

# „Google ist das Maß aller Dinge im Internet“

Treffen des F&B-Manager-Clubs Vienna zum Thema „Social Media“ (II)

**D**as jüngste Treffen des F&B-Managerclubs Vienna – diesmal abgehalten im Steigenberger Hotel Herrenhof – widmete sich dem Thema „Social Media“: E-Mail-Marketing, Facebook & Co. Dipl.-Ing. Jürgen Vogel von der Online-Marketing-Agentur „high. one“ referierte als Experte über die Themen „Suchmaschinen- und E-Mail-Marketing“. „Google ist heute bei den Suchmaschinen mit einem Marktanteil von gut 90 Prozent das Maß aller Dinge“, so sein Eingangsstatement. „Bei jeder ‚Search Engine Optimization‘, also der Optimierung in Richtung Auffindbarkeit der eigenen Homepage im Internet, ist es daher wichtig zu verstehen, wie Google arbeitet, auch wenn die exakte Funktionsweise der Seitensortierung bei Google als Betriebsgeheimnis gilt. Google hat heute über 30 Milliarden (!) Internetseiten indiziert, und je nach Relevanz werden diese Seiten zwischen täglich bis monatlich neu überprüft, um die Inhalte up to date zu halten. Google-Ergebnisse sind daher nie Live-Ergebnisse, sondern immer Stand der Index Database.“

## Wichtige Verlinkung

Die Google-Suchmaschine folgt mit Hilfe sogenannter Webcrawler den gefundenen Links und versucht so, möglichst viele publizierte Seiten in ihren Suchindex aufzunehmen. Dabei werden die Seiten nach Suchbegriffen und Schlüsselworten aufgliedert. Google zielt darauf ab, den Nutzern die Suchergebnisse nach Relevanz zu sortieren. Der Sortieralgorithmus der Suchergebnisse stützt sich unter anderem auf ein Verfahren, das den sogenannten PageRank-Wert errechnet. Dieser repräsentiert die Linkpopularität, d. h., er gibt an, wie gut und von wem ein Dokument verlinkt ist. Vogl: „Seine Seite möglichst weit-

läufig zu verlinken – und zwar idealerweise auch wieder mit themenverwandten Seiten – gehört zu den wichtigsten Tricks für gute Auffindbarkeit.“ Neben dem PageRank werden weitere Faktoren in die Sortierung einbezogen, so wird etwa das Auftreten der Suchbegriffe im Dokumententitel oder in Überschriften gewertet. Des Weiteren spielt die Verwendung der Begriffe als Anker-text in verweisenden Dokumenten eine große Rolle. Insgesamt gibt Google an, mehr als 200 Faktoren in die Berechnung einfließen zu lassen.

## Flexible Adwords

Eine weitere Möglichkeit, Google für das eigene Unternehmen zu nutzen, sind die Google-Adwords, die kleinen mit Links versehenen Anzeigen, die neben oder über der eigentlichen Trefferliste auftauchen. Die Anzeigenposition wird dabei vor allem durch zwei Faktoren bestimmt:

- „Max Cost Per Click“-Rate (CPC): einstellbarer Wert, der pro Klick bezahlt werden möchte und von einigen Cent bis mehreren Euro gehen kann.
- Qualitätsfaktor (QF), der sich u. a. aus der Klickrate der Anzeige oder der Landingpage zusammensetzt.

Vogl: „Der große Vorteil dieser Art von Anzeigen ist ihre hohe Flexibilität. Ich kann bestimmen, wie viel mir ein Klick auf meine Seite wert ist,



**Der professionelle Aufbau einer Homepage ist für Jürgen Vogl essenziell**

Foto: Beppo Schuster

kann ein maximales Tagesbudget festlegen, kann aber auch zeitliche wie geographische Einschränkungen vornehmen, also etwa dass meine Anzeige nur im Raum Wien zwischen 12 und 20 Uhr aufscheint.“

## Newsletter und mehr

Zum Schluss streifte Vogl noch das Thema „E-Mail-Marketing“, das sich vor allem durch Vorteile wie preisgünstig, schnell und hochaktuell, interaktiv, perfekt messbar, hohe Automation möglich (man kann für jeden Kunden einstellen, in welchem Zeitraum er welche Mails erhält) auszeichnet. E-Mail-Marketing reicht dabei vom Newsletter über Transaktions- und Bestätigungsmails bis zu Geburtstags- oder Erinnerungsmails (Vorsorgeuntersuchung, Prüfplankette ...).

„Wichtig ist in jedem Fall ein Adresslistenabgleich mit der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH RTR. Bei widerrechtlich zugesandten Mails besteht nämlich eine hohe Klagsgefahr“, so Vogl, der (nicht nur deshalb) dringend zu einer Profi-Software für das Versenden von Mails, Newslettern etc. rät.

[www.highone.at](http://www.highone.at)

**CLEMENS KRIEGLSTEIN**

