

03.05.2004 - 08:07 Uhr

## Wie Werbemittel gestaltet und platziert werden müssen, um optimale Wirkung zu entfalten.

*Immensee (ots) -*

Der weltweit grösste Suchdienst google.com plant dieses Jahr den Börsengang, Yahoo hat eine neue Suchmaschine lanciert und Microsoft will demnächst mit einer eigenen Suchtechnologie um Marktanteile kämpfen. Seit 1995 kennt die Schweiz mit search.ch eine weit verbreitete Suchmaschine mit eigener Technologie und Funktionen, die man bei anderen vergeblich sucht.

Was Microsoft mit der geplanten Suchmaschine erst noch liefern möchte, ist bei der Schweizer Suchmaschine [search.ch] schon möglich: Regionale Suche auf den Ebenen Schweiz, Kanton, Bezirk oder gar Dorf. Search.ch findet deshalb auch die Website vor der Haustüre. Die Schweizer Pioniere verstehen die Suche als Prozess und geben dabei auch Hilfen und Informationen, die man bei anderen Suchdiensten nicht findet. Vielen Internauten fällt es schwer, Suchbegriffe zu finden, die das Thema optimal beschreiben und die Suche trotzdem genügend präzisieren. Search.ch schlägt automatisch weitere Suchbegriffe passend zum eingegebenen Wort vor. Wer z.B. Wald sucht, dem empfiehlt [search.ch] auch die Suche nach Bäume Forst Forstwirtschaft Waldschäden und Waldsterben.

Search.ch findet nicht nur Webseiten sondern auch Telefonnummern offene Stellen, freie Wohnungen oder gebrauchte Autos. Aktuelle Nachrichten, Wetterprognosen, das Kinoprogramm und weitere nützliche Dienste machen search.ch für 52 % der Internauten attraktiv. Laut Marktforschungsinstitut WEMF nutzen 1.3 Millionen Deutschschweizer search.ch. Die in der Schweiz von Schweizern entwickelte und betriebene Suchmaschine ist nicht nur technisch einmalig, sie ist auch wirtschaftlich erfolgreich. Search.ch finanziert sich durch Onlinewerbung. Rudolf Räber, Geschäftsleiter von search.ch vermeldet stolz "Wir haben noch nie rote Zahlen geschrieben". Experten führen den Erfolg im Werbemarkt auch auf die Tatsache zurück, dass die innovativen Schweizer Werbewirksamkeitsforschung betreiben und ihre Kunden beraten, wie Werbemittel gestaltet und platziert werden müssen, um optimale Wirkung zu entfalten.

Kontakt:

Reto Hartinger  
Leiter Marketing search.ch  
E-Mail: hartinger@search.ch  
Tel. +41/1/310'31'40

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005496/100474403> abgerufen werden.