

## MEDIENINFORMATION

### Kenshoo Search Advertising Trends: EMEA-Länder verzeichnen Ertragsprung von 18 % und Klickrate auf Rekordniveau

*Werbetreibende in der EMEA-Region erzielen deutliche jährliche Effizienzsteigerung bei bezahlter Suchmaschinenwerbung*

**München, 28. Oktober 2014**\_\_ Die Quartalerträge aus bezahlter Suchmaschinenwerbung sind im Raum Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA-Region) im Vergleich zum Vorjahr um 18 % gestiegen. Das geht aus den jüngsten Quartalszahlen von [Kenshoo \(www.Kenshoo.com\)](http://www.Kenshoo.com), dem weltweit führenden Anbieter für prognosebasierte Marketingsoftware, hervor. Die Klickrate (CTR) für bezahlte Suchmaschinenwerbung ist in der EMEA-Region im Vorjahresvergleich um 32 % gestiegen und hat damit im 3. Quartal 2014 den Rekordwert von 2,4 % erreicht.

„Der Anstieg der Umsätze aus bezahlter Suchmaschinenwerbung zeigt die enorme Wertsteigerung, die Werbetreibende in der EMEA-Region mit Suchanzeigen erzielen“, so Justin Thorne, Regional Marketing Director EMEA bei Kenshoo. „Unsere Quartalszahlen machen außerdem sichtbar, dass die Werbetreibenden die Effizienz bezahlter Suchmaschinenwerbung durch eine kontinuierliche Kampagnenoptimierung, den Einsatz zielgruppengerechter Botschaften und ein präziseres Targeting deutlich steigern konnten. Im dritten Quartal stieg das Klickvolumen auf Suchanzeigen um 4 %, während der Umfang der Impressionen um 21 % zurückging.“

All diese Daten sind Teil der aktuellen Infografik von Kenshoo, [Trends in der Suchmaschinenwerbung im Raum EMEA, 3. Quartal 2014](#). Diese Infografik enthält die wichtigsten vierteljährlichen Metriken und Benchmarks für bezahlte Suchmaschinenwerbung und wurde auf Basis von Daten von Werbetreibenden und Agenturen zusammengestellt, die Suchmaschinenwerbung über die Kenshoo-Plattform in den EMEA-Ländern verwalten.

Die regionale Auswertung zeigt unter anderem die folgenden Ergebnisse:

- In Großbritannien wird mit 0,49 € pro Klick mehr bezahlt als in den europäischen Nachbarländern auf dem Festland.
- Deutschland hat unter den großen EMEA-Märkten mit 0,33 € die niedrigsten Klickkosten (Cost Per Click, CPC), verzeichnet aber auch die niedrigste Klickrate (CTR 1,2 %).
- Die Klickrate ist in Spanien am höchsten (3,5 %)

Klickkosten und Klickraten nach Land

	<b>Großbritannien</b>	<b>Frankreich</b>	<b>Deutschland</b>	<b>Spanien</b>
CPC, Q3/2014	0,49 €	0,39 €	0,33 €	0,36 €
CTR, Q3/2014	2,7 %	2,9 %	1,2 %	3,5 %

Der Anteil der Ausgaben und Klicks für bezahlte Suchmaschinenwerbung auf Mobilgeräten erreicht in Großbritannien neue Rekordwerte: Inzwischen entfallen 38 % der Ausgaben und 39 % des gesamten Klickvolumens auf mobile Suchanzeigen. Die Klickkosten für Werbung auf Tablets liegen

mit 0,49 € auf einem ähnlichen Niveau wie die Kosten für Smartphones (0,48) – diese zunehmende Nachfrage nach Werbung auf mobilen Endgeräten macht deutlich, dass Werbetreibende einen Mehrwert aus dem mit mobiler Suchmaschinenwerbung generierten Traffic erzielen.

„Durch die zunehmende Verbreitung von Smartphones und Tablets wird es unvermeidlich, dass Ausgaben und Klickvolumen für mobile Suchmaschinenwerbung steigen. Außerdem können seit der Einführung von Googles [erweiterten Kampagnen](#) Anzeigen auf Desktops, Tablets und Mobiltelefonen im Rahmen derselben Kampagne geschaltet werden, sodass die Ausrichtung auf mobile Geräte inzwischen sehr viel einfacher geworden ist“, erläutert Thorne.

#### **Über die Daten**

Die Ergebnisse zur bezahlten Suchmaschinenwerbung beruhen auf Leistungsdaten aus fünf Quartalen, die aus über 6.000 Profilen von Werbetreibenden und Agenturen aus allen Regionen ermittelt wurden, einschließlich 17 vertikale Branchen und 51 Länder, sowie unter Einbeziehung der Anzeigennetzwerke von Google, Baidu, Bing, Yahoo! und Yahoo! Japan. Lediglich in der EMEA-Region registrierte Nutzerkonten mit stabilen Daten aus fünf aufeinander folgenden Quartalen (Juli 2013 bis September 2014) wurden in dieser Analyse berücksichtigt.

Hinweis: Die Ergebnisse vorangegangener und künftiger Veröffentlichungen von Kenshoo können voneinander abweichen, da die Auswertungen in jedem Quartal über dynamische Datensätze immer wieder neu generiert werden.

#### **Über Kenshoo**

Kenshoo ist der weltweit führende Anbieter für prognosebasierte Marketingsoftware. Über diese Plattform generieren Marken, Agenturen und Entwickler mit Services wie Kenshoo Search, Kenshoo Social, Adquant by Kenshoo, Kenshoo Local, Kenshoo SmartPath, Kenshoo Halogen und Kenshoo Anywhere jährlich mehr als 150 Milliarden Euro an Umsatzerlösen für ihre Kunden. Kenshoo ist der einzige Strategic Preferred Marketing Developer von Facebook mit nativen API-Lösungen für Werbeanzeigen auf Facebook, FBX, Twitter, Google, Yahoo, Yahoo Japan, Bing, Baidu und CityGrid. Kampagnen für digitales Marketing in mehr als 190 Ländern für nahezu die Hälfte der Fortune 50-Unternehmen und alle zehn weltweit führenden Werbeagenturen profitieren von Kenshoo. Zu den Kunden von Kenshoo zählen Accor, GroupM, Havas Media, John Lewis und Tesco. Kenshoo verfügt über 24 internationale Standorte und wird von Sequoia Capital, Arts Alliance, Tenaya Capital und Bain Capital Ventures unterstützt. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.Kenshoo.com](http://www.Kenshoo.com).

*Die Marke Kenshoo und die Kenshoo-Produktnamen sind Handelsmarken von Kenshoo Ltd. Andere Firmen- und Markennamen sind Handelsmarken ihrer jeweiligen Inhaber.*

###

#### **Medienkontakt**

Kathrin Hamann  
ELEMENT C  
089 - 720 137 18  
[kenshoo@elementc.de](mailto:kenshoo@elementc.de)