

Sichtbarkeit im Fokus

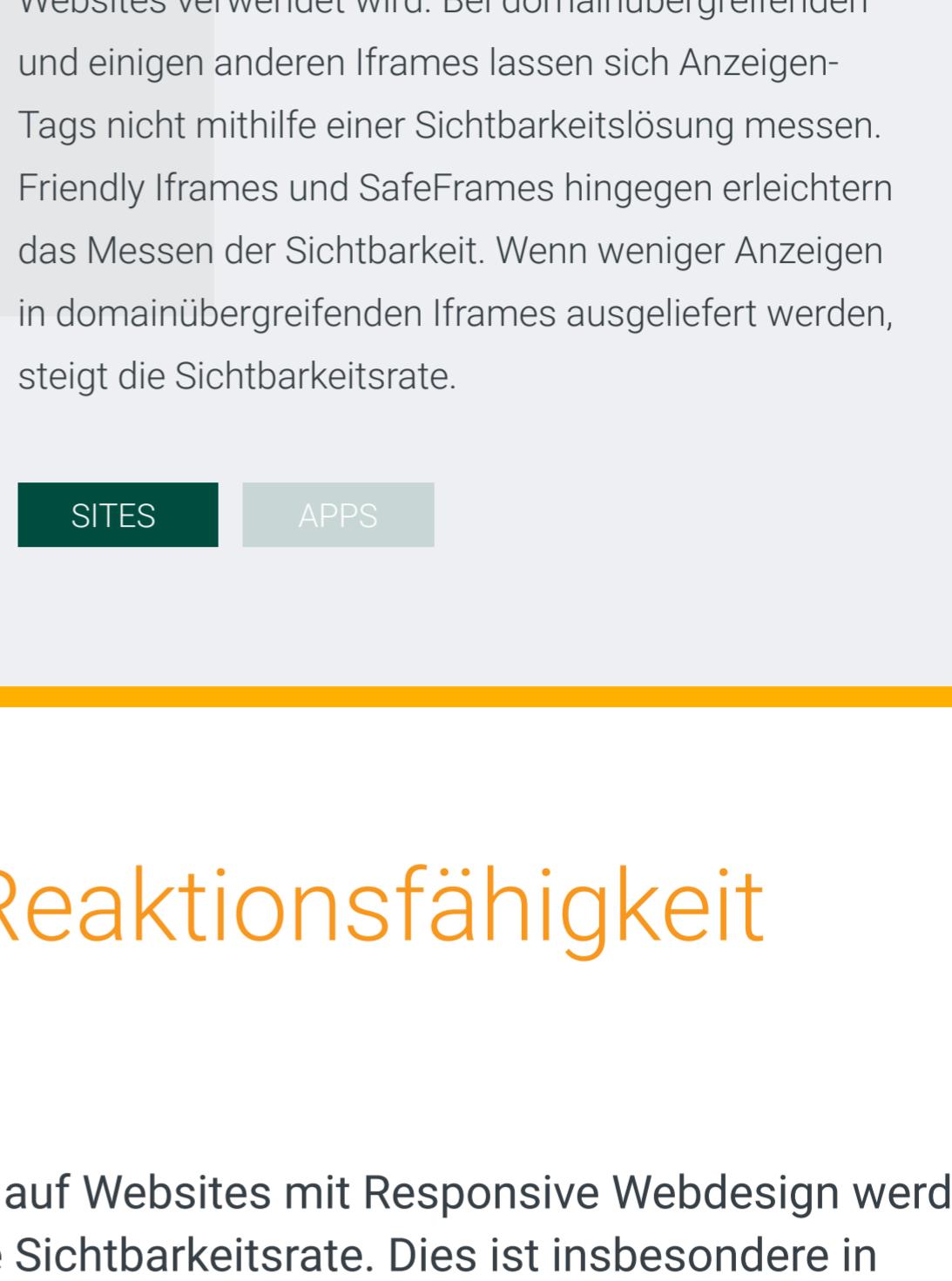
1. Sichtbarkeitsmessung

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](#)

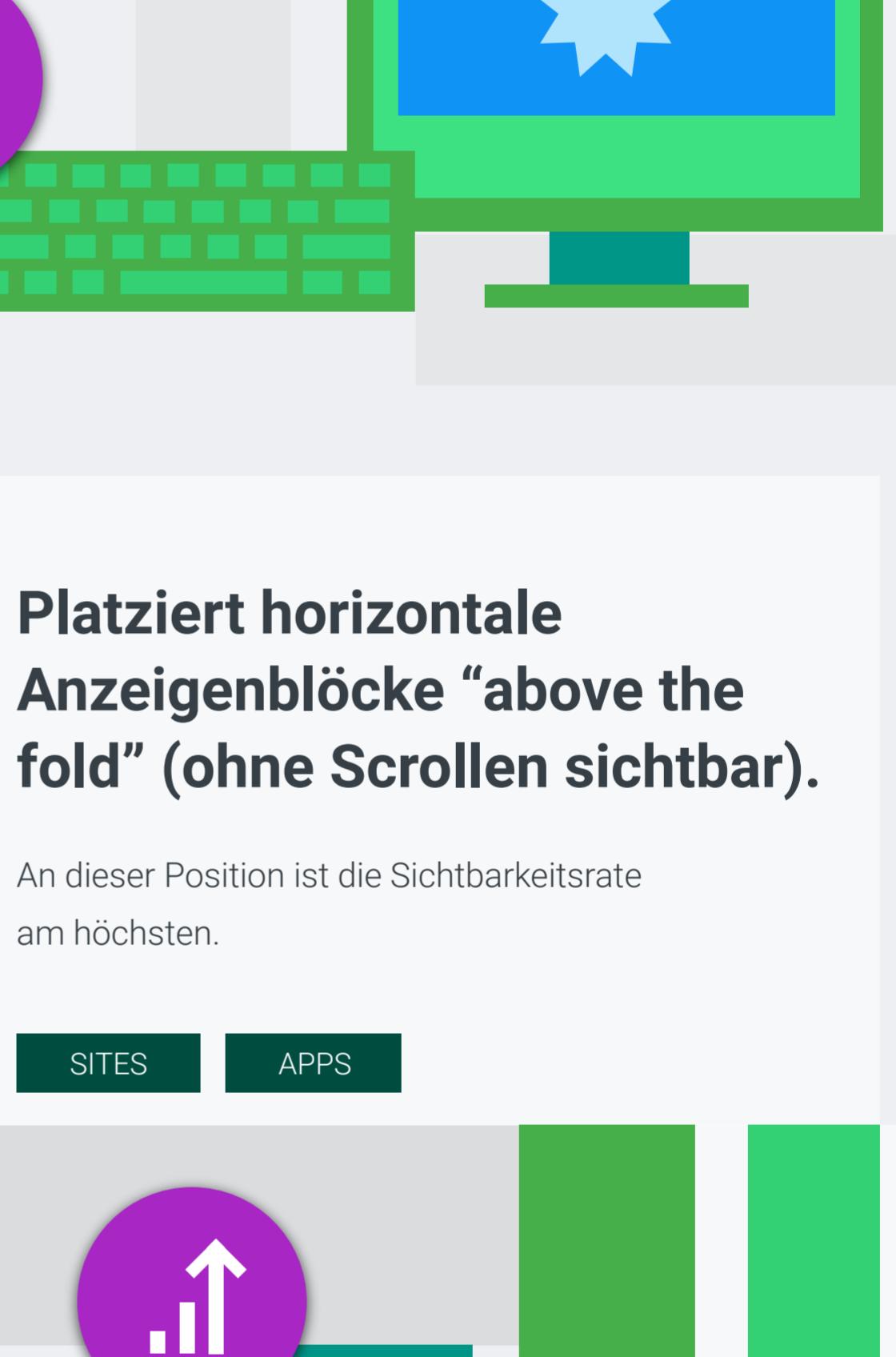
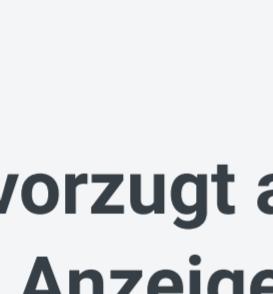
2. Geschwindigkeit und Reaktionsfähigkeit von Websites optimieren

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 erhältst du 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](#)



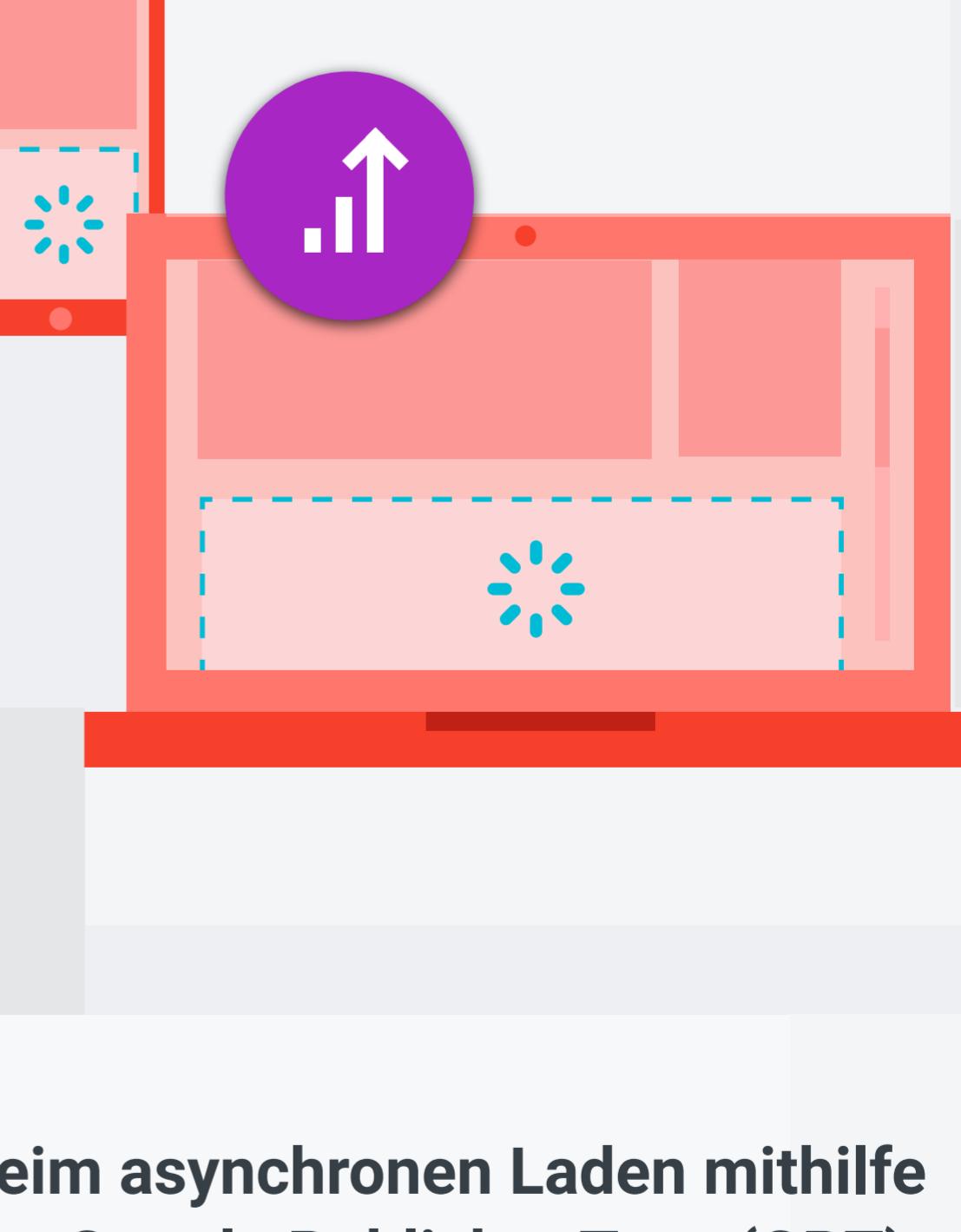
3. Anzeigenlayouts für optimale Sichtbarkeit

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](#)



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](#)



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

An dieser Position ist die Sichtbarkeitsrate am höchsten.

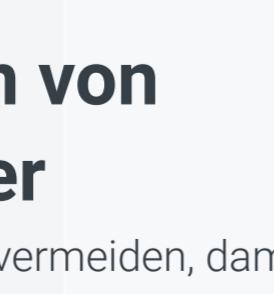
[SITES](#) [APPS](#)



Rücksendungen von einem Ad-Server

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

[SITES](#) [APPS](#)



Nutzt A/B-Tests zum Messen der Sichtbarkeit.

Google Publisher- und AdSense-Tags lösen ein Rückfereignis 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 oder 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

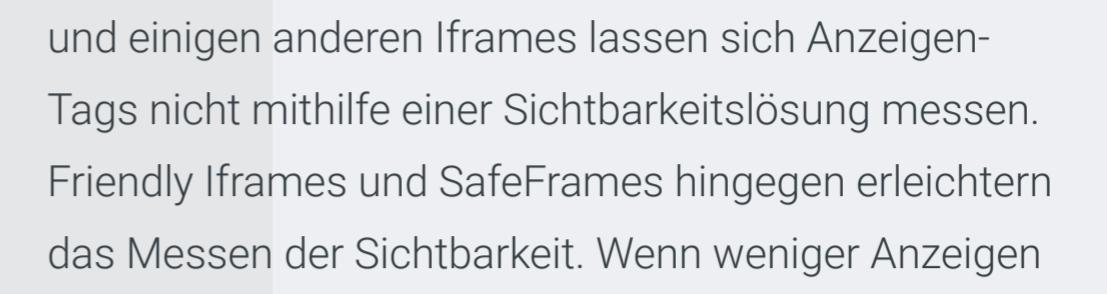
werden die Anzeigen gleichzeitig mit den übrigen Assets der Seite geladen. Dadurch verkürzt sich die Ladezeit der Anzeigen und die Sichtbarkeitsrate steigt.

[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](#)



Google Active View viewability.withgoogle.com

[AdMob](#)

[Google AdSense](#)

[DoubleClick for Publishers](#)