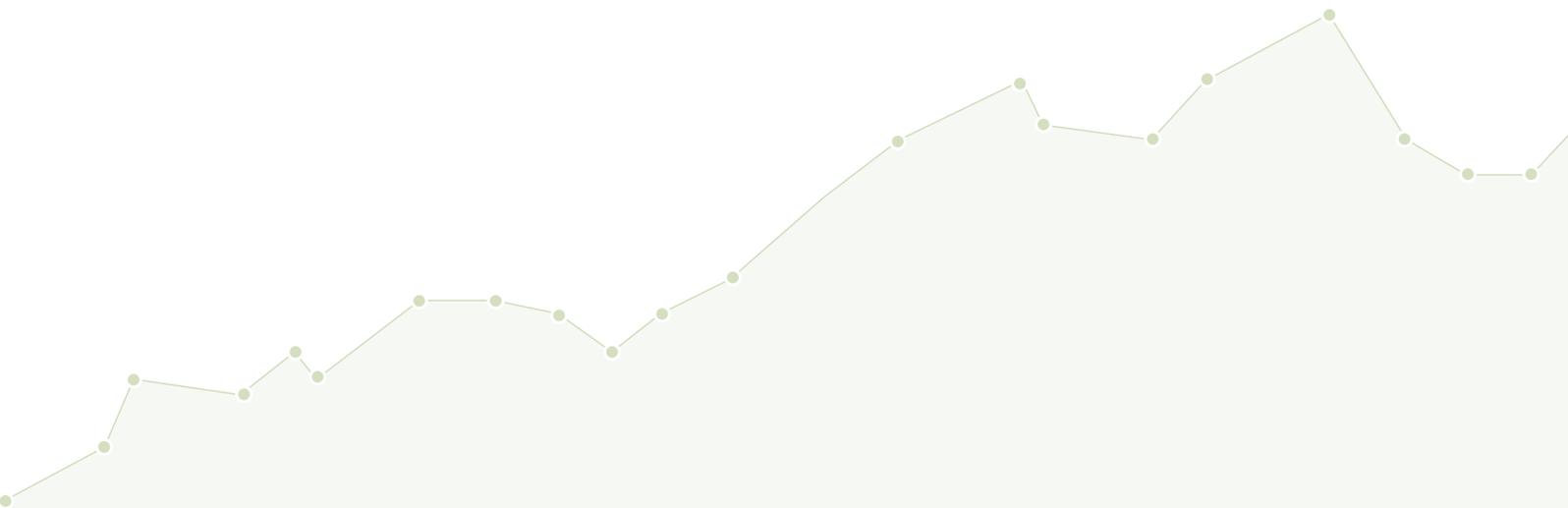


Case Study

RAUWOLF: Mit Content Marketing zum Erfolg!





Case Study

RAUWOLF

Eine heiß umkämpfte Nische, in der ein kleines Unternehmen von Top-Rankings für große Keywords nur träumen kann: Um hier Traffic, Autorität und Umsatz aufzubauen, brauchte RAUWOLF einen neuen Shop, eine neue Corporate Identity und eine nachhaltige Content-Strategie. Wie wir vorgegangen sind und welche Erfolge RAUWOLF verzeichnet, kannst du in dieser Case Study nachlesen. **Hier auf einen Blick die wichtigsten Ergebnisse:**



+1495 %

mehr Sichtbarkeit innerhalb
von 2 Jahren



+820

neue Keywords in den
Top 10 bei Google



+45

aufgebaute
Backlinks

Der Kunde

_RAU WOLF

RAUWOLF ist eine österreichische Kaffeerösterei, die röstfrische Spezialitätenkaffees sowohl vor Ort in Wien als auch über einen Online-Shop anbietet. Die Zielgruppe sind Endverbraucher*innen.

Branche: Kaffeerösterei

Standort: Wien

Leistung: Röstfrische Spezialitätenkaffees aus nachhaltigem, naturnahem Anbau





Die Ausgangssituation

Man braucht keine jahrelange SEO-Erfahrung, um erahnen zu können, dass Top-10-Rankings bei Google für Keywords wie „kaffee kaufen“ für kleine Unternehmen nur schwer zu erreichen sind. In einer Nische, die von Handelsketten und großen Brands dominiert ist, brauchte RAUWOLF einen systematischen Ansatz, um Umsätze durch den Online-Shop generieren zu können.

Aber wie bekommt man Traffic, wie baut man Autorität und überregionale Bekanntheit auf, wenn man wie RAUWOLF praktisch bei null startet? Nicht nur, was die Sichtbarkeit bei Google betrifft: Auch die komplette Neustrukturierung des alten Shops mit einem neuen Shopsystem und der Aufbau einer neuen Corporate Identity wurden zur spannenden Herausforderung.

Unser Lösungsansatz

Die Lösung war eine **nicht-kommerzielle Content-Strategie** mit dem Ziel, alle relevanten User*innen-Fragen rund um das Thema Kaffee mit hochwertigem Content abzudecken und so RAUWOLF als Experte im organischen Channel zu positionieren.

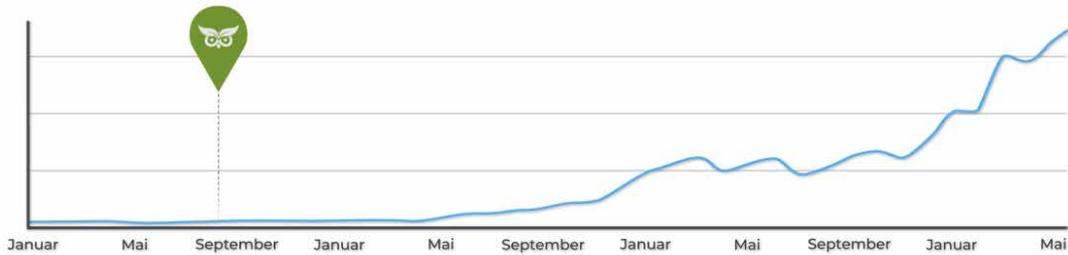
Damit gelang es uns, nicht nur den **organischen Traffic systematisch zu erhöhen**, sondern auch die Online-Umsätze durch geschickt platzierte Conversion-Elemente ordentlich zu steigern.

Unterstützt wurde die Kampagne durch unsere bewährte **Outreach-Strategie mit Linkable Assets**, um hochwertige Backlinks aus dem themenrelevanten Umfeld zu erhalten und Schritt für Schritt die Domain-Autorität zu steigern.

- 1. ONPAGE- & ONSITE-AUDIT**
Nach einem gründlichen SEO-Audit stellten wir einen klar definierten Maßnahmenkatalog für das Entwicklerteam des neuen Shopsystems zusammen.
- 2. KEYWORD-RECHERCHE & WEBSITE-STRUKTUR**
Um eine neue Website-Struktur und eine Content-Strategie zu entwickeln, führten wir eine professionelle Keyword-Recherche durch.
- 3. CONTENT SCHREIBEN**
Wir bauten einen Content-Cluster mit nutzerzentrierten Inhalten für nicht-kommerzielle Themen auf, die perfekt auf die Suchintention abgestimmt sind.
- 4. Digital PR**
Mit hochwertigem Linkaufbau mit Linkable Assets und Expertenbeiträgen erhöhten wir die Domain-Autorität.



Die Entwicklung im Überblick



Michael Parzefall

Geschäftsführer der Parzefall GmbH & CO. KG

Evergreen Media hat mich vor allem durch den nachhaltigen SEO-Ansatz überzeugt. Der Gründer Alexander Rus hat mir von Anfang keine kurzfristigen Ergebnisse versprochen, aber dafür die Basis für langfristigen Erfolg. Das Ergebnis ist überzeugend! Ich sehe nicht nur ein Anstieg der Impression, sondern bereits nach wenigen Monaten einen signifikanten Anstieg der Umsätze, der die Kosten mehr als kompensiert. An der Zusammenarbeit, auch mit dem restlichen Team von Evergreen Media, schätze ich sowohl die offene Kommunikation und konsequente Ehrlichkeit, als auch die 100%ige Zuverlässigkeit.

Bist du bereit, mit uns gemeinsam Erfolge zu erzielen?

Dann kontaktiere uns unter <https://www.evergreenmedia.at/kontakt/>