



Data-driven insights



The fine Arts of digital Media ■

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

„Aus die Maus“: Innovatives Set an qualitativen Engagement-KPIs zur ganzheitlichen Erfassung der Kampagnenleistung

Ebiqurity und United Internet Media starten Brancheninitiative für neue Kennziffern zur Leistungsbewertung von Online-Kampagnen

Hamburg/ Karlsruhe/ Köln (dmexco), 21./ 22. September 2011.

Ebiqurity, der international führende Spezialist für ganzheitliches Marketing-Auditing und strategische Kommunikationsberatung, und United Internet Media, führender Vermarkter digitaler Media im deutschen und europäischen Werbemarkt, haben heute auf der dmexco in Köln ihre gemeinsame Initiative für neue, qualitative Kennzahlen zur Leistungsbewertung von Online-Kampagnen vorgestellt. Ziel des gemeinsamen Vorstoßes ist es, vor dem Hintergrund des signifikant ansteigenden Anteils von Brandingkampagnen im Internet Werbetreibenden und Agenturen eine standardisierte, transparente, medienadäquate und vor allem ganzheitliche, d.h. auch qualitative Leistungsbewertung von Online-Kampagnen zu ermöglichen, die eine belastbare Planungsgrundlage für Budgetoptimierungen und effiziente Mediamixentscheidungen liefert.

„Als ganzheitlich orientierter Media-Auditor sehen wir unsere Aufgabe nicht in der reinen Kostenoptimierung von Kampagnen, sondern in der Überprüfung der gesamten Kampagnenleistung. In Online hatten wir für unsere Audit-Arbeit trotz aller Informationsfülle bislang keine ausreichenden Daten für die qualitative Überprüfung von Kampagnen. Daher haben wir diese Initiative angestoßen, die die notwendige Bewertungsbasis schaffen soll, um einer adäquaten Beurteilung und Optimierung von vor allem

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

Online-Brandingkampagnen einen entscheidenden Schritt näher zu kommen. Wir sind froh über die Bereitschaft von United Internet Media, hieran mitzuarbeiten“, erklärt Dietmar Kruse, CEO Ebiquity Germany.

Innovatives Set an qualitativen Engagement-Kennziffern

Für eine mehrdimensionale Erfassung der Kampagnenleistung in Abhängigkeit vom Kampagnenziel sowie eine leistungsadäquate Abbildung insbesondere qualitativer Wirkungsdimensionen von Online-Brandingwerbung stellt Ebiquity auf der Grundlage umfangreicher mediaforscherischer, von United Internet Media unterstützter Vorarbeit und Tests jetzt ein innovatives Set an Engagement-Kennziffern zur Verfügung. In die Key-Performance-Indices (KPI) fließen zentrale qualitative Einflussfaktoren auf den Werbekontakt wie Zeit (Viewtime), Sichtbarkeit, Exklusivitätsmaß, Formatgröße und Nutzerloyalität des Werbeträgers ein:

	<p>Ad Attention</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie lang war ein Werbemittel (x% d. Werbemittels) im sichtbaren Bereich • Anteil der Medialeistung innerhalb der gewünschten Sichtbarkeitsklasse, bspw. 5-10 Sek.
	<p>Ad Position</p> <ul style="list-style-type: none"> • Position eines Werbemittels auf einer Seite • Bewertung der Qualität anhand von Eye-Tracking-Erkenntnissen
	<p>Clutter-Index</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhältnis von Content und Werbemaßnahmen einer Seite
	<p>Ad Size</p> <ul style="list-style-type: none"> • Größe eines Werbemittels in px2
	<p>Loyalty-Index</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbildung der Loyalität über Reichweiten/AGOF • Quote UU Woche/ UU Monat als Annäherung

Bild 1: Neue qualitative PKIs für die Kampagnenbewertung



Data-driven insights



The fine Arts of digital Media ■

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

Zur technischen Erhebung der entsprechenden Metriken kommt ein Skript zum Einsatz, welches einmalig in die Online-Werbeträger integriert wird. Die Aktivierung der Messung erfolgt über die Kampagnenwerbemittel, die über den (Agentur-)Adserver ausgeliefert werden. Damit trägt der Ansatz der Forderung des Marktes nach einer einfach und standardisiert in den Adserver integrierbaren Messlösung Rechnung.

Kunden von Ebiquity wie auch andere Werbetreibende sowie Agenturen können das neue KPI-Set ab sofort im Rahmen von Pilotkampagnen bei United Internet Media auf seine Eignung für eine hochwertige qualitative Leistungsbewertung von Online-Kampagnen testen.

„Die direkte Messbarkeit der digitalen Medien (ver-)führt oft dazu, Online-Kampagnen mit rein quantitativen und eindimensionalen Kennziffern wie Klicks oder Viewtime zu messen. Dadurch kommt es häufig zu Fehlbewertungen, für Online nachteiligen Planungsentscheidungen, reiner Preisfixierung und in der Folge ineffizienten Fehlallokationen von Mediabudgets. Vor dem Hintergrund der Bedeutung von Online für die Markenführung benötigen wir belastbare und vor allem eine ganzheitliche Bewertung ermöglichende qualitative Kennziffern, die standardisiert und zudem möglichst automatisierbar erhoben werden sollten. Unsere gemeinsame Initiative mit Ebiquity ist ein Angebot an den Markt, Online im intermedialen Wettbewerb gemeinsam seinen fair share zu verschaffen und ihm darüber hinaus den Stellenwert zu ermöglichen, den es aufgrund seiner Effizienz haben sollte: Leitmedium in der Markenkommunikation“, erklärt Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media, abschließend.



Data-driven insights



The fine Arts of digital Media ■

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

Über Ebiquity

Ebiquity ist der international führende Spezialist für ganzheitliches Marketing-Auditing und strategische Kommunikationsberatung. Das Unternehmen bietet integrierte Daten-, Analyse- und Beratungsdienstleistungen in den Bereichen Media und Kreation mit einem breiten Angebot an innovativen Services und Tools für mehr als 700 Kunden in 60 Ländern – darunter 85 der Top 100 Werbetreibenden weltweit, alle großen Media- und Werbeagenturen, Publisher und Vermarkter sowie ein Vielzahl anderer Unternehmen. Mit ca. 800 Mitarbeitern in 19 Niederlassungen in 12 Ländern hat Ebiquity 2010 einen Jahresumsatz von rund 60 Millionen Euro erwirtschaftet. Der Hauptsitz des Unternehmens ist in London, wo Ebiquity auch im AIM Markt der Londoner Börse gelistet ist. In Deutschland ist Ebiquity mit über 100 Mitarbeitern an den Standorten Hamburg und Baden-Baden vertreten.

United Internet Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-Werbung.

Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketingspezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP®), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung und des Dialogmarketings in digitalen Mediawelten entwickelt werden.

Als Drehscheibe zu rund 30 Millionen deutschsprachigen, über 240 Millionen europäischen und über 600 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzern-



Data-driven insights



The fine Arts of digital Media ■

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

eigenen Online-Angebote und -Kooperationsangebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1, mail.com, SmartShopping.de sowie top.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf, Wien London und New York.

INTERNETADRESSEN

Ebiquity Deutschland :

<http://www.ebiquity.com/de/>

United Internet Media AG:

<http://united-internet-media.de>

PRESSESERVICE

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

United Internet Media Presselounge:

<http://united-internet-media.de/presse>

KONTAKTADRESSEN

Ebiquity Deutschland

Dietmar Kruse

CEO

Ballindamm 2-3

D – 20095 Hamburg

Telefon: +49 / (0) 40 / 257 7675-0

E-Mail: dietmar.kruse@ebiquity.com

United Internet Media AG

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

D – 80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de