

Der Dominoeffekt

Bessere Werbekennzahlen durch Bildoptimierung –
am Beispiel von Telegraph

Kurzdarstellung: Bildoptimierung – ein Anwendungsbeispiel

Angesichts der immer höheren Kundenerwartungen und der steigenden Nachfrage suchen Publisher ständig nach neuen Möglichkeiten, ihr Publikum zu erreichen und anzusprechen. Deshalb arbeiten Akamai und die Telegraph Media Group gemeinsam an der Beantwortung dieser Frage: Kann eine Optimierung der Bildanzeige die Ladezeiten weit genug reduzieren, um die Sitzungslängen und somit auch die Werbeimpressionen zu steigern?

SOASTA, heute zwar ein Teil von Akamai, zum damaligen Zeitpunkt aber unabhängiger Dritter, führte dazu einen dreimonatigen Test durch. In diesem Test wurde der unbestreitbare Vorteil der Bildoptimierung – also der Bereitstellung des richtigen Bildes und Formats je nach Gerät und Verbindung – bestätigt. Tatsächlich zeigte die Studie, dass mit diesen Optimierungen die Bildgröße im Durchschnitt um 50 Prozent reduziert werden konnte – ohne dass Nutzer Änderungen wahrnahmen. Damit konnten die Seitenladezeiten um 9,6 % verringert und die durchschnittliche Sitzungslänge um zwei Prozent gesteigert werden.

Diese Werte mögen zwar gering erscheinen, können jedoch in Kombination deutliche positive Auswirkungen auf das jeweilige Geschäftsmodell des Publishers haben, erzielt er doch mit gesteigerter Sitzungslänge mehr Werbeimpressionen.

Laut Akamai-Analyse kann ein Publisher, der monatlich 100 Millionen Unique Users und 3,3 Millionen Daily Active Users (DAU) aufweist, aufgrund der durch Image Manager gesteigerten Seitenaufrufe pro Sitzung monatlich zusätzlich 65.000 Pfund Sterling (über 70.000 Euro) generieren. Bei Mobile-Publishern liegt der potenzielle zusätzliche Umsatz bei ca. 77.000 Pfund pro Monat.

Lassen sich Werbeumsätze durch schnellere Bildbereitstellung steigern? Unsere Forschung zeigt: Ja, das ist möglich.

HAUPTAUSWIRKUNGEN	
	Verringerung der allgemeinen Seitenladezeiten um 9,6 %
	Verbesserung der Sitzungslänge um 2 %
	Optimierung der Seitenladezeiten für mobile Geräte um 34 %
	Steigerung der Sitzungslänge auf mobilen Geräten um 13 %
	Gesteigerte Interaktionen und Werbeimpressionen
	Freisetzung von Ressourcen für strategische Initiativen



mehr als 380 Millionen Seiten mit 15.000 Beiträgen und 900 Videos von über 450 Journalisten für 84 Millionen Unique Users bereitgestellt¹.

¹ <http://spark.telegraph.co.uk/toolkit/platforms/desktop/>

Schritthalten mit digitalen Trends

Ein Publisher, der mit diesen Problemen zu kämpfen hat, ist die Telegraph Media Group (TMG), ein multimedialer Nachrichtenverlag mit weltweit anerkannten und einflussreichen Formaten wie dem Daily Telegraph, dem Sunday Telegraph und der Website „The Telegraph“. Aktuell stellt die Site monatlich für über 84 Millionen Unique Users auf der ganzen Welt mehr als 380 Millionen Seiten bereit – mit durchschnittlich ca. 15.000 Artikeln und 900 Videos. Zwar ist der Telegraph ein wahrer digitaler Pionier – die Website des Publishers ging vier Jahre vor Google und sogar 10 Jahre vor Facebook online – jedoch muss auch er neue Wege beschreiten.

Als CTO der Telegraph Media Group leitet Toby Wright die Teams, die für das Design und die Entwicklung digitaler Produkte und Services verantwortlich sind, darunter auch die Telegraph-Website. Seit er diese Rolle übernahm, navigiert Wright das Unternehmen durch den digitalen Wandel und die immer neue Medien- und Technologielandschaft. Im Wettbewerb mit anderen digitalen Pionieren und Branchenführern, die in Sachen Nutzererlebnis einen hohen Maßstab gesetzt haben, versuchen Wright und sein Team, eine strategische Initiative zur Bereitstellung von Premiuminhalten umzusetzen. Das Ziel lautet, Leser auf der ganzen Welt zu einem Abonnement bzw. zu Käufen zu inspirieren. Dazu müssen die digitalen Produkte und Services des Telegraph schnell und sicher bereitgestellt werden und gleichzeitig die Zuschauerbindung fördern.

Nach 10 Jahren der Zusammenarbeit wendet sich die TMG regelmäßig bezüglich strategischer Initiativen an Akamai. Wie Wright erklärt, werden über die Telegraph-Website

„Früher war Akamai für uns nur ein Dienstleister: Sie stellten auf der ganzen Welt auf sichere Weise unsere Bits und Bytes bereit. Aber mit der Zeit ist Akamai zu einem strategischen Partner geworden, mit dem wir unsere dringendsten Technologie- und Geschäftsprobleme diskutieren.“

Toby Wright: Ein Technologievisionär und Pionier des digitalen Wandels



Toby Wright, Chief Technology Officer (CTO) der Telegraph Media Group, ist bereits seit 32 Jahren im Technologie- und Mediensektor tätig. Er leitet die Teams wie z. B. Telegraph.co.uk, die für digitale Produkte und Services verantwortlich sind und überwacht die Software-, Produkt- und Technologiestrategien für Verbraucherprodukte und Unternehmenssysteme. Zuvor leitete er bei Reuters den Bereich der Content-Technologie und unterstützte 120 internationale Standorte bei der Bereitstellung von Echtzeitnachrichten und -daten. Vor dieser Tätigkeit verbrachte er 16 Jahre bei der Intel Corporation in verschiedenen Positionen. Er war dort unter anderem für die Strategie, Planung und Implementierung des Rechenzentrums für das kommerzielle Internet verantwortlich.

Hochwertige Bilder steigern die Interaktion. Dennoch ist es nicht immer einfach, diese Bilder mit gleichbleibender Qualität bereitzustellen.

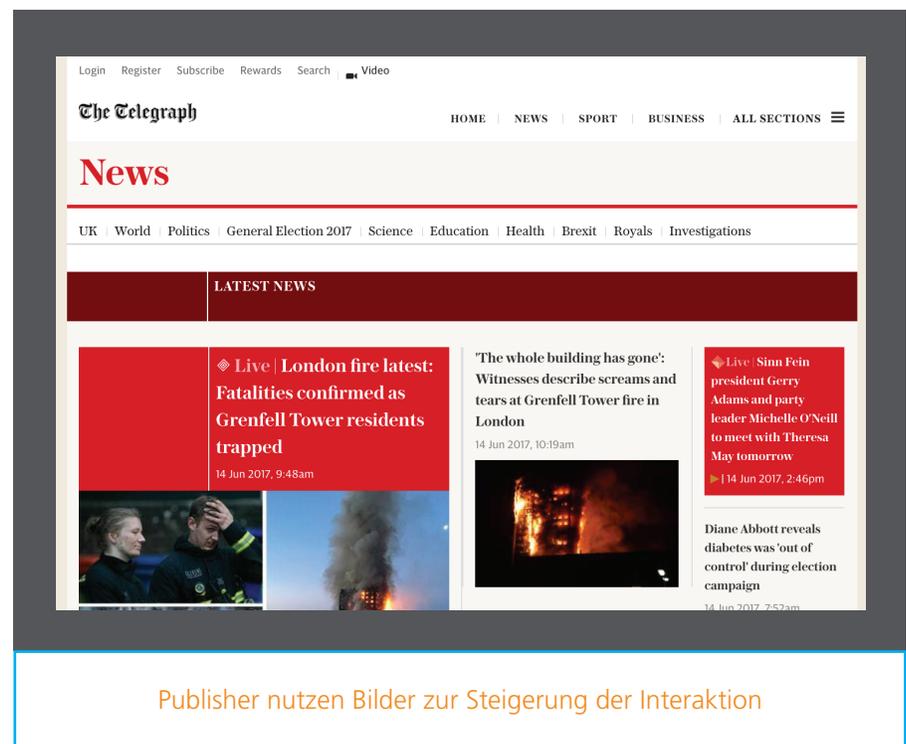
Wie sehr hängen Performance und Interaktion zusammen?

Im Rahmen der Diskussion der neuesten Trends und Probleme in der Branche des Publishers betonte die TMG die Notwendigkeit, den Grad der Nutzerinteraktion zu steigern. Akamai bat das Unternehmen, einen Test durchführen zu dürfen, der folgende Fragen beantworten würde:

- Was geschieht, wenn die Seitengröße deutlich reduziert wird? Wie viel schneller würde die Seite dadurch geladen?
- Und wenn die Seite eher geladen wird, wie sehen die Auswirkungen auf die Sitzungslänge, also die aufgerufenen Seiten pro Sitzung, aus?
- Wie würden die gesteigerten Sitzungslängen die Anzahl der Werbeimpressionen und somit auch den werbebasierten Umsatz beeinflussen?

Die These lautete, dass kleine Performanceverbesserungen der TMG einen messbaren Mehrwert bieten würden.

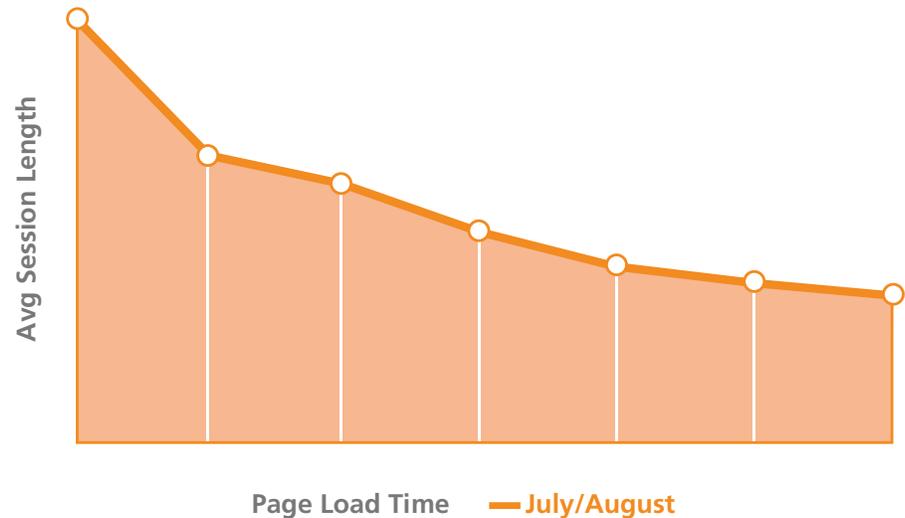
Akamai und die TMG entschieden sich dazu, sich auf die Bildgröße zu konzentrieren, da Bilder für einen hohen Prozentsatz der Seitengröße verantwortlich waren und Akamai kürzlich die Software Image Manager veröffentlicht hatte. Image Manager reduziert die Bildgröße, indem anhand des Nutzergeräts und seiner Verbindung die richtige Größe und Auflösung ausgewählt und bereitgestellt wird.



The screenshot shows the homepage of The Telegraph news website. The navigation bar includes links for Login, Register, Subscribe, Rewards, Search, and Video. The main header features the site logo and a menu with categories like HOME, NEWS, SPORT, BUSINESS, and ALL SECTIONS. Below the header, there's a 'News' section with sub-categories like UK, World, Politics, etc. The main content area is titled 'LATEST NEWS' and features several news items. The most prominent one is a live update about a London fire: 'Live | London fire latest: Fatalities confirmed as Grenfell Tower residents trapped'. It includes a large image of firefighters and a timestamp of 14 Jun 2017, 9:48am. Other news items include 'The whole building has gone: Witnesses describe screams and tears at Grenfell Tower fire in London' and 'Live | Sinn Féin president Gerry Adams and party leader Michelle O'Neill to meet with Theresa May tomorrow'. A caption at the bottom of the screenshot reads: 'Publisher nutzen Bilder zur Steigerung der Interaktion'.

Jede Verzögerung beeinträchtigt die Sitzungslängen

Die Tests begannen im Juli 2016 und dauerten zwei Monate. Hierbei sammelte SOASTA Ausgangsdaten ohne Bildverbesserung.



Das oben aufgeführte Diagramm zeigt die Websiteperformance von Telegraph.co.uk im Juli und August 2016. Die Y-Achse steht für die Sitzungslänge nach Seitenaufrufen pro Sitzung. Die X-Achse steht für die Seitenladezeiten.

Diese Ausgangsdaten bestätigten unsere Annahmen: Jede Sekunde zusätzlicher Seitenladezeit reduziert die durchschnittliche Sitzungslänge. Im schlimmsten Fall kann eine einzelne Sekunde zusätzlicher Verzögerung eine 11,5-prozentige Verringerung der Sitzungslänge bedeuten.

SOASTA für ein optimales Nutzererlebnis

Mit der SOASTA Digital Performance Management-Plattform werden die Zusammenhänge zwischen IT, Nutzererlebnis und Unternehmensperformance deutlich. Die Plattform erfasst und analysiert reale Daten zur Frontend-Performance von jedem Web- und mobilen Nutzer und korreliert sie mit Daten zu wichtigen Geschäftsmetriken – alles in Echtzeit. Anhand der daraus resultierenden Performanceübersicht können Unternehmen die Investitionen ermitteln, die die deutlichsten Auswirkungen auf das Geschäftsergebnis haben.



Damit gewährleistet ist, dass sämtliche erfasste Daten zuverlässig und korrekt sind, haben sich Akamai und die TMG an SOASTA gewandt, einen Anbieter digitaler Performancemessung. Mit dem RUM-Tool von SOASTA, mPulse, wurden Daten zu den tatsächlichen Seitenladezeiten und Sitzungslängen erfasst.

Was ist Akamai Image Manager?

Akamai Image Manager ist eine intuitive Lösung, die den Prozess der Umwandlung und schnellen Bereitstellung der bestmöglichen Bildversion an Websitebesucher und Appnutzer vereinfacht und automatisiert. Zu den Vorteilen zählen geringere Kosten bei höherer betrieblicher Effizienz für Inhaltseigentümer und das optimale Bilderlebnis für Endnutzer.



HIER FINDEN SIE EINE ÜBERSICHT DER FUNKTIONEN VON IMAGE MANAGER:



Algorithmus für die wahrnehmbare Qualität

Dieser Algorithmus berechnet die maximale Komprimierung, ohne dass die Byte-Reduktion für das menschliche Auge sichtbar wird.



Automatische Umwandlung des Bildformats

Hierbei werden Onlinebilder automatisch erkannt und in softwarespezifische Formate umgewandelt, sodass eine stärkere Komprimierung möglich wird.



Automatische Größenänderung für mobile Bildschirme

Die Lösung passt die Größe von Bildern für mobile Geräte automatisch an die Bildschirmgröße an – übermäßig große Downloads gehören damit der Vergangenheit an.



Richtlinienbasierte künstlerische Umwandlung

Das Produkt speichert ein einzelnes Asset im Originalzustand und erstellt dann dynamisch verschiedene Bildversionen.



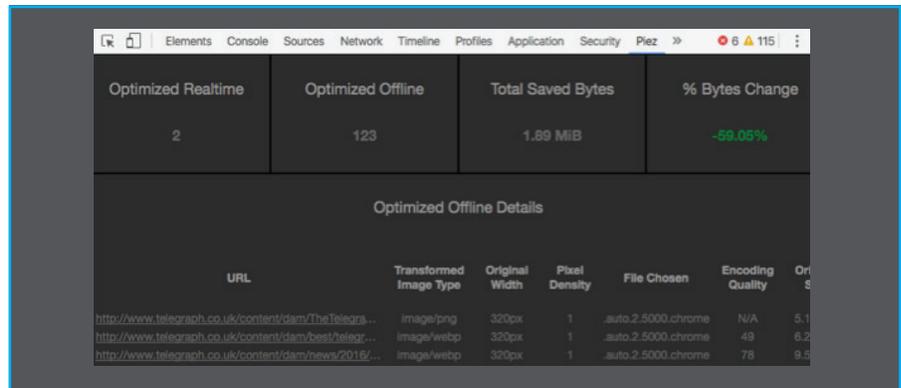
Einfache und flexible Integration

Die Lösung ist mit sämtlichen über das Web zugänglichen Speicherorten und vorhandenen Veröffentlichungs- und Entfernungsworkflows kompatibel.

ALLE GERÄTE UND VERBINDUNGEN	
-9,6 %	Seitenladezeit
+2 %	Sitzungslänge
+0,041	Seiten pro Sitzung
IOS-GERÄTE UND MOBIL	
-33,8 %	Seitenladezeit
+12,7 %	Sitzungslänge
+0,193	Seiten pro Sitzung

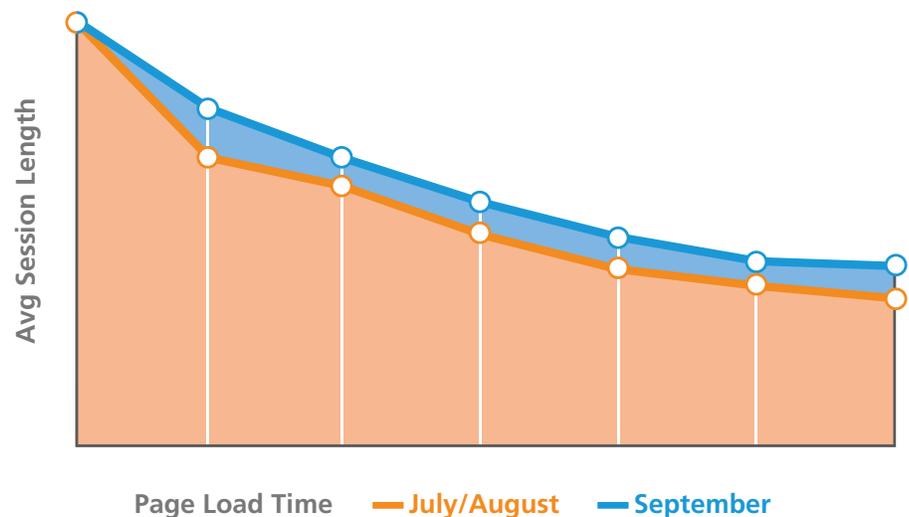
Image Manager steigert die Interaktion

Am 1. September aktivierte Akamai Image Manager. Die Verbesserungen waren sofort erkennbar. Die Bildgröße wurde je nach Seite um 10 bis 60 Prozent reduziert – ohne dass hierdurch die wahrnehmbare Qualität abgenommen hätte. So konnten die allgemeinen Seitengrößen deutlich reduziert werden. Durchschnittlich konnten wir die Größe der Telegraph-Homepage pro Tag um 20 Prozent verringern. Dies führte wiederum zu einem messbaren Anstieg der Sitzungslänge.



Dieses Ergebnis vom 9. September 2016 war typisch für Seiten mit hoher Bildichte.

SOASTA erfasste Daten über einen Zeitraum von 29 Tagen. Und die Kurve verschob sich immer weiter. Auf allen Gerätetypen und bei sämtlichen Verbindungen wurden die Seitenladezeiten um 9,6 Prozent reduziert und die Sitzungslängen um zwei Prozent gesteigert. Was aber bedeutete das für den Telegraph? Die Verbesserungen der Seitengröße sorgten im Durchschnitt für längere Sitzungen. Genauer gesagt: um 0,041 Seiten länger.



Die Seitenladezeiten sanken um 9,6 % und die Sitzungslänge stieg um 2 %.

Auf Mobilgeräten ist die Bildoptimierung noch effektiver

Millionen von Nutzern greifen täglich über ihre Smartphones und Tablets auf die Telegraph-Inhalte zu. Zusammengefasst sind mobile Geräte heute für die Mehrheit der Seitenaufrufe verantwortlich. Deshalb war das Telegraph-Team gespannt darauf zu erfahren, wie sich Image Manager auf die mobilen Sitzungen auswirkt. Viele mobile Leser rufen während des Tages nur einen Artikel auf – insbesondere wenn sie nicht über WLAN, sondern über das mobile Datennetz verbunden sind. Wenn sich die Sitzungslänge hier steigern ließe, könnten damit deutlich höhere Umsätze erzielt werden.

Die Ergebnisse der Studie zeigen: Für Nutzer, die per mobiler Datenverbindung über ihr iOS-Gerät auf die Telegraph-Website zugegriffen, waren die Effekte sogar noch deutlich positiver als bei anderen Geräte- und Verbindungstypen. Die rein mobilen Seitenladezeiten wurden um 33,8 Prozent reduziert, während die mobile Sitzungslänge um 0,193 Seiten bzw. 12,8 Prozent anstieg.



Die rein mobilen Seitenladezeiten verringerten sich um **33,8 %**



Die mobile Sitzungslänge stieg um **12,8 %**

„Für ein Unternehmen wie unseres – mit Hunderten Millionen Interaktionen im Monat – haben diese scheinbar kleinen Veränderungen letztendlich große positive Auswirkungen.“

Toby Wright

Chief Technology Officer, Telegraph Media Group

Kleine Verbesserungen können große Auswirkungen haben

ROI-Potenzial über alle Geräte und Verbindungstypen hinweg

Allgemeine Verbesserungen der durchschnittlichen Seiten pro Sitzung: 0,041

		Kleiner Publisher mit weniger teurem Inventar	Mittelgroßer Publisher mit mittelpreisigem Inventar	Großer Publisher mit teurem Premiuminventar
Vor Image Manager	Gesamte Seitenaufrufe pro Monat	50.000.000	200.000.000	500.000.000
	Gesamte Sitzungen pro Monat	25.000.000	100.000.000	250.000.000
	Durchschnittliche Seiten pro Sitzung	2,0	2,0	2,0
Effekt von Image Manager auf Seitenaufrufe	Zusätzliche Seiten pro Sitzung	0,041	0,041	0,041
	Gesamte Seitenaufrufe pro Monat	51.025.843	204.103.372	510.258.429
	Zusätzliche Seitenaufrufe pro Monat	1.025.843	4.103.372	10.258.429
Effekt von Image Manager auf Werbeumsatz	Werbeimpressionen pro Seite	4,0	4,0	4,0
	Gesteigerte Werbeimpressionen pro Monat	4.103.372	16.413.487	41.033.718
	Durchschnittliche Kosten pro 1.000 Impressionen	3,00 £	4,00 £	5,00 £
	Gesteigerter Umsatz pro Monat	12.310,12 £	65.653,95 £	205.168,59 £
	Gesteigerter Umsatz pro Jahr	147.721,38 £	787.847,38 £	2.462.023,05 £

ROI-Potenzial für alle mobilen iOS-Geräte, nur Datenverbindungen

Allgemeine Verbesserungen der durchschnittlichen Seiten pro Sitzung: 0,193

		Kleiner Publisher mit weniger teurem Inventar	Mittelgroßer Publisher mit mittelpreisigem Inventar	Großer Publisher mit teurem Premiuminventar
Vor Image Manager	Gesamte Seitenaufrufe pro Monat	50.000.000	200.000.000	500.000.000
	Gesamte Sitzungen pro Monat	25.000.000	100.000.000	250.000.000
	Durchschnittliche Seiten pro Sitzung	2,0	2,0	2,0
Effekt von Image Manager auf Seitenaufrufe	Zusätzliche Seiten pro Sitzung	0,193	0,193	0,193
	Gesamte Seitenaufrufe pro Monat	54.837.098	219.348.393	548.370.983
	Zusätzliche Seitenaufrufe pro Monat	4.837.098	19.348.393	48.370.983
Effekt von Image Manager auf Werbeumsatz	Werbeimpressionen pro Seite	1,0	1,0	1,0
	Gesteigerte Werbeimpressionen pro Monat	4.837.098	19.348.393	48.370.983
	Durchschnittliche Kosten pro 1.000 Impressionen	3,00 £	4,00 £	5,00 £
	Gesteigerter Umsatz pro Monat	14.511,29 £	77.393,57 £	241.854,91 £
	Gesteigerter Umsatz pro Jahr	174.135,54 £	928.722,87 £	2.902.258,97 £

Vorteile von Image Manager

- ✓ **Kürzere Markteinführungszeiten:**
Automatisieren Sie den manuellen Aufwand beim Erstellen, Ändern und Veröffentlichen unterschiedlicher Bildversionen für verschiedene Anwendungsbereiche innerhalb Ihrer Webressourcen.
- ✓ **Geringere Speicher- und Infrastrukturkosten:**
Lösen Sie ihre selbstgestrickte Bildinfrastruktur durch eine umfassende Expertenlösung ab, speichern Sie nur ein unverfälschtes Bild, und erstellen Sie bei Abruf dynamisch verschiedene Bildversionen, um den Datenumfang zu reduzieren.
- ✓ **Schlankere und schnellere Seiten:**
Reduzieren Sie die Bildgröße automatisch für alle Nutzer – über Desktop- und mobile Seiten und Apps hinweg. So steigern Sie Performance und Interaktion und sorgen für bessere Geschäftsergebnisse.
- ✓ **Kompromisslose Qualität:**
Durch die automatische Anpassung der Bilder zur optimalen Darstellung bei kleinstmöglicher Größe wird das Nutzererlebnis im Web und auf Mobilgeräten nicht nur ansprechend, sondern auch schnell.

Fazit: Bildoptimierung zählt

Bilder werden im Kampf der Publisher um Kundenbindung immer wichtiger. Diese Studie zeigt, dass die beständige Optimierung der Bildgröße zu messbaren Verbesserungen der Seitenladezeiten führen kann. Das dadurch optimierte Erlebnis kann das Verhalten der Endnutzers deutlich beeinflussen und sie zu längeren Sitzungen bewegen, in denen wiederum mehr Werbeimpressionen generiert werden.

Unternehmen

Telegraph Media Group
London, Vereinigtes Königreich
<http://www.telegraph.co.uk>

Branche

Verlagswesen

Lösungen

Image Manager



Über Akamai

Als weltweit größte und renommierteste Plattform für die Cloudbereitstellung unterstützt Akamai seine Kunden dabei, ein optimales und sicheres digitales Erlebnis bereitzustellen – auf jedem Gerät, an jedem Ort und zu jeder Zeit. Die stark verteilte Plattform von Akamai weist mit über 200.000 Servern in 130 Ländern eine beispiellose Skalierbarkeit auf und bietet Kunden somit eine überragende Performance sowie einen umfassenden Bedrohungsschutz. Das Akamai-Portfolio für Website- und App-Performance, Cloudsicherheit sowie Unternehmenszugriff und Videobereitstellung wird durch einen herausragenden Kundenservice und Rund-um-die-Uhr-Überwachung begleitet. Warum führende Finanzinstitute, E-Commerce-Unternehmen, Medien- und Unterhaltungsanbieter sowie Behörden auf Akamai vertrauen, erfahren Sie unter www.akamai.de, im Blog blogs.akamai.com/de oder auf Twitter unter [@AkamaiDACH](https://twitter.com/AkamaiDACH) sowie [@Akamai](https://twitter.com/Akamai).



telegraphmediagroup

Bei der Telegraph Media Group (TMG) handelt es sich um einen multimedialen News-Publisher mit folgenden weltweit anerkannten und einflussreichen Formaten: dem Daily Telegraph, dem Sunday Telegraph, der Website „The Telegraph“ und der wöchentlichen globalen Ausgabe des Telegraph. Der Daily Telegraph, der Sunday Telegraph und der Telegraph sind bekannt für ihre ausgezeichneten investigativen Artikel. Der Daily Telegraph ist die im Vereinigten Königreich meistverkaufte anspruchsvolle Tageszeitung, die mittlerweile auf eine Geschichte von 160 Jahren zurückblicken kann.

London, Vereinigtes Königreich
telegraph.co.uk

Kontaktieren Sie Akamai

+49 89 94006 308

akamai.de

Parkring 20–22
85748 Garching bei München



©2017 Akamai Technologies, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Eine vollständige oder auszugsweise Vervielfältigung dieses Dokuments gleich welcher Art ist ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung nicht gestattet. Akamai und das Wellenlogo von Akamai sind eingetragene Marken. Andere im vorliegenden Text aufgeführte Marken sind Eigentum der jeweiligen Inhaber. Akamai geht davon aus, dass die im vorliegenden Text angegebenen Informationen zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt sind. Diese Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Veröffentlicht: März 2017