

# Versprochen ist versprochen



Rolf und Bettina Fuchs  
netfuchs GmbH  
Untere Bönigstrasse 10a  
3800 Interlaken  
Telefon 033 823 70 80  
Fax 033 823 70 81  
info@netfuchs.ch  
www.netfuchs.ch

Die Feiertage sind vorbei. Es ist an der Zeit, die letzten hartnäckigen Reste weihnächtlichen Hüftgolds zu vernichten und den Schwung der guten Vorsätze zu nutzen, um Letzteren Taten folgen zu lassen.

Meine Freundin Gunna brauchte erstaunlicherweise nicht lange, um die Umsetzung meines Weihnachtsgeschenkes einzufordern – ein Website-Tuning, wir erinnern uns. Schliesslich hat sie sich in ihrem ganz persönlichen Businessplan zum Ziel gesetzt, den Umsatz ihres Online-Shops in diesem Jahr ins Unermessliche zu steigern. Versprochen ist versprochen, also machten wir uns umgehend mit vereinten Ressourcen daran, ihren Weg zum Erfolg durch die Unbillen des Internets zu ebnen.

Erster Stolperstein: Auffindbarkeit in den Suchmaschinen. Im Fall Gunna: gaaanz weit hinten. Diesem suboptimalen Ergebnis begegneten wir mit einem eingehenden Blick auf die zugegebenermassen etwas sehr kreativen Seiteninhalte. Was dann folgte, hatte sehr viel gemein mit einer programmiertechnischen «Repeat – until»-Endlosschleife: Suchbegriffe eingrenzen – Analyse – Anpassen der Seiten-

inhalte – Analyse – Anpassen der Headtags – Analyse – Überprüfung der Verlinkung – Analyse – ...

Gunna schickte ich einstweilen in den Weiten des Webs auf die Suche nach dem Feind, d.h. nach potentiellen Konkurrenten im Markt des selbstgehäkelten Hitzeschutzes.

Unser selbstloses Engagement blieb nicht ohne Folgen: Nur wenige Wochen später hatte sich Gunnas Online-Shop in der Gunst von Google bis auf die erste Seite hochgearbeitet. Doch damit nicht genug: Flankierende AdWords-Kampagnen, gezielte Foren-Einträge und ein attraktives Partnerprogramm sorgen seither für ein erhöhtes Verkehrsaufkommen in Gunnas virtuellem Bastelladen.

Sie macht sich inzwischen interessiert über alle Statistiken und Klickratenanalysen her, die ich ihr wöchentlich maile, um sich über jeden neuen Besucher zu freuen.

Ich für meinen Teil bedauere inzwischen mein Weihnachtsgeschenk nicht mit einem Verfallsdatum versehen zu haben. Die Konkurrenz im Internet schläft nicht, und nur fortlaufende Anpassungen des Inhalts und des Angebots an aktuelle Standards gewährleisten dauerhaften Erfolg auf den Logenplätzen der Suchmaschinen und schlussendlich auch im Portemonnaie.

Vor meinem inneren Auge sehe ich mich schon die Bannerwerbung für die Festtagssaison 2009/2010 entwerfen. Vielleicht verschenke ich das nächste Mal doch lieber ganz unverbindlich einen selbstgestrickten Schal.