Exact Match

Stand: 04.07.2022

Definition

Exact Match (deutsch: genau passend) ist eine Keyword-Option innerhalb von Google AdWords. Die Einstellung löst die vom Werbetreibenden gestalteten Anzeigen für den Bereich des Paid Search nur dann aus, wenn die Suchanfrage des Suchmaschinennutzers exakt mit den vorher für die Werbeanzeige definierten Keywords übereinstimmt. Die unterschiedlichen Keyword-Optionen wie Exact Match oder Broad Match (deutsch: weitestgehend passend) werden auch als Matchtypes bezeichnet. Die Matchtypes werden vom Werbetreibenden für seine jeweiligen Werbeanzeigen festgelegt und bestimmen, wann die Anzeige auf der Search Engine Result Page ausgespielt wird. Durch ein exaktes Matching können sowohl Streuverluste gemindert als auch Kostenvorteile erwirtschaftet werden.

Funktionsweise und Abgrenzung zu anderen Matchtypes

Neben allen Suchbegriffen und Keywords, die der Werbetreibende für den Matchtype Exact Match definiert und für die die Anzeigen nur ausgelöst werden, wenn die Begriffe exakt mit der Suchanfrage des Nutzers übereinstimmen, werden die Anzeigen auch bei ähnlichen Suchbegriffen ausgespielt. Ähnliche Varianten sind beispielsweise fehlerhafte Schreibweisen, Singular- oder Pluralformen, Akronyme, Wortstämme, Abkürzungen und Akzente. Suchbegriffe für den Matchtype Exact Match werden in der Regel in eckigen Klammern angegeben.

Durch die Definition von Exact Match Suchbegriffen kann der Werbetreibende die Platzierung seiner Werbeanzeige in gewissem Rahmen kontrollieren, um Streuverluste zu vermeiden und die Effektivität seiner Werbeanzeigen zu steigern. Bei der Auslösung der Anzeige nur bei exakt passenden Suchanfragen kann von einem hohen Interesse auf Seiten der Nutzer ausgegangen werden. Durch eine umfassende Keywordrecherche mithilfe entsprechender Tools wie dem Google Keyword Planner kann die Matching-Struktur weiter optimiert werden. Neben der Minderung von Streuverlusten können durch exaktes Matching auch Kostenvorteile erwirtschaftet werden.

Das umfassende Recherchieren und Definieren von Exact Match Keywords kann je nach Anzeigenumfang und Inhalt sehr zeitaufwendig sein, weshalb auch weniger exakte Matchtypes wie das Broad Match oder das Phrase Match zur Verfügung stehen. Außerdem wird durch den Matchtype Exact Match und die genaue Definition der Keywords, die zur Auslösung der Anzeige führen, nur eine kleinere Zielgruppe erreicht als bei anderen Matchtypes. So können weniger hohe Click-Through-Raten (CTR) und weniger, aber dafür relevanterer Traffic generiert werden.

Bedeutung für das Online Marketing

Hinsichtlich des Online Marketings und der Platzierung von Werbeanzeigen im Bereich der bezahlten Suche können die Anzeigen mithilfe der unterschiedlichen Matchtypes genauer für die fokussierte Zielgruppe ausgesteuert werden. Durch die Definition exakter Keywordübereinstimmungen können Werbetreibende

für ihre Werbeanzeigen zwar weniger hohe Klickraten, weniger Traffic und folglich insgesamt auch weniger Konversionen erwirtschaften, allerdings ist der generierte Traffic relevanter, sodass er sich wiederum positiv auf die Konversionsrate auswirkt. Außerdem können Werbetreibende die Schaltung ihrer Werbeanzeigen durch die Definition von Exact Match Suchbegriffen besser kontrollieren und Streuverluste minimieren.