

Page Impressions

Was sind Page Impressions?

Page Impressions, auch als Page View bezeichnet, beziehen sich auf die Anzahl der Aufrufe einer [Webseite](#) und bilden somit eine **Kennzahl für die Aktivität der Benutzer** auf dieser Seite. Eine hohe Page Impression dient als Beleg für die Relevanz einer Webseite und die Attraktivität ihres Inhalts. Bessere Aussagen zur Qualität einer Website liefern allerdings Vergleiche mit den Unique Visitors der Seite, denn allein genommen lassen Page Impressions nur quantitativen Aussagen zu.

Seitenaufruf erkennen

Immer dann, wenn ein [Browser](#) eine Website aufruft, wird ein Dokument vom Server geladen, was der Server schließlich als Page Impression registriert. Das muss nicht unbedingt durch einen realen Nutzer geschehen, sondern kann auch durch einen [Crawler](#) ausgelöst werden. Sie sollten daher im Webanalyse-Tool die Herkunft bei der Auswertung der Page Impression im Auge behalten.

Besuch vs. Besucher

Bei der Page Impression wird zwischen dem Besuch und dem Besucher selbst unterschieden. Besucht beispielsweise ein Besucher die gleiche Webseite innerhalb einer halben Stunde noch einmal, dann werden diese zwei Besuche als ein einziger Besuch gewertet. Beim Besucher handelt es sich um einen "Unique Visitor", also einen einzelnen Besucher. Ruft dieser Besucher die Seite aber erst nach 30 Minuten wieder auf, dann werden die Besuche als zwei Besuche gezählt. Dabei wird der Besucher allerdings als wiederkehrender erkannt.

Bedeutung für Online-Werbung

Die Page Impression ist ein **wichtiges Bewertungsinstrument im Online-Werbemarkt**, denn die Anzahl der Sichtkontakte einer Website bietet eine gute Aussage dazu, inwieweit diese Website für Werbeschaltungen erfolgsversprechend ist. Besitzt sie viele Page Impressions, wird die Anzeige natürlich auch oft eingeblendet. Auch auf die Preisgestaltung hat das Auswirkungen. So wird bei Online-Werbung oft nach dem **Modell TKP – Tausend-Kontakt-Preis** abgerechnet, d.h. es wird pro Tausend Anzeigenschaltungen, also pro Tausend Impressions gezahlt.

Genau genommen handelt es sich hier eigentlich um eine “Ad Impression”. Bezieht man den Begriff allein auf die Tatsache, dass eine Seite geladen wird, können die Begriffe Ad Impression und Page Impression synonym verwendet werden. Da mehrere Anzeigen auf einer Website geschaltet werden können, sind allerdings pro Page Impression mehrere Ad Impressions möglich.

Ein weiterer Unterschied besteht beim Erfassen der Impressionen. Die Page Impressions kann nur der Seitenbetreiber erfassen, die Ad Impressions stammen vom Ad Server und sind sozusagen ein “Nachweis” für die gezeigten Werbemittel.

Nutzen für SEO

Anhand der Page Impressions können Sie erkennen, welche Seiten einer Website aufgerufen werden, welche weniger, mehr oder eben gar nicht. Allein betrachtet lassen diese Zahlen jedoch keine eindeutige Aussage zur Qualität der Seite zu. Denn nur weil eine Seite häufig aufgerufen wird, muss das nicht bedeuten, dass sie dem Nutzer auch das bietet, was er erwartet. Erst in Zusammenhang mit [Webanalyse-Werten](#) wie der [Verweildauer](#) oder der [Absprungrate](#) können Sie konkrete Ergebnisse zur Seitenqualität ablesen. Dabei sind natürlich die [Crawler](#) bei der Analyse auszuschließen, um das Ergebnis nicht zu verfälschen.