

Der Drogeriehandel in Österreich im SEO-Check: dm.at führt vor mueller.at und bipa.at

Die Performance-Marketing-Agentur SlopeLift hat in Kooperation mit Searchmetrics die organische Sichtbarkeit von Websites der relevantesten Player im Drogeriehandel in Österreich analysiert.

Wien, 6. Juli 2021. Die Performance-Marketing-Agentur SlopeLift präsentiert in Kooperation mit der Insights Platform Searchmetrics Monat für Monat die jeweils zehn organisch sichtbarsten Websites eines Geschäftszweigs und analysiert dabei die Sichtbarkeit der Websites auch im Verlauf der vergangenen Monate. Diesmal sind im Rahmen der Serie auf Internet World Austria die sichtbarsten Websites von in Österreich tätigen Drogeriehändlern, also Portalen die Drogerieprodukte feilbieten, an der Reihe.

„Wir haben uns vorgenommen, in regelmäßigen Abständen unterschiedliche Branchen unter die Lupe zu nehmen und die Sichtbarkeit von jeweils zehn Websites aus diesen Branchen eingehend zu analysieren“, erklärt Konstantin Kasapis, Gründer und Geschäftsführer von SlopeLift: „Es geht uns dabei jeweils um die allgemeine SEO Visibility und keine Auswertung anhand eines Keyword Sets.“ Die von Searchmetrics entwickelte SEO Visibility veranschaulicht, wie gut eine Webseite in organischen Suchergebnissen angezeigt und gefunden wird. Je höher der Wert, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, gefunden zu werden. Durch die SEO Visibility ist es möglich, verschiedene Domains aufgrund ihrer Sichtbarkeit in den Suchmaschinen miteinander zu vergleichen.

dm, Müller, Bipa, Douglas und Co. im SEO-Visibility-Check

Die aktuelle Nummer 1 im Ranking der Drogeriefachhändler im heimischen Markt nach SEO-Visibility ist dm.at mit einer Webpräsenz bestehend aus einem Webshop, einem Angebot an redaktionellen Inhalten, einer breiten Übersicht zu aktuellen Aktionen im stationären Handel sowie spezielle Marken-Angebote. Auf Platz 2 in der Sichtbarkeitsrangreihung liegt der Webauftritt von Müller mit einem strukturierten

Webshop, einer Filialübersicht, einer Sortimentsübersicht, einer digitalen Version des „Müller Lifestyle Magazins“ und einer Übersicht über aktuelle Aktionen. Rang 3 im SEO-Visibility-Ranking der Drogeriefachhändler belegt Bipa mit einer Website, auf der man aktuelle Angebote, einen Filial-Finder, Gewinnspiele und eine detaillierte Sortimentsübersicht findet. Auf Platz 4 liegt Douglas mit einer Webpräsenz, die einen Webshop, eine Filialübersicht, einem Angebot an redaktionellen Inhalten sowie eine Übersicht für aktuelle Aktionen bietet. notino.at belegt Platz 5 im SEO-Ranking mit einem Webshop, einer Filial-Übersicht, einem Blog sowie speziellen Rabatt- und Nachlassaktionen. Erster Drogerie-Anbieter im SEO-Visibility-Ranking ohne stationäre Entsprechung ist shop-apotheke.at auf Platz 6 – mit aktuellen Aktionen, einer Sortimentsübersicht, einem Ratgeber rund um Gesundheitsfragen und weiteren redaktionellen Inhalten. Auf Rang 7 im Sichtbarkeitsranking liegt flaconi.at, ein Portal, das ebenfalls rein digital agiert – mit einem Webshop und einer Angebotsübersicht. Platz 8 belegt die Online-Apotheke Vamida.at, die neben nicht verschreibungspflichtigen Medikamenten auch Drogeriefachartikel und einen Blog zu Gesundheitsfragen anbietet. Auf Rang 9 liegt die Website easycosmetic.at mit einer Sortimentsübersicht und einem breiten E-Commerce-Angebot. Den 10. Platz im SEO-Visibility-Ranking belegt die Website ecco-verde.at mit einem Überblick über aktuelle Angebote, einer Markenübersicht und einem Beauty-Blog.

Kooperation von SlopeLift und Searchmetrics

Warum es sich SlopeLift und Searchmetrics zur Aufgabe machen, die organische Sichtbarkeit der zehn relevantesten Player in unterschiedlichen Branchen/Marktsegmenten wie dem Drogeriefachhandel unter die Lupe zu nehmen, erklärt Kasapis so: „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. Wir wollen mit den einzelnen Branchenanalysen herausstreichen, wie die Lage am Markt ist und welche Entwicklungen sich abzeichnen.“

Über SlopeLift:

SlopeLift (www.slopelift.com) ist eine Agentur für High End Digital Media und versteht sich als One Stop Shop für Digitales Marketing im DACH- und CEE-Raum. SlopeLift

unterstützt Unternehmen und Marken bei der budgeteffizienten Umsetzung ihrer digitalen Mediastrategie. SlopeLift versteht sich als verkaufsorientierte Allzweckwaffe im Performance-Marketing-Bereich und verfolgt datengetriebene Ansätze: ganz egal, ob es sich um SEO, SEA, Google Shopping, Google Ads, Data Driven Marketing, FloCs, Social Media Marketing, Affiliate Marketing, Tracking, Web Analytics oder Remarketing handelt. Die Spezialagentur bietet Kunden das Komplettpaket – von der Maßnahmenplanung über die laufende Optimierung bis hin zur Qualitätskontrolle: und zwar auf Deutsch, auf Englisch und in sämtlichen osteuropäischen Sprachen. SlopeLift ist in Wien, Zürich, München, Bratislava und auch in Los Angeles – dem Epizentrum des weltweiten Digital Business – mit Offices vertreten.

Die führende Performance-Marketing-Agentur für Mittel- und Osteuropa ist zertifizierter Google- und Bing-Partner, verfügt über eine umfassende GMP Zertifizierung und besitzt das „Five Star Searchmetrics Partnerlevel“-Badge. Vom BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) wird SlopeLift bereits seit mehreren Jahren mit dem SEA-Qualitätszertifikat & dem SEO-Qualitätszertifikat ausgezeichnet. SlopeLift betreut Kunden wie dm drogerie markt, BAWAG, XXXLutz, Wien Tourismus, Hofer, SONNENTOR, ASTRA, FAIE, Kelag, Renault, Wirtschaftsuniversität Wien, dicall, Bank Austria, Alina, Vienna Ticket Office, fidelio, Gebrüder Weiss, Hervis, Kelag, Avery Zweckform, Hanse Merkur, Hochbeet.com, Porsche Design, Schäffler, DAIKIN Industries, Miele, HomeStory, irripart24, Servus Handels- und Verlags-GmbH, Viveum, Szabo Scandic, Xvise, Vienna International Airport, Schaeffler, blün, Feragen, Zehetbauer Fertigrasen, Hollywoodschaukel Paradies, JETZT Konferenzen und Red Zac.

Über Searchmetrics:

Searchmetrics (www.searchmetrics.com) bietet eine Software-Plattform, Daten und die Expertise, die zur Steigerung des Umsatzes und einer höheren Brand Awareness führt. Marketer, die datenbasiert arbeiten, schätzen Searchmetrics dafür, dass sie ihren Erfolg planbar machen können, um ihre Search- und Content-Ziele nachhaltig zu erreichen. Searchmetrics ermöglicht dies durch kundenorientierte Produkte und ergebnisfokussierte Beratung, welche einen spürbaren Mehrwert für Kunden schaffen.

++ENDE++++ENDE++++ENDE++

Bildtexte:

SlopeLift und Searchmetrics haben die zehn organisch sichtbarsten Drogeriehändler unter die Lupe genommen: SEO-Visibility-Sieger im Drogeriefachhandel ist dm.at vor mueller.at und bipa.at.

Konstantin Kasapis, Geschäftsführer SlopeLift: „Es geht uns bei den Rankings in Bezug auf die Sichtbarkeit von Websites in jeder Branche um die allgemeine SEO Visibility und keine Auswertung anhand eines Keyword Sets.“

Download Foto/Grafik:

<https://we.tl/t-TXWVe3Dss7>

Fotocredit:

Michael Kobler/SlopeLift

Für Rückfragen:

Konstantin Kasapis, SlopeLift, 0699 19 02 29 84, konstantin.kasapis@slopelift.com