

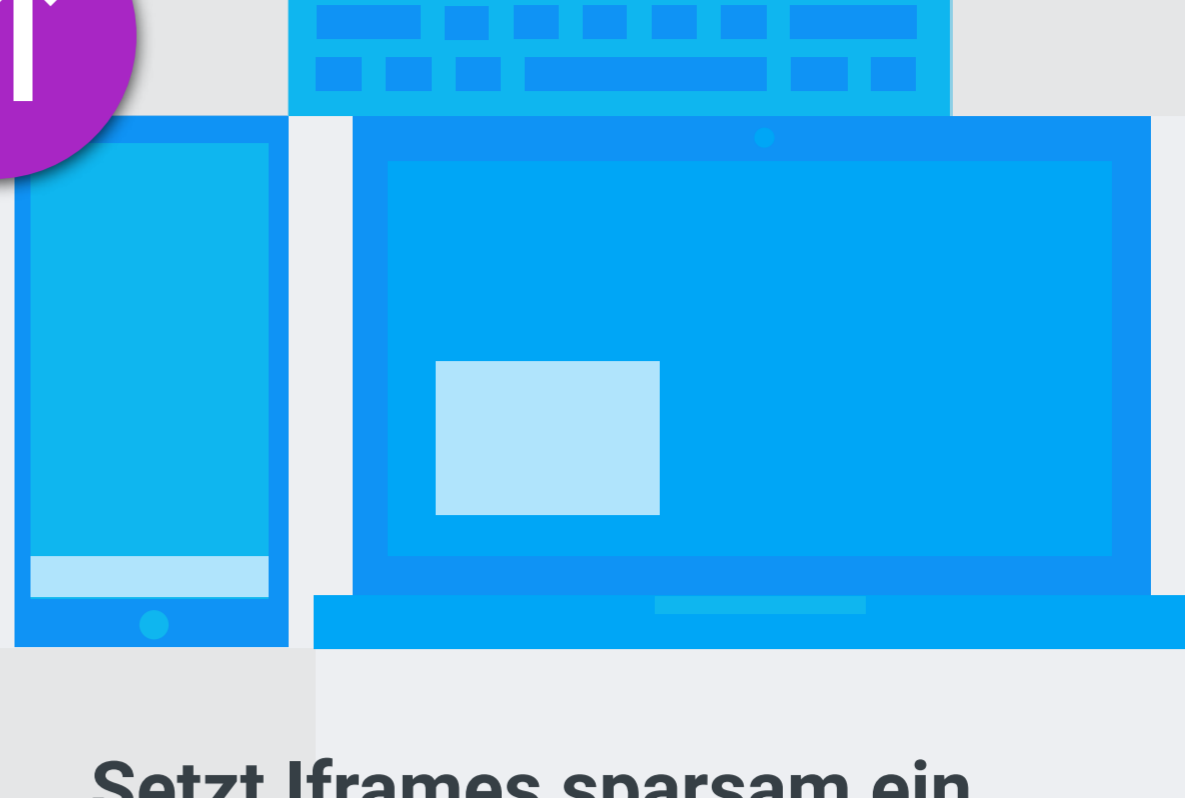
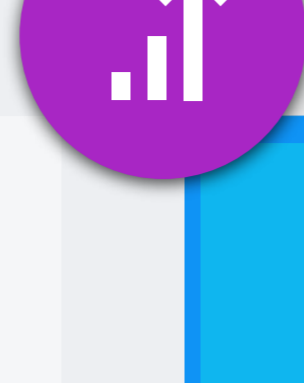
1. Sichtbarkeitsmessung

Die Sichtbarkeitsmessung ist von der verwendeten Technologie abhängig. Wenn ihr diese beiden Tipps beherzigt, könnt ihr die Sichtbarkeit von mindestens 90 % der Impressionen messen:

Wenn ihr Google Publisher-Tags, das Google Mobile Ads SDK

oder das AdSense-Publisher-Tag verwendet, könnt ihr Active View einsetzen, die vom MRC anerkannte Google-Lösung zur Messung der Sichtbarkeit. Diese ist auch für mobile Apps verfügbar. Publisher und App-Entwickler können damit feststellen, mit welchen Anzeigen Nutzer interagieren.

SITES APPS



Setzt iframes sparsam ein.

Ein iframe ist ein HTML-Dokument, das in ein anderes HTML-Dokument eingebettet ist und hauptsächlich auf Websites verwendet wird. Bei domainübergreifenden und einigen anderen Iframes lassen sich Anzeigen-Tags nicht mithilfe einer Sichtbarkeitslösung messen. Friendly Iframes und SafeFrames hingegen erleichtern das Messen der Sichtbarkeit. Wenn weniger Anzeigen in domainübergreifenden Iframes ausgeliefert werden, steigt die Sichtbarkeitsrate.

SITES APPS



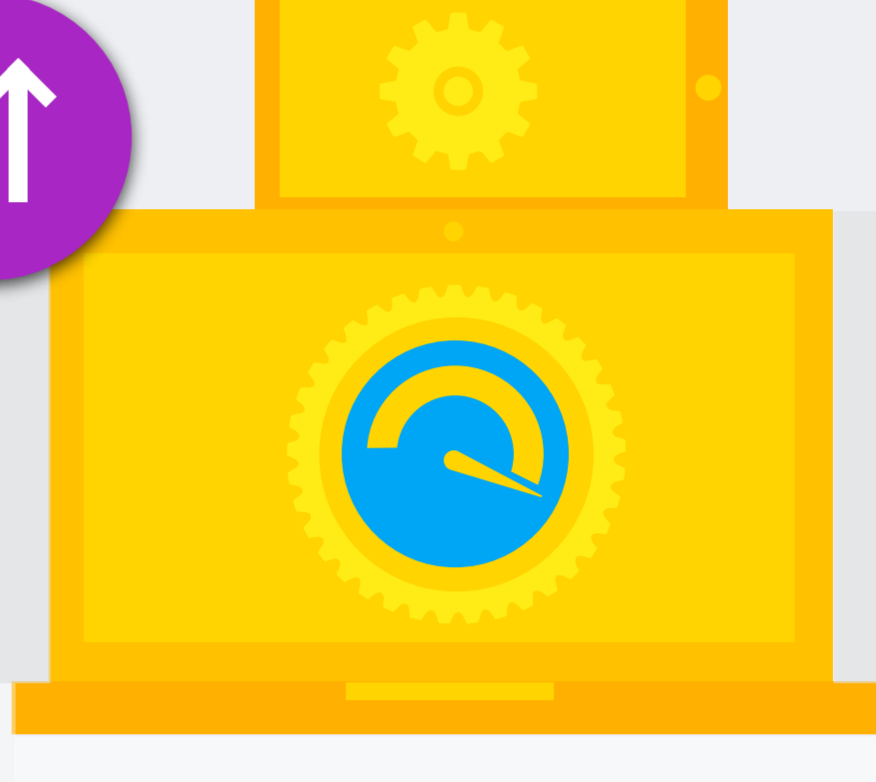
2. Geschwindigkeit und Reaktionsfähigkeit von Websites optimieren

Auf Websites und in Apps mit kurzer Ladezeit sowie auf Websites mit Responsive Webdesign werden Anzeigen schneller geladen und erzielen eine höhere Sichtbarkeitsrate. Dies ist insbesondere in Entwicklungsmärkten mit niedrigeren Verbindungsgeschwindigkeiten von Bedeutung. Hier drei Tipps zum Optimieren von Websites und Apps:

Mit PageSpeed Insights von Google könnt ihr den Content einer Webseite analysieren

Anschließend erhaltet ihr Vorschläge, wie sich die Latenz reduzieren und der Seitenaufbau beschleunigen lässt. Bei einem rascheren Seitenaufbau werden Anzeigen schneller geladen und die Sichtbarkeitsrate verbessert.

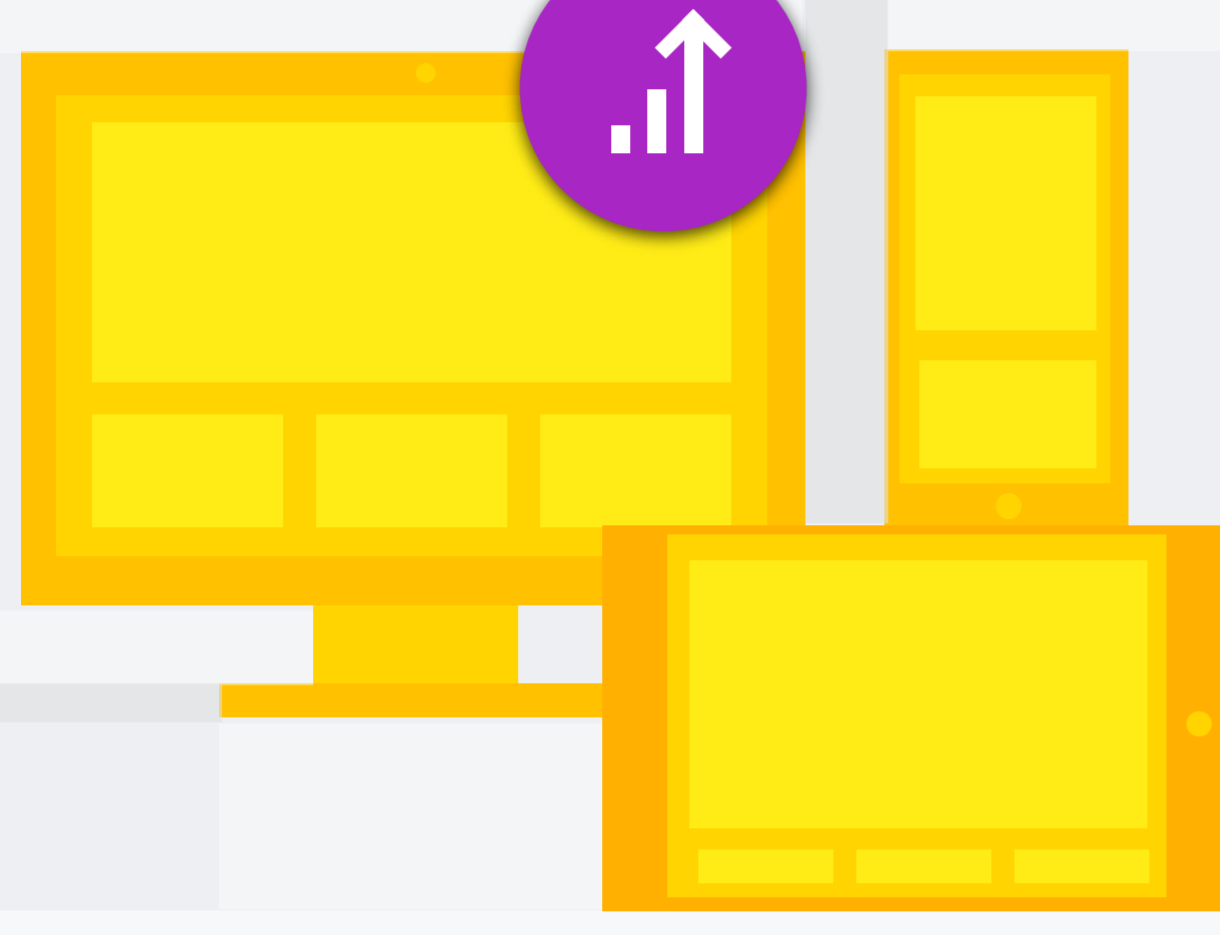
SITES APPS



Wenn ihr Responsive-Layouts einsetzt, wird der Websitecontent auf verschiedenen Geräten wie Smartphones, Tablets und Desktop-Computern optimal dargestellt.

Mobile Zielgruppen können so besser angesprochen werden und die Sichtbarkeitsrate steigt. Die Darstellung der Anzeigen in Apps wird automatisch an die jeweilige Bildschirmorientierung angepasst, sodass diese stets sichtbar sind.

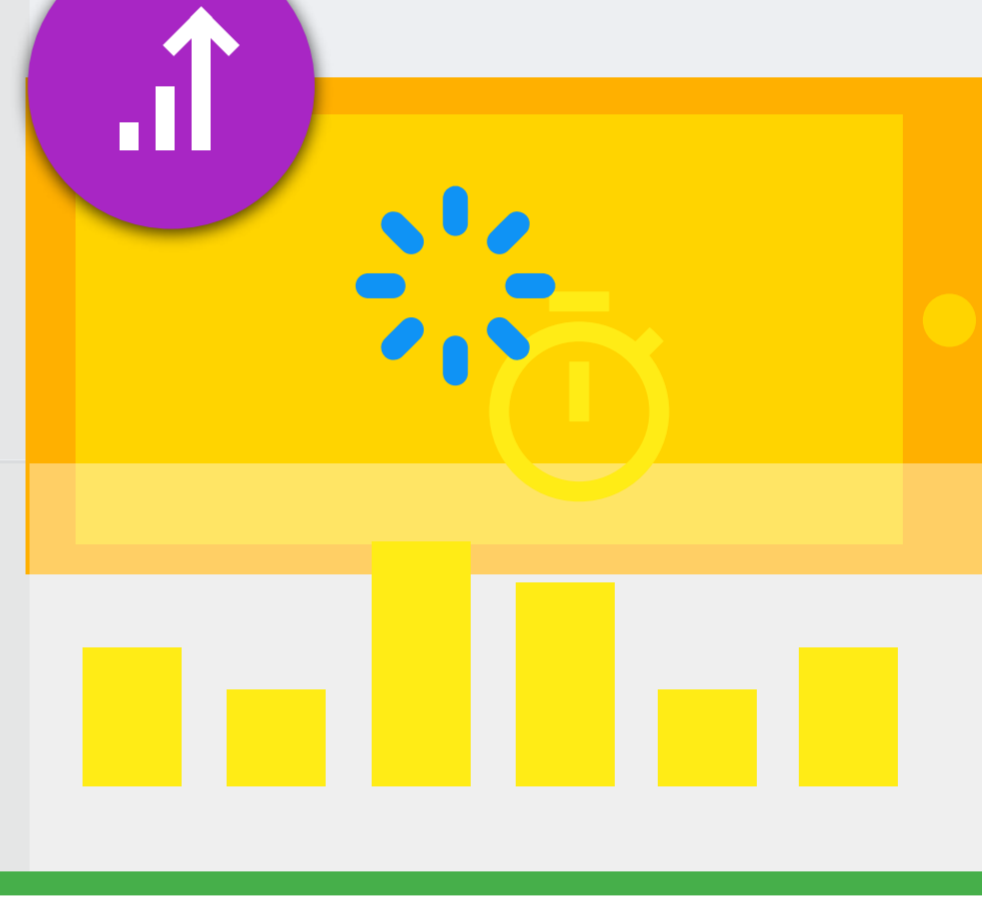
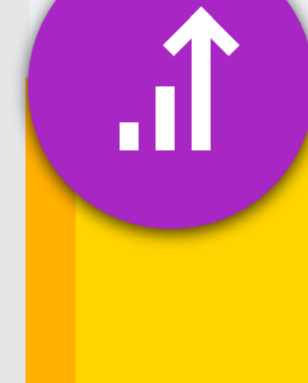
SITES APPS



Mithilfe eines Analysetools lässt sich die Ladegeschwindigkeit von App-Seiten messen.

App-Entwickler können anhand von Berichten zur App-Geschwindigkeit beispielsweise feststellen, wie lange es dauert, bis verschiedene Anfragen in der App geladen werden.

SITES APPS



3. Anzeigenlayouts für optimale Sichtbarkeit

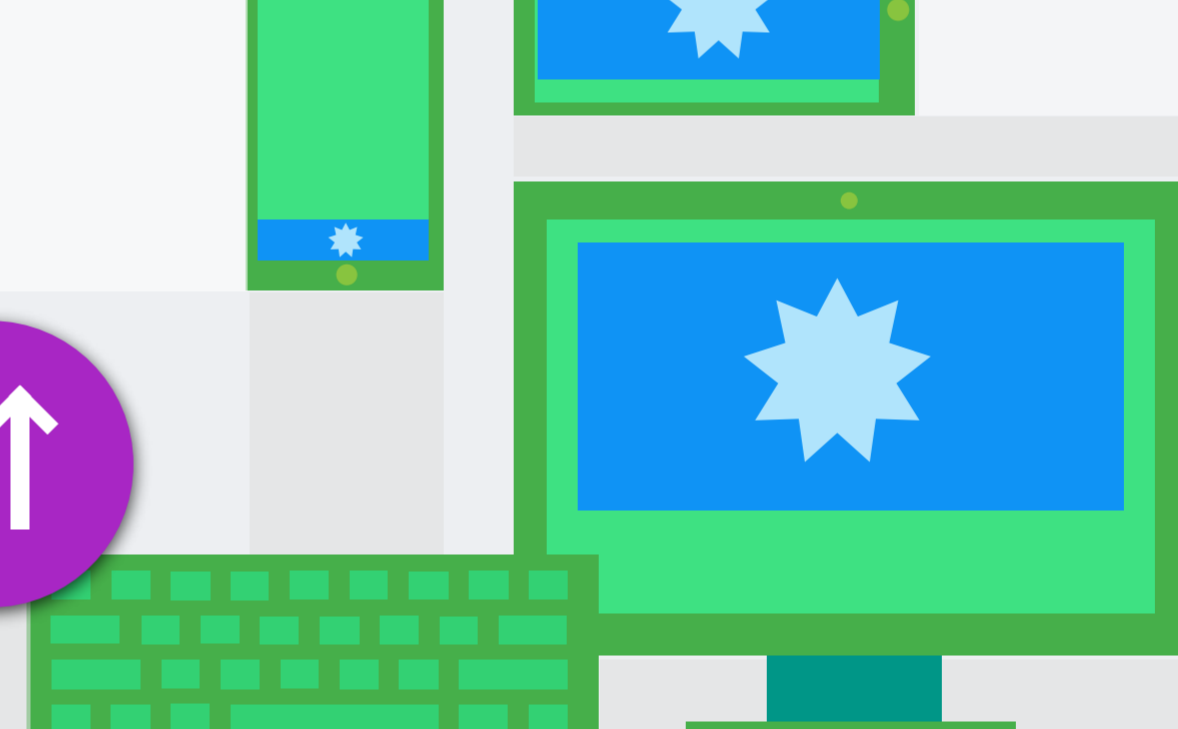
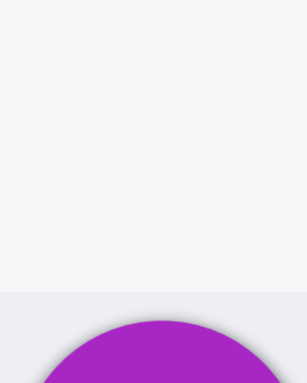
Durch das gezielte Anordnen von Anzeigen auf einer Webseite kann die Sichtbarkeitsrate erhöht werden. Diese vier Tipps helfen euch dabei:

Verwendet Responsive-Anzeigenblöcke für Websites und Interstitials für Apps.

Damit können Publisher für jedes Gerät eine Anzeige laden, deren Größe optimal auf das jeweilige Seitenlayout zugeschnitten ist.

Wenn eine Webseite beispielsweise auf einem kleinen Bildschirm geöffnet wird, werden kleine Anzeigenformate geladen, auf einem großen Bildschirm dagegen entsprechend größere.

SITES APPS



Platziert horizontale Anzeigenblöcke "above the fold" (ohne Scrollen sichtbar).

An dieser Position ist die Sichtbarkeitsrate am höchsten.

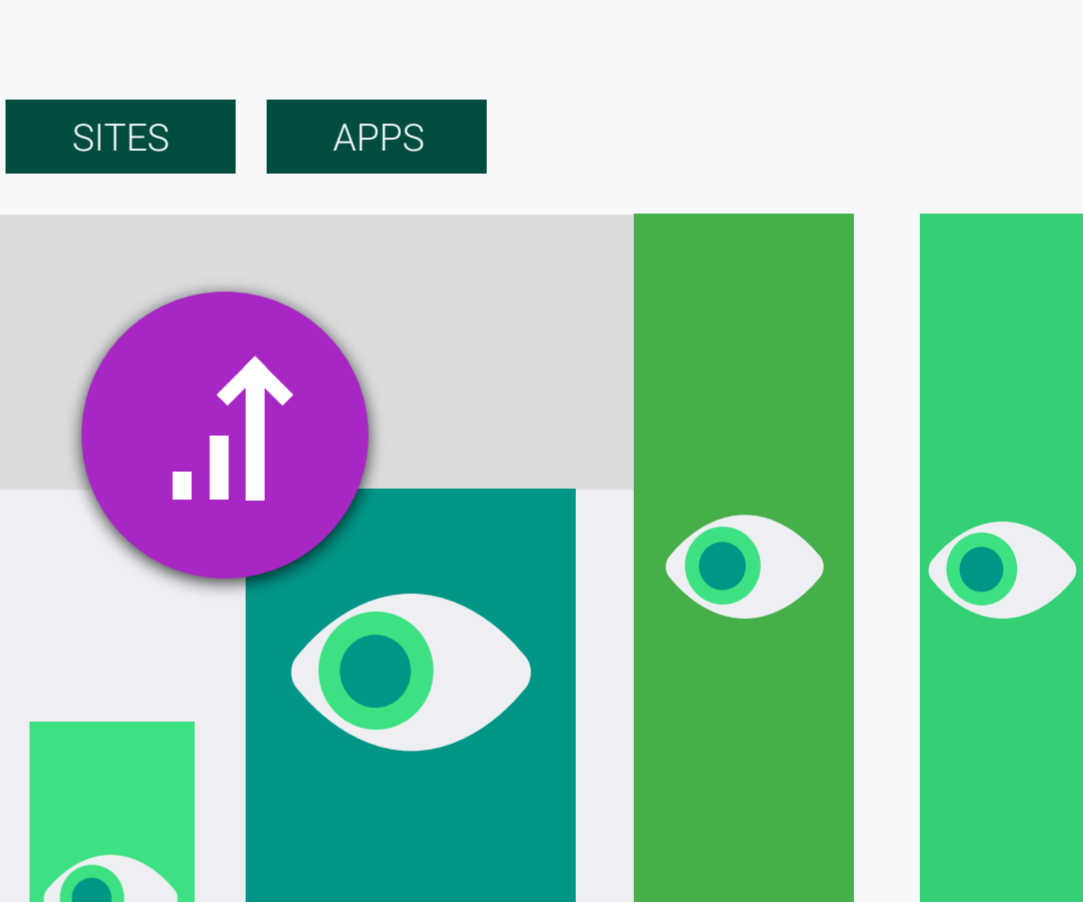
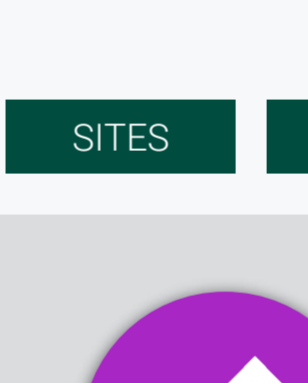
SITES APPS



Setzt bevorzugt auf vertikale Anzeigen

im Format 120 x 240, 240 x 400, 160 x 600 und 120 x 600. Diese haben die höchste Sichtbarkeit.

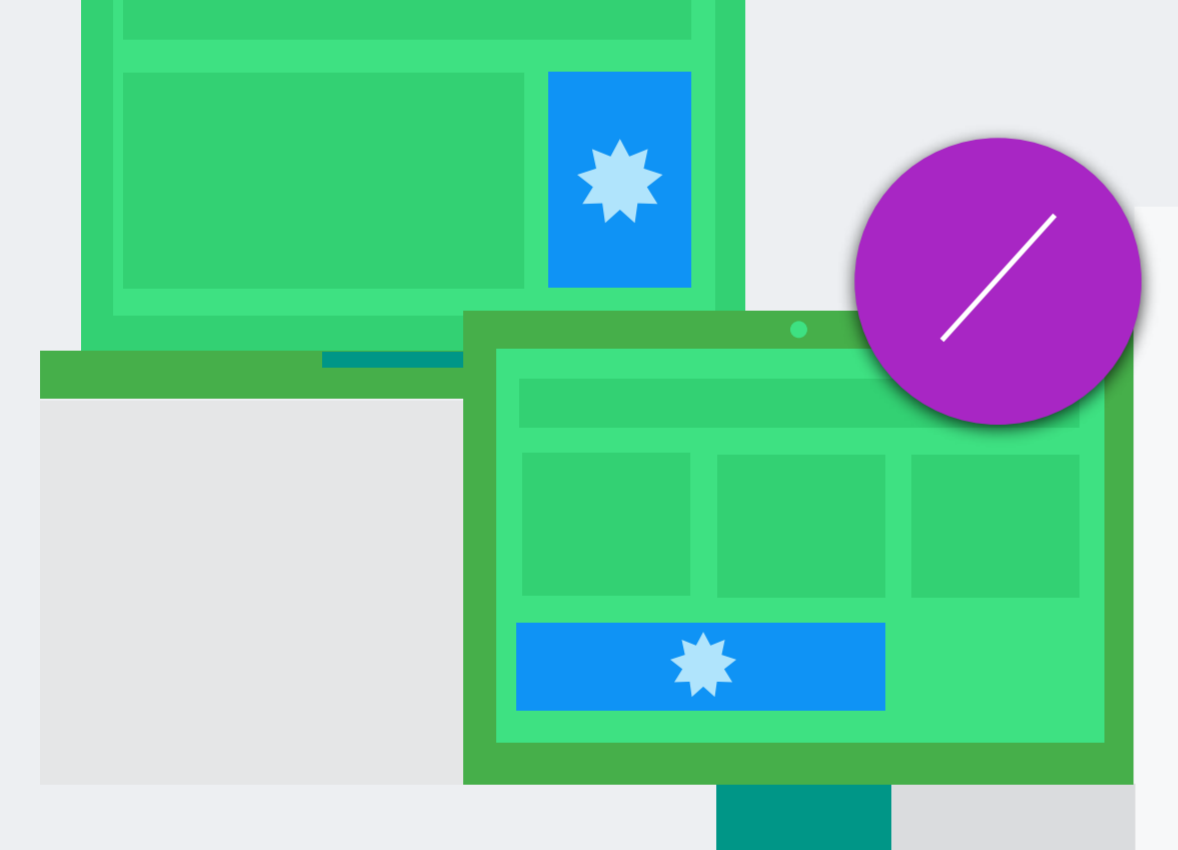
SITES APPS



Nutzt A/B-Tests zum Messen der Sichtbarkeit.

Google Publisher- und AdSense-Tags lösen ein Rückrufereignis aus, wenn bei einem A/B-Test eine sichtbare Impression erzielt wird. Damit könnt ihr verschiedene Layouts und Anzeigen-Placements auf Grundlage der Sichtbarkeitsrate vergleichen.

SITES APPS



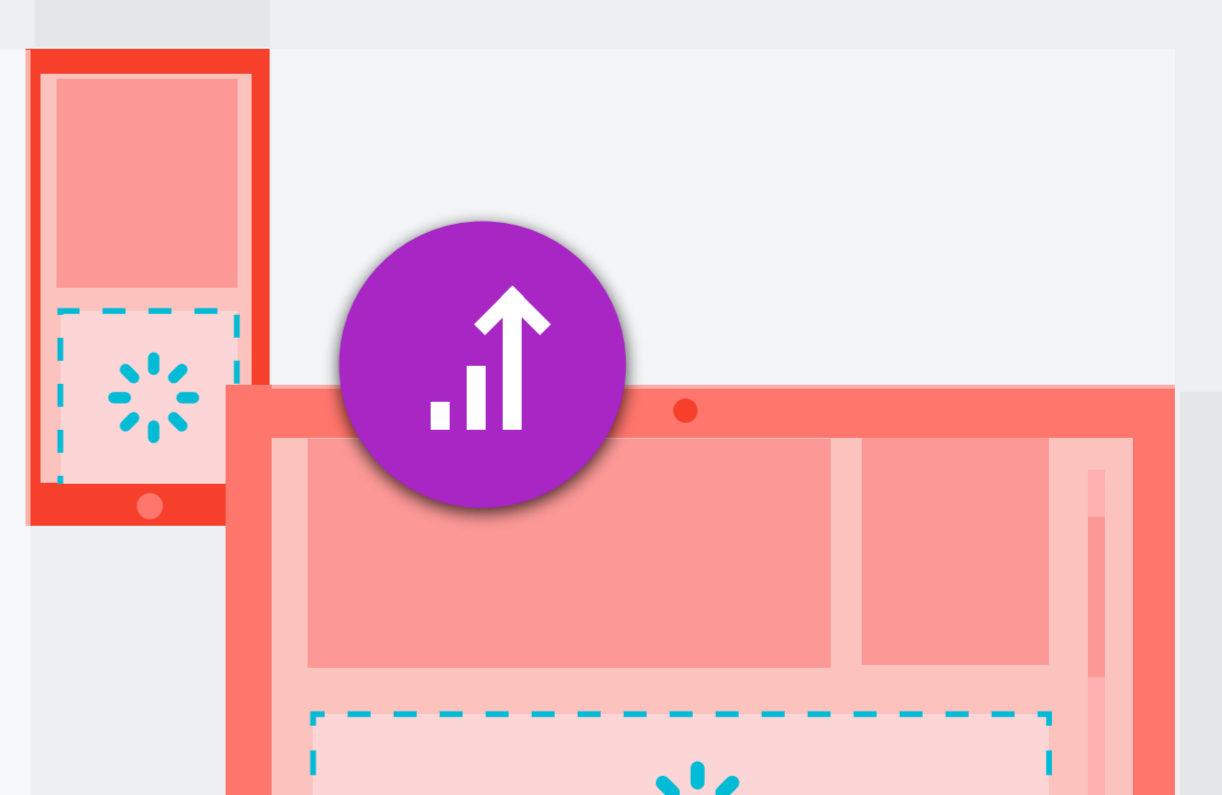
4. Richtiges Laden von Anzeigen und Content

Die Sichtbarkeit ist vom verwendeten Verfahren abhängig und kann durch Lazy Loading, asynchrones Laden oder Vermeiden von Rücksendungen gesteigert werden.

Beim Lazy Loading werden nur die Elemente und Anzeigen geladen, die sichtbar sind oder demnächst sichtbar sein werden.

Bei korrekter Implementierung steigt die Sichtbarkeitsrate, da weniger Impressionen außerhalb des sichtbaren Bereichs ausgeliefert werden. Lazy Loading eignet sich für Publisher oder App-Entwickler, die für sichtbare Impressionen mehr berechnen können als für ausgelieferte Impressionen. Bei falscher Implementierung kann Lazy Loading jedoch zu Problemen führen.

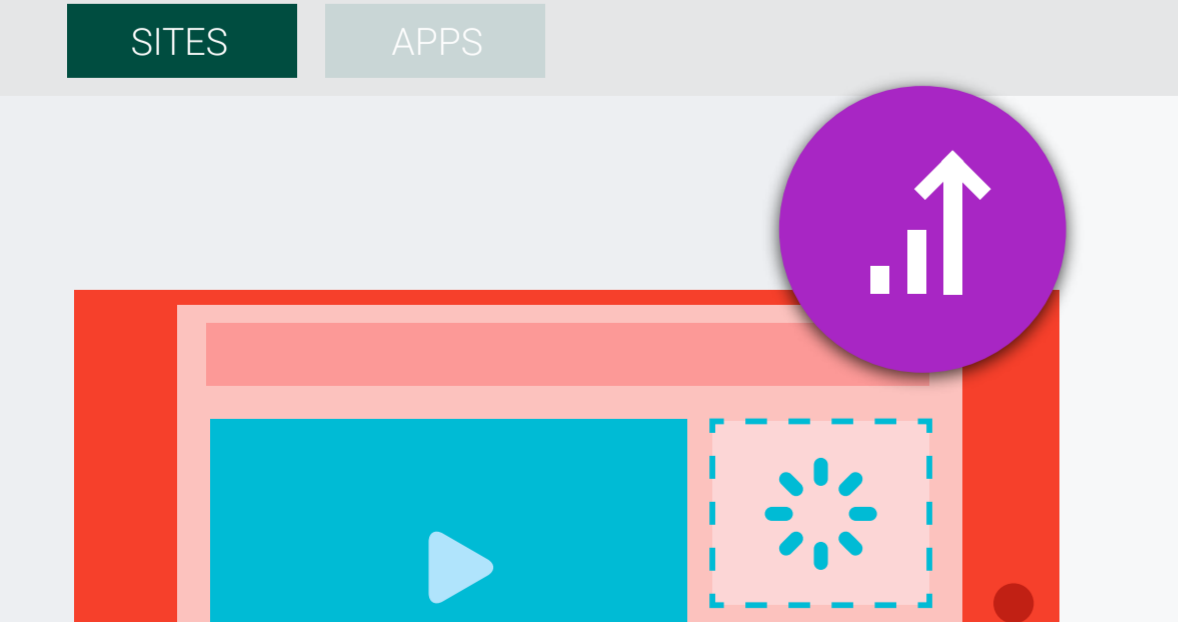
SITES APPS



Beim asynchronen Laden mithilfe der Google Publisher Tags (GPT) API und Google AdSense-Tags

werden die Anzeigen gleichzeitig mit den übrigen Assets der Seite geladen. Dadurch verkürzt sich die Ladezeit der Anzeigen und die Sichtbarkeitsrate steigt..

SITES APPS



Rücksendungen von einem Ad-Server

an einen anderen solltet ihr vermeiden, damit die Anzeigen schneller geladen werden und die Sichtbarkeitsrate steigt.

SITES APPS

