

Ein weltrekordverdächtiger ROI dank Google!

Die 127 Jahre alte Fahnenfabrik Bern landet mit einer Investition von CHF 3'000.- mit definierten Suchbegriffen bei Google auf den ersten Plätzen und erzielt heute über den Online-Verkauf 90% des gesamten Umsatzes. Fünf Jahre nach der Optimierung gehören die Spitzenplätze nach wie vor dem Flaggenvertreiber aus Bern. Selbst für Experten ist dies ein Sonderfall und dürfte bezüglich Return-on-investment weltrekordverdächtig sein!

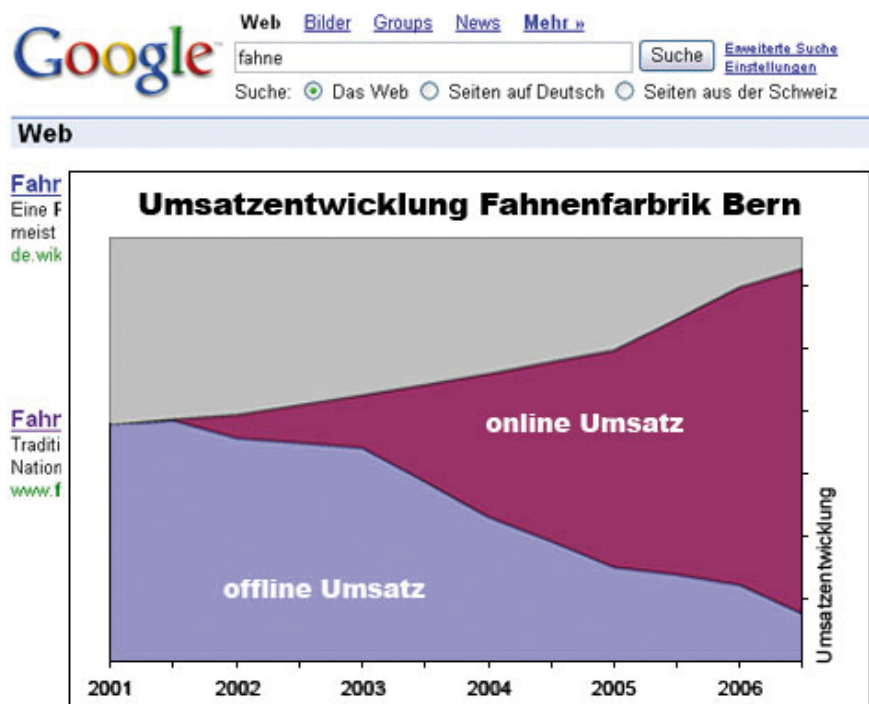
2002 hörte Pierre Karlen, der Geschäftsführer der Fahnenfabrik Bern, das erste Mal von Suchmaschinenoptimierung. Bereits damals nutzte der Flaggen-Hersteller das World Wide Web, um über seine Produkte und sein Unternehmen zu informieren. Nur: der gewünschte Erfolg blieb aus. Geringe Besucherzahlen und nur vereinzelte Verkäufe im Online-Geschäft waren alles, was aufgrund des Webauftritts des Unternehmens vorzuweisen war.

Das Problem: Gut, aber unbekannt

Seither hat die Bedeutung der Online-Einkäufe für den Markt wesentlich zugenommen. Eine Entwicklung, die auch an Geschäftsführer Karlen nicht vorbei ging: Früh sprang er auf den Zug des Online-Verkaufes auf und nutzte die Möglichkeit, mittels einer Suchmaschinenoptimierung bessere Rankings bei Suchmaschinen zu erreichen. «Ich erinnere mich an den entscheidenden Satz des Geschäftsführers von Worldsites, dem Marketing- und SEO-Spezialisten, der mir bis heute geblieben ist», erzählt Karlen. «Er sagte: Ihre Website ist gut. Aber sie ist wie ein toller Werbespot, der nicht gesendet wird. Das liess mich nicht mehr ruhen.»

Gute und schlechte SEO-Anbieter

Nachdem sich Karlen gründlich über Suchmaschinenoptimierung informiert hatte, war er überzeugt, mit einem besseren Ranking bei



diversen Suchmaschinen hohe Umsatzzahlen erzielen zu können. «Bei solchen Entscheidungen muss das Gefühl im Bauch stimmen. Man spürt es, wenn etwas das Richtige ist», bewertet Karlen den Entscheid im Nachhinein. Wichtig war ihm auch der seriöse und fundierte Eindruck von Geschäftsführer Beat Z'graggen, welcher geduldig und informativ über das technische Vorgehen aufklärte. «Die Meisten SEO-Anbieter wirken sehr unseriös auf mich. Sie versprechen fast Unmögliches, ich schaue diesen Angeboten immer misstrauisch entgegen. Worldsites konnte mich jedoch überzeugen – und tut es immer noch.»

Mit zwanzig Suchbegriffen zum Erfolg

So definierte er zusammen mit dem externen Marketing-Spezialisten Z'graggen 20 geeignete Suchbegriffe, welche - zugeschnitten auf die vertriebenen Produkte – für die Suchmaschinen optimiert wurden. «Das waren zwar relativ viele Suchbegriffe, aber ich sagte mir: Wenn schon, denn schon», so der Flaggenhersteller. «Nach drei bis vier Monaten wurde unser Unternehmen bereits unter allen definierten Suchbegriffen auf der ersten Seite von Google angezeigt», erzählt der Geschäftsführer weiter. Und: Der Anteil des Online-Verkaufes wuchs.

«Ich war zwar überzeugt von der Optimierung, aber ich hätte mir nie erträumen lassen, welche lohnenswerte Investition die Suchmaschinenoptimierung sein wird.» Worldsites brachte nicht nur Besucher auf die Website, die Internet Marketing-Agentur bringt Neukunden, die schwarze Zahlen schreiben lassen

Keine unerwünschten Werbeprospekte mehr

Kurz darauf verzichtete die Fahnenfabrik auf den Druck von Katalogen und Werbeprospekten, was Einsparungen von 10'000 bis 12'000 Franken im Jahr ermöglichte. «Auch wenn viele anderer Meinung sind: sämtliche Werbung auf Papier scheint uns heute unnötig», blickt Geschäftsführer Karlen zurück und nennt die massive Papierwerbung eine «Reizüberflutung» der Kunden. «Die Optimierung der Suchmaschinen hingegen, mit der wir die Firma Worldsites beauftragt hatten, war eine einmalige Investition von rund 3'000.- Franken ohne jegliche Folgekosten! Damit funktioniert und läuft nun unser Geschäft fast wie von alleine – ohne dass die Kunden mit Prospekten belästigt werden.»

Kunden kaufen anders

Auch das Kaufverhalten der Kunden, so Karlen, habe sich in den letzten Jahren geändert und spreche immer mehr für einen starken Webauftritt: Mehr und mehr Kunden schätzen die Anonymität und Einfachheit des Internetkaufs sowie die Freiheit, selbst den ersten Schritt auf ein Unternehmen zuzumachen, anstatt mit Prospekten und unerwünschten Werbeaktionen überrollt zu werden. Die Entwicklungen des Online-Verkaufs von www.fahnenfabrik-bern.ch bezeugen die Wichtigkeit dieses neuen Marktseg-



ments: «Vor fünf Jahren, als wir uns für bessere Rankings unter den Ergebnissen der Suchmaschinen entschieden hatte, wurde fast gar kein Umsatz über das Internet erzielt. Heute werden fast 90 Prozent des Umsatzes über den Webauftritt abgewickelt! Der Online-Markt ist nicht mehr weg zu denken», resümiert Karlen die Entwicklung.

Neue Kundenkreise angesprochen

Eine Suchmaschinenoptimierung birgt zudem weitere Möglichkeiten, als eine blosser Erhöhung der Besucherzahlen: Ganz neue Kunden finden den Weg zum passenden Produkt. «Wir arbeiten vermehrt für Sponsoring-Aufträge und erreichen damit ganz neue Zielgruppen», beobachtet Karlen seit der Suchmaschinenoptimierung. Zwar wurde auch ein wenig in Google Adwords-Werbung investiert aber der grösste Teil des Umsatzes kommt nach wie vor über die eigentlichen Suchergebnisse. Auch während der Fussball-WM hat das Online-Geschäft

des Flaggenherstellers geboomt, was ohne beste Rankings bei den Suchmaschinen wohl anderen Anbietern zugute gekommen wäre. «Dank eines chinesischen Lieferanten konnten wir verhältnismässig günstig 35 Nationalflaggen anbieten. Ein Angebot, welches sonst niemand in der ganzen Schweiz hatte. Fussballfans sind zu sehr guten Kunden geworden.» Mit der EM im nächsten Jahr freut sich der Geschäftsführer bereits auf das grosse Potenzial seiner Flaggen und Fähnli – und die guten Suchresultate, die ihm durch die Optimierung des Auftritts vergönnt werden.

Kontakt

Woldsites GmbH

Lettenstrasse 7

6343 Rotkreuz

Tel. +41 (0)41 799 80 99

Fax +41(0)41 799 80 90

bz@worldsites-schweiz.ch

www.worldsites-schweiz.ch