

TREND EIGENVERMARKTUNG: COMPUTEC GEWINNT DURCH ADDEFEND 30% MEHR INVENTAR



CASE STUDY

NUTZER PROFITIEREN VON LANGFRISTIG
KOSTENLOSEM ZUGANG ZU PREMIUM-INHALTEN



HINTERGRUND:

Deutschland nimmt international einen Spitzenplatz in der Verbreitung von Adblockern ein. Nach aktuellen Messungen des OVK lag die Quote im zweiten Quartal 2017 bei 20,4 Prozent. Addiert man diejenigen Nutzer, denen aufgrund von Firewalls, Virenschanner-Software oder Browser-Einstellungen keine Displaywerbung mehr angezeigt wird, so erreichen Advertiser heute im Durchschnitt ein Drittel der deutschen Internetnutzer nicht mehr. Für Publisher bedeutet das einen **immensen Reichweitenverlust**.

Computec verfügt mit Titeln wie PC Games, Linux-Magazin und golem.de über eine äußerst technikbegeisterte Leserschaft mit einem deutlich überdurchschnittlichen Anteil an Adblock-Nutzern, sodass sie einen besonders hohen Anteil an Reichweite einbüßten.

DIE ADDEFEND-LÖSUNG:

Um seinen Lesern auch langfristig kostenlosen Zugang zu Premium-Content zu bieten, hat sich Computec für die Zusammenarbeit mit AdDefend entschieden. Mit der AdDefend-Lösung gelingt es, der zunehmenden Verbreitung von Adblockern effizient zu begegnen, indem geblockte Werbeplätze zuverlässig reaktiviert werden. Computecs Werbekunden erhalten Zugang zur attraktiven Zielgruppe der Adblock-Nutzer, was allein in Deutschland über 10 Millionen Internetnutzern entspricht. Bei dieser Personengruppe ist eine höhere Aufmerksamkeit für Werbeschaltungen vorhanden, da sie nicht überfrequentiert wird. CTR-Vergleichsmessungen belegen eine exzellente Performance.

„Auch Nutzer von Adblockern sind durchaus empfänglich für Werbung. Dies zeigt sich für uns beispielsweise daran, dass die an Adblocker-Nutzer bisher ausgespielten Kampagnen durchweg gute oder sogar bessere Klickraten generiert haben als auf der nicht geblockten Reichweite.“

Jens-Ole Quiel, Head of Digital Sales von Computec



Computec-Leser sind besonders technikaffin und entscheiden sich häufig ganz bewusst für die Nutzung eines Adblockers, weshalb die Adblock-Rate deutlich über dem Durchschnitt liegt.

AdDefend spielt Werbung an Adblocker-Nutzer aus. Kampagnen auf der Adblock-Reichweite von AdDefend weisen sehr gute Ergebnisse auf, auch im direkten Vergleich mit der regulären Reichweite.

Die Auslieferung von Werbekampagnen erfolgt dabei an Adblock-Nutzer sowie User des Firefox Privacy Modes. Beide Reichweiten lassen sich getrennt voneinander ansteuern. Da AdDefend bei zahlreichen Ad Networks integriert und an vielfältige Demand Side Plattformen und Performance Netzwerke angeschlossen ist, kann von Anfang an ein vollständiges Bespielen der Adblock-Reichweite mit einer 100-prozentigen Fillrate erreicht werden. Anzeigen werden optional über den eigenen Adserver des Publishers oder über AdDefend ausgespielt.

ZIELE DER ZUSAMMENARBEIT:

Zu Beginn der Zusammenarbeit zwischen Computec und AdDefend stand die Zielsetzung, den für Publisher, Advertiser und Nutzer gleichsam negativen Auswirkungen der zunehmenden Adblock-Nutzung entgegenzuwirken. Computec suchte nach einer Lösung, seinen Lesern weiterhin Premium-Inhalte bieten zu können, ohne Bezahlschranken einführen oder ausgesuchte Inhalte für Adblock-Nutzer blockieren zu müssen - diese Optionen führen langfristig zu einem Verlust von Lesern.

Durch die Reaktivierung der geblockten Reichweite über AdDefend können signifikante Umsatzrückgewinne generiert werden, wobei die Vermarktung durch Computec fast vollständig autark erfolgt. Auch die Nutzerakzeptanz ist immens: strikte Qualitätskriterien, die AdDefend für die Werbemittel ansetzt und engmaschige Kontrollen der Kampagnenergebnisse sichern eine positive User Experience.

ERGEBNISSE: ADBLOCK-NUTZER AKZEPTIEREN HOCHWERTIGE WERBEMITTEL - SEHR GUTE PERFORMANCES AUF DER ADBLOCK-REICHWEITE

ERGEBNIS 1:

Die Adblock-Reichweite erzielt bei Computec eine mindestens analoge Performance bei Steigerung des vermarktbaren Inventars um über 30 Prozent - und das bei einer technisch versierten Zielgruppe, die Adblocker meist ganz bewusst einsetzt. Da nur wenige Werbebanner an Adblock-Nutzer ausgespielt werden, tritt keine sogenannte Bannerblindheit auf.



■ Ca. ein Drittel der deutschen Internetnutzer ist online nicht mehr erreichbar. Die meisten von ihnen verwenden einen Adblocker, der die Werbeauslieferung verhindert. Bei den anderen werden aufgrund von Firewalls und Virenschannern keine Ads mehr angezeigt.

Für Advertiser und Publisher bedeutet dies einen Verlust von bis zu einem Drittel der Reichweite. Dabei werden Werblocker selten installiert, weil Nutzer per se keine Werbung erhalten möchten. In den meisten Fällen führen vielmehr störende oder aufdringliche Werbeformate, eine Verlangsamung des Seitenaufbaus, ein insgesamt zu hohes Werbeaufkommen sowie Datenschutzbedenken zu der Entscheidung für einen Adblocker.

DIE VORTEILE FÜR PUBLISHER

ERGEBNIS 2:

Die Eigenvermarktung durch den Publisher hält eine Vielzahl an weiteren Vorteilen bereit:

1	Umfeldkategorisierung auf Pagelevel zur Performance-Optimierung	6	Einfache Integration
2	Zugriff auf zahlreiche Werbekampagnen	7	10 Mio. aufmerksamkeitsstarke Unique User
3	Keine Beeinflussung des regulären Inventars	8	Kein Verlust von Usern
4	Hohe Nutzerakzeptanz durch eine hochwertige und ungestörte User Experience	9	Self-Service Adserver
5	Umfassendes Reporting im übersichtlichen Publisher-Portal	10	Volle Planbarkeit – 100% Fillrate der Werbeflächen

ÜBER DIE COMPUTEC MEDIA GROUP:

Die Computec Media Group erreicht mit seinen Medien, Events und Services rund um die Welt des Electronic Entertainment und Mobile jeden Monat ein Millionenpublikum. Computec Media ist das führende Medienhaus im IT-, Games- und Mobile-Segment und bietet seinen Usern kompetent aufbereitete Informationen, Services und Events zu den Themen Digital Entertainment, Gaming, Hardware, IT, CE, Software und Film.

www.computec.de

ÜBER ADDEFEND:

2015 gegründet, ist AdDefend heute der führende unabhängige Anbieter für Adblock Advertising. Mit der AdDefend Anti-Adblock Plattform schöpfen Publisher das Potenzial ihrer Nettoreichweite bei voller Planbarkeit aus. Mit der Reaktivierung von Ø 21% verloren gegangenen Inventar werden die Umsätze signifikant gesteigert. 50 % der Top 20 AGOF Seiten und insgesamt über 150 Premium-Publisher vertrauen bereits auf AdDefend.

www.addefend.com

CASE STUDY

■ Wie Publisher, wie die Computec Media Group, von AdDefend profitieren:

Mit AdDefend können Publisher einfach und effizient die geblockten Werbeflächen reaktivieren und diese Reichweite planungssicher zurückerobern (in Kombination mit der Privacy-Reichweite des Mozilla Firefox Browsers sind dies aktuell ca. 25 % der deutschen Internetnutzer).

■ Wie Advertiser von AdDefend profitieren:

Mit AdDefend steigern Werbetreibende ihre Reichweite signifikant - und das mit gleichen, teils besseren Performance-Werten als auf der regulären Reichweite. Dabei erreichen sie die neue Zielgruppe der Adblocker-Nutzer, die sonst nicht mehr durch Display-Werbung angesprochen werden könnte.

■ Wie User von AdDefend profitieren:

Wir wissen um die Qualität unserer Reichweite und unsere Verantwortung. Um unsere guten Performance-Werte und die Akzeptanz der User aufrecht zu erhalten, legen wir bei Ausspielung digitaler Werbung strenge Maßstäbe in puncto Qualität und Relevanz an. Für die Nutzer bleibt im Gegenzug der Zugang zum Webseitencontent langfristig kostenfrei.