

# Mehr Geschäft mit Googles Hilfe: Suchmaschinen optimieren und Umsätze steigern

Internetseiten sind auch im Elektrohandwerk nur dann ein effektives Marketing-Instrument, wenn potenzielle Kunden die Online-Auftritte schnell finden. Doch von alleine schaffen es nur die wenigsten Homepages auf die vorderen Plätze der Suchmaschinen. Wer aber seine Internetseiten für Suchmaschinen optimiert, kann im Netz schnell Kunden akquirieren.

Nur die ersten Treffer in einem Internet-Suchergebnis zählen. Genau genommen sind dies auch nur die vor deren drei. Denn alle weiteren Suchergebnisse nehmen Internetnutzer bei Google & Co. kaum noch wahr. Das zumindest bestätigt eine aktuelle Studie vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW). Für die Analyse hat der Verband das Verhalten von Internetnutzern auf den Ergebnisseiten der großen Suchmaschinen mittels eines so genannten Eyetracking- Verfahrens untersucht. Die Analyse des Blickverlaufs liefert ein aufschlussreiches Ergebnis: Nutzer betrachten in Suchmaschinen vor allem diejenigen Suchtreffer, die im oberen linken Seitenbereich zu sehen sind (Bild). In Zahlen bedeutet das: 45% aller Klicks auf Suchmaschinen-Seiten erfolgen auf diese vorderen Suchtreffer.

## Problem: Google-Nutzer schauen immer nur nach oben

Dieses Nutzungsverhalten hat auch Folgen für Elektrohandwerksbetriebe, die Onlinemarketing betreiben. Denn wer mit seiner Internetseite bei Suchmaschinen nicht vorne steht, macht deutlich weniger Besucher auf sich und seine Dienstleistungen aufmerksam. Und wer erst auf der zweiten Ergebnisseite auftaucht, fällt vielleicht sogar komplett durchs Raster. Ein Online-Auftritt rechnet sich da kaum noch. Es ist aber kein Glücksspiel, um bei Google ganz oben zu stehen. Sondern das Ergebnis harter Arbeit. Denn mittels Suchmaschinenoptimierung – im Fachjargon auch Search Engine Optimization (kurz SEO) genannt – können auch kleine und mittelständische Unternehmen die Inhalte und Struktur ihrer Internetseite so aufbereiten, dass ihr Online-Auftritt bei passenden Suchanfragen in den wichtigen Suchmaschinen tendenziell weiter oben gelistet wird.



## **Verbesserungen auch ohne Agentur möglich**

Wer nur ein überschaubares Budget zur Verfügung hat, kann den eigenen Online-Auftritt auch selbst verbessern und weiterentwickeln. "Auch bei der Suchmaschinenoptimierung können Betriebe grundsätzlich immer alles selber machen", argumentiert Andreas Frank Hoffmann, Geschäftsführer der auf Suchmaschinenoptimierung spezialisierten Berliner SearchLab GmbH. Am meisten Wert müssen Elektrohandwerker bei SEO-Maßnahmen auf die redaktionellen Inhalte ihrer Internetseite legen. Schließlich listen Suchmaschinen eine Internetseite prinzipiell nur dann auf den Ergebnisseiten, wenn dort auch solche Begriffe in Unternehmensbeschreibung und Serviceinformationen vorkommen, über die Nutzer im Internet überhaupt suchen. Elektrohandwerksbetriebe sollten daher ihre Leistungsmerkmale möglichst klar, präzise und im Wordlaut ihrer potenziellen Kunden beschreiben. Schließlich suchen diese im Internet eher nach einem "günstigen Elektriker" als einem "zertifizierten Elektroinstallationsbetrieb".

Vorteilhaft beim Formulieren von Texten ist auch, wichtige Suchbegriffe wie "Elektroinstallateur" oder "Elektriker" direkt im Titel einer Homepage zu platzieren. Wer ein Content-Management-System nutzt, kann dies in der Regel auch ohne Programmierkenntnisse ändern. Noch besser ist es, wenn solche Begriffe direkt im Domain-Namen vorkommen: etwa [www.elektrikermuenchen.de](http://www.elektrikermuenchen.de). Denn Begriffe in Domains gewichten Suchmaschinen besonders hoch. Als goldene Regel für die Suchmaschinenoptimierung gilt darüber hinaus: Content is King. So listet Google prinzipiell die Internetseiten auf Ergebnislisten höher, die mehr redaktionelle Inhalte als die Konkurrenz bieten. Eine einfache Variante, um kontinuierlich Content anzureichern, sind Online-Tagebücher. In diesen so genannten "Blogs" können Unternehmen etwa neue Produkte präsentieren, Mitarbeiter vorstellen oder Einblicke in den Arbeitsalltag gewähren. Um solche Online-Tagebücher zu veröffentlichen, gibt es Standard-Lösungen von Typepad oder Wordpress. Bei diesen Anbietern bekommen Betriebe bereits für 5€ im Monat professionelle Miet-Software mit Layout-Vorlagen, so dass keine Programmierkenntnisse nötig sind. Selbst um das Hosting der Blogs kümmern sich die Software-Anbieter.

## **Internetseiten-Verlinkungen: je mehr, umso besser**

Was neben gutem Content zu besseren Listungen in Suchmaschinen führt, sind Verlinkungen. Denn aus der Zahl der Verweise auf eine Internetseite ermittelt Google den so genannten "Page Rank". Die Suchmaschine ordnet hier immer denjenigen Internetseiten mehr Relevanz zu, auf die viele andere Online-Auftritte verlinken. Und wer von Suchmaschinen prinzipiell relevanter eingestuft wird, landet auch in den Ergebnislisten meistens weiter oben. Um möglichst viele Links auf die eigene Internetseite zu bekommen, sind inzwischen so genannte Textlinks ein probates Mittel. Internetseiten-Betreiber können hier kostenpflichtige Verweise von Internetseiten mit hohem PageRank buchen. Das kostet pro Monat zwischen 10€ und 60€, wie der "Link Preis Index" zeigt. Übrigens: Ihren aktuellen PageRank können Betriebe einfach ermitteln, wenn sie im Internet Explorer die kostenlose Google Toolbar installieren.

Wie bei fast allen Marketing-Aktivitäten gilt aber auch bei der Suchmaschinenoptimierung: Langfristige Verbesserungen gibt es jedoch nur, wenn Betriebe auch kontinuierlich investieren. "Eine einmalige Optimierung zeigt nur kurzfristig Wirkung", warnt SEO-Experte Philipp von Stülpnagel. "Zum einen ändern sich laufend die Algorithmen der Suchdienste, zum anderen werden auch die Wettbewerber eines Unternehmens immer besser. "Schließlich kämpfen viele Betriebe um die ersten Plätze. Genau genommen um die vorderen drei.

## **Vorsicht: Nicht jede SEO-Agentur hilft beim Internetseiten-Tuning**

Der bequemste Weg bei der Suchmaschinenoptimierung ist, einen spezialisierten Dienstleister zu beauftragen. Doch bei der Wahl der passenden SEO-Agentur ist Vorsicht angebracht. So versuchen dubiose Dienstleister immer wieder, gerade wenig online-affine Kleinunternehmer damit zu ködern, dass sie ihnen einfach Platz eins bei Google mit ihrer Internetseite versprechen. Vor solchen Dienstleistern warnt stellvertretend Search-Lab-Chef Hoffmann. "Unseriöse Agenturen machen unrealistische Versprechungen und klären nicht über Kosten oder Risiken von Maßnahmen auf. Gute Agenturen sollten ihren Kunden aber immer ein Reporting bieten können, in welchem die Wirkung von Maßnahmen auch belegt und verständlich erklärt wird." Qualifizierte SEO-Dienstleister erzählen seinen Erfahrungen zufolge immer erst nach einem kurzen Briefing, welche Verbesserungen bei einem Internetauftritt überhaupt möglich sind. Ein weiterer Fallstrick: Unseriöse Agenturen mogeln gerne im Verborgenen. Eine beliebte Masche ist etwa, der Suchmaschine eine andere Version einer Internetseite anzuzeigen als Internetnutzern. Vor allem bei in Flash programmierten Portalen wird so gerne getrickst, denn Flash ist für Google & Co. nicht lesbar. Dubiose Dienstleister programmieren daher gerne eine für Nutzer unsichtbare Text-Variante der Seite, die nur Google zu sehen bekommt. Diese "Cloaking Pages" können aber böse Folgen haben. Denn aufgrund solcher unsauberer Tricks ist bereits BMW kurzfristig von Google aus allen Suchergebnissen verbannt worden. Und wer hier aus dem Index fliegt, erreicht überhaupt keine potenziellen Neukunden mehr.

## **Entscheidungshilfe: Gütesiegel für seriöse SEO-Dienstleister**

Um Interessenten bei der Agentur-Auswahl zu helfen, hat der Branchen - verband BVDW ein SEO-Zertifikat für seriöse Dienstleister entwickelt. Das Gütesiegel erhalten nur Agenturen, die seit mindestens zwölf Monaten über einen Handelsregistereintrag verfügen, SEO-Kundenprojekte vorweisen können und sich sauberen "SEO-Guide - lines" verpflichten. Aktuell sind in Deutschland knapp zehn solcher SEO-Dienstleister offiziell zertifiziert. Es gibt natürlich noch weitaus mehr seriöse Agenturen in Deutschland. Dienstleister müssen aber einigen Aufwand betreiben und Gebühren bezahlen, um das Zertifikat überhaupt erst erhalten zu können. Und das rechnet sich eben nicht für jede Agentur. "Ein Blick auf die Referenzen einer Agentur ist daher immer unerlässlich", rät von Stülpnagel, Leiter des Arbeitskreises Suchmaschinen- Marketing im BVDW, für die Dienstleistersuche. Generell gilt bei Agentur-Geschäften: Für eine gezielte Suchmaschinenoptimierung sollten Betriebe mit einem niedrigen fünfstelligen Eurobetrag pro Jahr kalkulieren. Denn die meisten Unternehmen investieren traditionell zwischen 20000€ und 30000€ jährlich in SEO.

## **Über den Autor**

Stephan Randler ist freier Fachjournalist und schreibt u.a. für das Branchenportal Voltimum zu Themen aus dem Gebiet des Online-Marketings.