

Kriterien für die Preisermittlung

Welche Kriterien spielen für die Preisermittlung eine Rolle?

Wenn man einen Wert ermitteln möchte, spielen fast immer mehrere Faktoren eine Rolle. Bei einer Webseite ist das nicht anders. Die nachfolgenden Kriterien sind besonders wichtige Punkte einer Preisermittlung.

Zielgruppe der Webseite

Es gibt sehr große Preisunterschiede bei den vielen Themen eines Internetprojekts. So sind Bannerplätze auf Seiten, die sich mit Finanzen oder Versicherungen beschäftigen, in der Regel deutlich teurer als zB. auf Hobbyseiten, die sich mit Haustieren oder Musik beschäftigen.

Reichweite der Seite

Ganz entscheidend ist natürlich die Reichweite. Wenn eine Seite nur ein paar Leser aus dem Bekanntenkreis hat, dann lässt sie sich deutlich schlechter monetarisieren als eine Webseite mit 1000+ Besucher täglich. Hier muss auch noch unterschieden werden, ob eine Seite von einem Besucher 1000 mal besucht wird oder von 1000 unterschiedlichen Lesern. Absolut eindeutige Besucher sind also entscheidend. Diese kann man zB. über ein Tool mit Google Analytics sehen.

Qualität der Inhalte

Dieser Punkt ist einer der schwierigsten. Wenn ein Blog oder Magazin nicht wirklich schlecht und voller Fehler ist, dann ist die Qualität meist sehr subjektiv. Dem einen gefällt's, dem anderen nicht. Wirklich erstklassige Texte und Informationen sind natürlich genauso leicht zu erkennen, wie die ganz schlechten. Aber die große Masse in der Mitte hat es etwas schwerer die eigene Qualität objektiv zu bewerten.

Aktualität der Inhalte

Ein wichtiges Kriterium, das sich zudem noch leicht überprüfen lässt. Welchen Stand hat die Webseite? Wann wurde der letzte Artikel geschrieben. Aktuelle Inhalte werden von Besuchern höher bewertet und die Verweildauer auf der Webseite erhöht sich. Dadurch erhöht sich ebenfalls die Wahrscheinlichkeit eines Klicks auf das Banner. Ein weiterer Punkt als Teil der Inhalte ist folgender:

Häufigkeit der Aktualisierungen

Ist eine Webseite regelmäßig gepflegt und bietet nahezu lückenlose Informationen, dann verringert sich die Absprungrate bei den Besuchern und man profitiert wieder von einer erhöhten Klickrate. Was nützt ein Blog mit einem aktuellen Artikel von heute, wenn der vorangegangene schon Monate zurück liegt. Hier mag es natürlich Ausnahmen geben, da in manchen Themenbereichen nicht täglich geschrieben werden kann. Aber in der Regel sind regelmäßige Artikel in kürzeren Abständen ein wichtiges Kriterium.