



Von Content zu Context

– Wie Künstliche Intelligenz dabei hilft, den Alltag im
Online-Marketing zu vereinfachen –

Bautzen, 8. Februar 2018

Was haben diese drei Bilder gemeinsam?

SEMANTIK VERSTEHEN: DIE BEDEUTUNG VON CONTENT IN CONTEXT



Haben Sie für Ihren Urlaub am **Golf** von Mexiko schon Ihre **Golf** Ausrüstung in den VW **Golf** gepackt?

Al Marjan Island Nagelfluhkette Schrothkur Stalagmit King Seaways
Son Marroig Golden Tulip Meritus
Landschaftsgarten Sheraton Yachthafen Bougainvillea Conrad Hotel
Wandermotiv Club Med 2 Hotel Wellness Rafting Tauchbasis
Westerwald-Steig WinGate Kurzplatz Soma Bay Rilkeweg
Taurusgebirge Minibar Wassersport Ruheraum Amaretto
Blaunerle Nonstal Resort Golfplatz Thalasso Campanile
Jagdhausalm Ta Prohm Bed and Breakfast Stand Up Paddling
South Stack Waldorf Astoria Royal Princess Golfarchitekt
Golf von Morbihan

Baseball Golfturnier Clubhaus
Fahrradchloss Greiss Leichtathletik
Solheim Cup Radsport TIGER
Ryder Cup Volleyball PGA.Tour Yankee
Sea Eagle US Open Weltrangliste Tennis Sky Sports
Country Club Golfplatz Wegfahrsperr
Ringrichter Golf Tour Stallmeister Persischer Golf

VW GolfI Ford RS200 DeSoto Brilliance BS4 Chevrolet Corvair
Ford Ranger Porsche Boxster Land Rover Defender
Caparo T1 Sportwagen Renault Meganie Frontantrieb Mittelmotor
VW Scirocco VW Golf IV Fiat 500X Karosserie GTI-Treffen
BMW 5er Roadster Haube Jaguar F-Pace
Fiat 500 VW Golf Motor Flunder
Allradantrieb BMW 600 Newtonmeter VW Golf Variant
VW Iroc Mazda MX-5 Seat Leon Plug-in-Hybrid Kubikzoll
Auto des Jahres BMW 3er Lexus IS-F
Audi 80 B1 VW Tiguan Mille Miglia

Google-KI doppelt so schlau wie Siri – aber ein Sechsjähriger schlägt beide

73 SHARES



TEILEN



TWITTERN



TEILEN



TEILEN



BILDER ▶

(Bild: Shutterstock.com/Soze Soze)

05.10.2017, 12.04 Uhr

Forscher haben die künstlichen Intelligenzen großer Techkonzerne wie **Google** oder **Apple** untersucht. Fazit: Ein sechsjähriges Kind hat einen höheren IQ als **Siri** oder **Bing**.



Jörn Brien

News-Reda



VERWANDTE THEMEN

Google

Künstliche Intelligenz

Watson

18. September 2017

IBMs Supercomputer stellt sich dumm an

von Matthias Kamp > , Michael Kroker > und Sven Prange >

Supercomputer Watson sollte der klügste Computer der Welt werden und dem Unternehmen unter Chefin Virginia Rometty Milliarden bringen. Doch der Rechner ist begriffsstutzig.

ANZEIGE

KPMG

Schärfen Sie den Blick für die Zukunft!



IBM setzt auf künstliche Intelligenz: Supercomputer Watson aber ist begriffsstutzig.

Bild: dpa Picture-Alliance, dpa Picture-Alliance

☆☆☆☆☆



- Versenden
- Drucken
- Merken
- Startseite

Eine wahre Wundermaschine, davon ist Virginia Rometty, Chefin des IT-Konzerns **IBM**, überzeugt, ist ihr Watson. Ein Supercomputer, der mithilfe künstlicher Intelligenz all die Aufgaben löse, an denen die Menschheit bisher gescheitert sei. Und so scheute die Vorstandsvorsitzende auch keinen noch so großen Marketingjubiläum: In einem TV-Werbespot parliert Watson mit Literatur-Nobelpreisträger Bob Dylan über Songtexte. Und beim Super Bowl, dem Finale

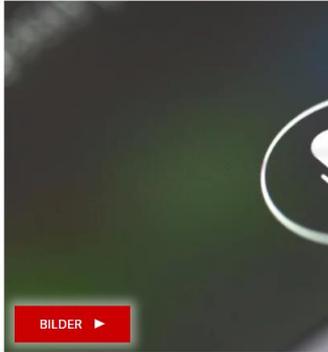
Google-KI doppelt so schlau wie Siri – aber ein

Sechshundertmal so dumm an

73 SHARES



TEILEN



BILDER ▶

(Bild: Shutterstock.com/Soze Soze)

05.10.2017, 12.04 Uhr

Forscher haben die künstlichen Intelligenzen wie Google oder Apple untersucht. Sie sind einen höheren IQ als Siri oder Bing.

Microsoft

Twitter-Nutzer machen Chatbot zur Rassistin

Tay, ein Chatbot von Microsoft mit künstlicher Intelligenz, sollte im Netz lernen, wie junge Menschen reden. Nach wenigen Stunden musste der Versuch abgebrochen werden.

Von Patrick Beuth

24. März 2016, 15:13 Uhr / 51 Kommentare

Microsoft

Tay.ai

TWEETS 96,3 Tsd. FOLLOWER 25,1 Tsd.

Tweets Tweets & Antworten Fotos & Videos

Net Meid persc

Vielle

Twitter-Account von Microsofts Chatbot Tay © Screenshot ZEIT ONLINE

18. September 2017

dumm an

ANZEIGE

r der
rginia

KPMG

Schärfen Sie den Blick für die Zukunft!



IBM setzt auf künstliche Intelligenz: Supercomputer Watson aber ist begriffsstutzig.

Bild: dpa Picture-Alliance, dpa Picture-Alliance

Tay, Chefin des IT-Supercomputers, der mithilfe der Menschheit bisher die Super Bowl, dem Finale

Ungefähr 308.000 Ergebnisse (0,22 Sekunden)

hibbeln

Webdefinitionen

Al Hibbler war ein amerikanischer Pop- und Rhythm and Blues-Sänger. Er sang im Duke Ellington Orchester.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Hibbler>

[Feedback](#)

Kinderwunsch: Hibbeln und Plaudern - Eltern.de

<https://www.eltern.de/foren/kinderwunsch-hibbeln-plaudern/> ▼

Kinderwunsch: Hibbeln und Plaudern - Wie ist das für Dich, die fruchtbaren Tagen zu checken und dann auch (ob man nun richtig will oder nicht!) zu.

[Tempkurven HIBBELN-Deluxe](#) · [Hibbeln nach Fehlgeburt](#) · [Wir schaffen das!](#)

Hibbeln auf ein 2018 Baby :) Wir schaffen das! - Eltern.de

<https://www.eltern.de/...hibbeln.../1242761-hibbeln-auf-2018-baby-wir-schaffen.html> ▼

20.07.2017 - Hallo ihr Lieben, ich suche noch ein paar Hibbeltanten die auch auf ein Baby 2018 üben.

Wir hibbeln seit diesem Monat und sind schon sehr sehr.

[Hibbeln auf ein 2018 Baby :\) Wir schaffen das! - Seite 349](#) 26. Dez. 2017

[Hibbeln auf ein 2018 Baby :\) Wir schaffen das! - Seite 335](#) 17. Dez. 2017

[Hibbeln nach Fehlgeburt](#) 28. Jan. 2017

[Was ist hibbeln.....](#) 17. Okt. 2009

[Weitere Ergebnisse von www.eltern.de](#)

Hibbeln auf 2018, Kinderwunsch - BabyCenter

<https://www.babycenter.de/g25004753/hibbeln-auf-2018-kinderwunsch> ▼

Hibbeln auf 2018, Kinderwunsch: Willkommen sind alle, die gemeinsam auf ein '2018-Baby' hibbeln.

Egal ob es das erste, zweite oder dritte ist. Lasst uns uns untereinander ein bisschen ...

myNFP • View forum - Hibbeln

<https://www.mynfp.de/forum/viewforum.php?f=36> ▼

Topics. Der hibbelige "wir warten auf das Hibbeln" Thread. 3691 Tue Feb 06, 2018 9:43 pm. Go to page: 1 ... 368, 369, 370 · Hibbelhühner 2018. 1494 Tue Feb 06, 2018 8:37 pm. Go to page: 1 ... 148, 149, 150 · Hibbeln V2.0 (Wir freuen uns auf das Geschwisterchen). 6812 Tue Feb 06, 2018 8:24 pm. Go to page: 1 .

Ungefähr 21.700 Ergebnisse (0,33 Sekunden)

Schwangerschaftsvitamin | Vitaminbar - Vitamine und mehr

[Anzeige](#) www.vitaminbar.de/

Wichtige Nährstoffe für die Entwicklung des Kindes während Schwangerschaft.

Kosmetik bei Amazon.de | Top Beauty-Marken bei Amazon

[Anzeige](#) www.amazon.de/kosmetik

4,7 ★★★★★ Bewertung für amazon.de

Schwangerschaftsvitamine zu günstigen Preisen. Kostenlose Lieferung möglich

AOK PLUS die Gesundheitskasse | Kinderwunsch & Schwangerschaft

[Anzeige](#) plus.aok.de/offiziell/Schwangerschaft

Vielfältige Programme und Leistungen rund um die Familie. Jetzt informieren!

Postplatz 3, Bautzen - 0800 1059000 - Jetzt geschlossen · Öffnungszeiten

Schwangerschaftsvitamine: Welche nehmen, auf welche verzichten?

<https://www.faminino.de/schwangerschaftsvitamine/>

27.09.2016 - Schwangerschaftsvitamine können dabei helfen den erhöhten Bedarf in der Schwangerschaft zu decken. Es gibt jedoch einiges zu bedenken.

Was sind ... · Warum sind ... · Kann der Mehrbedarf ... · Diese ...

welche Schwangerschaftsvitamine nehmt ihr? | Forenarchiv | Alle ...

https://www.rund-ums-baby.de/.../welche-schwangerschaftsvitamine-nehmt-ihr_1041...

01.03.2014 - hallo, ich habe bereits zwei Jungs und bin nun wieder in der 13. Woche schwanger. Bis jetzt hab ich immer Fembion genommen. Nur leider sind mir die grade ausgegangen... Aus meiner letzten Schwangerschaft (missed abort 10.ssw) hab ich noch die günstigen vom...

Schwangerschaft: Vitamine & Mineralstoffe - Folio®-Familie

www.folio-familie.de > Schwangerschaft > Ernährung

Wie wichtig sind Vitamine und Mineralstoffe bei Kinderwunsch, Schwangerschaft und in der Stillzeit? Das Webportal Folio®-Familie weiß Rat.

Vitamine in der Schwangerschaft Apotheke.de - Online Versand ...

<https://www.apotheke.de> > Familie > Schwangerschaft

Vitamine und Mineralstoffe für die speziellen Bedürfnisse während der Schwangerschaft. Entdecken Sie unser hochwertiges Sortiment bei Apotheke.de.

altapharma Schwangerschafts-Vitamine & DHA online günstig kaufen ...

<https://www.rossmann.de/produkte/.../schwangerschafts-vitamine.../4305615467207.h...>

Nach Schwangerschaft... suchen Anzeigen

<p>Fembion Schwangersch... 57,89 € Volksversand V... Versand gratis Von Google</p>	<p>Doppelherz system... 13,64 € shop-apotheke c... +3,95 € Versand Von Google</p>	<p>Fembion Schwangersch... 46,45 € DocMorris Versa... Versand gratis ★★★★★ (47) Von Google</p>
<p>Folsäure und DHA für... 19,90 € Denk Products +3,50 € Versand Von Google</p>	<p>Folsäure & Vitamine für... 19,90 € Denk Products +3,50 € Versand Von Google</p>	<p>Elevit 1 Kinderwunsch ... 17,49 € apodiscounter Versand gratis ★★★★★ (12) Von Google</p>
<p>Phyto-Mikromineralie... 32,90 € Ipron Ralf Kalsow +4,00 € Versand 65,80 € / 1 l</p>	<p>Fembion 2 Schwangersch... 41,99 € shop-apotheke c... Versand gratis</p>	<p>Nestlé Materna DHA (30 St) -... 26,96 € shop-apotheke c... Versand gratis</p>

Das semantische Themenportal hibbelinchen.de

Hibbelinchen

Für Frauen, welche die Zeit vor, während und nach der Schwangerschaft genießen wollen.
Hibbelinchen gibt euch Tipps zu eurem Kinderwunsch, der Schwangerschaftsvorsorge und Geburt sowie für ein erfülltes Leben mit Kindern.

[Startseite](#) [Hibbeln](#) [Schwangerschaftsvorsorge](#) [Das Kind ist da](#) [Frauenpower](#) [Genießen](#) 🔍

DAS KIND IST DA
Spielzeugfreies Kinderzimmer: Mit Fantasie der Drogensucht vorbeugen

DAS KIND IST DA
Kinder und digitale Medien – Bewältigen wir die Informationsflut

SCHWANGERSCHAFTSVORSORGE
Beschäftigungsverbot in der Schwangerschaft

DAS KIND IST DA
Weihnachten mit Kindern: So schön ist die Adventszeit

DAS KIND IST DA
Ein Winter mit Kindern voller Spaß und ohne Risiko

Wer seine Zielgruppe kennt, macht gutes Content Marketing

SÄCHSISCHE SPIRITUOSENMANUFAKTUR



The image shows a Facebook post for Sächsische Spirituosenmanufaktur. The main content is a photograph of ten bottles of spirits lined up on a wooden surface. The bottles are labeled with various flavors: NISPEL, BIERHEFE, GIANDE, EID MUSKADE, APFEL & HÖLUNDERBÄREN, BRATAPFEL, ORANI WALNUSSE, CHAMPAGNER-ROSEN, MISCHEROT, and ESPRESSO. In front of the bottles are several fresh ingredients including a red apple, orange slices, cinnamon sticks, and green apples. The post includes the brand's logo and name, its Instagram handle, and a call to action to purchase.

SÄCHSISCHE SPIRITUOSENMANUFAKTUR
EST 2014

Sächsische Spirituosenmanufaktur
@SaechsischeSpirituosenmanufaktur

[Startseite](#)

Beiträge

[Gefällt dir](#) [Abonniert](#) [Teilen](#) ...

[Jetzt einkaufen](#) [Nachricht senden](#)

Wer seine Zielgruppe kennt, macht gutes Content Marketing

SÄCHSISCHE SPIRITUOSENMANUFAKTUR

Sächsische Spirituosenmanufaktur
6. Februar um 07:45 · 🌐

Mit der SZ Bautzen haben wir über unsere Zukunftspläne gesprochen.



Eigene Brennanlagen kommen
Martin Wagner erweitert seine Spirituosenmanufaktur. Dafür saniert er ein altes Gebäude. Das ist aber nur eine Übergangslösung.
SZ-ONLINE.DE

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

👍❤️ 96 Chronologisch ▾

Alle 3 Kommentare anzeigen

Sächsische Spirituosenmanufaktur
4. Februar um 21:31 · 🌐

Das Deckengewölbe unserer zukünftigen Produktionsstätte ist nach einem arbeitsreichen Wochenende freigelegt.



244 Aufrufe

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

👍❤️ 41 Chronologisch ▾

1 Kommentar anzeigen

Sächsische Spirituosenmanufaktur
2. Februar um 20:05 · 🌐

Wie lasst ihr die Arbeitswoche ausklingen?



👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

👍❤️ Robert Wauer und 26 weitere Personen Chronologisch ▾

👤 Norman Harprecht Du bringst mich auf eine Idee... 🗣️ 📷 📌
Gefällt mir · Antworten · 5 Tag(e)

Wer seine Zielgruppe kennt, macht gutes Content Marketing

BÄCKEREI RICHTER, KUBSCHÜTZ



The image shows a Facebook post from the bakery 'Bäckeri Richter, Kubschütz'. The main content is a photograph of a hand shaping a round loaf of bread on a wooden surface, with another loaf nearby. The background is a light-colored, textured surface. Below the photo is the bakery's name and handle '@Baeckermeister'. At the bottom of the post are interaction buttons: 'Gefällt mir', 'Abonnieren', 'Empfehlen', and a menu icon. To the right are buttons for 'Kontaktiere uns' and 'Nachricht senden'.

Bäckeri Richter,
Kubschütz ✓
@Baeckermeister

Startseite

Info

👍 Gefällt mir 📡 Abonnieren 💬 Empfehlen ⋮

[Kontaktiere uns](#) [Nachricht senden](#)

Wer seine Zielgruppe kennt, macht gutes Content Marketing

BÄCKEREI RICHTER, KUBSCHÜTZ

Bäckerei Richter, Kubschütz
25. Januar um 03:46 · 🌐

Gestern Abend in der Dorfbäckerei: Schnell noch einen #Mürbeteig geknetet - heute gibt's die letzten süßen Nester und Vögel zur #vogelhochzeit 🐦
#tradition #smallbatch #smallbakery #regional #spelt #dinkelmehl #natural #cookedough #butter #highspeed #nochemicals



527 Aufrufe

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

👤 Gunhild Mimuß und 36 weitere Personen

1 Mal geteilt

Lidl Stiftung & Co. KG Personalabteilung

Initiativbewerbung als Mitarbeiter in der Brotproduktion

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit bewerbe ich mich vorausschauend aus ungekündigter Stellung um einen Arbeitsplatz in Ihrer Brotproduktion. Derzeit bin ich selbständiger Bäckermeister und betreibe eine kleine, handwerkliche und damit rückschrittliche Dorfbäckerei in der Oberlausitz. Ab dem Zeitpunkt, an dem Ihre Werbekampagne „Was ist ein gutes Lebensmittel?“ mehr als 50% unserer jetzigen Kundschaft überzeugt hat, stehe ich Ihrem Unternehmen zur Verfügung. Ich bin mir bewusst, dass meine fachliche Qualifikation nur eine untergeordnete Rolle spielen wird und nehme auch Lohnnebenheiten in Kauf.

Aufmerksam geworden bin ich auf Ihr Unternehmen durch Kundenäußerungen, dass „gutes Brot“ nun einmal nichts mit handwerklicher Expertise, einer aufwändigen Sauerteigführung und dem damit möglichen Verzicht auf Enzyme und weitere nicht-deklarationspflichtige Zusatzstoffe zu tun habe. Sondern einzig und allein an der Sortimentsbreite, an Labortests und am „guten“ Preis zu erkennen sei. Auf die Frage, was diesen „guten Preis“ ausmache, sagte ein Kunde mit einem Seitenblick auf meine Mitarbeiterin, die unsere Kunden berät, Bestellungen entgegennimmt und Backwaren sorgfältig verpackt: „Die schon mal nicht, denn eine Bäckerfachverkäuferin ist zu teuer.“ Er informiere sich jetzt bei Lidl.de und wisse Bescheid, dass industrielle Produktion nicht nur sicherer sei, sondern durch Kostenersparnis auch zu besserem Brot führe.

Leider kann ich mit meiner kleinen Bäckerei die von Ihnen definierten Qualitätskriterien nur zum Teil erfüllen, was an mangelnder Größe (wir können keine Preise im Einkauf durch Marktmacht diktieren), regionaler Ausrichtung (es wächst im Klima unserer Gegend nicht jedes Getreide) und fehlender Automatisierung (teure Handarbeit von Fachkräften) liegt. Ich bin froh, dass Sie durch Zentralisierung und Kostenoptimierung Möglichkeiten schaffen, mehr im Sinne der Kunden zu arbeiten. Gern nehme ich auch den Weg in einen ihrer Produktionsstandorte außerhalb Deutschlands (Österreich, Belgien, Frankreich oder auch die Niederlande) in Kauf. So mobil wie ein tiefererere Teeling bin ich ebenfalls. Und wenn eines Tages die Reise nach China geht – warum nicht?

Das Backen, der Geruch von frisch gebackenem Brot und der direkte Kontakt mit dem Produkt meiner Arbeit werden mir fehlen. Andererseits kann ich mich ja auf Laborproben und Rechtsabteilung verlassen und privat dann sicher etwas anderes essen, als das, was ich bei Ihnen produziert habe. Da arbeite ich mich sorgloser und sorgfreier, gerade wenn man sich angewöhnt, beim Umgang mit speziellen Zutaten Handschuhe und Mundschutz zu tragen. Ich freue mich bereits jetzt auf die spannende Tätigkeit in Ihrem Unternehmen und auf eine Einladung zum Bewerbungsgespräch ab dem vorgenannten Zeitpunkt.

Mit freundlichen Grüßen,

Stefan Richter,
Bäckermeister

Bäckerei Richter, Kubschütz
Diese Seite gefällt mir · 12. März 2015 · 🌐

Angesichts der von #Lidl proklamierten neuen Richtlinien zu "Gutem Brot" sieht sich der Meister zu drastischen, wenn auch nicht ganz ernst gemeinten Schritten gezwungen... #lidlöhntnicht – 😡 besorgt mit Stefan Richter hier: 📍 Handwerksbrot.de.

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

👤 12.841 Top-Kommentare

7.949 Mal geteilt 860 Kommentare

Tina Malyska-Allerheiligen Ich wünsche viel Glück für die Zukunft und hoffe für Sie und Ihren Kunden, dass aus dieser herrlichen Bewerbung niemals bitterer Ernst werden muss...
Gefällt mir · Antworten · 2 J 50

Ursula Rötschke Liebe Leute, die hier so für das Brot diskutieren. Ich bin schon etwas älter, kenne Brot wie es richtig schmecken soll. Ich habe den Geschmack und den Geruch des Brotes noch in meinem Gedächtnis. Brot wie bei Richters in Kubschütz, so muß ein Brot sein. Als ... Mehr anzeigen
Gefällt mir · Antworten · 2 J 26

Kommentieren ...

Wer seine Zielgruppe kennt, macht gutes Content Marketing

BÄCKEREI RICHTER, KUBSCHÜTZ



The image shows a screenshot of a website article. At the top, there is a navigation bar with the W&A logo on the left and several menu items: FORTBILDUNG & EVENTS, JOBS, NEWSLETTER, MESSENGER, WHITEPAPER, MEDIADATEN, ABO, MEHR. Below this is a secondary navigation bar with categories: MARKETING, AGENTUREN, MEDIEN, DIGITAL, KARRIERE, and SPECIALS. On the right side of the navigation bar, there are search and user profile icons. The main content area has a white background with a black border. It features a sub-header 'Kampagne' in italics, followed by a large, bold title '#lidllohntnicht: Wie sich ein Bäckermeister mit Lidl anlegt'. Below the title is a paragraph of text: 'Die neue Imagekampagne von Lidl sorgt nicht nur in der Kreativbranche für Diskussionen, sondern bringt auch das Handwerk auf die Barrikaden. Ein Bäckermeister aus der Oberlausitz startet jetzt zum Angriff - mit einer Gegenkampagne auf Facebook.' At the bottom of the article, it says 'Text: Frauke Schobelt' and '12. März 2015'.

Der Weg ist das Ziel



Das Ziel ist Sichtbarkeit und
damit Präsenz und Traffic

Google ist einer der wichtigsten Traffic-Treiber

SEHR VIELE WEBSITE-BESUCHER KOMMEN ÜBER DIE GOOGLE SUCHE

Google's Marktanteil > 90 %

Organische Suche
(SEO)



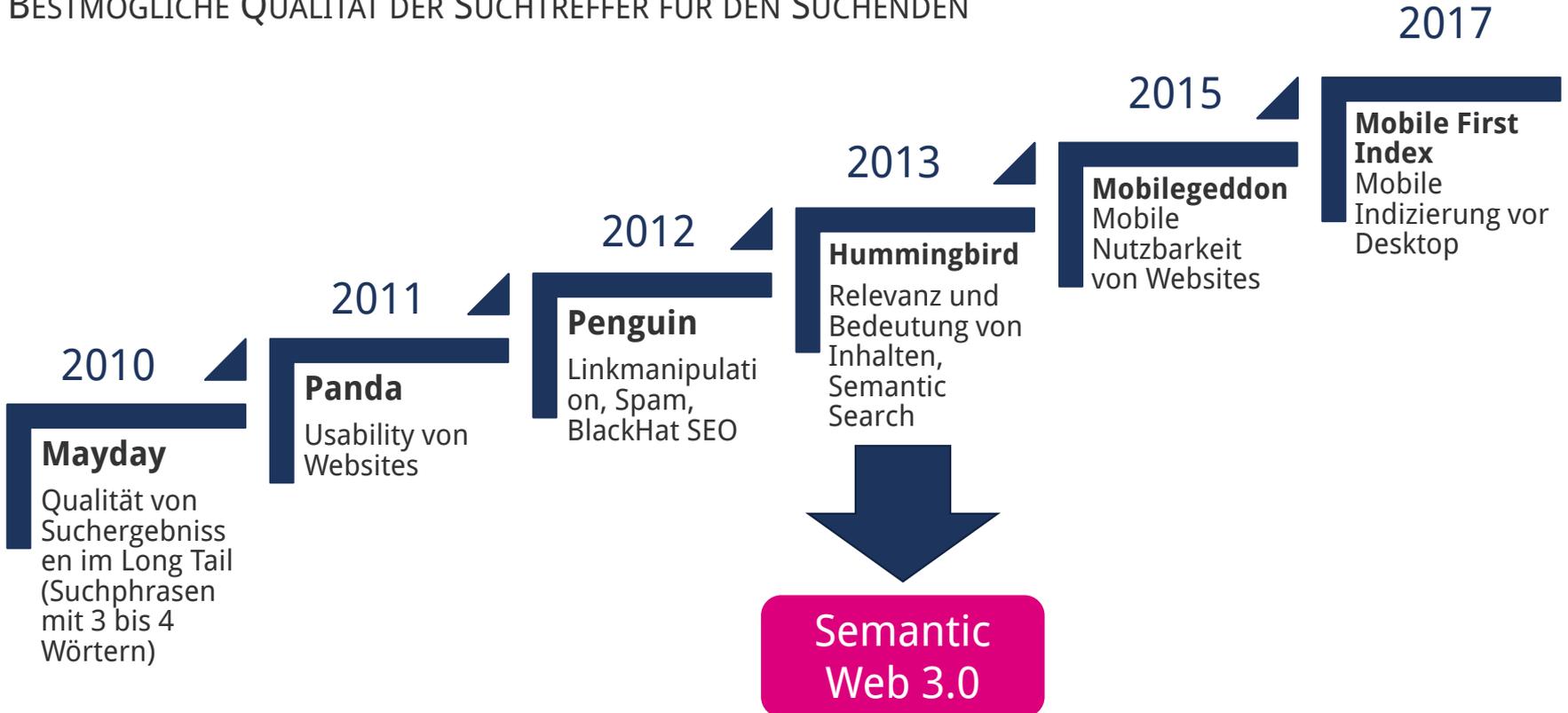
Bezahlte Suche
(SEA)



Eigene Webinhalte (Website, Shop, Blog...)

Google Updates für mehr Qualität in den SERPs

BESTMÖGLICHE QUALITÄT DER SUCHTREFFER FÜR DEN SUCHENDEN



Weg zum Erfolg = Perspektive wechseln

SCHNITTMENGE ZWISCHEN SELBSTWAHRNEHMUNG UND NUTZERPERSPEKTIVE

Wie will ich mich positionieren?
Worüber will ich gefunden werden?
Wie will ich mich darstellen?

Was sind die Themen meiner Zielgruppe?
Was sind deren Probleme und Herausforderungen?
Wie ist deren Verständnis?



Weg zum Erfolg = Perspektive wechseln

DAS „ICH“

Wie will ich mich positionieren?
Worüber will ich gefunden werden?
Wie will ich mich darstellen?

Was sind die Themen meiner Zielgruppe?
Was sind deren Probleme und Herausforderungen?
Wie ist deren Verständnis?



Die eigene Darstellung

WIE WIRD MEINE SEITE BEWERTET UND WAHRGENOMMEN?



Keyword	Posit...	URL	Traffic	Wettbewerb
regel air	1	www.innoperform.de/produkte/fensterluefter	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 20%;"></div></div>
fensterlüfter regel air	1	www.innoperform.de/produkte/fensterluefter	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 5%;"></div></div>
zierprofile fenster	1	www.innoperform.de/produkte/zierprofile	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 20%;"></div></div>
zierprofile kunststoff	1	www.innoperform.de/produkte/zierprofile	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 20%;"></div></div>
regel air holzfenster	1	www.innoperform.de/produkte/regelair-fensterluefter/regelair-fensterfalz-...	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 0%;"></div></div>
regel air schallschutz	1	www.innoperform.de/produkte/regelair-fensterluefter/regelair-fensterfalz-...	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 0%;"></div></div>
fensterlüfter	2	www.innoperform.de/produkte/fensterluefter	<div><div style="width: 25%;"></div></div>	<div><div style="width: 30%;"></div></div>
fensterfalzlüfter	2	www.innoperform.de/produkte/fensterluefter	<div><div style="width: 25%;"></div></div>	<div><div style="width: 10%;"></div></div>
air h	2	www.innoperform.de/produkte/fensterluefter	<div><div style="width: 25%;"></div></div>	<div><div style="width: 5%;"></div></div>
ald element	2	www.innoperform.de/produkte/regelair-fensterluefter/lueftung-nach-din-1...	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 0%;"></div></div>
fensterlüfter schallschutz	3	www.innoperform.de/produkte/fensterluefter	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 20%;"></div></div>
justa	3	www.innoperform.de/produkte/justa	<div><div style="width: 30%;"></div></div>	<div><div style="width: 5%;"></div></div>
classic t	3	www.innoperform.de/arimeo/produkt/classic-t/	<div><div style="width: 10%;"></div></div>	<div><div style="width: 0%;"></div></div>

Die eigene Darstellung

MIT WELCHEN UNTERNEHMEN BIN ICH AUF KEYWORD-EBENE IM WETTBEWERB?

RENÉ GAENS FOTOGRAFIE

#	Domain	Wettbewerb	Rankings
1	studioline.de/	220,2%	
2	get-shot.de/	218,9%	
3	konvex.net/	162,0%	
4	mariella-vagabundo.de/	161,5%	
5	blendeauf-dresden.de/	157,2%	
6	dresden.de/	147,0%	
7	redbull.com/	137,3%	
8	foto-kunde.de/	136,6%	
9	hochzeitsfotograf-in-dresden.de/	119,2%	
10	suitess-hotel.com/	103,9%	
11	baldaufundbaldauf.de/	101,3%	
12	rene-gaens.de/	100,0%	

Die eigene Darstellung

1. AUßENWIRKUNG MEINER EIGENEN WEBPRÄSENZ PRÜFEN

Analyse der eigenen Seite, Blog, Shop
mit den Augen von Google



SISTRIX
TOOLBOX 

seobility

 **RYTE**

Weg zum Erfolg = Perspektive wechseln

DER „NUTZER

Wie will ich mich positionieren?
Worüber will ich gefunden werden?
Wie will ich mich darstellen?

Was sind die Themen meiner Zielgruppe?
Was sind deren Probleme und Herausforderungen?
Wie ist deren Verständnis?



Nutzerintentionen und Themen

WAS TREIBT DIE NUTZER IN BEZUG AUF MEINE KERNTHEMEN UM?



landkreis bautzen **geoweb**

landratsamt bautzen **stellenangebote**

landratsamt bautzen bautzen

landkreis bautzen **karte**

landratsamt bautzen **zulassungsstelle**

landratsamt bautzen **abfallwirtschaft**

landratsamt bautzen **formulare**

landratsamt bautzen **jobcenter**

landkreis bautzen|  

landkreis bautzen **geoweb**
landratsamt bautzen **stellenangebote**
landratsamt bautzen bautzen
landkreis bautzen **karte**

[Weitere Informationen](#)



Nutzerintentionen und Themen

ÜBER WELCHE SUCHTERME GELANGEN DIE NUTZER AUF MEINE SEITE?

	Suchanfragen
1	grillreiner selber herstellen
2	grillicious
3	grilltemperatur
4	grillregeln
5	salat rezepte zum grillen
6	grillparty winter
7	porterhouse t-bone steak
8	alternative zu weber kugelgrill
9	fleisch gar
10	grillbeilagen einfach schnell



GRILLICIOUS BLOG



Search Console

Die Nutzerperspektive

2. WAS TREIBT MEINE ZIELGRUPPE UM?

Analyse der Themen über Suchtrends
und Suchanfragen

Google
Search Console



A wide-angle photograph of a mountain range. The foreground is filled with a dense forest of dark green evergreen trees. The middle ground shows rugged, rocky mountain slopes covered in patches of snow. In the background, several sharp, jagged mountain peaks are visible, with the highest ones partially covered in snow and illuminated by a warm, golden light, suggesting either sunrise or sunset. The sky is a clear, pale blue.

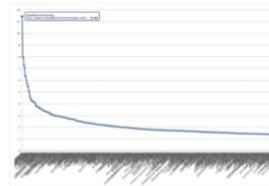
Gleich sind wir auf dem Gipfel

Richtiger Fokus und Holismus

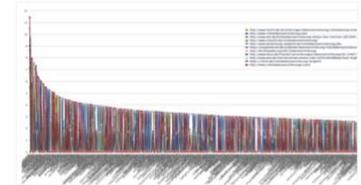
4 FAKTOREN DER WEBSITE-BEWERTUNG

1. Eindeutiges, klares Term-Signal - **Fokus**
2. Spam oder kein Spam - **Termgewichtung**
3. Thematischer Fokus – **Selbstbeweis**
4. Inhaltlicher Reichtum - **Holismus**

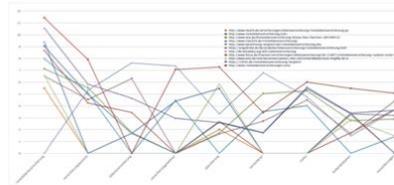
Beachtenswerte Rankingfaktoren auf Dokumentenebene



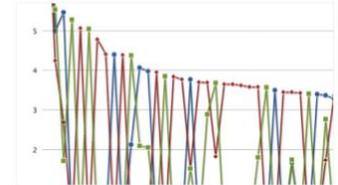
Unmissverständlicher Fokus und Ratio



Anti-Spam



Selbstbeweis



Unterschiedlichkeit

Endes Outranking Zusammenfassung

Holismus Voraussetzung für Relevanz

RELEVANTE THEMEN ERKENNEN UND BEDIENEN



Holismus Voraussetzung für Relevanz

RELEVANTE THEMEN ERKENNEN UND BEDIENEN



A four-leaf clover is centered on the right side of the slide. Each leaf has a different color: top (green), left (green), right (green), and bottom (green). The central stem and veins are a dark reddish-brown color. The background is a soft, out-of-focus light beige.

**Identifiziere
Trends und
Nischen.**

**Denk
vorrangig
an deine
Nutzer –
und nicht
an Google.**

**Kenne die
Sprache
deiner
Zielgruppe.**

**Publiziere
ganzheitlich
.**

Sei relevant

Vielen Dank!

IHRE FRAGEN?



Daniela Kloth

Head of Marketing

- Medienmanagement, Master of Arts
- Context Marketing und SRO
- Marketing / PR



Jan Pötzscher

Head of Account Management

- Dipl.-Ing. Multimediатеchnik
 - Seit 2007 im Social Web
 - SEO und Social Media
 - Blogger und DJ