

# Jeder Klick ein Treffer

## Wie die scholz.msconsulting GmbH ihre Homepage immer ganz oben platziert

*Da denkt man, man hat doch alles: Einen schönen, aufwändigen und gut strukturierten Internet-Auftritt mit allen Informationen, die der Kunde braucht. Und dann lassen die Besucherzahlen ernsthaft zu wünschen übrig. Was nützt eigentlich die schönste Homepage, wenn keiner hingehht? Das muss anders werden, beschloss Prokurist und Vertriebsleiter Frank Stefan Scholz von der scholz.mconsulting GmbH, und wandte sich an den Suchmaschinen-Optimierer SUMO.*

Die Ausgangslage war bei Scholz ganz ähnlich wie bei den meisten unserer Kunden“, erklärt Christian Mauer, Geschäftsführer der Sumo GmbH. „Ein qualitativ hochwertiger Internetauftritt war vorhanden, eine aufwändig gestaltete Homepage eingerichtet. Doch in den bekannten Suchmaschinen war die Seite zu wenig präsent.“ Stattdessen erscheinen zu den entsprechenden Suchbegriffen erst die Seiten der Wettbewerber

von Scholz. Dadurch gehen dem Unternehmen, dem Hersteller der CRM-Projektmanagementlösung Vemas, laufend wertvolle Kunden verloren. „Es ist entscheidend, welche Websites auf einen Suchbegriff hin zuoberst erscheinen. Denn die meisten Suchenden – und das sind Kunden, die sich durch ihre Suche schon qualifiziert haben – bleiben bei den Firmen hängen, die auf der ersten Seite der gefundenen Ergeb-

nisse erscheinen“, erläutert Christian Mauer. „Wenn Sie da Ihr Unternehmen nicht hineinplatzieren können, nützt Ihnen der schönste Internetauftritt nichts.“

Nachdem also geklärt ist, was dem Scholz-Auftritt fehlt, wird dieser zunächst einmal unter die Lupe genommen. Techniker von Sumo befassen sich intensiv mit dem Webauftritt und analysieren Aufbau und Programmierung der kompletten Website. „Dabei haben wir überprüft, wie gut der Auftritt in technischer Hinsicht für die Auffindbarkeit durch Suchmaschinen geeignet ist: Eine Website soll-

### Gefunden werden ist alles

te nicht zu komplex gestaltet sein. Flash-Auftritte, die vor allem über Filme oder Bilder kommunizieren, sind ganz ungeeignet, da Suchmaschinen nur Text erkennen können. Framesets, also Auftritte, wo der Inhalt von der Navigation abgetrennt ist, sind ebenfalls schwer zu finden, aber da können wir ➡

#### Der Kunde

**Frank Stefan Scholz, Prokurist  
der scholz.mconsulting GmbH**



„Suchmaschinenoptimierung finde ich klasse, weil es eindeutig Zusatzgeschäft bringt und mir die Kaltakquise spart. Das sind Fakten, die mich überzeugen.“

scholz.mconsulting GmbH (Krefeld)

Optimierung von Vertrieb und Projektmanagement in Unternehmen, die erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen anbieten

Komplettlösungen für Dienstleistungsunternehmen und Lösungsanbieter für Projektmanagement, Vertrieb und Dokumentenmanagement. Systeme zur papierlosen Abwicklung aller wesentlichen Unternehmensprozesse

Microsoft Certified Partner

Seminare rund um den Vertrieb, inhouse und offen

[www.mconsulting.de](http://www.mconsulting.de)

#### Visitenkarte

**Christian Mauer, Geschäftsführer  
bei der SUMO GmbH**



„Suchmaschinen-Marketing ist besonders effizient, da es praktisch keine Streuverluste gibt. Denn durch die Eingabe seiner Suchworte in Suchmaschinen hat sich der Kunde bereits selbst qualifiziert. Das Suchmaschinen-Marketing muss nicht erst Aufmerksamkeit erzeugen, sondern führt die Interessenten von den Suchmaschinen direkt zum Unternehmen.“

SUMO GmbH  
Lichtstr. 43 i, 50825 Köln  
[www.sumo.de](http://www.sumo.de)

**Christian Mauer, Geschäftsführer**  
Telefon: 0049 (0) 221 / 29 291 - 0  
Fax: 0049 (0) 221 / 29 291 - 29  
eMail: [christian.mauer@sumo.de](mailto:christian.mauer@sumo.de)

**stimmt eMail so????**

Suchmaschinen-Marketing

Investitionen in Aufbau und Pflege des Webauftritts lohnen nur dann, wenn die Website auch gefunden wird. Suchmaschinen-Marketing als Ergänzung des Media-Mix stellt die dafür notwendigen Instrumente zur Verfügung.  
Bildquelle: SUMO



Nur die ersten Plätze zählen: Die Nachstellung der ersten Mondlandung auf der SUMO-Website macht dies sofort klar.

etwas machen“, erklärt Christian Mauer. Die Scholz-Website enthält anfangs zwar kaum Barrieren für Suchmaschinen, aber der Auftritt ist zu wenig umfangreich, vermittelt zu wenig Inhalt. „Da gab es nur die Startseite und etwa sechs bis sieben Unterseiten“, erklärt Philipp von Stülpnagel, neben Christian Mauer Sumo-Geschäftsführer und Projektleiter für Scholz. „Je größer aber der Umfang eines Auftritts und je breiter gefächert die Inhalte sind, um so eher wird er von den

reicher als der vorherige, und für Suchmaschinen besser lesbar.

Dabei findet die gesamte Bearbeitung der Website bei Sumo statt. Also keine Techniker in Blaumännern, die durch die Gänge des Scholz-Gebäudes laufen und in Büros stören. Alles wird nach Bearbeitung online gestellt, ein physischer Kontakt zwischen Kunden und Dienstleister findet praktisch nur zwischen dem Prokuristen Frank Stefan Scholz und Sumo-Geschäftsführer Philipp von Stülpnagel statt.

**Analyse und Anpassung der Website**

Suchmaschinen gefunden.“ Vor einigen Monaten gab es einen Relaunch der Website von scholz.msconsulting, der nun von vornherein suchmaschinenfreundlich gestaltet ist. Natürlich muss das Unternehmen weiterhin den Inhalt und die Gestaltung der Website liefern, aber die Beratung und Durchführung der internen Verlinkung und des Aufbaus hinsichtlich Suchmaschinen übernimmt Sumo. Der neue Scholz-Auftritt ist umfang-

Im nächsten Schritt werden die für scholz.msconsulting Erfolg versprechenden Suchbegriffe festgelegt. Die Bewertung und Platzierung der Website war so ungünstig gewesen, weil die Schlüsselworte entweder für Besucher zu schwer zu finden oder zu allgemein gefasst waren. Von Stülpnagel: „Die richtigen Suchbegriffe – die so genannten Keywords – sind wirklich ausschlaggebend für den Erfolg von Suchmaschinenoptimierung. Sie müssen treffend und

sinnvoll und vor allem nicht zu allgemein gefasst sein. Ein Begriff wie etwa ‚Software‘ würde keinen Sinn machen. Denn erstens erfassen Sie damit nicht wirklich qualifizierte Kunden, und zweitens ist die Konkurrenz bei einem solchen Begriff immens. Ein guter Suchbegriff beschreibt präzise das Leistungsangebot eines Unternehmens. Dann erhalten Sie auch treffende, qualifizierte Besucher. Trotzdem muss der Suchbegriff natürlich noch von genügend Interessenten eingegeben werden!“ Also analysiert Sumo auch das potenzielle Suchverhalten der Besucher. Je größer hier das Einfühlungsvermögen der Bearbeiter eines Auftritts, desto größer wird auch die Anfragehäufigkeit sein. Sumo findet und vereinbart mit Scholz zunächst fünf – die Mindestanzahl –, später weitere vier Suchbegriffe, mit denen das Unternehmen in den bekannten und relevanten Suchmaschinen unter die „Top Ten“ der CRM-Software-Anbieter gelangen soll. Darunter sind zunächst Begriffe wie „Projektcontrolling“, „Projektverwaltung“, „CRM-Software“. Später werden die Begriffe noch spezifiziert: „Projektmanagement-Software“ oder „CRM Software Anbieter“.

Es genügt jedoch nicht, die treffenden Keywords zu finden. Denn meist erhält der Sucher auf einen Suchbegriff mehrere Tausend, oft Millionen von Treffern. Hier ist das technische Know-how von Sumo gefragt, das die Kunden-Website unter den ersten zehn Treffern in den Suchmaschinen platziert. „Wir kennen die Algorithmen der

## Warum Suchmaschinen-Marketing?

Laut einer Studie der W&V Online nutzen mittlerweile über 85% aller Internet-User Suchdienste wie Google oder Yahoo. Eine Investition in den Internetauftritt lohnt sich für ein Unternehmen also nur dann, wenn dieser über solche Dienste auch gefunden und besucht wird. Aus dieser Tatsache entstand ein neues Marketing-Instrument: das Suchmaschinen-Marketing. Damit bezeichnet man Maßnahmen und Instrumente, die die eigene Homepage in Suchdiensten platzieren und sie so sichtbar machen. Dabei ist Suchmaschinen-Marketing ein relativ kostengünstiges Marketing-Instrument, dessen Erfolg – im Gegensatz zu so vielen anderen Maßnahmen – eindeutig messbar ist: die Besucherzahl wird exakt ermittelt. Das Ziel der Suchmaschinenoptimierung ist die ständige Präsenz des Unternehmens unter den relevanten Suchbegriffen – und damit eine deutlich höhere Anzahl der Besucher auf der Homepage sowie ein steigender Bekanntheitsgrad des Unternehmens.

Suchmaschinen, die zur Antwort auf eine Suchanfrage führen, natürlich nicht punktgenau“ erläutert Sumo-Produktionsleiter Alwin Pipper. „Diese Algorithmen gehören zu den bestgehüteten Geheimnissen in Silicon Valley, denn wer sie kennen würde, wäre mit einem Schlag reich. Unsere Arbeit beruht auf Beobachtung, Erfahrung und einer Ahnung, wie diese Algorithmen funktionieren. Wir müssen quasi raten und ausprobieren, aber in der Regel treffen wir deren Anforderungen ganz gut. Dabei verwenden wir im Rahmen unserer Arbeit nur Methoden, die von den Suchdiensten als legal eingestuft werden – denn es gibt auch Tricks, die nicht gerne gesehen werden und zu einer Abstrafung der Seite führen können. Dies darf auf keinen Fall geschehen.“

Dann folgt die Optimierung im „Off-page-Bereich“: Sumo übernimmt die Anmeldung der Homepage in den Suchmaschinen, Ver-

### Kontinuierliche Aktualisierung und Anpassung

zeichnissen und Portalen: Altavista, AOL, Fireball, Google, Freenet, Lycos, MSN, Yahoo, T-Online, Web.de, aber auch in Spezialekatalogen und Branchenverzeichnissen. „Wir kümmern uns vor allem darum, dass ein Link zu scholz.msconsulting auch auf branchenspezifischen Portalen und Katalogen erscheint. Dies ist für Scholz schon in zahlreichen Katalogen geschehen, doch es gibt täglich neue Seiten, auf denen wir den Auftritt anmelden“, kommentiert von Stülpnagel die regelmäßig notwendigen Maßnahmen. Der Trend der Suchmaschinen geht offenbar zurzeit in Richtung Qualität statt Quantität, es wird dabei auch das Umfeld eines Links von der Suchmaschine berücksichtigt. Hier erweist es sich als günstig, wenn ein fachspezifisches Portal (als Träger von Qualität, also Fachwissen) einen Link der Website aufweist. Portale werden jedoch redaktionell bearbeitet, Links werden geprüft

und erst dann platziert. Hier leistet Sumo PR-Arbeit, damit die Scholz-Website dort vertreten ist.

Sumo-Kunde Frank Stefan Scholz, Prokurist und Vertriebsleiter bei scholz.msconsulting, ist mehr als zufrieden mit den Ergebnissen der letzten Jahre: „Seit wir die Suchmaschinenoptimierung laufen

haben, bekommen wir pro Woche ca. drei bis fünf Anfragen ins Haus. Da kann ich mir jede Kaltakquise sparen!“ Im letzten Jahr gingen aufgrund der Suchmaschinen-Platzierung bei Scholz fünf neue Projekte ein, die ca. 150 000 Euro Umsatz brachten. Scholz: „Fünf neue Aufträge nur durch die Platzierung und Pflege unserer Website – das finde ich gigantisch! Das bringt richtig Kohle.“

Sumo betreut den Internetauftritt von Scholz nun seit drei Jahren und wird dies auch weiterhin tun. Denn mit einer einmaligen Anpassung des Auftritts allein ist es nicht getan. Da die Anzahl der konkurrierenden Websites täglich zunimmt und sich die Algorithmen (Suchprozesse) der Suchmaschinen ständig verändern, muss der Firmenauftritt ständig aktualisiert und angepasst werden, damit er auch unter den Top Ten bleibt. Positionierung und Erreichbarkeit werden

wöchentlich geprüft, um die Ergebnisse zu sichern. „Zu Anfang unserer Arbeit für Scholz war der Auftritt ganz gut platziert. Doch dann änderten einige Suchmaschinen den Algorithmus, und Platzierungen gingen verloren. Da sind wir natürlich sofort nachgezogen“, erläutert von Stülpnagel. Deshalb wird mit dem Suchmaschinen-Optimierer ein Vertrag mit einer Mindestlaufzeit geschlossen. „Es wäre sinnlos, nach der ersten Optimierung gleich wieder mit der Bearbeitung aufzuhören. Der Auftritt würde sehr schnell wieder von den ersten Plätzen verdrängt werden.“ erklärt von Stülpnagel. Sumo vereinbart mit seinen Kunden zunächst eine Mindestlaufzeit von zwölf Mona-

### Alles auf Suchmaschine eingestellt

ten. Eine Erfolgskontrolle gibt es über ein eigens von Sumo entwickeltes Statistik-Programm: zusätzlich zu einem monatlichen Bericht kann der Vertriebsleiter der scholz.msconsulting GmbH über das Programm „Mein SUMO“ jederzeit seine aktuellen Besucherzahlen abrufen. „Das brauche ich aber eigentlich gar nicht“, erklärt Frank Stefan Scholz. „Wir fragen unsere Kunden immer, wie sie uns gefunden haben, dann wissen wir genau, wer über die Suchmaschinen kommt.“ (bk)