



BVDW veröffentlicht kostenlosen Leitfaden: Targeting in der Online-Werbung

BVDW veröffentlicht kostenlosen Leitfaden: Targeting in der Online-Werbung
BVDW-Experten liefern Grundlagen und Definitionen für Targeting / BVDW unterstützt Marketingverantwortliche in der strategischen Planung von nutzungsbasierter Online-Werbekampagnen
12. November 2012 - Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht einen neuen Leitfaden mit dem Schwerpunkt Targeting in der Online-Werbung. Die Publikation richtet sich an Marketingverantwortliche und liefert die wichtigsten Antworten auf die Frage, welches Targeting-Produkt ans Kampagnenziel führt. Auf rund 15 Seiten informieren die Experten der Unit Targeting im Online-Vermarkterkreis (OVK) des BVDW über verschiedene Einsatzmöglichkeiten zielgruppenbasierter Online-Werbung. Die Fachpublikation soll helfen, die eigenen Online-Werbekampagnen entsprechend der gesetzten Ziele einzuordnen und maßgeblich zum Erfolg zu führen. Neben definitorischen Grundlagen ordnen die Autoren die Fähigkeiten der einzelnen Targeting-Maßnahmen systematisch den Kampagnenzielen der Werbungtreibenden zu. Der Leitfaden steht ab sofort kostenlos als PDF-Dokument auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org zur Verfügung.
Relevante Werbung von Vorteil für Werbende und Kunden
Werbung ist genau dann relevant, wenn ein beworbenes Produkt oder eine beworbene Dienstleistung für den Konsumenten interessant ist und im Idealfall zu einer Kauf-Aktion führt. Targeting bietet in der Online-Werbung differenzierte Ansätze, um Konsumenten je nach Ziel einer Werbekampagne akzentuiert anzusprechen. Diese Vorteile machen den signifikanten Unterschied von Online gegenüber klassischer Broadcastwerbung aus. Zielorientierte und somit relevante Online-Werbung bringt klare Vorteile für Werbungtreibende und ihre Konsumenten, sagt Uli Heimann (nugg.ad), Leiter der Unit Targeting im Online-Vermarkterkreis des BVDW.
Die Fachautoren des BVDW-Leitfadens
Zu den Autoren der Fachpublikation "Einsatzmöglichkeiten zielgruppenbasierter Online-Werbung" zählen namhafte Experten der Online-Werbewirtschaft: Meike Arendt (AdAudience), Uli Heimann (nugg.ad), Leiter der Unit Targeting im Online-Vermarkterkreis (OVK) des BVDW, Thomas Schauf, Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Georg Steidinger (Microsoft Advertising), Fred Türling (United Internet Media), stv. Leiter der Unit Targeting im Online-Vermarkterkreis (OVK) des BVDW.
Inhaltsübersicht der neuen Fachpublikation des BVDW
Überblick zu technischem Targeting mit Definitionen zu Geotargeting, Kontaktklassen und "Frequency Capping" sowie "User-declared Information Targeting"
Grundlagen der nutzungsbasierter Online-Werbung (Online Behavioural Advertising / OBA) mit Definitionen zu Behavioural Targeting, Predictive Behavioural Targeting und Re-Targeting
Marketingbausteine, Kampagnenziele und Kampagnenbeispiele aus der Praxis für Branding und Performance Marketing
Hintergrund: Targeting optimiert Online-Werbekampagnen
Für die werbungtreibende Wirtschaft gilt die richtige Platzierung der Online-Werbekampagne als wesentliches Erfolgskriterium. Targeting unterstützt Werbungtreibende bei der optimalen Ansprache potenzieller Zielgruppen. Der wesentliche Unterschied zwischen Umfeldplatzierung und Targeting ist, dass bei Ersterem analog zu den klassischen Medien alle Nutzer der Website dasselbe Werbemittel sehen. Targeting dient im Allgemeinen der optimierten und streuverlustreduzierten Auslieferung von digitaler Werbung an definierte Zielgruppen. Bei Targeting hingegen sehen unterschiedliche Besucher daher unterschiedliche Werbemittel. Beim Targeting werden diese Werbemittel anhand verschiedener Parameter automatisiert zu sogenannten Zielgruppen aggregiert und zielgerichtet angesteuert. Die Maßnahmen sind daher nicht auf einzelne Personen ausgerichtet, sondern an im Einzelnen unbekannte Zielgruppen.
BVDW-Fachpublikationen zum Online-Werbemarkt
Der BVDW veröffentlicht den neuen Leitfaden "Einsatzmöglichkeiten zielgruppenbasierter Online-Werbung" (ISBN 978-3-942262-50-7) als kostenloses PDF-Dokument. Weitere Fachpublikationen, aktuelle Studien sowie Marktberichte und Prognosen zum Online-Werbemarkt stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org oder im BVDW-Online-Shop unter www.bvdw-shop.org zur Verfügung.
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_leitfaden_targeting/
Über den BVDW
Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.
Kontakt: Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org
Ansprechpartner für die Presse: Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
schnoor@bvdw.org
img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=513592" width="1" height="1">

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40221 Düsseldorf

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40221 Düsseldorf

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen. Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen. Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert. Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft

und Administration zu fördern.