



REFERENZ

SEO-Strategie-Entwicklung für WUNDERWEIB.de und zeitnahe Steigerung des Google-Traffics um 13%

WUNDERWEIB ist eine Dachmarken-Webseite der Bauer Media Group, die seit 2009 den Content aus 30 Zeitschriften online bündelt. WUNDERWEIB bietet eine große Content-Tiefe, die aber im Google-Index nicht angemessen dargestellt wurde. Ab Mitte 2012 sollte daher eine deutliche Steigerung der Sichtbarkeit bei Google erzielt werden.

Das mgm Online Marketing-Team wurde beauftragt, auf Basis einer strategischen Analyse eine langfristige SEO-Strategie zu entwickeln und ein konkretes Maßnahmenpaket zu entwerfen, das dann vom hausinternen Team umgesetzt wird. Mit der Umsetzung dieses Handlungsrahmens durch das BAUER-Team konnte die Sichtbarkeit bereits nach einem Monat deutlich erhöht werden.

Casus Knaxus I: „Wie sichtbar sind wir mit unseren Themen?“

Zielgruppe von WUNDERWEIB sind Frauen, die durch die Themen Mode und Beauty, Gesundheit, Familie, Kochrezepte, Dekotipps, Promis und Horoskope angesprochen werden. Damit Content-Beiträge von WUNDERWEIB von möglichst vielen Kunden gelesen werden, müssen sie auf (Google-) Suchanfragen „weit oben“ in der Ergebnisliste angezeigt werden. Mitte 2012 waren bestimmte WUNDERWEIB-Beiträge im Google-Index nicht prominent genug vertreten. So wurde beispielsweise WUNDERWEIB-Content für Sucheingaben nach „hollywoodstar“ am 20.8.2012 nur auf Google-Position 54 gelistet, obwohl entsprechender Content vorhanden war.

Casus Knaxus II: „Der Index lebt!“

SEO-Wissen hat nur eine kurze Halbwertszeit. Pro Jahr werden durch Google etwa 500 Algorithmus-Updates vorgenommen. Hinzu kommen wöchentliche Video-Botschaften, u.a. von Matt Cutts, Head of Webspam-Team, Google. SEO-Strategien und zugehörige operative Maßnahmen (z. B. Author Rank, User Intent-Signale) müssen also ständig aktualisiert werden. Dazu müssen identifizierte Änderungen im Google-Algorithmus hinsichtlich ihrer Auswirkung auf die Sichtbarkeit des relevanten Contents überprüft werden.



DIGITAL KG

„Uns wurden keine SEO-Tricks vermittelt, sondern fundierte Suchmaschinen-Kenntnisse zum SEO-Selbermachen. Unsere SEO-Strategie ist nun zeitgemäß und die Trafficzahlen von WUNDERWEIB.de steigen.“



Christian Fricke
Geschäftsführer
BAUER DIGITAL

Die Bauer Digital KG widmet sich sowohl der technologischen Weiterentwicklung und dem inhaltlichen Ausbau bestehender Internet-Angebote wie TVMovie.de und BRAVO.de als auch der Neugründung innovativer Online-Marken. Das Foodportal LECKER.de und das Frauenportal WUNDERWEIB.de stehen für eine erfolgreiche Dachmarkenstrategie der Bauer Media Group.

Projektziel: Nachhaltigen Erfolg durch SEO-Wissenstransfer erzielen

Folgerichtig wünschte sich der Auftraggeber keine kurzfristige SEO-Optimierung, sondern die langfristige Befähigung seines hausinternen Teams, WUNDERWEIB-Inhalte im Sinne ihrer Sichtbarkeit optimal zu platzieren.

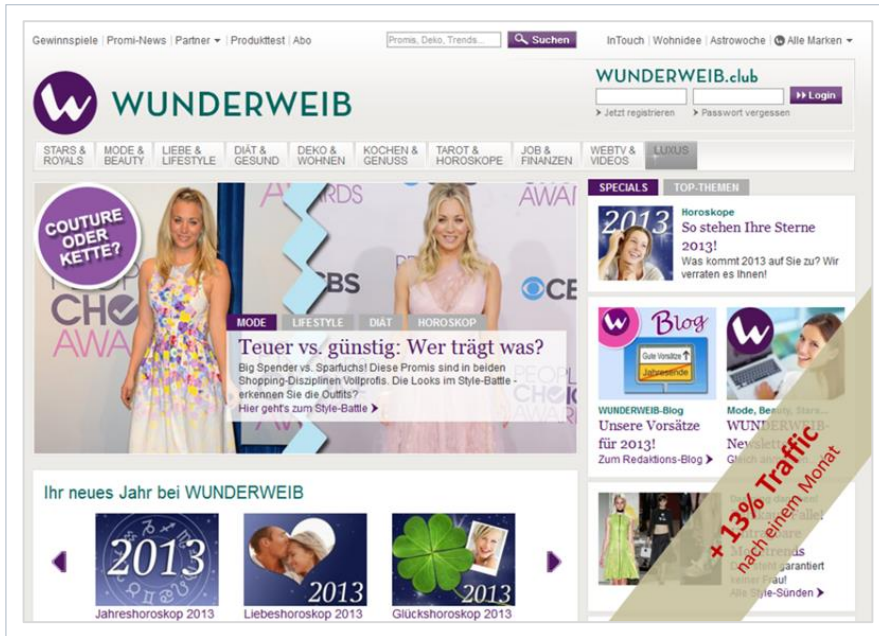


Abbildung 1

nofollow-Metatags vermittelt (<http://www.youtube.com/watch?v=4SAPUx4Beh8>) und darauf hingewiesen, dass Page Rank-Sculpting durch häufige Verwendung von nofollow-Links zu einer Reduzierung des Linkjuice führt und damit langfristig mehr schadet als nutzt.

Im zweiten Schritt wurden aus den identifizierten Optimierungsmaßnahmen Aufgabenpakete für das BAUER-Team definiert, um das Gelernte sofort selber umzusetzen. Beispielsweise mussten kurzfristig sogenannte „302 Error Pages“ korrigiert werden, da bei solchen vorübergehenden Umleitungen der Google-Bot keinen Linkjuice mehr weiterleitet. Dazu wurde eine priorisierte Liste für das Team erstellt, welche Redirects zuerst korrigiert werden sollten. Ähnliche Listen wurden für verwaiste URLs, toxische Backlinks, Pages mit zu langer Metadescription, Seiten mit mehr als 250 ausgehenden Links und für andere Themenbereiche übergeben.

„SEO hat nichts mit Voodoo zu tun, sondern fußt auf dem Wissen, wie der Index funktioniert: Nach dem die Aufgaben klar waren, konnte sich das Team bereits ab der zweiten Woche seinen SEO-Erfolg selbst erarbeiten“, resümiert Dr. Ruth Betz, die die verantwortliche Projektleiterin im mgm E-Commerce-Team war.

Projektergebnis: Gelebte SEO-Strategie und steigende Sichtbarkeit

Bereits kurz nach Abschluss des Projektes konnte WUNDERWEIB seine Sichtbarkeit bei Google erhöhen und nur einen Monat später wurden 13% mehr Traffic auf der Seite gemessen. Und seit Januar 2013 rankt WUNDERWEIB auch für „hollywoodstar“ auf der ersten Position.

Haben wir Ihr Interesse für unser Know-how geweckt?

Dann treten Sie mit uns in den Dialog:

references@mgm-tp.com

„Klassisches SEO wie vor zwei bis drei Jahren hat heute faktisch keine Relevanz mehr. Kurzfristige Tricks schaden mehr als sie helfen. Stattdessen bedarf es einer ganzheitlichen Strategie, um einzigartige Inhalte für Suchmaschinen auffindbar zu machen“, stellt Christian Fricke, Geschäftsführer BAUER DIGITAL, heraus.

Im ersten Schritt wurde ein Wissenstransfer durchgeführt, dessen Inhalte auf die Abteilungen Redaktion, Technik und Website-Administratoren zugeschnitten war. Darin wurde beispielsweise die aktuelle Verwendung von