

# Suchmaschinenmarketing

---

Christian Schramm

*April 8, 2014*

Version: 0.0.1



BERUFSAKADEMIE SACHSEN Staatliche Studienakademie  
Dresden

Belegarbeit Marketing

## Suchmaschinenmarketing

Christian Schramm

*Erstgutachter*

**Stefan Pabst**

webit! Gesellschaft für neue Medien mbH

*Zweitgutachter*

**Prof. Eberhardt Engelhardt**

BERUFSAKADEMIE SACHSEN Staatliche Studienakademie  
Dresden

April 8, 2014

**Christian Schramm**

*Suchmaschinenmarketing*

Belegarbeit Marketing, April 8, 2014

Gutachter: Stefan Pabst und Prof. Eberhardt Engelhardt

**BERUFSAKADEMIE SACHSEN Staatliche Studienakademie Dresden**

Hans-Grundig-Straße 25

01307 Dresden

# Abstract

Dies hier ist ein Blindtext zum Testen von Textausgaben. Wer diesen Text liest, ist selbst schuld. Der Text gibt lediglich den Grauwert der Schrift an. Ist das wirklich so? Ist es gleichgültig, ob ich schreibe: „Dies ist ein Blindtext“ oder „Huardest gefburn“? Kjift – mitnichten! Ein Blindtext bietet mir wichtige Informationen. An ihm messe ich die Lesbarkeit einer Schrift, ihre Anmutung, wie harmonisch die Figuren zueinander stehen und prüfe, wie breit oder schmal sie läuft. Ein Blindtext sollte möglichst viele verschiedene Buchstaben enthalten und in der Originalsprache gesetzt sein. Er muss keinen Sinn ergeben, sollte aber lesbar sein. Fremdsprachige Texte wie „Lorem ipsum“ dienen nicht dem eigentlichen Zweck, da sie eine falsche Anmutung vermitteln.

## Abstract (different language)

Dies hier ist ein Blindtext zum Testen von Textausgaben. Wer diesen Text liest, ist selbst schuld. Der Text gibt lediglich den Grauwert der Schrift an. Ist das wirklich so? Ist es gleichgültig, ob ich schreibe: „Dies ist ein Blindtext“ oder „Huardest gefburn“? Kjift – mitnichten! Ein Blindtext bietet mir wichtige Informationen. An ihm messe ich die Lesbarkeit einer Schrift, ihre Anmutung, wie harmonisch die Figuren zueinander stehen und prüfe, wie breit oder schmal sie läuft. Ein Blindtext sollte möglichst viele verschiedene Buchstaben enthalten und in der Originalsprache gesetzt sein. Er muss keinen Sinn ergeben, sollte aber lesbar sein. Fremdsprachige Texte wie „Lorem ipsum“ dienen nicht dem eigentlichen Zweck, da sie eine falsche Anmutung vermitteln.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Grundlagen</b>	<b>2</b>
2.1	Search Engine Optimization . . . . .	2
2.2	Search Engine Marketing . . . . .	2
2.3	Anbieter . . . . .	2
2.4	Abrechnungsmodelle . . . . .	2
<b>3</b>	<b>Entwicklung eines Betrachtungsbeispiels</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Fazit</b>	<b>4</b>
4.1	System Section 1 . . . . .	4
4.2	System Section 2 . . . . .	4
4.3	Ausblick . . . . .	4
	<b>Literatur</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>8</b>

# Einleitung

” *The man who stops advertising to save money is like the man who stops the clock to save time.*

— **Thomas Jefferson**

(3ter Präsident der Vereinigten Staaten von  
Amerika)(1801-1809))

Die voranschreitende Entwicklung des Internets der letzten Jahrzehnte und der flächendeckende Ausbau der Internetanbindung, hat nicht nur die Möglichkeiten der Informationsbeschaffung weitreichend verändert, auch die Möglichkeit der Warenbeschaffung unterliegt einem grundlegendem Umdenken. In immer mehr Bereichen verlagert sich der Einkauf von Waren zunehmend vom lokalen Einzelhandel auf überregionale Internetwarenhäuser, wie z. B. Amazon.

” *You can't do better design with a computer, but you can speed up your work enormously.*

— **Wim Crouwel**  
(Graphic designer and typographer)

## 2.1 Search Engine Optimization

Die Search Engine Optimization, kurz SEO

## 2.2 Search Engine Marketing

## 2.3 Anbieter

## 2.4 Abrechnungsmodelle

## Entwicklung eines Betrachtungsbeispiels



## Fazit

4.1 System Section 1

4.2 System Section 2

4.3 Ausblick

# Literatur

- [Jür00] Manuela Jürgens. *LaTeX: eine Einführung und ein bisschen mehr*. FernUniversität Gesamthochschule in Hagen, 2000.
- [Jür95] Manuela Jürgens. *LaTeX: Fortgeschrittene Anwendungen*. FernUniversität Gesamthochschule in Hagen, 1995.
- [KJUM11] Markus Kohm und Jens-Uwe-Morawski. *KOMA-Script: Die Anleitung*. 2011.
- [Mie11a] André Miede. *A Classic Thesis Style: An Homage to The Elements of Typographic Style*. 2011.
- [App10a] Apple Inc. *Keynote '09 User Guide*. Apple Inc., 2010.
- [App10b] Apple Inc. *Numbers '09 User Guide*. Apple Inc., 2010.
- [App10c] Apple Inc. *Pages '09 User Guide*. Apple Inc., 2010.

## Webseiten

- [@Mie11b] André Miede. *A Classic Thesis Style by André Miede*. 2011. URL: <http://www.miede.de/index.php?page=classicthesis> (besucht am 27. Mai 2011).
- [@Fre10] Free Software Foundation, Inc. *GNU General Public License*. 2010. URL: <http://www.gnu.org/licenses/gpl.html> (besucht am 27. Mai 2011).

# Abbildungsverzeichnis

# Tabellenverzeichnis

# Abkürzungsverzeichnis

# Selbstständigkeitserklärung

Ich, Christian Schramm, Matrikel-Nr. s3001102, versicher hiermit, dass ich meinen Praxistransferbeleg mit dem Thema

*Suchmaschinenmarketing - Suchmaschinenmarketing Untertitel*

selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe, wobei ich alle wörtlichen und sinngemäßen Zitate als solche gekennzeichnet habe. Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

*Dresden, April 8, 2014*

---

Christian Schramm

