

Fallstudie zeigt: separate Mobile-Kampagnen lohnen sich

30.08.2012, 15:35 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *komdat.com GmbH*

Immer mehr Menschen besitzen ein Smartphone, Studien zufolge weltweit fast 1,2 Milliarden. Über die letzten vier Jahre ist die mobile Internetnutzung weltweit um jährlich 45% gestiegen. Bei Siemens kommt bereits 15% des gesamten Traffics über die mobile Webpräsenz. Mobile Ads gewinnen daher auch für den Weltkonzern an Bedeutung. Eine Fallstudie zu mobilen AdWords-Kampagnen zeigte, dass es sich lohnt, Kampagnen getrennt nach Device zu managen.

Die unterschiedliche Nutzung von mobilen Endgeräten und Desktop Computern wirft die Frage auf, ob speziell auf Mobile zugeschnittene Kampagnen bessere Ergebnisse bringen. Siemens führte daher mit komdat.com einen Test durch, bei dem Desktop- und mobile Kampagnen getrennt und separat gesteuert wurden. Bisher sind Hybrid-Kampagnen üblich, bei denen Werbung parallel für Desktop, Tablets und Smartphones geschaltet wird.

komdat.com verglich die Gesamtergebnisse mit denen der ursprünglichen Kampagne. Dabei zeigte sich, dass separate Mobile-Kampagnen effizient sind, denn durch die Auslagerung konnten Reichweite und Traffic signifikant gesteigert werden, während die Klickpreise deutlich gesenkt werden konnten. Die Ergebnisse im Einzelnen:

- Der durchschnittliche Klickpreis sank um ein Drittel (33 %).
- Die Reichweite stieg um knapp ein Drittel (32 %).
- Der Traffic stieg um fast die Hälfte (49%).

Auch die verbleibenden Desktop-Kampagnen profitierten: Hier stieg die Konversationsrate um 2 %. Insgesamt übertrafen die Ergebnisse die Erwartungen deutlich. Die Case Study zu den mobilen Kampagnen ist unter <http://www.komdat.com/mobile-ads> zu finden.

Portrait

komdat.com verbindet Geschäftsziele mit Kundenbedürfnissen und verhilft Unternehmen zu Neukunden und einer nachhaltigen Kundenbindung. komdat.com ist eines der europaweit führenden Unternehmen für Beratung, Kommunikation, Technologie und Agenturleistungen im Online-Marketing. Über 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten an den Standorten München, Frankfurt, New York und Istanbul für nationale und internationale Kunden zahlreicher Branchen.

News-ID: 659547 • Views: 835 (Stand: 02.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/659547/Fallstudie-zeigt-separate-Mobile-Kampagnen-lohnen-sich.html>