

DRUCKEN

LESERBRIEF

ALS E-MAIL SENDEN

SCHLIESSEN

## Gründerzentrum: eBusiness-Lotsin empfiehlt, auf der Homepage auf eigene Inhalte zu setzen

### Google-tauglich gestalten



Gefragter Ansprechpartner: eBusiness-Lotsin Pia Helfrich (rechts). Bild: Wilken

Wald-Michelbach. Eine gute Homepage mit guten Inhalten ist das A und O einer vernünftigen Firmen-Präsentation in der großen weiten Welt des World-Wide-Web. Social Media könne nur Beiwerk sein. Auf diesen einfachen Nenner brachte es Pia Helfrich, eBusiness-Lotsin an der Hochschule Darmstadt. Sie sprach im Gründerzentrum Überwald vor gut 20 Interessierten über das Thema „Online-Marketing für kleine und mittlere Unternehmen“.

Trotz des ganzen Hypes um Facebook, Twitter, Youtube und WhatsApp sollte laut Helfrich ein unternehmerischer Auftritt im Netz eher „konservativ“ in Form einer Homepage geprägt sein – wenn man im Internet von konservativ reden kann. „Ihre Webseite ist Ihre digitale Heimat“, so die eBusiness-Lotsin. Social Media seien „nur die Satelliten, die Besucher auf Ihre Webseite bringen sollen“. Denn wer diese nicht pflege und sich auf nur Facebook oder Twitter tummle, „verschenkt Potenzial“.

Allerdings ist Internetauftritt nicht gleich Internetauftritt. Es genüge nicht, sich einfach eine Präsenz zu sichern, diese müsse auch „Google-tauglich“ gestaltet sein. Denn an dieser Suchmaschine mit 96 Prozent Marktabdeckung komme keiner vorbei, egal ob er sie möge oder nicht. Es sei wichtig, sich darüber klarzuwerden, mit

welchen Begriffen Interessierte etwas suchten. Schon kleine Abweichungen könnten dazu führen, dass ein Unternehmen nicht gefunden werde, berichtete sie aus der Praxis. Das fange mit männlicher und weiblicher Form im Suchbegriff an.

Sie empfahl in diesem Zusammenhang, sich bei Google in den Keywords schlau zu machen. Dort könne man sehr gut erkennen, welche Suchwörter sinnvoll seien. Als Beispiel nannte sie Lagerhalle und Lagerraum: Obwohl vom Sinn her sehr ähnlich, werde eher nach einem Lagerraum gesucht. Oder bei Immobilien: Hier könne man herauslesen, ob Suchbegriffe eher in die Richtung Immobilien, Haus kaufen oder Wohnung mieten gingen.

Die richtige Begrifflichkeit ist laut Pia Helfrich auch beim Eintrag des eigenen Unternehmens in „Google My Business“ wichtig. Denn in der Regel laufe eine Suche über Schlagworte, etwa Friseur Wald-Michelbach. Wer das prominent herausstelle, werde in der Regel besser gelistet als ein Hairstylist oder ein Haarstudio, das mit einem Kunstnamen werbe.

Bezahlte Werbung, egal ob auf Google oder bei den sozialen Medien wie Facebook, betrachtet sie eher kritisch. Bei Google würden nur 25 Prozent der Seitenaufrufe über die sogenannten „Adwords“ generiert. Bei Facebook sorgten komplizierte Mechanismen dafür, dass mehr Likes auch eine größere Verbreitung der Mitteilungen nötig machten, um nicht in der Reichweite beschränkt zu werden.

Ganz wichtig sind die Inhalte: „Wenn Sie Texte für Ihre Webseite schreiben, denken Sie in Problemlösungen aus der Perspektive Ihrer Zielgruppen. Lösen Sie sich aus Ihrer Expertensicht und dem dazugehörigen Vokabular“, empfiehlt Helfrich. Es gelte klar zu definieren, was man wolle und biete. „Welches sind Ihre Alleinstellungsmerkmale, wo ist der Unterschied zur Konkurrenz“, so die Referentin.

Nutzer sollten sich daneben schnell orientieren können. Wenn jemand nicht gleich auf der Webseite das Gewünschte finde, „ist er wieder weg“. Das Thema oder Angebot der Homepage solle sofort übergebracht werden – dafür müsse man wiederum sein Unternehmen und die Zielgruppe sehr gut kennen.

Auch sollte man bei der Homepage-Gestaltung eine Kompatibilität mit mobilen Endgeräten wie Tablets berücksichtigen. Immer mehr Interessenten nutzten diese.

Die schönste Homepage ist nichts ohne das Wissen, wie oft sie besucht wird. Deshalb meint Pia Helfrich: „Lassen Sie ein Analyse-Tool laufen. Alles andere ist Blindflug.“ Gute kostenlose Tools seien Google Analytics oder Piwik. Wer ein solches Analyse-Werkzeug verwende, müsse dies in den Datenschutzbestimmungen erwähnen. Bei den sogenannten „Backlinks“ gehe Qualität vor Quantität. Jede Verlinkung bringe die eigene Webseite in den Suchmaschinenergebnissen nach vorn. tom

Am Montag, 20. April, ist Pia Helfrich wieder in Wald-Michelbach für eine persönliche Beratung. Terminvereinbarung unter Telefon 06207/94240 oder per E-Mail an [info@gruenderzentrum-ueberwald.de](mailto:info@gruenderzentrum-ueberwald.de). Weitere Infos zum kostenlosen Angebot, zu Veranstaltungen und Themen der ebusiness-Lotsen auf [www.ebusiness-info.de](http://www.ebusiness-info.de).

DRUCKEN

LESERBRIEF

ALS E-MAIL SENDEN

SCHLIESSEN