



MEDIENINFORMATION

Kenshoo verzeichnet steigende Umsätze und Erträge für Paid Search und Social-Advertising

Um 10 Prozent stiegen die Gesamtausgaben für bezahlte Suchmaschinenwerbung im Vergleich zum Vorjahr. Ganze 36 Prozent höher sind die Ausgaben für mobiloptimierte Anzeigen! Im selben Zeitraum konnte Social-Advertising sogar um 114% zulegen.

München, 22. Juli 2015__ Mehr als erfreulich sind die Zahlen im aktuellen Quartalsbericht von Kenshoo, dem weltweit führenden Anbieter für prognosebasierte Marketingsoftware. Die Ausgaben für bezahlte Suchmaschinenwerbung stiegen um 10 Prozent im Vergleich zum selben Quartal des Vorjahres.

Getragen wird dieser Trend zu 100 Prozent durch Werbeausgaben für Suchen auf mobilen Endgeräten: im Vergleich zum Vorjahreszeitraum waren es ganze 71 Prozent mehr für Paid Search auf Smartphones und auch bei der bezahlten Suchmaschinenwerbung für Tablets ist ein Anstieg um vier Prozent zu verzeichnen. Die Werbeausgaben auf Desktop-Geräten sind im Gegenzug mit einem Minus von zwei Prozent leicht rückläufig.

Ebenfalls interessant ist die Entwicklung am Social-Advertising Markt (hauptsächlich Facebook). Hier konnte in Q2 2015 ein Zuwachs der Werbeausgaben von 114% im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres festgestellt werden. Gleichzeitig konnten Werbetreibende massiv die Qualität der Clicks für ihre Social-Ads, trotz weniger verfügbarer Impressions, mehr auf die Click-Through-Rate (CTR) hin optimieren. So konnte die CTR um 535% gesteigert werden.

„Die enorme Umsatzsteigerung trotz leicht rückläufiger Cost-per-Click-Zahlen (- fünf Prozent) und Klickraten (-17 Prozent) zeigen, dass der Einfluss von bezahlter Suchmaschinenwerbung größer ist denn je“, so Espen Lund, VP Northern & Central



Europe bei Kenshoo. „Gerade für den mobilen Markt ergeben sich für Werbetreibende neue Chancen, effiziente und ertragreiche Kampagnen zu planen. In Kombination mit Social Search sichern Werbetreibende sich darüber hinaus ihre Zielgruppen geräteübergreifend und auf allen Kanälen.“

Über die erhobenen Daten:

Die Daten wurden über den Zeitraum von fünf Quartalen (Q2 2014 – Q2 2015) erhoben. Insgesamt wurden dabei die Informationen von über 6000 Kenshoo Kunden einbezogen, die zusammen Ausgaben von 5,5 Milliarden Euro erzeugt haben. Dabei ergab sich eine Summe von 550 Milliarden Impressionen und 9,5 Milliarden Klicks.

Über Kenshoo

Kenshoo ist ein globales Unternehmen, das Lösungen für Cloud-basiertes, digitales Marketing sowie Technologie für prognosebasierte Medienoptimierung entwickelt. Marken, Agenturen und Entwickler generieren über Services wie Kenshoo Search™, Kenshoo Social™, Kenshoo Local™ und Kenshoo SmartPath™ jährlich mehr als 144 Milliarden Euro Umsatz für ihre Kunden. Kenshoo ist der einzige Strategic Preferred Marketing Developer von Facebook mit nativen Werbeanzeigen-API-Lösungen für Facebook, Facebook Exchange, Twitter, Google, Yahoo, Yahoo Japan, Bing, Baidu und CityGrid. Kampagnen in mehr als 190 Ländern für nahezu die Hälfte der Fortune 50-Unternehmen und die 10 weltweit führenden Werbeagentur-Netzwerke profitieren von Kenshoo. Zu den Kunden von Kenshoo zählen Accor, Burberry, GroupM, Havas Media, John Lewis, Skyscanner und Tesco.

Kenshoo verfügt über 22 internationale Standorte und wird von Sequoia Capital, Arts Alliance und Tenaya Capital unterstützt. Weitere Informationen unter www.Kenshoo.com.

Die Marke Kenshoo und Produktnamen sind eingetragene Handelsmarken von Kenshoo Ltd. Andere Firmen- und Markennamen sind geschützte Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

—###—

Kontakt

Christoph Hausel
ELEMENT C
089 - 720 137 20
kenshoo@elementc.de