

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 25. August 2020

Transparenzinitiative von IAB Switzerland, Leading Swiss Agencies LSA und Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)

Visibilitätsraten im zweiten Quartal leicht gesunken

Nachdem die Sichtbarkeitsraten der Werbeeinblendungen von den Verbänden IAB, LSA und SWA im Mai erstmals für die Schweiz publiziert wurden, können nun die Werte für das zweite Quartal bekanntgegeben werden. Die Werte für die Schweiz sind dabei im Vergleich zum ersten Quartal leicht gesunken.

Im Rahmen der Transparenzinitiative der drei Schweizer Werbeverbände werden erneut die Visibilitätsraten der grossen Vermarkter und Publisher in der Schweiz publiziert. Dabei lässt sich für das zweite Quartal ein leichter Rückgang feststellen. Im Bereich Desktop beträgt die Visibility-Rate im zweiten Quartal 66,2 % (gegenüber 71,1% im Q.1). Der Bereich Mobile erreicht eine Sichtbarkeitsrate von 56,5% (Q1: 61,2%). Die gesamte Visibilitätsrate ist damit von 65.1% auf 60.8% gesunken.

Nach MRC-Standard muss die minimale Visibilität 50% der Pixel während 1 Sekunde betragen, damit eine AdImpression abgerechnet wird. Die Visibilitätsrate in der Schweiz liegt mit den aktuellen Werten leicht unter dem internationalen Durchschnitt, der mit 63% ermittelt wurde (Display: 70 % und Mobile 57%).

Die Messung basiert auf 4.74 Mrd. AdImpressions und wurde bei den Publishern mit folgenden Tools vorgenommen: Admeira: Xandr und Google Ad Manager, Goldbach / TX Markets: Integral Ad Science (IAS) und Google Ad Manager, Audienz: Xandr, Romandie Network: Smart Adserver, Watson: Google Ad Manager.

Die drei Verbände überwachen die Entwicklungen der Visibilität laufend und publizieren die Werte seit diesem Jahr für jedes Quartal.

ENDE

Medienkontakte:

IAB Switzerland
Urs Flückiger, Leiter Geschäftsstelle
+41 79 788 50 00
contact@iab-switzerland.ch

Leading Swiss Agencies (LSA)
Catherine Purgly, Geschäftsführerin
T +41 43 444 48 18
catherine.purgly@leadingswissagencies.ch



Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)

Roland Ehrler, Direktor

T +41 44 363 18 38

roland.ehrler@swa-asa.ch

Information IAB Switzerland

Die IAB Switzerland Association hat sich als Vertreterin der digitalen Werbebranche in der Schweiz zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Digitalwerbemarkt zu betreiben, Know-how zu vermitteln, die Planbarkeit der Digitalwerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen und Standards zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden Ressorts geschaffen und Arbeitsgruppen gebildet, welche in den unterschiedlichen Bereichen des Digital Marketing aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen. Die IAB ist mit der IAB Europe Teil eines internationalen Netzwerks.

Ressorts: Ausbildung, International, Marketing, Marktforschung, Recht, Standards

Arbeitsgruppen: Agenturen, Kunden, Vermarkter/Publisher, Bewegtbild, Content Marketing, Mobile, Performance, Programmatic, Search, Bewegtbild

www.iab-switzerland.ch

Information LEADING SWISS AGENCIES (LSA)

Leading Swiss Agencies vereint die führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz. Seine Mitglieder arbeiten nach hohen ethischen Grundsätzen. Sie schaffen für ihre Kunden Mehrwerte durch erstklassige Leistungen - mit ganzheitlichen Kommunikations- und Businesslösungen bis zu langfristigen Markenführungsmandaten sichern sie den Erfolg ihrer Kunden. Die Mitglieder unterziehen sich einem strengen Aufnahmeverfahren und müssen sich über höchste Qualitätsanforderungen ausweisen.

www.leadingswissagencies.ch

Information Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)

Der unabhängige Verband vertritt seit 1950 ausschliesslich die Interessen der Schweizer Werbeauftraggeber. Die heute über 190 Mitglieder repräsentieren etwa 75% Mediaausgaben im Schweizer Werbemarkt. Eines der wichtigsten Ziele des Verbandes sind kompetitive Rahmenbedingungen für die Marketing- und Kommunikationsaktivitäten seiner Mitglieder. Der SWA vertritt u.a. die Werbeauftraggeber mit Sitz und Stimme in allen Schweizer Mediaforschungsinstitutionen. Zudem ist der SWA eines der Gründungsmitglieder des internationalen Verbands „World Federation of Advertisers“ (WFA) und damit ein Teil eines internationalen Netzwerks.

Organisiert ist der Verband mit einer Geschäftsstelle in Zürich einem Vorstand und folgenden Fachgruppen: Integrated Marketing Committee, Media Committee, Digital Committee, Regulation Committee, Sponsoring Committee und Groupe Romand.

www.swa-asa.ch