



In fünf Schritten zur erfolgreichen Video-SEO

Videomanagement-Experte MovingIMAGE24 gibt Tipps zur Videoeinbindung

(ddp direct) Berlin, 28. September 2011 Aber bitte mit Video! Wollen Unternehmen ihre Webseite aufpolieren, neue Marketingkanäle erschließen und möglichst viele User erreichen, setzen sie auf Online-Videos. Analysten von Forrester haben herausgefunden, dass es 50 Mal wahrscheinlicher ist, mit einem Video auf der ersten Seite bei Google zu landen als mit einem reinen Textlink. Mit den folgenden fünf Tipps von MovingIMAGE24 können Unternehmen prüfen, ob ihre Videoeinbindung die Grundlagen einer effizienten Suchmaschinenoptimierung (SEO) erfüllt. Video-SEO bezeichnet dabei die optimale Aufbereitung der Videodaten und -inhalte für Suchmaschinen, so dass diese die jeweilige Website für relevante Suchanfragen finden.

1. Stimmt die technische Struktur? Unternehmen sollten hinterfragen, wie das Video in eine Website eingebunden ist, um von Suchmaschinen gefunden zu werden. So verfügen Videos im Idealfall neben dem eigentlichen Videoplayer über einen aussagekräftigen Titel und eine Infobox mit Beschreibungstext, Schlagworten, der Zahl der Videoaufrufe und der Länge des Videos.
2. Auf die Titel und Beschreibungstexte kommt es an: Kostenlose Online-Werkzeuge wie das Google Keyword Tool oder YouTube Suggest helfen bei der Ermittlung häufig verwendeter Suchbegriffe und Begriffskombinationen denn Title- und Descriptiontag sind das A und O einer erfolgreichen SEO. Der Videotitel sollte dem hinterlegten Title-Tag gleichen, ebenso Beschreibungstext zum Video und Description-Tag. Title-Tags werden bei Google als Titel angezeigt, das Description-Tag als Text unter dem Video. Zudem sollte neben den relevanten Schlagworten auch der Begriff Video vorkommen. Da Suchmaschinen alle Textinformationen auswerten, ist es empfehlenswert, die maximal mögliche Titellänge je Portal zumeist 60 Zeichen zu nutzen.
3. Die Video-URL: Jedes Video sollte über eine eigene Seite und somit eigene URL verfügen. So genannte sprechende URLs berücksichtigen relevante Keywords oder auch den Videotitel. Ist ein und dasselbe Video mehrmals auf der Website eingebunden, sollte das so genannte Canonical Tag verwendet werden. So lässt sich vermeiden, dass jede weitere Einbindung des Videos als doppelter Content indiziert wird, der sich negativ auf das Ranking auswirkt.
4. Wie ist das Video verlinkt? Das Video muss immer zuerst auf der eigenen Website veröffentlicht werden. Ratsam sind Verlinkungen zwischen weiteren Inhalten der Web- und Videoseite oder dem Videotext. Nach der Veröffentlichung des Videos können Unternehmen Verlinkungen durch Twitter, Facebook und Co. aufbauen. Ist das Video von der Homepage bei Google indiziert und gilt als originärer Content, kann es auf YouTube und anderen Portalen verbreitet werden. Halten Unternehmen diese Reihenfolge nicht ein, wird das Video eventuell nicht der eigenen Homepage zugeordnet, sondern als doppelter Content mit geringer Wertigkeit.
5. Die Videositemap: Gute Video-Management-Systeme erzeugen automatisch eine Videositemap für Mediatheken und eigene Videoportale. Ein Videositemap ist ein speziell für Suchmaschinen aufbereitetes Inhaltsverzeichnis im XML-Format. Sie lässt sich auch für einzelne Videos erstellen und nutzen. Lösungen wie der VideoManager 5 sind in der Lage, mit einem Klick Videositemaps zu erstellen. Mit der Hinterlegung der Videositemap im Webmaster-Tool können Anwender Google Informationen über Videoinhalte auf ihrer Website bereitstellen und beispielsweise mitteilen, unter welcher URL die Videos mit Titel, Beschreibung, Keywords oder Screenshots verfügbar sind.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/pydvpj>

Permalink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/online-medien/in-fuenf-schritten-zur-erfolgreichen-video-seo-16960>

Pressekontakt

MovingIMAGE24

Frau Irma Drews
Eiswerder Str. 18
13585 Berlin

presse@movingimage24.de

Firmenkontakt

MovingIMAGE24

Frau Irma Drews
Eiswerder Str. 18
13585 Berlin

movingimage24.de
presse@movingimage24.de

=== Über MovingIMAGE24: ===

MovingIMAGE24 zählt zu den führenden Anbietern von Business-Lösungen für Video-Management und Video-Streaming. Mit dem Cloud-basierten System VideoManager 5 können Unternehmen ihre Web-Videos effizient verwalten, bearbeiten und präsentieren. Über eine Schnittstelle lässt sich der VideoManager nahtlos in bestehende Content-Management-Systeme integrieren. Die mehrfach ausgezeichnete SaaS-Lösung ist aktuell bei rund 500 Kunden, darunter renommierte Unternehmen wie BMW, die DeKa Bank oder Stiftung Warentest im Einsatz. MovingIMAGE24 wurde 2005 gegründet. Hauptgeschäftssitz ist Berlin. www.movingimage24.de