

SUCHMASCHINEN-MARKETING: WEBSITE INS RECHTE LICHT RÜCKEN

# Nur die ersten Plätze zählen im WWW

*Unternehmen investieren viel Geld in Aufbau und Pflege ihres Webauftritts. Der Aufwand lohnt aber nur, wenn qualifizierte Besucher auf die Website kommen. Hilfestellung bieten die Instrumente des Suchmaschinen-Marketings.*



*Suchmaschinen sind für die Navigation im Internet unverzichtbar geworden. Eine gute Platzierung unter den richtigen Suchbegriffen ist daher Voraussetzung für viele qualifizierte Besucher auf der Website* Bild: Sumo

Rund 80 Millionen Webauftritte buhlen um die Aufmerksamkeit der Surfer – und pro Monat kommen unzählige hinzu. Suchmaschinen setzen daher immer ausgefeiltere Algorithmen und Methoden ein, um Seiten zu indexieren und zu bewerten. Experten zählen inzwischen 200 verschiedene Kriterien, nach denen Suchmaschinen die Relevanz von Webseiten für ein bestimmtes Suchwort bewerten. Im WWW gefunden zu werden, wird immer kniffliger.

Das Problem hatte auch die Bito-Lagertechnik GmbH aus dem pfälzischen Meisenheim. „Nach einigen Selbstrecherchen mussten wir ernüchert feststellen, dass man uns nur sehr schlecht findet“, erinnert sich Kommunikationsleiterin Silvia Feder. Sie wandte sich an ihre EDV-Abteilung und an ihre Internetagentur. „Beide gaben mir den Rat, mich an einen Spezialisten für Suchmaschinen-Marketing zu wenden.“

Zum Suchmaschinen-Marketing gehört eine Reihe verschiedener Instrumente wie Suchmaschinen-Optimierung, bezahlte Anzeigen,

Eintragung in Webkataloge oder spezielle Eintragungs-Software. Bei der Suchmaschinen-Optimierung wird die Website so programmiert, dass sie bei bestimmten Suchbegriffen besonders gut von Suchmaschinen und Verzeichnissen erfasst wird. Diese Maßnahme bringt Bito messbaren Erfolg: „Wir sind nicht nur unter den Top-Ten bei Google und anderen wichtigen Suchmaschinen platziert, sondern konnten in den letzten zwei Jahren die Umsätze in unserem Online-Shop jeweils verdoppeln“, meint Silvia Feder.

Bei bezahlten Anzeigen, auch Sponsored-Links oder Adwords genannt, bezahlen die Betreiber von Websites Geld an Suchmaschinen. Gibt ein User dort einen Suchbegriff ein, erscheint ein Link zur Website – meist über oder neben dem eigentlichen Suchergebnis. Der Preis für diese Platzierung wird häufig

nach einem Bieterverfahren ermittelt: Wer am meisten zahlt, steht oben. Ebenfalls auf dem Markt angeboten werden diverse Softwareprogramme für das automatisierte Eintragen von Websites in Suchmaschinen und Verzeichnissen. Für den professionellen Einsatz sind diese aber kaum geeignet.

Wichtiger sind die teilweise kostenpflichtigen Eintragungen in Katalogen und Verzeichnissen. Denn je mehr Links auf die Website verweisen, desto höher schätzt Google deren Bedeutung ein. Interessant im B2B-Bereich sind die Einträge in Branchen-Suchmaschinen und -Portalen: „Wir erhalten sehr viele Angebote über eine meist kostenpflichtige Aufnahme unserer Website in Verzeichnisse und Branchenbücher. Bei einigen macht das sicherlich Sinn, aber es sind auch manche dubiose Anbieter dabei“, ist sich die Marketing-Leiterin bewusst. „Wie in vielen Wachstumsbranchen gibt es auch beim Suchmaschinen-Marketing einige Anbieter, die

## Schwarze Schafe setzen fragwürdige Methoden ein

mit blumigen Versprechen und unübersichtlichen Abrechnungsmethoden auf den eigenen Erfolg aus sind“, räumt Christian Mauer, Geschäftsführer des Kölner Suchmaschinen-Optimierers Sumo ein.

Die schwarzen Schafe setzen zumindest fragwürdige Methoden wie Spamming ein. Hierbei werden etwa Suchmaschinen mit hunderten von Seiten bombardiert, deren einziger Zweck es ist, auf eine Website zu verlinken. Durch diese Link-Popularität soll deren Platzierung verbessert werden. „Immer häufiger ahnden Suchmaschinen solche Methoden und verbannen die so ‚optimierten‘ Webseiten“, weiß Christian Mauer. Das Nachsehen hat der Betreiber der Website: Statt unter den Top Ten landet seine Internetadresse auf einer Blacklist und wird ausgelistet, was einen irreparablen Schaden für sein Unternehmen bedeuten kann.

Mit anderen Anbietern hat sich Sumo unter dem Dach des BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.) zusammengeschlossen, um für mehr Transparenz zu sorgen. Entstanden ist ein Zertifikat, das nur an Anbieter vergeben wird, die die strengen Richtlinien des BVDW erfüllen. Damit steht eine Entscheidungshilfe bei der Auswahl des richtigen Dienstleisters zur Verfügung.

### ■ Martin Kurth

Journalist in Stuttgart