Verfall der Werbepreise bedroht Googles Geschäftsmodell?!

Ein Gespenst geht um im Google-HQ in Mountain View, Kalifornien. Das Gespenst des Verfalls der Werbepreise. Eine Entwicklung, die sogar Googles Geschäftsmodell bedrohe. Wie haben sich die Werbepreise entwickelt und wo liegen die Gründe? Wie sagen es Ihnen!

> *"Zu einer Bedrohung für Googles Geschäftsmodell könnte indes der anhaltende Verfall der Werbepreise werden."*

3,6 Milliarden US-Dollar Gewinn stehen für das erste Quartal 2015 in Googles Büchern. Auch der Umsatz des Suchmaschinen-Riesen kletterte dank anziehender Anzeigenverkäufen um zwölf Prozent auf 17,3 Milliarden US-Dollar. Und dennoch ziehen dunkle Wolken über Mountain View auf.

Davon ist zumindest das Statistikportal statista.com überzeugt. Grundlage ist die Auswertung der Preisentwicklung für Werbeschaltungen auf Google seit 2011.

> *"Die durchschnittlichen Kosten pro Klick auf Google-Anzeigen (CPC) sind seit Jahren rückläufig. Auch im vergangenen Quartal ging der CPC um sieben Prozent zurück. Die letzte positive Veränderung datiert ins dritte Quartal 2011 (+ 5 Prozent)."*

Entwicklung der Werbepreise: Wir fragen nach

Doch woran liegt es, dass die Werbepreise bei Google immerzu fallen? Wir haben bei Britta Kristin Böhle, SEO-Expertin bei Trusted Shops einmal nachgefragt:

shopbetreiber-blog: Worin siehen Sie die maßgeblichen Gründe, dass Google-Werbung immer günstiger wird?

Britta Kristin Böhle: Hauptsächlich mehr Werbeplätze – die organischen Ergebnisse sind in den letzten Jahren zugunsten der bezahlten Ergebnisse weiter zurückgefahren worden, zudem ist auch Google Shopping kostenpflichtig geworden. Also im Prinzip eigentlich mehr Klicks zu einem dann niedrigeren CPC. Zudem ist die mobile Suche hinzugekommen, die vor allem günstiger ist als Desktop-Werbung.

shopbetreiber-blog: In welchem Rahmen hat sich durch diesen Preisverfall auch die Effizienz der Werbeergebnisse verändert?

Böhle: Ich denke nicht, dass gleichzeitig auch ein sinkender CPO beobachtet werden kann. Zum einen ist es für die Shopbetreiber positiv, dass die bezahlten Anzeigen präsenter sind, gleichzeitig hat Google ja aber auch die Matchtypes der Keywordausspielung gelockert, und damit den Shopbetreibern Kontrollmöglichkeiten weggenommen, sodass auch Varianten des eingebuchten Keywords ausgespielt werden können.

shopbetreiber-blog: Welche Anbieter setzen Google hier besonders zu?

Böhle: Dies sind sicherlich Facebook und Amazon. Vor allem Amazon entwickelt sich speziall für den Online-Handel immer mehr zu einer (Produkt)Suchmaschine und setzt Google damit schwer zu.