

Kurznachrichten aus der SEO Szene

#LSR – geschickte PR-Aktion des Axel Springer Verlages?



vs.

Ein überaus interessanter Briefverkehr zwischen Mathias Döpfner und einem seiner Mitarbeiter, gewährt Einsichten in die Denke deutscher Verlage. Kurzfassung: Ein Mitarbeiter des Verlages beschwert sich beim Chef über dessen Vorgehen im Streit um das Leistungsschutzrecht, beispielsweise, was die Entfernung der Snippets aus den Google Suchergebnissen anbelangt. Der Chef schreibt zurück, erklärt seine Sichtweise und bekommt vom Mitarbeiter eine Einladung zum Kaffee.

Ohne auf die Frage einzugehen, ob das nicht eine äußerst geschickte PR-Aktion ist (wenn ja, tolle Sache!) – der Streit zwischen Google und deutschen Verlagen ist sicherlich auch in unterschiedlichen Auffassungen über die Definition eines “freien Marktes” begründet. Ein kleines Beispiel:

Bei [Matt Cutts](#) habe ich folgendes Zitat entdeckt:

„Chrome and Android help ensure that users can get to Google without interference; **they protect our users from other companies’ potentially unlevel playing fields.**“ [Hervorhebung von mir]

Zur Erklärung: Im Artikel postet Matt Cutts eine Google-interne Nachricht, in der er über die Loyalität der Nutzer reflektiert und wie Google sich diese Loyalität verdient hat. Beispielsweise indem das Unternehmen versucht, die besten Produkte zu liefern oder mit der Option, aus allen Diensten Googles abzuwandern und dabei alle seine Daten mitzunehmen können. „Don` t be evil“ eben.

„Playing Fields“ bedeutet so viel wie „Ausgangsvoraussetzungen“ oder „Wettbewerbsbedingungen“. Ein „Level Playing Field“ wären gleiche Ausgangsvoraussetzungen, „Unlevel Playing Field“ ungleiche Ausgangsvoraussetzungen. Chrome und Android sollen helfen, den Nutzer vor „ungleichen Ausgangsvoraussetzungen“ oder „ungleichen Wettbewerbsbedingungen“ zu schützen, also *vor anderen Unternehmen*.

Genauer: Diese Produkte sorgen dafür, dass Nutzer einen ungehinderten Zugang zu Googles Produkten haben, den andere Unternehmen nicht behindern können. Hätte Google kein Chrome oder Android, wäre das Unternehmen auf andere Browser oder Betriebssysteme angewiesen, um seinen Nutzern ungehinderten Zugang zu den Produkten Googles zur Verfügung zu stellen.

Interessanter Ansatz. Google hat ein Monopol, damit Nutzer ungestört die Dienste Googles nutzen können. Was haltet ihr davon?

Facebook geht in Konkurrenz zu Xing und LinkedIn



Das deutsche Netzwerk Xing und das englischsprachige Pendant LinkedIn könnten demnächst eine schwere Konkurrenz bekommen: Facebook.

Wie [bekannt wurde](#), arbeitet Facebook im Geheimen mit mehreren Unternehmen an einem Projekt mit dem Namen „Facebook at Work“, welches speziell für berufliche Kontakte zugeschnitten sein soll. Damit würden Spezialisten-Netzwerke wie Xing oder LinkedIn auf den ersten Blick eine schwere Konkurrenz bekommen. Auf den zweiten Blick muss sich „Facebook at Work“ aber erst einmal



etablieren. Vielleicht setzt so ein Wettkampf zwischen den Netzwerken ein, was für deren Nutzer sicherlich interessant werden wird.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX