

NZ 26.11.2014

W

«Den Sprung wagen»

Am Unternehmergegespräch in Bichelsee referierte Google-Chef Patrick Warnking zum Thema Internetmarketing. Er riet, Webseiten zu optimieren, bevor Geld für Werbung ausgegeben werde.

RUTH BOSSERT

BICHELSEE. «Hätte ich den Weg ins Kirchgemeindehaus Bichelsee nicht gefunden, wäre das fatal gewesen», sagte Google-Schweiz-Chef Patrick Warnking am Montagabend. Das zu 150 Unternehmern, darunter Käser und Bergbauern, die sich zum Unternehmergegespräch der Pro Zürcher Berggebiet und Regio Wil für eine Weiterbildung eingefunden hatten. Warnking fand den Weg selbstverständlich, auch dank Google Maps, das seine Mitarbeiter in Zürich produzieren. Das Thema «Internetmarketing für meinen Gewerbe-

Jede dritte Suchanfrage ist regional.

Patrick Warnking
Country Director Google Schweiz

betrieb» liess kaum einen Unternehmer kalt. «Auch wenn viele Betriebe Beziehungsmarketing wie Sponsoring noch nutzten, sollen sie den Sprung in den Onlinebereich wagen», sagte Warnking.

Schweizer Markt sehr gross

Heute besitzen praktisch alle Firmen eine Webseite, und der Schweizer Internetmarkt ist im Vergleich zum Ausland sehr gross. «Doch passen Sie auf», sagte Warnking: «Eine schöne Website bringt nicht automatisch neue Kunden.» Ob die Internetnutzer auf einer Seite verweilen und sich Angebote anschauen, habe mit der Seitenqualität zu tun. Sei zum Beispiel die Schrift zu klein, wechselten die Internetnutzer die Seite. «Liebe Unternehmer», sagte Warnking, «optimieren Sie zuerst Ihre Webseiten, bevor Sie Geld für Werbung ausgeben.»

Studien haben ergeben, dass 30 Prozent der Suchanfragen regional sind. Die Menschen su-



Bild: Ruth Bossert

Google-Manager Patrick Warnking bei seinem Referat in Bichelsee.

chen nach Öffnungszeiten oder Telefonnummern, sagte Warnking. Er rät den Unternehmern deshalb, zuerst das Ziel der Kundenwerbung zu definieren, bevor sie einen Franken für Werbung ausgeben. Zusätzlich empfiehlt er, digitales Know-how in die Firma zu bringen. Google biete kostenlose Trainings an, um das Grundwissen für Inter-

netmarketing zu erweitern. Ganz wichtig sei die Smartphonetauglichkeit – übersichtliche Gestaltung, grosse Schrift, einfache Sprache und die Geschwindigkeit beim Öffnen von Tools.

Webseite testen

«Mit dem Mobile-Friendly-Test, einem weiteren kostenlosen Produkt, können Sie Ihre

Webseite testen.» Erst dann rät Warnking zu AdWords-Werbung, wo Kunden ihre Firma finden, wenn sie nach Produkten oder Dienstleistungen suchen. Google-Analytic helfe dabei, professionelle Webanalysen zu machen. Wer sich dann schliesslich für Display-Werbung entscheide, könne sich auf eine vielfältige Vernetzung einlassen.