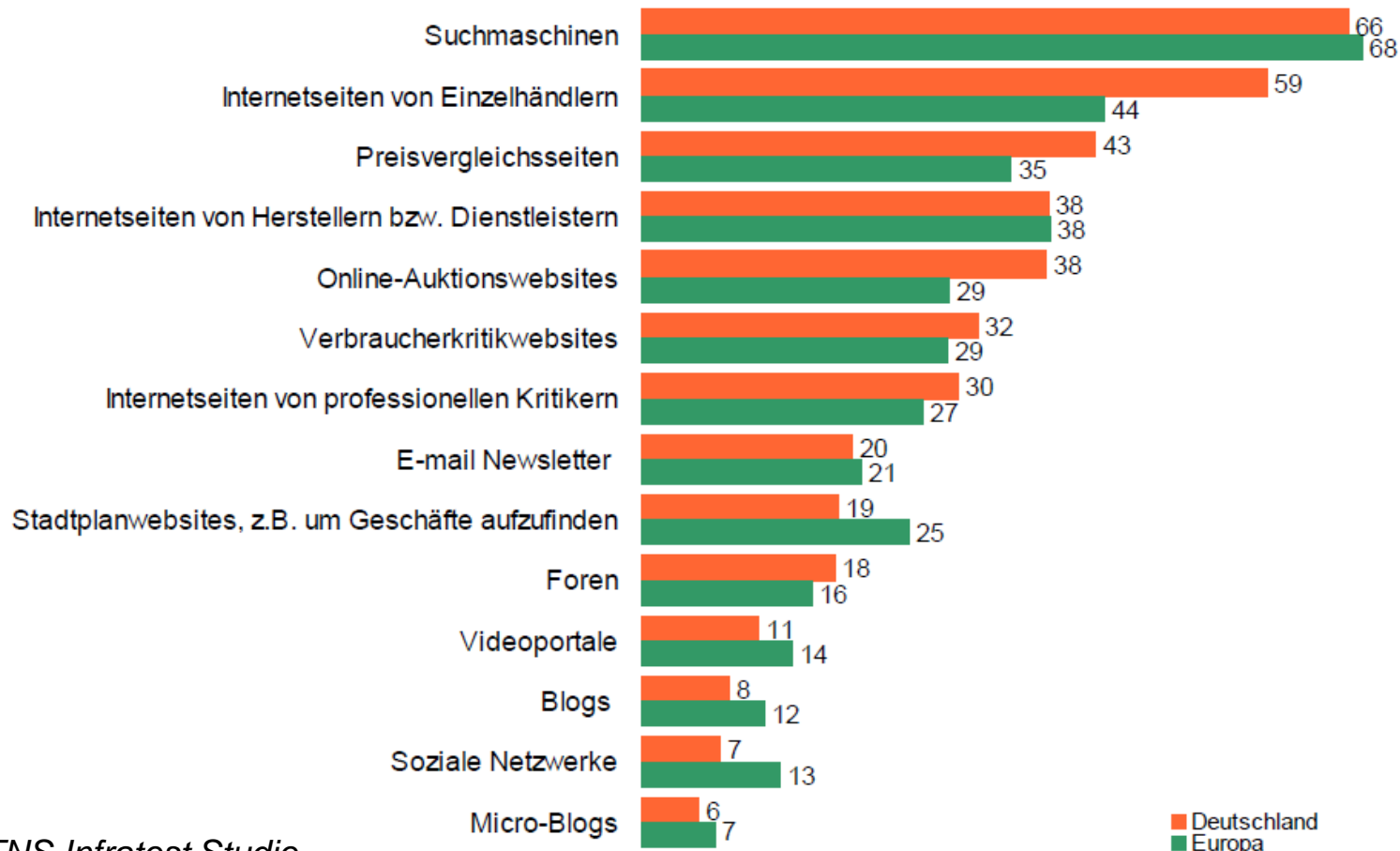
Agenda

- Die Suchmaschinen
- Zieldefinition
- Keyword-Recherche
- Definition der Suchmaschinenoptimierung
- Spezielles bei einem Relaunch
- Suchmaschinenoptimierung – Onpage
- Suchmaschinenoptimierung – Offpage
- Suchmaschinen-Spam
- Hinweise Online-Shops
- Analysen
- Linksammlung

Die Suchmaschinen

Nutzung bei einer Produktsuche

Besonders hohe Nutzung von Händlerwebsites und Preisvergleichsseiten in Deutschland – Social Media werden vergleichsweise wenig genutzt



Deutschland
Europa

Quelle: TNS Infratest Studie

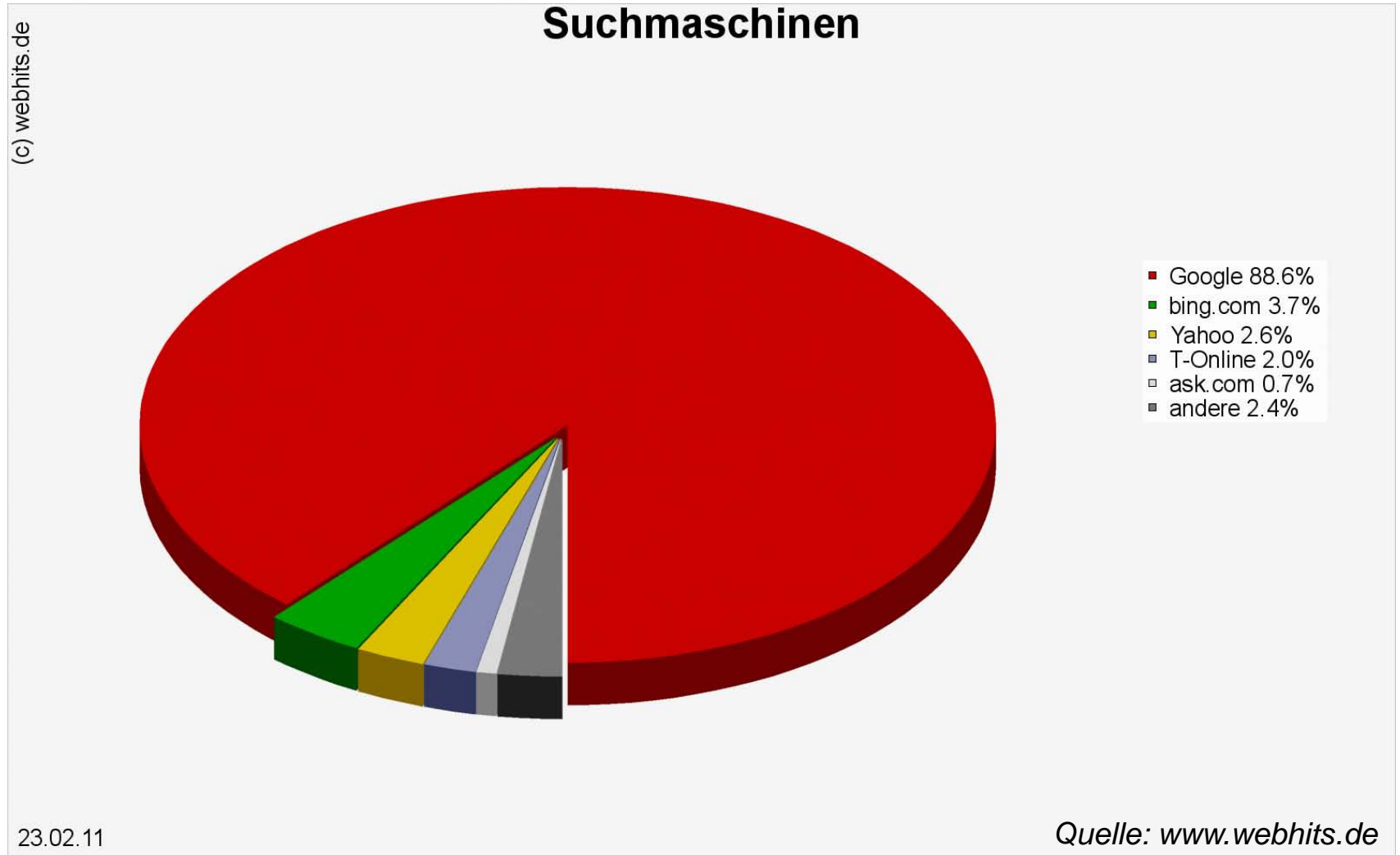
Die Suchmaschinen

Nutzung durch die Anwender – Interessant zu wissen

- „Suchmaschinen nutzen“ mit über 80% auf Platz 1 der Online-Anwendungen, nur E-Mails ähnlich genutzt
- Über 85% aller Internetsitzungen beginnen mit der Nutzung einer Suchmaschine
- 2004 nahm der Duden „googeln“ auf

Die Suchmaschinen

Nutzung durch die Anwender



Die Suchmaschinen

Google-Trefferliste

„Natürliche Suche“

- 89% der Klicks
- 11% des Budgets

„Bezahlte Suche“

- 11% der Klicks
- 89% des Budgets

Web Bilder Videos Maps News Shopping E-Mail Mehr ▾

Webprotokoll | Suchanfragen | Anmelden



seo tools

Ungefähr 73.100.000 Ergebnisse (0,17 Sekunden)

SEO Tools

Sichtbarkeitsindex, Ranking-Verlauf Konkurrenzanalyse und vieles mehr!
www.sistrix.de/toolbox

SEO-Tools

Optimierungstool für Profis von Searchmetrics. Jetzt testen!
searchmetrics.com/seo-tools

SEO Tool Center

SEO Analysen wie vom Profi mit dem SEO Tool von ABAKUS
de.seodiver.com

100 SEO Tools & Links - SEO-united.de

Umfangreiche Sammlung mit über 100 SEO Tools und Links zu den Themen Suchmaschinenoptimierung, PageRank, Ranking und Backlinks...
PageRank prüfen - Analyse Tools - Backlink Tools - Multi Tools
www.seo-united.de/links-tools/ - Im Cache - Ähnliche Seiten

SEO-Tools und Webmaster-Tools

Kostenlose SEO & Webmaster Tools. Prüfen Sie die Link- und Domain Popularität sowie den Pagerank Ihrer Webseiten. Oder erstellen Sie Ihre robots.txt oder ...
Pagerank-Check - Google Pagerank Update und ... - "site-Abfrage"-History
www.seo-ranking-tools.de/ - Im Cache - Ähnliche Seiten

LinkVendor - Professional SEO Tools

- [Diese Seite übersetzen]

Suche

weitere Suche

Anzeigen

Anzeigen

All in One Software Tool

SEO, SEM, Backlink, Affiliate und Reporting nur 99€ zzgl. MwSt. mtl.
www.xovi.de

SEO Traffic Booster

Kostenloser SEO-Basis-Check:
So können Sie Ihre Seite optimieren
www.databecker.de

SEO Tool - Webkataloge

Submitter! Über 4000 Webkataloge
39,95 pro Account mit 4 Domains.
www.fastbacklink.de/

Aseops - SEO Software

Die einzige SEO-Software,
die Sie benötigen!
www.seo-fuer-suchmaschinen.de

SEO Tools

Top-10-platziert oder Geld zurück.
Einfach. Zuverlässig. Bewährt.
axandra.com/SEO+Tools

- Alles
- Bilder
- Videos
- News
- Shopping
- Diskussionen
- Mehr ▾

Magdeburg
Standort ändern

Das Web
Seiten auf Deutsch
Seiten aus
Deutschland
Übersetzte Seiten

Alle
Neueste
Letzte 24 Std.
Letzte 2 Tage

Quelle: US Speed SEM, www.seomoz.org

Die Suchmaschinen

Google-Trefferliste

BitDefender Total Security 2011 - Suchberater

<http://www.tns-infratest.com/presse/presseinformation.asp?prID=660>

Dieser Link ist sicher.

Text der Seite oder
„description“

Seitentitel

✓ [LinkVendor - Professional SEO Tools](#) 🔍 - [[Diese Seite übersetzen](#)]

Free **SEO Tools**. Check websites domain popularity, link popularity, outbound links and many more. Or let two domain fight against each other with the S.

www.linkvendor.com/ - Im Cache - Ähnliche Seiten

✓ [Linkvondor.de - Kostenlose SEO Tools, Suchmaschinen Tools](#) 🔍

Kostenlose **SEO Tools**. Prüfen Sie die Link -und Domain Popularität Ihrer ...

de.linkvondor.com/ - Im Cache - Ähnliche Seiten

Link zu thematisch
ähnlichen Seiten

⊕ [Weitere Ergebnisse anzeigen von linkvondor.com](#)

Adresse /
URL

Link zur Seite im
Google-Cache

Weitere Treffer der
gleichen Domain

Die Suchmaschinen

Google-Trefferliste (alt)

Trefferanzahl [Anmelden](#)

Web Bilder Groups Verzeichnis News Froogle **Mehr »**

Google [Erweiterte Suche](#)
[Einstellungen](#)

Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland

Web Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 1.870.000 für tti mit aktiviertem Safesearch. (0,18 Sekunden)

Tipp: Suchen nur nach Ergebnissen auf Deutsch. Sie können Ihre bevorzugten Spracheinstellungen in [Einstellungen](#) angeben.

zusätzliche Google-Angebote

Anzeigen

Kurs für TTI
Nyfix Inc. Shares DL -,001
[maxblue](#) - [Finanztreff](#)

Seitentitel

Text der Seite

Die Volks-Wasserbetten
Qualität - Made in Germany
Einfach besser schlafen.
[www.Volks-Wasserbett.de](#)

tti Magdeburg GmbH - Sachsen-Anhalt
tti Technologietransfer und Innovationsförderung Magdeburg GmbH - Ihr Partner bei Technologietransfer, Projektmanagement, Kooperationen.
[www.tti-md.de/](#) - 42k - 28. Nov. 2005 - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

jobtop Personal GmbH
Ihr Fachpersonal für alle Bereiche!
Schnell; Zuverlässig; Preisgünstig
[www.jobtop.at](#)

Google Anzeigen

Technologie Transfer Initiative
TTI GmbH, Technologiezentrum Stuttgart. ... TTI GmbH Technologie-Transfer-Initiative an der Universität Stuttgart Nobelstraße 15 70569 Stuttgart ...
[www.tti-stuttgart.de/](#) - 6k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Adresse / URL

Seitengröße

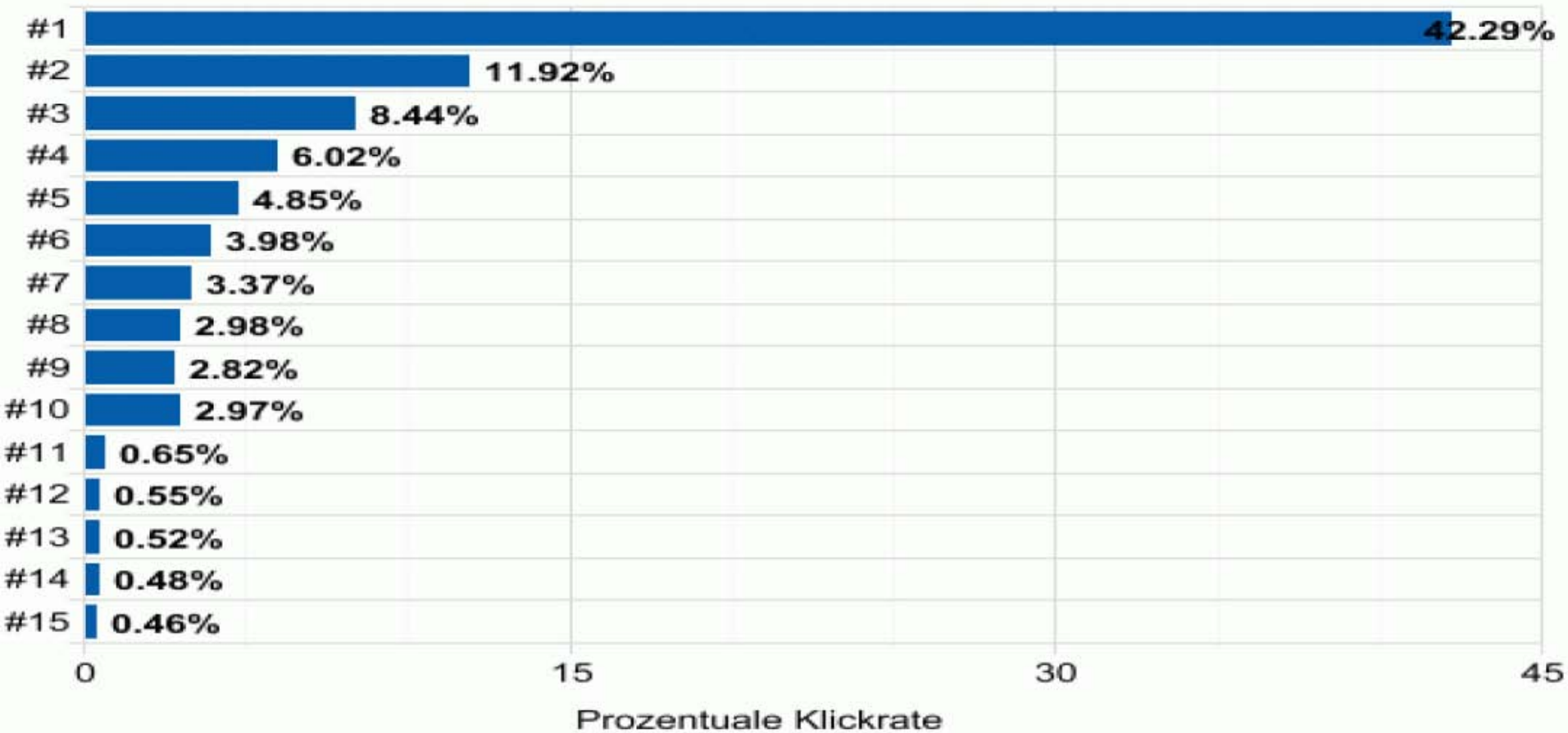
Letzter Besuch von Google

Link zur Seite im Google-Cache

Link zu thematisch ähnlichen Seiten

Die Suchmaschinen

Nutzung der Trefferliste auf der ersten Seite



Quelle: AOL Data Set / Google

Die Suchmaschinen

Arbeitsweise von Google & Co

- Entdecken und Abrufen von Websites (Crawling)
(Ein Anmelden der eigenen Seite ist nicht unbedingt erforderlich.
Robots, Spider oder Crawler finden die Domain selbstständig.)
- Websites und Inhalte werden verarbeitet, Informationen codiert gespeichert (Indexing)
- Zur Suchanfrage relevante Ergebnisse werden gerankt und dem Suchenden wiedergegeben (Serving)

- ca. 200 Faktoren entscheiden derzeit über das Ranking einer Website
- Komplexe Ranking-Algorithmus ist streng geheim
- Faktoren für das Ranking werden in 2 Kategorien eingeteilt
Onpage- und Offpage-Kriterien

Die Suchmaschinen

Arbeitsweise von Google & Co

Suchmaschinen-Ranking

URL	n Punkte
Titel	n Punkte
Beschreibung	n Punkte
Überschriften	.
Keyword-Dichte	.
alt-Tags der Grafiken und Links	.
Verlinkungen	.
und andere wichtige Kriterien	.
weitere Algorithmen	.
<hr/>	
Summe bestimmt die Position	?? Punkte

Die Zieldefinition

Fragestellungen

- Was wollen wir vermarkten? – Produkt, Dienstleistung, ...
- Was ist unser Zielmarkt? – geografisch, thematisch
- Wer ist unsere Zielgruppe?
- Wie steht es um unsere Marke bzw. unseren Bekanntheitsgrad?
- Welche Website haben und wollen wir?
- Wie gut können Inhalte verändert und produziert werden?
- Welche Ressourcen sind für die Optimierung vorhanden?
- ...

Die Zieldefinition

Ziele

- Umsatz / Gewinn
- Steigerung des reinen Traffics
- Erhöhung der E-Commerce-Verkäufe
- zur Lead-Generierung (z.B. Kontaktaufnahme, Newsletter-Bestellung, Downloads)
- Steigerung der Markenbekanntheit
- Reputationsmanagement (Verdrängung negativer Meldungen durch eigene positive)
- SMART vorgehen

S pecific	–	spezifische Ziele
M easureable	–	messbare Ziele
A chievable	–	erreichbare Ziele
R elevant	–	relevante Ziele
T ime bound	–	einen Zeitplan haben

Definition der Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung

oder Search Engine Optimization (SEO) sind Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im Suchmaschinenranking auf höheren Plätzen erscheinen. Suchmaschinenoptimierung ist ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketings.

Quelle: www.wikipedia.de

Suchmaschinenoptimierung

Keyword-Recherche

- Beachtung der Zielgruppe oder „Die Suchenden verstehen!“
- Analyse der Websites von Mitbewerbern
(<http://ranks.nl>, www.sistrix.de, Firefox-Plugin SeoQuake)
- Beachtung der Aktualität der Keywords
- Keywordgeleitete Suchmaschinenoptimierung (Landingpage)
(für jedes Keyword eine Seite im gesamten Angebot)

- Beachtung Einzahl / Mehrzahl
- Schreibfehler (ca. 9 Prozent Suchabfragen)
- Kombinationen bilden
- Beachtung von Umlauten
- Synonyme finden (z.B. MS Word)
- Umfeld befragen (Freunde, Kollegen, Bekannte, Kunden usw.)

Suchmaschinenoptimierung

Keyword-Recherche

- Google Keyword-Tool
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
- Google Adwords Traffic Estimation Tool
<https://adwords.google.com/select/TrafficEstimatorSandbox>
Auskunft über Häufigkeit der täglichen Suchanfragen
- Nutzung der automatischen Ergänzung bei der Eingabe der Suchanfrage (Google Suggest)
- Google Webmaster-Tools Keywords
- MetaGer - <http://metager.de/asso.html>
- Searchmetrics Rapid - <http://rapid.searchmetrics.com>
- SISTRICS Toolbox, Keyword-Modul
- rankingCheck - Keyword-Datenbank
- Synonym Wörterbücher

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Spezielles bei einem Relaunch

Welche Seiten wurden durch die Suchmaschine bereits indiziert?

- Folgenden Befehl in das Suchfeld eingeben:
site:www.meine-seite.de oder site:meine-seite
- indizierte Seiten werden aufgelistet

- Auswertung vorhandener Log-Dateien (www.rendle.de)
- Trackingtools (Google Analytics, PIWIK, eTracker, Webtrekk u.a.)

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Übersicht

- Domain
- Pfad-, Datei- und Bildnamen
- Titel
- sauberer Quellcode
- Meta-Tags
- Sitemap
- Keywords
- Überschriften
- Seiteninhalt
- Beschriftung
- keine „Baustellen“
- „Suchmaschinen wollen lesen“
- aktuelle Inhalte

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Website-Struktur

- Barrierefreiheit für Suchmaschinen
- vorzugsweise HTML
- auch indizierbar PDF- und Office-Dateien
- CSS-Dateien einsetzen → kleinere HTML-Dateien
- Syntaxfehler vermeiden und sauberes HTML (technisch und strukturell korrekt)
- aktuelle Software verwenden (Editoren, CMS)
- HTML-Websites prüfen und Fehler beheben (z.B. <http://validator.w3.org>)

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Website-Struktur

Problematisch sind:

- Flash, Grafiken
- Einsatz von Frames (wenn, dann NoFrame-Text einbauen)
- Navigation mit Java bzw. JavaScript (AJAX) oder mit Grafiken
- fehlerhafte Links (<http://validator.w3.org/checklink>)
- Intro-Seiten

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Domain, Subdomain, Pfadname, Dateiname, Bildname

      
http://verkauf.beispiel.de/ware/schuhe/produkt-name#top

 - Protokoll

 - Subdomain

 - Domain

 - TLD (top level domain)

 - Ordner- bzw. Pfadangabe

 - Seitenname

 - Ankertext bzw. Textmarke auf einer Seite

- Domain passend zur Firma / zum Angebot (www.denic.de)
- mehrere Wörter durch Bindestrich trennen

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Domain, Subdomain, Pfadname, Dateiname, Bildname


http://www.beispiel.de/index.php?produkt=99&sort=groesse

-  - Protokoll
-  - Host
-  - Domain
-  - TLD (top level domain)
-  - Dateiname
-  - Dateierweiterung
-  - Parameter

- flache Verzeichnisstruktur wählen
- oft nur Seiten der obersten 2-3 Ebenen im Suchindex
- optimale Wahl von Verzeichnis- und Dateinamen, auch Bilder!

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Seitentitel, Meta-Tags, Überschriften, Alt-Tags, Hervorhebung

```
quellcode.htm*
Code Teilen Entwurf Titel: Wichtige Keywords nach vorn :
1 <html>
2   <head>
3     <title>Wichtige Keywords nach vorn stellen - Firmenname</title>
4     <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">
5     <meta name="keywords" content="keyword1, keyword2" />
6     <meta name="description" content="Hier bitte die Beschreibung eingaben." />
7   </head>
8   <body>
9     <h1>Überschrift</h1>
10    Hier steht der Text.<br><br>
11    
13    <h2>Überschrift 2</h2>
14    <p><strong>Wichtiger Text</strong><br><br>
15      <a href="/keyword.html" title = "Titel mit Keyword">Titel mit Keyword</a>
16    </p><br><br>
17  </body>
18 </html>
```

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Weitere Formatierungen bzw. Tags

- Aufzählungen (,)
- Text hervorhebungen
(fett oder , kursiv <i>, unterstrichen <u>, durchgestrichen <s>, hervorgehoben , Zitat <cite>, tief <sub> und hoch <sup>gestellter Text)
- Überschriften (<h1> ... <h6>)
- Links und Anchor-Text, besser als mit Grafiken
keyword
- title- und alt-Attribut bei Links und Grafiken
- „Phantom-Pixel“ (!)
- „noscript-Tag“
- „iframe-Tag“ (Einbettung von Fenstern)

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Einsatz von Meta-Tags

Allgemeine Meta-Tags

(Inhalt dieser Meta-Tags sollte/kann auf jeder Seite im Web gleich bleiben.)

- audience (Zielgruppe, 64 Zeichen)
- autor (Autor, 64 Zeichen)
- copyright (Copyright, 64 Zeichen)
- publisher (durch wen veröffentlicht, 64 Zeichen)
- robots (Befehle für Roboter-Suchmaschinen, 32 Zeichen)
<META NAME="ROBOTS" CONTENT="INDEX, FOLLOW, NOARCHIVE">
besser Verwendung der Datei „robots.txt“ – zentrale Pflege
speziell bei Google
<META NAME= "GOOGLEBOT" CONTENT="NOARCHIVE">
- coverage (Ort der Homepage, 64 Zeichen)
- language (Sprachen)

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Einsatz von Meta-Tag

Seitenspezifische Meta-Tags

(Meta-Tags an die jeweilige Seite im Web anpassen.)

- **title**-Tag: Titel der einzelnen Seite (64 Zeichen)
- **description** (Beschreibung der Seite, 256 Zeichen, Google-ja)
- **keywords** (Suchwörter, 256 Zeichen, Google-nein)
- **page-topic** (Thema der Seite, 64 Zeichen)
- **page-type** (Typus der Seite z.B. Plan, Katalog, 64 Zeichen)
- **revisit-after** (Angabe, wann ein Roboter wieder kommen soll)
<META NAME="REVISIT-AFTER" CONTENT="15 DAYS">
- **expires** (Verfallsdatum einer Seite)

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Stichwort-Dichte - Keyword-Density

- optimal zwischen 3 und 8 Prozent
- zu hohe Dichte evtl. schädlich → droht Ausschluss
- Dichte-Analyse der Top-Positionierten

www.ranks.nl

- Achtung:
Texte sind für den Nutzer, nicht für die Suchmaschinen
- Hinweis: latent semantische Optimierung - Kookkurrenzen
www.wortschatz.uni-leipzig.de
<http://labs.google.com/sets>

Suchmaschinenoptimierung – Onpage

Sitemap

- enthält Links zu allen Seiten
- verbessert Indizierbarkeit
- automatische Generierung bei vielen Content-Management-Systemen (CMS) möglich
- einfache Linkliste oder besser im XML-Format
- Offizieller Standard für XML-Sitemap → www.sitemaps.org
- klare Strukturierung mit optionalen Zusatzinformationen
- Generierung z.B. mit www.xml-sitemaps.com

Suchmaschinenoptimierung – Onpage

Sitemap - Beispiel

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
```

```
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
```

```
<url>
```

```
<loc>http://www.example.com/</loc>
```

```
<lastmod>2005-01-01</lastmod>
```

```
<changefreq>monthly</changefreq>
```

```
<priority>0.8</priority>
```

```
</url>
```

```
</urlset>
```

URL der Einzelseite

letzte Änderung

Änderungshäufigkeit

Wichtigkeit, 0 bis 1

Quelle: www.sitemaps.org

Suchmaschinenoptimierung - Onpage

Die Datei robots.txt

- Angaben, was bzw. was nicht durchsucht werden soll
- Empfehlung an Suchmaschinen
- Indizierung auf wesentliche Inhalte lenken

```
User-agent: *                # Stern steht für alle Suchmaschinen
Disallow: /temp/            # kurzlebig / unwichtig
Disallow: /logfiles/
Disallow: /bilder/
Disallow: /cgi-bin/         # dynamische Ausgaben nicht indizieren
Disallow: /news.html        # ändert sich täglich
```

Suchmaschinenoptimierung - Offpage

Linkbuilding

- Optimierung der internen Verlinkung (Onpage <-> Offpage)
- Links zu anderen Angeboten überlegt einsetzen
- natürliches Linkbuilding
→ Eigene gute Inhalte „provozieren“ Linksetzung.
- Setzen von Links bei Externen auf die eigene Seite (Partner, Branchenführer, Web-Kataloge, Verzeichnisse usw.)
Katalog → www.dmoz.org
- Analyse von Links auf Ihre Seite, Eingabe in das Suchfeld bei Yahoo!: „links:www.domain.de“
bei Google: „links:www.domain.de“
- von den stärksten Mitbewerbern die Linksetzung analysieren und „nachbauen“
- Tool zur Standortermittlung über die IP-Adresse
www.ip-adress.com/ip_lokalisieren/

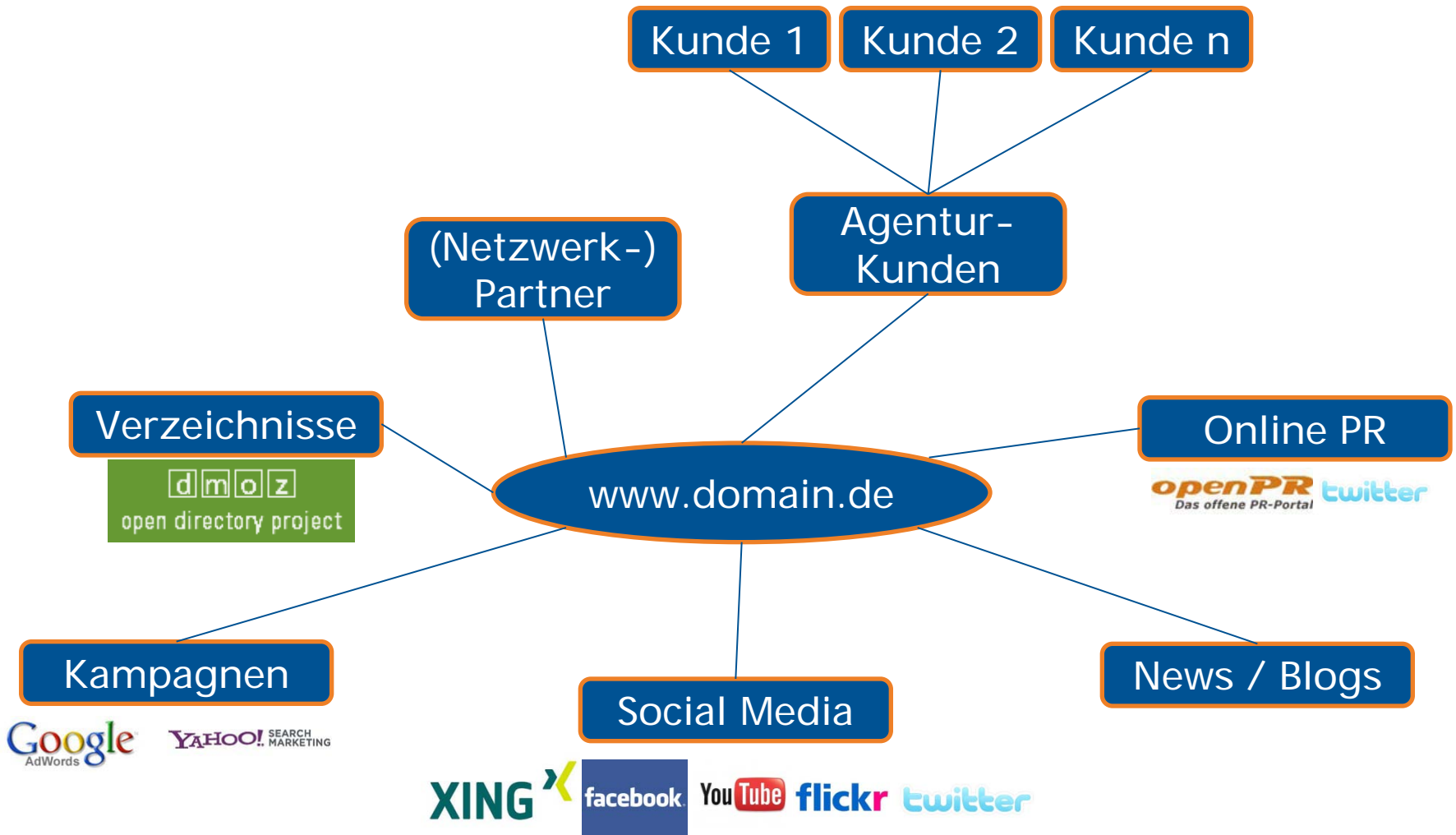
Suchmaschinenoptimierung - Offpage

Linkbuilding - Tools

- Google Webmaster Tools
- SISTRIX Toolbox, Link-Modul
- Searchmetrics Suite
- SEO SpyGlass
- Back Link Analyzer
- SEOmoz Linkscape
- Internetbaron
- SEOQuake
- Advanced Link Manager

Suchmaschinenoptimierung - Offpage

Linkbuilding



Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinen-Spam

- „Tricks“ können nur zeitweise funktionieren
- Suchmaschinen werden ständig optimiert bzw. nachgerüstet
- Spammer werden evtl. ausgesperrt
- keine unsichtbaren Texte
- keine versteckten Links
- Einsatz von Markennamen (auch rechtlich zu beachten)
- keine doppelten Inhalte (Double Content / Duplicate Content)
- Keyword-Dichte einhalten (Keyword-Stuffing)
- gleiche Seitentitel für verschiedene Seiten
- Doorway pages – Seiten nur für Suchmaschinen, die intern nicht rückverlinkt sind
- Cloaking – Konfiguration des Servers, dass er normale Nutzer und Robots unterscheidet und unter der gleichen URL verschiedene Inhalte anbietet.

Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinen-Spam

Black Hat SEO

- Ziel
schnelle Erreichung von Top-Rankings
- Vorgehen
 - Einsatz unlauterer Mittel
 - schnelles Link-Wachstum
 - Verstoß gegen die Vorgaben der Suchmaschinen
- Wirkung
 - kurzfristig gute Erfolge
 - Gefahr der Abstrafung
 - Gefahr des Ausschlusses aus dem Index

White Hat SEO

- Ziel
langfristiger Aufbau stabiler Top-Rankings
- Vorgehen
 - hochwertige, aktuelle Inhalte
 - Aufbau guter Verlinkungen
 - Einhaltung der Vorgaben der Suchmaschinen
- Wirkung
 - langfristig gute Erfolge
 - benutzerfreundliche Website durch inhaltliche Qualität
 - keine Gefahr des Ausschlusses

Suchmaschinenoptimierung

Online-Shops - Hauptprobleme

- Gleiche Titel und Kopfzeilen für alle Seiten. Jede Seite hat ein eigenes Thema und somit einen eigenen Title zu bekommen
- zu wenig Content/Textinhalte, z. B. Blogs
- doppelte Inhalte, z. B. Produktbeschreibungen der Hersteller
- Shops brauchen einzigartige Inhalte
- keine Optimierung für die Google Produktsuche
- Startseite auf verschiedenen URL's#
- zu lange Ladezeiten
- Text in Bildern, Einsatz von Flash
- interne Suche findet kaum Produkte
- falsche Keyword-Ausrichtung
- gute Shops z.B. Magento, Oxid (je Open Source)

Suchmaschinenoptimierung

Analysen

Ranking-Analyse

- Keyword-Ranking (-Monitoring)
- SISTRIX Toolbox
- Searchmetrics Suite
- Free Monitor for Google
- AgentWebRanking
- Advanced Web Ranking

Traffic-Analyse

- Tools des Providers
- Google Analytics
- Webtrekk
- eTracker
- Omniture

Suchmaschinenoptimierung

Analysen

Ranking-Beispiel Google

- *Onpage-Elemente*
 - Seitentitel 10
 - Domain-Name 7
 - Subdomain 5
 - Überschriften 5
 - 1.Satz im 1.Absatz 5
 - Verzeichnis 4
 - „Wortnähe“ 4
 - Datei-Name 3
 - Wort im Seitentext 3
 - Wort am Satzanfang 1,5
 - Description 1
 - Title-Attribut 1
 - Formatierung (fett,kursiv) 1
 - Alt-Tag (Bilder) 0,5
- *Offpage-Elemente*
 - Pagerank eingehender Links 10
 - Relevanz eingehender Links 7
 - Linktext eingehender Links 7
 - Wortnähe
mehrere Worte im Linktext 4
- Hinweis
 - Punktwerte sind ein Beispiel
 - in der Relation aber etwa korrekt

Suchmaschinenoptimierung

Linksammlung

- www.suchfibel.de
- www.kso.co.uk
- www.domoz.org
- www.yahoo.de
- www.web.de
- www.AllesKlar.de
- www.firmen-banner.de
- www.webkatalog.de
- www.suche4all.de
- www.internetbaron.de
- www.submitexpress.com
- www.seekport.de
- www.linkvendor.com
- www.keyworddensity.com

Suchmaschinenoptimierung

Linksammlung

- **Firefox AddOns**
 - Firebug (<https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/1843>)
 - SENSEO (<https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/9403>)
 - YSlow (<https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/5369>)
 - HTML Validator
<https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/249>
- www.quirk.biz/searchstatus
- <http://tools.seobook.com/firefox/seo-for-firefox.html>
- www.seomoz.org/article/search-ranking-factors
- www.html-world.de/tools
- <http://gtmetrix.com>
- www.seitwert.de
- www.seitenreport.de
- www.copyscape.com

Suchmaschinenoptimierung

Linksammlung

- www.searchenginewatch.com
- www.linkpopularity.com
- www.wordtracker.com
- www.webconfs.com/search-engine-spider-simulator.php
- www.sempo.com
- <http://local.google.com>
- <http://listings.local.yahoo.com>
- www.onlinewebtraining.com
- www.searchenginesbook.com
- www.pagerankcheck.com
- www.webobjectives.com/keyword.htm

Angebote

Website des MD-ECZ: www.md-ecz.de

Dienstleisterdatenbank: www.tti-md.de/itdl

Website des Netzwerkes: www.ec-net.de

MD-ECZ

Magdeburger Electronic Commerce Zentrum

Dr. Jörg Bode

Roland Hallau

Wilfried Müller

03941 567007
jbode@tti-md.de

0391 7443524
rhallau@tti-md.de

0391 7443537
wmueller@tti-md.de

www.md-ecz.de
www.ec-net.de