

Jens Bretschneider

**Suchmaschinenoptimierung als wichtiges
Marketinginstrument am Beispiel der
Versicherungswirtschaft**

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik

„Suchmaschinenoptimierung als wichtiges Marketinginstrument am
Beispiel der Versicherungswirtschaft“

Bachelorthesis

im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften II
im Studiengang Wirtschaftsinformatik
der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

vorgelegt von: Jens Bretschneider

Abgabetermin: 24.03.2006

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	V
1 Einleitung	6
1.1 Erläuterung des Themas.....	6
1.2 Ziele der Bachelorarbeit.....	6
1.3 Vorgehensweise	7
2 Suchmaschinen Grundlagen.....	8
2.1 Bedeutung und Probleme von Suchmaschinen	8
2.1.1 Bedeutung von Suchmaschinen.....	8
2.1.2 Probleme bei der Nutzung von Suchmaschinen.....	9
2.2 Technik von Suchmaschinen	10
2.2.1 Funktionsweise von indexbasierten Suchmaschinen	11
2.2.2 Funktionsweise von Meta-Suchmaschinen	13
2.3 Übersicht über wichtige Suchmaschinen am Markt	14
2.4 Google als Marktführer	15
2.5 Marketingpotential von Suchmaschinen	17
3 Keyword – Analyse	21
3.1 Bedeutung von Keywords für Suchmaschinen	22
3.1.1 Deskriptorengewinnung.....	22
3.1.2 Häufigkeitsverteilung der Suchwörter.....	25
3.1.3 Suchbegriff – Dichte	26
3.2 Bewertung und Suche der geeigneten Keywords für eine Webseite	27
4 Suchmaschinenoptimierung am Beispiel der Versicherungswirtschaft	32
4.1 transparent GmbH	32
4.1.1 Geschäftsidee	32
4.1.2 Anforderungen und Ziele von Suchmaschinenoptimierung bei der transparent GmbH.....	34
4.2 Richtlinien für Webmaster.....	36
4.3 Google – Algorithmus	37
4.3.1 PageRank.....	37
4.3.2 Berechnung des PageRank.....	40
4.3.3 Weitere Faktoren im Google – Algorithmus.....	43
4.4 Suchmaschinenoptimierung der transparent GmbH Webseiten	46
4.4.1 Onpage – Optimierung	48
4.4.2 Offpage – Optimierung	56
4.4.2.1 Erhöhung der Link – Popularity.....	57
4.4.2.2 Vorgehensweise beim Aufbau einer externen Verlinkung.....	59
4.4.2.3 Prinzip der optimale Linkgestaltung	63
5 Fazit und Ausblick	65
5.1 Abhängigkeit der transparent GmbH von Google und Konsequenzen ..	65
5.2 Ausblick in die Zukunft von Suchmaschinen.....	67

Literaturverzeichnis	VI
Glossar	VIII
Anhang	XI
Spezialisierte Suchmaschinen	XI
Google Richtlinien für Gestaltung und Inhalt	XII
Technische Google Richtlinien	XII
Google Qualitätsrichtlinien	XIII
Ausführliche Darstellung von Webseiten mit dem PageRank 10	XV
Ausführliche PageRank Berechnung	XVI
A Interview mit Axel Lehmann Geschäftsführer der transparent GmbH ...	XIX
Markenerklärung	XXIX

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Funktionsweise indexbasierter Suchmaschinen (H. Balzert 2005).....	11
Abbildung 2: Funktionsweise Metasuchmaschinen (Quelle: HTW Chur 2006)	13
Abbildung 3: Indizierung von Wörtern bei der Volltextsuche (Quelle: H.C.Boos 2001)	23
Abbildung 4: Zusammenhang zwischen relativer Suchbegriffhäufigkeit und Wortrelevanz (Quelle: Eigenanfertigung)	25
Abbildung 5: Das Geschäftsprinzip der transparent GmbH (Quelle: Eigenanfertigung)	32
Abbildung 6: Verteilung des PageRank im Googleindex (Quelle: Eigenanfertigung)	38
Abbildung 7: Ausgangssituation der PageRank Berechnung (Quelle: Eigenanfertigung)	42
Abbildung 8: Endergebnis der PageRank Berechnung (Quelle: Eigenanfertigung)	42
Abbildung 9: Google Ranking mit Keyword "rente" für www.rente.com (Quelle: Google 20.01.06)	47
Abbildung 10: Google Ranking mit Keyword "altersvorsorge" für www.rente.com (Quelle: Google 20.01.06)	47
Abbildung 11: Optimierungsmaßnahmen auf der Startseite www.rente.com (Quelle: Eigenanfertigung)	49
Abbildung 12: Ausgangssituation der PageRank Berechnung (Quelle: Eigenanfertigung)	XVI
Abbildung 13: Situation nach erstem Durchgang der PageRank Berechnung (Quelle: Eigenanfertigung)	XVII
Abbildung 14: Endergebnis der PageRank Berechnung (Quelle: Eigenanfertigung)	XVIII

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nutzungsgrad regelmäßig genutzter Internetdienste (Quelle: Fittkau & Maaß 2005)	19
Tabelle 2: Anzahl Nennungen von Schlüsselwörtern zum Thema "Gewerbeversicherung" (Quelle: Eigenanfertigung nach Auswertung der Keyworddatenbank).....	29
Tabelle 3: Anzahl Nennungen von Schlüsselwörtern zum Thema "versicherungsvergleich" (Quelle: Eigenanfertigung nach Auswertung der Keyworddatenbank).....	30
Tabelle 4: PageRank 10 Webseiten (Quelle: G. Steffens 2005).....	39
Tabelle 5: ausführliche Darstellung von PageRank 10 Webseiten (Quelle: G. Steffens)	XV

1 Einleitung

1.1 Erläuterung des Themas

Suchmaschinenoptimierung ist die Summe von Methoden, eine Webseite erfolgreich in Suchmaschinen zu platzieren. Dabei soll die Seite möglichst weit oben im Ergebnisranking einer Suchanfrage stehen.

Das Geschäft im und mit dem Internet ist in den letzten 5 Jahren sprunghaft angestiegen. Nahezu alle Branchen und Firmen sind vertreten. War das Internet früher nur eine bessere Visitenkarte, stellt es heute für einen Großteil der Wettbewerber eine Plattform für Service rund um die Uhr dar. Das Angebot reicht von der einfachen Informationsmöglichkeit bis zum Onlineshop. Je höher eine Webseite im Suchranking einer Suchmaschine steht, desto wahrscheinlicher ist der Besuch dieser Seite. Jeden Besucher gilt es, mit möglichst optimalen Informationen und Service zu bedienen, denn jeder Besucher stellt einen potentiellen Kunden dar. Ein Großteil aller Besucher einer Webseite erreicht diese durch vorherige Suche in einer Suchmaschine. Durch die enorme Geschwindigkeit der Informationsverbreitung kann man sich jederzeit im Internet die neuesten Daten und Fakten über Produkte und Leistungen beschaffen. Vor jeder Kaufabsicht kann man suchen und vergleichen. Um ständig auf den vordersten Plätzen des gewünschten Gebietes der Suchanfragen zu stehen, ist die permanente Suchmaschinenoptimierung notwendig.

1.2 Ziele der Bachelorarbeit

Suchmaschinenoptimierung wurde als wichtiger Teil eines Internetauftrittes lange Zeit vernachlässigt. Diese Arbeit hat zum Ziel, eine Sensibilisierung für das Thema Suchmaschinenoptimierung zu schaffen und das große Potential im Marketingbereich aufzuzeigen. Sie soll als Leitfaden für das schnelle Verständnis dienen und eine Vorstellung für anfallende Arbeiten und Tätigkeiten geben.

Da es sich bei der Suchmaschinenoptimierung um eine sehr junge Disziplin im Marketingbereich handelt, ist die Verwendung von Fachliteratur zur Erstellung der

Bachelorarbeit schwierig. Im Internet existieren zwar umfangreiche Publikationen zum Thema Suchmaschinenoptimierung, der Anteil unseriöser Veröffentlichungen zum Thema Suchmaschinenoptimierung ist sehr hoch. Es existieren zur Zeit lediglich vier¹ Bücher zum Thema, welche wissenschaftlichen Ansprüchen genügen und die Aufnahme in Bibliotheken gefunden haben. Zu einem großen Teil wurde auf vorhandenes Wissen, welches sich der Autor im Rahmen eines sechsmonatigen Praktikums aneignen konnte, zurückgegriffen. Die Arbeit entstand im engen Kontakt mit dem Geschäftsführer der transparent GmbH Herrn Axel Lehmann. In einem umfangreichen Interview im Anhang der Arbeit werden praktische Einsatzmöglichkeiten verdeutlicht.

1.3 Vorgehensweise

Um Suchmaschinenoptimierung erfolgreich durchzuführen, ist es zunächst notwendig die Funktionsweise von Suchmaschinen zu verstehen. Aus diesem Grund steht am Anfang eine generelle Einarbeitung in das Thema Suchmaschinen und ihre Funktionsweisen. Dabei wird eine Marktübersicht über bedeutende Suchmaschinen insbesondere dem Marktführer Google gegeben. Der zweite notwendige theoretische Schritt beschäftigt sich mit der Suchbegriffanalyse. Die Entscheidung auf welche Suchbegriffe optimiert werden soll, bildet die Voraussetzung für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung. Die praktischen Optimierungsansätze werden aufgrund der Marktführerschaft an der Suchmaschine Google erklärt. Dafür werden zunächst Eigenschaften und Funktionen von Google erläutert. Am Beispiel von Webseiten der transparent GmbH, einem Unternehmen der Versicherungsbranche, werden dem Leser konkrete Optimierungsmaßnahmen verdeutlicht.

¹ S. Erlhofer 2005, M. Glöggler 2003, T. Kaiser 2004, A. Moritz 2005

2 Suchmaschinen Grundlagen

Die Bedeutung und Funktionsweise von Suchmaschinenoptimierung hängt mit dem Verständnis von Suchmaschinen im Internet zusammen. In diesem Abschnitt soll dem Leser ein grundlegendes Wissen über Suchmaschinen vermittelt werden.

2.1 Bedeutung und Probleme von Suchmaschinen

2.1.1 Bedeutung von Suchmaschinen

„Ein Suchdienst bietet den Internet – Benutzern Unterstützung beim Auffinden gesuchter Informationen in Form von hierarchisch geordneten Sachgebietsverzeichnissen mit Hyperlinks, alphabetisch sortierten Stichwortverzeichnissen oder Information-Retrieval-Programmen für die Suche nach Stichworten.“²

Allein im Google-Index sind mehr als 8.000.000.000 Webseiten gelistet. Es wird schnell klar, dass diese unglaubliche Informationsflut nur von leistungsfähigen Suchhilfen zu überschauen ist. Suchmaschinen stellen demnach einem Benutzer eine Vorauswahl von Webseiten zur Verfügung. Dies muss durchaus kritisch betrachtet werden, da Suchmaschinenbetreiber nicht frei von externen Einflüssen sind.

Suchdienste werden nach der Qualität ihrer gelieferten Treffer in der Ergebnisliste beurteilt. Je höher Webseiten in Suchmaschinenergebnissen stehen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit eines Besuches. Eine Vielzahl von Webmastern versucht diese Positionen zu erreichen. Es entsteht ein regelrechter Kampf von Suchmaschinenbetreibern gegen Hacker und Spammer. Die Anbieter von Suchdiensten sind dazu gezwungen, ihre Suchalgorithmen ständig weiterzuentwickeln um Manipulationen vorzubeugen. Eine Suchmaschine konnte besonders hohe Qualität bei den Suchergebnissen erzielen, Google. Dies liegt vor

² H.R. Hansen 1998, S. 397