

Wachstum durch Banner- werbung im Google Display- Netzwerk: die iloxx AG



The screenshot shows the iloxx website interface. At the top right, there are links for 'Home | Kontakt | Hilfe/FAQ' and a login section with 'Benutzername' and 'Passwort' fields, and 'Login' and 'Anmelden' buttons. The main navigation menu includes 'EINZELVERSAND', 'FIRMENKUNDEN', and 'iloxx AG'. A sidebar on the left lists services like 'VERSANDKOSTEN', 'MY iloxx', 'AUFTRAGSSTART', 'TRACKING', 'VERSANDLÖSUNGEN', 'PACKSHOP', 'TREUHANDSERVICE', and 'KONTAKT'. The main content area features a large banner for 'Zeit für einen Reifenwechsel - günstiger Transport' with a car wheel image. Below this are two columns of service cards: 'Paketversand' (highlighting 'Versandkosten sparen') and 'Speditionstransport' (highlighting 'Großes und Sperriges einfach versenden'). To the right, there is a 'Deutschlands Kundenchampions 2010' badge, a 'Versandkostenrechner' form with input fields for length, width, height, and weight, and a 'Spezialversand' section with icons for various items like a bicycle and a car.

- 20 Prozent Wachstum durch Bannerwerbung im Google Display-Netzwerk
- Der erfolgreiche Aufbau der Markenbekanntheit resultierte in 60.000 Konversionen innerhalb eines Jahres
- YouTube User Channel senkt Beschwerden und Reklamationen deutlich

Der Transport-Vermittler iloxx AG nutzt das Google Display-Netzwerk mit Banneranzeigen auf großen Webseiten erfolgreich zum Aufbau der Markenbekanntheit. Geschätzt werden Einfachheit der Bedienung, Reichweite und Zielgenauigkeit. Durch Verpackungsvideos in einem YouTube User Channel konnte die Zahl der Beschwerden über vermeintliche Transportschäden stark gesenkt werden.



Um schnell Markenbekanntheit aufzubauen, ist das Google Display-Netzwerk das geeignete Instrument. Ohne Display-Werbung wäre unser rasches Wachstum nicht möglich gewesen.

Holger Etzel,
Manager Marketing/
Kommunikation, iloxx AG

Als um 1999 viele der heutigen großen Internet-Auktionshäuser und Handelsplattformen entstanden, gab es urplötzlich auch eine neue Zielgruppe im Versandbereich: C2C-Versender, also Privatleute, die Waren verschicken wollten. Für sie trat die seinerzeit gegründete iloxx AG als „Transport-Vermittler“ auf und bot kleinen Kunden Großkundendienstleistungen und -konditionen an, etwa für den Versand von Paketen bis 40 Kilogramm, von Fahrrädern oder Reifen. Heute ist das Unternehmen nach eigenen Angaben die größte unter den nicht selbst fahrenden Speditionen in Deutschland. Mit dem Wachstum veränderten sich die Zielgruppen. Privatkunden machen nur noch 20 Prozent des Geschäfts aus, kleine und mittelgroße Versandhändler 80 Prozent. Geworben wird für das ausschließlich über www.iloxx.de abgewickelte Geschäft auch genau dort: im Netz.

Leicht testbar, skalierbar und zielsicher

Bei der Werbung im Internet verfolgt iloxx einen zweistufigen Ansatz im Verhältnis von 80 zu 20: Um die Markenbekanntheit zu erhöhen, erscheinen Banneranzeigen auf großen Webseiten im Google Display-Netzwerk (GDN). Später werden die Angebote von den potenziellen Kunden über AdWords gefunden. Während der Transport-Vermittler früher selbst Banner geschaltet hat, nutzt er nun das GDN. Natürlich würden versand-affine Seiten wie Auktionshäuser belegt, aber „die Webseitenauswahl überlassen wir weitgehend Google“, berichtet Holger Etzel, Manager Marketing/Kommunikation bei iloxx. Ziel sei es gewesen, vom Start weg eine große Reichweite aufzubauen. Binnen eines Jahres stieg die Zahl der Impressions um 63 Prozent auf 136 Millionen. Sie ergaben rund eine Million Klicks, die zu 60.000 Konversionen führten, die echten Aufträgen entsprechen. Der Marketingmanager sieht den Nutzen der Werbung im GDN vor allem so: „Sie ist extrem leicht testbar, und wenn der Test geklappt hat, extrem leicht skalierbar. Ich kann meinen Slogan beziehungsweise meine Keywords eingeben, habe einen Satz an Werbemitteln, kann die auf Knopfdruck veröffentlichen und erreiche ziemlich treffsicher meine Zielgruppe.“ Die Firma wuchs zuletzt um über 20 Prozent und musste zahlreiche neue Mitarbeiter einstellen. „Ohne Display-Werbung wäre uns das alles nicht möglich gewesen“, resümiert Marketingmanager Holger Etzel.

Deutlich weniger Beschwerden durch YouTube User Channel

Zur Steigerung der Markenbekanntheit unterhält die iloxx AG seit Anfang 2010 außerdem einen YouTube User Channel. Dort geben Videos Tipps zum richtigen Verpacken – mit einem so nicht erwarteten Nebeneffekt: Die Zahl der Beschwerden und Reklamationen wegen Transportschäden gingen sehr stark zurück, die entsprechenden Kosten sanken deutlich.

Sein erfolgreiches Geschäftsmodell überträgt der Transport-Vermittler seit einiger Zeit vom Paketbereich auf den Frachtsektor. Kleinkunden, die vielleicht zwei-, dreimal im Jahr einen Container-Import oder eine kombinierte Fracht zu organisieren haben, können das Know-how und die Konditionen des Spezialisten einkaufen. Für die Bewerbung des Angebots nutzt die iloxx AG ebenfalls erfolgreich das Google Display-Netzwerk.

Kontaktieren
Sie unser
Google Office

Google Ireland Ltd
Gordon House | Barrow Street | Dublin 4
Sebastian Fiedler | sebastian.f@google.com