



Pressemeldung UDG United Digital Group

SEO-Performance-Studie der UDG United Digital Group: Sonnencreme-Marken verschenken SEO-Potenzial

- **Gewinner: Nivea Branchensieger bei Suchmaschinenoptimierung**
- **SEO ist bei Großteil der Marken nicht Bestandteil der Digital-Strategie**

Hamburg, 4.7.2016 – Sommerzeit ist Sonnenzeit: Im Juli steigen die Suchanfragen rund um das Thema „Sonnencreme“ sprunghaft an. Dennoch vernachlässigen viele Sonnenschutzmittel-Marken die Optimierung ihres Internetauftritts für die Suchmaschinen. Das ist das Ergebnis des SEO Performance Index der UDG United Digital Group, der erstmals erhoben wurde.

Für die Studie wurden alle Webseiten von Sonnencreme-Marken analysiert, die sich auf einer eigenen Domain präsentieren und mit mindestens einem relevanten Keyword* unter den Top-100-Treffern der deutschsprachigen Google-Ergebnisse positioniert sind. Dass dies auf nur elf Marken zutrifft, zeigt schon auf Anheb den enormen Nachholbedarf.

Untersucht wurden die drei Hauptkategorien der Onpage-Optimierung: technische Faktoren, inhaltliche Faktoren und Conversion fördernde Faktoren. Unterteilt in Subkategorien wurden hier u.a. Kriterien wie Mobiltauglichkeit, Ladezeit, Verschlüsselung, URL-Design, Titel und Beschreibung sowie Bestellbarkeit beurteilt. Offpage-Faktoren wurden nicht berücksichtigt, da deren Einfluss auf die Rankings nicht genau ermittelt und verglichen werden kann. Die Bewertung fand im Mai/Juni 2016 statt. Das Resultat wird in Prozent dargestellt.

Ganz vorne liegt Nivea, die ihr SEO-Potenzial zu 74 Prozent ausschöpft und mit ihrem Online-Shop vor allem bei den Conversion fördernden Faktoren punktet. Die Marke von Beiersdorf beachtet zudem als einzige sämtliche Spielregeln für die optimale Gestaltung von Titeln und Beschreibungen, dem Aushängeschild einer Seite in den Suchmaschinen. Platz zwei nimmt Garnier mit 68 Prozent ein, das im Bereich technische Onpage-Faktoren sehr gut aufgestellt ist. Auf Position drei befindet sich Eucerin mit 67 Prozent. Das komplette Ranking ist der beigefügten Infografik zu entnehmen.

Fazit: SEO ist bei einem Großteil der Sonnencreme-Marken nicht Bestandteil der Digital-Strategie. Außer Nivea schafft es keiner der Anbieter, sich konstant bei den relevanten Suchbegriffen in den Top Ten der Google-Ergebnisse zu positionieren. Auch Mobile First hat für viele Marken keine hohe Priorität. Nur vier der elf untersuchten Internetpräsenzen erfüllen alle Google-Anforderungen für eine mobil-freundliche Webseite. Einen eigenen Shop, der mit seinen Inhalten den Nutzer länger auf der Seite hält und auf einen Kauf bezogene Suchanfragen direkt beantworten kann, unterhalten lediglich drei Marken. Um eine ansprechende Optik mit attraktiven Bildern bemühen sich zwar alle, allerdings wirken sich bei zehn von elf längere Ladezeiten nachteilig auf das Nutzererlebnis

UDG United Digital Group GmbH
Große Elbstraße 279A
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**

aus. Besonders großes Potenzial bietet sich den Marken, wenn sie gezielt hochwertige und SEO-optimierte Ratgeberinhalte erstellen, um bei suchanfragenstarken Keywords an Sichtbarkeit zu gewinnen.

*Allgemeine Suchbegriffe zum Thema Sonnencreme mit durchschnittlich mehr als 400 Suchanfragen pro Monat in der deutschsprachigen Google-Suche

Für die Redaktionen:

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

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 69,3 Millionen Euro im Jahr 2015 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

Medienkontakt:

Tanja Gabler
Manager PR & Communications

UDG United Digital Group
Mobil: +49 151 46 19 68 60
E-Mail: tanja.gabler@udg.de