

SEO

Suchmaschinenoptimierung für TYPO3 Redakteure

SAE Alumni Convention Berlin 2011

SEO für Redakteure

Redakteure können ganz entschieden zum Erfolg eines Internetauftritts beitragen:

- Durch gut durchdachte und gepflegte **Inhalte**,
- **Anregungen** an den Webmaster,
- durch aktives **Marketing** (z. B. Twitter)
- und die Jagd nach **Backlinks**.

SEO für Redakteure

Die Suchmaschine ist hierbei lediglich das Vehikel, das den potentiellen Besucher auf Ihre interessante Webseite führen soll.

Und damit das gelingt, sprechen wir von **Suchmaschinenoptimierung**.

SEO für Redakteure

Bei allen SEO Maßnahmen – die Seite ist nicht für eine Suchmaschine erstellt – sondern für **menschliche Besucher** und da muss man die eine oder andere Sache gegeneinander abwägen.

Die Suchmaschinenoptimierung beeinflusst lediglich die Ergebnisse organischer Suche und nicht die bezahlten Ergebnisse, beispielsweise Google AdWords.

Metadaten

Über die Bedeutung von Meta-Angaben wird viel diskutiert. Wir beschäftigen uns hier lediglich mit diesen dreien:

- Description
- keywords
- title

Wozu dienen Metadaten?

Diese Metadaten dienen zur Beschreibung der Seiten. Sie gelten jeweils nur für eine Seite des Internetauftritts – nicht global.

Die Angaben werden entweder über die Seiteneigenschaften der einzelnen Seite, der Registerkarte Meta, eingegeben, oder über Tools wie **SEObasics**, die das wesentlich komfortabler erlauben.

Description

Manche Suchmaschinen beziehen die Beschreibung des Inhalts in die Ergebnisliste mit ein.

Google allerdings ignoriert die Angabe weitgehend und setzt meist einen Textausschnitt vor oder nach dem gefundenen Stichwort als Beschreibungstext in die Ergebnisliste. Sofern Google jedoch keinen relevanten Text, der mit der Suche des Benutzers übereinstimmt findet, so wird dieser Beschreibungstext verwendet. Also kann man davon ausgehen, dass diese Angaben zumindest angesehen werden. Worte, die in diesem Textausschnitt stehen werden fett gedruckt, sofern sie in der Suchanfrage des Benutzers vorkommen.

Will man also seine Internetseite ordentlich aufsetzen, sollte dieses Metatag nicht vernachlässigt werden. Suchmaschinen belohnen zudem eine ordentliche Webseite.

Die Angabe hat wahrscheinlich keinen Einfluss auf das Ranking.

Google Ergebnisse

cuisipro reiben profino × Suche

Ungefähr 709 Ergebnisse (0,22 Sekunden) Google.com in English [Erweiterte Suche](#)

- ▶ [PROFINO SOLINGEN ONLINE - TURMREIBEN, REIBEN, RASPELN und HOBEL](#) 
Besuchen Sie **Profino** auf der Messe. Im Juli sind wir mit unserem Produktsortiment ...
Reiben. [1 2] nächste Seite » · **Cuisipro** Trommelreibe mit 2 Einsätz. ...
profino.net/hersteller/cuisipro/reiben.html - Im Cache
- [PROFINO SOLINGEN ONLINE - REIBEN von Cuisipro mit neuer Technologie](#) 
Besuchen Sie **Profino** auf der Messe. Im Juli sind wir mit unserem ...
profino.net/kueche/reiben.html - Im Cache
- [PROFINO SOLINGEN ONLINE - REIBEN von Cuisipro mit neuer Technologie](#) 
Besuchen Sie **Profino** auf der Messe. Im Juli sind wir mit unserem ...
profino.net/kueche/reiben.html?tt...25&tt...0... - Im Cache
- [PROFINO SOLINGEN ONLINE - REIBEN von Cuisipro mit neuer Technologie](#) 
Besuchen Sie **Profino** auf der Messe. Im Juli sind wir mit unserem ...
profino.net/kueche/reiben.html?tt...25&tt...1... - Im Cache

[+ Weitere Ergebnisse von profino.net](#)

Keywords

Keywords sollten sparsam verwendet werden.

Meist findet man die Angabe, nicht mehr als 1000 Zeichen zu verwenden.

Auch die keywords beziehen sich auf die einzelnen Seiten.
Das heißt, dass nur solche Worte verwendet werden sollten, die im Inhalt der Seite auch vorkommen.

Mehrfachnennungen sollten vermieden werden.

```
<meta name="keywords" content="Elektrogerät,Toaster, Novis,  
Pro Line, Eco, Edelstahl, gebürstete matte Oberfläche" />
```

Title

Diese Angabe bezieht sich auf den **Titel der einzelnen Seite**. Der Titel ist das, was der Suchende in einer Suchmaschine zuerst sieht.

Der Titel steht als oberstes in der Ergebnisliste. Er sollte darum aussagekräftig sein und keine generischen Worte wie Home oder Willkommen enthalten, sondern auch hier wieder relevante Worte über den Inhalt der Seite enthalten, evtl. Firmennamen und Standort enthalten. Es sollten zwei bis 9 Worte – aber nicht mehr enthalten sein.

Falls die Worte aus dem Title - Tag in der Suchanfrage des Benutzers vorkommen, sind die Worte in der Ergebnisliste fett gedruckt.

Aussagekräftige Titel für jede Seite sind wichtiger Bestandteil der SEO.

Kurz und knackig sollten Sie den zu erwartenden Inhalt der einzelnen Seite wiedergeben.

```
<title>  
PROFINO SOLINGEN - TOASTER aus der Serie PRO-LINE  
</title>
```

URL

Die URL ist ein wichtiger Indikator, und Suchmaschinen lieben „schöne“ URLs. Standard bei TYPO3 sind URL wie

<http://www.example.com/index.php?id=817>

Bei diversen Extensions wie tt_news wird daraus aber auch eine URL wie diese generiert.

[http://www.example.com/index.php?id=123&tx_ttnews\[tt_news\]=1013&cHash=5f5a2770a726949a595033a3bd9b0753](http://www.example.com/index.php?id=123&tx_ttnews[tt_news]=1013&cHash=5f5a2770a726949a595033a3bd9b0753)

Schöner sind URLs, die über Extensions wie cooluri oder realurl erzeugt werden:

<http://www.example.com/aktuelle-nachrichten.html>
<http://www.example.com/aktuelle-nachrichten/neuer-wein-2011.html>

Auf die URL haben Redakteure keinen Einfluss, können aber die Verwendung solcher Extensions anraten.

URL

URLs die Worte enthalten, die natürlich auf den Seiteninhalt, bzw. die Seitenstruktur bezogen sind, sind für Besucher leichter nachvollziehbar. Wahrscheinlich verlinken Besucher solche URLs, die sie lesen können auch lieber auf Ihren Webseiten.

Die Verwendung von URLs die Session-ID etc. enthalten, sollte vermieden werden. Auch die übermäßig Verwendung von Keywords in URLs sollte vermieden werden:

<http://www.example.com/bestes-produkt-bestes-produkt.html>

Verzeichnisstruktur

Damit sind wir natürlich auch schon bei der Verzeichnisstruktur einer Webseite angekommen.

Die Struktur sollte möglichst flach und einfach sein. Seiten auf oberer Ebene werden besser gefunden als Seiten untergeordneter Verzeichnisse.

Die Suchmaschinen als auch die Nutzer ordnen ihnen eine höhere Relevanz zu.

Verzeichnisnamen, die keinen Bezug zum Inhalt haben, müssen ebenfalls vermieden werden.

[Http://example.com/strukturseite/ebene2/produkt.html](http://example.com/strukturseite/ebene2/produkt.html)

Kanonische URL

Wichtig ist ebenfalls, dass nur **eine URL** verwendet wird, damit der relevante Inhalt und dessen Reputation nicht auf verschiedene URLs aufgeteilt wird. Wenn der eine Benutzer die Inhalt über die eine URL erhält, ein anderer über eine andere URL oder eine Subdomain, dient das nicht der Übersichtlichkeit.

Falls Subdomains oder unterschiedliche URLs genutzt werden, sollte der Administrator eine **301 Weiterleitung** einrichten.

URL umleiten

Besitzt man also die URL

<http://www.meinewebseite.com>

und die URL

<http://www.mienewebsiete.com>

Um eventuelle Verschreiber doch noch auf die richtige Seite zu leiten, sollten zusätzliche URLs auf die **Haupt-URL umgeleitet** werden. Dabei sollte nicht vergessen werden auch solche URLs umzuleiten, die der Provider zur Verfügung stellt oder beim Neuaufsetzen zum Test verwendet wurden.

Bei Providern wie Mittwald erhält man eine p-Domain mit einer URL wie p12345.mittwaldserver.info. Diese sollte ebenfalls nicht bei der Umleitung vergessen werden.

Schreibweise der URL

Die Texte in den URLs sollten **konsequent klein geschrieben** werden, denn das wird vom Benutzer erwartet.

Und was der Benutzer erwartet, ist auch wichtig für die Suchmaschinen, denn die möchten dem Benutzer das Auffinden der gewünschten Inhalte erleichtern.

Findet der Besucher nicht, was er sucht, so nutzt er künftig evtl. eine andere Suchmaschine, und das wünscht natürlich auch der Suchmaschinen-Anbieter nicht.

Navigation

Die Navigation der Webseite, also die Seitenstruktur spielt eine entscheidende Rolle dabei, wie eine Seite gefunden wird.

Sie zeigt dem Besucher und der Suchmaschine, welche Seiten von besonderer Bedeutung sind. Sie dient dazu, dem Besucher das Auffinden von Inhalten möglichst einfach zu gestalten.

Die Suchmaschine sieht die Seiten zwar auf Seitenebene, es spielt jedoch eine Rolle, welche **Gewichtung der Seite durch die Ebene**, auf der sie sich befindet, zugewiesen ist.

Dabei spielen Seiten auf **erster Ebene eine größerer Rolle**, als Seiten auf untergeordneten Ebenen.

Navigation und Struktur

Bei vielen Seiten, die sich mit unterschiedlichen Themen befassen, sollte eine Strukturierung nach **Themengebieten** erfolgen, also zusammengehörendes sollte auch zusammengefasst werden.

Das könnten z. B. Weine sein, die nach bestimmten Kriterien erfasst werden.

Beispielsweise nach Hanglage, nach Trocken oder lieblich, rot oder weiß.

Dabei spielt natürlich die **Zielgruppe** eine wichtige Rolle. Ein potentieller Endkunde wird nach anderen Kriterien suchen, als der Fachhandel.

Navigation – Brotkrümelmenu

Bei komplexen Seitenstrukturen hilft es dem Besucher, wenn ein Brotkrümelmenu die Strukturierung nochmals aufnimmt. Also die Struktur und den Ort, an dem man sich befindet, nochmals aufführt.

Startseite → Produkte → Flaschen → Halbliterflaschen

Der Besucher kann dann auch über dieses Menu wieder zur übergeordneten Seite zurückkehren.

Sitemaps einsetzen

Sitemaps für Besucher zeigen die gesamten Inhalte der Webseite und deren hierarchische Struktur auf einem Blick.

Suchmaschinen besuchen diese Sitemaps zwar auch, sie dienen aber **in erster Linie einem Besucher**, sich auf Ihrer Seite zurechtzufinden.

Sitemap mit Description

Sitemap

- [Über Profino](#) PROFINO stellt Küchengeräte und Alltagsgegenstände für Menschen vor, die eine Leidenschaft für Design - gleichzeitig ein Auge für Qualität haben.
- [Unsere Hersteller](#) Vorstellung der Marken und Hersteller, deren Produkte Profino zusammengestellt hat: Cuisipro, Laken, Novis, Gnali Zani, Whatever it takes, Böker
 - [Böker Manufaktur](#) Profino stellt Ihnen die Geschichte der Böker Messermanufaktur in Solingen vor. Profino - Küchen- und Alltagsgegenstände
 - [Cuisipro - innovative Küchenprodukte aus Kanada](#) Die Geschichte der Firma Cuisipro aus Kanada: Kochen, backen, braten. Sie finden Backutensilien, Reiben, Kochwerkzeuge
 - [Duncan Kitchen Grips](#) Die Geschichte der Firma Duncan Kitchen Grips aus den USA: griffsichere Kochhandschuhe, Topflappen und Griffschutz gegen Hitze
 - [Gnali & Zani](#) Die Geschichte der Firma Gnali & Zani aus Italien: Spezialisten für Kaffee, Espressokocher und Kaffeezubereitung, Assecoires und Zubehör
 - [Laken](#) Die Geschichte der Firma Laken aus Spanien Kindergeschirr, Trinkflaschen, Flachmann, Feldflaschen, Isoflaschen und ISO Essensbehälter
 - [MYdrap](#)
 - [Novis](#) Die Geschichte der Firma Novis aus der Schweiz: Crystal line, Profi Line, Zitruspresse, Raclette, Toaster, Gourmettopf
- [Bezugsquellen](#) Bezugsquellen für Endkunden - Onlineshops und Vororthandel. Hier finden Sie Informationen und Bezugsquellen für Endkunden

Sitemap

ZVO Navigation Galvanotechnik und Oberflächentechnik: wichtige Schlüsselindustrien mit zunehmender volkswirtschaftlicher und ökologischer Bedeutung. Sie ermöglichen die zuverlässige Funktionalität unterschiedlichster Bauteile - und vermeidet jährlich Korrosions- und Verschleißschäden in vielfacher Milliardenhöhe.

Nachrichtenarchiv Aktuelle Informationen aus der Galvanotechnik und Oberflächentechnik

Nachrichten finden

Jahresarchiv

Unternehmensticker

Archiv Unternehmensticker

Einkaufsführer Online Unser ZVO - Einkaufsführer, welcher mittlerweile jährlich im Frühjahr eines Jahres anlässlich des ZVO - Gemeinschaftsstandes WELT DER OBERFLÄCHE herausgegeben wird, hat sich zum unentbehrlichen Nachschlagewerk insbesondere für Abnehmer galvanischer Oberflächen entwickelt.

Welt der Oberfläche Die Welt der Oberfläche ist der Gemeinschaftsstand des Zentralverbandes Oberflächentechnik (ZVO) auf wichtigen Messe in Deutschland. Er ist regelmäßig einer der größten Messestände.

Hannover Messe

Mitaussteller A-Z

Feedback 2009

O+S, Stuttgart

Feedback 2008

Sitemaps für Suchmaschinen

Sitemaps für Suchmaschinen zeigen Suchmaschinen die URLs der Webseite. Sie zeigen eine Übersicht der gesamten **Struktur** und erleichtern den Suchmaschinen das crawlen.

Zudem sieht die Suchmaschine hier auch die **kanonische URL**. Also die URL, die die oberste Ebene darstellen soll. Die Sitemap stellt also sicher, dass die Suchmaschine alle Seiten gut finden kann, auch solche, die in der Navigation nicht erfasst sind (z. B. nicht im Menu sichtbar, aber über Inhalte verlinkte Seiten).

Da Redakteure nur eingeschränkte Rechte besitzen, haben Sie in der Regel keinen Einfluss auf die Sitemaps. Sie können jedoch anregen, solche zu erstellen und zudem die besucherspezifische Sitemap entsprechend aussagekräftig zu gestalten (s. Metadaten Description und Seitenstruktur).

XML Sitemap

```
- <urlset xmlns:sitemap="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9" http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">
- <url>
  <loc>http://profino.net/ueber-profino.html</loc>
  <lastmod>2011-05-27T18:29:00+02:00</lastmod>
</url>
- <url>
  <loc>http://profino.net/unsere-hersteller.html</loc>
  <lastmod>2011-06-07T16:36:24+02:00</lastmod>
</url>
- <url>
  - <loc>
    http://profino.net/unsere-hersteller/boeker-manufaktur.html
  </loc>
  <lastmod>2011-06-07T16:24:32+02:00</lastmod>
</url>
```


Fehlerbehandlung

Falls ein Besucher die URL einer Webseite falsch aufruft, also

<http://www.example.com/homsw.html>

anstelle von

<http://www.example.com/home.html>

sollte es eine vernünftige Fehlerbehandlung geben, denn die Seite wird ja nun nicht gefunden. Standard ist beispielsweise die Ausgabe **Fehler 404 – Seite nicht gefunden...**

Das ist wenig hilfreich. Eine eigene 404 – Seite dagegen leitet alle Seiten, die nicht gefunden werden können auf eine Seite, von der der Besucher innerhalb der Webseite navigieren kann.

Beispiel – schlechte Fehlerseite



TYPO3 

Error!

Reason: Segment "test" was not a keyword for a postVarSet as expected!

Beispiel – gute Fehlerseite

Solingen, 17.06.2011 - 13:45:48 :: Print

Die Seite wurde nicht gefunden

Schade, die angegebene Seite konnte leider nicht gefunden werden

Um die gewünschte Seite dennoch zu finden können Sie folgendes tun:

Über die [Sitemap](#) können sie gewünschten Seiten finden oder von der [Startseite](#) [herzogkienast.de](#) aus navigieren.

Im Zuge der laufenden Überarbeitung dieser Seiten kann es vorkommen, dass Artikel verschwinden, wenn sie veraltet sind.

Sofern Sie von dieser oder einer anderen Internetseite einen fehlerhaften Link aufgerufen haben, der Sie auf diese Seite führte, würden wir uns über eine [Mitteilung](#) mit einer Fehlerbeschreibung freuen. Wir werden uns bemühen, den Fehler schnell zu beheben.

Vielen Dank!

Texte und Inhalte

Texte sind so ziemlich das wichtigste, mit dem Sie arbeiten.

Interessante und schöne Texte interessieren die Besucher.
Suchmaschinen gewichten das **Verhältnis von Texten und Bildern**.

Reine Textwüsten sind zudem für den Leser anstrengend und
interessante Inhalte werden überlesen.

Aktuelle Inhalte

Texte müssen aktuell sein.

Veraltete Texte sollte es bei einer TYPO3 Seite sowieso nicht geben (Start und Stopp).

Texte gestalten


Texte sollten auch entsprechend gestaltet werden. Durch Absätze, Bilder und Hervorhebungen, durch Zwischenüberschriften wird ein Text aufgelockert und die **Lesbarkeit** heraufgesetzt.

Die Inhalte sollten entsprechende **Schlüsselworte** enthalten, die auch in Titel, Beschreibung und Keywords wiederholt werden.

Das ist natürlich eine Gradwanderung – für Suchmaschinen optimierte Texte werden nicht schöner und vom Besucher oft als unleserlich empfunden. In erster Linie sollten Texte **für den Besucher optimiert** sein und nicht für die Suchmaschinen.

Textwüste

Oberflächentechniken stellen einen Schlüssel zur technisch-wissenschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Lösung aktueller Probleme zur Entwicklung innovativer Produkte dar.

Die  **Oberflächentage** des Zentralverbandes Oberflächentechnik e.V., die jährlich im September stattfinden, leisten dazu einen wichtigen Beitrag.

Die Praxisorientierung der Oberflächentage ist dabei für all jene von Bedeutung, die sich mit Entwicklung, Konstruktion, Design und Fertigung befassen. Es ist deshalb vornehmliches Ziel der Oberflächentage, verstärkt zur Vernetzung von Forschung und Praxis auf dem Gebiet der Oberflächentechnik beizutragen und der branchenübergreifenden Kommunikation mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Dies nimmt auch aufgrund der immer wichtiger werdenden Erschließung neuer Anwendungsbereiche für galvanische Beschichtungen und den erhöhten Anforderungen an die Schichten selber an Bedeutung zu. Technik und Wissenschaft gestalten in Verbindung mit den politischen Interessenslagen Gegenwart und Zukunft.

National und international anerkannte Fachleute aus Forschung und Praxis geben in den Vorträgen einen Überblick über das jeweilige Fachgebiet und junge Kollegen erhalten alljährlich Gelegenheit, ihre Diplom- bzw. Abschlussarbeiten einem breiten Publikum zu präsentieren. Im Hinblick auf ein zusammenwachsendes Europas kommt auch dem grenzüberschreitenden Gedankenaustausch eine besondere Rolle zu.

Gestalteter Text

Cuisipro - innovative Küchenprodukte aus Kanada



Cuisipro Logo

Die Firma **Cuisipro** ist ein Unternehmen von Browne & Co., einem führenden Anbieter von Qualitätsküchenprodukten mit Sitz in Markham, Ontario, Kanada. Die Marke **Cuisipro** bezeichnet eine Küchenproduktlinie, die von Browne & Co erforscht, entworfen, hergestellt und vertrieben wird. Die unternehmensinternen Designer untersuchen und schaffen eine Kombination aus Materialien, um Innovation, Schönheit und Funktionalität um diese in **Küchenproduktkollektion** auf einzigartige Weise miteinander verschmelzen zu lassen. In der umfassenden Gesamtkollektion mit über 200 Produkten wird jeder Koch fündig.

Die Geschichte von Cuisipro

Ende der 1970er wurde die Marke Cuisipro entwickelt um eine einfache Produktreihe mit "serienmäßig produzierten" Artikeln, hauptsächlich für die Gastronomie auf dem kanadischen Markt anbieten zu können. Ende der 80er entwickelte **Cuisipro** die Marke für den Einzelhandelsmarkt. Mit der Hilfe einer außenstehenden Designfirma konzentrierte sich Cuisipro auf die Gestaltung seines eigenen Looks. Der Fokus bestand darin, Küchenartikel zur Befriedigung der Bedürfnisse, die vorher nicht erfüllt wurden, neu zu entwerfen.



Cuisipro Dekorationsstift

Andrea Herzog-Kienast

Neue Inhalte anbieten

Öfter mal `was neues: Ob ein news-Beitrag oder ein anderer Text -
kreieren Sie häufig neue Inhalte.

Diese **Fleißarbeit** wird sowohl von Suchmaschinen als auch von
Ihren Besuchern belohnt.

Denn Benutzer werden Ihre interessanten Inhalt evtl.
weiterempfehlen, darauf verlinken oder sie anderweitig
kommunizieren.

Anchortexte für Links

Auch die Anchortexte in Links sollten darüber informieren, **wohin der Link eigentlich führt**, noch bevor er besucht wird.

Zum einen weiß der Besucher somit, was ihn erwartet, wenn er dem Link folgt, zum anderen bietet sich hier wieder eine Möglichkeit, relevante Worte auf der Seite zu platzieren, ohne die Texte mit Wortwiederholungen zu verschlechtern.

Beispiel - Anchortexte für Links

Cuisipro - innovative Küchenprodukte aus Kanada



Cuisipro Logo

Logo Cuisipro - Hersteller und Marke bei Profino

Die Firma **Cuisipro** ist ein Unternehmen von Browne & Co., einem führenden Anbieter von Qualitätsküchenprodukten mit Sitz in Markham, Ontario, Kanada. Die Marke **Cuisipro** bezeichnet eine Küchenproduktlinie, die von Browne & Co erforscht, entworfen, hergestellt und vertrieben wird. Die unternehmensinternen Designer untersuchen und schaffen eine Kombination aus Materialien, um Innovation, Schönheit und Funktionalität um diese in **Küchenproduktkollektion** auf einzigartige Weise miteinander verschmelzen zu lassen. In der umfassenden Gesamtkollektion mit über 200 Produkten wird jeder Koch fündig.

Überschriften

Die Verwendung von Überschriften innerhalb eines Seiteninhalts erleichtert nicht nur die **Strukturierung** dieser Inhalte, sondern bietet dem Nutzer im besten Falle eine schnelle Übersicht über die einzelnen Abschnitte und deren Inhalten.

Über Zwischenüberschriften können zudem Textpassagen mit relevanten Worten zitiert werden, was Ihnen wieder erlaubt, **relevante Begriffe** hervorzuheben.

Überschriften verwenden

Überschriften sind normalerweise größer als der normale Text und ziehen damit die Aufmerksamkeit auf sich. Auch hier gilt wieder – knackige Überschriften, keine Textwüsten erzeugen.

Zudem ist die **Hierarchie** der Überschriften wichtig. Die Überschriften h1-h6 bezeichnen die wichtigste, bzw. am wenigsten wichtige Überschrift. Eine Überschrift 1. Ordnung sollte auf einer Seite nur einmal auftauchen, wie eine Kapitelüberschrift fungieren.

Darauf folgt die Überschrift 2. Ordnung, der wieder eine Überschrift 2. Ordnung aber auch dritter Ordnung folgen kann.

Beispiel – Überschriften verwenden

Cuisipro - innovative Küchenprodukte aus Kanada



Cuisipro Logo

Die Firma **Cuisipro** ist ein Unternehmen von Browne & Co., einem führenden Anbieter von Qualitätsküchenprodukten mit Sitz in Markham, Ontario, Kanada. Die Marke **Cuisipro** bezeichnet eine Küchenproduktlinie, die von Browne & Co erforscht, entworfen, hergestellt und vertrieben wird. Die unternehmensinternen Designer untersuchen und schaffen eine Kombination aus Materialien, um Innovation, Schönheit und Funktionalität um diese in **Küchenproduktkollektion** auf einzigartige Weise miteinander verschmelzen zu lassen. In der umfassenden Gesamtkollektion mit über 200 Produkten wird jeder Koch fündig.

Die Geschichte von Cuisipro

Ende der 1970er wurde die Marke Cuisipro entwickelt um eine einfache Produktreihe mit "serienmäßig produzierten" Artikeln, hauptsächlich für die Gastronomie auf dem kanadischen Markt anbieten zu können. Ende der 90er entwickelte **Cuisipro** die Marke für den Einzelhandelsmarkt. Mit der Hilfe einer außenstehenden Designfirma konzentrierte sich Cuisipro auf die Gestaltung seines eigenen Looks. Der Fokus bestand darin, Küchenartikel zur Befriedigung der Bedürfnisse, die vorher nicht erfüllt wurden, neu zu entwerfen.



Cuisipro Dekorationsstift

Andrea Herzog-Kienast

Bilder

Bilder machen die Seite ansprechender, lockern Texte auf und dienen auch einem besseren Verständnis von Texten.

Wichtig sind Metaangaben wie **alt** und **title** sowie **caption** (Bildtitel), denn hier kann man wieder relevante Worte wiederholen und dem Besucher weitere Informationen zukommen lassen.

Diese Angaben ermöglichen den Suchmaschinen, Bilder leichter aufzufinden. Dabei spielt es auch eine Rolle, in welchem Pfad sich die Bilder befinden, und welches Dateiformat diese besitzen.

Bilder sollten in einem Bilderordner zusammengefasst werden, wie beispielsweise fileadmin/images/. Zur besseren Strukturierung können natürlich auch Unterseiten verwendet werden. Google empfiehlt zudem eine **Bildersitemap** einzurichten.

Glossare

Mit der einer **Glossarextension** können Fachbegriffe erklärt werden. Das führt noch einmal zu mehr interessantem Content. Dabei kommt auch die interne Verlinkung der eigenen Seiten zum tragen.

Wer keine solche Extension einsetzt, kann sich ein Glossar auch mit TYPO3 Bordmitteln bauen (interne Links vom Inhalt auf eine Seite mit den Erklärungen).

Soziale Medien

Twittern Sie interessante Links

Erstellen Sie eine Facebook - Seite

Beachten Sie dabei, nur relevante und interessante Inhalte zu posten.

Übertreiben Sie nicht – 1 Tweet oder eine Facebook - Nachricht pro Woche sind genug.

Es sei denn, Sie haben definitiv etwas zu sagen oder reagieren auf Nachrichten der Besucher.

Backlinks

Backlinks sind Verweise von anderen Seiten auf Ihren Internetauftritt.

Backlinks **ohne Linktausch** sind besser als ein Ringtausch.

Vielen Dank!