

SEO Campixx 2012: Linkaufbau, Internationalisierung und Universal Search

☒ Dieses Jahr hat es endlich geklappt und ich konnte an meiner ersten SEO Campixx in Berlin teilnehmen. In über 100 Workshops wurde nahezu alles was irgendwie mit Suchmaschinenoptimierung zu tun hat abgedeckt. Ich habe sehr viele Eindrücke mitgenommen und es war wirklich ein interessantes Wochenende.

Meine zusammengefassten Eindrücke der Veranstaltung. Nach den vielen Eindrücken habe ich die SEO Campixx 2012 erst mal ein paar Tage sacken lassen, bevor ich nun endlich zu meinem Rückblick komme. Ich war mit meinem Kollegen [Marco Verch](#) in Berlin, der auch schon am erstmalig stattfindenden **SEO Tool Day** am Freitag teilgenommen hat. Dort wurden einige SEO Tools vorgestellt oder Neuerungen präsentiert und laut des Feedbacks wurde diese Premiere sehr gut angenommen.

Die [SEO Campixx 2012](#) war die vierte Auflage der „Unkonferenz“, die jährlich von Marco Janck von der [SEO Agentur Sumago](#) organisiert wird...und ihr Ruf eilte der Campixx voraus. Im vierten Jahr war der Ablauf der Konferenz schon nahezu perfekt. Keine Warteschlangen beim Check-in, kaum Änderungen im Programm, ausreichend gutes Essen ☐ usw.

Das Hotel am Müggelsee im Berliner Osten war eine tolle Location, die sich zu Recht bewährt hat über die letzten Jahre. Leider waren wir nicht direkt im Konferenzhotel untergebracht, weshalb man morgens und abends eine Anfahrt von ca. 10-15 Minuten mit einplanen musste (Danke an [Florian](#) für's Mitnehmen ;)). Nach einer sympathischen Begrüßung inklusive Comedy Einlage starteten dann auch der erste Slot mit 9 parallelen Workshops und die SEOs (zu 80% in den gelben Konferenzshirts) strömten in die Konferenzräume. Man hatte die Qual der Wahl und oft fiel die Entscheidung schwer, welche Session man besuchen sollte. Jetzt aber zu den Inhalten:

Internationalisierung, Linkaufbau und Universal Search

Ich möchte hier nicht auf jeden einzelnen Workshop eingehen, sondern eher allgemein ein paar Dinge erläutern, die ich von der Campixx mitgenommen habe. Das Thema „Internationalisierung“ war mir ein wichtiges Anliegen! In meiner ersten Session wurde dann auch direkt über die neue [rel="alternate"](#) Auszeichnung diskutiert. Diese funktioniert sehr gut und hilft gegen Duplicate Content vorzugehen und die jeweils passende Länderseite in den passenden Index der Suchmaschine zu bringen.

Wenn seine Heimatseite sehr stark ist, dann kommt es vor allem bei Brand Searches dennoch oft zu dem Problem, dass diese neuere internationale Seiten hinter sich lässt. So kann es zum Beispiel sein, dass seine alte deutsche Seite die neue Schweizer Seite auch im Schweizer Index bei einer Suche nach dem Markennamen hinter sich lässt, obwohl die Seiten richtig ausgezeichnet und zugeordnet sind. Dort könnte es Abhilfe schaffen, wenn man die neue Seite mit Linktexten anlinkt, in denen die cctld oder „Schweiz“ vorkommt.

Entscheidet man sich als Betreiber dazu, alle internationalen Webseiten unter einer gTLD wie .com zu starten, dann sind die **Google Webmaster Tools** ein wichtiger Helfer in der Not! Dort kann man unter „Site Configuration“ -> „Settings“ -> „Geographic Target“ einstellen, welcher Subfolder oder welche Subdomain welchem Land zugewiesen werden soll! Eine sehr wichtige Einstellung, die man zeitig tätigen sollte! Viele weitere wertvolle Tipps findet man in der [Präsentation](#) von [Andre Riechert](#).

Ein beherrschendes Thema auf der Campixx war sicherlich der **Linkaufbau**! Hier wurde alles abgedeckt: Vom Linkaufbau mit Expired Domains, über die Erstellung und Verbreitung von hochwertigen Inhalten bis hin zu automatischen Systemen zum Backlinkaufbau. Das Thema wurde in

vielen Sessions heiß diskutiert und ist nach wie vor eines der bestimmenden Themen in der Suchmaschinenoptimierung. Eine Zusammenfassung geht hier zu weit und folgt in Kürze in einem separaten Artikel...an dieser Stelle sollte dieses amüsante Video von der Campixx reichen, in dem [Felix Beilharz](#) durchaus einige gute Tipps von zahlreichen Experten gesammelt hat.

Im Bereich **Universal Search** tut sich auch Einiges: Viele Zahlen werden in Kürze im [Seolytics Blog](#) nachgereicht, die in Ihrem Vortrag wirklich interessante Einblicke gewährt haben. Momentan nehmen beispielsweise ca. 8.000 Online Shops an der Google Produktsuche teil. Über 2.000 Shops weniger als noch Mitte 2011, was zum Einen an den [notwendigen Änderungen am Produktfeed](#) liegt, zum anderen achtet Google im Allgemeinen mehr auf die Datenqualität und einige Shops wurden verbannt.

Bei [sumaphil.de](#) gibt es Ihren [Vortrag zu dem Thema im Blog](#), dort wird darauf hingewiesen, dass man als Shop möglichst viele Daten an Google liefern sollte! Die Keywords gehören in den Titel und die Description. Große Bilder ohne Branding sind ein weiteres Ranking Kriterium, genau wie [Shopbewertungen](#). Hier gibt es weitere Tipps zur [Google Shopping Optimierung](#).

Als Fazit kann ich nur sagen, dass die Campixx sicherlich eine der besten Veranstaltung im Online Marketing war, die ich bisher besucht habe. Ich habe viele wertvolle Gespräche vor, nach und zwischen den Workshops geführt und viel Inspiration mitgenommen. Es war eine durchweg sympathische Veranstaltung und der Spirit wird hier konsequent von Jahr zu Jahr weiter getragen. So wurde dieses Jahr eine stattliche Summe für die [Björn Schulz Stiftung](#) & [Strahlemännchen](#) zusammengetragen!

Zum Abschluss noch ein paar weitere Rückblicke, eine gute Übersicht findet man bei [mindshape](#):

<http://seo.wuestenigel.com/campixx-2012/>

<http://www.tagseoblog.de/seo-campixx-2012-recap-und-bilder>

<http://www.myseosolution.de/seo-campixx-2012-recap/>

<http://www.nerd-in-skirt.de/seo-campixx-2012-liveblogging/>

<http://www.seo-trainee.de/recap-campixx-2012-am-mueggelsee/>