



SOCIAL SEO

Webinar Thurgau Tourismus x Heidiland Tourismus
September 2025



Google Search

Leila Schmid

Als **Head of Campaigning** bei House of Influence, einer digitalen Influencer- und Social-Media-Agentur, bringe ich umfassende Erfahrungen aus verschiedenen Branchen mit.

In den letzten **sechs Jahren** habe ich in der **Kundenberatung und -betreuung** gearbeitet, unter anderem in der **Hotellerie und im Tourismus, im Eventmanagement sowie auf Agenturseite**.

Zusätzlich habe ich **fünf Jahre** im **Bereich Live- und Online-Marketing** verbracht, wobei ich mein Wissen durch einen **Bachelor in Tourismus** mit Schwerpunkt Marketing und einen **Master in Marketing** vertieft habe. Meine beruflichen Stationen umfassen unter anderem **Eventmanagement** und **umfangreiche Agenturerfahrung**, was mir einen ganzheitlichen Blick auf die Herausforderungen und Chancen von Marketingstrategien ermöglicht.

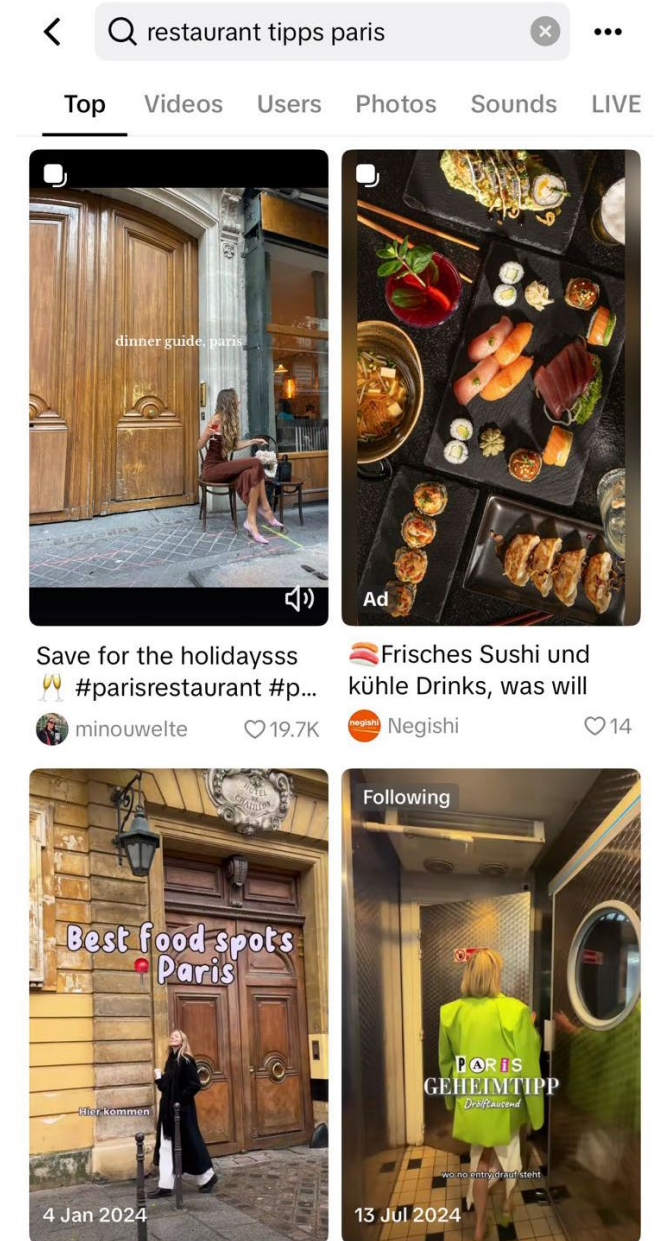


Was ist Social Search?

Social Search wird als die aktive Suche auf Social Media Plattformen durch die Eingabe einer Suchanfrage in ein Suchfeld definiert.

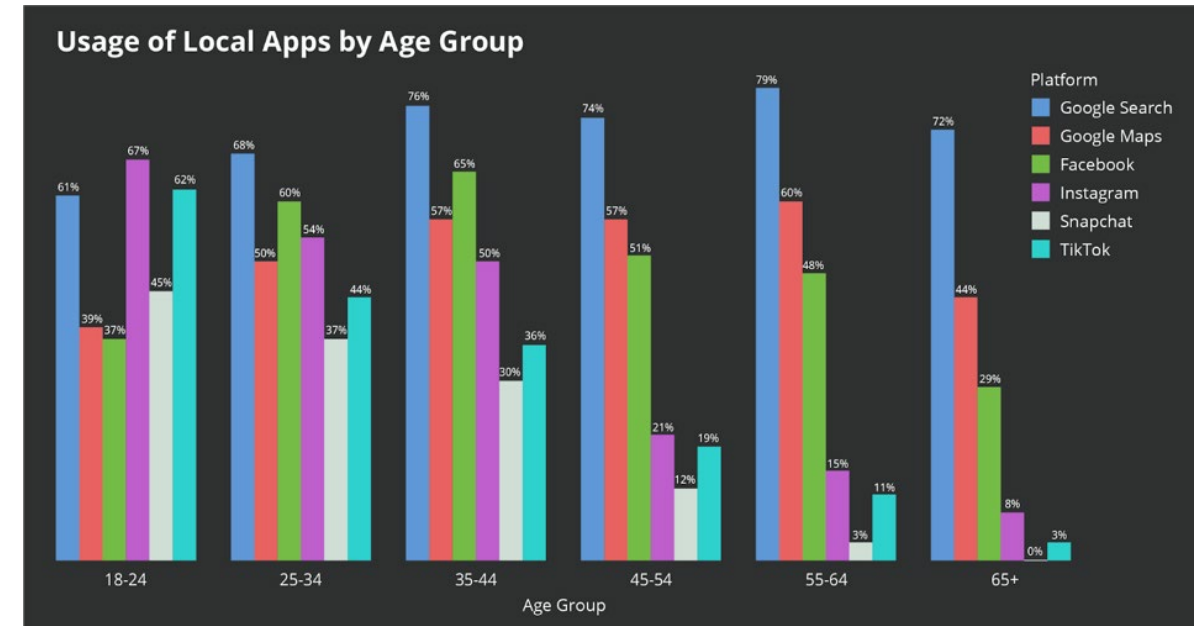
Bei Social SEO geht es darum Inhalte auf Social Media mit **Keywords** zu optimieren, damit sie bei internen Suchen auf den Plattformen gefunden werden. Genau so, wie auch bei klassischen Websites SEO betrieben wird.

Beispielsweise suche ich auf TikTok nach Restaurant Empfehlungen für Paris.



Wie relevant ist Social Search?

- ✓ Lediglich **23%** der befragten Personen einer Studie **beginnen ihre Produktsuche bei Google**
- ✓ **Millenials** und **Gen X** bevorzugen immer noch **Google**
- ✓ Bei der **Gen Z** haben **Social Media Plattformen** Google längst überholt
- ✓ **Trend** immer mehr hin zu **Social Search** und weg von klassischen Suchmaschinen

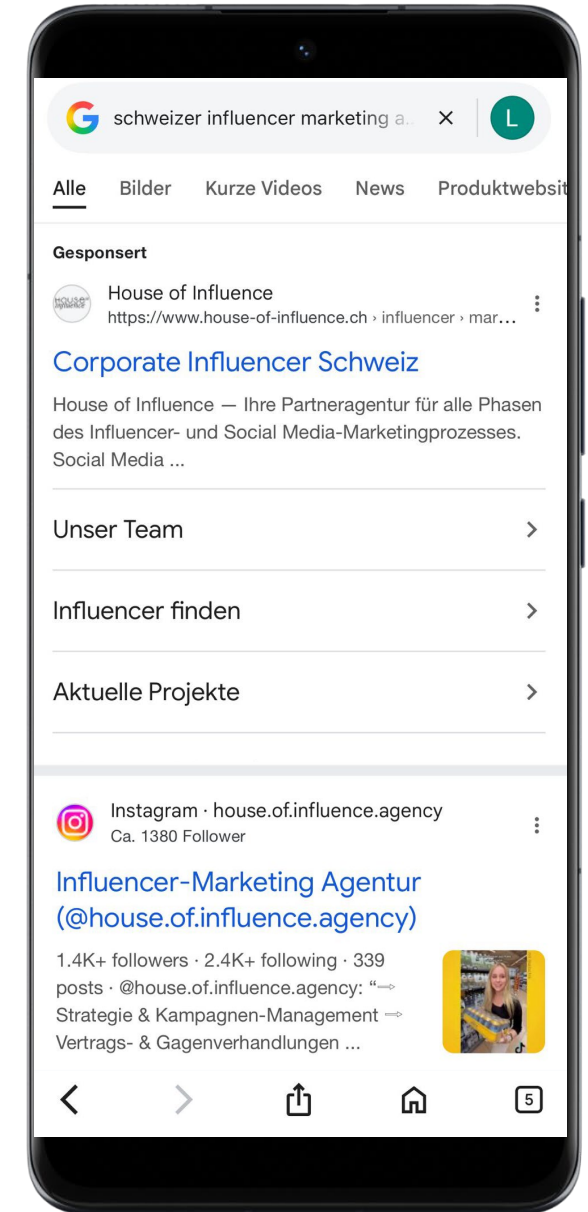


Aktuelle Trends

Seit dem 10. Juli 2025 erscheint Social Media Content von Instagram in den Suchergebnissen von Google oder Microsoft Bing.

Oftmals ist der Instagram-Beitrag nun eines der ersten Suchergebnisse, das gelistet wird. Du hast somit noch mehr Möglichkeiten mit aktuellem Content – und nicht mehr nur mit deinem Markenprofil - gefunden zu werden.

Dazu kommt, dass diese Einträge wiederum bei der Suche über ChatGPT und Co. einfließen.

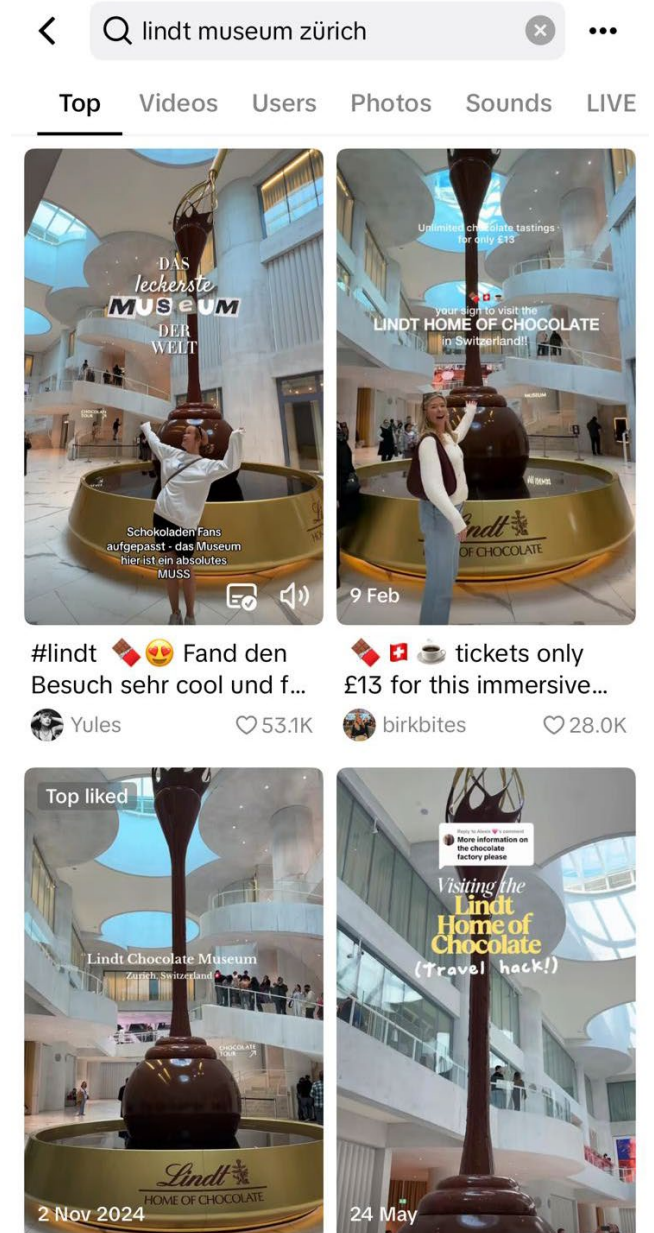


So können Unternehmen Social Search nutzen

Um bei den Suchergebnissen höher gerankt zu werden, müssen Unternehmen Inhalte erstellen, die **qualitativ hochwertig** sind und **aus SEO-Sicht relevant**. Das bedeutet **Keywords** zu verwenden wonach die **Zielgruppe** tatsächlich **sucht**.

Nicht nur mit den eigenen Inhalten können Unternehmen SEO umsetzen, sondern auch über **Beiträge**, in denen sie **markiert** werden sowie zum Beispiel wenn sie mit Influencer:innen kooperieren.

Eines der wohl bekanntesten Beispiele hierfür ist das **Lindt Schokoladen Museum in Kilchberg**. Die Top Beiträge, wenn auf TikTok nach dem Museum gesucht wird sind alles Beiträge von Creator die ihren Besuch in einem Video festgehalten haben. Aber auch wenn nach Aktivitäten in Zürich gesucht wird taucht das Museum regelmässig in den top gerankten Beiträgen auf, meist durch Beiträge von Creator.



SEO für dein TikTok-Profil

1. Anmeldename

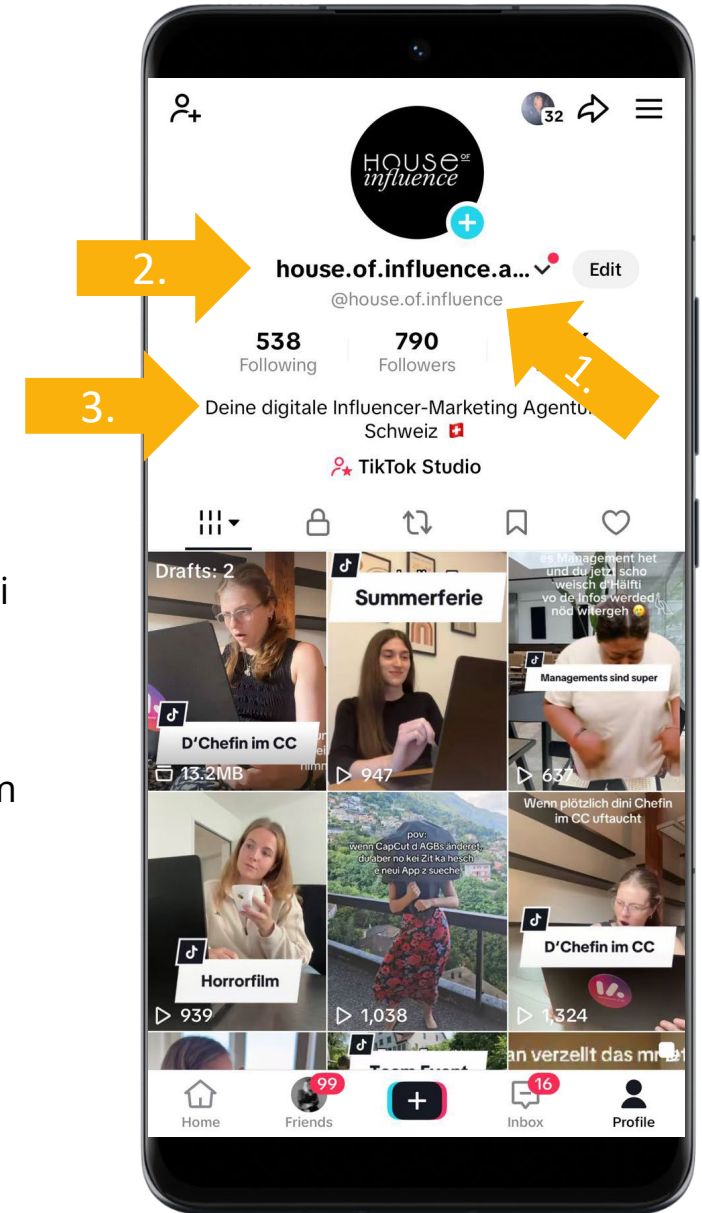
Der Anmeldename wird beim Aufsetzen des Accounts gewählt. Dieser sollte möglichst einfach sein, so dass dieser schnell gefunden wird.

2. Name

Verwende bereits in deinem Anzeigenamen des Profils relevante Keywords, um bei den Suchergebnissen aufzutauchen. Zeige hier, was dein Unternehmen macht.

3. Biografie

Bei der Biografie wird den Besucher:innen des Profils erklärt um was es auf diesem Account geht. Verwende auch hier relevante Keywords.



SEO für deine TikTok Posts

4. Video-Text

Der Videotext, ist der Text, welcher beim Erstellen des Videos von dir hinzugefügt wird.

5. Video Untertitel

Die Video Untertitel können entweder von TikTok automatisch generiert oder selber hinzugefügt werden und geben das, was im Video gesagt wird, in Textform wieder.

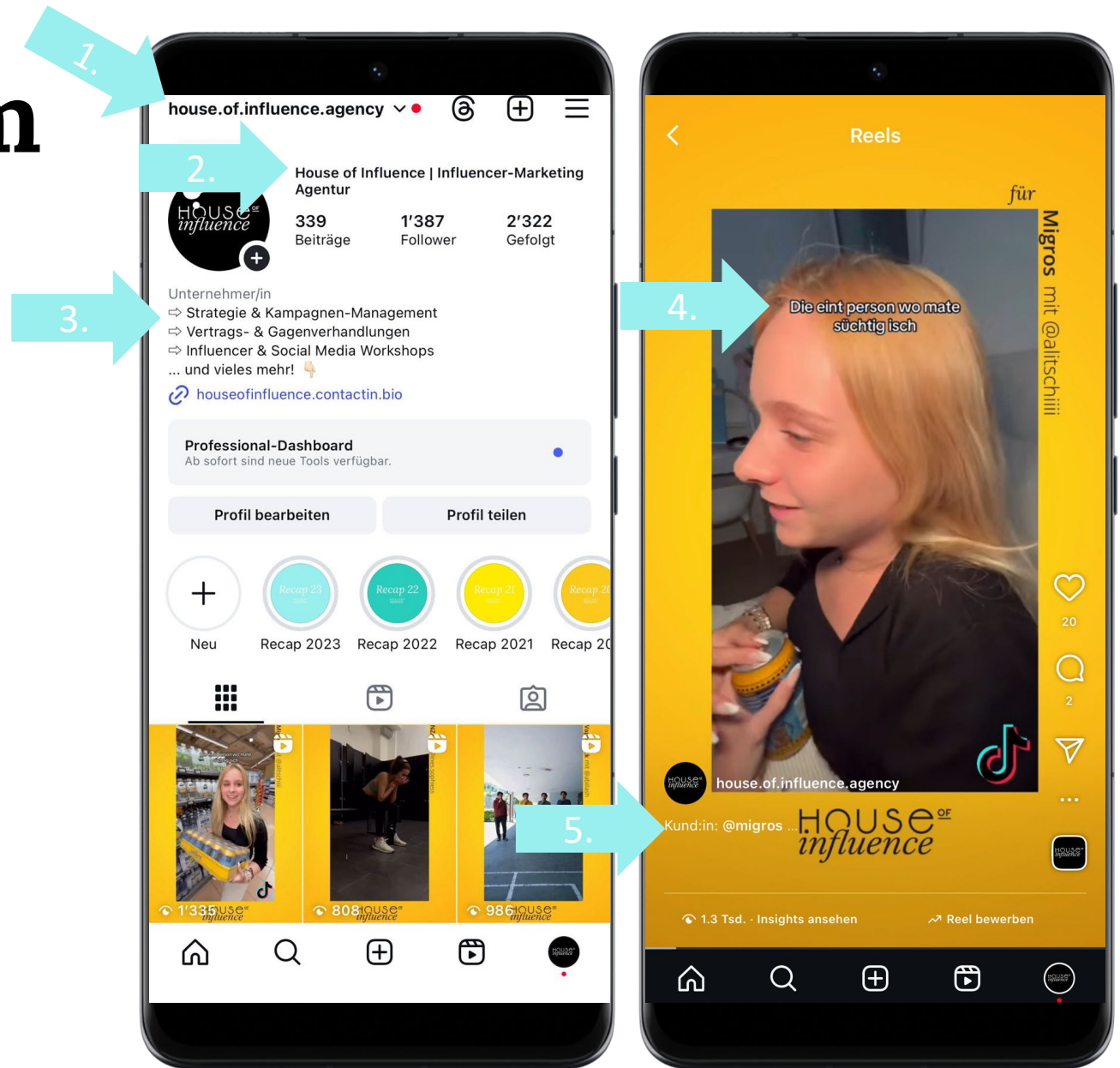
6. Caption

Die Caption beschreibt, worum es in dem Video geht. Zusätzlich zu den relevanten Keywords kannst du hier auch Hashtags verwenden. In der Caption können auch spezifische Hashtags verwendet werden, welche relevante Keywords abdecken. Hashtags sollten nur wenn nötig und sparsam eingesetzt werden, da diese heute nicht mehr so eine grosse Bedeutung haben wie noch vor ein paar Jahren.



SEO auf Instagram

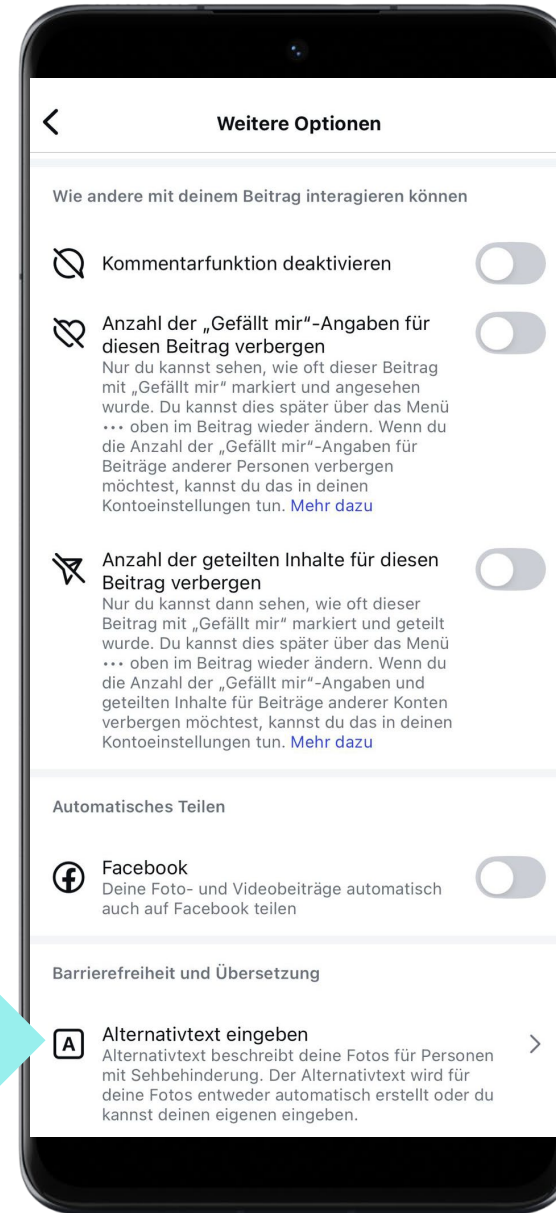
1. Benutzername
2. Profilname
3. Bio
4. Video-Text
5. Caption



SEO auf Instagram

6. Alternativtext (nur bei Bild Beiträgen)

Auf Instagram kann zusätzlich auch über den Alternativtext das Ranking beeinflusst werden. Um einen Alternativtext auf Instagram hinzuzufügen, kann beim erstellen eines neuen Beitrags nach unten gescrollt werden. Unter erweiterte Einstellungen kann der Alternativtext eingefügt werden.



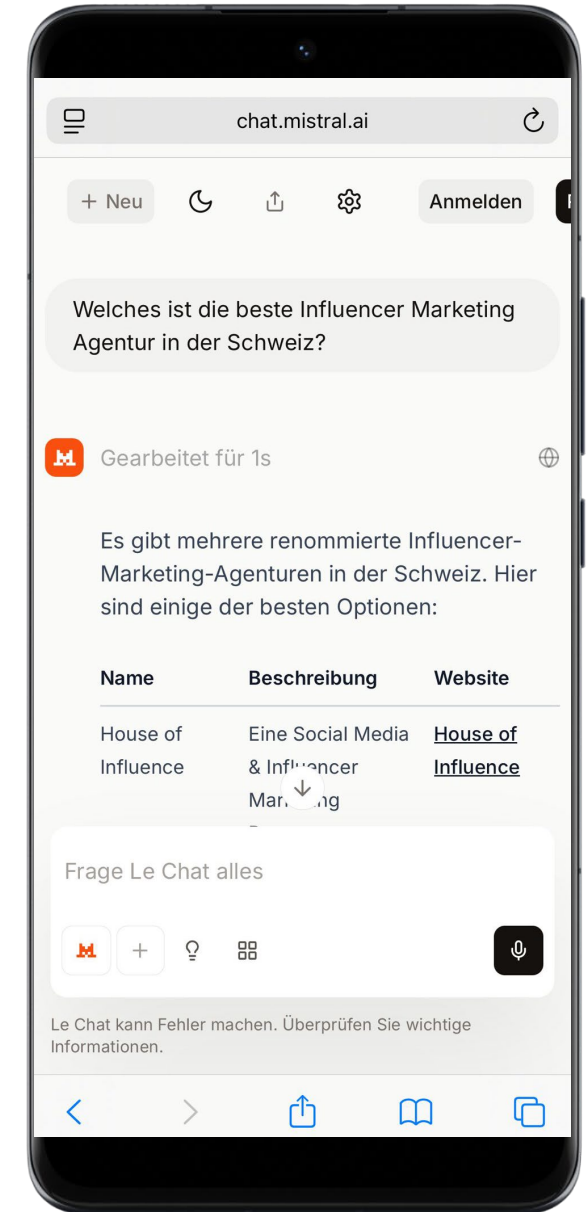
So findest du die wichtigsten Keywords für dein Unternehmen

- **TikTok** liefert zusätzlich Vorschläge wonach andere ebenfalls gesucht haben. Und diese Vorschläge sind wiederum relevante Keywords.
- Abseits von den Social Media Plattformen gibt es Webseiten wie [answerthepublic.com](https://www.answerthepublic.com), die eine genaue Aufschlüsselung geben wonach am ehesten gesucht wird und in welchen Wortkombinationen.
- Nutze **Google Trends** für die Keyword-Suche, um herauszufinden, welches Keyword, das das Gleiche aussagt, du nutzen sollst.
- Auch die Analyse der eigenen Webseite kann Aufschluss über relevante Keywords geben. Hierzu kann via **Google Analytics** und **Google Ads** die Suchzugriffe der Website analysiert werden.

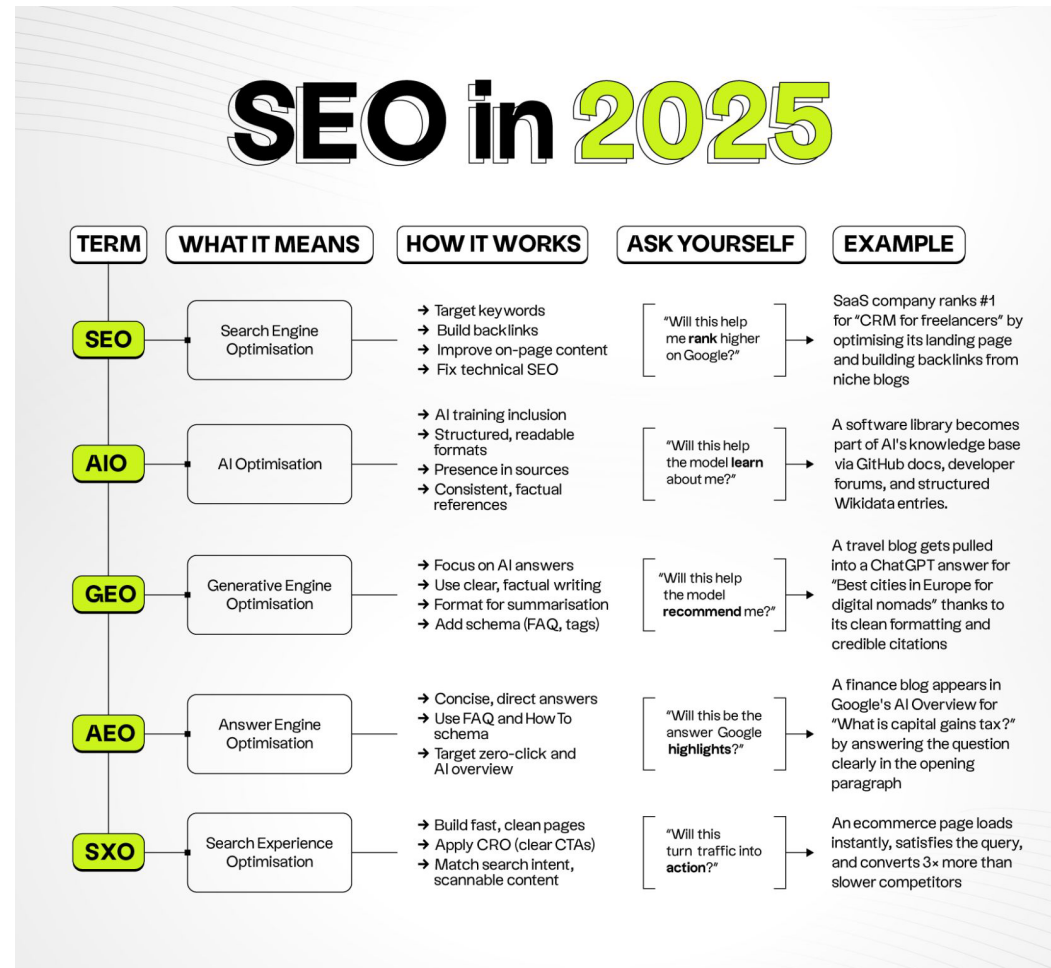
Social Search und AI

So wirst du bei ChatGPT und co gefunden:

1. Veröffentliche Inhalte, idealerweise mit Fokus auf eurem USP: Blogs, Artikel etc.
2. Optimieren für SEO: Klare, gut strukturierte Inhalte helfen KI-Systemen beim Scannen eurer Website. Füge allen Bildern Alt-Texte hinzu.
3. Achte auf eine konsistente Markenbotschaft: Über alle Kanäle hinweg, damit KI-Modelle die Stimme und den Kontext deiner Marke lernen.
4. Verlinke Inhalte in ChatGPT: Wenn du ChatGPT verwendest, erwähne deine Marke und füge Links zu deinen Blogs oder deiner Website ein.
5. Frage ChatGPT nach deiner Marke: Stellen Fragen, die deine Kund:innen stellen könnten, wenn deine Marke nicht erscheint – Zeit für Optimierungen!



SEO in 2025



Kontakt

Leila Schmid

Head of Campaigning

leila@houseofinfluence.ch

+41 77 509 45 21

House of Influence

Bellerivestrasse 20

8008 Zürich

+41 43 548 50 19

www.house-of-influence.ch

in  

