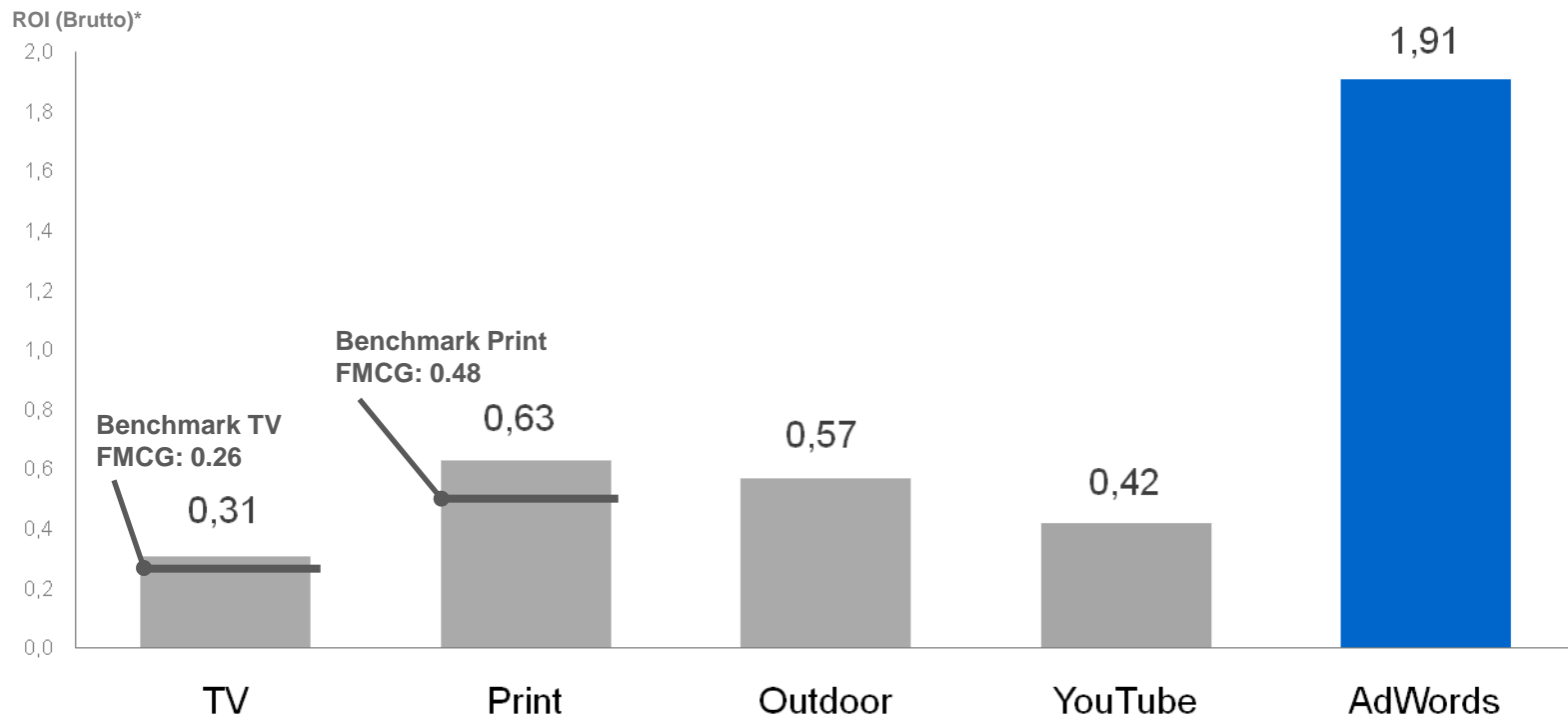


# (Kurzfristiger Brutto-) Return On Investment



- AdWords ist effizienter als TV: Der kurzfristige ROI ist höher und deutlich über dem Benchmark für Bewegtbildwerbung

## Brutto-ROI aus Marketingausgaben



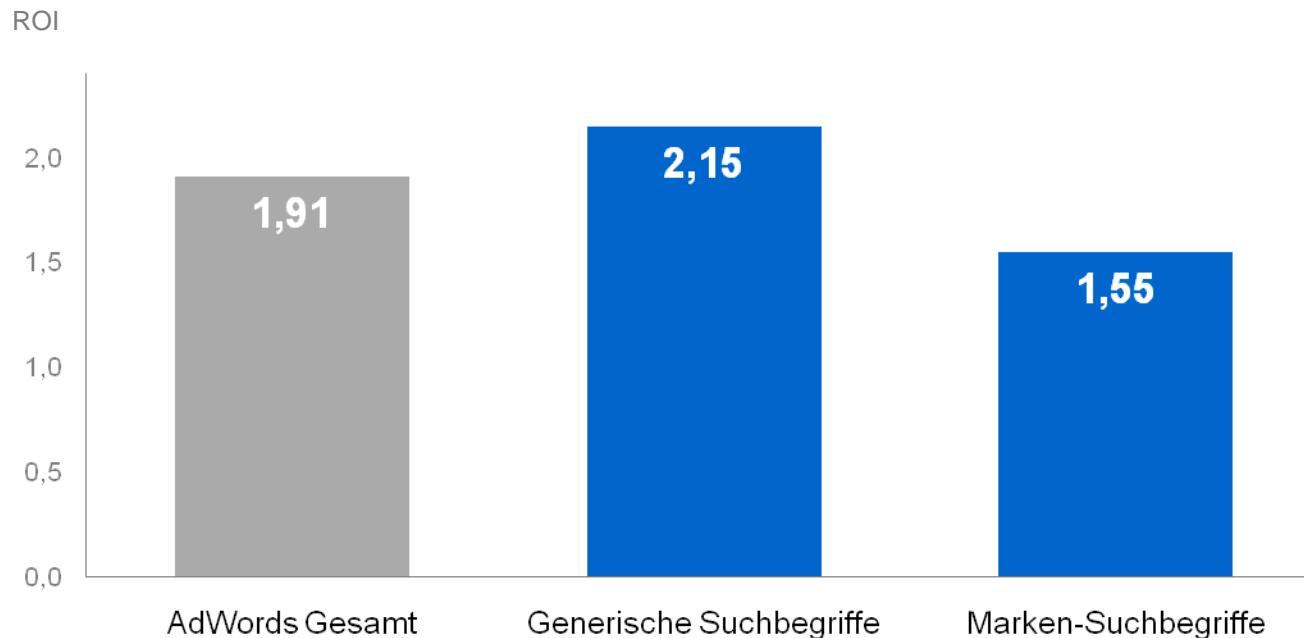
\* Brutto ROI = Durch Marketingkanal ausgelöster Umsatz / Brutto-Werbeausgaben

# (Kurzfristiger Brutto-) Return On Investment



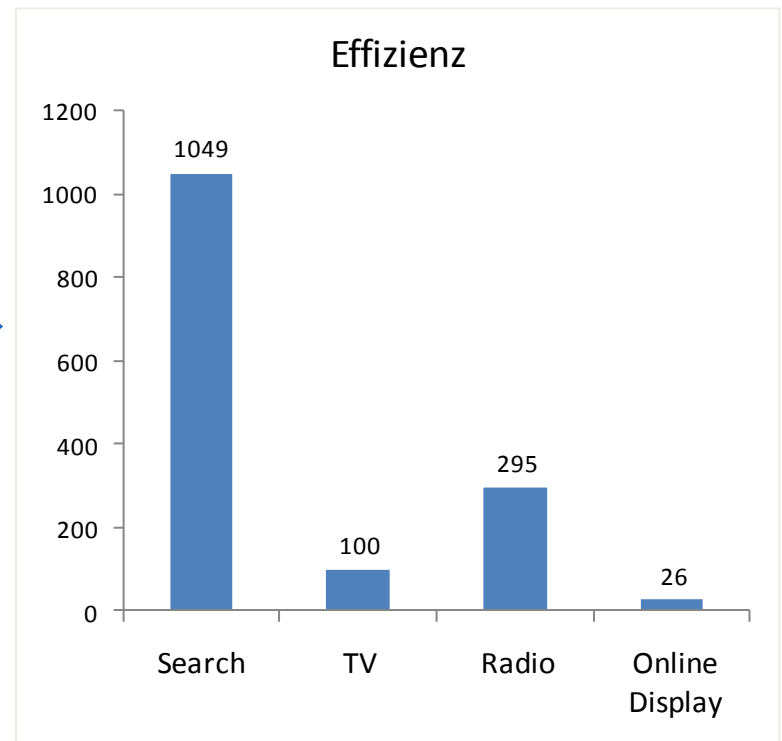
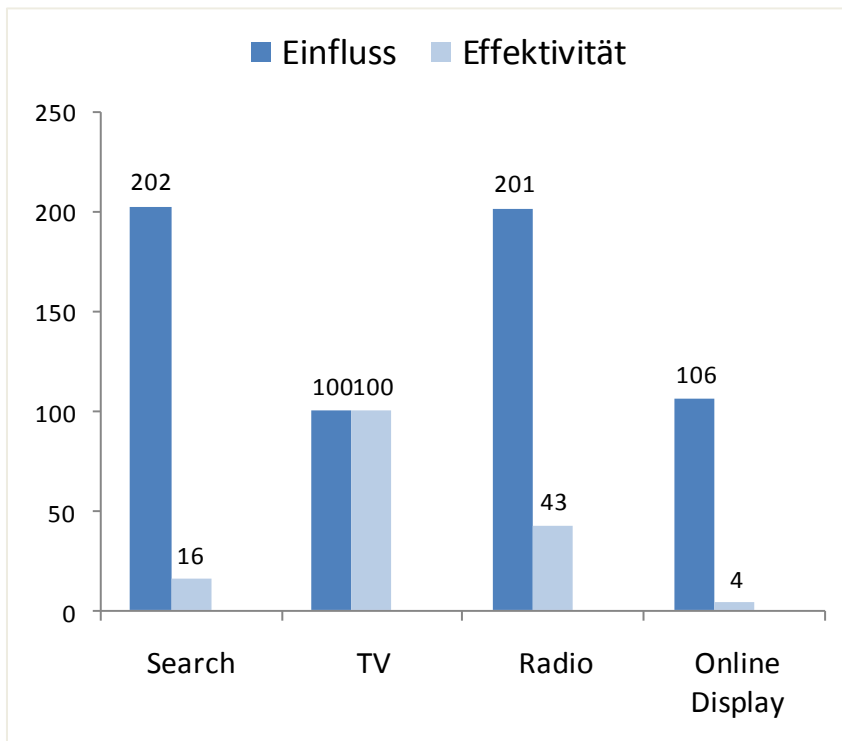
- Generische Suchbegriffe sind am effizientesten: Jeder in Marken-Suchbegriffe investierte Euro erzielte kurzfristig 1,55 € während generische Suchbegriffe kurzfristig für 2,15 € Umsatz sorgten

**Brutto-ROI für AdWords = Zusatzumsatz aus Werbung / Werbeausgaben**



- Suchmaschinen erhöhen die Markenbekanntheit in effizienter Weise – während TV hohe Reichweiten bietet, verringern die hohen Ausgaben für Werbung die Effizienz

## Media-Effizienz ungestützte Markenbekanntheit



Einfluss = Inkrementelle TOMA / Person  
Effektivität = Einfluss x Reichweite  
Effizienz = Effektivität / Kosten