

# Media Focus

## SEM Trend Report

### Nr. 1 / 2012

---

**Suchmaschinenforschung: Trends und Entwicklungen im SEM,**  
**Dezember 2011**

---

#### **Inhalt**

1. Entwicklung des SEA-Budgetindex nach Branchen.....	2
2. Brandbidding: Eigen- und Fremdbuchungen nach Branchen .....	3
3. AdHijacking: Anzeigenkopien in den zehn Branchen.....	4
4. Im Fokus: Weihnachten 2011.....	5
5. Methodik der Datenerhebung.....	6



## 1. Entwicklung des SEA-Budgetindex nach Branchen

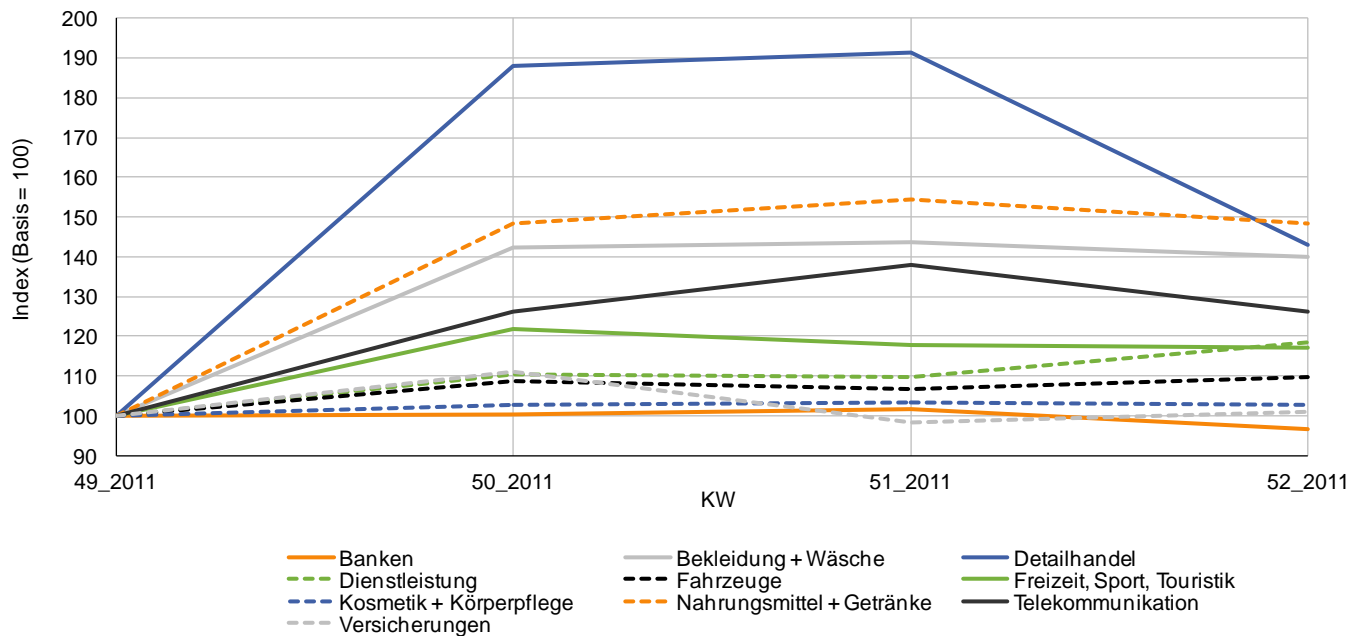


Abb. 1: Indexierte Entwicklung der erhobenen Werbeausgaben im SEA nach Branchen

Die tägliche Abfrage repräsentativer Keywordsamples der definierten Branchen ermöglicht die Hochrechnung der SEA-Bruttowerbepending. Abgebildet ist ein indexierter Trendverlauf, der die wöchentlichen Veränderungen der SEA-Budgets aufzeigt.

Über alle Branchen hinweg lässt sich ein signifikanter Weihnachtseffekt festhalten: Die Budgets akzentuieren sich auf das Weihnachtsfest hin deutlich (KW 50, 51) mit absteigender Tendenz nach den Festtagen. Es zeigt sich, dass sich SEA als bedeutender Werbekanal für saisonale Promotionen etabliert hat.

Zu erwarten ist, dass sich die Budgets im Januar wieder nivellieren, wenn die temporären Weihnachtskampagnen wieder für ein Jahr pausiert werden.

Der aufgezeigte Weihnachtseffekt lässt sich entlang der erfassten Branchen differenzieren: Zur Weihnachtszeit wird ausgiebig diniert (Detailhandel, Nahrungsmittel & Getränke), das obligatorische Krawattengeschenk für den Vater eingekauft (Bekleidung & Wäsche) und jede Generation mit einem Smartphone oder Tablet ausgerüstet (Telekommunikation).

## 2. Brandbidding: Eigen- und Fremdbuchungen nach Branchen

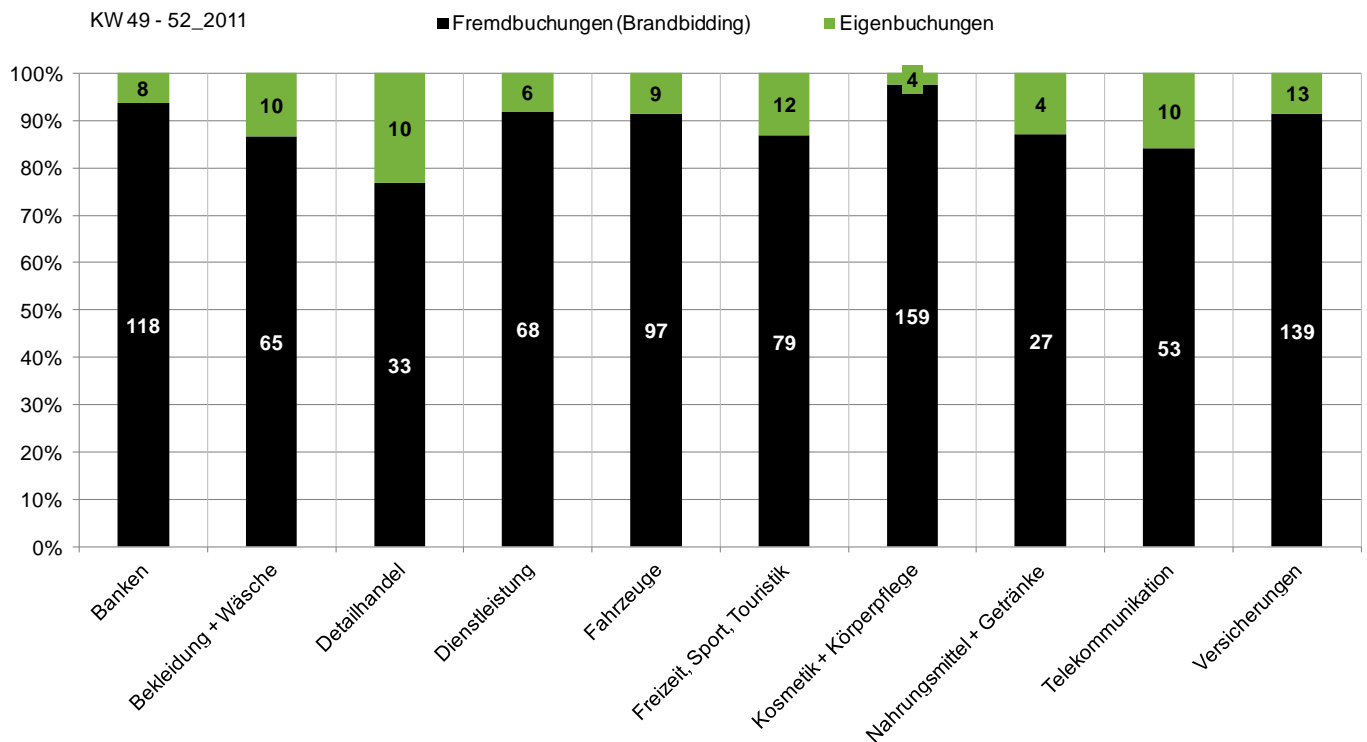


Abb. 2: Anzahl Eigen- und Fremdbuchungen der wichtigsten Markenbegriffe pro Branche

Einhergehend mit der Etablierung von Suchmaschinenwerbung hat das Thema Markenschutz im SEA in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Insbesondere für Inhaber starker Marken ist ein dauerhaftes Monitoring der eigenen Brands elementar, will man sich gegen die Folgen von Markenmissbrauch schützen.

Der sogenannte *Brandbidder* verwendet das Suchvolumen fremder Marken für seine Zwecke. Dies ist zwar legal, hat jedoch negative Folgen für den Markeninhaber:

- Verlust an Sichtbarkeit/Exklusivität auf dem eigenen Brand

- Verwässerung bzw. Beschädigung der Markenreputation (bad neighbour hood)
- Trittbrettfahrer ergattern wertvollen Traffic (free rider)
- Steigende CPCs auf den eigenen Markenbegriffen (Auktionsverfahren)

In neun von zehn Branchen liegt der Anteil der Fremdbuchungen bei über 80%. Die Branche *Kosmetik & Körperpflege* ist sowohl prozentual wie auch von der Anzahl der Fremdbuchungen am stärksten betroffen im Dezember 2011. Spitzenreiter ist die Marke *Credit Suisse*, die von nicht weniger als 72 unterschiedlichen Werbetreibenden gebucht wurde.

### 3. AdHijacking: Anzeigenkopien in den zehn Branchen

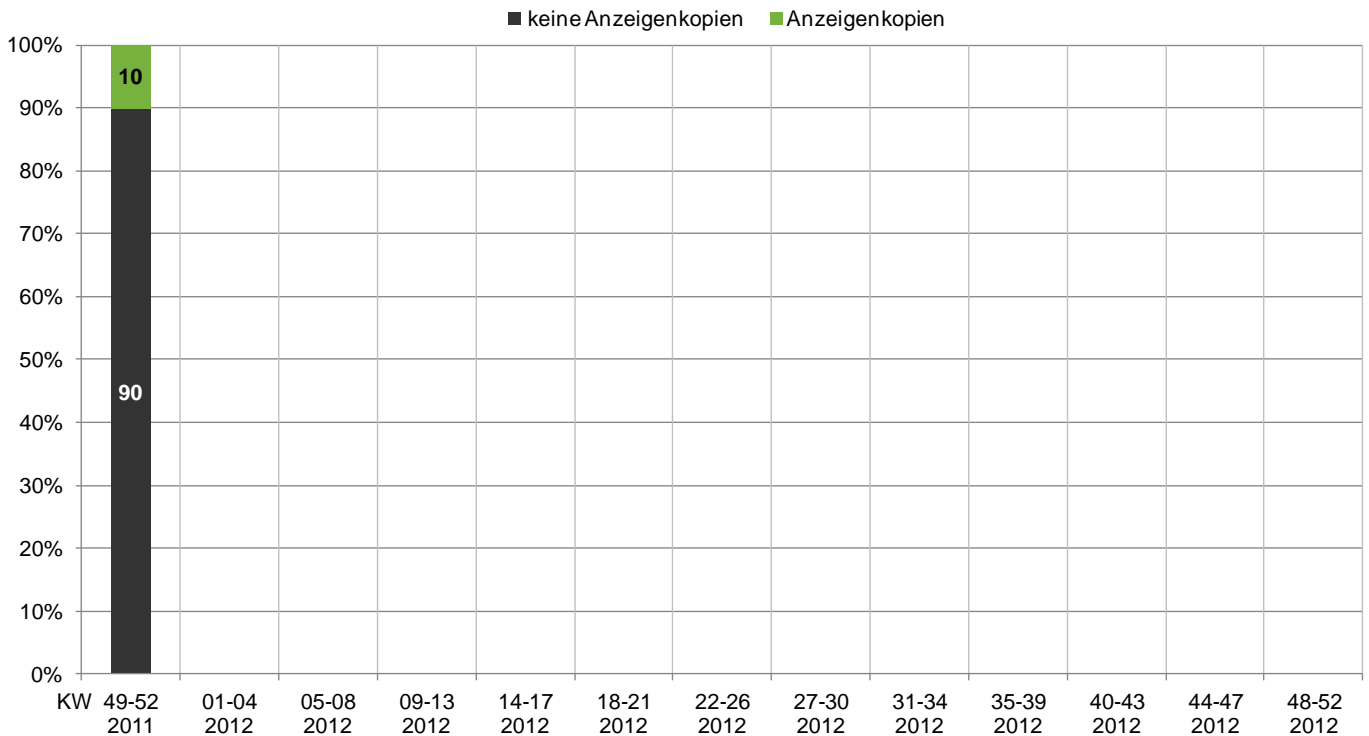


Abb. 3: Prozentuales Vorkommen von Anzeigenkopien bei den wichtigsten Markenbegriffen in den zehn Branchen

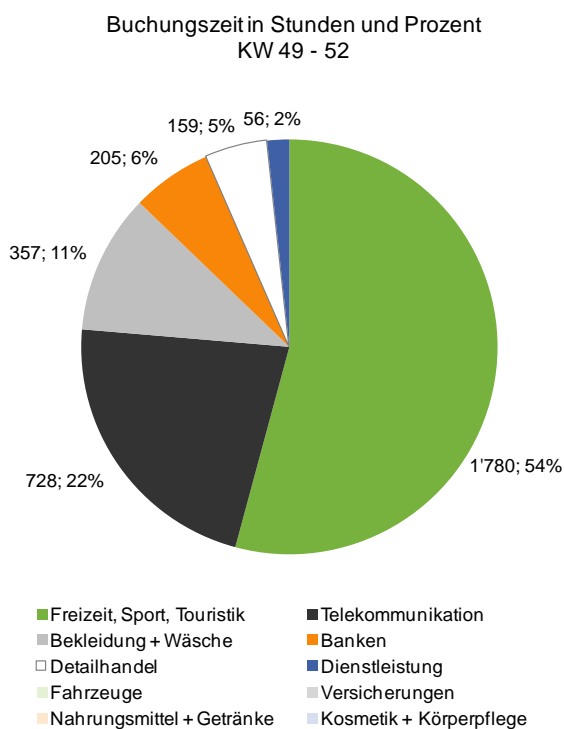


Abb. 4: Die Verteilung der Buchungszeiten nach Branchen

Eine weitere Gefährdung der Marke besteht durch das Kapern von Anzeigentexten: Dies geschieht durch Dritte, die den Internetnutzern über entführte, identische Anzeigen auf andere Webseiten führen. Gängig ist auch AdHijacking durch Affiliates: Mit jedem Lead, der über eine Anzeigenkopie generiert wird, würden fälschlicherweise Provisionsansprüche an den Markeninhaber geltend gemacht werden.

Eine erste umfassende Erhebung zu dieser Thematik zeigt, dass jede 10. Marke der Schweiz von AdHijacking betroffen ist. Die Branchen *Freizeit, Sport, Touristik, Telekommunikation* und *Bekleidung & Wäsche* sehen sich überdurchschnittlich mit dieser Problematik konfrontiert.

## 4. Im Fokus: Weihnachten 2011

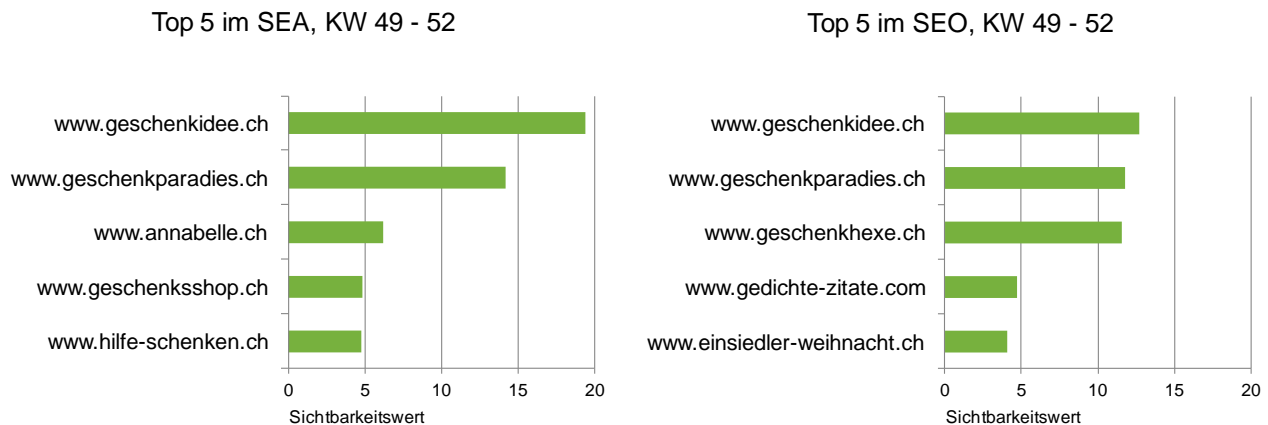


Abb. 5: Top 5 im SEA und SEO im Monat Dezember 2011 hinsichtlich der für Weihnachten semantisch relevanten Suchbegriffe

Auch aus kommerzieller Sicht gehört Weihnachten zu den Höhepunkten eines Kalenderjahres. Mit dieser Sonderanalyse wurde untersucht, wer die beste Sichtbarkeit erzielte bezogen auf weihnachtsspezifische Suchbegriffe. Zugrunde liegen hierbei über 170'000 Datenpunkte, die aus der täglichen Abfrage von semantisch relevanten Weihnachtskeywords im Dezember resultieren, wobei jeweils die Top 100 (SEA/SEO) in die Analysen einfließen.

Bezogen auf die Sichtbarkeit in den bezahlten Suchresultaten haben die beiden Geschenkportale *geschenkidee.ch* und *geschenkparadies.ch* die Nase eindeutig vorne und schaffen die besten Voraussetzungen für einen Besuch in ihrem Onlineshop. Überraschenderweise kann *annabelle.ch* die Armada der Geschenkportale sprengen: Deren Anzeigen-

texte fokussierten sich auf Weihnachtsmenüs und Weihnachtsmärkte. Hervorragend auch die Sichtbarkeit von *hilfe-schenken.ch*, einer über mehrere Mediengattungen hinweg beworbenen Kampagne des Hilfswerks *HEKS*.

Auch im SEO haben die Geschenkportale ihre Hausaufgaben gemacht und stellen maximale Sichtbarkeit bei den Suchmaschinen sicher. Der etablierte Marktteilnehmer *geschenkidee.ch* wird in den natürlichen Suchresultaten von den beiden jüngeren Herausforderern *geschenkparadies.ch* und *geschenkhexe.ch* bedrängt. Erstaunlich ist die Performance von Websites wie *gedichte-zitate.com* oder *einsiedler-weihnachten.ch*, die es trotz kommerziell ausgerichtetem Keywordsample unter die SEO-Top 5 schaffen, wenn auch mit respektablem Abstand zum Podest.

## 5. Methodik der Datenerhebung

Sämtliche Darstellungen und Interpretationen basieren auf einer Datenerhebung, die von unserem Technologiepartner [Xamine GmbH](#), einem führenden Unternehmen für Datenanalyse, entwickelt wurde. Die innovative Technologie von Xamine ermöglicht es, die Aktivitäten der werbetreibenden Unternehmen, die bei den Suchmaschinen Google, Yahoo! und Bing werben, zu analysieren.

Als Kooperationspartner von Xamine GmbH vermarktet Media Focus die Dienstleistungen "Markt- und Konkurrenzanalysen im SEA / SEO" sowie "Markenschutz (Brand Protect)" in der Schweiz exklusiv.

**Abb. 1:** Der SEA-Budgetindex basiert auf einer Hochrechnung der Brutto-Werbepending, resultierend aus der täglichen Abfrage repräsentativer Keywordsamples jeder Branche (sog. Peergroups) und keywordspezifischer Werte von Google.

**Abb. 2/3/4:** basieren auf der hochfrequenten Abfrage der stärksten Brand Keywords der Schweiz differenziert und gewichtet nach Branchen. Rund um die Uhr werden die Markenbegriffe alle 3-5 Minuten an unterschiedlichen Standorten der Schweiz abgefragt. Das primäre Erkennungsmerkmal zur Taxierung eines Brandbidders ist die Display-URL einer Anzeige. AdHijacker hingegen werden durch die Detektion von Anzeigenkopien bestimmt, wobei jede einzelne Anzeigenkopie eine individuelle Abklärung mit den betroffenen Werbetreibenden bzw. Affiliates bedingt. [Hier](#) finden Sie weiterführende Erläuterungen zum Thema SEA-Markenschutz.

**Abb. 5:** resultiert aus der täglichen Abfrage einer themenspezifischen Begriffswolke (sog. Peergroup). Sowohl für den SEA- wie auch für den SEO-Bereich wird ein vergleichbarer Sichtbarkeitswert aus verschiedenen relevanten Eckdaten ermittelt.

## Über Media Focus

Media Focus ist ein Marktforschungsunternehmen, das sich auf die unabhängige Messung von Kommunikation spezialisiert hat. Seit über 20 Jahren erhebt Media Focus den Werbedruck in den klassischen Schweizer Medien und führt die umfangreichste Werbedruckstatistik der Schweiz. In Ergänzung dazu erhebt Media Focus Daten über die Werbeaktivitäten im Bereich Suchmaschinenmarketing.

Die quantitativen und qualitativen Daten von Media Focus dienen als Grundlage für Situations- und Konkurrenzanalysen, unterstützen bei der Strategie- und Budgetplanung und sind ein bewährtes Kontrollinstrument.

Media Focus gehört den internationalen Marktforschungsunternehmen "GfK Switzerland AG" und "The Nielsen Company (Switzerland) GmbH" und ist damit Teil eines weltweit führenden Netzwerkes im Bereich der Konsumenten-, Werbe- und Medienforschung.

## Kontakt

---

Media Focus  
Stauffacherstrasse 28  
CH-8004 Zürich

Telefon: +41 43 322 27 50  
Fax: +41 43 322 27 55  
E-Mail: [info@mediafocus.ch](mailto:info@mediafocus.ch)  
Webseite: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)