



DIGITALISIERUNG:

SEO VS. SEA: STRATEGIEN FÜR ONLINE- ERFOLGE IM VERGLEICH

FÜR UNTERNEHMEN STELLT SICH OFT DIE FRAGE, OB SIE IN SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO) ODER SUCHMASCHINENWERBUNG (SEA) INVESTIEREN SOLLTEN. Hier ein genauerer Blick auf die Unterschiede und Gemeinsamkeiten sowie die Vor- und Nachteile beider Ansätze, um Sales Agents bei der Entscheidungsfindung zu unterstützen.

TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE

Search Engine Marketing (SEM) teilt sich in SEA und SEO. Search Engine Advertising (SEA) bezieht sich auf die bezahlten Anzeigen, die in den Suchergebnissen erscheinen, während Search Engine Optimization (SEO) die organische (nichtbezahlte) Sichtbarkeit einer Website verbessert.

WAS IST SEO?

SEO ist die Optimierung einer Website

oder einzelner Webseiten, um deren Platzierung in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen wie Google zu verbessern. Das Ziel ist es, für relevante Suchbegriffe, auch Keywords genannt, auf den vorderen Plätzen in den Suchergebnissen zu erscheinen.

VORTEILE VON SEO

• **Langfristige Ergebnisse:** SEO zielt darauf ab, nachhaltige Präsenz in Such-

ergebnissen zu sichern. Gut optimierte Seiten bleiben über längere Zeit sichtbar.

- **Kosten:** Nach initialen Investitionen sind keine direkten Kosten pro Klick oder Impression zu tragen.
- **Glaubwürdigkeit:** Nutzer vertrauen organischen Ergebnissen oft mehr als Anzeigen, da sie als qualitativ hochwertiger wahrgenommen werden.
- **Zielgerichteter Traffic:** SEO zieht Besu-



HANDLUNGSFELDER UND STRATEGISCHE ÜBERLEGUNGEN

- **Zieldefinition:** SEO eignet sich für langfristige Branding-Ziele und den Aufbau von Autorität, während SEA ideal für kurzfristige Aktionen und direkte Lead-Generierung ist.
- **Budgetplanung:** SEO erfordert anfänglich höhere Investitionen für Optimierungen und Content, während SEA kontinuierliche Zahlungen für Klicks erfordert.
- **Keyword-Strategie:** In SEO ist es wichtig, breit gefächerte und langfristige Keyword-Strategien zu entwickeln, während SEA sich oft auf sofort gewinnbringende, konkrete Keywords konzentriert.
- **Kontrolle:** Laufende Überwachung und Anpassungen der Kampagne sind äußerst empfehlenswert, da ein automatisches Auspielen von Google Ads ähnlich wäre, wie den präferierten Webshop selbst einkaufen zu lassen.

cher an, die aktiv nach den angebotenen Produkten oder Dienstleistungen suchen, das erhöht die Qualität des Traffics.

NACHTEILE VON SEO

- **Zeitaufwand:** Maßnahmen wirken nicht augenblicklich und es kann auch Monate dauern, bis signifikante Verbesserungen in den Suchergebnissen zu sehen sind.
- **Komplexität:** SEO erfordert tiefgehendes Verständnis von zahlreichen Faktoren – von Keywords und Content-Generierung bis hin zu technischen Aspekten der Webseitengestaltung.
- **Wettbewerb:** Hohe Konkurrenz in populären Nischen kann es schwierig machen, ohne kontinuierliche Optimierung und Content-Erstellung sichtbar zu bleiben.
- **Algorithmusänderungen:** Suchmaschi-

nen wie Google ändern regelmäßig ihren Algorithmus, das kann zu Änderungen in den Rankings führen.

WAS IST SEA?

SEA beinhaltet das Schalten von bezahlten Anzeigen, die in Suchmaschinenergebnissen erscheinen. Diese Anzeigen sind oft auf spezifische Keywords ausgerichtet und werden oberhalb oder neben den organischen Ergebnissen angezeigt. In der Darstellung werden SEA-Ergebnisse als „Anzeige“ oder ähnlich markiert.

VORTEILE VON SEA

- **Schnelle Sichtbarkeit:** Im Gegensatz zu SEO können durch SEA sofortige Ergebnisse erzielt werden. Sobald eine Kampagne live geht, können die Anzeigen in den Suchergebnissen erscheinen.

SUMMARY

Die Wahl zwischen SEO und SEA hängt von den spezifischen Zielen, dem Budget, der Marke und Marktstruktur usw. ab. Eine kombinierte Strategie, welche die beiden Methoden integriert, kann die besten Ergebnisse erzielen, indem sie kurzfristige Sichtbarkeit und langfristige Präsenz balanciert. Unternehmen, die bereit sind, ihre Strategien anzupassen und sowohl in SEO als auch in SEA zu investieren, können die Gesamtleistung ihres Online-Marketings maximieren.

- **Flexibilität:** Kampagnen lassen sich schnell anpassen – von Budgetänderungen bis hin zur Neuausrichtung von Keywords.
- **Messbarkeit:** SEA bietet detaillierte Analysen über die Leistung der Anzeigen, was eine schnelle Optimierung ermöglicht.
- **Zielgruppenansprache:** Mit SEA können spezifische Zielgruppen durch demografische Merkmale, Standorte und Geräte erreicht werden.

NACHTEILE VON SEA

- **Kosten:** Jeder Klick auf eine Anzeige kostet Geld, was bei hohem Wettbewerb und populären Keywords teuer werden kann. Unternehmen mit kleineren Budgets können es schwer haben, gegen größere Mitbewerber anzukommen.
- **Kurzfristigkeit:** Sobald das (Tages-) Budget erschöpft ist oder die Kampagne endet, stoppt auch die Sichtbarkeit der Anzeigen.
- **Weniger Vertrauen:** Nutzer tendieren dazu, bezahlten Anzeigen weniger zu vertrauen als organischen Ergebnissen. Obwohl Anzeigen oben in den Ergebnissen erscheinen, bedeutet das nicht automatisch, dass Nutzer darauf klicken oder darauf reagieren (Click-Through-Rate CTR und Konversionsraten).
- **Muss laufend optimiert werden,** damit SEA nicht nur Klicks, sondern auch Kundenschaft bringt. :



ING. ALEXANDER GRAF, M. SC.

Ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Onlineauftritt.

office@ag-consulting.at
www.ag-consulting.at