



SnapStats

STATISTIK FINGERFOOD

Rezepte zum Online-Werbemarkt Q2-2016

Die Zahlenköche mit Leidenschaft und grüner Seele

Wir sind GreenAdz – mit 20jähriger Erfahrung in Research & Technologie kombinieren wir seit Sommer 2015 beides in einem Unternehmen mit Leidenschaft und grüner Seele.

Wir lieben Feedback und was man daraus lernen kann. Und wir lieben Statistiken.

Damit sind wir fast allein, denn viele haben nicht wirklich Lust auf die vielen Zahlen, und das in einem Markt, in dem sich vieles um Big Data und die dahinterstehenden großen Zahlen dreht.

Mit dem Fingerfood wollen wir im Online-Werbemarkt zur Verfügung stehende Zahlen so aufbereiten, dass sie ‚greifbarer‘ werden. Wie ein Koch filetieren wir die Zahlen und kombinieren sie mit neuen Zutaten. So entstehen Ergebniskreationen, die leicht konsumierbar sind und hoffentlich vielen besser schmecken als die üblichen Reports.

Dr. Sandra Gärtner

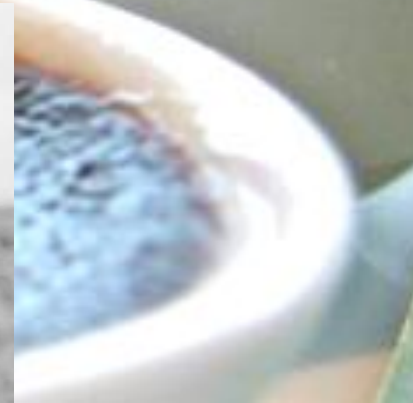
Markt-/Mediaforscherin

sandra.gaertner@greenadz.de

John Sasse

Software Architekt

john.sasse@greenadz.de



Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, UggBoy?UggGirl [PHOTO // WORLD // TRAVEL], „How would the world look like, when we would all DREAM in SWEETS through our HEARTS? : ENJOY! :)“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

Die GreenAdz-Zutaten für nachhaltig erfolgreiche Research Projekte

✓ Leidenschaft

Wie für gutes Essen (das wir auch lieben), bringen wir auch für GreenAdz viel Leidenschaft auf: Nach fast 20 Jahren Erfahrung im Online-Werbemarkt und in der Softwareentwicklung haben wir ganz viel Energie und Freude in unser eigenes Produkt gesteckt. Wir wollen unseren Kunden vermitteln, wie großartig es ist, mit Kunden über Feedback in direkten Dialog zu treten. Wir erzeugen smarte, echte Ergebnisse als Gegenentwurf zu Big Data und Rechenspielen mit Klicks und CPX.

✓ grüne Seele

Wir incentivieren jedes Feedback – egal ob auf Bannern, am Ende eines Online-Videos oder auf Websites – mit einer Baumspende.

Unsere Vision ist es, durch unser nachhaltiges Incentivierungskonzept nicht nur unsere eigenen Studienprojekte* mit Baumspenden zu belohnen, sondern auch einen signifikanten Anteil aller Onsite-Befragungen im Netz: Für 1,-€ pro Teilnehmer kann jede beliebige Umfrage über uns eingeladen und incentiviert werden – für höhere Responseraten und viele tausend Bäume für unser Projekt** in Sambia.

✓ Respekt

Die Aufmerksamkeit und Zeit der User ist wertvoller denn je. Und eine respektvolle Ansprache hat absolute Priorität. Daher stören wir sie nicht mit „Ihre Meinung ist uns wichtig!“-PopUps oder Layern, sondern sind zurückhaltend am unteren Bildschirmrand integriert. Trotzdem – oder gerade deshalb – erzielen wir mehr als doppelt so hohe Responsequoten und erreichen eine qualitativ breitere Zielgruppe. Positiver Imageeffekt inklusive.

*: GreenAdz [WebsiteCheck](#) für bessere Websites und ein umfassendes Verständnis der (Potenzial-)kunden sowie der [AdvertisingCheck](#) für Live-Feedback zur Branding Performance und der Kreation von Online-Werbung aller Art.

** : Unsere Bäume werden für ein [Projekt in Sambia](#) gespendet. Hierfür arbeiten wir mit der anerkannten Umweltorganisation WeForest.org zusammen. Nähere Infos [hier](#).

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, MNGrafiX-picture, „Happy Valentinsday“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](#)

SnapStat#1: Jeder dritte Visit fällt auf ein Top10-Angebot

33% der Visits auf den 1.826 gemeldeten
IVW Angeboten konzentrieren sich auf die **Top10.**

Man nehme und rechne:

6.449.667.881	Visits im Mai 2016 lt. IVW (5/2016)*, ohne Google Ad Network, facebook etc.
2.118.257.631	Summe der Visits der Top-10 IVW-Angebote*, ergibt
33%	Anteil der 10 größten Angebote an den Gesamtvisits

Quellen:

*: IVW (5/2016) ausgewiesene Visits gesamt und Ranking der 1.826 gemeldeten Angebote auf www.ivw.de

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, Ilagam, „Him & Min“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](#)

SnapStat#2: Jeden Monat einen Cappuccino, bitte

2,65 Euro Werbeeinnahmen **verdienen**
Deutschlands Online-Vermarkter **pro Monat** an einem Internetnutzer.

Man nehme und rechne:

1.676.000.000 €	Netto-Einnahmen pro Jahr lt. OVK Report in Euro in 2015* und teile sie durch 12 Monate, macht:
139.666.667 € 52.720.000	Netto-Einnahmen pro Monat, geteilt durch die Unique User in Deutschland ** ergibt:
2,65 €	Netto-Werbeerlöse pro Unique User pro Monat in 2015

Quellen: *: Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.: OVK-Report 2016-II (Hochrechnung der über PwC gemeldeten Nettozahlen für digitale Display-Werbung (Online und Mobile) auf den Gesamtmarkt (inklusive Provisionen))

** : AGOF digital facts 2016-02, www.agof.de

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, nerissa's ring, „all i need“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

SnapStat#3: So viel wie zehn Porsche*** – an jedem Tag:

800.000 €uro verlieren die

deutschen Online-Vermarkter **pro Tag** durch **AdBlocker.**

Man nehme und rechne:

1.676.000.000 €	Netto-Einnahmen pro Jahr lt. OVK Report in Euro in 2015* und teile sie durch 365 Tage, macht:
4.591.781 €	durchschnittliche Netto-Online-Werbeinnahmen pro Tag in Deutschland
15%	durchschnittliche Einbußen je Vermarkter durch AdBlocker-Nutzung lt. OVK**
5.391.781 €	hypotetische Netto-Erlöse ohne AdBlocker-Nutzung
800.000 €	Differenz zwischen täglichen Netto-Erlösen und hypotetischen Erlösen ohne AdBlocker

Quellen: *: Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.: OVK-Report 2016-II (Hochrechnung der über PwC gemeldeten Nettozahlen für digitale Display-Werbung (Online und Mobile) auf den Gesamtmarkt (inklusive Provisionen))

** : lt. Vorwort des OVK-Report 2016-II betragen die Einbußen je Vermarkter durch AdBlocker-Nutzung 10 bis 20 Prozent.

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, Zeppelin, „Porsche Rennen!!“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

*** : Der Listenpreis für einen Porsche 911 Carrera 4 Cabrio liegt bei ca. 80.000 Euro (Quelle: autozeitung.de)

SnapStat#4: Eine Internet-Sekunde in Deutschland:

Pro Sekunde treffen 82 Klicks auf

ca. 60.000 online-Ads, die auf deutschen Websites ausgeliefert werden.

Man nehme und rechne:

39.216.168.631

Seitenaufrufe im Mai 2016 lt. IVW (5/2016)*, ohne Google Ad Network, facebook etc., multipliziert mit 4 – der angenommenen durchschnittlichen Anzahl ausgelieferter Werbebanner pro Pageimpression

156.864.674.524

Als auf IVW-Seiten pro Monat

0,14%

durchschnittliche Klickrate in Deutschland**, macht:

219.610.544

Klicks auf den 1.826 IVW-Werbeträgern im Monat (Mai), geteilt durch 31

7.084.211

Klicks pro Tag, geteilt durch 24, geteilt durch 60 (=5.000 Klicks pro Minute), geteilt durch 60 = 82

Quellen:

*: IVW (5/2016) ausgewiesene Visits gesamt und Ranking der 1.826 gemeldeten Angebote auf www.ivw.de

** : mittlere CTR in Deutschland lt. Google/ Doubleclick Display Benchmarks für Deutschland: <https://www.thinkwithgoogle.com/tools/display-benchmarks.html>

***: AGOF digital facts 2016-02 www.agof.de

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, Micha.H, „Drops & Bullets“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

SnapStat#5: Diese Woche schon geklickt?

1 Mal pro **Woche** klickt ein User

durchschnittlich auf **Online-Werbung** deutscher Publisher.

Man nehme und rechne:

39.216.168.631

Seitenaufrufe im Mai 2016 lt. IVW (5/2016)*, ohne Google Ad Network, facebook etc., multipliziert mit der angenommenen durchschnittlichen Anzahl ausgelieferter Werbebanner pro Pageimpression

4

0,14%

durchschnittliche Klickrate in Deutschland**, macht:

219.610.544

Klicks auf den 1.826 IVW-Werbeträgern im Monat, geteilt durch:

52.720.000

Unique User in Deutschland ** ergibt:

4,17

Klicks pro User pro Monat oder einen Klick pro Woche auf einen Banner auf IVW-Seiten

Quellen: *: IVW (5/2016) ausgewiesene Visits gesamt und Ranking der 1.826 gemeldeten Angebote auf www.ivw.de

** : mittlere CTR in Deutschland lt. Google/ Doubleclick Display Benchmarks für Deutschland: <https://www.thinkwithgoogle.com/tools/display-benchmarks.html>

***: AGOF digital facts 2016-02 www.agof.de

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, SaschaV, „Termine“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

info@greenadz.de

To be continued soon...

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, Nessquick, „Scoreboard“, CC-Lizenz (BY 2.0)