

# Wie werde ich Googles cooler Freund?



HEIKO ECKERT,  
Online-Marketing-Evangelist,  
Strategic Consultant, bigmouthmedia.

*Der Quarterback ist der beliebteste Junge in der Schule, jeder findet ihn toll, alle wollen ihn zum Freund haben, er bekommt die hübschesten Mädchen und er sagt, wo es lang geht. Google ist dieser coole Typ, denn Google ist der Quarterback des Internets. Jeder will auf Google sein, am besten unter den Top-drei-Suchergebnissen. Doch wie schafft man einen „Touchdown“ bei Google? Das heißt, wie schafft man es, im Ranking der Suchmaschine ganz weit oben zu stehen?*

**N**ur wer die Regeln der Suchmaschinenoptimierung (SEO) beherrscht, kann bei Google punkten und so in seiner Gunst weit nach oben steigen. Mindestens 140 Millionen Suchanfragen werden täglich allein in Deutschland gestellt. Selbst wenn Unternehmen das richtige Ergebnis beziehungsweise das passende Angebot für die Suchanfrage haben, wie bringen sie Google dazu, den Ball an sie abzuspielen, damit sie bei ihrer Zielgruppe zum Zug kommen?

Die werbetreibenden Unternehmen haben längst erkannt, welch immenses Potential SEO hat, und investieren verstärkt in die Suchmaschinenoptimierung. Sie alle wollen Googles Freund und unter den ersten Suchergebnissen sein. Denn wie Studien belegt haben, „nur wer oben ist, wird auch gefunden und damit geklickt“. Die meisten Nutzer nehmen nur die Spieler im oberen Feld wahr, die Spieler in den hinteren Reihen verschwinden in den Tiefen der Bedeutungslosigkeit. Denn die Nutzer wollen eine schnelle Antwort auf ihre Suchanfrage und sich nicht durch alle Ergebnisse blättern. Doch oft fehlt es den Unternehmen an SEO-Know-how, das sich auf Suchmaschinenoptimierung spezialisierte Agenturen über die Jahre aufgebaut haben. Diese SEO-Experten wissen, wie Googles Spielregeln funktionieren, und wie man die Unternehmen beziehungsweise deren Websites in Googles Blickfeld rückt. Die Suchmaschine entscheidet nach einem automatisierten Algorithmus, wer wo im Ranking für ein bestimmtes Keyword aufgestellt wird. Über 400 Kriterien fließen in die Entscheidung mit ein. Dazu zählen

u.a. die Qualität der Website-Texte und Landing Pages, die Relevanz der Inhalte in Bezug auf die Suchanfrage, die Häufigkeit der Keywords (Keyword-Dichte), das Nutzerinteresse und die Qualität und Quantität der eingehenden Links auf die Website. Je mehr Leute ein Unternehmen cool finden, umso höher ist aber auch die Wahrscheinlichkeit, dass auch Google das Unternehmen cool findet.

Doch sollten Unternehmen beim Fair Play (WhiteHat SEO) bleiben – wer foul spielt (BlackHat SEO), kommt auf die schwarze Liste und fliegt schlimmstenfalls komplett aus dem Index der Suchmaschine raus. Wie erkennen Unternehmen, ob eine SEO-Agentur mit unseriösen Methoden arbeitet? Google mag kein Cloaking, Doorway Pages, Linkkauf und Linktausch. Wenn eine Agentur diese SEO-Praktiken empfiehlt, dann sollten Sie nicht darauf eingehen. Sie riskieren nur, von Google abgestraft zu werden, und niemand will wirklich den coolen Typen gegen sich aufbringen. Eine weitere Orientierungshilfe ist der Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (BVDW). Der unabhängige Branchenverband zertifiziert regelmäßige Agenturen im SEO und SEA (bezahlte Suche). Als Zertifizierungskriterien gelten die Erfahrung, die seriöse und professionelle Arbeitsweise, die Kundenzufriedenheit und das Engagement der Agenturen am Markt. Sie sind oft sehr nahe an Google dran, wenn Unternehmen also nicht direkt mit dem coolen Typen befreundet sind, können sie auf die Hilfe dieser professionellen SEO-Agenturen zurückgreifen und sich damit ins Spiel bringen.

von Heiko Eckert