

MEDIENMITTEILUNG

IAB Switzerland verabschiedet Standards für Onlinewerbung

Wollerau 16. April 2010 – Die Arbeitsgruppe «Standards» des Interactive Advertising Bureau Switzerland (IAB) erarbeitete in den vergangenen Monaten Empfehlungen für die Anlieferung von Onlinewerbemitteln und den Einsatz von Online Video Ads. Dies vereinfacht in Zukunft Planung und Durchführung von Online-Werbekampagnen. Die neuen Standards, welche von IAB-Vorstand einstimmig abgesegnet wurden, gelten ab sofort als dringende Empfehlung für alle Marktteilnehmer. Sie sind unter www.iabswitzerland.ch einsehbar.

Die Planung von Online-Werbekampagnen gestaltet sich wegen der vielen Marktteilnehmer und den vielfältigen Formaten besonders anspruchsvoll. Die neuen Standards setzen bei zwei zentralen Themen an: Der Anlieferung von Kampagnen und Werbemitteln sowie dem Einsatz von Online Video Ads – also Bewegtbildwerbung. Bei der Anlieferung gibt es nun allgemeine Richtlinien für organisatorische Elemente wie Kampagneninformationen oder Vorlaufzeit. Darüber hinaus bestehen genaue Spezifikationen für Werbemittel, deren Elemente, technische Umsetzung und Verlinkung. Dies dient der Vereinfachung von Planung und Durchführung von Online-Werbekampagnen sowie der Qualitätssicherung.

Besonders zentral für den Onlinewerbemarkt sind Online Video Ads, welche ein grosses kreatives Potenzial haben, von den Usern gut akzeptiert sind und auch dank hoher Bandbreiten immer öfter zum Einsatz kommen. Hier wurden vom IAB Begriffe definiert und Vorgaben gemacht für Länge und Format von Onlinevideowerbung. Dies basierend auf Erfahrungswerten und internationalen Studien, die beispielsweise eine optimale Werbewirkung von Werbespots mit maximal 20 Sekunden Länge zeigen. Grundsätzlich unterscheidet das IAB nun In-Page und In-Stream Video Ads. Bei In-Page Video Ads handelt es sich um Bewegtbildwerbung in Standardwerbemitteln wie Rectangle, welche auf Websites platziert sind. In-Stream Video Ads laufen hingegen vor, zwischen, nach oder über einem bestehenden Videoinhalt bzw. Videostream (Pre-, Mid-, Post-Roll und Layer). Sonderformate und Video Ads sind stark im Trend. Mit den neuen Standards können Kampagnen nun schneller und effizienter geplant werden. Auch sichern sie eine korrekte und problemlose Auslieferung und Erfolgsmessung.

Zeichen inkl.: 2296

Über IAB Switzerland:

An der Gründungsversammlung vom 1. Oktober 2009, an der die 11 Firmen admazing, Goldbach Media, Microsoft Advertising, NetProfit, Plan.Net Suisse, web2com, Ringier, swissclick, Swisscom, Tamedia und Simsa vertreten waren, wurden der Verband IAB Switzerland gegründet. Dieser hat es sich zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Onlinewerbemarkt zu betreiben sowie professionelle Standards zu etablieren. Es richtet sich u.a. darauf aus, fundiertes Online-Know-How zu vermitteln, die Planbarkeit der Onlinewerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen für den Onlinewerbemarkt zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden einzelne Arbeitsgruppen gebildet, welche in den Bereichen Ausbildung, Forschung, Standards, Events und Kommunikation, PR sowie Recht tätig sind

Über IAB International:

1996 wurde in den USA das Interactive Advertising Bureau (IAB) gegründet, um gemeinsam mit weltweiten Partnerorganisationen die wirtschaftlichen Interessen der Online-Branche zu stärken und die Weiterentwicklung des Online-Marketings zu fördern. Das IAB Europe wurde 1998 ins Leben gerufen und zählt mittlerweile 20 Mitgliederstaaten.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Roger Baur
Geschäftsführer IAB Schweiz
Felsenstrasse 152 / Postfach 224
8832 Wollerau
+41 79 600 13 17
roger.baur@netprofit.ch
www.iabswitzerland.ch