

SEO - im ständigen Wandel oder doch immer gleich?

26.11.2012 - Search Conference - Gero Wenderholm

Gero Wenderholm



Tchibo – Head of SEO

TRG – Senior SEO Consultant

Interone – Senior SEO Consultant

Dr. Klein – SEO Manager

LCDmedia – Entwickler/ Online-Manager

Diplom-Informatiker (FH)

SEO wird seit ein paar Jahren immer populärer!

Ich beschäftige
mich mit SEO
seit 2002

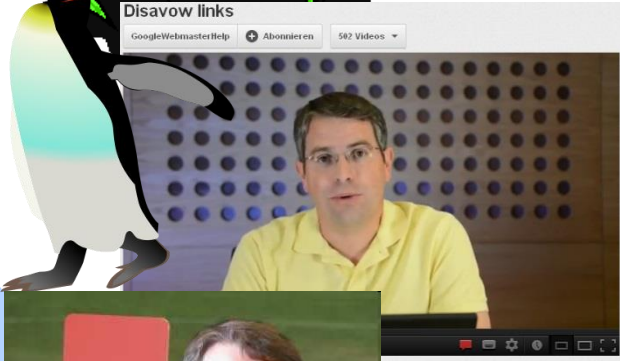


Quelle: Google Trends

Vielleicht schon etwas zu lange....



Was soll SEO heute tun?



WDF * P * IDF

Korrelation = Kausalität ?

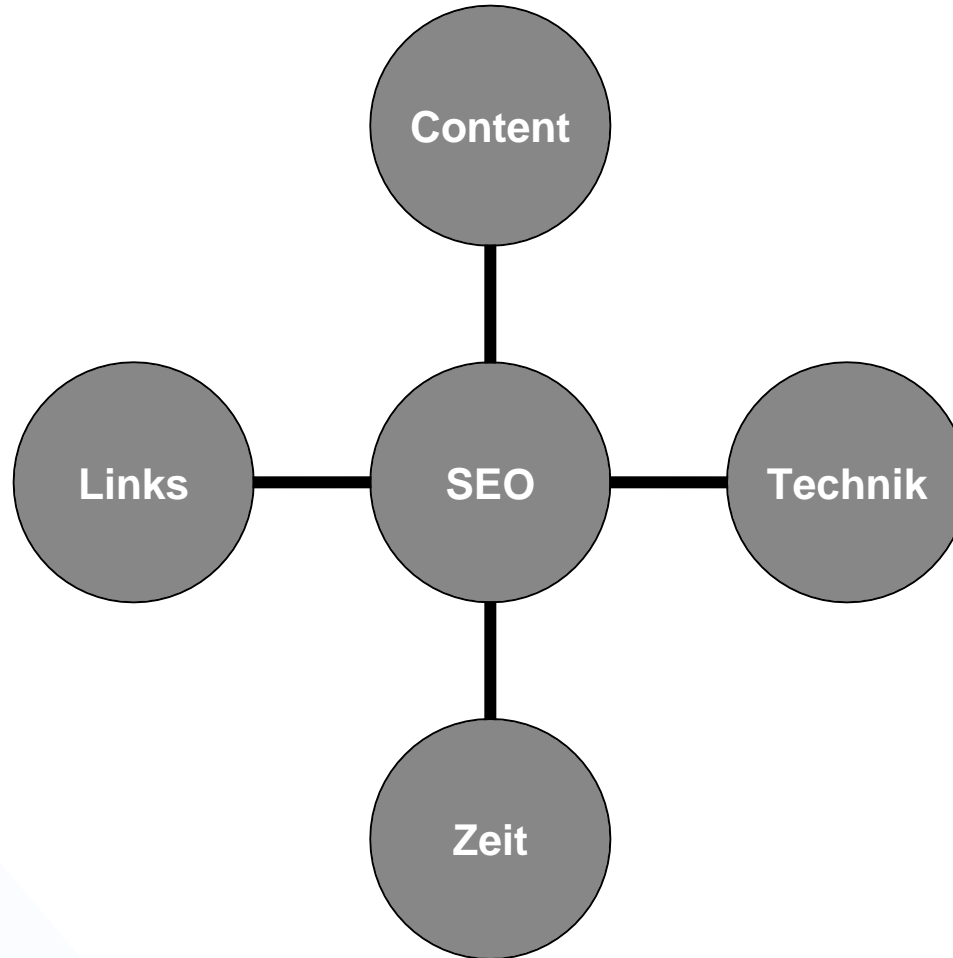


- Seo Gold
- seo gold
- seo goldman
- seo golden bullet
- seo goldene regeln

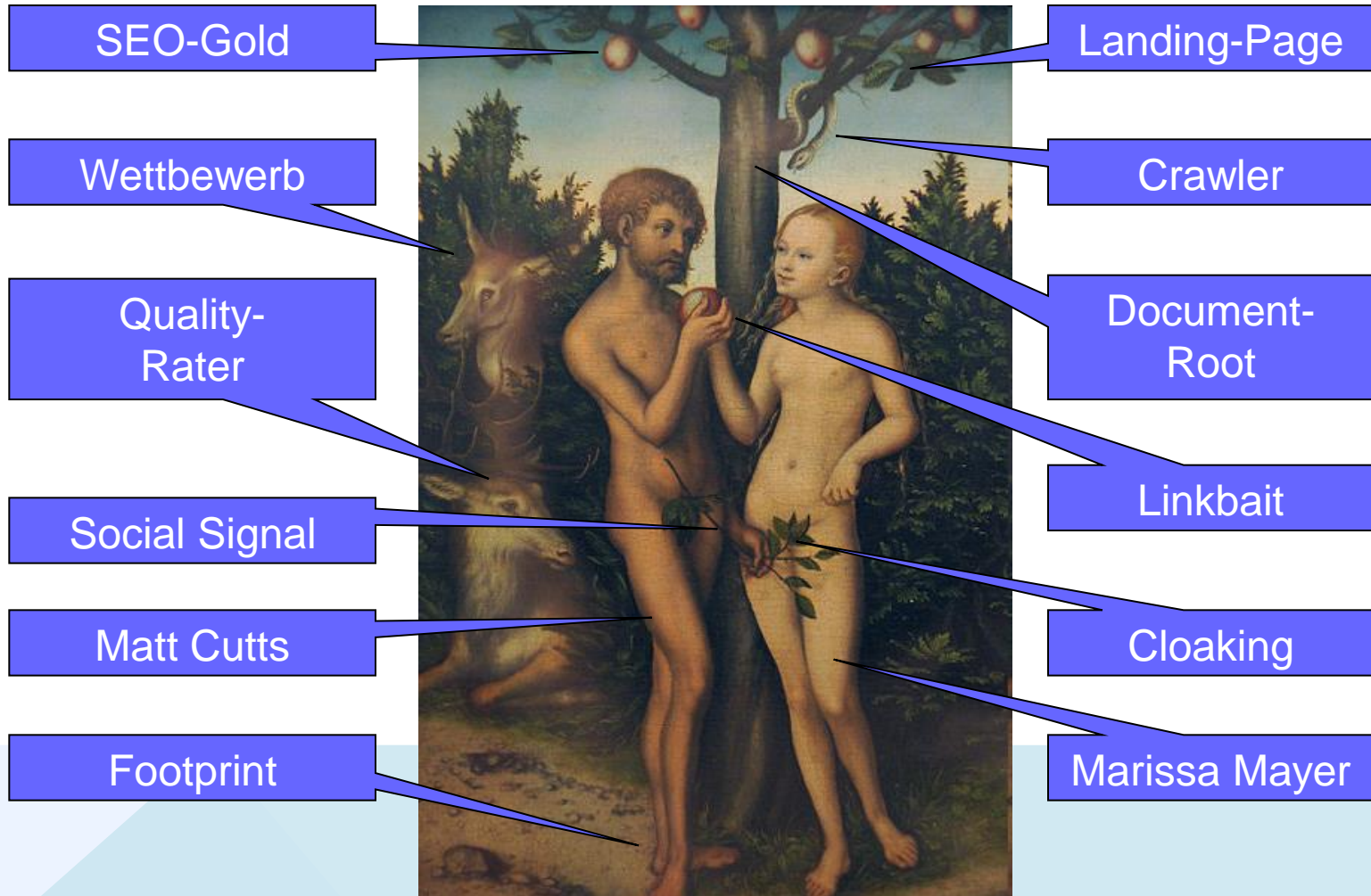


26.11.2012

Elemente des SEO – im ständigen Wandel!?



SEO ganz früher...



Internet & Suche 2002 ff.

- 500 Mio Internet Nutzer (2012: > 3.000 Mio)
- Ø 46 min Nutzung pro Tag (2012: 240 min)
- > 10min Musik-Download via 56K Modem
- 3 Mio Web-Auftritte (2012: 555 Mio)
- 95% Nutzung des Internet Explorers (2012: 38%)
- 3 Mio Friendster Nutzer (2012: >1.000 Mio Facebook)



SEO bis 2002



Google Updates (2)

- Google Toolbar
- Google Dance

SEO

- Doorway Pages
- Hidden Text
- Eintragssoftware

Content

- Keywords überall
- 1 Seite pro Keyword
- Seiten zu allen Themen
- Vertipper-Seiten

Links

- Link-/ Domainpopularität
- Linktexte
- Verzeichniseinträge
- Linklisten

Technik

- Korrektes HTML
- Keine Frames
- Kein Text als Grafik
- MS FrontPage

Zeit

- Domainalter
- Linkalter

SEO 2003



Google Updates (7)

- Cassandra (Hidden Text)
- Florida (KW-Stuffing)
- Tägliche Updates
- Supplemental Index

SEO

- Linktausch
- Satellitenseiten
- „Miserable Failure“

Content

- Überschriftenhierarchie
- Meta-Title & Description
- Wortvarianten

Links

- Hoher PageRank
- Class-C Netze
- Footer-Links
- Keyword im Linktext

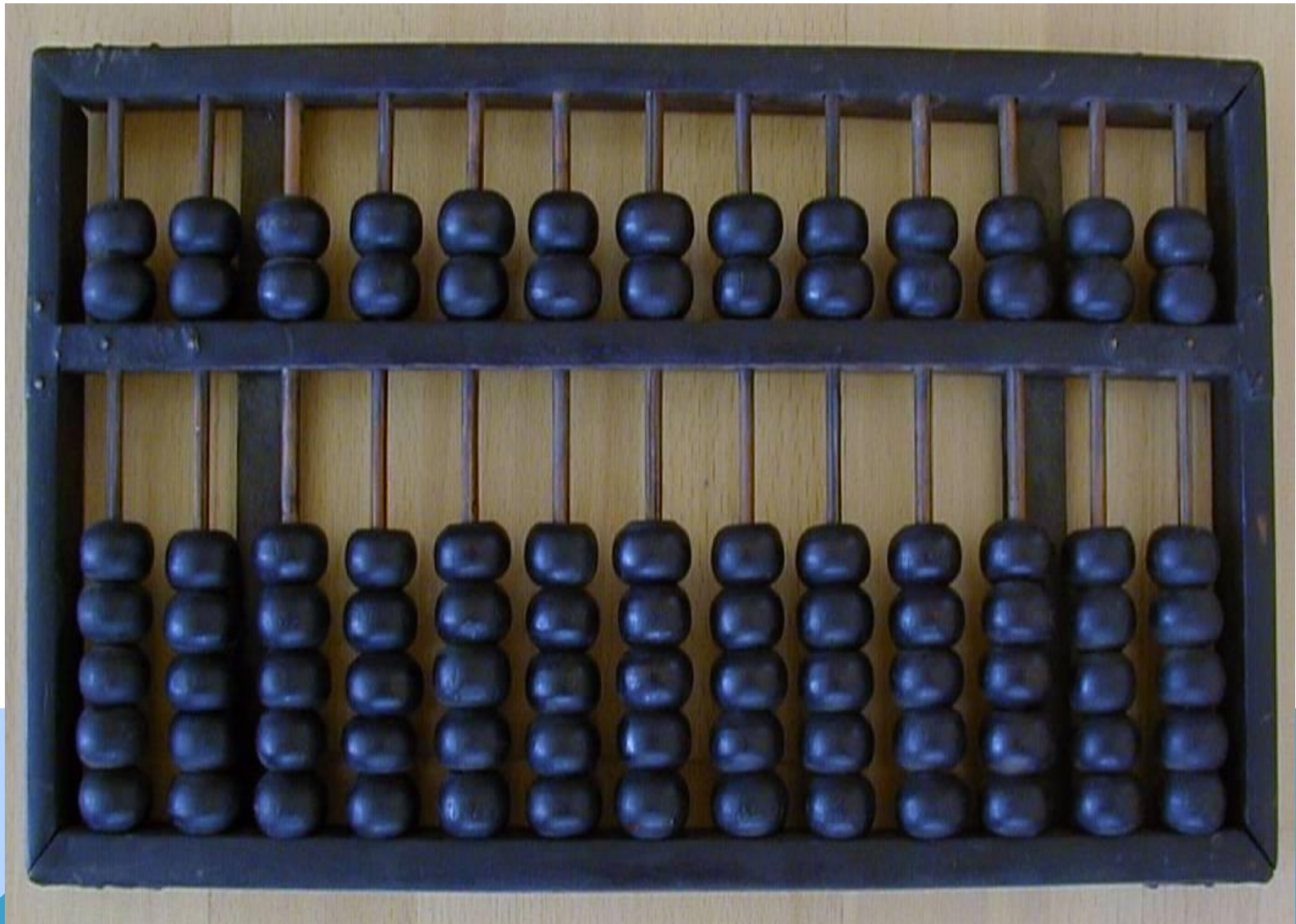
Technik

- NoFrame / NoScript
- CSS

Zeit

- Schnellere Indexierung
- Newbie Bonus

2003: Was hat das mit SEO zu tun?



SEO 2004



Google Updates (3)

- Austin (OnPage Spam)
- Brandy (LSO)
- Google IPO

SEO

- Google Keyword-Tool
- PR-/ Backlink Updates
- URL-Hijacking 🎩

Content

- Synonyme
- Keyworddichte

Links

- Themenrelevanz
- Feed-Verzeichnisse
- Linkkauf-Netzwerke

Technik

- RSS-Feeds
- DIVs statt Tables

Zeit

- Content-Wachstum
- Link-Wachstum

SEO 2005



Google Updates (8)

- Jagger (low quality Links)
- Big Daddy (Urls, redirects)
- Personalisierung, Maps
- XML-Sitemaps, nofollow

SEO

- Duplicate Content
- Google Penaltys

Content

- Unique Content
- Scraping / Spinning

Links

- Bad Neighbourhood
- Social Bookmarking
- Artikeltausch

Technik

- XML-Sitemaps
- Status Codes 301/302

Zeit

- Sandbox-Effekt

Internet & Suche 2006 ff.

- Web 2.0 – Das „Mitmach Web“
- Blogging
- Google bedient >70% aller Websuchen
- Google kauft Youtube
- MySpace hat >100 Mio Nutzer



SEO 2006



Google Updates (2)

- Supplemental Update
- False Alarm

SEO

- Domain Authority
- Linkbuilding
- BMW
- seo.fm

Content

- User Generated Content
- Bilder & Videos

Links

- Artikelverzeichnisse
- Blogrolls
- Blog-Kommentare
- Trackback-/ Pingback

Technik

- XML Sitemaps Vers. 0.9
- Ajax

Zeit

- Content-Aktualität
- Link-Aktualität

SEO 2007



Google Updates (2)

- Buffy (Sammelupdate)
- Universal Search:
Blogs, Video, Images...

SEO

- Google Webmaster Tools
- SEOmoz Rankingfaktoren
- Universal Strategien

Content

- Textbroker
- Was bedeutet
Content-Qualität?

Links

- Linkbaits
- Gewinnspiele
- Text Link Ads

Technik

- Widgets / Badgets
- Video Sitemap
- Server-Fehler

Zeit

- Crawling-Frequenz
- Crawling-
Geschwindigkeit

Januar 2007: Google Platz 1 für „SEO“?



SEO 2008



Google Updates (2)

- Dewey (Google Services?)
- Google Suggest

SEO

- Sitelinks
- PageRank Sculpting
- Sistrix-Toolbox

Content

- Paginierung
- Keyword-Fokus auf Google Suggest

Links

- Lange Linktexte
- Linkbuilding-Agenturen

Technik

- X-Robots Tag
- Flash Indexierung

Zeit

- Google „lahmt“

SEO 2009



Google Updates (4)

- Vince (Brands)
- Caffeine (US)
- Real Time Search

SEO

- Rich Snippets
- Social Search!?
- Personalisierung

Content

- Snippet-Optimierung
- Nutzerverhalten!?

Links

- Strafen für Linkkäufer
- „Russenlinks“
- Linkmix Konsolidierung

Technik

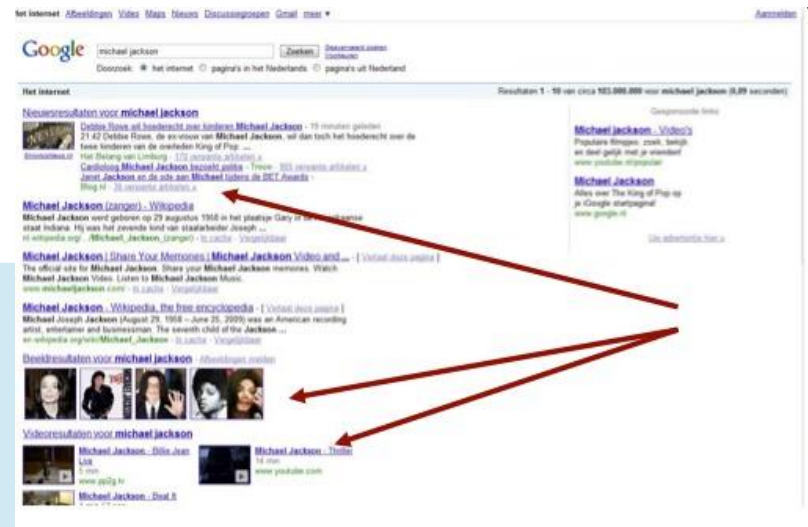
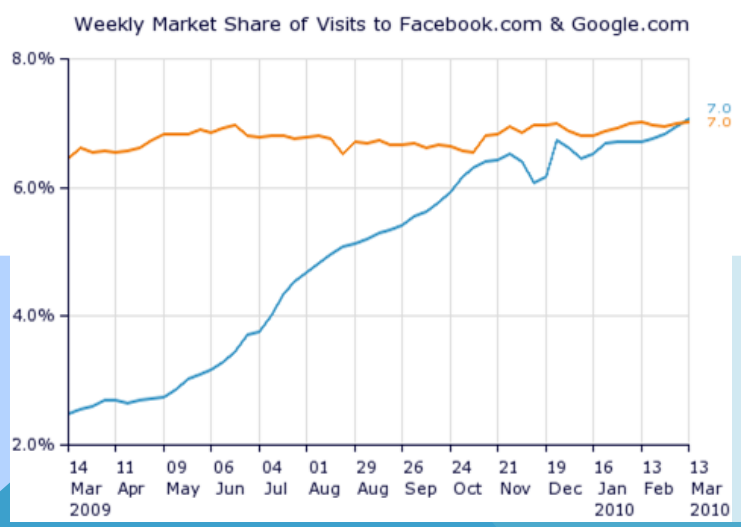
- Canonical Tag
- HTML 5 ist „fertig“
- Image-Sitemap

Zeit

- Real-Time Indexing
- Schnellere Ergebnis-Auslieferung bei Google

Internet & Suche 2010 ff.

- The Social Web
- Facebook.com hat mehr Nutzer als Google.com
- Always Online
- Jeder Deutsche besitzt 1,3 Handys
- Google mit >90% Anteil bei mobiler Suche
- >50% Suchergebnisse mit Universal Integration
- 2012 wird Googles Chrome Browser Marktführer



Quellen: Hitwise, izmf, Statcounter Global Stats, Sistrix

SEO 2010



Google Updates (8)

- May Day (Long Tail)
- Instant Previews
- Brand Update
- Social Signals

SEO

- Become a Brand!
- SEO ist (wieder) tot!?
- Mahalo, Mister-Wong...
- „Don't be evil“?

Content

- Absprungraten
- Long-Tail Cut
- Siloing

Links

- „Links ohne Links“
- Social Graph

Technik

- Page-Speed Themen
- RDF / Mikroformate

Zeit

- Page-Speed = Ranking
- Starker Anstieg aktueller Ergebnisse i.d. SERPs

SEO 2011



Google Updates (21)

- Panda Update (Content)
- Schema.org
- Google+
- Freshness Update

SEO

- Panda Recovery Taktik
- Hybbprqag
- Bloggergate

Content

- Fresh
- Shareable
- Structured

Links

- Social Signals
- Bewertungen für Places

Technik

- Google Smartphone Bot
-> User Agent Handling

Zeit

- Natürlichkeit beim Linkaufbau & Signalen

SEO 2012



Google Updates (33)

- Above The Fold (Ads)
- Venice (Local Results)
- Penguin (Links)
- Pony (Qualität?)

SEO

- Author Rank
- Negative SEO
- Tools
- Pinterest

Content

- Nutzerverhalten!
- Sichtbarer Content
- WDF*P*IDF
- Alten Content abbauen?

Links

- Google +1
- Schlechte Links abbauen?
- Linktexte: Negativ-Signale
- Top-Links bringen Traffic

Technik

- Responsive Webdesign

Zeit

- User Time on Site
- Aktualisierungsfrequenz des Contents

SEO 2013



26.11.2012

Content: Was ist gleich, was ist anders?

- Nachfrageorientierung war immer richtig
- Qualität, Aktualität und Einzigartigkeit war nie falsch
- Eine schlechte Content-Struktur killt jedes SEO

- Google ist schlauer geworden, Qualität zu bewerten
- Nutzerverhalten wird der Schlüssel sein!!!

Was bedeutet das für die eigene Content-Strategie?

- Hört auf Eure SEOs bei der Inhaltsplanung
- Bietet dem Nutzer was er will und noch mehr
- Reitet keine toten Pferde!
- Plant ausreichend Kapazitäten für einen dauerhaften Content-Prozess

Keywords

Synonyme

Unique

Qualität

User

Links: Was ist gleich, was ist anders?

- Signale sind fester Bestandteil des Google-Algorithmus
- Qualität, Aktualität und Natürlichkeit war nie falsch
- Links, die Traffic bringen sind und bleiben Gold wert
- Wer freiwillig verlinkt wird, hat große Vorteile

- Es gibt viel mehr Signale und Signalgeber als früher
- Google passt Vertrauen in Signalgeber ständig an

Was bedeutet das für die eigene Offpage-Strategie?

- Eigene Marketingkanäle konsequent für SEO Nutzen
- Nutzern freiwillige Verlinkung vereinfachen
- Gesunder Linkmix mit ein bisschen SEO-Gold
- Linkaufbau muss auch als Prozess gelebt werden

Menge

PageRank

Relevanz

Qualität

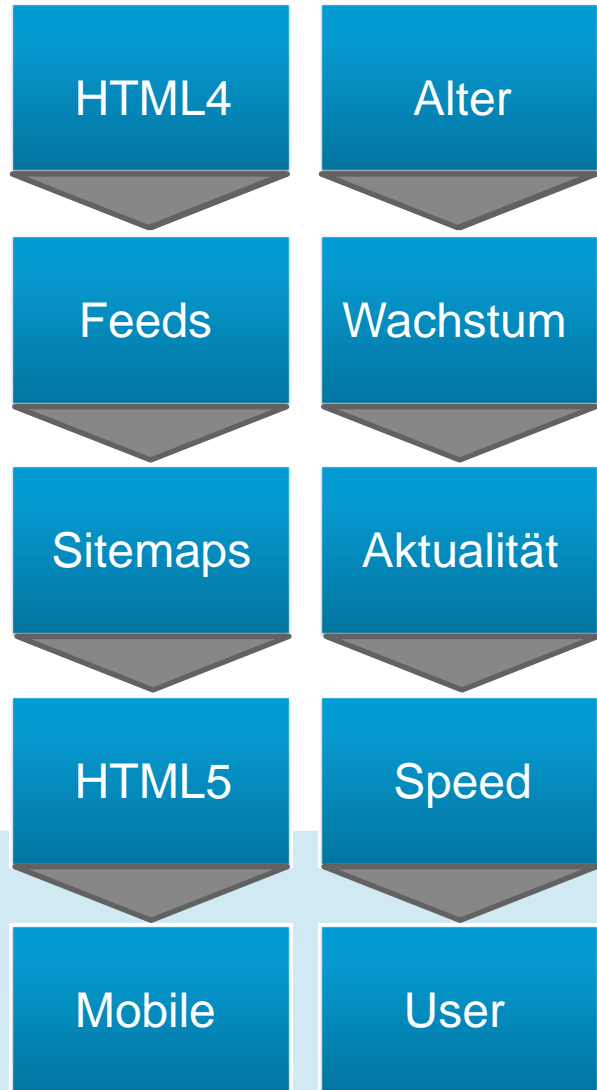
User

Technik und Zeit: Was ist gleich, was ist anders?

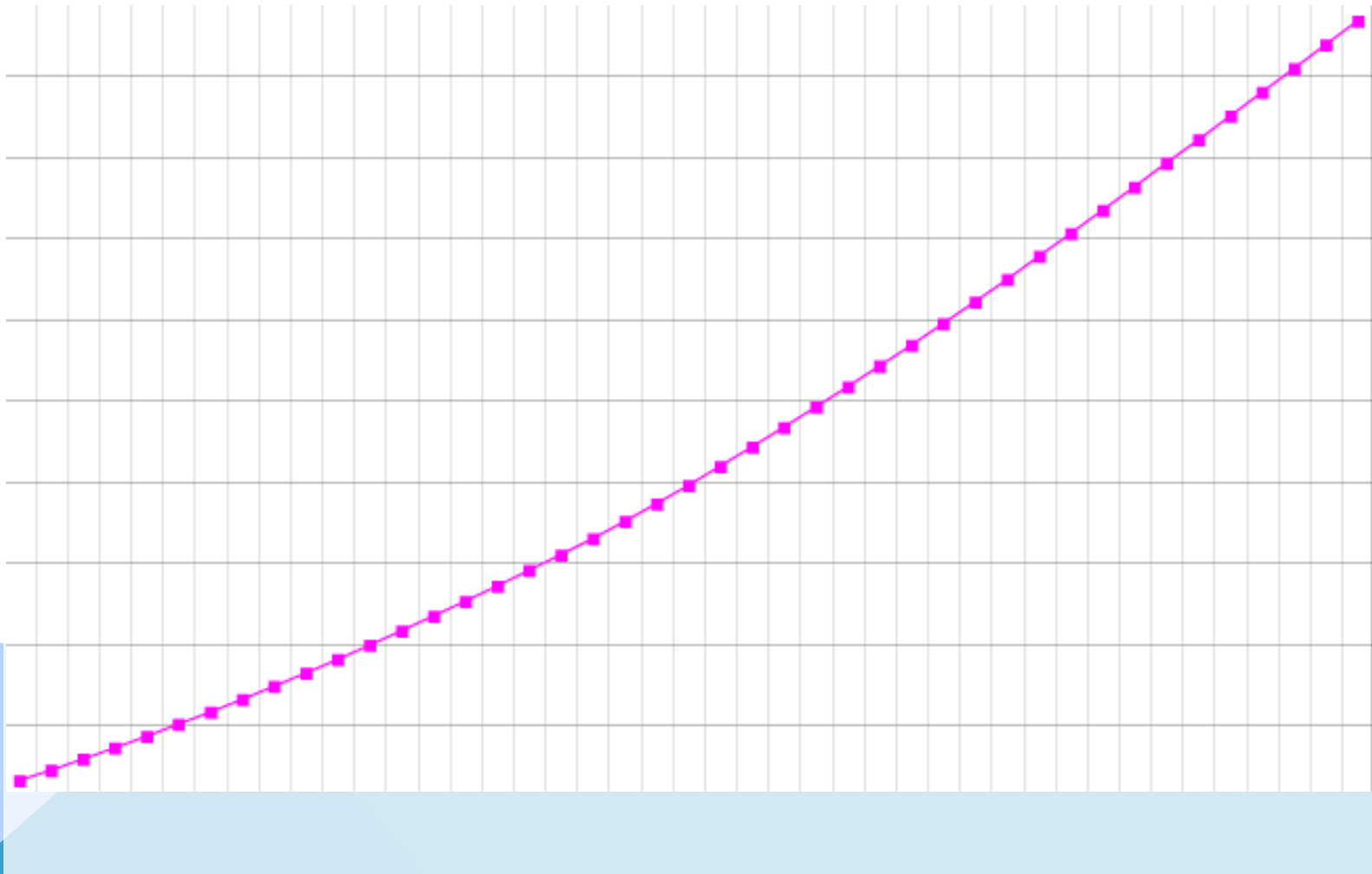
- Google belohnt stets gut strukturierte und ressourcensparend abrufbare Inhalte
- Google ist schneller geworden und Updates kommen immer häufiger
- Aktualität wurde für Links und Content immer wichtiger
- Diversifikation der Endgeräte nimmt zu

Was bedeutet das für die eigene Strategie?

- SEO braucht ständige technische Ressourcen für Anpassungen
- Kein Server kostet so viel Geld wie Platz 2
- „Mobile“ Strategie ist essenziell



Was hat das mit SEO zu tun?



Vielen Dank!



Facebook <http://www.wenderholm.de/f>

Twitter <http://www.wenderholm.de/t>

Google+ <http://www.wenderholm.de/+>

Pinterest <http://www.wenderholm.de/p>

Xing <http://www.wenderholm.de/x>

LinkedIn <http://www.wenderholm.de/l>

p.s. Ich suche noch Verstärkung für mein Team!

26.11.2012