

Google – Dein Feind und Helfer

■ Was haben wir nicht schon alles über Google gehört. Das US-amerikanische Unternehmen gleicht einem Verbrechersyndikat. Objektive Suchergebnisse? Niemals. Da wird getrickt und geschummelt, bis der Arzt kommt. Und wer am besten manipuliert, der steht oben in der Liste der Suchergebnisse.

Einspruch! Auch wenn Google seine Algorithmen, nach denen die Relevanz von Webseiten bewertet wird, streng geheim hält: Es gelten für alle Webseiten die gleichen Regeln für das Google-Ranking. Viele der »Tricks« sind öffentlich bekannt und erfordern im Wesentlichen reine Fleißarbeit, die jeder leisten kann – keine Zauberei. Und sie führen nicht dazu, dass Google Suchergebnisse willkürlich besser listet. Vielmehr stellen Sie den Nutzer und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt. Denn das Ziel von Google ist banal: Man will dem Suchenden jene Ergebnisse an vorderster Front präsentieren, die die beste Antwort auf seine Frage liefern.

Ein praktisches Beispiel: Aktuell wird der Suchbegriff »Winterreifen« deutschlandweit rund 832 000-mal monatlich bei Google eingetippt. Das Suchvolumen ist also enorm groß! Wenn jemand »Winterreifen Braunschweig« bei Google eingibt, dann kann man davon ausgehen, dass diese Person auf der Suche nach einem Braunschweiger Händler ist, der passende Pneus für Schnee und Eis auf Lager hat. Google wird dem Suchenden an erster Stelle die Suchergebnisse präsentieren, die aus der Sicht der Suchmaschine für die Fragestellung am relevantesten sind. Beispielsweise, weil die Stichworte »Braunschweig« und »Winterreifen« oft auf jener Webseite auftauchen.



Joachim Schröder, Geschäftsführer der Braunschweiger Internet-Agentur TILL.DE, kennt die Google-Wehwehchen allzu gut. »Viele Unternehmen sind noch immer ratlos, wenn es um das Thema Google geht. Seit vier Jahren bieten wir darum Seminare zu Google-Themen an – die extrem gut besucht sind.«

Foto: oh

Andersherum: Wenn Sie hier in der Region ein Ladengeschäft mit Autoreifen betreiben, auf Ihrer Webseite aber kaum die Begriffe »Braunschweig, Winterreifen« einbauen – woher soll Google dann wissen, dass Sie diese Reifen im Angebot haben? Wer die Inhalte seiner Webseite optimal auf sein Portfolio abstimmt, der wird nicht nur besser bei Google gelistet, sondern beglückt auch potenzielle Kunden mit aussagekräftigen Informationen. Also: Nicht Google ist am Ende der Gewinner, sondern der Suchende – und schlussendlich Sie als Unternehmer.

Wer Google verteufelt, der vergisst außerdem den ungeheuren Marktanteil, den der Suchmaschinenanbieter bei uns in Deutschland hat. Etwa 92 Prozent aller deutschen Suchanfragen laufen über Google. Das Verb »googeln« steht mittlerweile sogar im Duden. Kurzum: Als Unternehmer kann man es sich nicht leisten, Google zu ignorieren. Das wäre so, als wenn Sie Ihr Ladengeschäft niemals am Samstag öffnen, weil sie lieber ausschlafen.

Interessant für Geschäftsleute, deren Business regional ausgerichtet ist: Etwa 30 Prozent aller Suchanfragen forschen nach regionalen Angeboten – Tendenz steigend. Da das Internet mittlerweile dank Smartphone immer dabei ist, wird die Suchmaschine gern auch von unterwegs benutzt, um Ziele in der Umgebung zu finden.

Fazit: Jährlich steigt das Suchvolumen Googles um etwa 30 Prozent. Nutzen Sie das Potenzial, das Google Ihrem Unternehmen bietet!