

Seo für Reisebüros

SEO für Reisebüros

SEO-Tipps für Reisebüros (Suchmaschinenoptimierung)

Suchmaschinenoptimierung für Reisebüros: Mit diesem SEO-Tipp steht Ihre Website bei Google auf der ersten Seite. Hier mehr erfahren!

[Touristik hat SEO-Potential noch nicht erkannt](#)
[Pad Testbericht SEO-Tipps für Reisebüros](#)



- 16. Aug. 2010
- [Image](#)
- [1](#)

Vor einigen Tagen führte ich ein interessantes Gespräch mit

der Besitzerin eines Reisebüros zum Thema [Suchmaschinenoptimierung](#) (SEO). Im Laufe der Unterhaltung erzählte Sie mir, dass ihr Reisebüro – zu Ihrer eigenen Verwunderung – sehr viele Anfragen nach Fährtickets für Überfahrten von Italien nach Griechenland erhält, obwohl das Reisebüro für dieses Produkt gar keine Suchmaschinenoptimierung betreibt. Eine kurze Keywordrecherche ergab, dass die Homepage ihres kleinen Reisebüros – welches unter den sogenannten *High Competitive Keywords* noch nicht einmal unter den Top 100-Google-Platzierungen zu finden ist – unter der Suchphrase „[fähre italien greece](#)“ bei Google auf der ersten Seite platziert ist. Dieser Fall ist ein interessantes Beispiel dafür, dass über die sogenannten [Long Tail Keywords](#) signifikanter Traffic auf einer Reisebüro-Website erzeugt werden kann. Daher möchte ich Ihnen heute einige Tipps und Tricks zum Thema **Reisebüro-SEO** verraten!

Reisebüro SEO – Tipps & Tricks zur Suchmaschinenoptimierung

Der Begriff **Long Tail** stammt aus dem Englischen und bedeutet übersetzt soviel wie „langer“ (long) und „Schwanz“ (tail). Es geht also um Suchbegriffe mit einem „langen Rattenschwanz“ dahinter (**long tail keywords**). Doch was ist nun der genaue Unterschied zwischen einem „normalen“ Suchbegriff und einem Long-Tail-Suchbegriff? Am einfachsten erklärt man diese an Hand des folgenden kleinen Beispiels:

- Normaler Suchbegriff: „Greece“
- Long-Tail-Suchbegriff: „Fähre Italien Greece mit Wohnmobil“

Long Tail Keywords sind im Gegensatz zu den generischen Keywords also umfangreicher und genauer spezifiziert. Der potentielle Kunde hat demnach bereits eine genaue Vorstellung von dem Produkt, das er in Ihrem Reisebüro sucht.

Der große SEO-Vorteil für Reisebüros und kleine Reiseveranstalter liegt darin begründet, dass die Long-Tail-Suchbegriffe bei der Suchmaschinenoptimierung bei weitem nicht so hart umkämpft sind wie die generischen Suchbegriffe.

SEO für Reisebüros

Wie Sie an Hand des obigen Beispiels sehen können, ist es auch für kleine Reiseveranstalter und Reisebüros möglich, unter relevanten Suchbegriffen bei Google weit vorne zu stehen. Einzeln betrachtet werden die Long Tail Keywords zwar nicht so häufig bei Google eingegeben, wie zum Beispiel die Begriffe „All Inclusive“ oder „Familienurlaub“ – in der Summe ist der durch den Long Tail erzielte Traffic nicht zu unterschätzen. Hierzu benötigt man eine gute Onsite-SEO mit einer guten Seitenstruktur und ausführlichem, sorgfältig gepflegtem Content. Dann kommt es nur noch auf die Auswahl der richtigen **Long-Tail-Suchbegriffe** an, und schon ist auch Ihr Reisebüro bei Google auf der ersten Seite zu finden.