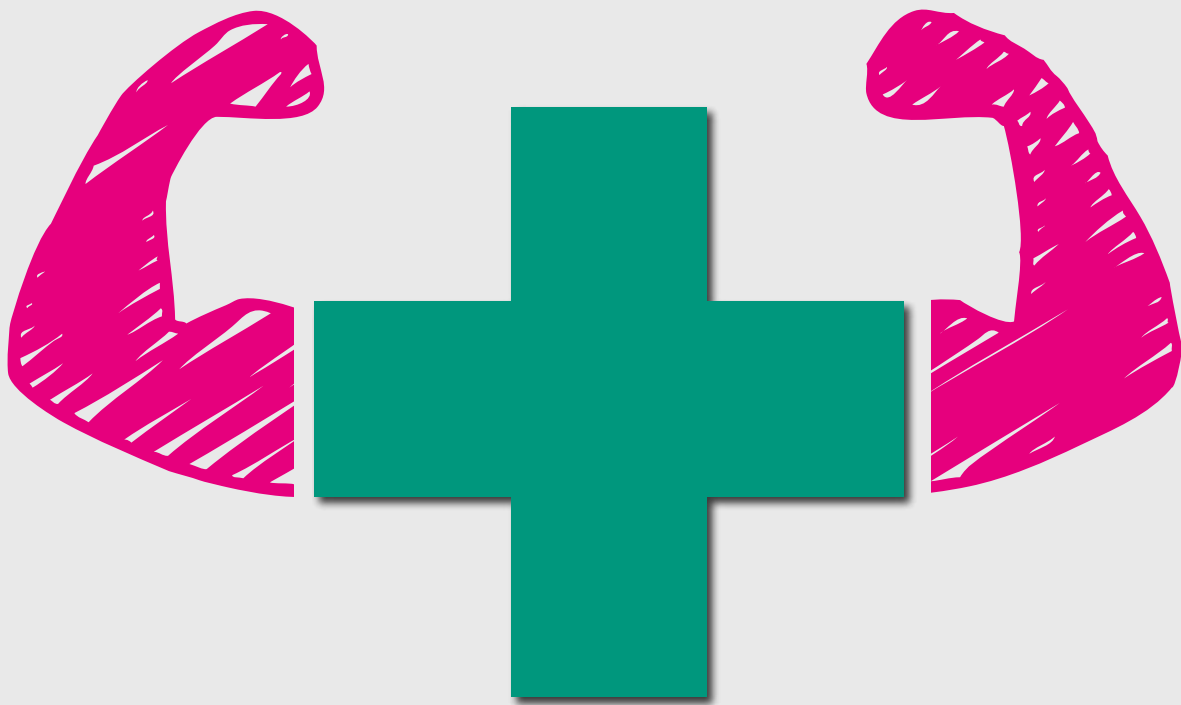


HEALTHCARE MARKETING

Das Fachmagazin für Gesundheitsmarken



Starke OTC-Marken

durch Omnichannel-Apothekenkommunikation

Online-Marketing

CBD: Strenge Regularien, hohe Konkurrenz

Im CBD-Markt konkurrieren etliche Websites um die beste Sichtbarkeit bei Google. Doch das Online-Marketing unterliegt strengen Regeln. Wer es schafft, die beste Performance hinzulegen, zeigt das ‚Healthcare Marketing‘-SEO-Ranking von und mit der Online-Marketing-Agentur xeomed.

DIE UNTERSUCHTEN KEYWORDS

Keyword (20)	Suchvolumen
cbd öl	158.000
cbd tropfen	34.000
cbd öl kaufen	29.000
cbd öl wirkung	7.000
cbd kapseln	4.000
cbd öl anwendung	2.000
cbd öl dosierung	2.000
was ist cbd öl	1.300
cbd öl schlaf	1.100
cbd öl gegen schmerzen	700
cbd öl migräne	600
cbd öl schwangerschaft	600
cbd gegen rüchenschmerzen	500
cbd schlafstörungen	450
cbd gegen depressionen	450
cbd wirkung schlaf	350
cbd kopfschmerzen	350
cbd arthrose	300
cbd neurodermitis	200
cbd bei bluthochdruck	150

Quelle: Ahrefs/xeomed

Längst hat sich um den Pflanzenwirkstoff Cannabidiol (kurz: CBD) ein stark umkämpfter Markt auch im Netz entwickelt. Das Angebot umfasst eine Vielzahl an frei verkäuflichen Produkten – vom klassischen CBD-Öl über CBD-Tees bis hin zu CBD-Kosmetik-Produkten. Doch ist die Platzierung von CBD-Themen durch Google und Facebook im Netz streng reguliert bis gar nicht möglich. Google Ads zu diesem Themengebiet dürfen beispielsweise derzeit nicht ausgespielt werden. Daher scheint es umso wichtiger, dass Webseiten aus SEO-Sicht optimal aufgestellt sind, wie Tino Nigge-meier, Inhaber und Geschäftsführer der Nürnberger Online-Marketing-Agentur xeomed erläutert: „Im Bereich CBD machen derzeit Google-Policies die bezahlte Reichweite unmöglich. Daher ist die organische Reichweite umso wichtiger, um bei der Google-Suche auf den vorderen Plätzen zu erscheinen.“ Noch sei jedoch offen, ob Werbepattformen und -anbieter ihre Richtlinien anpassen können, sobald der Kauf von Cannabis legal ist, wie es die Ampel-Parteien in ihrem Koalitionsvertrag vereinbart haben.



Foto: xeomed

” CBD-Themen sind im Netz streng reguliert.

Tino Niggemeier, Inhaber und Geschäftsführer bei xeomed

Für xeomed Grund genug, im Auftrag von ‚Healthcare Marketing‘ dieses Segment nach SEO-Kriterien genauer zu untersuchen und ein Ranking zu entwickeln, bei dem kleine inhabergeführte Familienunternehmen und Mittelständler Seite an Seite mit Konzernen stehen, die investorengesteuert agieren – also mit ungleich hohen Marketingbudgets kalkulieren.

Dabei basiert die Auswahl der hier betrachteten Anbieter auf einer SERP-Analyse. Das CBD-Ranking vergleicht die Anbieter, die bei den definierten Keywords unter den Top 20-Suchergebnissen bei Google im Mai 2022 aufgetaucht sind.

Die xeomed-Experten sind offenbar auf eine so hohe Anzahl von CBD-Anbietern gestoßen, dass sie die Zahl auf 15 reduzieren mussten. Niggemeier lobt mit Blick auf die CBD-Portale deren „Einbindung von Ratgeber-Inhalten, die sich auf nahezu allen Seiten finden lässt.“ Allerdings zeige sich bei näherer Analyse, dass zusätzlicher Content allein nicht ausreichte, um Sichtbarkeit in den Suchmaschinen zu gewinnen. Er sagt: „In-

halte müssen für die Nutzer:innen auch durch interne Verlinkungen schnell und ohne viele Klicks auf der Seite zugänglich sein.“

Zum Top-Favoriten dieses ‚Healthcare Marketing‘-SEO-Rankings zählt das Portal cbd-vital.de der Vitrasan GmbH im österreichischen Gleisdorf. Die Firma ist seit 2017 auf dem Markt und verkauft CBD-Öle an nach eigenen Angaben 680.000 Kunden. Die Website cbd-vital.de belegt im Ranking mit knapp 30 Gesamtpunkten Platz eins.

Die Experten von xeomed kommen zum Ergebnis, dass die Website im Vergleich zu ihren Wettbewerbern das größte Keywordset und Backlinkprofil besitzt. Zudem sei cbd-vital den Usern ein Begriff, denn die Brand werde als Keyword häufig gesucht. Zudem loben die xeomed-Analysten die „sehr guten Produktseiten in tollem Design mit Bewertungsfunktion, Produkt- und Anwendungsbeschreibung.“ Der Vitrasan-Geschäftsführer Thomas Sulzer freut sich über das Ergebnis: „Neben unseren hochwertigen Produkten stellt unser Onlineshop das Herzstück unserer Erfolgsstrategie dar.

DAS SIND DIE ERFOLGREICHSTEN WEBSEITEN IM CBD-MARKT

Rang	Website	Firma	KW Top 100	Top 100 Punkte	KW Top 10	Top 10 Punkte	Sistrix	Sistrix Punkte	Backlink-Domains	Backlink-Punkte	Gesamtpunktzahl
1	cbd-vital.de	Vitrasan	334	9,05	21	9,52	0,344	4,82	4.134	5,75	29,14
2	vaay.com	Sanity Care	97	2,63	16	7,03	0,138	1,93	1.806	2,51	14,10
3	herbliz.com	NGP Berlin	98	2,64	14	6,12	0,152	2,13	258	0,36	11,24
4	hanfosan.de	Kräuterland	90	2,43	9	3,85	0,219	3,07	877	1,22	10,57
5	hanfgefluester.de	Hanfgeflüster	89	2,40	8	3,63	0,063	0,89	257	0,36	7,27
6	cbdnl.com	CBDNOL	79	2,14	4	1,59	0,018	0,25	1.160	1,61	5,59
7	hempions.com	Hempions	56	1,51	6	2,61	0,035	0,49	186	0,26	4,87
8	tomhemp.com	Cristian Accardo	70	1,88	3	1,25	0,038	0,53	241	0,34	4,00
9	benetui.com	Benetui	22	0,60	4	1,59	0,028	0,39	57	0,08	2,65
10	biobloom-cbd.de	BioBloom	30	0,82	3	1,36	0,015	0,21	35	0,05	2,44
11	nordicoil.de	Nordic Trading Group	39	1,05	0	0,00	0,010	0,15	750	1,04	2,24
12	alpenkraut-cbd.com	Puna Warenhandels	25	0,66	2	0,79	0,006	0,08	298	0,41	1,95
13	naturecan.de	Naturecan	39	1,06	1	0,23	0,002	0,02	340	0,47	1,79
14	malantis.de	Malantis	28	0,77	0	0,00	0,002	0,03	209	0,29	1,09
15	breathe-organics.com	Breathe Solutions	14	0,37	1	0,45	0,001	0,01	177	0,25	1,08

Quelle: xeomed, Stand Mai 2022, © Healthcare Marketing

Lesebeispiel: Die Website cbd-vital.de verfügt über 334 relevante Keywords (KW), bei denen die Seite unter den Top 100 Suchergebnissen bei Google rankt. Die Site hat einen Sichtbarkeitswert bei Sistrix von 0,344 und verfügt über 4.134 Backlinks.

Berechnungsformel: ((Anzahl Keywords Top 100 / Gesamtsumme Anzahl Keywords Top 100)* 100)*Gewichtungsfaktor

Vitrasan steht mit einer Gesamtpunktzahl von fast 30 unangefochten auf dem ersten Platz in diesem SEO-Ranking. Während die noch eher junge Website herbliz.com offenbar sofort durchstarten konnte, profitiert vaay.com von einem großen Backlinkprofil und seiner Markenbekanntheit



Foto: Karl Schrotter Photograph

„Der Onlineshop stellt das Herzstück unserer Erfolgsstrategie dar.“

Vitrasan-Geschäftsführer Thomas Sulzer

Die Nutzerfreundlichkeit steht dabei immer im Fokus – und damit verbunden auch die regelmäßige Weiterentwicklung. Erst vor zwei Monaten hatten wir einen großen Website-Relaunch. SEO gehört bei uns zum Tagesgeschäft.“ Sulzer sagt, zum Vitrasan-Erfolgsrezept gehöre „eine Kombination aus hervorragendem Content, einer zielgerichteten SEO-Strategie, die zu 95 Prozent inhouse durchgeführt wird, sowie einem natürlichen, organischen Wachstum mit gefestigten und eingespielten Prozessen.“

Naturkosmetik von Malantis

Die Malantis GmbH in Stuttgart hat sich auf die Herstellung von Naturkosmetik mit CBD und Hanf spezialisiert. Die Website malantis.de kommt in unserem SEO-Ranking jedoch nur auf Rang 14 von insgesamt 15 Plätzen. Dies begründen die SEO-Experten vor allem mit dem Fehlen der wichtigen Keywords in den Top 10. Zudem verfüge die Site zwar über etwas Ratgeber-Content in Form eines Blogs, dieser stünde jedoch nicht im Fokus der Seite, sondern sei eher versteckt gehalten. Zudem würde die Marke im Netz eher selten gesucht werden. All das stört Malantis-Geschäftsführerin Patricia Strübel wenig. Im Gegenteil. Sie empfindet die Platzierung in den Top 15 sogar als ziemlich gut, weil sie ihre CBD-Öle und Tropfen gar nicht aktiv bewerbe. Zudem arbeite Malantis an Keywords, die vor allem die kosmetischen und Beauty-Produkte auffindbar



Foto: Malantis

„Keywords, die ein Krankheitsbild enthalten, meiden wir.“

Malantis-Geschäftsführerin Patricia Strübel

machen wie CBD Kosmetik, CBD Naturkosmetik, Hanf Kosmetik, CBD Pickel und CBD AntiAging. Strübel erläutert: „Gerade aussagekräftige und platzierungsrelevante Keywords, die eindeutige Wirkungsweisen und Krankheitsbilder wie Schmerzen, Depressionen, Schlafen oder Psoriasis enthalten, dürfen aufgrund der Health Claims Verordnung nicht verwendet werden!“

Birte Schäffler



Foto: Irina – StockAdobe

DIE UNTERSUCHTEN KATEGORIEN

Kategorie	Beschreibung	Gewichtung
Keywords Top 100	Anzahl relevanter Keywords, bei denen die Seite unter den Top-100-Suchergebnissen bei Google rankte	30 Prozent
Keywords Top 10	Anzahl relevanter Keywords, bei denen die Seite unter den Top-10-Suchergebnissen bei Google rankte	40 Prozent
Backlinks	Anzahl der Domain-Backlinks auf die untersuchte Seite	15 Prozent
Sichtbarkeitswert	durchschnittlicher Sichtbarkeitswert (mobil) während des Untersuchungszeitraums	15 Prozent

Für die Analyse der Keywords Top 100 und Top 10 sowie des Sichtbarkeitswertes wurde die SEO-Software Sistrix genutzt. Die Auswertung der Backlinks auf der jeweiligen Site erfolgte mit dem SEO-Tool Ahrefs

„Healthcare Marketing‘-SEO-Ranking

Die Online-Marketingagentur xeomed in Nürnberg und ‚Healthcare Marketing‘ stehen gemeinsam hinter dem ‚Healthcare Marketing‘-SEO-Ranking. Es erscheint regelmäßig zu wechselnden Indikationen. Die Auswahl der Websites erfolgt anhand eines SERP-Checks mit den jeweiligen Keywords.

✉ ranking@xeomed.de

