



# Suchmaschinenmarketing: Was Händler über SEO und SEA wissen müssen

Webinar | 3. April 2025 | Kampagne „Erfolgreich handeln“

## Agenda

- 1 Kampagne „Erfolgreich handeln“
- 2 Warum Suchmaschinenmarketing unverzichtbar ist
- 3 Wie funktioniert Google?
- 4 Suchmaschinenoptimierung (SEO): Langfristig sichtbar bleiben
- 5 Suchmaschinenwerbung (SEA): Schnell und gezielt werben
- 6 Was passt zu meinem Shop?
- 7 Fazit



# 1 Kampagne „Erfolgreich handeln“

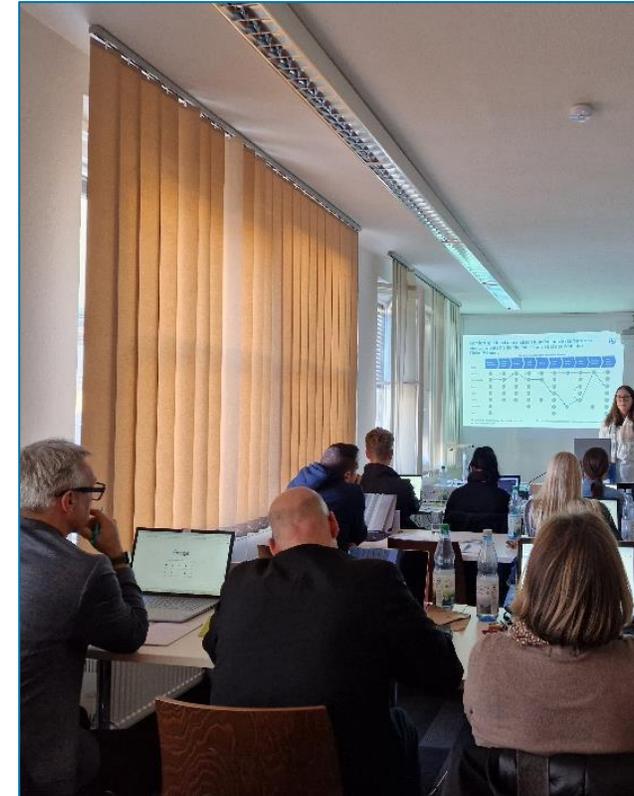
# Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

## 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 Kampagne „Erfolgreich handeln“ **des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie** hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: bis Dezember 2028

[www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)



## Unser Bildungsangebot für Sie!

### Unsere Formate



Workshops



Webinare



Infoblätter

### Unser Auftritt



Website



Newsletter



Mediathek

### Unsere Themen

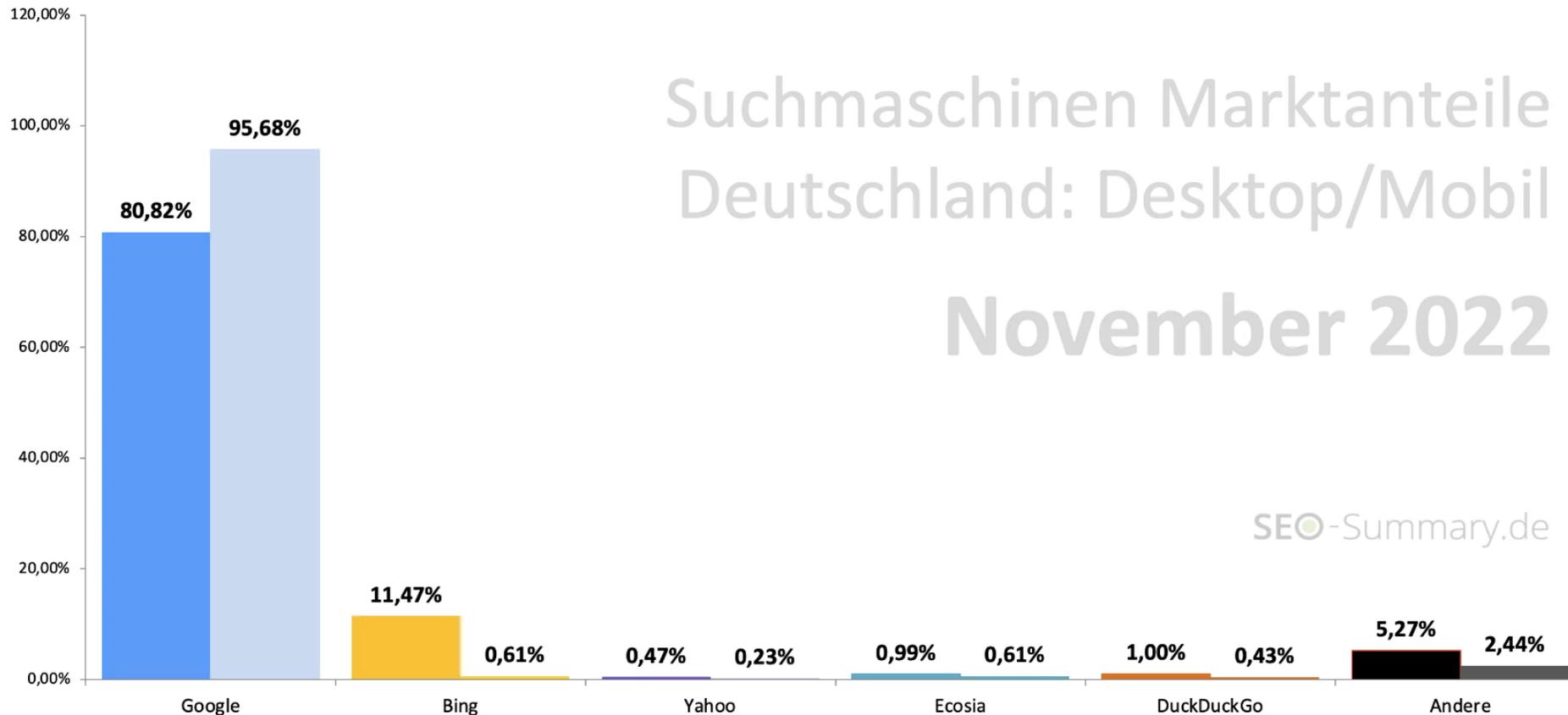
- E-Commerce
- Digitale Prozesse
- Nachhaltigkeit
- Digitale Sichtbarkeit
- Neue Geschäftsmodelle
- Soziale Medien
- IT-Sicherheit
- Bezahlverfahren
- ... und viele weitere



## ② Warum Suchmaschinenmarketing unverzichtbar ist



## An Google führt kein Weg vorbei...



Quelle: <https://seo-summary.de/suchmaschinen/>



...hier müssen Sie gefunden werden

**9 Mrd.**

Suchanfragen täglich bei Google weltweit

**70 %**

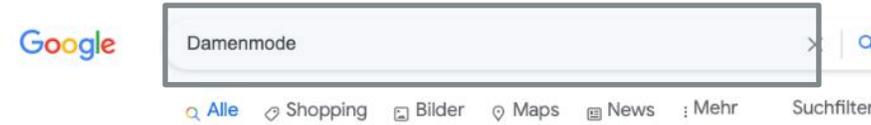
beginnen ihre Kaufentscheidung bei Google

**80 %**

suchen nach lokalen Informationen



Suchleiste



Google Shopping

**SEA  
(Search Engine Advertising)**

- Anorganische Suchergebnisse
- Schalten von bezahlten Werbeanzeigen

**Anzeige** · <https://www.floryday.com/> ▾  
**Traumhafte Kleider -50% - Kleidung Shop -50%**  
 Shoppen Sie tolle Deals im Floryday -Angebot zum Saisonende. -60% auf ausgewählte Artikel. Tolle Kleider Ausverkauf 50%. Perfekter Passform & toller Qualität. Jetzt online...

<b>Kleidung</b> Bis zu 80% Nachlass Schnelle Lieferung. Jetzt kaufen!	<b>Neuheiten</b> Täglich neue Damenmode, 50% R... Schneller Versand. Jetzt Shoppen!
---	---

**Anzeige** · <https://www.otto.de/> ▾  
**Bestelle Moden bei OTTO - Top Auswahl für Damen - OTTO.de**  
 Entdecke Moden für Damen in großer Auswahl auf OTTO.de. Bestelle jetzt online!  
 Marken-Outlet · Top-Marken reduziert · Neuheiten bei OTTO · Restgrößen-Sale

**SEO  
(Search Engine Optimization)**

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

<https://www.albamoda.de> ▾ damenmode ▾  
**Damenmode online kaufen, elegant & hochwertig | ALBA MODA**  
 Erleben Sie exklusive Damenmode. Italienisch elegante Mode für Damen. Top Marken ✓ Bequem auf Rechnung ✓ Jetzt im ALBA MODA Online-...  
 Damenmode, Größe 42(4.345) · Damenmode, Größe 46(3.911) · Kleider(810)

<https://www.zalando.de> ▾ damenbekleidung ▾  
**Damenmode bei ZALANDO | Die neuesten Trends online ...**  
 Auf der Suche nach Damenmode ? Bei ZALANDO findest Du, was du brauchst ✨ Ob aktuelle Trends oder zeitlose Klassiker ✨ Jetzt bei Zalan...  
 Petrolfarbene Damenmode bei... · Kleider · T-Shirts & Tops für Damen · Röcke

**Anzeigen · Einkaufen**

 <b>Walbusch</b> Kofferblaz... <b>139,00 €</b> Walbusch.de +5,95 € Ver... ★★★★★ (104) Von Smar...	 <b>NA-KD</b> Trend Klei... <b>66,95 €</b> NA-KD Kostenlose... Von Klarna
 <b>Blusenkleid</b> aus Orga... <b>119,99 €</b> Samoon Kostenlose... Von Blue ...	 <b>Peter Hahn</b> - Twinset... <b>49,95 €</b> Peter Hahn +5,95 € Ver... Von shop...
 <b>SALE</b> <b>hessnatur</b> Damen... <b>59,95 €</b> 0... hessnatur +5,95 € Ver... Angebot Von smec	 <b>Sommerverk</b> Casual... <b>12,19 €</b> Floryday +4,18 € Ver... Von Google

## SEO und SEA: Zwei Wege zur Sichtbarkeit

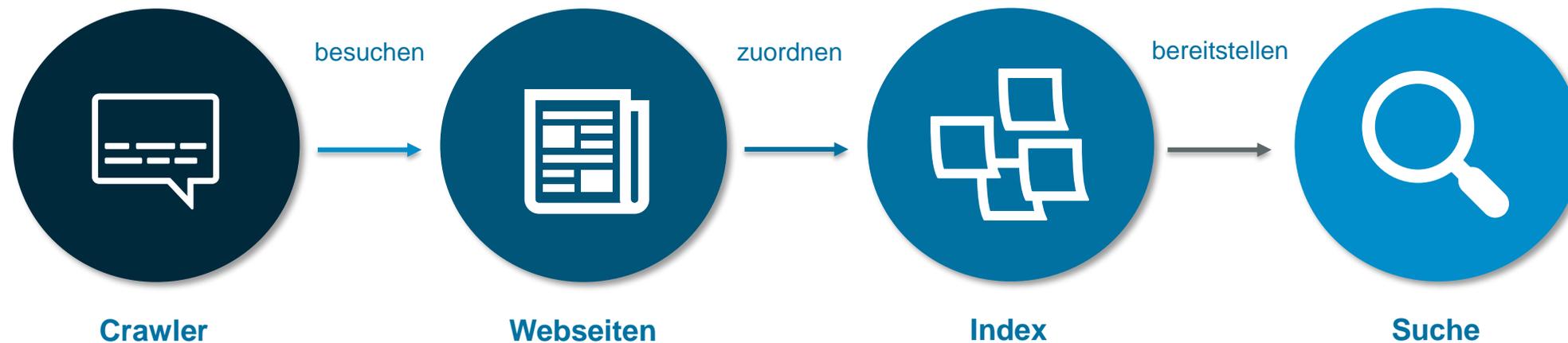
	SEO	SEA
Art	Organisch	Bezahlte Anzeige
Kosten	Keine Klickkosten	Zahlung pro Klick (CPC)
Wirkung	Langfristig	Sofort sichtbar
Kontrolle	Geringer	Hoch (Budget, Keywords etc.)
Geeignet für	Aufbau, Nachhaltigkeit	Aktionen, schnelle Ergebnisse

- Suchmaschinenmarketing (SEM) = SEO + SEA
- Beide Ansätze ergänzen sich und haben ihre Berechtigung!



### 3 Wie funktioniert Google?

## Funktionsweise einer Suchmaschine



## Ziele einer 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:

- Relevanz des Inhalts (Keywords, Textqualität)
- Nutzerfreundlichkeit (Seitenstruktur, Ladezeit)
- Mobile Optimierung
- Vertrauenswürdigkeit (z. B. durch Backlinks)
- Technische Zugänglichkeit (z. B. saubere URL-Struktur)

über

**200**

Faktoren beeinflussen das  
Website-Ranking



④ Suchmaschinenoptimierung (SEO):  
Langfristig sichtbar bleiben

# Grundlagen der SEO: Zwei große Bereiche

SEO steht für Search Engine Optimization, also Suchmaschinenoptimierung. Ziel ist es, die eigene Website so zu gestalten, dass sie bei Google organisch – also ohne bezahlte Anzeigen – möglichst weit oben erscheint.

## 1. On-Page-Optimierung

Alles, was **auf der eigenen Website** passiert:

- Inhalte (Texte, Überschriften, Bilder)
- Technische Struktur (Ladezeit, Mobilfreundlichkeit, saubere URLs)
- Meta-Daten (Titel & Beschreibungen in den Suchergebnissen)

## 2. Off-Page-Optimierung

Faktoren **außerhalb der eigenen Seite**, z. B.:

- Backlinks von anderen Websites
- Bewertungen, Empfehlungen
- Erwähnungen in Online-Medien oder Foren

# Keywords: Die Brücke zwischen Shop und Suchmaschine

## Was sind Keywords?

Begriffe, die Nutzer bei Google eingeben – und mit denen sie Ihre Produkte finden sollen.

## Warum sind Keywords so wichtig?

- Google gleicht Suchbegriffe mit Seiteninhalten ab
- Ohne passende Begriffe kein gutes Ranking
- Keywords beeinflussen sowohl SEO (Texte, Struktur) als auch SEA (Anzeigenschaltung)

## Wie denken Ihre Kunden?

- „Regenjacke Damen“ oder „Outdoorjacke wasserdicht“?
- Markennamen, Farben, Größen, Materialien?

## Tipp:

Nutzen Sie **Google Suggest** als Einstieg: Einfach anfangen zu tippen, z. B. „Gartentisch aus ...“

→ Google schlägt häufig gesuchte Begriffe vor

## So finden Sie die richtigen Suchbegriffe

### **Tools zur Keyword-Recherche (kostenlos oder einfach nutzbar):**

- Google Keyword Planner – in Google Ads
- Google Trends – zeigt Entwicklung & Vergleich
- Übersuggest oder Sistrix Smart – einfache Einstiegstools

### **Was macht ein gutes Keyword aus?**

Ein gutes Keyword wird häufig gesucht, es passt genau zum Angebot und hat überschaubaren Wettbewerb.

### **Wo gehören Keywords hin (für SEO)?**

- Meta-Titel & Beschreibung
- Produktnamen und -texte
- Überschriften auf der Seite (H1, H2, ...)
- URLs, Alt-Texte bei Bildern

# Keywords konkret: Von der Idee zur Liste

## 1. Start: Saatliste erstellen

Welche Begriffe beschreiben Ihr Angebot am besten?

→ Produktarten, Kategorien, Materialien, Zielgruppen

Beispiel: „Ledergürtel“, „Gürtel Herren“, „Echtleder“, „Made in Germany“

## 2. Liste erweitern mit Tools & Methoden

→ Google Suggest: Suchbegriffe durch Autovervollständigung ergänzen

→ Google Trends: Saisonalitäten oder Alternativen erkennen

→ Synonyme & Varianten einbeziehen (z. B. „Gürtel braun“ vs. „Ledergürtel dunkelbraun“)

→ Kundenfragen einbeziehen

### Tipp:

Sammeln Sie 10–15 Begriffe pro Produktgruppe. Diese können Sie für SEO-Texte und SEA-Anzeigen nutzen.

# 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?**

- Verwenden Sie Begriffe, nach denen Ihre Zielgruppe tatsächlich sucht – Stichwort: Keyword-Recherche
- Keywörter nutzen → vor allem Synonyme und verwandte Begriffe

# 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

# 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.

### title-tag

- Titel soll Nutzer animieren
- Fokus-Keyword möglich vorne
- Ca. 55 Zeichen

<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.

### meta-description

- Nur sichtbar in Suchergebnissen
- Nicht zu lang, aber vollständig
- Ca. 150 Zeichen

## Produkttexte optimieren

Viele Shops übernehmen Herstellertexte – doch das reicht für SEO nicht aus. Google bewertet einzigartige, hilfreiche Inhalte höher.

Tipp:

- Eigene, präzise Beschreibungen schreiben
- Fragen beantworten: „Für wen ist das Produkt geeignet?“, „Was ist besonders?“
- Synonyme und Begriffe nutzen, die Kunden tatsächlich suchen
- Tools wie Google Trends oder Keyword Planner zeigen, wonach gesucht wird

### CEYLON AISLABY BOP I

Für alle, die das Kräftige lieben. Kleinblättriger, ergiebiger Schwarztee mit fruchtig, herbem Geschmack.



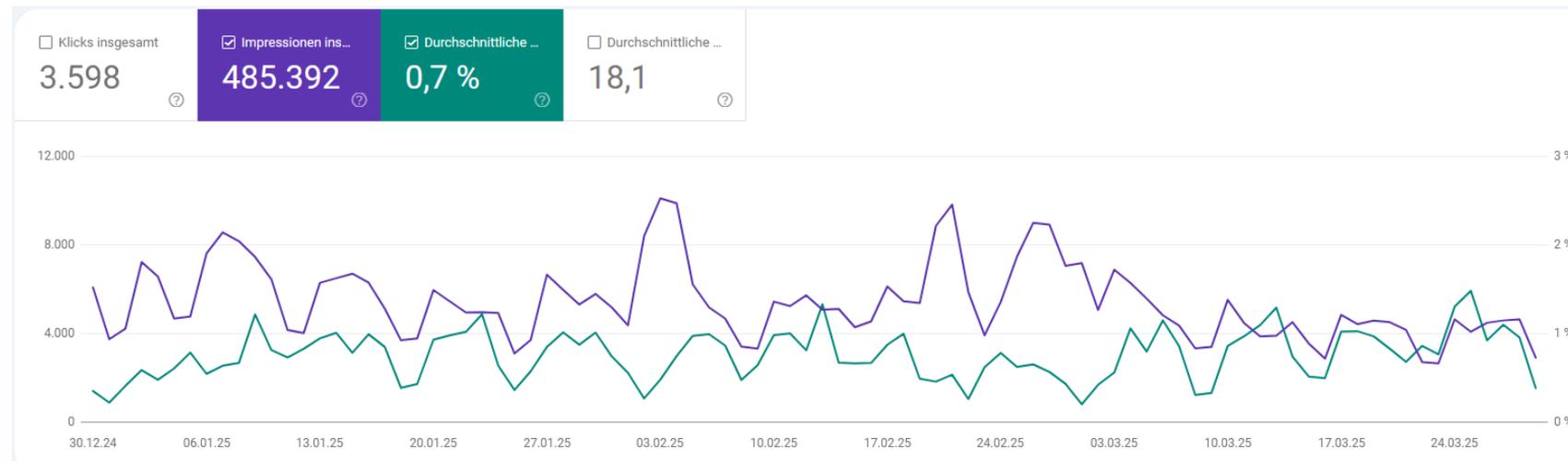
CEYLON

Ein besonders ergiebiger und erstklassiger Broken Ceylon Tee mit dunkler Tassenfarbe aus dem UVA District. Sehr würzig und gehaltvoll im Geschmack mit fruchtig-herbem Abgang. Hoher Gerbstoffgehalt.

# Google Search Console nutzen

Kostenloses Tool von Google, das zeigt:

- Für welche Suchbegriffe man gefunden wird
- Welche Seiten gut oder schlecht ranken
- Technische Probleme (z. B. fehlerhafte Seiten)



Quelle: <https://search.google.com/search-console>

# Bilder optimieren: Kleine Maßnahmen, große Wirkung

## Was Sie als Händler beachten sollten:

1. Aussagekräftige Dateinamen verwenden

Statt: IMG\_1234.jpg

Besser: lederschuhe-herren-braun.jpg

→ Das hilft Google zu verstehen, worum es im Bild geht.

2. Alt-Texte sinnvoll nutzen

Kurze, beschreibende Texte für jedes Bild

Beispiel: „Braune Lederschuhe für Herren mit Ledersohle“

→ Wichtig für die Bildersuche und für Screenreader

3. Bildgröße optimieren

Bilder komprimieren, ohne Qualitätsverlust

Ideal: unter 200 KB (für normale Produktbilder)

4. Richtiges Dateiformat wählen

- JPEG für Fotos
- PNG für Grafiken mit Transparenz
- WebP für moderne Performance (wenn vom System unterstützt)

# Off-Page-Optimierung: Vertrauen aufbauen

## Was ist Off-Page-SEO?

Maßnahmen außerhalb der eigenen Website, die helfen, bei Google Vertrauen aufzubauen – v. a. durch Backlinks (also Verlinkungen von anderen Seiten auf Ihre Website).

Drei einfache Maßnahmen für Händler:

### 1. Lokale Brancheneinträge pflegen

- Google Unternehmensprofil (ehem. Google My Business)
- Gelbe Seiten
- Meinstadt.de
- ...

### 2. Kooperationen & Erwähnungen aufbauen

- Partnerschaften mit Blogs, Fachseiten oder Herstellern nutzen
- Pressemitteilungen bei lokalen Medien, Online-Portalen
- Verlinkungen auf Events, Sponsoring, Interviews
- ...

### 3. Kundenbewertungen fördern

- Google-Bewertungen
- Trusted Shops
- Proven Expert
- ...

# SEO umsetzen: So geht's in fünf Schritten

## 1. Wichtige Seiten auswählen

Welche Seiten Ihres Shops sollen bei Google gefunden werden? Zum Beispiel: Startseite, Kategorienseiten, Bestseller.

## 2. Passende Keywords finden und gezielt einsetzen

Was geben Ihre Kunden bei Google ein? Nutzen Sie Tools wie Google Suggest, den Keyword Planner oder Google Trends.

Bauen Sie die wichtigsten Begriffe in Titel, Überschriften, Texte und URLs ein.

## 3. Inhalte verbessern und einzigartig machen

Verzichten Sie auf Standardtexte. Schreiben Sie so, dass sowohl Kunden als auch Google den Mehrwert erkennen.

Beschreiben Sie Vorteile, beantworten Sie Fragen, strukturieren Sie Ihre Inhalte klar.

## 4. Technik und Mobilfreundlichkeit prüfen

Lädt die Seite schnell? Funktioniert sie problemlos auf dem Smartphone? Eine mobil optimierte Website wird bei Google besser bewertet.

## 5. Ergebnisse messen und nachbessern

SEO ist kein Einmalprojekt. In der Google Search Console sehen Sie, für welche Begriffe Ihre Seiten gefunden werden.

Überarbeiten Sie Inhalte regelmäßig und erweitern Sie sie bei Bedarf.



## 5 Suchmaschinenwerbung (SEA): Schnell und gezielt werben

## Was ist SEA – und wie funktioniert Google Ads?

Bei SEA (Search Engine Advertising) bezahlen Händler dafür, dass ihre Anzeigen bei bestimmten Suchbegriffen ganz oben in den Google-Ergebnissen erscheinen.

Sie zahlen dabei nicht für die Einblendung, sondern nur, wenn jemand klickt – das nennt man Cost-per-Click (CPC).

Die Platzierung hängt von einer Anzeigenauktion ab, bei der Google folgende Faktoren bewertet:

- Ihr Gebot (z. B. 0,80 € pro Klick)
- Die Qualität der Anzeige (Relevanz, Zielseite, Klickrate)
- Der Wettbewerb um das Keyword

**Wichtig für Händler:** Auch mit kleinem Budget kann man Sichtbarkeit erreichen – wenn man gezielt vorgeht. SEA eignet sich z. B. für gezielte Werbung, saisonale Aktionen, Produktlaunches.

## Was Sie für den Einstieg brauchen

- Ein Google Ads-Konto
- Eine Produkt- oder Angebotsseite
- Klare Zielsetzung (z. B. Topseller pushen)
- Ein kleines Testbudget (z. B. 5–10 €/Tag)

### Tipps:

- Mit dem kostenlosen Keyword Planner passende Begriffe finden
- Erste Kampagne einfach halten: 1 Produkt, 1 Anzeigegruppe, 1 Ziel



## ⑥ Was passt zu meinem Shop?

# SEO, SEA oder beides? – Entscheidungshilfe für Händler

**SEO ist grundsätzlich für alle Händler sinnvoll** – denn:

- Sichtbarkeit ohne Klickkosten
- Stärkt Vertrauen durch organische Platzierungen
- Ideal für dauerhaft angebotene Produkte oder Sortimentsschwerpunkte

**Wann lohnt sich SEA zusätzlich?** SEA ist sinnvoll, wenn...

- Sie schnelle Sichtbarkeit brauchen
- Sie gezielt auf Aktionen hinweisen wollen
- Sie lokale Kundschaft ansprechen möchten
- Sie gezielte Produkte pushen wollen
- Sie testen möchten, was gut ankommt

**Empfehlung für kleinere Händler:**

- SEO als Basis aufbauen
- SEA gezielt einsetzen, z. B. mit kleinem Budget für saisonale Highlights, Bestseller oder regionale Kampagnen



## 7 Fazit

## Fünf Dinge, die Sie heute mitnehmen sollten

- **Google ist der zentrale Einstiegspunkt für Kaufentscheidungen**  
→ Sichtbarkeit in der Suche entscheidet über Erfolg im Online-Handel
- **SEO schafft nachhaltige Sichtbarkeit – ohne laufende Werbekosten**  
→ Gute Inhalte, saubere Technik und Nutzerfreundlichkeit sind entscheidend
- **SEA bietet schnelle Ergebnisse und gezielte Steuerung**  
→ Ideal für Aktionen, neue Produkte oder lokale Werbung
- **Keywords sind die gemeinsame Grundlage für SEO & SEA**  
→ Wer weiß, wonach Kunden suchen, kann besser gefunden werden
- **Beides gehört zusammen: SEO als Fundament – SEA als Booster**  
→ Besonders effektiv im Zusammenspiel

## Was Sie heute tun können

- ✓ Google Search Console einrichten
- ✓ Meta-Daten für 3 Hauptseiten prüfen
- ✓ Keyword-Liste für Ihre Bestseller starten
- ✓ Google-Suche nach Ihrem Shop + Wettbewerbern durchführen



Fragen?

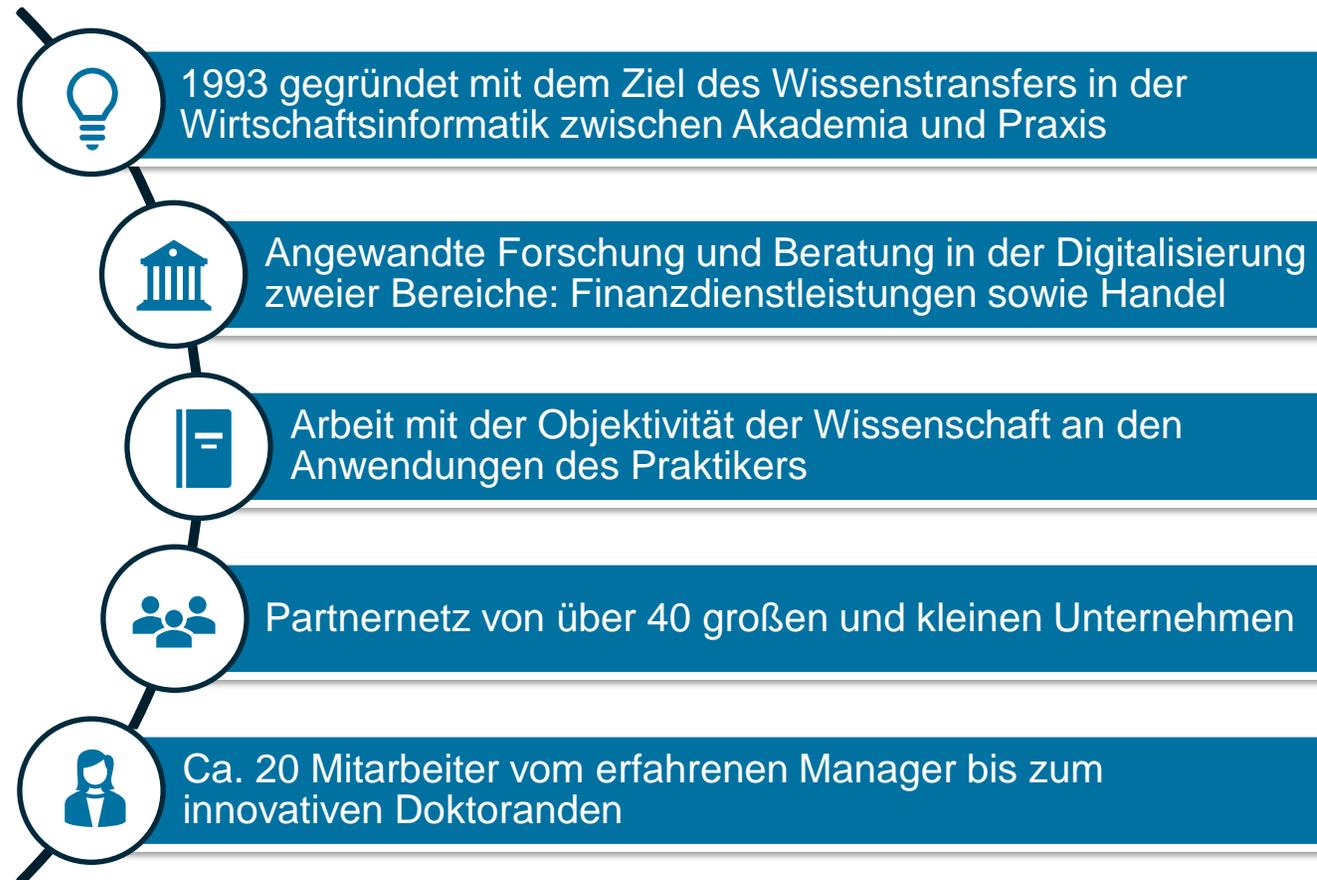
## Kommende Webinare

08.04.2025	08:30 Uhr	<b>Der digitale Produktpass kommt: Was Groß- und Einzelhändler jetzt wissen müssen</b>
10.04.2025	08:30 Uhr	<b>Temu, SHEIN &amp; Co.: Was kann der deutsche Handel lernen und was sollte er lieber lassen?</b>
24.04.2025	08:30 Uhr	<b>Secondhand und Re-Commerce: Chance und Risiko für den Handel?</b>
06.05.2025	08:30 Uhr	<b>Aus der Praxis: KI im Produktdatenmanagement für Großhändler</b>
07.05.2025	08:30 Uhr	<b>EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR): Was bedeutet das für mein Unternehmen?</b>

[www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)



## Über ibi research



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**ibi research an der Universität Regensburg GmbH**

Galgenbergstraße 25

93053 Regensburg



0941 788391-0



erfolgreichhandeln@ibi.de





## Partner & Unterstützer





Bayerisches Staatsministerium für  
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie  
[stmwi.bayern.de](http://stmwi.bayern.de)