

P R E S S E M I T T E I L U N G

Vermarkterinitiative „Video Ad Package (VAP)“: Führende Online-Vermarkter vereinheitlichen ihre InPage-Bewegtbildangebote zur Schaffung von Standards

Neue Impulse für die Online-Bewegtbildwerbung: freeXmedia, G+J Electronic Media Sales, InteractiveMedia CCSP, iq digital, Microsoft Advertising, Ströer Interactive, TOMORROW FOCUS Media, United Internet Media und Yahoo! Deutschland ermöglichen einfachere und effizientere Planung, Buchung und Umsetzung von Bewegtbildkampagnen durch einheitlich spezifiziertes InPage-Bewegtbildformate-Set.

Darmstadt/ Düsseldorf/ Hamburg/ Karlsruhe/ München, 07. Juni 2012. Der Markt für Bewegtbildwerbung im Internet boomt. Insbesondere für Branding-Kampagnen setzen immer mehr Werbungtreibende auch online auf die Leistungs- und Wirkungsstärke bewegter Bilder – auch und gerade jenseits klassischer Videoumfelder. Große, aufmerksamkeitsstarke seitenintegrierte Werbeflächen mit hoch emotionalisierender Bewegtbildwerbung und ohne Überlagerungs- oder Unterbrechercharakter bieten optimale Ergänzungen und auch Alternativen zur klassischen TV-Werbung. Aber anders als bei den so genannten In-Stream-Formaten, die mit Pre-, Mid- und Post-Rolls bereits als Standards klassifiziert und kategorisiert sind, fehlen im InPage-Bereich bislang marktübergreifende Spezifikationen bzw. Richtlinien. Eine Vielzahl unterschiedlicher InPage-Bewegtbildwerbformen, Sonderformate sowie Individuallösungen und unterschiedliche technische Spezifikationen, Funktionsumfänge und Formate-Richtlinien schaffen Intransparenz und Unsicherheit im Markt. Sie erhöhen zudem den Aufwand für die Planung, Buchung und Umsetzung von InPage-Bewegtbildkampagnen und behindern damit das weitere Wachstum von Bewegtbildwerbung.



P R E S S E M I T T E I L U N G

Um für Werbungtreibende und Agenturen eine einfache und effiziente Kampagnenabwicklung von der Planung bis zur Auslieferung zu ermöglichen, haben sich die neun führenden Online-Vermarkter freeXmedia, G+J Electronic Media Sales, InteractiveMedia CCSP, iq digital, Microsoft Advertising, Ströer Interactive, TOMORROW FOCUS Media, United Internet Media und Yahoo! Deutschland nach dem Vorbild der Vorgängerinitiative zum Premium Ad Package (PAP) jetzt auf ein einheitlich spezifiziertes InPage-Bewegtformate-Set geeinigt: das „Video Ad Package (VAP)“.

„Unser Ziel ist es, die derzeit im Markt bestehende Unsicherheit in punkto InPage Video Ads zu beseitigen und mit verbindlichen Standards für alle Marktpartner die Aufwände für derartige Kampagnen zu reduzieren und so dieser Werbeform zum endgültigen Durchbruch zu verhelfen. Wir möchten alle Marktpartner zur Beteiligung an dieser Initiative einladen, denn solche gemeinsamen Produktinitiativen haben sich bereits in der Vergangenheit, beispielsweise beim Premium Ad Package, als effizient und erfolgreich für alle Marktteilnehmer erwiesen“, erklären die initiiierenden Vermarkter.

„Video Ad Package“: Die Stars der InPage-Bewegtwerbung

Das neue „Video Ad Package“ umfasst fünf der meist nachgefragten InPage-Bewegtwerbformate: Es reicht vom „Medium Rectangle Spot“, dem Video-Klassiker, über das „Video Interstitial“ mit Fullscreen-Format in Exklusivstellung sowie den „Banderole-Spot“ mit Sticky-Effekt bis zum prominenten „Halfpage Spot Expanding“ und dem dynamischen „Floor Ad“ mit interaktivem Mouse-Over-Effekt. Mit den jetzt einheitlichen technischen Spezifikationen im Hinblick auf Formatgrößen, Dateigewichte und maximale Spotlängen sowie den einheitlichen Formate-Richtlinien u.a. bezüglich des (Auto-)Starts von Sound und Video, der Anzahl der automatischen Wiederholungen (Loop), der Dateiformate, sowie der Steuerungselemente („Stop“, „Pause“/ „Play“, „Ton an/ aus“ etc.) reduziert sich der Mediaplanungs-, Kampagnenbuchungs- und Werbemittelproduktionsaufwand erheblich. So ermöglichen die

P R E S S E M I T T E I L U N G

beteiligten Online-Vermarkter über die Plattformen ihrer Angebote hinweg eine einfache, komfortable und effiziente Umsetzung von InPage-Bewegtbildkampagnen, und das bei einer portfolioübergreifenden Netto-Reichweite von monatlich über 84 Prozent (42,34 Mio. Unique User) und wöchentlich rund 67 Prozent (33,67 Mio. Unique User) der Internetnutzer.* Die vereinheitlichten Funktionsspezifika des „Video Ad Package“ wurden zur finalen technischen Standardisierung bereits den zuständigen Marktgremien im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), allen voran der Unit AdTechnology Standards im Online-Vermarkterkreis (OVK), übergeben.

„Mit der Einigung von neun der größten Online-Vermarkter in Deutschland auf ein einheitlich spezifiziertes InPage-Bewegtbildformate-Set schaffen wir die entscheidende Voraussetzung für eine zügige Standardisierung eines der expansivsten Bereiche der Online-Werbung. Damit geben wir nicht nur entscheidende Wachstumsimpulse in den deutschen Werbemarkt, sondern untermauern einmal mehr die Innovationskraft der Online-Werbeindustrie in Deutschland bei der Beförderung internationaler Standards“, so die an der Standardisierungsinitiative beteiligten Online-Vermarkter abschließend.

* Quelle: AGOF internet facts 2012-02, United Internet Media, Durchschnittliche Woche bzw. Durchschnittlicher Monat, Basis: Onliner WNK (Internetnutzung letzte 3 Monate), Unique User in Prozent bzw. Mio.; eigene Berechnung übergreifende Gesamtnettoreichweite aller beteiligter Vermarkter

Für Rückfragen, Zitate einzelner Vermarkterhäuser und honorarfreies Bildmaterial in druckfähiger Auflösung zum „Video Ad Package“ wenden sich Pressevertreter bitte an die im Folgenden aufgeführten Pressekontakte.

P R E S S E M I T T E I L U N G

<p>freeXmedia GmbH Stephanie Zielinski Senior Marketing Manager Tel.: +49 (0)40 51306-318 E-Mail: stephanie.zielinski@freexmedia.de</p>	<p>G+J Electronic Media Sales GmbH Carola Holtermann c/o Holtermann.CC Tel.: +49 (0)40 328 714 13 E-Mail: holtermann.carola_fr@guj.de</p>
<p>InteractiveMedia CCSP GmbH Christian Endres T-Online-Allee 1 / 64295 Darmstadt Tel.: +49 (0)6151 5002-333 Fax: +49 (0)6151 5002-101 E-Mail: presse@interactivemedia.net www.interactivemedia.net</p>	<p>iq digital media marketing gmbh Beate Sieper Leiterin Communication Kasernenstraße 67 40213 Düsseldorf Tel.: +49 (0)211 887-1066 E-Mail: beate.sieper@iqm.de www.iqdigital.de</p>
<p>Microsoft Advertising Sabine Kaufmann Tel.: +49 (0)89 31-76-7379 E-Mail: sabine.kaufmann@microsoft.com</p>	<p>Ströer Interactive GmbH Ina Dirksen PR & Sales Marketing Manager Stresemannstraße 29 22769 Hamburg Tel.: +49 (0)40 468567 83 E-Mail: i.dirksen@stroeer-interactive.de</p>
<p>TOMORROW FOCUS Media GmbH Sabine Minar Referentin Kommunikation und Investor Relations Neumarkter Straße 61 81637 München Tel.: +49 (0)89 9250-1208 E-Mail: s.minar@tomorrow-focus.de</p>	<p>United Internet Media AG Nadja Elias Leiterin Public Relations – Pressesprecherin Frankfurter Ring 129 80807 München Tel.: +49 (0)89 14339-222 Fax: +49 (0)89 14339-250 E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de</p>
<p>Yahoo! Deutschland GmbH Judith Sterl Director PR Theresienhöhe 12 80339 München Tel.: +49 (0)89 231 97 186 Fax: +49 (0)89 231 97 482 E-Mail: sterlj@yahoo-inc.com</p>	