

Auch digital perfekt am Ball: Wer sind die SEO- und Social-Profis unter den Teams der 1. Bundesliga?

Searchmetrics analysiert: FC Bayern kickt sich haarscharf am Triple vorbei / Der Hamburger SV spielt in der SEO Visibility und Mobile SEO Visibility auf den vorderen Rängen / Schalke 04 wird Social-Media-König

Berlin, 28. Mai 2015_ Auf dem Rasen sind in der Bundesliga-Saison 2014/2015 bereits alle Tore gefallen: Nach nur 30 Spieltagen konnte sich der FC Bayern München bereits die Krone aufsetzen und die 25. Meisterschaft der Vereinsgeschichte feiern – nur in der Vorjahressaison fiel die Entscheidung noch früher (27. Spieltag). Wie aber machen sich die Vereine der 1. Bundesliga im Online-Check? Searchmetrics hat sich die offiziellen Domains der Erstligisten zum Saisonende einmal genauer angeschaut und die SEO- und Social-Media-Aktivitäten der 18 deutschen Top-Vereine ausgewertet. Untersucht wurden die Domains nach deren SEO Visibility, einem von Searchmetrics entwickelten Indexwert, der die Sichtbarkeit von Webseiten, und damit deren Performance, in Suchmaschinenergebnissen widerspiegelt.

Was sich auf dem Platz schon sehr früh entschieden hat, setzt sich auch im digitalen Ranking fort: In Sachen Online-Präsenz macht dem FC Bayern München auch hier niemand etwas vor. Mit insgesamt 50.385 Indexpunkten setzt sich die offizielle Domain des Deutschen Meisters auf den Spitzenplatz. Erfreulich für den Hamburger SV: Im Vergleich der SEO Visibility muss sich der Fußballverein mit der legendären „1.- Liga-Uhr“ im Stadion nicht – wie in der Liga – mit einem der abstiegsgefährdeten Plätze begnügen, sondern rankt mit 17.283 Punkten auf dem zweiten Platz, ganz knapp vor Borussia Dortmund (16.320 Punkte). Für Absteiger Paderborn reicht es leider auch in der SEO Visibility nur für einen der letzten Plätze – die passende SEO-Strategie kann das aber ganz schnell wieder ändern.

Besonders spannend ist in diesem Jahr der erstmalige Blick auf die [Mobile SEO Visibility](#), denn seit kurzem kann Searchmetrics ebenfalls aufzeigen, wie gut eine Domain in den mobilen (organischen) Suchergebnissen abschneidet. Auch hier zeigt sich der FC Bayern

München extrem gut aufgestellt und sichert sich mit einem Index-Wert von 50.385 Punkten den 1. Platz. Ein Kopf-an-Kopf-Rennen um die weiteren Plätze liefern sich wieder der Hamburger SV (Platz 2, 15.847 Punkte) und Borussia Dortmund (Platz 3, 15.754 Punkte). Wie gut aber sind die Vereine überhaupt für Mobile gerüstet? Der Test mit dem „Mobile friendly“-Tool von Google, mit dem die Mobilfreundlichkeit von Webseiten analysiert werden kann, zeigt, dass einige Vereine Nachholbedarf haben: Die Domains von Bayer 04 Leverkusen, TSG 1899 Hoffenheim, Eintracht Frankfurt, 1. FC Köln und Hertha BSC sind demnach (noch) nicht mobile-optimiert. Da sollten die Vereine schnellstmöglich nachbessern, denn nach dem jüngsten [Mobile-Update von Google](#) rutschen Domains, die nicht mobile-optimiert sind, in den mobilen organischen Suchergebnissen kräftig nach unten.

„Nicht ohne mein Smartphone“ – das gilt auch ganz besonders für die treue Fangemeinde der Erstligisten: Noch direkt im Stadion wird eifrig geteilt, geliked und das Spielgeschehen auf dem Platz kommentiert. Wie aber performen die Bundesliga-Vereine in den sozialen Netzwerken? Das Triple bleibt dem FC Bayern München verwehrt, in Sachen Social Visibility muss der deutsche Rekordmeister die Meisterschale an Schalke 04 abgeben und landet nur auf dem dritten Platz (86.793.328 Index-Punkte). Keine Domain wird in den sozialen Netzwerken stärker kommentiert und verbreitet als die der Schalcker; absoluter Spitzenwert mit 1.097.000.000 Index-Punkten. Für den BVB reicht es im Social-Revierderby mit 520.178.000 Punkten für den zweiten Platz.

Die Rankings im Detail

Tabelle	Verein	Homepage	SEO Visibility	Mobile SEO Visibility	Mobile friendly?	Social Visibility
1	FC Bayern München	fcbayern.de	50.385	51.577	ja	86.793.328
2	VfL Wolfsburg	vfl-wolfsburg.de	5.265	4.269	ja	796.294
3	Borussia Mönchengladbach	borussia.de	4.914	4.463	ja	5.523.640
4	Bayer 04 Leverkusen	bayer04.de	4.069	3.289	nein	1.066.223
5	FC Augsburg	fcaugsburg.de	2.928	2.792	Sperrung durch robots.txt	1.575.994
6	FC Schalke 04	schalke04.de	13.998	14.717	ja	1.097M
7	Borussia Dortmund	bvb.de	16.320	15.754	ja	520.178K
8	TSG 1899 Hoffenheim	achtzehn99.de	2.966	2.682	nein	236.601
9	Eintracht Frankfurt	eintracht-frankfurt.de	6.374	4.963	nein	713.701

10	SV Werder Bremen	werder.de	10.557	9.989	ja	7.052.323
----	------------------	--	--------	-------	----	-----------

11	1. FSV Mainz 05	mainz05.de	2.664	2.941	ja	18.935.974
12	1. FC Köln	fc-koeln.de	16.090	14.349	nein	72.173.190
13	Hannover 96	hannover96.de	6.590	6.498	ja	1.543.280
14	VfB Stuttgart	vfb.de	9.553	9.937	ja	1.859.512
15	Hertha BSC	herthabsc.de	5.684	5.064	nein	30.985.931
16	Hamburger SV	hsv.de	17.283	15.847	ja	4.801.420
17	Sport-Club Freiburg	scfreiburg.com	4.945	4.340	ja	817.366
18	SC Paderborn 07	scpaderborn07.de	2.778	2.637	ja	41.562

Erklärung der Variablen

SEO Visibility ...

... zeigt an, wie häufig eine Website in den organischen Suchergebnissen auftaucht (und an welcher Position eine URL rankt). Um die Sichtbarkeit zu ermitteln, durchsucht Searchmetrics den Index einer Suchmaschine (z.B. Google) mittels Millionen von Keywords. Dazu wird unter anderem die Anzahl der Suchbegriffe zur Anzahl der Suchanfragen für definierte Keywords und der Platzierung für jeden Suchbegriff in Bezug gesetzt sowie das Suchvolumen und Klickraten berücksichtigt. Das Ergebnis wird in einem Score nach Index-Punkten dargestellt: Je mehr Punkte eine Domain erreicht, desto sichtbarer ist diese (also desto besser performt sie in den organischen Suchergebnissen).

Social Visibility ...

... zeigt an, wie gut die Domain eines Anbieters in den sozialen Netzwerken ankommt. Dazu wird der so genannten Social Visibility Wert (Index-Punkte) einer Website ermittelt. Für diesen werden sowohl die Bewertungen als auch das Teilen einer URL in verschiedenen Netzwerken berücksichtigt. Je höher der ermittelte Index-Wert, desto größer die Popularität einer Seite und damit, desto höher auch ihre Reichweite. Maßgebende Netzwerke für die Untersuchungen sind Facebook, Google+, Twitter, Pinterest und LinkedIn.

Mobile Visibility ...

... zeigt eine Vergleichbarkeit zwischen Desktop- und Mobile Visibility Performance. Um diese Vergleichbarkeit zu gewährleisten, arbeitet Searchmetrics mit identischer CTR-Berechnung und Suchvolumen auf Basis von Desktop-Werten. Searchmetrics weiß, dass sowohl CTR, als auch Suchvolumen sich im Mobile Bereich unterscheiden. Daher wird empfohlen, diese KPI als Indikator zu nutzen, um zu verstehen, wie sich die Performance zwischen Mobile und Desktop unterscheidet. Für eine optimale mobile Messung der Performance sind individuelle, lokale Rankings für Mobile mit individuellen mobilen Suchvolumen nötig. Diese Daten und Funktionalität bietet Searchmetrics mit Projekten in der Searchmetrics Suite anhand von mehr als 800 Suchmaschinen/Länder/Device-Kombinationen.

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 hat Standorte 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