

Warsteiner Marketing-Sünden

18.07.2008, 14:29 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *schmallenberg.txt*

Presseagentur: *schmallenberg.txt*

Warstein ist mächtig beliebt - zumindest wenn man den gängigen Online-Statistikwerkzeugen glaubt, mit der man die Bedeutung von Suchbegriffen im Internet überprüfen kann. Das Wort "Warstein" wird rund 22.000 mal monatlich im Internet gesucht (Soest = 15.000). Durch die Relevanz des Domainnamens hat www.warstein.de eine recht hohe Bedeutung, daher hat Google der Domain einen so genannten Sitelink-Status eingerichtet. Heißt: Bei Aufruf "Warstein" kommt nicht nur ein normales Suchergebnis, sondern eine Auflistung von Unterseiten, darunter auch "Tourismus". Wer darauf klickt, bekommt so ziemlich die trockenste Internet-Werbung verabreicht, mit der je ein Besucher neugierig gemacht werden sollte.

Kein Site-Link führt zu Brauerei-Themen, obwohl gerade die im Internet nachgefragt werden und gerade darüber Besucher angelockt werden könnten.

Doch nicht nur in diesem Bereich versäumt es die "Grüne Stadt mit Zukunft" ein Minimum an positiver Energie aus so genanntem Online-Marketing zu ziehen.

Statt die Diamanten der Region zu präsentieren definiert sich die Seite als typisches Bürgerservice-Instrumentarium. Das macht sie sehr gut - zu perfekt sogar, denn die Tourismus fördernden Aspekte hat das Kuckuckskind "Bürgerservice" schon lange aus dem Nest geworfen. Solange auf der Startseite über Sprengtermine, Kanaldeckelreinigung und Müllabfuhrtermine berichtet wird, nutzte es nichts wenn sich nach folgende Seiten intensiver mit Tourismuswerbung befassen - die Leute sind weg.

Allein das nicht genutzte Einnahmepotential dieser Homepage beziffert Online-Marketing Experte Udo Schmallenberg aus Warstein auf rund 25.000 Euro jährlich: "Peanuts eigentlich - ohne großen Aufwand mit AdSense und Werbebannern zu erreichen!"

Beispiel www.obermaiselstein.de im Allgäu. Die Homepage verkauft Bannerklicks an ihre Hotels. Für Christian Berwanger, Geschäftsführer im Berwanger Hof (<http://www.berwangerhof.de>) sind diese Klicks bedeutender als Google-Werbung: "Da kommt deutlich mehr rein als über Google-Adwords!"

Schmallenberg hat daraus jetzt den Schluss gezogen, dass es am idealsten wäre, das Hotel hätte eine eigene Plattform, um interessierte Besucher auf die Hotel-Internetseite zu führen. Daraus entstand im Auftrag des Hotels <http://www.meinallgaeu.com>. Gedankenspiele wie dieses würden auch Warstein voranbringen.

In Warstein fehlt's da einfach an Kreativität und am Durchsetzungswillen kritisiert Schmallenberg sein Heimatstädtchen. "Initiativen gibt es genug, aber solange sich die Stadt nicht der Macht ihres Namens und der Chance bewusst wird, die die inhaltliche und räumliche Nähe zur Brauerei bringt, werden alle Maßnahmen nur im Windschatten der glücklos agierenden Hauptdomain bleiben". Wie das Problem lösen? "Nichts einfacher als das" ist sich der Suchmaschinenoptimierer in Sachen Warstein sicher: "Das Besucherpotential ist ja da, es muss ja nur abgeschöpft werden!"

Auch da gibt es ein Beispiel: Im Auftrag von <http://www.hotel-puester.de> optimierte er die Homepage des Allgener 3-Sterne-Hauses auf den Begriff "Möhnesee" - mit in der Webseiten-Statistik deutlich sichtbarem Erfolg. Motto dieser Art von Onlinemarketing: "Wir müssen die Leute da abholen wo sie stehen und nicht hoffen, dass sie von alleine kommen!"

Mit Blick auf die z.B. sehr gut besuchten Ortsteilhomepages von z.B. <http://www.allagen.de>, <http://www.muelheim.org>,

<http://www.belecke.de> kann sich Schmallenberg den Seitenhieb auf die Wästerstadt nicht verkneifen: "Die Kernstadt hat als einziger Warsteiner Stadtteil keine eigene Internetseite...!"

Portrait

Die Warsteiner Agentur schmallenberg.txt hat sich auf Online-Marketing und Suchmaschinenoptimierungen für Hotels und Rechtsanwälte spezialisiert.

Die 1999 durch den Journalisten Udo Schmallenberg gegründete Agentur arbeitet z.B. für Arbeitsgemeinschaften des Deutschen Anwaltvereins sowie bundesweit für Spezialisten aus dem Steuer- sowie der Bank- und Kapitalmarktrechts. Weitere Schwerpunkte sind Energierholzmarketing und Virales Marketing.

News-ID: 227886 • Views: 1852 (Stand: 01.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/227886/Warsteiner-Marketing-Suenden.html>