

SEO IM FACHVERLAG - AM BEISPIEL VON MEISTERTIPP.DE

Stefan Preusler/Roland Riethmüller
07.03.2009



AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

ALLGEMEINE METRICS

MASSNAHMEN UND LEARNINGS

TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

ALLGEMEINE METRICS

MASSNAHMEN UND LEARNINGS

TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

STEFAN PREUSLER

Der Optimierer

- geboren in Paderborn/Nordrhein-Westfalen
- Studium Musikwissenschaften (5. Semester)
- mit eigenen Projekten Erfahrung im Bereich SEO gesammelt
- Saupreiss.net
- bei Datenwerk (Oktoberfest.de) gearbeitet
- Werkstudent/Inhouse-SEO bei WEKA MEDIA



ROLAND RIETHMÜLLER

Der Kümmerer

- in Berlin geboren
- Ausbildung DV-Kaufmann
- Studium BWL/Marketing, FHW Berlin
- seit 1994 im Netz
- Barcamps in Berlin und München, Webmontage in Bremen, München und Augsburg
- Produktmanager bei BauNetz (Berlin), Nordwest-Zeitung (Oldenburg), TruckScout24 (München)
- Head of Online Media & Business Communities bei WEKA MEDIA
- Aufbau Abteilung für neues Geschäftsfeld



AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

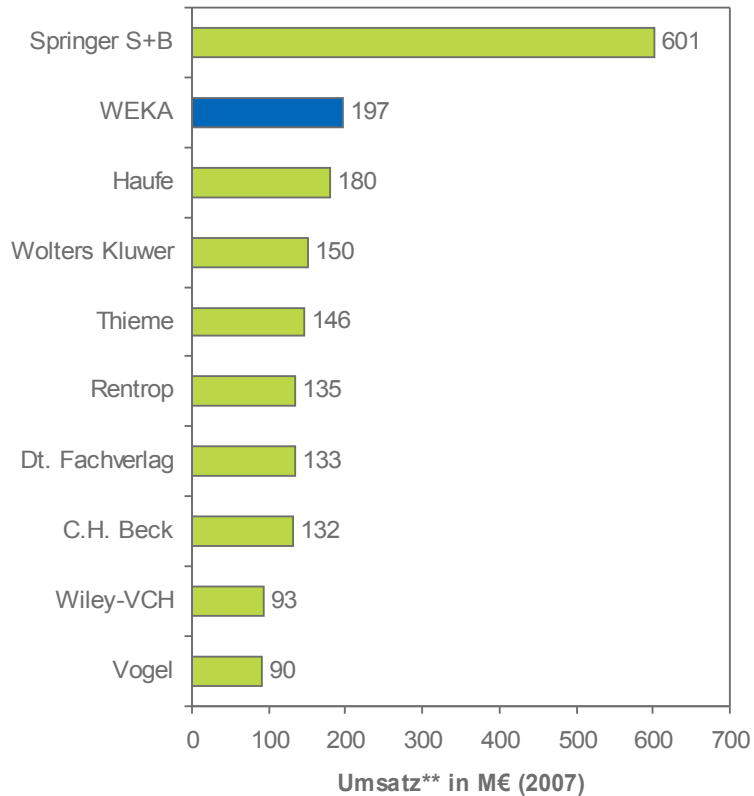
ALLGEMEINE METRICS

MASSNAHMEN UND LEARNINGS

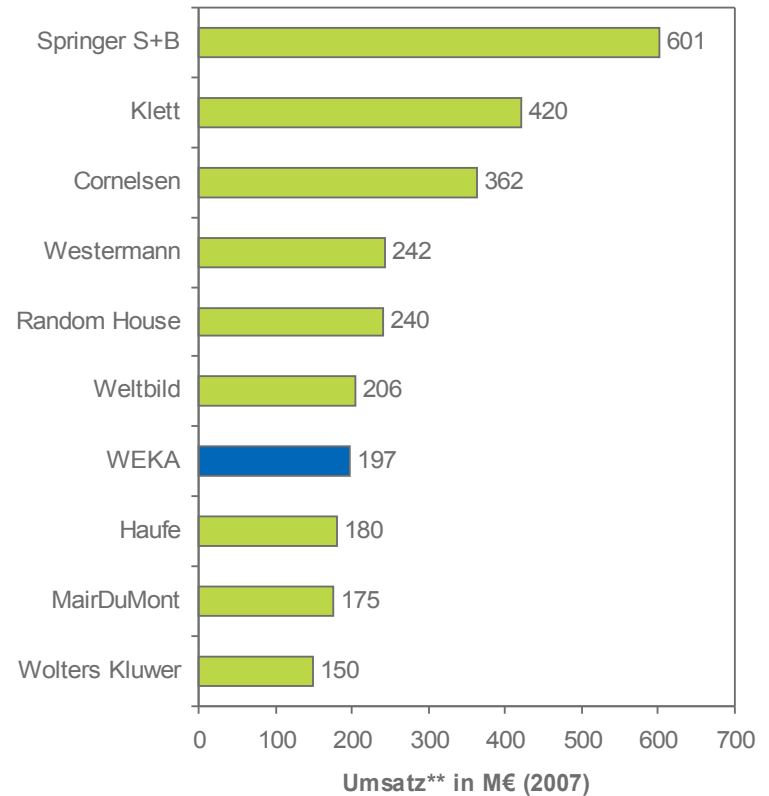
TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

WEKA FIRMENGRUPPE: VERLAGS-RANKING

DIE ZEHN GRÖSSTEN DEUTSCHEN FACHVERLAGE



DIE ZEHN GRÖSSTEN DEUTSCHEN VERLAGE



* Holzbrinck Fachinformationen wurde in dieser Aufstellung vom Buchreport nicht mit erfasst.

** Nur deutschsprachige Umsätze, d.h. inkl. Österreich und Schweiz, aber ohne sonstige internationale Umsätze

Quelle: Buchreport April 2008

WEKA FIRMENGRUPPE: DIE STRUKTUR



WEKA: DATEN UND FAKTEN

Über die WEKA Firmengruppe

- gegründet 1973 mit Loseblattwerken
- Inhaber: Werner und Karin Mützel
- 1.337 Mitarbeiter und rund 244 Mio. Euro Umsatz (2007)

Über WEKA Business Information

- Mit 13 Verlagen größter Geschäftsbereich der WEKA Firmengruppe
- Deutschland, Frankreich, Niederlande, Österreich, Schweiz
- Rund 900 Mitarbeiter und 137 Mio. Euro Umsatz (2007)
- Über 1,5 Mio Kunden und über 1.000 verschiedene Fachinformationsprodukte
- Recht, Steuern, Management, Technik, Bau, Verwaltung, Zahnmedizin
- Hochspezialisierte Zielgruppen: z.B. Betriebsräte, Sicherheitsfachkräfte, Kommunale Führungskräfte, Steuerberater, Zahnärzte, Architekten, Bauhandwerker
- Umfassendes Produkt-Portfolio mit Portalen, Online-Produkten, Online-Software, CD-ROMs, Zeitschriften, Bücher, Loseblattwerken, Services, Seminare und Kongresse

AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

ALLGEMEINE METRICS

MASSNAHMEN UND LEARNINGS

TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

BESSER: WAS WAR MEISTERTIPP...

Von Print zu Online

- Ursprünglich gedruckte Zeitung mit einer Auflage von 100.000 Exemplaren monatlich
- Kostenlos, sollte Mehrwerte bieten und dabei die Inhalte von WEKA „bewerben“ (ohne Fremdwerbung)
- Von der Zielgruppe sehr gut angenommen
- Wegen hoher Portokosten Ende 2007 eingestellt
- Online seit 2003
- Inhalte nicht gepflegt



HEUTE: MEISTERTIPP.DE

Für den erfolgreichen Unternehmer im Bauhandwerk

- Start: 12.01.2009 zur BAU 2009
- Zielgruppe: Entscheider aus dem Bauhandwerk, wenig technikaffin, sehr mobil, ca. 300.000 Betriebe
- komplett werbefinanziert
- Bewerbung eigener Online-Produkte
- „interne“ Kooperationspartner: Deubner und GWI
- Externe Kooperationspartner: Janolaw, BUB, Anwaltskanzlei Delheid Soiron Hammer

The screenshot shows the homepage of meistertipp.de. At the top, there is a banner for 'Ein Dimmer für alle. Busch-Dimmer*'. Below this is a navigation bar with links for 'Kontakt', 'Impressum', 'Sitemap', and a search bar. The main header features the 'meistertipp' logo and a tagline: 'Handwerk //ve Angebote und Rechnungen schnell und einfach jetzt kostenlos testen'. A secondary navigation bar includes 'HOME', 'AKTUELLES', 'BAUSTELLE', 'BAURECHT', 'MEISTERBÜRO', and 'FAMILIE & CO'. The main content area is divided into several sections: a large image of a building under construction with a 'News' headline 'ZDH: Standort Deutschland wird gestärkt'; a 'Newsletter' sign-up box; an 'Anzeige' (advertisement) for 'HANDYPORTO' featuring a mobile phone; a 'Service' section for 'WEKA Bausoftwareshop'; and a 'Fachmedien-Tipps' section for 'Formular Arbeitszeiterfassung 2009'. On the right side, there is a vertical sidebar with 'Brillux' advertisements and a 'Topaktuelle Informationen' section.

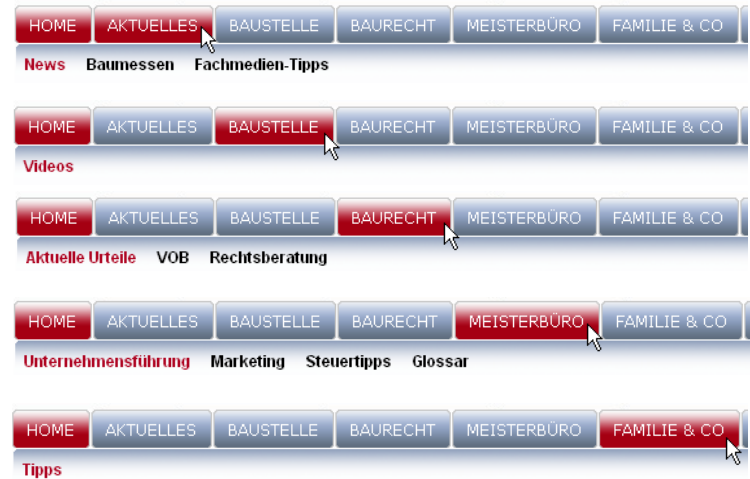
WAS MACHT MEISTERTIPP.DE AUS?

Konkurrenzlose Inhalte für Fachnutzer

Inhalte:

- tagesaktuelle Branchen-Nachrichten aus dem Bauhandwerk
- Profitipps mit hohem Praxisbezug im Meisterbüro und auf der Baustelle
- für Nichtjuristen verständlich kommentierte Baurechtsurteile mit telefonischem Rechtsberatungsservice
- Multimediale Darstellung über Anwendervideos

Web 2.0-Funktionalitäten: Nutzerbewertung, Nutzer-Kommentierung, Video-Upload



Videos

Einfaches Anpassen von Biberschwanz-Dachziegeln mit Hilfe einer Zange

Autor: Wolfgang Frank

Schnelle Hilfe mit einfachen Mitteln



Artikel bewerten: ★ ★ ★ ★ ★

Leser-Kommentare (1) [Kommentar schreiben](#)

Werkvertrag
(10.01.2009 18:10:56)
Das sind gute Tipps. Neulich erst bin ich da voll oin die Falle getappt. Jetzt nie wieder...!

F2M | (10.01.2009 18:10:57)

Seite 1 / 1

NEWSLETTER MEISTERTIPP.DE

Für den erfolgreichen Unternehmer im Bauhandwerk

- täglicher Newsletter
- 3 aktuelle Nachrichten und weitere Inhalte aus den anderen Rubriken
- 1.594 Abonnenten (02/09)
- 32.236 E-Mails (02/09)
- 38,74 % opening rate (02/09)

beta meistertipp
Für den erfolgreichen Unternehmer im Bauhandwerk

Newsletter

16.02.2009

ZDB und ZDH begrüßen Entscheidung des Bundesrates zum Vergaberecht [61 Click-Throughs]

Sowohl der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (ZDB) als auch der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) begrüßen die Modernisierung des Vergaberechts, wie sie am Freitag, den 13. Februar vom Deutschen Bundesrat beschlossen wurde. Offizielle beider Verbände äußerten sich positiv darüber. mehr [61 Click-Throughs]

Energiesparmesse 2009 in Rheine [12 Click-Throughs]

Energiesparen ist heutzutage ein Megathema im Handwerk. Das wurde auf der Energiesparmesse 2009 in Rheine mehr als offensichtlich. Im "Haus des Handwerks" in der Laugestraße betonten das sogar die Bäcker: "Brot ist ja schließlich auch ein wichtiger Energiespeicher". spätere Innungsobmeister Friedrich-Wilhelm Blömker. mehr [12 Click-Throughs]

Qualifizierungsmaßnahmen vom BVLG [4 Click-Throughs]

Der Bundesverband der Leistungsgemeinschaften im Bauhandwerk e.V. (BVLG) bietet seinen Mitgliedern der lokalen Leistungsgemeinschaften in rufen.profi.de: mehr [4 Click-Throughs]

Anmeldung von Bedenken schützt vor Haftungsansprüchen [37 Click-Throughs]

Als Auftragnehmer erhalten Sie die Ausführungspläne vom Architekten des Bauherrn. An einer Stelle weicht die Planung geringfügig von der einschlägigen DIN-Norm ab. Nach Ihrer Meinung wird das aber nicht zu einer konkreten Gebrauchsbeeinträchtigung führen. Sollten Sie die Arbeiten nun einfach ausführen? Besser nicht! Lesen Sie hier, wie sich mit unserem kostenlosen Musterschreiben "Bedenkenanmeldung" vor Haftungsansprüchen absichern. mehr [37 Click-Throughs]

Bessere Preise, mehr Aufträge, sicherer Gewinn [26 Click-Throughs]

Empfehlung [2 Click-Throughs]
EFB-Preis-Formblätter schnell und einfach [2 Click-Throughs]

[2 Click-Throughs]
Sie erledigen Ihre Ausfüllpflicht schnell und mühelos! Individuelle Daten eingeben und die perfekt benannten EFB-Preis-Formblätter ausdrucken. Das war's!

Messen [2 Click-Throughs]
ISH - Frankfurt [0 Click-Throughs]

ISH 10.03. bis 14.03.2009 in Frankfurt - Weltleitmesse Erlebniswelt Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik Erneuerbare Energien.

AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

ALLGEMEINE METRICS

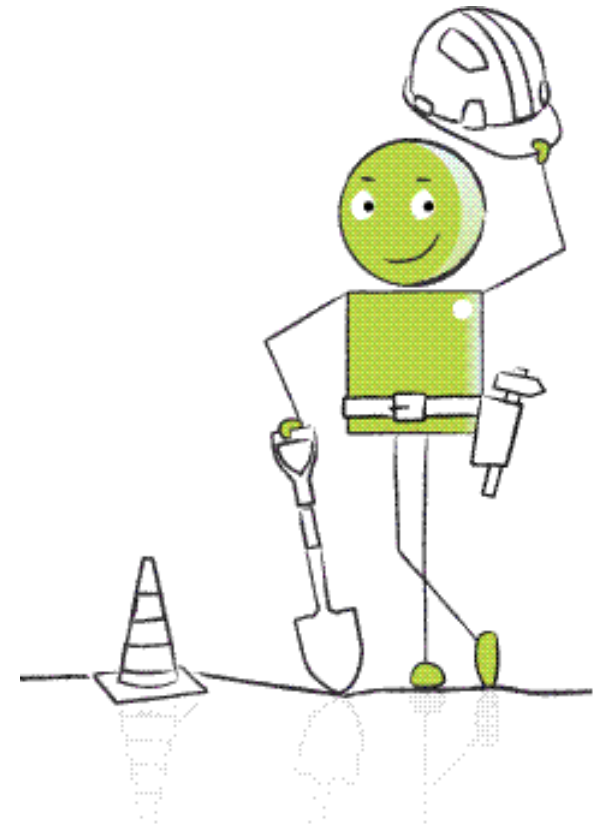
MASSNAHMEN UND LEARNINGS

TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

ERFAHRUNGEN SAMMELN UND AUSTAUSCHEN

Wir sind noch am Anfang und wissen das!

- Meistertipp ist noch lange nicht da, wo eine perfekt optimierte Seite sein sollte!
- Wir machen noch lange nicht alles richtig!
- Geraden in großen Unternehmen muss man aber oft gegen vielen Windmühlen kämpfen.
- Fehler sollte man nur einmal machen und daraus lernen.
- Wir wollen von unseren Erfahrungen berichten und mit Euch diskutieren.
- Denn: Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen!
Oder: Übung macht den Meistertipp...



AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

ALLGEMEINE METRICS

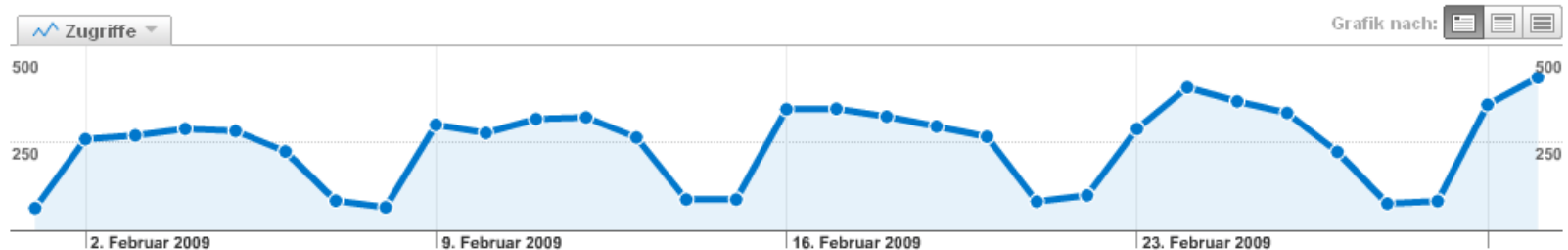
MASSNAHMEN UND LEARNINGS

TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

KPIs

Offensichtlich haben wir nicht alles falsch gemacht...

=> Verdoppelung der täglichen Zugriffe in einem Monat



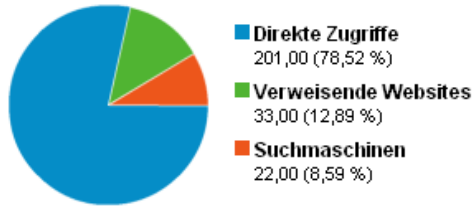
Weitere Nutzungs-Kennzahlen Februar 2009:

- 28.664 PageImpression, 6.639 Visits
- 3:17 min durchschnittliche Verweildauer
- 4,32 Seiten/Zugriff
- 59,11 % Absprungrate

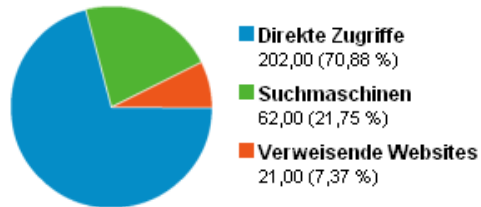
SUCHMASCHINEN

Verteilung auf Zugriffsquellen

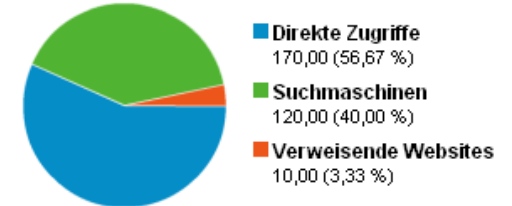
Montag,
12.01.2009



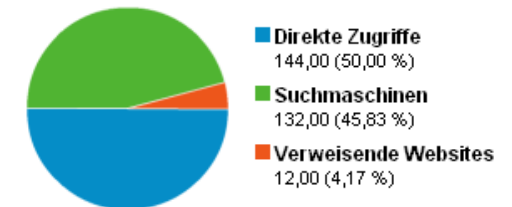
Montag,
26.01.2009



Montag,
09.02.2009

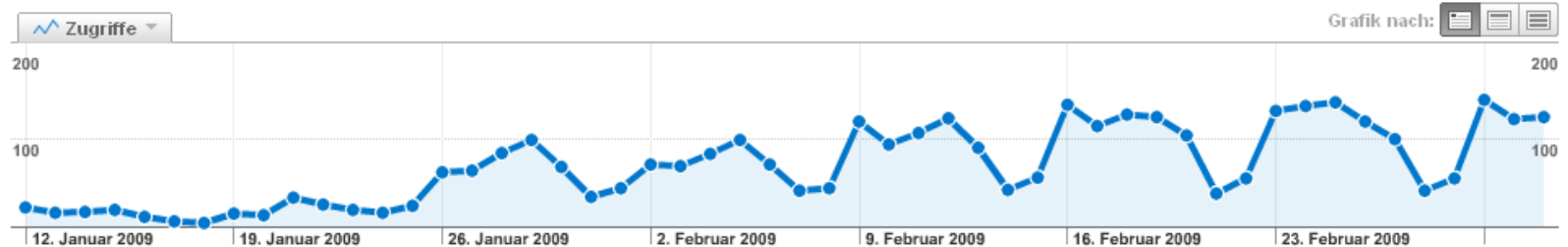


Montag,
23.02.2009



Suchmaschinen

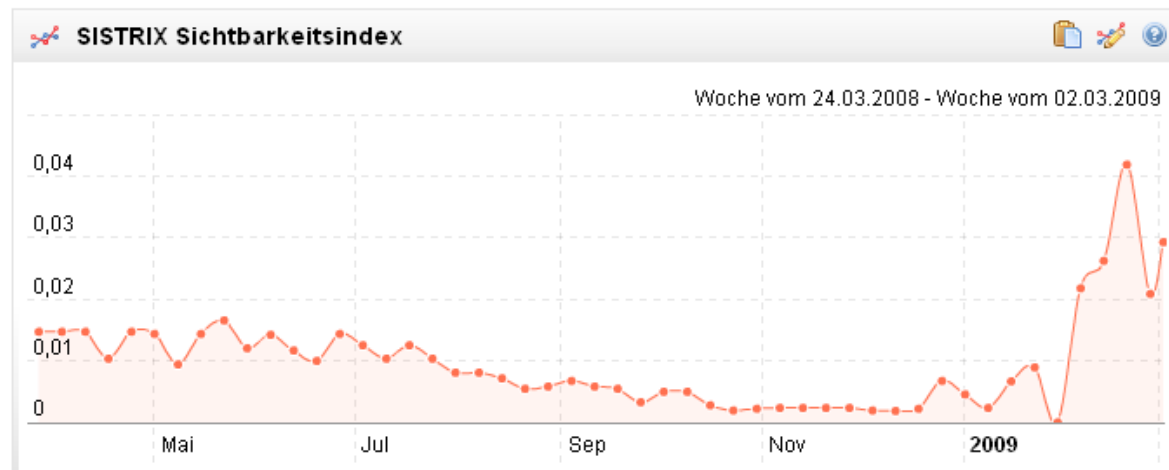
12.01.2009 - 04.03.2009



SEO- Werte

Sichtbarkeit bei Google

Domainüberblick meistertipp.de	
Sichtbarkeitsindex	0,03
Google PageRank	PR2 (PR bis 06.02.) ➔
Domainalter	14.08.2003
Hostname	www.meistertipp.de ➔



Interessante Rankings	
Keyword	Position
rohrbiegen software	10 Neu ➔
kündigung werkvertrag	9 -1 ➔

SEO- Werte

Keywords bei Google








SEO- Werte

Backlinks, ohne große Offpage-Optimierung!

 Backlink Überblick	
Anzahl Links	606
Unterschiedliche Hostnamen	35
Unterschiedliche Domains	34
Unterschiedliche IP-Adressen	32
Unterschiedliche /24-IP-Netzwerke (Class-C)	30

 Download	
<input type="button" value="Download als Excel-Datei"/>	<input type="button" value="Download als CSV-Datei"/>

 Herkunft nach Server-Standort							
	Land	Domain-Pop		Host-Pop		Links	
1	 DE	30	88,2%	31	88,6%	600	99,0%
2	 AT	2	5,9%	2	5,7%	3	0,5%
3	 GB	1	2,9%	1	2,9%	2	0,3%
4	 US	1	2,9%	1	2,9%	1	0,2%

AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

ALLGEMEINE METRICS

MASSNAHMEN UND LEARNINGS

TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

RÜCKBLICK: WAS HABEN WIR GETAN?

Maßnahmen und Auswirkungen

Marketing:

- Content, Content, Content - täglich mind. 3 neue Artikel
- Öffentlichkeitsarbeit mit Messe-Auftritt und Pressemeldungen
- Täglicher Newsletter und Gewinnspiel

Technik:

- Kryptische URLs auf Clean-URLs umgestellt (in Schritten...)
- Maßnahmen zur aktiven Lenkung von Bots
- Coaching der Autoren

Usability:

- Neue Benennung der Hauptrubriken
- Einführung von RSS-Feeds
- Tag-Cloud zum erleichterten Auffinden von relevanten Inhalten

AUSBLICK: WAS HABEN WIR NOCH VOR?

Maßnahmen und Erwartungen

Marketing:

- Planung und Durchführung von SEM und Offline-Werbung
- Inhaltlicher Ausbau durch weitere Kooperationspartner
- Ausbau sozialer Kontakte in relevanten Netzwerken (On-/Offline)
- Community-Stärkung durch Förderung des Austauschs und der Nutzerbeteiligung (Kommentare/Foren)

Technik:

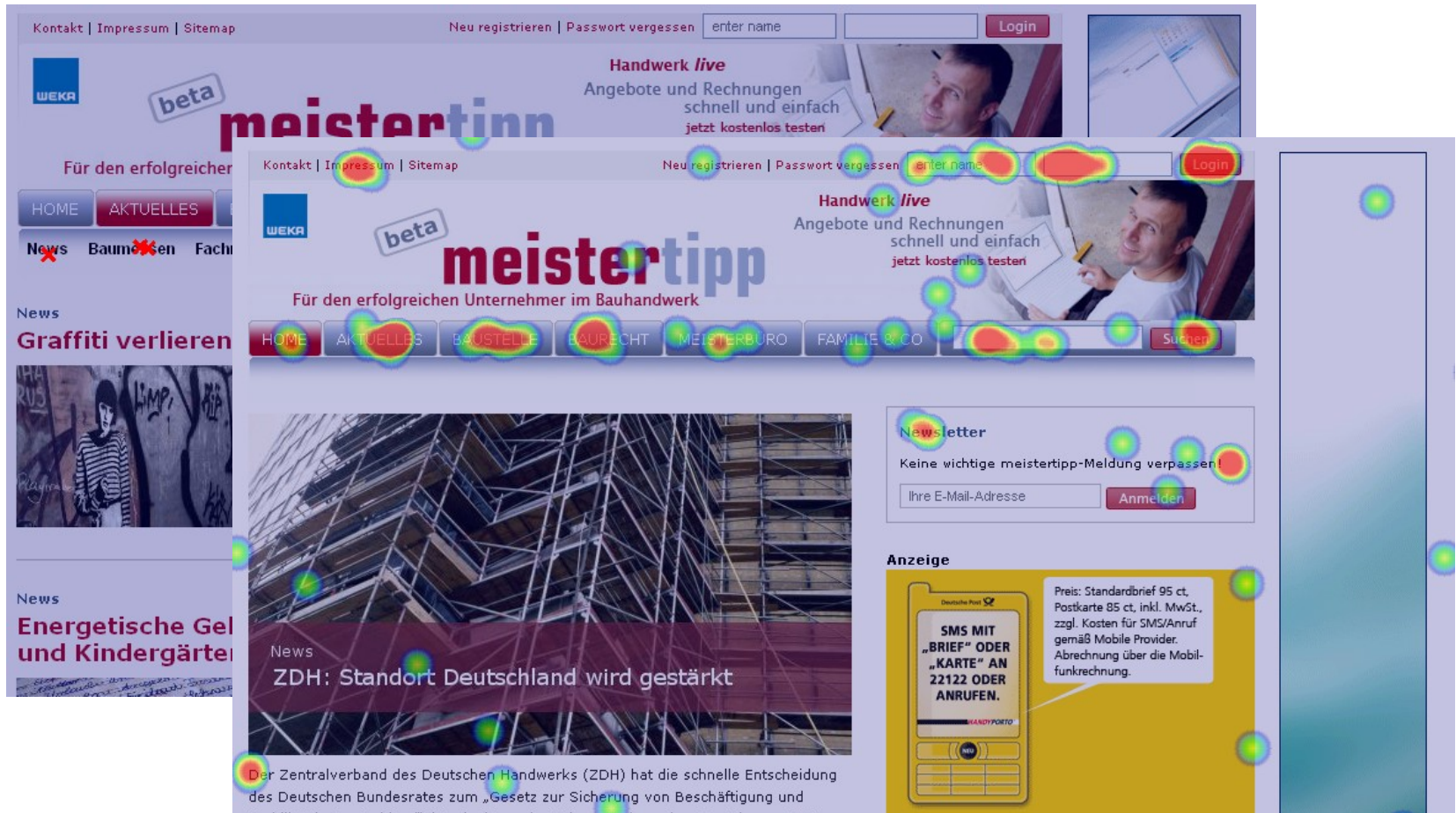
- Weitere Onpage-Optimierung
- Offpage-Optimierung/Linkaufbau

Usability:

- Umfrage zur Erhebung statistischer Daten und der Zufriedenheit
- Heatmap-Analyse und Usability-Optimierung

OPTIMIERUNG DER USABILITY

Visualisierung der Nutzung durch Clickmap und Heatmap in ECOND



AGENDA

WER SIND WIR?

WER ODER WAS IST WEKA?

WAS IST MEISTERTIPP.DE

ZIELE DIESER SESSION

ALLGEMEINE METRICS

MASSNAHMEN UND LEARNINGS

TYPISCHE SEO-FEHLER UND GEMEINSAME DISKUSSION

TYPISCHE SEO-FEHLER

Gerade in klassischen Unternehmen muss man umdenken

- SEOler sind nicht von Anfang an in die Projektentwicklung einbezogen
- Unter Zeitdruck werden vermeintlich unwichtige Punkte weggelassen
(Stichwort: Metatags)
- Google-Entwicklung wird nicht kontinuierlich getrackt, Fehler nicht mit SEO-Tools analysiert und entsprechend darauf reagiert
- Zielgruppe ist nicht genau bekannt, so dass man nicht deren Sprache sprechen kann (Stichwort: die richtigen Keywords!)
- Autoren haben einen journalistischen Anspruch und kennen sich nicht mit optimierten Schreiben aus

VIELEN DANK!

YOUR CONTACT

WEKA MEDIA GmbH & Co. KG

Römerstr. 4
86438 Kissing

Stefan Preusler

stefan.preusler@weka.de

Roland Riethmüller

roland.riethmueller@weka.de