

# Shopleiter-Magazin . . .

SEO-, SEM- und eCommerce Tipps für Shopbetreiber  
von wallaby IT-Systems

Dezember 2010 :: 7. Ausgabe :: Microformats Special

## Microformats vCard für Visitenkarten

Microformats gibt es mittlerweile für Personen (hCard), Unternehmen, Videos, Beurteilungen (hReview), Produkte (hProduct) und Events (hCalendar). Google zeigt mittlerweile einige hervorgehobene Einträge in den Suchmaschinen-Ergebnislisten an. Besonders im Zusammenhang mit Universal Search macht es Sinn seine Suchmaschinen-Treffer speziell hervorzuheben ... Seite 2

## Microformats in contenido für Events

Google liebt Daten. Wer Google dabei hilft die Daten seiner Website leichter lesbar zu machen, der wird belohnt mit einer besseren Sichtbarkeit und mehr Traffic. Ein einfaches Mittel dazu sind die Google Sitemaps. Eine andere Lösung sind Microformats. Solche Rich Snippets erweitern HTML um spezielle Auszeichnungen, die Suchmaschinen Zusatzinfos liefern, z.B. Adresse oder Uhrzeit, an der eine Veranstaltung stattfindet ... Seite 3

## SEMRush Suchmaschinen-Marketing-Tool

Wie oft haben Sie daran gedacht, wie toll es wäre richtige Insider-Infos über Ihre Mitbewerber haben zu können? Diese Info ist Gold wert, aber kein Konkurrent wird sie Ihnen zur Verfügung stellen. Im Netz finden wir ab und zu einige SEO und SEM Tools, die behaupten, Ihre Mitbewerber, Suchbegriffe und sogar Adwords Ads Ihnen zu zeigen ... Seite 4

**Ab April 2011 erhalten nur Magazin Leser das eBook der 3. Auflage!**  
[Jetzt zum Shopleiter SEO Magazin anmelden](#)



### Der Online Shop - Handbuch für Existenzgründer (2. Auflage)

Teil I: Unternehmensgründung und -führung  
Teil II: Der Online Shop  
Teil III: Webdesign und Marketing

Beinhaltet Shopsysteme: **xtCommerce, Mondo** und **1&1**

### Gratis eBook-Download erhalten nur Newsletter-Abonnenten

Weitere Vorteile des Shopleiter eCommerce Magazins, wir ...:

- ◆ liefern gratis SEO-, SEM-, SMO- und eCommerce KnowHow
- ◆ informieren Sie, sobald die nächste Buchausgabe erscheint
- ◆ versenden die 3. Aufl. vorab an angemeldete Magazin-Leser

## Dezember 2010

## Themenbeiträge:

- \* Microformats vCard für Outlook Visitenkarten
- \* Microformats in contenido für Events
- \* SEMRush Suchmaschinen Marketing Tool
- \* TOP News Portale der DACH-Region
- \* Video SEO Texte optimal erstellen

## In dieser Ausgabe

Buchtipp/eBook-Tipp	8
SEM-/SEO-Kalender	8
Impressum	8

## Microformats vCard für Visitenkarten

So erstellen Sie eine Outlook VCF-Importdatei

Microformats gibt es mittlerweile für Personen ([hCard](#)), Unternehmen, Videos, Beurteilungen ([hReview](#)), Produkte ([hProduct](#)) und Events ([hCalendar](#)). [Google](#) zeigt mittlerweile einige hervorgehobene Einträge in den Suchmaschinen-Ergebnislisten an. Besonders im Zusammenhang mit Universal Search macht es Sinn seine Suchmaschinen-Treffer speziell hervorzuheben. Im folgenden Themenbeitrag zeigen wir Ihnen, wie Sie mittels [Microformats vCard](#) eine Importdatei erstellen, die Ihre Kunden und Geschäftspartner direkt nach Microsoft Outlook importieren können.

Mikroformate sind einfache Eigenschaften oder Entitäten, die manches näher beschreiben. Person verfügen über Eigenschaften, wie Name, Adresse, Position, Firma, eMail, usw. Im Allgemeinen kommen bei Mikroformaten class-Attribute in HTML-Tags zum Einsatz, häufig `<span>` oder `<div>`. Zur Auszeichnung einer vCard mit Microformats eignen sich beispielsweise:

- ◆ **vCard:** class="vcard"
- ◆ **Foto:** class="photo"
- ◆ **Name:** class="n"
- ◆ **Mail:** class="email"
- ◆ **Firma:** class="org"
- ◆ **Stelle:** class="title"
- ◆ **Telefon:** class="tel" (Type: work)
- ◆ **Mobil:** class="tel" (Type: cell)
- ◆ **Homepage:** class="url uid"
- ◆ **Adresse:** class="adr" (Type: work)
- ◆ **Straße:** class="street-address"
- ◆ **PLZ:** class="postal-code"
- ◆ **Ort:** class="locality"

Etwas komplexer sind Rufnummern und Adressen, da diese speziell noch einen Type (z. B. work, home oder cell) und eine Wertzuweisung mittels value erfordern:

```
<div class="tel">
  <span class="type"> work </span>
  Telefon: <span class="value">
    +49 8203 / 959764</span>
</div>
```

### Herausgeber/Autoren dieser Ausgabe

#### Susanne Angeli

Inhaber wallaby IT-Systems & Buchautor bei Markt+Technik



#### Wolfgang Angeli

SEO Agentur, eCommerce Berater, Buchautor & Social Media Manager



#### Juliana Tsybenkova

Marketing Mitarbeiterin des SeoQuake Teams

 **Contact**

**Geschäftsleitung**

Name: [Angeli Wolfgang](#)  
 Stelle: Chief of Enterprise (CEO)  
 Aufgabe: Inhaber von [cleverUP Marketing](#)

Telefon +49 8203 / 959764  
 Mobil +49 177 / 7171333  
 Germanenstr. 6, 86507 Kleinaitingen

  
[Outlook vCard](#)

Abb.1: Microformats vCard

Ob die Auszeichnung tatsächlich funktioniert, kontrollieren Sie am bequemsten mit dem sehr nützlichen [Operator Firefox Plugin](#) von mkaply. Nach der Installation dieses Tools und anschließendem Neustart des Browsers ist es leicht möglich alle auf einer Webseite enthaltenen Microformate ganz einfach anzuzeigen bzw. zu exportieren.

Das Web 2.0 Tool exportiert so auch Termine und Kontakte. Da diese Kontaktdatei eine VCF-Datei ist, speichern Sie diese einfach auf der Festplatte. Danach laden Sie diese Datei auf den Webspaces und verlinken zu dieser Datei. Klickt ein User auf diesen Link kann der Besucher die Datei direkt mit „Microsoft Office Outlook“ öffnen und auf Wunsch sofort in Outlook importieren.

Ein Beispiel für Kontakte und Termine finden Sie hier [Social SEO Training](#) oder auch hier [SEO Kalender](#).

Angeli Wolfgang / aw

## Microformats in contenido für Events

Ereignisse, Termine, Events und Veranstaltungen hervorheben

Google liebt Daten. Wer Google dabei hilft die Daten seiner Website leichter lesbar zu machen, der wird belohnt mit einer besseren Sichtbarkeit und mehr Traffic. Ein einfaches Mittel dazu sind die Google Sitemaps<sup>1</sup>. Eine andere Lösung sind Microformats. Solche Rich Snippets erweitern HTML um spezielle Auszeichnungen, die den Suchmaschinen Informationen liefern, worum es sich bei den Daten handelt, bspw. eine Adresse oder eine Uhrzeit, an der eine Veranstaltung stattfindet. Aber nicht nur die Suchmaschinen-Anbieter nutzen die Microformats, sondern es gibt bereits Programme und Onlinetools die solche Daten von Webseiten auslesen, um Adressen, Kontakte oder Veranstaltungstermine direkt in die entsprechenden Programme (Outlook etc.) zu speichern.

So zeichnen Sie Events und Veranstaltungen mit den speziellen Microformats aus:

Schritt 1: TinyMCE in contenido konfigurieren  
Schritt 2: Microformats vevent in HTML nutzen  
Schritt 3: Geokoordinaten (Lat/Long) ermitteln  
Schritt 4: Rich Snippets Formatierung testen

Standardmäßig ist es mit dem CMS contenido<sup>2</sup> nicht möglich Microformats<sup>3</sup> einzusetzen. Fügt man nämlich zu `<span>`, `<p>`, `<div>` oder `<a href>` spezielle Attribute hinzu, löscht das System diese Inhalte (bspw. class, name, title, me oder alt) beim Speichern wieder. Damit Sie in dem WYSIWG-Editor TinyMCE<sup>4</sup> diese Attribute nutzen nehmen Sie die folgenden Anpassungen vor unter „Administration » Mandanten » Mandanteneinstellungen“. Fügen Sie dazu die beiden neuen Variablen im Backend hinzu:

Neue Variable hinzufügen	
Typ	wysiwyg
Name	tinymce-extended-valid-elements
Wert	[a(href class name title me alt)]
✓	

Neue Variable hinzufügen	
Typ	wysiwyg
Name	tinymce-valid-elements
Wert	*[*]
✓	

Abb. 1: Mandanten Anpassungen des WYSIWYG-Editors

Die Formatierung mit hCalendar Microformats für Veranstaltungen wird ziemlich gut bei Google Webmasters<sup>5</sup> beschrieben. Zur Kontrolle dieser Rich Snippets (Microdata, Microformats bzw. RDFa) eignet sich das Google Rich Snippets Tool<sup>6</sup>.

### Fazit

Google belohnt Seiten mit Zusatzinformationen durch eine hervorgehobene Darstellung in den Trefferlisten. Das an sich bringt zwar nicht mehr Traffic. Die andere Darstellung lockt aber möglicherweise verstärkt Besucher an, die auf solche Links bevorzugt klicken. Das ist auch genau der Grund, weshalb Universal Search Ergebnisse<sup>9</sup> so wichtig sind für Suchmaschinen-Optimierer. Zudem bietet die Direktimport-Möglichkeit einen echten Mehrwert für Dienstleister mit einem umfassenden Service.

**Test your website**

Enter a web page URL to see how it may appear in search results:

Examples: [Urbanspoon](#), [LinkedIn](#), [Eventful](#), [Food Network](#)

---

**Google search preview**

[Social SEO Seminar in Augsburg, Berlin & Hamburg | cleverUP Solutions](#)  
Excerpt from the page will show up here. Excerpt from the page will show up here. Excerpt from the page will show up here.

<a href="#">Social SEO Training in Augsburg</a>	Sat, May 21	Konferenz Hotel, Augsburg, DE
<a href="#">Social SEO Training in Hamburg</a>	Sat, Jun 4	Konferenz Hotel, Hamburg, DE
<a href="#">Social SEO Training in Berlin</a>	Sat, Jul 23	Konferenz Hotel, Berlin, DE

[cleverup.de/training/social-seo-seminar.html](#) - [Cached](#) - [Similar pages](#)

Abb. 2: Google Rich Snippets zeigen Events an

```
<div class="vevent">
  <a href="link.html" class="url summary">Veranstaltung</a>
  Termin: <span class="eventType">Seminar</span> am 21. Mai
  <abbr class="dtstart" title="2011-05-21T09:00:00+02:00">9:00 Uhr</abbr>
  <abbr class="dtend" title="2011-05-21T18:00:00+02:00">18:00 Uhr</abbr>
  <p class="description">Beschreibung</p>
  <div class="location vcard">
    <span class="fn org">Konferenz Hotel</span>
    <span class="adr">
      <span class="street-address">Königsplatz</span>
      <span class="locality">Augsburg</span>
      <span class="region">DE</span>
    </span>
  </div>
  <span class="geo">
    <span class="latitude"><span class="value-title">48.22</span></span>
    <span class="longitude"><span class="value-title">10.84</span></span></span>
  </div>
</div>
```

Sobald Sie in Microdaten auch Geo-Koordinaten, wie Längen- und Breitengrade einbinden wollen, benötigen Sie die Werte für Longitude und Latitude. Ein Onlinetool bei dem Sie zur Anschrift die passenden Daten bekommen finden Sie hier<sup>7</sup>. Suchen Sie nach der Adresse: „Germanenstraße 6, 86507 Kleinaitingen“, so erhalten Sie 48.21806 und 10.8442. Der Veranstaltungsort lässt sich dann mit Hilfe des Firefox Plugins Operator<sup>8</sup> direkt anzeigen in [Google Maps](#) oder [Yahoo! Local Maps](#).

Susanne Angeli/as

### Quellen/Linktipps:

Google Sitemaps  
[wallaby.de/news/](http://wallaby.de/news/)

CMS contenido  
[contenido.org](http://contenido.org)

Microformats Wiki  
[microformats.org](http://microformats.org)

TinyMCE Anpassungen  
[forum.contenido.org](http://forum.contenido.org)

Google hCalendar  
[google.com](http://google.com)

Google Rich Snippets Tool  
[google.com](http://google.com)

Geokoordinaten ermitteln  
[erlebnis-tipps.de](http://erlebnis-tipps.de)

Firefox Plugin Operator  
[mozilla.org](http://mozilla.org)

Universal Search  
[wallaby.de/news/](http://wallaby.de/news/)



### Autor: Susanne Angeli



ist Inhaberin von wallaby IT-Systems  
<http://wallaby.de/>

Neben Ihrer Tätigkeit als Buchautorin bietet sie Beratung und Dienstleistung an für den erfolgreichen Einstieg in den Online-Handel.

# SEMrush Suchmaschinen-Marketing Tool

Domain-, Keyword- und URL-Analyse (3 in 1)

Wie oft haben Sie daran gedacht, wie toll es wäre richtige Insider-Infos über Ihre Mitbewerber haben zu können? Diese Info ist Gold wert, aber kein Konkurrent wird sie Ihnen zur Verfügung stellen. Im Netz finden wir ab und zu einige SEO und SEM Tools, die behaupten, Ihre Mitbewerber, Suchbegriffe und sogar Adwords Ads Ihnen zu zeigen.

Heute werfen wir einen Blick auf SEMRush<sup>1</sup>. Der Service stellt Daten von diversen regionalen Google Versionen bereit. Im Moment gibt es eine deutsche, französische, russische, UK, amerikanische, spanische, sogar italienische und brasilianische Datenbank (DE, COM, FR, UK, ES, RU, IT, BR). Jeden Monat erscheint ein Update, sodass immer neue Suchbegriffe, Domains und Daten hinzukommen.

Die Entwickler von SEMRush sind bereits im SEO & SEM Bereich bekannt, und zwar als Entwickler von SeoQuake - Extension für FireFox<sup>2</sup>.

Die Anmeldung auf SEMRush ist sehr einfach. Es gibt verschiedene Abonnements bei SEMRush, unter anderen ist auch eine kostenlose Free Version verfügbar, jedoch sind die Ergebnisse und die Anzahl der Suchanfragen limitiert. Für professionelle Zwecke empfiehlt sich auf jeden Fall die PRO Version, so lässt sich die Leistungsfähigkeit des Dienstes besser einschätzen.

## Wie funktioniert SEMrush

Sie geben einen Domain-Namen, Suchbegriff oder URL ins Suchfeld ein. In ein paar Sekunden erhalten Sie eine Übersicht, wie Sie Abbildung 1 sehen. Die Übersicht ist für eine Domain, für Suchbegriffe sieht sie etwas anders aus.

Was an dem Tool besonders bemerkenswert ist, dass es vielseitige Informationen über Ihre Mitbewerber zur Verfügung stellt. Unten ist einiges aufgeführt:

- ◆ **Suchbegriff:** Keywords mit denen die Webseiten Ihrer Mitbewerber in Google ranken
- ◆ **Position:** Ranking Position für einen Suchbegriff
- ◆ **Suchvolumen:** Durchschnittliche Anzahl der Suchanfragen für den Suchbegriff pro Monat
- ◆ **CPC:** Kosten per Klick auf Google Adwords
- ◆ **URL:** Seite, wo sich der Suchbegriff befindet
- ◆ **Traffic:** für jeden Suchbegriff kann man den Prozentanteil des Traffics erfahren
- ◆ **Kosten:** Traffic-Kosten in %, welche die Webseite für einen bestimmten Suchbegriff erhält
- ◆ **Wettbewerb:** Mitbewerber-Aktivität in Google Adwords für diesen Suchbegriff
- ◆ **Ergebnisse:** Anzahl der Ergebnisse für diesen Suchbegriff in der Google Suchmaschine

## Organische Suchbegriffe

SEMRush analysiert die organische Suche in Google und zeigt die Ergebnisse für mehrere Millionen Suchbegriffe (40 Mio. für US, 6 Mio. für DE). In Abbildung 2 finden Sie eine beispielhafte Darstellung mit Google DE-Daten: Suchbegriffe, Position, CPC, URL, Traffic, usw.



### Quellen/Linktipps:

- SEMRush SEO-/SEM-Tool [semrush.com](http://semrush.com)
- SeoQuake Firefox Plugin [seoquake.com](http://seoquake.com)
- WhoRush Domain FingerPrints [whorush.com](http://whorush.com)



### Berichte:

Domain-Übersicht	
Organische Suchbegriffe	948.9 k
AdWords Suchbegriffe	436.0 k
Mitbewerber in organischer Suche	706.6 k
Mitbewerber in AdWords bei Google	52.4 k
Adwords Ads Texte	436.0 k
Potentielle Ads/Traffic Käufer (Organischer zu AdWords Wettbewerb)	67.1 k
Potentielle Ads/Traffic Verkäufer (AdWords zu Organischem Wettbewerb)	612.6 k

Abb. 1: SEMrush Hauptbericht für Domain

US UK RU DE FR ES DEPT BR											Hilfe
Ergebnisse von 1 zu 100 aus 21,532											Export:
Suchbegriff	Pos	Δ	Umfang	CPC	URL	Traffic %	Kosten %	Wettbewerb	Ergebnisse	Trend	
emule island	5		1,843,520	0.05	de.semrush.com/de/i...520island	12.13	3.99	3.73	312,000		
windows ie hidden	7		1,843,520	0.05	de.semrush.com/de/i...520hidden	9.70	3.19	3.02	232,000		
rede tube	1		40,739	0.05	de.semrush.com/de/i...%2520tube	2.52	0.82	3.45	312,000		
niñas follando	1		33,332	0.05	de.semrush.com/de/i...0 follando	2.06	0.67	1.83	0		
ninjaproxy	5		302,864	0.05	de.semrush.com/de/i...injaproxy	1.99	0.65	1.59	0		
torpedos gratis	4		202,458	0.14	de.semrush.com/de/i...520gratis	1.86	1.71	1.99	0		
xbox 360 real arcade pro ex	6		247,723	0.05	de.semrush.com/de/i...ro%2520ex	1.63	0.53	2.09	0		
denen alle eingegebenen suchbegriffe vorkommen	1		22,303	0.05	de.semrush.com/de/i...vorkommen	1.38	0.45	2.12	312,000		
petardas quinceañeras	1		22,303	0.05	de.semrush.com/de/i...%25B1eras	1.38	0.45	1.44	312,000		
vagos es	5		165,423	0.05	de.semrush.com/de/i...vagos.es	1.08	0.35	1.50	0		
ie security clicker agent	3		90,530	0.05	de.semrush.com/de/i...2520agent	1.07	0.35	2.17	0		

Abb. 2: Organische Suchbegriffe in SEMrush

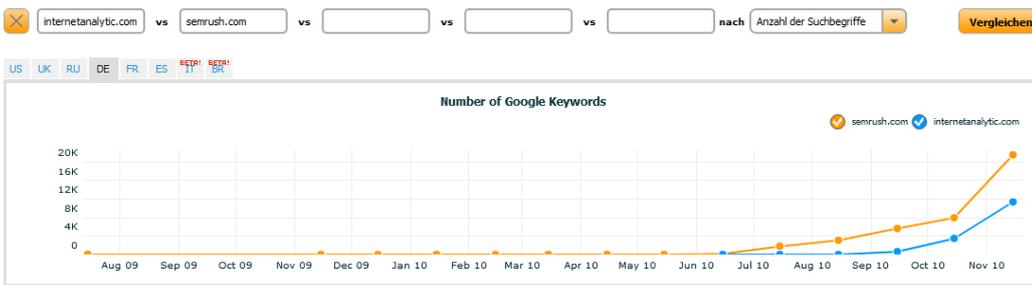


Abb. 3: SEMRush Trends - Domainvergleich

**SEMRush Mitbewerber-Analyse**

Das Beste an dem Service ist, dass er zeigt, wer für dieselben Suchbegriffe mit Ihnen in Konkurrenz steht. So werden alle Ihre Mitbewerber ersichtlich. Auf dem obigen Diagramm in Abbildung 3 können Sie den Traffic bzw. die Anzahl an Google Keywords verglichen für bis zu 5 Domains.

Abb. 4: Potenzieller Werbetraffic - Vergleich AdWords mit Organic

Potentielle Ads/Traffic Käufer (Organischer zu AdWords Wettbewerb) - 67,062 Export:

Domain	Gemeinsame Suchbegriffe	AdW Suchbegriffe	AdW Traffic	AdW Traffic Preis	SE Suchbegriffe
kaufen.com	417,191	705.9k	5.0m	2.7m	9
news.de	259,238	516.0k	3.8m	2.6m	12.5k
preisvergleich.de	251,700	490.4k	3.8m	2.7m	59.9k
special-deal.com	226,107	395.7k	2.2m	1.2m	743
preisvgl.de	190,373	366.8k	1.7m	919.9k	72

Vollständiger Bericht (67,062) >

Potentielle Ads/Traffic Verkäufer (AdWords zu Organischem Wettbewerb) - 612,565 Export:

Domain	Gemeinsame Suchbegriffe	SE Suchbegriffe	SE Traffic	SE Traffic Preis	AdW Suchbegriffe
amazon.de	339,777	2.2m	189.6m	143.2m	411.1k
idealo.de	180,488	746.5k	54.1m	49.2m	40.7k
ciao.de	174,498	784.0k	27.0m	22.4m	36.6k
wikipedia.org	133,449	3.5m	496.7m	372.8m	2
preisroboter.de	110,495	440.8k	12.8m	8.8m	0

Vollständiger Bericht (612,565) >

**Autorin: Juliana Tsybenkova**

ist Marketing Mitarbeiterin des SeoQuake Teams  
<http://www.seoquake.com/>  
<http://www.semrush.com/>  
<http://www.whorush.com/>

**Vergleich von Adwords- und Organic-Suche**

Der obere Teil in Abbildung 4 zeigt die Webseiten, die in Google Organic Search mit den gleichen Suchbegriffen stehen, welche die analysierte Webseite in Google AdWords kauft.

Der untere Teil des Screenshots enthält die Webseiten, die in Adwords Werbung kaufen für diese Suchbegriffe, mit welchen die analysierte Webseite in Google Organic steht.

Angeli Susanne

**Fazit**

Wie Sie sicherlich bemerken, bietet SEMRush viele nötige und erforderliche Features an, die ein SEO-/SEM-Tool enthalten muss. Es hilft Ihnen bei Marketing-Kampagnen, besonders wenn es wichtig ist, dass Werbebudget nicht zu überschreiten.



**Social SEO Seminar**

Social SEO kombiniert Social Media Optimierung (SMO) mit Suchmaschinen Optimierung (SEO). Entdecken Sie im Social SEO Seminar die Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten von Suchmaschinen-Marketing, Suchmaschinen-Optimierung und Social Media Marketing.

- ◆ Online Marketing-Mix
- ◆ Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- ◆ Social Media Prozess (LISTEN)
- ◆ Irrtümer, Fehler und Fallen
- ◆ Marketing-Tools und -Instrumente
- ◆ Social Media Marketing Fallstudien



am 21.05. [Seminar in Augsburg](#)  
 am 04.06. [Seminar in Hamburg](#)  
 am 23.07. [Seminar in Berlin](#)

**zur Anmeldung ...**

Newsletter-Abonnenten erhalten 5 % Extra-Rabatt

**Seminarkosten**

Die Kosten pro Seminar-Teilnehmer betragen **599 EUR zzgl. 19 % USt.** inklusive Verpflegung, Kaffee & Kuchen, Hotel (gratis ab 150 km Anreise) und Seminarunterlagen.

## TOP News Portale der DACH-Region

News und Kurznachrichten veröffentlichen

Die SEO- und Social-Media-Aktivitäten sind sehr vielfältig. Im Web 2.0 tummeln sich viele Serviceangebote, wie Bookmarking-Portale, News-Portale, Autoren-Portale, Fragen-Portale, Bewertungs-Portale, Presse-Portale uvm. In diesem Themenbeitrag stellen wir Ihnen die besten deutschsprachigen Nachrichten Portale bzw. News Portale vor, auf denen Sie selber Nachrichten veröffentlichen können und sollen. Die guten Social News Portale besucht Google häufig und publiziert die Neuigkeiten auch teilweise in den Google News.

Wer sinnvolle Informationen verteilt, diese Inhalte seo-technisch optimiert und obendrein noch etwas Glück hat der kann viel Traffic generieren. Die eingestellten Informationen landen in manchen Webmagazinen, Blogs, Bookmark-Diensten und weiteren Newsportalen und erhalten so weitere Backlinks. Auf jeden Fall eignen sich News Portale hervorragend dazu sein eigenes Image und den Online Ruf (Reputation) auszubauen. Virale Effekte und Social Media bringen Ihnen so extra Reichweite und Engagement im Web 2.0.

Wie so etwas aussieht zeigen wir Ihnen am Beispiel von yigg und SEOiggg. In Abbildung 1 sehen Sie zwei Kurznachrichten mit Links zu den jeweiligen Inhalten. Teilweise wurden schon Votings vorgenommen durch andere Leser. Je mehr User für einen Beitrag stimmen, desto höher ist das Ranking auf dem jeweiligen News Portal. Oftmals gilt bei den Portalen jedoch weniger ist mehr, denn

henden TOP News Portale der DACH Region zugreifen. Wobei es immer sinnvoll ist zunächst einige Textbeiträge auf diversen Portalen vorzunehmen. Dies hilft Ihnen dabei die am besten passenden Seiten herauszufinden, wo Ihre Zielgruppe sich aufhält und welche den meisten Traffic liefert.

- ◆ infopirat :: <http://infopirat.com/>
- ◆ kledy :: <http://www.kledy.de/>
- ◆ reddit :: <http://de.reddit.com/>
- ◆ scoop :: <http://scoop.at/>
- ◆ shortnews :: <http://www.shortnews.de/>
- ◆ SEOiggg :: <http://www.seoiggg.de/>
- ◆ SEO-United :: <http://www.seo-united.de/>
- ◆ t3n :: <http://t3n.de/news/>
- ◆ webnews :: <http://www.webnews.de/>
- ◆ wikio :: <http://www.wikio.de/>
- ◆ yigg :: <http://www.yigg.de/>
- ◆ zitig :: <http://www.zitig.ch/>

### Rezension schreiben und Backlink kassieren

**10** **SEOiggs** Wir möchten unsere Bücher "Magento - Erfolgreich mit dem ersten Online-Shop" und "Der Online-Shop - Handbuch für Existenzgründer" noch erfolgreicher am Markt etablieren. Wer eine ehrliche Rezension schreibt, der bekommt einen Backlink auf unserer eCommerce Plattform.

+ Verfasst von **gummibaerle** am Di, 02/23/2010 - 09:25. | Tags: **amazon** **backlink** **buch** **Rezension**

> **Neuen Kommentar schreiben** **Spam?** **Full story** **10 SEOiggs**

### Suchmaschinen Optimierung mit Social Media

von **gummibaerle** - 14.12.10 22:09 Präsentation zum Konferenz Vortrag "Suchmaschinen Optimierung mit Social Media" auf der Social Software Konferenz 2010. Inhaltlich geht es um die drei Themenblöcke: Gemeinsamkeiten von Socialmedia & SEO, operative Strategien im Social-Media-Prozess und Marketing-Ziele anhand von Fallstudien.

**Kommentare: (0)** <> **suchmaschinenoptimierung** <> **seo**

Abb. 1: Veröffentlichte Nachrichten im News Portal

einige erlauben nur eine begrenzte Länge bei den Beiträgen. Andererseits geht es hier nicht darum die komplette Nachricht vorzustellen. Es geht ähnlich wie bei Twitter darum, mit wenigen Worten den Leser neugierig zu machen und ihn zum Weiterlesen zu animieren.

Wichtig ist hierbei natürlich die Überschrift, denn diese fällt zuerst auf. Im kurzen Beschreibungstext stehen dann noch alle relevanten Informationen, erforderlichen Fakten und natürlich ebenfalls die wichtigsten Keywords.

Wer sich einmal mit der News Thematik auseinandersetzen möchte, der kann auf eines der nachste-

Ähnlich verhält es sich bei Nachrichten. Manche Portale liegen einem eher, andere bringen keinen nennenswerten Erfolg. Möglicherweise liegt es aber einfach am Thema, dass vielleicht niemanden interessiert. Veröffentlichen Sie nach Möglichkeit spannende Inhalte, die den Usern Mehrwert bringen. Nur so schaffen Sie es den Traffic und die Klicks nach oben zu schrauben. Haben Sie jedoch erst einmal die für Sie optimalen News Portale gefunden, dann schreiben Sie ruhig alle 2 - 3 Tage einen neuen Text. Im Laufe der Zeit etablieren Sie sich als Botschafter und bauen sich einen Ruf im Web auf. Dies bringt Ihnen mittel- bis langfristig betrachtet ganz nebenbei den gewünschten Kontakt zur Zielgruppe.

**Autor: Angeli Wolfgang**



ist Gründer von cleverUP Solutions <http://cleverUP.de>

Neben seiner Arbeit als Buch-Autor unterstützt er Online-shop-Inhaber bei der Existenzgründung und ist zudem als SEO-/SMO-Berater aktiv.

amazon.de  
Amazon.de  
Geschenkgutscheine  
Immer das passende Geschenk  
Hier klicken  
Information

Bei der Publikation von PDF-Dokumenten haben wir beispielsweise die Erfahrung gemacht, dass slideshare, Mister-Wong & scribd viele Zugriffe auf die PDFs erreichen, während issuu und calaméo eher eine mässige Anzahl an Zugriffen liefern.

### Fazit

Die Arbeit mit News Portalen kostet nicht nur Zeit sondern auch viel Engagement. Nur diejenigen die regelmäßig in die Community einzahlen (in Form von Content), erzielen den gewünschten Erfolg. Besonders wichtig ist hierbei die Ausdauer. Die Devise lautet also dranbleiben, weitermachen und Potenziale nutzen.

Angeli Wolfgang / aw

## Video SEO Texte optimal erstellen

So optimieren Sie Videos für YouTube, vimeo & Co.

Videos und Podcasts kommen dank Universal Search immer mehr in Mode. Viele Online Business Kunden bekommen sehr viel Traffic über YouTube, vimeo, MyVideo und andere. Jedoch befolgen einige Unternehmen noch nicht einmal die Grundregeln, um ein Video optimal einzustellen. Auf dem Video Markt tummeln sich mittlerweile zahlreiche Diensteanbieter, die die Video Produktion und Video Vermarktung sinnvoll unterstützen. Der folgende Themenbeitrag liefert Ihnen einen guten Überblick, wie Sie ein Video SEO-technisch optimal aufbereiten.



Video SEO unterscheidet sich im Grunde kaum von anderen SEO-Maßnahmen. Nachdem Google noch keine Texte aus Videos extrahieren kann, muss man das selbst in die Hand nehmen oder ein Webtool damit beauftragen. Mittlerweile gibt es einige interessante Hilfsmittel, um automatisch ...:

- ◆ Meta-Daten für Videos zu erstellen <sup>1</sup>
- ◆ Spracherkennung für Videos durchzuführen <sup>2</sup>
- ◆ Codecs von Videos zu ermitteln <sup>3</sup>

Falls Sie keine Webtools nutzen, verfolgen Sie die folgenden Maßnahmen zur Video-Optimierung:

- Schritt 1: Qualitativ hochwertige Videos erstellen
- Schritt 2: Aussagekräftige Dateinamen festlegen
- Schritt 3: Sinnvolle Text-Informationen nutzen
- Schritt 4: Video Sitemap an Google melden
- Schritt 5: Video bei Portalen hochladen
- Schritt 6: Social Media Marketing betreiben
- Schritt 7: Video im eigenen Blog einbinden

Denken Sie vor dem Upload auch gleich an ein sinnvolles Standbild, das zum Klicken animiert. Im YouTube Hilfeforum <sup>4</sup> finden sich einige Hinweise, welche ersten Schritte zum optimieren von Video-Uploads wichtig sind. Zu beachten ist das Seitenverhältnis, es wird empfohlen Videos in HD-Qualität (Auflösung von 1280 x 720 px oder mehr) hochzuladen. Optimal:

- ◆ 16:9-Videos im Seitenverhältnis 1280 x 720 px
- ◆ 4:3-Videos im Seitenverhältnis 640 x 480 px

Nach den Beobachtungen von Martin Mißfeldt <sup>5</sup> spielt der Dateiname des Videos eine wesentliche Rolle. Die im Dateinamen enthaltenen Keywords sind maßgeblich relevant für das Ranking in der Google- bzw. YouTube-Suche.

Mit dem vetail-x Tool extrahieren Sie aus Ihren Videos den enthaltenen Text. Weitere sinnvolle Meta-Daten und beschreibenden Text-Infos sind Videotitel, Videobeschreibung und Keywords (Tags). Die maximal erlaubte Zeichenanzahl sind:

- ◆ Videotitel: 120 Zeichen
- ◆ Videobeschreibung: 1000 Zeichen
- ◆ Videotags: 120 Zeichen

Speziell für Videos bietet Google spezielle XML-Sitemaps an, die Sie auch in den Google Webmaster-Tools sehen unter „Labs » Video Sitemaps“ <sup>6</sup>.

```
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
xmlns:video="http://www.google.com/schemas/sitemap-video/1.1">
<url>
<loc>http://www.example.com/videos/video-zielseite.html</loc>
<video:video>
<video:thumbnail_loc>http://bsp.de/mini/123.jpg</video:thumbnail_loc>
<video:title>Mein tolles Video</video:title>
<video:description>Hier seht ihr ...</video:description>
<video:content_loc>http://bsp.de/video123.flv</video:content_loc>
<video:player_loc allow_embed="yes" autoplay="ap=1">
http://bsp.de/videooplayer.swf?video=123
</video:player_loc>
<video:duration>600</video:duration>
<video:rating>4.2</video:rating>
<video:view_count>12345</video:view_count>
<video:publication_date>2007-11-05</video:publication_date>
<video:tag>SEO</video:tag>
<video:category>Seminar</video:category>
<video:family_friendly>yes</video:family_friendly>
<video:restriction relationship="allow">DE</video:restriction>
<video:gallery_loc title="zB">http://bsp.de</video:gallery_loc>
<video:price currency="EUR">1.99</video:price>
<video:uploader info="http://bsp.de/user/name">Name</video:uploader>
</video:video>
</url>
</urlset>
```

Abb. 1: Beispiel einer Video XML-Sitemap

Damit Sie eine möglichst breite Streuung des Videos erreichen, laden Sie das Video bei mehreren Plattformen hoch. Damit Google nicht merkt, dass es sich um identische Videos handelt, sollten Sie jedoch die Meta-Daten stark variieren. Weitere Video-Sites sind u.A.: clipfish.de, GUBA.com, Hulu.com, Metacafe.com, myvideo.de und vimeo.com.

Mit dem Hochladen ist es jedoch alleine noch nicht getan, um bessere Ergebnisse zu erzielen sollten Sie noch Social Media Marketing betreiben. Also verlinken Sie auf das hochgeladene Video in diversen sozialen Netzen: Facebook, Twitter uvm.

Zu guter letzt ist es natürlich sinnvoll, das Video noch in die eigene Website einzubetten. Einfach das YouTube Video auswählen und den Quellcode kopieren und Video in Blog einbetten.



Abb. 2: Fluch der Karibik 4 Video auf Website einbetten

### Quellen/Linktipps:

- Video Meta-Daten [veeseo.com](http://veeseo.com)
- Video Spracherkennung [vetail-x.com](http://vetail-x.com)
- GSPot Video-Analysetool [headbands.com](http://headbands.com)
- Video-Upload optimieren [youtube.com](http://youtube.com)
- Mißfeldt Martin [tagseoblog.de](http://tagseoblog.de)
- Video XML-Sitemaps [google.com](http://google.com)

### Fazit

Videos sind ein toller Traffic-Lieferant. Das gilt natürlich um so mehr, je besser Sie das Video SEO-optimiert präsentieren. In einem Top Marketing-Mix darf dieses Marketing Mittel keinesfalls fehlen. Wichtig ist auf jeden Fall Video-Texte keywordlastig aufzuwerten, dadurch werden Ihre Videos bei der Suche besser ranken.

Angeli Wolfgang/aw

## Unser Buch-Tipp

Das [Social Media Buch](#) „Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter, XING & Co.“ von Reto Stuber kann man guten Gewissens weiterempfehlen. Nicht nur weil es inhaltlich viel bietet, sondern weil man die Kompetenz des Autors in vielen Tipps & Tricks rund um Social Media herauslesen kann.

Besonders informativ und abwechslungsreich fand ich persönlich die Fallstudien, Best Practice Cases und Worst Case Szenarien. In manchen Büchern findet man sonst nur die üblichen Erläuterungen, wie Facebook, Twitter, XING und Co. funktionieren. Dieses Buch hebt sich jedoch von der Masse positiv ab. Sehr positiv ist auch die Menge an Tools und Hyperlinks, die sich für den Social Media Einsatz eignen. Was mir bislang ganz neu war, sind die Facebook Shops. Mittlerweile gibt es Anbieter bzw. Dienstleister, die es einem Shop-Inhaber ermöglichen auf Facebook ebenfalls manche Produkte anzubieten. Wer den Einstieg in den Bereich Social Media Marketing schaffen will, der ist mit diesem Buch gut bedient. Es bietet alles was man braucht.

### Gesamtfazit

„[Reto Stuber](#) zeigt mit der Webseite zum Buch, dass er Social Media Marketing nicht nur hervorragend theoretisch erläutern kann, sondern professionell praktisch umsetzen kann.“

*Susanne Angeli / as*



- ◆ Seitenumfang: 352 Seiten
- ◆ Verlag: Data Becker
- ◆ Erscheinungstermin: 11/2010
- ◆ ISBN: 381583063X (1. Aufl.)
- ◆ Preis: 29,95 EUR

### Gesamtwertung (5 von 6)



## Kalender 2011 :: Veranstaltungen Januar - März

27.01. - 28.01.2011	Kongress	<a href="#">M-Days Kongress</a>	Frankfurt am Main
Februar 2011	Vorträge	<a href="#">Internet Days</a>	Werther
12. Februar 2011	User-Treffen	<a href="#">plentyMarkets User-Treffen</a>	Kassel
15.02. - 16.02.2011	Konferenz	<a href="#">Social Media Conference</a>	Hamburg
19. Februar 2011	User-Treffen	<a href="#">Tradoria Live! 11</a>	Bamberg
22.02. - 23.02.2011	Kongress	<a href="#">IT@COMMERCE</a>	Frankfurt am Main
12.03. - 13.03.2011	Networking	<a href="#">SEO Campixx</a>	Berlin
19. März 2011	Vorträge	<a href="#">Hitmeister eCommerce Day</a>	Köln
22. März 2011	Konferenz	<a href="#">ecommerce conference</a>	Hamburg

Haben Sie einen Veranstaltungstermin für uns? Stammtisch, Kongress, Konferenz, Messe oder ähnliches im Bereich SEO, SEM oder eCommerce. Dann schreiben Sie uns eine Nachricht! Wir veröffentlichen Ihren Termin kostenlos in unserem [SEM-/SEO-Veranstaltungskalender](#) und publizieren in zusätzlich im PDF-Format des [Shopleiter-Magazins!](#)

## Impressum

### wallaby IT-Systems

Inhaber Susanne Angeli  
Germanenstraße 6  
86507 Kleinaittingen

Fon: +49 8203 / 95 97 64  
Fax: +49 8203 / 95 97 65  
Mail: [info@wallaby.de](mailto:info@wallaby.de)  
<http://wallaby.de>

**Wir zeigen wie es geht,  
damit Sie es verstehen!  
... für Ihren Erfolg!**

wallaby IT-Systems besteht seit 2004 und ist seit dem im eCommerce-Bereich tätig. Anfangs mit einem Onlineshop für Notebooks und Notebooktaschen waren die Gründer Susanne Angeli und Wolfgang Kundler hautnah mit am Start des eCommerce in Deutschland dabei. Aus dem großen Erfahrungsschatz entstand im Jahre 2005/2006 ihr erstes Buch „Der Online Shop – Handbuch für Existenzgründer“, mit dem Sie Einsteigern Ihr Wissen über den Onlinehandel weitergeben. Sie teilen nicht nur Informationen über Neuigkeiten aus dem eCommerce-Markt mit, sondern stehen mit Rat und Tat Existenzgründern aus dem Onlinehandel zur Seite. Somit entstand der Dienstleistungssektor für Shopbetreiber von wallaby IT-Systems. Vom geeigneten Shophosting über Beratung, Installation und Konfiguration zu Shopsystemen bis hin zu [SEO-Beratung](#) und Onlinemarketing bieten Sie eine breite Palette für jeden Shopeinsteiger.