

Web Check

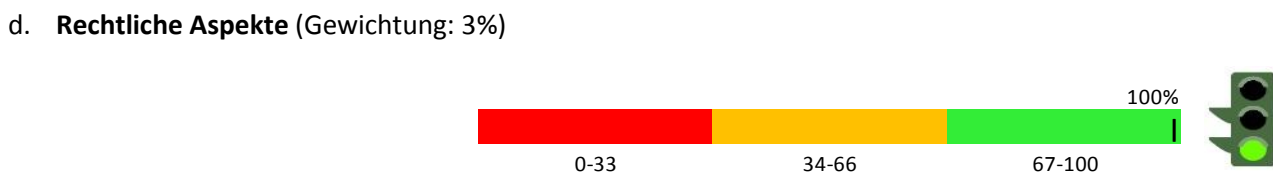
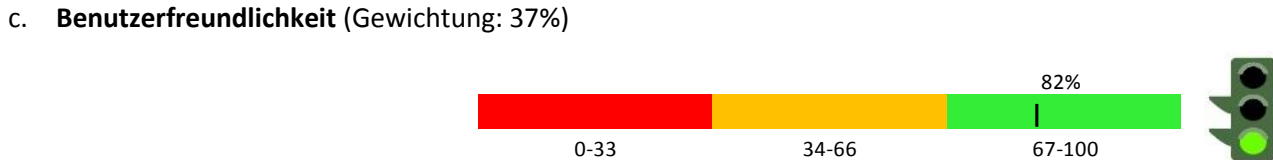
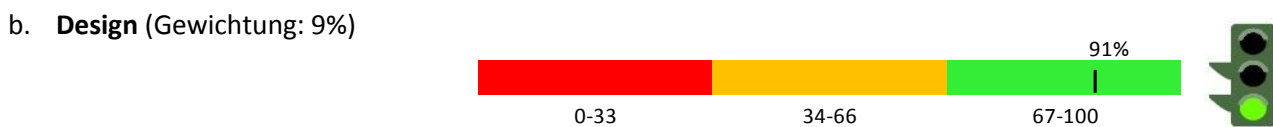
URL der Webseite: <http://www.wissegiggl.de>

Zeitpunkt der Analyse: 27.04.2012 11:00 Uhr

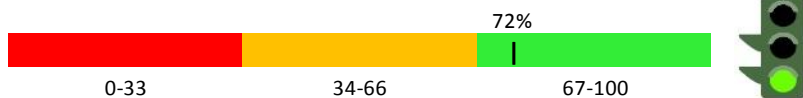


Bei dem durchgeführten Web Check, welcher sich in vier Hauptkategorien gliedert, wurden insgesamt **289** von **390** möglichen Punkten erreicht. Dies entspricht einem Prozentsatz von **74%**.

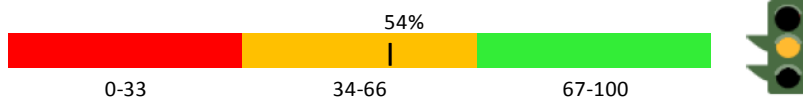
1.) Analyse der **Restaurantwebseite** (Gewichtung: 59%)



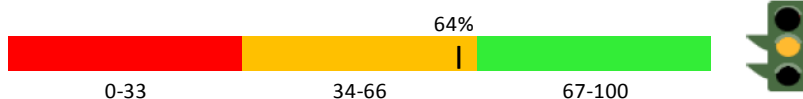
2.) Betrachtungen hinsichtlich **Suchmaschinenoptimierung** (Gewichtung: 15%)



3.) Prüfung der Präsenz und Darstellung in den **Social Media** (Gewichtung: 13%)



4.) Prüfung der Präsenz und Darstellung auf den gängigen **Bewertungsportalen** (Gewichtung: 13%)



Web Check

URL der Webseite: <http://www.wissegiggl.de>

Zeitpunkt der Analyse: 27.04.2012 11:00 Uhr

Ergebnis der Analyse:



Bei dem durchgeführten Web Check, welcher sich in vier Hauptkategorien gliedert, wurden insgesamt 289 von 390 möglichen Punkten erreicht. Dies entspricht einem Prozentsatz von 74%.

Fazit:

Insgesamt hinterlässt die Webseite einen sehr positiven Eindruck.

Unser Wissegiggl-Kommentar:

Wir bedanken uns für die umfassende Analyse der Wissegiggl Homepage durch die Experten von "Restaurant-Kritik.de" (an dieser Stelle sind nur Auszüge der Analyse dargestellt). Die Analyse hilft uns, unsere Homepage noch etwas unter techn. Aspekten zu verbessern. Das Ergebnis zeigt, dass wir bei unserer Außendarstellung mit aktuellen Informationen, hoher Transparenz und konstruktiver Kritikoffenheit über das Medium Internet den Kontakt zu unseren Gästen herstellen.

Bei einem der Hauptkriterien der Restaurant-Kritik.de Experten erhielten wir nur 54% der möglichen Punktzahl: Präsenz und Darstellung in den **Social Media**. Hiermit sind vor allem Facebook, WKW, Twitter, You Tube, etc. gemeint. Wir sind ganz bewusst nicht in allen diesen Social Medias und Internet-Foren vertreten, sondern legen den Schwerpunkt auf die Aktualität auf der eigenen Homepage.

Einen unterhaltsamen Kommentar zu den Social Media schreibt die Chefreporterin des Handelsblatts Tanja Kewes in der Ausgabe vom 01.06.2012 (s. nachfolgende Seite).

Gerne kommentieren Sie diese Meinung auf unserer Facebook-Seite ... !

FAKTOR MENSCH

Seid ihr alle da? Jaa, leider ...

Handelsblatt vom 01.06.2012, Seite 14

Tanja
Kewes



Bei Facebook, Twitter
oder im Zug: Ich
quatsche, also bin ich.

Seid ihr alle da? Jaa, leider ...

Bei Facebook, Twitter oder im Zug: Ich quatsche, also bin ich.

Tanja Kewes

Im Kasperletheater fragt das Kasperle: "Seid ihr alle da?" Und wenn sein Auditorium mit lautem "Jaa!" antwortet, legt er los. Er schimpft und schunkelt mit Gretel, streitet mit der Ordnungsmacht, dem Polizisten, kämpft mit dem Bösen, dem Krokodil. Das Kasperle ist eine plappernde Witzfigur, die eigentlich genug mit sich selbst beschäftigt ist, zugleich aber auch ein großes Mitteilungsbedürfnis hat und um die Bühne weiß.

Das Kasperle - das sind wir. Es gilt: Ich quatsche, also bin ich. Je mehr andere Kollegen, Freunde oder Fremde uns dabei zuhören, -schauen oder uns lesen, desto besser sind wir. Es geht selten um Elementares, meist um Banales und allzu Persönliches. Ja, und schlimmer noch als das Kasperle, das fremdgesteuert ist und nicht aus seiner Holz- und Filzfaçon herauskann, machen wir das alles aus freiem Willen, zeigen dabei auch noch Haut, Haare und Innereien und wechseln die Kostüme.

Unser täglich Kasperletheater gib uns heute, das denke ich zumindest bei Facebook, Twitter und häufig leider auch an Nichtorten wie im Zug oder am Flughafen, wo es sich eigentlich herrlich abschalten ließe.

900 Millionen Menschen sind bei Facebook aktiv. Befindlichkeiten und Gefühligkeiten, Besserwisserei, Urlaubsfotos und Restauranttipps, Vorlieben und Ex-Liebschaften, Problemzonen, das Wetter von Tokio bis Paris - es wird gepostet, geplappert und gesmilt, Daumen hoch, Daumen runter, gefällt mir, gefällt mir nicht, 7 Tage die Woche, 24 Stunden lang, an Tagen wie diesen und jenen, ohne Unterlass, was die Tastatur, der Touchscreen hergibt.

Auch bei Twitter kehrt nie die stille Dunkelheit der realen Nacht ein. Ob Nobelpreisträger, Sternchen, Topmanager oder Regierungsmitglieder, ganz egal, sie alle teilen ihr Leben mit zigtausend anderen. Sie schwärmen, sie dichten, sie fragen, die Mitteilungswut ist fantastisch. "Die Sonne scheint, mir geht es gut! Und wo bist du?" "Ich stehe im Stau und schwitze wie 'ne Sau." "Soll ich den Job machen - oder nicht?" "Wie mache ich Spaghetti-Bolo(gnese) ohne Fertigtüte?" "Elendes Fett. Habe es dieses Jahr wieder nicht geschafft, in Bikiniform zu kommen."

Wer früher zu viel plapperte und allzu Banales und Persönliches preisgab, der kassierte die gute, wenn auch nicht ganz politisch korrekte Frage: "Hast du keinen Friseur, dem du das erzählen kannst?" So wie dort "Das goldene Blatt" und die "Gala" auslagen, so wurde zwischen Waschen, Schneiden, Föhnen auch nur über die wirklich (un-)wichtigen Dinge des Lebens geredet: Urlaub, das Wetter, das Fernsehprogramm, was Königs und Prinzessinnen so treiben. Heute will ich mir an vielen Orten die Ohren zuhalten. Im Internet ja sowieso, aber auch in der realen Welt, im Zug und am Flughafen. Aufgrund der beschränkten Möglichkeiten, wegzuhören oder -zulaufen, schwappt die Nonsense-Welle über einen hinüber. Es bleibt nur noch Fremdschämen. Der eine erzählt, die neuen Schuhe würden zu Schweißfüßen führen, die andere lästert über ihre Chefin, der Dritte schwärmt von der jüngsten Sause auf Firmenkosten, die Vierte gibt Abspeck-Tipps und Spesen-Tricks.

In den Feuilletons wird wegen Internet und Piratenpartei in geübter Tradition über den "Tod des Autors" diskutiert. Dabei geht es um den Verlust des Inhalts. Das Lesen eines guten Buchs (...) ist zur Ausnahme geworden, das Kasperle'sche Geplapper zur Normalität. Und dieser Nonsense wird nicht geflüstert, sondern mit dem Internet als Megafon in alle Welt geschrien.

"Seid ihr alle da?" Jaa, leider ...

Die Autorin ist Chefreporterin des Handelsblatts.
Sie erreichen sie unter: kewes@handelsblatt.com