

Experten-Slot Suchmaschinenoptimierung (SEO)

RSM

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [RSM](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [Thomas Wiegand](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Wettbewerbsanalyse Teil 1: Expertenbeitrag: Wie viele Besucher hat mein Wettbewerber?

Donnerstag, 20.10.2016

Wie schön wäre es, wenn man genau wissen würde, wie viele Besucher der Mitbewerber hätte. Dann wüsste man endlich, ob die eigenen Zahlen aus Google-Analytics gut oder schlecht sind. Was nützt eine Zahl, wenn man keinen Benchmark hat. Gibt es ein Tool oder einen Anbieter, das oder der diese Zahlen liefert? Am Besten frei Haus und kostenlos?

Sichtbarkeitsindizes – Hochrechnung durch Dreisatz

Sehr, sehr selten erhält man Zugang zum Google-Analytics-Konto seines Wettbewerbers. Es werden also Daten benötigt, die allgemein zugänglich sind.

Sichtbarkeitstools – wie beispielsweise [SISTRIX](#), [XOVI](#), [SEARCHMETRICS](#) – unterhalten Datenbanken mit Millionen von Keywords in unterschiedlichen Sprachen. Die Systeme liefern tägliche, wöchentliche und monatliche Aufzeichnungen darüber, wer bei welcher Suchmaschine, in welchem Land oder Länder,

mit welchem Keyword und auf welcher Position rankt. Auf dieser Basis ermitteln die Anbieter mit unterschiedlichen Ansätzen einen Indexwert bzw. spucken ggf. sogar direkt eigene Trafficschätzungen für den Kanal Suchmaschinen aus.

Man könnte wie folgt vorgehen:

- man nehme den Traffic seiner eigenen Website (z.B. 50.000 Besucher/Monat)
- teile sie durch den Sichtbarkeitsindex der eigenen Seite (z.B. SI 1,5)
- multipliziere den Wert mit der Sichtbarkeit der Wettbewerbsseite (z.B. SI 0,75)
- man gehe nun davon aus, dass der Wettbewerber 25.000 Besucher hat Rechenweg: $(50.000 \text{ Besucher} / \text{SI } 1,5) * \text{SI } 0,75 = 25.000 \text{ Besucher}$

Wie erhalte ich (kostenlos) den Sichtbarkeitsindex der jeweiligen Anbieter?

- Sistrix: <http://www.sichtbarkeitsindex.de/>
- Xovi: <http://www.domainvalue.de/>
- Searchmetrics: <http://suite.searchmetrics.com/de/research>

Voilà. Jetzt hat man einen sehr ungenauen und eher unbrauchbaren Wert. Man hat nämlich nur einen Kanal bewertet: Google. Man hat Google als Basis genommen, um den kompletten Traffic abzuschätzen. Unabhängig davon, wie die Performance anderer Kanäle ist. Des Weiteren decken die Keywordsets der Anbieter jeweils nur einen kleinen Teil der realen Keywords ab und haben teilweise große Lücken.

Dennoch ist das Verfahren von Nutzen. Es eignet sich natürlich für einen Vergleich innerhalb des Kanals „Google“. Außerdem klärt es Fragen wie „Wer rankt am Besten?“ und „Wie ist die zeitliche Entwicklung von mir und meinen Wettbewerbern?“.

Similar-Web - das aktuell wohl genaueste Verfahren

Im Vergleich dazu ist die Ermittlung des Traffics per SimilarWeb kinderleicht:

- man gehe auf similarweb.com
- gebe die Domain ein für die man Daten benötigt
- Voilà

Similar-Web spuckt aber gleich noch weitere Daten aus. Durchschnittliche Besuchszeit, Seiten pro Besuch, Absprungraten und vieles mehr.

Wie genau sind die Daten von SimilarWeb?

Als Agentur und Online-Marketing-Dienstleister sind wir in der glücklichen Position, Zugriff auf sehr viele Analytics-Konten zu haben. Deswegen konnten wir die Daten unserer Kunden mit SimilarWeb vergleichen. Die Websites haben wir natürlich anonymisiert. 6 Beispiele veranschaulichen unsere Ergebnisse.

Website	Besuche/Monat laut SimilarWeb	Besuche/Monat laut Google-Analytics	Abweichung
KUNDE A	968	1.840	-47%
KUNDE B	15.000	42.126	-64%
KUNDE C	84.800	100.891	-16%
KUNDE D	33.700	49.154	-31%
KUNDE E	17.600	22.858	-23%
KUNDE F	14.700	11.053	+33%
Gesamt	166.768	227.922	-27%

Die Daten von SimilarWeb sind die aus unserer Sicht genaueste Quelle zur Bewertung fremder Seiten. Die Abweichung liegt bei den meisten Websites im Bereich von +/-30%, wobei es größere Ausreißer aber auch beinahe Volltreffer gibt. Tendenziell wird der Traffic leicht unterbewertet. Bei größeren Websites werden die Abweichungen kleiner. Wenn man Websites innerhalb einer Branche vergleicht, scheint das Tool ähnliche Abweichungen zu produzieren. Deswegen sollten die Daten der eigenen Website mit SimilarWeb abgeglichen werden und die Abweichung auch den Wettbewerbern zugrunde gelegt werden.

Fazit:

Mit SimilarWeb erhält man die aktuell wohl besten Daten über den Traffic anderer Websites. Zusätzlich liefert das System schon in der kostenlosen Variante unheimlich wertvolle Daten über Verweildauer, Absprungraten und Trafficquellen fremder Websites. Für Google-Chrome gibt es eine [praktische Erweiterung](#), so dass man den Traffic einer Website direkt im Browser angezeigt bekommt. Wer noch mehr Informationen haben möchte, kann mit der Basisversion und 199 \$/Monat Kosten starten.

Informationen über die Methode zur Ermittlung der Daten finden Sie unter:

<https://www.similarweb.com/ourdata>

Wie viele Besucher hat mein Wettbewerber?