

Searchmetrics analysiert: Die Social Visibility der größten Online-Shops in den sozialen Netzwerken

Die Social Media-Sichtbarkeit dient Kunden als wichtige Kaufentscheidung. Die deutschen Online-Shops schöpfen das Potenzial der sozialen Netzwerke deutlich mehr aus, als noch im Vorjahr. Sogar die digitale Pinnwand „Pinterest“ haben die Online-Händler als potenzielle Marketing-Plattform erkannt – allerdings noch immer mit erheblich Luft nach oben.

Berlin, 08. Dezember 2014_ Seit nunmehr zwei Jahren beobachtet Searchmetrics die Präsenz der zehn umsatzstärksten Online-Shops Deutschlands¹ in den sozialen Netzwerken. Die Social Visibility, die Sichtbarkeit in den sozialen Netzwerken, dient hierbei als eine der Kennzahlen für die Popularität einer Website bzw. einer Marke. Je populärer ein Online-Shop in den sozialen Medien vertreten ist, desto höher sind Aufmerksamkeit, Vertrauen und somit auch die Kaufbereitschaft der Kunden – denn diese verlassen sich bei Kaufentscheidungen immer mehr auf das Image eines Online-Shops in den Netzwerken sowie auf die Meinung von anderen Kunden. Für Webshops heißt das: je präsenter und positiver sie in den sozialen Netzwerken vertreten sind, desto besser lassen sich Umsatzsteigerung und Neukundengewinnung realisieren.

In der Searchmetrics Analyse zeigt sich, dass deutsche Online-Händler sich 2014 weitaus mehr in den sozialen Netzwerken engagieren als noch im Vorjahr. Auch Pinterest, die digitale Pinnwand, wird nun intensiver als Marketing-Instrument genutzt, wie die Zahlen zeigen.

Social Visibility: Amazon weiterhin mit großem Vorsprung

Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich bei den Platzierungen der zehn größten Shops deutlich, dass in puncto Social Marketing mehr unternommen wurde. So konnte Amazon seine Spitzenposition nicht nur verteidigen, der Shop-Gigant verdoppelte seine Social Visibility mit 230.719K Index-Punkten nahezu. Noch stärkere Steigungen verbuchen

¹ Quelle des Rankings: EHI Retail-Institute + Statista Studie E-Commerce-Markt Deutschland 2014 - untersucht wurde der Markt der Top 1.000 Onlineshops. Als E-Commerce-Umsatz gilt der Nettoumsatz im Jahr 2013, bereinigt von Retouren, exkl. Umsatzsteuer und nur aus der reinen Geschäftstätigkeit des Onlineshops (ohne sonstige betriebliche Erträge des Unternehmens).

Tchibo (49.623.440) und Zalando (38.338.856), die ihre Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken nahezu versiebenfacht, respektive versechsfacht haben. Conrad, Bonprix und Weltbild durchbrachen ebenfalls erstmals die Millionenmarke.

Wie schon im Vorjahr liegen auch in Sachen Social Links – der Menge aller Links auf einer Domain, die in den beobachteten sozialen Netzen gefunden wurde – Amazon, Tchibo und Zalando eindeutig auf den Top-Positionen. Riese Amazon weist im Vergleich zu 2013 nahezu die doppelte Anzahl Social Links auf, die beiden anderen haben auch hier Zuwächse von annähernd 500 Prozent. Auf Facebook erhielt Amazon rund 107,018 Millionen Likes, Shares und Kommentare, aber auch Tchibo (18.297.076) und Zalando (14.560.932) sind hier prominent vertreten.

Pinterest erhält deutlich gestiegenes Interesse als Marketing-Instrument

Pinterest wird weitaus mehr genutzt als noch im Vorjahr. Schon damals war Zalando Vorreiter, mit 5.503 Pins lag der Shop 2013 auf Position 1. Diesen Vorsprung baute der Online-Versand 2014 deutlich aus, mit 13.666 Pins weist Zalando als einziger Online-Shop eine fünfstellige Anzahl Pins auf. Amazon und Bonprix liegen fast gleichauf (6.677 und 6.457 Pins) – dabei hat Bonprix die steilere Zuwachskurve, der Online-Shop hatte im Vorjahr noch unter 1.000 Pins. Im Vergleich dazu: Amazon verbuchte 2013 bereits 2.625 Pins.

„Die Ergebnisse im Ranking der Suchmaschinen werden stark durch Social Signals beeinflusst. Je aktiver Unternehmen oder Marken in den sozialen Netzwerken sind und je mehr Aufmerksamkeit sie hier auf sich ziehen, desto deutlicher wirkt sich das direkt auf Verkäufe und Umsatz aus“, weiß Tom Schuster, CEO bei Searchmetrics. „Die zehn größten deutschen Online-Shops, haben das verinnerlicht und nutzen Social Marketing immer erfolgreicher. Sogar Pinterest – eine Plattform, die auf dem amerikanischen Markt bereits erheblichen Einfluss hat – wurde 2014 von den Online-Händlern für sich entdeckt. Grundsätzlich muss man aber sagen, dass das Potenzial der sozialen Medien längst noch nicht ausgeschöpft ist. Unser Rat an Online-Händler ist deshalb, das Jahr 2015 für sich zu nutzen, ihre Aktivitäten in den sozialen Netzwerken zu steigern und somit mehr Social Signals zu generieren.“

Die Ergebnisse im Detail

Social Visibility, Links und Performance auf Facebook

Shop	URL	Social Visibility	Social Links insgesamt	Likes, Shares und Kommentare auf Facebook gesamt
Amazon	www.amazon.de	230.719K	109.975K	107.018K
Tchibo	www.tchibo.de	49.623.440	20.859.427	18.297.076
Zalando	www.zalando.de	38.338.856	15.677.049	14.560.932
Otto	www.otto.de	5.389.193	2.388.905	2.100.298
Notebooksbilliger	www.notebooksbilliger.de	5.289.821	1.993.715	1.543.209
Conrad	www.conrad.de	4.620.239	1.584.772	673.461
Bonprix	www.bonprix.de	2.399.471	1.010.438	48.912
Weltbild	www.weltbild.de	1.213.906	1.213.906	511.260
Esprit	www.esprit.de	1.179.786	627.123	618.899
Cyberport	www.cyberport.de	356.141	121.503	52.885

Performance in Pinterest

Shop	auf Pinterest	Pinterest Follower	Pins	Pins/ Woche	Anzahl Pins der Seite mit den meisten Pins	URL mit den meisten Pins
Esprit (Deutsche Pinnwand ist mit der internationalen Domain verknüpft)	pinterest.com/espritofficial/	34.373	475	1	323	www.esprit.de/new/tag/gleich-neu
Amazon	pinterest.com/amazonde/	9.398	6.677	29	220	www.amazon.de/YOG-ABASICS-lernst-die-besten-Yoga-%C3%9Cbungen-ebook/dp/B00CXXVSH6
Bonprix	pinterest.com/bonprix/	2.891	6.457	104	2.222	www.bonprix.de/produkt/plateausandalette-taupe-929254/

Zalando	pinterest.com/zalandode/	2.730	13.666	80	2.710	www.zalando.de/
Tchibo	pinterest.com/TchiboDE/	1.226	5.553	3	4.116	www.tchibo.de/Garten-Gartenmoebel-t400005468.html
Otto	pinterest.com/ottode/	782	1.771	6	557	twoforfashion.otto.de/
Weltbild	pinterest.com/weltbild/	335	328	0	19	www.weltbild.de/1/kindebuchklassiker/kindebuch-klassiker.html
Cyberport	pinterest.com/cyberport/	109	69	0	5	www.cyberport.de/smartphone-und-foto/smartphones/A409-15U/samsung-galaxy-s2-i9100g-coral-pink.html
Notebooksbilliger	pinterest.com/nbbilliger/	15	73	0	6	www.notebooksbilliger.de/notebook+report

Quelle des Rankings: EHI Retail-Institute + Statista Studie E-Commerce-Markt Deutschland 2014 - untersucht wurde der Markt der Top 1.000 Onlineshops. Als E-Commerce-Umsatz gilt der Nettoumsatz im Jahr 2013, bereinigt von Retouren, exkl. Umsatzsteuer und nur aus der reinen Geschäftstätigkeit des Onlineshops (ohne sonstige betriebliche Erträge des Unternehmens).

Über Searchmetrics

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und weltweit führende Anbieter einer Unternehmensplattform zur Optimierung der Search Experience. Diese „Search Experience Optimization“ verbindet SEO, Content, Social Media, PR und tiefgehende Analysen zu einer einheitlichen Grundlage für die Entwicklung und Umsetzung einer organischen Suchstrategie. Im Fokus stehen somit jeder einzelne potenzielle Kunden und der Beitrag, den umfassende Search-Strategien für ein überragendes und unvergessliches, individuelles Einkaufserlebnis leisten können.

Unternehmen und Agenturen nutzen die Searchmetrics Suite™ für die Planung, Ausführung und Kontrolle ihrer digitalen Marketingstrategien. Unterstützt durch die ständig aktualisierte, global verfügbare Datenbank, beantwortet Searchmetrics zentrale Fragen für SEO-Profis und digitale Marketers und liefert darüber hinaus eine Fülle an Prognosen, analytischen Erkenntnissen und Empfehlungen, die die Sichtbarkeit und das Engagement erhöhen und so letztlich auch die Online-Umsätze steigern. Zahlreiche bekannte Marken wie T-Mobile, eBay, Siemens und Symantec vertrauen bereits dem vollen Leistungsumfang der Searchmetrics Suite™.

Searchmetrics betreibt Niederlassungen in Berlin, San Mateo, New York, London und Paris und wird von der Verlagsgruppe Holtzbrinck und den renommierten Risikokapitalgesellschaften Neuhaus Partners und Iris Capital gestützt.

Weitere Informationen unter <http://www.searchmetrics.com/de/>

Pressekontakte:

Nadja Schiller
 Searchmetrics GmbH
 Senior Marketing Manager Brand & PR
 +49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Kathrin Hamann
 ELEMENT C GmbH
 Senior Consultant PR
 +49 89 720 137 - 18
k.hamann@elementc.de

Searchmetrics GmbH

Greifswalder Straße 212 | 10405 Berlin | +49 30 322 95 35 - 0
info@searchmetrics.com | www.searchmetrics.com

