

MEDIENINFORMATION

Globale Kenshoo-Studie zeigt: Weltweit steigen die Investitionen für mobile Social Media- und Suchmaschinenwerbung

Die Ausgaben für mobile Social Media-Werbung stiegen in Q3 / 2015 um satte 159 %. / Für mobile Suchmaschinenwerbung gaben Marketer rund 66 % mehr aus.

München, 15. Oktober 2015__ Mobile ist weiterhin hauptverantwortlich für den sprunghaften Anstieg der Investitionen in Social und Search Advertising. Im Vergleich zum Vorjahr gaben Werbetreibende im dritten Quartal dieses Jahres rund 159 % mehr für mobil optimierte Social Media-Anzeigen aus; für mobile Suchmaschinenwerbung stiegen die Ausgaben um 66 %. Mehr als 68 % aller Klicks auf Social Media-Werbung und 50 % aller Klicks auf bezahlte Suchmaschinenwerbung gingen von Smartphones aus. Diese Ergebnisse veröffentlicht Kenshoo, weltweiter Marktführer für agiles Marketing, in der neuen Infografik [„Digital Marketing Snapshot: Q3 2015“](#), welche die vierteljährlichen Kennzahlen und Benchmarks für bezahlte Suchmaschinen- und Social Media-Werbung liefert. Die Studie basiert auf 550 Milliarden Impressions, 11 Milliarden Klicks und 6 Milliarden US-Dollar Werbeausgaben, die mithilfe der Kenshoo Infinity Suite™ generiert wurden.

Vor allem der Bereich Social Media Advertising wurde im Vergleich zum Vorjahr stark ausgebaut: Die Ausgaben waren insgesamt um 112 % höher, was hauptsächlich den 159 %, die auf mobile Geräte fallen, geschuldet ist. Aber auch die Cost-per-Click (CPC) stiegen um 21 % und, obwohl die Impressions leicht abnahmen, sind dennoch rund 75 % mehr Klicks zu verzeichnen. Dass bezahlte Social Media-Anzeigen erfolgreicher und somit effizienter werden, zeigt die Click-Through-Rate (CTR), die im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 174 % zunahm. Kenshoo prognostiziert Werbetreibenden eine enorme Effizienzsteigerung von Social Ads, da durch Facebooks geändertes Abrechnungsmodell bei CPC-Geboten künftig weniger Likes und Shares, sondern vielmehr Klicks in den Fokus rücken.

Aufgrund einer zunehmenden Sättigung des Marktes, zeichnen die Ausgaben für bezahlte Suchmaschinenwerbung eine weniger steile Kurve, die aber dank mobiler Suchmaschinenwerbung dennoch nach oben zeigt – 8 % mehr gaben Marketingverantwortliche für Search-Anzeigen im Vergleich zum Vorjahr aus. Die Klickzahlen stiegen insgesamt um 16 % und die Click-Through-Rate zeigt mit einem Plus von 12 % ebenfalls eine steigende Tendenz. Die CPC hingegen fielen um -7 %, vor allem wegen des hohen Anteils an mobilen Klicks, die im Vergleich zu Desktop- und Tablet-Klicks günstiger sind.



„Die Zahlen im dritten Quartal sind die konsequente Weiterführung der Trends des ersten Halbjahrs 2015 für den Bereich mobiles Suchmaschinen- und Social Media-Advertising“, erklärt Espen Lund, VP Northern & Central Europe von Kenshoo. „Die Smartphone-Nutzung verändert sich, Verbraucher verlagern viele ihrer Online-Aktivitäten auf das mobile Netz – und dementsprechend werden mobile Anzeigen immer erfolgreicher. Clevere Marketer wissen das, optimieren ihre mobilen Kampagnen stetig und erzielen längst positive Ergebnisse mit ihren Social- und Search-Anzeigen. Da die Publisher ihr Angebot weiter ausweiten und ihr mobiles Repertoire verfeinern, können Marketer künftig mithilfe von Kenshoo ihre Performance weiter steigern.“

Die Infografik [„Digital Marketing Snapshot: Q3 2015“](http://kenshoo.com/digital-marketing-snapshot/) steht hier zum Download bereit:

Die regionalen Übersichten finden Sie hier: <http://www.kenshoo.com/searchglobaltrends/>

Über die Studie

Die Resultate der Studie zu Suchmaschinen- und Social Media-Werbung beziehen sich auf Daten, die über fünf Quartalen hinweg gesammelt wurden. Dazu wurden über 3.000 Kenshoo Kunden-Accounts aus 20 verschiedenen Branchen in über 70 Ländern ausgewertet. Gesammelt wurden Informationen zu Werbung auf Google, Bing, Baidu, Yahoo!, Yahoo! Japan und Facebook-Werbenetzwerken. Das Datenvolumen umfasst mehr als 550 Milliarden Impressions, 11 Milliarden Klicks und 5,5 Milliarden Euro in Werbeumsätzen. Werbeausgaben und CPC wurden nach der Ex-FX oder „Constand Currency“-Methode in eine gemeinsame Währung umgewandelt.

Über Kenshoo

Kenshoo ist der weltweit führende Anbieter einer Lösung für agiles Marketing. Marken, Agenturen und Entwickler generieren über die Infinity Suite™ von Kenshoo durch Search, Social, Mobile und Display Advertising jährlich mehr als 300 Milliarden US-Dollar Umsatz für ihre Kunden. Kenshoo ist der einzige Facebook Marketing-Partner mit nativen Werbeanzeigen-API-Lösungen für Facebook, Facebook Exchange, Instagram, Twitter, Google, Yahoo, Yahoo Gemini, Yahoo Japan, Bing und Baidu. Digitale Marketing-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, GroupM, Havas Media, John Lewis und Tesco. Kenshoo verfügt über 27 internationale Standorte und wird von Sequoia Capital, Arts Alliance, Tenaya Capital und Bain Capital Ventures gestützt. Weitere Informationen unter www.kenshoo.com

Facebook® ist eine eingetragene Handelsmarke von Facebook, Inc.

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