

Die Google – Fitness der Top-500 Unternehmen in Österreich 2009

Wie gut sind die Websites der Top-500-Unternehmen in Österreich auf Suchmaschinen wie Google vorbereitet?

Wo surft Österreich?

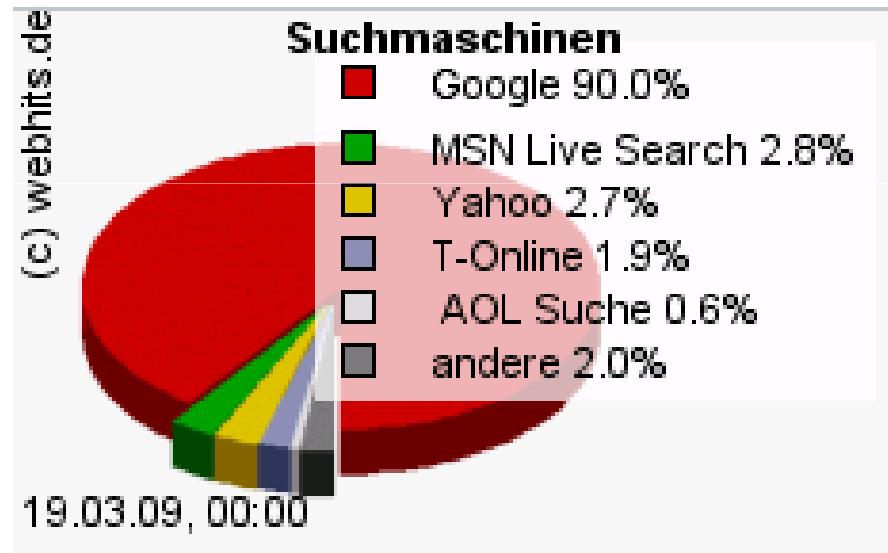
1. Google
2. YouTube
3. Facebook
4. ORF
5. Wikipedia
6. Yahoo
7. Windows-Live
8. GMX
9. eBay
10. Amazon

Quelle:
Alexa.com
Traffic Rankings
Top Sites Austria



Such-Monopolist Google

Google hat im deutschsprachigen Raum einen Suchmaschinen-Marktanteil von über 90%...



Auch T-Online, AOL etc. verwenden die Google-Suche...

Quelle: webhits.de

Sind Suchmaschinen wie Google für Top-500 Unternehmen ein Thema?

- Meist kein Verkauf über die Website, kein Online-Shop
- Website-Ziele unbekannt???
- Market-Awareness, Image, Branding Information, PR - Ziele...
- „Man findet uns ja ohnehin mit unserem Firmennamen bei Google...“

Image, Branding, PR...

Die **1.Seite der Suchergebnisse** von Suchmaschinen wie Google wird bereits oft mit der **Titelseite einer Tageszeitung** verglichen:

Es geht darum, **dort** zu (unternehmens-) relevanten Themen **präsent** zu sein!

Auch wenn nichts „verkauft“ wird...

Image, Branding, PR...

- Die Google-Nutzung liegt bei über 90%
- Wer auf der 1.Seite nicht gefunden wird, ist unsichtbar...
- 90% der User klicken auf der 1. Seite
- Wer auf der 1.Seite zwar vertreten ist, aber mit einer unzureichenden oder schlechten Beschreibung (Title, Description...), hat ein Image-Problem und vergibt die Chance, sich optimal darzustellen. Und Interessenten zum Click zu motivieren...

Was ist eigentlich wichtig?

- **Auffindbarkeit** der Website durch Google
- **Bewertung** durch Google (Ranking)
- Im Ranking unter **relevanten** Suchbegriffen auf der 1. Seite (weil 90% der User auf der 1. Seite klicken...)
- Darstellung des Ergebnisses auf der Result-Page
- Image, Branding, qualifizierte Besucher, Conversions, Umsätze...

Studie: Die Google-Fitness der Top-500 Unternehmen in Österreich 2009

- Analyse der wichtigsten Kriterien zur Google-Fitness
- Wie „Google-Fit“ sind die Top-500-Websites?
- Daten-Basis: Umsatzranking aus trend 2008
- Insgesamt wurden 433 Unternehmens-Websites analysiert
- Studienzeitraum: Jan.-März 2009
- Studie wurde erstmals 2006 durchgeführt

Analyse-Kriterien

Was wurde untersucht?

- Wurden die aktuellen Anforderungen* von Google bei der Website-Gestaltung berücksichtigt?
- Wie gut sind die Top-500 für Google auffindbar?
- Was sind die gängigen „Fehler“?

*Google berücksichtigt nach Eigen-Angaben über 200 Faktoren für das Ranking von Websites. Die Gewichtung der Faktoren ist das wohl bestgehütete Geheimnis von Google & Co. Die relevantesten Faktoren für die Indizierung und Bewertung von Websites sind derzeit u.a. Verlinkung/Backlinks, Content-Relevanz, Title, Ladezeit, Traffic, Indizierbarkeit (Erfassbarkeit durch den Robot).

Analyse-Kriterien

Für die Studie zur Google-Fitness der Top-500 wurde eine Reihe von Faktoren untersucht, u.a.:

Title, Description, Content, Verlinkung, PageRank, URL-Struktur, Verwendung von Frames, Weiterleitungen/Intro-Pages.

Die Auswahl der Faktoren folgt dem aktuellsten Stand der Erkenntnisse im Suchmaschinen-Marketing. Die W3C-Compliance der Websites wurde für diese Untersuchung nicht berücksichtigt.

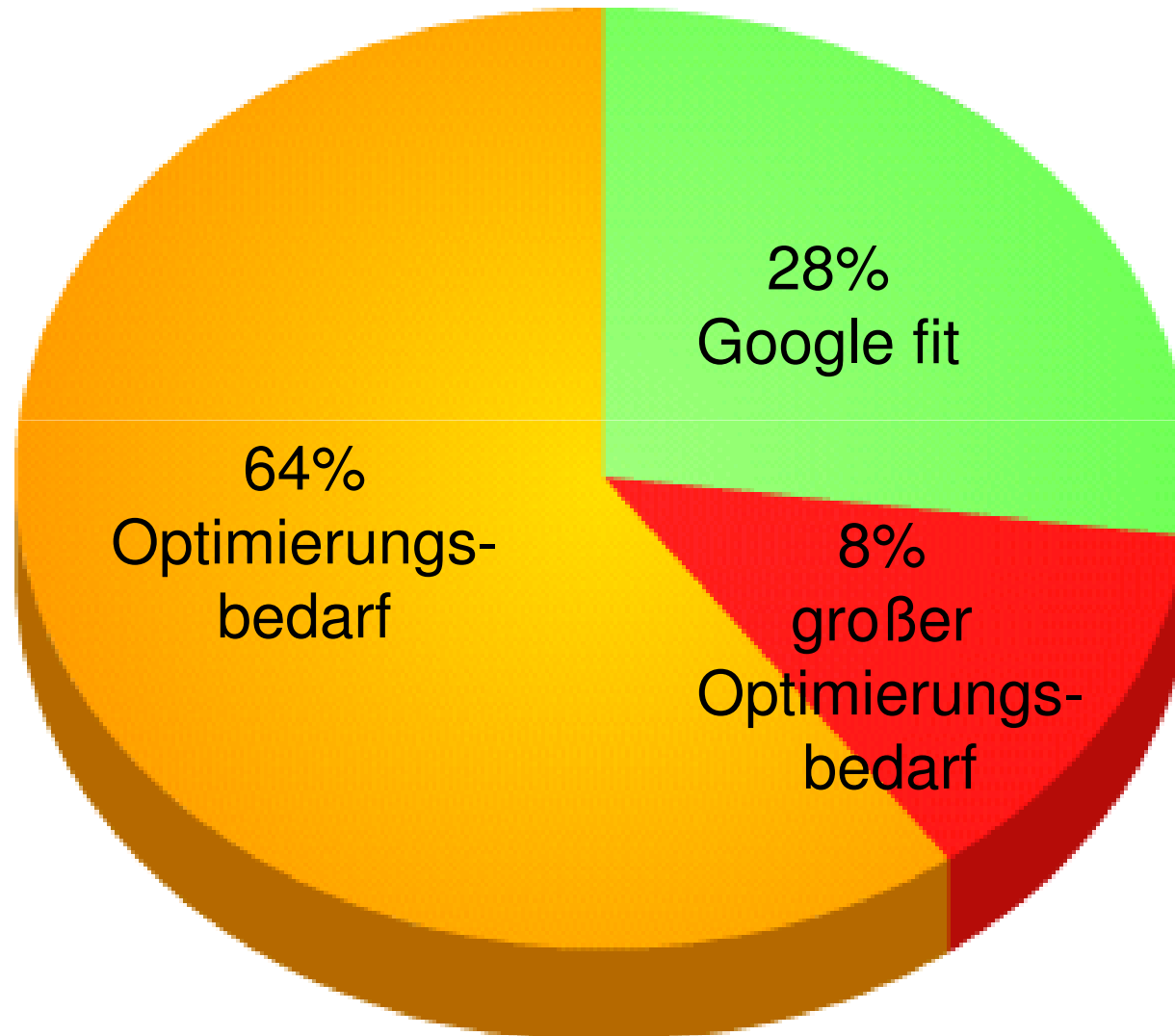
Studien-Ablauf

- Automatisierte Erfassung der Websites
- Sichtung der Websites
- Analyse der Quellcodes
- Untersuchung von Indizierung und Verlinkung
- Beurteilung anhand eines Kriterienkataloges

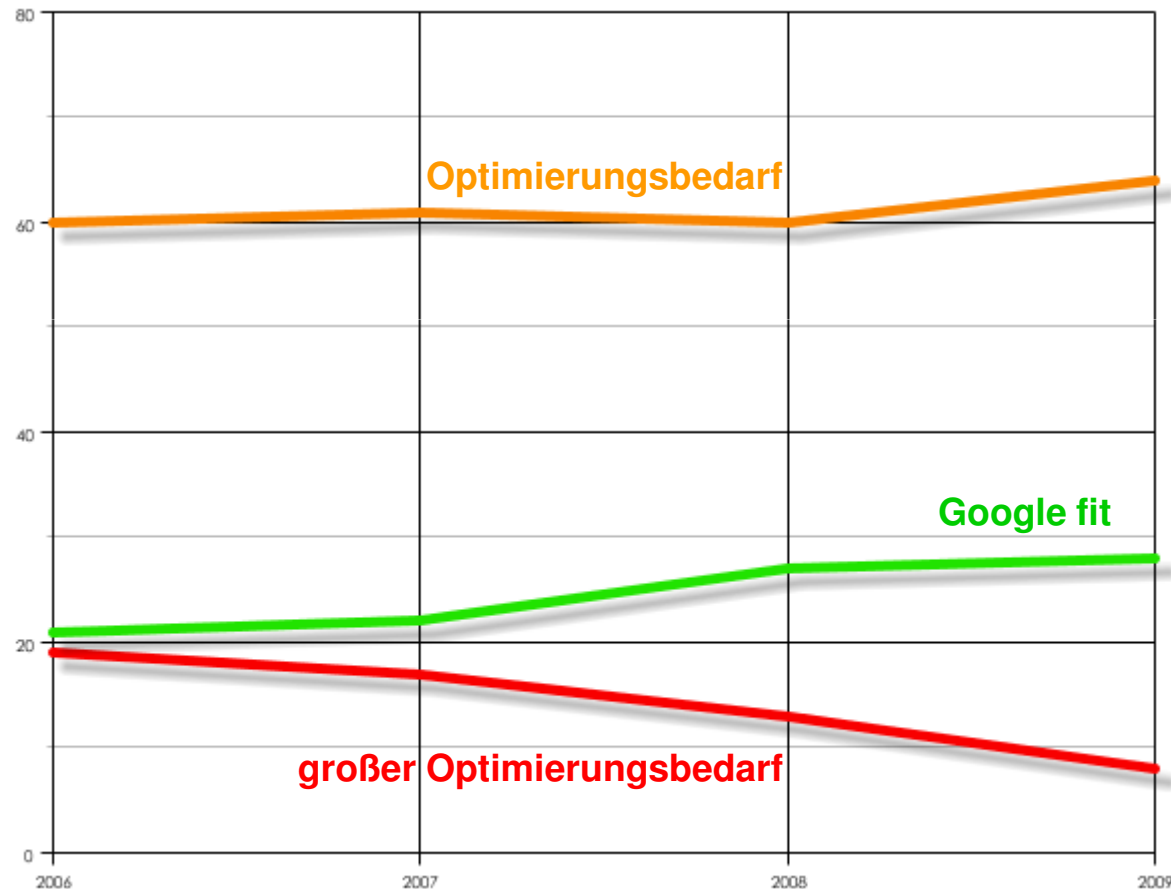
Google-Fitness der Top-500 Ergebnisse 2008

- 28% der Websites sind „Google-Fit“
- 64% der Websites haben Optimierungs-Bedarf
- 8% haben grossen Optimierungs-Bedarf

Die Google-Fitness der Top-500 Unternehmen in Österreich 2009



Die Google-Fitness der Top-500 Unternehmen in Österreich Vergleich über die letzten Jahre



Faktor: Content

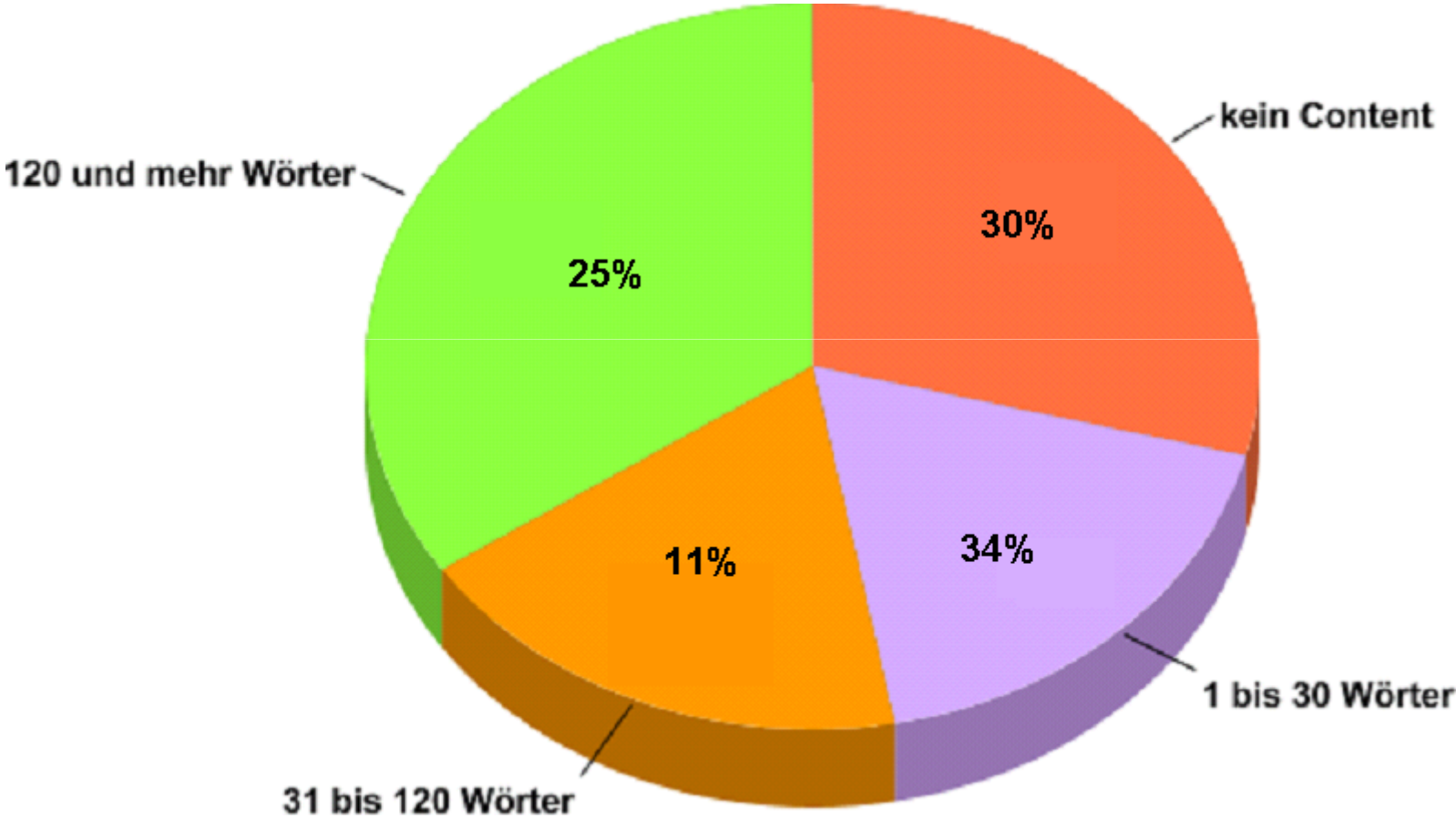
Content sollte:

- vorhanden sein...
- für Suchmaschinen **lesbar** sein
- auf unternehmens- bzw. branchen/produkt-relevante Suchbegriffe abgestimmt sein

Google dazu in den „Richtlinien für Webmaster“:

„Bieten Sie auf Ihren Webseiten qualitativ hochwertigen Content, besonders auf Ihrer Startseite. Das ist die einfachste, aber wichtigste Maßnahme“.

Wörter im Content der Startseite



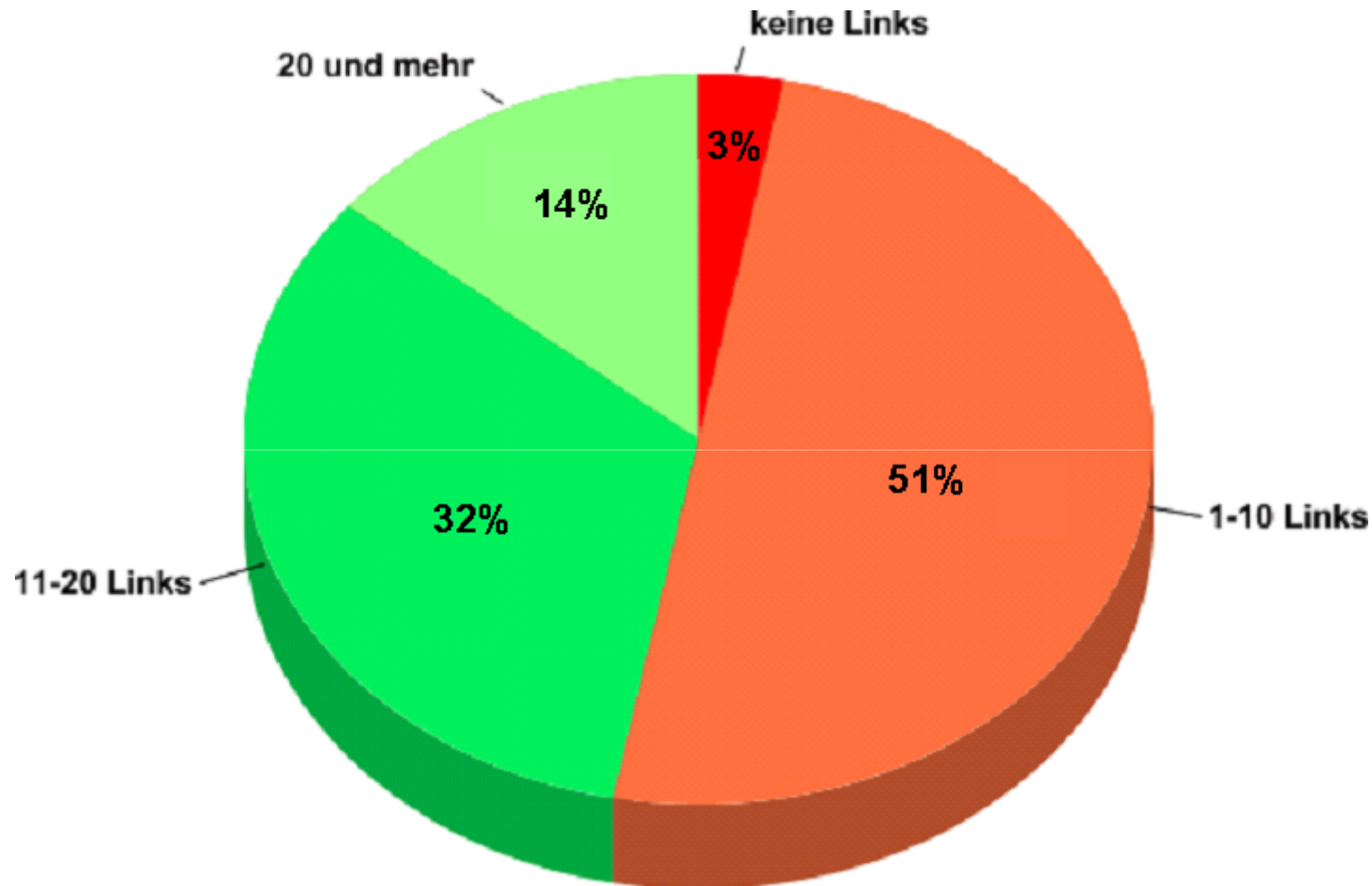
Faktor: Links

Verlinkung, Links von anderen Websites:

- viele relevante Links = viele Empfehlungen = bessere Positionierung in den Suchmaschinen
- und mehr potentielle User, Kunden...

Merkbarer Trend gegenüber dem Vorjahr: Die Top-500-Websites haben tendenziell mehr eingehende Links. Das scheint wohl eher in der Natur des WWW zu liegen als an den konkreten Bemühungen der Websites...

Anzahl Links – externe Verlinkung



rd. 46% der Top-500 Websites haben mehr als 10 externe Links

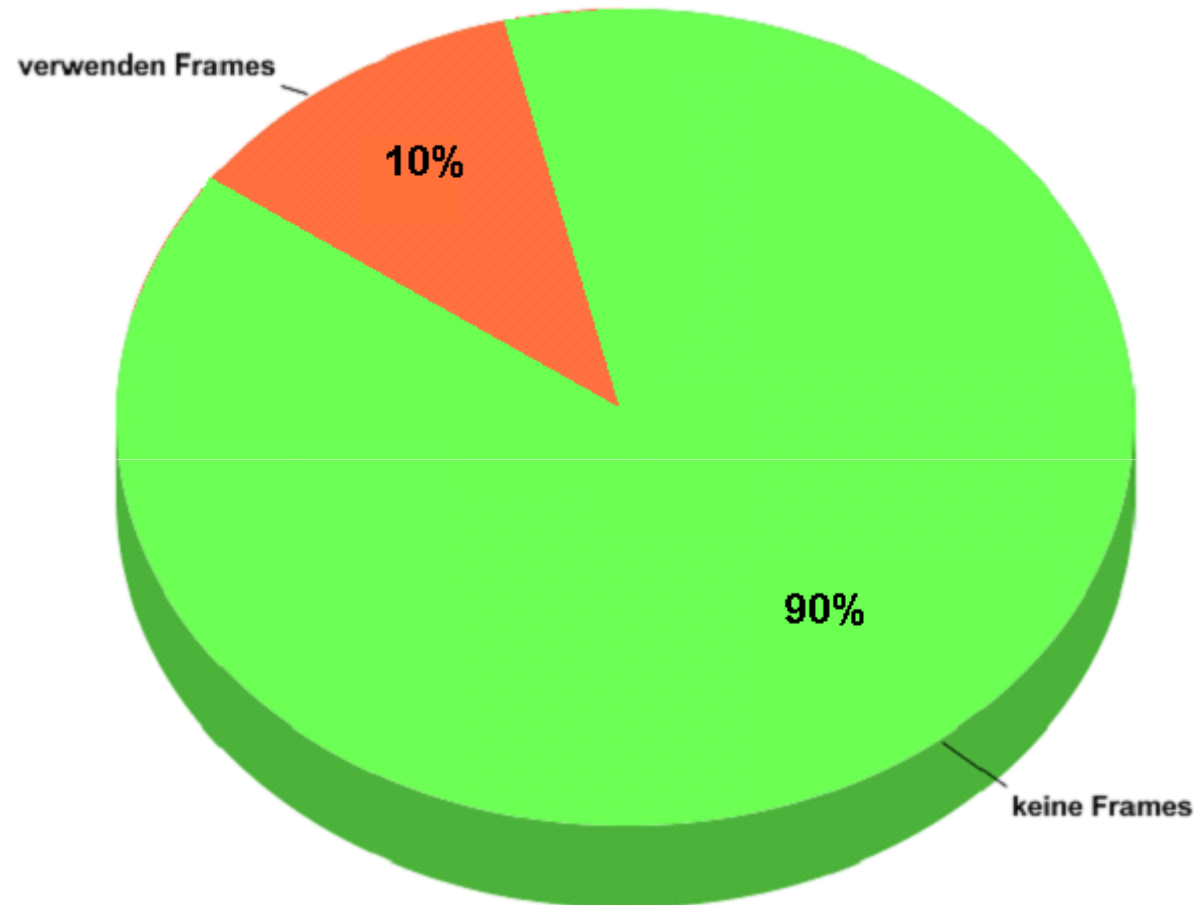
Weitere Faktoren: Frames

Frames sind oft der Grund für eine unzureichende Indizierung von Websites durch Suchmaschinen wie Google.

Google dazu in den „Richtlinien für Webmaster“:

„Frames können Probleme für Suchmaschinen verursachen, da sie nicht dem Grundmodell des Internets entsprechen.“

Verwendung von Frames



Jede fünfte Top-500-Website verwendet Frames

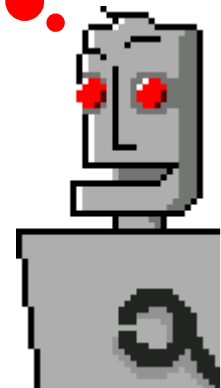
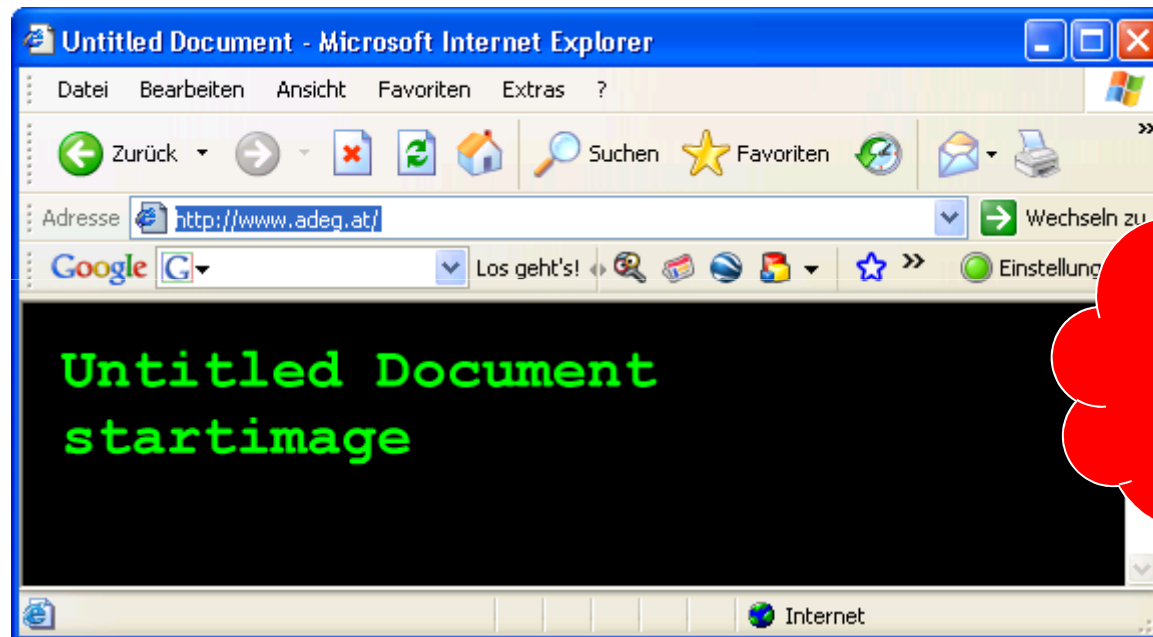
www.adeq.at

CPC
consulting



www.adeg.at

Der Suchmaschinen-Robot sieht das...

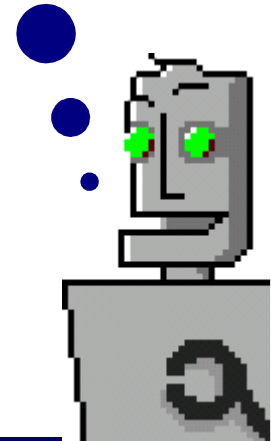
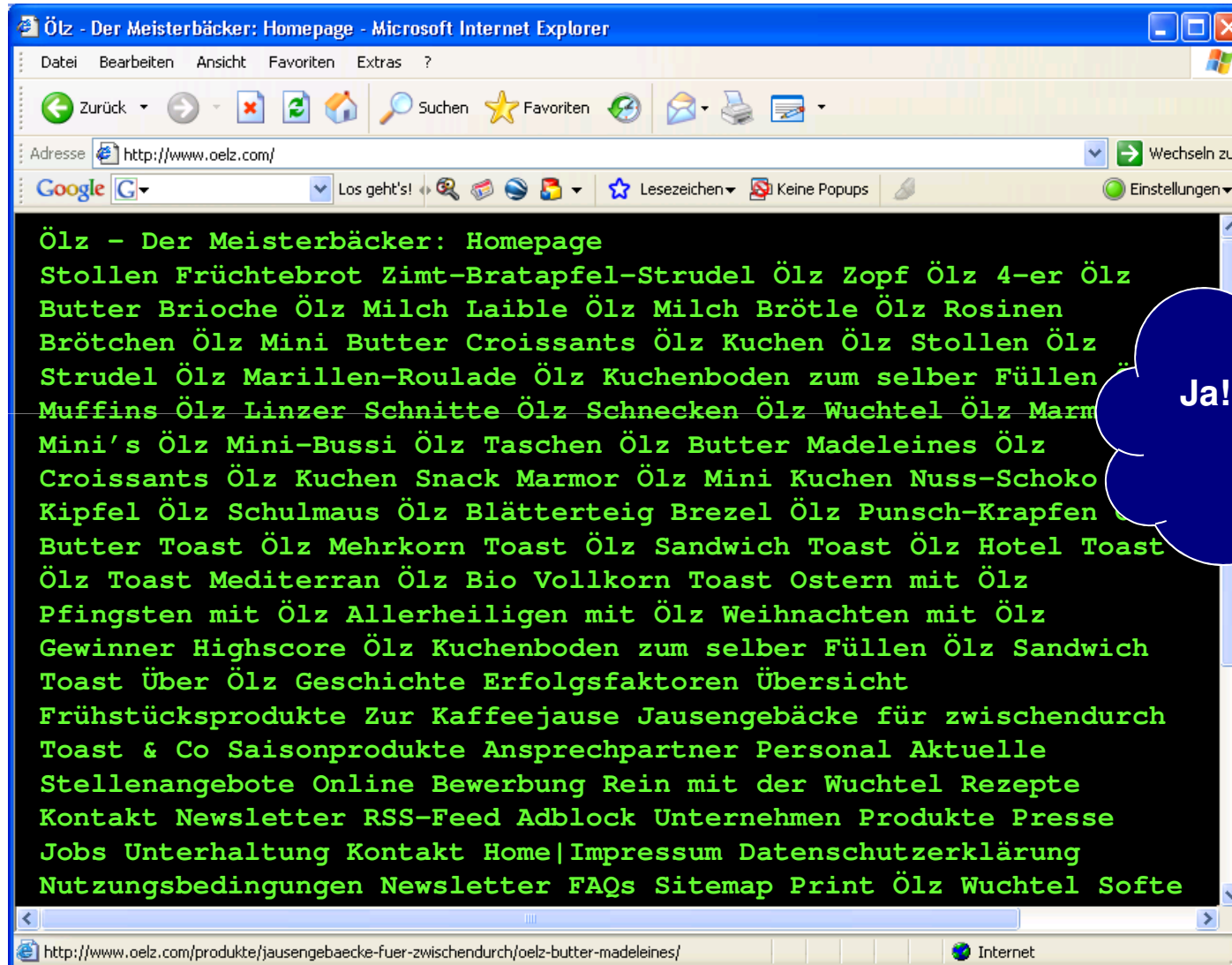


Durch den s.g. Splash-Sceen wird der eigentliche Inhalt wie durch einen Bühnenvorhang „versteckt“!

www.oelz.com



www.oelz.com



Trends 2006 - 2009

- Suchmaschinen-Optimierung scheint für die Top-500 Unternehmen zum Thema geworden zu sein.
- Die Websites sind für Suchmaschinen wie Google tendenziell besser erfassbar geworden.
- Auch ein neues/besseres CMS (Content-Management-System) kann zur besseren Erfassbarkeit durch Google & Co beitragen.
- Es gibt aber immer noch grossen Optimierungsbedarf
- Nur rund 1/3 der Top-500-Unternehmen verwendet professionelle Web-Analyse-Tools um den Website-Erfolg zu messen. (50% davon Google Analytics)

Resumé: Woran könnte es liegen?

- Ziele der Websites oft nicht (klar) definiert
- Status Quo der Website oft unbekannt...
- WebSite-Analyse oft (noch) kein Thema („Hits“ statt Unique User...)
- Marketing-Controlling oft (noch) kein Thema
- noch geringes Bewußtsein für effizientes Online-Marketing

Resumé: Woran könnte es liegen?

Die Bewertungskriterien von Google & Co ändern sich laufend ...

... was früher wichtig war (z.B. „Meta-Keywords“), spielt keine Rolle mehr...

... daher oft noch zu wenig aktuelles Suchmaschinen-Know-how bei Web-Designern, Agenturen, Webmastern...?

Für IHRE Google-Fitness:

Seminar Suchmaschinen-Marketing & Optimierung

In diesem Seminar erfahren Sie, was Sie tun müssen, damit Ihre Website bei Google auf der 1. Seite erscheint und wie Sie Ihre Website "fit" für Google & Co. machen! Sie erhalten konkrete Anleitungen zur Suchmaschinen-Optimierung Ihrer Website und können damit Optimierungsmaßnahmen kompetent beauftragen oder umsetzen.

Google AdWords Basic Seminar

DAS Top-Seminar für Google AdWords-Werbung. Konkrete Anleitungen für AdWords-Beginner und AdWords-Anwender für optimale und effiziente Google-AdWords-Kampagnen mit den aktuellsten Tipps und Tricks von Google AdWords Professionals!

Google AdWords Professional Seminar

DAS Seminar für Google AdWords Profis. Voraussetzung: Längere Erfahrung mit Google AdWords oder Besuch unseres Google AdWords Basic Seminars.

Info & Anmeldung: <http://www.cpc-consulting.net/Seminartermine>

Google-Fitness-Check:

Die Suchmaschinen-Optimierungs-Analyse

Wir untersuchen Ihre Website in Hinblick auf Google-Fitness und erstellen eine detaillierte Analyse mit konkreten Anleitungen zur Verbesserung Ihrer Website.

Durch die Analyse werden Schwachstellen aufgedeckt und können so optimiert werden. Damit wird die Auffindbarkeit der Informationen auf Ihrer Website sicher gestellt und Ihre Website erzielt bessere Positionen in den Suchergebnissen von Google & Co. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

contact@cpc-consulting.net

Christoph Pichler: +43 699 172 10163

CPC - Consulting:

Agentur für Suchmaschinen-Marketing

Services:

- Suchmaschinen-Marketing
- Google AdWords Werbung
- Suchmaschinen-Optimierungs-Analysen
- Website-Analyse & WebControlling
- Website-Audits, Usability-Checks
- Seminare & Inhouse-Workshops

