

SEA Rückblick September 2015

Im September gab es auch im Bereich der Suchmaschinenwerbung (SEA) einige spannende Änderungen. Zwar sind noch nicht alle neuen Funktionen auch in Deutschland verfügbar, dennoch möchten wir gerne darüber informieren. Hier unser Überblick der Neuerungen im Bereich der Google und Microsoft Advertising.

Google launched dynamische Callout Extensions

Vor etwa einem Jahr führte Google die Anzeigenerweiterungen mit Zusatzinformationen (Callout Extensions) ein. Diese bieten die Möglichkeit, Google Ads Anzeige um zusätzliche Informationen zum Unternehmen zu bereichern. Die Anzeige wird dadurch zum Einen informativer, zum Anderen aber auch größer und somit auffälliger. Im Gegensatz zu den Sitelink Erweiterungen, mit denen man auf einzelne Unterseiten verweisen kann, sind die Anzeigenerweiterungen mit Zusatzinformationen nicht verlinkt. Es geht hier also einzig um die Darstellung von Mehrwerten wie z. B. kostenloser Versand, 24 Std. Lieferung oder Geschenkverpackungen. Die SEO Küche nutzt die Callout Extensions für einen Überblick der einzelnen Leistungen.

Ich bin deine SEO Agentur - seo-kueche.de

Anzeige seo-agentur-muenchen.seo-kueche.de/ ▼ 0800 47328833

Für Top-Suchmaschinen-Rankings. SEO Agentur München.

Linkmarketing · Kostenloses Angebot · Onpage Beratung · Offpage Beratung

Die SEO-Küche zählt zu den 100 Top Agenturen für SEO – ibusiness.de

SEA Werbeanzeigen - Suchmaschinenoptimierung - Zertifizierung & Partner

Die neuen dynamischen Callouts sollen laut Google Zeit, Aufwand und somit auch Kosten einsparen. Google Ads zieht sich demnach automatisch wichtige Informationen von der jeweiligen Landingpage der Anzeige und fügt diese als Anzeigenerweiterung hinzu.



Google AdWords @adwords · 22. Sep.



Dynamic callouts add value to your search ads while saving you time and simplifying campaign management. Learn more goo.gl/ObAWyZ

[Übersetzung anzeigen](#)

RETWEETS

23

FAVORITEN

24



13:05 · 22. Sep. 2015 · Details



Hier stellt sich allerdings die Frage, ob die von Google als wichtig eingestuft Informationen für die Anzeige auch tatsächlich relevant sind. Nutzt man die dynamischen Callout Extensions, muss man dieses Risiko eingehen und außerdem sicherstellen, dass überhaupt passende Informationen auf der Landingpage verfügbar sind. Sonst wird die Anzeige komplett ohne Erweiterung ausgespielt. In Deutschland sind dynamische Callout Extensions bisher nicht verfügbar, wir halten Euch aber selbstverständlich auf dem Laufenden.

DSA-Kampagnen jetzt mit „Zielgruppen“ Tab

Dynamic Search Ads, kurz DSA-Kampagnen, sind für E-Commerce Kunden sinnvoll, die viele Produkte anbieten, aber nicht für jedes einzelne davon eigene Anzeigengruppen erstellen können oder möchten. Durch dynamisch generierte Suchanzeigen wird diese Lücke geschlossen und man kann somit auch Suchanfragen abdecken, die nur geringes Suchvolumen haben. Im [Google Partner Hangout](#) wurde Ende

September berichtet, dass für dynamische Suchanzeigen nun auch der Tab „Zielgruppen“ verfügbar ist. Da jetzt Remarketing Listen ganz einfach integriert werden können, besteht nun auch mittels dynamischer Suchanzeigen die Möglichkeit, ehemalige Webseitenbesucher gezielt anzusprechen und so ggf. zu einer Rückkehr zu bewegen.

Erweiterung der Google Hotel Ads

[Search Engine Roundtable](#) berichtete Ende September, dass der Hotelfinder von Google plötzlich nicht mehr erreichbar sei. Jetzt ist klar, warum.



Barry Schwartz @rustybrick · 6 Min.

Google Hotel Finder home page goes offline seroundtable.com/google-hotel-f...



Thanks for visiting Hotel Finder.

You can now [search for hotels](#) right on [Google](#) and in [Google Maps](#) and get a list of hotels with prices, photos, reviews and Street View panoramas.

[Google](#) · [About Google](#) · [Privacy & Terms](#)



Denn nun kündigte Google in einem aktuellen Blogbeitrag an, das Hotel Ads Programm zu erweitern.

Der Hotelfinder wurde dafür komplett eingestampft. Zukünftig können mehr Kunden dem Hotel Ads Programm beitreten. Mittels der Anfang des Jahres eingeführten Hotel Ads haben Nutzer die Möglichkeit, ein Hotel direkt in der Google Suche zu buchen. Klarer Vorteil dieser Werbeform ist die sehr prominente Platzierung der Anzeigen. Bisher waren die Hotel Ads allerdings ausschließlich mobil verfügbar. In kürze werden diese nun auch am Desktop sowie auf dem Tablet ausgespielt.

Derzeit sind Google Hotel Ads nur exklusiv in Amerika verfügbar. Im Laufe des kommenden Jahres soll das Programm auf weitere Länder ausgeweitet werden. Auch hier bleiben wir am Ball und werden über Neuigkeiten berichten.

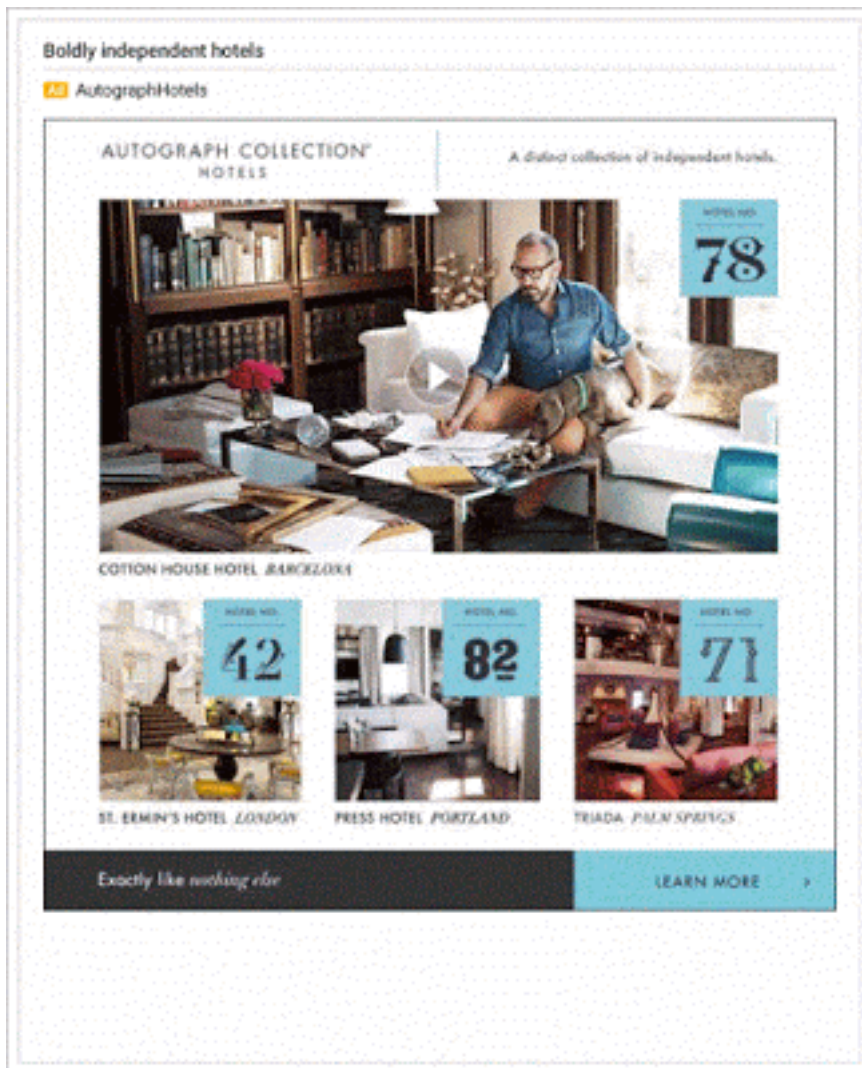
Youtube Shopping Ads

Google testet gerade eine neue Version der Shopping Ads auf Youtube. Neben den True-View-Werbeformaten auf Youtube soll es in Zukunft möglich sein, Produktinformationen statt in eigenen Videokampagnen in die Videos anderer YouTuber zu integrieren. Das Unternehmen erklärt in einem aktuellen Blogbeitrag dass die neuen Shopping Ads ein Youtube Video in ein digitales Schaufenster verwandeln. Die Werbung wird oben rechts im Video mittels eines Info-Icons angezeigt. Klickt ein Nutzer darauf, sieht er Fotos und weiterführende Informationen zum Produkt. Mit einem weiteren Klick gelangt der Nutzer direkt zum Angebot des Werbetreibenden.

Derzeit läuft die Testphase, ob und wann genau diese Anzeigenform allen Werbetreibenden zugänglich gemacht wird, bleibt abzuwarten.

Gmail Anzeigen jetzt für alle Google Adskunden verfügbar

Weltweit nutzen ca. 900 Millionen Menschen den E-Mail Account von Google. Mit Hilfe von Gmail Sponsored Promotions ist es möglich, Anzeigen in den Postfächern von Gmail Kunden zu schalten. Nun berichtet der Inside Google Ads Blog, dass Gmail Anzeigen zukünftig allen Google Ads Werbetreibenden zur Verfügung stehen. Entsprechende Anzeigen können über eine Display Kampagne in der Google Ads Anzeigengalerie kreiert werden. Werbetreibende können entweder aus mehreren Anzeigenvorlagen wählen und diese anpassen oder mittels HTML eine komplett eigene Anzeige kreieren. Hier ein paar Beispiele:



Unserer Erfahrung nach sind Gmail Anzeigen bestens geeignet, um eine Marke zu stärken, Bekanntheit zu erlangen und günstige Reichweite zu erzielen.

E-Mail Targeting jetzt auch in Google Ads möglich

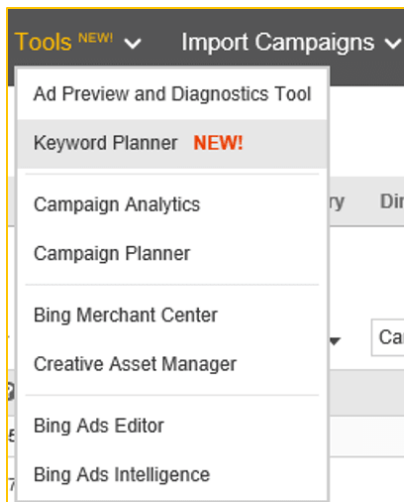
Für Werbetreibende bei Google Ads ist es nun möglich, eigene E-Mail Listen (z. B. von

Newsletterempfängern) als Grundlage für ihr Targeting zu nutzen. Die neue Option nennt sich „Custom Match“ und ermöglicht es, E-Mail Listen hochzuladen und diese Nutzer gezielt mit Google Ads Anzeigen anzusprechen. Dazu gleicht Google die Adressen mit den Daten der bei Google registrierten Nutzern ab. An alle übereinstimmenden User können fortan Werbeanzeigen ausgespielt werden.

Bei Facebook ist diese Form des Targetings im Rahmen der Custom Audiences schon länger möglich. Jetzt zieht google nach. Allerdings könnte die deutsche Rechtsprechung Google einen Strich durch die Rechnung machen. Datenschützer sind alarmiert, die weiteren Entwicklungen bleiben abzuwarten.

Keyword Tools für Microsoft Advertising wurden überarbeitet

Das Tool „Keywords recherchieren“ heisst nun auch bei Bing „Keyword Planner“. Das [gab Bing Anfang September bekannt](#). Außer dem Namen hat sich auch die Gestaltung des Tools verändert. Damit wird es insgesamt benutzerfreundlicher.



Keyword Planner

Plan and improve your campaigns

Find new keywords

Search for new keywords

Multiply keyword lists to get new keywords

Plan your budget and get insights for keywords

Get search volume data and trends

Get performance and cost estimates



Mit dem Bing Keyword Planner kann man neue Keywords recherchieren, Wettbewerbsdaten und Suchvolumina einsehen oder nach verwandten Suchbegriffen suchen. An neuen Features gibt es z. B. das Geo-Targeting

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX