



Pressemeldung UDG United Digital Group

Performance Marketing-Studie der UDG United Digital Group Old Fashioned: Textilfilialisten bei regionaler Online- Werbung rückständig

- **First Mover: s.Oliver klarer Studiengewinner**
- **Mehr als zwei Drittel mit schlechter On- & Offlineverknüpfung**

Hamburg, 8. September 2015 – Der richtige Einsatz von Performance Marketing ist entscheidend, um auch regional den Absatz durch optimierte On- und Offline-Vernetzung zu steigern. Die UDG United Digital Group hat eine Studie durchgeführt und anhand eines Performance Marketing-Index (PMI) ermittelt, wie zielführend Textilfilialisten Performance Marketing im Omnichannel-Kontext regional einsetzen, um Kunden erfolgreich für ihre Marke zu begeistern.

Dafür hat die Digitalagentur die 23 größten Textilfilialisten* in Deutschland untersucht, von denen wiederum acht nur im deutschsprachigen Markt vertreten sind. Erhebungszeitraum** war Juli 2015. Untersucht wurden die drei Hauptkategorien Traffic, Website und Omnichannel. Unterteilt in mehrere Subkategorien wurden hier unter anderem Kriterien wie Sichtbarkeit (SEO, Google Maps, AdWords), Webanalyse, E-Commerce, Filialsuche, Mobile Responsive Design, Click und Collect oder auch die Offline-Verfügbarkeit und Google Inventory Ads bewertet. Alle genannten Teilbereiche stehen in entscheidendem Maße für ein erfolgreiches Performance Marketing und wurden je nach Relevanz gewichtet. Es konnten maximal 100 Punkte erreicht werden.

Das Ergebnis war eindeutig: s.Oliver führt den UDG Performance Marketing-Index mit 78,5 Punkten als einziger wirklicher „First Mover“ an. Auf Rang zwei liegt Esprit (67) gefolgt von Ernsting's Family (63), Zara (62) und H&M (59) als sogenannte „Slow Mover“. Ulla Popken führt die Kategorie der „Stay Behinds“ mit 49,5 Punkten an. Als „Oldtimer“ belegt Zeeman mit 24,5 Punkten den letzten Rang der 23 untersuchten Filialisten. Das komplette Ranking aller Filialisten ist der beigefügten Infografik zu entnehmen.

Fazit: Textilfilialisten haben massiven Nachholbedarf beim Einsatz regionaler Online-Werbung: Auch wenn SEA und SEO ein fester Bestandteil der meisten Marketingstrategien sind, fehlt es an Konzepten, die das lokale Traffic-Potential gewinnbringend ausschöpfen (z.B. Ausbaupotential in der Breite des Keyword-Sets oder in Bezug auf lokale Optimierung von Suchanzeigen). Im Bereich Website zeigt der geringe Fokus auf mobile Themen die Probleme der Branche: Eine integrierte kanal- und geräteübergreifende Strategie fehlt größtenteils. Auch das enorme Potenzial von Apps zum Aggregieren von Informationen über das Nutzerverhalten und die Bedürfnisse der Kunden wird bislang nur selten als Basis für die Optimierung der eigenen Marketingaktivitäten genutzt. Neuland für die Textilfilialisten scheint auch das Thema strukturierte Produktdaten zu sein: Hier hat die Studie festgestellt, dass die Daten selten so gut strukturiert sind, dass diese zielführend für regionale Marketing-Maßnahmen genutzt werden können.

UDG United Digital Group GmbH
Große Elbstraße 279
22767 Hamburg, Germany

T +49 40 450 69 93 - 0
F +49 40 450 69 93 - 13

presse@udg.de

Geschäftsführer:
Jessica Peppel-Schulz,
Dr. Gisbert Grasses

Commerzbank
Konto: 624 517 900
BLZ: 200 400 00
IBAN: DE80 2004 0000 0624 5179 00
BIC: COBADEFFXXX

Amtsgericht Hamburg
HRB 71044
USt-IdNr. DE 267 748 641



United Digital Group

Für die Redaktionen:

Die Ergebnisse der Studie mit einer kompletten Rangliste zum Abschneiden der einzelnen Textilfilialisten sind in einer Infografik anbei dokumentiert.

* Basis EHI Retail Institute/ Handelsdaten.de: Größte Textilfilialisten 2007 - 2013

** Website-Relaunch von Strauss Innovation nach Erhebungszeitraum

Über UDG United Digital Group

UDG United Digital Group ist die führende Agentur für digitale Markenführung im deutschsprachigen Raum. Sie entwickelt für Marken Digitalisierungsstrategien, realisiert einzigartige Markenerlebnisse und führt diese messbar zum Erfolg. Dabei verbindet sie höchst innovativ einen umfassenden Erfahrungs- und Kompetenzvorsprung von Spezialeinheiten intelligent und effizient mit der Ganzheitlichkeit und der strategischen Kompetenz einer großen Agenturmarke. Konsequenterweise über die ganze Bandbreite der vorhandenen Disziplinen – als Einzeldisziplin oder alles aus einer Hand.

Fünffach zertifiziert: Die UDG United Digital Group ist durch den Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) sowohl mit der „Trusted Agency Zertifizierung“ als Full-Service Agentur als auch in den Disziplinen SEO, SEA, Affiliate Marketing und Social Media als einzige Digitalagentur mit fünf Zertifikaten ausgezeichnet.

Mit einem Honorarumsatz von 66,2 Millionen Euro im Jahr 2014 ist die UDG eine der führenden Digitalagenturen in DACH.

An zwölf Standorten in Deutschland sowie in London (UK) bieten mehr als 650 feste und freie Mitarbeiter der UDG United Digital Group ein umfassendes Leistungsspektrum an. Hauptsitz der Agentur ist Hamburg.

Weitere Informationen unter: www.udg.de

Folgen Sie uns auf Google+ plus.google.com/+UdgDe, Facebook

facebook.com/UDG.UnitedDigitalGroup und Twitter www.twitter.com/UDG_DE

Besuchen Sie uns vom 16. - 17. September auf der dmexco 2015 in Köln!

Unter dem Motto „*Data, Love, Money – fall in love with your customer*“ freuen wir uns auf spannende Gespräche an unserem Stand D041 in Halle 8.

Weitere Information dazu auch unter UDG @dmexco: <http://bit.ly/1fbNWXH>

Medienkontakt:

Christoph Burbes

Executive Director Corporate Communications

UDG United Digital Group

Mobil: +49 171 173 5287

E-Mail: christoph.burbes@udg.de

twitter: [chrisburbes](https://twitter.com/chrisburbes)

