Interactive
PERFORMANCE
Deutschland

08.2026

FULL FUNNEL

Acht Produkte, drei Stufen.

Von der ersten Sichtbarkeit bis zum abgeschlossenen Ergebnis – transparent abgerechnet bis zum Resultat.

Je tiefer im Funnel, desto stärker verlagert sich das Mediarisiko zu IPD.

01 Awareness

CTV, Video und Display im Zusammenspiel.

CTV — Connected TV & Streaming, non-skippable	CPM · CPFV · CPR
Online Video — In- und Outstream in Premium-Umfeldern	CPM · CPFV · CPR
Awareness Display — Sichtbar statt nur ausgeliefert	CPM · vCPM · CPR

02 Consideration

Erst der Klick zählt – Reichweite kostenfrei.

Prospecting Display — Neue User im kuratierten Premium-Inventar	CPM · CPC
Prospecting Native — Redaktionelle Umfelder, im Lesefluss	CPM · CPC
Interactive Ads — Cube Ads: messbare Interaktion statt Sichtkontakt	CPE

03 Conversion

Volles Mediarisiko bei IPD.

CPO Retargeting — Warenkorb-Abbrecher zurückholen, dynamisch aus dem Feed	Cost per Order
CPL — Nur qualifizierte Leads, Kriterien vorab definiert	Cost per Lead

Das Fundament

Premium-Inventar und qualitative Daten – auf jeder Stufe.

PREMIUM-INVENTAR
Kuratierte Umfelder der Top-10-Vermarkter in DACH.

QUALITATIVE DATEN
Segmente von UIM, OS Data Solutions, Digiseg u. a.

FREQUENZSTEUERUNG
Kontaktdosis gesteuert, maximale Netto-Reichweite.

IAS-MONITORING
Laufende Ad-Fraud-Kontrolle in allen Placements.

Let's perform together!

Einzeln oder als Full-Funnel-Kombination buchbar – Hybridmodelle nach Absprache.

Interactive Performance Deutschland GmbH
Neumühlen 15 · 22763 Hamburg
info@interactiveperformance.de · +49 40 22 868 394-0