

Neue Kenshoo-Studie: Mobile und Dynamic Product Ads befeuern Werbeausgaben für Social Media

- *Ausgaben für Social-Media-Werbung steigen um fast 50 %*
- *Auch Search-Investitionen wachsen stetig (+10 %)*
- *Video gewinnt zunehmend an Bedeutung*

München, 27. Juli 2016__ Werbeausgaben für Social-Media-Werbung sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im zweiten Quartal um 47 % gestiegen; ebenso erhöhte sich der CPC (Cost-per-Click) um 21 %. Der Grund: Werbung in sozialen Medien ist zunehmend spezialisierter geworden und deswegen auch immer attraktiver für Werbetreibende. Das sind nur einige Ergebnisse der aktuellen Analyse zu den weltweiten Werbeausgaben, die Kenshoo (www.kenshoo.de), weltweit führend im Bereich Agile Marketing, quartalsweise vorlegt. Mobile bleibt demnach auch weiterhin einer der stärksten Treiber für Werbeausgaben (insgesamt 64 % aller Werbeausgaben entfielen in Q2/ 2016 auf Mobile). Aber auch neue Werbeformate wie die [Dynamic Product Ads](#) auf Facebook und Instagram sowie Video spielen eine zunehmend wichtigere Rolle in Paid Social.

Budgets für Suchmaschinenwerbung wandern zunehmend in Mobile (+63 %) und [Product Listing Ads \(PLAs\)](#) (+71 %) und lassen die Gesamtausgaben für Search im Jahresvergleich um 10 % steigen. Ergebnisse wie diese zeigen, wie sich Suchmaschinenwerbung mittlerweile über traditionelle Keyword-basierte Desktop-Anzeigen hinaus entwickelt. 62 % der Klicks auf Suchanzeigen sowie 60 % der Impressions kommen demnach mittlerweile von mobilen Endgeräten, über PLAs oder Apps. Insgesamt hat sich die Anzahl an Klicks auf PLAs im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt (+ 2,21 Mal).

Wie genau sich die Werbeausgaben für Search & Social im zweiten Quartal dieses Jahres entwickelt haben, zeigt die neue Infografik [Kenshoo Digital Marketing Snapshot: Q2 2016](#). Die Ergebnisse der Studie zur Suchmaschinen- und Social Media-Werbung beziehen sich auf Daten, die über fünf Quartale hinweg gesammelt wurden. Die so gebildete Stichprobe umfasst mehr als 500 Milliarden Impressions, 11 Milliarden Klicks und Werbeausgaben in Höhe von 6 Milliarden Euro, die Werbetreibende über die Kenshoo Infinity Suite investiert haben.

Die Datenauswertung von Kenshoo zeigt außerdem, dass Verbraucher vermehrt auf Social-Media-Anzeigen klicken – die Klickrate (CTR) stieg um 17 %. Und auch die Gesamtanzahl an Klicks auf Werbung in sozialen Medien kletterte im Vergleich zum Vorjahr um 21 %. Mobile gehört zum größten Klicktreiber – jeder dritte von vier Klicks (77 %) und 49 % aller Impressions für Social Media-Werbung kommt aktuell von einem Smartphone oder Tablet. Auf die im vergangenen Jahr gelaunchten neuen Produktanzeigen, darunter die Dynamic Ads für Facebook und jetzt auch für Instagram, entfallen inzwischen schon 19 % der Social-Media-Werbeausgaben und Impressions von E-Commerce- und Webshopbetreibern (Vorjahresvergleich: 8 % der Werbeausgaben und

Impressions). Vor allem die Option, Videos in die Anzeigen einzubinden, wird zunehmend für Werbetreibende interessant.

Mobile kurbelt auch die Suchmaschinenwerbung an: 41 % der Klicks kamen im zweiten Quartal dieses Jahres von Smartphones; 30 % der Ausgaben entfielen auf Smartphones (Vorjahresvergleich: 26 % Klicks und 21 % Werbeausgaben). Die Konsequenz: Der CPC lag entsprechend höher als im Vorjahr; eine Entwicklung, die sich aufgrund der Änderungen der [\(erweiterten\) Textanzeigen](#) weiter fortsetzen dürften.

Rob Coyne, Managing Director EMEA bei Kenshoo, kommentiert: „Die aktuelle Studie zeigt, wie sehr Social-Media- und Suchmaschinenwerbung gleichermaßen voranschreiten und beschert beiden Segmenten jeweils zweistellige Wachstumsraten. Eine Vielzahl und auch Vielfalt neuer Werbeformate unterstützen Werbetreibende dabei, ihre Ziele noch besser zu erreichen. In Social wandern nicht nur mehr Budgets in mobile Kampagnen, sondern Werbetreibende nutzen auch immer öfter dynamische Produktanzeigen sowie Video für ihr Angebot, und das auch zunehmend im Reisesegment. In der Suchmaschinenwerbung entfällt der Großteil der Klicks zunehmend auf andere Quellen als Desktop-orientierte und Keyword-basierte Textanzeigen. Hier werden zunehmend PLAs, App-Anzeigen und dynamische Anzeigen genutzt – alles klare Zeichen für die zunehmende Hinwendung zu noch stärkerem Mobile Advertising.“

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: Q2 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 550 Milliarden Impressionen, 11 Milliarden Klicks und Werbeausgaben in Höhe von 6 Milliarden US-Dollar. 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.