

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Grundlagen</b>	<b>3</b>
2.1	Terminologie	3
2.2	Der Markt der Suchmaschinen	4
2.3	Die Internetpräsenz www.still.de	6
2.4	Die Quellen des Buches	7
<b>3</b>	<b>Die Funktionsweise der Suchmaschinen</b>	<b>9</b>
3.1	Die Entwicklung der Suchmaschinen	9
3.2	Die heutige Situation	10
3.3	White-Hat-Optimierung	11
3.4	Grey-Hat-Optimierung	11
3.5	Black-Hat-Optimierung	12
3.6	Die Google-Sandbox	12
3.7	Das Thema Klick-Popularität	13
<b>4</b>	<b>Die Besonderheiten der Suchmaschine Google</b>	<b>15</b>
4.1	Das Geschäftsmodell von Google	15
4.2	Kostenlose Angebote	17
4.3	Der Aufbau einer Google-Ergebnisseite	17
4.4	Der Pagerank	18
<b>5</b>	<b>Multimedia im World Wide Web</b>	<b>21</b>
5.1	Flash	21
5.2	Textbasierte Formate außer HTML	22
5.3	Ajax	22
5.4	Universal Search	23
<b>6</b>	<b>Die Strukturierung einer Internetpräsenz</b>	<b>25</b>
6.1	Keyword-Recherche nach der Silo-Theorie	26
6.2	Die Link-Struktur einer Silo-Internetpräsenz	27

<b>7</b>	<b>Der 9-Punkte-Optimierungsplan</b>	29
7.1	Feststellung des Ist-Zustandes – Bestandsaufnahme	33
7.2	Keyword-Recherche	35
	Quellen für Keywords	37
	Evaluierung möglicher Keywords	38
	„The long tail“	40
	Keyword-Phrasen	42
7.3	Erarbeitung einer Content-Strategie	43
7.4	OnPage-Optimierung	45
	Struktur-Fragen	45
	HTML: Anwendung der Keywords	49
7.5	Anmeldung bei den Suchmaschinen	56
7.6	Social-Media-Optimierung	56
7.7	OffPage-Optimierung	60
	Bewertungskriterien für Backlinks	60
	Backlink-Strategien	63
7.8	Kontrolle der Ergebnisse	68
7.9	Auf dem neuesten Stand bleiben	69
7.10	Von vorn beginnen	69
7.11	Bewertung der einzelnen Maßnahmen	70
<b>8</b>	<b>Die Anwendung des Optimierungsplans am Beispiel <a href="http://www.still.de">www.still.de</a></b>	73
8.1	Feststellung des Ist-Zustandes – Bestandsaufnahme	74
8.2	Keyword-Recherche	77
8.3	Content-Strategie	79
8.4	OnPage-Optimierung	80
	Der Maßnahmenkatalog	81
	Erläuterung der Maßnahmen	83
	Die Option „speaking URLs“ bei <a href="http://www.still.de">www.still.de</a>	90
8.5	Anmeldung bei den Suchmaschinen	92
8.6	Social-Media-Optimierung	92
8.7	OffPage-Optimierung	93
	Vorschlag eines OffPage-Maßnahmenkataloges	93
8.8	Kontrolle der Ergebnisse	95
8.9	Auf dem neuesten Stand bleiben	95
8.10	Von vorn beginnen	96
8.11	Einschätzung der Optimierung von <a href="http://www.still.de">www.still.de</a>	96
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung</b>	99
9.1	Generelle Erkenntnisse	99
9.2	Ausblick	100
	<b>Literaturverzeichnis</b>	103
	<b>Sachwortverzeichnis</b>	105