

10 Spitzenkandidaten – 10 Positionen

Wie ranken Politiker in den Top-10 Suchergebnissen von Google zu ihrem eigenen Namen

Wer hat es noch nicht getan: in der Suchmaschine den eigenen Namen eingegeben und die Ergebnisse studiert. Was für die einen Spaß ist, kann für andere von hoher Wichtigkeit sein: beispielsweise für Politiker. Gerade jetzt, einen Monat vor der Bundestagswahl, ist es für die Spitzenkandidaten unverzichtbar, in den Suchergebnissen mit den eigenen Inhalten bestmöglich auffindbar zu sein. Im Netz haben die Politiker die Chance, den Wähler direkt abzuholen und vom eigenen Programm zu überzeugen. Das Potenzial der zu erreichenden Wähler wird durch die Daten aus dem Keywordplaner von Google verdeutlicht: So kommt der Suchbegriff „Angela Merkel“ auf durchschnittlich 201.000 Suchanfragen im Monat. Im Juli 2017, zwei Monate vor der Wahl, waren es bereits 301.000 Suchanfragen.

(Stand der erhobenen Daten & untersuchten Suchergebnisse: 28.08.2017)

Keyword	Mtl. Suchvolumen
Angela Merkel	201.000
Martin Schulz	165.000
Sahra Wagenknecht	110.000
Alice Weidel	60.500
Christian Lindner	40.500
Cem Özdemir	33.100
Katrin Göring Eckardt	22.200
Alexander Gauland	14.800
Dietmar Bartsch	9.900
Joachim Herrmann	5.400

Monatliche Suchanfragen zu den Namen der Politiker bei Google (Quelle: Adwords Keyword Planner)

Um die eigene Position bestmöglich zu verbreiten, sind Top-Positionen in den Suchergebnissen unerlässlich. Wie viele der gefundenen Ergebnisse auf der ersten Ergebnisseite liegen in der Verantwortung der Kandidaten selbst, etwa durch die eigene Webseite und Social Media? Und wie positionieren sich Seiten, welche nicht beeinflussbar sind, wie Wikipedia oder Newsportale? 42DIGITAL hat die Top-10 Suchergebnisse der in Deutschland marktführenden Suchmaschine Google zu den Namen der Spitzenkandidaten analysiert und verglichen:

Die eigene Webseite

Die einfachste Option, einen vorderen Platz der Suchergebnisse für sich zu beanspruchen, ist die eigene Webseite mit einer Namens-Domain wie beispielsweise angela-merkel.de. Hier ist zu erkennen, dass diese Domains bei allen Kandidaten auf Position 1 oder 2 ranken – unabhängig von der Stärke der Domain oder vom Umfang der Inhalte. Der Grund: Durch den Namen in der Domain schreibt die Suchmaschine eine hohe Relevanz dieser Suchanfrage zu. Außerdem: Alle Domains werden sehr gut von externen Seiten verlinkt – dies signalisiert der Suchmaschine, dass die Domain sehr relevant ist.

Lediglich die beiden AfD Politiker Alice Weidel und Alexander Gauland sind nicht mit einer eigenen Webseite vertreten. Zwar ist die jeweilige Domain registriert, jedoch wird auf die AfD-Fraktions-Seite weitergeleitet. Hierdurch wird die erste Chance vergeben, den Wähler auf der Suche direkt vom eigenen Programm zu überzeugen.

Social Media Profile

Facebook

Die allseits beliebte Social Media Plattform mit 21 Millionen täglich aktiven Nutzern in Deutschland (*Stand: Juni 2017, Quelle: allfacebook.com*) bietet ebenfalls eine gute Option vordere Ränge in den Suchergebnissen einzunehmen. Die Profile der Spitzenkandidaten ranken durchschnittlich auf Position 3 bis 4. Die Ausnahmen: Joachim Herrmann mit lediglich 13.507 Likes rankt nur auf Position 7. Alexander Gauland, der über keine eigene Facebook-Seite verfügt, geht an dieser Stelle leer aus. Dabei eignet sich ein Facebook-Profil nicht nur, um bei Google zu ranken. Auch die Plattform selbst bietet mit den vielen aktiven Usern eine gute Möglichkeit, um die breite Öffentlichkeit mit den eigenen Inhalten zu erreichen.

Spitzenreiter nach Followerzahl:

Angela Merkel:	2.488.209
Sahra Wagenknecht:	382.476
Martin Schulz:	358.045

Twitter

Auch der Kurznachrichtendienst Twitter ist bei Politikern beliebt. 6 der 10 Spitzenkandidaten verfügen über einen verifizierten Account. Die Follower-Anzahl unterscheidet sich jedoch auch hier stark. Klar in Führung liegt Martin Schulz von der SPD mit 479.000 Followern. Angela Merkel sowie Alice Weidel verfügen über nicht verifizierte Profile, beide mit etwa 9.000 Followern. Während der Account von Alice Weidel immerhin auf Position 9 rankt, ist Angela Merkel nicht auf der ersten Ergebnisseite vertreten. Die Besonderheit bei der Bundeskanzlerin: Sie tweetet nicht selbst. Dies übernimmt Steffen Seibert unter @RegSprecher mit 822.000 Follower. Nicht vertreten bei Twitter sind Alexander Gauland sowie Joachim Herrmann.

Interessant auch hier: Die Anzahl der Follower scheint in keinem direkten Zusammenhang mit der Positionierung zu liegen. So rankt der verifizierte Twitter-Account von Sahra Wagenknecht (mit 161.000 Followern der zweitstärkste Account im Vergleich) erst auf Position 11. Alle anderen Spitzenkandidaten mit verifiziertem Account können sich in den Top 10 positionieren.

Instagram

Bei der Bildnachrichten-Anwendung Instagram ist die Hälfte der Kandidaten mit einem Account vertreten. Klare Spitzenreiterin hier: die aktuelle Kanzlerin mit 348.000 Followern. Abgeschlagen auf Position 2 liegt FDP-Kandidat Christian Lindner mit 28.100 Anhängern, gefolgt von Martin Schulz mit 16.100. Platz 4 geht an Cem Özdemir mit 2.690, Platz 5 an Katrin Göring Eckardt mit 1.360 Followern.

Joachim Herrmann, Sahra Wagenknecht, Dietmar Bartsch und Alexander Gauland sind nicht auf Instagram vertreten. Joachim Herrmann und Alice Weidel kommen mit ihren nicht verifizierten Accounts auf 1.900 bzw. 900 Follower.

Dies spiegelt sich auch in den Ergebnislisten von Google wider: Lediglich Angela Merkels Instagram Account rankt in den Top-10 auf Position 9.

YouTube

Die Videosuchmaschine aus dem Hause Google wird von allen Spitzenkandidaten stiefmütterlich behandelt. Nur Joachim Herrmann verfügt unter Joachim.Herrmann.CSU über einen eigenen Channel. Dieser hat jedoch mit weniger als 100 Aufrufen pro Video eine sehr geringe Reichweite.

Die Videos der restlichen Spitzenkandidaten werden lediglich auf dem Channel der jeweiligen Partei veröffentlicht. An dieser Stelle geht nicht nur Potential für Video-Rankings zur Namenssuche in den organischen Ergebnissen von Google verloren. Auch Rankings eigener Videos in der YouTube-Suche selbst könnten eine enorme Reichweite aufbauen.

So konnte das Video „#DeineWahl – YouTuber fragen Angela Merkel“ des Kanals „Deine Wahl“ innerhalb von 5 Tagen über 1.7 Millionen Klicks verzeichnen. Weiteren Aufschluss über das Potential der Videosuchmaschine bietet das Tool VeeScore. Es zeigt die durchschnittlichen monatlichen Videoaufrufe zu bestimmten Keywords.

Keyword	Mtl. Views
Merkel Interview	201.000
Angela Merkel	165.000
Merkel	110.000

Monatliche Video-Views auf YouTube (Quelle: tool.veescore.com)

Videos zu „Merkel interview“ kommen auf 410.000 Views im Monat. Wenn auch nur ein Bruchteil dieser Aufrufe über einen eigenen Channel laufen würde, könnte eine sehr hohe Reichweite aufgebaut werden.

Webseiten der Parteien

Weiteres Potential liegt in den Profildaten der Kandidaten auf der Domain ihrer Parteien. Bei 6 der 10 Kandidaten rankt die Webseite der entsprechenden Partei. Lediglich Angela Merkel, Martin Schulz, Katrin Göring-Eckardt sowie Christian Lindner können hier nicht punkten. Verlierer an dieser Stelle sind Angela Merkel sowie Christian Lindner. Sie wurden von ihrer Partei gar nicht mit einer eigenen Landingpage bedacht.

Alexander Gauland hingegen kann als einziger der Spitzenkandidaten mit 2 URLs seiner Partei ranken. Neben afd.de rankt ebenso afd-fraktion-brandenburg.de. Dies sind somit auch die beiden einzigen Resultate, welche er bzw. seine Partei aktiv beeinflussen können.

Hier geht nicht nur den Spitzenkandidaten selbst Reichweite für eigene Inhalte verloren. Auch die Parteien verspielen die Chance, Traffic auf ihre Domains zu führen und dem Nutzer das eigene Programm näher zu bringen.

Google Schlagzeilen

Alle Spitzenkandidaten (mit Ausnahme von Dietmar Bartsch) ranken in Google Schlagzeilen. Die Quelle dieser News sind verschiedene Nachrichtenquellen wie beispielsweise Spiegel, Welt, Zeit oder Stern.



Google search results for "angela merkel". The search bar shows "angela merkel" and the search button. Below the search bar are tabs for "Alle", "News", "Bilder", "Videos", "Maps", "Mehr", "Einstellungen", and "Tools". The search results show "Ungefähr 57.100.000 Ergebnisse (0,59 Sekunden)".

Schlagzeilen

- 

Angela Merkel auf der Gamescom - "Der Finger muss hierhin und der dahin"

Süddeutsche.de · vor 2 Stu...
- 

An einem Tisch mit Angela Merkel: Münchnerin (75) rechnet ab | Stadt

Tz · vor 1 Stunde
- 

Gamescom: Angela Merkel will sich um die Gamer kümmern

Die Welt · vor 6 Minuten

Diese Artikel sind nicht von den Spitzenkandidaten oder deren Parteien beeinflussbar. Die Nachrichten, welche in den Suchergebnissen prominent mit einem Bild dargestellt werden, sind meist nicht älter als wenige Stunden und ranken auf den vorderen Positionen. An dieser Stelle heißt es: am besten gar nicht erst für schlechte Nachrichten sorgen.

Und der Rest der Suchergebnisse?

Nachrichtenseiten

Nicht nur in den Google Schlagzeilen sind die großen Nachrichtenportale vertreten. Auch im Rest der Suchergebnisse sind sie zu einem großen Teil zu finden. Durchschnittlich nehmen diese Seiten etwa 4 bis 5 der ersten 10 Suchergebnisse ein.

Erstaunlich ist die Schnelligkeit, mit der Google diese News indexiert – teilweise schon nach wenigen Stunden.

[Wahlkampf: Die ungeschminkte \(Volks-\)Wahrheit über Martin Schulz ...](#)

[www.zeit.de > Politik](#)

vor 2 Tagen - "Ausdruckslos, langweilig, nichtssagend." Oder: "Ein Kanzler für Deutschland!" Was deutsche Wähler wirklich über den Kanzlerkandidaten der ...

Auch hier besteht Nachholbedarf bei den Spitzenkandidaten. Auf keiner der eigenen Webseiten werden zeitnah Neuigkeiten zu eigenen Terminen oder aktuellen Themen veröffentlicht. Bei den Seiten, welche über eine News-Sektion verfügen, sind die letzten Einträge teils mehrere Wochen alt.

Wikipedia

Wie bei den meisten informellen Suchanfragen, rankt die beliebte Online-Enzyklopädie auch zu den Namen der Spitzenkandidaten auf Spitzenpositionen. Für jeden der 10 Politiker positioniert sich Wikipedia zwischen Position 1 und 3 in den Suchergebnissen von Google. Lediglich die eigenen Webseiten der Kandidaten bzw. die Google Schlagzeilen schaffen es, vor dem Online-Lexikon aufzutauchen.

Außerdem gelingt es Wikipedia zu der Suchanfrage „wer ist [Name des Politikers]“ teils mit der Google Answer Box zu ranken.

The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text 'wer ist angela merkel'. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Alle', 'News', 'Videos', 'Bilder', 'Shopping', 'Mehr', 'Einstellungen', and 'Tools'. The search results indicate 'Ungefähr 58.500.000 Ergebnisse (0,69 Sekunden)'. The first result is a knowledge panel for Angela Merkel, featuring a text snippet and a photograph of her at a podium. The text snippet reads: 'Angela Merkel ist die erste Person an der Spitze der deutschen Regierung, die in der Bundesrepublik (1954) geboren wurde. Ihr Vorgänger Gerhard Schröder wurde im NS-Reich (1944), dessen Vorgänger Helmut Kohl in der Weimarer Republik geboren (1930)'. Below the snippet is the title 'Angela Merkel – Wikipedia' and the URL 'https://de.wikipedia.org/wiki/Angela_Merkel'. At the bottom of the panel are links for 'Informationen zu diesem Ergebnis' and 'Feedback'.

Dieses Ergebnis wird sehr prominent auf Position 1 in der Google-Suche dargestellt und bringt die Möglichkeit mit sich, dass der dargestellte Text bei der Nutzung von Voice Search unter Nennung der Quelle vorgelesen wird.

Überraschend ist dabei die Häufigkeit dieser Fragen. So wird laut Google Keywordplaner jeden Monat durchschnittlich 1.900-mal nach „Wer ist Angela Merkel“ gesucht.

Bundestag & Co.

Auch die Parlamente besitzen eigene Webseiten. Politiker, die hier vertreten sind, haben auf der jeweiligen Webseite eine eigene Landingpage. Diese Profile ranken teilweise in den Top 10. So ranken zu Joachim Herrmann die Domain des bayerischen Landtages sowie des bayerischen Innenministeriums. Bundestag.de erscheint in den Top-10 Ergebnissen zu Sahra Wagenknecht, Dietmar Bartsch, Katrin Göring-Eckardt sowie Cem Özdemir.

Fazit

Die Top 10 der Suchergebnisse zu jedem der Spitzenkandidaten sind sehr gut durchmischt und ständig in Bewegung. Durchschnittlich schafft es jeder Politiker etwa 3 der ersten 10 Suchergebnisse mit eigenen Inhalten abzudecken. Am häufigsten vertreten sind hierbei die eigene Webseite, Facebook sowie Twitter.

Am präsentesten sind in den Suchergebnissen Angela Merkel, Dietmar Bartsch sowie Cem Özdemir (Basis: Anzahl der Suchergebnisse, die selbst beeinflussbar sind wie eigene Domain, Facebook, Landingpage der Partei). Angela Merkel schafft es mit ihrer Namens-Domain, Facebook, Instagram und der Webseite bundeskanzlerin.de in den Top-10 der Google Suche zu ranken. Ihre beiden Konkurrenten positionieren sich ebenfalls mit ihrer Namens-Domain sowie dem Facebook-Account in den Suchergebnissen. Außerdem sind sie mit ihrem Twitter-Account sowie der jeweiligen Parteien-Webseite vertreten.

Deutliches Schlusslicht dieser Analyse ist Alexander Gauland. Ohne eigene Webseite oder Social-Media Accounts ist er in den Top 10 von Google nicht mit eigenen Inhalten auffindbar. Lediglich afd.de sowie afd-fraktion-brandenburg.de sind zu seinem Namen in den Top-10 vertreten, deren Inhalte nicht in seiner eigenen Verantwortung liegen, sondern in der der Partei.

Mit etwa 4 bis 5 Rankings vertreten sind News Portale. Die Artikel dieser Websites dienen ebenso als Quelle für die Google Schlagzeilen und können somit eine hohe Reichweite aufbauen. Hierbei ist sehr auffällig, dass diese Ergebnisse teils nur wenige Stunden bzw. gar Minuten alt sind. Dies verdeutlicht, wie schnell die Suchmaschine in der Indexierung aktueller Inhalte geworden ist.

Der übrigen Suchergebnisse werden durch Wikipedia und die Websites der Parteien bzw. Parlamente abgedeckt. Gerade die Profile der Spitzenpolitiker bringen hier für die Parteien sowie die Politiker selbst noch großes Potential, um die eigenen Inhalte noch weiter auszubauen und die Reichweite somit zu erhöhen.

Auch wenn Google auf eine hohe Diversität in den Suchergebnissen achtet, sollten alle Kanäle deren Inhalte selbst beeinflusst werden können, mit möglichst hochwertigen Inhalten bespielt werden. Denn nicht nur über das Ranking in den Google Suchergebnissen, sondern auch auf den Kanälen selbst kann eine relevante Reichweite aufgebaut und die Zielgruppe direkt erreicht werden.

Kontakt:

Kay Freimund

Senior SEO Consultant 42DIGITAL GmbH

Konsul-Smidt-Str. 8p

28217 Bremen

E-Mail: kay.freimund@42digital.de

Telefon: +49 (0) 421 - 596 599 0 - 41