Suchmaschinenoptimierung für den Hamburger Raum wird anspruchsvoller

Die Suchmaschinenoptimierung in Hamburg nimmt immer größer werdende Formen an und gewinnt so an Bedeutung. Aufgrund dessen, wird die Suchmaschinenoptimierung in Hamburg anspruchsvoller.

Was ist Suchmaschinenoptimierung
In dem Bereich des Suchmaschinenmarketings gibt es primär zwei verschiedene Werbearten. Zum einen gibt es die kostenpflichtigen Werbeanzeigen der jeweiligen Suchmaschinen wie Google Adwords. Zum anderen gibt es die Suchmaschinenoptimierung, welche es anstrebt, die organische Auffindbarkeit der Homepage unter den Schlüsselbegriffen zu maximieren.

Der Markt der Suchmaschinenwerbung
Der Online-Werbemarkt wächst. Nach dem OVK Online-Report wurde in Deutschland im Jahre 2008 25 Prozent mehr in Online Werbemaßnahmen investiert. Der Gesamtmarkt vor vier Jahren lag bei auf 3,65 Milliarden Euro. Im Jahr 2012 wird der Markt laut dem BVDW auf ca. 6 Milliarden EUR geschätzt, was eine knappe Verdopplung des Gesamtmarktes innerhalb von vier Jahren impliziert. Gleichzeitig fährt Google Rekordumsätze und -gewinne ein. In dem Jahr 2012 wird ein Umsatz von ca 33 Milliarden EUR prognostiziert. Google wächst im zweistelligen Bereich. Dabei generiert Google zu 90% seinen Umsatz aus den bekannten Google Adwords Werbeanzeigen. Die jeweiligen Werbekampagnen werden für den jeweiligen Produkt-/Dienstleistungsanbieter immer teurer. Dabei liegt das nicht zwingend an der "Geldgier" des Konglomeraten, sondern viel mehr an dem immer intensiveren Wettbewerb. Einfach gesagt: So hat der jenige, der mit seiner Google Adwords Anzeige immer ganz oben stehen will, den höchsten preis pro Klick zu bezahlen. Da bei immer mehr Dienstleistern und Produktanbietern die Bedeutung von Google bewusst wird, gibt es auch immer mehr. Die bereit sind, einen noch höheren Mausklickpreis zu bezahlen

Suchmaschinenoptimierung wird anspruchsvoller
Die Kosten für die Suchmaschinenoptimierung korrelieren positiv mit den Preisentwicklungen bei den Google Adwords. Für den Hamburger Raum steigen die Kosten für die Google Adwords Kampagnen für den beispielhaften Bereich der Autovermietung um ca. 10%. Während im Jahre 2010 der durchschnittliche Mausklickpreis ca. 3,20 EUR war, so kostet der durchschnittliche Mausklickpreis ca. 3,80, was wiederum einen Preisanstieg von ca. 10% pro Jahr bedeutet. Um dieser Kostenexplosion entgegen zu wirken, entscheiden sich immer mehr Unternehmen für Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung. Umso mehr Unternehmen aber eine organische Topplatzierung bei Google anstreben, umso zeitaufwendiger wird die sich daraus ergebende Arbeit. Ein viel entscheidender Punkt für den steigenden Anspruch der Suchmaschinenoptimierung ist der massive Anstieg der Qualitätsupdates von Google. Google hat als Aktienunternehmen ein stetiges Interesse, seine Aktionäre zu befriedigen und muss Sorge leisten, dass deren wichtigste Einnahmequelle weiterhin den größten Cash Inflow generiert. Dazu ist es für Google essentiell, dass weiterhin die Suchmaschinen für den Nutzer interessant bleiben. Daher muss Google die Suchergebnisse immer wieder mit neuen Algorithmen verbessern. Diese neuen Algorithmen haben bei Google Titel wie Pinguin, Panda oder Venice. Alle drei Qualitätsupdates bewirkten ein "Durcheinander" in den SERP's "Search Engine Result Page" (Ergebnisseiten der Suchmaschinen). Viele zuvor topplatzierten Unternehmen sind von den ersten Seiten bei Google partiell vollständig verschwunden. Die Quintessence der SEO-Experten nach den Qualitätsupdates von Google ist, dass der Zeitaufwand für die Suchmaschinenoptimierung um ein vielfaches wächst, als aber auch der qualitative Anspruch ansteigt, was sich wiederum in den Dienstleistungspreis niederschlagen wird.

Vorstellung Wengenroth und Partner
Wengenroth und Partner ist auf Online Marketing und Suchmaschinenoptimierung für kleine und mittelständische Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum (Schweiz, Österreich und Deutschland) spezialisiert. Mit insgesamt über 500 Referenzen und zahlreichen Auszeichnungen sowie Kooperationen hat die Internetagentur sich in den letzten vier Jahren seit Gründung eine respektable Reputation aufbauen können.

Interview mit Inhaber von Wengenroth und Partner
WUP: Wie sind Sie zum Online Marketing gekommen?
Herr Wengenroth: Nun, ich bin jetzt 32 und habe inklusive des Studiums 15 Jahre Marketingerfahrung und war nach dem Studium primär in der Konsumgüterindustrie tätig. Ich habe bei Ferrero gearbeitet und war im Marketingcontrolling bei Unilever. Dort habe ich ausgewertet, welche Werbeaktivitäten effizient oder uneffizient sind und habe dann anschließend bei einem der größten Ketchuphersteller gearbeitet. In dieser Zeit bin ich viel in Deutschland unterwegs gewesen und habe doch festgestellt, dass ich mich in Hannover sehr wohl fühle und mich hier niederlassen möchte. Deshalb habe ich dann nach einer neuen beruflichen Möglichkeit recherchiert und kam zu dem sehr bedeutungsvollen Onlinemarketingunternehmen und bin eigentlich als professioneller Mitarbeiter dieses Unternehmens das erste Mal mit Onlinemarketing konfrontiert worden und es war wie Liebe auf den ersten Blick. Onlinemarketing hat mich wirklich von Anfang an sehr fasziniert. Ich habe aber festgestellt, dass ich kaum wirkliche Expertise habe und habe mich daher von mir aus selber in diesem Bereich Abende oder wochenlang mit auseinandergesetzt, damit ich auch einfach ein kompetenter Ansprechpartner für unserer Kunden bin. Daraus entwickelte sich wirklich eine sehr hochgradige Expertise und Leidenschaft. Daher habe ich dann für mich die Entscheidung getroffen: Meine Ideen und Kreativitäten kann ich noch besser umsetzten, wenn ich es tatsächlich selber umsetze, sprich wenn ich nicht mehr in Abhängigkeit von einem Großunternehmen bin und habe dann den Weg gewagt mich im Onlinemarketing selbstständig zu machen. Das ist jetzt mehr als 3 Jahre her. Inzwischen haben wir über 500 Kunden und Referenzen. Unsere Kunden im Onlinemarketing geben uns das deutliche Gefühl die richtige Entscheidung getroffen zu haben.

WUP: Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?
Herr Wengenroth: In der Tat sind wir nicht die einzige Onlinemarketingagentur in Hannover, es gibt da eigentlich gar keine exakten Zahlen. Wir meinen einen absoluten Mehrwert unseren Kunden, die primär kleine und mittelständische Unternehmen sind, bieten zu können, indem wir nicht einfach nur eine Homepage erstellen, sondern ihnen ein komplettes professionelles Onlinemarketingkonzept zurecht legen, was es denen ermöglicht darüber sehr viele neue Kunden zu gewinnen. Wir unterscheiden deutlich zwischen einer Homepage einer Webseite und Onlinemarketing. Bei einem professionellen Konzept bieten wir unseren Kunden überdurchschnittlich viele neue Kunden. Wir machen momentan von unseren Kunden Imagevideos. Somit sind also zwei Wochen sehr nah bei den Kunden. Alle Kunden haben ein ganz deutliches Signal gegeben, dass sie noch nie so viele neue Kunden gewonnen haben. Manche Unternehmen, haben durch die Onlinemarketingmaßnahmen von Wengenroth & Partner ihren Umsatz mehr als verdoppelt.

WUP: Wo sehen Sie ihr Unternehmen in den nächsten 5 Jahren? Denken Sie daran sich zu vergrößern? Wird sich die Suchmaschinenoptimierung mit der Zeit verändern?
Herr Wengenroth: Suchmaschinenoptimierung verändert sich jeden Tag. Jeden Tag muss man als Onlinemarketing-Dienstleister auf neue Algorithmen von Suchmaschinen reagieren. Und dabei kann man nicht hundertprozentig sagen, was in 5 Jahren ist. Wenn es aber so weitergeht wie jetzt, können wir uns schon sehr gut vorstellen eine größere Agentur zu werden. Vielleicht mit bis zu 25 Mitarbeitern, wobei 5 festangestellte Mitarbeiter maximal sein sollen, weil wir ein spezielles Konzept haben: Wir sehen ein sehr großes Potential bei jungen dynamischen Praktikanten und Praktikantinnen. Wir stellen immer wieder fest, wenn Praktikanten motiviert und leidenschaftlich mitarbeiten und sehr große Ideen haben, dass sie eine Vielfalt von kreativen Ansätzen mitbringen. Und dieses Potential wollen wir ausschöpfen, das wollen wir fördern, und wir sind sogar soweit, dass wir inzwischen Kooperationen haben mit der Industrie und Handelskammer, sowie der Universität Hannover und sie das professionell als Schulungsmaßnahme kreieren wollen, dass wir diesen jungen Talenten innerhalb kürzester Zeit in einer Art halbjährigen Crashkurs kompetentes Onlinemarketing beibringen. Onlinemarketing wird

zunehmend mehr an den Universitäten angeboten, wird aber eigentlich erst seit drei Jahren vereinzelt angeboten, jetzt vielleicht an jeder zweiten Uni. Da gibt es natürlich qualitative Unterschiede aufgrund des Bologna-Prozesses, wo überall europäisiert nur der Bachelor oder der Master gilt. Wir bieten nicht nur die theoretischen, sondern tatsächlich die praktischen Inhalte an. Die praktischen Inhalte: Wenn wir das mal von der Einsatzbereitschaft der Praktikanten ableiten, wie interessant Onlinemarketing ist, dann ist es wirklich sehr interessant und von daher wollen wir das weiter fördern. Die IHK und die Universität bildet jetzt hieraus gemeinsam mit uns ein Curriculum, dieses Curriculum ist quasi der Lehrplan, an den man sich halten muss, weil es auch einen Abschlusstest gibt. Derjenige der den Abschlusstest besteht, mit den 6 Monaten, wo jede Woche eine neue Aufgabe hinzukommt, und das jede Woche benotet oder bewertet wird, erhält eine offizielle Industrie- und Handelskammer-Bescheinigung zur erfolgreichen Teilnahme am Onlinemarketing.

WUP: Wie sehen Sie die Marktentwicklung der kleinen und mittleren Unternehmen im Bezug auf das Onlinemarketing? Wird von dieser Zielgruppe aus immer eine große Nachfrage bestehen?
Herr Wengenroth: Ich könnte natürlich sagen, ja. Aber ich möchte das gerne auch begründen. Prinzipiell gibt es sehr viele Entwicklungen auf den Märkten. Es gibt Produktlebenszyklen. So war zum Beispiel das Nokia-Handy jahrelang die Nummer 1. Doch irgendwann ist der Lebenszyklus vorbei, so dass jetzt nur noch Samsung und Apple die Nummer 1 sind. Diesen Prozess gibt es auf ganz vielen Marktebenen. So vielleicht auch bei Suchmaschinen. Ich denke aber schon, dass die Idee, oder die Möglichkeit mithilfe von Suchmaschinen im Bruchteil einer Sekunde Informationen zu erhalten sensationell sind. Ich glaube, dass sich in 5 Jahren lediglich der Output geändert hat. Heute zum Beispiel, habe ich gegooglet und da gab es die Möglichkeit statt der Tastatur mithilfe eines IPads und seines Fingers zu schreiben. Google und andere Suchmaschinen verändern in den nächsten 5 Jahren mehr die Features, mehr den Output, aber ich denke schon, dass die Dienstleistung der Suchmaschinenoptimierung Bestand haben wird. Und für kleine und mittlere Unternehmen, haben wir leider in Deutschland die traurige Statistik, das über 80% dieser Unternehmen noch nicht realisiert haben, das Onlinemarketing für sie sehr viel ermöglichen kann.

WUP: Warum werden Google Adwords immer teurer?
Herr Wengenroth: Bei den Google Adwords wird der Mausklickpreis durch Qualität und Wettbewerb determiniert. Das bedeutet, wenn die Qualität der Anzeige hoch ist, kann man sich als Nutzer einen geringen Preis pro Mausklick ermöglichen. Aber wenn der Wettbewerb groß ist, wird es schwieriger. In Hamburg gibt es beispielsweise über 1500 Zahnartzpraxen. Nehmen wir mal an 10% würden Onlinemarketing mit Suchmaschinenoptimierung machen, wären das 150 Zahnarztpraxen. Die passen ja gar nicht alle auf die erste Seite, denn es passen nämlich nur 10 Google Adwords Anzeigen auf die erste Seite, das wären 7 %. Deswegen sind die anderen 140 natürlich sehr bedacht mehr zu bieten, als die anderen. Es liegt an der Ausgabebereitschaft der jeweiligen Zahnärzte mit den Mausklickpreisen mitzugehen. Wir haben wissenschaftlich analysiert, dass in den letzten vier Jahren, die Kosten für Google Adwords für den kleinen und mittelständischen Unternehmer grade zu explodiert sind. Das erklärt auch die drastische Gewinn- und Umsatzsteigerung von Google. Würden die Preise von Google Adwords nicht steigen, wäre Google nicht so attraktiv und Google würde nicht soviel Geld machen. Aber: Sie machen über 135 Milliarden US Dollar Umsatz im Jahr 2012 mit über 30% Marge, das bedeutet die generieren mit 35 Milliarden US Dollar, 10 Milliarden US Gewinn. Und das ist der Wahnsinn!

WUP: Sehen Sie auch ein Ende des Preisanstiegs
Herr Wengenroth: Ich denke schon, aber der ist imaginär. Ich denke, dass auch Google dieser Entwicklung Rechnung tragen wird, da sie sonst eventuell viele Bereitschaften verlieren würden. Die andere Sache ist, dass diejenigen, die jetzt immer noch nicht begriffen haben, das Google Adwords sinnvoll ist, sich dann erstmal damit auseinander setzten, und dann noch ein halbes Jahr brauchen, bis es professionell realisierst werden kann, oder sie machen es wieder falsch indem sie versuchen es selber zu machen. Diejenigen die es schon machen und damit erfolgreich sind werden natürlich bei Google langfristig immer weiter mehr Kunden gewinnen als diejenigen, die jetzt erst anfangen! Deswegen ist es so wichtig, dass die kleinen und mittelständischen Unternehmen jetzt endlich eine professionelle Dienstleistung suchen, die sie hochwertig im Internet vermarktet

WUP: Wenn Sie Kunden gewonnen haben, und die Suchmaschinenoptimierung im Laufe der Zeit immer anspruchsvoller wird, sind diese Kunden dann auch bereit den damit verbundenen Preisanstieg zu bezahlen?
Herr Wengenroth: Wir denken schon. Es ist so, dass wenn die Preise bei Google Adwords steigen, natürlich sehr viele Unternehmen darauf bedacht sind, sich eine Alternative zu Google Adwords zu suchen. Dies sind die Alternativen der Suchmaschinenoptimierung. Gleiches Problem: 150 Zahnarztpraxen in Hamburg sagen: Ich verzichte auf Adwords, ich mache Suchmaschinenoptimierung. Dann freuen sich 150 Suchmaschinenoptimierer, weil sie richtig Gas geben und arbeiten können. Deswegen wird es auch bei Suchmaschinenoptimierung eine gewisse Emigration geben, ein Synergieeffekt, dass sich mehrere zusammentun um ihren Kunden dauerhaft platzieren zu können. So eine Art Monopolisierung. Sodass z.B. eine Firma alle Kunden bei Google auf der ersten Seite hat. Und bei diesem Prozess wollen wir dabei sein.

WUP: Vielen Dank.

Kontakt Suchmaschinenoptimierung Hamburg
Wengenroth und Partner
Nienburger Straße 14a
30167 Hannover

Tel: 0511 450137385
Mail: info@wengenroth-und-partner.de
Web: www.wengenroth-und-partner.de

Pressekontakt

Wengenroth und Partner Unternehmensberatung Marketing

Herr Winfried Wengenroth
Nienburger Straße 14a
30167 Hannover

wengenroth-und-partner.de
info@wengenroth-und-partner.de

Firmenkontakt

Wengenroth und Partner Unternehmensberatung Marketing

Herr Winfried Wengenroth
Nienburger Straße 14a
30167 Hannover

wengenroth-und-partner.de
info@wengenroth-und-partner.de

Wengenroth und Partner ist auf Online Marketing und Suchmaschinenoptimierung für kleine und mittelständische Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum (Schweiz, Österreich und Deutschland) spezialisiert. Mit insgesamt über 500 Referenzen und zahlreichen Auszeichnungen sowie Kooperationen hat die Internetagentur sich in den letzten vier Jahren seit Gründung eine respektable Reputation aufbauen können.