Windbranche

Online-Marketing-Studie

[09.12.2015] Erfüllt die Windbranche die Anforderungen des Online-Marketings? Dieser Frage ist die Firma WIV nachgegangen und hat die Websites von 15 Unternehmen der Branche untersucht.

Das Unternehmen WIV aus Hessen hat die Websites von 15 Unternehmen der Windenergiebranche unter die Lupe genommen und bewertet. Die Studie gibt Antworten auf die folgenden Fragen: Wie sind On- und Offpage-Aspekte der Seite gelöst? Wie steht es um die Qualität des Content? Wird potenziellen Kunden ein nutzerfreundlicher Internet-Auftritt geboten? Wie stark SEO-optimiert sind die Seiten? Und wie setzen mittlere und große Unternehmen diese Kriterien um? Den Verfassern der Studie zufolge hat sich in den vergangenen Jahren im SEO-Bereich einiges geändert. So seien es heute vor allem qualitative Faktoren, durch die eine hervorragende Platzierung bei Google zu erzielen ist. Dies beginne bei den Basics und ende bei Aktivitäten in den sozialen Medien. Mittlerweile haben die Online-Experten sogar einen eigenen Preis, den Wind Website Award 2015 ausgelobt. Vergeben wurde der Preis auf den diesjährigen Windenergietagen im mecklenburgischen Linstow. 20 Windfirmen seien in die engere Auswahl gekommen, drei der Bewerber haben sich schließlich durchgesetzt. Erster Sieger wurde der Windkraft-Projektierer Sabowind aus dem sächsischen Freiberg. Sabowind habe in allen Kategorien von der SEO-Optimierung über das moderne, responsive Webdesign und die hohe Benutzerfreundlichkeit bis hin zu gut umgesetzten technischen Grundlagen überzeugt. Die Plätze zwei und drei belegten das hannoveranische Unternehmen Windwärts und die Firma SSC-Wind aus Wildeshausen bei Bremen.

(me)

Stichwörter: Windenergie, Online-Marketing-Studie, WIV