

PRESSEMITTEILUNG

Systemfehler im Quality Score von Google sorgt weltweit für Verwirrung

Fehlerhafte Anzeige des Quality-Score / Google-Bug wurde jetzt inoffiziell von Google bestätigt / SEM-Manager sollten ihre Bietstrategie neu überdenken

München, 26. November 2010 – Weltweit haben sich SEM-Manager in den letzten vier Wochen die Haare gerauft, weil Google den Quality Score ihrer Keywords anscheinend plötzlich abgewertet hatte. Da der Quality Score einer der wichtigsten Faktoren zur Bestimmung des Klickpreises (CPCs) ist, setzten sie ihre Gebote hoch, um ihre Position zu halten. Was anfänglich wie eine normale Entwicklung in der Vorweihnachtszeit aussah, entpuppt sich jetzt nach Analysen* von intelliAd, Anbieter einer Software zur Optimierung aller Online-Kanäle, als Anzeigefehler im Google-System, der bei vielen SEM-Managern in den letzten Wochen zu falschen Bietstrategien geführt haben dürfte. Seit gestern scheint der Fehler behoben und der Quality Score liegt wieder auf dem ursprünglichen Niveau. intelliAd rät daher allen SEM-Managern, unter diesem Aspekt ihre Konten zu prüfen und die CPCs gegebenenfalls wieder anzupassen.

Nach Auswertungen der intelliAd Media GmbH trat das Problem zwei Mal auf. Erst am 27. Oktober und nun erneut am 20. November. intelliAd hat dies detailliert analysiert und circa 10.000 Adwords-Kampagnen geprüft. Die Analyse zeigt einen deutlichen Anstieg der mit Quality Score 5 oder niedriger bewerteten Keywords von 20 Prozent auf knapp 70 Prozent in den letzten Wochen.

Mischa Rürup, COO der intelliAd Media GmbH: „Aufgrund der falschen Anzeige des Quality Score ist es unserer Einschätzung nach bei vielen Werbungtreibenden zu falschen CPC-Entscheidungen im Weihnachtsgeschäft gekommen. Unseren Analysen und Einträgen in Blogs und Foren nach zu urteilen, handelt es sich um einen weltweiten Effekt.“

Dies wird auch von dem Fashion-E-Commerce-Dienstleister Netrada bestätigt, der die Software von intelliAd einsetzt: „Wir hatten bisher auf einer Vielzahl von Begriffen in den Adwords-Konten unserer Kunden aus dem Fashion-Bereich einen historisch sehr guten Quality Score. Vor einigen Tagen zeigte unser Monitoring jedoch ohne erkennbaren Grund bei manchen Keywords einen schlechteren Quality Score auf, obwohl diese Wörter natürlich hochrelevant für die Werbekonten sind“, weiß Geschäftsführer Stephan Kellermann von Netrada zu berichten.

Offiziell ist diese Unregelmäßigkeit bisher nicht von Google bestätigt oder kommentiert worden. Lediglich im Adwords-Forum wird ein Fehler eingeräumt und mittlerweile (25.11.2010, ca. 15:00 Uhr) als behoben gemeldet.

Auch die intelliAd Messungen bestätigen, dass der Quality Score seit dem 24. November wieder auf dem ursprünglichen Niveau liegt und der Fehler behoben zu sein scheint. Dennoch sorgt das Problem gerade in der Weihnachtssaison, wenn die größten SEM-Budgets des Jahres eingesetzt werden, für große Verwirrung bei den Werbekunden. „Wir sind sicher, dass viele SEM-Manager in den letzten Wochen aufgrund des Anzeigefehlers falsch geboten haben. Das müssen sie jetzt korrigieren, sonst könnte es teuer werden“, empfiehlt Rürup.

Zum vollständigen Artikel und der detaillierten Analyse:

<http://www.intelliad.de/de/unternehmen/presse/quality-score.html>

*) Datenbasis: ca. 10.000 Kampagnen und 1 Mio. Keywords im Zeitverlauf

Über intelliAd:

intelliAd ist ein unabhängiges Technologieunternehmen mit Sitz in München. intelliAd bietet Werbungtreibenden und Agenturen eine Software, mit der sich die Performance aller Online-Marketing-Aktivitäten signifikant verbessern lässt. Kernstück der Plattform ist das Bid-Management-Tool, mit dem SEM-Kampagnen zeitsparend verwaltet und optimiert werden können. Durch eine übergreifende Multichannel-Optimierung können die Synergie-Effekte zwischen den Kanälen SEM, SEO, Display-, Affiliate-, Social-Media- und E-Mail-Marketing analysiert werden. Die Erkenntnisse daraus werden direkt im Bid-Management berücksichtigt. Dieser 360-Grad-Blick auf alle Online-Marketing-Maßnahmen ermöglicht den bestmöglichen Einsatz des gesamten Online-Werbebudgets. Neben zahlreichen Kunden wie Air Berlin, Neckermann, Medion, A.T.U und weg.de nutzen auch Agenturen wie etwa Netrada, Zieltraffic, bigmouthmedia, ad agents und One Advertising die Software. www.intelliad.de

Pressekontakt:

[Agentur Frau Wenk +++ PR & Marketing für die digitale Welt](#)

Andrea Buzzi

Tel.: 040 4321 86 55

E-Mail: intelliAd@frauwenk.de