

Der heimische Lebensmitteleinzelhandel im SEO-Check: Interspar.at führt vor billa.at und hofer.at

Die Performance-Marketing-Agentur SlopeLift hat in Kooperation mit Searchmetrics die organische Sichtbarkeit von Websites der relevantesten Player des heimischen Lebensmitteleinzelhandels analysiert.

Wien, 9. Juni 2021. Die Performance-Marketing-Agentur SlopeLift hat in Kooperation mit der Insights Platform Searchmetrics die zehn organisch sichtbarsten Websites im heimischen Lebensmitteleinzelhandel unter die Lupe genommen, wobei sich die Webauftritte insofern voneinander unterscheiden, dass die einen klassische LEH-Webpräsenzen ohne E-Commerce-Möglichkeit und die anderen zusätzlich auch Online Shops sind.

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

Spar, BILLA, Hofer, Lidl und Co. im SEO-Visibility-Check

Die aktuelle Nummer 1 im Ranking der Lebensmitteleinzelhändler im heimischen Markt in Bezug auf SEO Visibility ist Interspar mit einer Webpräsenz bestehend aus einem Webshop, einer Filialübersicht, einem breiten Angebot an redaktionellen Inhalten sowie einer Übersicht über aktuelle Aktionen im stationären Handel. Auf Platz 2 in der Sichtbarkeitsrangreihung liegt BILLA mit einem Portal, das ebenfalls auf einen Webshop, eine Filialübersicht, eine Menge Content, eine

Sortimentsübersicht und einer Übersicht über aktuelle Aktionen setzt. Rang 3 im SEO-Visibility-Ranking der Lebensmitteleinzelhändler belegt Hofer mit einer Website, auf der man aktuelle Angebote, eine Filialübersicht, einen auf das Service „Hofer liefert“ beschränkten Webshop, Rezepte und eine Sortimentsübersicht findet. Auf Platz 4 liegt Spar mit einer Webpräsenz, die einen Webshop inklusive Verlinkung zum Hervis-Shop, einer Filialübersicht, einem breiten Angebot an redaktionellen Inhalten sowie einer Übersicht über aktuelle Aktionen bietet. Auf Rang 5 schaffte es MPreis mit einer Website, die ebenfalls auf einen Webshop, eine Filialübersicht, ein breites Angebot an redaktionellen Inhalten sowie eine Übersicht über aktuelle Aktionen setzt. Erster LEH-Anbieter im SEO-Visibility-Ranking ohne stationäre Entsprechung ist der Newcomer Gurkerl.at auf Platz 6 mit seinem Shop sowie einer Übersicht, wohin und in welchem Zeitrahmen geliefert wird. Auf Platz 7 kommt die Website von Penny zu liegen – mit aktuellen Aktionen, mit einer Filialübersicht, einer Sortimentsübersicht und weiteren redaktionellen Inhalten. Auf Rang 8 im Sichtbarkeitsranking liegt die Unimarkt-Website mit einem Webshop, einer Filialübersicht, einer Angebotsübersicht und einem breit gefächerten redaktionellen Angebot. Auf Rang 9 liegt das Webangebot von Lidl mit aktuellen Angeboten, Rezepten, einer Sortimentsübersicht und einer Filialübersicht. Den 10. Platz im SEO-Visibility-Ranking belegt schließlich die Website von ADEG inklusive Marktsuche, einem Überblick über aktuelle Angebote, einer Markenübersicht und vielen Rezepten.

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 LEH 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 Lebensmitteleinzelhändler unter die Lupe genommen: SEO-Visibility-Sieger im LEH ist interspar.at vor billa.at und hofer.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-UYQgj8p5Ug>

Fotocredit:

Michael Kobler/SlopeLift

Für Rückfragen:

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