

Sprung über den Teich

Für 59,5 Mio. EUR wechselte **Blue Tomato** den Besitzer: Zugriffen hat der amerikanische Action-sport-Händler Zumiez Inc., der via Österreich seine Fühler nach Europa ausstreckt. **S. 22**

© STOCKPHOTO.COM/SEA MARTIN

Frontalangriff

Der Schweizer Gemischtwaren-Händler **Otto's** sieht Wachstums-Chancen im Outdoor-Einzelhandel und übernimmt trotz schwieriger Rahmenbedingungen die Kette Sherpa. **S. 24**

© STOCKPHOTO.COM/SEA MARTIN

Handelt konsequent!

Seriöse Standards für **soziale und ökologische Verantwortung** sind auf dem Vormarsch und machen den Grünwäschern das Leben schwer. Konsequentes Handeln ist gefragt. **S. 25**

© STOCKPHOTO.COM/ANNE COLENE

www.sport-fachhandel.com



29.06.2012
AUSGABE 12

Das Insider-Magazin mit
News • Fakten • Hintergründen

sport FACHHANDEL

Bundeskartellamt schaut den großen Sportmarken auf die Finger

Herzogenaurach. Das Bundeskartellamt leitete kürzlich ein Verfahren gegen Sportausrüster Asics ein, der sich gegen Preisdrücker und Image-Schädiger wehrt, speziell im E-Commerce. Der Wettbewerbsbehörde liegen diesbezüglich auch Beschwerden gegenüber Adidas und Reebok vor, die ab 1. Juli (mit einer Übergangsphase bis Ende 2012) mit entsprechenden Richtlinien europaweit allen Händlern verbieten, dass ihre Produkte über offene Internet-Plattformen wie Amazon oder eBay verkauft werden. Damit soll sichergestellt werden, „dass die Darstellung von Adidas und Reebok im Sportartikel-Umfeld immer in optimaler Weise erfolgt“, so Unternehmenssprecherin **Katja Schreiber**. Bezüglich des Bundeskartellamts erklärt sie, „wir haben keine Anfragen von der Behörde selbst vorliegen“. Nike könnte der nächste Sportausrüster sein, den das Kartellamt unter die Lupe nimmt. Auch der US-Anbieter erwägt dem Vernehmen nach, Maßnahmen gegen solche Händler zu ergreifen. *rs*

Finnische Familie kauft sich bei Halti ein

Vantaa. Neuer Hauptaktionär beim finnischen Outdoor-Ausrüster und Skibekleider Halti: Die Landsmänner von Ingman Group übernehmen das 49%ige Anteilspaket, das die Investmentfirma 3i seit 2004 gehalten hat. Die übrigen Anteile bleiben weiterhin im Besitz einiger Mitglieder von Geschäftsführung und Aufsichtsrat. Ingman Group ist ein Privatinvestor, der von der Familie gleichen Namens kontrolliert wird. In der Ära von 3i konnte der Umsatz von Halti verdoppelt werden. Im letzten Jahr beliefen sich die Erlöse auf 30 Mio. EUR. Die positive Entwicklung ist vor allem durch eine gelungene Internationalisierung zurückzuführen, in der auch für die Zukunft noch großes Potenzial gesehen wird. *mh*



„SCHUSTER, BLEIB BEI
DEINEN (SCHMALEN,
NORMALEN & BREITEN)
LEISTEN!“

HANWAG-Schuhentwickler:
Adam Weger

*HANWAG TATRA GTX®
Jetzt erhältlich in
3 verschiedenen Leisten



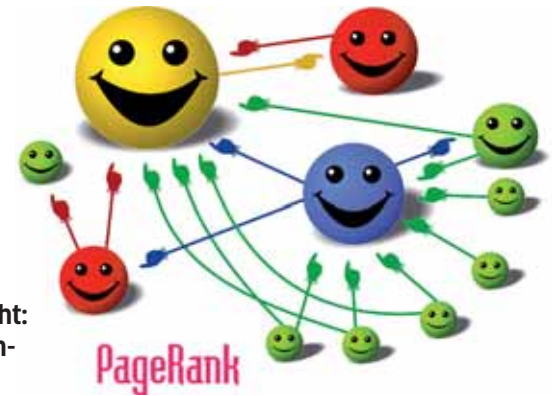
door | Halle A3 | Stand 200

www.salewa.com

KLEINE GEHEIMNISSE AUS DER SUCHMASCHINEN-ECKE

Der Backlink – das Rückgrat jeder Suchmaschinen-Strategie

Heute wollen wir uns dem Aspekt des Suchmaschinen-Marketings zuwenden, der im Zusammenhang mit der Popularitätssteigerung von Webseiten stets als Erstes auftaucht: der so genannte „Backlink“. Was es damit auf sich hat und wie man in die Thematik einsteigt, erfahren Sie in unserem heutigen Praxis-Workshop.



Suchmaschinen-Marketing, gerne auch „Search Engine Optimization“ oder „SEO“ genannt ist eines der heißesten Eisen im Online-Marketing der neuen Zeit. Völlig berechtigt, denn Finden und gefunden werden sind die zwei Kernforderungen jeder Online-Strategie. Das Thema ist allerdings recht unüberschaubar geworden und ohne fachliche Unterstützung von außen ist kaum mehr ein Überblick zu gewinnen. Man hält sich also einen Dienstleister, die es in stark wechselnder Qualität zu tausenden gibt, oder baut ein eigenes Team auf. Dieses muss si-

cherstellen, dass die eigene Website immer auf den Top-Plätzen bei Google zu finden ist.

Google ist und bleibt das Maß der Dinge. Seit Jahren laufen rund 90% aller Suchanfragen weltweit über diesen einen Konzern. Einerseits ist das erfreulich, denn der Suchmaschinen-Optimierer-Willige hat im Wesentlichen nur einen Gegner: die cleveren Füchse aus der Entwicklungsabteilung des Platzhirsches. Und die setzen alles dafür ein, dass man in Googles Datenbanken nur die besten Treffer findet und Manipulationsversuche bestraft.

Was ist ein „Backlink“?

Warum wird eine Website hoch „gerankt“, also weit oben in der Ergebnisliste präsentiert, und eine andere nicht? Vereinfacht gesagt: Googles Spezialisten möchten, dass eine Suchanfrage zu „Laufschuhe München“ auch zu einem Sport-Fachhändler oder einem Kenner des Themas aus Bayerns Landeshauptstadt führt und nicht zu jemandem aus Hamburg. Dem wäre es im Falle einer Online-Bestellung aber egal, ob der Suchende aus München kommt. Die Antwort versteckt sich in dem viel zitierten „Algorithmus“ von Google.

Das ist ein Programm, das anhand bestimmter Kriterien festlegt, wie gut eine Seite zu einem Suchbegriff passt. In diesem Algorithmus stecken unüberschaubar viele Kriterien (niemand weiß es genau). Zwei Gewichtige sind Anzahl und Qualität von „Backlinks“. Wortwörtlich genommen sind das Rückverweise auf die zu bewerbende Website. Googles Philosophie: Auf wen oft verlinkt wird, der ist relevanter, bekannter und beliebter als jemand, auf den nur wenige verweisen. Links hat es im Internet immer gegeben. Sie sind das Benzin des WWW und schon

GUT ÜBERSSETZT

BEST OF BIKE

NEU

DIE FACHMESSE FÜR FAHRRAD & ZUBEHÖR

23. – 25. SEPT. 2012
MESSEZENTRUM SALZBURG

ALLE INFOS ZUM
NEUEN BRANCHEN-
TREFFPUNKT:
WWW.BESTOFBIKE.AT

vor 15 Jahren war es guter Ton Webseiten, die einem gefielen, mittels Link zu empfehlen. Nichts Neues also? Das Spiel wurde interessant als findige Suchmaschinen-Optimierer begannen, aus dem ursprünglich privat motivierten Tauschen von Links eine Industrie zu machen.

Böse Falle: Link-Farming

Um Google auszutricksen zog man mit Software-Unterstützung Linklisten („Linkfarmen“) unter verschiedenen Internet-Adressen hoch. Ziel: Google vorgaukeln, dass die beworbenen Websites fürchterlich relevant sein mussten. Pustekuchen. Heutzutage können alle Suchmaschinen zuverlässig erkennen, was eine Linkfarm ist und was nicht. Websites, deren Adressen in Linkfarmen auftauchen, werden heute ganz offiziell entwertet und durch Leistung irgendwo weit hinten bestraft. Sollte Ihnen also jemand diese Art des Beschaffens von Backlinks andrehen

wollen, setzen Sie ihn schnell wieder vor die Tür.

Die richtige Vorgehensweise

Wenn also das automatisierte Herstellen von Backlinks schädlich ist, wie dann richtig vorgehen? Wie bei jedem Projekt beginnt man mit dem Setzen von Zielen. Probieren Sie mal „link:www.meinewebsite.de“. So bekommen Sie eine Liste mit Websites, die auf www.meinewebsite.de verweisen. Will man also weit oben stehen, gilt es diese Liste zu verlängern. Welche absolute Größe richtig ist, muss jeder selber ausprobieren. Fürs Erste ist ein Zielwert von 20 in den meisten Fällen ein guter, realistisch erreichbarer Anfang. Mit etwas Übung kann man den Wert dann im Rahmen der zur Verfügung stehenden Kapazitäten beliebig erhöhen.

Wann ist ein Backlink gut, wann nicht?

Nun zählt nicht nur die reine Zahl von Backlinks, sondern auch deren Qualität. Google bringt bestimmten Websites besonderes Vertrauen entgegen. Zwei, die ich für ausdrücklich erwähnenswert halte, sind das DMOZ (Open Directory Project) und Wikipedia. Der Gedanke dahinter: Ein Verzeichnis, das von echten Menschen gepflegt wird, ist besonders vertrauenswürdig. Das DMOZ ist eines der wichtigsten Verzeichnisse, auch wenn es der breiten Masse gar nicht so bekannt ist. Dennoch ist es qualitativ eine tolle Alternative zu Google. Hier sitzen – wie bei der Wikipedia auch – echte Menschen ehrenamtlich am Rechner und prüfen die Einträge auf Richtigkeit, Qualität und Relevanz. Wer die hohen Ansprüche nicht erfüllt, fliegt raus bzw. kommt gar nicht erst rein. Man muss dafür nicht, wie bei einigen anderen Verzeichnissen, zurückverlinken. Bevor man hier mit der

Eintragung startet, sollte man sicherstellen, dass die einzutragende Website fertiggestellt ist. „Baustellenseiten“ werden meist dauerhaft geblockt und man kann die Eintragung später nicht noch einmal vornehmen. Alle Kriterien, die erfüllt sein müssen, kann man direkt auf der Webseite unter www.dmoz.org nachlesen. Was sicher ist: Google schaut im DMOZ besonders gerne nach und weist einer hier gelisteten Seite höhere Positionen zu. Frustrierend kann sein, dass die Eintragung im DMOZ gerne lange dauert. Hier helfen nur Geduld und Verständnis dafür, dass Ehrenamtliche nicht immer alles sofort machen können. Dafür sind die Einträge auch für kommerzielle Anbieter kostenlos und entsprechend wertvoll.

Wikipedia: Wie man richtig vorgeht

Eine noch geschätztere Alternative ist Wikipedia. Bitte: Wikipedia ist der falsche für Werbung. Sie ist eine von Men-

QUERGELESEN Zu jedem Marketing-Thema im Heft stellen wir Ihnen passende Literatur vor, mit der Sie Ihr Wissen aufs nächste Level bringen.



„Geheimnis SEO“

Ein kompakter Titel, der sehr einfach geschrieben ist. Er eignet sich prima als Einsteigerliteratur. Große Schrift, kleine Seite, der Titel ist schnell gelesen, arbeitet mit einigen Fallbeispielen und liefert für den geringen Preis einiges an Wert.

Autor: Dirk Schiff
Verlag BHV,
ISBN 978-3-8266-7582-9,
224 Seiten, 14,95 EUR



„Landing Pages - Optimieren, Testen, Conversions generieren“

Dieses Buch ist für die gedacht, die sich für das Thema Landing Pages im Detail interessieren. Die Sache hat es an sich, dass hier auch technisch zu Werke gegangen wird. Mit vielen Details zu Web-Technologien ist es auch für ambitionierte Einsteiger geeignet.

Autor: Tim Ash
mitp-Verlag,
ISBN 978-3-8266-5514-2,
395 Seiten, 34,95 EUR



„Suchmaschinen-Optimierung“

Wer sich nicht nur mit Google, sondern allgemein mit Suchmaschinen befassen will, ist hier richtig. Ein umfassendes Buch, das Einsteigern und Fortgeschrittenen eine Menge Stoff liefert. Ein Muss für jeden, der verstehen will, wie Suchmaschinen ticken und was die technischen Grundlagen erfolgreichen Suchmaschinen-Marketings sind.

Autor: Sebastian Erlhofer,
Galileo Computing,
ISBN 978-3-8362-1233-5,
504 Seiten, 34,90 EUR



„Website Boosting 2.0“

Mein persönlicher Favorit. Dieser Titel behandelt umfassend alle wichtigen Themen der Website-Optimierung und ist für Einsteiger wie für Fortgeschrittene gleichermaßen geeignet. Besondere Erwähnung hat der Schreibstil des Autors verdient, der mich viele Male zum Lachen brachte und mir mehr als einmal tief aus der Seele sprach.

Autor: Mario Fischer
mitp-Verlag
ISBN 978-3-8266-1703-4
785 Seiten, 34,95 EUR

Ein gut gepflegtes Linkverzeichnis, das Infos zum eigenen Sortiment, zu Marken und weiterführende Informationen liefert, ist eine hervorragende Aufwertung für jede Website. **Nils-Peter Hey**

schen für Menschen gemachte Enzyklopädie. Und ein Nachschlagewerk hat mit den Gelben Seiten nichts zu tun. Wikipedia ist deswegen so vertrauenswürdig, weil das Reinkommen schwierig ist. Hier wachen ebenfalls echte Menschen über die Qualität und die nehmen das sehr ernst. Darüber bemüht man sich besonders, Leute mit Backlink-Wunsch fernzuhalten. Und das ist auch gut so. Wikipedia ist also immer dann ein Zeit-Investment wert, wenn Sie fachlich etwas beizutragen haben. Man kann sich zum Beispiel Begriffe aus dem eigenen Kompetenzbereich suchen, die in Wikipedia noch fehlen oder nur rudimentär beschrieben sind. Nach ausführlicher Lektüre der Wikipedia-Richtlinien kann man sich daran versuchen, der Internet-Welt Fachinhalte näherzubringen. Zu diesen Fachinhalten kann man Quellen anführen. Diese dürfen sich durchaus auf der eigenen Website befinden. Aber Achtung: Wikipedia reinigt sich schnell selbst. Wenn Ihre Quellen keinen echten Nutzwert bieten und/oder werblich gemeinte Information im Vordergrund steht, werden andere Autoren Ihre Quellen (oder gleich den ganzen Beitrag) und somit den Backlink wieder löschen. Für Wikipedia gilt also der Merksatz: Wer sich ehrlich engagieren möchte, hat faire Chancen. Wer schnell und ohne Aufwand Backlinks aufbauen will, ist falsch.

Wie sonst noch Backlinks aufbauen?

Neben den beiden Topstars gibt es natürlich noch tonnenweise weiterer Verzeichnisse, oft kostenpflichtiger Natur, bei denen man seine Website eintragen kann. Aber Achtung, es tummeln sich haufenweise schwarze Schafe. Die berühmten Aboballen sind hier häufig anzutreffen. Ein Blick in die AGBs lohnt sich also, bevor man auf irgendein „Eintragen“-Knöpfchen drückt.

Gute Traditionen im Netz pflegen

Ein weiterer Königsweg ist der traditionelle Linktausch. Die Währung, mit der man hier bezahlt, ist der Backlink auf Gegenseitigkeit. Zum Start braucht man einen Bereich auf der eigenen Webseite, den man mit Links auf „Partner“ füllen kann. Hier sollte man konzeptionell vorgehen, sich also ein Beuteschema für Linkpartner zurecht legen. Ein gut gepflegtes Linkverzeichnis, das Infos zum eigenen Sortiment, zu Marken und weiterführende Informationen liefert, ist eine hervorragende Aufwertung für jede Website. Mit diesem Linkangebot kann man nun auf die Betreiber der Ziel-Websites herantreten und höflich um Zurückverlinkung bitten. „Bitten“ ist hier das richtige Schlagwort, handelt es sich doch um eine Absprache auf Gegenseitigkeit ohne Vertrag im engeren Sinne.

Qualität entscheidet

Qualität ist also das entscheidende Kriterium. Wer beim Gewinnen von Suchmaschinen-Positionen auf langfristige Entwicklung der eigenen Position setzt, kann kaum etwas falsch machen. Gute Dienstleister werden darauf hinweisen, dass das Erklimmen von Ranking-Listen eben nie schnell und gleich gar nicht ohne Aufwand zu machen ist. Lassen Sie die Finger von allem, was automatisiert ist und schnelle Erfolge verspricht. Die richtige Suchmaschinen-Strategie erfordert immer eine Beratung mit Augenmaß und eine vollständige Ist-Analyse. Daraus kann man dann je nach Ausgangslage eine individuelle Strategie entwerfen.

Fragen und Anregungen sowie Themenwünsche nehme ich – wie immer und freudigst – unter n.hey@sport-fachhandel.com entgegen.

Nils-Peter Hey

SUPERfeet®

HERITAGE

AUTHENTIC

REAL

PROVEN

ORIGINAL

Geschichten, die nie langweilig werden

Die außergewöhnlichen Geschichten über Abenteuer und Erfolge, die uns unsere Kunden erzählen, inspirieren uns immer wieder aufs Neue. Genau aus diesem Grund stecken in jedem Paar Superfeet-Einlagen mehr als 45 Jahre wissenschaftliche Erfahrung. Unsere bahnbrechenden rezeptfreien Trim-to-Fit™, Easy-Fit™ und Custom Premium Einlagen geben jedem einzelnen den Komfort und das Selbstvertrauen, an seine i.o. ihre Grenzen zu gehen, wieder fit zu werden oder ganz einfach das Leben mehr zu genießen.

Wir würden gerne Ihre Geschichte hören. Kommen Sie zum Stand und erzählen Sie sie uns!

OutDoor
12.-15. Juli 2012
Friedrichshafen
Stand A6 304

SUPERfeet®

www.superfeet.com

