

Medien verlieren an Suchmaschinenmarketing-Reichweite

Vor allem die großen Medienportale Spiegel.de, Sueddeutsche.de und Bild.de mussten beim Trafficgewinn via Suchmaschinenmarketing in der vergangenen Woche Federn lassen.

Berlin – 14. März 2011 Das Onlineauktionshaus eBay hat in der Woche vom 26. Februar bis zum 4. März 2011 im Bereich Suchmaschinenmarketing absolut gesehen den stärksten Trafficzuwachs verzeichnen können. Das zeigt der aktuelle Search Performance Index der Berliner Suchmaschinenmarketingspezialisten von Searchmetrics. Die Indexwerte zeigen, wie sich eine Domain aus Suchmaschinensicht entwickelt hat. Basis für den Wert ist eine Trafficschätzung, die Searchmetrics aus dem Suchvolumen für das Keyword, der Position des Keywords in der jeweiligen Woche und statistischen Werten zur Trafficverteilung ermittelt. Dabei fließen in den SPI die Ergebnisse der organischen und bezahlten Suchergebnisse sowie der Videos mit ein.

Im Fall eBay heißt das: Der durch Suchmaschinenmarketing generierte Traffic stieg in der KW 9 um 87.220 Indexpunkte auf einen insgesamten SPI von 1.581.114. Rang zwei im Ranking der absoluten Gewinner ist das Shopping-Portal Ladenzeile.de. Hier konnte Betreiber Visual Meta aus Berlin den Indexwert um 85.011 Punkte auf 204.655 steigern. Platz drei geht an Youtube mit einem absoluten Plus von 74.946 auf einen SPI von 7.031.159.

Neben den absoluten Zuwächsen ermitteln die Experten von Searchmetrics kontinuierlich auch die prozentualen Reichweitengewinner im Suchmaschinenmarketing. Hier finden sich an der Spitze vor allem kleinere Affiliate-Publisher wie Buntsuche.de oder Reichweite.de, die in der KW 9 ihre SEO- und SEM-Hausaufgaben gut erledigt haben. Große Marken oder Shopbetreiber sind im Top-100-Ranking der prozentualen Reichweitengewinner nur spärlich gesät: Hier findet sich lediglich Coupons4u.de mit einem Plus von 719 Prozent auf einen SPI von 27.961, Ikanobank.de (plus von 382 Prozent auf einen SPI von 2.631) sowie Burberry.com (plus 371 Prozent auf einen SPI von 2.658) unter den Top 100.

Unter den absoluten Verlierern finden sich in der aktuellen Woche überproportional viele

Medienseiten. So verlor tvinfo.de gegenüber der Vorwoche 73.456 Indexpunkte, bei spiegel.de ging es um 55.378 Indexpunkte bergab, sueddeutsche.de sank um 41.695 Punkte. Allerdings konnten die Medienangebote in der Vorwoche überproportional stark punkten. Der Abstieg bringt die Plattformbetreiber daher eher wieder auf ihr gewohntes Niveau.

Ebenfalls verloren haben der Preisvergleichsdienst Idealo.de (minus 47.788 Indexpunkte auf einen SPI von 1.264.348), Ciao.de (minus 36.617 auf 996.910) und Otto.de (minus 36.351 auf einen SPI von 576.866).

Die Top Ten der absoluten Gewinner

Rang	URL	Performance-Index 04.03.2011	Performance-Index 25.02.2011	Steigerung
1	ebay.de	1.581.114	1.493.894	87.220
2	ladenzeile.de	204.655	119.644	85.011
3	youtube.com	7.031.159	6.956.213	74.946
4	tvtoday.de	271.693	202.784	68.909
5	kaufda.de	234.219	186.946	47.273
6	golem.de	672.901	626.982	45.919
7	sparwelt.de	83.324	41.900	41.424
8	preissuchmaschine.de	198.538	157.861	40.677
9	myvideo.de	1.038.700	1.008.198	30.502
10	uni-protokolle.de	178.753	149.230	29.523

Die Top Ten der absoluten Verlierer

Rang	URL	Performance-Index 04.03.2011	Performance-Index 25.02.2011	Verlust
1	tvinfo.de	158.678	232.134	-73.456
2	Wikipedia.org	14.933.131	14.999.199	-66.068
3	Google.de	749.792	811.967	-62.175

4	Spiegel.de	1.344.257	1.399.635	-55.378
5	Idealo.de	1.264.348	1.312.136	-47.788
6	Sueddeutsche.de	813.247	854.942	-41.695
7	Yahoo.com	1.071.232	1.112.114	-40.882
8	Twitter.com	632.013	671.770	-39.757
9	Ciao.de	996.910	1.033.527	-36.617
10	Otto.de	576.866	613.217	-36.351

Über Searchmetrics:

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und heute führende Anbieter von Search Analytics Software für Unternehmen. Searchmetrics verfügt über eine einzigartige Server-Infrastruktur und Softwarelösung — die Searchmetrics Suite — mit der für Searchmetrics Kunden und Partner ständig sehr große Datenmengen über das Ranking von Websites, Such-Stichworten und der jeweils relevanten Wettbewerbergruppen aggregiert und auswertbar gemacht werden. Neben diesem Software Service bietet Searchmetrics auch High-End SEO-Consulting Dienstleistungen, die Kunden gewährleisten, dass ihre Webinhalte auf den ersten Plätzen der führenden Suchmaschinen gefunden werden. Das schnell wachsende Berliner Unternehmen, an dem die Verlagsgruppe Holtzbrinck und die renommierte Risikokapitalgesellschaft Neuhaus Partners beteiligt sind, beschäftigt heute 70 Mitarbeiter und trägt mit seinen Software-Services bei Kunden wie bild.de, ProSiebenSat.1, ImmoWelt, Siemens, T-Online und Hexal zu hervorragenden Suchmaschinenrankings bei. Ziel von Searchmetrics ist der Aufbau eines weltweiten Geschäfts mit der Vermarktung der Searchmetrics Suite als SaaS-Lösung („Software as a Service“) über ein Netzwerk von Partnern. Weitere Informationen zu Searchmetrics und zum Searchmetrics-Partnerprogramm unter: www.searchmetrics.com