



**Pressekontakt:**

ABAKUS Internet Marketing  
Gesine Knauer  
Blumenauer Str. 1  
30449 Hannover

+49 (0)511 - 4 73 81 54

[presse@abakus-im.de](mailto:presse@abakus-im.de)

[www.abakus-internet-marketing.de](http://www.abakus-internet-marketing.de)

## Suchmaschinenoptimierung für effizientes Marketing

**30.4.2009 - Das Internet ist aus der heutigen Medienlandschaft nicht mehr wegzudenken. Seine Gewichtung nimmt durch die verstärkt genutzte Websuche stetig zu und es kommen immer mehr Anwendungen auf den Markt, die die klassischen Geschäftsprozesse ganz neu definieren. Allein die Internet-Präsenz ist heutzutage für ein Unternehmen nicht mehr ausreichend. Um Geschäftspotentiale optimal ausschöpfen zu können, müssen Inhalte der eigenen Webseite auch gefunden werden. Die langfristig erfolgreichste Strategie zur Erreichung dieses Zieles ist die „Suchmaschinenoptimierung“. Dieser Artikel liefert Fakten zum Thema und Hinweise zur grundlegenden Verfahrensweise.**

Webseiten sind heutzutage fester Bestandteil des Marketing-Mix. Wurde das Internet noch vor zehn Jahren als Spielzeug für Technik-Freaks belächelt, so nutzen inzwischen immer mehr Unternehmen dieses Medium, um Informationen über eigene Dienstleistungen oder Produkte aktuell zu halten und blitzschnell den Kunden bereitzustellen. Dies gilt nicht nur für Technologie- und Telekommunikationsfirmen, sondern inzwischen für fast jeden Wirtschaftszweig.

Viele Unternehmen haben das Potential, welches sie mit einem professionellen Webauftritt erreichen können, noch nicht erkannt und denken, sie seien nicht betroffen. Oft wird nur die klassische Image-Broschüre ohne Änderungen ins Internet übertragen. Die Verantwortlichen sind schon froh, wenn die eigene Firmenwebseite bei Eingabe des Firmennamens von den Suchmaschinen an erster Stelle gelistet wird. Sie kann so von *bestehenden* Kunden auch ohne Kenntnis der exakten Schreibweise der Webadresse leicht gefunden werden.

### **Internet vor allem zur speziellen Informationsbeschaffung**

Dieser Denkansatz schränkt jedoch die Möglichkeiten ein, auch *neue* Kunden über das Internet zu gewinnen. Er berücksichtigt nicht eine der Hauptursachen, die für das rasante Wachstum der Internetnutzung verantwortlich sind: Viel mehr als zur Informationsverbreitung wird es heutzutage zur Informationsbeschaffung genutzt. Zu nahezu jedem Spezialthema können inzwischen hochqualitative Inhalte im Internet gefunden werden; so z. B. im Baubereich:

- Datenbanken mit Produktinformationen und Bildbeispielen
- Übersichten regionaler Fördergelder für die Sanierung des privaten Eigenheims
- Anwendungsbeispiele und Anleitungen für Do-it-yourself-Produkte

Eine Recherche über das Internet erfolgt inzwischen oft *vor* der eigentlichen Wirtschaftshandlung. Dies gilt zum Beispiel bei

- Kaufentscheidungen für ein Produkt oder Dienstleistung
- Bewerbungen bei potentiellen Arbeitgebern
- Suche nach möglichen Kooperationspartnern

Wird ein Unternehmen bei der Onlinesuche nach bestimmten Themen, Produkten und Begriffen nicht gefunden, so kommt es gar nicht erst zu einer Kontaktaufnahme und vorhandene Stärken können überhaupt nicht präsentiert werden. Unternehmer haben gerade im regionalen Bereich die große Chance, sich in den Focus der „suchenden“ Internetnutzer zu rücken. Schließlich liegt es nahe, dass ein nach Informationen zu „Umzug“ oder in seiner Nähe nach „Umzug Hannover“ suchender Internetnutzer dann eine Firma kontaktiert, die in den Suchmaschinen an oberer Stelle vertreten sind.

### **Immer mehr Inhalte im Internet**

Täglich wächst die Flut der über das Internet abrufbaren Inhalte und inzwischen liefert die in Deutschland mit einem Marktanteil von ca. 90 Prozent am meisten genutzte Suchmaschine „Google.de“ nicht mehr überschaubare 8,8 Millionen Ergebnisse bei einer Suche nach „Umzug“.

Das Problem ist also Folgendes: Wird die eigene Webseite bei einer Internetsuche nicht gefunden, so ist aber der Mitbewerber nur einen Klick entfernt. Wie wichtig es ist, dass der eigene Internet-Auftritt gut gefunden wird, verdeutlichen die folgenden Zahlen:

- 84 % aller Internetnutzer benutzen regelmäßig Suchmaschinen, um Informationen zu finden.
- 87 % der Suchmaschinennutzer schauen nicht mehr als die erste Trefferseite an.
- 76 % aller Internetnutzer halten Suchmaschinen für den wichtigsten Einstiegskanal.
- 76 % aller Internetnutzer haben bei ihrer Suchmaschinensuche eine Kaufabsicht.

*Quellen: ARD/ZDF, TNS, Google.*

### **Keyword-Recherche vorab ist ein Muss**

Die Strategien und Techniken, die angewandt werden, um die Unternehmen-Webseiten für möglichst viele Suchbegriffe oben in den Suchmaschinen zu platzieren, werden als Suchmaschinenoptimierung bezeichnet bzw. als SEO (Search Engine Optimization) abgekürzt.

Zunächst sollten im Rahmen einer sogenannten „Keyword-Recherche“ die Begriffe ausgemacht werden, die sowohl für das eigene Geschäftsmodell von Bedeutung sind und zudem auch von Internetnutzern häufig gesucht werden. Die relevanten Suchbegriffe können dabei in folgende Gruppen aufgeteilt werden:

- Generische Begriffe (z. B. „Rechtsanwalt“)
- Lokale Begriffe (z. B. „Steuerberater Hannover“)
- Informatorische Begriffe (z. B. „Muster GmbH-Vertrag“)
- Sog. „Money-Keys“ (z. B. „Patent anmelden“, „Steuererklärung abgeben“, Reise buchen“ oder „T-Shirt Online-Shop“)

Üblicherweise teilen sich im weiteren Verlauf der Suchmaschinenoptimierung durchzuführenden Arbeiten in zwei Bereiche auf. Im Rahmen der so genannten „OnPage-Optimierung“ werden Veränderungen an den Webseiten des Kunden selbst vorgenommen, wobei jede einzelne Seite für sich betrachtet auf ein bis drei spezifische Suchphrasen hin optimiert wird. Typische Maßnahmen sind dabei zum Beispiel:

- Eine Suchphrase wird im „Title-Tag“ der Internetseite platziert. Dies ist ein speziell definierter Bereich im Quellcode einer Internetseite.
- Eine Suchphrase sollte oft genug auf der Internetseite vorkommen und somit eine Mindest-Keyword-Dichte erreichen.
- Eine Suchphrase sollte in entsprechend markierten Überschriften vorkommen.

Der zweite wichtige Bereich wird meist „OffPage-Optimierung“ genannt. Hier geht es vor allem darum, Partner zu finden, die Links genannter Verweise zur Kundenwebseite auf der eigenen Webseite platzieren. Die Suchmaschinen werten solche Links als Empfehlung, was im Allgemeinen dazu führt, dass die verlinkte Webseite eine bessere Reputation und in der Folge auch ein besseres Ranking erhält.

### **Fazit**

Eine in den Suchergebnissen oben positionierte Webseite hat ein großes Potential, von neuen Kunden oder Partnern gefunden zu werden. Die Suchmaschinen veröffentlichen allerdings nicht, welche Kriterien das Ranking beeinflussen. Um dies herauszufinden, ist eine kontinuierliche Beobachtung nötig, die Spezialkenntnisse und einen erheblichen Recherche-Aufwand erfordert. Daher ist es sinnvoll, sich bei der Suchmaschinenoptimierung von einer erfahrenen Agentur beraten zu lassen. Da es sich bei dieser Dienstleistung nicht um einen Bestandteil einer anerkannten Ausbildung handelt, sollte man als Kunde vor allem auf eine langjährige Erfahrung, transparente Arbeitsweise und entsprechende Referenzen der beauftragten Agentur achten.