

# ERSETZEN ZEIT UND SICHTBARKEIT DEN TKP ALS ABRECHNUNGSMODELL?

# JA

*Das neue Abrechnungsmodell des „Guardian“ ersetzt die TKP-Abrechnung zwar nicht, macht sie aber transparent und bewertet Transaktionen verursachungsgerecht. Geht es jedoch um die Effizienzsteigerung im Marketing, ist die Art und Weise der Abrechnung nicht zwingend entscheidend. Es geht vielmehr darum, die Qualität der ausgelieferten Ad-Impressions genau zu analysieren und deren Wertbeitrag auf die Transaktion zu ermitteln. Dabei helfen Metriken wie Zeit und Sichtbarkeit. Für ein ganzheitliches Bild müssen aber auch Metriken miteinbezogen werden, die dem Traffic oder der Konversion direkt zugeordnet werden können und einen Beitrag zur Transaktion geleistet haben.*

# NEIN

*Werbung nach Zeit und Sichtbarkeit abzurechnen, eignet sich nur für Seiten, die viel Content in langen Artikeln anbieten. Die meisten Medienseiten sind allerdings mit Beitragsteasern und ausgiebigen Klick- und Bilderstrecken auf eine möglichst hohe Anzahl von Page-Impressions ausgerichtet. Dieses System müsste sich komplett ändern. Und das wird nicht passieren, weil die Websites dann ein Problem mit der Reichweite bekommen. Auch den positiven Effekt auf die Werbewirkung durch eine längere Sichtbarkeit finde ich fraglich.*

**BJÖRN WENZEL**

Geschäftsführer Kontor Digital  
Media