

gipfelstolz.

Checkliste Produktnamen und Suchmaschinenoptimierung

**Tipps zur Vergabe von Produktnamen
im Google-Zeitalter**

Stand: November 2011

Checkliste Produktnamen

Produktnamen spielen im Google-Zeitalter eine besonders wichtige Rolle. Während früher die Kommunikation in erster Linie zwischen Kunde und Fachhändler ablief, sind heute Suchmaschinen der entscheidende Filter zwischen Kunden und Produzenten. Deshalb sind bei der Auswahl von Produktnamen die Eigenheiten der Suchmaschinen zu beachten.

Wir geben Ihnen an dieser Stelle einige Tipps, mit denen Sie bei der Auswahl von Produktbezeichnungen Probleme in Suchmaschinen vermeiden. Dabei beachten wir nicht nur die Google-Suche, sondern berücksichtigen auch die Eigenheiten anderer Suchfunktionen wie etwa der Suche auf Ebay oder in Diskussionsforen.

Denn zum erfolgreichen Online-Marketing gehört auch der Austausch in Social Media-Angeboten (Facebook!) oder Empfehlungen in Foren. Jedes Mal, wenn ein möglicher Kunde Ihr Produkt aufgrund einer ungeschickten Produktbezeichnung nicht finden konnte, geht Ihnen ein wichtiger Kontakt verloren – auch wenn dieser Kontakt nicht auf Ihrer Website, sondern in einem Fachforum stattgefunden hätte.

Sonderzeichen

Benutzen Sie keine Sonderzeichen im Produktnamen, sondern lediglich Buchstaben und Ziffern. So interpretiert etwa Ebay ein Sternchen als Platzhalter für andere Zeichen, aber auch einfache Bindestriche (Minuszeichen) können schon zu Problemen führen. Sonderzeichen, die sich nicht auf allen Tastaturen finden, sollten Sie auf keinen Fall benutzen; so gibt es etwa auf schweizerischen Tastaturen kein ß („Eszett“). Denn wie sollen Ihre Kunden ein Produkt suchen, wenn Sie die nötigen Zeichen nicht eingeben können?

Beispiel: *Pentax *ist D*

Die Suche **ist D* für eine Serie von Spiegelreflexkameras führt in Ebay zur Suche nach *D*, da das Sternchen als Platzhalter interpretiert wird, der zu Beginn eines Wortes nicht stehen darf. Die Ebay-Suche ignoriert also den Teil **ist*.

Länge

Alle Bestandteile der Produktbezeichnung sollten mindestens vier Zeichen lang sein. Zwar suchen die meisten Suchmaschinen problemlos auch nach Wörtern, die sogar aus nur einem Zeichen bestehen, aber auch hier gibt es Ausnahmen. Auf vielen Foren und anderen semiprofessionellen Sites läuft im Hintergrund die Datenbank MySQL, die eine sehr gute Suchfunktion anbietet. Allerdings ist die Mindestwortlänge in der Standardeinstellung auf vier Zeichen begrenzt – kürzere Wörter werden beim Suchen ignoriert. Und da viele Websitebetreiber darauf nicht achten, funktionieren alle derartigen Suchfunktionen erst für Wörter mit mindestens vier Buchstaben.

Beispiel: M43

Ausgerechnet ein Forum, das sich ganz dem neuen Kamerastandard *Micro Four Thirds* verschrieben hat, hat die minimale Suchwortlänge auf vier Zeichen beschränkt und lässt so keine Suche nach *M43* zu.

Generische Bezeichnung

Gibt es, etwa für besonders neuartige Produkte, noch keinen generischen Begriff, sollten Sie versuchen, ihn einzuführen. Achten Sie dabei darauf, dass dieser Begriff frei von Rechten Dritter ist und sich leicht schreiben und gut aussprechen lässt. Arbeiten Sie dabei auch mit Ihren Mitbewerbern zusammen.

Ein etablierter generischer Name hilft potenziellen Kunden, sich mithilfe von Suchmaschinen über die neue Produktklasse zu informieren ohne bereits auf einzelne Produkte eingehen zu müssen.

Beispiel: Netbook

Als Anfang 2008 die besonders kleinen und preisgünstigen Mini-Notebooks eingeführt wurden, bezeichnete Intel diese Geräte als *Netbooks*. Der Begriff wurde schnell als generischer Sammelbegriff akzeptiert, allerdings war die Rechtefrage ungeklärt, da ein Hersteller bereits viele Jahre vorher diese Bezeichnung als Markenbegriff genutzt hatte. Dies führte zeitweise zu einer erheblichen Verunsicherung im Markt.

Abkürzungen

Verleitet der Produktname zu Abkürzungen? Wenn ja, sind diese Abkürzungen eindeutig und für Suchmaschinen vernünftig zu interpretieren?

Beispiel: *Micro Four Thirds*

Die Unternehmen Panasonic und Olympus haben gemeinsam den Standard *Micro Four Thirds* für Digitalkameras etabliert. Im Web wird der Name aber fast immer abgekürzt, in allen möglichen Schreibweisen; hier nur einige Beispiele: M43, M4/3, micro43, μ 43, μ 4/3.

Synonyme

Testen Sie, ob Google für Ihre Produktbezeichnung womöglich falsche Synonyme zuordnet und so unpassende Ergebnisse bringt. Google versucht Tippfehler und unterschiedliche Schreibweisen abzufangen und die vermeintlich korrekten Ergebnisse anzuzeigen. Das funktioniert meist erstaunlich gut. Aber insbesondere bei neuen oder selten gesuchten Begriffen führt dies dazu, dass unpassende Ergebnisse gezeigt werden.

Beispiel: *M4-2*

Google interpretiert die Produktbezeichnung *M4-2* für eine Kamera als Suche nach *M42*, einem Standard für Objektivanschlüsse.

Aktualisierung

Werden Ihre Produkte sehr häufig (mehrmals im Jahr) aktualisiert? Dann sollten Sie sich eine stringente Namensgebung überlegen, die einen möglichst großen Teil der Produktbezeichnung langfristig bestehen lässt. Bedenken Sie auch, wie Sie Infos über alte Produkte in einem gut zugänglichen Archiv bereithalten können.

Beispiel: *Apple MacBook Pro*

Apple bezeichnet seine Notebooks seit Jahren gleich, obwohl sich in der Ausstattung vieles geändert hat. Dadurch kann die Struktur der Website beibehalten werden und bestehende Links führen nicht ins Leere.



www.gipfelstolz.de

Gipfelstolz UG (haftungsbeschränkt)
Ludwigstr. 4
94032 Passau

Tel. +49 (0) 851 966329-0
Mail info@gipfelstolz.de

Geschäftsführer: Marcus Schoeberichts
Sitz der Gesellschaft ist Passau
Registergericht: Amtsgericht Passau – HRB 8090

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer
gemäß §27 a Umsatzsteuergesetz:
DE274379642