

(Thema)

-----  
**Konzept einer Suchmaschinenoptimierung und Werkzeuge zur Überwachung  
wichtiger Kennzahlen**  
-----

**Bachelorarbeit**

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B.Sc.)“ im Studien-  
gang Wirtschaftswissenschaft der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz  
Universität Hannover

vorgelegt von

Name: Lamertz Vorname: Leif  
-----

██████████ ████████████ ██████████ ████████████  
-----

Prüfer: Prof. Dr. Michael Breitner  
-----

\*Hannover, den 12. September 2011  
-----

\*(Datum der Beendigung der Arbeit)

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>III</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1. Motivation und Relevanz der Arbeit .....	1
1.2. Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	2
<b>2. Theoretische Grundlagen – Abgrenzung signifikanter Begrifflichkeiten .....</b>	<b>4</b>
2.1. Suchmaschinen – Ein Marktüberblick .....	4
2.2. Suchmaschinenoptimierung im Kontext des Online Marketings .....	8
2.3. Online SEO Tools .....	12
<b>3. Grundlegendes Konzept einer Suchmaschinenoptimierung .....</b>	<b>15</b>
3.1. Ablauf einer Suchmaschinenoptimierung .....	16
3.2. Keyword- Recherche .....	21
3.3. Monitoring und Controlling .....	24
<b>4. Empirische Analyse der wichtigsten Kennzahlen zur Überwachung von Optimierungsmaßnahmen .....</b>	<b>27</b>
4.1. Methodische Grundlagen .....	27
4.2. Konzeption der Befragung .....	28
4.3. Auswertung .....	29
<b>5. Konzeptansätze der Realisierung eines Dashboard Tools .....</b>	<b>32</b>
5.1. Eigen- oder Fremdentwicklung .....	32
5.2. Nutzung von Softwareschnittstellen .....	33
<b>6. Fazit und Ausblick .....</b>	<b>35</b>

## **1. Einleitung**

### **1.1. Motivation und Relevanz der Arbeit**

Die in den letzten Jahren sehr stark an Geschwindigkeit zunehmende technologische Entwicklung, fordert entsprechende Anpassungen der gewohnten Vorgehens- und Verhaltensweisen auf privater sowie geschäftlicher Ebene. Besonders durch die hinzugewonnene Vielfalt an neuen Funktionalitäten im Bereich des Internets sehen sich Unternehmen mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Speziell die Marketingabteilungen und Agenturen nutzen den großen Zuwachs an neuen Kommunikationskanälen. Neben der klassischen online Werbung gewinnt die sogenannte Suchwort-Vermarktung an Bedeutung, um u.a. gezielt Informationen zu verbreiten und Produkte zu bewerben.<sup>1</sup>

Besonders in der Suchmaschinenoptimierung (SEO), die einen Teilbereich der Suchwort-Vermarktung darstellt, sind die direkten Erfolge von Marketingmaßnahmen bisher nur bedingt messbar. Dies ist u.a. der Fall, da verschiedene Bewertungshilfen, die in Form von kostenpflichtiger und kostenloser Software im Internet zu finden sind, verschiedene Werte liefern, die auf unterschiedlich ausgeprägten Datenbanken basieren, auf welche größtenteils vertraut werden muss. Die Güte der Datenbanken ist nicht offiziell bekannt. Viele Suchmaschinen-Marketing Agenturen berufen sich auf diese Werte und greifen auf möglichst viele Tools zurück, um die Chance auf eine gute Datenbasis zu erhöhen. Dabei gibt es keine offiziell bekannte Grundmenge an Kennziffern, die für eine gute Bewertung heranzuziehen sind. Das erschwert und verlangsamt die Bewertungsprozesse, da die einzelnen Kennziffern aus jedem Tool ermittelt werden müssen, was beinhaltet, dass die Mitarbeiter mit der Benutzeroberfläche jedes einzelnen Tool vertraut sein müssen, um angemessene Bewertungen abgeben zu können. Die Tools geben oft sehr viele Werte preis, was wiederum nicht zur Übersichtlichkeit der Benutzeroberfläche beiträgt.

Ein direkter monetärer Erfolg einer Suchmaschinenoptimierung ist selbst aus einer Vielzahl von Kennziffern meist schwer ersichtlich. Dies wirft Probleme auf, denn entsprechende Kunden, die monetäre Mittel für Optimierungsmaßnahmen aufwenden, wollen diese auch in konkreten Erfolgen wiedergespiegelt sehen. Häufig ist es der hinzukommende Umstand eines mangelnden Verständnisses von der Materie der Suchmaschinenoptimierung welches die Gesellschaft im Allgemeinen und selbst die Kunden mitbringen, wodurch auch gut laufende Optimierungskampagnen abgebrochen werden müssen oder das Zustandekommen eines Vertra-

---

<sup>1</sup> Siehe Bischopinck, 2009, S.6f.

ges verhindert wird. Dieser Verständnismangel ist darauf zurückzuführen, dass die Begebenheiten und Zusammenhänge im Bereich des Online Marketings und speziell der Einzeldisziplinen der Suchwort-Vermarktung u.a. aufgrund ihrer Aktualität gar nicht auf den schulischen und universitären Lehrplänen der vergangenen Jahre und heutzutage nur teilweise wiederzufinden sind. Die heutige Literatur versucht dem entgegenzuwirken. Es existieren einige umfassende Werke, die den Bereich der Suchmaschinenoptimierung aus unterschiedlichen Blickwinkeln durchleuchten.<sup>2</sup> Der hohe Detaillierungsgrad der Werke führt oft dazu, dass der Einstieg für Personen ohne Vorkenntnisse oft schwer fallen kann. Dies ist für die Kunden einer Marketing Agentur, die nur einen gewissen Überblick benötigen, nicht von Vorteil.

## **1.2. Zielsetzung und Aufbau der Arbeit**

Vor dem in Abschnitt 1.1 dargestellten Hintergrund der allgemeinen Verständnisprobleme im Umgang mit der Suchmaschinenoptimierungs-Materie, hat die vorliegende Arbeit zum einen, eine Darstellung eines einfach zu verstehenden Konzeptes einer Suchmaschinenoptimierung, zum Ziel. Dabei liegt der Fokus auf einem überblickliefernden, möglichst allgemein gültigen Ablauf einer Optimierung. Desweiteren wird der Problematik der Bewertungsungenauigkeit des Erfolges von Suchmaschinenoptimierungsmaßnahmen nachgegangen. Es sollen wichtige Kennziffern identifiziert werden, die sich für die Bewertung besonders gut eignen. Der Aspekt der Verlangsamung der Bewertungsprozesse durch die Nutzung einer großen Anzahl an Software stellt den letzten im Rahmen dieser Arbeit zu lösenden Sachverhalt dar. Dafür soll die Möglichkeit aufgezeigt werden, wie verschiedene Werte der SEO Tools gemeinsam in einer Software angezeigt werden können, um eine Prozessbeschleunigung verzeichnen zu können. Der konkrete bereits erfolgte Programmierungsprozess der Software sowie einige weitere Aspekte ist aufgrund von Geheimhaltungsaufgaben nicht Teil dieser Arbeit sein.

In **Kapitel 2** wird zunächst die Suchmaschine im Allgemeinen konkretisiert sowie ein Einblick in die Suchmaschinen Marktanteile und die Entwicklung des Suchvolumens bezogen auf einzelne signifikante Länder geliefert, um aufzuzeigen, für welche Suchmaschinen eine Optimierung am lohnenswertesten ist. Es folgt eine Betrachtung der einzelnen Teildisziplinen des Online Marketings, um die Suchmaschinenoptimierung besser in den Kontext einordnen zu können. Anschließend wird ein Überblick, der am häufigsten für eine Suchmaschinenopti-

---

<sup>2</sup> Als Beispiele sind Bishopinck, 2009 und Erlfhofer, 2011 anzuführen.

mierung benötigten SEO Tools fokussiert, um im Verlauf der Arbeit Verbindungen zu den einzelnen Schritten des Suchmaschinenoptimierungsprozesses ziehen zu können.

Der Ablauf dieses Optimierungsprozesses, bzw. die allgemeine Darstellung des Ablaufes einer Suchmaschinenoptimierung ist der Startpunkt des **Kapitel 3**. Ist ein Überblick geliefert worden, wird, aufgrund der Wichtigkeit den die Keyword Recherche innerhalb der Optimierung einnimmt, diese näher beschrieben. Es folgt eine genauere Betrachtung des Monitorings und Controllings von SEO Maßnahmen, da dieser Schritt, zum Verständnis der nachfolgenden Abschnitte von essentieller Bedeutung ist.

**Kapitel 4** beginnt mit methodischen Grundlagen und anschließender Konzeption der Befragung, die im Rahmen der Arbeit zur Eingrenzung wichtiger Bewertungskennzahlen durchgeführt wurde. Es folgt die Auswertung der Ergebnisse.

Die in Kapitel 4 vorgenommene Eingrenzung der Kennziffern wird in **Kapitel 5** in die Überlegungen der Schaffung des Dashboard Tools einbezogen. Nach anfänglicher Einordnung der Dashboard-Tool-Entwicklung in den Kontext der Arbeit und einer Diskussion der Frage, ob Eigen- oder Fremdforschung betrieben werden sollte, wird die Nutzungsmöglichkeit von Softwareschnittstellen einzelner Tools aufgezeigt.

Abschließend wird in **Kapitel 6** ein Fazit gezogen sowie ein möglicher Ausblick bezüglich der in dieser Arbeit behandelten Problemstellungen aufgezeigt.

## 6. Fazit und Ausblick

Ziel dieser Arbeit war es, einen möglichst allgemein gültigen Ablauf einer Suchmaschinen Optimierung darzustellen, welcher den Einstieg in das Thema erleichtert und beschleunigt. Zudem sollten Kennziffern identifiziert werden, die sich für die Messung des Erfolges von SEO Maßnahmen besonders gut eignen. Das dritte Teilziel beinhaltete das Aufzeigen von Möglichkeiten zur Erreichung einer aggregierten Darstellung, der wichtigsten Kennziffern einzelner SEO Tools und eine einhergehende Prozessverschlankeung im Rahmen der Bewertung von Suchmaschinen Maßnahmen.

Durch das dargelegte Konzept einer SEO wurde zunächst ein Überblick über die wichtigsten Vorgehensschritte einer entsprechenden Optimierung und deren Wirkungszusammenhänge geschaffen. Zudem erfuhr der Teilbereich der Keyword-Recherche eine nähere Betrachtung, wodurch der große Stellenwert, welchen dieser Bereich innerhalb der Optimierung einnimmt verdeutlicht werden und essentielle Verfahrensschritte aufgezeigt werden konnten. Ebenfalls wurde genauer auf den Überwachungsprozess von SEO Maßnahmen eingegangen, das sogenannte Monitoring und Controlling. Dadurch konnten wichtige Informationen geliefert werden, die für das Verständnis der darauffolgenden Abschnitte von großer Bedeutung waren.

Der empirische Teil dieser Arbeit, wurde, um die angemessene Qualität der Umfrage zu gewährleisten, in Absprache und permanenter Rücksprache mit dem Geschäftsführer eines Online-Marketing Unternehmens durchgeführt. Durch die Befragungsergebnisse konnten besonders wichtige Kennziffern, die zur SEO Erfolgsmessung herangezogen werden können, generiert werden. Es gilt jedoch zu beachten, dass diese Werte auf persönlichen Einschätzungen von knapp siebzig, aus der SEO Branche stammenden Personen beruhen. Daher weisen die Ergebnisse einen geringeren Grad an Validität auf, was schlussfolgernd lässt, dass die ermittelten Werte nicht definitiv die wichtigsten Kennzahlen zur umfassenden Erfolgsmessung darstellen, sondern eher als gute Eingrenzung wichtiger KPI betrachtet werden können. Die Gütekriterien der Messung sind nur teilweise erfüllt. (siehe Abschnitt 4.1)

Die gewonnenen Erkenntnisse aus den Umfrageergebnissen wurden als Grundlage für die Zusammenstellung der KPI Grundmenge im Rahmen der Schaffung des Dashboard Tools verwendet. Da die genaue Zusammensetzung der Indikatoren der Übersichtssoftware sowie einige Verfahrensschritte gewissen Geheimhaltungsaufgaben unterliegen, wurde die Darstellung wichtiger Aspekte bei der Realisierung nur anhand von alternativen Beispielen möglich. Es

konnten jedoch Erkenntnisse über Softwareschnittstellen und die Wichtigkeit von Wirtschaftlichkeitsanalysen gewonnen werden.

Zukünftig wird in dem Bereich des Suchmaschinen Marketings und speziell der SEO Disziplin das Vorhandensein eines großen Kontingents an "Know How" von Nöten sein, um in diesem dynamischen Markt bestehen zu können. Dazu gehört, eigenständig ein Gespür für einzelne Bewertungsverfahren und Kennziffern zu entwickeln, damit auf das schnelle, oft überraschende Auftreten von Marktveränderungen, z.B. Suchmaschinen Updates, frühzeitig in Form von Strategieanpassungen reagiert werden kann. Daher werden überblickliefernde Dashboard Tools, wie das in dieser Arbeit beschriebene, immer wichtiger. Im Rahmen von Folgestudien könnte der Ansatz der Nutzung von Softwareschnittstellen im SEO Bereich aufgegriffen und weitergeführt werden.