

Themenverzeichnisse – Spezialisierung bringt mehr

Autor: Dirk Günther, Administrator BeChem Webverzeichnis, 25.07.2010

Es gibt massenhaft Webkataloge (Im Folgenden sind damit auch Webverzeichnisse gemeint), doch **in welche Kataloge lohnt sich ein Eintrag?** Verzeichnisse oder Listen von Webkatalogen, die man im Internet findet, betrachten meist nur den Pagerank (PR) der Startseite eines Kataloges, dessen Vererbung oder ob Backlinks gesetzt werden müssen.

Zunächst einmal sollte betont werden, dass Webkataloge mehr oder weniger dazu geeignet sind, **Besucher auf die eigene Internetpräsenz zu führen**, nicht aber bzw. kaum, um den PR der eigenen Seiten zu erhöhen.

Ob ein Webkatalog dazu geeignet ist, hängt im Wesentlichen von vier Kriterien ab. Kataloge, die nicht das erste Kriterium erfüllen, bringen Ihnen kaum einen Vorteil.

1. Wird der Katalog **mit den für Ihr Unternehmen / Angebot relevanten Suchbegriffen** (insbesondere Kombination aus zwei oder drei Substantiven) bei der Google-Suche besser oder vergleichbar gefunden als die eigenen Webseiten? Im **Google-Ranking** sind die ersten zwei oder drei Ergebnisseiten von Google interessant, weiter klickt sich kaum jemand durch.
Beispiel:
Mit der Suchwortkombination „Chemietechnik Prozesstechnik“ ist das Google-Ranking von <http://www.chemie-lieferanten.de> sehr gut. Wer derartiges anbietet, sollte sich hier eintragen.
2. Ideal wäre eine sehr gut promotete Rubrikenseite (Rubriken werden oft auch Kategorien genannt) des Webkataloges. Wird nur die Startseite des Kataloges gefunden oder gibt es bereits ein Rubrikenseite (in der Ihr Eintrag erscheinen würde) im Google-Index? Diese sogenannten Deep Links führen dann direkt zum verlinkten Eintrag, d.h. wer diesen Google-Treffer anklickt, wäre mit einem weiteren Klick bei Ihnen. Achtung: wenn schon viele Seiten zur selben Rubrik / Kategorie existieren, landen neue Einträge meist ganz hinten bzw. ganz und gar nicht auf der Webseite, die ggf. als Google-Ergebnis gefunden wird. Bei themenspezifische Katalogen ist diese Art Suchmaschinenoptimierung (SEO) besser möglich.
Beispiel:
Mit der Suchwortkombination „Laborausstattung Chemiebranche“ ist das Google-Ranking von http://www.bezugsquellen-chemie.de/glasgeraete_zubehoer.php sehr gut und ein einziger Klick auf das Ergebnis führt zu den Firmen, in dieser Rubrik des Webkataloges.
3. Wenn der im Punkt 2. genannte Vorteil nicht gegeben ist, so ist eine benutzerfreundliche übersichtliche inhaltliche Struktur der Themen oder Rubriken von Vorteil. Nur dann klickt sich ein interessierter Besucher von der Startseite eines Kataloges bis zu den Einträgen durch. Hierfür sind Themenkataloge besser geeignet. Die inhaltliche hierarchische Struktur hat nichts damit zu tun, wie die Webseitenstruktur aufgebaut ist. Letzteres ist nur von Interesse, wenn es um die Vererbung von Pagerank geht.
Beispiel:
<http://www.bezugsquellen-chemie.de/rubriken-kategorien.php>

4. Sind im Katalog Eintragungen von Deep Links, d.h. Links auf Webseiten in Unterverzeichnissen / Ordnern einer Top-Level-Domain (manchmal auch fälschlich Subdomains genannt) möglich? Damit würde ein Besucher direkt auf ihre Detailseite geführt und bräuchte sich nicht durch Ihre Webpräsenz zu klicken. Das eröffnet Ihnen die Möglichkeit von spezielleren Beschreibungen der Webseite auf die Sie verlinken. Damit erhöht sich die Chance, bei Google gefunden zu werden.

Beispiel:

<http://www.bezugsquellen-chemie.de/hinweise.php>

Die ersten beiden Punkte hängen also von der Suchmaschinenoptimierung eines Kataloges in Verbindung mit dessen Content ab. Dies wiederum kann natürlich nicht für alle beliebigen Suchbegriffe gelten. Wichtig ist, wie die Sache mit den **für Sie relevanten Suchbegriffen** aussieht. Deshalb ist auch keine pauschale Aussage über die Wichtigkeit, den Vorteil oder den Nutzen eines Webkataloges möglich.

Die letzten beiden Punkte sollten eher als zusätzliche Kriterien betrachtet werden, die allein jedoch noch keinen wirklichen Vorteil oder Nutzen darstellen.

- Ende -