

SEO Day 2015: Interview mit dem Veranstalter Fabian Rossbacher

☒ Der SEO DAY in Köln hat sich als eine der Top SEO-Konferenzen hierzulande etabliert. Wir haben uns mit Veranstalter Fabian Rossbacher über die Neuerungen in diesem Jahr unterhalten. Im Interview gibt er auch Tipps für Shopbetreiber.

Hallo Fabian, letztes Jahr haben wir den SEO-DAY bereits vorgestellt. Gib unseren Lesern doch mal ein Update. Was hat sich dieses Jahr getan?

In den letzten Jahren haben wir sehr viel über das Thema Backlinks gesprochen. Die SEO's haben herausgefunden, dass User-Signals (z.B. Bouncerate, Verweildauer) ein wichtiger Rankingfaktor sind.

Google hat nur ein Ziel: "Die beste Suchmaschine der Welt zu werden". Wenn wir SEO's dafür sorgen, dass wir stets die besten Inhalte produzieren wird Google auf unserer Seite sein. Genau darum geht es auf dem SEO-DAY 2015. Speziell um das Thema e-Commerce und e-Commerce Tracking.

Die Konferenz bleibt ansonsten wie in den letzten 4 Jahren, sprich es gibt eine All-Inklusive Verpflegung für den ganzen Tag und die große Networking-Party ab 21 Uhr ist ebenfalls inbegriffen.

Wie sollte ein Online-Shop an das Thema SEO herangehen?

Bevor man eine Agentur für 15.000 Euro im Monat beauftragt, sollte man die ersten Gehversuche selbst hinter sich haben. Eine der Basisaufgaben ist z.B. das Thema Keyworddevelopment.

Man kann z.B. mit eine Befragung der Kunden starten, wonach sie bei Google suchen. Hier wird der Einsteiger feststellen, dass die eigene Wahrnehmung von Suchverhalten durchaus von der Realität abweicht. Dieses erste Learning öffnet die Türen für weitere SEO-Schritte.

Welchen Vortrag kannst Du auf dem SEO-DAY für Shopbetreiber empfehlen?

Mario Träger optimiert Online-Shops für ein besseres SEO. In seinem Vortrag wird er die wichtigsten Learnings präsentieren. Ich habe mit ihm ein kleines **kostenfreies Audit als Vorgeschmack** erstellt. Fast jeder Online-Shop bucht Adwords und weiß gar nicht, was er dort für spannende Daten für SEO hat.

Carlo Siebert schlägt in seinem Vortrag die Brücke zwischen Adwords und SEO und zeigt den Teilnehmern, was sie alles aus den Adwords-Daten für SEO herausziehen können. Am Vortag finden die **Expert-Workshop Vorträge** statt. Diese sind für Experten gedacht die sich noch einmal in Sachen SEO weiterbilden möchten. Ich habe hierfür die wildesten SEO-Jungs angefragt, die ich finden konnte.

Für alle Inhouse-SEOs gibt es am Vorabend zum SEO-DAY die Möglichkeit, die Kollegen von RTL Interactive kennen zu lernen. Sie richten in diesem Jahr das **SEO-Inhouse-Meeting** im Rahmen des SEO-DAYS aus.

Vielen Dank für diese kurzen und knackigen Informationen Fabian, hast Du noch einen Tipp für unsere Leser in Sachen SEO?

Ich sehe immer wieder, dass Shops alle ihre Produktdetailseiten auf "index" setzen und somit von Google indizieren lassen. Ich selbst betreibe einen größeren Online-Shop und schaue mir daher jeden Shop, der gut funktioniert, genau an.

Im Austausch mit vielen Experten hat sich eine Strategie als sehr clever herauskristallisiert: "Man lässt lediglich die Produktdetailseiten mit unique Content in den Index". Dabei baut man Tagesfenster, in denen man immer 50 neue Produktdetailseiten auf Index setzt. Ranken diese nicht und liefern sie kein Traffic, bekommen sie mehr interne Links bzw. einen Link von der

Startseite. Rankt sie dann immer noch nicht, muss sie erstmal wieder auf noindex gesetzt werden und eine Detailanalyse erfolgen.

Der HTML-Title ist häufig sehr schlecht gewählt und nicht im Singular. Der Singular wird in der Regel häufiger gesucht als der Plural und ist daher interessanter.

Ein echter Tipp ist die Integration des Google-Tagmanagers und die Aktivierung des neuen E-commerce Tracking in Google Analytics.

Ein letzter Tipp ist der **SEO-DAY Club**. Hier können sich Member kostenfrei registrieren und ausgewählte Folien und Videos aus den SEO-DAY Vorjahren herunterladen.

