

# Click-Through-Rate (CTR)

Die **Click-Through-Rate (CTR)** ist ein entscheidender Leistungsindikator in Online-Marketing-Strategien, insbesondere im Bereich der Display-, Search- und E-Mail-Werbung. Sie misst das Verhältnis von Klicks auf eine Anzeige oder einen Link im Verhältnis zu den Impressionen, also wie oft die Anzeige oder der Link tatsächlich angezeigt wurde.

## Grundformel für die CTR

| CTR                      | Formel   |
|--------------------------|--|
| Click-Through-Rate (CTR) | $(\text{Anzahl der Klicks} / \text{Anzahl der Impressionen}) \times 100$ |

## Warum ist die CTR wichtig?

- **Effizienz der Werbekampagne:** Eine hohe CTR deutet darauf hin, dass die Anzeigen gut mit der Zielgruppe resonieren.
- **Qualitätsfaktor:** Suchmaschinen wie Google verwenden die CTR als einen Faktor zur Bestimmung der Qualität einer Anzeige, was wiederum die Anzeigenposition und die Kosten pro Klick beeinflussen kann.
- **Conversion-Rate:** Obwohl die CTR nicht direkt mit der Conversion-Rate korreliert, kann eine hohe CTR den Traffic erhöhen, was wiederum die Chancen auf Conversions steigert.

## Einflussfaktoren auf die CTR

1. **Ad-Relevanz:** Wie gut entspricht die Anzeige den Bedürfnissen und Interessen der Zielgruppe?
2. **Keyword-Relevanz:** Sind die verwendeten Keywords in Einklang mit den Suchanfragen der Zielgruppe?
3. **Ad-Placement:** Wo wird die Anzeige platziert? Oben auf der Seite? In einer Sidebar?

4. **Ad-Design:** Farben, Schriftarten und andere Designelemente können die Aufmerksamkeit auf die Anzeige lenken oder von ihr ablenken.

## **Fallstricke bei der Interpretation der CTR**

Es ist wichtig zu verstehen, dass eine hohe CTR nicht immer ein Indikator für den Erfolg einer Kampagne ist. Zum Beispiel kann eine Anzeige mit einer hohen CTR zu einer Landingpage mit geringer Conversion Rate führen. Daher sollte die CTR immer in Kombination mit anderen Metriken betrachtet werden.