

# «Wie Google dein Freund wird»

Wie können KMU Google optimal nutzen? Darüber referierte gestern Abend Norman Irion von der Netpulse AG. In den Räumlichkeiten der Wirtschaftskammer in Schaan war auch die richtige Gestaltung der Webseite ein Thema.

**SCHAAN.** Wo kann man in Schaan gut Abendessen gehen? Um dies herauszufinden, gab Referent Norman Irion, der in Winterthur bei der Online-Marketing-Firma Netpulse AG arbeitet, bei Google die beiden Suchbegriffe «Abendessen» und «Schaan» ein. Das Resultat war gerade einmal eine Anzeige: das Restaurant Pur. Wählt man als Suchbegriffe «Restaurant» und «Schaan», findet man die Webseiten mehrerer Schaaner Gaststätten, mit den beiden obigen Suchbegriffen aber eben nur das Pur. Im Ad-Word des Pur ist zu lesen: «Geniessen Sie im Zentrum von Schaan die pure Lebensfreude» und «ein genussvolles Essen, ein stilvoller und freundlicher Service». «Das klingt verlockend», sagte Norman Irion, «da würde ich gerne hingehen.»



Bild: Daniel Schwendener

## Werbung mit AdWord

Seit dem Jahr 2000 ist es möglich, bei Google Werbung zu schalten, die sich Google AdWords nennt (die Vorsilbe «Ad» steht für Advertisement, zu Deutsch: Werbung, Annonce). Diese vierzeiligen Werbetexte erscheinen parallel zur organischen (normalen) Google-Suche. Wer die passenden Suchbegriffe mit einer guten Anzeige verbindet, kann sein Produkt oder seine Dienstleistung erfolgreich vermarkten, da viel potenzielle Kunden die Webseite besuchen.

Auf den ersten Blick erscheint dies simpel, aber hinter Google

Referent Norman Irion (rechts) gab nützliche Tipps, damit Webseiten von den Kunden auch gefunden werden.

AdWords verbergen sich viele Tücken und Stolpersteine, die man auf einfache Art und Weise vermeiden kann – wenn man weiss wie.

### Gute Schlüsselwörter

Das AdWord des Restaurants Pur aber ist gelungen, hat die Tücken gemeistert und die Stolpersteine übersprungen. «Man sollte die Wirkung des AdWords nicht unterschätzen», sagt Norman Irion, «denn in Liechtenstein fahren viele Leute durch. Wenn Sie diesen Leuten noch ein bisschen Geld aus der Tasche

ziehen wollen, bevor sie weiterfahren, sollten Sie das AdWord richtig gestalten.» Wichtig sei es deshalb, die richtigen Schlüsselwörter zu wählen. Zu empfehlen sei, alle zwei Wochen nachzuschauen, unter welchen Schlüsselwörtern die eigene Website gefunden worden sei. Denn die AdWords lassen sich laufend optimieren.

### Klarheit statt Floskeln

Auch zur Gestaltung der Webseite hatte Norman Irion Tipps mit im Gepäck. Die Benennungen der Menüpunkte etwa soll-

ten so klar wie möglich sein und mit den Dienstleistungen oder Produkten des Unternehmens zu haben. Für einen Rasenmäher-Händler etwa wären die Menüpunkte «Dienstleistungen» und «Online Shop» ideal. Ausserdem brauche jedes Bild oder Video einen Titel und eine Beschreibung. «Das machen Sie nicht für Google», sagte Norman Irion, «sondern für Ihre Kunden.»

Sparen solle man auf der Webseite mit Floskeln wie zum Beispiel «Herzlich willkommen». Gibt man diese Worte ein, findet

Google 35 Millionen Einträge. Das Ziel sei aber, dass man sich von der Masse abhebe, dass man auf Google von den Kunden gefunden würde, denn: «Was nützt die beste Webseite, wenn potenzielle Kunden sie nicht finden?» Ein Liechtensteiner Friseursalon müsse in Zürich nicht auf Platz eins bei Google sein, denn wegen eines Friseurs fahre niemand von Zürich nach Liechtenstein. Der Ortsname lässt sich aber als Schlüsselwort festlegen. Um auch die Region eines Unternehmens abzudecken, ist ein Eintrag auf Google Maps nötig. (hn)