

Die Chuchi und das Internet – die Obersee-Chuchi berichtet

Was hat eine Chuchi mit dem Internet zu tun? Oder anders gefragt, braucht eine Chuchi einen eigenen Internetauftritt? Diese Frage möchte ich anhand unseres Beispiels der „Obersee Chuchi Lachen“ beantworten. Es geht mir dabei nicht darum, alle anderen Chuchis für das Internet zu begeistern. Nein, ich schreibe diese Zeilen nur aus einem Grund: Ich möchte einen möglichen Weg aufzeigen, wie Chuchis neue Mitglieder gewinnen können und diesen Weg anhand unseres Beispiels erläutern.

Aber zuerst einmal, wer überhaupt ist die Obersee Chuchi Lachen? Mit der Entstehung der Chuchi im Dezember 2017 sind wir noch eine relativ junge Chuchi. Die Chuchi besteht aus 14 Chöchen, alle mit grosser Motivation und mit viel Freude dabei. Ich selber bin auch seit der Gründung dabei und kümmere mich um unsere Homepage www.oberseechuchilachen.ch.

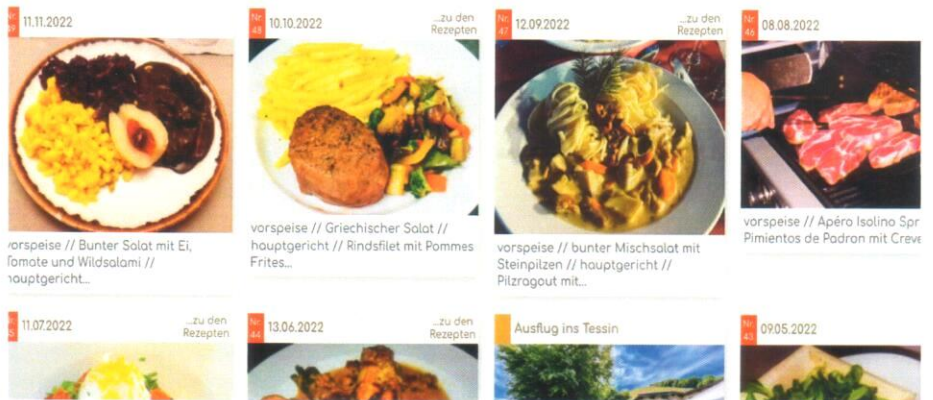
Warum hat unsere Chuchi eine Homepage?

Nach der ersten Chochete im Dezember 2017 kam ich mit den Rezepten nach Hause. Die Rezepte waren auf A4 Papier ausgedruckt. Da überlegte ich mir, wie ich von jetzt an die Rezepte sammeln und vor allem aufbewahren sollte. Denn die Rezepte sind auch immer ein Zeitdokument über die Entwicklung und die Geschichte einer Chuchi, finde ich.

Vielleicht einen Ordner kaufen und alle Papier-Rezepte darin ablegen? Nun, ich bin kein wirklicher Freund von Ordnern und Papier-Dokumenten. Diese Form der Ablage ist mir zu statisch. Wenn ich z.B. ein Rezept nachkochen will, muss ich den richtigen Ordner suchen, das Papier-Rezept herausnehmen und in die Küche bringen. Nach dem Kochen muss alles wieder zurück



STARTSEITE REZEPTE WEINE KALENDER DER VEREIN ÜBER UNS ARC



an den richtigen Platz im Ordner. Mühsam.

Gut, eine einfachere Variante wäre, das Rezept zuerst als PDF zu scannen und auf dem Computer zu speichern und dann zum Kochen das Rezept auszudrucken oder es auf einem Handy oder einem iPad anzuschauen. Sicher, das funktioniert. Allerdings hat diese Variante den grossen Nachteil, dass die Rezepte nur lokal abgespeichert sind und ohne das jeweilige Gerät nicht zugreifbar sind. Und was passiert, wenn das Gerät irgendwann kaputt geht? Dann sind die gesammelten Rezepte sehr wahrscheinlich alle verloren.

Und genau das war der Punkt, an dem ich mich entschied, die Rezepte der Obersee Chuchi ins Internet zu stellen. Damit sind die

Rezepte jederzeit und von überall zugreifbar und dank einem Server bei einem professionellen Hosting-Anbieter, ist das Risiko praktisch ausgeschlossen, dass die Rezepte eines Tages verloren gehen. Die Rezepte werden im Internet verewigt.

Ich überlegte mir zuerst, eine öffentliche Datenbank im Internet anzulegen und die Rezepte dann dort abzuspeichern. Aber dann kam mir der Gedanke, dass eine moderne Homepage ja auch nichts Anderes als eine Datenbank ist. Warum also nicht gleich eine Homepage für unsere Chuchi erstellen und die Rezepte dort hochladen?

Diese Idee liess mich nicht mehr los und noch im Dezember 2017 erstellte ich die erste Version der

Homepage der Obersee Chuchi Lachen. Sozusagen das «Pièce de résistance» waren natürlich die Rezepte, welche ich Zutat für Zutat, Tätigkeit für Tätigkeit zur Homepage hinzufügte. Es war eine Freude zu sehen, wie die Rezeptsammlung auf der Homepage mit jedem Rezept grösser wurde.

Damit waren die Rezepte nun im Internet vorhanden und öffentlich zugänglich. Ausserdem konnte man ab sofort die vorhandenen Rezepte elektronisch sortieren, durchsuchen und herunterladen. Und wie man weiss, was einmal im Internet steht, bleibt im Internet. Die Rezepte der Obersee Chuchi Lachen waren nun also für ewig im Internet abgespeichert.

Um die Rezepte herum habe ich dann auf der Homepage auch noch andere interessante Informationen über unsere Chuchi ins Internet gestellt. Es gibt z.B. auch zu jeder Chochete einen kleinen Artikel inklusive Menüfotos. Nach ein paar Tagen war die Homepage der Obersee Chuchi Lachen fertig.

Die erste „Fan-Mail“

Unsere Homepage war erst gerade ein paar Wochen aufgeschaltet, als unser Vorstand eine E-Mail von einem externen Besucher der Homepage bekam.

Der Besucher war im Internet über eine Rezeptsuche auf eines unserer Rezepte gestossen und hatte sich dann die Homepage genauer angeschaut. Dem Besucher gefiel unsere Chuchi und er fragte an, ob er sich der Chuchi anschliessen könne.

Unsere Chuchi war zu dem Zeitpunkt (und ist es bis heute) mit 14 Aktivmitgliedern am oberen Limit für die Mitgliederanzahl und wir nehmen deshalb noch keine neuen Mitglieder auf. Aber dank unserem Netzwerk in der Region und speziell auch dank Koni Ritter, konnten wir den Interessenten dann an eine andere Chuchi vermitteln. Ich glaube, er kocht auch heute noch in dieser Chuchi.

Seit der Aufschaltung unserer Homepage und bis heute haben wir einige solche Emails von Inte-

ressenten bekommen. Wir haben immer versucht, für diese Bewerber einen Chuchi-Platz zu finden. Manchmal klappt es, manchmal klappt es aber auch nicht. Aber das ist ein anderes Thema.

Fast 58% unserer Besucher der Homepage kommen nebenbei bemerkt aus der Schweiz und rund 23% kommen aus Deutschland. Überraschenderweise sind aber auch rund 8% der Besucher in den USA stationiert, obwohl unsere Homepage nur auf Deutsch vorliegt. Wir haben also wirklich ein internationales Publikum.

Webpräsenz führt zu Mitgliedergewinnung

Wie ich bereits erklärt habe, war nie die Idee, mit unserer Homepage neue Mitglieder zu finden. Aber Fakt ist, dass die Webpräsenz der Obersee Chuchi zu einem Mittel der Mitgliedergewinnung geworden ist, eben auch für andere Chuchis in der Region.

Die online Sichtbarkeit v

on unserem Verein sorgt dafür, dass unsere Chuchi über eine Internet-Suche via Google & Co. sehr einfach gefunden wird und Menschen auf unsere Chuchi aufmerksam werden.

Meistens haben alle diese Interessenten etwas gemeinsam: Alle haben Freude am Kochen und suchen eine „lässige Truppe“, der sie sich anschliessen können. Dank der Homepage können Interessenten selber in Ruhe schauen und für sich entscheiden, ob der präsentierte Verein etwas für sie ist oder nicht. Man sieht schon auf der Vereinshomepage, wie viele bzw. welche Mitglieder die Chuchi hat, welche Menüs gekocht werden und ob auch einmal etwas Anderes als nur Kochen unternommen wird. Das Alles zusammen ist aus meiner Sicht das A und O einer funktionierenden Mitgliedergewinnung und kann eigentlich nur über eine Webpräsenz in diesem Umfang erreicht werden.

Etwa 89% aller unserer Besucher finden unsere Homepage über eine Internetsuche, mit grossem Abstand am meisten via Google. Etwa 10% aller Besucher kommen direkt

auf unsere Homepage, in dem sie unsere Internet Adresse im Browser eingeben. Und rund 1% aller Besucher kommt über ein sogenanntes „Referral“ zu uns, z.B. über den Link auf der SCKM Homepage.

„Content sells“ und wie sieht es mit Sponsoren aus?

„Der Inhalt verkauft“: Das gilt auch im Internet. Unsere Rezeptseite ist natürlich das Hauptstück auf unserer Homepage. Die sogenannte „Bounce Rate“, also der Anteil von Besuchern einer Website, die nur einen einzigen Seitenaufruf erzeugen und dann die Website gleich wieder verlassen, beträgt bei unserer Rezeptseite nur rund 27%. Das bedeutet, dass die anderen rund 73% der Besucher mindestens ein Rezept anklicken und es sich anschauen.

Das „Himbeertraum“ Dessert ist übrigens das auf unserer Homepage am meisten besuchte Rezept. In einem Jahr wird das Rezept ca. 12'000 mal angeklickt.

Aber auch die anderen Seiten unserer Homepage sind wichtig, insbesondere die Startseite mit der Auflistung der Chochete. Die Startseite ist nämlich oft das Erste, was sich ein Besucher anschaut. Als Faustregel gilt: Je wichtiger die Information, desto eher steht sie auf der Startseite.

Zu diesen wichtigen Informationen gehört unbedingt ein Hinweis auf die aktuellste Chochete. Denn wer will schon in einen Kochverein eintreten oder gar einen Kochverein unterstützen, dessen letzte Chochete vor einigen Monaten gewesen ist und dessen Homepage verwaist aussieht?

Als wir für unsere Aktivmitglieder eine Club-Kochjacke kaufen wollten, kam natürlich auch die Frage auf, wer für die Kosten aufkommen würde. Die Investition in eine Kochjacke ist zum Glück kein grosser Budgetpunkt. Trotzdem waren wir glücklich, dass wir drei Firmen finden konnten, welche einen Sponsorenbeitrag für unsere Chuchi leisteten. Mit dem Geld konnten wir die Kochjacken kaufen und das restliche Geld in die Clubkasse legen.

Patric Schoch