

Pressemitteilung

München, den 04. August 2009

Banner-Werbung steigert Kampagnenerfolg nachhaltig

Booming und Tomorrow Focus Sales weisen Wirkung von Display-Advertising auf Performance im Marketing-Mix nach

Online-Display-Kampagnen haben einen nachhaltig positiven Effekt auf Performance-Marketing-Maßnahmen. Das geht aus einer Studie der Münchner Online-Marketing-Agentur Booming, die Teil des Kommunikationsnetzwerks the performance network ist, in Zusammenarbeit mit dem Vermarkter Tomorrow Focus Sales hervor. In einem experimentellen Studiendesign untersuchten die Unternehmen am Beispiel des Kunden CeWe Color, inwieweit sich Banner-Werbung auf die Leistungswerte des Suchmaschinenmarketings (SEM) auswirkt.

Dazu wurde der Werbedruck der Banner-Kampagne für das Produkt CeWe-Fotobuch innerhalb des sechswöchigen Testzeitraums variiert, während die Einstellungen der Google-Ad-Words konstant gehalten wurden. Die Auswertung der Suchanfragen und des Website-Traffics sowie die Gegenüberstellung mit den Ergebnissen der Display-Kampagne zeigten einen signifikanten Zusammenhang und erkennbare Wechselwirkungen zwischen Branding- und Performance-Kampagne auf. So war auch nach Ende der Display-Maßnahme ein deutlicher Anstieg der Userzahlen auf der Website des Kunden zu verzeichnen. „Das Ergebnis dieser Untersuchung ist Beleg für unsere Überzeugung, dass ein ganzheitlicher Ansatz, wie er im Münchner Haus der Performance gepflegt wird, die besten Ergebnisse für den Kunden garantiert. Durch die exakte Abstimmung der Kanäle im Marketing-Mix und eine ständige Optimierung der Maßnahmen, auch bezogen auf Qualität in der Reichweite, lassen sich Vertriebsserfolge nachhaltig steigern“, sagt Booming-Geschäftsführer Andreas Schwabe.

Jürgen Schlott, Head of Research von Tomorrow Focus, sieht die Wirksamkeit einer crossmedialen Strategie ebenfalls als erwiesen an. „Wir konnten mit dieser Studie erstmals belegen, dass Branding-Kampagnen neben den starken, kurzfristigen Auswirkungen auch langfristig messbar die Performance steigern“, sagt er. Die reine Bewertung einer Online-Display-Kampagne auf Basis der Klickrate sei zu kurz gedacht. Online-Display-Werbung führe nicht nur zu einem Branding-Effekt durch von Aufbau von Markenbekanntheit und Markenimage, sie beeinflusse vielmehr auch den Traffic auf der Website des Werbetreibenden nachhaltig, so Schlott weiter. „Das führt messbar zu einer deutlichen Steigerung der Suchanfragen in Google und der damit einhergehenden Klick- und Conversion-Rate der Ad-Words-Kampagne wie auch zu langfristigen Post-View-Conversions.“

Trotz einer unterdurchschnittlichen Kommunikationsfrequenz – 3,8 Sichtkontakte pro User – konnte die Wiedererkennung der Werbemittel dank der Kampagne um starke 4,2 Prozentpunkte auf knapp 18 Prozent gesteigert werden. In Relation zum Vergleichszeitraum vor der Display-Kampagne stiegen auch die Visits und Page Impressions auf der Webseite des Werbetreibenden während der Kampagne um 15 beziehungsweise 18 Prozent an.

Mit diesem klaren Ergebnis ist auch der Auftraggeber CeWe Color zufrieden: „Die Studie kam zum richtigen Zeitpunkt. Sie hilft uns, die Bedeutung von solchen Marketing-Maßnahmen zu belegen, die ohne zusätzliche Datenerhebung nur schwierig zu erfassen und zu messen sind“, so Thomas Grunau, Geschäftsführer Marketing der CeWe Color Gruppe.

Umfang: ca. 3200 Zeichen – Pressemitteilung zur freien Verwendung

Zum Unternehmen Booming GmbH:

Booming gehört zur in München ansässigen the performance network GmbH (Holtzbrinck Digital). Das Unternehmen beschäftigt Spezialisten aus allen Disziplinen des Onlinemarketings. Sie entwickeln für ihre Kunden innovative Lösungen speziell in den Bereichen Performance- und Onlinemarketing (Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing, Affiliate Marketing, Online-Mediaplanung, Socialmedia-Consulting und Web-Analytics). Zu den Kunden der Booming zählen unter anderem parship, debitel, cewe, immowelt.de, TeamBank, sport1 und Paramount Home Entertainment.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

www.booming.de

Zum Unternehmen the performance network:

Die the performance network GmbH, ein Unternehmen der Holtzbrinck Digital, bündelt Kompetenzen durch die Vernetzung innovativer Unternehmen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation. Unter dem Dach der Holding the performance network agieren die Firmen Booming (SEO, SEM; Affiliate; Web Analytics) mailandsale (E- und White Mail Marketing) und display performance (Display- und TV-Werbung). Die derzeit 60 Mitarbeiter entwickeln effiziente Komplettlösungen – stets mit dem Fokus auf Performance. Jedes Tochterunternehmen besitzt hierbei eine spezialisierte Funktion innerhalb dieses Leistungsportfolios und trägt somit maßgeblich zur Entwicklung und Umsetzung ganzheitlicher Kommunikationskonzepte bei.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

www.theperformancenetwork.de

Zum Unternehmen Tomorrow Focus Sales:

Die börsennotierte TOMORROW FOCUS AG (ISIN DE0005495329), München, ist ein unabhängiger, breit aufgestellter Internet-Medienkonzern mit dem Hauptaktionär Hubert Burda Media. Das Unternehmen ist in den drei Geschäftsbereichen E-Commerce, Digitalvermarktung und Technologie aktiv: Der Bereich E-Commerce beinhaltet das Hotelbewertungs- und Reisebuchungsportal HOLIDAYCHECK, das Premium-Partnervermittlungsportal ELITEPARTNER und das führende deutsche Männer-Lifestylemagazin PLAYBOY. Der Geschäftsbereich Digitalvermarktung umfasst mit TOMORROW FOCUS SALES einen der führenden deutschen Onlinevermarkter, der neben unternehmenseigenen Portalen wie FOCUS Online, MAX Online und JAMEDA auch Partnerportale wie BUNTE Online, CHIP Online und FAZ.NET vermarktet. Im Geschäftsbereich Technologies bieten die TOMORROW FOCUS TECHNOLOGIES GmbH und CELLULAR GmbH umfassende IT-Dienstleistungen für das stationäre und mobile Internet.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

www.tomorrow-focus.de

Zum Unternehmen CeWe Color:

Der Foto-Dienstleister CeWe Color ist mit 13 hochtechnisierten Produktionsstandorten und ca. 2.800 Mitarbeitern in 24 europäischen Ländern als Technologie und Marktführer präsent. Rund 2,6 Milliarden Fotos, über 2,6 Mio. CEWE FOTOBÜCHER und Foto-Geschenkartikel wurden 2008 an über 50.000 Handelskunden geliefert. Der Umsatz betrug 2008 420,0 Mio. Euro. CeWe Color ist „First Mover“ bei der Einführung neuer digitaler Technologien, z. B. der Bestellung von Digitalfotos über das Internet oder mit Hilfe von Orderterminals (DigiFoto-Makern) im stationären Handel. Sehr erfreulich entwickelt sich das personalisierte CEWE FOTOBUCH (kostenloser Software-Download unter www.cewe-fotobuch.de). CeWe Color wurde 1961 von Senator h.c. Heinz Neumüller gegründet und von Hubert Rothärmel 1993 als Aktiengesellschaft an die Börse gebracht. Die CeWe Color Holding AG ist im SDAX gelistet.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

www.cewe.de

Pressekontakt Booming:

Tanja Kalinowski

Adelgundenstraße 7

80538 München

Tel: 089/2000 452-0

Fax: 089/2000 452-99

Mail: presse@booming.de