

Sebastian Günther

Suchmaschinenmarketing mit



**Eine Untersuchung zu Bedeutung, Möglichkeiten,
Erfolgsfaktoren und Risiken**

eingereicht als Diplomarbeit

HOCHSCHULE MITTWEIDA (FH)
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fachbereich Medien
Mittweida, 2007

Erstprüfer: Herr Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer
Zweitprüfer: Frau Dipl.-Ing. Sieglinde Klimant

Bibliografische Beschreibung

Günther, Sebastian:

Suchmaschinenmarketing mit Google

Eine Untersuchung zu Bedeutung, Möglichkeiten, Erfolgsfaktoren und Risiken - 2007 - 240 Seiten.

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Diplomarbeit.

Kurzreferat

Diese Arbeit widmet sich den Möglichkeiten, welche Google als Instrument für Online-Marketing bietet. Es wird gezeigt, dass Suchmaschinenmarketing für den Erfolg eines kommerziellen Internetauftrittes unbedingt notwendig ist, warum Google dafür das Mittel der Wahl ist und welche Möglichkeiten der Suchmaschinenbetreiber dafür zur Verfügung stellt.

Detailliert untersucht werden die Faktoren für eine erfolgreiche Platzierung einer Webseite in den organischen Suchergebnissen und der Einsatz von Google AdWords. Für beide Instrumente werden außerdem Manipulationsmöglichkeiten und Risiken des Einsatzes aufgezeigt und bewertet. Zukünftig wahrscheinliche Entwicklungstendenzen werden aufgezeigt.

Weiter wird der Einfluss Googles auf Informationsrecherche, Meinungsbildung und die Informationsgesellschaft insgesamt gezeigt - dabei wird besonders auf die kritischen Aspekte dieser Entwicklung eingegangen.

Inhaltsverzeichnis

Bibliografische Beschreibung	II
Kurzreferat	II
Inhaltsverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	XII
Abbildungsverzeichnis.....	XIV
Tabellenverzeichnis	XVI
Danksagung.....	XVII
1 Einleitung zur Arbeit.....	1
1.1 Relevanz der Untersuchung	1
1.2 Abgrenzung des Untersuchungsgebietes	2
1.3 Ziele der Arbeit	3
1.4 Gliederung und Aufbau der Arbeit	3
1.5 Informationslage	4
2 Überblick über Suchmaschinenmarketing	6
2.1 Definition & Abgrenzung von SEM	6
2.2 Bedeutung von SEM als Wirtschaftsfaktor	7
2.2.1 Bedeutung als Marketinginstrument	7

2.2.2	Bedeutung als Teil des Werbemarktes.....	11
2.3	Marketingkonzepte für SEM und SEO.....	14
2.3.1	Ziele.....	14
2.3.2	Strategie, Instrumente und Monitoring.....	15
2.3.3	Verfügbare Controlling-Kennzahlen.....	16
2.4	Vorteile & Nachteile des SEM.....	17
2.5	Untersuchung des Nutzerverhaltens.....	19
2.5.1	Generelle Nutzung von Suchmaschinen.....	19
2.5.1.1	Nutzung im B2C-Bereich.....	21
2.5.1.2	Nutzung im B2B-Bereich.....	21
2.5.2	Nutzerverhalten beim Suchen.....	23
2.5.3	Vergleich von Organic Listings und Paid Listing.....	26
2.6	Funktion & Geschichte von Suchmaschinen.....	28
2.7	Keywords als Grundvoraussetzung des SEM.....	29
2.7.1	Notwendigkeit und Ziele.....	29
2.7.2	Überblick über Gütekriterien von Keywords.....	30
2.7.2.1	Gütekriterium Relevanz.....	30
2.7.2.2	Gütekriterium Suchhäufigkeit.....	30
2.7.2.3	Gütekriterium Konkurrenzsituation.....	31
2.7.2.4	Kritik am Wert der Keyword-Effizienz.....	31
2.7.3	Strategie der Keyword-Auswahl.....	31
2.7.3.1	ShortHead vs. LongTail.....	32
2.7.3.2	Nutzung von Abhängigkeiten.....	33
2.7.3.3	Nutzung von Qualifiern.....	35
2.7.3.4	Möglichkeiten der Keyword-Auswahl.....	36
2.7.4	Fazit zur Keyword-Auswahl.....	38
2.7.4.1	Auswahl für Organic Listings.....	38
2.7.4.2	Auswahl für Paid Listings.....	38
2.8	Gestaltung von Landingpages.....	38

3	Google – Suchmaschine & Unternehmen.....	40
3.1	Suchmaschine Google zwischen 1998 und 2007	40
3.1.1	Entwicklung und Einfluss der Suchmaschine.....	40
3.1.2	Konkurrenzsituation bei Suchmaschinen.....	43
3.1.2.1	Yahoo	43
3.1.2.2	Microsoft	44
3.1.2.3	Neuentwicklungen	45
3.1.3	Erfolgsrezept PageRank	47
3.1.3.1	Definition des PageRank.....	47
3.1.3.2	PageRank-Formel und Random Surfer Modell	48
3.1.3.3	Praktische Bedeutung und Aktualität.....	50
3.2	Das Unternehmen Google	51
3.2.1	Philosophie und Mission	51
3.2.2	Finanzsituation und Image.....	53
3.2.3	Services und Expansion	55
3.2.3.1	Expansion in weitere Onlinemärkte.....	55
3.2.3.2	Expansion in Offline-Werbemärkte	58
3.2.3.3	Expansion in mobile Märkte.....	59
3.2.4	Einfluss und Monopol.....	61
3.3	Möglichkeiten, die Google für SEM bietet	64
3.3.1	Hilfe und Informationen für Webmaster	65
3.3.1.1	Google Webmaster Zentrale.....	65
3.3.1.2	Webmaster Tools.....	66
3.3.1.2.1	Das Dashboard	66
3.3.1.2.2	Der Sitemap-Dienst	68
3.3.2	Google Analytics	69
3.3.2.1	Überblick und Bedeutung	69
3.3.2.2	Funktionsweise des Tracking	70
3.3.2.3	Funktionen von Google Analytics	70
3.3.3	Website Optimizer	73
3.3.4	Tools zur Keyword-Analyse.....	74

3.3.5	AdWords Webpages	75
3.3.6	Google Maps	76
3.3.7	Google Base & Google Produktsuche	78
3.3.8	Das Google Verzeichnis	79
3.3.9	Contextual Ads mit Google AdSense.....	79
3.3.10	Weitere Tools für Online-Marketing.....	83
3.4	Datenschutz, Zensur und Überwachung?	85
3.4.1	Nutzerprofile contra Datenschutz.....	85
3.4.1.1	Länge der Datenspeicherung	87
3.4.1.2	Datenschutz als Wettbewerbsvorteil	87
3.4.1.3	Die Macht durch sensible Daten.....	88
3.4.2	Datensicherheit.....	89
3.4.3	Zensur und Überwachung.....	90
3.4.4	Gefahr der Manipulation	91
3.4.5	Fazit zum Datenschutz	92
3.5	Entwicklungstendenzen der Google-Suche.....	92
3.5.1	Relevanz und semantische Konzepte	94
3.5.2	Usability	95
3.5.3	Personalisierung	96
4	Organische Suchmaschinenoptimierung	98
4.1	Überblick über Suchmaschinenoptimierung	98
4.2	Faktoren der Suchmaschinenoptimierung	99
4.2.1	OnSite-Faktor Seiteninhalt	99
4.2.2	OnSite-Faktor Gliederung	100
4.2.3	OffSite-Faktor Verlinkung	104
4.2.3.1	Interne Verlinkung.....	104
4.2.3.2	Qualität der verlinkenden Seiten	106
4.2.3.3	Distanz der verlinkenden Seite.....	107

4.2.3.4	Themenbasierte Faktoren der Linkpopularität	108
4.2.3.5	Format, Position und Aktualität eines Links	110
4.2.3.6	Outbound-Links.....	110
4.2.3.7	Strategien für Verlinkungen.....	111
4.2.3.7.1	Beurteilung von Linkquellen	112
4.2.3.7.2	Linktausch	113
4.2.3.7.3	Links kaufen	114
4.2.3.7.4	Portal-Marketing	115
4.2.3.7.5	Social Media Optimization.....	117
4.2.3.7.6	LinkBaiting.....	118
4.2.3.7.7	Paid Reviews.....	119
4.2.3.7.8	Wikipedia-Einträge.....	119
4.2.3.8	Fazit zum Faktor Verlinkung	120
4.2.4	Faktor Nutzerverhalten	120
4.2.5	Weitere Faktoren für SEO	122
4.2.5.1	Lokales Targeting	122
4.2.5.2	Dateiformate	122
4.2.5.3	Zeitliche Kriterien	123
4.2.5.4	Blogs und RSS-Feeds.....	125
4.2.5.5	Sitelinks	126
4.2.6	Negativfaktoren für SEO.....	127
4.2.6.1	Faktoren der Indizierbarkeit	128
4.2.6.1.1	Nicht erlaubtes Indizieren.....	128
4.2.6.1.2	Dynamische Inhalte	128
4.2.6.1.3	FrameSets und IFrames	129
4.2.6.1.4	Grafiken und Grafikenüs	129
4.2.6.1.5	Schlechter Programmierstil	130
4.2.6.1.6	AJAX-Code	131
4.2.6.1.7	Flashinhalte	131
4.2.6.1.8	Fazit zu Faktoren der Indizierbarkeit	132
4.2.6.2	Duplicate Content.....	132
4.2.6.3	Unseriöse Webkataloge	135
4.3	Konkrete Aussagen zu SEO & deren Problematik.....	135
4.3.1	TopTen-Resultate mit über 2000 Suchbegriffen.....	136
4.3.2	Untersuchung der ersten 100 Treffer von Sistrix	136

4.3.3	Expertenbefragung von SEOmoz	137
4.4	Suchmaschinenmanipulation	138
4.4.1	Möglichkeiten der Suchmaschinenmanipulation.....	138
4.4.1.1	Keywordstuffing und Hidden Text.....	138
4.4.1.2	Doorway-Pages	139
4.4.1.3	Cloaking.....	140
4.4.1.4	Crosslinking & Linkfarmen	141
4.4.1.5	Linkhandel	141
4.4.1.6	Authority Spamming und Parasite Hosting.....	143
4.4.1.7	Kommentarspam	144
4.4.1.8	Weitere Techniken	146
4.4.2	Negatives SEO als Marketing-Strategie.....	146
4.4.3	Erkennen von Manipulationen.....	148
4.4.4	Konsequenzen von Manipulationen	150
4.4.5	Fazit - Tun oder Lassen?	153
5	Paid Listings mittels Google AdWords.....	156
5.1	Einführung und Funktion von Google AdWords	156
5.1.1	Anzeigekriterien für AdWords-Anzeigen.....	158
5.1.1.1	Formale Kriterien	158
5.1.1.2	Targeting	158
5.1.1.3	Kosten einer Anzeige.....	159
5.1.2	Adwords-Werkzeuge	160
5.2	Erfolgskriterien anhand des Qualitätsfaktors	162
5.2.1	Grundlagen des Qualitätsfaktors.....	162
5.2.2	Kriterium: Klickrate der Keywords	164
5.2.3	Kriterium: Formulierung des Anzeigentextes.....	165
5.2.4	Kriterium: Gestaltung der Landing Page.....	166
5.2.5	Fazit – Ungenügende Relevanz ist teuer	167
5.3	Kritische Aspekte des Einsatzes von Paid Links.....	168

5.3.1	Klickbetrug	168
5.3.1.1	Definition	168
5.3.1.2	Die Zahlen	169
5.3.1.3	Googles Maßnahmen	170
5.3.1.4	Langfristige Strategien	172
5.3.2	Brand Hijacking als Manipulation	172
5.3.2.1	Unbewusstes Brand Hijacking als rechtliches Risiko	173
6	Zusammenfassung der Ergebnisse & Ausblick	175
6.1	Bedeutung von Suchmaschinenmarketing	175
6.2	Google, die Konkurrenz und die Zukunft	176
6.3	Organisches Suchmaschinenmarketing	177
6.4	Paid Listings mittels AdWords	179
6.5	Rückschlüsse auf mögliche Entwicklungen	180
6.5.1	Manipulation	180
6.5.2	Behavioral Targeting	180
6.5.3	Mobile Suche und Lokales Marketing	181
6.5.4	Semantische Suche	181
6.5.5	Paid Listings	182
7	Literaturverzeichnis	A
7.1	Bücher - Monographien	A
7.2	Bücher - Sammelwerke	B
7.3	Hochschulschriften	B
7.4	Filme, Sendungen, Videos	C
7.5	Studien	D
7.6	Zeitungen	G

7.7	Zeitschriftenartikel	H
7.8	Zeitschriften (mehrere Artikel je Ausgabe)	I
7.9	Heise-Ticker.....	J
7.10	Internetquellen (Blogs, Foren, News, etc.).....	N
7.11	Firmenpublikationen.....	CC
7.12	Firmenpublikationen Google.....	HH
7.13	Gesetze.....	KK
7.14	Gerichtsurteile	KK
7.15	Korrespondenzen	KK
7.16	Normen	KK
7.17	Patente.....	LL
7.18	Podcasts.....	LL
7.19	Vorträge	LL
	Selbstständigkeitserklärung des Verfassers.....	NN

Abkürzungsverzeichnis

B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BEUC	Bureau Europe'en des Unions des Consommateurs
CD	Corporate Identity
CEO	Chief Executive Officer (Geschäftsführer)
CMS	Content Management System
CPA	Cost per Action
CPC	Cost per Click
CPM	Cost per Mile (Tausenderklickpreis)
CSS	Cascading Stylesheets
CTR	Click Trough Rate
DoS	Denial of Service (Attacke)
FSM	Freiwillige Selbstkontrolle Medien
GPRS	General Packet Radio Service
GPS	Global Positioning System
IP	Internet Protocol
ISP	Internet Service Provider
IT	Informationstechnologie
KEI	Keyword Efficiency Index
OHA	Open Handheld Association
PPC	Pay per Click
PR	Page Rank
QF	Qualitätsfaktor
SEO	Suchmaschinenoptimierung
SEO (2)	Suchmaschinenoptimierer (Person)
SEM	Suchmaschinenmarketing
SERP	Search Engine Result Page (Ergebnisseite)
sIFR	scalable Inman Flash Replacement
SM	Suchmaschine

SMO Social Media Optimization
TBPRder in der Google Toolbar angezeigte Tool Bar Page Rank
LSA Latent Semantic Analysis
LSI Latent Semantic Indexing
TLD..... Top Level Domain
TK Telekommunikation
(x)HTML(extended) Hypertext Markup Language

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.	Im Performance-Marketing eingesetzte Instrumente.....	9
Abbildung 2.	Nutzung einzelner Instrumente des SEM	9
Abbildung 3.	Entwicklung der SEM-Budgets in Unternehmen (Prognose bis 2009).....	10
Abbildung 4.	Medienvergleich: Nutzung und Anteil am Werbemarkt 2005	11
Abbildung 5.	Wachstumszahlen des US-Werbemarktes 2000-2007	12
Abbildung 6.	Umsatz US-Onlinewerbemarkt nach Instrumenten 1HJ. 2006 & 2007 ...	12
Abbildung 7.	Umsätze im dt. Onlinewerbemarkt nach Instrumenten	13
Abbildung 8.	Übersicht der Quellen zum Finden von Webadressen.....	20
Abbildung 9.	Käufer, die vor dem Kauf recherchierten (nach Branchen).....	21
Abbildung 10.	Grafische Darstellung der Eye-Tracking-Studie.....	24
Abbildung 11.	Zeiträume zwischen Recherche und Kauf bei Onlineshopping	25
Abbildung 12.	ShortHead und LongTail im Vergleich am Beispiel „Arzt“	32
Abbildung 13.	Mengenverhältnis ShortHead & LongTail	33
Abbildung 14.	Saisonale Schwankungen der Begriffe ‚Osterhase‘ und ‚Weihnachtsmann‘	34
Abbildung 15.	Agenda Setting am Beispiel ‚Knut‘ im Jahresverlauf 2007	34
Abbildung 16.	Vergleich: Suche nach alter und neuer Schreibweise bei ‚Schiffahrt‘	35
Abbildung 17.	Verknüpfung der Suchmaschinen nach ‚Supplier‘ und ‚Receiver‘	41
Abbildung 18.	Marktanteile von Suchmaschinen in Deutschland	42
Abbildung 19.	Der interaktive Yahoo-Search-Assistent	44
Abbildung 20.	Search Illustrated: Google PageRank Explained.....	49
Abbildung 21.	Entwicklung der Google-Aktie 2004 bis November 2007.....	54
Abbildung 22.	Funktionsweise von Google AudioAds	58
Abbildung 23.	Google Webmaster Tools.....	66
Abbildung 24.	Darstellung der Trichternavigation von Google Analytics.....	72
Abbildung 25.	Ausschnitte aus der interaktiven HeatMap von Google Analytics.....	72
Abbildung 26.	Funktionsweise des Website-Analysers.....	73
Abbildung 27.	Auswertung verschiedener Element-Kombinationen im Vergleich.....	73
Abbildung 28.	Lokale Suchergebnisse mittels Google Maps auf der SERP	76

Abbildung 29.	AdSense Heatmap	81
Abbildung 30.	Logo: AdWords Qualified Company	84
Abbildung 31.	Weitergabe von LinkJuice durch interne Verteilung	105
Abbildung 32.	Durchschnittspreis für Links – Vgl. Februar und September 2007	115
Abbildung 33.	Beispiel für eine TagCloud	125
Abbildung 34.	Potentiale durch RSS-Feeds	126
Abbildung 35.	Beispiel für angezeigte Sitelinks auf der Google SERP	127
Abbildung 36.	PageRank-Entwicklung bei Webkatalogen nach PR-Update 2007	135
Abbildung 37.	Funktionsweise von Cloaking	140
Abbildung 38.	Menge der angebotenen Links nach Monaten	142
Abbildung 39.	Entwicklung von Blog-Kommentaren und Kommentarspam	145
Abbildung 40.	Cluster der deutschen SEO-Blogs	149
Abbildung 41.	PR-Entwicklung bei Linkverkäufern nach dem PR-Update 2007	152
Abbildung 42.	Typische Linkpattern für gekaufte Links auf Webseiten	153
Abbildung 43.	Adwords-Anzeigen auf der SERP von Google	157
Abbildung 44.	Aufbau des AdWords-Kontos	157
Abbildung 45.	Möglichkeiten für lokales Targeting in Google Adwords	159
Abbildung 46.	Einflussfaktoren auf den Erfolg von AdWords-Kampagnen	163
Abbildung 47.	Gestaltung von Suchmaschineneinträgen	168
Abbildung 48.	Entwicklung von Klickbetrug nach Angaben von ClickForensics	169

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1.	Internetnutzung nach Alter	20
Tabelle 2.	Tabelle: Vergleichende Bewertung von Suchmaschinen.....	22
Tabelle 3.	Auswahlverhalten beim Suchen.....	23
Tabelle 4.	Länge der Suchphrasen nach Fischer und OneStat	23
Tabelle 5.	(A) Ergebnisse der Eye-Tracking-Studie.....	24
Tabelle 6.	(B) Klickraten von Paid Listings.....	24
Tabelle 7.	CRT für "Credit Card" & "Credit Cards", Juni 2007	27
Tabelle 8.	Beispiel einer KeyWord-Matrix.....	37
Tabelle 9.	Marktanteile USA im Mai 2007.....	41
Tabelle 10.	Suchmaschinennutzung weltweit im Vergleich - August 2007	42
Tabelle 11.	Logarithmische Struktur von Pagerank.....	49
Tabelle 12.	Google Gewinn und Umsatz 2001-2006.....	53
Tabelle 13.	Möglichkeiten, die Index-Statistik auszuwerten.....	67
Tabelle 14.	Liste der häufigsten 25 lokalen Suchanfragen	76
Tabelle 15.	Die wichtigsten Rankingfaktoren nach SEOmoz (2007 & 2005)	138
Tabelle 16.	Durchschnittlicher Spamanteil in Suchmaschinen.....	154

Danksagung

Vielen Dank an alle, die mit motivierenden Worten, konstruktiver Kritik und wertvollen Ratschlägen zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben.

1 Einleitung zur Arbeit

1.1 Relevanz der Untersuchung

Die Datenmenge im World Wide Web wächst ständig. Durchschnittlich aller sechs Monate verdoppelt sich die Menge der Inhalte. Jeden Tag werden allein 5000 neue „de“-TopLevel-Domains registriert. Dem entsprechend wächst die Zahl der angebotenen Services. Das Internet ist aus dem Alltag der weitaus meisten Menschen nicht mehr wegzudenken und mittlerweile die primäre Informationsquelle für Produkte und Dienstleistungen geworden.

Je größer das Web wird, desto wichtiger werden gute Suchmaschinen, die das Internet durchsuchbar machen - denn es ist unmöglich, sich alle benötigten URL's zu merken und redaktionell betreute Webkataloge sind dem Wachstum des Mediums lange nicht mehr gewachsen. Suchmaschinen haben sich während der letzten 10 Jahre als Mittel der Wahl etabliert, um Informationen im Internet zu finden. Sie kanalisieren Besucher- und Käuferströme und sind somit der zentrale Verteiler der Informationsgesellschaft.

Vor dem Hintergrund des wachsenden Marktes ist offensichtlich, dass es für die meisten Angebote im Internet Substitute gibt. Es gilt also nicht nur im Internet gefunden zu werden, sondern besser gefunden zu werden als direkte und indirekte Konkurrenten. Besser gefunden werden Seiten, die weiter oben in den Trefferlisten der Suchmaschinen stehen. Unternehmen sollten im Sinne eines Wettbewerbsvorteils also daran interessiert sein, möglichst vorn gelistet zu werden.

Suchmaschinen finden und bewerten die Inhalte des WorldWideWeb mittels Algorithmen. Die Algorithmen selbst können nicht beeinflusst werden. Die jeweilige Position in der Ergebnisliste wird allerdings desto besser sein, je exakter die Kenntnisse um diese Algorithmen und je konsequenter deren Anwendung auf Inhalt und Struktur einer Webseite sind.

Andererseits haben Suchmaschinenbetreiber ein Interesse daran, möglichst relevante Ergebnisse auf eine Suchanfrage zu liefern, ohne dabei vom Webseitenbetreiber beeinflusst zu werden. Auch wird die Suchmaschine am häufigsten genutzt, welche dem Suchenden die relevantesten Suchergebnisse liefert, sich also am wenigsten manipulieren lässt.

Hier konnte sich Google in den letzten 10 Jahren gegen alle Konkurrenten durchsetzen und ist heute weltweit Marktführer. In vielen europäischen Ländern - darunter auch in Deutschland - besitzt Google ein Quasi-Monopol. Wer in Deutschland über Suchmaschinenoptimierung spricht, meint also in Wirklichkeit Google-Optimierung.

Paid Listings ist das zweite große Werkzeug im Suchmaschinenmarketing. Genauso wie für organische Suchergebnisse gilt auch hier, dass ein Klick auf eine Anzeige für den Suchenden relevant sein muss, da das Erlösmodell des Suchmaschinenbetreibers sonst nicht funktionieren würde, weil Suchmaschinen fast 100% durch Einnahmen über das Schalten von Werbung (Paid Listings) erzielen.

1.2 Abgrenzung des Untersuchungsgebietes

Folgende angrenzende Aspekte werden aus unterschiedlichen Gründen in dieser Arbeit nicht behandelt:

Detaillierte technische Hintergründe der Funktionsweise von Suchmaschinen werden nicht beleuchtet, weil sie der Autor für das Verständnis um erfolgreiches SEM für wenig wichtig erachtet.

Eine Betrachtung von Google AdSense als Marketinginstrument wird nur ansatzweise vorgenommen. Einerseits weil AdSense trotz der Integration in Google AdWords kein Instrument des eigentlichen Suchmaschinenmarketing ist und andererseits weil eine Untersuchung aller mit AdSense möglichen Werbeformen den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde.

Aspekte von Social Media Optimization werden in der Arbeit nur insoweit behandelt, wie sich deren Optimierung auf das Google-Ranking auswirkt. Gleiches gilt für Affiliate Marketing und Data Feed Optimization für Google Base und die Produktsuche.

Eine Bewertung von Software, deren Einsatz bei der Tätigkeit des Optimierens und der Planung von Marketingmaßnahmen hilfreich ist¹, wird bis auf Werkzeuge aus dem Hause Google und solchen zur Keywordrecherche außen vor gelassen.

Übliche Methoden der Suchmaschinenmanipulation werden gezeigt und bewertet, auf deren Erfolgskriterien wird aber nur vor dem Hintergrund der Abgrenzung zur Suchmaschinenoptimierung („WhiteHat“) eingegangen. Empfehlungen und Erfolgskriterien für Suchmaschinen-Spamming und andere

¹ Sammlung mit Beschreibung unter:

<http://www.fi-ausbilden.de/seo-tools.html>

<http://www.seo-united.de/links-tools/>

‚BlackHat‘-Methoden werden nicht gegeben. Einerseits weil sich deren Rahmenbedingungen zu schnell ändern und andererseits weil BlackHat-Methoden unter keinen Umständen Teil eines nachhaltig orientierten Marketingkonzeptes sein dürfen.

1.3 Ziele der Arbeit

Diese Arbeit soll begründen, dass proaktives Suchmaschinenmarketing für einen erfolgreichen Internetauftritt zwingend notwendig ist und das Google dabei das Mittel der Wahl ist. Es soll außerdem gezeigt werden, welche Instrumente Google bietet, um Suchmaschinenmarketing zu betreiben. Für die Instrumente Paid Listing und organische Suche sollen deren Relevanz, bestehende Einflussmöglichkeiten und Risiken der Nutzung aufgezeigt werden. Weitere Möglichkeiten, die Google als Marketinginstrument bietet und die sich teilweise direkt auf das Ranking auswirken, werden beleuchtet.

Die wichtigsten Erkenntnisse der einzelnen Kapitel werden jeweils zusammengefasst. In der Arbeit wird außerdem der Versuch unternommen, aus der bisherigen Entwicklung und dem aktuellen Stand auf mögliche resultierende zukünftige Entwicklungen zu schließen und Empfehlungen für deren Nutzung abzuleiten.

Vor diesem Hintergrund wird das Unternehmen Google vorgestellt, um zu zeigen, welche enorme Bedeutung es bereits heute erlangt hat, mit welcher Dynamik es agiert und welches Potential Google innewohnt. Dabei wird auch auf kritische Aspekte wie Monopolisierung, Daten- und Verbraucherschutz und Meinungsmacht eingegangen.

1.4 Gliederung und Aufbau der Arbeit

In **Kapitel zwei** wird auf die Grundlagen des Suchmaschinenmarketing eingegangen. Nach Definition und Abgrenzung wird dessen Bedeutung als Marketinginstrument für das einzelne Unternehmen und als Wirtschaftsfaktor im Werbemarkt untersucht. Dies erfolgt auch vor dem Hintergrund des Nutzerverhaltens bei der Suche. Grundlagen von Marketingkonzeptionen werden aufgezeigt und zur Erfolgsbewertung nötige Kennzahlen in diesem Zusammenhang erläutert. Die Funktionsweise von Suchmaschinen wird grundlegend erklärt. Keywords werden als Grundlage des Suchmaschinenmarketing vorgestellt und Strategien für eine entsprechende Auswahl anhand der Gütekriterien behandelt. Zudem wird auf Erfolgsfaktoren von Landingpages eingegangen.

Kapitel drei beschäftigt sich mit Google als Suchmaschine, als Unternehmen und als Marketinginstrument. Ausgehend von einer vergleichenden Analyse des Suchmaschinenmarktes wird auf die Besonderheiten

von Google und dessen PageRank eingegangen und Entwicklungstendenzen des Suchalgorithmus, welche zukünftig eine stärkere Rolle spielen, werden aufgezeigt. Das Unternehmen Google wird detailliert vorgestellt, um ein Verständnis für dessen Einfluss auf Informationsrecherche, Meinungsbildung und die Informationsgesellschaft insgesamt zeigen zu können. Dabei wird auch auf kritische Aspekte des Google-Hypes eingegangen. Werkzeuge und Informationen, welche das Unternehmen für Marketing bietet, werden detailliert untersucht.

Kapitel vier untersucht Erfolgsfaktoren für die organische Suchmaschinenoptimierung. Dabei wird hauptsächlich zwischen den OnSite-Faktoren Seiteninhalt und Gliederung, der Verlinkung als Offsite-Faktor und dem Benutzerverhalten unterschieden. Mögliche Strategien für die Verlinkung werden gezeigt und bewertet. Es wird auf kritische Faktoren der Optimierung eingegangen und die Frage beantwortet, inwieweit es sinnvoll ist Suchmaschinenmanipulation zum Erzielen besserer Rankings einzusetzen.

In **Kapitel fünf** wird auf AdWords - das zweite große Instrument von Google im Suchmaschinenmarketing - eingegangen. Erfolgsfaktoren wie Anzeigekriterien und Aspekte des Qualitätsfaktors werden untersucht. Die Problematik von Klickbetrug und Brand-Hijacking wird beschrieben und Maßnahmen zu deren Vermeidung gezeigt.

In **Kapitel sechs** wird ein Fazit der Arbeit gezogen. Die in den einzelnen Kapiteln gefundenen Ergebnisse werden dazu in ihrem Zusammenhang kurz vorgestellt. Ein Ausblick auf die zu vermutende Entwicklung des Suchmaschinenmarketing schließt die Arbeit ab.

1.5 Informationslage

Die wachsende Bedeutung des Themas wird auch anhand der Literaturrecherche deutlich. So fällt auf, dass entsprechende Literatur zu Suchmaschinenmarketing erst ab etwa 2004 existiert.

Valide Untersuchungen zu Auswirkungen einzelner Aspekte des Suchmaschinenmarketing sind jedoch, vermutlich ob des hohen Aufwandes beim Erstellen von repräsentativen Studien, nicht vorhanden. Eine Ursache dafür ist die restriktive Informationspolitik der Suchmaschinenbetreiber, welche gezielte Manipulationen des Ranking-Algorithmus erschweren soll.

Als Informationsquellen sind deshalb Blogs und Foren unentbehrlich. Dort gelieferte Informationen sind zwar wissenschaftlich meist nicht exakt validiert, haben aber oft eine höhere Aktualität, Tiefgründigkeit und vor allem Relevanz, als gedruckte Informationen.

Um eine möglichst hohe Objektivität zu gewährleisten, wurde die Informationsrecherche sehr umfassend und über einen längeren Zeitraum durchgeführt, Diskussionen und Kommentare in Blogeinträgen verfolgt und versucht, einzelne Aussagen an anderer Stelle zu validieren.

Viele SEO-Agenturen publizieren spezifische Informationen aus Marketinggründen, um ihre Kompetenzen zu beweisen und wohl nicht zuletzt, um in Suchmaschinen gefunden zu werden. Bei der Auswertung und Bewertung dieser Daten muss allerdings der Unternehmenszweck der Agenturen und ihr Interesse der Kundenaquise berücksichtigt werden.

Die vordergründig existierende, unerschöpfliche Informationsmenge zum Thema organische Suchmaschinenoptimierung (vgl. Kapitel 4) spiegelt deshalb nur einen Teil der Wahrheit wider. Zu allen Informationen über Bedeutung von SEM und Nutzerverhalten (vgl. Kapitel 2) im Internet kann dagegen auf zahlreiche Studien zurückgegriffen werden. Für aktuelle Informationen über den IT-Markt war Heise.de eine große Hilfe und Informationen zu Einsatzmöglichkeiten über Google-Tools stammen zu einem großen Teil aus Google-Publikationen bzw. wurden unter Benutzung der Werkzeuge selbst zusammengetragen.

Jegliche Publikationen zum Thema müssen unter dem Aspekt der hohen Dynamik des Marktes besonders kritisch auf ihre Aktualität und Relevanz bewertet werden. Anspruch war es, aktuelle Geschehnisse in einen längerfristigen zeitlichen Context einzubeziehen und allgemein gültige Aspekte zu finden.

7 Literaturverzeichnis

7.1 Bücher - Monographien

- Beus, Johannes: Suchmaschinenoptimierung für Einsteiger (Version 1.2). 19. 2. 2007, www.sistrix.com/suchmaschinenoptimierung-fuer-einsteiger, 3. 5. 2007
- Conrady R./ Japersen, T. / Pepels W.: Online-Marketing-Instrumente. Angebot, Kommunikation, Distribution, Praxisbeispiele. Münster 2002
- Daeschner, Tobias: Einstieg in osCommerce xt:Commerce. Bonn 2005
- Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinen-Optimierung für Webentwickler. Grundlagen, Ranking optimieren, Tipps und Tricks. Bonn 2006
- Fischer, Mario: Website Boosting. Suchmaschinenoptimierung, Usability, Webseiten-Marketing. Heidelberg 2006
- Fissenewert, Renée / Schmidt, Stephanie: Konzeptionspraxis. Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute - Mit einleuchtenden Betrachtungen über den Gartenzweig, Frankfurt am Main 2002
- Gergey, Aurel. Erfolgreiche Suchbegriffe – Wonach Kunden im Netz suchen: Tipps für die Keyword-Recherche. 2007 www.mehrclicks.ch
- Glögler M.: Suchmaschinen im Internet. Berlin 2003
- Greifeneder, Horst. Erfolgreicher Suchmaschinenmarketing – Wie Sie bei Google, Yahoo, MSN & Co. ganz nach oben kommen. Wiesbaden, 2006
- Grimmer, Florian: Suchmaschinen-Marketing. Kundengewinnung durch bezahlte Suchergebnisse. Bochum/Freiburg 2005
- Kotler u.a. 2003: Grundlagen des Marketing. – 3., überarb. Aufl. – München u.a.: Prentice Hall, 2003
- Machill, M. / Welp C.: Wegweiser im Netz – Qualität und Nutzung von Suchmaschinen. Gütersloh 2003
- McGaffin, Ken / Binnie Archie: Linking-Matters-Report - Anleitung zur effektiven Vermarktung von Websotes durch Link-Kampagnen. ohne Ort, 18. 9. 2003 www.linkmarketing.info/download/linking-matters-deutsch.pdf, 15. 2. 2007
- Meffert: Marketing. – 9., überarb. u. erw. Aufl. – Wiesbaden: Gabler Verlag, 2000
- Morrissey, B., Advertisers Use Search or Branding, In: The Online Newspaper of Record for Direct Marketers (<http://www.dmnews.com>) 2004.

- Philippi, Robert: Internet Suchmaschinen. Suchmethodik – Erlösmodelle – Preisstrategien – Ein analytischer Vergleich. Bonn 2006
- Rodriguez, Mari José Gallego: Erfolgreich werben mit Google AdWords - Wie Sie neue und qualifizierte Website-Besucher erreichen. 2005, Ihre Werbekosten senken und Ihre Verkäufe erhöhen können, <http://www.payperclickhilfe.de/>, 2. 2. 2007
- Rodriguez, Mari José Gallego: Suchmaschinenmarketing für Einsteiger. 2005, http://www.ecycle.de/software-download/suchmaschinen_marketing_kurs-Details-95.html, 2. 5. 2007
- Siemers, Johannes: Onlinehandbuch der Suchmaschinenoptimierung, 14. 2. 2006
<http://www.internetmarketing-news.de/suchmaschinenoptimierung/seo-buch-version-1/on-page-optimierung.php#title-tag>, 30. 4. 2007
- Stolpmann, Markus: Kundenbindung im E-Business. Loyale Kunden – nachhaltiger Erfolg. Bonn 2000
- Stuber, Lukas: Suchmaschinen-Marketing. Direct Marketing im Internet. Zürich 2004
- Werner, Andreas: Marketing-Instrument Internet. Strategie – Werkzeuge – Umsetzung. Heidelberg 2003

7.2 Bücher - Sammelwerke

- Winter, Jörn (Hrsg.): Handbuch Werbetext. Von guten Ideen, erfolgreichen Strategien und treffenden Worten. Frankfurt am Main 2004

7.3 Hochschulschriften

- Bibliothek der Hochschule Mittweida: Hinweise zur Gestaltung von Hochschulschriften (Diplomarbeit, Masterarbeit u. dgl.) an der Hochschule Mittweida (FH). April 2005, http://www.htwm.de/hsb/Diplom/HinweisHS_Schriften.pdf, 3. 5. 2007
- Bierling, Stephan: Die fünf häufigsten Fehler beim Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten. Universität regensburg, Fakultät III, www.uni-regensburg.de/Fakultaeten/phil_Fak_III/Politikwissenschaft/Tipps_fur_wissenschaftliche_Arbeiten.pdf, 3. 5. 2007
- Brin, Sergey / Page, Lawrence: The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine. Stanford University, Computer Science Department, Stanford CA, 1998
- Gausenburger, Herbert: Methoden und Relevanz der Suchmaschinenoptimierung. Diplomarbeit, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Mittweida 2006
- Geiger, Lars: Google Hardware Architektur. Vortrag im Hauptseminar „Inside Google“, Universität Stuttgart, Fachbereich Informatik, 2005, <http://www.informatik.uni->

stuttgart.de/fmi/szs/teaching/ws0506/google/ausarbeitungen/geiger_folien.pdf, 27. 4. 2007

Greiner, Andreas: Kritische Erfolgsfaktoren im Suchmaschinen Marketing und die Erfolgsmessung durch Web-Controlling. Diplomarbeit. 20. 5. 2007, Linz, <http://www.aim.at/>, 15. 11. 2007

Junghoo Cho & Sourashis Roy, UCLA, Computer Science Department: Impact of Search Engines on Page Popularity. Los Angeles, 2003 oder später, <http://oak.cs.ucla.edu/%7Echo/papers/cho-bias.pdf>, 23. 10. 2007

Kanaeva, Zara: Ranking – Google und CiteSec. Konrad-Zuse-Zentrum Berlin, 2004, <http://www.zib.de/Publications/Reports/ZR-04-55.pdf>, 2. 5. 2007

Kostov, Vladimir: Wie funktioniert eigentlich Google? Seminarunterlagen „KnowledgeDiscovery and Text Mining“, Institut für Angewandte Informatik und Formale Beschreibungsverfahren, Universität Karlsruhe (TH), <http://www.aifb.uni-karlsruhe.de/Lehre/Sommer2006/kdtm/stuff/google-intro.pdf>, 17. 2. 2006

Liebig, Torsten: Social Software im Marketing - Eine Analyse über Potentiale und Risiken beim Einsatz von Weblogs im Hochschulmarketing. Diplomarbeit, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Mittweida 2006

Technische Hochschule Berlin – University of Applied Sciences Fachbereich 1: Hinweise zur Gestaltung von Bachelor- und Masterarbeiten. Mai 2005, [http://fbi-www.tfh-berlin.de/download/FB I Hinweise zur Gestaltung von Bachelor und Masterarbeiten.pdf](http://fbi-www.tfh-berlin.de/download/FB_I_Hinweise_zur_Gestaltung_von_Bachelor_und_Masterarbeiten.pdf), 3. 5. 2007

Wied, Michaela / Hilmer, Ludwig (Hrsg.): Verbindliche Richtlinien und Hinweise für das Anfertigen von schriftlichen Arbeiten im Fachbereich Medien an der Hochschule Mittweida (FH). Diplomarbeit, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Mittweida 2006

7.4 Filme, Sendungen, Videos

University of Applied Sciences Ulm - Digital Media 2007: Google Master Plan - About the Power of Google.

NDR: Zapp Special. 7. 6. 2006

NDR: Zapp Special. 7. Juni 2006, 23.00 Uhr

SBS: Cutting Edge 4. 7. 2006

SBS: Cutting Edge. Google Behind The Screen 4. 7. 2006

ARTE: Wer hat Angst vor Google. 20. 4. 2007

ARTE: Wer hat Angst vor Google. 20. 4. 2007, 22:10 Uhr

7-5 Studien

- Accenture: U.S. Consumers Increasingly Going Online And Calling Stores To Research Product, Availability And Price, Accenture Survey Finds. 4. 4. 2007, http://accenture.tekgroup.com/article_display.cfm?article_id=4529, 23. 10. 2007
- BVDW: OVK-Online-Report. 2007/2 http://www.bvdw.org/fileadmin/downloads/fachgruppen/Online-Vermarkterkreis/OVK_Report_2007_02.pdf, 23. 10. 2007
- Click Forensics: Click Fraud Index 2007, <http://clickfraudnetwork.com/content/ClickFraudIndex.aspx?referrer=clickfraudindex.com>, 23. 10. 2007
- Clickfraudnetwork: Click Fraud Index. 19. 7. 2007 <http://clickfraudnetwork.com/content/ClickFraudIndex.aspx?referrer=clickfraudindex.com>, 4. 9. 2007
- Close the Loop - Understanding Search and Display Synergy. Yahoo Research. 4, 12, 2006, http://us.i1.yimg.com/us.yimg.com/i/adv2/pdf/brainfood/close_the_loop.pdf, 5.5. 2007
- Did-it, Enquiro, and Eyetools Uncover Google's Golden Triangle. PRWeb, März 2005, <http://mediaserver.prweb.com/pdfdownload/213516/pr.pdf>, 12. 2. 2007
- Die Jahresentwicklung der Suchmaschinenpreise 2006 (SPIXX Jahresrückblick 2006). explido WebMarketing GmbH & Co. KG, 2006, http://www.lunapark.de/fileadmin/studien/SPIXX_Jahresueckblick_2006.pdf, 3. 5. 2007
- Europe's Search Engine Marketing Forecast 2004 To 2010. Cambridge, Forrester Research Inc., 11 März 2005, <http://www.forrester.com/Research/Document/Excerpt/0,7211,34197,00.html>, 27. 4. 2007
- GfK-Wirtschaftswoche-Werbeklima-Studie 2006. GfK Marktforschung. 11. November 2005, http://www.gfk.com/imperia/md/content/presse/studien_und_publicationen/gfk-wiwo-werbeklima-studie_2006.pdf, 3. 5. 2007
- iProspect Search Engine User Attitudes April-May 2004. iProspect 2004, <http://www.iprospect.com/premiumPDFs/iProspectSurveyComplete.pdf>
- Jahresentwicklung der Suchmaschinenpreise 2006. Explido Webmarketing GmbH, http://www.explido-webmarketing.de/spixx_studie.htm, 4. 5. 2006
- Link Preis Index: Der Handel mit Textlinks. 24. 8. 2007 (Searchlab) <http://www.link-preis-index.de/blog/2007/08/24/der-handel-mit-textlinks-gerat-in-verruf/>, 8. 10. 2007

- Marketers' Internet Ad Barometer 2006. European Interactive Advertising Association 2006
zitiert auf: Netprofit Webseitenoptimierung: Trend zur Online-Werbung. 5. 12.
2006, <http://blog.suchmaschinen-optimierungen.info/trend-online-werbung-studie>,
27. 4. 2007
- Nielson Netratings: Pressemitteilung 20. 6. 2007,
http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_070620.pdf, 23. 10. 2007
- Online-Marketing - Erfahrungen und Erfolgsdeterminanten aus Sicht deutscher Unternehmer
und Marketingverantwortlicher (Marketingleiter) - Ergebnisse einer Befragung.
team:inmedias, 2006, [http://www.inmedias.de/download/Studie-Online-Marketing-
Extrakt.pdf](http://www.inmedias.de/download/Studie-Online-Marketing-Extrakt.pdf), 3. 5. 2007, auch zitiert bei: [http://www.typo3-macher.de/seo-
studie.html](http://www.typo3-macher.de/seo-studie.html), 3. 5. 2007
- Online-Trends 2006. marketing-Börse, 2006, zitiert auf: crmmanager.de – das CRM-Portal.
6/2006, [www.crmmanager.de/magazin/artikel_1057_studie_online_trends
_2006_marketing_boerse.html](http://www.crmmanager.de/magazin/artikel_1057_studie_online_trends_2006_marketing_boerse.html), 25. 4. 2007
- OVK Onlinereport 2006/02. Berlin, Online-Vermarkterkreis im BVDW, 2006,
www.ovk.de/all/dl/ovk_brosch_0906_041006s04.pdf, 12. 3. 2007
- OVK Onlinereport 2007/01. Berlin, Online-Vermarkterkreis im BVDW, 2007,
http://www.bvdw.org/uploads/media/OVK_OnlineReport_200701.pdf, 3. 5. 2007
- Performance Marketing Studie 2006. Augsburg, Explido WebMarketing GmbH & Co. KG.
www.explido-webmarketing.de/pdf/Performance_Marketing_2006_Studie.pdf, 13. 2.
2007
- PPC-Studie. Atlas Institut, Juli 2004, <http://www.atlassolutions.com/>,
- Privacy International: Race to the Bottom? 2007,
<http://www.privacyinternational.org/issues/internet/interimrankings.pdf>, 23. 10.
2007
- Search Before the Purchase - Suchaktivitäten der Online-Käufer. Double Click Inc, Februar
2005. http://emea.ie.doubleclick.net/documents/DE_search_0502_rv2.pdf, 18. 1.
2007
- Search Engine Ranking Factors V2. seomoz.org, 2. 4. 2007,
<http://www.seomoz.org/article/search-ranking-factors>, 5. 5. 2007
- Search Engine Users -Internet searchers are confident, satisfied and trusting, but they are also
unaware and naive. Washington, PEW INTERNET & AMERICAN LIFE
PROJECT, 2005, http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Searchengine_users.pdf, 8.
3. 2007

- SIIA (Software & Information Industrie Association): Ten Most Significant eCommerce Developments of the Last Decade. 11. 7. 2007, www.siiia.net/press/releases/eCommerce_Top_10.pdf, 23. 10. 2007
- Studie DoubleClick Touchpoints IV - How Digital Media Fit into Consumer Purchase Decisions. November 2006, http://www.doubleclick.com/us/knowledge_central/research/advertising/, 30. 2. 2007
- Studie zur Suchmaschinen-Optimierung deutscher Unternehmenswebsites. Bloofusion, 2005, <http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/seo-studie-2005/>, 12. 1. 2007
- Studie zur Suchmaschinenoptimierung und Einhaltung der Impressumspflicht auf Unternehmer-Websites in der Region Bayreuth. Bayreuth, Dr. Stephan Ott – www.linksandlaw.de, 2005, <http://www.linksandlaw.de/studie-suchmaschinenoptimierung.htm>
- Suchmaschinenmarketing in der Schweiz - Erfahrungen, Ziele, Budgets [Management Summary]. Zürich, Angelink yourposition GmbH, 2006, http://www.yourposition.ch/user_content/editor/files/pdf/mgmt_summary_studie_smm.pdf, 9. 2. 2007
- Suchmaschinenmarketing Studie – Google Analytics, 2006 http://www.studie.suchmaschinenmarketing.com/studie_google_analytics.php, 12. 1. 2007
- Visual attention to Online Search Engine Results - An exploration into differences in eye movements between consumers searching for product information and consumers searching for product transactions using Google, MSN (now Windows Live Search), Ilse, Kobala, and Lycos. De Vos & Jansen & Check It, 2005, http://www.checkit.nl/pdf/eyetracking_research.pdf, 2. 4. 2007
- Welche Werbewirkung erzielen Textlinks in Suchmaschinen, Hamburg, eprofessional GmbH, 2003, [http://www.wellness-site.de/marketing.nsf/5A52EEA6497E6C3EC1256E29006090E1/\\$File/studie_werbewirkung_textlinks_eprofessional.pdf](http://www.wellness-site.de/marketing.nsf/5A52EEA6497E6C3EC1256E29006090E1/$File/studie_werbewirkung_textlinks_eprofessional.pdf), 27. 4. 2007
- WWW-Benutzer-Analyse W3B, Hamburg, eprofessional GmbH, 2005 zitiert in: Pressemitteilung - Suchmaschinen-Marketing: Exklusiv-Studie belegt die Notwendigkeit von guten Suchmaschinen-Rankings auch für etablierte Marken. Hamburg, 14. 06. 2005, http://www.eprofessional.de/html/presse_mitteilungen/pm-14-06-2005_w3b.html, 26. 3. 2007

7.6 Zeitungen

- Der Standard: Google mit "AdWords Webpages": Neues Marketing-Tool für Kleinunternehmen. 26. 9. 2007, <http://derstandard.at/?url=?id=2914712>, 26. 9. 2007
- Greenberg, Andy im Forbes Interview: The Saboteurs Of Search. 28. 6. 2007, http://www.forbes.com/2007/06/28/negative-search-google-tech-ebiz-cx_ag_0628seo.html, 23. 10. 2007
- New York Times: Times to Stop Charging for Parts of Its Web Site. 18. 9. 2007, http://www.nytimes.com/2007/09/18/business/media/18times.html?_r=1&oref=slogi, 23. 10. 2007
- Schmidt, Eric: Standpunkte: Wir brauchen globale Datenschutzstandards" in FAZ. 17. 9. 2007, <http://www.faz.net/IN/INtemplates/faznet/default.asp?tpl=common/zwischenseite.asp&dx1={698838CF-FEB1-8745-346D-7C4A07635B4D}&rub={CFE98609-2F12-433C-B175-7C5606AABBD6}>, 3. 10. 2007
- Schwäbische Zeitung Online: Google kauft Firma mit Handy-tauglicher Software, <http://www.szon.de/news/multimedia/aktuell/200710100729.html>, 23. 10. 2007
- Priesching, Doris in DER STANDARD: James Der Derian: Medien sind seit 9/11 Angst-Multiplikatoren. Printausgabe, 31.8.2007
- Financial Times Deutschland: Microsoft greift Google an. 27. 9. 2007, http://ftd.de/technik/medien_internet/Microsoft%20Google/258450.html, 23. 10. 2007
- Vise, David A: Googling Google. In: washingtonpost.com, 15. 12. 2005, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/discussion/2005/12/12/DI2005121201136.html>, 30. 4. 2007
- Forbes.com: Condemned To Google Hell Andy Greenberg 30. 4. 2007, http://www.forbes.com/technology/2007/04/29/sanar-google-skyfacet-tech-cx_ag_0430googhell.html, 23. 10. 2007
- Handelsblatt: Google und Xing fordern Facebook heraus. 31. 10. 2007 <http://www.handelsblatt.com/News/Technologie/IT-Trends-Internet/pv/p/204016/t/ft/b/1344940/default.aspx/google-und-xing-fordern-facebook-heraus.html> 1. 11. 2007

7.7 Zeitschriftenartikel

- Bager, Jo: Gerangel an der Bande - Google AdWords - Werbung mit Risiken, In: c't 13/2004, 170
- Bager, Jo: Turbolift ins Ungewisse - Manipulationsmaschen bei Suchmaschinen. In: c't, Nr. 9/2005, 164ff
- Bager, Jo: Aufsteiger - Websites mit dem Internet Business Promoter suchmaschinengerecht aufbereiten. In: c't, Nr. 9/2005, 158ff
- Bager, Jo: Virtuelle Schwärme - erste Ergebnisse des c't-Suchmaschinen-Optimierwettbewerbs. In: c't, Nr. 10/2005, 43ff.
- Bager, Jo / Becker-Fochler, Jan: Forellenschwemme - Wettbewerb zur Suchmaschinenoptimierung: Ergebnisse des ersten Stichtags. In: c't, Nr. 12/2005, 38ff.
- Bager, Jo / Becker-Fochler, Jan: Dicke Fische - Zweite Runde des c't-Suchmaschinen-Optimierungswettbewerbs. In: c't, Nr. 1/2006, 76ff.
- Bager, Jo: Der Datenkrake - Google und der Datenschutz. In: c't, Nr. 10/2006, 168ff.
- Bager, Jo: Europäische Gegenströmung - Bestrebungen zur Entwicklung europäischer Google-Konkurrenten. In: c't, Nr. 10/2006, 172f.
- Braun, Herbert: Googlehagel - Alternativen zum Marktführer. In c't, Nr. 10/2006, 176ff.
- Cramer, Helge: Werbeworte - Mit Google AdWords Website-Besucher gewinnen. In: c't, Nr. 19/2006, 6
- Fensel, Dieter: Product Data Integraton in B2B –Commerce. In: IEE Intelligent Systems, Vol 16, Issue 4 (Juli 2001), 54ff.
- Karzauninkat, Stefan: Google zugemüllt - Spam überschwemmt die Suchergebnisse. In: c't, Nr. 20/2003, 88f.
- Karzauninkat, Stefan: Gute Links, Böse Links. In: c't 24, 12. 11. 2007, 48
- Lammenett, Erwin: Onlinemarketing in der Praxis – Standortbestimmung. In: Direct Marketing, Nr. 10/2005. 48ff.
- Lammenett, Erwin: Onlinemarketing in der Praxis – Suchmaschinenoptimierung. In: Direct Marketing, Nr. 4/2006. 50ff.
- Lammenett, Erwin: Onlinemarketing in der Praxis - Keyword-Advertising. In: Direct Marketing, Nr. 5/2006. 60ff.

- Langner, Sacha. Marketing 2.0 - Social Media Optimization. In: Internetmarketing-Magazin 2007, <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/social-media-optimization.htm>, 24. 11. 2007
- Ludewig, Maik: Goldgräber – Benutzeranalyse mit Google Analytics. In: Internet Professionell, Ausgabe Februar 2007, 34ff.
- Neuberger, Christoph: Angebot und Nutzung von Internet-Suchmaschinen – Marktstrategien, Qualitätsaspekte, Regulierungsziele. In: Media Perspektiven Nr. 1/2005, 3
- Rohleder, Jörg / Herzel, Joachim: Google oder Böse? In: Stern Nr. 42, 16. 10. 2006
- Schnider, Roger / Stuber, Lukas: Suchmaschinenmarketing - Schweizer Markt kommt in Bewegung. In: netzwoche, Nr: 36/2006, 25, <http://www.visualenergy.ch/media/pdfs/netzwoche-studie-smm-36-2006.pdf>, 13. 2. 2007
- Sixtus, Mario: Jenseits von gut und böse - Der unheimliche Erfolg von Google. In: c't, Nr. 10/2006, 162f.
- o. A.: Suchmaschinenforum - über Google, Quaero und viel versprechende Neulinge. In: c't, Nr. 22/2006, 59f.
- Selbach, J., Raus aus Google?, In: Internet Professionell 01/06, München, 2006
- Suchportale für Profis, In: Internet World Business 13/2005, München 2005
- Kuhn, Thomas & Kroker, Michael: „Ich ärgere mich fürchterlich“ - Steve Ballmer im Interview. Wirtschaftswoche 23, 4. 6. 2006, 66
- Werben & Verkaufen: Unternehmen nutzen lieber B-to-B-Suchmaschinen fürs Marketing. 25. 5. 2007, <http://www.wuv.de/news/digbusiness/meldungen/2007/05/63156/index.php>, 23. 10. 2007
- Ziegler Dr., Kai: Sinn oder nicht Sinn – vom finden und Suchen im semantischen Web. In, ct, 21, 1. 10. 2007, s. 172ff
- Puscher, Frank: Punktlandung. in ct16 - 23. 7. 2007, 190
- Stern Online: Interview mit Google-Chef Eric Schmidt. 19. 5. 2007, http://www.stern.de/computer-technik/computer/561519.html?nv=ct_mt, 23. 10. 2007

7.8 Zeitschriften (mehrere Artikel je Ausgabe)

- Suchradar - Das Fachmagazin für Suchmaschinen-Marketing, Nr. 1 - 14. 8. 2006, <http://www.suchradar.de/magazin/archiv/>, 2. 4. 2007

Suchradar - Das Fachmagazin für Suchmaschinen-Marketing, Nr. 2 - 16. 10 2006,
<http://www.suchradar.de/magazin/archiv/>, 2. 4. 2007

Suchradar - Das Fachmagazin für Suchmaschinen-Marketing, Nr. 3 - 13. 12 2006,
<http://www.suchradar.de/magazin/archiv/>, 2. 4. 2007

Suchradar - Das Fachmagazin für Suchmaschinen-Marketing, Nr. 4 - 21. 2. 2007,
<http://www.suchradar.de/magazin/archiv/>, 2. 4. 2007

Suchradar - Das Fachmagazin für Suchmaschinen-Marketing, Nr. 5 - 24. 4 2007,
<http://www.suchradar.de/magazin/archiv/>, 2. 4. 2007

Suchradar - Das Fachmagazin für Suchmaschinen-Marketing, Nr. 6 - 27. 6. 2007,
<http://www.suchradar.de/magazin/archiv/>, 20. 8. 2007

Suchradar - Das Fachmagazin für Suchmaschinen-Marketing, Nr. 7 - 28. 8. 2007,
<http://www.suchradar.de/magazin/archiv/>, 4. 9. 2007

7.9 Heise-Ticker

Heise Online - News: Adwords-Klage gegen Google wird verhandelt, 20. 4. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/88486>, 30. 4. 2007

Heise Online - News: Bericht: Google steigt in den Radio-Werbemarkt ein, 8.11. 2006,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/80746>, 30. 4. 2007

Heise Online - News: Bürgerrechtsbewegungen reichen Beschwerde gegen Doubleclick-
Übernahme ein, 21. 4. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/88603>, 30. 4.
2007

Heise Online - News: Google baut Geschäft mit Radio-Werbung aus, 16. 4. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/result.xhtml?url=/newsticker/meldung/88276> , 30. 4.
2007

Heise Online - News: Google kauft Online Video-Seite YouTube, 10. 10. 2006,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/79216>, 12. 5. 2007

Heise Online - News: Google steigt in den USA bundesweit in TV-Werbung ein. 3. 4. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/87775>, 30. 4. 2007

Heise Online - News: Google überarbeitet Analytics, 9. 5. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/89509>, 12. 5. 2007

Heise Online - News: Google wächst weiter. 19. 4. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/88537>, 30. 4. 2007

Heise Online - News: Google-Konkurrenten durch DoubleClick-Kauf alarmiert, 16. 4. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/88272>, 30. 4. 2007

- Heise Online - News: Google-Schwachstelle ermöglichte Account-Übernahme. 15. 1. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/83720>, 30. 4. 2007
- Heise Online - News: Große Allianz gegen Klickbetrug, 3.8. 2006, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/76340>, 30. 4. 2007
- Heise Online - News: Marktforscher: "Google" ist wertvollste Marke der Welt. 23. 4. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/83720>, 30. 4. 2007
- Heise Online - News: US-Tageszeitungen lassen Werbeplatz in Printausgaben von Google vermarkten, 6.11. 2006, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/80560>, 30. 4. 2007
- Heise Online: Ballmer sieht in der Konkurrenz mit Google Nachholbedarf. 12. 10. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/97280>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Capgemini empfiehlt Googles Online-Anwendungen. 10. 9. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/95720>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Das Google-Phone ist ein Android. 5. 11. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/98489>, 6. 11. 2007
- Heise Online: EU-Verbraucherschützer intervenieren gegen Googles DoubleClick-Deal. 29. 6. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/91985>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Fusion von Google und DoubleClick unter Beobachtung der Wettbewerbsbehörden. 21. 7. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/93070>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Fusion von Google und DoubleClick unter Beobachtung der Wettbewerbsbehörden. 21. 7. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/93070>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google baut Anteil am US-amerikanischen Suchmarkt aus. 21. 6. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/91510>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google beantragt Patent auf Bezahlen per Textnachrichten. 3. 9. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/95388>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google befürwortet selbstregulierenden Datenschutz. 19. 9. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/96077>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google beschwert sich beim US-Justizministerium über Windows Vista. 10. 6. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/90910>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google droht mit Schließung von Mail-Dienst in Deutschland. 23. 6. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/91627>, 23. 10. 2007

- Heise Online: Google findet Text, Bilder, Videos und Nachrichten gleichzeitig. 17. 5. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/89855>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google kauft Kurznachrichtendienst Jaiku. 10. 10. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/97155>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google lockt die meisten deutschen Internetnutzer an. 29. 6. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/91959>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google plant neue Suchmaschine für Handys. 17. 7. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/92829>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google Research arbeitet an verbesserter Videosuche. 3. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/93797>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google startet "Web-History"-Dienst auf Deutsch. 2. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/93722>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google überrascht mit verfehlten Prognosen. 20. 7. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/93004>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verbündet sich mit chinesischem Internetdienstleister Sina. 12. 6. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/91005>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verkürzt Cookie-Lebensdauer. 17. 7. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/92807>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007

- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google verstärkt Engagement gegen Klickbetrug. 19. 8 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/94554>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google will Mobilfunk-Pläne am Montag vorstellen. 31. 10. 2007
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/98396>, 2. 11. 2007
- Heise Online: Google will noch mehr persönliche Daten der Benutzer sammeln. 23. 5. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/90069>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Google will Zugriff auf soziale Netzwerke erleichtern. 31. 10. 2007.
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/98270>, 1. 11. 2007
- Heise Online: Hoffen auf die nächste Generation von Suchmaschinen. 31. 5. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/90471>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Microsoft und Ask.com wollen gemeinsam Datenschutz verbessern. 23. 7. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/93116>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Mit menschlichen "Guides" gegen Suchmaschinen-Spam. 14. 6. 2007
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/91133>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Mobilfunk-Branche hofft auf Datendienste, 6. 11. 2007,
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/98560>, 11. 11. 2007
- Heise Online: Suchmaschinen und der Datenschutz: Fahren die Kraken ihre Arme ein? 27. 7.
2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/93416>, 23. 10. 2007

- Heise Online: Suchmaschinen und der Datenschutz: Fahren die Kraken ihre Arme ein? 27. 7. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/93416>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Theseus wird enthüllt. 14. 8. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/94333>, 23. 10. 2007
- Heise Online: US-Abgeordnete wollen Google-Chefs zur DoubleClick-Übernahme befragen. 19. 7. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/92969>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Yahoo am Scheideweg. 21. 6. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/91551>, 23. 10. 2007
- Heise Online: Yahoo und Microsoft wollen Suchanfragen kürzer speichern. 9. 7. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/92406>, 23. 10. 2007
- Heise Online-News: Click Defense wirft Google... 1. 7. 2007 <http://www.heise.de/newsticker/meldung/61323>, 20. 7. 2007
- Heise Online-News: Klickbetrug: Google wirft Zählsystemen grobe Fehler vor. 9. 8. 2006, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/76604>, 4. 9. 2007
- Heise Online-News: Marktforscher: Botnets tragen zunehmend zum Klickbetrug bei. 19. 7. 2007, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/92972>, 4. 9. 2007
- Heise.de: Bei Suchmaschinen beeinflusst die Marke die Bewertung der Leistung. 29. 6. 2007 <http://www.heise.de/newsticker/meldung/91986>, 23. 10. 2007

7.10 Internetquellen (Blogs, Foren, News, etc.)

- @Web Suchmaschinenweblog: Lokales Branchencenter von Google. 7. 11. 2006, <http://www.at-web.de/blog/20061107/lokales-branchencenter-von-google.htm>, 7. 5. 2007
- @Web Suchmaschinenweblog: Qualitätsfaktor für Google Adwords. 25. 2. 2007, <http://www.at-web.de/blog/20070225/qualitaetsfaktor-fur-google-adwords.htm>, 7. 5. 2007
- 1SerachEngineRankings: Google bounce factor research data is in (6.8. 2007) <http://www.1stsearchengine rankings.com/2007/06/08/google-bounce-factor-research-data-is-in/>, 8. 10. 2007
- Abakus Forum: Content Werbenetzwerk ja oder nein? 09-10. 2006 <http://www.abakus-internet-marketing.de/foren/viewtopic/t-32515.html>, 23. 10. 2007
- ABAKUS Internet Marketing (ABAKUS Suchmaschinenoptimierung Forum): Verhältnis Text zu Code. ab 26/27. 2006, <http://www.abakus-internet-marketing.de/foren/viewtopic/t-36008.html>, 30. 4. 2007

- ABAKUS Internet Marketing (ABAKUS Suchmaschinenoptimierung Forum): Linknetzwerk und ref=nofollow. ab 19. 7. 2006, <http://www.abakus-internet-marketing.de/foren/viewtopic/t-35218/start-0.html>, 2. 5. 2007
- ABAKUS Internet Marketing (ABAKUS Suchmaschinenoptimierung Forum): Versteckte Divs werden nicht mehr von Google indexiert. ab 7. 10. 2005, <http://www.abakus-internet-marketing.de/foren/viewtopic/p-190069.html>, 2. 5. 2007
- Absatzwirtschaft Online: Brand-Hijacking - Louis Vuitton gewinnt Rechtsstreit gegen Google. 5. 7. 2006, http://www.absatzwirtschaft.de/Content/_pv/_p/1003001/_t/fthighlights/highlightkey/brand-Hijacking/_b/47585/default.aspx/louis-vuitton-gewinnt-rechtsstreit-gegen-google.html, 2. 5. 2007
- Basic Thinking: Alexa-Rankings: Völliger Nonsens? 7. 2. 2006, <http://www.basicthinking.de/blog/2006/02/07/alexa-rankings-voelliger-nonsens/>, 23. 10. 2007
- Basic, Robert: Googles Problem mit dem Klickbetrug. Auf: Basic Thinking 7.7. 2006, <http://www.basicthinking.de/blog/2006/07/07/googles-problem-mit-dem-klickbetrug/>, 2. 5. 2007
- Bennefeld, Christian: Klickbetrug: Ein unterschätztes Risiko – Formen des Klickbetrugs. Auf: contentmanager.de, 1/2006, http://www.contentmanager.de/magazin/artikel_877_klickbetrug.html, 2. 5. 2007
- BusinessPortal24.com: Brand-Hijacking als wachsendes Problem im Internet. 30. 6. 2006, http://www.businessportal24.com/de-ch/Brand_Hijacking_Problem_Internet_38773.html, 2. 5. 2007
- Büttner, Karsten: Wie entscheidet Googles Qualitätsfaktor über die Anzeigenposition. Auf: Online-Marketing-Praxis, <http://online-marketing-praxis.de/wissen/google-qualitaetsfaktor.php>, 2. 5. 2007
- Comscore: Pressemitteilung 1787. 2. 10. 2007, <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1787>, 23. 10. 2007
- CS Internet: KommentarSpam Test beendet - Buy Blog Comments. 30. 9. 2007, <http://www.cs-internet.de/internet/spam/test-beendet-buy-blog-comments>, 23. 10. 2007
- Cyb's Blog: astore.amazon - Top Rankings zum FastFood Preis. 20. 8. 2007, <http://blog.cyb.de/astoreamazon-top-rankings-zum-fastfood-preis/>, 23. 10. 2007
- Das PageRank Verfahren der Suchmaschine Google. <http://www.at-web.de/suchmaschinenoptimierung/pagerank.htm>, 27. 4. 2007

- Der namics Webblog, Stucker, Jürg: Flash mit Bookmark, Back Button und suchmaschinentauglich. 25. 4. 2006, http://blog.namics.com/2006/04/flash_mit_bookm.html, 30. 4. 2007
- Die Google Story – Rückblick, Einblick, Ausblick. 2006 <http://www.wedeler-hochschulbund.de/veranstaltungen/vortraege/vortraege-sommersemester-06/google-story/>, 27. 4. 2007
- Doubleclick-Studie über Suchmaschinen-Nutzung. 9.3. 2005 Auf: Seo-Cosulting, <http://www.seo-consulting.de/pages/news-379.php>, 3. 5. 2007
- EcomBiz: Google lässt Köpfe rollen– Webkataloge und Reziproke Verlinkung (8.10. 2007) <http://ecombiz-webservice.de/blog/archives/103-Google-laesst-Koepfe-rollen.html> , 8. 10. 2007
- Enge, Eric on SearchEngineWatch.com: Chasing the LongTail. 21. 5. 2007, <http://blog.searchenginewatch.com/blog/070521-100156>, 23. 10. 2007
- Fischerländer, Stefan: Marketing mit Suchmaschinen Wohin geht die Reise? 27. 9. 2003, www.websserver-schulung.de/download/dontreff2003.pdf , 23. 10. 2007
- FridayNite: Duplicate Content Filter greift endlich. 4. 8. 2007, <http://www.fridaynite.de/duplicate-content-filter-greift-endlich/>, 23. 10. 2007
- Fridaynite: Duplicate Content greift endlich. 4. 8. 2007, <http://www.fridaynite.de/duplicate-content-filter-greift-endlich/>, 23. 10. 2007
- Fridaynite: Linknetzwerke , Linkspam, Spam. 8. 5. 2007, <http://www.fridaynite.de/linknetzwerke-linkspam-spam>, 23. 10. 2007
- FridayNite: Wie evaluiere ich einen Link - Linkbuilding für SEO. 8. 6. 2007, <http://www.fridaynite.de/wie-evaluere-ich-einen-link-linkbuilding-fur-seo/>, 23. 10. 2007
- Gödl, Andreas: OpenSocial - Jetzt geht der Networking-Spass erst richtig los. 31. 10. 2007 <http://medienkonvergenz.com/2007/10/31/opensocial-jetzt-geht-der-networking-spass-erst-richtig-los/>, 31. 10. 2007
- golem.de – IT-News für Profis: Google will Logfiles künftig anonymisieren. 15. 3. 2007, <http://www.golem.de/0703/51110.html>, 19. 3. 2007
- golem.de – IT-News für Profis: Klick-Betrug: 1,3 Milliarden US-Dollar Schaden. 6. 7. 2006, <http://www.golem.de/print.php?a=46342>, 2. 5. 2007
- Google AdSense Blog: AdSense nun auch mobil. 21. 9. 2007, <http://adsense-de.blogspot.com/2007/09/adsense-nun-auch-mobil-adsense-fr.html> , 23. 10. 2007

- Google AdWords Hilfe: Gibt es Geschäftsmodelle mit einem niedrigen Zielseitenqualitätsfaktor?
<https://adwords.google.de/support/bin/answer.py?answer=66238&topic=9356>, 23. 10. 2007
- Google Blogscope: Google Acquires Zingku. 27. 9. 2007,
<http://blogscoped.com/archive/2007-09-27-n73.html>, 23. 10. 2007
- Google Blogscoped: . Gaming Google - It Really Is That Easy... 13. 8. 2007,
<http://blogscoped.com/archive/2007-08-13-n50.html>, 23. 10. 2007
- Google Blogscoped: SEO Speak Translated: The Real SEO Glossary. 10. 8. 2007,
<http://blogscoped.com/archive/2007-08-10-n75.html>, 23. 10. 2007
- Google Blogscoped: What Did Your Visitor Ask. 2. 10. 2007,
<http://blogscoped.com/archive/2007-10-02-n75.html> , 23. 10. 2007
- Google Operating System: YouTube Video Units. 28. 9. 2007,
<http://googlesystem.blogspot.com/2007/09/youtube-video-units.html>, 23. 10. 2007
- Google PageRank - PR10 Liste Stand Januar 2007. <http://www.suchmaschinen-optimierung-seo.info/>, 27. 4. 2007
- Google Ranking Factors - SEO Checklist, 27. 2. 2007, <http://www.vaughns-1-pagers.com/internet/google-ranking-factors.htm>, 30. 4. 2007
- Google Watch Blog: AdWords veröffentlicht Richtlinien für Landingpages. 8. 11. 2006,
<http://www.jmboard.com/gw/2006/11/08/adwords-veroeffentlicht-richtlinien-fur-landingpages/>, 7. 5. 2007
- Google Watch Blog: Google kommt auf Dell-Pc's. 20. 10. 2006,
<http://www.jmboard.com/gw/2006/10/20/landingpages-optimieren-google-website-optimizer>, 30. 4. 2007
- Google Watch Blog: Google Maps Coupons – Gutscheine per Mausclick. 16. 8. 2006,
<http://www.jmboard.com/gw/2006/08/16/google-maps-coupons-gutscheine-per-mausclick/>, 12. 5. 2007
- Google Watch Blog: Google Werbung in Printmedien. 20. 7. 2007,
<http://www.googlewatchblog.de/2007/07/20/google-werbung-in-print-medien/>, 23. 10. 2007
- Google Watch Blog: Landingpages optimieren – Google Website Optimizer. 8. 2. 2006,
<http://www.jmboard.com/gw/2006/02/08/google-kommt-auf-die-dell-pcs/>, 30. 4. 2007

- Google Watch Blog: The Power of Google - Analytics, Web History & Personalisierung. 13. 5. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/05/13/the-power-of-google-analytics-web-history-personalisierung/>, 23. 10. 2007
- Google Watch Blog: Yahoo! Demnächst wieder mit Google Suche? 22. 6. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/06/22/yahoo-demnaechst-wieder-mit-google-suche/>, 23. 10. 2007
- Google Watch Blog: Zahlen, Daten, Fakten rund um Google. 25. 6. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/06/25/zahlen.-daten-fakten-rund-um-google>, 23. 10. 2007
- Google Webmaster Central: Wie ihr Snippets durch ein Makeover der Meta-Descriptions verbessern könnt 2. 10. 2007, [http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2007/10/wie-ihr-snippets-durch-ein-makeover-der.html](http://googlewebmastercentral.de.blogspot.com/2007/10/wie-ihr-snippets-durch-ein-makeover-der.html), 23. 10. 2007
- Google Webmaster Tools auf www.seo-consulting.de, 19. 9. 2006, <http://www.seo-consulting.de/pages/news-527-Google-Webmaster-Tools.php>, 27. 4. 2007
- Googleopoly: The Google-DoubleClick Anti-Competitive Case. 17. 7. 2007, <http://www.googleopoly.net/paper.html/>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: AdSense Anzeigen für die eigenen Maps. 4. 6. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/06/04/adsense-anzeigen-fur-die-eigenen-google-maps-angekündigt/>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: AdSense macht Jagd auf "Made for AdSense"-Seiten. 22. 5. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/05/22/adsense-macht-jagd-auf-made-for-adsense-seiten/>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: AdSense sammelt jetzt noch mehr Daten. 8. 11. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/08/11/google-ad-serving-test-adsense-sammelt-jetzt-noch-mehr-daten/>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: Die intelligente kontextbasierte Suchmaschine. 18. 6. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/06/18/neues-patent:-die-intelligente-kontextbasierte-suchmaschine/>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: Neues Patent zum zeitlichen Ranking von Webseiten. 28. 4. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/04/28/neues-patent-zum-zeitlichen-ranking-von-webseiten/>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: Sicherheitslücke... 25. 6. 2007, <http://www.googlewatchblog.de/2007/06/25/sicherheitsluecke-youtube--google-zeigen-ftp-passwoerter/>, 23. 10. 2007

- GoogleWatchBlog: The Power of Google. 13. 5. 2007,
<http://www.googlewatchblog.de/2007/05/13/the-power-of-google-analytics-web-history-personalisierung/>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: Wie sich Feedburner in das Googel Netzwerk integrieren könnte. 4. 6. 2007 <http://www.googlewatchblog.de/2007/06/04/wie-sich-feedburner-in-googles-netzwerk-integrieren-konnte>, 23. 10. 2007
- GoogleWatchBlog: Zahlen, Daten & Fakten rund um Google. 25. 6. 2007
<http://www.googlewatchblog.de/2007/06/25/zahlen.-daten-fakten-rund-um-google/>, 31. 8. 2007
- Guerilla Marketing: Kapitel 10 Google & Co – Da werden Sie geholfen. 11. 5. 2006,
<http://guerillamarketingbuch.com/category/10-google/>, 7. 5. 2006
- Hoskins, Titus: Let Google's Algorithm Show You The Traffic. 18. 4. 2007,
<http://www.sitepronews.com/archives/2007/apr/18.html>, 23. 10. 2007
- Influential Marketing Blog: 5 Rules of Social Media Optimization. 10. 8. 2006- 1. 2. 2007,
http://rohitbhargava.typepad.com/weblog/2006/08/5_rules_of_soci.html, 15. 11. 2007
- Influential Marketing Blog: 5 Rules of Social Media Optimization. 5. 8. 2006,
http://rohitbhargava.typepad.com/weblog/2006/08/5_rules_of_soci.html, 23. 10. 2007
- Inside Blog: Linkstealth – oder wie man Linktausch vor Google versteckt. 1. 9. 2007,
<http://www.insideblog.de/de/linkstealth-oder-wie-man-Linktausch-vor-Google-versteckt.htm>, 1. 11. 2007
- Inside Blog: NoFollow kastriert definitiv Links komplett. 28. 7. 2007,
<http://www.insideblog.de/de/NoFollow-kastriert-definitiv-Links-komplett.htm>, 23. 10. 2007
- Inside Blog: World Wide Web War. 17. 9. 2007, <http://www.insideblog.de/de/world-wide-web-war-oder-auch-10-miese-tricks-im-internetkrieg.htm>, 23. 10. 2007
- Inside Marketing Blog: Internetadresse mit www oder doch lieber ohne. 16. 8. 2007,
<http://www.insideblog.de/de/Internetadresse-mit-www-oder-doch-lieber-ohne.htm>, 23. 10. 2007
- Inside Marketing: Link Stealth.
<http://www.inside-marketing.net/menue/linkstealth.htm>, 23. 10. 2007
- Inside SEM: TGIF mit Prof. Mario Fischer. 9. 7. 2007,
<http://www.inside-sem.com/2007/07/tgif-mit-prof-mario-fischer.html>, 23. 10. 2007

- Insideblog: Linkstealth oder wie man Linktausch vor Google versteckt. 1. 9. 2007,
<http://www.insideblog.de/de/linkstealth-oder-wie-man-Linktausch-vor-Google-versteckt.htm>, 23. 10. 2007
- InsideBlog: Schnelle Indizierung einer Internetpräsenz. 13. 10. 2007,
<http://www.insideblog.de/de/Schnellindexierung-einer-Internetpr%E4senz-mit-rausenden-Unterseiten.htm>, 23. 10. 2007
- InteractiveAdvertisingBureau: Internet Advertising Revenues Close to \$4 Billion for Q1 2006,
30. 5. 2006, http://www.iab.net/news/pr_2006_05_30.asp, 5. 2. 2007
- Internet Marketing-News: Answers.com verliert Google-Traffic und gibt Pressemitteilung raus.
3. 8. 2007, <http://www.internetmarketing-news.de/2007/08/03/answerscom-verliert-google-traffic-und-gibt-pressemittteilung-raus/>, 23. 10. 2007
- Internet Marketing-News: Weltweit 61 Milliarden Suchen im August. 10. 10. 2007,
http://www.forbes.com/technology/2007/04/29/sanar-google-skyfacet-tech-cx_ag_0430googhell.html, 23. 10. 2007
- Internet Marketing-News: Weltweit 61 Milliarden Suchen im August. 10. 10. 2007,
<http://www.internetmarketing-news.de/2007/10/10/weltweit-61-milliarden-suchen-im-august/>, 23. 10. 2007
- Internet Szene: SEO Trick: Parasite Hosting.
http://www.internetszene.de/artikel_1603_16.html, 23. 10. 2007
- Internetmarketing-News.de: Infos zum Google AdWords Qualitätsfaktor. 6. 12. 2006,
<http://www.internetmarketing-news.de/2006/12/06/infos-zum-google-adwords-qualitatsfaktor/>, 2. 5. 2007
- Internetmarketing-News: Bezahlte Links sind Überall. 5. 10. 2007,
<http://www.internetmarketing-news.de/2007/10/05/bezahlte-links-sind-uberall/>, 23. 10. 2007
- Internetmarketing-News: Geringere Bezahlung für neue AdSense-Empfehlung. 13. 10. 2007,
<http://www.internetmarketing-news.de/2007/10/13/geringere-bezahlung-fur-neue-adsense-empfehlungen>, 23. 10. 2007
- Internetmarketing-News: Linkkäufer und Verkäufer abgestraft. 16. 5. 2007,
<http://www.internetmarketing-news.de/2007/05/16/linkkauf-und-verkauf-abgestraft/>, 23. 10. 2007
- Internetmarketing-News: Nofollow-Report. 20. 1. 2007,
<http://www.internetmarketing-news.de/2007/01/20/nofollow-report/>, 23. 10. 2007
- Internetmarketing-News: open Social. 31. 10. 2007
<http://www.internetmarketing-news.de/2007/11/01/google-opensocial/> 1. 11. 2007

- Internetmarketing-News: US-Onlinewerbemarkt. 6. 10. 2007
<http://www.internetmarketing-news.de/2007/10/06/us-online-werbemarkt-erreicht-im-erstem-halbjahr-fast-10-mrd/> , 8. 10. 2007
- Kanzlei Krämer: OLG Braunschweig: Fremde AdWords verletzen Markenrechte. 7. 1. 2007,
<http://www.kremer-legal.com/2007/01/07/olg-braunschweig-fremde-adwords-verletzen-markenrechte/>, 23. 10. 2007
- Klickbetrug.de: 41 Prozent Klickbetrug, 7. 4. 2006,
http://www.klickbetrug.de/index.php/klickbetrug-artikel/weiter/41_prozent_klickbetrug_070406/, 2. 5. 2007
- Konikoff, Anton - Acronym Media: Serach Engine Strategies San Jose, August 2007 via SEOmoz.org: Getting Traffic from Contextual Ads - SES San Jose. 20. 8. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/getting-traffic-from-contextual-ads-ses-san-jose>, 23. 10. 2007
- Larkin, Dan on Insideblog.com: Rankingfaktor Keyword oder auch Seo mal anders, 26. 7. 2007, <http://www.insideblog.de/de/Rankingfaktor-Keyword-oder-auch-Seo-mal-anders.htm>, 23. 10. 2007
- LinkJuicy: Interview With Ralph Tegtmeier (9. 8. 2007)
<http://www.linkjuicy.com/blog/advanced-link-building-an-interview-with-fantomaster-2/>, 8. 10. 2007
- Lumma Land: Google, CPA und nun Checkout. 29. 6. 2006,
<http://lumma.de/eintrag.php?id=2806>, 2. 5. 2007
- Marketing Pilgrim: The Psychology of SEO. von Andy Beal, 9. 10. 2006,
<http://www.marketingpilgrim.com/2006/10/psychology-of-seo.html>, 13. 5. 2007
- Marktanteil Google über 90%, auf www.die-google-gesellschaft.de, 18. 9. 2006
<http://www.die-google-gesellschaft.de/blog/>, 27. 4. 2007
- Mediadonis: Hobby-SEO 2.0. 2. 11. 2007
<http://www.mediadonis.net/?p=220>, 2. 11. 2007
- Mergen, Thomas W.: Google Adwords contra Suchmaschinenoptimierung. Auf: contentmanager.de, 10/2004,
http://www.contentmanager.de/magazin/artikel_585_google_adwords_contra_suchmaschinenoptimierung.html, 2. 5. 2007
- Netprofit Webseitenoptimierung: 4 neue Wege in Google 15. 5. 2006,
<http://blog.suchmaschinen-optimierungen.info/trend-online-werbung-studie>, 27. 4. 2007

- Netprofit Webseitenoptimierung: Gibt es die Google Sandbox, 28. 9. 2006,
<http://blog.suchmaschinen-optimierungen.info/trend-online-werbung-studie>, 27. 4.
2007
- News.com: Bloggers: Google 'sandboxing' sites. 15. 8. 2005, http://news.com.com/8301-10784_3-5833446-7.html, 30. 4. 2007
- OneStat: Less people use 1 word phrase. 24. 7. 2006
http://www.onestat.com/html/aboutus_pressbox45-search-phrases.html, 23. 10. 2007
- Onlinemarketingreport: Soll man sich in einem Directory eintragen lassen? 5. 10. 2006,
<http://www.onlinemarketingreport.ch/soll-man-sich-in-einem-directory-eintragen-lassen.html>, 23. 10. 2007
- OpenPR – Das offene Online-Portal: Google AdWords mit „Site Targeting“ - Das Werbesystem wird erwachsen. 20. 6. 2005, <http://openpr.de/news/51234/Google-AdWords-mit-Site-Targeting-Das-Werbesystem-wird-erwachsen.html>, 2. 5. 2007
- Patalong, Frank: Wie sich BMW ausgoogelte. In: Spiegel Online, 6. 2. 2006,
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,399267,00.html>, 2. 5. 2007
- Pixelfolk: Yahoo mit zahlreichen Neuerungen. 3. 10. 2007,
<http://pixelfolk.net/suchmaschinen/5/yahoo-neuerungen>, 23. 10. 2007
- PPC Super Affiliate Blog: Q&A with Google Adwords Evangelist Frederick Vallaeys. 11. 6. 2007, <http://blog.revenuewire.com/?p=115>, 4. 9. 2007
- Prägnanz.de: Flash und Google – Eine Versöhnung? 20. 2. 2007,
<http://praegnanz.de/weblog/flash-und-google-eine-versoehnung>, 30. 4. 2007
- Radio4SEO 4. 6. 9. 2007,
<http://www.radio4seo.de/4-radio4seo-show-am-06092007-um-1900-uhr>, 23. 10. 2007
- Rent a SEO Blog: The LongTail ... simply. 15. 3. 2007, <http://www.rentaseo.de/web-marketing/seo-tratsch/the-long-tail-simply.html>, 23. 10. 2007
- Ristau, Frank: Liebt Google Ajax? 2. 6. 2006, <http://www.ristau.de/blog/2006/06/02/liebt-google-ajax/>, 17. 2. 2007
- Röthlingshöfer, Bernd: Wie Sie Ihr Unternehmen in die Google Maps eintragen. 17. 8. 2006,
http://berndroethlingshoefer.typepad.com/smc/2006/08/wie_sie_ihr_une.html, 4. 5. 2007
- Schenke's Findlinge: Google präsentiert OpenSocial. 31. 10. 2007
<http://blog.schenke.net/2007/10/31/google-praesentiert-opensocial/> 1. 11. 2007

- Schwan, Ben on Technology Review: Gegen die virtuelle Umweltverschmutzung. 14. 6. 2007
<http://www.heise.de/tr/artikel/90891>, 23. 10. 2007
- Search Engine Journal: Link Baiting & Effective Link Building. von Rob Sullivan, 19. 1. 2006,
<http://www.searchenginejournal.com/link-baiting-effective-link-building/2797/>, 13.
5. 2007
- Search Engine Land: All I Really Need To Know About Search Marketing I Learned In
Kindergarten. 5. 9. 2007, <http://searchengineland.com/070905-070744.php>, (5. 9.
2007)
- Search Engine Land: Google Base & Data Feed Optimization. 28. 3. 2007,
<http://searchengineland.com/070328-150116.php>, 5. 5. 2007
- Search Engine Land: Search Illustrated. 8. 5. 2007.
<http://searchengineland.com/070508-152900.php>, 30. 8. 2007
- Search Engine Land: Search Illustrated. 14. 8. 2007.
<http://searchengineland.com/070814-093136.php>, 30. 8. 2007
- Search Engine Ranking Factors V2, <http://www.seomoz.org/article/search-ranking-factors>, 3.
5. 2007
- Search Engine Round Table: Does Google Read Your CSS Files. 11. 11. 2005,
<http://www.seroundtable.com/archives/002788.html>, 30. 4. 2007
- Search Engine Round Table: Hidden Divs Not Indexed by Google. 15. 12. 2005,
<http://www.seroundtable.com/archives/002971.html>, 23. 10. 2007
- SearchEngineLand.com: Want That Top Ad Position On Google? The Rules Are About To
Change. 8. 8. 2007, <http://searchengineland.com/070808-170001.php>, 4. 9. 2007
- SearchEngineLand: Aggressively Seeking Links: How Much is Too Much? 20. 8. 2007,
<http://searchengineland.com/070820-081732.php>, 20. 8. 2007
- SearchEngineLand: Eleven Tips for Optimizing PDF's for Search Engines. 12. 9. 2007
<http://searchengineland.com/070912-095906.php>, 23. 10. 2007
- SearchEngineLand: Twelve SEO Mistakes Most Bloggers Make. 23. 8. 2007,
<http://searchengineland.com/070823-082758.php>, 23. 10. 2007
- SearchEngineWatch: Social Media Optimization: It's Like SEO, For Social Sites. 29. 8. 2006,
<http://blog.searchenginewatch.com/blog/060829-150053>, 23. 10. 2007
- Search-Lab: Jeder dritte Dollar geht an Google. 23. 7. 2007,
<http://www.fridaynite.de/duplicate-content-filter-greift-endlich/>, 23. 10. 2007

- SeekXL: Google Phone - Fotos vom Google Phone. 5. 8. 2007,
<http://www.seekxl.de/blog/2007/08/05/google-phone-fotos-vom-google-phone/>, 23.
10. 2007
- SeekXL: Telefonieren kostenlos – Googlephone wird den Mobilfunkmarkt durchwirbeln. 1.
10. 2007, [http://www.seekxl.de/blog/2007/10/01/telefonieren-kostenlos-
googlephone-wird-den-mobilfunkmarkt-durchwirbeln/](http://www.seekxl.de/blog/2007/10/01/telefonieren-kostenlos-googlephone-wird-den-mobilfunkmarkt-durchwirbeln/), 1. 10. 2007
- SeekXL: Yahoo kauft Facebook für 1 Mrd. US\$. 21. 9. 2007,
[http://www.seekxl.de/blog/2006/09/21/yahoo-kauft-facebook-fuer-1-milliard-us-
dollar](http://www.seekxl.de/blog/2006/09/21/yahoo-kauft-facebook-fuer-1-milliard-us-dollar), 23. 10. 2007
- Selbstständig im Netz: Interview mit Andreas Armbruster (Telidad). 15. 10. 2007,
[http://www.selbstaendig-im-netz.de/2007/10/15/interviews/interview-andreas-
armbruster-teliadde/](http://www.selbstaendig-im-netz.de/2007/10/15/interviews/interview-andreas-armbruster-teliadde/), 23. 10. 2007
- Selbstständig im Netz: Reaktionen von Trigami, Teliad & Linklift. 9. 11. 2007,
[http://www.selbstaendig-im-netz.de/2007/11/09/link-building/reaktionen-von-
trigami-teliad-und-linklift-auf-pr-update/](http://www.selbstaendig-im-netz.de/2007/11/09/link-building/reaktionen-von-trigami-teliad-und-linklift-auf-pr-update/), 15. 11. 2007
- SEO Marketing Blog: 30 Tage Sperrung. 12. 6. 2007,
<http://seo-marketing-blog.de/goatix/30-tage-google-sperrung/>, 23. 10. 2007
- SEO Marketing Blog: Google AdSense Team Mails & Kommunikation.... 10. 7. 2007,
<http://seo-marketing-blog.de/goatix/google-adsense-team-mails-kommunikation/>, 23.
10. 2007
- SEO Marketing Blog: Google Bombing = tot, 27. 1. 2007, [http://seo-marketing-
blog.de/goatix/google-bombing-tot/](http://seo-marketing-blog.de/goatix/google-bombing-tot/), 30. 4. 2007
- SEO Marketing Blog: Goolevil – We Google überwacht, 30. 9. 2006, [http://seo-marketing-
blog.de/goatix/googlevil-wie-google-ueberwacht/](http://seo-marketing-blog.de/goatix/googlevil-wie-google-ueberwacht/), 20. 1. 2007
- SEO Marketing Blog: Test-Datencenter “Bigdaddy”. 5. 1. 2006, [http://seo-marketing-
blog.de/goatix/bigdaddy-test-datencenter-google](http://seo-marketing-blog.de/goatix/bigdaddy-test-datencenter-google), 2. 5. 2007
- SEO Marketing Blog: Trustrank, <http://seo-marketing-blog.de/seo-begriffe/trustrank-google/>,
30. 4. 2007
- SEO Marketing-Blog: Google AdWords Akademie. 26. 7. 2007
<http://seo-marketing-blog.de/sem-optimierung/google-adwords-akademie/>, 4. 9. 2007
- SEO Round Table: How The Google Sitelinks Block Feature Works. 9. 11. 2007,
<http://www.seroundtable.com/archives/015289.html>, 15. 11. 2007
- SEO Scene: Kein Pagerank Update In den kommenden Wochen. 3. 9. 2007,
[http://www.seo-scene.de/pagerank/kein-pagerank-update-in-den-kommenden-
wochen-61.html](http://www.seo-scene.de/pagerank/kein-pagerank-update-in-den-kommenden-wochen-61.html), 23. 10. 2007

- SEO Scene: seoFM – Google Whitepapers: Content, Linktausch und Spam. 8. 5. 2007, <http://www.seo-scene.de/google/seofin-google-whitepapers-content-linktausch-und-spam-26.html>, 23. 10. 2007
- SEO United: Stolpersteine bei der Domainwahl. 5. 10. 2007, <http://www.seo-united.de/blog/internet/stolpersteine-bei-der-domainwahl.htm>, 5. 10. 2007
- SEO Watch Blog: Nach dem Pagerank – Was sind Blogs jetzt noch wert. 4. 11. 2007, <http://www.seo-watchblog.de/2007/11/04/nach-dem-pagerankupdate-was-sind-blogs-jetzt-noch-wert/> 5. 11. 2007
- SEO Watch Blog: Nach dem Pagerank – Was sind Blogs jetzt noch wert. 4. 11. 2007, <http://www.seo-watchblog.de/2007/11/04/nach-dem-pagerankupdate-was-sind-blogs-jetzt-noch-wert/> 5. 11. 2007
- SEO Watchblog: Vanessa Hudgens Nacktfoto. 7. 9. 2007, <http://www.seo-watchblog.de/2007/09/07/vanessa-hudgens-naktfoto>, 23. 10. 2007
- SEO Watchblog: Vanessa Hudgens Nacktfotos haben eingeschlagen. 8. 9. 2007, <http://www.seo-watchblog.de/2007/09/08/vanessa-hudgens-nacktfotos-haben-ingeschlagen/> , 23. 10. 2007
- SEO Web 2.0: Das neue Ziel von Google - Beobachtung, Information, Auswertung, Wertschöpfung. 31. 10. 2007, <http://wulffy.blogspot.com/2007/10/das-neue-ziel-von-google-beobachtung.html>, 1. 11. 2007
- SEO Web 2.0: Der ausgeträumte Traum des Google PageRank. 14. 8. 2007, <http://wulffy.blogspot.com/2007/08/google-pagerank-algorithmus-wert.html>, 1. 11. 2007
- SEO Web 2.0: Die Macht der Keywords. 31. 10. 2007 <http://wulffy.blogspot.com/2007/10/seo-web-20-die-macht-der-keywords-55.html>
- SEO Web 2.0: Keine Abstrafung durch Google - PageRank-Algorithmus wurde bereits Anfang August geändert. 27. 10. 2007, <http://wulffy.blogspot.com/2007/10/keine-abstrafung-durch-google-pagerank.html>, 1. 11. 2007
- SEO Web 2.0: SEO Web 2.0 - Haben Websites bei Google noch Chancen? 15. 8. 2007, <http://wulffy.blogspot.com/2007/08/seo-web20-websites.html>, 1. 11. 2007
- SEO Web 2.0: SEO Web 2.0 - Mehr Manipulationsmöglichkeiten als je zuvor. 1. 11. 2007, <http://wulffy.blogspot.com/2007/11/seo-web-20-mehr-manipulationsmglichkeit.html>, 1. 11. 2007

- SEO Web 2.0: Was Matt Cutts wirklich meinte 14. 10. 2007,
<http://wulffy.blogspot.com/2007/10/was-matt-cutts-wirklich-meinte.html>, 1. 11. 2007
- SEOBlogger: Neuer Rekord. 19. 9. 2007, <http://www.seoblogger.de/223-neuer-rekord.htm>, 23. 10. 2007
- SEO-Expert-Blog: Ultimate Collection of Free Tools. 18. 5. 2007 <http://www.seo-expert-blog.com/blog/ultimate-collection-of-free-seo-tools>, 31. 8. 2007
- SEO-Marketing-Blog: Google kauft Text-Algorithmus Orion. 9. 4. 2006, <http://seo-marketing-blog.de/goatix/google-kauft-text-algorithmus-orion/>, 23. 10. 2007
- SEO-Marketing-Blog: Highspeed Google Erfassung. 24. 8. 2007 <http://seo-marketing-blog.de/goatix/highspeed-google-erfassung/>, 23. 10. 2007
- SEOMoz.org: Landing Page Competition. 16. 9. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/announcing-the-seomoz-landing-page-competition-winner>, 23. 10. 2007
- SEO-Theory.com: The Pagerank Control Myth and the nofollow for SEO Myth. 31. 8. 2007,
<http://seo-theory.com/wordpress/2007/08/31/the-pagerank-control-myth-and-the-nofollow-for-seo-myth/> (5. 9. 2007)
- SEOWatchBlog: Blogauswertung September 2007. 2. 10. 2007
<http://www.seo-watchblog.de/2007/10/02/blogauswertung-september-2007/>, 23. 10. 2007
- SEO-Watchblog: On-page Optimierung: Reefer Madness. 24. 8. 2007,
<http://www.seo-watchblog.de/2007/08/24/on-page-optimierung-reefer-madness/>, 24. 10. 2007
- SingeFeed – Love Your Feed: Google Base & Data Feed Optimization - How to Succeed on Google Base. 26. 3. 2007, <https://singlefeed.com/blog/2007/03/26/google-base-data-feed-optimization-how-to-succeed-on-google-base/>, 5. 5. 2007
- Smash Magazine: Google PageRank 5. 6. 2007
Google PageRank - What Do We Know About It
<http://www.smashingmagazine.com/2007/06/05/google-pagerank-what-do-we-really-know-about-it/> , 30. 8. 2007
- SMO Tools: Wissenswertes über Webverzeichnisse. 30. 8. 2007,
http://smo-tools.com/wissenswertes-uber-webverzeichnisse_114.html, 23. 10. 2007
- Sphinn: Google Manually Penalizing Directories. 3. 9. 2007,
<http://sphinn.com/story/4415>, 15. 11. 2007

- Stereophone: Reziproke Verlinkung ist für'n A**** . 12. 5. 2007,
<http://stereophone.de/reziproke-verlinkung-ist-furn-a/>, 23. 10. 2007
- Stonetemple Consulting: Eric Enge Interviews Google's Matt Cutts. 8. 10. 2007
<http://www.stonetemple.com/articles/interview-matt-cutts.shtml>, 23. 10. 2007
- Suchmaschinen News (www.seo-radio.de): Eine Milliarde Dollar für Toolbar & Desktopsearch. 10. 2. 2006, <http://www.seo-radio.de/index.php/archives/2006/02/10/eine-milliarde-dollar-fuer-die-toolbar-desktopsearch/>, 30. 4. 2007
- Suchmaschinen News: SEO ohne Links? 7. 6. 2007
<http://www.seo-radio.de/index.php/archives/2007/06/07/seo-ohne-links/>, 23. 10. 2007
- Suchmaschinenmanipulation.de, 2006, <http://www.suchmaschinenmanipulation.de>, 30. 4. 2007
- Suchmaschinen-Marketing Blog – Die Informationsquelle!: Flash kann von Google indiziert werden. 9. 11. 2006, <http://www.blog.suchmaschinenmarketing.com/archives/120-Flash-kann-von-Google-indiziert-werden.....html>, 30. 4. 2007
- Suchmaschinen-Optimierung.info: Tagging or not, duplicate content oder Fokussierung. 20. 10. 2007
<http://blog.suchmaschinen-optimierungen.info/tagging-duplicate-content-fokussierung>, 23. 10. 2007
- SuchmaschinenTricks (Forum): Mal wieder Flash und Suchmaschinen. 24. 9. 2004,
<http://www.suchmaschinentricks.de/forum/thread.php?thread=10756&forum=6&stm=45>, 30. 4. 2007
- Suchmaschinentricks: Die Rolle von H1-Überschriften. 28.05.2007,
<http://www.suchmaschinentricks.de/aktuelles/news/589.php>, 23. 10. 2007
- Suma Shop: Pagerank und SEO. 2005, 14, <http://www.suma-shop.de/pag-13/pgs-17/PageRank-und-SEO.html>, 30. 4. 2007
- Tameco: Google Sandbox generell bei Änderungen? 12. 11. 2007,
<http://www.tameco.eu/seo-blog/12112007-google-sandbox-generell-bei-aenderungen.html>, 26. 11. 2007
- TechCrunch: Details Revealed: Google OpenSocial To Launch Thursday. 30. 10. 2007.
<http://www.techcrunch.com/2007/10/30/details-revealed-google-opensocial-to-be-common-apis-for-building-social-apps/>, 30. 10. 2007

- TechCrush: Google To “Out Open” Facebook On November 5. 21. 9. 2007,
<http://www.techcrunch.com/2007/09/21/google-to-out-open-facebook-on-november-5/>, 23. 10. 2007
- Telekom-Presse.at: Sicherheitslücke in Google Online entdeckt. 20. 6. 2007,
http://www.telekom-presse.at/channel_internet/news_28898.html, 23. 10. 2007
- Themenrelevant: Duplicate Content oder wie Yigg einen Blog abschoss. 17. 8. 2007,
<http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2007/10/partnerprogramme-knneure-website.html>, 23. 10. 2007
- Trendanzeiger: Google bestraft Linkhandel - Letztlich trifft es vor allem die kleinen Webmaster.... 26. 10. 2007, <http://tranz.wordpress.com/2007/10/26/google-bestraft-linkhandel-letztlich-trifft-es-vor-allem-die-kleinen-webmaster/>, 1. 11. 2007
- Venture Chronicles: Privacy as a Competitive Weapon. 23. 7. 2007,
<http://jeffnolan.com/wp/2007/07/23/privacy-as-a-competitive-weapon/>, 23. 10. 2007
- Webanalyse-News: Neue Features in Google Analytics Update. 16. 10. 2007,
<http://webanalyse-news.de/neue-features-im-google-analytics-update/>, 23. 10. 2007
- Webanalytics.de, http://www.webalytics.de/images/ga/tut_15.gif, 23. 10. 2007
- Webbarometer: Nutzung von Suchmaschinen. 7. 11. 2007,
<http://www.webhits.de/deutsch/index.shtml?webstats.html>, 7. 11. 2007
- Webgreenhorn: Alexa Rank – für was er taugt. 6. 3. 2006,
<http://www.webgreenhorn.com/blog/fuer-was-der-alexarank-taugt/184/>, 23. 10. 2007
- Webkrauts.de, Meinert, Jens: SEO kompakt. 18. 12. 2006
<http://meiert.com/de/publications/articles/20061218/>, 30. 4. 2007
- Werbewirkung von Textlinks in Suchmaschinen. 20. 3. 2003
<http://www.ecin.de/marketing/textlinks/>, 17. 2. 2007 basiert auf Studie: Welche Werbewirkung erzielen Textlinks in Suchmaschinen. 2003
- Wikipedia: Informationsgesellschaft. <http://de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenmarketing>, 17. 2. 2007
- Worldsites: Google Umsatz bei 10,6 Milliarden Dollar. 2. 2. 2007, <http://news.worldsites-schweiz.ch/google-umsatz-bei-106-milliarden-dollar.htm>, 5. 5. 2007
- www.google-phone: Ballmer: Microsoft won't be bidding in 700MHz auction. 14. 6. 2007,
<http://www.google-phone.com/ballmer-microsoft-wont-be-bidding-in-700mhz-auction-2590.php>, 25. 10. 2007

Yahoo Finance: Google Aktienkurs. 23. 10. 2007

<http://de.finance.yahoo.com/q/bc?s=GOOG&t=5y>, 23. 10. 2007

Zechendorf: In 7 Schritten zum optimalen AdSense Anzeigenformat. 4. 9. 2007,

<http://www.zechendorf.com/2007/04/09/in-7-schritten-zum-optimalen-adsense-anzeigenformat>, 9. 11. 2007

Zeithaml, Thomas: Warum ist Pagerank wichtig. 8. 6. 2007 [http://www.thomas-](http://www.thomas-zeithaml.de/blog/warum-ist-pagerank-wichtig)

[zeithaml.de/blog/warum-ist-pagerank-wichtig](http://www.thomas-zeithaml.de/blog/warum-ist-pagerank-wichtig), 23. 10. 2007

7.11 Firmenpublikationen

Askinet: Stats Page.

<http://akismet.com/stats/>, 15. 11. 2007

Angelink yourposition GmbH: Studie zu Suchmaschinenmarketing: Schweizer Budgets steigen

(Pressemitteilung). 20.09.2006, <http://openpr.de/news/100830/Studie-zu-Suchmaschinenmarketing-Schweizer-Budgets-steigen.html>, 2. 5. 2007

Bloofusion Germany GmbH: Die vier Grundpfeiler einer erfolgreichen Webseite.

www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/vier-grundpfeiler/vier-grundpfeiler.pdf, 31. 8. 2007

Beantalk Inc: Google Algorithm Update Analysis. 5. 7. 2007,

<http://www.beantalk-inc.com/articles/seo/algorithm-update.htm>, 23. 10. 2007

Bloofusion Germany GmbH: Anatomie des Suchens, [http://www.bloofusion.de/news-](http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/anatomie-des-suchens/anatomie-des-suchens.pdf)

[artikel/standpunkt/anatomie-des-suchens/anatomie-des-suchens.pdf](http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/anatomie-des-suchens/anatomie-des-suchens.pdf), 18. 3. 2007

Bloofusion Germany GmbH: Die vier Grundpfeiler einer erfolgreichen Webseite.

<http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/vier-grundpfeiler/index.shtml>, 18. 3. 2007

Bloofusion Germany GmbH: Suchmaschinen-Optimierung für Online-Shops - Die sieben

häufigsten Problemfelder, <http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/seo-fuer-shops/index.shtml>, 30. 4. 2007

Bloofusion Germany GmbH: Suchmaschinenoptimierung für Entscheider. 2007,

<http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/seo-fuer-entscheider/index.shtml>, 18. 3. 2007

Bloofusion Germany GmbH: Suchmaschinenoptimierung für Web 2.0-Sites,

<http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/seo-web20/index.shtml>, 30. 4. 2007

Bloofusion Germany GmbH: Suchmaschinen-Spam – Eine Bestandsaufnahme,

<http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/spam/index.shtml>, 30. 4. 2007

- Bloofusion Germany GmbH: Zehn Spielregeln der Suchmaschinenoptimierung, <http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/seo-web20/index.shtml>, 30. 4. 2007
- Bloofusion Germany GmbH: Web-Design und Suchmaschinen-Optimierung - Zwei getrennte Welten, <http://www.bloofusion.de/news-artikel/standpunkt/seo-web20/index.shtml>, 30. 4. 2007
- Bruce Clay, Inc.: Search Engine Relationship Chart. 2007, <http://www.bruceclay.com/searchenginechart.pdf>, 4. 5. 2007
- CPC Consulting: Microsoft Digital Advertising Solutions startet in Deutschland. 3. 1. 2007, <http://www.cpc-consulting.net/cpc2/onlinemarketing/475-Microsoft-Digital-Advertising-Solutions-startet-in-Deutschland.html>, 27. 4. 2007
- CPC Consulting: Neue Kunden gewinnen mit Suchmaschinen-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung. <http://www.cpc-consulting.net/Warum+Suchmaschinen-Marketing.html>
- Cramer, Peter: Algorithmisch abgemant. Auf: 100Partnerprogramme.de, http://www.pnm-netshopper.de/netshopper_mag_affiliates.html, 2. 5. 2007
- DRISOL internet solutions: Google Bombing ab sofort wirkungslos. 30. 1. 2007, <http://www.inside.drisol.com/tag/google-algorithmus/>, 5. 5. 2007
- eFactory GmbH & Co. KG: Das PageRank-Verfahren der Suchmaschine Google. 2003, <http://pr.efactory.de/d-index.shtml>, 27. 4. 2007
- Elliance.com: The Power of RSS-Feeds. 4. 9. 2007, <http://searchengineoptimization.elliance.com/search-marketing-resources/seo-infographics.aspx?title=The-Power-of-RSS>, 20. 11. 2007
- FSM – Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienstleister: FAQ Selbstkontrolle Suchmaschinen, http://www.fsm.de/de/FAQs_Selbstkontrolle_Suchmaschinen. 30. 4. 2007
- Holtzbrinck ELab: SEM wird SEO. 17. 4. 2007 (Lehwald, Florian) <http://www.holtzbrinck-elab.de/blog/2007/04/17/sem-wird-seo/>, 30. 10. 2007
- Hoch3: Via Suchmaschinenoptimierung für Entscheider. Zürich http://www.hoch-3.ch/files/pdf/seo_faq.pdf, 8. 10. 2007
- Media Mind: Google Statements zum Pagerank Downgrade, 31. 10. 2007 (isa Medien GmbH) <http://209.85.129.104/search?q=cache:t6DASEw7HbIJ:www.media-mind.de/seo/google-forum/google-statements-pagerank-downgrade-698.html+http://www.media-mind.de/seo/google-forum/google-statements-pagerank-downgrade-698.html&hl=de&ct=clnk&cd=1&gl=de&client=firefox-a>, 1. 11. 2007

mediatour: Entwicklung der Onlinekommunikation.

<http://www.mediatur.info/de/branchennews/fuer-sie-gelesen/fachartikel-von-experten/>, 2. 5. 2007

nXplorer SEO & Marketing Blog: Google über die Verwendung von Bildern, 15. 12. 2006,

<http://www.nxplorer.net/blog/2006/12/google-uber-die-verwendung-von-bildern>, 30. 4. 2007

OneStat: Less people use 1 word phrase in search engines, 24. 6. 2006,

http://www.onestat.com/html/aboutus_pressbox45-search-phrases.html, 20. 11. 2007

Ranking Konzept: Suchmaschinenoptimierung?–Was ist das? 22. 8. 2007 (artaxo AG)

<http://www.ranking-konzept.de/seo-news/2007/08/22/suchmaschinenoptimierung-was-ist-das/>, 23. 10. 2007

Ranking Konzept: Domainwechsel mit 301 -> Moved Permanently. 12. 9. 2007,

<http://www.ranking-konzept.de/seo-news/2007/09/12/domainwechsel-mit-301-moved-permanently/>, 23. 10. 2007

Redaktionsbüro Goldman: Von Google gebannt wegen Duplicate Content. 22. 9. 2007,

http://www.goldmann.de/von-google-gebannt-wegen-duplicate-content_tipp_321.html, 23. 10. 2007

Revenuwire: Interview mit Google AdWords Evangelist Frederick Vallaes. 11. 6. 2007,

<http://blog.revenuwire.com/?p=115>, 23. 10. 2007

SEO-Solutions: Geschichte der Suchmaschinen. [http://www.seo-](http://www.seo-solutions.de/artikel/geschichte-der-suchmaschinen.html)

[solutions.de/artikel/geschichte-der-suchmaschinen.html](http://www.seo-solutions.de/artikel/geschichte-der-suchmaschinen.html), 27. 4. 2007

Search Lab: Preise für Textlinks im September. 4. 10. 2007,

<http://www.link-preis-index.de/blog/2007/10/04/preise-fur-textlinks-im-september/>, 22. 11. 2007,

SEARCHLAB – Suchmaschinenanalyse und –beratung: Linkpreis-Index für Februar 2007.

<http://www.search-lab.de/linkpreis-index-feb-2007.html>, 5.5. 2007

Search Lab: Risiko des PR-Verlustes. 15. 10. 2007,

<http://www.link-preis-index.de/blog/2007/10/15/das-risiko-des-pr-verlustes-durch-linkverkauf-betragt-31/>, 23. 10. 2007

SearchLab: Überholen ohne einzuholen. 27. 9. 2007, [http://www.search-](http://www.search-lab.de/blog/msn/2007/09/27/uberholen-ohne-einzuholen/)

[lab.de/blog/msn/2007/09/27/uberholen-ohne-einzuholen/](http://www.search-lab.de/blog/msn/2007/09/27/uberholen-ohne-einzuholen/)SEOMoz: How Yahoo or Facebook could kill Google. 7. 10. 2007, <http://www.seomoz.org/blog/how-yahoo-or-facebook-could-really-kill-google>, 23. 10. 2007

- Searchlab: Wir wissen gar nichts über Sie. Wir wissen bloß, was Sie schreiben. 29. 10. 2007
<http://www.search-lab.de/blog/google/2007/10/29/wir-wissen-gar-nichts-uber-sie-wir-wissen-blos-was-sie-schreiben/>, 1. 11. 2007
- SearchLab GmbH: Garantiert auf Platz eins bei Google. 3. 8. 2007, <http://www.search-lab.de/blog/google/2007/08/03/garantiert-auf-platz-eins-bei-google/>, 23. 10. 2007
- Search Lab:Auswertung nach dem PageRank-Update. 8. 11. 2007,
<http://www.search-lab.de/blog/google-updates/2007/11/08/auswertung-nach-dem-pagerank-update/>, 15. 11. 2007
- SEOMoz.org: Whiteboard Friday - Where in the World is...? 6. 9. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/whiteboard-friday-where-in-the-world-is> , 23. 10. 2007
- SEOMoz: The art of link building under the radar. 16. 8. 2007
<http://www.seomoz.org/blog/the-art-of-buying-links-under-the-radar>, 23. 10. 2007
- SEOMoz: Matt Cutts on Nofollow, Links-Per-Page and the Value of Directories. 29. 8. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/questions-answers-with-googles-spam-guru>, 23. 10. 2007
- SEOMoz: Five Reasons Why It's Better to be Big & Popular than Small & Niche. 1. 10. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/why-it-pays-to-be-big-popular-than-small-niche>, 23. 10. 2007
- SEOMoz: My Personal Opinion - 90% of the Rankings Equation Lies in These 4 Factors. 26. 9. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/my-personal-opinion-90-of-the-rankings-equation-lies-in-these-4-factors>:, 23. 10. 2007
- SEOMoz: Rand on the Hotseat. 27. 8. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/rand-on-the-hotseat>, 23. 10. 2007
- SEOMoz: Paid Links - Can't Be a White Hat With 'em, Can't Rank Without 'em. 10. 7. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/paid-links-can-you-rank-well-without-them>, 23. 10. 2007
- SEOMoz: Guide to Hidden Text. 7. 10. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/guide-to-hidden-text>, 23. 10. 2007
- Sistrix: PageRank-Update - ein paar Daten. 28. 10. 2007, <http://www.sistrix.com/news/687-pagerank-update-ein-paar-daten.html>, 1. 11. 2007
- Sistrix: Google, Don Quijote des Linkverkaufs. 25. 10. 2007,
<http://tranz.wordpress.com/2007/10/26/google-bestaft-linkhandel-letztlich-trifft-es-vor-allem-die-kleinen-webmaster/>, 1. 11. 2007

- Sistrix GmbH: Steuerung der internen Verlinkung mit Nofollow. 30. 9. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/679-steuerung-der-internen-verlinkung-mit-nofollow.html>, 23. 10. 2007
- Sistrix: Spam bei Google Maps. 5. 8. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/653-spam-bei-google-maps.html>, 23. 10. 2007
- Sistrix GmbH: Search Quality Rater, das unbekannte Wesen. 8. 6. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/622-search-quality-rater-das-unbekannte-wesen.html>,
23. 10. 2007
- Sistrix: Das Proxy-Problem. 17. 8. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/662-das-proxy-problem.html>, 23. 10. 2007
- Sistrix GmbH: Ist das noch normal 2. 30. 8. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/667-ist-das-noch-normal-teil-ii.html>, 23. 10. 2007
- Sistrix GmbH: Universal Search. 11. 9. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/671-universal-search.html>, 23. 10. 2007
- Sistrix GmbH: Das Subdomain Problem. 20. 6. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/632-das-subdomain-problem.html>, 23. 10. 2007
- Sistrix GmbH: Domains, Subdomains, Hostnamen und was sie verbindet. 13. 9. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/673-domains-subdomains-hostnamen-und-was-sie-verbindet.html>, 23. 10. 2007
- Sistrix: Das Märchen von der Themenrelevanz. 5. 11. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/690-das-maerchen-von-der-themenrelevanz.html>, 15.
11. 2007
- Sistrix GmbH: Google Ranking Faktoren. 11. 5. 2007,
<http://www.sistrix.com/news/606-google-ranking-faktoren.html>, 23. 10. 2007
- Suchmaschinen doktor.de: Der Hilltop-Algorithmus,
<http://www.suchmaschinen-doktor.de/algorithmen/hilltop.html>, 30. 4. 2007
- teamBlau GmbH: SEO Tipp – Aktualität, Aktualität, Aktualität! 28. 9. 2006,
<http://www.teamblau.com/de/neuigkeiten/128.html>, 30. 4. 2007
- Traffic Leader: 2007 Search Marketing Insight for Retailers. von: Berry, Jake / McGee Matt,
Februar 2007, <http://www.trafficleader.com/whitepapers/retailers.html>, 3. 5. 2007
- Trendmile GmbH: The LongTail. 28. 5. 2007
<http://www.trendmile.com/Blog/optimierung/the-long-tail/>, 23. 10. 2007

TrendMile: Old School SEO-Faktoren sind zurück! 2. 7. 2007

<http://www.trendmile.com/Blog/optimierung/old-school-seo-faktoren-sind-zurueck/>,
8. 10. 2007

Wölfel, Stefan: "Preferred Cost Bidding" – so schneiden Sie günstig bei Google ab!

<http://www.komdat.com/Preferred-Cost-Bidding-so-schneiden-Sie-guenstig-bei-Google-ab.html>, 20. 9. 2007

webgreenhorn.com: Besucherverhalten – die Zukunft des Ranking-Algorithmus. 18. 10. 2006,

<http://www.webgreenhorn.com/blog/besucherverhalten-die-zukunft-des-ranking-algorithmus/378/>, 30. 4. 2007

7.12 Firmenpublikationen Google

Google: Über Webmaster Tools und Sitemaps.

<https://www.google.com/webmasters/tools/docs/de/about.html>, 23. 10. 2007

Google: Google Analytics Features.

<http://www.google.com/analytics/de-DE/features.html>, 13. 5. 2007

Google Webmaster Help: Matt Cutts on Appropriate uses of nofollow tag. 9. 10. 2007

http://groups.google.com/group/Google_Webmaster_Help-Indexing/msg/21b12da30e8b0de2-2007-9-10, 23. 10. 2007

Google: Google Learning Center.

<http://www.google.com/intl/de/adwords/learningcenter/18989.html>, 23. 10. 2007

Google.com: Google Audio Ads.

<http://www.google.com/adwords/audioads/index.html>, 14. 6. 2007

Google AdWords: Was sind Gadget Anzeigen? 2007,

<http://www.google.com/adwords/gadgetads/index.html>, 23. 10. 2007

Google AdWords: Google Advertising Professionals. 2007,

<https://adwords.google.com/select/professionalwelcome> , 23. 10. 2007

Google Webmaster Central: Partnerprogramme können eure Website bereichern. 5. 10. 2007,

<http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2007/10/partnerprogramme-knnen-eure-website.html>, 23. 10. 2007

Google Hilfe für Webmaster. 2007,

<http://www.google.de/support/webmasters/bin/answer.py?answer=47334&ctopic=8523>, 23. 10. 2007

Google Webmaster Central: Duplicate Content – Best Practice bei dupliziertem Inhalt. 14. 3. 2007,

- http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2007/03/duplicate-content-best-practice-bei_08.html, 23. 10. 2007
- Google Webmaster Central: Wie ihr Flash am besten verwendet. 10. 7. 2007, <http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2007/07/wie-ihr-flash-am-besten-verwendet.html>, 23. 10. 2007
- Google: Richtlinien für Webmaster. <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769#quality> , 23. 10. 2007
- Google: AdWords Help Center: Website Optimizer Overview <https://www.google.de/analytics/siteopt/siteopt/help/overvw.html>, 30. 4. 2007
- Google AdWords: Gezielte Ausrichtung auf bestimmte Regionen und Orte -Schärfen Sie Ihren Werbefokus, <https://adwords.google.de/select/targeting.html>, 12. 5. 2007
- Google: AdWords Hilfe: Was versteht man unter "erweiterten weitgehend passenden Keywords"? <https://adwords.google.de/support/bin/answer.py?answer=6136>, 2. 5. 2007
- Google Base Help Center: How do I optimize my rankings? <http://base.google.com/support/bin/answer.py?answer=25161&query=listed+attribute&topic=&type=>, 5. 5. 2007
- Google: Google AdWords-Richtlinien zur Zielseite und zur Qualität von Websites, https://adwords.google.com/select/siteguidelines.html?ctx=awblog&sourceid=awo&subid=us-et-awb-070706_4, 2. 5. 2007
- Google: Google AdWords - Redaktionelle Richtlinien. <https://adwords.google.de/select/guidelines.html>, 24. 4. 2007
- Google: Google Analytics Features. <http://www.google.com/analytics/de-DE/features.html>, 13. 5. 2007
- Google: Help Topics A –Z. http://www.google.com/support/bin/static.py?page=alpha_index.html, 24. 4. 2007
- Google: Hilfe für Webmaster, <http://www.google.com/support/webmasters/?hl=de>, 27. 4. 2007
- Google Hilfe für Webmaster: Indiziert Google Websites, die Frames enthalten? <http://www.google.de/support/webmasters/bin/answer.py?answer=34445>, 30. 4. 2007
- Google Inside AdWords: Invalid Clicks – Google's Overall Numbers. 28. 2. 2007, <http://adwords.blogspot.com/2007/02/invalid-clicks-googles-overall-numbers.html>, 3. 5. 2007

- Google: So verwalten sie Ihr Google AdWords-Konto – ein praktischer Leitfaden. 2004,
https://adwords.google.de/select/de/library/controlcenter_sept03.pdf, 5. 3. 2007
- Google: Webmaster Zentrale. <http://www.google.de/intl/de/webmasters/>, 24. 4. 2007
- Google: Website Optimizer Overview
<http://services.google.com/webstoptimazer/overview/index.html>, 30. 4. 2007
- Official Google Webmaster Central Blog: SES Chicago – Using Images, 14. 12. 2006,
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2006/12/ses-chicago-using-images.html>,
30. 4. 2007
- Official Google Webmaster Central Blog: Update to our webmaster guidelines, 25. 10. 2006,
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2006/10/update-to-our-webmaster-guidelines.html>, 22. 11. 2007
- Official Google Webmaster Central Blog: A quick word about Google bombs, 25. 1. 2007,
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2006/12/ses-chicago-using-images.html>,
30. 4. 2007
- Google Duplicate Content-Session auf der SMX Advanced. 22. 6. 2007,
<http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2007/06/duplicate-content-session-auf-der-smx.html>, 23. 10. 2007
- Google: AdWords-Hilfe. <https://adwords.google.de/support/>, 24. 4. 2007
- Google: Google Analytics Tour. Mai 2007, http://services.google.com/analytics/tour/index_en-US.html, 12. 5. 2007
- Cutts, Matt: How to Report Paid Link. 12. 5. 2007,
<http://www.mattcutts.com/blog/how-to-report-paid-link>, 23. 10. 2007
- Google Webmaster Help Center. 12. 5. 2007,
<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=34449>,
23. 6. 2007
- Google: Privacy Policy. 10. 8. 2007, http://www.google.com/ads/gcc_privacy.html, 23. 10. 2007
- Cutts Matt, Forenpost auf digitalpoint.com. 6.9. 2007,
<http://forums.digitalpoint.com/showpost.php?p=4391628>, 23. 9. 2007
- Google AdWords: What is my Client Center. 28. 9. 2007,
<http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?hlrm=en&answer=7725>, 23. 10. 2007

Google Webmaster Central: Web 2.0 aus Spider-Sicht. 8. 11. 2007,
<http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2007/11/web-20-aus-spiders-sicht.html>, 15. 11. 2007

7.13 Gesetze

TDG: Teledienstgesetz (idF v. 14. 12. 2001), §64, 87c
<http://bundesrecht.juris.de/tdg/index.html>, 5.7.2006

UWG: Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb. 2004,
http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/uwg_2004/gesamt.pdf, 2. 5. 2007

7.14 Gerichtsurteile

OLG Köln (2002) v. 28.05.2002, 15 U 221/01
http://www.netlaw.de/urteile/olgk_11.htm, 5.7.2006

OLG Braunschweig, Beschluss vom 5. 12. 2006
OLG Braunschweig, Beschluss v. 05.12.2006 – AZ: 2 W 23/06

OGH, Beschluss vom 20.3.2007
OGH, Beschluss vom 20.3.2007, 17 Ob 1/07g: Google-Adword "Wein & Co"

7.15 Korrespondenzen

E-Mail: Christian Bennefeld (etracker webcontrolling GmbH), Betreff: Frage zu Ihrem Vortrag
„Searchengines Strategy Konferenz 2006“. 26. 2. 2007 per E-Mail

Marcus Hövener (Geschäftsführer Bloofusion Germany GmbH), Betreff: Frage zum
Erhebungszeitraum der „Untersuchung zur Verbreitung von Spam in
Suchergebnissen“. 19. 2. 2007 per E-Mail

7.16 Normen

EG-Datenschutzrichtlinie. 24. 10. 1994, http://www.datenschutz-berlin.de/infomat/heft28/dswi_f03.htm, 23. 10. 2007

EN ISO 9241- 10: Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten
Teil 10 - Grundsätze der Dialoggestaltung. 1995, <http://www.agil-mehr-internet.de/export/sites/agil-mehr-internet/galerien/downloads/pdf/ISO9241-10.pdf>,
12. 5. 2007

7.17 Patente

United States Patent Application: Serial No.: 364571 vom 28. 2. 2006. (30. 8. 2007),
<http://appft1.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO2&Sect2=HITOFF&u=%2Fnethtml%2FPTO%2Fsearch-adv.html&r=1&p=1&f=G&l=50&d=PG01&S1=20070203836.PG.NR.&OS=dn/20070203836&RS=DN/20070203836>, 23. 10. 2007

United States Patent Application No. 20070143345. 11. 10. 2006,
<http://appft1.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO2&Sect2=HITOFF&p=1&u=/nethtml/PTO/search-bool.html&r=1&f=G&l=50&co1=AND&d=PG01&cs1=20050071741&OS=20050071741&RS=20050071741>, 26. 11. 2007

United States Patent Application 350967, 8. 2. 2006,
<http://appft1.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO2&Sect2=HITOFF&u=%2Fnethtml%2FPTO%2Fsearch-adv.html&r=1&p=1&f=G&l=50&d=PG01&S1=20070198603.PG.NR.&OS=dn/20070198603&RS=DN/20070198603>, 23. 10. 2007

United States Patent Application 900021 26. 7. 2006 via Marketing-Online-Plan: Das Ende der Suchmaschinenoptimierung? http://www.marketing-online-plan.de/Suchmaschinenoptimierung_SEO/Latent_semantic_indexing_phrase_matching.html, 23. 10. 2007

7.18 Podcasts

Radio4SEO,
<http://www.radio4seo.de/>, mehrere Sendungen

seoFM
<http://www.seofm.com/>, mehrere Sendungen

7.19 Vorträge

Moskalyuk, Alex: Google Answers relaunches, so far in Russia only. 28. 6. 2007,
<http://www.moskalyuk.com/blog/google-answers-relaunches-so-far-in-russia-only/1447>, 23. 10. 2007

Parker, Lora - Range Online: Serach Engine Strategies San Jose, August 2007 via SEOmoz.org: Getting Traffic from Contextual Ads - SES San Jose. 20. 8. 2007,
<http://www.seomoz.org/blog/getting-traffic-from-contextual-ads-ses-san-jose>, 23. 10. 2007

- Fischerländer, Stefan: Suchbegriffe – Head oder Tail? 27. 3. 2007,
www.fischerlaender.de/download/ses07-suchbegriffe-head-oder-tail.pdf, 23. 10. 2007
- Fischerländer, Stefan: SEO als Prozess. 23. 5. 2007,
<http://www.fischerlaender.de/download/webinale07-seo-prozess.pdf>, 23. 10. 2007

Selbstständigkeitserklärung des Verfassers

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Sebastian Günther, Dresden 30. November 2007