

Datum: 17.02.2020 08:39:10

# DIGIBRAND ANALYSE FÜR MUSTERFIRMA

## BASIS-DATEN

**Domain:** <https://beispiel.com>  
**Branche:** Branchenbezeichnung  
**Firmengröße:** Kleinunternehmen  
  
**Facebook-Seite:** <https://www.facebook.com/beispiel>  
**Instagram-Profil:** <https://www.instagram.com/beispiel>  
**Pinterest-Profil:** Nicht vorhanden  
**Twitter-Account:** <https://twitter.com/beispiel>  
**YouTube-Channel:** <https://www.youtube.com/user/beispiel>

## IHR ERGEBNIS

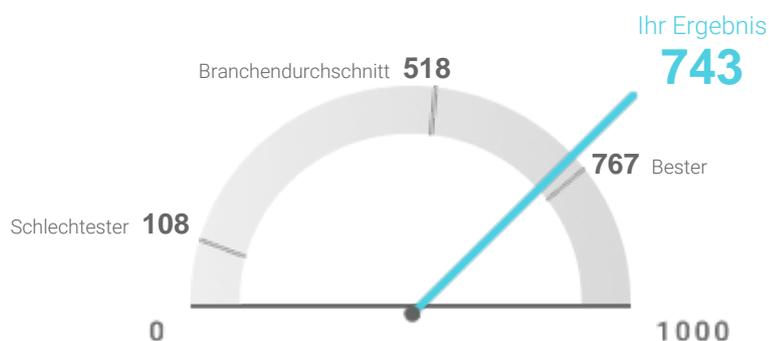
DigiBrand-Index

Der DigiBrand-Index beschreibt den digitalen Markenwert des Unternehmens innerhalb der gewählten Branche und Unternehmensgröße.

Die resultierende Indexzahl ist ein Wert **zwischen 1** (sehr schlechtes Ergebnis) **und 1000** (bestmöglichstes Ergebnis). Die Branchenvergleichswerte beziehen sich auf den besten bzw. schlechtesten erzielten Wert eines Mitbewerbers innerhalb der gewählten Branche und Unternehmensgröße beziehungsweise auf den errechneten Mittelwert.

## DIGIBRAND-INDEX

Branche: Branchenbezeichnung  
 Firmengröße: Kleinunternehmen



Datum: 17.02.2020 08:39:10

# DIGIBRAND ANALYSE FÜR MUSTERFIRMA

## BASIS-DATEN

<b>Domain:</b>	https://beispiel.com
<b>Branche:</b>	Branchenbezeichnung
<b>Firmengröße:</b>	Kleinunternehmen
<b>Facebook-Seite:</b>	https://www.facebook.com/beispiel
<b>Instagram-Profil:</b>	https://www.instagram.com/beispiel
<b>Pinterest-Profil:</b>	Nicht vorhanden
<b>Twitter-Account:</b>	https://twitter.com/beispiel
<b>YouTube-Channel:</b>	https://www.youtube.com/user/beispiel

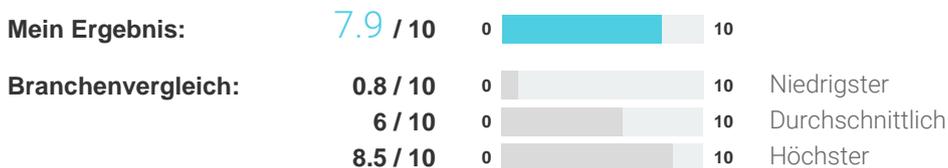
## IHR ERGEBNIS

DigiBrand-Index Teilbereiche

Der DigiBrand-Index setzt sich aus den Teilbereichen "Domain / Website", "Präsenz im Web" und "Social Media" zusammen. Im Nachfolgenden sind die erreichten Werte für das angegebene Unternehmen dargestellt.

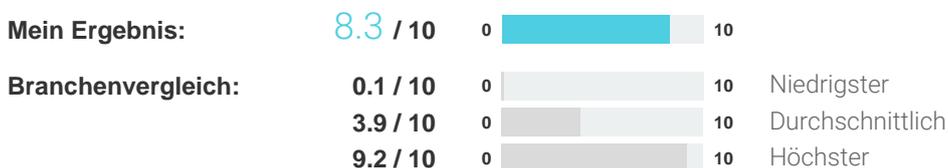
### DOMAIN / WEBSITE

Dieser Wert beschreibt die Domain- und Websitequalität, wie z.B. technische Aspekte der Website, den Wert der Domain für Suchmaschinen usw.



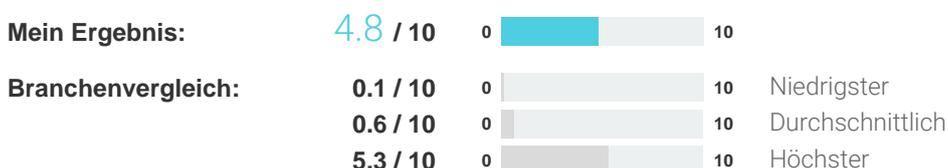
### PRÄSENZ IM WEB

Dieser Wert beschreibt die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit im Web, sei es in Suchmaschinen, auf verweisenden Seiten etc.



### PRÄSENZ IN SOCIAL MEDIA

Dieser Wert beschreibt die Sichtbarkeit und Aktivität in sozialen Netzwerken.



## Werte der einzelnen Faktoren

DOMAIN / WEBSITE		AKTUELLER WERT	BRANCHENVERGLEICH SCHLECHTESTER / DURCHSCHNITT / BESTER	EINSCHÄTZUNG
<b>01</b>	<b>Wert der Domain</b> Wert der Domain für die Suchmaschinen	77%	6% / 54% / 96%	●
<b>02</b>	<b>Rank-Score der Domain</b> Wert der Domain in Bezug auf die Linkquantität	80%	10% / 60% / 100%	●
<b>03</b>	<b>Trust-Score der Domain</b> Wert der Domain in Bezug auf die Linkqualität	87%	7% / 60% / 100%	●
<b>04</b>	<b>Wert der Startseite</b> Wert der Startseite für die Suchmaschinen	100%	7% / 87% / 100%	●
<b>05</b>	<b>Rank-Score der Startseite</b> Wert der Startseite in Bezug auf die Linkquantität	93%	20% / 73% / 100%	●
<b>06</b>	<b>Trust-Score der Startseite</b> Wert der Startseite in Bezug auf die Linkqualität	100%	30% / 90% / 100%	●
<b>07</b>	<b>Gesamtlinks intern</b> Alle internen Links	100%	7% / 67% / 100%	●
<b>08</b>	<b>Interne Equity Passing Links</b> Links, welche Werte mit übergeben	Keine Angabe	10% / 60% / 100%	●
<b>09</b>	<b>Indexierte Seiten</b> Anzahl der indexierten Seiten	100%	7% / 13% / 100%	●
<b>10</b>	<b>Domainalter</b> Datum der Domainregistrierung	100%	93% / 100% / 100%	●
<b>11</b>	<b>Mobil optimiert</b> Ist die Webseite für Mobilgeräte optimiert?	100%	100% / 85% / 100%	●
<b>12</b>	<b>Geschwindigkeit Desktop</b> Geschwindigkeitsindex auf Desktop-Geräten	0%	10% / 40% / 100%	●
<b>13</b>	<b>Geschwindigkeit Mobil</b> Geschwindigkeitsindex auf mobilen Geräten	0%	10% / 30% / 100%	●
<b>14</b>	<b>Sichere Webseite</b> Ist die Website sicher, d.h. nicht in der Black-List etc.	100%	100% / 100% / 100%	●
<b>15</b>	<b>Spam-Score der Domain</b> Wert der Domain in Bezug auf Spam	100%	80% / 53% / 100%	●

Legende: Aktueller Wert: Wert zum Zeitpunkt der Abfrage | Einschätzung: Rot = Schlechter Wert (0 - 35 %), Gelb = Mittlerer Wert (36 - 75 %), Grün = Guter Wert (76 - 100 %) | Alle Werte sind nach deren Bedeutung innerhalb der gewählten Branche und Unternehmensgröße gewichtet und auf einer Skala von 0 - 100 % eingeordnet.

## Werte der einzelnen Faktoren

PRÄSENZ IM WEB		AKTUELLER WERT	BRANCHENVERGLEICH SCHLECHTESTER / DURCHSCHNITT / BESTER	EINSCHÄTZUNG
<b>16</b>	<b>Präsenz alle Geräte</b> Präsenz der Domain auf Google (Desktop, Tablet, Smartphone gesamt)	100%	1% / 26% / 100%	●
<b>17</b>	<b>Präsenz Smartphone</b> Präsenz der Domain auf Google auf Smartphone	100%	1% / 26% / 100%	●
<b>18</b>	<b>Eingehende Links</b> Eingehende Gesamtlinks	100%	3% / 70% / 100%	●
<b>19</b>	<b>Eingehende Equity Passing Links</b> Eingehende Links, die Werte mit übergeben	100%	3% / 77% / 100%	●
<b>20</b>	<b>Eingehende Do-Follow-Links</b> Eingehende Links mit dem Wert "follow"	100%	4% / 64% / 100%	●
<b>21</b>	<b>Anzahl der Keywords für die Google Suche</b> Anzahl der Suchbegriffe, die in Google in den unbezahlten Suchergebnissen gefunden werden können	36%	4% / 12% / 100%	●
<b>22</b>	<b>Anzahl der Top10 Keywords</b> Anzahl der Suchbegriffe, die in Google in den Top 10 der unbezahlten Suchergebnissen gefunden werden können	30%	3% / 10% / 87%	●
<b>23</b>	<b>Anzahl der Keywords in Google Ads</b> Anzahl der Suchbegriffe, die in den bezahlten Suchergebnissen gefunden werden können	8%	4% / 0% / 24%	●

Legende: Aktueller Wert: Wert zum Zeitpunkt der Abfrage | Einschätzung: Rot = Schlechter Wert (0 - 35 %), Gelb = Mittlerer Wert (36 - 75 %), Grün = Guter Wert (76 - 100 %) | Alle Werte sind nach deren Bedeutung innerhalb der gewählten Branche und Unternehmensgröße gewichtet und auf einer Skala von 0 - 100 % eingeordnet.

## Werte der einzelnen Faktoren

PRÄSENZ IN SOCIAL MEDIA		AKTUELLER WERT	BRANCHENVERGLEICH SCHLECHTESTER / DURCHSCHNITT / BESTER	EINSCHÄTZUNG
<b>24</b>	<b>Facebook Domain Votes</b> Anzahl der Reaktionen (Likes, Comments oder Shares) auf eine zur Domain gehörigen URL in Facebook	100%	33% / 33% / 100%	<span style="color: green;">●</span>
<b>25</b>	<b>Facebook Domain Likes</b> Anzahl der Gefällt-mir-Angaben auf eine zur Domain gehörigen URL in Facebook	67%	33% / 33% / 100%	<span style="color: orange;">●</span>
<b>26</b>	<b>Facebook Domain Shares</b> Anzahl der auf Facebook geteilten URLs, die zur Domain gehören	100%	33% / 33% / 100%	<span style="color: green;">●</span>
<b>27</b>	<b>Facebook Domain Comments</b> Anzahl der auf Facebook kommentierten URLs, die zur Domain gehören	33%	33% / 0% / 67%	<span style="color: red;">●</span>
<b>28</b>	<b>Facebook Followers</b> Anzahl der Facebook Followers	60%	48% / 12% / 100%	<span style="color: orange;">●</span>
<b>29</b>	<b>Facebook Sterne</b> Durchschnittliche Bewertung auf Facebook	67%	67% / 7% / 67%	<span style="color: orange;">●</span>
<b>30</b>	<b>Facebook Bewertungen</b> Anzahl der Bewertungen auf Facebook-Seite	40%	40% / 0% / 100%	<span style="color: orange;">●</span>
<b>31</b>	<b>Facebook Check-Ins</b> Anzahl des Check-Ins auf Facebook	100%	33% / 0% / 100%	<span style="color: green;">●</span>
<b>32</b>	<b>Facebook „Sprechen darüber“</b> Anzahl der fremden Posts, die das Profil miteinbeziehen	0%	33% / 0% / 100%	<span style="color: red;">●</span>
<b>33</b>	<b>Facebook-Posts</b> Anzahl der Posts auf der Facebook-Seite	100%	100% / 20% / 100%	<span style="color: green;">●</span>
<b>34</b>	<b>Facebook Posts im letzten Jahr</b> Anzahl der Facebook Posts in den letzten 12 Monaten	45%	40% / 15% / 100%	<span style="color: orange;">●</span>
<b>35</b>	<b>Instagram-Posts</b> Anzahl der Posts auf der Instagram-Seite	60%	8% / 0% / 8%	<span style="color: orange;">●</span>
<b>36</b>	<b>Instagram-Followers</b> Anzahl der Followers auf Instagram	37%	23% / 0% / 27%	<span style="color: orange;">●</span>
<b>37</b>	<b>Twitter Domain Votes</b> Anzahl der Reaktionen (Likes, Tweets oder Comments) auf eine zur Domain gehörigen URL in Twitter	33%	33% / 0% / 33%	<span style="color: red;">●</span>

Legende: Aktueller Wert: Wert zum Zeitpunkt der Abfrage | Einschätzung: Rot = Schlechter Wert (0 - 35 %), Gelb = Mittlerer Wert (36 - 75 %), Grün = Guter Wert (76 - 100 %) | Alle Werte sind nach deren Bedeutung innerhalb der gewählten Branche und Unternehmensgröße gewichtet und auf einer Skala von 0 - 100 % eingeordnet.

## Werte der einzelnen Faktoren

PRÄSENZ IN SOCIAL MEDIA		AKTUELLER WERT	BRANCHENVERGLEICH SCHLECHTESTER / DURCHSCHNITT / BESTER	EINSCHÄTZUNG
<b>38</b>	<b>Twitter Domain Tweets</b> Anzahl der Tweets von einer zur Domain gehörigen URL in Twitter	20%	20% / 0% / 20%	●
<b>39</b>	<b>Twitter Domain Likes</b> Anzahl der Likes für eine zur Domain gehörigen URL in Twitter	20%	20% / 0% / 100%	●
<b>40</b>	<b>Twitter-Followers</b> Anzahl der Followers auf Twitter	10%	10% / 0% / 10%	●
<b>41</b>	<b>Pinterest Domain Votes</b> Anzahl der Reaktionen (Likes, Pins, Comments) auf eine zur Domain gehörigen URL in Pinterest	Keine Angabe	33% / 0% / 33%	
<b>42</b>	<b>Pinterest Pins</b> Anzahl der Pins auf Pinterest	Keine Angabe	0% / 0% / 0%	
<b>43</b>	<b>Pinterest Followers</b> Anzahl der Followers auf Pinterest	Keine Angabe	0% / 0% / 0%	
<b>44</b>	<b>LinkedIn Domain Votes</b> Anzahl der Reaktionen (Likes, Comments) auf eine zur Domain gehörigen URL in LinkedIn	Keine Angabe	100% / 33% / 100%	
<b>45</b>	<b>YouTube-Videos</b> Anzahl der Videos im YouTube-Channel	30%	30% / 0% / 30%	●
<b>46</b>	<b>YouTube-Aufrufe</b> Anzahl aller Aufrufe der Videos im YouTube-Channel	100%	7% / 0% / 7%	●
<b>47</b>	<b>YouTube-Abonnenten</b> Anzahl der Abonnenten in YouTube	10%	10% / 0% / 10%	●

Legende: Aktueller Wert: Wert zum Zeitpunkt der Abfrage | Einschätzung: Rot = Schlechter Wert (0 - 35 %), Gelb = Mittlerer Wert (36 - 75 %), Grün = Guter Wert (76 - 100 %) | Alle Werte sind nach deren Bedeutung innerhalb der gewählten Branche und Unternehmensgröße gewichtet und auf einer Skala von 0 - 100 % eingeordnet.

# DER DIGIBRAND INDEX

## Grundlegende Informationen

---

### **DIGIBRAND-INDEX**

Der DigiBrand-Index errechnet sich aus den unterschiedlichen Faktoren in den Teilbereichen "Domain / Website", "Präsenz im Web" und "Social Media". Die von digitalen Experten ausgewählten Faktoren spiegeln in Summe die messbaren, relevanten Aspekte der jeweiligen Bereiche wieder. Wenn aus technischen Gründen keine Daten erhoben werden konnten, wird dieser Wert aus der Indexberechnung ausgenommen und ist in der Auswertung mit "keine Daten vorhanden" versehen. Die Faktoren sind nach deren Bedeutung innerhalb der jeweiligen Branche und Unternehmensgröße gewichtet. In Summe ergeben sie einen Wert, der zur Veranschaulichung auf einer Skala zwischen 1 (niedrigster möglicher Wert) und 1000 (höchster möglicher Wert) eingeordnet wird. Dieser Index stellt somit eine objektive Einschätzung des digitalen Markenwertes dar.

Die Berechnungsbasis des Indexes wird laufend von Experten auf aktuelle Bedingungen angepasst und aktualisiert. Die Branchenvergleichswerte beziehen sich auf den besten bzw. schlechtesten in der jeweiligen Branche und Unternehmensgröße erzielten Wert in der DigiBrand-Datenbank sowie auf den Mittelwert aller Unternehmen in der gewählten Kategorie.

Die dargestellten Faktoren sind für ein besseres Verständnis in 3 Teilbereiche gegliedert (Domain/Website, Präsenz im Web, Social Media).

### **DATENGEWINNUNG**

Die Daten werden basierend auf der Domain des Unternehmens und den angegebenen Social Media Profilen erhoben. Es handelt sich um messbare, im Internet verfügbare, großteils dynamische Werte. Diese Werte werden von einem automatisierten Berechnungssystem, das von Experten entwickelt wurde, kategorisiert und nach deren Relevanz für die jeweilige Branche und Unternehmensgröße gewichtet. Das Ergebnis sind die mit Prozentwerten versehenen Einzelfaktoren. Der angegebene DigiBrand Index ist die qualitative Summe dieser Einzelfaktoren eingeordnet in einer Skala zwischen 1 und 1000.

### **DATENSCHUTZ**

Wir sammeln, verarbeiten und speichern die unternehmensbezogenen Daten mit höchster Sorgfalt unter Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben in Bezug auf Datenschutz und Datensicherheit. Die gesammelten Informationen werden ausschließlich zur Berechnung der Indizes verwendet. Wenn Sie der Zusendung von Marketinginformationen zugestimmt haben, werden Sie zusätzlich mit für Sie relevante Werbeinformationen versorgt. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.

# TIPPS

## Wie Sie Ihren DigiBrand-Index und digitalen Markenwert verbessern

---

Die Tipps zur Verbesserung des DigiBrand-Indexes sind nach den in der Auswertung dargestellten Teilbereichen gegliedert. Es ist zu beachten, dass sich die einzelnen Faktoren und demzufolge auch die einzelnen Teilbereiche in vielen Fällen gegenseitig beeinflussen.



### DOMAIN / WEBSITE

Je besser die Website technisch und inhaltlich optimiert ist, je besser und umfangreicher die Webinhalte sind (Teilbereich "Domain / Website"), je höher die dadurch gewonnen Rückverlinkungen auf die Website sind (Teilbereich "Präsenz im Web") und je besser die Social Media Arbeit ist (Teilbereich "Social Media"), desto wertvoller und vertrauenswürdiger ist die Domain für die Suchmaschinen **[Faktor 1- 6]**.

Der Wert der Domain für die Suchmaschinen kann beispielsweise durch sinnvoll und nach SEO-Kriterien korrekt eingesetzte interne Verlinkungen verbessert werden **[Faktor 7 - 8]**. Zudem kann die Anzahl der Unterseiten erhöht werden **[Faktor 9]**. Natürlich macht die technische Optimierung der Website (Responsive Website, https-zertifiziert, schnelle Serververbindung etc.) auch einen wichtigen Teil der Websitequalität aus **[Faktor 10 - 15]**.



### PRÄSENZ IM WEB

Die Präsenz im Web **[Faktor 16 und 17]** ergibt sich auf Grund zweier wesentlicher Faktoren: Den Backlinks (Verlinkungen von externen Seiten auf die Website) und dem Umfang der Website. Hier beeinflussen sich der 1. Teilbereich "Domain / Website" und der 2. Teilbereich "Präsenz im Web" wiederum gegenseitig. Mit qualitativen externen Verlinkungen, beispielsweise aus relevanten Branchenverzeichnissen, Portalen oder themenverwandten Websites kann der Wert verbessert werden **[Faktor 18]**. Google erkennt die Qualität der Seiten, welche auf die Website verlinken und vererbt diese zu einem gewissen Grad weiter **[Faktor 19 - 20]**. Das bedeutet, Links von guten Seiten sind empfehlenswert, Links von schlechten Seiten können sich sogar kontraproduktiv auswirken. Um die Präsenz im Web noch mehr zu erhöhen, kann auch der Inhalt der Website erweitert bzw. verbessert werden. Dabei müssen die wichtigen Suchbegriffe laut Regeln der Suchmaschinenoptimierung verwendet und eingesetzt werden. Je mehr Inhalt und Suchbegriffe auf der Website geboten werden, desto wahrscheinlicher wird deren Auffindbarkeit in den Suchmaschinen **[Faktor 21 - 22]**.

Zudem erhöhen SEM-Kampagnen (bezahlte Werbeanzeigen in Suchmaschinen wie Google oder Bing) die Präsenz im Web **[Faktor 23]**.



### PRÄSENZ IN SOCIAL MEDIA

Das Betreiben von Social Media Kanälen erhöht den digitalen Markenwert. Je mehr Fans und Follower ein Unternehmen hat, je mehr Nutzer dessen Beiträge liken, teilen und kommentieren, desto wertvoller ist dessen digitale Marke **[Faktor 24 - 27, 40, 42- 43, 45 - 47]**. In sozialen Medien ist es besonders wichtig, seine Inhalte der Zielgruppe angepasst zu kommunizieren, um langfristig mit der Marke Erfolg zu haben. Deswegen muss man sich mit dem jeweiligen Kanal auseinandersetzen, das Userverhalten beobachten, deren Reaktion analysieren und dementsprechend die eigenen Aktivitäten anpassen. Wenn die Postings eines Unternehmens hohe Interaktionen hervorrufen, wird das jeweilige soziale Netzwerk auch eher für die Verbreitung der künftigen Postings sorgen. Postings mit wenig Interaktionen werden irgendwann aus den Feeds der Nutzer verschwinden.

Um die Social Media Arbeit auch mit der Domain zu verbinden, sollten manche Postings auch auf die Website verlinken. Das bringt nicht nur Besucher auf die Website, sondern auch qualitative Rückverlinkungen (siehe Punkt "Präsenz im Web") und wertvolle Social Media Signale für die Domain **[Faktor 28 - 36, 37 - 39, 41, 44]**.