

Pavlichina N.M. Kandidat der Wissenschaften
(Wirtschaft), Außerordentlicher Professor für
Marketing und Logistik
Nationale Universität «Zaporizka politechnika»,
Saporischschja, Ukraine

INDIVIDUALISIERUNG DER WERBUNG DURCH TARGETING

Die moderne Wirtschaft ist eine Marktwirtschaft. Der Staat hat wenig Einfluss auf den Markt und die Marktprozesse. Unternehmer entscheiden unabhängig, wie sie auf dem Markt arbeiten möchten. Um erfolgreich zu sein, müssen sie den Verbraucher kennen, vernünftig mit Geld umgehen und erfolgreich im Wettbewerb bestehen. Der Markt ist der Regulator für den Erfolg von Unternehmen.

Man sagt, dass Heutes Marketing – das Neu in der Werbung, in den E-Commerce, digitales Kundenmanagement (CRM), Websites und Softwareentwicklung ist. Es wird Zeit für neue Spielregeln im Marketing. Ein knapper Marketingbudget erfordert ein gutes Geldmanagement. Wenn die Informationen das Zielsegment nicht erreichen, werden monetäre Verluste gesprochen. Eine genaue Ansprache der richtigen Zielgruppe ist für SEOs von großer Wichtigkeit. Das bedeutet, dass relevante Werbung grundsätzlich besser funktioniert als wahllos gestreute Beiträge.

Targeting ist ein Teilbereich des Online Marketings. Mit Hilfe des Targetings wird versucht, Werbung so exakt wie möglich auf die Zielgruppe auszurichten. Im Bereich des SEA ebenso wie bei der Display-Werbung spielt Targeting eine große Rolle, um Werbeeinblendungen ohne große Streuverluste auszusteuern [6].

Jedes Targeting setzt demnach eine genaue Zielgruppendefinition voraus. Denn wenn die Empfänger von Werbebotschaften nicht klar definiert werden können, kann das Targeting seine eigentliche Wirkung nicht entfalten. Grundsätzlich gilt: je genauer die Zielgruppe gefasst werden kann, desto feiner kann das Targeting erfolgen.

Targeting profitieren sowohl die Nutzer als auch die Reichweite der Werbekampagne. Durch die richtige Ansprache wird dem User nur für ihn relevante Werbung angezeigt. Wichtigsten Targeting-Techniken ist in der Tabelle 1 angegeben.

Tabelle 1

Targeting-Arten [2-5]

Soziodemografisches Targeting	Das ist die Auslieferung von digitaler Werbung an Nutzer mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen oder Interessen. Daten werden vom Nutzer bereitgestellt, beispielsweise beim Einrichten eines Nutzeraccounts auf einer Webseite.
Regionales Targeting (Geotargeting)	Basierend auf dem geografischen Ursprung der Nutzer. Daten stammen aus dem Browser
Zeitliches Targeting (Time Targeting)	Werbung für die Zielgruppe zu unterschiedlichen Zeiten
Behavioral Targeting	Statistiken lässt sich sogar zukünftiges Verhalten des Nutzers abschätzen. Das Behavioural Targeting wird auch in Zukunft einen nicht unerheblichen Anteil in Online-Werbung
Keyword-Targeting	Orientiert von Anfragen aus Suchmaschinen. Keywords orientieren sich an passenden Seiteninhalten
Kontext-Targeting	Zeigt Werbung auf Basis von initiierten Klicks innerhalb redaktioneller

	Umfelde
Semantisches Targeting	Analysiert den gesamten sichtbaren Text einer einzelnen Seite, bestimmt die enthaltenen Schwerpunktthemen. Aber genaues Targeting ist hier jedoch nicht möglich.
Technisches Targeting	Bezieht sich auf technische Informationen (Z.B.: Bildschirm von PC und Smartphone)
Re-Targeting	Basierend auf Klicks des Nutzers auf anderen Internetseiten

Die präzise Analyse und Definition der Zielgruppe ist grundlegend für jede Form des Targetings. Üblicherweise basiert das Online-Targeting häufig auf der Verwendung von Cookies. Cookies helfen beim Sammeln von Verbraucherinformationen. Die Werbetreibenden sammeln bei jedem Seitenaufruf mit Hilfe von Cookies kostenlos und unbemerkt äußerst wertvolle Daten ein. Cookies sind Daten, die von einer Website, die Sie besuchen, auf Ihrem Rechner gespeichert werden. Cookies können eine Vielzahl von Informationen beinhalten, die den Besucher persönlich identifizierbar machen (wie Ihren Namen, Ihre Adresse, Ihre E-Mail-Adresse oder Telefonnummer). Eine Website hat jedoch nur Zugang zu persönlichen Daten, die Sie selbst bereitstellen. So kann eine Seite beispielsweise nicht ohne Ihr Zutun Ihre E-Mail-Adresse ermitteln. Eine Website kann auch nicht auf andere Dateien auf Ihrem Computer zugreifen [1].

Der Einsatz ist von Cookies und Web Beacons zum Nachverfolgen von Nutzeraktivitäten grundsätzlich gestattet, solange bestimmte Bedingungen erfüllt sind.

Dazu gehört unter anderem, dass die Nutzer über die Verwendung solcher Technologien informiert werden müssen. Zudem muss ihnen die Möglichkeit gewährt werden, den Einsatz der Technologien abzulehnen. In der deutschen Gesetzgebung finden sich für den Einsatz von Cookies und Web Beacons relevante Vorschriften im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und im Telemediengesetz (TMG) [5]. Aufgrund der immer stärker werdenden Diskussion um den Datenschutz und die restriktiveren Regelungen gehen viele Anbieter jedoch zu anderen Methoden der User-Markierung über.

Der Umgang mit personenbezogenen Daten wird immer stärker reglementiert. Schon heute ist ein Data Driven Advertising möglich, das komplett ohne die klassischen Nutzerdaten auskommt. Dazu müssen andere Wege gefunden werden, um die Wirksamkeit von Marketingaktivitäten in bestimmten Werbebereichen zu steigern

Literatur:

1. Cookies // Mozilla support. URL: <https://support.mozilla.org/de/kb/cookies-informationen-websites-auf-ihrem-computer>
2. Die wichtigsten Targeting-Techniken im Überblick // Unternehmer.de. News. Expertenwissen. Praxistipps. URL: <https://unternehmer.de/lexikon/online-marketing-lexikon/targeting>
3. Engelken T. Targeting: Methoden und Lösungsansätze (2018) URL: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/targeting/targeting-methoden-und-loesungsansaezte>
4. Erfolgreiches Targeting // Mumme & Partner. URL: <https://www.omkt.de/targeting/>
5. Hass, B. H. & Willbrandt, K. W. (2011). Targeting von Onlinewerbung: Grundlagen, Formen und Herausforderungen. MedienWirtschaft: Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie, 08, 12-21. URL: http://iim.uni-flensburg.de/fileadmin/ms3/inst/iim/Upload/5_Lehrstuehle/Medienmanagement/targeting.pdf
6. Targeting. Kategorie: Online Marketing // Digitales Marketing Lexikon. URL: <https://de.ryte.com/wiki/Targeting>