

# MEDIA IMPACT VIEWABILITY OPTIMIZATION

Ein geringeres Werbemittelgewicht verbessert die **Ladezeiten** und dadurch auch die Sichtbarkeit Ihrer Werbemittel.

Je geringer das Werbemittelgewicht, umso schneller ist das Werbemittel beim Websiteaufruf des Users vollständig geladen und positioniert. Bei langen Ladezeiten besteht die Möglichkeit, dass sich das Werbemittel nicht mehr im sichtbaren Bereich des Users befindet. *Tipp:* Die Ladezeit sollte 0,5 Sekunden im Idealfall nicht überschreiten.

Bei der Erstellung sollten die **Visibility- / Messskripte** in das Gesamtgewicht der Werbemittel mit eingerechnet werden.

Bei einer Überschreitung der seitens Media Impact angegebenen Gewichtangaben verzögert sich der Ladevorgang der Werbemittel und verursacht dadurch eine geringere Sichtbarkeit.

Bei Werbemitteln die **polite nachgeladen werden**, müssen die Sichtbarkeitskripte frontloadet ausgespielt werden.

Dadurch wird sicher gestellt, dass die Sichtbarkeit zu dem Zeitpunkt gemessen wird, an der das Werbemittel initial geladen wurde.

**Großflächige** Werbemittel mit **Sticky-Funktion** erhöhen die Visibility.

Durch die Sticky-Funktion befindet sich das Werbemittel länger im sichtbaren Bereich des Users. Großflächige Werbemittel erhöhen zusätzlich die Aufmerksamkeit.

Sollten Ihnen Probleme mit der Sichtbarkeit Ihrer Werbemittel auffallen, melden Sie sich bei MI für eine **effektive Optimierung**.

Media Impact steht Ihnen bei Fragen der Optimierung immer gern zur Verfügung.

