

Digital Video Ad-Serving Standards VAST & VPAID

Status Schweizer Markt



©IAB Switzerland – Fokusgruppe Bewegtbild – Januar 2020

www.iab-switzerland.ch

Jenatschstrasse 1, 8002 Zürich

Bewegtbildwerbung im Internet

Im Schweizer Werbemarkt lassen sich Bewegtbildwerbeformate grundsätzlich zwischen In-Stream und Out-Stream Formaten unterscheiden:

- **Out-Stream Werbeformate** werden ausserhalb eines Bewegtbildumfeldes ausgespielt, wie zum Beispiel in IAB Standardformaten.
- **In-Stream Werbeformate** werden unmittelbar vor, während oder nach einem Video-Stream ausgeliefert. Eine besondere Herausforderung ist die Ausspielung von Bewegtbildwerbung im Internet, d.h. die Kommunikation zwischen Videoplayer und Adserver.

Im globalen und auch im Schweizer Werbemarkt hat sich der von der IAB-US definierte Standard VAST (Video Ad Serving Template) und dessen Erweiterung VPAID (Video Player Ad-Serving Interface Definition) durchgesetzt.

VAST (Video Ad Serving Template)

Der VAST Standard ermöglicht die Weitergabe strukturierter Informationen zwischen Videoplayer und Adserver. Er bietet ein einfaches und einheitliches Beschreibungsformat (XML) zur Aussteuerung eines Werbevideos. Seit Jahren wird der VAST Standard kontinuierlich erweitert, um mit neuen Marktanforderungen Schritt zu halten. Die aktuellste Version (VAST 4.2) wurde im Juni 2019 von der IAB-US veröffentlicht. Im Schweizer Werbemarkt findet diese jedoch noch geringe Anwendung: ältere Versionen, insbesondere VAST 3.0 und VAST 4.0 sind aktuell vermehrt im Einsatz.

VAST Standards 2.0 bis 4.2 Übersicht

	VAST 2.0	VAST 3.0	VAST 4.0	VAST 4.1	VAST 4.2
Skippable Ad's	-	X	x	X	X
3rd Party Wrapper	x	-	x	X	X
Companion Ad's	X	x	X	x	X
Mezzanine File	-	x	x	X	X
HLS Support	X	x	x	x	X
Ad Pod	-	x	x	X	X
Support Interactive	-	-	x	X	X
Audio Ad	-	-	x	X	X
Viewability	-	-	x	X	X
Ad Verification	-	-	x	X	X
Closed Caption	-	-	-	X	X
Conditional Ad	-	-	x	-	X
Multiple Universe ID	-	-	-	-	X
Digital Audio (DAAST)	-	-	-	-	X
Error Code 206	-	-	-	-	X
Support SIMID	-	-	-	-	x

Quelle: Goldbach Audience

VPAID (Video Player Ad-Serving Interface Definition)

VPAID ist eine Erweiterung des VAST Standards. Es handelt es sich um eine Schnittstellen-Definition (API) zwischen Videoplayer und Werbemittel, die Interaktionen des Nutzers innerhalb des Videoplayers, z.B. über interaktive Schaltflächen, ermöglicht. In der Praxis wird VPAID oft eingesetzt, um Viewability Werte und weitere Interaktionen mit dem Werbemittel zu messen, was in älteren VAST Versionen nicht möglich war. Sowohl VPAID als auch VAST bringen heutzutage ihre jeweiligen Vor- und Nachteile mit sich.

VAST 4.1 +	VPAID
+ Ad Skipping möglich	+ Erweiterte Interaktionsmöglichkeiten zwischen Videoplayer und Nutzer möglich
+ Viewability und Ad-Verification möglich	+ Tiefe Reporting Möglichkeiten
+ Mezzanine-Dateien werden unterstützt	+ Grossflächige Sonderinszenierungen möglich, in der das Video Ad z.B. mit der Umgebung interagieren kann.
+ OM SDK wird verstärkt berücksichtigt	- Fehleranfälligkeit und Sicherheitsrisiko
+ Universale Ad-IDs	- Auslieferung nur in browserbasierter Umgebung
+ SSAI Kommunikation wird unterstützt	
+ Abwärtskompatibel bis VAST 3.0	
- Beschränkte Interaktion mit dem Werbemittel möglich	

Ausblick für den Schweizer Werbemarkt

Schon bei der VAST Version 4.1 ist zu erkennen, dass zukünftig keine weitere Unterstützung für VPAID angedacht ist. Aufgrund diverser Kontrollprobleme für Publisher und der stetigen Weiterentwicklung von VAST, verliert VPAID an Mehrwert für die Werbeindustrie. Mit der aktuellen VAST 4.2 Version wird die Integration der zwei neuen Erweiterungen SIMID (Secure Interactive Media Interface Definition) und OMID (Open Measurement Interface Definition) unterstützt. Dies ermöglicht es, die Ad Verifikations- und Viewability-Messung separat zu verschiedenen Interaktionsmöglichkeiten durchzuführen. Gleichzeitig ist aber eine ausreichende Kontrolle und Kompatibilität des Players gegeben.

Die Schweiz wird sehr wahrscheinlich diesem Trend folgen und die Vorteile der neuen VAST Versionen nutzen. Aufgrund eines längeren Adaptionprozesses getrieben von den Technologieanbietern am Markt, wird eine flächenweite Nutzung des VAST 4.2 Standards sehr wahrscheinlich erst im späteren Verlauf des Jahres 2020 erfolgen. Die Nutzung von VPAID wird verstärkt abnehmen und die Auspielung von Bewegtbildwerbung in der Schweiz weiterhin an Bedeutung gewinnen.

Aktueller Stand bei Google

Publisher-seitig - Google Ad Manager:

Für Publisher & Verlage wird die Aktivierung / Nutzung von VAST 4.0 über den Google Ad Manager unterstützt. Eine ausführliche Anleitung zur Aktivierung von VAST 4.0 und dem Management über Google Ads Manager ist unter folgendem Link aufrufbar:

<https://support.google.com/admanager/answer/7358411?hl=en>

Advertiser-seitig – Third Party Ad Serving auf YouTube über VAST / Drittanbieter-Anzeigenschaltung (3PAS) bei YouTube-Reservierung:

Seit dem 15. Mai 2019 wird YouTube 3PAS (VAST) über ein neues API-basiertes Framework unterstützt, das die Anzeigen von Werbetreibenden über die Google-Systeme aufnimmt und bereitstellt. Innovid, Sizmek, Extreme Reach, Adform und Flashtalking sind derzeit in das Framework integriert. Die Liste der integrierten Anbieter wird [hier](#) zur Verfügung gestellt und bei Bedarf aktualisiert.

Um diese Lösung nutzen zu können, müssen Drittanbieter in den Ads Data Hub integriert werden, der die Leistungsmessung übernimmt: <https://support.google.com/displayspecs/answer/6244563?hl=en>

Glossar:

Gerne verweisen wir zum Verständnis des Artikels und zur Begriffserklärung auf das IAB Glossar Online Werbung:
<https://www.iab-switzerland.ch/standardsundleitfaeden/glossar-online-werbung/>