

MEHR KLICKS UND NEUE GOLD-MITGLIEDSCHAFTEN MIT DER ADDEFEND ADBLOCK-REICHWEITE

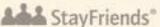
CASE STUDY

BESTE ERGEBNISSE FÜR DIE PERFORMANCEORIENTIERTE NEUKUNDEN-KAMPAGNE VON STAYFRIENDS MIT DER ANTI-ADBLOCKER LÖSUNG VON ADDEFEND



Wann war Ihre Einschulung?

1940 1941 1942 1943 1944 1945 1946 1947 1948 1949
1950 1951 1952 1953 1954 1955 1956 1957 1958 1959
1960 1961 1962 1963 1964 1965 1966 1967 1968 1969
1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979
1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989

 [Zur Klassenliste](#)

Eines der Bannermotive der StayFriends Werbekampagne. Die Display-Kampagne wurde sowohl auf der regulären als auch auf der AdDefend Adblock-Reichweite mit denselben Werbemitteln ausgespielt. AdDefend erreichte dabei gezielt die Nutzer von Adblockern, die auf der ungeblockten Reichweite nicht erreichbar sind.

KAMPAGNENHINTERGRUND:

Die StayFriends Kampagne startete im Dezember 2016 bundesweit. Der führende Websiteanbieter zum Wiederfinden von ehemaligen Schulfreunden wollte damit neue zahlende Mitglieder für sein Online-Portal gewinnen. Die performanceorientierte Werbekampagne war darauf ausgelegt User anzusprechen, die den Kontakt zu ehemaligen Klassenkameraden verloren haben und wiederherstellen möchten.

BESCHREIBUNG ONLINE-KAMPAGNE:

Die Online-Ansprache der User erfolgte über eine Reihe visuell reduzierter Motive, in denen ein Bestandteil – beispielsweise ein Kinderfoto – als Wechselbild angelegt war. Sie waren darauf ausgelegt, den Nutzer direkt anzusprechen. Fragestellungen wie „Wie alt sind Sie?“, „Ist Ihr Foto dabei?“ oder „Wann war Ihr Schulabschluss?“ wurden dazu mit Jahreszahlen und alten Jahrbuchfotos kombiniert. Dabei unterschieden sich die auf der ungeblockten Reichweite eingesetzten Werbemittel nicht von denen auf der AdDefend Reichweite.

KAMPAGNENZIELE:

Ziel der performanceorientierten Gesamtkampagne war es, möglichst viele Nutzer dazu zu animieren, eine kostenpflichtige Gold-Mitgliedschaft bei StayFriends abzuschließen. Die Adblocker-Reichweite wurde dabei bewusst genutzt, um die Gesamt-Kampagnenreichweite deutlich auszuweiten und User mit installierten Adblockern anzusprechen, die auf der regulären Reichweite nicht mehr mit Displaywerbung erreichbar sind.

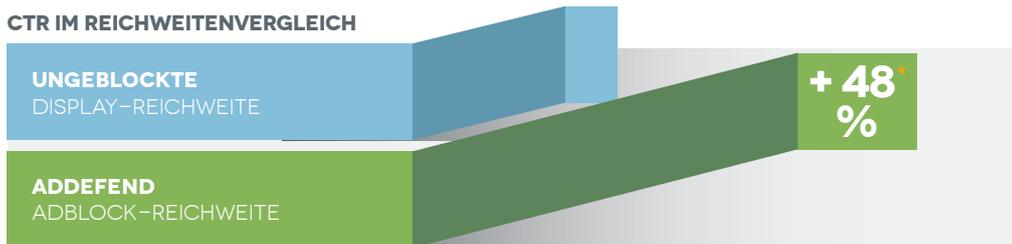
DIE ERGEBNISSE: ADDEFEND ADBLOCKER-REICHWEITE IM VERGLEICH ZUR UNGEBLOCKTEN DISPLAYREICHWEITE

ERGEBNIS 1:

Die Klickrate der Adblocker-Nutzer lag um 48 Prozent höher als auf der regulären Displayreichweite.

Mit der AdDefend Reichweite wurden über 30. Mio. geblockte Impressions genutzt, um Adblocker-Nutzer zu erreichen, die mit der StayFriends Kampagne ansonsten nicht hätten bespielt werden können. Die Adblocker-Nutzer klickten mehr als doppelt so häufig wie Nutzer auf der ungeblockten Reichweite. Der effektive Tausender-Kontakt-Preis (eTKP) lag dabei auf der AdDefend Reichweite um elf Prozent niedriger.

CTR IM REICHWEITENVERGLEICH



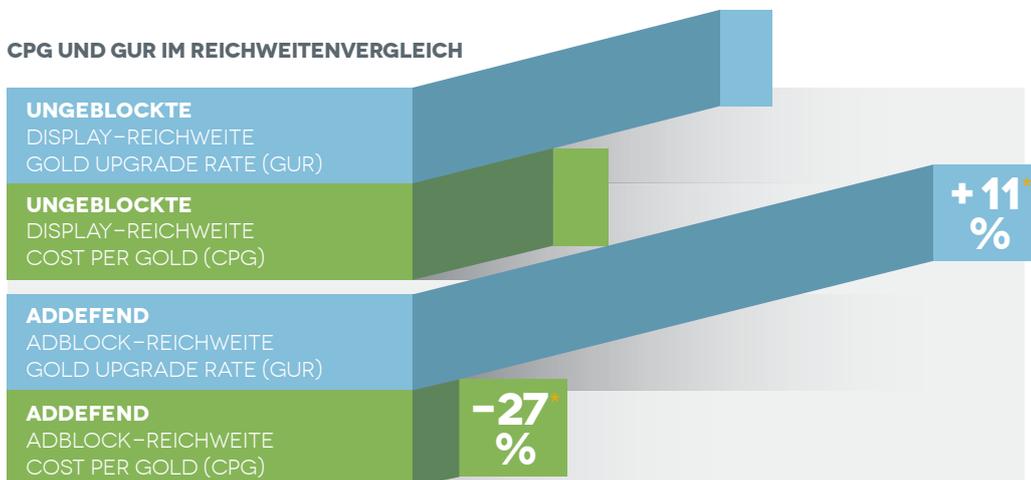
* Im Vergleich zur ungeblockten Reichweite

ERGEBNIS 2:

Deutlich mehr Adblocker-Nutzer schlossen eine kostenpflichtige Gold-Mitgliedschaft ab.

Sowohl in der Klickrate als auch in Bezug auf die Konvertierung von neuen Gold-Mitgliedern überzeugte AdDefend deutlich. Auf der AdDefend Adblocker-Reichweite konnten fast elf Prozent mehr neue Mitglieder für die kostenpflichtige Gold-Mitgliedschaft (GUR) geworben werden. Die Kosten pro neuem Gold-Mitglied (CPG) lagen dabei für StayFriends umgerechnet um über 27 Prozent niedriger als auf der regulären Display-Reichweite.

CPG UND GUR IM REICHWEITENVERGLEICH



* Im Vergleich zur ungeblockten Reichweite

ÜBER STAYFRIENDS

StayFriends ist seit mehr als 14 Jahren die führende Website zum Wiederfinden von Schulfreunden in Deutschland und weiteren europäischen Ländern. Im Berliner Büro am Salzufer tragen knapp 100 Mitarbeitende in den Bereichen Design, IT, Product Management, Online Marketing, Helpdesk, Finance und Legal & HR Verantwortung für die Zufriedenheit von mehr als 20 Millionen Usern. www.StayFriends.com

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 21% verloren gegangenem Inventar werden die Umsätze signifikant gesteigert. Advertiser erreichen mit AdDefend Menschen die online regulär nicht erreichbar sind. Neben der Steigerung der Nettoreichweite erwarten die Werbetreibenden beste Voraussetzungen: eine nicht überfrequentierte und dabei nachweislich gleichwertig reagierende Zielgruppe wie auf der regulären Reichweite. Die Anti-Adblock Plattform bietet dem Publisher mit dem Analyse-Dashboard einen zentralen Zugriff auf das übergreifende Reporting. 50 % der Top 20 AGOF Seiten und insgesamt über 150 Premium Publisher vertrauen bereits auf AdDefend. www.AdDefend.de

CASE STUDY

Ca. ein Drittel der deutschen Internetnutzer ist online nicht mehr erreichbar.

Die meisten von ihnen haben aktiv einen Adblocker installiert. Bei den anderen wird die Auslieferung von Werbung durch Firewalls und Virens Scanner verhindert. Für Advertiser und Publisher bedeutet dies einen Verzicht auf ca. 30% der Reichweite. Dabei werden Werbeblocker selten installiert, weil ein Nutzer prinzipiell gegen Werbung ist. Bei den meisten führen vielmehr störende oder aufdringliche Werbeformate, eine Verlangsamung der Website, ein insgesamt zu hohes Werbeaufkommen sowie Datenschutzbedenken zu der Entscheidung für einen Adblocker.

Wie Publisher von AdDefend profitieren:

Mit AdDefend können Publisher einfach und effizient die geblockten Werbeplätze reaktivieren und diese Reichweite planungssicher zurückerobern (aktuell ca. 20 % Ihrer Nutzer).

Wie Advertiser von AdDefend profitieren:

Mit AdDefend steigern Werbetreibende ihre Reichweite deutlich (aktuell um ca. 20 %), und das mit gleichen, teils besseren Performance-Werten als auf der ungeblockten Reichweite. Dabei erreichen sie die neue Zielgruppe der Adblocker-Nutzer und damit User, die sie sonst nicht mehr erreichen würden.

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 zu erhalten, setzen wir auf Regeln in der Ausspielung digitaler Werbung. Für die Nutzer bleibt im Gegenzug der Zugang zum Websitecontent langfristig kostenfrei, ohne dass sie dafür aktiv etwas tun müssen.