

Hier meine Einschätzung zum Thema Online-Marketing für [welcomegroups.com](http://welcomegroups.com)

Zielsetzung: ===== Die Website der [welcomegroups.com](http://welcomegroups.com) soll in den Zielmärkten DE, AT & CH zu potenziell interessanten Keywords wie Gruppenunterkuenfte, Gruppenreisen, Gruppenurlaub etc posititoniert werden.

Wichtig: Der Tourismusbereich ist online sehr stark umkämpft! Auch Google kämpft hier mit.

Und: Wir wollen in 3 Zielmärkten aktiv sein! Jeder Markt ist unterschiedlich kompetitiv, erfahrungsgemäß ist DE am umkämpftesten, gefolgt von AT und CH. **WIR FANGEN MIT DE AN**  
Status-Quo: ===== Die Domain rankt aktuell von sich aus allein in **keinem** der Zielmärkte unter potenziell interessanten Suchbegriffen, dh. sie ist quasi noch "unsichtbar"! Der Mitbewerb ist bereits mit etablierten Domains im Markt aktiv.

Die Website ist aktuell inhaltlich & technisch suboptimal vorbereitet um gegen den Mitbewerb bestehen zu können und es bedarf gezielter Maßnahmen, um die Suchmaschinen- sichtbarkeit zu erhöhen.



Diese Maßnahmen benötigen erfahrungsgemäß mindestens 6-12 Monate bis erste Teilresultate vorliegen, man kann davon ausgehen, dass man aber kontinuierliche Maßnahmen setzen muß und dies entsprechende kalkuliert werden sollte.

In stark umgämpften Keywordssets (Gruppenreisen etc) wird es sicher noch länger dauern, bis man sichtbar ist. Dazu genügt ein Blick auf diese Suchergebnisseite:

(Anlage gelöscht)

Darin sieht man: Die ersten 4 Resultate kommen fixen von Adwords, selbst wenn man Platz 1 unter "Gruppenreisen" ist, bekommt man nur eine Teil der Klicks.

In den Top-10 sieht man starke Marken gegen die man ankämpfen muss! z.b TUI, LTUR, inkl. Domainautorität (DA) - Unsere Website hat eine DA von 0, dh. wir müssen hier 1-2 Jahre Aufbauarbeit leisten um hier aufzuzeigen.

Der Mitbewerb ist sehr aktiv und besitzt gut etablierte Domains: z.b. [www.jugendtours.de](http://www.jugendtours.de)  
[www.meininger-hotels.com](http://www.meininger-hotels.com) [www.welcomeberlintours.de](http://www.welcomeberlintours.de) [www.gruppenunterkuenfte.de](http://www.gruppenunterkuenfte.de)  
[www.gruppenreisen.net](http://www.gruppenreisen.net) <http://www.vereinsreisen.com/>

<https://www.db-gruppen.de/gruppenreisen>

<https://www.husum-tourismus.de/Unterkunft-buchen/Gruppenangebote/Hotels-fuer-Gruppen>

Die Mitbewerber haben auch einige Ressourcen in SEO gesteckt wie man anhand der Sichtbarkeit sehen kann, z.B.

z.Vergleich - Jugendtours.de hat eine gleichstarke Sichtbarkeit wie [aohostels.com](https://www.aohostels.com) aktuell! Dh die tun sehr sehr viel für SEO!

**Wichtig:** Google hat die Seite [welcomegroups.com](https://www.welcomegroups.com) händisch auf den Status "gehackt" gesetzt. Es ist gelungen diese manuelle Abstrafung aufzuheben. Das ist eine wichtige Grundlage für die weitere Arbeit.

Quick-Check [welcomegroups.com](https://www.welcomegroups.com) ===== - Backlinks: Kein themenrelevanten Backlinks! Die Mitbewerber besitzen Domains die bereits viele Jahre alt, etabliert und gut verlinkt sind.

- Content - Die aktuelle Website verfügt noch über zu wenig Inhalte um in den Suchmaschinen gut aufgefunden zu werden. Ein Webkonzept sollte hier ausgearbeitet werden um neben den Buchungstrecken auch viele Inhalte abbilden zu können.

- OnPage-SEO Faktoren aktuell sind wesentliche OnPage Faktoren noch nicht in der Website berücksichtigt.

Die Website steht in einer ganz frühen Phase und es muss noch sehr viel erledigt werden, damit sie von sich alleine aus ranken kann. Hier muss man in großen Zeiträumen denken dh. 12-24-48 Monate und mehr.

Schon aus diesem Grund mein ehrliches Fazit: SEO dauert und benötigt Grundlagenarbeit (Contenterstellung und umfassendes Webkonzept, Onpage SEO, Offpage SEO usw) daher Empfehlung im Schritt 1 auf SEA (Adwords) zu setzen, um

- 1.) Besucher auf die Website bringen und das Geschäftsmodell zu testen
- 2.) Keywords herauszufinden, welche funktionieren und zu Buchungen führen.

Aufbauend auf diesen Daten kann man dann ein Webkonzept erstellen, und die Website auf Keywords ausrichten, die erreichbar sind.

Big-Picture: ===== Wichtige Hebel

im Online-Marketing sind:

1. Traffic (SEO, SEA, Facebook & Co, Referrals - Neue Besucher auf die Website bringen)
2. Conversions (Aus interessierten Besuchern echte Kunden machen)
3. Aus den richtigen Daten die richtigen Rückschlüsse ziehen: Webanalytics (welche Keywords sorgen für Umsatz)

Fokussiert in der Analyse hab ich hier vor allem auf den Punkt 1 (Traffic) wobei die anderen Hebel mitgedacht wurden. **Punkt 3 sollte sofort umgesetzt werden, Punkt 2 dannach, Punkt 1 kommt am Ende.**

Zeit/Kostenabschätzung: ===== Wichtig: Im Bereich Programmierung, Redaktion, PR etc. sollten man idealerweise zumindest mit 1-2 Fulltime Äquivalenten rechnen, dh. 1 Programmierer Sebastian Kühn 1 Texter Josephine Krumpolz 1 PR Stelle John Donnelly

Und man wird alle Ressourcen die man von A&O bekommen kann auch nutzen müssen um gegen den sehr aktiven Wettbewerb (Deutsche Bahn etc) bestehen zu können.

**Für den Anfang empfehle ich den Einkauf des Traffics dh. Adwords bzw. Nutzung von Synergieeffekten (Referrals) wo möglich.**

Im Bereich SEO sehe ich die nächsten 12 Monate Grundlagenarbeit (Webkonzept, Onpage SEO, Offpage SEO) und vermute, dass es **sehr schwierig wird** unter relevanten Suchbegriffen optimal gefunden zu werden.

Im ersten Schritt empfehle ich die Konzentration auf Begriffe, die nicht auf dem Radar der Konkurrenz sind und somit "leichter erreichbar". In Zielmärkten die nicht so umkämpft sind.

Investitionsempfehlung:

Laufende Beratung (SEO - Onpage, Offpage, Content-Marketing-Beratung, Website-Beratung) ab einem Mindestumfang v. 16 Std. im Monat für Zeitraum von 12 Monaten.  
Investitionsempfehlung 1920 € exkl. MwSt ( 16 Stunden / Monat) für Beratungsleistungen

Hinweis: Mit diesem Stundenkontingent lässt sich die notwendigste Basisarbeit zwar abdecken, aber im Idealfall sollte man hier ein mehrfaches an Zeit investieren, dh. 40/60/80 Stunden pro Monat.

## 2 Lösungswege - Langsam & gezielt (SEO) vs. Agil und schnell (SEA)

Ich persönlich empfehle im ersten Schritt die Website korrekt inhaltlich durchzuplanen und zu konzipieren, dann diese nach OnPage Faktoren zu programmieren und dann den Bereich Online/PR angehen würde. Dies dauert länger, aber bringt bessere Resultate. Das wäre der ideale Weg.

falls diese aus Zeit / Kostengründen nicht möglich wären, würde empfehlen den den Lean-Startup-Ansatz zu wählen und schrittweise vorgehen, dh. Parallel zu allen notwendigen Schritten auch gleich Fokussierung auf Adwords.

Constantin Rehberg kann uns in diesem Fall sicher mit seiner SEA-Agentur optimal weiterhelfen. Parallel muss an einer Website-Strategie (die auch Content-Marketing umfasst) gearbeitet werden, dannach muss die Website für die Faktoren On-Page & Offpage SEO vorbereitet werden.

Alles in allem ist das Vorhaben sicher sehr ambitioniert und es wird in keinem Fall ein Leichtes in diesem Segment sich zu positionieren (im Bereich SEO )

Wenn man Traffic einkauft (SEA) , was ich auch empfehle hat man alle Vorteile sofort und kann dann die Keywordsets optimieren, die zielführend sind.

**Sprich es wird wohl gut sein im ersten Schritt auf Adwords zu setzen und erst dann auf SEO. Trotzdem sollte jetzt schon an der SEO Strategie gearbeitet werden, damit man in 12, 24 und 48 Monate seine Ernte einfahren kann.**

Ich hoffe Dir eine kompetente Einschätzung gegeben zu haben und stehe für Rückfragen gerne zur Verfügung.

Achtung: Bin heute und morgen beruflich unterwegs und halte einen Workshop bei Kunden. Feedback per Email kann ich heute abend geben, persönlich bin ich ab freitag via Telefon erreichbar.

Liebe Grüße Jörg  
Wukonig