



360° Branchenanalyse
Elektronik Shops

XPOSE360[®]
PERFORMANCE IN DIGITAL MARKETING



360° Branchenanalyse durch die xpose360

Eine ganzheitliche Betrachtung aller Online-Marketing-Disziplinen wird für die Unternehmen immer wichtiger. Als Spezialdienstleister in den Bereichen SEO, SEA und Affiliate-Marketing berät die xpose360 Unternehmen auch zu strategischen Themen und Geschäftsprozessen, um damit die Kunden in der digitalen Transformation zu unterstützen.

Mit unseren 360° Branchenanalysen bewerten wir daher regelmäßig verschiedene Branchen, aber auch individuell das Online-Marketing einzelner Unternehmen und geben dabei Empfehlungen und Optimierungsvorschläge, wie man sich optimal im Online-Marketing aufstellen sollte.

Stand: 01. September 2016, die verwendeten Daten sind teilweise unvollständig

Über xpose360

Die xpose360 GmbH ist eine internationale Digital Marketing Agentur, spezialisiert auf die Online Marketing Disziplinen SEO (Suchmaschinenoptimierung), SEA (Search Engine Advertising), Performance- und Affiliate Marketing sowie Conversion Rate Optimierung und UI-Design (User Interface Design).

Das xpose360-Team besteht aus professionell ausgebildeten und leistungsstarken Mitarbeitern. Mit fundiertem Know-how bedienen wir mittelständische Unternehmen und international tätige Konzerne. Hierbei arbeiten wir mit den verschiedensten Branchen, angefangen von Finanzdienstleistern bis hin zu Unternehmensberatern, erfolgreich zusammen.

Neben den Dienstleistungsprodukten betreibt und unterstützt die xpose360 verschiedene Online Marketing Fachveranstaltungen sowie eigene Online Marketing Service-Tools.

Weitere Informationen stehen Ihnen auf www.xpose360.de zur Verfügung.



Search



Performance



Conversion

Inhaltsverzeichnis

1. Affiliate Marketing	6
1.1 In welchen Netzwerken sind die Elektronik Shops aktiv?	6
1.2 Wie vergüten Elektronik Shops ihre Affiliates?	9
1.3 Welche Werbemittel werden den Affiliates angeboten?	12
1.4 Wurden Publisher-Richtlinien und AGBs definiert?	13
1.5 Welche Cookie-Laufzeit ist angemessen?	14
1.6 In welchem Zeitraum werden die Bestellungen validiert?	15
1.7 Welche weiteren Informationen werden interessierten Publishern gegeben?	16
1.8 Gibt es auf der Shopseite Informationen zum Partnerprogramm?	17
1.9 Wurde der Onlineshop für mobile Endgeräte optimiert?	18
1.10 Das Gesamt-Affiliate-Ranking	19
1.11 Fazit Affiliate Marketing	22
2. Search Engine Advertising (SEA)	23
2.1 Wer schaltet wo bezahlte Anzeigen in den Suchergebnisseiten?	24
2.2 Wer schützt seine Marke durch Brandbidding?	27
2.3 Wie umfassend werden Anzeigenerweiterungen genutzt?	27
2.4 Wird Google Shopping eingesetzt?	31
2.5 Welcher Shop verwendet Remarketing?	32
2.6 Wie stark ist die Ausrichtung auf den mobilen Bereich?	34
2.7 Wie werden Erfolge gemessen und wird ein Bidmanagement-System eingesetzt?	37
2.8 Werden die Produkte auch auf Preissuchmaschinen bzw. Amazon platziert?	38
2.9 Das Gesamt-SEA-Ranking	39
2.10 Fazit SEA	40
3. Suchmaschinenoptimierung	41
3.1 Wie hoch ist die Sichtbarkeit der Domains?	41
3.2 Wie hoch sind die Brandanfragen?	43
3.3 Quick Check der Backlinks	44
3.4 Wie ist die Content-Strategie?	45
3.5 Content der Kategorieseiten	54
3.6 Fazit Content-Strategie	60
3.7 Technisches SEO	63
3.8 Sichere Verbindung (HTTPS)	68
3.9 Semantische Auszeichnungen	68
3.10 Überprüfung der Ladezeit	71
3.11 Check auf Mobilfähigkeit	73
3.12 Das Gesamt-SEO-Ranking	74
3.13 Fazit SEO	75
4. Ranking und Fazit: Affiliate Marketing, SEA und SEO	76

Einleitung

Im Online Shopping liegt die Zukunft. Deshalb forcieren viele stationäre Händler E-Commerce. So auch im Bereich der Elektronikfachmärkte. Die stationären Giganten saturn.de und mediamarkt.de setzen auf Online Shopping und bringen ihre Produkte auch im Netz an den Mann bzw. die Frau. Die Wettbewerber sind klar Amazon, cyberport.de, alternate.de, notebooksbilliger.de, redcoon.de und viele mehr. Der Online Shopping Marktführer Amazon macht mehr als 30% des Gesamtumsatzes im deutschen E-Commerce. Dagegen anzukämpfen ist schwer, die Erfolgsfaktoren müssen haargenau analysiert und optimiert werden.

Online und analog sind doch zwei verschiedene Welten mit eigenen Gesetzen. Viele Faktoren müssen beachtet werden: wie stelle ich das Produkt dar? Wie kommuniziere ich die USP's? Wie binde ich den Kunden dauerhaft? Wie werde ich online überhaupt bekannt?

In dieser 360° Branchenanalyse untersuchen wir Onlineshops der Elektronik-Fachmärkte **saturn.de, mediamarkt.de, cyberport.de, redcoon.de, alternate.de und notebooksbilliger.de** auf verschiedene Performance Marketing Faktoren in Affiliate-Marketing, Suchmaschinen Advertising und Suchmaschinenoptimierung. Das Ziel der Analyse ist es festzustellen, welche der eben genannten Shops die erfolgreichste Strategie verfolgen und wo die Mängel der übrigen Wettbewerber verankert sind.

1. Affiliate Marketing

Im Affiliate Marketing steht uns eine Reihe von öffentlich einsehbaren KPIs (Key Performance Indicators) zur Verfügung, welche sich aus den Programmbeschreibungen in den Netzwerken recherchieren lassen. Vergleicht man diese Faktoren untereinander, lassen sich daraus Handlungsempfehlungen ableiten. Diese Ratschläge richten sich zum einen an die genannten Unternehmen, um das bestehende Affiliate Programm zu optimieren, zum anderen aber auch an Onlineshops, die mit dem Gedanken eines Partnerprogramm-Launchs spielen. Somit haben sie die perfekte Basis, um in den weiterhin wachsenden Markt einzusteigen.

1.1 In welchen Netzwerken sind die Elektronik Shops aktiv?

Affiliate Netzwerke bilden die Schnittstelle zwischen Onlineshop bzw. dem Merchant / Advertiser und den potentiellen Partnern (Publishern / Affiliates).

Der Merchant richtet im Netzwerk sein Partnerprogramm ein und stellt unterschiedliche Werbemittel zur Verfügung. Der Publisher bewirbt sich nach einer Anmeldung beim Netzwerk direkt beim Partnerprogramm und kann vom Merchant zugelassen oder auch abgelehnt werden. Nach der Freischaltung des Publishers kann er auf die Werbemittel zugreifen und diese auf seiner Website einbinden. Über das Netzwerk werden Kontakte (Klicks / Views) zu den Werbemitteln gemessen und anschließende Sales bzw. Leads im Onlineshop getrackt. Diese müssen vom Merchant geprüft werden, sodass der Publisher bei einer validen Vermittlung seine entsprechende Provision erhält.

WAS IST EIN AFFILIATE NETZWERK?



Beim Vergleich der sechs ausgewählten Partnerprogramme lässt sich feststellen, dass sie meist bei den beiden größten deutschen Netzwerken affilinet und zanox laufen. Daneben gibt es Programme, die auch bei Tradedoubler vertreten sind. Zwei der Merchants haben sich nur für ein Netzwerk entschieden, die vier anderen betreiben ihr Partnerprogramm bei mehreren Netzwerken. Die exklusive Partnerschaft mit einem Netzwerk kann vorteilhaft sein. Zum einen wird Verwaltungsaufwand gespart, zum anderen können so teilweise auch geringere Netzwerkkosten verhandelt werden. Die großen Publisher sind auch bei den großen Netzwerken vertreten; kleinere Publisher im Content-Bereich tummeln sich gegebenenfalls auch in Nischennetzwerken.

cyberport.de hat zusätzlich zu den öffentlichen Netzwerken auch ein „private network“ aufgesetzt. Dies bietet sowohl Vorteile als auch Nachteile für den Publisher: zum einen werden in einem private network oft höhere Provisionen gegeben, da die Netzwerk-Fee für den Merchant i.d.R. geringer ist und der Merchant kann Einstellungen ganz nach seinen Wünschen vornehmen.

Für welches Netzwerk sich der Merchant entscheiden sollte, lässt sich pauschal nicht sagen. Bei der Auswahl des Netzwerks sollten folgende Kriterien bedacht werden:

- ✓ Allgemeines Netzwerk oder Nischennetzwerk
- ✓ Höhe der Setup-Fee, Netzwerk-Fee und ggf. monatliche Maintenance-Fee
- ✓ Größe des (aktiven) Publisher-Stamms
- ✓ Direkter Ansprechpartner oder Service Team
- ✓ Sales-Bearbeitungsprozess
- ✓ Proaktive Fraud Prevention
- ✓ Usability und technische Möglichkeiten

Shop	Netzwerke
alternate.de	Tradedoubler, zanox
cyberport.de	affilinet, zanox, Tradedoubler, private network
mediamarkt.de	affilinet
notebooksbilliger.de	affilinet, zanox
redcoon.de	affilinet, zanox
saturn.de	affilinet

Quelle: 100partnerprogramme.de, Netzwerke Datum: 17.08.2016

1.2 Wie vergüten Elektronik Shops ihre Affiliates?

Im Onlinemarketing existieren verschiedene Abrechnungsmodelle wie:

- ✓ CPM (Cost per Mille): Vergütung pro tausend Kontakte oder
- ✓ CPC (Cost per Click): Vergütung für jeden Klick auf ein Werbemittel

Im Affiliate Marketing werden häufig folgende Modelle verwendet:

- ✓ CPO (Cost per Order): Vergütung für eine valide Bestellung oder
- ✓ CPL (Cost per Lead): Vergütung für eine bestimmte Handlung wie beispielsweise für das Abonnement eines Newsletters oder den Abschluss eines Mobilfunkvertrags

Bei diesen Modellen hat der Merchant den großen Vorteil, dass er seine Partner nur im Erfolgsfall vergütet, das heißt z.B. für eine getätigte Bestellung im Shop. Das Risiko ist für den Merchant somit sehr gering, denn der Publisher geht hier in Vorleistung. Um das Kostenrisiko für den Partner zu senken, sollten in manchen Fällen auch Hybridmodelle in Betracht gezogen werden, beispielsweise eine Kombination aus CPC- und CPO-Modell.

Die in unserer Branchenanalyse betrachteten Programme bieten unterschiedliche Provisionsstrukturen.

Wird die Vermittlung von Mobilfunk- und Datentarifen vergütet, haben sich die Merchants für eine fixe Lead-Vergütung je nach Tarif entschieden. Die Provisionen reichen von 10€ bis 75€ (mediamarkt.de) bzw. 20€ bis 75€ (saturn.de), cyberport.de liegt mit lediglich 10€ darunter.

Die Sale-Provision für den Geräteverkauf liegt bei unseren verglichenen Merchants bei durchschnittlich 2,5%. Dabei gehen sie allerdings unterschiedlich vor. redcoon.de, cyberport.de und alternate.de haben eine Standard-Vergütung festgelegt (2%, 1,5% und 3%). saturn.de differenziert seine Vergütung nach Publisher-Modell: die Standard-Provision liegt bei 3%, Cashback-, Gutschein- und Deal-Partner sowie Metanetzwerke bekommen 2% und für Premium-Partner werden Sonderprovisionen angepriesen.

Ähnlich geht mediamarkt.de vor und vergibt für Cashback- und Gutschein-Partner 4%, für alle anderen Partner 6% Provision. notebooksbilliger.de hat ein sehr spezielles System, denn die letztendliche Vergütung des Partners hängt von zwei Faktoren ab – der Produktkategorie und der Art der Bewerbung durch den Partner, wobei hier zwischen passiv / Standard / aktiv unterschieden wird. Je nachdem kann eine vom Warenkorb abhängige Vergütung von 0,75% bis 2% oder auch eine fixe Vergütung von 4€ bis 8€ erzielt werden.

Bei der Gestaltung des eigenen Provisionsmodells spielt die eigene Marge die größte Rolle. Um wettbewerbsfähig zu sein, sollte im Vergleich zu anderen Merchants nicht zu tief angesetzt werden, es ist aber auch sinnvoll, nicht sofort bis an die Grenze zu gehen. Dadurch ergibt sich zum Beispiel Spielraum für eine gestaffelte Vergütung, sodass einzelne Partner beim Erreichen einer festgelegten Anzahl an validen Sales im Monat höher vergütet werden können, was zusätzlichen Anreiz schafft.

Shop	Vergütungsmodell	Provision
alternate.de	Sale	3%
cyberport.de	Sale	1,5%
	Lead	Mobilfunk- u. Datentarif: 10€
mediamarkt.de	Sale	Standard: 6% Cashback / Gutschein: 4%
	Lead	Mobilfunk- / Datentarif: 10€ - 75€
notebooksbilliger.de	Sale	Haushaltsgeräte, Multi-media & Car: 0,75% passiv, 1,5% Standard, 2% aktiv
	Lead	Notebooks, PC, Beamer, TV, Monitor: 4€ passiv, 6€ Standard, 8€ aktiv
redcoon.de	Sale	2%
saturn.de	Sale	Standard-Partner: 3% Cashback-Partner: 2% Gutschein-Partner: 2% Metanetzwerke: 2% Sonderprovisionen für Premium-Partner
	Lead	Mobilfunk- u. Datentarif: 20€ - 75€

Quelle: Programmbeschreibungen Stand: 17.08.2016

1.3 Welche Werbemittel werden den Affiliates angeboten?

Zum Grundportfolio eines Partnerprogramms sollten das eigene **Logo** und **Grafikbanner** in Standardgrößen sowie unterschiedliche **Textlinks** und ein **tagesaktueller Produktdatenfeed** gehören. Alle analysierten Merchants stellen diese den Partnern zur Verfügung. Der Produktdatenfeed sollte alle im Shop verfügbaren Produkte enthalten sowie unter anderem Informationen zu Preis, Verfügbarkeit, Versandkosten, Lieferzeit und im Speziellen die Energie-Effizienz-Klasse bei allen Geräten, für die diese Angabe vorgeschrieben ist.

Des Weiteren finden Publisher in allen Programmen einen Link-Generator, mit dem sie selbst Tracking-Links zur gewünschten Kategorie oder zum gewünschten Produkt erstellen lassen können. Leider mussten wir feststellen, dass nur drei der analysierten Merchants (alternate.de, cyberport.de und mediamarkt.de) auch mobile Banner anbieten, das heißt Banner in passenden Formaten für Smartphones und Tablets. Warum hier dringender Nachholbedarf besteht, erläutern wir unter Punkt 1.9 näher.

Shop	Werbemittel
alternate.de	Banner, Textlinks, Logos, Datenfeed, Deeplink-Generator, mobile Werbemittel
cyberport.de	Banner, Textlinks, Logos, Suchlink-Generator, Deeplink-Generator, partnerspezifisch, Datenfeed, mobile Werbemittel
mediamarkt.de	Banner, Logos, Textlinks, Linkgenerator, Datenfeed, mobile Banner
notebooksbilliger.de	Banner, Textlinks, Logos, Datenfeed, Linkgenerator
redcoon.de	Banner, Textlinks, Logos, Linkgenerator, Datenfeed
saturn.de	Banner, Textlinks, Logos, Suchlink-Generator, Deeplink-Generator, Werbemittel-Generator, Datenfeed

Quelle: Netzwerke Stand: 17.08.2016

1.4 Wurden Publisher-Richtlinien und AGBs definiert?

Um die Voraussetzungen für eine Zusammenarbeit zwischen Merchant und Publisher sowie die Geschäftsbedingungen zu regeln, ist es wichtig, dass der Merchant klare Regelungen definiert. In den Programmbeschreibungen der Netzwerke können vom Merchant sowohl einige voreingestellte Fragen ausgefüllt werden, als auch individuelle Punkte hinzugefügt werden. Dabei geht es hauptsächlich um zulässige Publisher-Modelle, Einstellungen zum Schalten von Suchmaschinenanzeigen und Cookie-Laufzeiten.

Zusätzlich kann der Merchant detailliertere Allgemeine Geschäftsbedingungen definieren, die Leistungen und Verpflichtungen beider Parteien, Haftungsfragen und Folgen bei Verstößen regeln. Dies ist definitiv empfehlenswert und schafft Klarheit und Sicherheit für alle Parteien. Erfreulich ist, dass saturn.de, redcoon.de, cyberport.de und mediamarkt.de zusätzliche Teilnahmebedingungen beziehungsweise AGBs für ihre Partnerprogramme erstellt haben. notebooksbilliger.de und alternate.de haben in den Publisher-Richtlinien zumindest festgelegt, welche Publisher-Modelle und Werbeformen ausgeschlossen werden.

Wenn Sie das Thema näher interessiert, möchten wir an dieser Stelle gerne auf unsere Affiliate AGB-Studie in Zusammenarbeit mit der [Xamine GmbH](#) und [RDP Röhl Dehm & Partner Rechtsanwälte](#) auf unserer Webseite in der Rubrik News & Trends verweisen. Dort steht das Dokument zum kostenlosen Download für Sie bereit.

Shop	Richtlinien
alternate.de	✗
cyberport.de	✓
mediamarkt.de	✓
notebooksbilliger.de	✗
redcoon.de	✓
saturn.de	✓

Quelle: Programmbeschreibung Stand: 17.08.2016

1.5 Welche Cookie-Laufzeit ist angemessen?

Das Cookie-Tracking ist die am häufigsten genutzte Tracking-Methode im Affiliate Marketing. Ein Cookie ist eine kleine Textdatei, die im Browser des Internetusers gespeichert wird und zum Beispiel Informationen über besuchte Websites enthält. Dadurch kann eine vermittelte Transaktion dem entsprechenden Publisher zugeordnet werden. Die Cookie-Laufzeit bestimmt die Dauer der Gültigkeit eines Cookies. Erfolgt nach dem Setzen des Cookies ein Sale innerhalb der Cookie-Laufzeit, wird der entsprechende Publisher dafür vergütet.

Daraus folgt natürlich, dass Affiliates von einer langen Cookie-Laufzeit profitieren. Die Laufzeit kann vom Merchant individuell festgelegt werden. Es sollte zwischen einem Klick- und einem View-Cookie unterschieden werden; in dieser Untersuchung beschränken wir uns allerdings auf die Klick-Cookies.

Folgende Faktoren sollten in die Entscheidung der Festlegung der Laufzeit einfließen: eigene Unternehmensstrategie, genutzte Publisher-Modelle, Bekanntheit des Brands, Einstellungen der Wettbewerber.

Die analysierten Partnerprogramme haben bis auf notebooksbilliger.de eine Cookie-Laufzeit von 30 Tagen festgelegt. Mit 60 Tagen bietet notebooksbilliger.de seinen Publishern hier einen Vorteil gegenüber den Mitbewerbern, was wiederum dem Merchant zugute kommt, da die Cookie-Laufzeit für viele Publisher ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des zu bewerbenden Partnerprogramms ist.

Branchenübergreifende Auswertungen zeigen jedoch, dass Kunden in der Regel innerhalb der ersten fünf bis sechs Tage nach einem Klick auf ein Werbemittel einen Kauf tätigen. Eine längere Cookie-Laufzeit als die Mitbewerber festzulegen, ist für den Merchant daher empfehlenswert.

Shop	Cookie-Laufzeit
alternate.de	30 Tage
cyberport.de	30 Tage
mediamarkt.de	30 Tage
notebooksbilliger.de	60 Tage
redcoon.de	30 Tage
saturn.de	30 Tage

Quelle: Netzwerke Stand: 17.08.2016

1.6 In welchem Zeitraum werden die Bestellungen validiert?

Ein weiteres positives Kriterium für den Publisher ist ein kurzer Validierungszeitraum der Sales und Leads. Denn wie schon angesprochen, geht er oft in Vorleistung und sollte daher baldmöglichst vergütet werden.

Als „valide“ gilt ein Sale meist dann, wenn der Käufer seine Bestellung bezahlt hat und die Rücksendefrist – meist 14 Tage – abgelaufen ist. Für einen Lead könnte beispielsweise ein Vertragsabschluss nach Ablauf der Widerrufsfrist als „valide“ definiert werden.

Daher sind cyberport.de mit nur 17 Tagen und notebooksbilliger.de mit 18 Tagen durchschnittlichem Validierungszeitraum extrem zügig. Auch saturn.de mit 26 Tagen und redcoon.de mit 36 Tagen erledigen die Validierung der Sales und Leads in einem durchaus akzeptablen Zeitrahmen, noch ein paar Tage länger dauert dies bei mediamarkt.de mit 46 Tagen. Bei alternate.de muss der Publisher mit durchschnittlich 60 Tagen rechnen.

Shop	Validierungszeitraum
alternate.de	60 Tage
cyberport.de	17 Tage
mediamarkt.de	46 Tage
notebooksbilliger.de	18 Tage
redcoon.de	36 Tage
saturn.de	26 Tage

Quelle: Netzwerke Stand: 17.08.2016

1.7 Welche weiteren Informationen werden interessierten Publishern gegeben?

Transparenz und das Bereitstellen relevanter Informationen sind für potentielle und bestehende Partner wichtig, um vorab die Rentabilität eines Programms einzuschätzen und um anschließend überprüfen zu können, wie es um die eigene Performance im Vergleich zum Durchschnitt steht.

Die Stornoquote ist dabei ein verbreitetes Kriterium. Spitzenreiter sind mit nur 10% notebooksbilliger.de und saturn.de. Knapp dahinter liegt cyberport.de mit 12%, dann folgt redcoon.de mit 16%. alternate.de und mediamarkt.de liegen mit 24% gleichauf.

Die Angabe des durchschnittlichen Warenkorb gibt dem Publisher vor allem im Zusammenhang mit der Stornoquote schnell einen Anhaltspunkt bezüglich seiner tatsächlichen Verdienstmöglichkeiten und der Bewertung einer vom Warenkorb abhängigen Provisionshöhe. Leider geben nur drei der sechs analysierten Merchants diese Information an. Der durchschnittliche Warenkorb bei saturn.de und redcoon.de liegt bei ca. 250€, mediamarkt.de gibt sogar „bis zu 400€“ an.

Mit nur geringem Aufwand könnten cyberport.de, notebooksbilliger.de und alternate.de hier mehr Transparenz gegenüber den Affiliates schaffen.

Shop	Stornoquote	Warenkorb Ø
alternate.de	24%	keine Angabe
cyberport.de	12%	keine Angabe
mediamarkt.de	24%	bis zu 400€
notebooksbilliger.de	10%	keine Angabe
redcoon.de	16%	ca. 250€
saturn.de	10%	ca. 250€

Quelle: Netzwerke, Programmbeschreibung Stand: 17.08.2016

1.8 Gibt es auf der Shopseite Informationen zum Partnerprogramm?

Eine Umfrage im Affiliate Marketing Benchmark Report 2014 ergab, dass 20,9% der Affiliates durch die Webseite des Merchants auf das Partnerprogramm aufmerksam werden. Einen höheren Anteil (26,1%) hat nur die Suche nach Affiliate Programmen innerhalb des Netzwerks. Hier haben Merchants also eine einfache Möglichkeit, interessante Publisher als Partner zu gewinnen.

redcoon.de, cyberport.de, notebooksbilliger.de und alternate.de haben jeweils über den Onlineshop zugängliche Landingpages. Dort finden User bereits einige Informationen zur Funktion des Partnerprogramms, zum Netzwerk und teilweise zur Provisionsstruktur.

redcoon.de, cyberport.de und notebooksbilliger.de haben diese Unterseite auch grafisch anschaulich aufbereitet. saturn.de und mediamarkt.de weisen leider nicht auf der Shopseite auf ihr Partnerprogramm hin.

Wir empfehlen diese Möglichkeit des Partner Recruitings auf keinen Fall ungenutzt zu lassen, da nachweislich viele Publisher erst dadurch auf das Programm aufmerksam werden.

Natürlich können sich hier ebenso interessierte User, die noch nicht als Publisher aktiv sind, über Partnerprogramme, Provisionshöhe, Werbemittel, Ansprechpartner, Anmelde links der Netzwerke usw. informieren und im besten Fall als neue Partner gewonnen werden.

Shop	Programm auf Webseite
alternate.de	✓ (linkt nur zu einem Netzwerk)
cyberport.de	✓ (linkt nur zum privaten Netzwerk)
mediamarkt.de	✗
notebooksbilliger.de	✓
redcoon.de	✓
saturn.de	✗

Quelle: Onlineshops Stand: 17.08.2016

1.9 Wurde der Onlineshop für mobile Endgeräte optimiert?

Wie schon unter Punkt 1.3 angedeutet, sollte das Thema Mobile Shopping und die Optimierung dahingehend nicht länger vernachlässigt werden.

Laut einer Analyse des Netzwerks zanox ist die Anzahl der mobilen Transaktionen in Deutschland im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 79% angestiegen. Das entspricht einem Anteil von 26% aller Bestellungen! Diese Ergebnisse verdeutlichen die Dringlichkeit für Advertiser, ihr Partnerprogramm für mobile Publisher attraktiv zu gestalten.

Dazu gehört zum einen, dass im Programm die passenden Bannerformate zur Verfügung stehen. Zum anderen sollte der Onlineshop entweder durch responsives Design oder mittels eigener mobiler Webseite für mobile Endgeräte optimiert sein. Denn immer mehr Publisher mit einem gewissen Anteil an Mobile Usern schließen ausschließlich mobile-optimierte Advertiser an, um das positive Surf-Erlebnis für ihre User aufrecht zu erhalten. Die besondere Bedeutung mobiler Optimierungsmaßnahmen für Elektronik Shops zeigt auch eine Umfrage von Statista. Bereits im Juli 2014 sind Technikartikel diejenigen Produkte, die mit 67% am häufigsten mobil eingekauft werden. Erfreulicherweise sind alle analysierten Merchants auf diesen Trend eingestellt, was das responsive Design oder den mobilen Shop angeht.

Shop	mobile / responsiver Shop
alternate.de	✓
cyberport.de	✓
mediamarkt.de	✓
notebooksbilliger.de	✓
redcoon.de	✓
saturn.de	✓

1.10 Das Gesamt-Affiliate-Ranking

Die gestellten Fragen zu den Partnerprogrammen der Elektronik Shops werden als Performance Indikatoren betrachtet und werden nun bewertet, um in übersichtlicher Form darzustellen, wo Verbesserungsmöglichkeiten bestehen.

Hier soll betont werden, dass es sich um einen so gut als möglich objektiven Vergleich zwischen den sechs Partnerprogrammen handelt. Uns liegen keine Hintergründe zu strategischen Entscheidungen vor und können somit nicht berücksichtigt werden. Außerdem ändern sich Angaben wie Validierungszeitraum oder Stornoquoten häufig; genauso können sich natürlich auch die anderen Merkmale ändern, wodurch sich ein anderes Scoring ergibt.

Shop	alternate. de	cyberport. de	media- markt. de	notebooks- billiger.de	redcoon. de	saturn. de
Netzwerke	10	10	10	10	10	10
Provision	5	10	10	10	5	10
	5	3	10	5	4	5
Werbemittel	6	10	6	4	4	8
Richtlinien	0	5	5	0	5	5
Publisher- Einschränkungen	0	0	5	0	0	5
Cookie-Laufzeit	5	5	5	10	5	5
Validierung	2	10	4	9	5	7
Stornorate	3	9	3	10	8	10
Warenkorb	0	0	8	0	10	10
Programm auf Website	3	5	0	5	5	0
Mobiler / responsiver Shop	5	5	5	5	5	5
Gesamt *	44	72	71	68	66	80
Position	6	2	3	4	5	1

* zur Erläuterung der Punktevergabe siehe Punkteverteilung auf Seite 18



Punkteverteilung:

Netzwerke: Alle Programme bei mind. einem großen öffentlichen Netzwerk und daher mit der gleichen Punktzahl bewertet

Provision: Lead- und Sale-Provision entspricht 10 Punkten, nur Sale-Provision 5 Punkten; Höhe anhand Ø von 2,5% Sale-Provision

Werbemittel: Bewertung anhand der Anzahl an unterschiedlichen Werbemitteln

Cookie-Laufzeit: 30 Tage entsprechen 5 Punkten, 60 Tage entsprechen 10 Punkten

Validierungszeitraum: entsprechende Abstufung ausgehend von 17 Tage = Minimum im Vergleich = 10 Punkte

Stornorate: entsprechende Abstufung ausgehend von 10% = Minimum im Vergleich = 10 Punkte

Warenkorb: Angegeben entspricht 10 Punkten, nicht angegeben 0 Punkten (mediamarkt.de: 8 Punkte aufgrund „bis zu“ statt circa-Angabe)

Richtlinien, Einschränkungen, Programm auf Webseite, mobiler / responsiver Shop:

Unterscheidung vorhanden / nicht vorhanden und entsprechend mit 0 oder 5 Punkten bewertet

1.11 Fazit Affiliate Marketing

Beim Ranking geht saturn.de mit 80 von 95 möglichen Punkten als Erstplatzierter hervor. Nur knapp darunter und dicht beisammen liegen Platz 2 bis 5 und werden von cyberport.de (72 Punkte), mediamarkt.de (71 Punkte), notebooksbilliger.de (68 Punkte) und redcoon.de (66 Punkte) belegt. alternate.de erlangte 44 Punkte und belegt somit den sechsten Platz.

Viele Netzwerke liefern interessierten Publishern bereits einige Informationen zu Eckpunkten wie Anzahl der Werbemittel oder Validierungszeitraum. Die Programmbeschreibung eignet sich gut dazu, um weitere oder detailliertere Informationen zu kommunizieren, welche Publisher vom Programm überzeugen können.

So können sicherlich einige Programme vor allem durch mehr Transparenz mit nur geringem Aufwand noch mehr Publisher für sich gewinnen.

Wir zeigen einige Ansatzpunkte auf, die zur Orientierung dienen können, wie das Partnerprogramm optimiert werden kann. Wichtig ist es, das Programm regelmäßig zu überprüfen: sind die Werbemittel noch aktuell, die Provisionen noch angemessen?

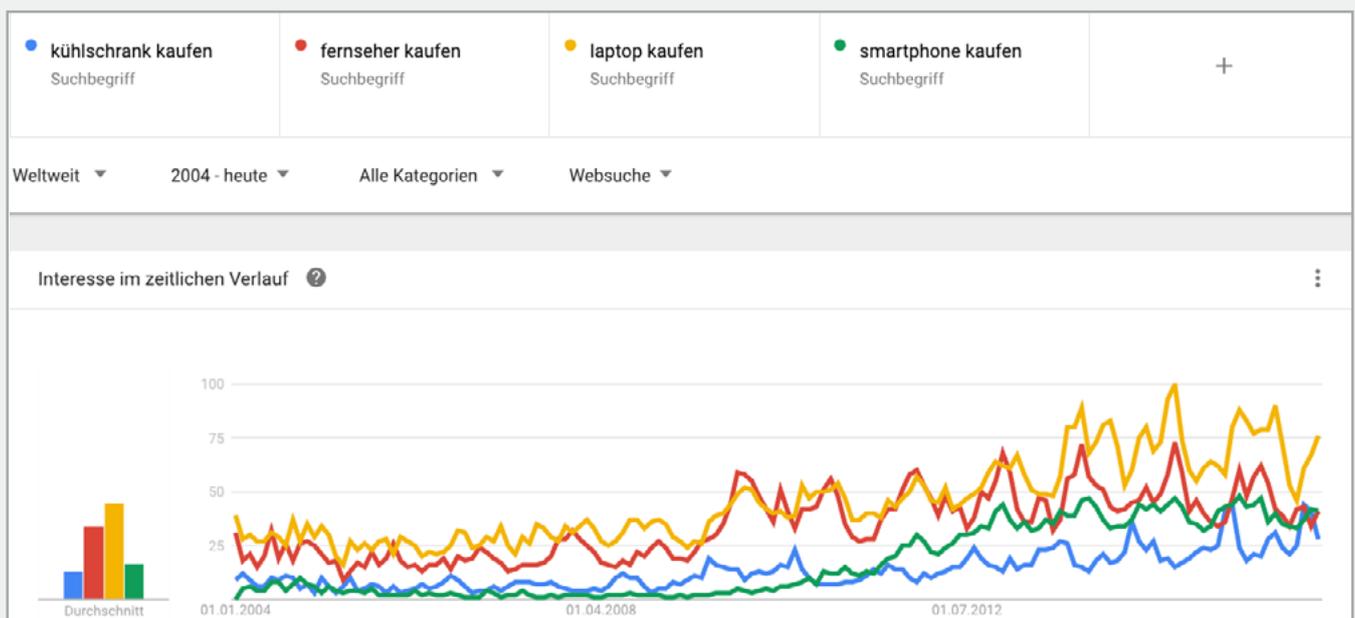
Die erste Anlaufstelle sollten jedoch immer die eigenen Publisher sein, wenn es darum geht herauszufinden, wo noch offene Potentiale zur Verbesserung liegen. Ein reger Austausch mit den Partnern und eine offene Kommunikation sind die besten Wege, um das eigene Partnerprogramm optimal zu gestalten.

2. Search Engine Advertising (SEA)

In einer Zeit, in der primär Verbrauchsgüter und Produkte, deren Haptik von besonderer Bedeutung ist, im stationären Handel gekauft werden, erfährt der Markt für Elektronik Onlineshops starkes Wachstum (siehe Screenshot: Google Trends). Die Qualität der Produkte wird hauptsächlich über Rezensionen eruiert. Nach der Kaufentscheidung sind drei Faktoren ausschlaggebend für den Kauf:

- ✓ Vergleichbar günstige Preise
- ✓ Persönliche Bindung zu einem Shop
- ✓ Alleinstellungsmerkmale wie bspw. Servicequalität, Versandoptionen, Mittel zur Kundenbindung

Search Engine Advertising (SEA) oder auch „Suchmaschinenanzeigen“ sind besonders dann sinnvoll im Kaufprozess, wenn die Kaufentscheidung bereits zu großen Teilen gefallen ist. In dieser Analyse wird deshalb sowohl das Thema Google AdWords, als auch die Listung in Preis- / Produktsuchmaschinen besonders genau unter die Lupe genommen.



Quelle: Google Trends Stand: August 2016

Um eine Vergleichbarkeit auch zu anderen Branchen zu schaffen, werden zur Bewertung die identischen Fragestellungen wie in der Studie zu [Lebensmittel Onlineshops 08/15](#) verwendet. Anstelle der besonderen Auffälligkeiten, die es in dieser Studie nicht zu verzeichnen gab, wird geprüft, ob die analysierten Anbieter ihre Produkte über Preissuchmaschinen wie [idealo.de](#), [billiger.de](#) & Co oder auch über Amazon anbieten. Wer schaltet wo bezahlte Anzeigen in den Suchergebnisseiten?

- ✓ Wer schaltet wo bezahlte Anzeigen in den Suchergebnisseiten?
- ✓ Welcher Onlineshop schützt seine Marke durch Brandbidding?
- ✓ Wie umfassend werden Anzeigenerweiterungen genutzt?
- ✓ Wird Google Shopping eingesetzt?
- ✓ Welcher Shop verwendet Remarketing?
- ✓ Wie stark ist die Ausrichtung auf den mobilen Markt?
- ✓ Wie werden Erfolge gemessen und wird ein Bidmanagement-System eingesetzt?
- ✓ Werden die Produkte auch auf Preissuchmaschinen bzw. Amazon platziert?
- ✓ Das Gesamt-SEA-Ranking

2.1 Wer schaltet wo bezahlte Anzeigen in den Suchergebnisseiten?

Berücksichtigt wurden bei allen Fragestellungen von 1 bis 7 die beiden Suchmaschinen „Google“ und „Bing“, da diese gemeinsam über 97,5% Marktanteil besitzen (Quelle: StatCounter 2016).

2.1.1 Verteilung der Anzeigen auf Google und Bing:

Shop	Google Desktop	Google Mobil	Bing Desktop	Bing Mobil	Punkte
alternate.de	✓	✓	✗	✗	5
cyberport.de	✓	✓	✓	✓	10
mediamarkt.de	✓	✓	✓	✓	10
notebooksbilliger.de	✓	✓	✓	✓	10
redcoon.de	✓	✓	✓	✓	10
saturn.de	✓	✓	✓	✓	10

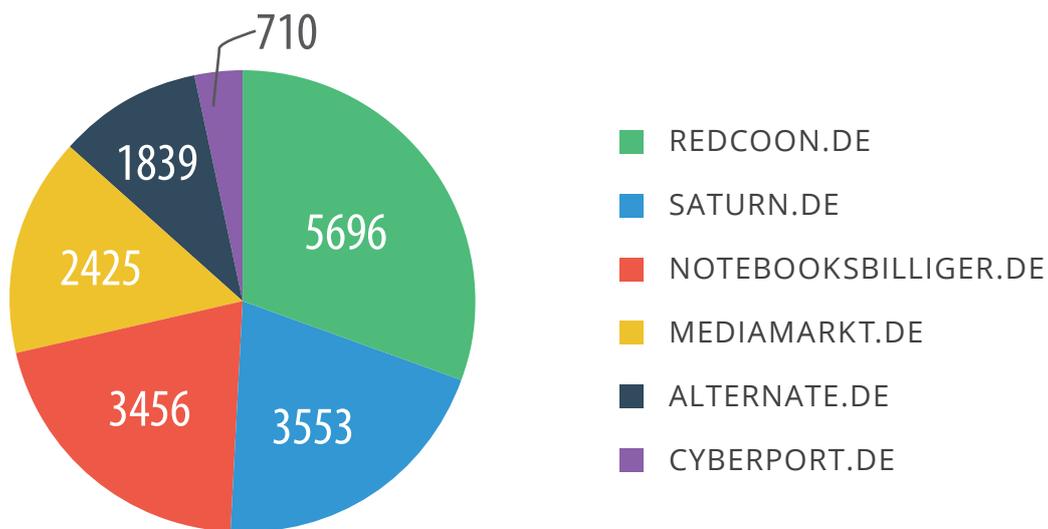
Alle der hier betrachteten Elektronik Onlineshops nutzen Google zur Anzeigenschaltung. Bing hingegen wird nur von alternate.de weder in der Desktop-, noch in der mobilen Suche eingesetzt. Besonders auffällig ist, dass Mobilgeräte von allen hier verglichenen Shops zu Werbezwecken targetiert werden. Bereits hier ist der erste Indikator für die Trendwende hin zum mobilen Traffic erkennbar. Diese Daten lassen jedoch keine Aussage über eingesetzte Budgets zu.

2.1.2 Paid Visibility

Da eine exakte Aussage nur mit Zugriff auf das jeweilige Konto möglich ist, haben wir die sogenannte Paid-Visibility des internationalen Search Toolanbieters „[Searchmetrics](#)“ zur Hilfe herangezogen. Diese gibt Auskunft darüber, wie häufig Anzeigen im Verhältnis auf ein potentielles Keywordset in den Suchergebnisseiten erscheinen. Es ist somit ein Indikator dafür, wie viel Traffic / Verkäufe über bezahlte Anzeigen generiert werden und wie viel Budget in diesen Kanal investiert wird.

Shop	Paid Visibility	Position	Punkte
alternate.de	1839	5	2
cyberport.de	710	6	0
mediamarkt.de	2425	4	4
notebooksbilliger.de	3456	3	6
redcoon.de	5696	1	10
saturn.de	3553	2	8

Stand: August 2016



Diese Daten können zwar nicht als 100% korrekte Aussage gewertet werden, eine potentielle Verhältnismäßigkeit zwischen der Sichtbarkeit im Paid-Bereich der verschiedenen Anbieter kann aber in jedem Fall abgelesen werden. Hier sind bereits deutliche Unterschiede zu erkennen. Spitzenreiter ist redcoon.de mit einer Paid-Visibility von ca. 5500. Dieser Wert liegt etwa 60% über dem des Zweitplatzierten saturn.de und entspricht mehr als dem 8-fachen von cyberport.de. Die hier verwendeten Daten werden immer wöchentlich aktualisiert, können demnach also etwas schwanken, geben jedoch eine ganz gute Tendenz wieder.

2.2 Wer schützt seine Marke durch Brandbidding?

Im SEA wird das Thema Brandbidding häufig diskutiert: „Ist es sinnvoll, Anzeigen auf meine eigene Marke zu schalten oder nicht?“ Aus diesem Grund haben wir auch diesen Faktor in unsere Auswertung aufgenommen. Kurz gesagt: Alle genannten Portale - ausgenommen saturn.de - betreiben Anzeigenschaltung auf ihre Eigenmarke. Für diese Unternehmen überwiegen die Vorteile, die eine Markenanzeige mit sich bringt, wohl die daraus resultierenden Kosten, sodass sie es als sinnvoll erachten, bei Suchen nach ihrer Marke auch mit einer Anzeige vertreten zu sein. Auf die Pros und Contras dieser Strategie gehen wir an dieser Stelle nicht im Detail ein, Sie finden jedoch eine Ausführung zu diesem Thema auf unserem [PPCBlog](#).

2.3 Wie umfassend werden Anzeigenerweiterungen genutzt?

Anzeigenerweiterungen sind eines der probatesten Mittel, um die Klickrate der eigenen Anzeigen zu steigern, was mehrere positive Effekte hat. Zum einen wird mehr Traffic auf relevante Suchanfragen erzeugt, was bei gleichbleibender Conversion-Rate mehr Verkäufe und somit mehr Umsatz generiert. Zum anderen wird der Qualitätsfaktor optimiert, was sowohl positiven Einfluss auf die Position als auch auf den durchschnittlichen CPC hat.

Hinweis: Google selbst veröffentlicht neue Anzeigenerweiterungen nur, wenn diese im Beta-Test die Klickrate im Schnitt um mindestens 10% gesteigert haben.

Vergleich: Einsatz von Anzeigenerweiterungen nach Suchmaschine, Gerät und Anbieter

DESKTOP ANZEIGEN (GOOGLE):

Shop	alternate. de	cyber- port.de	media- markt.de	notebooks- billiger.de	redcoon. de	saturn. de
Anzeige	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sitelinks	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Callouts	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Bewertungen	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Sterne	✗	✓	✗	✓	✓	✓
Anruf	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Snippet	✗	✗	✓	✗	✓	✗
Standort	✗	✓	✗	✗	✗	✓

Stand: August 2016

MOBILE ANZEIGEN (GOOGLE):

Shop	alternate. de	cyber- port.de	media- markt.de	notebooks- billiger.de	redcoon. de	saturn. de
Anzeige	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sitelinks	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Callouts	✓	✗	✓	✗	✓	✓
Snippet	✗	✗	✓	✗	✓	✗
Sterne	✓	✗	✗	✓	✓	✗
Anruf	✗	✓	✓	✓	✗	✓
App	✗	✓	✗	✓	✗	✓
Standort	✗	✓	✓	✗	✗	✓

Stand: August 2016

DESKTOP ANZEIGEN (BING):

Shop	alternate. de	cyber- port.de	media- markt.de	notebooks- billiger.de	redcoon. de	saturn. de
Anzeige	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Sitelinks	✗	✗	✓	✓	✓	✗
Callouts	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Bewertungen	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Sterne	✗	✓	✓	✗	✓	✗
Anruf	✗	✗	✗	✗	✗	✗
App	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Standort	✗	✗	✓	✗	✗	✗

Stand: August 2016

MOBILE ANZEIGEN (BING):

Shop	alternate. de	cyber- port.de	media- markt.de	notebooks- billiger.de	redcoon. de	saturn. de
Anzeige	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Sitelinks	✗	✗	✗	✓	✓	✗
Callouts	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Bewertungen	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Sterne	✗	✓	✓	✗	✓	✗
Anruf	✗	✗	✓	✗	✗	✗
App	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Standort	✗	✗	✓	✗	✗	✗

Stand: August 2016

Shop	Anzahl mögliche Erweiterungen	Anzahl genutzte Erweiterungen	Prozent-satz	Position	Punkte
alternate.de	14	5	35,71%	5	2
cyberport.de	24	7	29,17%	6	0
mediamarkt.de	24	14	58,33%	1	10
notebooksbilliger.de	24	11	45,38%	3	6
redcoon.de	24	12	50%	2	8
saturn.de	24	9	37,5	4	4

Diese Tabelle zeigt, wie die Punkteverteilung für das Gesamtranking entsteht. Hierbei wird verglichen, wie viele der möglichen Anzeigenerweiterungen auch tatsächlich angezeigt werden.

Besonders signifikant ist in diesen Tabellen zu erkennen, dass es große Unterschiede in der Nutzung von Anzeigenerweiterungen bei den hier betrachteten Onlineshops gibt. mediamarkt.de sticht durch eine besonders sorgfältige Pflege der Anzeigenerweiterungen, speziell bei der Suchmaschine Bing, hervor.

2.4 Wird Google Shopping eingesetzt?

The screenshot shows a Google search interface with the query 'samsung tv kaufen alternate'. Below the search bar, navigation tabs include 'Alle', 'Shopping', 'Bilder', 'News', 'Maps', 'Mehr', and 'Suchoptionen'. The results section indicates 'Ungefähr 669.000 Ergebnisse (0,46 Sekunden)'. A section titled 'Google Shopping-Ergebnisse für samsung tv...' displays six product listings with their respective prices, retailers, shipping costs, and energy ratings.

Price (€)	Product Name	Retailer	Shipping (€)	Energy Rating
869,00	Samsung LED-Fernseher	Alternate.de	+ 5,99	A+
1.879,00	Samsung UE75H6470 ...	redcoon.de	+ 35,00	A+
999,00	Samsung UE55JU6850	redcoon.de	+ 35,00	A+
459,00	Samsung UE50J5150 ...	Cyberport	+ 29,90	A+
1.565,00	Samsung UE 55JS8090 ...	Monbeck	Versand gratis	A
952,00	Samsung UE48JU6580	redcoon.de	+ 15,00	A+

Quelle: google.de

Google Shopping ist ein über Google AdWords angebotenes, seit Mitte 2012 kostenpflichtiges Werbesystem, das die Darstellung von Produkten innerhalb der SERP (Suchergebnisseite, eng. „Search-Engine-Result-Page“) ermöglicht.

In Kombination mit Preis und Versandkosten werden dem Suchenden bereits an dieser Stelle des Kaufprozesses die wichtigsten Informationen für die Kaufentscheidung zur Verfügung gestellt. Erst durch den Klick auf eines der Produkte entstehen dem Werbetreibenden Kosten. Eine höhere Abschlussrate im Vergleich zu Textanzeigen und ein geringerer CPO (Kosten pro Bestellung) sind im Regelfall die logische Konsequenz.

Seit Anfang Mai 2016 ist in Deutschland auch Bing Shopping verfügbar. Da dieser Werbekanal noch nicht so lange existiert, wird dieser nicht gleich mit Google Shopping gewertet. Die Verteilung liegt zu 75% bei Google und zu 25% bei Bing Shopping. Die Besonderheit: Bei Shopping Anzeigen können dem potentiellen Kunden bereits vorab Produktbilder angezeigt werden.

WIRD GOOGLE/BING SHOPPING EINGESETZT:

Shop	Google Shopping	Bing Shopping	Punkte
alternate.de	✓	✓	10
cyberport.de	✓	✗	7,5
mediamarkt.de	✓	✓	10
notebooksbilliger.de	✓	✗	7,5
redcoon.de	✓	✓	10
saturn.de	✓	✗	7,5

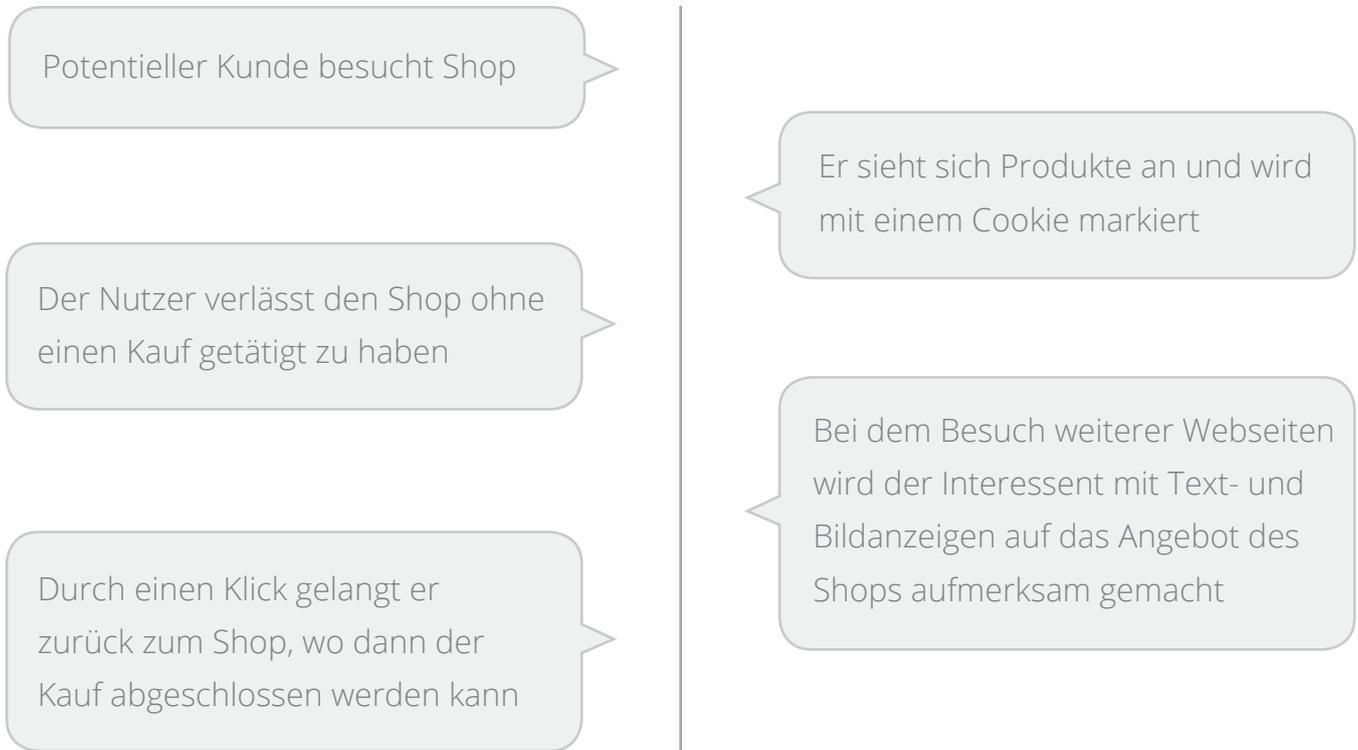
Stand: August 2016

Bei den oben genannten Vorteilen ist es nicht überraschend, dass alle der hier betrachteten namhaften Anbieter für Elektronikartikel Google Shopping in ihrer Marketing-Strategie berücksichtigen.

2.5 Welcher Shop verwendet Remarketing?

Das Remarketing, auch Retargeting genannt, ist eine Technik, die es ermöglicht den Anteil der Käufer, bezogen auf die Anzahl der Besucher des Shops, zu erhöhen. Nutzer, die bereits den Shop besucht haben, aber beispielsweise keinen Kauf getätigt haben, werden im Nachhinein durch Werbeanzeigen in einem Display Netzwerk (bspw. Google Display Network „GDN“) erneut auf das Produktportfolio aufmerksam gemacht.

Vorgehen



VERWENDUNG VON REMARKETING NACH SHOPS:

Shop	Remarketing	Punkte
alternate.de	✗	0
cyberport.de	✓	10
mediamarkt.de	✓	10
notebooksbilliger.de	✓	10
redcoon.de	✓	10
saturn.de	✓	10

Quelle: Google Tag Assistant und Sichtung Quellcode Stand: August 2016

Außer alternate.de nutzen alle der hier aufgelisteten Elektronik Shops die Möglichkeit, ihre Besucher für Google Remarketing / Criteo Remarketing mit einem Cookie zu markieren.

Definition Cookie: Code, der auf dem Computer des Nutzers hinterlegt wird, um ihn zu einem späteren Zeitpunkt wiedererkennbar zu machen.

2.6 Wie stark ist die Ausrichtung auf dem mobilen Bereich?

Viele Studien zeigen, dass der Anteil an Käufen über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets stetig an Bedeutung gewinnt.

WACHSTUM ONLINE-UMSATZ DURCH DESKTOP-PC UND MOBILE

Deutschland	Desktop	Tablet	Smartphone
2014-2015	7%	96,4%	108,0%
2015-2016	8%	53,2%	39,5%

Quelle: www.retailmenot.de

Um diese Nutzergruppe, die im Jahr 2015 bereits 27,7% (Quelle: www.retailmenot.de) des Online Umsatzes in Deutschland erzielen, bedienen zu können, ist es notwendig, die Usability des Shops auf kleinere Displays & Touchscreens zu optimieren.

Möglichkeiten:

- ✓ **Responsive Shop:** Die Webseite passt sich automatisch der Browsergröße an. Hierbei werden die Bedienelemente in der Ansicht immer so dargestellt, dass der Nutzer problemlos navigieren kann.
- ✓ **MobileSwitch:** Die Software des Shops erkennt, mit welchem Device (oder welcher Bildschirmgröße) der Nutzer auf den Shop zugreifen will und stellt dann entsprechend die Inhalte auf einer alternativen URL zur Verfügung.
- ✓ **App:** Eine installierte Software auf bspw. einem Smartphone, die zum Stöbern und Einkaufen genutzt werden kann, ohne über einen Browser navigieren zu müssen.

Verwendung mobiler Ansichten nach Shops:

Shop	Responsive Shop	MobileSwitch	App	Punkte
alternate.de	✗	✓	✓	10
cyberport.de	✗	✓	✓	10
mediamarkt.de	✓	✗	✓	10
notebooksbil- liger.de	✗	✓	✓	10
redcoon.de	✗	✓	✗	5
saturn.de	✓	✗	✓	10

Stand: August 2016

redcoon.de ausgenommen, bietet jeder der hier betrachteten Onlineshops zwei Varianten, um mobil problemlos Produkte zu entdecken und zu kaufen. Besonders hervorzuheben ist, dass fünf der sechs Anbieter eine App zur Verfügung stellen und diese auch aktiv in ihren Anzeigen bewerben. Hierbei zählt nicht nur der Umsatz, der über die Apps an sich generiert werden kann, sondern auch die Option, den Nutzer über Push-Benachrichtigungen bspw. auf Aktionen aufmerksam zu machen.

Auch wenn redcoon.de aktuell keine App im Angebot hat, wurde dafür gesorgt, dass der potentielle Kunde auch mobil finden kann, wonach er sucht. Im Vergleich zu anderen Branchen, in denen Shops oftmals nur eine Desktop-Variante zur Verfügung stellen, sind die hier analysierten Onlineshops alle bereits auf die zunehmende mobile Nutzung vorbereitet.

Die Anzahl der möglichen mobilen Kontaktpunkte mit einem potentiellen Kunden allein haben noch keine wirkliche Aussagekraft. Daher werden als zusätzlicher Indikator noch die Anteile an mobilen Anzeigen in die Analyse mit aufgenommen.

Anteil an mobilen Anzeigen nach Shops:

Shop	Anteil an mobilen Anzeigen	Punkte	Platz
alternate.de	79%	8	2
cyberport.de	96%	10	1
mediamarkt.de	9,4%	2	5
notebooksbilliger.de	60%	6	3
redcoon.de	54%	4	4
saturn.de	9%	0	6

Quelle: Searchmetrics Stand: August 2016

Auffälligkeiten:

- ✓ saturn.de und mediamarkt.de haben beide einen Anteil an mobilen Anzeigen von unter 10%, trotz der Tatsache, dass beide ihren Nutzern sowohl eine mobile Webseite, als auch eine App zur Verfügung stellen.
- ✓ Abgesehen von den unter Punkt 1 genannten Anbietern generieren alle Elektronik Onlineshops 54% oder mehr Prozent ihres SEA-Traffics über mobile Endgeräte.
- ✓ cyberport.de ist absoluter Spitzenreiter mit einem Abstand von über 25% auf den Zweitplatzierten alternate.de mit einem Anteil an mobilem Traffic von 79%.

Zusammenfassend wird deutlich, dass der Wandel hin zu immer mehr mobilen Käufen deutlichen Einfluss auf diese Branche hat. Shops mit einem geringen Anteil an mobilen Anzeigen ist demnach zu empfehlen, gewonnene Daten aus dem Tracking zu analysieren oder weitere Trackingmethoden zu schaffen, um nicht mögliche Potentiale zu verschenken.

2.7 Wie werden Erfolge gemessen und wird ein Bidmanagement-System eingesetzt?

Grundlegend für jede Optimierung ist ein lückenloses Tracking. Hierbei wählen viele Anbieter eine Kombination aus mehreren Systemen. Die automatische Tag-Kennzeichnung beispielsweise kann mit Hilfe einer Einstellung im AdWords Konto aktiviert werden. Diese ermöglicht eine genaue AdWords Auswertung mit einem zusätzlichen Trackingtool wie z.B. Google Analytics. Zusätzlich verwenden auch viele der hier aufgeführten Shops ein URL-Parameter-Tracking. Dieses ist besonders dann dienlich, wenn mehrere Kanäle in einer Übersicht ins Verhältnis gesetzt werden sollen. Auf dieser Datenbasis können dann bspw. Entscheidungen über Budgetallokationen getroffen werden, wie z.B. Werbebudget von Google auf Facebook zu übertragen.

Trackingmethoden nach Shops:

Shop	Automatische Tag-Kennzeichnung	URL-Parameter-Tracking	Bidmanagement
alternate.de	✓	✓	✓
cyberport.de	✓	✓	✗
mediamarkt.de	✓	✗	✓
notebooksbilliger.de	✓	✓	✗
redcoon.de	✓	✓	✓
saturn.de	✓	✓	✗

Trackingmethoden nach Shops:

- ✓ Drei der sechs betrachteten Shops (also 50%) nutzen ein Bidmanagement-Tool. Zwei Shops nutzen „Refined Ads“ und ein Shop „intelliAd“.
- ✓ saturn.de setzt bei den AdWords-Anzeigen ein separates Customer Journey Tracking des Tool-Anbieters „exactag“ ein.
- ✓ Die automatische Tag-Kennzeichnung von Google verwenden alle Shops.

2.8 Werden die Produkte auch auf Preissuchmaschinen bzw. Amazon platziert?

Shop	PSM	Amazon
alternate.de	✓	✗
cyberport.de	✓	✗
mediamarkt.de	✓	✗
notebooksbilliger.de	✓	✗
redcoon.de	✓	✗
saturn.de	✓	✗

Stand: August 2016

Wie bereits in der Einleitung zu diesem Marketingkanal erwähnt, ist die Positionierung in der Customer-Journey ein Faktor, der berücksichtigt werden muss, um Werbebudgets zielgerichtet einzusetzen und auch entsprechend bewerten zu können. Da die Preissensibilität immer weiter steigt, ist für viele Nutzer der Weg über eine Preissuchmaschine gängig. Daher sollten Anbieter in einem sehr kompetitiven Umfeld darauf achten, auch auf diesen Portalen entsprechend gelistet zu sein. Die hier betrachteten Elektronik Onlineshops listen alle ihre Produkte auch auf Preissuchmaschinen.

Zusätzlich zum Listing in Preissuchmaschinen wie idealo.de, billiger.de & Co. ist es für viele Onlinehändler auch möglich auf amazon.de die Produkte anzubieten, da hier die Kaufintention sehr hoch ist. Zusätzlich werden inzwischen in Deutschland knapp 50% aller Anfragen mit eindeutiger Kaufabsicht direkt innerhalb von amazon.de getätigt. Auch wenn hier Provisionen beim Verkauf anfallen, lassen sich Gewinne erzielen und zusätzlich Neukunden generieren, die im Nachgang mit weiteren Maßnahmen wie E-Mail Marketing reaktiviert werden können. Aus diesem Grund wurde amazon.de als separater Kanal hier mit aufgeführt.

Es konnten jedoch bei keinem der Shops Hinweise darauf gefunden werden, dass hier bereits Aktivitäten bestehen. Das kann natürlich auch strategische Hintergründe haben, die sich von außen nicht erkennen lassen.

2.9 Das Gesamt-SEA-Ranking

Ziel einer Studie ist es immer, den Status quo einer zuvor festgelegten Fragestellung zu ermitteln und anschließend zu bewerten. Zur Veranschaulichung haben wir zu jeder der oben genannten Fragestellungen ein Scoring von 0 bis 10 durchgeführt:

- 2.1: Wer schaltet wo bezahlte Anzeigen in den Suchergebnissen?
 - 2.1.1: Verteilung der Anzeigen auf Google und Bing:
 - 2.1.2: Paid Visibility
- 2.2: Wer schützt seine Marken durch Brandbidding?
- 2.3: Wie umfassend werden Anzeigenerweiterungen genutzt?
- 2.4: Wird Google Shopping eingesetzt?
- 2.5: Welcher Shop verwendet Remarketing?
- 2.6: Wie stark ist die Ausrichtung im mobilen Bereich?
- 2.7: Wie werden Erfolge gemessen und wird ein Bidmanagement-System eingesetzt?
- 2.8: Werden die Produkte auch auf Preissuchmaschinen bzw. Amazon platziert?

Shop/Feststellung*	2.1	2.1.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	Σ	Position
alternate.de	5	2	2	0	10	10	10	5	44	6
cyberport.de	10	0	0	7,5	10	10	7	5	49,5	5
mediamarkt.de	10	4	10	10	10	10	7	5	66	2
notebooksbilliger.de	10	6	6	7,5	10	10	7	5	61,5	4
redcoon.de	10	10	8	10	10	5	10	5	68	1
saturn.de	10	8	4	7,5	10	10	8**	5	62,5	3

*Fragestellung 2 (Brandbidding) wird hier vernachlässigt, da diese kein Rankingkriterium darstellt

**Einsatz von Customer Journey Tracking: 1 Zusatzpunkt

Ausgehend von unserem Scoring hat redcoon.de den ersten Platz belegt, gefolgt von mediamarkt.de und einigen weiteren Anbietern, die sehr nah beieinander liegen.



Wichtig: Alle Bewertungen dieser Elektronik Shops basieren rein ausschließlich auf Aussagen, die getroffen werden können, ohne in die Konten Einblick zu haben. Aus diesem Grund werden keine Aussagen über Performance oder strategische Ausrichtung getätigt, die das Ranking deutlich beeinflussen können. Diese Auswertung wurde zeitlich punktuell erstellt und kann somit keine Tageschwankungen berücksichtigen.

2.10 Fazit SEA

SEA ist nach wie vor einer der stärksten Online Marketing Kanäle, um potentielle Kunden auf das eigene Produktsortiment aufmerksam zu machen. Die hier bewerteten Daten zeigen deutlich, dass alle Shops von einem Account Manager betreut werden und nicht nur „Alibi-Anzeigen“ erstellt werden nach dem Motto: „Hauptsache, wir haben das auch“.

Besonders stark wirkt in diesem Fall die Kluft in der Reichweite der einzelnen Portale und deren Ausrichtung. Hierbei weisen insbesondere die Zahlen des Traffics über mobile Geräte und die Reichweite der Textanzeigen im Vergleich zum Wettbewerb äußerst große Abweichungen vom Mittel auf. In der Zukunft wird es interessant zu beobachten sein, wie sich Anbieter mit stationärem Handel, die ein umfassenderes Service Angebot liefern können, im Vergleich zu den reinen Onlinehändlern entwickeln werden.

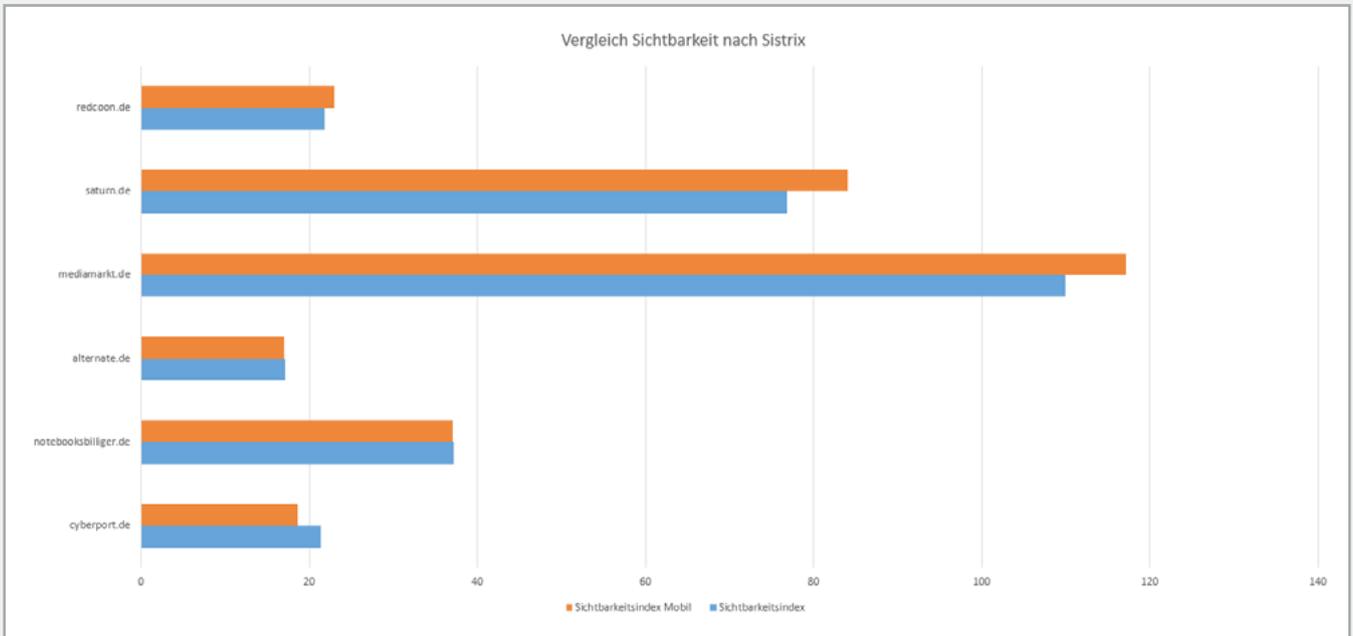
3. Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist nach wie vor einer der wichtigsten Kanäle im Online Marketing Mix. Nicht umsonst plant ein Großteil der E-Commerce Branche die Erweiterung der SEO Budgets in Zukunft - so aktuelle Umfragen. Das oberste Gebot im SEO lautet dabei "Gestalte das optimale Sucherlebnis!". Die "Zeiten der Tricks" sind längst vorbei, heute konzentrieren wir uns auf den Nutzen der Angebote, optimales Zielgruppentargeting, User-Intent-Befriedigung und technisch optimal aufgestellte Seiten.

Spätestens nach den Updates des Marktführers Google - Penguin, Panda und Hummingbird - muss sich die Online Marketing Branche eingestehen, dass echtes SEO viel mehr als nur ein isolierter Kanal ist. Gute Suchmaschinenoptimierung ist in der Synthese aus bspw. Design, Redaktion, Usability und Content Marketing interdisziplinär zu verstehen. Die Kunst besteht aus der richtigen Balance zwischen Technik und Kreativität. Eine einwandfreie technische Optimierung kann mit wenig überzeugendem Content keinen User begeistern.

3.1 Wie hoch ist die Sichtbarkeit der Domains?

Die SEO-Visibility zeigt die Sichtbarkeit der jeweiligen Domain in der organischen Suche und errechnet sich aus dem Suchvolumen, Wettbewerbsverhältnis und den Positionen der dafür rankenden Keywords und vieler weiterer Faktoren, die je nach Toolanbieter variieren. Diese Indizes dienen zum Vergleich von verschiedenen, thematisch ähnlichen Domains und geben wieder, wie häufig die Domain in den Suchergebnissen angezeigt wird. Dieser Wert spiegelt somit die Häufigkeit und Gewichtung einer Domain innerhalb der Suchergebnisse wieder, jedoch nicht, wie häufig diese besucht wird. Aus dem historischen Verlauf der Sichtbarkeit einer Domain können sowohl positive als auch negative Entwicklungen abgelesen werden - jedoch kein tatsächlicher Traffic-Verlauf.



Vergleich Sichtbarkeit aller untersuchten Domains

Quelle: SISTRIX GmbH

Aus dem Diagramm wird deutlich, dass die Domain von mediamarkt.de die größte Sichtbarkeit unter den untersuchten Domains aufweist. Dahinter befinden sich die Domains von saturn.de und notebooksbilliger.de. Zum Zeitpunkt der Analyse (01.09.2016) bestand ein größeres Gefälle zwischen mediamarkt.de und redcoon.de sowie cyberport.de. alternate.de bildet das Schlusslicht bei der Untersuchung der Sichtbarkeiten.

Interessant ist auch der historische Verlauf der jeweiligen Sichtbarkeiten. Das am 21. April 2015 erfolgte Mobile-Update von Google, das in die Suchmaschinengeschichte als das „Mobilegeddon“ einging, scheint auf die Domains notebooksbilliger.de, redcoon.de, cyberport.de und alternate.de positive Auswirkungen gehabt zu haben. Die zwei Sichtbarkeits-Leader mediamarkt.de und saturn.de haben zu diesem Zeitpunkt geringfügig an Sichtbarkeit eingebüßt, sich aber schnell erholt und weiter positiv entwickelt. Im Zusammenhang mit dem Mobile-Update kann beobachtet werden, dass redcoon.de eine höhere Mobile- als Desktop-Sichtbarkeit aufweist. Dabei weist die redcoon.de Sichtbarkeit einen leichten, wenn auch stetigen Abwärtstrend auf.

Shop	Sichtbarkeit Desktop	Sichtbarkeit Mobil
alternate.de	17,1	17
cyberport.de	21,4	18,6
mediamarkt.de	109,9	117,2
notebooksbilliger.de	37,2	37,1
redcoon.de	21,8	23
saturn.de	76,8	84

Quelle: Sistrix Sichtbarkeitsindex

3.2 Wie hoch sind die Brandanfragen?

Suchanfragen nach dem Markennamen, der Domain oder auch verschiedenen Marken- / Produktkombinationen gelten als positives Signal. Diese korrelieren zunehmend mit guten Positionierungen in den Suchmaschinenergebnisseiten. Ob diese tatsächlich einen Rankingfaktor darstellen, ist zwar nicht beweisbar darzulegen, jedoch in Anbetracht der Ziele Googles (bestes Suchergebnis liefern) eher wahrscheinlich.

Die hier ermittelten Werte fließen nicht in die Gesamtbewertung ein, sie sollen allerdings die Unterschiede in der Bekanntheit der Shops verdeutlichen.

Shop	Durschnittl. Brand Suchanfragen pro Monat	Durschnittl. Domain Suchanfragen pro Monat
alternate.de	246.000	8.100
cyberport.de	201.000	4.400
mediamarkt.de	5.000.000	33.100
notebooksbilliger.de	450.000	22.200
redcoon.de	201.000	5.400
saturn.de	2.240.000	90.500

Quelle: Google Adwords Stand: August 2016

3.3 Quick Check der Backlinks

Das Ranking einer Webseite wird auch 2016 nach wie vor von Backlinks und deren Qualität, Themenrelevanz, etc. beeinflusst. Verglichen werden hier aber rein informativ die Anzahl der Backlinks von unterschiedlichen Webseiten (=Domain-Popularität), die Anzahl der Backlinks gesamt und der Anteil von Backlinks mit Brand / Domain im Anchor-Text.

Shop	Domain-Popularität*	Backlinks Gesamt	Markennennung im Linktext
alternate.de	8.565	656.078	46,9%
cyberport.de	6.817	418.886	59,6%
mediamarkt.de	11.091	455.531	41,4%
notebooksbilliger.de	7.520	241.780	44,5%
redcoon.de	5.435	249.756	39,6%
saturn.de	9.124	608.051	43,8%

Quelle: LinkResearchTools Stand: August 2016

Ein hoher Anteil von Backlinks mit Brandkeywords ist einerseits Indikator für die Markenwahrnehmung, zudem zeugt dies von einem natürlichen Backlinkprofil. Besonders seit dem Penguin-Update sollte auf die Verlinkung von Money-Keywords wie „Laptop“ verzichtet werden. Da wir den Backlink Check nur auf allgemeine Kennzahlen beschränken und nicht die Qualität der Links untersuchen, fließen die Ergebnisse ebenfalls nicht in die Gesamtwertung ein.

3.4 Wie ist die Content-Strategie?

In der Content-Strategie eines Unternehmens kann viel Potential stecken. Da in diesem Performance-Check E-Commerce-Seiten untersucht werden, spielt der Content eine wichtige Rolle. Denn die auf der Seite platzierten Texte, Bilder oder Videos ersetzen in der digitalen Welt den Verkäufer bzw. das Verkaufsgespräch.

SATURN.DE

saturn.de personifiziert den digitalen Berater in seinem Markenbotschafter „Tech-Nick“ und bietet einen Einblick in dessen imaginäre Wohnung, die in verschiedenen Videos auf der Subdomain techtalk.saturn.de präsentiert wird.



Tech-Talk und Tech-Nicks-Wohnung unter der Subdomain techtalk.saturn.de

Die Formate des Tech-Talks sind im Web und TV unterschiedlich, dennoch versucht saturn.de diese zusammenzuführen. Zum Beispiel laufen die TV-Beiträge ausschnittsweise auch auf der eigenen Webseite. Weiterführende Themen sowie Produkttests werden im eigenen TURN ON-Magazin von saturn.de platziert. Das TURN ON-Magazin ist eine weitere Content-Marketing-Strategie des Elektrofachmarkts und fungiert gleichermaßen als Ratgeber, Produkttest- und Vergleichsportale. Das Magazin hat eine präzente Stelle auf der Startseite gleich neben dem Hauptbanner und ist auf einer eigenen Domain turn-on.de zu finden.

Startseite saturn.de: Verlinkung auf TURN ON-Magazin

Auch der Social-Media-Kanal von saturn.de ist mit seinen ca. 1,7 Mio. Fans ein guter Kanal für Content-Seeding. Ob Produktvideos, Imagefilme, Angebote oder Aktionen – saturn.de setzt auf eine bunte Content-Mischung, die sowohl die clever-amüsante Markendarstellung von Tech-Nick aufgreift, als auch die eigenen Produkte passend bewirbt. Weitere Kanäle wie Twitter und Instagram fließen in das Seeding-Konzept ein.

The screenshot shows the Facebook profile of Saturn Deutschland. The profile picture is the Saturn logo with the tagline 'KOO! MUSS TECHNIK'. The cover photo is a 'SATURN TECH-TALK' video. A blue button labeled 'Jetzt einkaufen' is prominently displayed below the video. The main post is a text-based announcement for the Samsung Gear 360 VR camera, accompanied by an image of the device and the text 'RUNDUM-ACTION SAMSUNG GEAR 360 VR-KAMERA'. The right-hand navigation pane shows the category 'Elektronik', a search bar, and a statistics box containing '1.722.113 Gefällt mir' and '64.046 Besuche'.

Facebook-Seite saturn.de

MEDIAMARKT.DE

Auch mediamarkt.de setzt auf ein eigenes Vergleichsportal/Ratgeber-/Produkttest-Magazin und startet die Seite smart-wohnen.de. Der Elektronikriese besitzt damit, neben dem bereits im Oktober 2015 gelaunchten Projekt mediamag.net, eine weitere Säule für die eigene Content-Marketing-Strategie. Die beiden Portale stehen in keiner direkten Konkurrenz zueinander, denn während mediamag.net eher eine unterhaltende Repräsentanz darstellt, soll smart-wohnen.de den Verbraucher an der Hand nehmen und echte Beratung liefern. Der Kunde erhält eine Informationsplattform und die Möglichkeit, in einer Community zu agieren. Von der eigenen mediamarkt.de Shop-Seite wird der Kunde nicht präsent auf die jeweiligen Portale aufmerksam gemacht. Von den einzelnen Magazinen gibt es sowohl im gut sichtbaren Header-Bereich als auch im Footer jeweils eine Verlinkung auf den Shop des jeweils anderen Magazins.



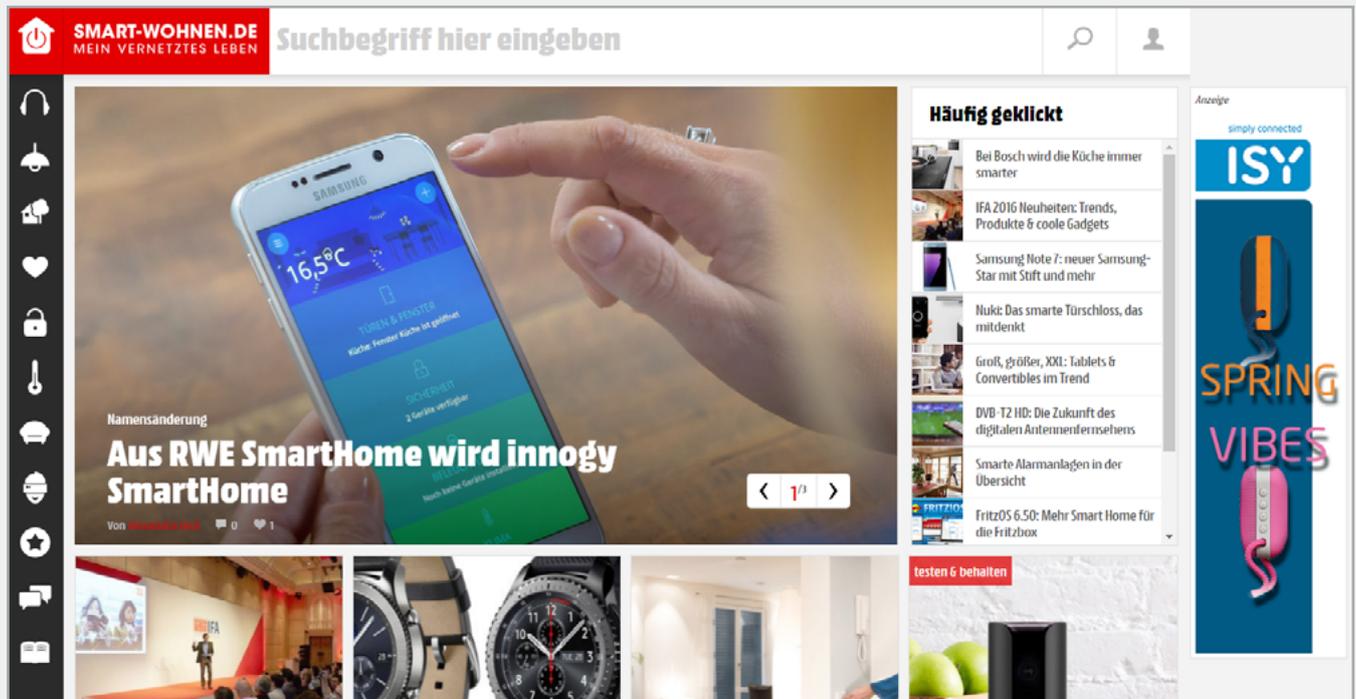
media mag.net CLUB THEMEN SPECIALS KANÄLE **SOCIAL MEDIA** **Media Markt**

CLUB

HAUPTSACHE WOW! DER MEDIA MARKT CLUB IST EIN MUSS FÜR ALLE ELEKTRONIK-VERRÜCKTEN. MIT VIELEN VORTEILEN FÜR MITGLIEDER.

The banner features three images: the Media Markt Club logo, a 'VOLLES BRETT' magazine cover with a person on a skateboard, and a 'WOW!' magazine cover with a person in a red cap.

mediamag.net als erste Säule des Content-Marketings von mediamarkt.de



SMART-WOHNEN.DE MEIN VERNETZTES LEBEN Suchbegriff hier eingeben

Aus RWE SmartHome wird innogy SmartHome

Häufig geklickt

- Bei Bosch wird die Küche immer smarter
- IFA 2016 Neuheiten: Trends, Produkte & coole Gadgets
- Samsung Note 7: neuer Samsung-Star mit Stift und mehr
- Nuki: Das smarte Türschloss, das mitdenkt
- Groß, größer, XXL: Tablets & Convertibles im Trend
- DVB-T2 HD: Die Zukunft des digitalen Antennenfernsehens
- Smart-Alarmanlagen in der Übersicht
- FritzOS 6.50: Mehr Smart Home für die Fritzbox

testen & behalten

The screenshot shows a navigation menu on the left with icons for home, search, heart, lock, key, printer, and shopping cart. The main content area features a large article about innogy SmartHome and a list of popular articles. A sidebar on the right contains an advertisement for ISY and 'SPRING VIBES'.

smart-wohnen.de als Kunden-Aufklärungsportal von mediamarkt.de

Eine ähnlich erfolgreiche Social-Media-Strategie wie saturn.de verfolgt auch mediamarkt.de. Die Facebook-Seite des „Ich-bin-doch-nicht-blöd!“-Unternehmens besitzt ebenfalls 1,7 Mio. Facebook-Fans und präsentiert einen Mix aus Produktangeboten, Videos und Markendarstellung. Zudem ist der Fachmarkt auf weiteren Kanälen wie Instagram, Twitter und YouTube vertreten.



Facebook-Seite von mediamarkt.de

CYBERPORT.DE

Auch cyberport.de setzt auf ein eigenständiges Infoportal – cyberbloc.de. Was hinter cyberbloc.de steckt, ist ein Corporate Blog mit Themenschwerpunkten, die vor allem auf Technik und digitalem Lifestyle sowie Zeitgeistbetrachtungen, Musikrezensionen und Reiseberichten liegen.



cyberbloc.de

Neben dem Blog gibt es einen eigenen YouTube-Channel mit Produktvideos und ein Info-center. Zwar verhält sich cyberport.de auf Facebook weniger offensiv als bspw. saturn.de oder mediamarkt.de, trotzdem kommuniziert das Unternehmen ansprechend und sympathisch.

<p>0% Finanzierung · Zahlungsweisen</p> <p>Reklamation & Garantie</p> <p>Kunden international</p> <p>Impressum · AGB · Datenschutz</p>	<p>Mitarbeiter-PC-Programm</p> <p>Apple Service Point</p> <p>Presse</p> <p>Partnerprogramm</p>	<p>Techniklexikon: Die passenden Produkte zum Begriff</p> <p>Cyberbloc: Ehrliche Meinungen, authentische Tests</p> <p>Produktvideos: Entdecken Sie uns auf YouTube</p> <p>Aktuelle Charts: Bestenlisten von PC bis Smartphone</p>
<p>Cyberport interaktiv</p> <p>Treffen Sie uns auf Facebook, sehen Sie uns auf YouTube oder lesen Sie uns im Technik-Ticker:</p> <p>    </p>		<p>Newsletter abonnieren</p> <p>Jetzt für wöchentlichen Newsletter anmelden & 5-Euro-Gutschein sichern:</p> <p>Ihre E-Mail-Adresse <input type="text"/></p> <p></p>

Unauffällig, aber dennoch vorhanden – Corporate Blog und Youtube Channel von cyberport.de

REDCOON.DE

Im Gegensatz zu saturn.de, mediamarkt.de und cyberport.de stellt redcoon.de kein eigenes Info-Magazin zur Verfügung.

NOTEBOOKSBILLIGER.DE

Der Onlineshop notebooksbilliger.de setzt bei seiner Content-Marketing-Strategie auf zwei Säulen: zum einen auf einen Corporate Blog, zum anderen auf Kaufberatung zu Notebooks, Druckern, Beamern, TVs, Waschmaschinen und Geschirrspülern.

Der Corporate Blog ist Teil der Social-Media-Strategie und bietet neben Produktinformationen Testings und Angebotsberatung an. Außerdem gibt es auch einzelne digitale Lifestyle-Reportagen und DIY-Anleitungen. Über eine gut sichtbare Verlinkung gelangt der User mühelos zum Shop.

Zum Onlineshop

notebooksbilliger.de BLOG

Startseite Impressum Kategorien Gutscheine

Suche

Black Weekend: Bis zu 50% auf ausgewählte Produkte sparen

Publiziert am 2. September 2016 von Sigg

NOTE BOOKS BILLIGER.DE

notebooksbilli... 218.097 "Gefällt mir"-Ang...

50% SPAREN!

Seite gefällt mir

Streng limitiert. 02. - 05. September, aber nur solange der Vorrat reicht!

Corporate Blog von notebooksbilliger.de

Der Kaufberater fungiert wie ein digitaler Verkäufer. Der Kunde wird an die Hand genommen und in mehreren Schritten zu seinem Wunschprodukt geführt. Die Fragen sind kurz, prägnant und führen meist zum gewünschten Ergebnis. Später kann sich der Kunde im Blog über die Kaufempfehlung genauer informieren. Dennoch würde mehr informativer Content beim letzten Schritt dem Kunden eine weitere Hilfestellung geben.

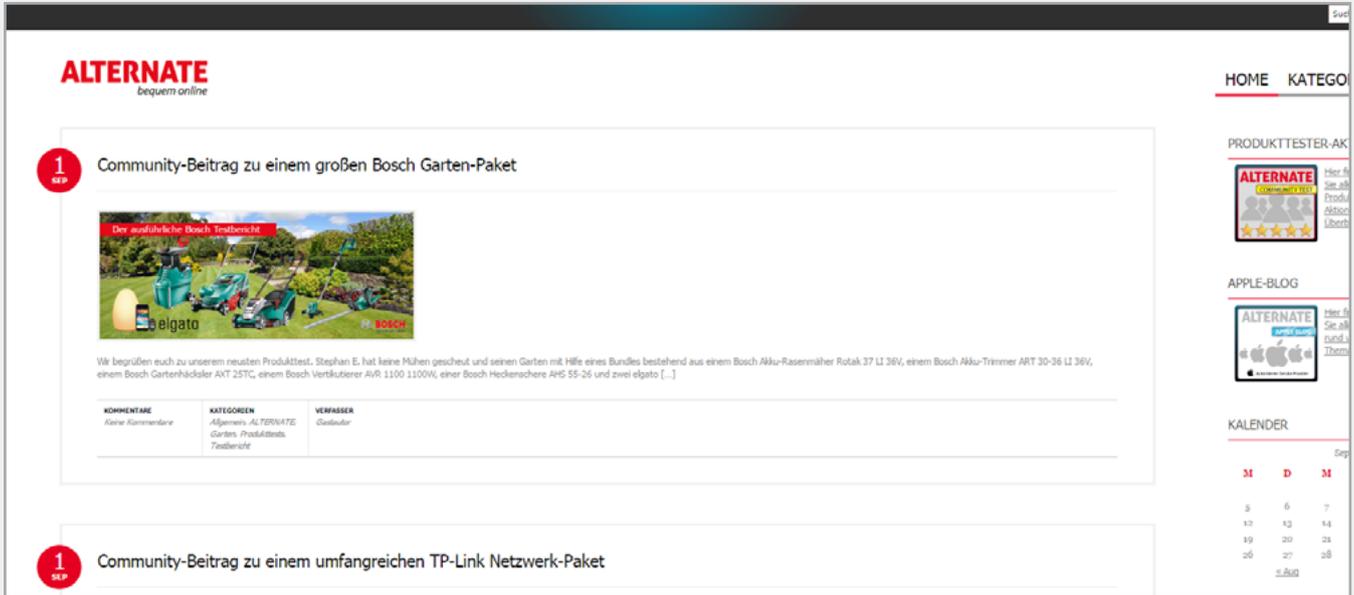


Kaufberatung und Blog auf notebooksbilliger.de

ALTERNATE.DE

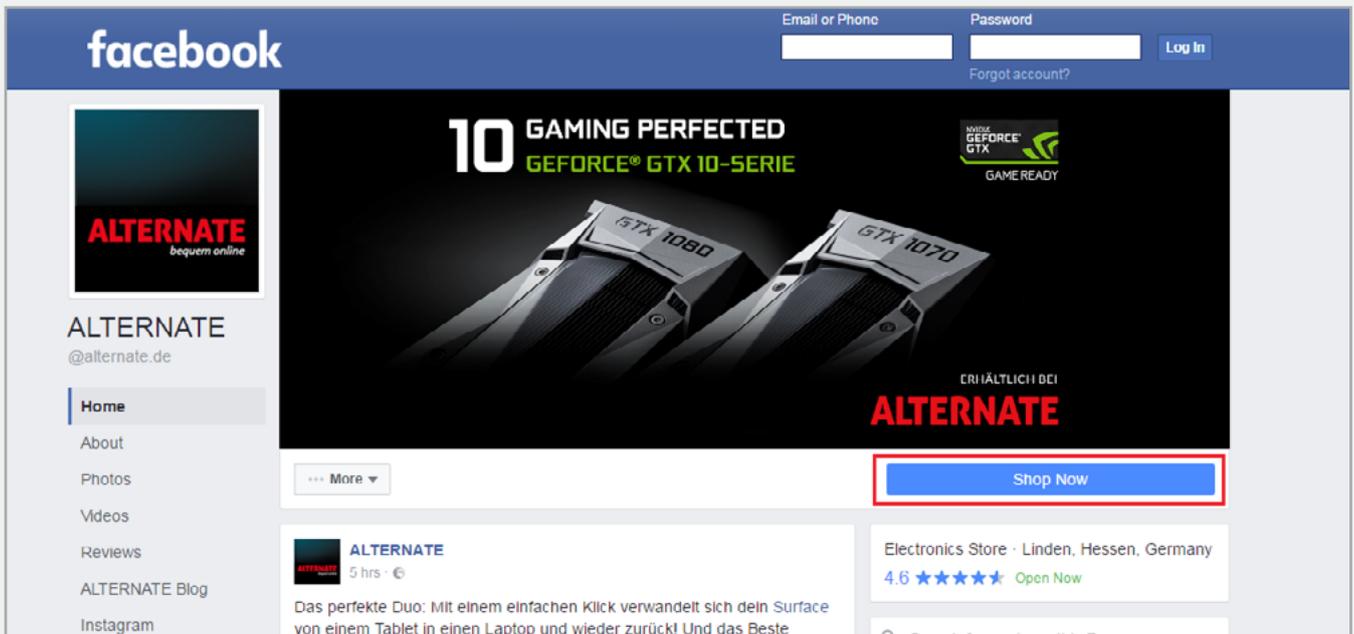
Auch alternate.de besitzt wie die meisten Wettbewerber einen Unternehmensblog, der wie bei notebooksbilliger.de Teil der Content-Strategie ist.

Der Wordpressblog ist recht übersichtlich: Erfahrungsberichte, Produkttests und ein extra Apple-Blog.



alternate.de-Blog

Wie der Unternehmensblog ist die Facebook-Seite des Unternehmens schlicht und nüchtern gehalten und setzt eher auf fachliche Testberichte als auf Entertainment.



alternate.de-Facebookseite

3.5 Content der Kategorienseiten

Kategorienseiten stellen im E-Commerce eine Form von Landingpages dar. Aus diesem Grund können diese als ein wichtiger Traffic-Lieferant bezeichnet werden.

Was viele Onlineshops gemeinsam haben, sind auf Keywords ausgerichtete "SEO-Texte", d.h. Texte, welche auf bestimmte Keywords optimiert wurden. Sieht man sich den Content auf den Kategorienseiten an, weisen alle untersuchten Domains Potentiale in der Projektierung auf.

CYBERPORT.DE

Die Projektierungen von cyberport.de heben sich gegenüber denen der Mitstreiter ab. Hier wird am meisten auf eine gute und übersichtliche Textstruktur sowie Video- und Bildmaterial geachtet. Die Vor- und Nachteile eines Notebooks werden hervorgehoben und es wird eine Hilfe zur Kaufentscheidung angeboten. Bei einer WDF*p*IDF Analyse der Texte war festzustellen, dass hier noch Potentiale in der thematischen Abbildung zu verzeichnen sind, die integriert werden können, um eine holistischere Abbildung des jeweiligen Themengebietes zu erreichen. Allerdings ist die Ausprägung der Inhalte bereits sehr respektabel.

cyberport

📍

SUCHE:

🔍
📄
🚀
IHR WARENKORB >

geräuschloser Flüssigkeitskühlung. So genießen Sie Filme, Games und Co. dank cleverem LiquidLoop-Kühlsystem ganz ohne störende Lüftergeräusche. Ob das Acer-Detachable hält, was es verspricht, erfahren Sie in unserem Videopodcast:

cyberport

DIGITAL OUTERSTERS



www.cyberport.de

Den richtigen Laptop kaufen

Beim Kauf neuer Technik wie Laptops ist immer wieder die Meinung zu hören „Was nichts kostet, ist auch nichts wert“. Dass dies nicht immer zutreffen muss, zeigen **unsere Topseller**. Bei Cyberport können Sie bereits für wenig Geld einen Laptop kaufen, der mit leistungsstarker Hardware ausgestattet ist und eine exzellente Performance bietet. In unserem Sortiment finden Sie sowohl Geräte mit kleineren Bildschirmen, die ideal unterwegs nutzbar sind, als auch Notebooks im 17-Zoll-Format, auf denen sogar Grafikbearbeitung und Spielen eine wahre Freude sind.



Einsteiger-Laptop: günstig, kompakt, schnell

Bevor Sie sich einen Laptop kaufen, sollten Sie zunächst bestimmen, wofür Sie das Gerät verwenden werden. Brauchen Sie den Laptop nur, um damit täglich im Internet zu surfen, Dokumente zu erstellen und zu bearbeiten oder E-Mails zu versenden,

Kategoriesite „Notebooks“ auf cyberport.de

SATURN.DE

Bei saturn.de bestehen gestalterische Potentiale in der Content-Darstellung. Zunächst befindet sich der Content im unteren Drittel der Seite, also für den User nur durch Scrolling einsehbar. Des Weiteren könnte die Lesbarkeit der Inhalte durch einen deutlichen Kontrast erhöht werden. Weiterhin könnten die Inhalte mit Grafiken, Produkten, Kategorie-Deeplinks, etc. angereichert werden, um den User durch den Shop zu navigieren und die interne Linkstruktur zu optimieren.

 <p>Jan Müller Community Manager</p> <p>Technik begeistert! Damit auch Sie immer die richtigen Geräte für Ihre Vorhaben finden, stellen wir Ihnen bei Saturn ein umfangreiches Technikangebot zur Verfügung. Egal, ob Sie einen neuen Computer für zu Hause oder die Arbeit benötigen, passendes Zubehör suchen oder die entsprechende Ausstattung fürs Büro investieren wollen: Bei Saturn finden Sie schnell den richtigen Artikel."</p>	<p>Alles für Computer und Büro bei Saturn</p> <p>Bei Saturn finden Sie Technik, die Ihnen weiterhilft. Statten Sie sich mit modernstem Bürobedarf aus oder richten Sie neue Geräte in Ihrem Zuhause ein. Computer, technische Erweiterungen, Speichermedien und andere interessante Produkte halten wir für Sie bereit.</p> <p>Die ganze Welt der Computer bei Saturn</p> <p>Wenn Sie auf der Suche nach einem neuen Rechner sind, dann werden Sie bei Saturn in jedem Fall fündig. Entweder bestellen Sie online oder gehen den Weg in die nächste Filiale, wo unsere Mitarbeiter Ihnen gerne mit Rat und Tat zur Seite stehen. Dabei ist es egal, ob Sie ein komplettes System benötigen, nur bestimmte Hardware kaufen wollen oder auf der Suche nach einem bestimmten Kabel sind. Gerne helfen wir Ihnen bei allen Fragen um Computer und Büro weiter und empfehlen Ihnen passende Artikel, die Ihnen helfen.</p> <p>Des Weiteren bekommen Sie bei uns auch eine Vielzahl an Erweiterungen für Ihre Hardware: Wählen Sie aus verschiedenen Speichermedien (interne wie externe Festplatten), Laufwerke für CD, DVD und BluRay sowie Brenner und noch vielem mehr. Für das Büro oder den privaten Gebrauch finden Sie bei Saturn Drucker, Scanner, Kopierer oder auch praktische Multifunktionsgeräte, welche diese drei Funktionen in einer Hardware vereinen. Neben Bürobedarf haben wir für Sie aber auch verschiedene Artikel, mit denen Sie das Gaming auf Ihrem Computer verbessern: Diverse Eingabegeräte wie Tastaturen, Mäuse und entsprechende Unterlagen versprechen ein völlig neues Spielgefühl. Rüsten Sie Ihren Computer entsprechend auf und werden Sie unschlagbar!</p>	<p>Reader, Tablets & Co.</p> <p>Wir haben in unserem Shop außerdem eine große Auswahl tragbarer Computer. Wählen Sie aus verschiedenen Produkten von Apple oder den ebenfalls sehr beliebten Android- bzw. Windows-Tablets. Auch Hybridgeräte, die je nach Verwendung entweder Laptop oder Tablet sind, haben wir für Sie im Angebot. Gerne beraten wir Sie auch darüber, welches Gerät für welchen Zweck am besten geeignet ist. Maßgeblich sind Kriterien wie die Akkulaufzeit, die Bildqualität sowie die Konnektivität zu anderen technischen Geräten.</p> <p>Hilfreiches Zubehör</p> <p>Neben all den Geräten und der Beratung haben wir natürlich auch viel hilfreiches Zubehör für Sie bereit. Erweitern Sie Ihren Computer auf unterschiedlichste Weise oder schließen Sie Ihr Smartphone bzw. Tablet an hochwertige Lautsprechersysteme an. Des Weiteren bekommen Sie sowohl original-lizenziertes Zubehör als auch Artikel von Drittherstellern. Wenn Sie sich für eine Bestellung im Online-Shop entscheiden, haben Sie außerdem die Möglichkeit, die Ware in eine der vielen Saturn-Fillialen liefern zu lassen. Auf diese Weise sparen Sie die Versandkosten und können Ihre Bestellung jederzeit innerhalb der Öffnungszeiten abholen.</p>
---	---	--

Kategorie-seite „Computer + Büro“ von saturn.de

MEDIAMARKT.DE

mediamarkt.de verzichtet bei seinen Kategorie-Projektierungen gänzlich auf Content. Dafür wird mit "Anzeigeblocken" bzw, grafisch gestalteten Bannern für eine Weiterleitung auf die Unterkategorien gesorgt, die dann ansprechend präsentiert werden. Betrachten wir zum Beispiel die Kategorienseite „2in1 Convertibles“ – so wird auf eine sehr informative Landingpage verlinkt: gut aufgearbeiteter Content, interaktiv, interessant und in leicht verdaubaren Häppchen.

The screenshot shows the Mediamarkt website interface for the '2in1 Convertibles' category. The top navigation includes the Mediamarkt logo, a search bar with 'Suchen in mehr als 750.000 Artikeln', and a 'Zur Kasse' button. The main navigation bar lists 'Alle Kategorien', 'Unsere Marken', 'Service & Beratung', and 'Media Markt Club'. The breadcrumb trail indicates the path: 'Computer & Büro > Notebooks & Zubehör > 2in1 Convertibles'. The category title '2in1 Convertibles' is prominently displayed, along with a 'Sortieren nach' dropdown set to 'Topseller'. Below the title, there's a banner for 'Lautloser 2-in-1 High-Performer.' featuring Acer and Intel logos. The product listings are as follows:

- Microsoft MICROSOFT Surface Pro 4 Convertible 128 GB 12.3 Zoll**:
 - Prozessor: Neuester Intel® Core™ i5-6300U Prozessor der sechsten Generation (bis zu 3,00 GHz mit Intel® Turbo-Boost-Technik 2.0, 3 MB...)
 - Betriebssystem: Windows 10 Pro
 - Arbeitsspeicher-Größe: 4 GB
 - Bildschirmmerkmale: 12.3 Zoll PixelSense-Display, Auflösung: 2.736 x 1.824 (267 ppi), Seitenverhältnis: 3:2, Toucheingabe: 10-Punkt-Multitouch
 - Festplatte 1: Flash, 128 GB
 - Grafikkarte: Intel HD-Grafik 520
 - Price: 989.- (inkl. MwSt. zzgl. Versand € 4,99)
 - Availability: Online auf Lager, Marktabholung prüfen, Alle Lieferoptionen prüfen.
- SAMSUNG SAMSUNG Galaxy TabPro S (SM-W708) LTE Convertible 128 GB 12 Zoll**:
 - Prozessor: Intel® Core™ i3-6Y30 Prozessor (bis zu 2,20 GHz mit Intel® Turbo-Boost-Technik 2.0, 4 MB Intel® Smart Cache)
 - Betriebssystem: Windows 10 Pro
 - Arbeitsspeicher-Größe: 4 GB
 - Festplatte 1: SSD, 128 GB
 - Grafikkarte: Intel® HD-Grafik 515
 - Farbe: Schwarz
 - Price: 1089.- (inkl. MwSt. zzgl. Versand € 4,99)
 - Availability: Lieferung in 3 Wochen, Marktabholung prüfen, Alle Lieferoptionen prüfen.

The left sidebar contains filters for 'Auswahl konfigurieren', 'Alle Filter einklappen', 'Kategorien' (Computer & Büro, Notebooks & Zubehör, 2in1 Convertibles), 'Marke' (MICROSOFT (15), SAMSUNG (3), ALER (17), ASUS (11), TREKSTOR (3), LENOVO (6), HP (6), HUAWEI (2)), 'Preis' (167 - 3259), and 'Verfügbarkeit' (auf Lager (54), in Kürze lieferbar (4), Vorbesteller (5)).

Unterkategorie „2in1 convertibles“ auf mediamarkt.de

NOTEBOOKSBILLIGER.DE

Bei notebooksbilliger.de wird analog zu saturn.de der Text der Kategorienseiten im unteren Drittel der Seite platziert und weist inhaltlich und optisch noch Optimierungspotentiale auf, die nicht nur dem Ranking zugute kommen würden, sondern auch den Usern wichtige Informationen liefern könnten. Die interne Verlinkung auf themennahe Kategorienseiten wird in Form einer Tag-Cloud am Ende des Textes sowie diverser Links aus dem Fließtext realisiert.

Intel® Core™ i5 (6th-Generation) Processor 2.80 GHz (Turbo Boost bis zu 3.60 GHz) / 8 GB RAM / 512 GB SSD Festplatte / DVD-Brenner / NVIDIA® GeForce® GTX 950M 4096 MB DDR3 / 39 cm (15,6") 1920 x 1080 Pixel (Full HD) mattes Display / Intel® Dual Band Wireless-AC 7265 (2x2) / Bluetooth 4.0 / Full-HD-Webcam / 2.27 kg / Robustes Rubberized-Design / Ohne Betriebssystem

Details

Sofort ab Lager
24h-Service möglich

Artikel in den Warenkorb

Merken Vergleichen

1 2 ... 70 >

Mit Notebooks kennen wir uns aus!

Der Trend bei der Anschaffung neuer Computer geht bereits seit Jahren eindeutig in Richtung Laptops. Entscheiden auch Sie sich beim Neukauf für ein Notebook, denn die Vorteile liegen auf der Hand: Die kleinen und mittlerweile äußerst leichten Geräte sind mobil und vielseitiger einsetzbar als ein Tablet. Von fast jedem Ort aus lässt sich mit einem Laptop arbeiten, im Internet surfen oder mit Freunden und Kollegen kommunizieren.

Wir von notebooksbilliger.de bieten günstige Notebooks mit unterschiedlicher Bildschirmgröße für Privat- und Geschäftskunden an: Vom Einsteiger-Modell wie einem Mini Notebook oder [Netbook](#) für private Zwecke bis hin zum [High-End Notebook](#) mit einer Grafikkarte von Nvidia für spezielle Business-Anwendungen reicht die Auswahl in Deutschlands größtem Onlineshop für Notebooks. Lassen Sie sich von unserer Markenvielfalt überzeugen. Wir führen beliebte Bestseller und erweitern unser Sortiment stets um [brandneue Modelle](#) aller führenden Hersteller.

Wir unterstützen Sie bei der Auswahl Ihres Notebooks

Sie benötigen fachliche Unterstützung bei der Auswahl Ihres neuen Notebooks. Sollten Sie noch nicht so recht wissen, was Ihr zukünftiger Laptop alles können muss, dann lassen Sie sich ganz bequem telefonisch von unseren Fachexperten (Telefon: 0331 73099111 - Ortstarif) beraten. Entdecken Sie unseren interaktiven [Notebook-Berater](#). Dieser hilft Ihnen zudem gerne bei der Auswahl Ihres neuen Notebooks.

Zudem stellen wir Ihnen stets aktualisierte, unabhängige Testberichte und -siegel zu einzelnen Geräten zur Verfügung. Unsere Bewertungen zeigen, wie andere Kunden unsere Notebooks und Leistungen einschätzen. Diese Transparenz gepaart mit einem hohen Serviceanspruch ermöglicht es, dass Sie bei uns einen leistungsstarken Laptop zu unschlagbar günstigen Konditionen finden, der Ihren persönlichen Bedürfnissen entspricht.

Weitere Angebote zum Thema Notebooks: [Subnotebooks](#), [Multimedia Notebooks](#), [Einsteiger Notebooks](#), [Notebooks ohne Windows](#), [UMTS Notebooks](#), [Windows 7 Notebooks](#), [Highend Notebooks](#), [Windows 8 Notebooks](#), [17 Zoll Notebook](#), [13 Zoll Notebook](#), [15 Zoll Notebook](#), [Mini Laptop](#), [Intel Core i5 Notebook](#), [Intel Core i7 Notebook](#), [Notebook mit SSD](#), [10 Zoll Notebook](#), [Die besten Notebooks](#), [Weiße Notebooks](#)

Testsieger im Deutschlandtest

Schneller Versand

Flexible Zahlung

BESTER ONLINE-SHOP KUNDENZUFRIEDENHEIT FOCUS (22/15 UND 23/15) DEUTSCHLAND TEST

Wir versenden überwiegend mit:

Hermes UPS

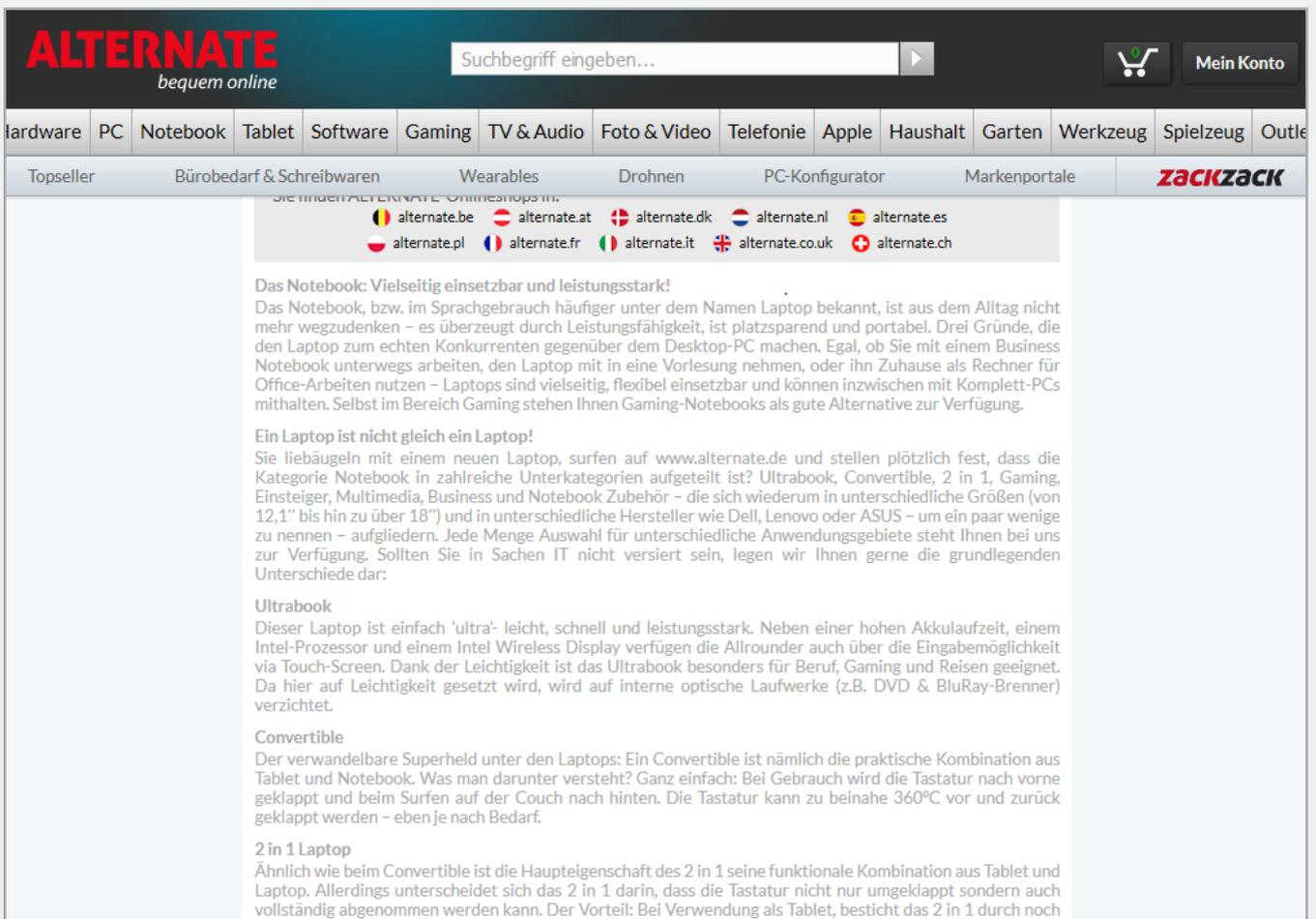
MasterPass MasterCard VISA PayPal SOFORT ÜBERWEISUNG

Kategorienseite „Notebooks“ von notebooksbilliger.de

ALTERNATE.DE

alternate.de platziert seinen Content auf Kategorienseiten unterhalb des sichtbaren Bereiches, auch “below the fold” genannt. Beim Inhalt wird auf die Aufzählung und kurze Beschreibung von unterschiedlichen Notebooktypen gesetzt. Allerdings wird hier wenig auf einen interaktiven oder ansprechenden Aufbau geachtet.

Potentiale bestehen bei der Darstellung des Contents auf den Unterkategorienseiten von alternate.de. Dieser könnte mit Bildern, Videos oder Listen angereichert werden, um eine höhere Relevanz für den Nutzer zu erzeugen und die Inhalte lesbarer zu gestalten.



ALTERNATE
bequem online

Suchbegriff eingeben...

Mein Konto

Hardware PC Notebook Tablet Software Gaming TV & Audio Foto & Video Telefonie Apple Haushalt Garten Werkzeug Spielzeug Outdoor

Topseller Bürobedarf & Schreibwaren Wearables Drohnen PC-Konfigurator Markenportale **ZACKZACK**

Sie finden ALTERNATE Onlineshops in:

- alternate.be
- alternate.at
- alternate.dk
- alternate.nl
- alternate.es
- alternate.pl
- alternate.fr
- alternate.it
- alternate.co.uk
- alternate.ch

Das Notebook: Vielseitig einsetzbar und leistungsstark!
Das Notebook, bzw. im Sprachgebrauch häufiger unter dem Namen Laptop bekannt, ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken – es überzeugt durch Leistungsfähigkeit, ist platzsparend und portabel. Drei Gründe, die den Laptop zum echten Konkurrenten gegenüber dem Desktop-PC machen. Egal, ob Sie mit einem Business Notebook unterwegs arbeiten, den Laptop mit in eine Vorlesung nehmen, oder ihn Zuhause als Rechner für Office-Arbeiten nutzen – Laptops sind vielseitig, flexibel einsetzbar und können inzwischen mit Komplett-PCs mithalten. Selbst im Bereich Gaming stehen Ihnen Gaming-Notebooks als gute Alternative zur Verfügung.

Ein Laptop ist nicht gleich ein Laptop!
Sie liebäugeln mit einem neuen Laptop, surfen auf www.alternate.de und stellen plötzlich fest, dass die Kategorie Notebook in zahlreiche Unterkategorien aufgeteilt ist? Ultrabook, Convertible, 2 in 1, Gaming, Einsteiger, Multimedia, Business und Notebook Zubehör – die sich wiederum in unterschiedliche Größen (von 12,1" bis hin zu über 18") und in unterschiedliche Hersteller wie Dell, Lenovo oder ASUS – um ein paar wenige zu nennen – aufgliedern. Jede Menge Auswahl für unterschiedliche Anwendungsgebiete steht Ihnen bei uns zur Verfügung. Sollten Sie in Sachen IT nicht versiert sein, legen wir Ihnen gerne die grundlegenden Unterschiede dar:

Ultrabook
Dieser Laptop ist einfach 'ultra'- leicht, schnell und leistungsstark. Neben einer hohen Akkulaufzeit, einem Intel-Prozessor und einem Intel Wireless Display verfügen die Allrounder auch über die Eingabemöglichkeit via Touch-Screen. Dank der Leichtigkeit ist das Ultrabook besonders für Beruf, Gaming und Reisen geeignet. Da hier auf Leichtigkeit gesetzt wird, wird auf interne optische Laufwerke (z.B. DVD & BluRay-Brenner) verzichtet.

Convertible
Der verwandelbare Superheld unter den Laptops: Ein Convertible ist nämlich die praktische Kombination aus Tablet und Notebook. Was man darunter versteht? Ganz einfach: Bei Gebrauch wird die Tastatur nach vorne geklappt und beim Surfen auf der Couch nach hinten. Die Tastatur kann zu beinahe 360° vor und zurück geklappt werden – eben je nach Bedarf.

2 in 1 Laptop
Ähnlich wie beim Convertible ist die Haupteigenschaft des 2 in 1 seine funktionale Kombination aus Tablet und Laptop. Allerdings unterscheidet sich das 2 in 1 darin, dass die Tastatur nicht nur umgeklappt sondern auch vollständig abgenommen werden kann. Der Vorteil: Bei Verwendung als Tablet, besticht das 2 in 1 durch noch

Kategorienseite „Notebook“ auf alternate.de

REDCOON.DE

redcoon.de verzichtet auf Kategorienseiten auf textliche Inhalte und stellt ausschließlich Produkte und Teaser dar.

Kundenfragen schnell beantwortet:

Wo kann ich mein Laptop finanzieren oder auf Raten kaufen?

Antwort: Bei redcoon können Sie bei den Zahlungsarten einfach "Finanzierung" wählen. Weiterführende Informationen finden Sie unter [>>Laptop Finanzierung<<](#)

Wo kann ich mein Laptop auf Rechnung kaufen?

Antwort: Sie können ganz einfach in Ihrem Bestellprozess die Zahlungsart "Rechnung" auswählen. Hier gelangen Sie zu weiteren Infos zum Thema [>>Auf Rechnung oder Raten kaufen<<](#)

Auszeichnungen



Geprüfte Sicherheit



Social Media



Newsletter abonnieren



Zahlungsarten

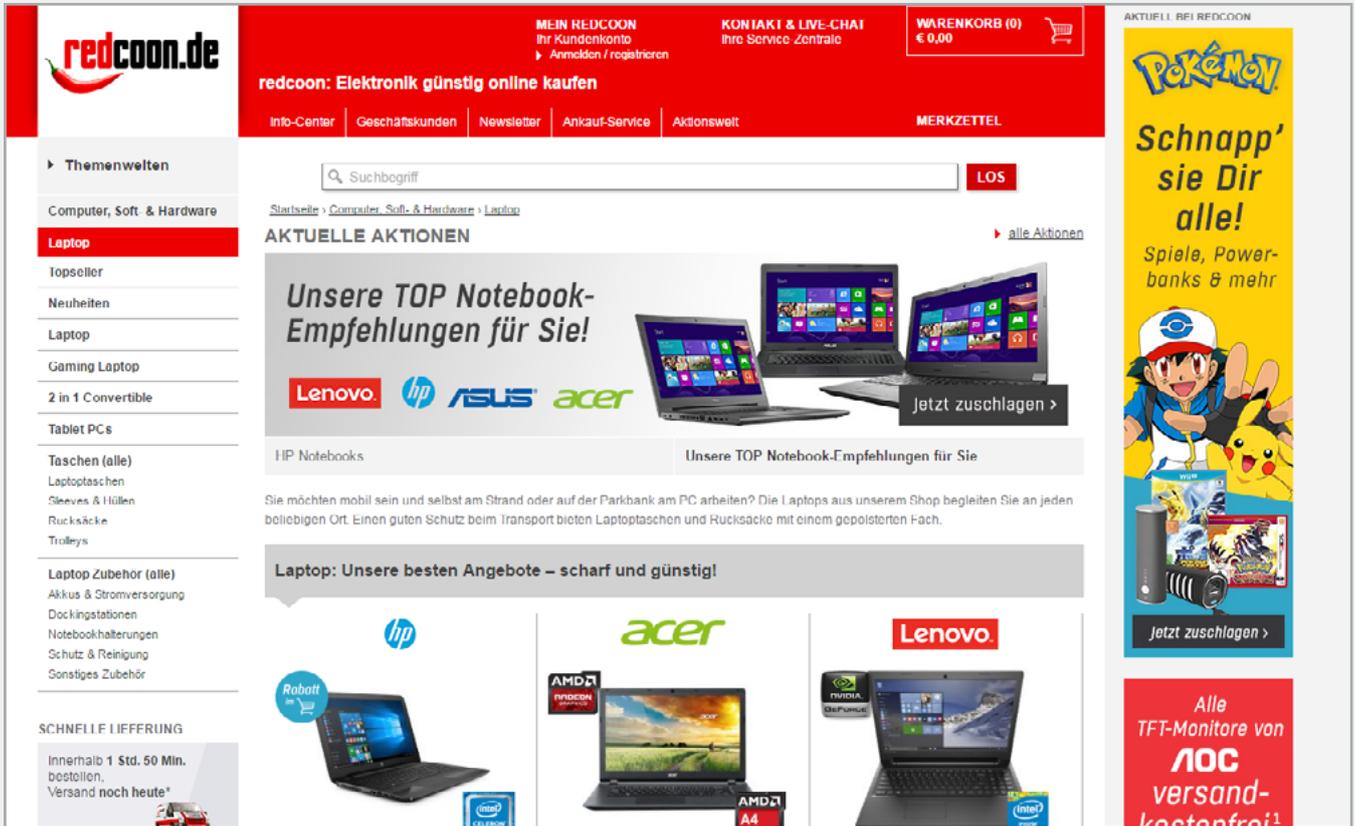


Kategorienseite „Laptop“ auf redcoon.de

3.6 Fazit Content-Strategie

Bis auf cyberport.de binden die Shops überwiegend einfache Fließtexte ohne signifikante weitere Medieninhalte ein. Allerdings überzeugen mediamarkt.de und notebooksbilliger.de mit ihrem Content auf spezifischeren Kategorienseiten, der gut aufgearbeitet und interaktiv präsentiert wird.

saturn.de übernimmt mit seinem Content-Angebot die übergeordnete, strategische Führung. Der Elektronikfachmarkt erreicht die Kunden an verschiedenen Touchpoints und wirbt für seinen Content wie für ein Produkt. Den Ratgeber "Turn On" gibt es als Printmagazin, Online-Portal und als Youtube-Kanal. Der Content wird in attraktiven und verständlichen "Häppchen" (Snacky Content) serviert und überzeugt durch die Anreicherung verschiedener Medienformate. Die Social-Media Strategie geht auf und erreicht mit dem authentischen Einbezug von Tech-Nick eine breite Masse. Der bereitgestellte Content auf alternate.de ist zwar durchaus informativ, doch lässt sich die Content-Aufbereitung noch nicht mit jener der Mitbewerber vergleichen.



redcoon.de

MEIN REDCOON
Ihr Kundenkonto
Anmelden / registrieren

KONTAKT & LIVE-CHAT
Ihre Service-Zentrale

WARENKORB (0)
€ 0,00

redcoon: Elektronik günstig online kaufen

Info-Center | Geschäftskunden | Newsletter | Ankauf-Service | Aktionswelt

MERKZETTEL

Suchbegriff **LOS**

Startseite > Computer, Soft- & Hardware > Laptop

AKTUELLE AKTIONEN [alle Aktionen](#)

Unsere TOP Notebook-Empfehlungen für Sie!

Lenovo hp ASUS acer **Jetzt zuschlagen >**

HP Notebooks **Unsere TOP Notebook-Empfehlungen für Sie**

Sie möchten mobil sein und selbst am Strand oder auf der Parkbank am PC arbeiten? Die Laptops aus unserem Shop begleiten Sie an jeden beliebigen Ort. Einen guten Schutz beim Transport bieten Laptoptaschen und Rucksäcke mit einem gepolsterten Fach.

Laptop: Unsere besten Angebote – scharf und günstig!

hp **acer** **Lenovo**

Rabatt   

SCHNELLE LIEFERUNG
Innerhalb 1 Std. 50 Min.
bestellen.
Versand noch heute*

POKÉMON
Schnapp' sie Dir alle!
Spiele, Powerbanks & mehr

Jetzt zuschlagen >

Alle TFT-Monitore von **AOC** versandkostenfrei!

Kategorieseiten-Text "Laptop" auf redcoon.de

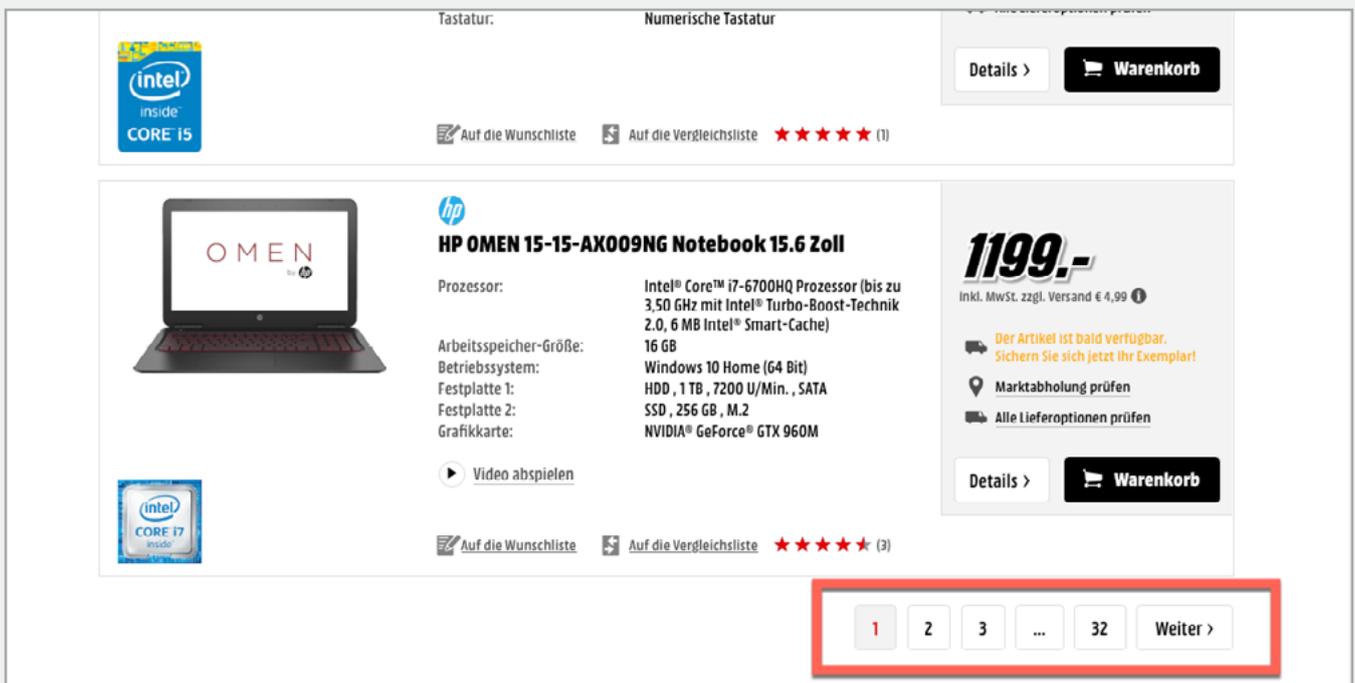
Shop	Blogs / Portale	Social Media
alternate.de	✓ blog.alternate.de	Facebook, Twitter, Youtube, Google+
cyberport.de	✓ cyberbloc.de	Facebook, Twitter, Youtube
mediamarkt.de	✓ smart-wohnen.de ✓ mediamag.net	Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google+
notebooksbilliger.de	✓ blog.notebooksbilliger.de ✓ notebooksbilliger.de/notebook+berater	Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google+, tumblr
redcoon.de	-	Facebook, Twitter, Youtube, Google+
saturn.de	✓ techtalk.saturn.de ✓ turn-on.de	Facebook, Twitter, Youtube, Google+

Shop	Inhalte auf den Kategorienseiten
alternate.de	Text
cyberport.de	Text, Bilder, interaktiv
mediamarkt.de	Text
notebooksbilliger.de	Text
redcoon.de	-
saturn.de	Text

3.7 Technisches SEO

3.7.1 Paginierung

Kategorien mit paginierten Seiten (z.B. /kategorie/?seite=2 usw.) können je nach Umsetzung mehrere Nachteile hinsichtlich SEO mit sich bringen. Die größte Gefahr entsteht durch die Generierung mehrerer Seiten ohne klare Themenfokussierung bzw. inhaltliche Relevanz und somit die Indexierung von möglichen Thin-Content Seiten. Paginierte Seiten sind damit häufig SEO-irrelevant und deren Indexierung sollte daher korrekt gesteuert werden.



The screenshot shows a product listing for an HP OMEN 15-15-AX009NG Notebook. The page includes a product image, specifications, price, and a pagination control at the bottom right. The pagination control is highlighted with a red box and shows the following elements:

- Buttons for '1', '2', '3', '...', '32', and 'Weiter >'

The product details include:

- HP OMEN 15-15-AX009NG Notebook 15.6 Zoll**
- Prozessor:** Intel® Core™ i7-6700HQ Prozessor (bis zu 3,50 GHz mit Intel® Turbo-Boost-Technik 2.0, 6 MB Intel® Smart-Cache)
- Arbeitsspeicher-Größe:** 16 GB
- Betriebssystem:** Windows 10 Home (64 Bit)
- Festplatte 1:** HDD, 1 TB, 7200 U/Min., SATA
- Festplatte 2:** SSD, 256 GB, M.2
- Grafikkarte:** NVIDIA® GeForce® GTX 960M

The price is listed as **1199.-** (inkl. MwSt. zzgl. Versand € 4,99). The page also features 'Details >' and 'Warenkorb' buttons.

Paginierung auf mediamarkt.de

Dazu sollten paginierte Seiten mit den Attributen `rel="next"` und `rel="prev"` ausgezeichnet werden. Somit wird Suchmaschinen signalisiert, dass die mit dem Tag versehenen Seiten logisch zusammenhängen.

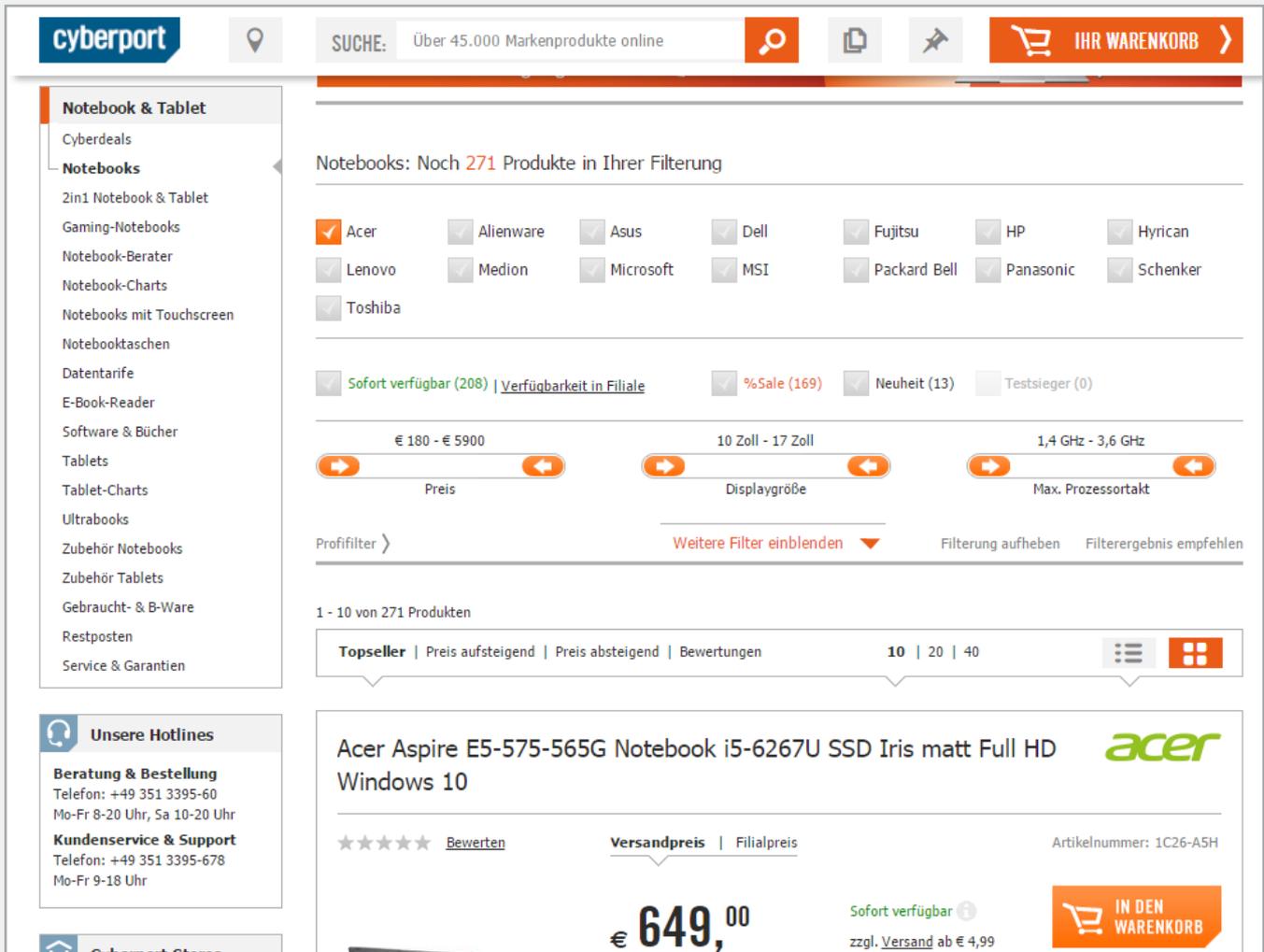
redcoon.de, saturn.de, mediamarkt.de und alternate.de haben die Paginierungs-Seiten mit dem Meta-Tag „robots“ auf „noindex, follow“ gestellt. Dadurch verhindern die Shops, dass diese Seiten in den Suchmaschinen-Index aufgenommen werden, den enthaltenen Links jedoch gefolgt wird.

Shop	Paginierung vorhanden	rel="next/prev"	Paginierungsseiten auf "noindex, follow"
alternate.de	✓	✗	✓
cyberport.de*	-	-	-
mediamarkt.de	✓	✓	✓
notebooksbilliger.de	✓	✗	✗
redcoon.de	✓	✓	✓
saturn.de	✓	✓	✓

*Verwendung von anderer Technik

3.7.2 KW-Skalierung durch Faceted Navigation

Durch die Faceted Navigation entstehen bei cyberport.de URLs, die für die organische Suche ranken. Bei interner Navigation ändern sich die URLs durch die Filterung dagegen nicht. Vorteilhaft wäre es, wenn die URLs auch bei interner Navigation entstehen, um z.B. so auch geteilt bzw. verlinkt werden zu können. Eine optimale Möglichkeit, dies zu erreichen, ist die P(ost)-R(equest)-G(et) Methode, welche sich wunderbar zur Steuerung der Indexierung des Linkjuices und des Crawl-Budgets eignet. Zusätzlich entstehen jedoch saubere URLs, welche von Usern kopiert und versendet (Social Media, E-Mail, etc.) werden können.



The screenshot shows the Cyberport website interface. At the top, there is a search bar with the text 'SUCHE: Über 45.000 Markenprodukte online' and a shopping cart icon labeled 'IHR WARENKORB'. Below the search bar, a navigation menu on the left lists categories like 'Notebook & Tablet', 'Cyberdeals', and 'Notebooks'. The main content area displays 'Notebooks: Noch 271 Produkte in Ihrer Filterung'. It features a grid of brand filters (Acer, Alienware, Asus, Dell, Fujitsu, HP, Hyrcan, Lenovo, Medion, Microsoft, MSI, Packard Bell, Panasonic, Schenker, Toshiba) and a row of feature filters (Sofort verfügbar (208), %Sale (169), Neuheit (13), Testsieger (0)). Below these are three range sliders for 'Preis' (€ 180 - € 5900), 'Displaygröße' (10 Zoll - 17 Zoll), and 'Max. Prozessortakt' (1,4 GHz - 3,6 GHz). A 'Profilfilter' section includes 'Weitere Filter einblenden', 'Filterung aufheben', and 'Filterergebnis empfehlen'. The product list shows '1 - 10 von 271 Produkten' with sorting options like 'Topseller', 'Preis aufsteigend', and 'Preis absteigend'. The first product is an 'Acer Aspire E5-575-565G Notebook i5-6267U SSD Iris matt Full HD Windows 10' with a price of € 649,00 and a 'Sofort verfügbar' status. A 'Beratung & Bestellung' section is visible on the left side of the page.

Filterung von cyberport.de: Kombination "Marke" + "Notebooks"

Bei saturn.de, mediamarkt.de und notebooksbilliger.de gelangen die Filterseiten dagegen nicht in den Index. Die drei Domains erstellen für Suchanfragen mit Markenbegriffen eigene Landingpages. Dadurch gibt es im Shop zwei Seiten, auf denen „Acer Notebooks“ aufgelistet werden. redcoon.de geht ebenso vor und erzeugt bei interner Navigation keine neue URL. alternate.de geht wie bei der Paginierung vor und nimmt Filterseiten nicht in den Index auf.

3.7.3 Vermeidung von Duplicate & Thin Content

Das Canonical-Tag wird verwendet, um Suchmaschinen bei identischen Inhalten auf das Originaldokument zu verweisen. Dadurch soll die Indexierung des Quell-Dokuments vermieden, der Duplicate Content Problematik entgangen und sämtliche „Power“ auf das Original-Dokument (rel=“canonical“ href=“[Ziel-Dokument]“) übertragen werden.

Im konkreten Fall der Elektroschops betrifft das vor allem die Produktdetailseiten, insofern mehrere Varianten eines Produktes verfügbar sind, die sich jedoch nur durch minimale Merkmale, wie bspw. Farbe, unterscheiden.

Shop	Korrekte Verwendung der Canonical Tags
alternate.de	✓
cyberport.de	✓
mediamarkt.de	✗
notebooksbilliger.de	✗
redcoon.de	✓
saturn.de	✗

Allerdings wird das Tag nicht immer vollständig eingesetzt, um auf doppelte Inhalte hinzuweisen. Am Beispiel des Apple iPad findet man das Gerät in allen Shops in unterschiedlichen Farben und Speichergrößen jeweils auf eigenen Produktdetailseiten. So gibt es im beschriebenen Beispiel für das Gerät mit demselben Beschreibungstext und technischen Daten mindestens zwei Produktdetailseiten. Hier könnte eine "Originalseite" definiert werden, z.B. eine übergeordnete Produkt-URL, welche untergeordnete Varianten-URLs bereitstellt. Die Produkt-URL wird indexiert und verweist in Form von listenhaften Darstellungen auf die verfügbaren Varianten. Besser noch in diesem Fall: Die einzelnen Produktseiten werden entsprechend separat projiziert, da die Suchvolumina für unterschiedliche Farben und Speichergrößen durchaus interessant sein können.

saturn.de und mediamarkt.de verwenden das Canonical-Tag dazu bei Paginierungs-Seiten und verweisen immer auf Seite 1 der jeweiligen Kategorie. Dieses Vorgehen ist in der Regel nicht zielführend, da die paginierten Seiten unterschiedliche Inhalte (v.a. Produkte) beinhalten. Durch den Einsatz des Canonical Tag folgt Google den auf den Pagnierungs-Seiten enthaltenen Links nicht.

Hier ist es ausreichend, wenn das Meta-Tag „robots“ auf „noindex, follow“ gestellt wird. Dazu verwendet saturn.de das Canonical-Tag, um HTTPS-Seiten auf HTTP zu kanonisieren.

3.8 Sichere Verbindung (HTTPS)

Als Onlineshop ist die Verwendung von HTTPS durchaus empfehlenswert. Neben dem Trust-signal für die User gilt das sichere Protokoll inzwischen auch als Ranking-Faktor bei der Google-Suche.

Der Großteil der überprüften Shops verwendet HTTPS in der Praxis, einige verwenden das Protokoll nur im Checkout-Prozess. Dies ist bei redcoon.de und mediamarkt.de der Fall. Die Verschlüsselung wird hier erst im Checkout aktiv. Bei den anderen vier Shops läuft die komplette Domain unter HTTPS. Eine Umstellung der kompletten Domain auf HTTPS ist hier empfehlenswert.

Shop	HTTPS kompletter Shop	HTTPS ab Warenkorbprozess
alternate.de	✓	✓
cyberport.de	✓	✓
mediamarkt.de	✓	✓
notebooksbilliger.de	✓	✓
redcoon.de	✗	✓
saturn.de	✗	✓

3.9 Semantische Auszeichnungen

Mit der Verwendung von Rich Snippets durch semantische Daten wie z.B. Bewertungen, Preisangaben und Lagerbestand kann die Click Through Rate in den Suchmaschinenergebnisseiten erhöht werden.

Durch vordefinierte Auszeichnungen (z.B. schema.org, data-vocabulary) im Quellcode können verschiedene Informationen / Daten strukturiert an die Suchmaschine übergeben werden. Alternativ können die Daten per JSON-LD injiziert werden, z.B. über ein Tag Management System.

Shop	Bewertung Produktseite	Bewertung Kategorienseiten	Produktseite "auf Lager"	Produkt- seite "Preis"
alternate.de	✓	✗	✓	✓
cyberport.de	✓	✗	✓	✓
mediamarkt.de	✓	✗	✓	✓
notebooks- billiger.de	✓	✗	✗	✓
redcoon.de	✓	✗	✓	✓
saturn.de	✗	✗	✓	✓

Bisher setzen nur redcoon.de und cyberport.de auf ausführliche Rich Snippets für Produktseiten mit Bewertungen, Preis und Lagerbestand. alternate.de verwendet ebenfalls die Bewertungen und den Produktpreis.

Asus UX501VW-FY145T Notebook i7-6700HQ 16GB ... - Cyberport
<https://www.cyberport.de/asus-ux501vw-fy145t-notebook-i7-6700hq-16gb-512gb-ss...> ▼
 ★★★★★ Bewertung: 5 - 1 Rezension - 1.599,00 € - Nicht auf Lager
 03.05.2016 - **Asus UX501VW-FY145T Notebook i7-6700HQ 16GB/512GB SSD FHD GTX960M Windows 10.**

Rich Snippet - cyberport.de

Die SearchBox wird dagegen bei allen Shops bis auf alternate.de bei Brandanfragen ausgespielt. Bei notebooksbilliger.de wird nach Eingabe eines Suchbegriffes eine Siteabfrage ausgeführt anstatt eine Shop-Suche auszuführen, was durch semantische Auszeichnungen erreicht werden und zu einem Trafficgewinn führen kann.

Laptops & Elektronik kaufst Du bei notebooksbilliger.de
www.notebooksbilliger.de/ ▾
 notebooksbilliger.de, der Testsieger-Shop mit billigen Preisen. Günstige Schnäppchen rund um Notebooks, Tablets, PCs, Smartphones, Haushaltsgeräte, TVs.

macbook 

 macbook site:notebooksbilliger.de  

[Alle](#) [News](#) [Shopping](#) [Bilder](#) [Videos](#) [Mehr ▾](#) [Suchoptionen](#)

Ungefähr 4.940 Ergebnisse (0,35 Sekunden)

Apple MacBook Pro mit Retina Display >> notebooksbilliger.de
www.notebooksbilliger.de › [Notebooks](#) › [APPLE](#) › [MacBook Pro](#) ▾
 Aktuelle Apple MacBook Pro mit Retina Display günstig online kaufen bei notebooksbilliger.de.

Apple MacBook Pro 2016 günstig online kaufen und sparen
www.notebooksbilliger.de › [Notebooks](#) › [APPLE](#) ▾
 Apple MacBook Pro 2016 zum günstigen Preis bei notebooksbilliger.de kaufen. Große Auswahl und 24h Expressversand möglich. Hier sparen >>

Apple MacBook 2016 günstig online kaufen und sparen
www.notebooksbilliger.de › [Notebooks](#) › [APPLE](#) ▾
 Apple MacBook 2016 zum günstigen Preis bei notebooksbilliger.de kaufen. 24h Expressversand für lagernde Artikel möglich.

Apple MacBook Air 2016 günstig online kaufen und sparen
www.notebooksbilliger.de › [Notebooks](#) › [APPLE](#) ▾

3.10 Überprüfung der Ladezeit

Die Seitenladegeschwindigkeit ist ein direkter Rankingfaktor. Ihr Einfluss in diesem Bereich ist zwar gering, sie wirkt sich jedoch in vielerlei Hinsicht positiv auf Benutzersignale und Crawlability aus.

Die User-Experience ist in unterschiedlichen Korrelationsstudien maßgeblich für den Erfolg einer Domain ausgewiesen. Nicht zuletzt ist die Ladezeit relevant für die Conversion-Rate einer Website.

Verglichen werden Time to First Byte, Start Render, Document Complete Time, Requests, Bytes in und die Verwendung von http2.

Shop	First Byte	Start Render	Document Complete	Requests	Bytes in	HTTP2
alternate.de	0,34 s	2,2 s	6,7 s	190	1.4 MB	×
cyberport.de	0,37 s	4,21 s	7,6 s	157	1,2 MB	×
mediamarkt.de	0,35 s	3,3 s	8,7 s	65	1,6 MB	×
notebooksbilliger.de	0,34 s	3,0 s	12,3 s	140	2,1 MB	×
redcoon.de	0,33 s	1,8 s	6,5 s	155	1,9 MB	×
saturn.de	0,35 s	2,2 s	9.0 s	78	2,2 MB	×

Quelle: <https://1:1048576gtmetrix.com> (02.09.2016)

First Byte: Dauer bis das erste Byte des angeforderten HTML-Dokuments empfangen wird. Optimal wäre ein Wert zwischen 200 und 400 Millisekunden.

Start Render: Der Browser beginnt mit dem Rendern der Seiteninhalte.

Document Complete: Alle grundlegenden Komponenten des HTML Dokuments werden innerhalb dieses Messwerts geladen. Klicken und Scrollen ist nun möglich.

Requests: Anzahl der notwendigen Datenverbindungen zwischen Browser und Server. Je weniger Einzelverbindungen aufgebaut werden müssen, desto schneller können alle Inhalte der Seite angefordert werden.

Bytes in: Größe der Website in KB.

HTTP2: Die Ladezeitverbesserung, die http2 mit sich bringt, kann enorm sein - je nach technischer Umsetzung des Portals. Browser können mittels Multiplexing-Verfahren mehrere Pakete des Servers gleichzeitig über eine Verbindung beziehen. In diesem sogenannten Stream werden die Daten vielfach gesendet und angefordert. Alle überprüften Shops haben das http2-Protokoll noch nicht im Einsatz.

FAZIT LADEZEIT

Was die endgültige Ladezeit (= Document Complete) betrifft, ist alternate.de der schnellste Shop. Dahinter folgt cyberport.de mit einer annehmbaren Ladezeit. Die restlichen Shops haben noch offene Potentiale, was die Ladezeit der Domains angeht. Geprüft wurde hier nur die Desktop-Ladezeit.

3.11 Check auf Mobilfähigkeit

Auf die Bedeutung der mobilen Ausrichtung von Onlineshops wurde bereits im SEA-Bericht ausführlich eingegangen. Aus SEO-Sicht ist hierbei vor allem die notwendige Referenzierung bei mobilen Subdomains interessant. Da saturn.de und mediamarkt.de mit einem Responsive Design arbeiten, betrifft dies nur redcoon.de, alternate.de, notebooksbilliger.de und cyberport.de.

Bei einer mobilen Subdomain sollten die dadurch entstehenden unterschiedlichen URLs via rel=alternate im HTML-Head ausgezeichnet werden. Zusätzlich sollte auf der mobilen URL ein Canonical auf die entsprechende Desktop-URL verweisen. So können die Subdomains m.alternate.de, m.redcoon.de, m.notebooksbilliger.de und m.cyberport.de korrekt für die Anzeige auf Mobilgeräten definiert werden.

notebooksbilliger.de hat den Switch aus SEO-Sicht korrekt umgesetzt. alternate.de hat zwar das Canonical korrekt gesetzt, aber die rel="alternate" Referenzierung fehlt. Dagegen wurde bei redcoon.de nur rel="alternate" verwendet. cyberport.de verzichtet bei der mobilen Subdomain und der Desktop-Variante auf die Referenzierung und das Canonical-Tag.

Shop	Mobile Seite vorhanden	Referenzierung	Canonical auf Desktop-Variante
alternate.de	✓	✗	✓
cyberport.de	✓	✗	✗
mediamarkt.de*	✓	✗	✗
notebooksbilliger.de	✓	✓	✗
redcoon.de	✓	✓	✓
saturn.de*	✓	✗	✗

*responsive Design

3.12 Das Gesamt-SEO-Ranking

Erklärung zur Punkteverteilung:

Insgesamt können maximal 10 Punkte pro Bereich erreicht werden. 0 Punkte werden erzielt, wenn die Umsetzung falsch oder nicht vorhanden ist. Die Punkte werden nach bestem Wissen und Gewissen vergeben.

Shop/Feststellung	3.1	3.4	3.4.1	3.5.1	3.6	3.7	3.8	3.9	Σ	Position
alternate.de	4	4	4	6	10	6	8	6	48	5
cyberport.de	6	6	6	6	10	8	6	2	50	4
mediamarkt.de	10	10	10	10	4	2	2	10	58	1
notebooksbilliger.de	8	8	8	2	10	2	4	10	52	3
redcoon.de	6	2	2	10	6	8	4	6	42	6
saturn.de	8	10	10	10	0	6	2	10	56	2

Bewertungsgrundlage: 10 Punkte = sehr gut 0 Punkte = dringender Optimierungsbedarf

3.1 = Sichtbarkeit

3.4 = Content Strategie

3.4.1 = Content der Kategorienseiten

3.5 = technisches SEO

3.5.1. = Paginierung

3.6 = HTTPS

3.7 = Semantische Auszeichnungen

3.8 = Pagespeed

3.9 = Mobilness

3.13 Fazit SEO

Erfolgreiches SEO betreibt man heutzutage nur noch mit hochwertigen Inhalten für die User und einer starken technischen Basis.

Besonders interessant sind die unterschiedlichsten Content-Strategien der Shops. Anhand dieser ist erkennbar, dass die Unternehmen bereit sind, mehr in Content und in Content-Marketing zu investieren. Durch teilweise umfassende holistische Ansätze werden User bereits früh in der Customer Journey erreicht. Vor allem mediamarkt.de ist bei vielen Touchpoints der User Journey präsent. Das lässt sich auch in der Sichtbarkeit des Shops erkennen.

Aus technischer Sicht gibt es bei allen sechs Kandidaten noch Potentiale - dies kann natürlich auch an Einschränkungen der genutzten Technologien und Shopsysteme liegen. Eine korrekte Indexsteuerung und die Vermeidung von Duplicate Content zählen dabei zu den wichtigen SEO Potentialen. Um den Anschluss nicht zu verlieren und weiterhin gute Rankings Mobile und am Desktop zu erzielen, ist es bereits jetzt - und in der Zukunft noch mehr - entscheidend, die technische Optimierung der Seiten sowie eine funktionierende Mobile-Strategie im Blick zu behalten.

Hochwertiger Content und userfreundliche Formate werden bei einigen untersuchten Anbietern auf Blogs oder Magazinen präsentiert. Bei den meisten Shops könnte die Verbindung zwischen Ratgeber-Content und Kategorie-Seiten weiter ausgebaut und in die interne Linkstruktur integriert werden. Somit erhalten SEO-relevante (Ratgeber-)Inhalte zusätzliche Link-Power und stellen dem User wichtige Infos auf dem Weg zur Conversion zur Verfügung.

Es ist spannend zu beobachten, wie sich die jeweiligen Content-Strategien verändern. Denn eines ist sicher: Qualitative Inhalte, seien es Videos, Blog-Artikel, Ratgeber, PDFs etc., werden auch in Zukunft relevant sein. Die Frage ist nur, wer sich langfristig deutlich von den Mitbewerbern absetzen kann. mediamarkt.de ist hier bereits auf einem guten Weg. Dennoch sind die Potentiale bei den Mitbewerbern vorhanden, auch wenn sie aktuell noch nicht vollständig ausgereizt werden.



4. Ranking und Fazit: Affiliate Marketing, SEA und SEO

Werden alle erzielten Punkte der drei Bereiche Affiliate Marketing, SEA und SEO zusammen gerechnet, ergibt sich folgendes Ranking:

Shop	Σ	Position
alternate.de	136	6
cyberport.de	171,5	5
mediamarkt.de	195	2
notebooksbilliger.de	181,5	3
redcoon.de	176	4
saturn.de	198,5	1



Von insgesamt möglichen 245 Punkten wurden im Durchschnitt 176 Punkte erreicht. Bei alternate.de und notebooksbilliger.de liegen die erreichten Platzierungen der drei Marketing Disziplinen sehr nah beieinander: beim Affiliate Marketing und SEA erreichten sie jeweils die gleiche Stufe, im SEO dann jeweils eine Stufe höher. redcoon.de dagegen erzielte in den Bereichen SEO und Affiliate Marketing einen der beiden hinteren Plätze, im SEA jedoch den ersten Platz. cyberport.de, mediamarkt.de und saturn.de erreichten jeweils einmal Platz 1, Platz 2 und Platz 3 (aufgeteilt in die drei Kanäle Affiliate Marketing, SEA & SEO).

So überrascht es nicht, dass saturn.de und mediamarkt.de auf Platz 1 und 2 sehr nah beieinanderliegen, auch die Platzierungen 3 bis 5 rücken mit Blick auf die Punktevergabe nah zusammen.

An dieser Stelle soll nochmals betont werden, dass bei der Vergabe des Rankings teilweise nur wenige Punkte ausschlaggebend waren, sodass gegebenenfalls durch kleine Änderungen in den Bereichen ein anderes Ranking entstehen kann.

Außerdem konnten strategische Entscheidungen und weitere Hintergründe der Unternehmen nicht berücksichtigt werden, sodass sich nur bedingt Handlungsempfehlungen ableiten lassen. Dennoch zeigt diese 360° Performance Branchenanalyse viele Kriterien auf, die zur Performance eines Onlineshops beitragen und daher laufend überprüft und gegebenenfalls angepasst werden sollten. Kanalübergreifend lässt sich feststellen, dass eine einwandfreie technische Basis wichtige Voraussetzung ist und zu jeder Zeit sichergestellt sein sollte. Regelmäßige Potentialanalysen und ein Auge auf die Mitbewerber ebnen den Weg zum Erfolg in Affiliate Marketing, SEA und SEO!

Mitgliedschaften:



Zertifizierungen:



QUELLE TITELBILD:

de.fotolia.com | Datei: #63483659 | Urheber: Scanrail



 **XPOSE360 GmbH**

Am Silbermannpark 2

86161 Augsburg

.....

 +49 (0) 821 / 455 289 - 00

 info@xpose360.de

 www.xpose360.de