



CASE STUDY

SEO

SEA

DATA & FEED

dodenhof

Drei Audits, ein klarer Fahrplan für den Wachstums-Neustart

In dieser Case Study zeigen wir, wie pan pan das E-Commerce-Setup von dodenhof mit drei Audits – Google Ads, Tech SEO und Produktdaten – auf den Prüfstand gestellt und daraus klare, umsetzbare Prioritäten für den Wachstumskurs gemacht hat.



„Ihr seid absolute Profis auf eurem Gebiet, und ihr habt einen extrem guten Drive. Man merkt, ihr wollt, dass die Dinge auch wirklich umgesetzt werden.“



Olli Schreiber

E-Commerce-
Verantwortlicher

ZEITRAUM

Mai – Juni 2026

LEISTUNG

Audit · SEO, SEA, Data

MARKT

B2C (Omnichannel)

dodenhof

Die Ausgangslage

dodenhof ist ein Omnichannel-Händler mit riesigem Sortiment, vom Modehaus in Posthausen und Kiel über Sport und Technik bis zum Genießermarkt, mit rund 150.000 live gelisteten Artikeln. Nach drei Jahren mit Fokus auf Ergebnisoptimierung fiel Ende 2025 die Entscheidung, im E-Commerce wieder auf Wachstum zu setzen, inklusive Investitionen in Technologie und einen Frontend-Relaunch.

DIE AUFGABE

Die zentralen Hebel Google Ads, Tech SEO und Produktdaten prüfen und in klare, umsetzbare Tickets für den Wachstumskurs übersetzen.

PROJEKT-FAKTEN

- BRANCHE
Omnichannel (Mode, Sport, Tech)
- LEISTUNG
3 Audits: PM, SEO, Produktdaten
- ZEITRAUM
Mai – Juni 2026
- MARKT
DACH · B2C
- TECH STACK
Magento

ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

12

identifizierte SEO-Baustellen für den Frontend-Relaunch

< 50 %

Attribut-Vollständigkeit aufgedeckt (Produktdaten)

1:1

SEO-Findings direkt als Jira-Tickets umsetzbar

Dodenhof Data Analysis Results

Product Category	Attribute	Requirement	Dodenhof Equivalent (DE)	Dodenhof Has Attribute	Gap?
Textiles		Optional		✓	
Textiles		Optional		X	GAP
Textiles		Optional		X	GAP
Textiles		Optional		X	GAP
SHOES 10 gaps					
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory		X	GAP
Shoes		Mandatory		X	GAP
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory		✓	
Shoes		Mandatory (if applicable)		X	GAP
Shoes		Optional		✓	
Shoes		Optional		✓	
Shoes		Optional		X	GAP

Auszug aus dem Produktdaten-Audit

„Beim SEO-Audit haben wir ganz konkrete Anforderungstickets bekommen, die wir eins zu eins in Jira überführen konnten.“

OLLI SCHREIBER, DODENHOF

Die drei Audits im Überblick

• AUDIT 01

1

Google Ads

Wir haben das bestehende Google-Ads-/PMax-Setup geprüft und einen klaren Impuls zur Neuausrichtung gegeben. dodenhof hat das Kampagnen-Setup daraufhin tatsächlich verändert. Wir haben die Grundlage gelegt, damit der Account in der Topline wieder wächst.

• AUDIT 02

2

SEO

Vor dem Frontend-Relaunch haben wir ein Dutzend SEO-Baustellen sichtbar und schriftlich gemacht – als konkrete Anforderungstickets, die 1:1 in Jira und in den Relaunch einfließen konnten.

• AUDIT 03

3

Produktdaten

Wir haben die Attribut-Vollständigkeit gemessen und sichtbar gemacht, dass unter 50 % der relevanten Attribute gefüllt sind. Daraus ist bei dodenhof ein Projekt und ein Monitoring-Dashboard entstanden.

• ERGEBNIS

4

Impuls, der etwas bewegt

Der Wert lag im kritischen Blick von außen: dodenhof hat Dinge verändert und ausprobiert, die intern liegengeblieben wären: vom Kampagnen-Setup über Relaunch-Tickets bis zum Produktdaten-Monitoring.

Willst du dein E-Commerce-Setup auch mal von außen auf den Prüfstand stellen?

Mach den kostenlosen Pre-Check