

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 10. Februar 2020

IAB Fokusgruppe Bewegtbild

Wie misst man den Werbeerfolg von Online Video Ads?

Digital Video geniesst eine hohe Verbraucherakzeptanz und wird gemäss Prognosen 2020 einen grösseren Anteil am Marketingmix haben. Insbesondere im Bereich Mobile Video steigen die Werbeausgaben wie auch die Nutzerzahlen weiterhin an. Dennoch herrscht zum Teil Unsicherheit bezüglich den KPIs und Standards im Bereich Digital Video Ads. Dies hat die Fokusgruppe Bewegtbild des Branchenverbands IAB Switzerland zum Anlass genommen, um mit zwei Publikationen einen Rahmen zu stecken und Hintergrundinformationen zu bieten.

Mit dem «Leitfaden zur Messung der Werbewirkung und des Werbeerfolgs von Online Video Ads» stellt die IAB Switzerland ein Hilfsmittel zur Verfügung, das die spezifischen Anforderungen der Online Video Werbung berücksichtigt und mögliche Methoden und Vorgehensweisen bei der Messung aufzeigt. Als zweite Publikation gibt die Fokusgruppe Bewegtbild der IAB Switzerland eine Übersicht heraus, in der die «Digital Video Ad-Serving Standards VAST & VPAID» für den Schweizer Markt erläutert werden. Patrik Hämmerli, Leiter der Fokusgruppe betont, dass gerade diese zwei Themen immer wieder Diskussions- und Gesprächsstoff bieten, weshalb der Branchenverband die Notwendigkeit für eine einheitliche Vorgehensweise aufzeigen möchte. Als nächstes wird sich die Fokusgruppe der IAB mit dem Thema DAI (Dynamic Ad-Insertion) befassen und auch dazu die Erkenntnisse für den Schweizer Markt erläutern. Weiterhin stehen die Themen Viewability-Messung, Video Ad-Experience und Pricing auf der Agenda.

Der Leitfaden kann unter contact@iab-switzerland.ch bezogen werden (für Nicht-Mitglieder der IAB Switzerland gegen eine Schutzgebühr von CHF35,-). Die Digital Video Ad Serving Standards sind unter <https://www.iab-switzerland.ch/standardsundleitfaeden> abrufbar.

****Ende****

Medienkontakt IAB Switzerland:

Roger Baur (Geschäftsführer)
roger.baur@iab-switzerland.ch
+41 79 788 50 00

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 Fachkreise, Ressorts und Fokusgruppen 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.

Fachkreise: Agenturen, Kunden, Vermarkter/Publisher

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

Fokusgruppen: Bewegtbild, Content Marketing, Mobile, Performance, Programmatic, Search