

## Paid Placement

### Was ist Paid Placement?

**Paid Placement** bezeichnet die bezahlte Aufnahme in die Ergebnisseiten von [Suchmaschinen](#). Dabei kann eine bestimmte Position für bestimmte Keywords im Rahmen einer **Auktion** ersteigert werden. Bezahlt wird pro Klick. Je nach Suchmaschine werden die bezahlten Suchergebnisse mehr oder weniger deutlich als "erkauft" gekennzeichnet.

### Funktionsweise des Paid Placement – Bietverfahren

Mithilfe des Paid Placements können Sie für bestimmte [Keywords](#) bestimmte Positionen in der Ergebnisseite kaufen. Das läuft in der Regel in Form eines Bieterverfahrens ab. Geboten wird jeweils auf die Kosten pro Click (CPC). Je stärker der Wettbewerb innerhalb eines Keywords ist, desto höher ist der Preis, der dafür bezahlt werden muss. Möglich sind Paid Placements z.B. über AdWords und BingAds.

### Vor- und Nachteile des Paid Placement

Sie stellen für die bezahlten Plätze innerhalb der Suchergebnisse immer ein festes Budget auf und können daher sehr gut die maximalen Ausgaben für ein bzw. mehrere Keywords beschränken. Ist das Budget aufgebraucht, erscheint die Seite auch nicht mehr in den Paid Placements. Das führt zwar einerseits dazu, dass Sie keinen Traffic mehr über die begehrten Positionen der ersten Ränge erhalten, Sie verhindern damit aber, viel mehr Geld auszugeben als Sie eigentlich möchten. Ein Nachteil besteht darin, dass Sie immer für den Click zahlen, auch wenn der Nutzer danach nichts gekauft, angefragt oder abgeschlossen hat.

Trotzdem ist es für Unternehmen sinnvoll, Paid Placement zu nutzen, denn die prominente Platzierung hat großen Einfluss auf die Wahrnehmung der Suchenden. Die Wahrscheinlichkeit, dass weit oben platzierte Ergebnisse angeklickt werden, ist viel höher als bei darunter platzierten Ergebnissen.