

## Mehr Umsatz durch optimierte PMax-Strategie

Gezielter Einsatz von Suche, Display in Verbindung mit Shopping für maximale Performance



### Über EKER Daunen:

Die EKER Daunen AG ist ein Schweizer Hersteller hochwertiger Daunenduvets und Kissen mit Sitz in Rickenbach bei Wil. Das Unternehmen setzt auf Qualität, Transparenz und Direktverkauf ab Fabrik. Als Manufaktur bietet EKER individuelle Beratung und gewährleistet die nachhaltige Herkunft seiner Daunen und Federn.

### Die Herausforderungen:

Die Performance-Max-Kampagne erzielte trotz guter Struktur, umfangreicher Assets und optimierter Texte nicht die gewünschte KUR, weshalb der Fokus speziell auf Shopping Only lag. Da historisch gesehen aber die Suchkampagnen mehr Volumen und eine bessere Performance lieferten, sollte auch der Such und Displaybereich bei den Performance Max Kampagnen genutzt werden. Durch einen Umsatzrückgang aufgrund der Nebensaison, war eine Strategie zur Stabilisierung der Performance und der optimale Budgetverteilung erforderlich.

### Die Herangehensweise:

Um das Kampagnenformat Performance Max wieder für Suche und Display zu nutzen, wurde eine zweite Kampagne ohne Produkt-Feed, aber mit einem Sitefeed aufgesetzt. Die Splittung auf zwei Kampagnen, ermöglichte eine gezieltere Anzeigenschaltung und optimiertere Budgetverteilung, um den stärkeren Kanal „Search“ besser abzudecken und saisonale Umsatzschwankungen auszugleichen. Durch den kombinierten Einsatz von Shopping Only PMax, PMax mit Sitefeed und klassischen Suchkampagnen konnten die Algorithmen effizienter genutzt und die Gesamtpformance gesteigert werden.

### Ergebnisse:

Seit April 24 stieg die Performance der neuen PMax-Kampagne stetig. Durch die gezielte Nutzung für Search wurde der erfolgreichste Kanal optimal abgedeckt, was den Jahresumsatz deutlich steigerte. Mit dem Saisonstart im September zogen die Umsätze stark an. Besonders im Q4 erwies sich die Kombination aus PMax Search, Suchkampagnen und Empty Asset PMax als zentraler Umsatztreiber. Von Oktober bis Januar erzielte die PMax Search mit Sitefeed rund 45 % des Umsatzes.

**+18 %**

Umsatzsteigerung

**+60 %**

mehr Impressionen

**+86 %**

mehr Klicks

**+28 %**

mehr Conversions

Analysezeitraum: 01.10.2024 - 31.01.2025

Schreiben Sie Ihre eigene Erfolgsgeschichte mit Smarketer!  
[www.smarketer.de/kontakt](http://www.smarketer.de/kontakt)

