



Restaurants



Preis

Bewertung

Küche

Öffnungszeiten

Alle Filter

Da Nino

In diesem Gebiet suchen

talozzi-Mittelschule

Restaurant Akropolis
Griechische Küche &
modernes Interieur

Pizza & Pasta Restaurant

4,6 (1.196) · €€

Pizza · Paracelsusstraße 1-2

Italienische Gerichte & Heiligenbilder

Geöffnet · Schließt um 14:00 · Öffnet wieder um 17:00

Speisen vor Ort · Zum Mitnehmen · Liefersdienst



Kneitinger Keller

4,0 (1.204) · €€

Restaurant · Galgenbergstraße

Lokal mit deutscher Küche und Bier

Geöffnet · Schließt um 22:00

Speisen vor Ort · Zum Mitnehmen · Kein Liefersdienst



DAS UNIKAT

4,6 (1.196) · €€

Pizza · Universitätsstraße 31

Pizza & Pasta in geradlinigem Lokal

Geöffnet · Schließt um 22:00

Speisen vor Ort · Abholung vor dem Laden

Kein Liefersdienst



TISCH RESERVIEREN

Trattoria da Fernando

4,5 (221) · €€

Italienisch · Furtmayrstraße 10

Geöffnet · Schließt um 14:00 · Öffnet wieder um 17:30

Speisen vor Ort · Zum Mitnehmen · Kein Liefersdienst



Search Engine Optimization (SEO) - Einführung in die Suchmaschinenoptimierung



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



01 Initiative „Erfolgreich handeln“

02 Funktionsweise und Ziele

03 Optimierungsmöglichkeiten

04 SEO-Strategie und Keywords

05 Tipps und Tools



01

Initiative

„Erfolgreich handeln“

Projekt „Erfolgreich Handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite & Newsletter



Workshops



Webinare



Mediathek | Webinar-aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr



Restaurants



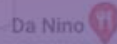
Preis

Bewertung

Küche

Öffnungszeiten

Alle Filter



In diesem Gebiet suchen

Pizza & Pasta Restaurant

4,6 (1.196) €

Pizza · Paracelsusstraße 1-2

Italienische Gerichte & Heiligenbilder

Geöffnet · Schließt um 14:00 · Öffnet wieder um 17:00

Speisen vor Ort · Zum Mitnehmen · Liefersdienst



Kneitinger Keller

4,0 (1.204) €

Restaur...

Lokal mit deut...

Geöff...

Speise...

Kein Liefersdienst



DAS UNIKAT

4,6 (1.196) €

Pizza · Universitätsstraße 31

Pizza & Pasta in geradlinigem Lokal

Geöffnet · Schließt um 22:00

Speisen vor Ort · Abholung vor dem Laden

Kein Liefersdienst



Trattoria da Fernando

4,5 (221) €

Italienisch · Furtmayrstraße 10

Geöffnet · Schließt um 14:00 · Öffnet wieder um 17:30

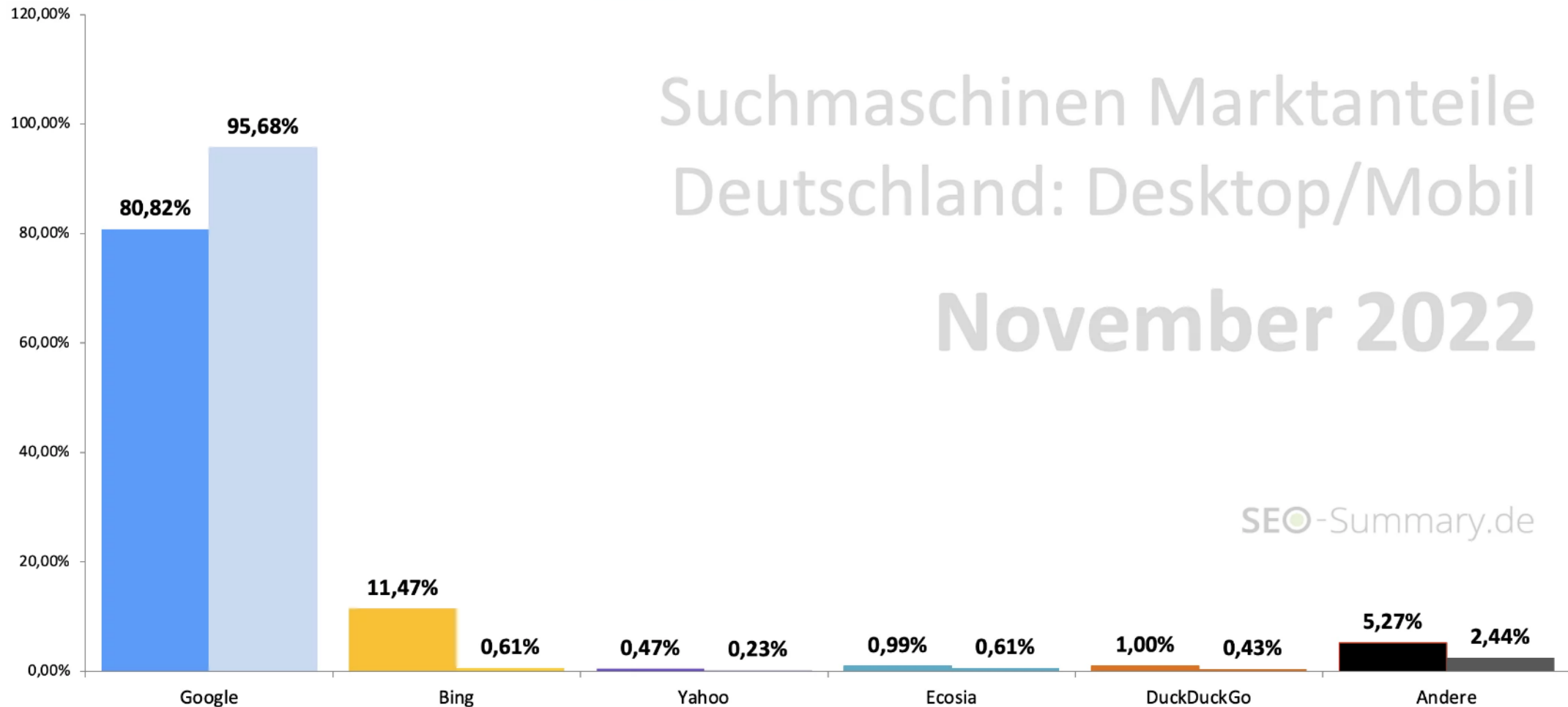
Speisen vor Ort · Zum Mitnehmen · Kein Liefersdienst



Search Engine Optimization (SEO) - Einführung in die Suchmaschinenoptimierung



An Google führt kein Weg dran vorbei...



...hier müssen Sie gefunden werden

4 Mrd.

Suchanfragen täglich bei Google weltweit

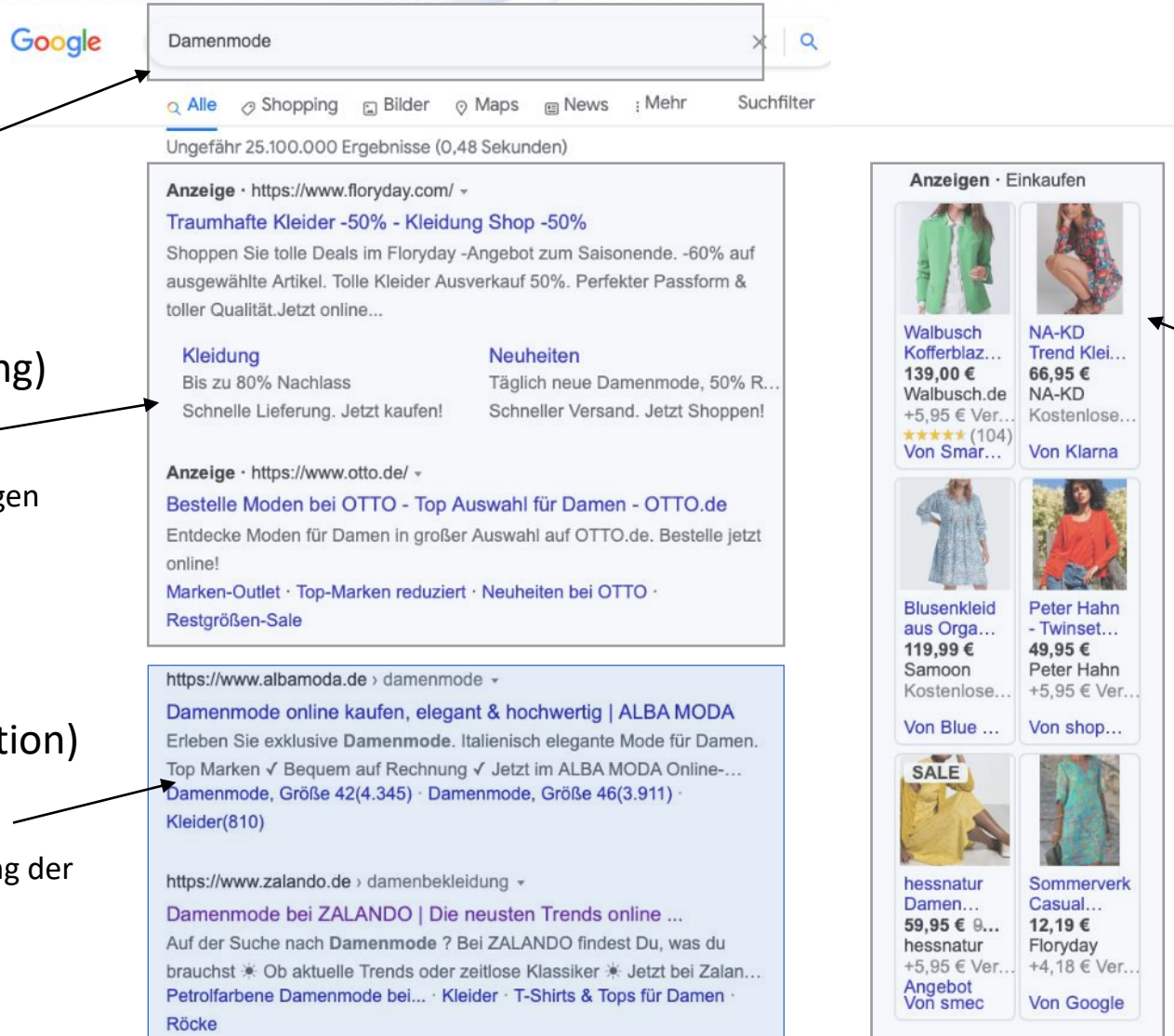
70 %

beginnen ihre Kaufentscheidung bei Google

80 %

suchen nach lokalen Informationen

SEO vs. SEA



Suchleiste

SEA (Search Engine Advertising)

- Anorganische Suchergebnisse
- Schalten von bezahlten Werbeanzeigen

SEO (Search Engine Optimization)

- Organische Suchergebnisse
- Technische und inhaltliche Anpassung der Webseite zur Platzierung

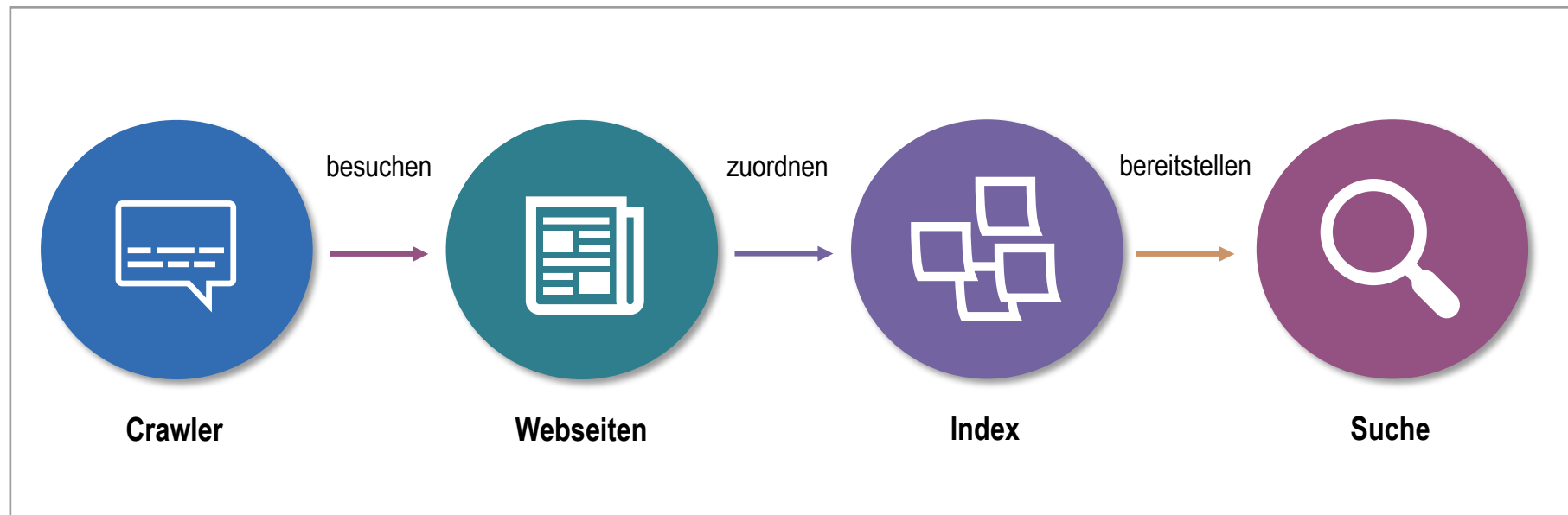
Google Shopping



02

Funktionsweise und Ziele

Funktionsweise der Suchmaschine



- Jede gefundene Seite wird bewertet und ins Verhältnis gesetzt
- **Ziel von Google:**
 - immer den besten, relevantesten Inhalt anzeigen
 - Antwort auf eine Suchanfrage liefern
 - schnellstmögliche Bereitstellung von nützlichem Inhalt
- **Ziel der Nutzer:innen:** Schnell das richtige und beste Ergebnis finden

Tipp: Als Betreiber der Seite immer im Sinne der Nutzer:innen denken!

Wie wird meine Seite geranked?

Verschiedene Faktoren beeinflussen, ob und wann ihre Website angezeigt wird

Eine Auswahl der wichtigsten Faktoren:

- Links, die auf Ihre Website zeigen
 - Keywords
 - Inhalt, Qualität und Tiefe
 - Website-Geschwindigkeit und Ladezeit
 - Mobile-Only Optimierung
-
- Woher weiß ich, welche meiner Seiten indexiert sind?
site:ibi.de

über

200

Faktoren beeinflussen
das Website-Ranking



03

Optimierungsmöglichkeiten

Möglichkeiten für die Optimierung

3 Bereiche, die optimierungsfähig sind



OffPage

- Verweise von externen Webseiten
- Presseartikel
- Links



OnPage

- Eigene Webseite
- Inhalte
- Technische Komponente



Social

- Präsenz auf Social Media
- Aktivität auf Soical Media

Möglichkeiten mit OnPage – Ein Überblick



Mobil-Freundlichkeit **URL** Meta-Description
Relevanz Indexierung
Interesse **Individualität** Nutzerfreundlich
Verweildauer
Aktualität **Verlinkung** **Ladezeiten**
Bildbeschreibung **Content** **Keywords**
Themenfokus **Seitenstruktur**
Überschriften
Sicherheits-Zertifikat

Individueller Content

In welchem Kontext suchen Ihre Nutzer:innen? Was wollen sie sehen?

- Relevante und gute Inhalte präsentieren
- Einbezug der Nutzer:innen
- Aufgabe / Funktion der einzelnen Seiten

Was sind Ihre Fragen? Nach was suchen sie?

- Keywords nutzen → vor allem Synonyme und verwandte Begriffe



Fokus
auf die
Zielgruppe!

Gliederung der Webseite in übersichtliche Abschnitte

Verwenden von Überschriften, weniger Fließtext

< h1 > Überthema

< h2 > *Unterthema*

< h2 > *mehrere Unterthemen*

→ einfacher für Nutzer und Suchmaschine

Google setzt auf „Mobile First“

→ Webseite soll mobil gut optimiert sein, sonst schlechteres Ranking

→ 60% des Traffics kommt über Smartphones

Achten auf
Hierarchie der
Überschriften!



Title Tags und Meta Tags optimieren

<https://www.schuhmuecke.de> › regensburg ▼

Mücke Filiale Regensburg im KÖWE - Schuhe, Mode & Marken

Sie möchten **Schuhe** & Mode kaufen? In **Regensburg** im KÖWE Einkaufszentrum finden Sie bei Mücke **Schuhe**, Mode & Accessoires für die ganze Familie.

<https://www.schuhmuecke.de> › regensburg ▼

Mücke Filiale Regensburg im KÖWE - Schuhe, Mode & Marken

Sie möchten **Schuhe** & Mode kaufen? In **Regensburg** im KÖWE Einkaufszentrum finden Sie bei Mücke **Schuhe**, Mode & Accessoires für die ganze Familie.

title-tag

- title-tag für Unterseiten erstellen
- Titel soll Nutzer:innen animieren
- Keyword möglich vorne
- nicht mehr als 70 Zeichen

meta-description

- Beschreibung = Meta-Description
- nur sichtbar in Suchergebnissen
- nicht zu lang, aber vollständig
- bis zu 160 Zeichen



- Backlinks → für Algorithmus als „Empfehlung“ angesehen
- Qualität vor Quantität → keine Fake-Links erstellen!
- Links mit Bezug zur Webseite
- Links zu Ihrer Webseite werden positiv bewertet → solange es echte Links sind!

■ Keine Verlinkung auf Ihrer Webseite?

- Zwischenlösung: Blog



■ Soziale Medien als Offpage-Strategie

- Suchmaschinen erfassen alle Websites, auch soziale Netzwerke
- Aktivität in sozialen Medien nutzen für die Reichweite

Backlinks: Links, die von anderen Webseiten auf Ihre Webseite verweisen



04

**SEO-Strategie und
Keywords**

Die Zielsetzung – Was will ich erreichen?

- ? Wie steigere ich **meine Bekanntheit** bzw. **Präsenz** in den Suchergebnissen?
- ? Wie kann ich die **Konkurrenz** verdrängen?
- ? Wie komme ich zu **mehr Traffic** / mehr Besuchern?
- ? Wie schaffe ich mehr **Kundenzufriedenheit**?
- ? Wie komme ich zu **mehr Umsatz** und **Conversions**?

! **Messung** der Ziele ist elementar wichtig

Conversion: Aktionen, die Besucher auf Ihrer Webseite ausführen.

SEO-Strategie formulieren

Die Zielsetzung – Ein Beispiel

Ich möchte ein **besseres**
Ranking bei Google
erreichen.

Don't

Do

Ich möchte beim **Keyword**
„Brautkleid kaufen“
innerhalb der nächsten 3
Monate unter den ersten 5
Suchergebnissen sein.



Tipp: Setzen Sie sich
messbare und spezifische
Ziele!

Die Zielgruppe – Wen will ich ansprechen?

! Traffic von den Personen, die **wirklich** potenzielle Kunden sind

Segmentierungskriterien

- Geographisch *Süddeutschland*
- Demographisch *Zwischen 20 und 40 Jahren*
- Psychographisch *Nachhaltig*
- Verhaltensorientiert *Geringe Preissensibilität*
- Sozioökonomisch *Mittleres bis höheres Einkommen*
- ...



Die richtigen Keywords...

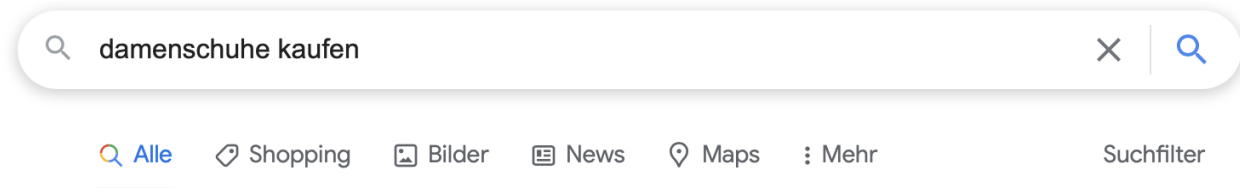
Über **15%** der Suchanfragen weltweit sind **neu** – jeden einzelnen Tag.



- ? Was suchen die **Nutzer:innen** / meine **potenziellen Kunden**?
- ? Wie sieht die **Konkurrenz** aus?

Die richtigen Keywords...

Der SKI – Suchvolumen-Konkurrenz-Index



Ungefähr 13.800.000 Ergebnisse (0,82 Sekunden)

Keyword	Suchvolumen	Suchergebnisse	SKI
Suchbegriff 1	4.600	520.000	0,8%
Suchbegriff 2	23.000	12.600.000	0,18%
Suchbegriff 3	150	12.000	1,25%

Suchvolumen

Suchergebnisse

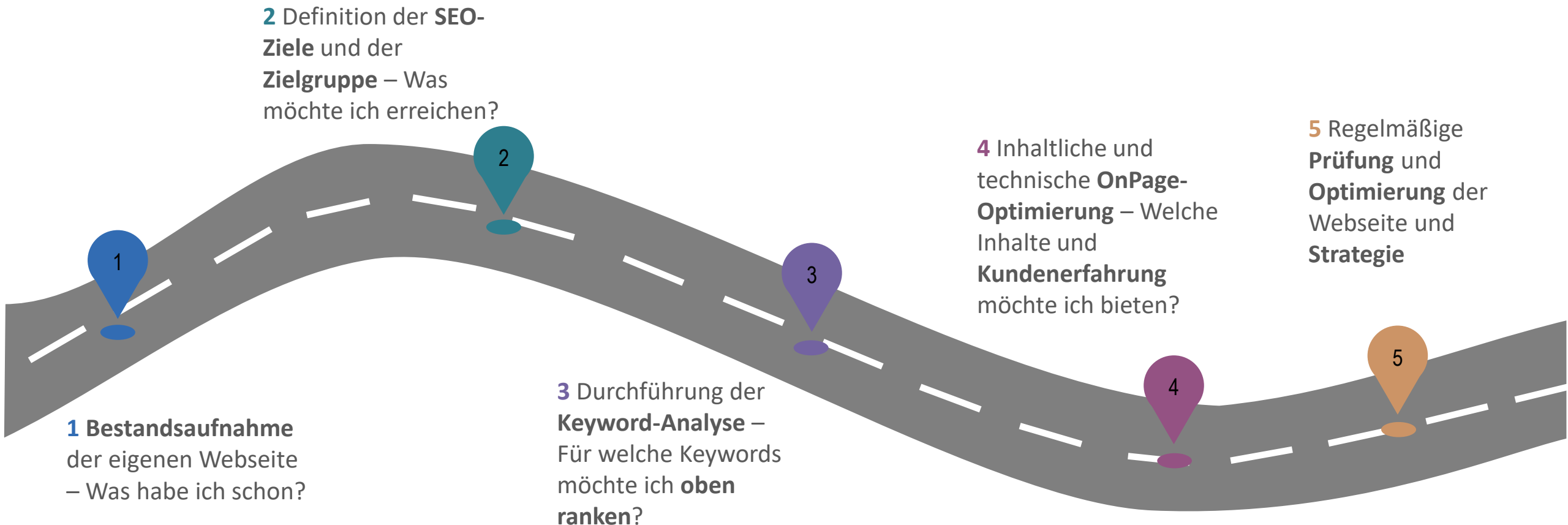
Tipp: Keyword Planer nutzen, Liste anfertigen und die Top 10 Keywords auswählen.



04

Tipps und Tools

Wo kann ich anfangen?



Prüfe Deine Webseite mit Seobility

https://ibi.de/

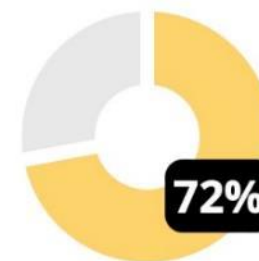
Webseite analysieren

Ibi.de - SEO Check

PDF Export

Übersicht der SEO Analyse

SEO Score



[SEO Score einbinden](#)

🕒 Antwortzeit	📄 Dateigröße	📄 Wörter	🖼️ Medien	🔗 Anzahl Links
0,33 s	64,50 kB	352	52	96 Intern / 10 Extern

To-do Liste mit SEO Optimierungen

4 To-dos

- Reduziere die Anzahl der eingebundenen JavaScript-Dateien. **Sehr wichtig!**
- Verbessere den Text der Meta-Description. **Wichtig!**
- Passe die H1 Überschrift besser an den Text an. (Nicht alle Wörter werden im Text wieder verwendet) **Wichtig!**

Willkommen bei Google Analytics

Mit Google Analytics können Sie die Daten Ihres Unternehmens mit kostenlosen Tools zentral analysieren und so bessere Entscheidungen treffen.

Messung starten

Umfassende Informationen

Sie erhalten ein detailliertes Bild der Nutzer Ihrer Website oder App. So können Sie unter anderem die Leistung Ihrer Marketingaktivitäten, Ihres Contents und Ihrer Produkte analysieren.

Einblicke, die Sie nur bei Google bekommen

Mit umfassenden Statistiken und maschinellem Lernen ermöglicht Ihnen Google, das volle Potenzial Ihrer Daten auszuschöpfen.

Mehr Erfolg durch die Analyse von Daten



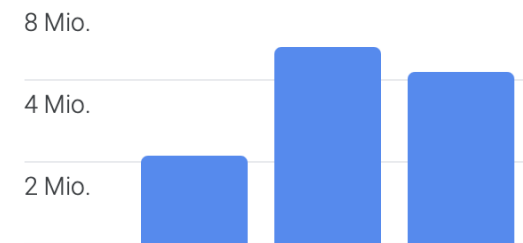
So funktioniert der Keyword-Planer

Lassen Sie sich bei der Recherche und der Auswahl der Keywords unterstützen.

Keywords recherchieren

Mithilfe des Tools zur Keyword-Recherche erfahren Sie, wie oft ein bestimmtes Wort gesucht wurde und wie sich das Suchvolumen im Laufe der Zeit verändert hat. So können Sie die wirklich wichtigen Begriffe in Ihre Keyword-Liste aufnehmen.

Suchanfragen für "Bekleidung"



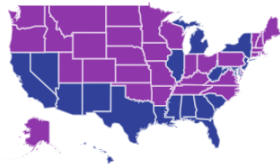
Diese Themen interessieren die Welt

Suchbegriff oder Thema eingeben

Möchten Sie mit einem Beispiel loslegen?

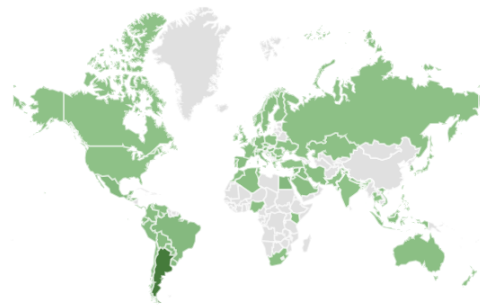
AUSBLENDEN

● Taylor Swift ● Kim Kardashian



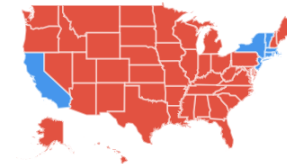
Interesse nach Unterregion, Letzte 7 Tage, Vereinigte Staaten

● Fußball-Weltmeisterschaft



Interesse nach Region, Letzte 7 Tage, Weltweit

● Fußball ● American Football



Interesse nach Unterregion, 2004 - heute, Vereinigte Staaten

Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung



Für Anfänger und Fortgeschrittene...

The screenshot shows the Google Search Central documentation page. At the top, there is a navigation bar with the Google Search Central logo, a search bar, and links for Dokumentation, Support, Blog, Neuerungen, Veranstaltungen, and Fallstudie. The main content area is titled 'Dokumentation' and has a sub-navigation menu with 'Einführung', 'Nur das Nötigste', 'SEO für Anfänger', and 'SEO für Fortgeschrittene'. The 'SEO für Anfänger' section is selected. The main heading is 'Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)' with the subtitle 'An wen richtet sich dieser Leitfaden?'. There is a 'Feedback geben' button and a 'War das hilfreich?' section with thumbs up/down icons. On the right, there is an 'Inhaltsverzeichnis' section with a link 'An wen richtet sich dieser Leitfaden?' and a list of topics: 'Einstieg', 'Glossar', 'Bist du auf Google?', and 'Was muss ich tun, damit meine Website in den Suchergebnissen'.

Google Search Central Dokumentation Support Blog Neuerungen Veranstaltungen Fallstudie Suche Deutsch

Dokumentation Die Search Console aufrufen

Einführung Nur das Nötigste **SEO für Anfänger** SEO für Fortgeschrittene

Einführung So funktioniert die Google Suche **Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)** Einführung in die Indexierung Unternehmensinformationen auf Google einrichten Einführung in die Search Console

Startseite > Search Central > Dokumentation > SEO für Anfänger

War das hilfreich? Feedback geben

Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)

An wen richtet sich dieser Leitfaden?

Inhaltsverzeichnis
An wen richtet sich dieser Leitfaden?
Einstieg
Glossar
Bist du auf Google?
Was muss ich tun, damit meine Website in den Suchergebnissen

5 Dinge, die Sie heute mitnehmen sollten...

- 1 An Google führt kein Weg vorbei – setzen Sie hier Ihren **Fokus** und erlangen Sie neue **Verkaufschancen!**
- 2 SEO betrifft die **inhaltliche** und **technische** Optimierung der **eigenen Webseite**.
- 3 **Relevante** und **individuelle Inhalte** fördern die Qualität Ihrer Webseite – und damit Ihr **Ranking!**
- 4 Definieren Sie **klare** und **messbare Ziele** für eine erfolgreiche SEO-Strategie.
- 5 Nutzen Sie **hilfreiche Tools** und **bleiben Sie stets am Ball!**



Unsere Webseite



- ✓ Veranstaltungsübersicht und Anmeldung
- ✓ Mediathek mit Erklärvideos und Webinaraufzeichnungen
- ✓ Veranstaltungsarchiv mit Handouts
- ✓ Ansprechpartner
- ✓ Newsletter



The screenshot shows the website interface for 'Erfolgreich handeln'. At the top, there are navigation options for 'Gebärdensprache', 'Leichte Sprache', and 'Seite vorlesen'. Below this is a 'Menü' and 'Suche' field. The main header features the 'Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie' logo and the project name 'Erfolgreich handeln'. The main content area has a large blue header with the title 'Erfolgreich handeln' and a 'Wichtige Links' section with buttons for 'Kontakt', 'Veranstaltungen', and 'Mediathek'. Below this is a section titled 'Über das Projekt' with a sub-section 'Über das Projekt' and a button 'Finden Sie Ihr Bildungsangebot'. The 'Kommende Veranstaltungen' section lists two events: 'Energiesparen im Handel' on January 10, 2023, and 'Google Unternehmensprofil: Schritt für Schritt zum eigenen Profil' on January 17, 2023.








Fragen?

- 27.06.2023 | 08:30 Uhr | **Digitale Sichtbarkeit** – überlebenswichtig, aber kein Hexenwerk
- 04.07.2023 | 08:30 Uhr | **Was macht eine gute Website aus?**
- 12.07.2023 | 08:30 Uhr | **E-Commerce im Mittelstand** – Erfolgsfaktoren digitaler Champions
- 13.07.2023 | 08:30 Uhr | **Die Kunden verstehen** – Wie ticken Verbraucher in Bayern?
- 26.07.2023 | 08:30 Uhr | **Online bezahlen** – Wie komme ich an mein Geld?
- 27.07.2023 | 08:30 Uhr | **Digital Recruiting** – Mitarbeiter finden und binden
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender>

Über ibi research



-  1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
-  Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
-  Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
-  Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
-  Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888


E-Mail: info@ibi.de






Lena Mergner

 Lena.Mergner@ibi.de

 ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg

 0941 943 1901