

Paulina SCHMIDT

ONLINE-MARKETING

www.homepagezeit.de

info@homepagezeit.de

Hallo,

wussten Sie, dass es **über 200 Kriterien** gibt, anhand derer **Google** festlegt auf welcher Position Ihre Website in den Suchergebnissen angezeigt wird?

Beispiel:

Sie planen aufgrund wichtiger Meetings einen längeren Aufenthalt in Berlin. Bei Ihnen zu Hause in München setzten Sie sich also ein paar Tage vor Ihrer Reise an den PC und geben „Hotels“ bei Google ein. Google spuckt Ihnen auf der ersten Seite mehrere Ergebnisse von bekannten Hotelbuchungsseiten aus. Die ersten beiden Links finden Sie noch uninteressant, aber die Beschreibung vom dritten Link klingt gut. Sie klicken also darauf und landen auf einer Hotelseite, auf der Sie direkt ein passendes Angebot für ein Hotel in Berlin finden. Schnell ist das Hotel gebucht.

Am nächsten Tag möchten Sie Ihrem Kollegen stolz von dem tollen Hotel erzählen, können sich aber nicht mehr an den Namen des Hotels erinnern. Ihr Kollege glaubt Ihnen kein Wort. Also holen Sie Ihr Handy raus und tippen bei Google erneut „Hotels“ ein um schnell danach zu suchen. Aber was ist das? Google zeigt Ihnen plötzlich nur Seiten von Hotels in München an. Kann das sein?

Ja, denn Google weiß im Regelfall, ob Sie vom **PC oder Smartphone** aus nach einem Suchbegriff suchen. Google weiß auch von welchem **Ort** aus Sie suchen und passt seine Suchergebnisse so an, dass Sie die vermeintlich besten Angebote angezeigt bekommen.

Abends setzen Sie sich wieder an den PC und wollen dort nochmal nach dem Link suchen, um Ihrem Kollegen zu beweisen, dass es dieses luxuriöse Hotel für so wenig Geld wirklich gibt. Sie rufen Google auf und geben erneut „Hotels“ ein. Sie wissen noch, dass es der dritte Link war, den Sie angeklickt haben. Aber was ist das? Der dritte Link ist plötzlich eine ganz andere Seite. Kann das sein?

Ja, Google merkt sich auch, ob Sie schon einmal nach einem bestimmten Begriff gesucht haben und welchen Link Sie dann angeklickt haben. Möglicherweise merkt Google sich sogar, dass Sie genau auf dieser Seite ein passendes Angebot gefunden haben. Also zeigt Google Ihnen die Seite nicht mehr an der dritten Stelle in den Suchergebnissen an, sondern direkt an der Ersten.

Somit wären jetzt schon einmal **drei von den über 200 Kriterien** erklärt:

- ✓ Ort
- ✓ Gerät
- ✓ Häufigkeit der Suche

Und was ist mit den restlichen Kriterien?

Zu den anderen Kriterien gehören z.B. noch:

- ✓ Qualität der Inhalte auf der Website
- ✓ Aktualität der Website
- ✓ Empfehlungen von anderen Websites
- ✓ Technik hinter der Website
- ✓ Ladegeschwindigkeit
- ✓ Darstellung der Website auf Mobilgeräten
- ✓ Interne Verlinkung
- ✓ Keywords in Texten und Überschriften
- ✓ Auffindbarkeit in Social-Media Kanälen
- ✓ Konkurrenz
- ✓ Bilder auf der Website
- ✓ usw.

ALLES DINGE, AUF DIE SIE MIT IHRER EIGENEN WEBSITE EINFLUSS HABEN!

Die Website des Hotels, das Sie gebucht haben wird **auf dem ersten Platz bei Google** angezeigt, wenn Sie „Hotel Berlin mit Whirlpool“ eingeben. Das ist sehr erfreulich für den Hotelmanager, denn der weiß ganz genau, dass die ersten 5 Suchergebnisse am häufigsten angeklickt werden. Somit kann er ständig neue Gäste in seinem Hotel begrüßen.

Sein Nachbar, der ebenfalls ein Hotel in Berlin mit Whirlpool hat, ist aber nur irgendwo auf Seite 2 bei Google zu finden und noch lange nicht ausgebucht. Was macht er falsch? **Ganz einfach:** Er betreibt keine Suchmaschinenoptimierung! Er hat sich irgendwann mal auf Facebook angemeldet, macht dort aber nichts, weil er seine Zeit lieber in die Gästebetreuung vor Ort steckt. Seine Website wurde seit Monaten nicht mehr aktualisiert und die letzten Firmennews sind von Weihnachten vor 3 Jahren. Warum also sollte Google diese Website ganz oben anzeigen?

Und obwohl, oder gerade weil Google unser Freund ist, möchte er uns immer die besten Suchergebnisse anzeigen und ändert seine Kriterien daher ständig. Manchmal monatlich, manchmal wöchentlich. Wer am schnellsten auf diese Änderungen reagiert, der kann seine Konkurrenz überholen und auch dauerhaft auf den ersten Plätzen landen.



SEO ist also nicht nur ein komplexes Thema, sondern erfordert auch sehr viel Zeit – und zwar kontinuierlich.

Sie haben diese Zeit und Lust sich regelmäßig mit all diesen Themen zu beschäftigen um Ihr Unternehmen nach ganz oben zu bringen? Dann herzlichen Glückwunsch!

Oder möchten Sie Ihre Zeit lieber mit Ihren Kunden verbringen und Ihre Produkte weiterentwickeln? Dann legen Sie doch das Online-Marketing einfach in professionelle Hände.

Denn homepagezeit hat Zeit für Ihre Homepage!

PAULINA SCHMIDT