

## Impressionen

### Was ist eine Impression?

Die Impression ist eine Messzahl der Erfolgskontrolle von Onlineinhalten. Der Begriff bezieht sich im weitesten Sinne auf den Sichtkontakt des Nutzers mit einem Online-Element. Im Fokus steht die optische Einblendung des Inhalts, die beispielsweise zustande kommt, wenn eine Person in den Suchergebnissen eine URL zu einer Webseite angezeigt bekommt oder eine Werbeanzeige auf dem Bildschirm sieht.

### Jeder Sichtkontakt zählt als einzelne Impression

Der allgemeine Begriff Impression beschränkt sich auf den reinen Sichtkontakt mit Onlineinhalten. Auch wenn der User über ein Element scrollt, wird dies in der Messung erfasst. Die Metrik lässt weiterführende Interaktionen mit dem Inhalt außen vor.

Erscheint beispielsweise eine Werbe-Anzeige 500 Mal auf den Bildschirm der erreichten Person, dann werden 500 einzelne Impressions erzeugt.

### Wie erfolgreich ist eine Webseite? Beurteilung der Performance mit Impressions

Die Kenntnis über den Sichtkontakt mit einem Werbeelement in Form der Metrik Impression ist für die digitale Welt unabdingbar: Mittels Impressions kann die Performance von Anzeigen und Inhalten im Internet beurteilt werden. Als Kriterium der Werbeleistung dient die Impression als Grundlage für die Berechnung anderer wichtiger Kennwerte wie beispielsweise der [CTR](#) (Click Through Rate). Mit Impressions lässt sich ermitteln, wie großflächig ein Werbemittel oder eine Seite gestreut wurde.

Ausschlaggebend für die Evaluation von Kampagnen und Inhalten ist allerdings nicht die Impression allein, sondern deren kombinierte Betrachtung mit anderen Messgrößen. Relevante Maßzahlen sind unter anderem die Reichweite oder die Klicks auf das Werbemittel.

### Klassifizierung der Kennzahl Impression

In Abhängigkeit dessen, ob es sich bei einem Element um eine Werbe-Anzeige oder die URL einer

Webseite handelt, findet die Impression in einem unterschiedlichen Kontext Anwendung. Der Kontext ist demnach entscheidend dafür, was als Impression gewertet wird. Wichtige Anwendungen sind die Page Impression und die Ad Impression.

## Page Impression

Die Page Impression erlaubt die Erhebung der Wertigkeit von Inhalten oder Produkten in Bezug auf deren Internetauftritt. Eine Page Impression, auch Page View genannt, kommt zustande, sofern ein User auf eine Webseite oder deren Unterseiten klickt. Page Impressions sind Berechnungsgrundlage des TKP (Tausenderkontaktpreis) zur quantitativen Kostenbetrachtung.

## Ad Impression

Bei der Ad Impression steht, anders als bei der Page Impression, nicht der Sichtkontakt mit einer Webseiten-URL, sondern die optische Einblendung einer werbenden Anzeige im Fokus. Diese auch als Ad Views bezeichneten Einblendungen werden auf sogenannten Ad Servern hinterlegt und protokolliert. Auch Ad Impressions sind die Grundlage für die Ermittlung des TKP. Die Messung des Werbemittelkontakts ist elementar, da Abrechnungsmodelle häufig die Zahlung von 1000 Ad Impressions beinhalten. Ad Impressions sind demnach als eine Art Währung zur Erfassung des reinen Sichtkontaktes mit Werbebotschaften zu verstehen. Ad Impressions und Page Impressions können sich aufgrund von Werbe-Algorithmen unterscheiden.

## Impressionen in der Search Console

Wer das Verhalten seiner Seitenbesucher analysieren möchte, kann sich in Googles Search Console unter "Leistung" die Anzahl an Impressionen zur eigenen Website anzeigen lassen. Eine Impression gibt an, wie oft ein Suchender einen Link zu Ihrer Website gesehen hat. Je nach Suchergebnistyp werden Impressionen unterschiedlich berechnet in dem z.B. erfasst wird, ob bis zum Ergebnis gescrollt wurde oder nicht. Landet man mit seiner eigenen Website zu einem Keyword auf Seite drei, der Suchende klickt sich jedoch nur bis Seite zwei vor, wird dies nicht als Impression gewertet.

Im Werbenetzwerk von Google bildet die Impression eine wichtige Größe für die Berechnung entsprechend des Kostenmodells CPM (Cost per Mile/ Kosten per Impression).

## Impressions und Social Media



Auch im Kontext sozialer Medien findet die Metrik der Impression Einsatz, da Werbetreibende über diese Kanäle ihre Zielgruppen erreichen können. Allerdings variiert je nach Netzwerk die jeweilige Definition der Impression.

## **Impressionen auf Instagram und Co.**

Die Definition der Impression bei Facebook, Instagram und Snapchat ähnelt sich, ist jedoch von der Kennzahl der Reichweite abzugrenzen: Im Gegensatz zur Reichweite, die angibt, wie viele reale Personen einen Inhalt in einem bestimmten Zeitraum sahen, können in sozialen Netzwerken durch Mehrfachaufrufe der Beiträge mehrere Impressionen erzeugt werden. Das bedeutet, Impressionen sind kein Maß für die Summe von erreichten Personen. In der Regel fallen Impressionen höher aus als die Reichweite, da sie die einzelnen Sichtkontakte mit den Inhalten (zum Beispiel mit einem Post oder einer Story) erfassen. Beim Netzwerk Instagram werden die Impressionen als Story Views bezeichnet. Snapchat unterscheidet ebenfalls zwischen Reichweite und Story Views.

## **Impression auf Twitter**

Auf Twitter gilt jeder Zeitpunkt, bei dem ein Twitter-User einen Tweet sieht, als Impression. Dabei ist es unerheblich, ob der Tweet in den Suchergebnissen, im Feed oder als Teil der Konversation gesichtet wurde. Erwähnenswert ist auch, dass Twitter, im Gegensatz zu anderen Social Media-Netzwerken, keine Reichweite erfasst.

## **Impression – eine vielseitig angewendete Kenngröße**

Die Impression ist eine der wichtigsten Kennzahlen digitaler Werbung, da sie als gezählter Sichtkontakt mit einem Online-Element Aufschluss über die Performance-Leistung von Webseiten und Anzeigen gibt.