

DIE WAHRE KRAFT VON DISPLAY-WERBUNG.

Willkommen bei der Interactive Performance Deutschland GmbH. Im Online-Marketing ist das Missverständnis weit verbreitet, dass allein der Klick auf ein Werbefbanner einen Wert darstellt. Wir zeigen auf, warum das bloße Sehen einer Anzeige (Post-View) oft der entscheidende erste Schritt zum Kauf ist und wie wir Branding mit Performance verbinden.

1. Was ist Post-View eigentlich?

Post-View ist eine Technologie, die Display-Werbung (Bannerwerbung) messbar macht und zwar **über den Klick hinaus**.

Das Prinzip: Ein Nutzer sieht ein Werbefbanner, klickt jedoch nicht darauf. Später erinnert er sich an die Marke, besucht die Website direkt oder über Google und tätigt schließlich einen Kauf.

2. Warum der "Klick" als Währung ausgedient hat?

Lange Zeit galt der Klick als das wichtigste Maß für Erfolg. Doch Studien zeigen ein anderes Bild:

Wenige Klicker: Die Anzahl der User, die überhaupt auf Banner klicken, sinkt stetig. Schon vor Jahren lag der Anteil der User, die nie auf Banner klickten, bei etwa 85 %.

Falsche Zielgruppe: Die wenigen "Viel-Klicker" entsprechen oft nicht der kaufkräftigen Zielgruppe, die Marken erreichen wollen.

Die Messung: Da der Sichtkontakt gemessen wurde, können wir diesen späteren Kauf der Werbekampagne zuordnen.

Das Ziel: Wir transformieren klassisches Display-Marketing in datengetriebenes Performance-Marketing.

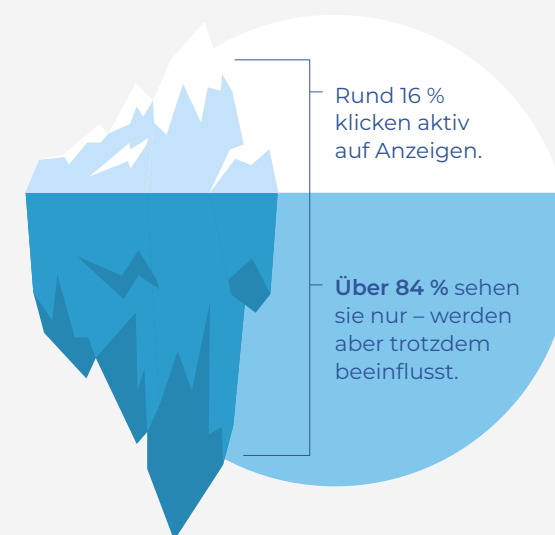
Der "Mere-Exposure-Effekt": Werbewirkung entsteht oft unterbewusst. Das bloße Betrachten einer Marke schafft Vertrauen und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde später kauft - auch ohne direkten Klick. Vergleichbar mit den bewährten Medien TV oder Radio basiert die Wirkung auf Aufmerksamkeit, Reichweite und Wiederholung: dadurch bleibt die Marke im Kopf. Post-View ist im Grunde die digitale, messbare Weiterentwicklung derselben Logik.

Fazit: Wer nur auf Klicks optimiert, ignoriert den Großteil seiner potenziellen Kunden.

Warum der Klick nicht alles ist:
Post-View-Marketing erklärt von der



Klick vs. View



3. Wie Post-View andere Kanäle verstärkt

Post-View-Marketing steht nicht allein - es fungiert als Turbolader im eigenen kanalübergreifenden Marketing-Mix.

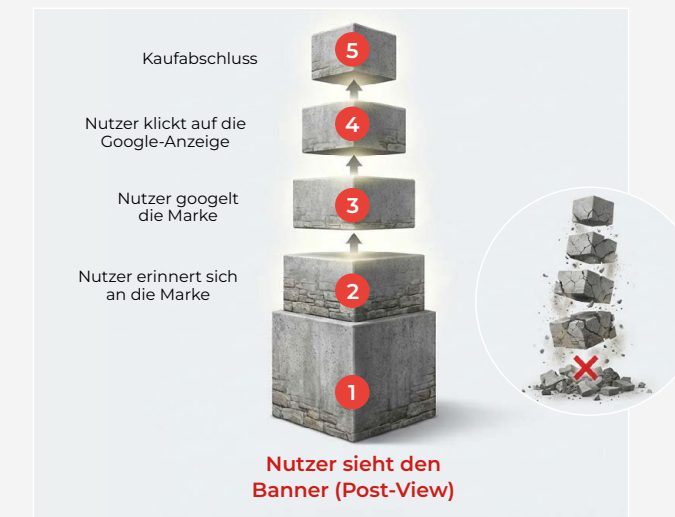
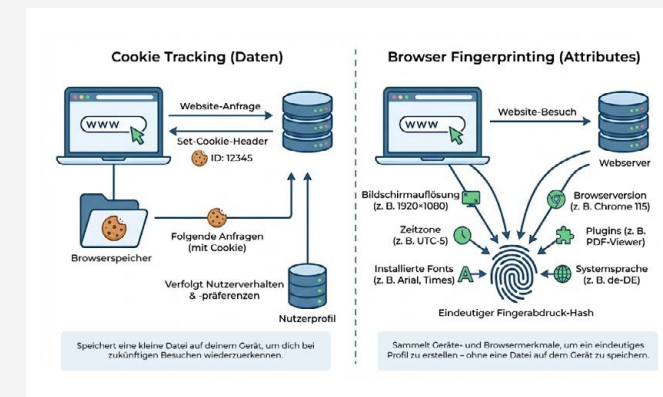
Mehr Suchanfragen: Nutzer, die ein Banner gesehen haben, suchen in Suchmaschinen (Google) deutlich häufiger nach der Marke (**+52,3 % Uplift laut Comscore**).

Bessere Klickraten im SEM: Wenn Display-Anzeigen parallelgeschaltet werden, steigen oft die Klickraten bei Suchanzeigen, während die Kosten pro Klick sinken können.

Steigerung des Direkt-Traffics: Die natürliche Suche und direkte Eingaben der Webadresse nehmen zu.

4. Transparenz und Qualität: Wie wir messen

Viele Affiliate-Netzwerke sind mittlerweile mit ihren Tracking-Methoden weiter und bieten gute Standards. Doch es gibt weiterhin technische Herausforderungen, die wir bei der Interactive Performance Deutschland GmbH gezielt lösen.



5. Zielgenaue Ansprache (Targeting)

Um Streuverluste zu vermeiden, nutzen wir diverse Datenpunkte, um Werbung gezielt dort auszuspielen, wo sie wirkt.

Retargeting: Es werden User mit vorherigem Kontakt angesprochen, um den Kaufabschluss zu fördern. Genau dort, wo der User gerade unterwegs ist: auf dem passenden Endgerät, im passenden Kontext, zur richtigen Zeit und zeigt den Vorteil der Zielgenauigkeit.

Umfeld & Themen: Die Ausspielung der Werbung erfolgt auf inhaltlich passenden Webseiten (z. B. Auto-Werbung auf News-Seiten im Bereich Mobilität).

Technisches Targeting: Wir optimieren nach Endgerät, Uhrzeit oder sogar Bandbreite, um die beste User Experience zu bieten.

6. Ein Blick in die Zukunft: Unabhängigkeit vom Cookie

Der Datenschutz wird wichtiger und viele Nutzer löschen Cookies ("Cookiegate"). Wir bereiten uns auf die "Post-Cookie-Ära" vor:

Fingerprint-Tracking: Statt Cookies nutzen wir zunehmend Fingerprinting-Technologien. Diese erkennen Nutzer anhand von Browsermerkmalen (wie Bildschirmauflösung, Systemversion) wieder, ohne sensible Daten auf dem Rechner des Nutzers speichern zu müssen. Das macht die Messung stabiler und zukunftssicherer.

Zusammenfassung

Mit Post-View-Marketing durch die Interactive Performance Deutschland GmbH wird das volle Potenzial der Display-Werbung genutzt. Branding und Abverkauf greifen dabei Hand in Hand: transparent gemessen und technologisch optimiert.

Interesse an weiteren Informationen?

Individuelle Beratung ist jederzeit möglich. Wir freuen uns auf den Austausch!

Tel: +49 04022 868394

E-Mail: info@interactiveperformance.de

