



DIGITALER FUßABDRUCK

Wie du deine Online-Spuren aktiv steuerst - digital, sichtbar, nachhaltig

A top-down view of a light-colored wooden clipboard with a gold paperclip at the top. On the clipboard is a white rectangular card featuring a blue digital footprint graphic. The footprint is composed of various geometric shapes: the heel is a large blue circle with white circuit-like lines; the ball of the foot is a large blue circle with white hexagonal patterns; the toes are represented by smaller blue circles and hexagons. The background is a light beige fabric surface with fresh vegetables: green parsley on the left, a slice of orange on the top left, a slice of yellow fruit on the top center, and several red tomatoes on the right and bottom right.

WAS IST EIN DIGITALER FUßABDRUCK?

DIGITALER FUßABDRUCK

- ✓ Alle Daten, Inhalte und Spuren, die ein Unternehmen online hinterlässt
- ✓ Beeinflusst, wie Kunden, Partner und Google eine Marke wahrnehmen
- ✓ Entsteht bewusst (Website, Social Media) und unbewusst (Google-Rankings, Bewertungen)



Warum ist der digitale Fußabdruck so wichtig?

- ✓ **Erste Kundenkontakte passieren online**
- ✓ **90 % der Kunden recherchieren vor dem Kauf**
- ✓ **Sichtbarkeit entscheidet über Vertrauen und Kaufentscheidung**
- ✓ **Schlechter Eindruck = verlorenes Potenzial**

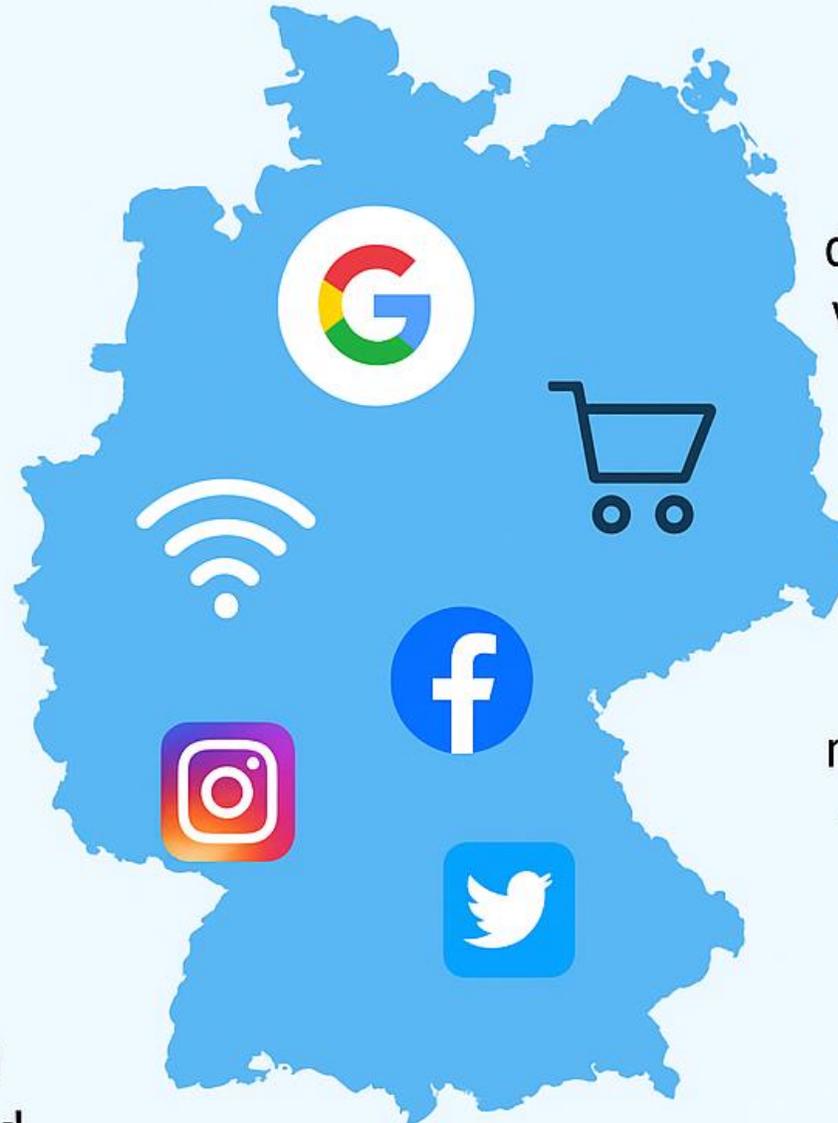


Digitale Reichweite in Deutschland – Zahlen, die zählen

94 % der Bevölkerung
ab 14 Jahren
sind online
(Quelle: APDiZDF-olintudie 2024)

82 % informieren sich
online über Produkte
und Dienstleistungen
vor dem Kauf

140 über 140 Millionen
Google-Suchanfragen
pro Tag in Deutschland

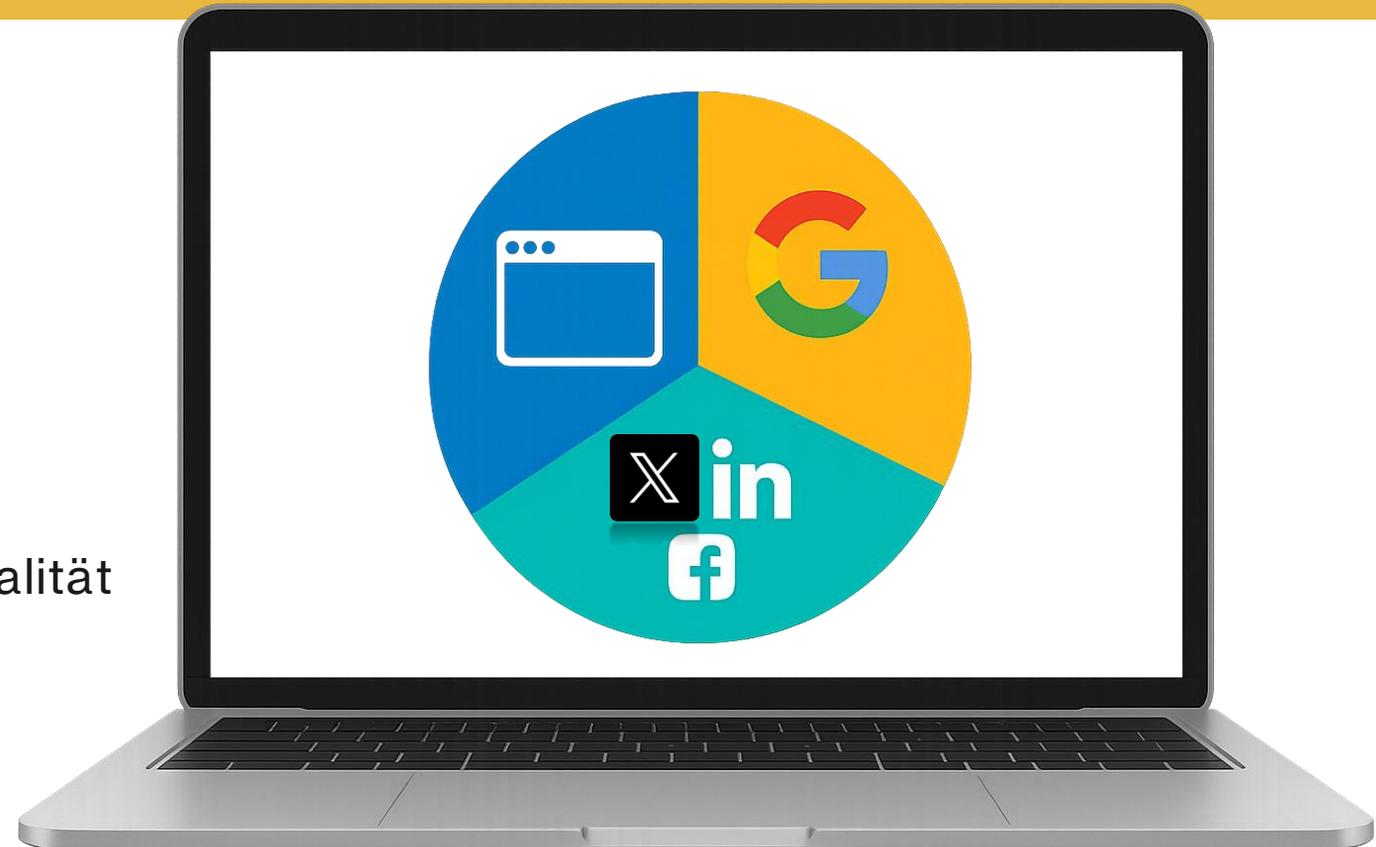


87%
der Internetnutzenden
verwenden regelmäßig
die Google-Suche

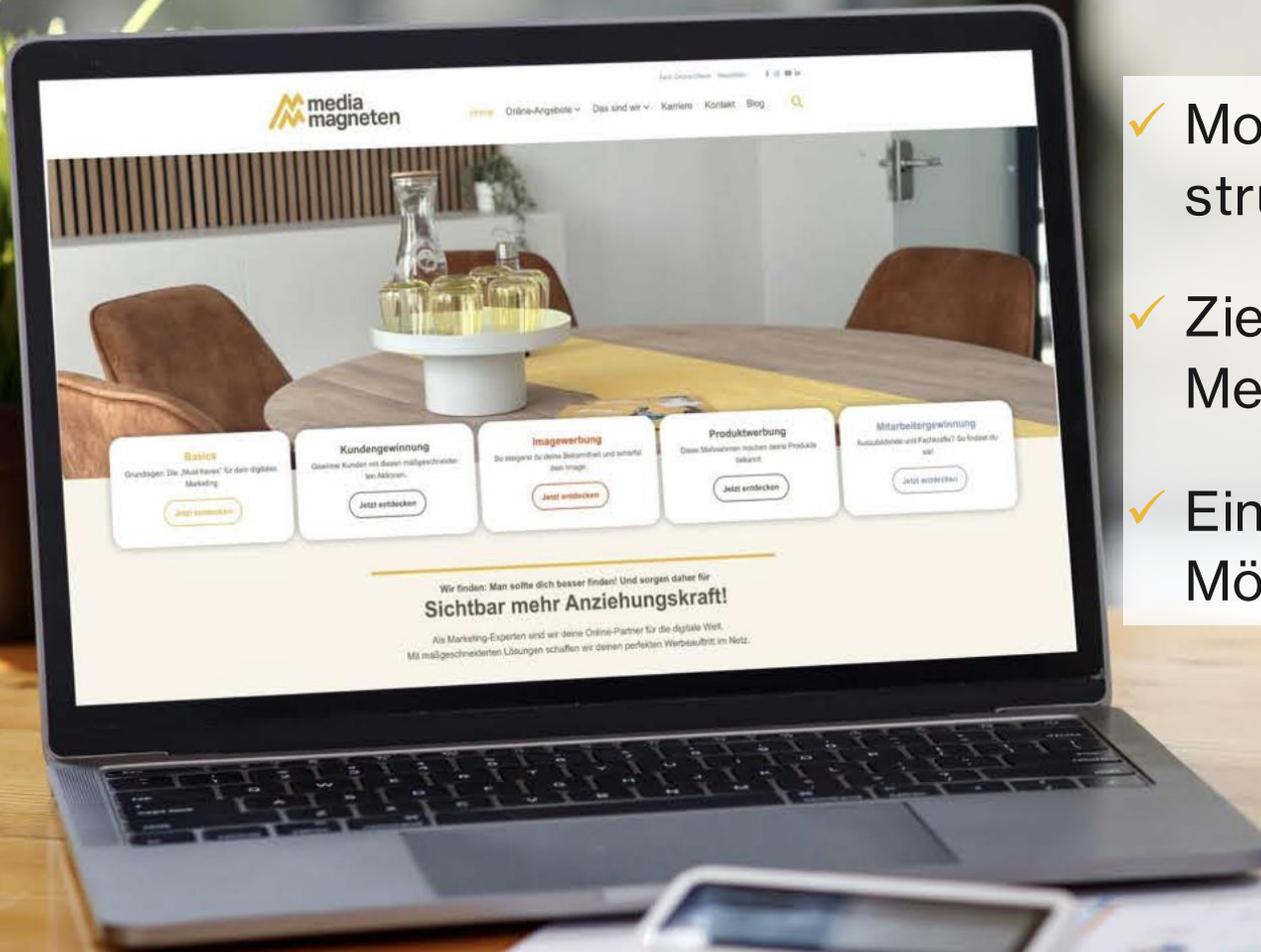
76%
nutzen Social Media,
davon 43% täglich

Die 3 Hauptbereiche des digitalen Fußabdrucks

1. **Website & Content:** Nutzerfreundlichkeit, Inhalte, Technik
2. **Google-Sichtbarkeit:** SEO, Bewertungen, Einträge
3. **Social Media:** Reichweite, Interaktion, Tonalität

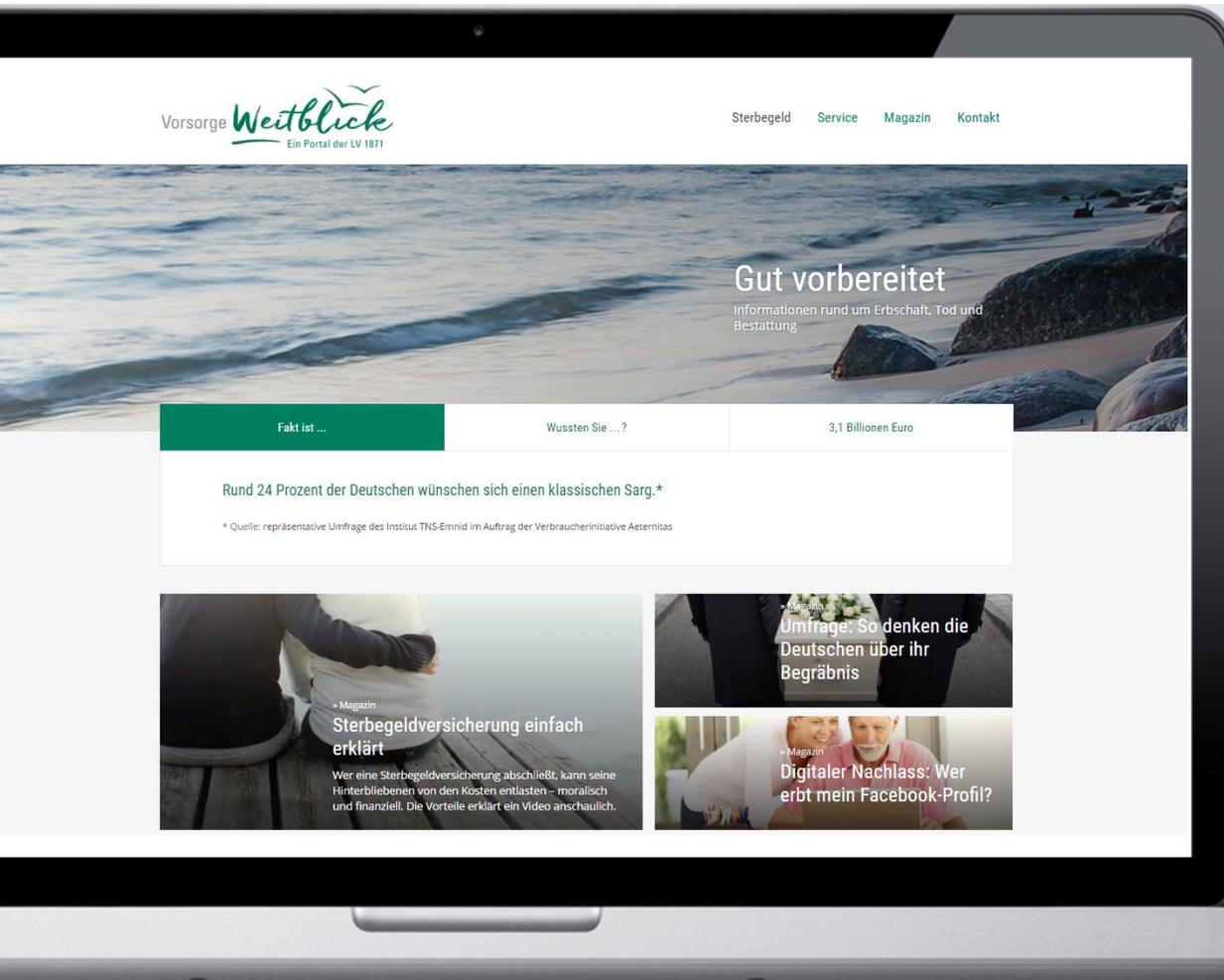


Website optimieren



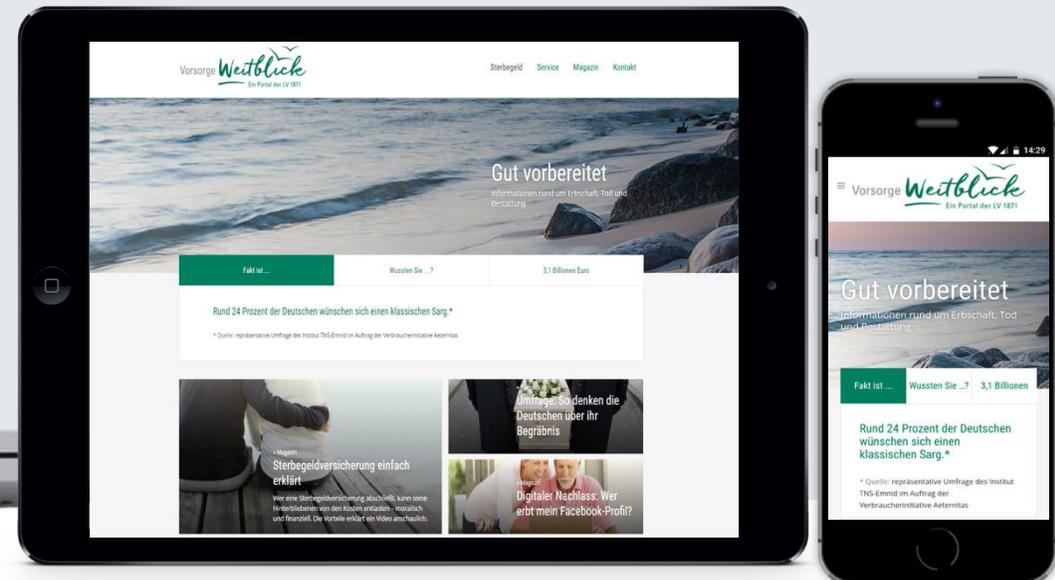
- ✓ Mobilfreundlich, schnell, klar strukturiert
- ✓ Zielgruppenrelevanter Content mit Mehrwert
- ✓ Eindeutige Kontakt- und Conversion-Möglichkeiten

Website optimieren



DON'TS

- ✓ Keine SSL Verschlüsselung (http://www...)
- ✓ Abgelaufene Aktionen und Angebote senken die Relevanz Ihrer Seite bei Suchmaschinen und Kunden.
- ✓ Keine privaten Email-Adressen verwenden.
- ✓ Bsp. Domain: super-hotel.de
- ✓ Email: hotelbuchung@web.de → unseriös



Google verstehen und nutzen

Google



Google dominiert mit über 90 % Marktanteil

**mediamagneten: Dein Online-Partner für die digitale Welt.**

mediamagneten: deine Online-Partner für digitale Lösungen und bedürfnisorientiertes Marketing, maßgeschneidert für dein Unternehmen.

Nachhaltigkeit im Web

mediamagneten und Nachhaltigkeit: Für jede ...

Sales Manager

Sales Manager ... Das Medienhaus Max Schmidt ...

Mediamagneten

Starte deine Karriere bei den mediamagneten – Werde Teil ...

Kontakt

Marketing-Beratung vor Ort, telefonisch oder online: Die ...

Max Schmidt-Römhild GmbH ...

23558 Lübeck Telefon: 0451 7031 01. Fax: 0451 7031 211. E-Mail ...

Weitere Ergebnisse von mediamagneten.de »

**mediamagnetenverlage-onlineshop.de**

www.mediagneten.de; Kostenloser Versand ab € 39,99; Versand per Post/DHL*; 0201 8130-0 · info@mediagnetenverlage-onlineshop.de · www.mediagneten.de ...

**mediamagneten**

4,7 ★★★★★ 10 Rezensionen ⓘ

Webdesigner in Lübeck

 Website  Route  Rezensionen

 Speichern  Teilen  Anrufen

Adresse: Konrad-Adenauer-Straße 4, 23558 Lübeck

Hinreise: 🚗 1 Std. 7 Min.

Telefon: 0451 703101

Öffnungszeiten: Geöffnet · Schließt um 16:00 ▾

Änderung vorschlagen ·
Inhaber dieses Unternehmens?

 An mein Smartphone senden

Senden

Rezeptionen werden nicht überprüft ⓘ

- ✓ Relevante Keywords einbauen (Suchbegriff + Standort)
- ✓ Google Business Profile aktuell halten (ehemals „Google My Business“)
- ✓ Bewertungen aktiv einholen und beantworten

76 % der "Near me"-Suchen führen am selben Tag zum Besuch

Maps, Rezensionen und Standortdaten sind entscheidend

innenausbau

Unternehmen :



BW-Werke GmbH
4,8 ★★★★★ (23) - Auftragnehmer für den Innenausbau
Seit über 3 Jahren aktiv - Steinbrechstraße 9
Geöffnet · Schließt um 17:00 - 07159 9304018

Loni Innenausbau
4,9 ★★★★★ (22) - Trockenbauunternehmen
Seit über 7 Jahren aktiv - Böblingen
Geöffnet · Schließt um 17:30 - 0172 7930429

Innenausbau Stärz
4,3 ★★★★★ (63) - Auftragnehmer für den Innenausbau
Ditzingen
Geöffnet · Schließt um 17:00 - 0173 5231642

Weitere Geschäfte >



**SICHTBAR SPUREN IN SOCIAL MEDIA
HINTERLASSEN**

Social Media Nutzung



- 78 % der Follower:innen empfehlen Marken aktiv weiter
- Gen Z verbringt bis zu 5 Stunden täglich auf Social Media
- UGC (User Generated Content) erhöht Reichweite und Glaubwürdigkeit

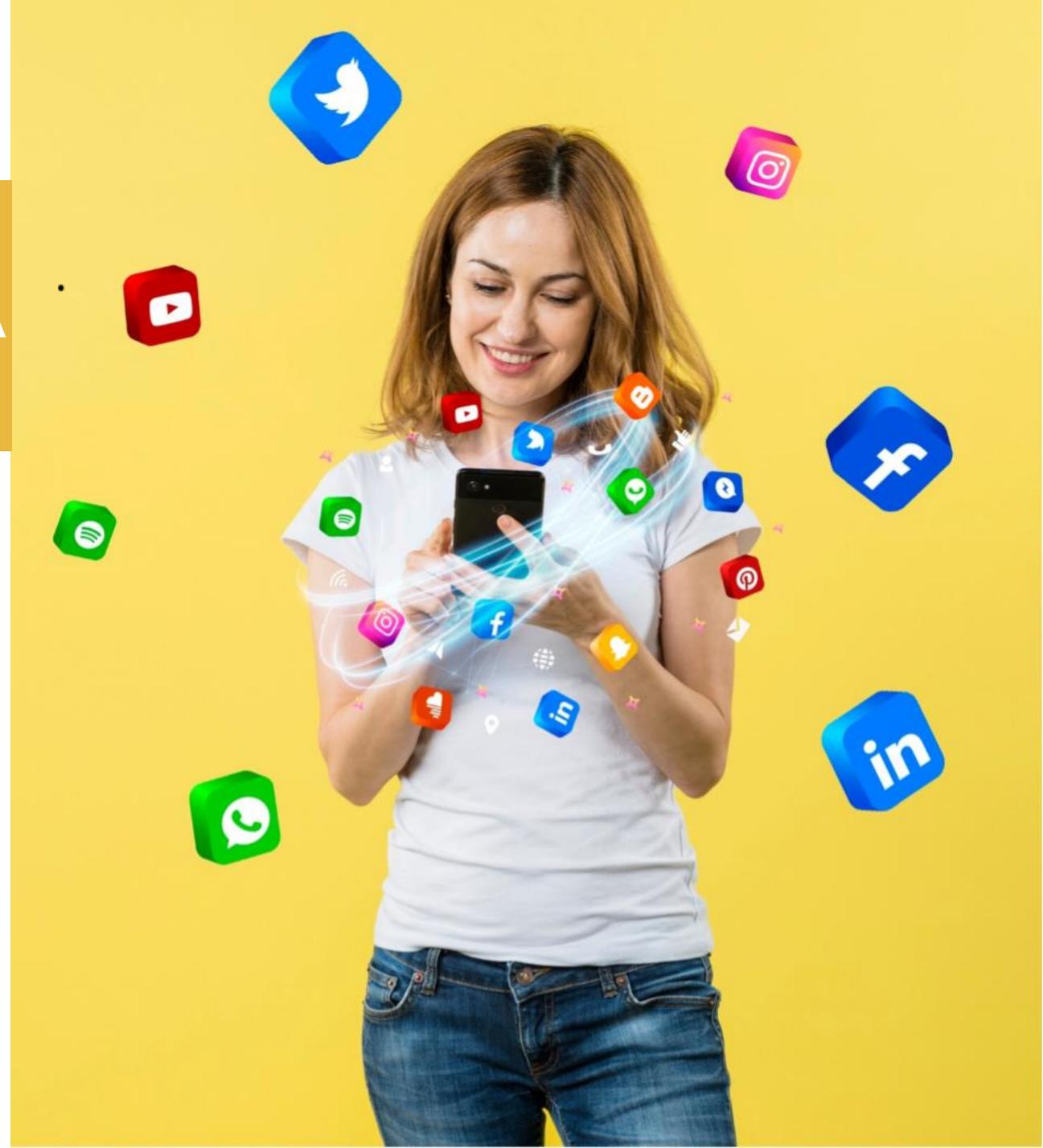
DIE WICHTIGSTEN SOCIAL-MEDIA KANÄLE



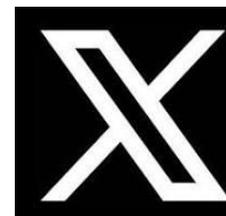
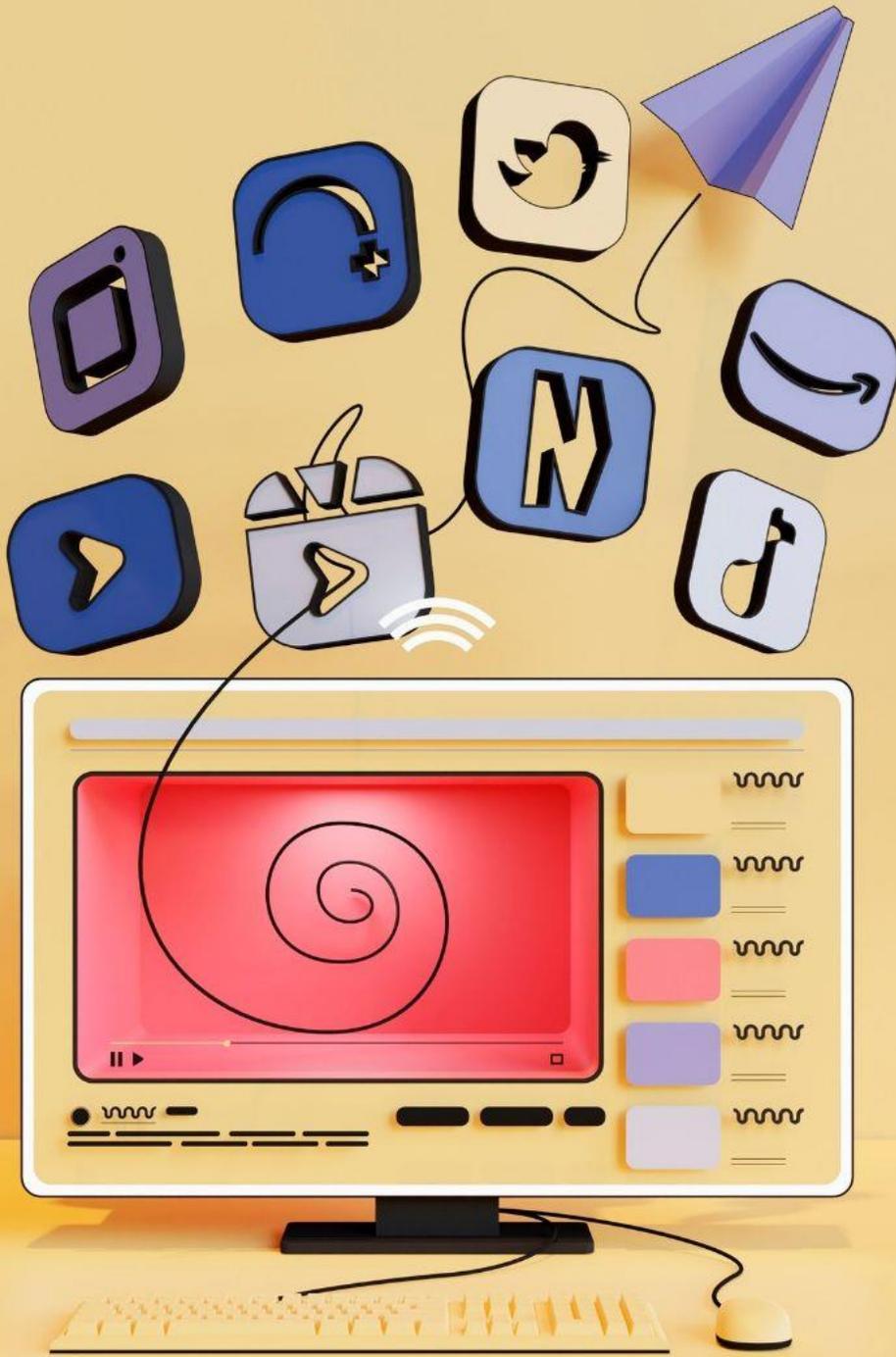
Facebook: über
30 Millionen Deutsche aktiv.



Instagram: Ads als einzige
Möglichkeit, klickbare Links
in den Feed zu bringen.



DIE WICHTIGSTEN SOCIAL-MEDIA KANÄLE



X (Twitter): gutes Multiplikatoren-Netzwerk (Blogger, Journalisten, Meinungsführer).



LinkedIn: 20 Millionen UserInnen im DACH-Raum

DIE WICHTIGSTEN SOCIAL-MEDIA KANÄLE

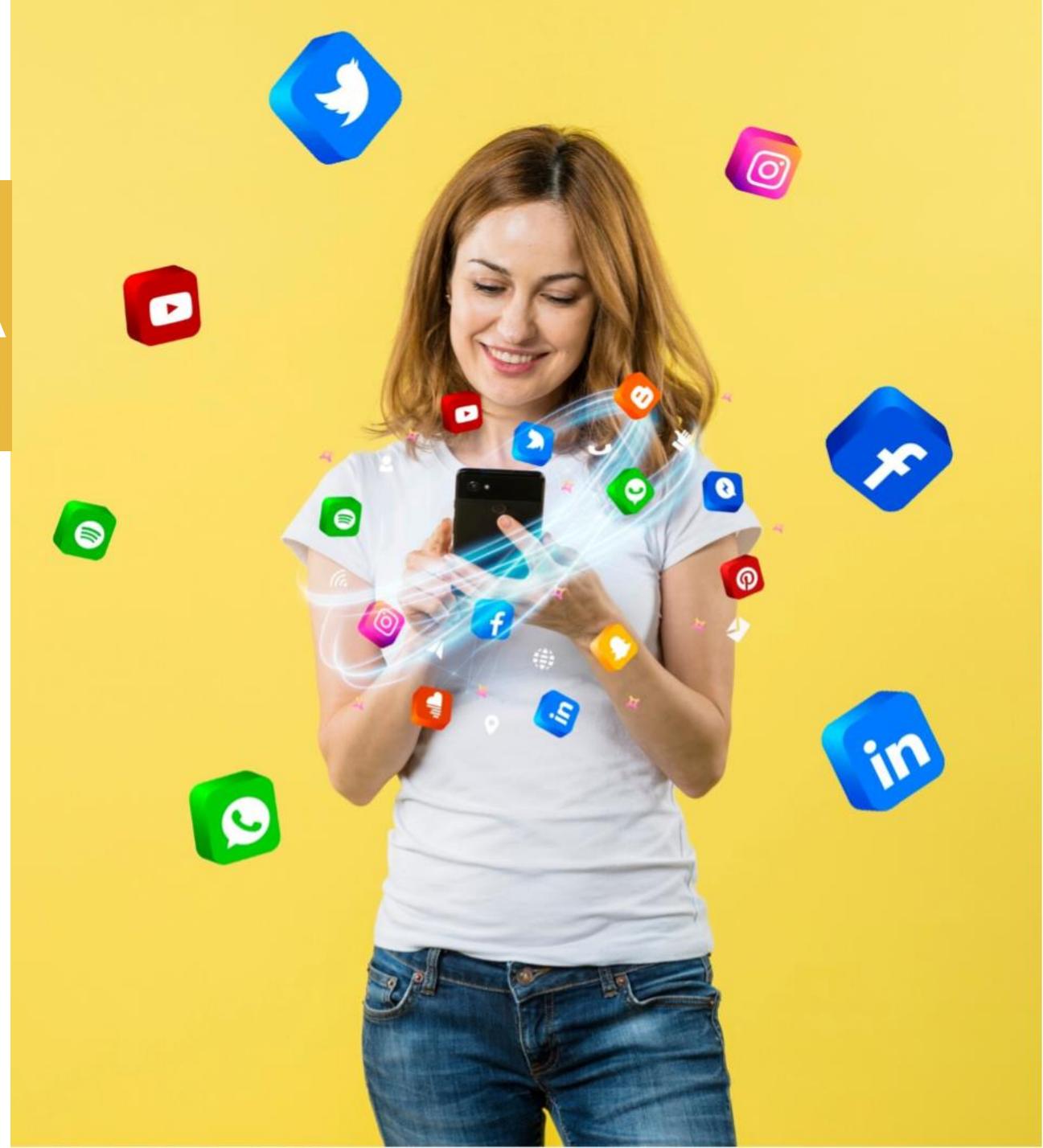


Tik Tok: Plattform für kurze, kreative Videos - jüngere Zielgruppe

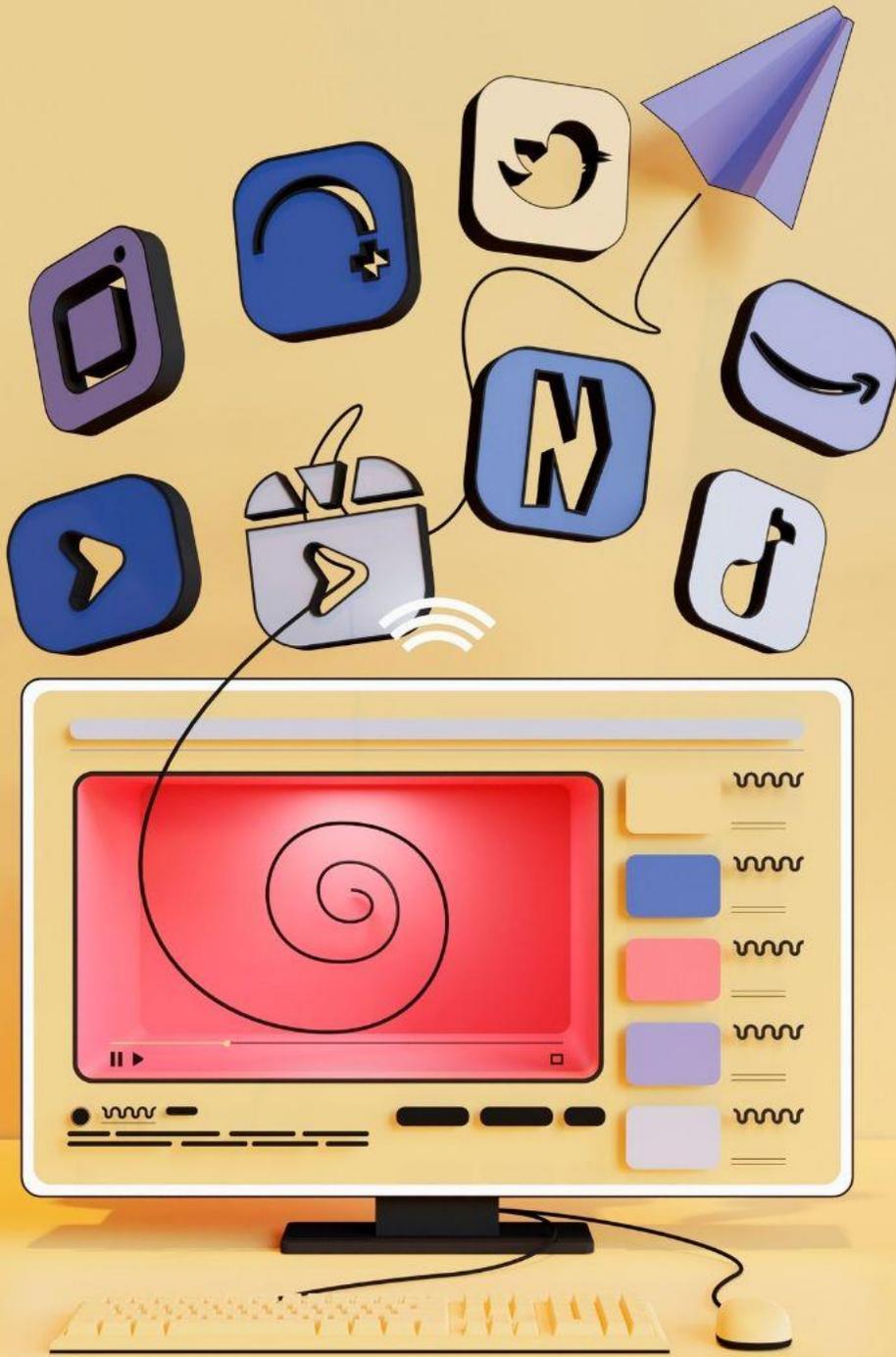


YouTube

YouTube: Zweitgrößte Suchmaschine der Welt - SEO Relevanz



DIE WICHTIGSTEN SOCIAL-MEDIA KANÄLE



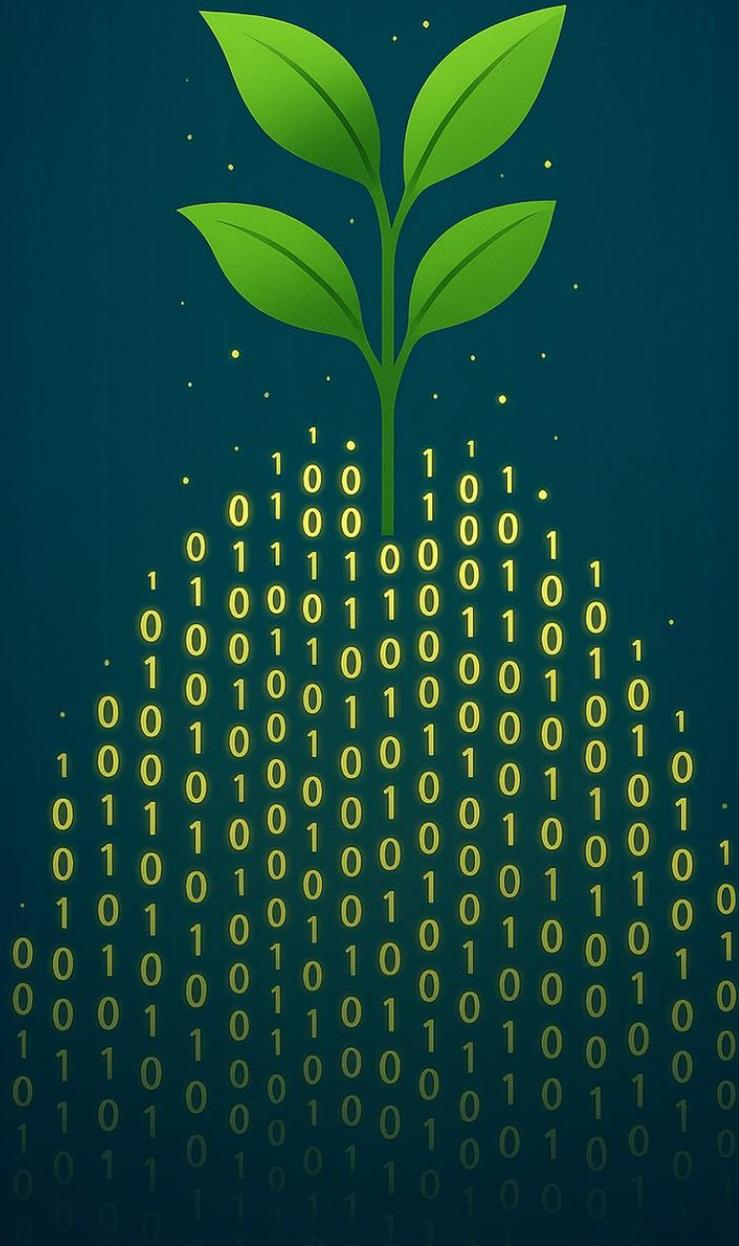
Pinterest: Beliebter Inspirationskanal; wird gerne als Suchmaschine genutzt



Eigenes Blog/Online-Magazin: Eigene Kanal - schafft Unabhängigkeit, Pflege aufwendig

NACHHALTIGKEIT IM DIGITALEN AUFTRITT

- ✓ Langfristig angelegte Content-Strategien
- ✓ Kunden als Multiplikatoren nutzen
- ✓ Fokus auf Nutzen statt Werbung

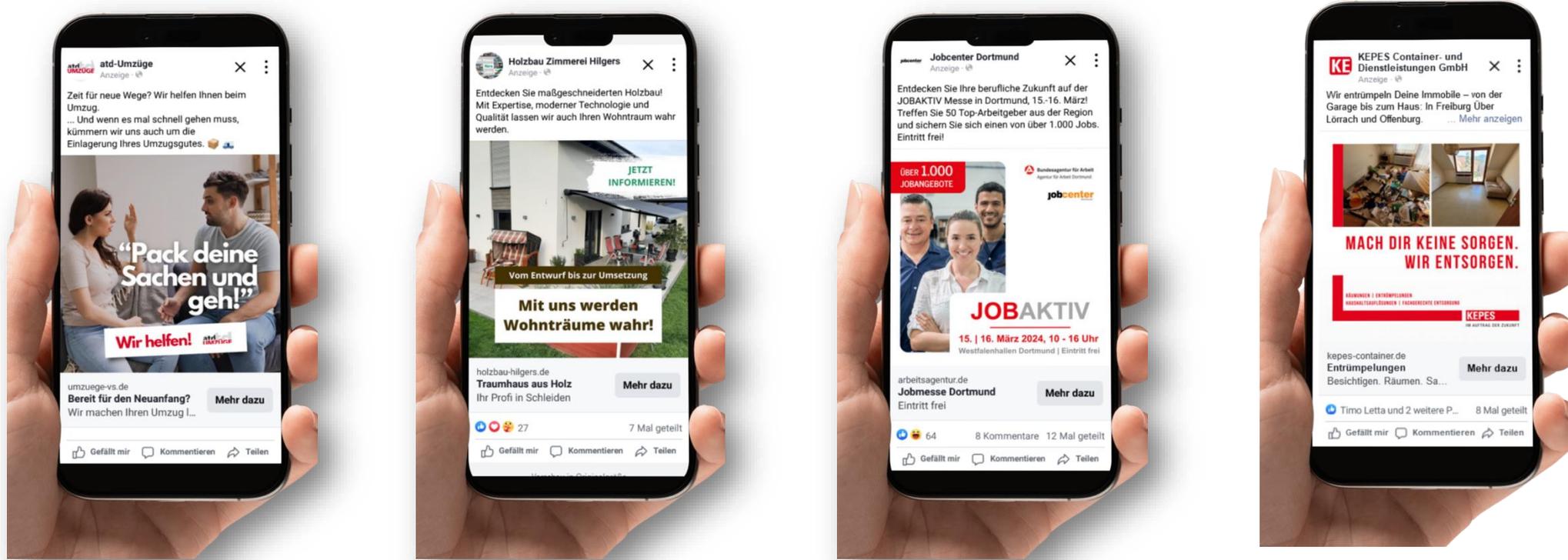


CONTENT MARKETING IST KEINE NEUE ERFINDUNG

- **1900** veröffentlicht der Reifenhersteller Michelin zur Weltausstellung in Paris einen Werkstattführer
- **1910** die erste deutschsprachige Version
- **Seit 1923** inkl. Hotel- und Restaurant-Empfehlungen
- **Diente** im 2. Weltkrieg als Orientierungshilfe für die alliierten Truppen
- **Seit 1966** werden in Deutschland Michelin-Sterne vergeben

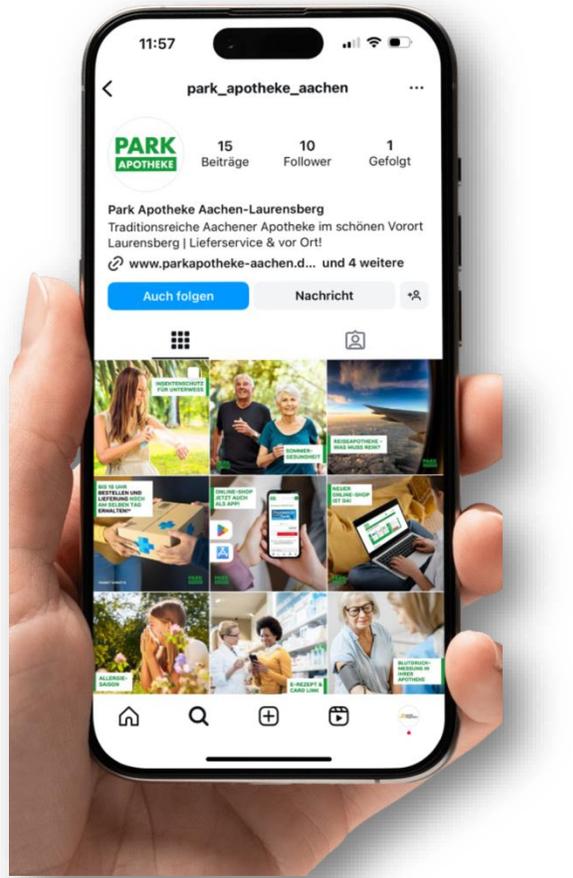


BEISPIELE – SOCIAL ADS



Ansicht unterscheidet sich je nach Platzierung / Endgerät

BEISPIELE – SOCIAL POSTING



bespielter Instagram-Account



Beitrag



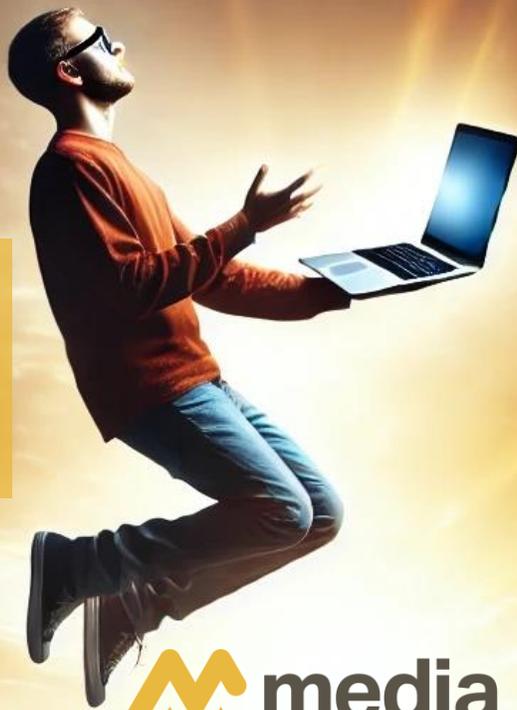
Beitrag



Beitrag mit Slides



KI verändert den digitalen Fußabdruck



 **media
magneten**

KI verändert den digitalen Fußabdruck

- ✓ Google AI Overviews verändern die Suche grundlegend: Nutzer bekommen direkt Antworten statt nur Links
- ✓ Generative KI (z. B. ChatGPT, Gemini) erzeugt Inhalte schneller und in großer Menge
- ✓ Unternehmen können durch KI effizienter kommunizieren – aber auch an Authentizität verlieren
- ✓ Risiken bestehen bei Fehlern, veralteten Inhalten und verzerrten Ergebnissen – menschliche Kontrolle bleibt wichtig



Performance-Daten belegen:
KI-optimierte Mails haben 59 % höhere Öffnungsraten und 27 % höhere Klickraten

SEO UND KI - EINE NEUE VERBINDUNG

- ✓ Google bewertet Inhalte zunehmend nach Kontext, Relevanz und Nutzersignal – nicht nur nach Keywords
- ✓ Strukturierte Daten (Schema.org) helfen KI-Systemen beim Verstehen von Inhalten
- ✓ KI kann Texte schnell generieren, muss aber auf Mehrwert, Aktualität und Nutzerintention geprüft werden
- ✓ **Wer SEO mit KI kombiniert, spart Zeit – muss aber redaktionell kontrollieren**



ERFOLGSMESSUNG



MESSUNG UND ANALYSE

Wichtige Tools: **Google Analytics, Search Console, Meta Insights**

KPIs: Traffic, Verweildauer, Bounce Rate, Conversion Rate

Regelmäßige Analyse als Basis für Verbesserungen

WIE DEFINIERE ICH ERFOLG?

- KPI definieren: Was will ich erreichen?
- Ist der ausgewählte Kanal der richtige für meine Kampagne?
- Habe ich meine Zielgruppe getroffen?



CHECKLISTE

- ❑ **Klare Zielsetzung:** Ziele definieren
- ❑ **Zielgruppenorientierte** Inhalte erstellen
- ❑ **Konsistente Präsenz** auf Social-Media-Plattformen
- ❑ **Engagement** fördern: Aktiv mit Followern interagieren (Kommentare etc.)
- ❑ **Call-to-Action:** Klare Handlungsaufforderungen
- ❑ **Gezielte Werbekampagnen**, um die Zielgruppe anzusprechen
- ❑ **Analyse und Optimierung:** Erfolg der Social-Media-Aktivitäten regelmäßig messen und optimieren



FRAGEN, WÜNSCHE, ANTRÄGE?

A contact card for Stefan Orthmann. It has a dark blue background with a circular portrait of a man in a suit. Below the portrait, the name 'STEFAN ORTHMANN' is written in large white capital letters. At the bottom, a yellow bar contains the text 'Kontakt', the email 'Orthmann.stefan@mediamagneten.de', and the phone number '+49160-91 34 21 14'.

Link: <https://www.mediarmagneten.de/dein-online-check#online-checkc>