

Die neuen Google Ads-Bilderweiterungen

29.09.2020, 08:27 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Online Marketing Factory AG*

Presseagentur: *Online Marketing Factory AG*



Während bei Gallery-Ads ein völlig neues Anzeigenformat eingerichtet werden musste und Bildvorlagen zur Verfügung standen, haben Bildererweiterungen eine viel geringere Eintrittsbarriere.

Erfahren Sie in diesem Blogpost der Online Marketing Factory mehr darüber!

Bildererweiterungen: Das müssen Sie wissen

Google Ads-Bilderweiterungen befinden sich aktuell noch in der geschlossenen Beta-Phase, weshalb Sie diese noch nicht in Ihren Konten sehen können – ausser sie wurden auf die Whitelist gesetzt. Die Bilder können in Zukunft als Miniaturansicht neben einer Textanzeige angezeigt werden.

Wie bei den Gallery-Ads starteten die Google Ads-Bilderweiterungen nur für mobile Devices. Heute testet Google sie aber auch auf dem Desktop, genau wie die dynamischen Bildererweiterungen.

Werbetreibende können zum einen den manuellen Weg gehen und Bild-Assets (quadratisch mit einer empfohlenen Grösse von 1200 x 1200 Pixel) in ihren Konten hochladen. Zum anderen steht diesen ein dynamischer Weg offen, wobei Bilder für Google Ads automatisch von ihren Websites ausgewählt werden können.

Warum uns die neuen Google Ads-Bilderweiterungen kümmern sollten

Bilder in Textanzeigen sind ein langwieriges Experiment. Nicht zuletzt ist es mindestens das dritte Mal, dass Google allein Bildererweiterungen einführen und zu diesem Zweck testen will.

Gallery-Ads sind wahrscheinlich aufgrund der mühsamen Einrichtung neuer Anzeigenformate und der bei Messungen entstehenden Herausforderungen gescheitert. Sie funktionierten viel eher wie Display-Anzeigen und waren insbesondere auf breit angelegte Anfragen ausgerichtet. Das Hinzufügen von Gallery-Ads zu Ihrer Anzeigengruppe würde wahrscheinlich die Impressionen erhöhen, aber auch die Messung und das Erreichen der Marketingziele erschweren.

Werbetreibende mussten sich auch damit abfinden, dass ihnen die Kosten umgehend in Rechnung gestellt wurden, sobald

ein Benutzer drei Bilder in der Galerie durchgeblättert hatte (die Mindestanzahl der Bilder lag bei vier Grafiken). Gallery-Anzeigen waren somit aufregender als eine weitere Anzeigenerweiterung, aber letztendlich dienten sie (zumindest in dieser Phase) nicht einem klaren Zweck. Es bleibt nun zu hoffen, dass die Situation im Falle der Google Ads-Bilderweiterungen anders sein wird.

Portrait

Unser Credo, als Online Marketing Factory AG, ist es komplexes, soweit es geht, zu vereinfachen.

Online Marketing, mit all seinen Facetten, von Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google Adwords (SEA), Social Media Marketing und Inbound-Marketing, sollte Ihr Business nicht verkomplizieren oder sogar belasten. Online Marketing soll ein weiterer Kanal für Sie sein, in dem Sie Ihre Produkte und Dienstleistung vermehrt Ihren Kunden näher bringen können.

Sie finden unsere Herangehensweise, die auf Partnerschaft zwischen Kunden und Dienstleister basiert, als das richtig für die Online-Vermarktung Ihrer Dienstleistung und/oder Ihres Produkts? Sie wünschen sich eine massgeschneiderte Online Marketing Lösung?

Dann nehmen Sie doch bitte den Hörer in die Hand oder schreiben uns eine E-Mail und vereinbaren Sie mit uns einen Termin, damit wir alsbald Ihre Ziele erreichen können.

News-ID: 1102090 • Views: 824 (Stand: 07.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1102090/Die-neuen-Google-Ads-Bilderweiterungen.html>