



DBO Internet-Präsenz wird immer attraktiver !

Wir wollen uns ja nicht selbst loben. Beurteilungen überlassen wir gerne anderen. So auch die unserer Internet-Präsenz.

Der 70seitige Bericht (!), den die DBO von ihrem Server bekommen hat, liefert äußerst interessante Zahlen, die einerseits ein gutes Hilfsmittel für all diejenigen sind, die über die DBO werben wollen. Andererseits geben die Zahlen aber auch Aufschluss darüber, wie bekannt die DBO zwischenzeitlich schon geworden ist.

Die interessantesten Daten der **Zeitspanne vom 28. Mai bis zum 28. August** sind in diesem News-Letter für Sie einmal zusammengestellt. Beim Betrachten der Zahlen sollte man nicht außer Acht lassen, dass diese Zeitspanne bowlerisch gesehen in die „Saure-Gurken-Zeit“ fällt:

- Im oben erwähnten Zeitraum wurde insgesamt **120.000mal die DBO-Website und/oder ihre Untergruppen besucht !**
(Definition: Ein Besucher, der eine Seite besucht, wird als Hit registriert. Ein Besucher, der die Hauptseite plus zwei Unterseiten besucht, wird als drei Hits verbucht.)
Nach Beurteilung unseres Servers eine ausgezeichnete Präsenz.
- Die **durchschnittliche Verweildauer in der DBO- Internet-Präsenz beträgt runde 4 Minuten !**
In der Beurteilung des DBO-Servers wird diese Verweildauerlänge als Hinweis auf interessante Themen bezeichnet.
- **Die meisten Hits** (und auch die meisten Besucher) - wenn die Hauptseite der DBO als Eingangsportal außer Acht gelassen wird – verzeichneten die „*Werbelinks*“ mit zusammen knapp über 26%, darunter „Pro-Shop-Link“ und „*Bowling-Firmen*“ an vorderster Stelle. Es folgen „*Bowling von A bis Z*“. Schon an dritter Stelle die „*Turnier-Termine*“, dann „*Leistungssport-Übersicht*“, gefolgt von den „*News des Breitensports*“.
- Interessant auch, **an welchen Tagen** hauptsächlich auf die DBO-Internet-Präsenz zugegriffen wird: Der Großteil der Besuche findet am Donnerstag und am Freitag statt. Der schwächste Besuchstag ist - nicht ganz erwartet - der Sonntag. Insgesamt entfallen nur 14% der „Besuche“ auf das Wochenende.
Erstaunlich auch, dass **die meisten Zugriffe zwischen 13 und 13:59 Uhr sowie zwischen 17 und 17:59 Uhr** stattfinden. Wer erwartet hätte, dass am Abend die DBO mehr besucht wird, wird enttäuscht: Ganze 15% entfallen auf die Zeit nach 20 Uhr.
- Sehr interessant ist auch, wie **der Weg zur DBO-Homepage** gefunden wird:
Über „Google“ kommen 96,9 %, der Rest über „Yahoo“.
- Auch zum Thema „**Was wird gesucht?**“ bzw. „**Welche Suchausdrücke führen zur DBO?**“:
Hier die Rangliste der „Top Ten“: DBO-Bowling Allgemein, Handicap, Bundesverband Bowling, Bowlinggeschichte, Bowlinganlagen, Kosten Bowling, Termine, Bowlingmaschinen, Strikegasse und Bowlingballgewicht.

Alles in allem:

Die Zahlen verdeutlichen, dass die Initiative der bundesdeutschen Bowlingorganisationen, die „DBO“ ins Leben zu rufen, ein richtiger Schritt gewesen ist. Die Zahlen zeigen aber auch, welche Themen Interesse finden und welche dieser Themen die DBO heute schon versucht abzudecken. Hier sei besonders auf die „Terminliste“ hingewiesen, die immer stärker im Focus steht.