

# SEO – was bewegt die Experten?

VON DUNJA KOELWEL

IST SEO nach wie vor eine Art „Google-Optimierung“? Wie verändert Social Media die Suchmaschinenoptimierung? Acht Experten sprechen über die Trends der kommenden Monate.



**Markus Kellermann**  
Head of Affiliate Marketing bei Explido, einer Agentur für Performance Marketing. Er organisiert zudem zwei Affiliate-Veranstaltungen.



**Christian Mauer**  
Geschäftsführung Sumo, Spezialist für Suchmaschinen-Optimierung.



**Jörn Treskow**  
Marketing Manager von Seonative, das SEO-Strategien für Unternehmen entwickelt.



**Uwe Tippmann**  
Geschäftsführer bei der SEO-Agentur Abakus Internet Marketing

**ecm** Qualität statt Quantität und Social Media auf dem Vormarsch – das sind zwei der SEO-Trends, die das Jahr 2012 bisher geprägt haben. Was werden die kommenden sechs Monate bringen?

**Uwe Tippmann** In den kommenden sechs Monaten werden alle Beteiligten, auch Google, mit den Auswirkungen der von Ihnen genannten SEO-Trends umgehen lernen. Sowohl auf der Seite der Publisher als auch der von Google sind die Einführung härterer Qualitätsmerkmale und die Verstärkung der Personalisierung der Suchergebnisse durch Google+ eine große Herausforderung. Publisher müssen zum Teil ihre Online-Geschäftsmodelle der Vergangenheit auf den Prüfstand holen und die Suchmaschinen benötigen zunächst neue Daten, um die durchgeführten Veränderungen zu bewerten.

**Matthias Bachor** Es wird noch komplexer. Google strukturiert derzeit ständig seine Suchergebnisse um. Besonders deutlich wird das derzeit zum Beispiel am Thema „local SEO“, das immer wich-

tiger wird. Denn die Lokalisierung der Suchergebnisse nimmt immer weiter zu – da sind wir noch lange nicht am Ende der Entwicklung. Mit den in unserer Software eingebauten lokalen Suchergebnis-Daten sehen wir ja deutlich, wie Google hier noch ständig hin und her ändert... Das wird noch spannend und dürfte uns die nächsten Monate weiter begleiten.

**Jörn Treskow** Social Media ist – insbesondere dank Google+ – inzwischen ein fester Bestandteil vieler SEO-Strategien. Insgesamt kann Social Media aber auch künftig nur als Teil einer Gesamtstrategie wirken. Für einige Branchen spielt Social Media gar keine Rolle. Nach wie vor gewinnen die Strategien, die von Anfang an auf Langfristigkeit und Qualität gesetzt haben.

**ecm** Suchmaschinenoptimierung nach Pinguin und Panda: Was hat sich hier geändert?

**Markus Kellermann** Vor allem für Affiliate-Partner hat sich mit den letzten Up-

dates hier sehr viel geändert. Nachdem sich Google Panda vor allem auf On-page-Kriterien bezieht und hohe Absprungraten sowie Duplicate Content wird es für Affiliates immer wichtiger, hochwertigen Content zu produzieren und das Design zu professionalisieren. Mit Google Penguin wurden vorwiegend ähnliche Linknetzwerke und gleiche Anchor-Texte bestraft. Auch hier gilt es künftig, in ein hochwertiges und langfristiges Link-Building zu investieren. Insgesamt kann man sagen, dass die Qualität von Websites immer wichtiger wird und User immer im Vordergrund stehen sollten.

**Jörn Treskow** Die Google-Updates verursachen in der Branche mehr Wirbel als notwendig. SEOs und Webmaster sollen sich nicht verunsichern lassen und vorschnell handeln – insbesondere, wenn sie gar nicht betroffen sind. Neben einer inhaltlich und technisch gut optimierten Page bleiben natürliches Linkbuilding und Weitblick in der Strategie für gute Rankings unumgänglich.