

OnlineMit diesen Leistungen unterstützt das Integrationsamt Hamburg Arbeitgeber und behinderte Arbeitnehmer/integrationsamt-info

# Was Google nicht findet, existiert nicht

Einen Internetauftritt zu haben bringt noch keine Kunden: Wichtig ist, in **Suchmaschinen** auch weit oben aufgelistet zu werden

ANDREAS MATZ

„Zwar gehört die eigene Internetseite heute auch in den freien Berufen, bei Selbstständigen und in kleinen Unternehmen praktisch zur Geschäftsausstattung. „Doch 80 Prozent unserer Kunden brauchen die Beratung, was heute mit dem Internet eigentlich für ihr Geschäft möglich ist“, sagt Dag Oellerking von der Agentur Effektor. Das größte Defizit bestehe darin, dass zu wenig über das konkrete Ziel des Onlineauftritts nachgedacht wurde.“

So bekommen die Besucher einer Seite zwar die gängigen Informationen präsentiert, die sich im kommerziellen Betrieb allgemein eingebürgert haben. Dazu gehört: Wer sind wir? Was können wir? Mit welchen Referenzen können wir das beweisen? Aber darüber hinaus geht es oft nicht. Dabei lohnen sich Überlegungen, welche Funktionen der Internetauftritt im eigentlichen Geschäftsprozess spielen soll.

Ein enormes Potenzial liegt in der Neukundengewinnung. Aber auch Dienste für Bestandskunden, Serviceangebote, Nachbestellungen, automatisierte Abläufe oder Funktionen für die eigenen Mitarbeiter lassen sich oft ins Internet verlagern. Das bringt dann einen echten Mehrwert im Geschäft. Dieses Potenzial schöpfen viele kleine Unternehmen heute noch nicht aus.

Aber braucht denn wirklich jeder, auch der kleine Bäckerladen an der Ecke, eine eigene Internetseite? Für Oellerking ist die Antwort klar. „Was Google nicht findet, existiert nicht“, stellt er lakonisch fest. Die gedruckten Gelben Seiten oder der Premium-Eintrag im Telefonbuch verlieren dramatisch an Bedeutung. Wer heute etwas sucht, der googelt. Spätestens seitdem sich der Suchmaschinenriese anschickt, mit seinem Handy-Betriebssystem Android das mobile Internet zu erobern, hat auch eine digitale Visitenkarte für den Bäcker an der Ecke Sinn. Denn Bestandteil dieses Google-Betriebssystems ist eine kostenlose Navigationssoftware. Eine Mini-Website als Ergänzung zum kostenlosen Eintrag bei Google-Places macht das eigene Geschäft auf allen Handys mit Google-Navigation sichtbar. Das leistet kein Stadtplan.

Je höher man gelistet wird, desto mehr Besucher kommen auf die Seite. Wie kein anderes Unternehmen beeinflusst Google die wirtschaftlichen Spielregeln im Web. Am deutlichsten wird das bei der Suchmaschinenoptimierung (englisch Search Engine Optimization und im Fachjargon „SEO“ abgekürzt). Es reicht heute einfach nicht mehr aus, eine eigene Webseite zu haben. Man muss auch gefunden werden. Dafür sorgen SEO-Spezialisten, die gegen ein monatliches Entgelt den Kundenauftritt mit allerlei Tricks in den Google-Ergebnissen nach oben zu bringen versuchen.

Lohnt sich der Aufwand eines oft dreistelligen Betrages pro Monat? „Im Vergleich mit den Kosten für Anzeigen in den klassischen Printmedien wie den Gelben Seiten oder regelmäßigen Flyeraktionen lohnt sich Suchmaschinenoptimierung allemal“, rechnet Dag Oellerking vor. Denn jede Positionsverbesserung bei der Suche bedeutet mehr Besucher auf der eigenen Website. Bestand vor zehn Jahren das Budget für

einen Webauftritt oft zu fast 100 Prozent aus den einmaligen Kosten für die Erstellung der Website, plant man heute klugerweise bis zu 50 Prozent des Budgets für die Ergebnis-Optimierung durch flankierendes Online-Marketing im laufenden Betrieb ein.

Das kann Banner-Werbung sein. Für junge Zielgruppen sind Twitter und Facebook wichtig. Google-Adwords-Anzeigen sagt man eine gute Kampagnenwirkung nach. Zur Hauptdisziplin im Online-Marketing hat sich allerdings in den vergangenen drei Jahren die Suchmaschinenoptimierung entwi-

ckelt. Wenn eine große Reichweite das Ziel der Internetseite ist, führt an SEO kein Weg vorbei.

Geschätzt gibt es in Hamburg und Umgebung etwa 500 Anbieter für die Erstellung von Online-Auftritten. Welcher ist der richtige? Das Alter – und damit die Erfahrung – des Unternehmens, die Anzahl der ständigen Mitarbeiter und die Referenzliste sind gute erste Anhaltspunkte für die Qualität eines Anbieters. Eine Agentur sollte in der Lage sein, nach Klärung des Umfangs der Arbeiten ein Festpreisangebot abzugeben. Ob der Dienstleister tatsäch-

lich passt und in der Lage ist, wie versprochen zu liefern, darüber geben Unternehmen der Referenzliste am zuverlässigsten Auskunft. Finden sich darunter Projekte, die eine große Ähnlichkeit zu den eigenen Vorstellungen aufweisen, gehört der Anbieter in die engere Wahl.

Die Referenzliste ist ein erster Hinweis auf die Qualität des Anbieters

Nie waren die Varianten der Endgeräte, mit denen im Internet gesurft wird, so zahlreich wie heute. Die Spannweite reicht vom Minidisplay auf dem

Handy bis zu völlig neuen Geräten wie dem iPad von Apple. Das stellt Web-Designer vor neue Herausforderungen. Häufig wird deshalb heute die klassische Website um eine technologisch angepasste Mobilvariante ergänzt.

Die Texte auf der Website sind nach wie vor mindestens ebenso wichtig wie eine authentische und emotionale Bildsprache. Daran hat sich nichts geändert. Wer zu viel schreibt, wird nicht gelesen. Andererseits brauchen Suchmaschinen Text. Also ist eine gute Struktur gefragt. Ein Content-Management-System für die redaktionelle Pflege lohnt sich, wenn inhaltliche Updates häufiger als lediglich einmal im Quartal gemacht werden sollen.

Nutzerfreundliche Seiten zeigen das Logo immer oben links

Für die Nutzerfreundlichkeit, die sogenannte Usability einer Internetseite, gibt es mittlerweile anerkannte Standards. So steht das Logo bei einer nutzerfreundlichen Seite immer oben links, der Warenkorb rechts. Die Kontakt- und Pflichtangaben gehören nach unten, Navigationselemente haben oben oder links ihren Platz. Als nutzerfreundlich wird die „Brotkrümelnavigation“ empfunden, die dem Besucher anzeigt, auf welchem Pfad er zu der Unterseite gekommen ist, auf der er sich gerade befindet.

„Usability-Fehler entstehen fast immer aus einer Asymmetrie in der Wahrnehmung zwischen dem Ersteller der Website und dem Nutzer“, analysiert Usability-Experte Frank Puscher, Buchautor und Berater. Das klingt kompliziert, bedeutet aber in der Praxis nichts anderes als: Einzige die Zufriedenheit der Nutzer ist der Maßstab. Dieses Feedback sollte man unbedingt einholen. Denn aus zufriedenen Besuchern der Internetseite werden auch zufriedene Kunden.

## Gefunden werden

Eine Platzierung unter den ersten sechs bei der Google-Suche entspricht einer 1-a-Lage im stationären Handel, etwa einem Ladengeschäft an der Mönckebergstraße. Der Aufstieg von Platz 7 auf Platz 3 in der Anzeige der Suchergebnisse bedeutet in der Praxis nicht selten eine Verfünfachung der Besucherzahl auf der Website.

Die Kosten für Suchmaschinenoptimierung richten sich nach der Branche. Heiß umkämpfte Suchbegriffe sind teurer. Die Spitze hält die Finanzbranche. Der teuerste Suchbegriff hier ist im Moment „private Krankenversicherung“. Das bedeutet, wer heute hergeht, eine Web-Site ins Netz stellt und unter diesem Stichwort bei einer Google-Suche ganz oben stehen will, muss viel Geld mitbringen. Außerdem macht es einen erheblichen Unterschied, ob man einen internationalen, nationalen oder lokalen Markt ansprechen will.

Für die Auswahl eines Dienstleisters ist die Frage nach einschlägigen Referenzen der Königsweg. Ein wichtiges Indiz für die Leistungsfähigkeit ist auch, wie weit oben die eigene Seite des Dienstleisters bei Google auftaucht („Page-Rank“). (ama)

## DATENSCHUTZ

Workshop zum Online-Recht im Bereich Social Media

Am 22. September von 16 bis 19 Uhr referieren Ralph Oliver Graef und Christian Rauda, Fachanwälte für Medienrecht, in der Hamburg Media School, Finkenau 35. Es geht um den Schutz des eigenen Namens, das Recht am Bild und die Gefahren beim Betreiben von Weblogs und Internetforen. Eine Anmeldung ist erforderlich. Mitglieder von Hamburg@work zahlen vergünstigt 149 Euro statt 199 Euro (plus Mehrwertsteuer). (hppe)

## PRIVATSCHULE

Studiengänge 3-D-Animation und Grafik werden vorgestellt

Die Studiengänge „3-D-Animation“ und „Graphic Arts“ werden am 23. September ab 17 Uhr in der Hamburger Privatschule AEP Digital Arts Academy an der Gaußstraße 190 vorgestellt. Die dreijährige Ausbildung ist staatlich anerkannt. Das Studium kostet 450 Euro im Monat. (hppe)

www.aep.de/aep-studium

## VIDEOPORTALE

Jugendliche haben leichten Zugang zu Ü-18-Angeboten

Viele Videoportale bieten keine wirksamen Schutzmechanismen, die Kindern und Heranwachsenden den Zugang zu jugendgefährdenden Inhalten verwehren. Das hat das Bewertungsportal Getestet.de herausgefunden. Bei der notwendigen Registrierung für bestimmte Inhalte werde nicht kontrolliert, ob der Nutzer tatsächlich volljährig ist. Vorhandene Familienfilter konnten mit einem Mausclick deaktiviert werden. Neben Dailymotion waren die Portale Youtube, Myvideo, Clipfish, Veoh und Sevenload unter die Lupe genommen worden. (dpa)

## KOSTENLOSER SPEICHERPLATZ

Internet-Festplatten an einem Ort zusammenführen

Kostenlosen Speicherplatz im Internet gibt es von vielen Anbietern. Das Hoch- und Herunterladen von Dateien ist allerdings umständlich, wenn man dafür immer erst die Webseite des Anbieters aufrufen muss. Abhilfe verspricht ein kostenloses Tool, das die Online-Festplatten in den Windows Explorer integriert. Das englischsprachige Programm „Gladinet Cloud“ stellt nach einmaliger Anmeldung mit Benutzername und Passwort den Datenspeicher im Internet im Windows Explorer dar. Sie funktioniert dann wie eine lokale Festplatte. (dpa)

## GRATIS-SMS-DIENSTE

Namen am Ende der Nachricht nicht vergessen

Nutzer von kostenlosen SMS-Diensten im Internet sollten nicht vergessen, ihren Namen in die Textnachricht zu schreiben. Ansonsten könnte es für den Empfänger unmöglich sein, den Absender zu identifizieren, da die eigene Handynummer nicht übertragen wird. (dpa)

In den Internet-Suchmaschinen weit oben zu stehen bringt Firmen neue Kunden. Experten, die sich auf Online-Marketing spezialisiert haben, sorgen für die 1a-Lage.

Foto: Getty, Montage: HA/Thorsten Ahlf