

Not Provided nun auch bei Google Ads

Als (not provided) eingeführt wurde, gab es einen Aufschrei in der SEO Szene. Auf einmal waren Datensätze zur organischen Suche verschlüsselt. Die Keywordrecherche wurde schwerer. „SEO is dead“ usw. Der eigentliche Ärger entzündete sich aber an der Tatsache, dass in Google Ads weiterhin diese, für nicht-Google Ads-Kunden nicht einsehbaren Datensätze zur organischen Suche sichtbar waren.

Google wurde daraufhin ein ambivalentes Verhalten unterstellt, anscheinend misst man bei “Big G” mit zweierlei Maß. Wer bezahlt, [Google Ads](#) ist die Haupteinnahmequelle Googles, bekommt Daten, wer nicht bezahlt, geht leer aus. Allerdings stimmt das so nicht. Man kann diese Daten einsehen, indem man sich ein Google Ads Konto erstellt – selbst wenn man nicht für Ads bezahlt ()

Ähnlich wird gerade Matt Cutts der Heuchlerei verdächtigt, da er auf einer Seite, die mit massiv vielen Anchor Text Links und einem (1!) Affiliate Link funktioniert, ein Interview gegeben hat. Also genau das, was Google eigentlich nicht will. Eine interessante Diskussion findet ihr **hier**

Nunja, (not provided) wird es jetzt auch für Google Ads geben. Genauer:

“Today, we are extending our efforts to keep search secure by removing the query from the referrer on ad clicks originating from SSL searches on Google.com.“

Das bedeutet, Suchanfragen über SSL werden als (not provided) angezeigt, Daten über das Betriebssystem der Nutzer, die Sprache, etc. sind aber weiterhin verfügbar. Bedenkt man das Google seine Suche letztendlich komplett auf SSL umstellen will, ist das immerhin Einiges an Datenmenge.

Wir werden berichten, sobald es mehr Infos zum Thema gibt.