



Sonderausgabe  
für Entscheider

Ausgezeichnet mit dem „Innovationspreis 2007“ von der „Initiative Mittelstand“  
als Categoriesieger im Bereich Online Marketing



**Leitfaden  
Strategisches  
Internet Marketing  
für kleine und  
mittelständische  
Unternehmen**



„Wenn Sie neue Kunden gewinnen möchten,  
müssen Sie von ihnen gefunden werden.“

**Dipl. Multimedia Producer Sanjay Sauldie**  
Begründer der international ausgezeichneten iROI® - Strategie  
für kleine und mittelständische Unternehmen.



## „Wer das Ziel nicht kennt, für den sind alle Wege unmöglich.“

- 85% der Internetnutzer benutzen Suchmaschinen, um Webseiten zu finden.
- 90% der Internetnutzer schauen sich nicht mehr als die ersten 3 Seiten Ihres Suchergebnisses an.
- 75% der Internetnutzer haben eine Kaufabsicht bei der Nutzung von Suchmaschinen.

Kein Unternehmen schafft es, 100% seiner Kunden aus dem Internet zu gewinnen, auch wenn es Ihnen oft versprochen wird. iROI Strategisches Internet Marketing sagt Ihnen, wie Sie zusätzlich zu Ihren bisherigen Marketingaktivitäten spürbar mehr Kunden über das Internet gewinnen können. Wir sind stolz darauf, das Original zu sein und stehen zu unserer Kernkompetenz:

### Wir sind strategisches Internet Marketing.

Dieser Sonderdruck soll Ihnen Appetit machen auf mehr: Die kompletten Workshop-Unterlagen mit über 60 Seiten hochinteressanten Ideen für Ihre Branche „Internet Marketing für KMU – die iROI-Strategie“ können Sie im Internet unter [www.iroi.de](http://www.iroi.de) bestellen oder direkt beziehen unter:



Sanjay Sauldie  
Steinpilzweg 23a  
70599 Stuttgart  
Telefon: 0711 – 787 88 90  
Telefax: 0711 – 787 88 92  
E-Mail: [druck@iroi.de](mailto:druck@iroi.de)

Auf den folgenden Seiten werden Sie immer wieder auf Zitate unserer Kunden treffen, die aus ganz verschiedenen Branchen stammen. Unsere Strategie unterstützt jeden Unternehmer dabei **branchenunabhängig**, da die Gesetze des Internets für alle Unternehmen gleichermaßen gelten. In Ihrer Branche lassen sich Ihre Kunden nicht mehr begeistern? Reden Sie mit uns, wir haben für jede Branche ganz innovative Ideen, die wir mit Ihnen sehr gerne umsetzen möchten.

Ich freue mich auf Ihre Anregungen und wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Umsetzen Ihrer Ziele mit Ihrem Internet Auftritt,

Sanjay Sauldie  
Begründer der iROI®-Strategie

**„Nicht glauben oder nicht  
wissen schützt vor neuen  
Entwicklungen nicht.“**

**Verfasser unbekannt.**

---

**Profitables Internet Marketing,  
Stand 2. Quartal 2007**

Die Wahl des passenden Domainnamens .....	6
10 Tipps für ein besseres E-Mail-Marketing .....	8
Erfolgreich im Internet verkaufen .....	10
Die iROI-Strategie im Überblick .....	12
Stufe 1: Analyse .....	12
Stufe 2: Zielgruppe .....	12
Stufe 3: Keywords .....	12
Stufe 4: Optimierung .....	12
Stufe 5: Marketing .....	13
Stufe 6: Controlling.....	13
Stufe 7: Strategie .....	13
Wie gut werden Sie von Suchmaschinen gefunden?.....	14
Neue Abmahnwelle droht Shop-Betreibern .....	15
Vertrieb über besondere Internet-Kanäle: Affiliate Marketing .....	16
Webdesignfehler, die Sie vermeiden sollten .....	18



## Die Wahl des passenden Domainnamens

Ihr Domainname ist verantwortlich für den Erfolg Ihrer Webseite. Wenn Ihnen jemand etwas anderes erzählt, sagt er nicht die Wahrheit oder er weiß nicht, wovon er spricht.

Sie brauchen einen aussagekräftigen Domainnamen, wenn Sie ernsthaft an einem Online-Dasein interessiert sind, weil Sie dort all Ihre potentiellen Kunden hinführen werden. Um sie als feste Kunden zu gewinnen, müssen Sie einen ersten überzeugenden Eindruck machen und Ihren eigenen Domainnamen haben.

Ein Domainname ist Ihre eigene einmalige Identität und wird es immer sein, solange Sie diesen Namen benutzen. Wenn die Internet-Besucher sich leichter an Ihre Adresse erinnern können, kehren sie auch häufiger auf Ihre Webseite zurück.

Heutzutage sind Domainnamen so günstig, das es keine Entschuldigung gibt, sie nicht einzurichten. Jetzt, da Sie vielleicht bereit sind, weitere Domainnamen zu reservieren, gebe ich Ihnen noch einige wichtige Tipps, die Ihnen helfen, einen guten Namen auszuwählen.

### Die Länge ist wichtig

Im Fall des Domainnamens gilt: je kürzer desto besser. Natürlich ist es nicht so leicht, solch einen zu reservieren, aber wenn Sie einen gefunden haben, werden Sie mit vielen Vorteilen belohnt. Der Name prägt sich schneller ein, die Kunden erinnern sich leicht daran, und die Wahrscheinlichkeit ist geringer, ihn zu verwechseln bzw. falsch zu buchstabieren.

### Leicht zu merken

Versuchen Sie einen Namen zu bekommen, der einfach zu behalten ist und sich gut anhört. Gängige (allgemeine) Wörter sind zwar am besten, aber die meisten sind inzwischen schon vergeben. So sollten Sie nach unüblichen Wörtern Ausschau halten oder nach Kombinationen aus ihnen, die sich reimen oder nur gut zusammen klingen. Nehmen Sie z. B. „amazon.de“, das ist sehr einprägsam.

---

**Bezug zu Ihrem Geschäft**

Wenn Sie Schlüsselwörter benutzen, die in einer Beziehung zu ihrem Industrie-Betrieb stehen, hilft Ihnen das bei Ihrer Suche in der Rangfolge von Google und anderen Suchmaschinen. Noch besser ist es natürlich, wenn Sie Ihren aktuellen Geschäftsnamen oder einen Namen, der ihm ähnlich ist, als Ihren Domainnamen bekommen können. Auf diese Weise werden sich Ihre ganzen Offline-Werbemaßnahmen online auszahlen, wenn die Internet-Besucher Ihren Domainnamen von Ihrem Geschäftsnamen ableiten können. Man kann sich auch weitere Domains sichern, z.B. habe ich zusätzlich noch die Adressen internetmarketingzentrum.de oder marketingdesigner.de als Domains gesichert. So kann sich jeder das merken, was ihm einfacher fällt.

**Vermeiden Sie Ähnlichkeiten**

Das heißt, Sie sollten keinen Domainnamen wählen, von dem es online bereits einen ähnlichen gibt. Denn wenn Sie sich solch einen aussuchen, könnten die Menschen eher auf einer Seite Ihrer Mitbewerber landen, anstatt auf Ihrer eigenen, weil sie durch die zwei ähnlichen Domainnamen verwirrt wurden. Außerdem kann es Markenschutzprobleme geben!

**.de ist die beste Endung**

Sie sollten stets die .de-Version eines Namens anstreben, denn danach suchen die meisten Menschen in Deutschland, wenn sie nach einem Namen oder einer Adresse forschen. Wenn Sie sich unter .tv, .net oder einem anderen verfügbaren Anhang registrieren lassen, und Ihr Mitbewerber besitzt die .de-Version, dann verlieren Sie potentielle Kunden.

**SEIWERT INSTITUT, PROF. SEIWERT**

**seiwert.de**, Prof. Dr. Lothar Seiwert, Deutschlands  
tonangebender Zeitmanagement-Experte

**Zitat:** "...Sie [sind] für mich der wichtigste Berater und  
Kooperationspartner."

**SCHIFFFAHRTSUNTERNEHMEN NECKAR-KÄPT`N**

**neckar-kaeptn.de** - Familie Thie, Neckarpersonenschiffahrt

**Zitat:** "...wir haben so viele Anfragen über das Internet - wir  
müssen Personal einstellen, um die vielen neuen  
E-Mail-Buchungen zu beantworten!"

---

## 10 Tipps für ein besseres E-Mail-Marketing

Jedes Dokument, das Sie verfassen, ist ein Teil Ihres PR-Programms und wird einen starken Einfluss darauf haben, was Ihre Leser über Sie und Ihr Unternehmen denken werden. Auch wenn Sie eine Dienstleistung oder ein Produkt verkaufen, hat jede Ihrer Informationen einen besonderen Sinn. Sie sollten diese Informationen geschickt für Ihre PR einsetzen. Es wird Ihnen Ansehen, Respekt und einen guten Ruf bescheren.

### **Hier erhalten Sie 10 wertvolle Tipps für Ihre E-Mail-PR:**

1. Wenn immer möglich, machen Sie einfach ein bisschen mehr für den Leser als der Anlass es erfordert. Ein Vorschlag oder ein Angebot über einen zusätzlichen, evtl. kostenlosen Service zeigt Ihren Lesern Ihre Offenheit und Ihren Wunsch zu kooperieren.
2. Wenn Sie einen Fehler gemacht haben, geben Sie diesen einfach zu. Eine ehrliche Einstellung bei einem Fehler oder weil man etwas übersehen hat, macht Sie für den Kunden wertvoll. Schließlich sind wir alle nur Menschen und machen Fehler. Leider geben es die wenigsten zu. Wenn Sie den Fehler anderen in die Schuhe schieben, dann irritieren Sie den Leser und verlieren an Respekt.
3. Machen Sie aus Ihrer E-Mail ein Erlebnis: schreiben Sie diese mit Freude, Enthusiasmus und Freundlichkeit. Die Einstellung Ihres Lesers wird durch Ihre beeinflusst. Nehmen Sie unbedingt darauf Rücksicht!
4. Beantworten Sie Anfragen schnell und zügig. Eine schnelle Antwort ist ein Zeichen von Professionalität und baut Vertrauen auf. Eine späte Antwort allerdings ist immer noch besser als gar keine Antwort.
5. Erzeugen Sie beim Leser das Gefühl, dass er individuell betreut wird. Schreiben Sie Ihre Nachricht so, als ob diese nur für ihn bestimmt wäre, auch wenn die gleiche E-Mail an viele andere Menschen geschickt wird.
6. Wenn Sie nicht auf alle Anfragen sofort reagieren können, legen Sie Ihren Schwerpunkt auf die Dinge, die Sie schnell und zügig erledigen können, und nicht auf die Dinge, die momentan nicht möglich sind. Auch wenn Sie eine Anfrage gar nicht bedienen können, antworten Sie und teilen die Gründe und Ihr Bedauern mit, aber Sie brauchen sich nicht zu entschuldigen. Eine Entschuldigung sieht immer so aus, als ob Sie zu etwas nicht fähig sind.

7. Versuchen Sie die Meinung und den Standpunkt Ihres Lesers zu verstehen. Präsentieren Sie Ihre Nachricht in der Form, dass Sie sein Interesse im Blick haben. Auch wenn Sie seinen Standpunkt nicht teilen können, sollten Sie diesen trotzdem nicht ignorieren.

8. Merken Sie sich, dass Worte wie "Dankeschön" und "Wir freuen uns..." nie zu oft benutzt werden können. Es dauert genauso lange wie die langweiligen Worte "Wir haben Ihre E-Mail erhalten." ist aber um einiges effektiver!

9. Wenn Sie dem Leser ein Kompliment machen können, dann sollten Sie es auf jeden Fall tun. Sagen Sie nicht nur "Vielen Dank für Ihre Bestellung." sondern z.B. "Vielen Dank für Ihre Bestellung. Wir beglückwünschen Sie zu der guten Wahl und freuen uns, Sie bald bei uns wieder zu sehen."

10. Wenn Sie eine Anfrage nicht sofort behandeln können oder ein Produkt nicht sofort lieferbar ist, dann sollten Sie unverzüglich eine E-Mail schreiben und es dem Kunden mitteilen. Teilen Sie dem Leser mit, daß Sie sich darüber freuen, die Anfrage so schnell wie möglich zu erledigen. Auch sollten Sie ihm die etwaige Bearbeitungszeit mitteilen.

Mit diesen Tipps sind Sie schon gut gerüstet für die Grundlagen des E-Mail-Marketings. Viel Spaß und viel Erfolg beim Einsatz dieser Tipps.

**TEMPUS, PROF. KNOBLAUCH**

**ziele.de** - Prof. Dr. Knoblauch, tempus,  
Gewinner des Ludwig-Erhardt-Preises

**Zitat:** "Herzlichen Dank für Ihr Engagement und Ihre Optimierungsvorschläge, da man im Tagesgeschäft oft die Hürden, die der User nehmen muss, schlecht erkennt."

**FAMILIENURLAUB AUF DEM LAND, SCHÄFEREI ROLFS**

**schaeferei-rolfs.de**, Frau Rolfs, Familienunternehmen

**Zitat:** "Vielen, vielen Dank für Ihr gestriges Seminar in Stuttgart. Ich habe schon die Übertragung meiner Domain in die Wege geleitet, nachdem ich tatsächlich heute festgestellt habe, dass sie meiner Agentur und nicht mir gehört."

## Erfolgreich im Internet verkaufen

Im Internet werden heutzutage Geschäfte in Milliardenhöhe in fast allen Branchen gemacht. E-Business ist so wichtig geworden, dass immer mehr Unternehmer versuchen, eine erfolgreiche Website ins Internet zu stellen.

Sie können die schönste Website auf der Welt haben (und Ihre Designer bekommen die besten Designauszeichnungen), aber wenn diese nur Ihrer Werbeagentur nutzt und Ihnen recht wenig, dann sollten Sie mal ein wenig darüber nachdenken.

Die Website sollte innerhalb von Sekunden überschaubar sein und dem Besucher mitteilen, was Sie dort anbieten, ansonsten verlieren Sie potentielle Kunden und könnten sich die Kosten für den Internet-Auftritt direkt sparen. Ich werde natürlich keine Namen nennen, aber ich habe Auftritte von Unternehmern im Internet gesehen, die Tausende von Euro gekostet haben, aber die Website war insgesamt total unbrauchbar. Das läßt Ihre Besucher frustriert zurück und im Endeffekt wandern Ihre Besucher zu anderen Webseiten.

Hier ein paar ultimative Tipps für die Verbesserung Ihres Internet-Auftritts:

1. Der Internet-Auftritt sollte professionell aussehen. Es sollte nicht so aussehen, als ob Sie mal eben fünf Minuten damit verbracht haben. Durch ein professionelles Aussehen zeigen Sie das Interesse an Geschäft. Ein Weg, Ihr Unternehmen professionell zu präsentieren, ist ein schönes Logo.
2. Fügen Sie META-Angaben in Ihren HTML-Code ein, nicht zu wenige, aber auch nicht zu viele. Meta-Angaben erleichtern Suchmaschinen die Indizierung Ihrer Internet-Seiten. Da es immer mehr Internet-Seiten gibt, wird die Möglichkeit, bei den Suchmaschinen ziemlich weit oben gelistet zu werden, sehr schwer. Trotzdem sind diese Meta-Angaben sehr wichtig.
3. Die Hauptseite (Startseite) Ihres Angebots sollte innerhalb von maximal 10 Sekunden geladen sein und schon auf das Hauptangebot verweisen. So genannte Splash-Screens (z.B. Willkommen bei...bitte weiter klicken) kosten einen zusätzlichen Klick bei Ihrem Besucher! Nach maximal 3 Klicks sollte er aber schon zur Information, die er braucht, gelangt sein. Wenn die Seite länger braucht, dann bedeutet dies, dass Sie potentielle Kunden verlieren. Setzen Sie weniger Bilder ein und vergessen Sie nie, die Größenangaben hinzuzufügen. Damit wird der Aufbau der Seite beschleunigt, ansonsten muß der Browser diese Arbeit übernehmen, was Zeit kostet. Lassen Sie die Bilder von Ihrem Webdesigner optimieren.

- 
4. Auf der Startseite sollte der Benutzer direkt mit Ihnen und Ihrem Angebot in Verbindung gebracht werden. Wenn der Benutzer nicht sehen kann, was Sie verkaufen, verspreche ich Ihnen, dass er sich nicht lange bei Ihnen aufhalten wird. Die Besucher kommen auf Ihre Web-Site, weil sie etwas suchen; wenn es versteckt und nicht leicht zu finden ist, dann werden die Besucher garantiert nicht die Zeit dazu aufwenden, es zu suchen.
  5. Halten Sie den Auftritt konsistent und einheitlich, insbesondere was die Farbgebung angeht. Die Grundstruktur und das Aussehen der Web-Site sollten überall gleich aussehen. Sie wollen doch Ihren Besucher nicht in die Irre führen, oder? Benutzen Sie einfache Farben. Es sollte eine lesbare große Schrift verwendet werden (auch wenn Ihr Designer sich dabei in seiner Ehre gekränkt fühlt!). Schließlich wollen Sie mit dem Internet Geld verdienen und nicht einen Designwettbewerb gewinnen, oder? Hintergrundfarben sollten Sie ebenso wie Hintergrundbilder komplett aus dem Internet-Auftritt verbannen.
  6. Die Grammatik und die Rechtschreibung sind sehr wichtig auf Ihrer Web-Site. Benutzen Sie ein Rechtschreibkorrektur-Programm, damit Sie die üblichen Fehler vermeiden können. Eine korrekte Rechtschreibung auf allen Seiten Ihres Angebots zeugt von Ihrer Professionalität.
  7. Die Navigation Ihrer Web-Site sollte einfach gehalten sein. Lassen Sie alle Navigationselemente an einer Stelle, aber vermeiden Sie Frames.
  8. Sie sollten Ihren Internet-Auftritt immer wieder aktualisieren und auf den neuen Stand halten. Fügen Sie regelmäßig neue Informationen und Seiten hinzu und aktualisieren Sie den Eintrag in den Suchmaschinen. So bekommen Sie Ihre Besucher immer wieder auf Ihre Web-Site und machen aus Besuchern Kunden.
  9. Verwenden Sie gute Titel, da z.B. Google, die größte Suchmaschine, meist auch dem Titel eine hohe Bedeutung zuweist. Jede Seite sollte daher einen eigenen, individuellen Titel enthalten.
  10. Viele wissen gar nicht, wie viele Besucher zu Ihnen gelangen würden, es aber nie schaffen, da der Server nicht richtig eingestellt ist.

## Profitieren Sie jetzt von der iROI-Strategie:



### **Stufe 1: Analyse**

Machen Sie jetzt eine kostenlose **Website-Analyse** (Testen Sie Ihre Website unter <http://validator.w3.org/>, sollte es dort zu Fehlermeldungen kommen, dann besteht für Sie dringender Handlungsbedarf!). Suchmaschinen leben davon, eine sehr hohe Qualität in der Trefferliste zu haben. Wenn Ihre Website Qualitätsstandards nicht einhält, warum sollte dann die Suchmaschine Ihre Seite empfehlen?



### **Stufe 2: Zielgruppe**

Definieren Sie Ihre Zielgruppe so genau wie möglich. Haben Sie mehrere unterschiedliche Zielgruppen? Denken Sie über mehrere verschiedene Websites nach! Bedenken Sie immer: informativer Inhalt zählt! Locken Sie mit wirklich wertvollen Informationen für ihre Zielgruppe! Was begeistert Ihre Zielgruppe auf Ihrer Website wirklich so, dass sie sich für Sie entscheidet? Können Sie z.B. Gratisdownloads mit einem echten Nutzen anbieten, z.B. in Form von e-books, Checklisten etc.?



### **Stufe 3: Keywords**

Wissen Sie wirklich mit welchen „**echten Suchwörter**“ Ihre Interessenten versuchen Sie in Suchmaschinen zu finden oder raten Sie noch? Testen Sie es unter <http://inventory.de.overture.com/d/searchinventory/suggestion/> und bestimmt finden Sie noch bessere Keywords, die für Ihr Geschäft lukrativer sind. Mit falschen Suchbegriffen wird Ihre Zielgruppe Sie niemals finden!



### **Stufe 4: Optimierung**

Lassen Sie Ihren Internet-Auftritt anhand der Schritte 1-3 durch Ihren Webdesigner im Design nachbessern und lassen Sie die Website erst nach allen Qualitätschecks online stellen. Das bedeutet unter Umständen auch die Umbenennung von Dateien und die textliche Überarbeitung der Inhalte. Eine Suchmaschine hat keine „Augen“ wie wir Menschen, sondern bewertet nur die Inhalte, die sie auch lesen kann. Flash-Animationen z.B. können von Suchmaschinen gar nicht richtig indiziert werden, verzichten Sie also lieber darauf und konzentrieren Sie sich auf die Optimierung Ihrer Kerninhalte und Aussagen. Sie sind dann in der Lage, Ihre Website so optimieren zu lassen, dass die Fehler aus dem Schritt 1 entfernt werden und die Erkenntnisse aus Schritt 2 und Schritt 3 komplett eingebunden werden können.



### **Stufe 5: Marketing**

Lassen Sie Ihre Website in strategisch wichtigen Portalen eintragen. Geben Sie dazu in Google folgende Sequenz ein: „**kostenlos**“ und dann einen Ihrer Schlüsselbegriffe (z.B. **Autozulieferer**) und dann „**eintragen**“. Sie werden sehr viele Portale, Spezialseiten etc. finden, in denen Sie Ihr Unternehmen kostenlos eintragen können. Damit werden Sie im Internet endlich auf den ersten Seiten von Ihrer Wunschzielgruppe entdeckt, ein echtes Umsatzplus! Außerdem steigern Sie so langfristig Ihren PageRank, eine „Internet Marketing Maßeinheit“, die immer mehr an Bedeutung für den Vertrieb im Internet gewinnt.



### **Stufe 6: Controlling**

Durch regelmäßige **Analysen Ihrer Website-Statistiken** lassen sich konkrete Webdesign-Optimierungen Ihre Auftritts vornehmen: welche Seite wird sehr selten angeschaut, welches Produkt wird fast immer übersehen, auf welchen Seiten verlassen mich meine Besucher. Sollte Ihr Provider Ihnen nicht zufrieden stellende Analysen bereitstellen, nutzen Sie dazu z.B. das kostenlose Tool von <http://www.primawebtools.de>. Es ist sehr detailliert und zeigt Ihnen auch, unter welchen Schlüsselbegriffen in Suchmaschinen Ihre Website gefunden wurde und wie viele Besucher dann auf Ihrer Website gelandet sind. Diese Informationen spielen beim strategischen Internet Marketing eine sehr wichtige Rolle.



### **Stufe 7: Strategie**

Anhand der Schritte 1-6 kann jetzt Ihre Website **strategisch in den Marketing-Mix** integriert werden. Jetzt spielt das Design mit der Strategie zusammen und sorgt dafür, dass Google & Co. Sie mit guten Positionen belohnt. Mit den Schritten 1-7 haben Sie bereits den ersten Schritt in die Welt des Internet Marketing gemacht.

**Weiterführende Schritte:** Regelmäßige Optimierung ist im schnelllebigen Medium „Internet“ sehr wichtig. Google & Co ändern ihre Algorithmen und so passiert es, dass Sie vor Monaten noch einen sehr guten Platz auf den Trefferlisten hatten und heute nur noch auf den hinteren Rängen zu finden sind. Internet Marketing ist zu wichtig, um es nur nebenbei zu betreiben.

**Meine Kunden schätzen die neu gewonnen Vorteile sehr und haben Internetmarketing zur Chefsache gemacht. Belohnt werden Sie regelmäßig mit neuen Kunden und Umsatzsteigerungen.**

## Wie gut werden Sie von Suchmaschinen gefunden?

Suchmaschinen aktualisieren mehr oder weniger regelmäßig ihren Datenbestand. Die Suchmaschine Google macht das im so genannten Google Dance.

Zu speziellen Terminen erleben Websitebetreiber ein spannendes Ereignis. Die Suchmaschine Google aktualisiert ihren Datenbestand.

150 Millionen Anfragen täglich benötigen eine solide, skalierbare Basis an Hard- und Software. Die Suchmaschine Google betreibt mehr als 10.000 vernetzte Linux-Computer, die auf PC Komponenten basieren. Fachleute nennen den Zusammenschluss vieler Computer zu einer komplexen Recheneinheit ein Cluster. Die Computer stehen in insgesamt 7 Datencentern, welche jeweils über einen eigenen Index verfügen. Die Datencenter sind untereinander fest verbunden. Damit ist eine sehr hohe Ausfallsicherheit gewährleistet, neue Features lassen sich unabhängig vom offiziellen Index testen.

Im Zeitraum von ca. einem halben Jahr erfolgt rigoros, sehr regelmäßig und zuverlässig die Neuindexierung aller Einträge. Seiten, die häufig ihre Inhalte erneuern, sogar täglich aktualisiert. Zunächst erfolgt die Bearbeitung in den einzelnen Datencentern separat. Informationen werden in partiellen, vorsortierten Indizes abgelegt. Dort werden Relevanzkriterien berechnet und Positionen festgelegt, in der Regel mit hoher Genauigkeit. Zum Abschluss der Positionierung erfolgt ein Abgleich zwischen den Datencentern.

In dem Datencenter können Positionen während des Abgleichs, der mehrere Tage dauert, mehrfach wechseln. Letztendlich werden die Positionen im offiziellen Index neu gesetzt. Da die Positionen in der Abgleichphase oftmals wechseln, wird der Abgleich zwischen den Datencentern als Google Dance gezeichnet.

Das Verfolgen der Positionen ist mitunter mit hoher Adrenalin-Produktion verbunden. Daher ist es empfehlenswert, eine Strategie zu nutzen und diese konsequent zu verfolgen.

Testen Sie es selbst unter <http://www.ranking-check.de/suchmaschinen.php> ! Wie zufrieden sind Sie mit der Position Ihrer Website in der Suchmaschine? Wenn Sie eine Optimierung wünschen, wir bieten Ihnen dazu die erprobte Strategie.

## **Neue Abmahnwelle droht Shop-Betreibern**

Nachdem bereits im Elektronikbereich eine zweite kräftige Abmahnwelle wegen unzureichender Preisangaben im Bereich Mehrwertsteuer und Versandkosten im Oktober bis Dezember 2005 zu verzeichnen war, gehen jetzt auch "betroffene Wettbewerber" aus anderen Branchen diese Unzulänglichkeiten an. Nach wie vor besteht also akute Abmahngefahr mit schwerwiegenden Folgen. Neben Zahlung der gegnerischen Anwaltskosten (die sich regelmäßig auf ca. 1.700 EUR pro Fall belaufen) müssen Shops nach Abgabe einer Unterlassungserklärung meist vorübergehend geschlossen werden, um die technisch erforderlichen Änderungen vorzunehmen, was mit Umsatzeinbußen verbunden ist.

Im Online-Handel muss nach § 1 Abs. 2 PAngV zusätzlich angegeben werden, dass die Preise Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und ob zusätzliche Versandkosten anfallen. Soweit die vorherige Angabe der Versandkostenhöhe in bestimmten Fällen nicht möglich ist, sind die näheren Einzelheiten der Berechnung anzugeben, auf Grund derer der Endverbraucher die Höhe leicht errechnen kann (z.B. Versandkostenabelle). Ein Verweis auf die Versandkosten durch einen Sternchenhinweis sowie eines Links mit der Bezeichnung "mehr Infos" ist nach Ansicht des OLG Hamburg nicht ausreichend, da der Kunde unter dieser Bezeichnung nicht Hinweise auf zusätzliche Versandkosten erwartet.

Einige Gerichte vertreten die Auffassung, dass die Versandkosten explizit neben jedem Preis genannt werden. Dies ist derzeit also die sicherste Variante. Es genügt dabei schon ein gut auffindbarer Hinweis "Alle Preise inkl. MwSt. und zzgl. Versand <mit Link zu Versandkosten>." auf allen Seiten mit Preisangaben. Je näher am Preis desto besser. Wer vor Abmahnungen sicher sein will, sollte diesen Hinweis neben JEDEM Preis platzieren.

### **ARBEITER-SAMARITER-BUND**

**asb-bergisch-land.de** - Frau Paweldyk, Geschäftsführerin,  
**Zitat:** "Sehr empfehlenswert wegen der vielen wertvollen Praxistipps"

### **DR. MILZ - GANZHEITLICHE F.X. MAYER-KUR**

**dr-milz.de**, Herr Dr. Milz,  
Präsident der Deutschen Gesellschaft für ganzheitliche F.X. Mayr-Medizin  
**Zitat:** "vielen Dank für die vielen wertvollen Tipps, endlich kommen Interessenten direkt auf meine Website und finden mich im Internet!"

## **Vertrieb über besondere Internet-Kanäle: Affiliate Marketing**

Unternehmen, welche ihr Angebot auf den Onlinemarkt ausdehnen oder neue Kunden durch das Internet generieren möchten, greifen auf webbasierte Partnerprogramme zurück. Vertriebspartner integrieren dabei vom Anbieter vorgegebene Werbemittel wie beispielsweise Werbebanner, Textverweise, Flashanimationen oder Skripte in ihre Webprojekte. Sobald ein Besucher der Partnerwebseite mit dem Mauszeiger auf ein Werbemittel klickt, wird er zur Webseite des Anbieters weitergeleitet. Bei diesem Vorgang wird eine Zeichenkette mit einem Linkcode, welche den Partner eindeutig identifiziert, übergeben.

### **Was ist Affiliate-Marketing (=Partnerprogramm) genau?**

Affiliate-Marketing ist eine Art von Online-Werbung, bei der Website-Besitzer (Publisher) für die Bewerbung von Produkten und Dienstleistungen anderer Websites (Advertisers) belohnt werden.

### **Was ist ein Advertiser?**

Ein Advertiser ermöglicht es anderen Websites (Publishers), Links zu seinen Produkten und Dienstleistungen auf deren Sites zu platzieren und den Publishers eine Provision für die Verkäufe an Besucher, die auf diese Links geklickt haben, zu bezahlen.

### **Was ist ein Publisher?**

Der Website-Besitzer, der für Produkte oder Dienstleistungen von einem Advertiser wirbt und dafür eine auf den Verkauf berechnete Provision erhält. Der Publisher zeigt Anzeigen, Text-Links oder Produkt-Links auf seiner Website, in E-Mail-Kampagnen oder in Suchlisten an und wird vom Advertiser mit einer Provision belohnt, wenn der Besucher einen Kauf tätigt.

### **Wie funktioniert das?**

Wenn ein Besucher Ihrer Site auf einen dieser Links klickt, wird er an die Verwalter-Website weitergeleitet und auf seinem Rechner wird ein 90 Tage lang gültiger Cookie platziert. Wenn ein Besucher zu einem beliebigen Zeitpunkt innerhalb der nächsten 90 Tage einen Kauf tätigt, wird dieser Kauf von einem Affiliate-Netzwerkpartner nachverfolgt – und Sie erhalten eine Provision!

Bei den Online-Partnerprogrammen unterscheidet man hauptsächlich zwischen vier verschiedenen Provisions-Modellen:

**Zahlung pro Verkauf:** Kauft der weitergeleitete Besucher ein Produkt beim Anbieter, so wird beim Kaufabschluss die überlieferte Zeichenkette oder der Cookie ausgelesen und der Partner erhält die vorher vereinbarte Provision. Diese Art der Verprovisionierung nennt man "pps - pay per sale" (engl. für Zahlung pro Verkauf). Ein bekanntes Beispiel für dieses Provisionsmodell ist das Partnerprogramm von Amazon.de.

**Zahlung pro Klick:** Bei Programmen, die auf Zahlungen pro Klick ("ppc - pay per click") basieren, erhält der Partner eine Provision, sobald der Besucher auf ein Werbemittel klickt. Ein bekanntes Beispiel für dieses Provisionsmodell ist das AdSense-Programm von Google.

**Zahlung pro Aktion:** PPL-Programme ("ppl - pay per lead") heißen Provisionsmodelle, bei denen der Besucher eine spezielle Aktion ausführen muss, damit der Partner eine Vergütung erhält. Üblicherweise ist diese Aktion für den Besucher kostenlos (z.B. Kataloganforderung, Gewinnspielteilnahme, Newsletter-Registrierung)

**Zahlung pro Augenkontakt:** Das aufgrund der Ineffektivität selten verwendete "ppv - pay per view"-Modell belohnt den Partner für jede Einblendung eines Werbebanners auf der Partnerwebseite.

Als Vertriebsplattform wählen die Anbieter meist Partnerprogrammnetzwerke, da sie dort einerseits auf Partnerbestände zurückgreifen können, andererseits die Erfassung, Abrechnung und Provisionsauszahlung durch professionelle Trackingsysteme und Userinterfaces vereinfacht wird.

### **FÜHRENDE AUGENKLINIK IN LOHR**

**aoz-lohr.de** - Frau Daniele Schäfer, Augenklinik Lohr

**Zitat:** "...wir waren auf Ihrem Seminar zum Thema Internetmarketing und sind auch heute noch völlig begeistert. Es war ein super Seminar und wir haben nun viel zu tun..."

### **DIPL.-ING. WIRRIG, KRÄMER & CO.GMBH**

**hausverwaltung-wirrig.de**, Herr Wirrig, Dipl.-Ing.

**Zitat:** "Uns war gar nicht bewusst, wie wichtig es ist, innovative Ideen umzusetzen. Ihr Coaching hat uns die Augen geöffnet und wir sind dabei, unseren Marktauftritt daraufhin zu optimieren. Vielen Dank für Ihre Geduld und die wirklich wertvollen Tipps."

## **Webdesignfehler, die Sie unbedingt vermeiden sollten**

Eines der ersten großen Fehler, den Webmaster beim Entwickeln einer Web-Site machen, liegt im Design des Internet-Auftritts. Das ist wirklich verständlich, da in der konventionellen Welt der Erfolg eines Unternehmens von Ihrer Präsenz nach außen abhängt. Je mehr Geld für das Erscheinungsbild, die Werbung und das Design eines Unternehmens ausgegeben wird, desto erfolgreicher wird das Unternehmen.

Unglücklicherweise kann man diese Regel nicht so einfach in die Welt des Internets übernehmen. In der Online-Publikation gibt es einen verheerenden Unterschied zwischen einer ästhetisch angenehmen Web-Site und einer funktional gestalteten Web-Site, die den meisten Erfolg im Internet bietet.

Oft wird der Fehler gemacht, daß eine Web-Site wie ein Kunstwerk angesehen wird. Solange die Web-Site nicht einem Internet-Künstler oder irgendwie verwandten Kunstformen gehört, gehören diverse Dinge nicht auf eine Web-Site, wenn diese finanziellen Erfolg bringen soll.

Der Fehler liegt darin, zu viele Graphiken, komplexe JavaScripts, Flash etc. einzubauen. Es ist richtig, all diese Komponenten benötigt man, um eine schöne Web-Site aufzubauen, aber genau diese Punkte werden zu einem Hindernis des Erfolgs des Unternehmers.

Im Internet gibt es zwei Dinge, auf die ein Webmaster unbedingt achten muß, wenn er eine Web-Site baut: der Besucher und die Suchmaschinen. Wenn ein Besucher zu lange auf die gewünschte Seite warten muß oder eine Suchmaschine die Seiten nicht richtig indizieren kann, dann ist es egal, wie schön, bunt und informativ die Seite ist, diese wird nicht den Umsatz machen, den es zum Überleben benötigt, wenn es überhaupt Umsatz macht. Lassen Sie uns auf die üblichen Fehlerquellen genauer eingehen, damit Sie diese bei Ihrem Auftritt vermeiden können.

### **Seitengröße**

Obwohl es immer mehr Breitband-Nutzer im Internet gibt, benutzen über die Hälfte aller Internet-Nutzer noch Verbindungen über Einwahlknoten. Das bedeutet, dass die Mehrheit der Besucher Ihrer Web-Site mit ca. 3 bis 4 kb pro Sekunde anschauen.

Es gibt Statistiken darüber, dass eine Seite, die sich nicht innerhalb von 8-10 Sekunden aufbaut, bereits 1/3 Ihrer Besucher vergrault. Das bedeutet also, dass eine Seite im Internet auf keinen Fall mehr als 30 kb groß sein

sollte (inklusive Text, Bilder, JavaScripts etc.). Hintergründe, die ein Logo anzeigen und andere Bilder sind ein toller Blickfang, sorgen aber dafür, dass Ihre Web-Site langsamer wird und damit schaden sie mehr als sie nützen. Ehrlich gesagt, niemand interessiert sich für ein aufwendiges Logo, Graphiken, Hintergründe etc. Sie sind nur da wegen einer einzigen Information: was haben Sie anzubieten. Wenn Sie Bilder benutzen, sorgen Sie zumindest dafür, dass deren Größe optimal klein gehalten wird.

### **Eingangsseiten / Flash-Intros**

Diese gehören meiner Meinung nach aus dem Internet verbannt! Wenn Sie eine Startseite haben, die aus einer großen Graphik besteht oder aus einem gelungenen Flash-Intro, dann legen Sie sich selbst in Ketten. Designunternehmen lieben es, ihre Kunden diese Technologie aufzuschwatzen, weil dies „besonders kreativ“ sein soll und verdienen mehr daran. Die Wahrheit darüber ist, dass so eine Eingangsseite das Schlimmste ist, was Sie jemals machen können. Besucher hassen solche Begrüßungsseiten, weil diese zu lange benötigen, um zu laden und den Besucher mit nichts Informativen versorgen. Merken Sie sich, die Besucher besuchen Sie, um zu sehen, was Sie anbieten und die Informationen zu bekommen, die sie benötigen. Eine große Graphik beantwortet keine ihrer Fragen, es verlängert nur die Zeit ihrer Suche. Ein Flash-Intro ist ziemlich ähnlich, obwohl es relativ schnell lädt. Es verlängert die Zeit, die der Besucher zum Suchen seiner Informationen benötigt.

Eines der größten Gesetze, die Sie immer berücksichtigen sollten, ist die Anzahl der Klicks, die ein Besucher benötigt, um an seine Information zu kommen, auf eine Mindestzahl zu reduzieren. Mit jedem benötigten Folgeklick, den der Besucher machen muss, erhöht sich die Chance, dass er aufgeben wird und woanders seine Information suchen wird. Ich habe viele Statistiken von Web-Sites gesehen, die früher einmal Flash Intro-Seiten benutzt haben (beachten Sie die Vergangenheitsform!). Kaum verwunderlich ist der Fakt, dass eine immense Anzahl von 20%-30% der Besucher die Web-Site bereits nach der ersten Seite, auf der das Flash-Intro gewesen ist, verlassen haben.

Ein wichtiger zweiter Grund liegt darin, dass diese Seiten einen sehr nachteiligen Effekt auf Suchmaschinen haben. Suchmaschinen können nur Text indizieren, eine große Graphik oder ein Flash-Intro gibt den Suchmaschinen nichts zum indizieren. Als Ergebnis folgt daraus, dass eine Seite, die in der Suchmaschine ziemlich weit oben angezeigt werden würde, oft überhaupt nicht angezeigt wird. Zusätzlich kann eine Suchmaschine die Folgeseiten nicht finden, je nachdem wie die Links in Flash oder auf Graphiken angebracht sind. Die Folge wäre, dass die

Suchmaschine Ihre Web-Site wahrscheinlich nicht komplett oder korrekt in die Suchmaschinendatenbank aufnimmt. Ihre Web-Site wird also nicht optimal gefunden, welches in vergangenen Gewinnen spürbar wird.

Zusammenfassend kann man also sagen, lassen Sie die Finger von Begrüßungsseiten und Flash-Intros. Geben Sie dem Besucher einen Text, der ihm bei der Suche hilft und den Suchmaschinen etwas zum indizieren. Die Akzeptanz der Besucher wird hochgehen und auch die Besucher, die von Suchmaschinen zu Ihnen gelangen, werden spürbar mehr.

### **Hyperlinks**

Hyperlinks sind das Salz in der Suppe, wenn es um Suchmaschinen geht. Sie sind der Weg, den eine Suchmaschine zu Ihrer Web-Site einschlägt. So findet die Suchmaschine alle Ihre Folgeseiten und indiziert diese richtig. Wenn eine Suchmaschine einem Link nicht folgen kann, dann wird es die Folgeseite nicht kennen. Das resultiert darin, dass Teile ihres Internet-Auftritts für die Suchmaschinen unsichtbar bleiben.

Benutzen Sie nur echte Hyperlinks auf Ihrer Web-Site. Ich kenne viele Sites im Internet, die JavaScripts anstatt echter Hyperlinks einsetzen. Obwohl diese mit 90% der Browser funktionieren, sind diese absolut nutzlos für die Suchmaschinen! Suchmaschinen suchen nur nach folgenden Links: `<a href="name.html">Text</a>`. Jede andere Form birgt die Gefahr, nicht von der Suchmaschine beachtet zu werden.

### **Hauptteil der Seite**

Wie bereits erwähnt können Suchmaschinen nur Text indizieren. Zu oft entdecke ich Webseiten, welche wichtige Textpassagen als (zu oft große) Graphik darstellen. Tun Sie alles, um dies zu vermeiden! Wenn Ihre wichtigen Aussagen in einem grafischen Format vorliegen, dann haben Sie den Suchmaschinen genau das weggenommen, was sie brauchen, um ihre Web-Site richtig einzuordnen und anzubieten.

Suchmaschinen suchen außerdem nach einer einheitlichen Struktur einer Seite. Wenn ein Webmaster zu viele Frames und andere Designelemente einsetzt, dann bricht er dabei die Textstruktur auf der Seite. Das kann, wenn diese Dinge zu oft benutzt werden, einen negativen Effekt auf Ihre Position in der Suchmaschine führen.

Immer wenn es möglich ist, benutzen Sie so wenige Tabellen wie möglich. Wenn man Tabellen benutzt, sollte man zusammenhängenden Text nicht in verschiedene Zellen verteilen, das zerstört den Textfluss und die indizierten Begriffe werden als nicht zusammenhängende Fragmente statt

als zusammengehörige Inhalte angesehen. Es ist wichtig zu verstehen, dass Suchmaschinen die Seiten anders sehen als Besucher. Während die Besucher die Seiten mit all seinen Texten und Bildern zusammenhängend und angeordnet ansehen, sieht eine Suchmaschine in den reinen HTML-Text und bricht die Indizierung entsprechend ab. Allgemein kann man sagen, je einfacher eine Seite aufgebaut ist und je besser der HTML-Code dahinter ist, desto höher wird diese bei den Ergebnissen der Suchmaschinen erscheinen.

**Zusammenfassung:**

Seien Sie also immer aufmerksam, daß der Effekt Ihres individuellen Designs immer eine Auswirkung auf Ihre Besucher und auf die Suchmaschinen haben wird. Wenn Sie die obigen Tipps beherzigen, werden Sie die Chancen für den Erfolg Ihres Internet-Geschäftes immens steigern.

**Wir geben Ihnen aufschlussreiche Antworten auf folgende brennenden Fragen rund um Ihr Internet Marketing:**

- **Wo steht Ihre Website in den Suchmaschinen?**
- **Was macht der Wettbewerb besser als Sie?**
- **Wie sehen Suchmaschinen Ihre Webseite?**
- **Wie gut sind die Struktur & Gestaltung Ihrer Seiten?**
- **Wie hoch ist die Fehlerfreiheit Ihrer Programmierung?**
- **Welche Suchbegriffe aus Ihrer Branche werden eingegeben?**
- **Wie erkennen Sie häufig gesuchte Suchausdrücke?**
- **Welche Websites sollten mit Ihnen kooperieren?**
- **Wer findet für Sie geeignete strategische Partner?**
- **Wie interessant wird Ihr Thema präsentiert?**
- **Wie entwickelt sich Ihre Position in Suchmaschinen?**
- **Wer meldet Sie in wichtigen Katalogen an?**

**WEHRFRITZ Spezialversandhaus für soziale Einrichtungen**

[wehrfritz.de](http://wehrfritz.de), Frau Stübinger, Teamleitung Werbung

**Zitat:** "Das Thema Internet Marketing wurde sehr spannend präsentiert und wird unseren Website-Relaunch sehr erleichtern."

---

## Wie es nun mit Ihrem Internet Marketing für Ihr Unternehmen weitergehen kann:

### 4 Stunden iROI-Strategiecoaching in Ihrem Unternehmen oder bei einem unserer Partner vor Ort:

(1600 EUR zzgl. MwSt. und Reisespesen)

#### **Zielgruppenoptimierung im Internet:**

- Brainstorming: Auswahl Ihrer möglichen Zielgruppen
- Qualität: Bewertung und Auswahl Ihrer genauen Zielgruppe
- Ergebnis: Herausfiltern Ihrer genauen Wunschzielgruppe

#### **Schlüsselbegriffe finden und optimieren:**

- Brainstorming: Auswahl der passenden Schlüsselbegriffe
- Qualität: Überprüfung auf Tauglichkeit Ihrer Schlüsselbegriffe
- Ergebnis: Herausfiltern der 10 wichtigen und geeigneten Schlüsselbegriffe für Ihr Unternehmen, die als Optimierungsgrundlage dienen werden

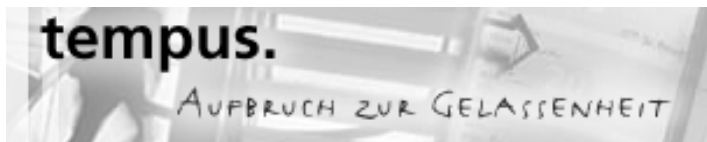
#### **Strategisches Vorgehen beim Aufsetzen Ihrer Website:**

- Was können Sie mit Ihrem Unternehmen online bewirken
- Beratung mit Ihrem Webdesigner über die Änderungen/Optimierungen
- Erstellung eines Zeit- und Ablaufplans für die Umsetzungen
- Erstellung der Eintragungsstrategie in Suchmaschinen und Portalen
- Einführung von Controlling und Messbarkeitsinstrumenten
- Kontrolle der von Ihrem Webdesigner umgesetzten Maßnahmen  
(vor der endgültigen Abnahme)

#### **Partnerschaften und Allianzen im Internet:**

- Brainstorming: Wer hat dieselbe Zielgruppe wie Sie?
- Strategische Allianzen im Internet suchen und einsetzen
- Partnerprogramme selbst nutzen und eigenes Partnerprogramm aufsetzen

iROI-Strategie-Anwender sind unter anderen folgende Unternehmen:



---

## **Profitables Internet Marketing - das sind die Zauberworte, um die sich hier alles dreht.**

Dipl. Multimedia Producer Sanjay Sauldie (Jahrgang 1970) weiss, was vielen Unternehmern im Internet fehlt: **Besucher, die zu Kunden werden.**

Und er hat auch erfolgreiche Ideen und Konzepte für Ihr Unternehmen, die dafür sorgen, dass auch Ihre Website mehr Besucher und damit auch mehr Kunden gewinnt. Damit es nicht mehr vom „Glück“ abhängt, ob Ihr Unternehmen genug zahlungskräftige Interessenten anlockt.

Ein Internet-Auftritt sollte ganzheitlich für Kunden optimiert sein. **Insbesondere sollte eine Website entweder Geld einbringen oder wenigstens das Image erhöhen.** Nur im Internet zu sein, reicht bei der heutigen Mitbewerbersituation längst nicht mehr aus.

Sanjay Sauldie, geboren in Neu Delhi, Indien, in Köln aufgewachsen, in Stuttgart niedergelassen, entwickelte bei seinem Studium der Mathematik, Informatik und BWL an der Universität zu Köln eines der ersten Internet-Shop-Lösungen mit Warenkorb-Funktion.

**2003** wurde er vom Internationalen Weltverband der Webmaster und Webdesigner in Florida, USA, mit dem Internet-Oscar „Golden Web Award“ für seine Leistungen im Internet ausgezeichnet.

**2006** erhielt er für seine äußerst erfolgreiche iROI-Internet Marketing Strategie den „Innovationspreis 2006“ von der „Initiative Mittelstand“ im Bereich Marketing und Kommunikation verliehen.

Heute berät er kleine und mittelständische Unternehmen und begleitet diese auf den erfolgreichen Wegen im Internet.

