

MEDIENINFORMATION

Neue Kenshoo-Studie: Werbeausgaben für Search und Social dank Mobile und Google Shopping-Anzeigen auch in Q1 / 2016 auf Wachstumskurs

Neue Werbeformate für Social Media lassen Investitionen auch über das Vorweihnachtsgeschäft hinaus steigen

München, 20. April 2016__ Mobile, Shopping-Anzeigen und neue Werbeformate für Social Media lassen die Werbeausgaben für Suchmaschinenwerbung und Social Media auch im ersten Quartal dieses Jahres kräftig steigen. Zu diesem Ergebnis kommt Kenshoo, weltweit führend im Agile Marketing. Die neue Infografik [Kenshoo Digital Marketing Snapshot: Q1 2016](#) zeigt, wie sich die Werbeausgaben für Search & Social weltweit in Q1/2016 entwickelt haben. Demnach stiegen die Ausgaben für Social-Media-Werbung im Quartalsvergleich um 8 % und stellen damit die Investitionen während der Feiertage in Q4/2015 in den Schatten. Im Jahresvergleich verzeichnet Kenshoo sogar einen Anstieg der Werbeausgaben von 86% - begünstigt durch die Einführung neuer Werbeformate wie die Facebook Dynamic Ads und die Erweiterung des verfügbaren Inventars auf Instagram.

Die Ausgaben für bezahlte Suchmaschinenwerbung nahmen im Jahresvergleich um 13 % zu, befeuert durch steigende Ausgaben für mobile Werbung (77 % im Jahresvergleich) und Produktanzeigen (98 % im Jahresvergleich). Smartphones und Tablets sorgen kombiniert für die meisten Klicks, sowohl bei der bezahlten Suche als auch im Social Advertising (jeweils 52 % und 71 %).

Weitere globale Ergebnisse der Studie:

- Die Social Media-Impressions stiegen im Quartalsvergleich um 14 % und im Jahresvergleich um 6 %.
- Die Social Media-Klicks stiegen im Quartalsvergleich um 19 % und im Jahresvergleich um 54 %.
- Die Social Media-Klickrate stieg im Quartalsvergleich um 4 % und im Jahresvergleich um 45 %.
- Die Impressions für bezahlte Suchmaschinenwerbung sanken im Quartalsvergleich um 5 %, stiegen jedoch im Jahresvergleich um 31 %.
- Die Klicks auf bezahlte Suchmaschinenwerbung sanken im Quartalsvergleich um 6 %, stiegen jedoch im Jahresvergleich um 36 %.
- Die Klickrate für bezahlte Suchanzeigen sank im Quartalsvergleich um 1 %, stieg jedoch im Jahresvergleich um 4 %.

„Nach dem letzten Quartal 2016, in dem wir die wachsende Bedeutung und den zunehmenden Wert von Produktanzeigen in Search und Social vor allem rund um die Feiertage gesehen haben, knüpfen

Werttreibende nun an diese Erfolge an und nutzen spezielle Werbeformate auch in Q1/2016 sehr intensiv“, erklärt Chris Costello, Senior Director of Marketing Research bei Kenshoo. „Neue Social Advertising-Formate, neue Kanäle wie Instagram und der kontinuierliche Wachstum der mobilen Werbung ermöglichen es Werbetreibenden, mit Unterstützung durch Kenshoo die zunehmenden Werbemöglichkeiten aufeinander abzustimmen sowie den Wachstum bei den Impressions und Klicks im Jahresverlauf anzukurbeln.“

„Mobile Endgeräte sind in den Mittelpunkt des heutigen Alltags gerückt; sie ermöglichen uns alles – vom Kommunizieren mit Freunden bis hin zum Shoppen – und alles, was dazwischen liegt“, fügt Casey Wilson hinzu, Director of Digital Media bei Chacka Marketing. „Kenshoos branchenführende Lösungen unterstützen uns, Gewinn mit neuen Werbeformen von Top-Publishern zu erzielen, Mitbewerber auszusteichen und uns in den entscheidendsten Momenten mit Usern in Verbindung zu setzen, um uns nahtlos in deren wertvolle Mobile Experience einzufügen.“

Die [Kenshoo Infinity Suite™](#) ist wegweisend im digitalen Marketing und stellt agilen Werbetreibenden die passenden Tools zur Verfügung, um den Customer Lifetime Value zu maximieren. Auf Grundlage der [branchenführenden](#) und [preisgekrönten](#) digitalen Marketingplattform von Kenshoo bietet die Infinity Suite™ unbegrenzte Optimierungsmöglichkeiten, um Kunden kanal- und geräteübergreifend nachhaltig zu binden und zu gewinnen.

Die aktuelle Infografik, *Kenshoo Digital Marketing Snapshot: Q1 2016* finden Sie online unter: www.kenshoo.com/digital-marketing-snapshot

Über die Studie

Die Ergebnisse der Studie zur Suchmaschinen- und Social Media-Werbung beziehen sich auf Daten, die über fünf Quartale hinweg gesammelt wurden. Dazu wurden über 3.000 Kenshoo Kunden-Accounts von Werbekunden und Agenturen aus 20 verschiedenen Branchen in über 60 Ländern ausgewertet und Informationen zu Werbung auf Google, Bing, Baidu, Yahoo!, Yahoo! Japan und Facebook®-Werbenetzwerken gesammelt (mit Ausnahme einiger Sonderfälle). Die so gebildete Stichprobe umfasst mehr als 500 Milliarden Impressionen, 10 Milliarden Klicks und Werbeausgaben in Höhe von 4,9 Milliarden Euro. Werbeausgaben und CPC wurden mithilfe der Ex-FX- oder „Constant Currency“-Methode gemessen, wobei die Ergebnisse auf der lokalen Währung basieren und erst nach der Aggregation in eine gemeinsame Währung umgewandelt werden.

Über Kenshoo

Kenshoo ist der weltweit führende Anbieter im Bereich Agile Marketing. Marken, Agenturen und Entwickler generieren über die Infinity Suite™ von Kenshoo durch Social, Search, Mobile und Display Advertising jährlich mehr als 350 Milliarden US-Dollar Umsatz für ihre Kunden. Kenshoo stellt führende systemeigene API-Lösungen für Werbeanzeigen auf Facebook, FBX, Instagram, Twitter, Google, Yahoo, Yahoo Gemini, Yahoo Japan, Bing und Baidu bereit. 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 CareerBuilder, Expedia, Facebook, Havas Media, John Lewis, Resolution Media, Sears, Starcom MediaVest Group, Tesco, Travelocity, Walgreens und Zappos. 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 Marke von Facebook, Inc.



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