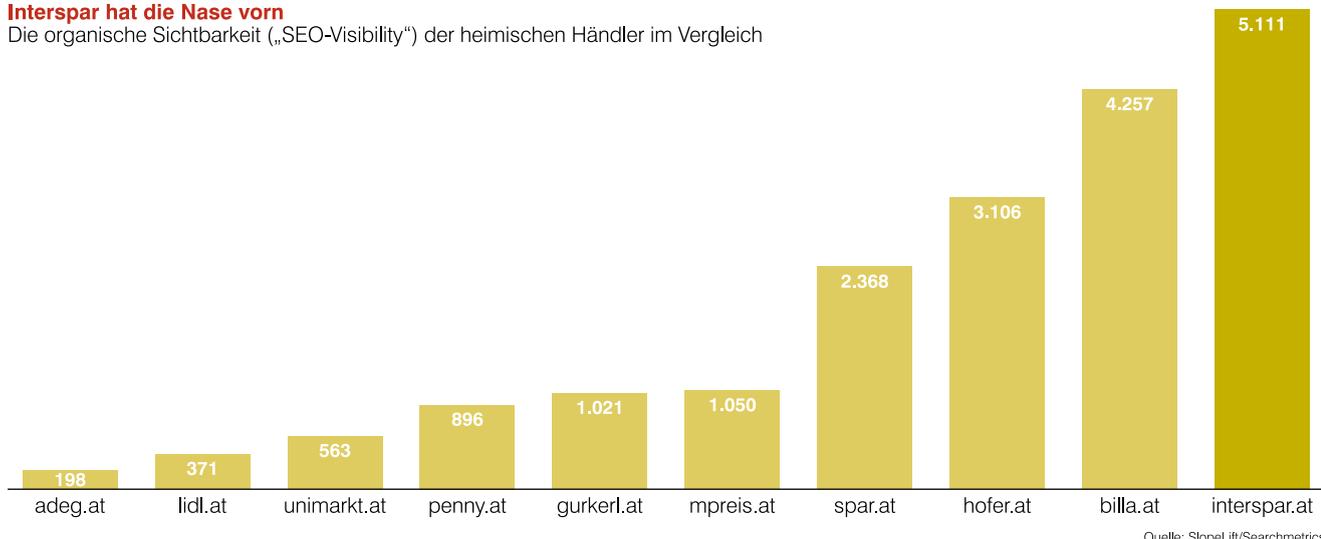


Heimischer LEH im SEO-Check

Interspar hat die Nase vorn

Die organische Sichtbarkeit („SEO-Visibility“) der heimischen Händler im Vergleich



Quelle: SlopeLift/Searchmetrics

Top 10
Die relevantesten Player des österreichischen LEH im Vergleich – an der Spitze finden sich auch, wenig überraschend, die zwei populärsten Online-Zusteller.

Interspar ist online am „sichtbarsten“

SlopeLift hat die Webpräsenzen des heimischen LEH via „SEO Visibility“-Check unter die Lupe genommen.

WIEN. Die Performance-Marketing-Agentur SlopeLift hat in Kooperation mit der Insights-Plattform Searchmetrics die Websites der relevantesten Player des heimischen LEH untersucht und verglichen.

Grundlage ist die von Searchmetrics entwickelte „SEO Visibility“, die veranschaulicht, wie gut eine Website in organischen Suchergebnissen angezeigt und gefunden wird. Je höher der Wert, desto höher ist auch die Wahrscheinlichkeit, via Google und Co. gefunden zu werden. Relevant ist freilich, dass sich die Webauftritte schon anhand ihrer E-Commerce-Angebote stark unterscheiden.

Branche durchgecheckt

„Wir nehmen in regelmäßigen Abständen unterschiedliche Branchen unter die Lupe und analysieren die Sichtbarkeit von jeweils zehn Websites aus diesen Branchen“, erklärt Kons-

tantin Kasapis, Gründer und Geschäftsführer von SlopeLift. „Es geht uns dabei jeweils um die allgemeine SEO Visibility und keine Auswertung anhand eines Keyword Sets.“

Interspar vor Billa

Auf Platz eins des Sichtbarkeitsranking findet sich die Website von Interspar wieder: Sie besteht aus Webshop, Filialübersicht, einem breiten Angebot an redaktionellen Inhalten sowie einer Übersicht über aktuelle Aktionen im stationären Handel.

Dahinter, auf Platz zwei, liegt Billa – mit einem Portal, das ebenfalls auf einen Webshop, eine Filialübersicht, eine Menge Content, eine Sortimentsübersicht und auf eine Übersicht über aktuelle Aktionen setzt.

Das Podest komplettiert Discounter Hofer mit einem auf das Service „Hofer liefert“ beschränkten Webshop sowie einer „Rezeptwelt“. Der erste

LEH-Anbieter im SEO-Visibility-Ranking ohne stationäre Entsprechung ist der Newcomer gurkerl.at auf Platz sechs.

„Da die SEO Visibility die Sichtbarkeit einer Website in den organischen Ergebnissen bei Google aufzeigt, bietet der SEO Visibility Check die Möglichkeit, Probleme zu analysieren und Optimierungspotenziale

zu identifizieren“, erklärt Kasapis die Relevanz der Analyse. Man wolle „mit den einzelnen Branchenanalysen herausstreichen, wie die Lage am Markt ist und welche Entwicklungen sich abzeichnen“.

Bauernpower

Ein ungleich dominanteres Bild zeichnet das ebenfalls jüngst publizierte Sichtbarkeitsranking der heimischen Bauern- und Bioläden: Geht es nach SEO-Maßstäben, wird der Markt von drei „Großen“ beherrscht: Dem Obst&Gemüse-Kistl-Vorreiter Biohof Adamah, dem im Hausruckviertel beheimateten Biohof Achleitner und bauernladen.at – bekannt für seine Firmenangebote und „Gut-Scheine“, den jährlich publizierten Bauernladen Guide und anlassbezogene Geschenksets. (red)



Die Hypermarktkette Interspar zeigt sich auch online in voller Größe.