

SEO Quick-Check für Online-Apotheken





SEO Quick-Check: **Online-Apotheken**

Der Medikamentenversand ist in Deutschland bereits seit dem Jahr 2004 nicht mehr wegzudenken. Allein im Jahr 2016 haben rund 31 Millionen Kunden ihre Arzneimittel online bestellt. Im Jahr zuvor lagen die Zahlen noch bei rund 27 Millionen Käufern. Dieses starke Wachstum der Kundenzahlen zeigt, welche zunehmende Bedeutung der Medikamentenversand über Online-Apotheken für unsere Gesellschaft aufweist. Gerade ältere oder immobile Personen profitieren von diesem Angebot. Allerdings greifen auch häufig Berufstätige oder sehr ländlich lebende Personen darauf zurück, sich online beraten zu lassen und die Medikamente bequem liefern zu lassen.

Wir haben dieses Wachstum zum Anlass genommen, um die SEO-Performance der folgenden vier Online-Apotheken zu analysieren. Dabei haben wir uns auf die Suchmaschine Google fokussiert und entsprechend relevante SEO-Faktoren unter die Lupe genommen.

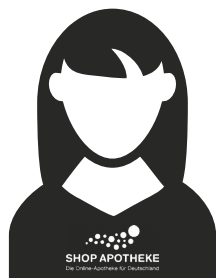


Wir bieten eine Riesen-Auswahl an apothekenüblichen Waren-, wie Medikamente oder Beauty- und Pflegeprodukte. Unsere Online-Fachberatung ermöglicht informierte Kaufentscheidungen.

Wir stehen für sichere, qualitativ hochwertige und flächendeckende pharmazeutische Versorgung und Beratung von über 4 Millionen Kunden – per Telefon, Mail, Web, videobasiertem Livechat oder unsere App.

Neben Medikamenten und Gesundheitsprodukten bieten wir auch ein umfangreiches Sortiment an Apothekenkosmetik und Wohlfühlprodukten sowie Kontaktlinsen und Arzneimittel für Ihr Haustier.

Wir bieten unseren Kunden einen kompetenten Beratungs-Service zu Arzneimitteln. Aktuell verlassen täglich etwa 12.000 Pakete unser Haus, die via Webshop oder Bestellhotline geordert werden können.



Sichtbarkeit

Um messen zu können, wie gut eine Webseite in den organischen Suchergebnissen auffindbar ist, wird im SEO in der Regel eine Kennzahl, die sogenannte „Sichtbarkeit“, ermittelt. Ein Indexwert zeigt hierbei die Sichtbarkeit einer Domain in der organischen Suche im Zeitverlauf.



Keyword-Set & Rankings

Um einen Vergleich der Konkurrenz auf die SERP-Platzierung zu ermöglichen, haben wir ein ausgewähltes Keyword-Set der relevanten Begriffe analysiert. Das Set umfasst Begriffe, die ein möglichst hohes Suchvolumen aufweisen und in der Branche die Top-Platzierungen der Wettbewerber widerspiegeln.



Snippets

Die Snippet-Optimierung gehört zu den Basics im SEO und bezieht sich auf die Darstellung der Suchergebnisse in den Google-SERPs - und somit den ersten Kontaktpunkt mit dem User. In unserem Quick-Check haben wir uns auf die Analyse und die Bewertung der SERP-Snippets der ausgewählten Mitbewerber konzentriert.



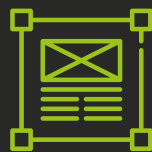
Pagespeed

Pagespeed gilt bei Google seit Langem als direkter Ranking-Faktor. Eine optimierte Ladezeit lässt den User und den Crawler die gesuchten Inhalte schneller sehen. Der Sinn und Zweck einer Website wird somit besser erfüllt. Daraus resultieren optimierte User-Behaviour-Daten und positive Beurteilungen durch den Google-Bot.



Content

Quality-Content bezeichnet jede Form von Inhalten, die Google als wertvoll für den User erachtet. Es gilt, nicht mehr nur die Suchmaschine, sondern vor allem die Nutzer in den Fokus zu stellen. Das Ergebnis: zufriedene Kunden und positive Nutzersignale. Gute Rankings entstehen dabei automatisch.



SEO-relevante Mediatypen

Neben typischen Webseiten-Inhalten, die auf Produkt- und Kategorienseiten zu finden sind, wird der Reichweitenaufbau über zielgruppenrelevante Kanäle immer wichtiger. So können Zielpersonen an verschiedenen Touchpoints des Kaufprozesses effektiv erreicht werden.



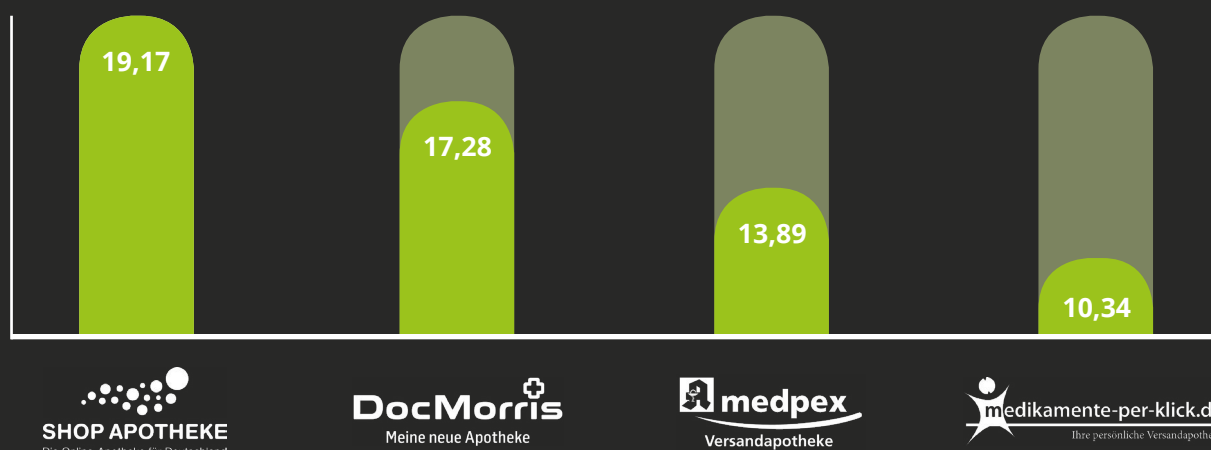
Folgende Punkte haben wir in diesem Zuge untersucht:



Sichtbarkeit

Der SISTRIX-Sichtbarkeitsindex ist eine Kennzahl für die Sichtbarkeit einer Domain auf den Suchergebnis-seiten von Google. Dieser Wert basiert darauf, wie oft und für welche Keywords und deren Frequenz eine Domain rankt. Die Höhe des Sichtbarkeitswertes spiegelt in der Regel sehr gute Rankings von suchvolumen-starken und relevanten Begriffen wider. Außerdem lässt sich schnell und unkompliziert eine Vergleichbarkeit in einem Wettbewerbsumfeld erzeugen.

Populäre Anbieter einer SaaS-Lösung für ein kontinuierliches Monitoring sind Xovi, SISTRIX und Searchmetrics. In unserem Quickcheck haben wir den Standardwert von SISTRIX verwendet, um die Gesamt-Sichtbarkeit der bewerteten Online-Apotheken darzustellen.



Im SISTRIX-Set ist die Online-Apotheke **shop-apotheke.com** mit **19,17** Indexpunkten an erster Stelle.

Oft befinden sich Unternehmen innerhalb eines Marktsegments in einer direkten Wettbewerbssituation, wobei einzelne Konkurrenten unter Umständen breiter aufgestellt sind als andere. Sind die einzelnen Bereiche architektonisch nicht klar getrennt, lassen sich die Mitbewerber nicht exakt vergleichen. Um erste Rückschlüsse zu ziehen, haben wir für unsere Bewertung die jeweiligen Gesamt-Sichtbarkeitswerte verglichen.



Kategoriesieger
Sichtbarkeit



FAZIT

Die Domain von shop-apotheke.com besitzt die höchste Gesamt-Sichtbarkeit der untersuchten Domains. Auf Basis dessen können wir shop-apotheke.com als Gewinner der Kategorie Sichtbarkeit definieren.



Keyword-Set & Rankings

Um eine Vergleichbarkeit innerhalb des Konkurrenzumfelds zu erzeugen, haben wir uns ein ausgewähltes Keyword-Set der relevanten Branchenkeywords angesehen. Das untersuchte Keyword-Set umfasst suchvolumenstarke Begriffe, die der Pharma-Branche entsprechen. Die jeweilige Top-Position ist grün hinterlegt und die Keywords sind absteigend nach dem Suchvolumen sortiert.

Keyword-Set zum Thema „Online-Apotheke“

Keywords	Suchvolumen	shop-apotheke	docmorris	medpex	medikamente-per-klick
online apotheke	165.000	1	3	12	11
versandapotheke	90.500	72	3	23	5
apotheke online	60.500	2	3	5	7
internet apotheke	14.800	2	3	15	8
online apotheke versandkostenfrei	8.100	1	7	40	3
günstige online apotheke	2.900	1	8	59	12
medikamente online	1.000	2	3	88	1
medikamente bestellen	590	1	4	85	5
medikamente online bestellen	590	2	1	95	5
online apotheke ohne versandkosten	390	3	7	21	2

Keyword-Set zum Thema „Produkte“

Keywords	Suchvolumen	shop-apotheke	docmorris	medpex	medikamente-per-klick
ibuprofen	90.500	58	4	>100	>100
paracetamol	74.000	13	14	>100	39
bepanthen	40.500	5	4	15	8
aspirin complex	40.500	6	2	9	3
nurofen	14.800	3	4	23	10
imodium	14.800	15	6	19	16
dolormin	12.100	7	3	14	11

Untersucht wurden sowohl ein Set aus relevanten Keywords mit dem Fokus auf „Online-Apotheken“ als auch ein relevantes Keyword-Set mit dem Fokus auf vielgesuchte Produkte. Bei der Rankinguntersuchung für die Produkt-Keywords hat docmorris in ganzer Linie überzeugt. Insgesamt konnte sich shop-apotheke.com am besten positionieren.



Kategoriesieger
Keyword-Set & Rankings



SHOP APOTHEKE
Die Online-Apotheke für Deutschland

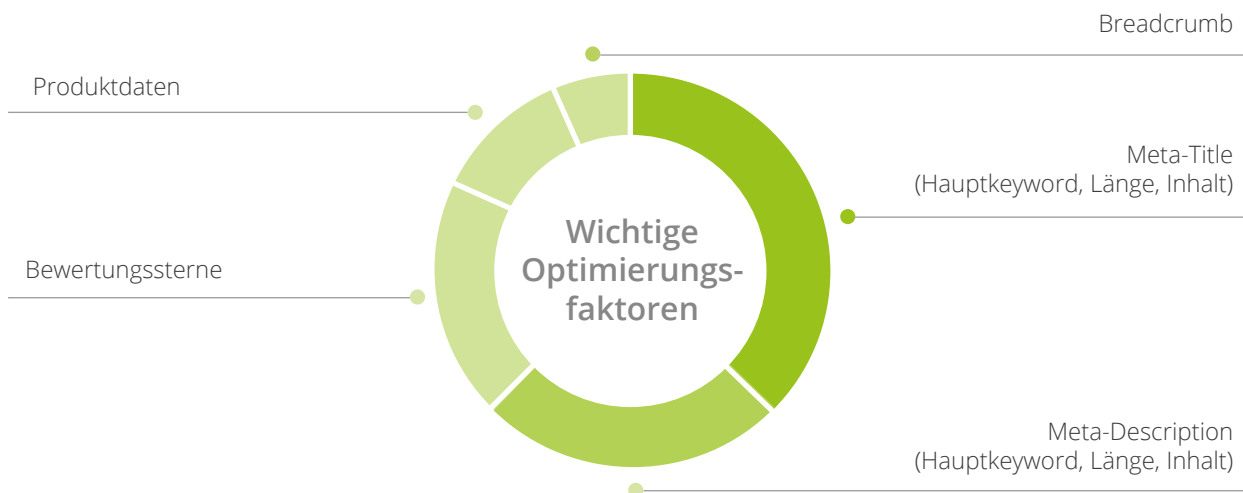
FAZIT

Bei genauer Betrachtung der Positionen für die untersuchten Keywords liegt shop-apotheke.com vor den anderen Online-Apotheken. Getragen von einigen Spitzenpositionen der Keywords ist die Relevanz im Keyword-Set insgesamt am größten. Für 4 Keywords steht die Domain sogar auf Platz 1 in den Google-Suchergebnissen. Es gibt jedoch Optimierungspotenzial bei den Rankings für die Produkte.



Snippets

Im Folgenden werden die Snippets der untersuchten Online-Apotheken analysiert. Hierfür wurden die Snippets geprüft, die für die untersuchten Keywords auffindbar sind. Hier haben wir nicht nur die Meta-Daten analysiert, sondern auch die Verwendung von Snippet-Erweiterungen wie Bewertungssterne, Breadcrumb oder Produktdaten.



* Im dargestellten Kreisdiagramm entspricht die Größe der Kreisabschnitte der jeweiligen Wichtigkeit der untersuchten Unterpunkte für das Thema.

	shop-apotheke	docmorris	medpex	medikamente-per-klick
Meta-Title	✓	—	—	—
Meta-Description	✓	✗	—	✗
Bewertungssterne	✗	✓	✓	—
Produktdaten	✓	✓	✓	✗
Breadcrumb	✓	✗	✓	✗

Nach der Analyse lässt sich feststellen, dass die Erstellung von Meta-Titles nach ähnlichen Mustern verläuft. So werden die Brands im Title in den Fokus gestellt. In anderen Branchen steht dort meist das Fokus-Keyword. Hinsichtlich der Zeichenlänge von Titles und Meta-Descriptions besteht Optimierungspotenzial bei: docmorris.de, medpex.de und medikamente-per-klick.de. Die Domains shop-apotheke.com und medikamente-per-klick.de beschreiben ihre Seiteninhalte in den Snippets sehr gut und verwenden CTA-Elemente.



Kategoriesieger Snippets



- ✓ Meta-Title (Hauptkeyword, Länge, Inhalt)
- ✓ Meta-Description (Hauptkeyword, Länge, Inhalt)
- ✗ Bewertungssterne
- ✓ Produktdaten
- ✓ Breadcrumb



Pagespeed

Die resultierenden Signale durch die Länge der Ladezeiten sind von wesentlich größerer Bedeutung als der direkte Einfluss der Ladezeit. Um die Unzufriedenheit der Besucher durch langes Warten zu vermeiden, ist eine kurze Ladezeit für Webseiten obligatorisch. So lassen sich Bounce-Rate oder Time-on-Site positiv beeinflussen. In unserem Test haben wir die durchschnittlichen Werte aus je drei Versuchen mittels der frei verfügbaren Tools webpagetest.org, GTmetrix und dem Google-Tool Pagespeed Insights ermittelt. Für die Analyse wurde jeweils die Startseite überprüft und die Zeit bis zur ersten Interaktion gemessen. Dadurch ergaben sich folgende Werte:



4,69 Sekunden



9,79 Sekunden



2,22 Sekunden



3,94 Sekunden



Um das Optimierungspotenzial der Ladezeit der Startseite zu identifizieren, haben wir die typischen Einsparpotenziale bei der Darstellung der Seite und bei den Einstellungen des Servers analysiert. Folgende Elemente sollten daher zielführend optimiert werden: Bilder-Komprimierung, http2, Browser-Caching und Komprimierung der Datenübertragung.

	shop-apotheke	docmorris	medpex	medikamente-per-klick
Time-to-First-Byte	0,83	1	0,28	0,3
Start-Rendering	2	2,4	0,7	1,1
Server-Anfragen	81	116	64	69
Datenmenge	1554 KB	4790 KB	791 KB	893 KB



Kategoriesieger
Pagespeed



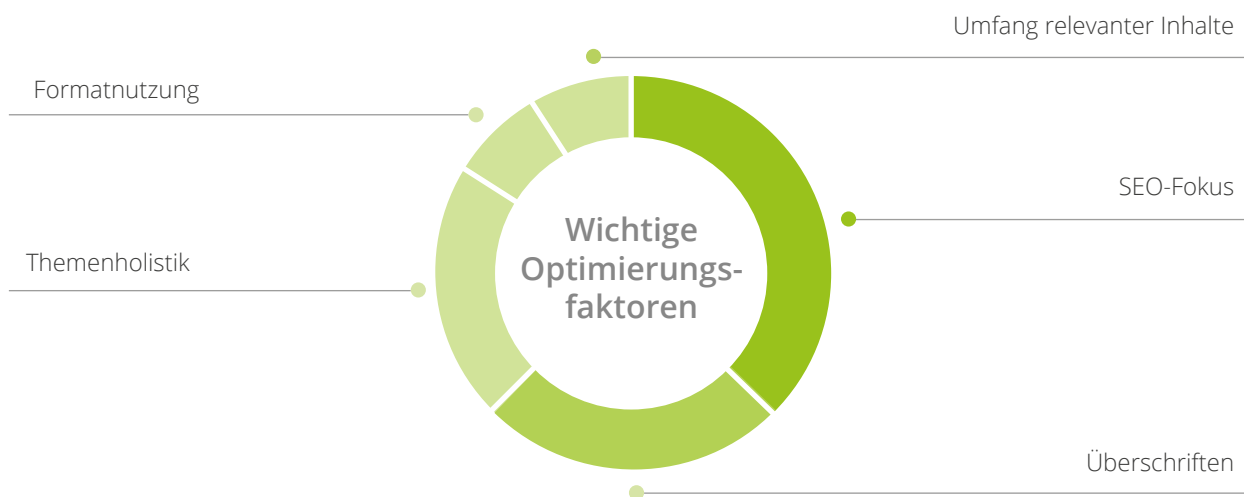
- Bildkomprimierung
- Verwendung von http2
- Browser-Caching
- Komprimierung der Datenübertragung



Content

Die Ziele guten Contents sind suchmaschinenfreundliche und mehrwertbringende Inhalte.

Um dies im Rahmen unseres Quick-Checks bewerten zu können, haben wir folgende Kriterien untersucht:



* Im dargestellten Kreisdiagramm entspricht die Größe der Kreisabschnitte der jeweilige Wichtigkeit der untersuchten Unterpunkte für das Thema.



SEO-Fokus	[Progress bar]	Note 2
Überschriften	[Progress bar]	Note 3
Themenholistik	[Progress bar]	Note 3
Formatnutzung	[Progress bar]	Note 5
Umfang Inhalte	[Progress bar]	Note 3



SEO-Fokus	[Progress bar]	Note 5
Überschriften	[Progress bar]	Note 2
Themenholistik	[Progress bar]	Note 2
Formatnutzung	[Progress bar]	Note 3
Umfang Inhalte	[Progress bar]	Note 4



SEO-Fokus	[Progress bar]	Note 2
Überschriften	[Progress bar]	Note 4
Themenholistik	[Progress bar]	Note 5
Formatnutzung	[Progress bar]	Note 4
Umfang Inhalte	[Progress bar]	Note 5



SEO-Fokus	[Progress bar]	Note 5
Überschriften	[Progress bar]	Note 6
Themenholistik	[Progress bar]	Note 1
Formatnutzung	[Progress bar]	Note 1
Umfang Inhalte	[Progress bar]	Note 1

* Bewertung nach Schulnotensystem



Grundsätzlich besteht hinsichtlich der Content-Nutzung für alle untersuchten Domains Optimierungspotenzial. Bei allen Domains ist die Verwendung der Überschriften optimierungsfähig. Auch die Nutzung relevanter Content-Formate sowie die leserfreundliche Untergliederung der Texte sind durchweg zu verbessern. Selbes gilt für die Themenholistik, bei der wir die inhaltliche Vielfalt und dargestellte Themenbreite untersucht haben.

Insgesamt hinterlässt medikamente-per-klick.de durch den eindeutigen SEO-Fokus und holistischen Ansatz den besten Eindruck. Nur shop-apotheke.com kann im Bereich SEO-Fokus ebenfalls punkten. Alle anderen Domains haben hier Nachholbedarf.



Kategoriesieger
Content



- SEO-Fokus
- Überschriften
- Themenholistik
- Formatnutzung
- Umfang relevanter Inhalte



SEO-relevante Mediatypen

Um eine bedürfnisorientierte Kundenansprache zu erzeugen, ist ein Mix aus relevanten Mediatypen (Owned, Earned, Social, Paid) zu empfehlen. Dies erlaubt neben produktbezogenen Inhalten die Verbreitung weiterführender Informationen und nicht kommerzieller Inhalte über zielgruppenrelevante Kanäle. So wird eine effektive Zielgruppenansprache mit interessanten Themen an den geeignetsten Touchpoints gewährleistet. Im Folgenden haben wir uns auf den Mediatyp "Owned-Media" und die Nutzung unternehmenseigener Social-Media-Kanäle fokussiert. Die häufig fremdgesteuerten Mediatypen Earned, Social und Paid wurden dabei bewusst vernachlässigt.



* Im dargestellten Kreisdiagramm entspricht die Größe der Kreisabschnitte der jeweilige Wichtigkeit der untersuchten Unterpunkte für das Thema.



Owned-Social-Media	<div style="width: 70%;"></div>	Note 3
Owned-Media	<div style="width: 80%;"></div>	Note 2
Media- und Kanalpflege	<div style="width: 100%;"></div>	Note 1



Owned-Social-Media	<div style="width: 80%;"></div>	Note 2
Owned-Media	<div style="width: 80%;"></div>	Note 2
Media- und Kanalpflege	<div style="width: 100%;"></div>	Note 1



Owned-Social-Media	<div style="width: 100%;"></div>	Note 1
Owned-Media	<div style="width: 80%;"></div>	Note 2
Media- und Kanalpflege	<div style="width: 90%;"></div>	Note 1-



Owned-Social-Media	<div style="width: 80%;"></div>	Note 2
Owned-Media	<div style="width: 80%;"></div>	Note 2
Media- und Kanalpflege	<div style="width: 80%;"></div>	Note 2

* Bewertung nach Schulnotensystem

Generell werden von allen untersuchten Domains bereits verschiedene SEO-relevante Mediatypen und Kanäle mit Content bespielt. Dennoch besteht Optimierungspotenzial hinsichtlich der Bereitstellung von informativem Mehrwert in einer separaten entkommerzialisierten Zone-, wie Magazine, Blogs, Ratgeber oder ähnliche Formate. Alle bereits genutzten Kanäle werden aktuell durchweg mit neuen Inhalten bespielt und gepflegt.

medpex.de macht hier nahezu alles richtig und bietet sehr viele Möglichkeiten, um Owned-Media bereitzustellen. shop-apotheke.com pflegt die Inhalte zwar regelmäßig, lässt aber im Bereich Owned Social Media etwas Potenzial liegen.



Kategoriesieger

**SEO-relevante
Mediatypen**



- Owned-Social-Media
- Owned-Media
- Media- und Kanalpflege



SEO Quick-Check: **Gesamtsieger**

Zusammengefasst macht **shop-apotheke.com** in allen untersuchten Bereichen den besten Eindruck. Inhalte und die von uns geprüften SEO-Aspekte wurden insgesamt gut umgesetzt. In diesem SEO Quick Check ist daher **shop-apotheke.com** für uns der Sieger. Herzlichen Glückwunsch!

✓ Sichtbarkeit

✓ Keyword-Set & Rankings

✓ Snippets

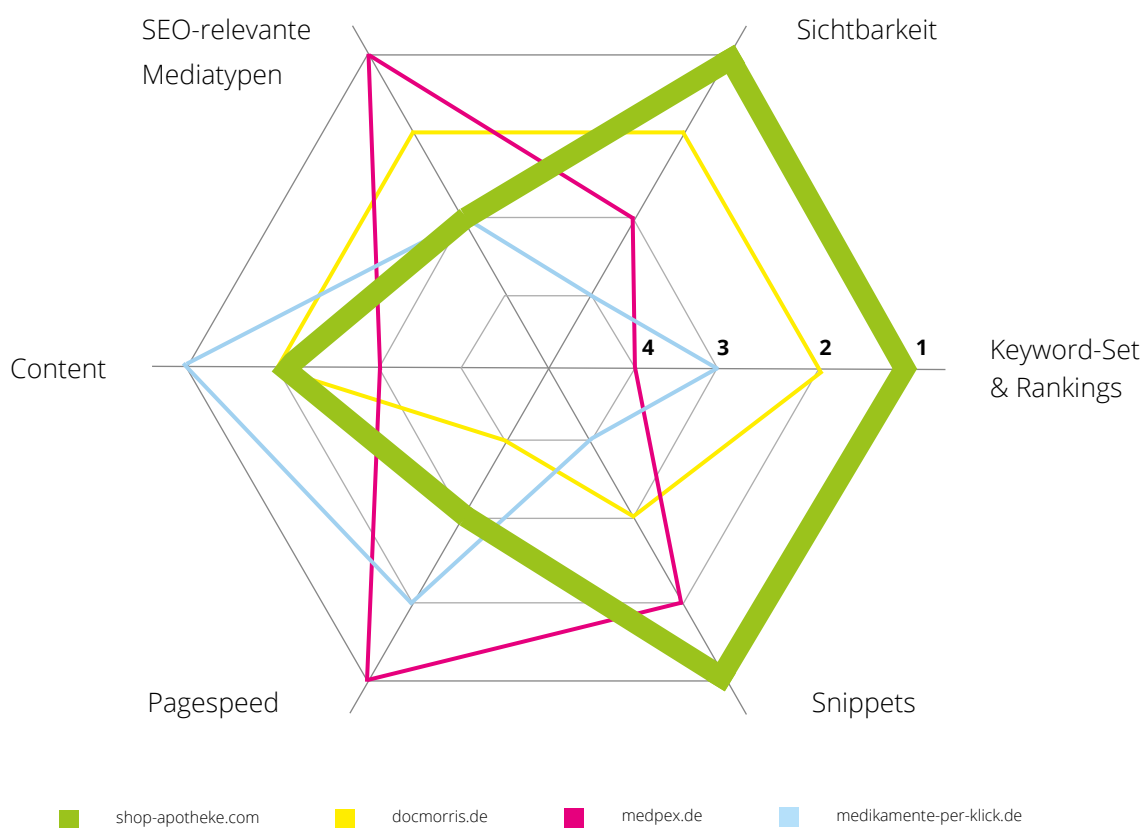


SHOP APOTHEKE
Die Online-Apotheke für Deutschland

☐ Pagespeed

☐ Content

☐ Outreach



Der Gesamtsieger des
SEO Quick-Checks ist:



SHOP APOTHEKE
Die Online-Apotheke für Deutschland

SEO Quick-Check



Blücherstraße 4, 86165 Augsburg



+49 (0) 821 / 455 289 - 00



info@xpose360.de



xpose360.de



XPOSE360[®]
PERFORMANCE IN DIGITAL MARKETING