

## Panda, Google+ & Co:

### Google

# Panda, Google+ & Co: SEO wird sozialer werden

Mit dem Update seiner Suchalgorithmen (Panda) und dem Social Network Google+ mischt der Suchmaschinenriese die Karten neu. Suchmaschinenoptimierer erklären die wichtigsten Auswirkungen – und zu was der +1-Button führen könnte.

Mit dem Suchalgorithmus-Update Panda hat Google vor Kurzem im Bereich Suchergebnisse die Regeln geändert. Als nächstes zeichnen sich Veränderungen durch Google+ ab. Auf Suchmaschinenoptimierer kommt also Arbeit zu, auch wenn die Panda begrüßen. „Wissens, die nur dafür gemacht sind, um bei Google gut gelistet zu sein, aber keinen eigenen Nutzen, Inhalt oder sonstigen Sinn und Zweck haben, sind deutlich abgewertet worden“, sagt Christian Mamer, Geschäftsführer von Sumo. Besonders traf es Festvergleichsseiten. „Auch Personenschemata und Jobbörsen hat es erwischt, im Allgemeinen sind sogenannte Content-Darmer betroffen“, fügt Booming-Chef Andreas Schwabe hinzu. Der Panda hat befragt, manische Site hat 50

Prozent Sichtbarkeit verloren. Be- lohnt wurden dagegen Sites mit einzig- artigen Inhalten und Mehrwert – gerade Verlage zählen zu den Gewinnern. Unklar ist, welche Rolle Google- spie- len wird – besonders dessen +1-Button. Laut Thomas Adler, Director SEO und Social Media bei eprofessional, ist er auf deutschen Sites bereits verbreiteter als Twitter-Plug-ins. Usability herrscht darüber, wie wichtig +1-Empfehlungen als Ranking-Faktor für die Optimierung

werden. Während sich Adler und Finn- waa-Chef Andreas Hörcher vorstellen können, dass er den Rückverlinkungen den Rang abläuft, verweist Booming- Boss Schwabe darauf, dass er letztlich nur ein von vielen Rädchen sein wird. Spannend wird die Frage, wie Google mit Manipulationen fertig wird: Erste An- bieter von Klick-Paketen bringen sich schon in Stellung – Agenturen wie Quisma oder Ad Agents sehen Google aber gut gerüstet.

Als Fazit aus beiden Änderungen bleibt: Hochwertige Inhalte fahren in beiden Fällen besser. Und Finnwaa-Chef Hör- cher sieht SEO durch personalisierte In- halte sozialer und damit herausforder- der werden. Denn der Kunde muss mit- spielen in Social Media – und der Aufbau einer Site wird nach mehr zum Startpunkt eines fortlaufenden Opti- mierungsprozesses. rp



+1 statt Backlinks: SEO- Profis wie Hörcher (li) und Adler sehen viel Potenzial in Googles Button.

### SEO wird sozialer werden

Mit dem Update seiner Suchalgorithmen (Panda) und dem Social Network Google+ mischt der Suchmaschinenriese die Karten neu. Suchmaschinenoptimierer erklären die wichtigsten Auswirkungen – und zu was der +1-Button führen könnte.

Mit dem Suchalgorithmus-Update Panda hat Google vor Kurzem im Bereich Suchergebnisse die Regeln geändert. Als nächstes zeichnen sich Veränderungen durch Google+ ab. Auf Suchmaschinenoptimierer kommt also Arbeit zu, auch wenn sie Panda begrüßen. (...)

Während sich Adler und Finnwaa-Chef Andreas Hörcher vorstellen können, dass er den Rückverlinkungen den Rang abläuft, verweist Booming-Boss Schwabe darauf, dass er letztlich nur ein von vielen Rädchen sein wird. Spannend wird die Frage, wie Google mit Manipulationen fertig wird: Erste Anbieter von Klick-Paketen bringen sich schon in Stellung – Agenturen wie Quisma oder Ad Agents sehen Google aber gut

gerüstet. (...)

(Kontakter, Ausgabe 35/2011, Seite 17 / Verlag Werben & Verkaufen GmbH)

### Socialmarketingagentur.com

## SOCIAL-MEDIA-LÖSUNGEN AUF MIETBASIS

Das Gemeinschaftsprojekt Socialmarketingagentur.com aus Jena bietet jetzt Social Media Applications auf Mietbasis: Kunden können zum Beispiel vorgefertigte Fotowettbewerbe, Umfragen oder Quiz-Wettbewerbe, verpackt in ihr eigenes Markendesign, in Facebook integrieren. Der Bilder-Contest etwa lässt sich wie die anderen Applikationen direkt aus einem Reiter einer Facebook-Seite starten. Die Teilnehmer müssen ihre gewohnte Facebook-Umgebung also nicht verlassen. Die Applikationen sind mit Social Features wie Gefällt-mir-Button oder Share-Funktion ausgestattet und können so im Rahmen von viralem Marketing eingesetzt werden. Die Anwendungen geben Unternehmen die Möglichkeit, ihre Facebook-Präsenz aufzuwerten, mit den Kunden zu interagieren sowie die Kundenbindung zu erhöhen, so Socialmarketingagentur.com. ht

## Social-Media-Lösungen auf Mietbasis

Das Gemeinschaftsprojekt Socialmarketingagentur.com aus Jena bietet jetzt Social Media Applications auf Mietbasis: Kunden können zum Beispiel vorgefertigte Fotowettbewerbe, Umfragen oder Quiz-Wettbewerbe, verpackt in ihr eigenes Markendesign, in Facebook integrieren. Der Bilder-Contest etwa lässt sich wie die anderen Applikationen direkt aus einem Reiter einer Facebook-Seite starten. Die Teilnehmer müssen ihre gewohnte Facebook-Umgebung also nicht verlassen. (...) ht

(Kontakter Ausgabe 47/2010, Seite 18 / Verlag Werben & Verkaufen GmbH)



Andreas Hörcher ist Geschäftsführer der Suchmaschinenagentur Finnwaa.

### Interview DREI FRAGEN AN...

...Andres Hörcher. Immer mehr Marken wie Coca-Cola nutzen soziale Netzwerke fürs Marketing. Verdrängt Social Media Advertising das klassische Suchmaschinenmarketing?

Von Verdrängung kann in meinen Augen keine Rede sein. Ich würde momentan eher von einer friedlichen Koexistenz sprechen. Facebook zeigt sich derzeit hoch dynamisch. Suchmaschinenmarketing wird aber weiterhin unverzichtbarer Bestandteil des Marketingmixes bleiben. (...)

(Kontakter, 03.05.2010, Ausgabe 18/2010, Seite 20 / Verlag Werben & Verkaufen GmbH)





# Orientierung für Googles Street View

Der virtuelle Straßenrundgang des Suchmaschinenriesen sorgt für heiße Diskussionen. Was bei der juristischen Debatte außen vor bleibt, ist die Frage: Wie lässt sich Street View nutzen, auch durch Unternehmen oder Agenturen? SEM/SEO-Spezialisten antworten.



Chancen und Risiken. Agenturverantwortliche wie Andreas Schwabe (li) und Andreas Hörcher bewerten Street View.

Die rechtliche Zulässigkeit von Google Street View wird wieder heiß diskutiert. Dabei geht es um die Frage: Wofür ist Street View gut? Wie können Agenturen und Firmen es nutzen? „Richtig interessant wird das Thema wahrscheinlich erst in Verbindung mit

Mobile Advertising“, so Markus Schindler, Vertriebs- und Marketingleiter von Hürza. Dann, wenn es als Orientierungshilfe genutzt wird und lokale Anbieter auf sich aufmerksam machen können.

Das Stichwort Location Based Services findet auch Finnwaa-Geschäftsführer Andreas Hörcher spannend. „Ich rechne damit, dass Google die lokale Suche, etwa nach Restaurants, Hotels und Dienstleistern, durch Street View auf Basis von Google Maps attraktiver gestalten wird.“

„Hier werden eine ganze Menge an Werbemöglichkeiten entstehen“, kommentiert auch Jaron-Geschäftsführer Burkhard Köpfer die Chancen. Ideen für Werbemöglichkeiten gibt es durchaus. „Aus Marketing-Sicht sind Bilderraster, Schirmlängeln oder Direktiv-artige Aktionen im Sinne von „In welchem Haus lebt.“ denkbar“, so Christian Cla-

Der virtuelle Straßenrundgang des Suchmaschinenriesen sorgt für heiße Diskussionen. Was bei der juristischen Debatte außen vor bleibt, ist die Frage: Wie lässt sich Street View nutzen, auch durch Unternehmen oder Agenturen? SEM/SEO-Spezialisten antworten.

(...)

Dann, wenn es als Orientierungshilfe genutzt wird und lokale Anbieter auf sich aufmerksam machen können. Das Stichwort Location Based Services findet auch Finnwaa-Geschäftsführer Andreas Hörcher spannend. „Ich rechne damit, dass Google die lokale Suche, etwa nach Restaurants, Hotels und Dienstleistern, durch Street View auf Basis von Google Maps attraktiver gestalten wird.“ (...) rp

(08.03.2010 Kontakt, Ausgabe 10/2010, Seite 18 / Verlag Werben & Verkaufen GmbH)



Street View STRASSENBLICK IM NETZ

Googles Kameraswagen kreisen schon seit einiger Zeit durch Deutschland, dergleiche hat der populäre Ex-Abgeordnete. Die rechtliche Debatte darum, ob das Angebot zulässig ist oder nicht, ist

„Street View ist auf jeden Fall eine Chance für Tourismusmarketing jeder Art“, stimmt Susanne Hofmann, Senior Director Marketing & Product Management bei eProfessional, zu. Auch die gezielte Werbeschaltung zu aktuellen Angeboten um die Erde ist spannend. SEM/SEO-Agenturen könnten insgesamt Kunden lokal besser positionieren.

Die Weiterführung der Nutzer von Street View in einen 3D-Online-Shop-Auftritt nehmen gleich mehrere. Sicher bieten manche Branchen mehr Anknüpfungspunkte als andere. „Zum Beispiel Immobilienmakler, touristische Anbieter, Gastronomen sowie Hotels und städtische Kettenbetreiber im Einzelhandel“, zählt Booming-CEO Andreas Schwabe auf.

„Street View ist auf jeden Fall eine Chance für Tourismusmarketing jeder Art“, stimmt Susanne Hofmann, Senior Director Marketing & Product Management bei eProfessional, zu. Auch die gezielte Werbeschaltung zu aktuellen Angeboten um die Erde ist spannend. SEM/SEO-Agenturen könnten insgesamt Kunden lokal besser positionieren.