

Kneitinger Keller

4,0 ★★★★★ (1.204) · €€

Restaurant · Gabelbergstraße

Lokal mit deutscher Küche und Bier

Geöffnet · Schließt um 22:00

Speisen vor Ort · Zum Mitnehmen · Kein Lieferdienst

DAS UNIKAT

4,6 ★★★★★ · €€

Pizza · Universitätsstraße 31

Pizza & Pasta in geradlinigem Lokal

Geöffnet · Schließt um 22:00

Speisen vor Ort · Abholung vor dem Laden ·

Kein Lieferdienst

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 Lieferdienst

Da Nino

4,6 ★★★★★ (330) · €€

Ergebnisse beim Bewegen der Karte aktualisieren

Search Engine Optimization (SEO) - Einführung in die Suchmaschinenoptimierung

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

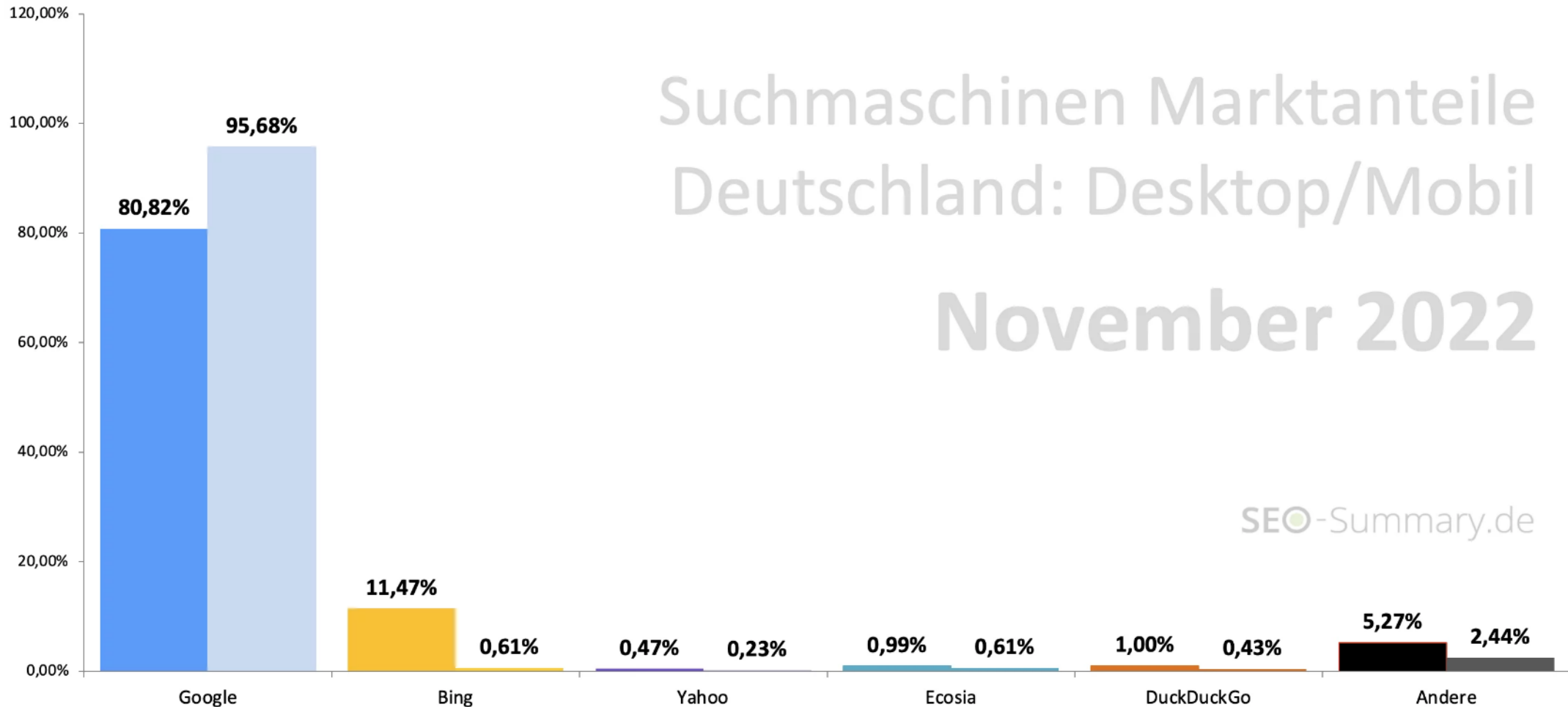


ibi

Search Engine Optimization (SEO) - Einführung in die Suchmaschinenoptimierung



An Google führt kein Weg dran vorbei...



...hier müssen Sie gefunden werden

9 Mrd.

Suchanfragen täglich bei Google weltweit

70 %

beginnen ihre Kaufentscheidung bei Google

80 %

suchen nach lokalen Informationen

SEO vs. SEA

The screenshot shows a Google search for 'Damenmode'. The search bar contains 'Damenmode' and the search button is visible. Below the search bar, there are navigation options: 'Alle', 'Shopping', 'Bilder', 'Maps', 'News', 'Mehr', and 'Suchfilter'. The search results are displayed in a grid format. The first result is an advertisement for 'Traumhafte Kleider -50% - Kleidung Shop -50%' from floryday.com. The second result is an advertisement for 'Bestelle Moden bei OTTO - Top Auswahl für Damen - OTTO.de'. The third result is a search result for 'Damenmode online kaufen, elegant & hochwertig | ALBA MODA'. The fourth result is a search result for 'Damenmode bei ZALANDO | Die neusten Trends online ...'. To the right of the search results, there is a 'Google Shopping' carousel with several product listings, including 'Walbusch Kofferblaz...', 'NA-KD Trend Klei...', 'Blusenkleid aus Orga...', 'Peter Hahn - Twinset...', 'hessnatur Damen...', and 'Sommerverk Casual...'. Arrows point from the text labels to the corresponding elements in the screenshot.

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

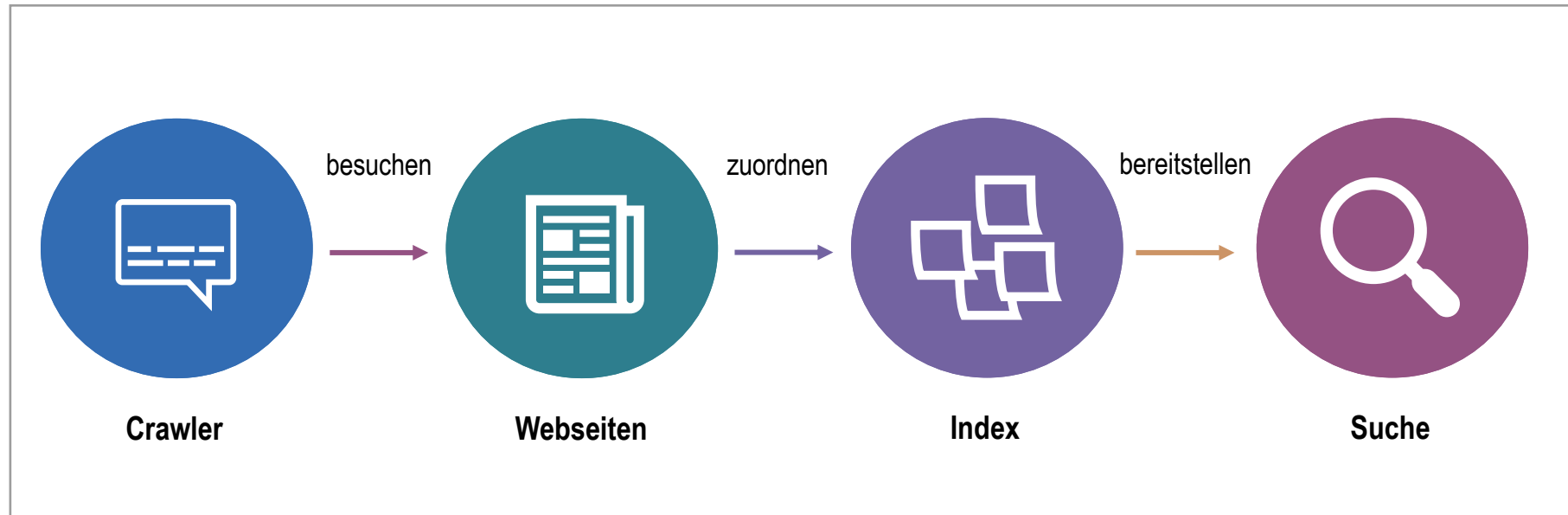
Google Shopping



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:** Schnell das richtige und beste Ergebnis finden

Tipp: Als Betreiber der Seite immer im Sinne der Nutzer 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 Social 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? Was wollen sie sehen?

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

Was sind Ihre Fragen? Nach was suchen sie?

- Keywörter 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 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...

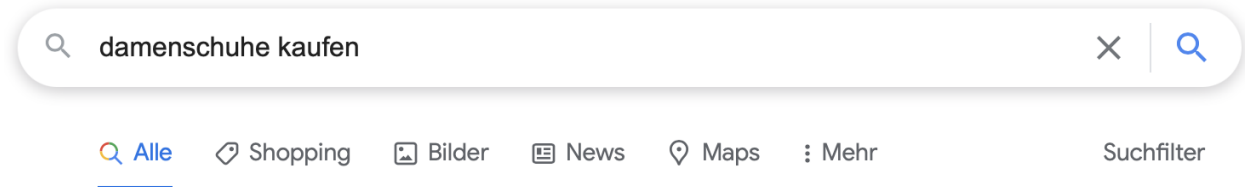
Über **15%** der Suchanfragen weltweit sind **neu** – jeden einzelnen Tag.



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

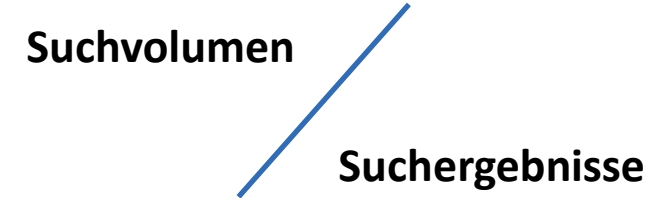
Die richtigen Keywords...

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%



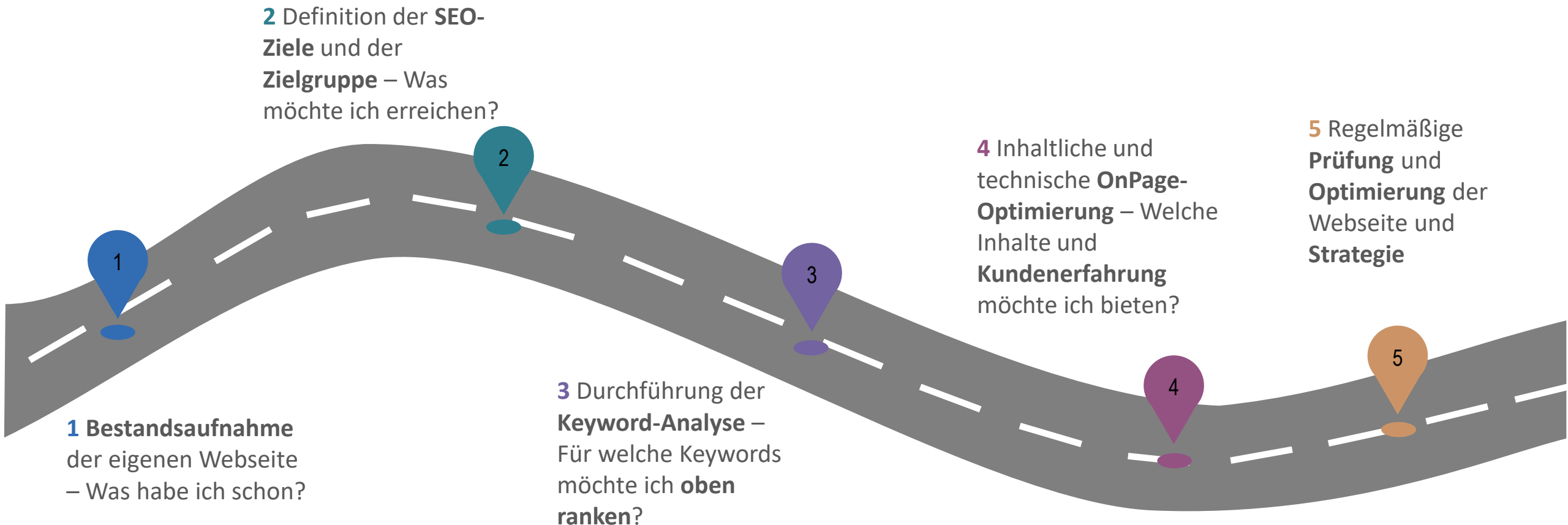
Tipp: Keyword Planer nutzen, Liste anfertigen und die Top 10 Keywords auswählen.



04

Tipps und Tools

Wo kann ich anfangen?



Prüfe Deine Webseite mit Seobility

Noch 0 von 3 Checks heute möglich

https://ibi.de/

Webseite analysieren

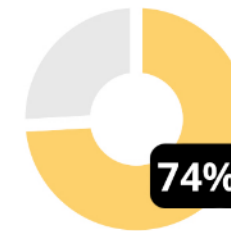
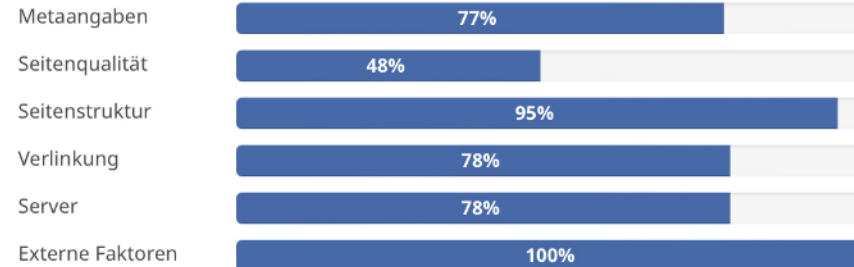
Ibi.de - SEO Check

PDF Export

Jetzt kostenlos registrieren!

Übersicht der SEO Analyse

SEO Score



[SEO Score einbinden](#)

🕒 Antwortzeit	📄 Dateigröße	📄 Wörter	🖼️ Medien	🔗 Anzahl Links
1,36 s	91,00 kB	354	51	111 Intern / 9 Extern

To-do Liste mit SEO Optimierungen

6 To-dos

- Füge eine Meta-Description hinzu. Sehr wichtig!
- Verbessere die Antwortzeit Deiner Seiten. Sehr wichtig!
- Passe den Seitentitel besser an den Inhalt an. (Nicht alle Worte 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



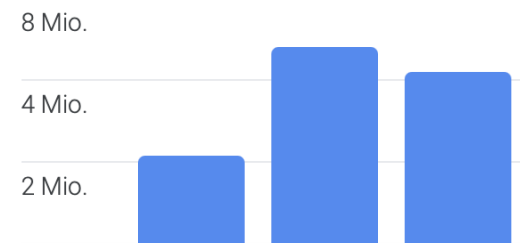
So funktioniert der Keyword-Planer

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"



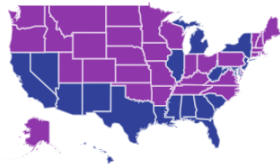
Diese Themen interessieren die Welt

Suchbegriff oder Thema eingeben

Möchten Sie mit einem Beispiel loslegen?

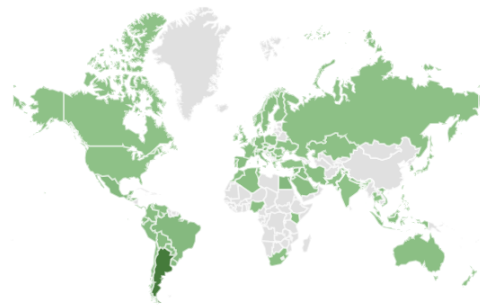
AUSBLENDEN

● Taylor Swift ● Kim Kardashian



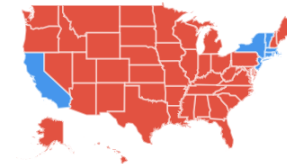
Interesse nach Unterregion, Letzte 7 Tage, Vereinigte Staaten

● 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. The top navigation bar includes 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 features a sub-navigation menu with 'Einführung', 'Nur das Nötigste', 'SEO für Anfänger', and 'SEO für Fortgeschrittene'. The 'SEO für Anfänger' section is active, displaying the title 'Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)' and the subtitle 'An wen richtet sich dieser Leitfaden?'. A 'Feedback geben' button is visible. On the right, there is a 'War das hilfreich?' section with thumbs up/down icons and a 'Die Search Console aufrufen' button. A table of contents on the far right lists 'An wen richtet sich dieser Leitfaden?' and 'Einstieg' with sub-links like 'Glossar' and 'Bist du auf Google?'. The page number '33' is located at the bottom right.

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's header with navigation options: 'Gebärdensprache', 'Leichte Sprache', and 'Seite vorlesen'. The main navigation includes 'Menü' and 'Suche'. The page title is 'Erfolgreich handeln' with a breadcrumb 'Home > Erfolgreich handeln'. A 'Wichtige Links' section contains 'Kontakt', 'Veranstaltungen', and 'Mediathek'. The main content area is titled 'Über das Projekt' and includes a paragraph about the project's goals, a call to action 'Finden Sie Ihr Bildungsangebot', and a 'Kommende Veranstaltungen' section with two event cards: 'Energiesparen im Handel' (Jan 10, 2023) and 'Google Unternehmensprofil: Schritt für Schritt zum eigenen Profil' (Jan 17, 2023). The 'ERFOLGREICH HANDELN' logo is visible in the bottom right corner of the screenshot.



The background of the slide is a blurred photograph of a meeting or conference. Several people are visible, with their hands raised in the air, suggesting an interactive session or a Q&A period. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. At the top, there are decorative, wavy, light-colored lines that resemble fabric or paper.






Fragen?

- 18.01.2024 | 08:30 Uhr | **Strategisches Management für kleine und mittlere Handelsunternehmen**
- 25.01.2024 | 08:30 Uhr | **Maestro-Aus – Was ändert sich zukünftig für mein Unternehmen?**
- 31.01.2024 | 08:30 Uhr | **WhatsApp Business erfolgreich nutzen**
- 06.02.2023 | 08:30 Uhr | **Prinzip Datenschutz: wichtige Basics für Online-Händler**
- 07.02.2023 | 08:30 Uhr | **Verkaufen über Facebook, Instagram & Co.**
- 14.02.2023 | 08:30 Uhr | **Business Model Canvas**

- 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 788391-0

E-Mail: info@ibi.de



ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg



0941 788391-0

Lena Mergner



Lena.Mergner@ibi.de