



panpan.digital

CASE STUDY

SEO/SEA

E-COMMERCE

myHarryTM
einfach selber bauen



S.

+60 % Umsatzwachstum in einer Saison – mit verzahntem SEO & SEA

In dieser Case Study zeigen wir dir, wie pan pan nach dem Agenturwechsel das Wachstum von myHarry neu entfacht hat – mit einem verzahnten Setup aus SEO und SEA, das die lange Customer Journey im DIY-Markt für Terrassen, Zäune & Garten vom ersten Ratgeber-Klick bis zum Kauf begleitet.

★★★★★

„Wir sind mit dem Agenturwechsel extrem stark in die Saison gestartet – die ersten zwei Monate fast 100 % Wachstum year-to-date, jetzt bei knapp 60 %.“



Dominik Englputzeder
Geschäftsführer
Englputzeder

ZEITRAUM

seit 2025 – heute

LEISTUNG

SEO, SEA, E-Commerce

MARKT

Deutschland, Österreich · B2C

myHarry

Die Ausgangslage

Die Englputzeder-Gruppe aus Oberösterreich verkauft Terrassen, Zäune und Solarprodukte. Mit Fokus auf der DIY-M Marke myHarry für Selbermacher. Die Besonderheit: eine sehr lange Customer Journey. Eine Terrasse (Ø-Warenkorb 2.000–3.000 €) wird oft 1–2 Jahre geplant; der Markt ist erst zu rund 7 % online. Zuvor lief das Marketing sehr Meta-getrieben, der starker, generischer Pull fehlte.

DIE AUFGABE

Die lange Customer Journey über organische und bezahlte Suche verzahnen: vom ersten Ratgeber bis zum Kauf. Und so myHarry profitabel skalieren.

PROJEKT-FAKTEN

BRANCHE

Terrassen, Zäune & Garten (DIY)

LEISTUNG

SEO, SEA, E-Commerce Beratung

ZEITRAUM

seit 2025 – heute

MARKT

Deutschland, Österreich · B2C

TECH STACK

Shopify

ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

+ 60 %

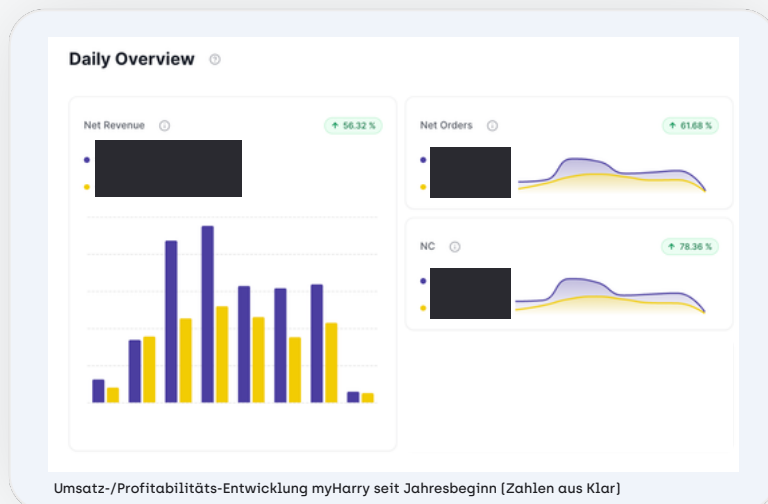
Umsatzwachstum myHarry (YTD)

+ 117 %

Umsatzwachstum Google Kanäle (YTD)

DB3

Einhaltung des festgelegten DB3-Zielwertes



„Von Anfang an ein Overdeliver – gerade im SEO, wo wir enormen technischen Nachholbedarf hatten, kamen sofort viele Lösungen.“

Der größte Unterschied ist das Verständnis für unser Produktsortiment und die gesamte Customer Journey – das hatten wir bei keiner Agentur zuvor.“

DOMINIK ENGLPUTZEDER, myHarry

Das SEO- & SEA-Projekt in a nutshell

• PHASE 01

1

Technisches SEO-Fundament schaffen

SEO wurde vorher rein intern gemacht – mit großem technischen Nachholbedarf. Wir haben das Fundament aufgeräumt: raus mit allem, was Indexierung ausbremst und Crawl-Budget verschwendet, damit Google die relevanten Produkt- und Kategorieseiten sauber priorisiert.

• PHASE 02

2

Customer Journey über SEO & SEA verzahnen

Wir denken die lange Kaufreise komplett: von frühen Ratgebersuchen („Holz vs. WPC“, „Terrasse selbst bauen“) organisch bis zur kaufnahen Google-Shopping-Anzeige. Bezahlte und organische Suche greifen ineinander, statt getrennt zu laufen.

• PHASE 03

3

Effizienz steigern & Google Ads

In Google Ads steuern wir u.a. über eine Topseller-Strategie: Ein Skript kategorisiert die Produkte und allokiert Budget dynamisch – passend zu Saison und Lagerbeständen, damit jeder Euro auf die stärksten Bestseller läuft.

• PHASE 04

4

An myHarry kommt keiner vorbei

Der nächste große Schritt: myHarry überall präsent machen – ob YouTube, Google-Suche oder LLMs. Den Video-/Ratgeberbereich heben wir jetzt gemeinsam aufs nächste Level und besetzen jede relevante Suche mit dem passenden Format.

Willst du dein Wachstum auch so skalieren wie myHarry?

Mach den kostenlosen Pre-Check