

Rückblick: SEO für Fortgeschrittene auf der SEOCAMPIXX 2009

☒ Am Wochenende fand in Berlin das erste Barcamp für Suchmaschinenoptimierung statt, die SEOCAMPIXX 2009. Alles was in der Szene Rang und Namen hat war vertreten, so dass man sich auf interessante Vorträge und Kontakte einstellen konnte. Um es vorweg zu nehmen: Wir wurden nicht enttäuscht!

Hier erhalten Sie den Überblick und alle Links zu den Vorträgen.

Session 1: SEO für WordPress

Steffen Bastian berichtete über einfache Möglichkeiten, wie man WordPress-Blogs für Suchmaschinen optimieren kann. Wie man sich vorstellen kann, ging es im Wesentlichen um Plugins. Am besten geeignet hierfür sind meines Erachtens:

WP SEO

Yoast Breadcrumbs – auch noch für den shopbetreiber-blog.de interessant ☐

Yoast Robots Meta

Session 2: SEO User Centred Design

Jens Fauldrath, Inhouse SEO bei T-Online, hat in eingänglicher Art und Weise gezeigt, dass eine benutzer-zentrierte Navigation gerade in großen Shops oder gar Portalen sehr wichtig ist. Top-Tipps für mich waren:

Backlinks zu meiner Marke (Shopname) können auf die Startseite zielen, Links mit spezifischen Keywords müssen jedoch direkt auf die jeweilige Landingpage gehen. Wusste ich zwar schon, aber Jens hat es mit einigen Beispielen von T-Online nochmal sehr deutlich gemacht.

Die Navigation sollte alphabetisch sortiert sein. Um die wichtigsten Kategoriebegriffe zu finden, sollte man messen welche Kategorien in Ihrem Shop am häufigsten besucht werden und diese in Ihrer Top-Navigation nach oben schieben. [updated: siehe Kommentare]

Session 3: Keyword-Analyse

Ebenfalls wieder von und mit Jens Fauldrath. Interessant vor allem deshalb, weil man tiefere Einblicke in die Suchergebnisse und deren Auswertung bei der T-Online Portal Suche gewinnen konnte. Als Tool-Tip wurde eigentlich nur das **External Keyword Tool** von Google vorgeschlagen, das wohl jeder kennen sollte. Ansonsten gab es eine interessante Aussage, die sicherlich besonders interessant für startende Shops sein kann:

“Wenn ich keine Chance habe, unter die Top-10 zu kommen, muss ich versuchen mich hintenrum dort zu platzieren. Sprich entweder über Google Adwords oder über Werbeschaltungen auf entsprechend top-gerankten Seiten. Denn so kann man auch wieder einiges an Traffic abstauben.”

Session 4: Affiliate for SEO

Die Session von Christian Boris Schmidt war ziemlich grundlegend. Interessant war zu sehen, dass viele Affiliates noch keineswegs vollkommen zufrieden mit dem Support der großen Netzwerker Zanox und Affili.net zu sein scheinen. Dies führte dann auch zu reger Diskussion zwischen den Vertretern der unterschiedlichen Parteien. Nutzniesser der Situation könnte das kleinere Netzwerk **superclix** gewesen sein, welches ich vorher zum Beispiel noch gar nicht kannte.

Session 5: SEO mit Conversion

Alan Web berichtet darüber, was man mit Traffic tun kann oder vielmehr, wie man sich durch geschickte Keywords bereits kauffreudiges Publikum abholt. Im Klartext geht es hier um sog. Money-Keywords, wie "kaufen" oder "bestellen", die man seinen Keywords anhängen sollte. Wieder mal ein guter Tipp, besonders natürlich für Shopbetreiber...

Session 6: Datenfeed Manipulation

Monti und die Datenfeeds. Zum Background: Online-Shops können Ihre Produkte mittlerweile automatisiert bei Affiliate-Netzwerken abliefern, damit diese von anderen weiterverbreitet werden. Diese Weiterverbreiter (Portale, Blogger etc.), auch Publisher genannt, bekommen diese Produkte beispielsweise per Datenfeed. Das funktioniert mittlerweile sehr gut.

Ein Problem ist jedoch, dass diese Produktfeeds an alle Publisher mit gleichem Inhalt ausgegeben werden, so dass dort eine große Menge an Duplicate Content entsteht. So kann kaum ein Publisher richtig gut für entsprechende Produktseiten ranken, da Google gleiche Inhalte erkennt und eventuell sogar abstrafte.

Die Lösung ist das "Uniquifizieren" der jeweiligen Feeds mit dem Schreiben eigener Texte für jede Kategorie oder gar jedes Produkt. Da Texte schreiben viel Zeit kosten kann, lässt sich das oftmals an günstige Textagenturen abgeben. Diese Strategieentscheidung kann sich oftmals, durch ein erheblich verbessertes Google-Ranking auszahlen.

Session 7: Die größten SEO-Fehler

Sistrix, Anbieter u.a. einer sehr interessanten SEO-Toolbox, plauderte leider nicht so richtig aus dem Nähkästchen. Interessant war allerdings das Thema Relaunch. Seine Tipps dazu im Überblick:

Downtime unbedingt vermeiden. Wenn doch, so kurz wie möglich!
Alte URLs unbedingt auf neue umleiten (Thema: Regular Expressions für Rewrite Rules)!
Auf baugleichem Testserver testen, vielleicht auch öffentliche BETA-Tests starten!
Jede Seite sollte mindestens einmal ohne JavaScript verlinkt sein.
In der Regel: Vorsicht vor JavaScript-Links, da diese die "Crawlability" einzelner Seiten verringern können. Alternative: Google XML Sitemaps!

Session 8: SMO für SEO

Die Session von mediadonis war interessant - allerdings war das meiste für Leute, die ihn schon zuvor gehört haben, nichts Neues. Aber gerade da wir in Deutschland (außer natürlich Markus selbst...) keinen Weg gefunden haben, ordentlich Traffic durch digg.com zu bekommen, sind seine Vorträge dennoch immer stets aktuell. Mehr darf darüber nicht gebloggt werden - TOP SECRET!

Weitere Sessions der SEOCAMPIXX 2009

SEO für Online-Shops von Sascha Böge - auf S. 19 wird übrigens Trusted Shops erwähnt
Google Ranking Faktoren von Stefan Fischerländer
Traffic über Google Base Jens Tonnier
Böhse Links von Mario Fischer
Linkbuilding durch PR von Björn Tantau
Google Penalties und Pagerank Sculpting von Florian Stelzner
SEO und Recht von Martin Schirmbacher
Bounce Rate von Markus Orlinski
SEO-Tools von Stefan Rabsch
SEO für Videos von Nerd in Skirt
SEO in Unternehmen von SEO-Strategie

Fazit: Lohnenswerte Insider-Veranstaltung mit Tiefgang

Die SEOCAMPIXX 2009 war eine klasse Veranstaltung, die spätestens 2010 unbedingt wiederholt werden muss. So viel Input habe ich noch nie auf einem Barcamp aufgesaugt. Ich empfehle jedem Shopbetreiber, die Vorträge der einzelnen Sessions zu studieren, bei Fragen stehe ich natürlich gern zur Verfügung, auch per Twitter. Vielleicht trifft man nächstes Jahr den ein oder anderen Shopbetreiber, so dass wir uns auch direkt vor Ort über aktuelle SEO-Trends austauschen können - getreu dem Motto "GET THE SPIRIT!"