

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Zur zunehmenden Bedeutung des Keyword-Designs in der Suchmaschinenwerbung</b>	1
1.1	Formulierung der Problemstellung	1
1.2	Ziel der Untersuchung	3
1.3	Wissenschaftstheoretische Einordnung	6
1.4	Aufbau der Untersuchung	9
<b>2</b>	<b>Grundlagen der Suchmaschinenwerbung</b>	13
2.1	Einordnung der Suchmaschinenwerbung in das Suchmaschinenmarketing	13
2.2	Komponenten der Suchmaschinenwerbung	16
2.2.1	Die Wahl der Keywords	16
2.2.2	Die Gestaltung der Anzeigen	19
2.2.3	Der Einfluss der Landingpage	22
2.3	Aufbau der Suchmaschinenwerbung	23
2.4	Idealtypischer Prozess der Suchmaschinenwerbung	26
2.5	Betriebswirtschaftliche Bedeutung der Suchmaschinenwerbung	29
2.5.1	Ziele und Kennzahlen der Suchmaschinenwerbung	29
2.5.2	Wirksamkeit der Suchmaschinenwerbung	33
2.6	Theorien zum Suchverhalten von Suchmaschinennutzern	36
<b>3</b>	<b>Aktueller Stand und Abgrenzung von bisherigen Forschungen</b>	41
3.1	Die Bedeutung der Gestaltung von Keywords	41
3.2	Kriterien zur Gestaltung von Keywords	42

3.2.1	Inhaltliche Kriterien .....	42
3.2.2	Formale Kriterien .....	45
3.2.3	Wettbewerbsbezogene Kriterien .....	48
3.3	Abgrenzung von bisherigen Forschungsergebnissen .....	51
<b>4</b>	<b>Datengrundlage .....</b>	<b>59</b>
4.1	Erläuterungen zum Datensatz .....	59
4.2	Aufbereitung der Daten und exemplarischer Datensatz .....	61
4.3	Deskriptive Untersuchungen der Daten .....	62
<b>5</b>	<b>Untersuchung des Keyword-Designs im Hinblick auf absolute Zielgrößen .....</b>	<b>69</b>
5.1	Ziel der Untersuchung absoluter Zielgrößen .....	69
5.2	Definition und Operationalisierung der abhängigen Variablen .....	70
5.3	Definition und Operationalisierung der unabhängigen Variablen .....	73
5.3.1	Inhaltliche Gestaltungskriterien .....	73
5.3.2	Formale Gestaltungskriterien .....	76
5.3.3	Wettbewerbsbezogene Gestaltungskriterien .....	78
5.4	Operationalisierung der Differenzierungsvariable im Rahmen der Mehrgruppenanalyse .....	80
5.5	Herleitung der Hypothesen und Darstellung des Untersuchungsmodells .....	82
5.5.1	Hypothesen zur inhaltlichen Gestaltung von Keywords .....	82
5.5.2	Hypothesen zur formalen Gestaltung von Keywords .....	84
5.5.3	Hypothesen zur wettbewerbsbezogenen Gestaltung von Keywords .....	88
5.5.4	Hypothesen im Rahmen der Mehrgruppenanalyse .....	89
5.5.5	Darstellung des Untersuchungsmodells .....	91
5.6	Empirische Untersuchung des Keyword-Designs .....	91
5.6.1	Methodische Grundlagen der multiplen linearen Regression .....	91
5.6.2	Methodische Grundlagen der Mehrgruppenanalyse .....	98
5.6.3	Überprüfung der Voraussetzungen sowie der Modellgüte .....	99
5.6.4	Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf die Anzahl der Impressionen .....	102

5.6.5	Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf die Anzahl der Klicks .....	113
5.6.6	Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf die Anzahl der Konversionen .....	122
5.7	Zusammenfassung der Ergebnisse und Ableitung von Handlungsempfehlungen .....	130
<b>6</b>	<b>Untersuchung des Keyword-Designs in Bezug auf relative Zielgrößen .....</b>	<b>137</b>
6.1	Ziel der Untersuchung relativer Größen .....	137
6.2	Definition und Operationalisierung der abhängigen Variablen .....	139
6.3	Herleitung der Hypothesen und Darstellung des Untersuchungsmodells .....	143
6.3.1	Hypothesen zur Messung des Einflusses der Zielgrößen untereinander .....	143
6.3.2	Hypothesen zur inhaltlichen Gestaltung von Keywords .....	145
6.3.3	Hypothesen zur formalen Gestaltung von Keywords ....	147
6.3.4	Hypothesen im Rahmen der Mehrgruppenanalyse .....	151
6.3.5	Darstellung des Untersuchungsmodells .....	152
6.4	Empirische Untersuchung des Keyword-Designs .....	153
6.4.1	Methodische Grundlagen der Pfadanalyse .....	153
6.4.2	Anforderungen an die Pfadanalyse .....	158
6.4.3	Überprüfung der Voraussetzungen und Identifikation des Modells .....	160
6.4.4	Interpretation der Ergebnisse des Gesamtmodells .....	163
6.4.5	Interpretation der Ergebnisse der Mehrgruppenanalyse .....	170
6.5	Zusammenfassung der Ergebnisse und Ableitung von Handlungsempfehlungen .....	176
<b>7</b>	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>181</b>
7.1	Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse und Ableitung von Handlungsempfehlungen .....	181
7.2	Limitationen und weiterer Forschungsbedarf .....	189
<b>URL-Verzeichnis</b>	.....	<b>191</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	.....	<b>193</b>