

GUT PLATZIERT IN DEN SUCHMASCHINEN

So verbessern Sie Ihre Auffindbarkeit in den Suchergebnissen

Sie möchten, dass Ihre Webseite auf der ersten Seite der Suchergebnisse angezeigt wird, am besten ganz oben? Vielleicht schalten Sie auch Anzeigen in den Suchmaschinen und fragen sich, ob Sie auf die richtigen Suchworte setzen.

Wir sagen Ihnen, worauf es ankommt.

Januar 2024

INHALT

Einleitung	3
Welche Suchmaschinen gibt es?	3
Warum ist ein guter Rang in den Suchergebnissen so wichtig?	4
Welche Faktoren bestimmen das Ranking einer Website?	5
Wie kann ich diese Faktoren überprüfen?	7
Wie erhöhe ich nun die Sichtbarkeit in Suchmaschinen?	8
Abschließende Zusammenfassung und Empfehlung	9

EINLEITUNG

Im Zeitalter der Digitalisierung ist es für Unternehmen unerlässlich eine starke Internetpräsenz zu haben und eine gute Sichtbarkeit in den Suchmaschinen aufzuweisen. Im Jahr 2022 nutzten 61 % der Deutschen das Internet für die Suche nach Informationen zu Waren und Dienstleistungen¹. Zudem nutzten 2023 80 % der Deutschen ab 14 Jahren täglich das Internet. Das entspricht ungefähr 56 Mio. Menschen².

WELCHE SUCHMASCHINEN GIBT ES?

Die fünf größten Suchmaschinen in Deutschland sind Google, Bing, YANDEX, DuckDuckGo und Yahoo. Mit einem Marktanteil von rund 96 % bei der mobilen Suche und knapp 80 % bei der Desktop-Suche war Google 2023 weiterhin Marktführer in Deutschland. Auf Platz zwei liegt Bing mit 13,57 % Marktanteil bei der Desktop-Suche und 0,82 % bei der mobilen Suche. Während YANDEX in Russland die führende Suchmaschine ist, hat sie in Deutschland nur 0,67 % Marktanteil bei der Desktop-Suche und 1,24 % bei der mobilen Suche. DuckDuckGo kommt auf 1,31 und 0,57 % für Desktop und mobil, Yahoo hält 2,51 (Desktop) und 0,28 (mobil) % Marktanteil.³

¹ Quelle: de.statista.com

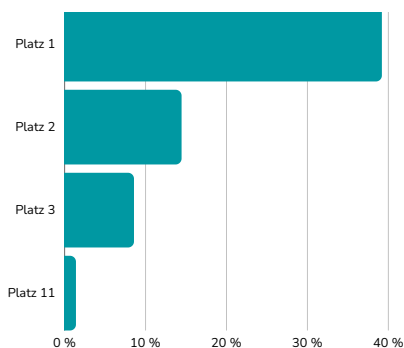
² Quelle: www.ard-zdf-onlinestudie.de

³ Quelle: de.statista.com

WARUM IST EIN GUTER RANG IN DEN SUCHERGEBNISSEN SO WICHTIG?

Prozentuale Verteilung der Klicks bei organischen Suchanfragen

(Angaben in Prozent)



Grafik in Anlehnung an
Advanced Webranking 2022

Viele Unternehmen haben bereits eine eigene Website und geben auch Geld für Onlinemarketing-Aktivitäten, wie Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenmarketing (SEA), aus. Dennoch ist ihre Website oft nicht auf den obersten Plätzen der ersten Suchergebnis-Seite zu finden. Das Problem hierbei: je weiter unten eine Website in den Suchergebnissen auftaucht, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass potenzielle Kundinnen und Kunden darauf klicken. Beispielhaft kann man hier sehen, wie sich im November 2022 die Klicks bei einer Google-Suchanfrage auf die organischen Suchergebnisse verteilen: Platz 1 erhielt knapp 40 % der Klicks, Platz 2 nur noch 15 % und Platz 3 sogar nur noch 9 % der Klicks. Platz 11, das erste Ergebnis auf der zweiten Ergebnisseite bei Google, erhielt demnach nur noch 1,4 % der Klicks⁴.

⁴ Quelle: www.advancedwebranking.com

WELCHE FAKTOREN BESTIMMEN DAS RANKING EINER WEBSITE?

Grundsätzlich kann die Sichtbarkeit einer Unternehmenswebsite in den Suchmaschinen in drei verschiedene Kategorien unterteilt werden. Diese müssen Teil einer jeden guten Suchmaschinenoptimierung sein.

- **Nutzerfreundlichkeit der Website:**

Hierbei spielen in erster Linie technische Faktoren eine Rolle. Entscheidend sind beispielsweise, ob die Website auch mobiloptimiert ist, wie schnell die Inhalte geladen werden und die Seite angezeigt wird und wie schnell alle Funktionen zur Verfügung stehen.

- **Relevanz der Inhalte:**

Damit ein Unternehmen gut sichtbar ist, ist es wichtig, unter den Begriffen gefunden zu werden, die die Kunden in den Suchmaschinen eingeben. Dazu müssen die relevanten Suchbegriffe (Keywords) analysiert werden, nach denen potenzielle Kunden suchen. Dadurch kann man auch herausfinden, an welcher Stelle die Unternehmenswebsite in den Suchmaschinen angezeigt wird.

- **Vertrauenswürdigkeit:**

Links von bekannten und beliebten Websites, wie z.B. Das Telefonbuch⁵ oder Das Örtliche⁶, auf die eigene Website verleihen ihr Glaubwürdigkeit und verbessern das Ranking.

⁵ Quelle: www.telefonbuch.de

⁶ Quelle: www.dasoertliche.de

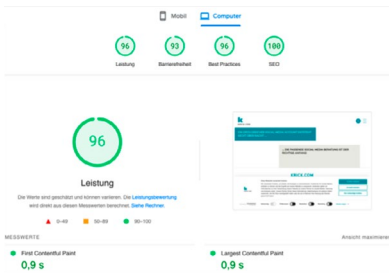
Zusätzliche Sichtbarkeit in den Suchmaschinen durch Suchmaschinenwerbung:

- **Suchmaschinenwerbung (SEA):**

Anzeigen in Suchmaschinen helfen Unternehmen dabei, gezielt auf ihre Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen. Diese Anzeigen werden teilweise noch vor den sogenannten organischen Suchergebnissen, den Websites, angezeigt. Zusätzlich zu dem Werbeerfolg führt jeder Klick auf eine Anzeige bei Verlinkung auf die eigene Website zu einem erhöhten Besuchsvolumen. Das wiederum wirkt sich positiv aus auf das Ranking.

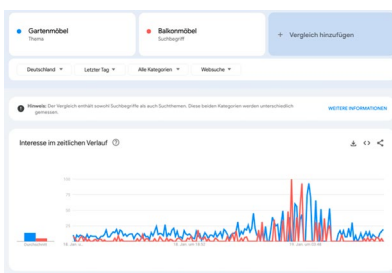
Der Vorteil: man zahlt nur dann, wenn ein Kunde tatsächlich auf die Anzeige klickt. Daher lohnt sich auch hier die Prüfung, nach welchen Begriffen die gewünschten Kundenkreise suchen, wie häufig gesucht wird und was der Klick eines einzelnen Kontaktes im Schnitt kostet. Dies kann bei der Optimierung des Werbebudgets sehr hilfreich sein.

WIE KANN ICH DIESE FAKTOREN ÜBERPRÜFEN?



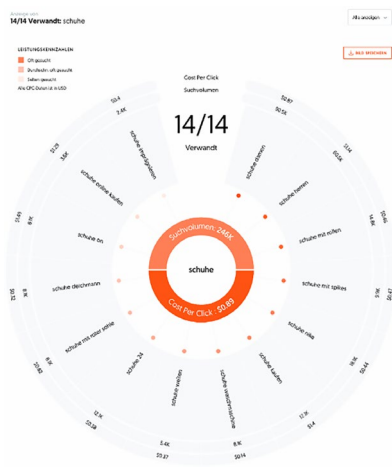
Beispiel PageSpeed Insights von krick.com

Um die Sichtbarkeit eines Unternehmens in den Suchmaschinen zu prüfen, gibt es einige Tools und Websites. Manche sind kostenfrei. In der Regel analysieren diese Tools jedoch nur den IST-Zustand einzelner Komponenten, wie beispielsweise die Ladezeit der Unternehmenswebsite, dazu kann man beispielsweise PageSpeed Insights⁷ nutzen.



Beispiel Google Trends:
Vergleich von Suchanfragen
zu Gartenmöbeln und Balkonmöbeln

Zur Keyword-Analyse eignen sich unter anderem Seiten wie Google Trends⁸ oder das kostenfreie Tool von Seobility⁹. Umfassende Analysetools sind kostenpflichtig und lohnen sich in der Regel nicht für einzelne Websiteinhaber.



Beispiel Answer the Public
für den Suchbegriff „Schuhe“

Die Suchergebnisse richtig zu interpretieren ist nicht immer ganz einfach. Zum einen ist die hinter der Suchanfrage steckende Intention des Anfragenden relevant (Informationen suchen, etwas tun z.B.: etwas kaufen oder ein Geschäft besuchen oder die Website eines Anbieters finden.) Zum anderen werden immer mehr ausführlich formulierte Anfragen gestellt, die aus mehreren Worten bestehen (Beispiel: Schuhe, Schuhe kaufen, warme Winterstiefel kaufen).

Als Analysetool hierfür gibt es z.B. Answer The Public¹⁰.

Für eine fundierte, umfassende Analyse empfiehlt sich, professionelle Unterstützung zu suchen.

⁷ Quelle: [pagespeed.web](https://pagespeed.web.dev/)

⁸ Quelle: trends.google.de

⁹ Quelle: www.seobility.net

¹⁰ Quelle: www.answerthepublic.com

WIE ERHÖHE ICH NUN DIE SICHTBARKEIT IN SUCHMASCHINEN?

Aus den Prüfergebnissen der einzelnen genannten Faktoren lassen sich Handlungsempfehlungen ableiten, welche Bereiche kurz-, mittel oder langfristig optimiert werden sollten. Um kurzfristig eine höhere Sichtbarkeit zu generieren, bietet sich beispielsweise gezielte Suchmaschinenwerbung an. Für den langfristigen Erfolg der Website und ein Ranking auf den vordersten Plätzen ist die ganzheitliche technische und inhaltliche Optimierung der Unternehmenswebsite unumgänglich.

Technische Kriterien, die für eine gute Sichtbarkeit unbedingt erfüllt sein müssen, sind beispielsweise: eine sichere Website-Verbindung (HTTPS), schnelle Ladezeiten und mobiloptimierte Inhalte.

Inhaltlich sind Keyword Optimierung und Links von vertrauenswürdigen Websites mit hohem Besucheraufkommen ein wichtiger Bestandteil der Websiteoptimierung.

ABSCHLIESSENDE ZUSAMMENFASSUNG UND EMPFEHLUNG:

Wie gut Sie online gefunden werden, hängt maßgeblich von Ihrer Website und Ihren Maßnahmen zur Optimierung ab. Es ist also durchaus sinnvoll, sich bereits ergriffene Maßnahmen hin und wieder genauer anzusehen und zu prüfen, ob diese sich lohnen.


In unserem Onlinemarketing-Check untersuchen wir Ranking und Besucherzahl Ihrer Website und welche Suchworte sich für Suchmaschinenwerbung anbieten.

Wir sagen Ihnen, wie gut Sie gefunden werden.

Kontakt:

Mainparkring 4 | 97246 Eibelstadt

whitepaper@krick.com | www.krick.com/expertenblog

 +49 800 0057425

 Whatsapp Chat