

Aus welchen Gründen klicken Nutzer auf Anzeigen?

20.06.2019, 08:20 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Online Marketing Factory AG*

Presseagentur: *Online Marketing Factory AG*



Im Falle der meisten Umfragen ist den Verbrauchern der Unterschied zwischen Anzeigen und organischen Suchergebnissen nicht wirklich bewusst. Doch was ist mit den Verbrauchern, die absichtlich auf finanzierte Werbeanzeigen klicken? Wo liegt der Grund für ein solches Klickverhalten? Eine neue Umfrage des Agenturforschungsunternehmens Clutch befasste sich mit den genaueren Zusammenhängen. Erfahren Sie im Folgenden mehr über die Ergebnisse!

Die Umfrage verzeichnet deutliche Resultate

Im Rahmen einer Umfrage für die 506 Personen befragt wurden, gaben 75% der Befragten an, dass Ihnen Suchanzeigen bei der Informationsbeschaffung helfen. Dabei handelt es sich um einen guten Hinweis darauf, dass die Anzeigen für deren Suche relevant sind.

Als Grund für das Klicken einer Suchanzeige nannten die befragten Personen die direkte Beantwortung einer konkreten Frage. In einem ersten Augenblick mag dies vielleicht offensichtlich klingen. Dennoch existieren viele Beispiele von Werbetreibenden, welche diese Motivation ausser Acht lassen.

Hier eine beispielhafte Ausführung: Wenn ich nach "Schneeschaufeln zum Verkauf" suche, interessieren mich Anzeigen, welche die neusten Schneeschaufel-Modelle zeigen, herzlich wenig. Viel mehr ziehen in einem solchen Fall Suchanzeigen mit Wörtern wie "Verkauf oder „Deal“ meine Aufmerksamkeit auf sich.

Es überrascht zudem nicht, dass Nutzer Suchanzeigen bevorzugt behandeln, die ihnen vertraute Marken erwähnen. Infolgedessen teilten 26 Prozent der Befragten mit, aufgrund einer Markennennung bereits auf eine Suchanzeige geklickt zu haben. Bekannte Marken bilden demzufolge auch den Hauptgrund dafür, dass Nutzer auf YouTube- und Amazon-Suchanzeigen klicken.

Die soeben erläuterten Zusammenhänge unterstreichen die Bedeutung des Markenaufbaus über alle Kanäle hinweg. Nur so können Ihre Investitionen in Werbung längerfristig maximiert werden.

Mehr Erkenntnisse aus der Clutch-Umfrage

Darüber hinaus gaben 49 Prozent der befragten Personen an, auf Textanzeigen zu klicken, wobei 31 Prozent auf Shopping-Anzeigen und 16 Prozent auf Videoanzeigen klicken.

Insgesamt 77 Prozent der Befragten sind überzeugt, Suchanzeigen innerhalb der SERPs erkennen und von den organischen Ergebnissen unterscheiden zu können (auch wenn dies für Google-Textanzeigen mehr gilt als für andere Anzeigeformate).

Zudem gaben 63 Prozent der ProbandInnen an, auf eine Google-Anzeige zu klicken, wobei 15 Prozent auf Amazon-Anzeigen, 9 Prozent auf YouTube-Anzeigen und 6 Prozent auf Bing-Anzeigen klicken. Es gilt jedoch festzuhalten, dass diese Statistiken nicht die Wahrscheinlichkeit von hohen Klickraten für einzelne Werbetreibende widerspiegeln.

Was beherzigen Sie im Rahmen Ihrer eigenen Anzeigen?

Sind die soeben thematisierten Erkenntnisse für Sie bereits eine absolute Selbstverständlichkeit und setzen Sie diese Komponenten bereits erfolgreich um? Gratulation – machen Sie zwingend weiter so! Oder handelt es sich dabei vielleicht eher um für Sie zuvor unbekannte Massnahmen? Auch das ist kein grösseres Problem! Versuchen Sie lediglich einige dieser Aspekte in Ihre Suchanzeigen einzubauen und beobachten Sie die entsprechenden Entwicklungen. Die eine oder andere Optimierung wird sich unter Garantie schon bald bezahlt machen!

Portrait

Online Marketing Factory AG - Ihre massgeschneiderte Online Marketing Lösung

Online Marketing, Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google Adwords (SEA), Webanalyse, Conversion Optimierung (CRO), Social Media Marketing, Inbound-Marketing, Growth Hacking!

All diese Begriffe schon gelesen und gehört? Und? Schon alles nach all den ganzen Informationen von Partnern, Experten, Kunden, Blogs, Newslettern, Posts etc. auch in Ihrem Unternehmen umgesetzt?

Sie kennen es bestimmt, ab einem bestimmten Zeitpunkt sieht man leider den "Wald vor lauter Bäumen nicht mehr" und jeder will Ihnen sagen wie Sie auf bestimmten Kanälen am besten Ihre Kunden gewinnen können.

News-ID: 1052784 • Views: 337 (Stand: 25.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1052784/Aus-welchen-Gruenden-klicken-Nutzer-auf-Anzeigen.html>