

++ Neue Kunden ++ Neues für Shopbetreiber ++ Google Analytics ++ Google Places und die lokale Suche ++

## Liebe Leserin, lieber Leser,

in den letzten Wochen und Monaten hat sich das Erscheinungsbild der Google Suchergebnisse stetig gewandelt und Google ist mit seinen Änderungen so aktiv wie selten zuvor. Eine der wesentlichsten Veränderungen im Zuge der vergangenen Updates ist dabei die noch prominentere Einbindung lokaler Suchergebnisse. Wann immer Google in der Suchanfrage eines Nutzers einen lokalen Bezug vermutet, werden standortbezogene Suchergebnisse ausgegeben. Nicht zuletzt auch durch die zunehmende Verbreitung mobiler Endgeräte gewinnt die lokale Suche immer mehr an Bedeutung und darf in einer ganzheitlichen SEO-Strategie nicht fehlen. Grund genug Ihnen in diesem Newsletter einmal die wichtigsten Kriterien für eine verbesserte lokale Sichtbarkeit vorzustellen. Wir wünschen eine aufschlussreiche Lektüre!



Tobias Ihde, Geschäftsführer

## Neue Kunden

Wir freuen uns, wieder zahlreiche Neuzugänge in unserem Kundenstamm begrüßen zu dürfen und bedanken uns an dieser Stelle ganz herzlich für das Vertrauen. Einige Neukunden möchten wir kurz vorstellen:



OBI, die Nummer Eins im deutschen Bau- und Heimwerkermarkt, legt die Suchmaschinenoptimierung in unsere Hände. Basierend auf einer umfassenden Analyse- und Konzeptphase setzen wir nun gemeinsam mit OBI die langfristige Strategie in die Tat um.



trafficmaxx macht LOOX fit für Google: Gemeinsam mit LOOX haben wir eine ganzheitliche Strategie für die suchmaschinengerechte Umsetzung des Online-Portals erarbeitet und im Anschluss die Suchmaschinenoptimierung sowie die Betreuung der Google AdWords-Kampagnen übernommen.



Europas größte IT-Verbundgruppe, die SYNAXON AG, beauftragt trafficmaxx mit der Suchmaschinenoptimierung für den PC-SPEZIALIST Online-Shop und dem Suchmaschinenmarketing für ihre IT-Ausschreibungsplattform für Unternehmenskunden.



Sauber: Auch der Möbelpfleger Marktführer POLIBOY beauftragt trafficmaxx mit der ganzheitlichen Suchmaschinenoptimierung.

## Neues für Shopbetreiber

Auf Shopbetreiber kommen zwei Neuerungen zu. Bereits zum 01.08.2012 tritt eine Gesetzesänderung zum sog. Bestellbutton in Kraft: das Gesetz liefert neue Vorgaben bezüglich des Abschlusses von Bestellvorgängen in Online-Shops. Aus der Button-Bezeichnung muss demnach deutlicher hervor gehen, dass man einen kostenpflichtigen Vertrag schließt. Die Bezeichnung „Bestellen“ ist dann bspw. nicht mehr rechtsgültig, „Kaufen“ hingegen schon.



Weitere Infos zu den Anforderungen: [www.trafficmaxx.de/bestellbutton](http://www.trafficmaxx.de/bestellbutton)

Die zweite Änderung betrifft die bisher kostenlose Google Produktsuche, die Google in den USA bereits im August auf das kostenpflichtige Anzeigensystem „Product Listing Ads“ umzustellen plant. In Deutschland soll die Einführung vss. im Laufe des Jahres 2013 erfolgen.



Details zu den Anpassungen: [www.trafficmaxx.de/products](http://www.trafficmaxx.de/products)

## Datenschutzkonformer Einsatz von Google Analytics

Google Analytics als professionelles Analyse-Tool ist für viele Webseitenbetreiber heute beinahe unverzichtbar und inzwischen weit verbreitet. Gleichzeitig stellt Googles Umgang mit den so gesammelten Daten einen Dorn im Auge deutscher Datenschützer dar. Rund um die Frage des datenschutzkonformen und somit rechtlich unbedenklichen Einsatzes von Google Analytics konnte man sich nun auch in Deutschland einigen. Möchte man als Webseitenbetreiber Abmahnungen vermeiden, müssen danach insgesamt fünf Punkte umgesetzt werden.

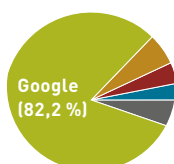
Hierzu zählen der Abschluss eines Vertrages mit Google, die Anonymisierung erfasster IP-Adressen, die Einräumung eines Widerspruchsrechts für Website-Besucher, die Anpassung des Datenschutzhinweises auf der Website sowie die Löschung eventuell bestehender Altdaten.



Alle Bestimmungen im Detail: [www.trafficmaxx.de/analytics](http://www.trafficmaxx.de/analytics)

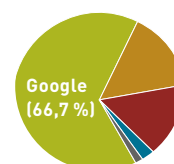
## Aktuelle Marktanteile Suchmaschinen

### Deutschland



Bing (5,8 %)  
T-Online (3,7 %)  
Yahoo (3,3 %)  
Übrige (5,0 %)

### USA



Yahoo (13,4 %)  
Bing (15,4 %)  
Ask (3,0 %)  
Übrige (1,5 %)

WebHits,  
Stand: Juni 2012

comScore,  
Stand: Juni 2012

## Google Places und die steigende Bedeutung der lokalen Suche

Google Places – das Branchenbuch von Google – hat sich in den letzten Jahren zusehends als wichtige Anlaufstelle für lokale Suchanfragen etabliert. Waren Suchanfragen vor einigen Jahren noch weitläufiger Natur, machen lokale Themen und Angebote heute einen immer größeren Anteil der gesamten Anfragen aus. Dies und die zunehmende Verbreitung mobiler Endgeräte werden die Bedeutung der lokalen Suche und standortbezogener Services weiter wachsen lassen. Inzwischen haben mehr als 40 Prozent aller Suchanfragen von mobilen Endgeräten eine lokale Intention. Die Bedeutung der lokalen Suche zeigt sich auch in den jüngsten Updates des Google Algorithmus.

### Kriterien für die lokale Sichtbarkeit

Die aktuelle Entwicklung der Google Suche nach dem sog. Venice-Update misst dem organischen Ranking einer Webseite eine größere Bedeutung bei, als dies noch vor einiger Zeit der Fall war. Ein Google Places Profil ist somit nicht mehr alleiniger Garant für eine gute Sichtbarkeit bei lokalen Suchanfragen. Natürlich hat auch die Qualität der eigenen Webseite Einfluss auf die Positionierung innerhalb der lokalen Suchergebnisse. Bedeutsam wird dies vor allem bei einer starken Konkurrenzsituation zu anderen Google Places Einträgen. Der SEO-Tauglichkeit der eigenen Webseite ist daher größte Bedeutung beizumessen. Wer erfolgreich für die lokale Suche optimieren möchte, sollte sich dies bewusst machen und seine Inhalte für diesen Zweck optimieren.

### Optimierung für die lokale Suche

Die Optimierung für die lokale Suche bezieht bspw. die Optimierung der Title und Descriptions anhand der Darstellungsmerkmale bei hybriden Suchergebnissen ein. Als hybride Treffer werden jene Suchergebnisse bezeichnet, zu deren Darstellung Inhalte aus Google Places und dem organischen Suchergebnis kombiniert werden. Doch auch Handlungsaufforderungen unterliegen anderen Anforderungen als dies in der klassischen Suche der Fall ist. Über die inhaltliche Optimierung hinausgehend, ist der Anspruch an eine gelungene lokale Webseite auch unter dem Aspekt der Darstellung auf mobilen Endgeräten zu sehen.

Wir erinnern uns: Mehr als 40 Prozent aller Suchanfragen von mobilen Endgeräten weisen eine lokale Intention auf!



Abb.: Google Suchtreffer in hybrider Darstellung

Wer im Google Merchant Center angemeldet ist und seine Produkte dadurch auch bei Google Shopping, dem Preisvergleich von Google, präsentiert, hat die Möglichkeit, diese mit seinen physischen Standorten zu verknüpfen und so lokale Präsenz in den Google Shopping Suchergebnissen zu erlangen.



Abb.: Google Shopping wird lokal

### Welche Bedeutung haben Bewertungen?

Bewertungen haben Einfluss auf die von Google bestimmte Anzeigeposition des Places Eintrages und sind gerade in konkurrenzstarken Branchen von hoher Bedeutung. Aus der Anzahl der Bewertungen lässt sich für Google mitunter ablesen, wie populär ein Ort ist, was Vorteile in der Anzeigeposition mit sich bringen kann.

### So erhalten Sie Bewertungen

Vielen Kunden ist die Möglichkeit der Bewertung nicht bekannt. Kommunizieren Sie Ihren Kunden daher aktiv, dass Sie bewertet werden wollen und wo eine Bewertung abgegeben werden kann. Werben Sie bspw. auf Ihrer Webseite mit erhaltenen Bewertungen und laden Sie so zu weiterem Feedback aus Nutzersicht ein. Um diesen Prozess zu bevorteilen, kann eine Bewertungsseite eingerichtet werden. Eine Seite dieser Art sollte Verweise zu den Bewertungsportalen enthalten, auf welchen Sie bereits mit einem Profil vertreten sind. Im stationären Einzelhandel kann direkt am Point of Sale durch entsprechende Beschilderungen auf die für Ihre Branche relevanten Bewertungsplattformen hingewiesen werden. Ebenfalls im Trend: sog. QR-Codes, mit deren Hilfe mobile Nutzer über das Scannen des Codes auf eine von Ihnen bestimmte Zielseite gelangen.

### Nutzen Sie Ihre Chancen



Ihr Ansprechpartner:  
Oliver Dahm  
Fon 0421/27867-18  
info@trafficmaxx.de

„Die dargestellten Möglichkeiten geben nur einen kleinen Ausschnitt der Möglichkeiten zur Optimierung wieder. Um die Präsenz in der lokalen Suche vollumfänglich zu stärken, bedarf einer ganzheitlichen Strategie, die alle Aspekte des Online Marketings abdeckt. Gerne stehen wir Ihnen daher als Partner für die Betreuung und Optimierung zur Verfügung, freuen uns auf ein Gespräch mit Ihnen und erstellen Ihnen auf Wunsch ein attraktives Angebot.“