

SEO vs. SEA: Unterschiede einfach erklärt



Im digitalen Marketing begegnen uns ständig die Begriffe SEA (Search Engine Advertising) und SEO (Search Engine Optimization). Doch was steckt eigentlich dahinter, und wie unterscheiden sich diese beiden Ansätze voneinander? Ich habe mich dazu mit den beiden Expert:innen [Marie-Luise Grübler \(SEA-Expertin\)](#) und [Michael Schade \(Experte für Webanalyse, SEA und SEO\)](#) unterhalten.

Im Wesentlichen geht es bei beiden Begriffen darum, wie Unternehmen ihre Online-Präsenz optimieren und auf Suchmaschinen wie Google sichtbar werden können:

- **SEA (Suchmaschinenwerbung)** ist bezahlte Werbung. Unternehmen zahlen für bestimmte Keywords, um ihre Anzeigen an prominenter Stelle in den Suchergebnissen zu platzieren. Ergebnisse zeigen sich hier oft unmittelbar nach Kampagnenstart.
- **SEO (Suchmaschinenoptimierung)** ist die organische Optimierung von Websites. Ziel ist es, durch technische Anpassungen, hochwertigen Content und Website-Strukturierung langfristig bessere Positionierungen in den unbezahlten Suchergebnissen zu erreichen.

Marie betont, dass SEA schnelle Sichtbarkeit schafft und flexibel steuerbar ist. Michael hingegen erklärt, dass SEO Geduld erfordert, da sich Erfolge erst über einen längeren Zeitraum zeigen.

SEA eignet sich besonders gut für saisonale Angebote oder zeitlich begrenzte Aktionen, beispielsweise Weihnachtsprodukte oder Sonderaktionen. Kampagnen können gezielt für kurze Zeiträume geschaltet werden und generieren sofortige Sichtbarkeit und Reichweite.

Michael schildert einen typischen SEO-Fall anhand eines Relaunches eines Online-Shops. Hier dauerte es über ein Jahr, bis die geplanten SEO-Maßnahmen sichtbar Erfolg zeigten. Die Geduld lohnte sich jedoch, da SEO nachhaltige Rankings und langfristig höhere Sichtbarkeit schafft.

SEO und SEA ergänzen sich optimal, wenn sie klug kombiniert werden. SEA liefert schnell Daten darüber, welche Keywords und Inhalte besonders gut funktionieren. Diese Erkenntnisse können wiederum direkt in SEO-Maßnahmen einfließen. Beispielsweise lassen sich erfolgreiche Anzeigentexte aus SEA auch effektiv für Meta-Beschreibungen und SEO-Content nutzen.

Michael ergänzt, dass erfolgreiche Google Ads-Kampagnen indirekt auch das organische Ranking verbessern können, da positive Nutzersignale erzeugt werden, die wiederum von Google bewertet werden.

SEA-Expertin Marie empfiehlt, spätestens bei höheren Budgets professionelle Unterstützung einzuholen, da kleine Fehler in den

Kampagneneinstellungen schnell zu hohen Kosten führen können. Michael unterstreicht dies mit einem Beispiel, bei dem falsche Keyword-Auswahl unnötige Ausgaben verursachte.

Es ist entscheidend, sowohl SEA als auch SEO in einer ganzheitlichen digitalen Marketingstrategie zu berücksichtigen. Beide Ansätze haben klare Stärken, die, sinnvoll kombiniert, eine maximale Sichtbarkeit und Effektivität erreichen. Um langfristig erfolgreich zu sein, sollten Unternehmen ein grundlegendes Verständnis für beide Bereiche entwickeln und diese strategisch miteinander verknüpfen.

Nutze die Stärken von SEO und SEA klug – für eine nachhaltige und effektive Online-Präsenz!



Marie-Luise Grüber

Strategisches Online Marketing | SEA

Seit einem Jahrzehnt widmet Marie-Luise Grüber sich mit Leidenschaft und Expertise Google Ads. Beherrscht die Nuancen, Geheimnisse und Raffinessen, die den Erfolg einer Marke mit Google vorantreiben. Ihr Ziel ist es, bei der Erstellung, Optimierung und strategischen Weiterentwicklung der Google Ads Kampagnen zu unterstützen – ohne komplizierte Fachausdrücke. Stattdessen setzt sie auf Begeisterung, Einfallsreichtum und Fokus auf die Zielgruppe, die Markenpositionierung und Optimierung der Landingpages.



Michael Schade

SEO | SEA | Webanalyse

Michael Schade ist ein Experte in den Bereichen Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung und Webanalyse. Das "M8" Online-Marketing-Kooperationsnetzwerk bietet eine Plattform, auf der sich selbstständige Unternehmer:innen treffen und ihr Wissen und ihre Fähigkeiten teilen können. Jedes Mitglied verfügt über seine eigenen Expertise - zusammen bilden sie eine Gemeinschaft aus Online-Marketing-Spezialisten, die gern miteinander kooperieren. Das M8-Netzwerk bietet die Möglichkeit, von geballtem Fachwissen und einem starken Team zu profitieren.



SEO-Wissen - dein Wettbewerbsvorteil

Lerne, wie du deine Rankings verbesserst und KI-Tools gezielt einsetzt, um Inhalte zu optimieren.

[zum SEO-Training](#)

Schreibe einen Kommentar

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein.

Name, E-Mail-Adresse und Website in diesem Browser für meinen nächsten Kommentar speichern.

Sie müssen den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren.

Kommentar abschicken