

Mit einer **optimierten Website** besser gefunden werden  
und **neue Aufträge** gewinnen.

## **Einsteiger-Tipps: Suchmaschinenoptimierung für Handwerker**



Verständlich erklärt und sofort umsetzbar.

Von den Partnern für Ihren Web-Erfolg:

**CM<sup>4</sup>all**  
BUSINESS

**meistertipp**  
Für den erfolgreichen Unternehmer im Bauhandwerk

## Suchmaschinenoptimierung - Packen Sie es selbst an!

Der Begriff Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO (engl. Search Engine Optimization), ist jedem Handwerker schon einmal begegnet, der sich auch nur kurz mit der Vermarktung seines Betriebs im Internet beschäftigt hat. Schnell stößt man bei der weiteren Recherche auf komplizierte Programmiercodes oder Agenturen, die Ihnen für viel Geld Top-Positionen in Suchmaschinen versprechen. Doch SEO ist kein Hexenwerk - packen Sie es selbst an!

Zusammen mit [Meistertipp.de](http://Meistertipp.de) erleichtern Ihnen die Experten der [CM4all Business Bauhandwerks-Edition](#) den Einstieg und führen Sie mit hilfreichen Tipps an das Thema Suchmaschinenoptimierung heran.

## Wieso muss ich meine Seite optimieren?

Ständig durchforsten Suchmaschinenprogramme (Webcrawler) das Internet, um Websites zu bewerten und zu kategorisieren. Dadurch können Suchanfragen schnell beantwortet werden.

Zwar kann man die Suchergebnisse bei Google & Co. nicht direkt beeinflussen, allerdings können Sie die Website Ihres Betriebs für Suchmaschinen verbessern. So steigt die Wahrscheinlichkeit, unter den ersten Suchergebnissen zu erscheinen und von neuen Kunden gefunden zu werden. Aus eigener Gewohnheit wissen Sie, dass in der Regel nur die ersten Ergebnisse angeklickt werden.

Unabhängig davon können Sie natürlich auch Werbeanzeigen bei Suchmaschinen schalten, was jedoch kostenpflichtig ist.

In diesem Zusammenhang sollten Sie sich stets vor Augen führen, dass Suchmaschinen ein großes Interesse an passenden Suchergebnissen haben, denn sie finanzieren sich grundsätzlich durch Werbung. Sinken die Besucherzahlen, dann fallen auch die Werbeeinnahmen geringer aus.

## Wie gehe ich bei der Suchmaschinenoptimierung vor?

Zunächst sollten Sie sich in die Lage potentieller Kunden versetzen: Wonach suchen Sie? Suchen Sie zum Bau einer Holzterrasse etwa nach einer „Zimmerei“, einem „Gartenbauer“ oder geben Sie bei der Suche „Terrasse bauen lassen“ ein?

Welches Gewerk in Frage kommt ist, je nach Projekt, nicht immer ganz klar. Sie kennen das sicher von Angebotsanfragen oder aus Gesprächen mit Kunden. Hier sollten Sie genau hinhören oder einfach nachfragen, wie Kunden bei der Recherche nach einem Handwerker vorgehen. Wenn Sie bekannte Hersteller in Ihrem Sortiment führen, gehören diese natürlich auch in Ihr Begriff-Repertoire: „Markise von Erfal einbauen“. Recherchieren Sie auch nach Synonymen und verwandten Begriffen (bspw. mit [www.openthesaurus.de](http://www.openthesaurus.de)).

Tipp: Gerade handwerkliche Dienstleistungen werden oft mit einem regionalen Zusatz wie „in Berlin“ gesucht.

Diese Suchbegriffe sind Grundlage für Ihre individuelle Suchmaschinenoptimierung. Am besten erstellen Sie eine Liste mit Schlüsselworten, die für Ihren Betrieb und Ihr Angebot relevant sind. Das sind die Begriffe, auf die Sie Ihre Website optimieren werden.

## Wie setze ich die Suchmaschinenoptimierung um?

Es gibt verschiedene Ansatzpunkte und weit mehr, als hier aufgeführt werden. Man unterscheidet zwischen Maßnahmen die auf der eigenen Website durchgeführt werden und Maßnahmen auf anderen Websites. Alle Faktoren spielen zusammen und sollten ausgewogen eingesetzt werden: Die Inhalte, externe Verlinkungen und technische Grundlagen der Website. Wir befassen uns im Folgenden mit denen, die Sie leicht beeinflussen können - abhängig von den Einstellungen, die Ihnen Ihr Website-Anbieter ermöglicht.

## 1. Website-Inhalte

### a. Füllen Sie Ihre Website mit Leben

Beschreiben Sie Ihr Unternehmen und die Produkte. Holen Sie von zufriedenen Auftraggebern Zitate ein oder lassen Sie Ihre Mitarbeiter zu Wort kommen. Dabei sollten Bilder nicht fehlen. Zwar erkennen Suchmaschinen die Inhalte in Bildern nicht, jedoch Bildunterschriften und Alternativtexte sehr gut.

### b. Halten Sie mit Ihrem Fachwissen nicht hinterm Berg

Nützliche Informationen werden gerne an andere Personen weitergeleitet und auf Social Media- Plattformen geteilt. Machen Sie das Teilen durch Weiterleitungsfunktionen so einfach wie möglich. Erklären Sie als Holz-Experte beispielsweise die richtige Pflege von Bangkirai-Holz oder geben Sie als Maler nützliche Tipps für den sauberen Innenanstrich.

### c. Wer von gestern ist, wird schwer gefunden

Aktuelle Informationen sorgen nicht nur für mehr Leben auf der Website, sondern können Sie auch bei Suchmaschinen nach vorne bringen. Kommentieren Sie beispielsweise aktuelle Branchenthemen oder den Fortschritt von interessanten Bauprojekten auf der Website.

### d. Geben Sie den Texten eine Struktur und setzen Sie Überschriften ein

Strukturierte Texte vereinfachen nicht nur das Lesen: Schlüsselwörter in den Überschriften gewichtet eine Suchmaschine in der Regel stärker.



**e. Seien Sie individuell und einzigartig**

Vermeiden Sie es, fremde Texte in Ihre Website zu kopieren, die in der Form auch auf anderen Seiten im Internet verfügbar sind. Durch doppelte Inhalte verliert eine Website an Relevanz für Suchmaschinen.

**f. Seriös mit Impressum**

Ein Impressum ist nicht nur aus juristischen Gründen Pflicht. Suchmaschinen stufen Websites ohne Impressum und Kontakt als unseriös ein. Achten Sie auch darauf, dass Sie keine E-Mail-Adresse eines kostenlosen E-Mail-Dienstes angeben, sondern die Ihrer Domain einsetzen.

## 2. Externe Verlinkungen

**a. Sorgen Sie für externe Links, die auf Ihre Website führen**

Sprechen Sie dazu beispielsweise gezielt Geschäftspartner, lokale Online-Medien oder Fachportale an. Wählen Sie die Websites gezielt aus: Verlinkungen von unseriösen oder themenfremden Seiten können sich auch negativ auf die Einstufung Ihrer Website auswirken.

### Bisherige Projekte

Hier können Sie sich ein Bild über unsere Arbeit und Projekte verschaffen. Zu unserem Kundenstamm gehören neben Privatpersonen auch kleine und mittelständische Unternehmen, die immer wieder gerne mit uns zusammenarbeiten.



Dachsanierung mit Installation einer Solaranlage

Fertigstellung: Juli 2012

Beteiligte Partnerfirmen:

Solartechnik Schmitz  
[www.solartechnikschmitz.de](http://www.solartechnikschmitz.de)

Tischlerei Deryckere  
[www.deryckere-handwerk.de](http://www.deryckere-handwerk.de)

**b. Tragen Sie Ihren Betrieb in Branchenbücher ein**

Einen Eintrag bei Google Places sollten Sie in jedem Fall anlegen. Am besten mit einer Kurzbeschreibung und Bildern. Nutzen Sie die Möglichkeiten von Branchenportalen.

Tipp: Weisen Sie zufriedene Kunden auf die Bewertungsmöglichkeiten hin, die es dort häufig gibt. Positive Kundenstimmen sprechen für sich, auf negative sollten Sie angemessen reagieren.

### 3. Technische Kniffe

**a. Die Internetadresse ist Ihr Aushängeschild**

Achten Sie schon bei der Wahl Ihrer Domain darauf, dass Sie auch dort relevante Begriffe verwenden. Kurz und einprägsam sollten diese auf Ihre Dienstleistung hinweisen.

**b. Machen Sie es Suchmaschinen leicht**

Titel-, Beschreibungs- und Schlüsselwort-Tags (Title-, Description- und Keyword-Tags) sind Anhaltspunkte für Suchmaschinen, wenn sie die Relevanz Ihrer Website und jeder einzelnen Unterseite für die Suchanfrage bewerten. Gerade hier sollten Sie Schlüsselbegriffe einsetzen und Ihr Angebot kurz und präzise beschreiben. Vermeiden Sie lange Texte und verwenden Sie unbedingt die Schlüsselworte, die auch im Inhalt der jeweiligen Seite vorkommen.

Beispiel für eine Seite mit der Leistungsübersicht einer Dachdeckerei:

Titel:

*Dachdeckerei Müller in Berlin - Meisterbetrieb - Spezialgebiete*

Beschreibung:

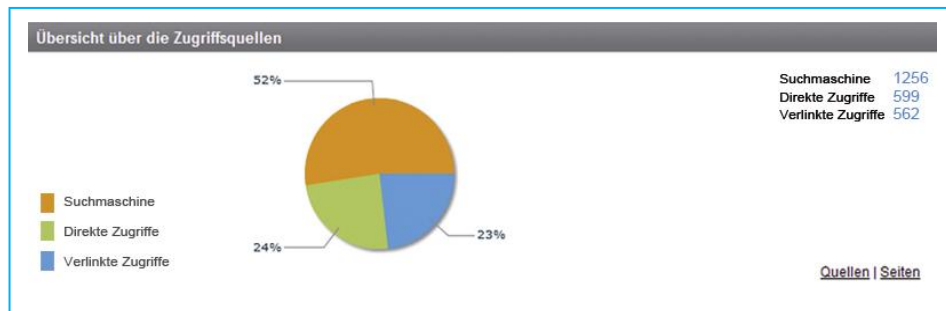
*Unsere Spezialgebiete reichen von der Dachkonstruktion und Dachsanierung über Dachrinnenreinigung bis zur Installation von Solartechnik.*

Schlüsselworte:

*Leistungsübersicht, Dachsanierung, Dachstuhl, Dachdeckung, Dachkonstruktion, Dachrinnenreinigung, Solartechnik*

**c. Beobachten Sie das Geschehen auf Ihrer Website**

Mit Hilfe einer Website-Statistik können Sie den Erfolg Ihrer Strategie verfolgen und rechtzeitig reagieren. Welche Seiten werden am häufigsten besucht? Wie viele Besucher gelangen über Suchmaschinen auf Ihre Seite?



## Wann kann ich mit ersten Erfolgen rechnen?

Eine gute Position auf den Ergebnisseiten der Suchmaschinen lässt sich nicht von heute auf morgen erreichen. Es ist ein ständiger Optimierungsprozess. Demzufolge kann es sein, dass erste Erfolge erst später sichtbar werden. Je nach Gewerk, Betrieb, geografischer Lage und den Schlüsselworten sind die vorderen Plätze bei Suchmaschinen auch mehr oder weniger hart umkämpft.

Befolgen Sie die Grundsätze konsequent und ausgewogen, werden Sie in jedem Fall positive Ergebnisse feststellen können.



## Über die Autoren:

Das Fachportal **Meistertipp.de** ([www.meistertipp.de](http://www.meistertipp.de)) ist ein kostenloses Informationsangebot für Entscheider im Bauhandwerk und bietet eine tagesaktuelle Berichterstattung aus der Baubranche. In Kooperation mit spezialisierten Fachanbietern werden fundierte Fachinformationen praxisorientiert aufbereitet und unterstützen den Unternehmer im Bauhandwerk im betrieblichen Alltag. Für Nichtjuristen verständlich kommentierte Baurechtsurteile gehören dabei ebenso zum Leistungsangebot wie Beiträge zur Unternehmensführung, Marketing oder Apps für Handwerker. Darüber hinaus reicht das Informationsspektrum von Meistertipp.de über geldwerte Steuer-Tipps, Produktneuheiten und juristischen Fachtexten bis hin zu Beiträgen über Social Media und das Internet. Als einziger Anbieter im Internet listet Meistertipp.de Handwerksbetriebe, die auf Facebook aktiv sind und stellt jeweils Rankings der Dachdecker, Elektriker, Fliesenleger, GaLaBauer, Maler, Maurer, SHK-Installateure und Tischler bei Facebook zusammen. Die konsequente Verzahnung mit Social Media ermöglicht den direkten Dialog mit Meistertipp.de. Über Plattformen wie Facebook ([www.facebook.com/meistertipp.de](http://www.facebook.com/meistertipp.de)) und Twitter ([twitter.com/meistertipp](http://twitter.com/meistertipp)) erfolgt ein individueller Austausch mit den Lesern. [www.cm4allbusiness.de/meistertipp](http://www.cm4allbusiness.de/meistertipp)

Mit der **CM4all Business Bauhandwerks-Edition** erstellen Handwerker schnell und effizient einen professionellen Internetauftritt. Die mit Fachverbänden entwickelten Inhalte und Funktionen sowie aussagekräftige Produktfotos namhafter Hersteller ermöglichen den Betrieben eine überzeugende Darstellung ihres Serviceportfolios. Abgerundet durch die integrierte Vermarktung verhilft der Webauftritt zur erfolgreichen Kundenansprache und vollen Auftragsbüchern. [www.bauhandwerks-edition.de](http://www.bauhandwerks-edition.de)

CM4all Business ist ein Geschäftsbereich der Content Management AG (CM-AG), einem führenden Softwarehersteller mit Hauptsitz im Kölner Mediapark. Die 1999 gegründete Gesellschaft unterhält Niederlassungen in Berlin, Erfurt und in Boston (USA). Kernstück des Angebotes der CM-AG ist die mehrfach ausgezeichnete und auf anerkannten Industriestandards basierende CM4all-Technologie, die seit Jahren erfolgreich von namhaften Internet- und Hosting-Providern in deren Leistungsportfolios angeboten wird. Weltweit nutzen derzeit mehr als drei Millionen Anwender CM4all-basierte Produkte zur Erstellung, Pflege und benutzerfreundlichen Aktualisierung von professionellen Websites. [www.cm-ag.de](http://www.cm-ag.de)

Screenshots: CM4all Business Bauhandwerks-Edition  
Veröffentlichung: Juli 2012