



«Wer nicht gefunden wird, existiert nicht»

Bilder: zVg

Zur Suchmaschine Google scheint es wenig Alternativen zu geben. Wer etwas sucht, googelt eben, und yahoo oder wolframalphat nicht. Allerdings häuft sich die Unzufriedenheit mit der omnipräsenten Suchmaschine: Zu oft bekommen User zu viele Verweise, die sie überhaupt nicht gesucht haben. Seit 1997 ist Suche.ch auf dem Schweizer Markt. Das Internetportal bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihr komplettes Angebot selbst zu verschlagworten und hinter ihrem Logo zu platzieren. User sehen statt Suchmaschineneinträgen in Textform die Firmenlogos von Anbietern. Das erleichtert die Orientierung – und erzeugt eine starke Brandingwirkung. Welches Konzept Suche.ch verfolgt, erklärt Simon Hengartner, Mitglied der Geschäftsleitung.

Selbst wenn sich der User für Pfister entscheidet, hat er das Logo von Ikea gesehen. Diese Wirkung darf man nicht unterschätzen.



WW: Was ist Suche.ch?

Simon Hengartner: Wir sind keine klassische Suchmaschine wie Google. Das ist nicht unser Ansatz: Sie finden bei uns nichts über einen Campingplatz in Seattle und erfahren auch nicht, wie viele Einwohner Winterthur hat. Solche Daten finden Sie bei Google und Wikipedia besser. Wir sind ganz klar auf Unternehmen konzentriert, die Schweizer User ansprechen wollen. Denen bieten wir eine Plattform, um im Internet präsent zu sein. Benutzern machen wir es möglichst leicht, im Internet etwas zu finden. Sie können beispielsweise «Brautmode – Zürich» oder «Büromöbel – Basel» eingeben und bekommen als Suchergebnis diverse Logos von Firmen angezeigt, die das Gesuchte anbieten. Wenn Sie auf eines der Logos klicken, kommen Sie direkt auf die Firmenwebsite. Für den User ist das einfach und effizient, Unternehmen hilft es dabei, ihre Marke zu platzieren. Bei uns geht es also nicht in erster Linie um Werbung, sondern um Branding und das Zusammenführen von Usern und Anbietern.

Klassische, animierte Werbebanner gibt es auf Suche.ch demzufolge nicht?

Genau. Und das ganz bewusst, denn wir verstehen uns nicht als Werbeportal. Eher könnten Sie uns mit einer ganzjährigen Messe im Internet vergleichen, auf der sich den Besuchern zu einem Themengebiet zahlreiche Anbieter präsentieren. Deshalb finden Sie bei uns ausschliesslich Firmenlogos mit Hintergrundinformationen.

Wer stellt die Daten auf Suche.ch?

Seit unserem grossen Relaunch im Mai des vergangenen Jahres machen das unsere Kunden selbst. Die Firmen haben ein eigenes Log-in, unter dem sie ihre Daten bearbeiten können. So können sie zum Beispiel die Suchbegriffe definieren, unter denen sie bei Suche.ch gefunden werden wollen. Das ist von Vorteil, weil die Unternehmen selbst am besten wissen, welche Suchbegriffe für sie relevant sind. Google scannt bei einer Suche jede Internetseite nach dem

Suchbegriff, bei uns orientiert sich alles an den von der Firma selbst festgelegten Schlagworten. Dadurch bekommt ein User bei uns natürlich weniger Suchergebnisse, aber die sind dafür von hoher Qualität.

Ist es nicht ein Risiko, die Kontrolle über die Suchbegriffe abzugeben?

Die Kontrolle haben wir nach wie vor. Unter dem Link «weitere Informationen» kann jeder User die Suchbegriffe jedes Unternehmens einsehen. Das schafft eine hohe Transparenz. Wir haben bestimmte Spielregeln, zum Beispiel, dass Coop nicht als Suchbegriff «Migros» oder umgekehrt eingibt oder dass niemand eine Marke einträgt, welche er gar nicht führt. Wir kontrollieren natürlich, ob sich alle an die Spielregeln halten. Fairplay wird offensichtlich auch bei unseren Kunden gross geschrieben, so hat kaum eine Firma bisher irreführende Suchbegriffe hinterlegt. Ausserdem können uns Verstösse jederzeit gemeldet werden.

Homepage von Suche.ch mit persönlichen Favoriten, Suchergebnissen in Form von Firmenlogos sowie Serviceseiten mit Lageplan und Firmenvideo (v.l.n.r.).





Wer sucht, der findet: Werbeanhänger und Firmengebäude von Suche.ch in Wil SG.

branchenexklusiv – also wenn Helvetia-Versicherungen bucht, nehmen wir keine Buchung einer anderen Versicherungsgesellschaft an.

Welche Möglichkeit hat ein Unternehmen noch, sich bei Suche.ch in Szene zu setzen?

Zum Beispiel mit einem Firmenvideo. Einige Unternehmen haben einen Imagefilm, der aufzeigt, wer sie sind und was sie machen. Den kann man kostenlos bei Suche.ch publizieren. Ein Icon in Form einer Filmklappe oberhalb des Logos zeigt an, dass ein Video hinterlegt ist. Seit etwa sechs

Monaten produzieren wir solche Videos auch selbst. Viele kleine Unternehmen verfügen noch über keinen Werbefilm und sehen sich veranlasst, diese Lücke baldmöglichst zu schliessen. Grundsätzlich gilt: Je mehr Funktionen ein Unternehmen auf Suche.ch nutzt, desto erfolgreicher wird es sein. Wenn eine Firma einen Grundeintrag mit 20 Suchbegriffen bucht, wird sie schon einmal gefunden. Mehr erreicht sie mit einem zusätzlichen Firmenvideo, mit mehr Hintergrundinformationen, mit der Hinterlegung aller Standorte sowie weiteren Suchbegriffen und Positionsoptimierungen. Bei der Ausgestaltung gibt es viele Varianten. Das Modeunternehmen Heine hat zum Beispiel etliche verschiedene Banner bei uns angeschaltet, die bereits auf bestimmte Suchbereiche zugeschnitten sind, zum Beispiel auf Damenmode, Trendaccessoires oder Dessous. Wenn Sie auf eines dieser Logos klicken, kommen Sie direkt auf die Internetseite der Firmenwebsite, auf der das gesuchte Produkt zu finden ist.

Wie beweisen Sie Ihren Kunden die Wirkung ihrer Präsenz auf Suche.ch?

Wir haben valide Daten über die Banner. Wir wissen, wie oft sie eingeblendet und angeklickt werden und wie oft das Video angeschaut wird. Wir wissen auch, welche Suchbegriffe am häufigsten eingegeben werden. Zudem gibt es den Link «mehr Informationen», der den User zu einer Übersicht mit Lageplan und den Suchbegriffen des Kunden führt. Dieser Link ist bewusst dezent gehalten, denn unsere Kernaufgabe ist es ja, den User durch den Klick auf das Logo auf die Firmenwebsite zu bringen. Wer aber weitere Informationen über das Unternehmen haben will, bekommt sie natürlich. Auch bei diesem Link messen wir, wie oft er angeklickt wird. Alle unsere Kunden haben ausserdem die Option, mit speziellen Links zu arbeiten, hinter denen sie das Tracking selbst hinterlegen. Wer das nicht will, holt sich die Daten von uns.

Aber nicht alle Wirkungen von Suche.ch lassen sich auf den Klick reduzieren: Wer beispielsweise nach Möbeln sucht, bekommt eine Reihe von Logos angeboten, darunter die von Pfister und Ikea. Selbst wenn sich der User für Pfister entscheidet, hat er doch wieder einmal das Logo von Ikea und von anderen Anbietern gesehen. Damit haben diese Unternehmen eine Werbewirkung erzielt, ohne dass ihre Website dieses Mal überhaupt angeklickt wurde. Diese Wirkung sollte man nicht unterschätzen.

Google-Adwords gehören in das Werbeportfolio jedes Unternehmens. Was bietet Suche.ch, was Google nicht kann?

Für jedes Unternehmen wäre es elementar, bei Google unter den ersten Einträgen aufzutauchen, wenigstens aber auf der ersten Seite. Denn wenn es dort nicht präsent ist, kann es den User nicht auf sich aufmerksam machen. Und wer nicht gefunden wird, existiert nicht. Sich bei Google entsprechend zu positionieren ist aber schwierig und gelingt zudem meist nicht dauerhaft. Durch einen Eintrag bei Suche.ch können Firmen ihre Position bei Google deutlich verbessern, denn wir arbeiten mit Followlinks. Ein Eintrag auf Suche.ch ist also für jedes Unternehmen eine sinnvolle Ergänzung zu Google: Bei Suche.ch wird es von Usern gefunden, die bereits ein Kaufinteresse haben. Zusätzlich verlinkt Google auf uns. Das Medium Internet ist so wichtig, dass es generell ein Fehler wäre, nur auf einen Kanal zu setzen. Das kann sich heute kein Unternehmen mehr leisten. Diversifizierung ist wichtig. Es investiert heute ja auch keiner mehr sein ganzes Vermögen in eine einzige Aktie.

Wie positionieren Sie sich innerhalb des Segments Suchmaschinen?

Als die Alternative zu Google. Dort fühlen wir uns am Wohlsten. Wir hatten noch nie die Strategie, bis dann und dann die Nr. 1 zu sein. Uns ist es wichtiger, dass es kontinuierlich vorwärts und aufwärts geht. Daran arbeiten wir tagtäglich mit vollem Einsatz.

Was muss man für ein Logo auf Suche.ch bezahlen?

Ein gesamtschweizerischer Eintrag mit zwanzig Suchbegriffen kostet 2400 Franken pro Jahr. Reicht einer Firma ein regionaler Eintrag, so kostet dieser 1200 Franken.

Sie agieren mit dem Slogan «suche.ch – das Original». Gibt es auch eine Fälschung?

In der Tat haben schon viele versucht, unser Portal zu kopieren. Das geht zum Teil so weit, dass sogar die Banner von unserer Site kopiert und damit gestohlen werden. Aber spätestens seit unserem grossen Relaunch im Mai 2009 sind die Funktionen von Suche.ch so ausgefuchst, dass man sie nicht mehr kopieren kann. Auch unsere Startseite ist ein Unikat: Suche.ch-User können die Startseite nämlich mit ihren eigenen Favoriten individualisieren. Normalerweise müssen Sie Ihre Favoriten im Browser mühsam durchscrolen, bis Sie den gewünschten Link wiederhaben. Auf Suche.ch können Sie für jeden Ihrer persönlichen Favoriten ein Banner anlegen, hinter dem Sie dann mit einem Klick beispielsweise zur Werbewoche, zu Facebook oder zu Ihrer Lieblingsweinhändler kommen – wie das funktioniert, erklärt ein Informationsvideo. Ihre Favoriten können Sie jederzeit austauschen, sortieren und ergänzen. Das gibt es nur bei Suche.ch.

Interview: Anne-Friederike Heinrich

IN KÜRZE

Simon Hengartner (36) ist eidgenössisch diplomierter Verkaufsleiter und Marketingplaner mit Fachausweis. Seit 2006 ist er Mitglied der Geschäftsleitung der Wiler Crea Swiss AG, die das Internetportal Suche.ch betreibt und 20 fest angestellte Mitarbeiter beschäftigt. Simon Hengartner ist verheiratet, hat zwei Kinder und wohnt in Wil SG.

hengartner@suche.ch
www.suche.ch



Was bringt es einem Unternehmen, auf Suche.ch präsent zu sein?

Unsere User, die nach Schuhen oder Autos suchen, haben bereits eine Absicht, ein Kaufinteresse. Ein Klick und sie wechseln schon auf die Seite, nach der sie gesucht haben. Viele Firmen tragen sich auf Suche.ch auch wegen der Verlinkung ein. Wir arbeiten mit Followlinks, was bei Portalen sonst eher selten der Fall ist. Durch diese Verlinkung können Unternehmen ihre Position auf Google und anderen Suchmaschinen massiv verbessern. Ein weiterer Vorteil sind unsere über 6000 eigenen Domains. Wer zum Beispiel Schuhe.ch, Carreisen.ch, Wohnungen.ch, Fahrzeuge.ch oder Geschenke.ch eingibt, landet ebenfalls direkt auf Suche.ch.

Wie viele User hat Suche.ch?

Derzeit rund eine halbe Million Besucher pro Monat.

Wie viele Logos passen bei Suche.ch auf eine Seite?

Grundsätzlich ist die Zahl der Logos auf jeder Seite unbegrenzt. Allerdings gibt es natürlich Suchbegriffe, zu denen so viele Einträge gefunden werden, dass der User gebeten wird, seine Suche zu präzisieren. «Geschenke» oder «Immobilien» sind beispielsweise solche Begriffe. Aber bereits die Ortsangabe kann als Eingrenzung ausreichen.

Der User bekommt als Suchergebnis eine ganze Galerie von Logos angeboten. Wie kommt man als Unternehmen ganz nach oben?

Unsere Kunden können im eigenen Kundenlogin durch einen geringen Aufpreis auf das Suchergebnis Einfluss nehmen. Wer also bereit ist, für einen wichtigen Suchbegriff mehr Geld zu investieren, wird weiter oben aufgelistet. Dieses Vorgehen eignet sich besonders auch für Werbekampagnen. Die Ausnahme bildet unsere Startseite: Dort können Kunden die zehn Bannerplätze monatlich buchen. Sie sind

Das Medium Internet ist so wichtig, dass es ein Fehler wäre, nur auf einen Kanal zu setzen.

