

Pressemitteilung

## **Zukunft Digital stellt erste marktübergreifende Untersuchung zur Werbewirkung von Video-Ads vor**

München, 26. Februar 2009 – Die renommierten Marken funny-frisch und Chio-Chips von Intersnack sowie Jägermeister kooperieren mit der Forschungsinitiative „Zukunft digital“, um gemeinsam die wesentlichen Erfolgskriterien für Online-Video-Ads zu erforschen. Allein im ersten Halbjahr 2008 haben sich die Investitionen in dieses Werbeformat verdoppelt. Die Studie „Bewegung im Netz“ ist in Zusammenarbeit mit dem Burda Community Network, Tremor Media Europe und der PLAN.NET Gruppe entstanden, durchgeführt von Facit Digital. Sie wird als vierteilige Reihe in regelmäßigen Abständen bis Herbst veröffentlicht werden. Die erste Veröffentlichung gibt einen Überblick über den internationalen Forschungsstand zum Thema „Online Video Ads“ und erste daraus resultierende Handlungsempfehlungen. Wolfgang Bscheid, erster Vorsitzender der Forschungsinitiative „Zukunft Digital“, präsentiert Teil 1 von „Bewegung im Netz“ am 26. Februar 2009 auf dem Deutschen Mediatag in München.

Die Studie zeigt, wie Online-Spots aufbereitet sein müssen, um ihre Kommunikationsziele wie Abverkauf, Image-Aufbau, Relevant Set optimal zu erreichen. Aus den Nutzerbewertungen der variierten Spots entwickeln die Partner aus Industrie, Agenturen und Werbeträger konkrete Handlungsempfehlungen, die die Effizienz dieses wachstumsstarken Kommunikationskanals deutlich steigern werden.

### **Analyse: Gestaltungsparameter, Kommunikationsziele und optimale Platzierung**

Wie bestimmt man die effizienteste Platzierung und optimale Länge von Video-Werbung? Was beeinflusst Akzeptanz von Video-Ads und Pre-Rolls? Antworten auf diese und viele weitere Fragen bilden den Auftakt der Studienreihe „Bewegung im Netz“, basierend auf wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen aus internationalen Studien zu Erfolgsfaktoren von Videowerbung im Internet. Bewegtbildwerbung verzeichnet enorme Wachstumsraten und weist eine hohe Werbewirkung auf. In einzelnen Untersuchungen konnte bereits nachgewiesen werden, wie durch Videowerbung das Markenimage verbessert wurde.

Im zweiten Teil wertet die Forschungsgemeinschaft die erfolgskritischen Gestaltungsparameter von Video-Ads aus. Dazu gehören Faktoren wie Dramaturgie, Kameraeinstellung, Ton und Wiederholungseffekte. Erste Ergebnisse mit konkreten Handlungsempfehlungen werden noch dieses Frühjahr veröffentlicht. Kommunikationsziele sind der Schwerpunkt der nächsten Forschungsstufe. Geklärt wird die Frage, welche Faktoren Image- bzw. Produktkommunikation unterstützen. Dazu stehen folgende Indikatoren im Blickfeld der Forscher: Interaktivität, Transaktion und Web 2.0-Elemente.

Im letzten Schritt untersucht die Forschungsgemeinschaft optimale Platzierungsmöglichkeiten. Im Mittelpunkt steht die Effizienz von Werbefeldern wie die Veröffentlichung von Video-Ads auf Markenwebsites, Online-Portalen, in Mediumfeldern, auf TV- und Videoplattformen sowie über virale Verbreitungswege. Grundlage für „Bewegung im Netz“ ist die repräsentative Befragung von 3.500 Usern.

### **Leitfaden mit Erfolgsfaktoren**

„Im digitalen Bereich entwickelt sich das strategische Ziel der Markenführung von Brand-Presentation zu Brand-Relationship“, sagt Sven Markschläger, Head of Digital Marketing bei Jägermeister.

Jörg Blumtritt, European Operations Officer bei Tremor Media ergänzt: „Mit der Studie wollen wir Unternehmen einen Leitfaden an die Hand geben, der Ihnen an Beispielen aus der Praxis zeigt, wie Sie dieses Ziel erreichen können.“

„Wir haben uns in den letzten Jahren vom klassischen Print-Vermarkter zum 360-Grad-Vermarktungsnetzwerk entwickelt“, sagt Christina Heinz, Head of Research & Development beim Burda Community Network. „Video Ads gehören schon bald in jedes konvergente Vermarktungskonzept. Unsere Werbepartner wollen wir darum zu den Erfolgsfaktoren auf Basis unseres Forschungswissen optimal beraten.“

Teil 1 von „Bewegung im Netz“ steht ab sofort unter [www.zukunft-digital.de](http://www.zukunft-digital.de) zum kostenlosen Download bereit.

### **Über Zukunft Digital:**

Die Forschungsinitiative „Zukunft Digital“ wurde im März 2008 von führenden Wirtschaftsunternehmen und der Agenturgruppe Serviceplan, München, gegründet. Ziel des Vereins ist, das Nutzerverhalten in Neuen Medien zu erforschen und daraus praxisrelevante Handlungsanweisungen für Marketing und Kommunikation zu entwickeln. Dazu organisiert der Verein Studienkooperationen und steht den Mitgliedern als branchenübergreifende Networking-Plattform zur Verfügung.

Das Forschungsrepertoire von „Zukunft Digital“ deckt die gesamte Breite der Neuen Medien ab, etwa Online-Video-Ads, interaktives TV, Mobile TV und In-Game Advertising. Zu den Mitgliedern gehören Axel Springer Digital TV Guide GmbH, IP Deutschland, IGA Worldwide, TVzweignull, TietoEnator, LM Medienberatung und Microsoft Deutschland GmbH. 1. Vorsitzender von „Zukunft Digital“ ist Wolfgang Bscheid. Nähere Informationen, etwa zu den einzelnen Studienprojekten, bietet die Website [www.zukunft-digital.de](http://www.zukunft-digital.de).

#### **Über Tremor Media:**

Tremor Media ist das führende Video-Netzwerk im Online-Werbemarkt. Mit den beiden Videoformaten In-Banner und In-Stream bietet es Werbetreibenden die Möglichkeit, ihre Videowerbung auf über 1.400 Top-Sites mit über einer Milliarde Video Views monatlich zu platzieren.

Tremor stellt darüber hinaus mit der Acudeo Video-Technologie Produkte und Dienstleistungen für die Online-Videowerbung aus einer Hand zur Verfügung und ermöglicht Werbekunden eine maximale Kapitalrendite. Die Full-Service-Lösung von Tremor ist für Werbetreibende und Publisher ein optimales Angebot, um das Internet als leistungsstarkes, interaktives Medium für Videowerbung zu nutzen. Mehr Informationen unter [www.TremorMedia.com](http://www.TremorMedia.com)

#### **Über Burda Community Network:**

Das Burda Community Network (BCN) ist der zentrale Werbevermarkter von Hubert Burda Media. Individuelle Kommunikationslösungen über alle medialen Plattformen sichern den Innovationsvorsprung des BCN im Wettbewerb. Im Mittelpunkt der Kommunikationsaufgaben stehen klassische Printvermarktung, Crossmedia, Performance Based Marketing und direkte Kontakte zum Verbraucher. Das große Print-Angebot ergänzt das BCN daher um Online- und Dialogmarketing, Mobile, Web TV, Events sowie Research zur Messung der Marketing-Effizienz.

#### **Über die PLAN.NET Gruppe**

Die Plan.Net Gruppe ist Top 3 Agentur in Deutschland und mit über 250 Mitarbeitern an mehreren internationalen Standorten eine der führenden Agenturen für interaktive Kommunikation in Europa. Plan.Net bietet Kompetenzen und Kommunikationslösungen, die sich durch Kreativität, Innovation sowie mediale und technische Exzellenz auszeichnen. Marktführend in zukunftsgerichteter Mediaplanung tätig und zudem als eine der kreativ führenden Agenturen positioniert, beschäftigt sich Plan.Net seit längerer Zeit mit der Thematik und dem Potential von Bewegtbild und Video-Advertising und begleitet die Studie mit fundierter inhaltlicher Expertise.

#### **Kontakt:**

Zukunft Digital  
Ruth Schöllhammer  
Tel.: +49 (0) 89 59 98 92 53  
Mail: [ruth.schoellhammer@gmail.com](mailto:ruth.schoellhammer@gmail.com)

Tremor Media  
dot.communications GmbH  
Martina Guckeisen  
Tel.: +49 (0) 89 530 797 101  
Mail: [m.guckeisen@dot-communications.de](mailto:m.guckeisen@dot-communications.de)