

Tokyo – Japan

Das „Land der aufgehenden Sonne“ fasziniert Menschen aus aller Welt seit langem. Die einzigartige Mischung aus Tradition und Fortschritt zieht Besucher regelmäßig in ihren Bann. Zwischen hochmodernen Bürogebäuden und Wolkenkratzer findet man traditionelle japanische Restaurants, Tempel und Schreine. Tokyo, was übrigens „östliche Hauptstadt“ bedeutet, ist das Zentrum dieses begeisternden Landes. Die Weltstadt auf der japanischen Hauptinsel Honshu verbindet Tradition und Moderne auf eine faszinierende Weise. Hochmoderne Bauwerke wie den Tokyo Tower oder den Komplex aus Hochhäusern Tokyo Midtown werden Sie ebenso bewundern wie buddhistische Tempel wie den Asakusa-Tempel oder den Meniji-Schrein.

Darüber hinaus bietet Tokyo unzählige Einkaufs- und Vergnügungsmöglichkeiten. Der Stadtteil Shinjuku, wo sich Ihre Sprachschule befindet, beheimatet nicht nur das Rathaus der Stadt, sondern auch einen Shopping- und Vergnügungsbezirk mit zahlreichen Shops, Cafés und Restaurants. Auch für Kulturfreunde hat Tokyo einiges zu bieten: Zahlreiche traditionelle und moderne Theater, vielfältige Museen wie das Nationalmuseum oder das Nationalmuseum für westliche Kunst, aber auch die wunderschön angelegten japanischen Gärten erfreuen viele Tokyo-Besucher.

Darüber hinaus gibt es in Tokyo einen Ableger des Disneylands, aber auch die Zoos der Stadt, wie der Uneo-Zoo, wo Sie sogar Pandabären erleben können, sind einen Besuch wert. Sehenswert ist zudem der große Fischmarkt, wo es auch zahlreiche Fischrestaurants mit japanischen Fischgerichten gibt. Tokyo ist bei Tag und bei Nacht ein Erlebnis: Während Ihres Urlaubs in Tokyo werden Sie das einzigartige Flair dieser modernen, aber auch traditionellen Stadt erleben!

Social Media und SEO: 2 Seiten einer Medaille?

Schließen sich SEO und soziale Netzwerke gegenseitig aus? Sollte man nur auf das eine oder das andere setzen bzw. beide als getrennte Onlinemarketingmaßnahmen auffassen? Nein, SEO und Social Media gehören zusammen! Auch wenn die Links aus sozialen Netzwerken – egal, ob Facebook, Google+ oder Twitter – nicht direkt in das Suchmaschinenranking einfließen, erhöhen sie dennoch die Bekanntheit eines Unternehmens und unterstützen einen natürlichen Linkaufbau. Denn jegliche Bewegung und Aktivität wirkt sich positiv auf die Wahrnehmung des Unternehmens im Internet aus.

Unternehmenswebseite als Basis

Egal, ob SEO oder Social Media – die Ausgangsbasis ist und bleibt guter Content. Hier treffen sich beide Teilbereiche des Onlinemarketings und können miteinander verbunden werden. Guter Content wirkt sich positiv auf die SEO-Maßnahmen aus und kann in die sozialen Medien eingebunden werden. Dabei ist die unternehmenseigene Webseite immer der Ausgangspunkt. Von hier aus können Unternehmen Inhalte verbreiten, die das Suchmaschinenranking direkt beeinflussen. Diese werden dann in den sozialen Netzwerken geteilt. Allerdings muss nicht jeder Blogeintrag auch auf Facebook erscheinen und auf Twitter darf man gerne einmal einen interessanten Link verschicken, der nicht auf die Unternehmenswebseite verweist.

Profile in den sozialen Netzwerken sind besonders hilfreich zur Verbreitung der eigenen Inhalte. Ein großes Netzwerk erhöht dabei die Chancen auf Verlinkungen. Diese Verlinkungen sind Empfehlungen und wirken sich zumindest indirekt auf das Ranking in Suchmaschinen aus. Jeder Klick auf „Gefällt mir“ und jede Weiterleitung eines Links ist ein sogenannter Social Share. Aus diesen Social Shares werden Social Signals, die sich allerdings lediglich auf die Bekanntheit des Unternehmens oder der Marke auswirken. Außerdem sind Links aus sozialen Netzwerken Links aus themenrelevanten Umfeldern. Neben Twitter und Facebook wird übrigens Google+ immer wichtiger, da der Suchmaschinen-Riese Google+-Profile in seinen Suchergebnissen anzeigt.

Natürlicher Linkaufbau

Jeder Betreiber einer Webseite möchte Backlinks durch natürlichen Linkaufbau generieren, ohne dabei SEO-Regeln zu verletzen, denn das könnte eine Abstrafung durch Google zur Folge haben. Google setzt heute mehr auf dynamische Inhalte wie Blogeinträge statt auf Texte mit möglichst vielen Keywords. Dabei kommt es immer mehr auch auf Beiträge in sozialen Netzwerken an. Denn was ist dynamischer, als Facebook & Co.? Außerdem sind Links in sozialen Netzwerken Nachweise für die Bekanntheit eines Unternehmens. Jedes Like ist eine Empfehlung für das Unternehmen. Und jeder Link aus sozialen Netzwerken unterstützt einen organischen Linkaufbau. Allerdings sind diese Links alle Nofollow-Links und wirken sich nicht auf das Suchmaschinenranking aus.

Die Basis für alle Social Media- und SEO-Aktivitäten ist Content. Die User verlinken nur relevante und gute Inhalte. Es bringt wenig, immer wieder süße Tierbilder und „Wir wünschen Euch ein schönes Wochenende“ zu posten, denn die Inhalte sollten einen Bezug zum Unternehmen haben und für die User interessant und informativ sein. Nur bei Inhalten mit Mehrwert besucht der User die Seite wieder. Dies gilt für die Webseite ebenso für die Facebookseite und den Blog. Und süße Katzenbilder mögen den User kurzzeitig erfreuen, hochwertige Verlinkungen ermöglichen sie allerdings nicht. Der Wunsch jedes Webseitenbetreibers ist es, Links von qualitativ hochwertigen, vertrauenswürdigen Webseiten zu bekommen, da sich diese positiv auf das Google-Ranking auswirken.

Fazit

Modernes Onlinemarketing ist nur durch eine geschickte Verbindung beider Disziplinen möglich. Die gezielte Nutzung von Reichweiten ermöglicht, dass sich Inhalte fast wie von selbst im Internet verbreiten. Unternehmen erreichen Menschen in sozialen Netzwerken besser als über Suchmaschinen.

Allerdings sind SEO-Maßnahmen immer noch einer der Grundpfeiler für Marketing-Aktivitäten im Internet und dürfen daher nicht vergessen werden. Außerdem sollten Onlinemarketing-Verantwortliche nicht in Kampagnen denken, sondern es muss regelmäßig guter und frischer Content produziert werden.