

Searchmetrics analysiert die Biggest Spender bei Google

Wer sind Googles beste AdWords-Kunden? In einer Auswertung stellt Searchmetrics die aktivsten Werber in Deutschland, Österreich und in der Schweiz vor

Berlin, 18. Juni 2012_ Der Versandhandelsriese Amazon investiert innerhalb Deutschlands und Österreichs mit Abstand das meiste Geld in AdWords-Schaltungen bei Google, hält sich aber in der Schweiz mit entsprechenden Investitionen deutlich zurück. Das zeigt eine aktuelle Analyse von Searchmetrics, Spezialist für Search- und Social-Analysesoftware. Mit einem Visibility-Index von 503.733 Punkten liegt Amazon in Deutschland weit vor seinen Konkurrenten Otto (Visibility-Index: 208.359 Punkte) und eBay (183.681 Punkte). Versender-Shooting-Star Zalando, dem in der Branche eine hohe Investitionsbereitschaft in Werbung aller Art attestiert wird, schafft es mit einer Visibility von 112.457 Punkten im Deutschland-Ranking nur auf den sechsten Rang. Der Visibility-Index von Searchmetrics berücksichtigt die Anzahl an AdWords-Buchungen eines Kunden sowie die Positionierung im Verhältnis zu Suchanfragen der Internet-Nutzer.

Ein genauer Blick auf die deutsche AdWords-Werbekundschaft zeigt: Unter den Top Ten finden sich mit sieben Online-Händlern und zwei Preisvergleichsdiensten fast ausschließlich handelsrelevante Google-Kunden. Lediglich das Meinungsportal Ask.com hat sich hier als artfremdes Unternehmen auf Rang fünf im Ranking geschoben.

Die Top Ten der größten deutschen AdWords-Kunden im Detail:

Rang	Unternehmen	Visibility-Index
1	Amazon.de	503.733
2	Otto.de	208.359
3	eBay.de	183.681
4	Booking.com	170.142
5	Ask.com	132.721
6	Zalando.de	112.457
7	Kaufen.com	98.698
8	Ab-in-den-Urlaub.de	83.347
9	Preisvergleich.de	80.730
10	Neckermann.de	79.576

Ein ähnliches Bild zeigt sich für den österreichischen Markt. Auch hier führt Amazon mit einem Visibility-Index von 16.648 Punkten das Ranking der größten AdWords-Werbekunden an. Auf den Plätzen folgen die Reisebuchungsplattform Booking.com (8.932 Punkte) und Ask.com (8.191). Auch auf den unteren Rängen finden sich unter

den Big Spendern mit Zalando, Ab-in-den-Urlaub.de, Ottoversand.at und Fluege.de ähnliche Namen wie in Deutschland. Lediglich das Online-Auktionshaus eBay, in Deutschland auf Platz drei des Rankings, taucht in Österreich mit einem Visibility-Index von 765 Punkten erst auf Rang 87 auf. Dafür gilt aber auch in Österreich: Es geben vor allem Handelsunternehmen Geld für Google AdWords aus: Sechs der zehn Biggest Spender sind reine Online-Shops.

Die Top Ten der größten österreichischen AdWords-Kunden im Detail

Rang	Unternehmen	Visibility-Index
1	Amazon.de	16.648
2	Booking.com	8.932
3	Ask.com	8.191
4	Universal.at	6.066
5	Zalando.at	4.749
6	Ab-in-den-Urlaub.de	4.666
7	Ottoversand.at	4.416
8	Conrad.at	3.665
9	A1.net	3.615
10	Gebrauchtwagen.at	3.480

In der Schweiz findet sich an der Spitzenposition der AdWords-Kunden überraschenderweise einmal nicht der Name Amazon auf. Mit einem Visibility-Index von 1.909 Punkten positioniert sich das Unternehmen in der Schweiz erst auf Platz 48. Und auch eBay scheint sich auf dem Schweizer Markt nicht wirklich zu engagieren. Stattdessen dominiert Booking.com (Index: 23.056) das Feld, gefolgt von Ricardo.ch (Index: 22.601) und Ebookers.ch (Index: 20.919). Auch der Handelsriese Migros, der mit LeShop eines der Vorzeigeunternehmen in Sachen Online-Supermärkte betreibt, ist in Sachen AdWords bei Google vergleichsweise rar gesät (Rang 32, Index: 2.915), während Konkurrent Coop (Rang 15, Index: 5.225) hier deutlich mehr investiert.

Die Top Ten der größten Schweizer AdWords-Kunden im Detail:

Rang	Unternehmen	Visibility-Index
1	Booking.com	23.056
2	Ricardo.ch	22.601
3	Ebookers.ch	20.919
4	Ask.com	13.037
5	Zapmeta.de	10.984
6	Distrelec.ch	10.650
7	Conrad.ch	6.900
8	Weltbild.ch	6.765
9	Local.ch	6.559
10	Anibis.ch	5.928

Über Searchmetrics

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und international führende Anbieter von Search- und Social-Analysesoftware für Unternehmen und Online-Agenturen. Searchmetrics verfügt über eine einzigartige Server-Infrastruktur und Softwarelösung — die Searchmetrics Suite — mit der für Searchmetrics Kunden und Partner ständig sehr große Datenmengen über das Ranking von Websites, Such-Stichworten und der jeweils relevanten Wettbewerbergruppen aggregiert und auswertbar gemacht werden. Daneben gibt es die Searchmetrics Essentials TM, das Toolset für den schnellen Einstieg in die Suchmaschinen- und Social Network-Optimierung und ad-hoc-Analysen. Die Essentials bieten einen einfachen und schnellen Zugriff auf die Datenfülle der Searchmetrics SuiteTM zu einem günstigen Einstiegspreis. Neben diesen Software Services bietet Searchmetrics auch High-End SEO-Consulting Dienstleistungen, die Kunden gewährleisten, dass ihre Webinhalte auf den ersten Plätzen der führenden Suchmaschinen gefunden werden. Das Berliner Unternehmen, an dem die Verlagsgruppe Holtzbrinck und die Risikokapitalgesellschaften Neuhaus Partners und Iris Capital beteiligt sind, beschäftigt heute 95 Mitarbeiter und trägt mit seinen Software-Services bei Kunden wie Symantec, Crate&Barrel, bild.de, ProSiebenSat.1, ImmoWelt, Siemens, TUI und Hexal zu hervorragenden Suchmaschinenrankings bei. Searchmetrics hat Niederlassungen in London und New York und vertreibt seine SaaS Lösung über ein Netzwerk von über 100 Partnern. Weitere Informationen zu Searchmetrics und zum Searchmetrics-Partnerprogramm unter: www.searchmetrics.com