

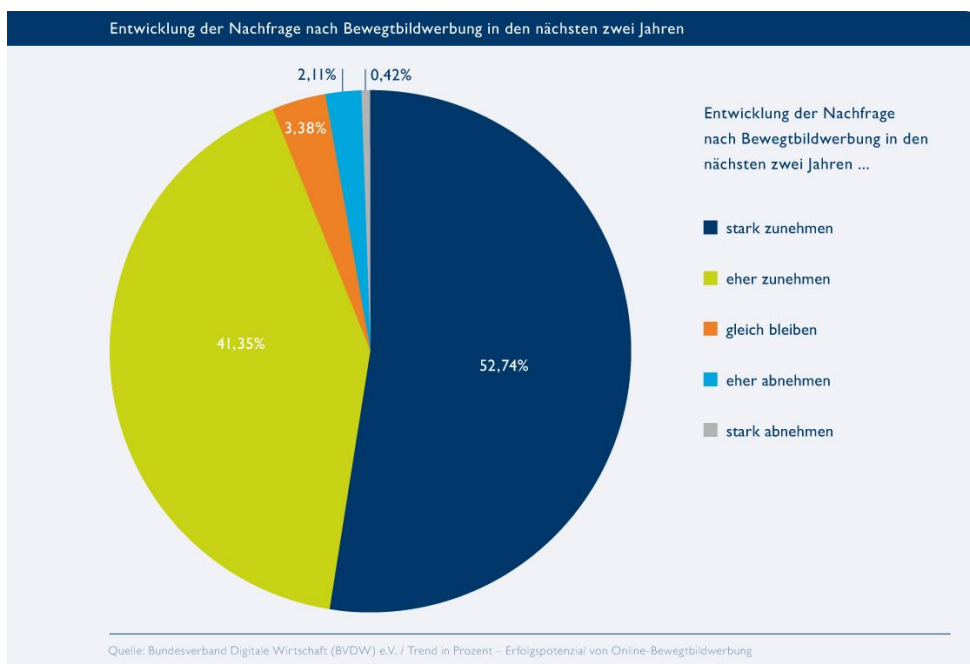
BVDW: Bewegtbildwerbung im Internet nimmt in den nächsten Jahren stark zu

Über 94 Prozent der Befragten erwarten Steigerung der Nachfrage nach In-Stream Video Ads

Düsseldorf, 19. Mai 2011 – Der Anteil an Bewegtbildwerbung im Internet wird in den nächsten zwei Jahren stark zunehmen. Über 94 Prozent der Teilnehmer der Befragung „Trend in Prozent“ des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. gehen von einer Steigerung der Nachfrage nach In-Stream Video Ads aus. Der BVDW befragte gut eine Woche lang schwerpunktmäßig Beschäftigte aus Unternehmen der digitalen Wirtschaft nach dem Erfolgspotenzial von Bewegtbildwerbung. Insgesamt sind rund 250 Fragebögen in die Auswertung eingeflossen. Weitere Informationen unter www.bvdw.org.

Bewegtbildwerbung erfreut sich starker Nachfrage

„Bewegtbildwerbung hat sich in der digitalen Wertschöpfungskette fest etabliert. Immer mehr Unternehmen nutzen Video-Werbung im Internet auf Grund der hohen Wirksamkeit und berücksichtigen sie bei ihrem Einsatz in innovativen Kampagnen. Die starke Nachfrage dieser Werbeform seitens der Werbungtreibenden steigert somit den Anteil am Gesamtwerbemarkt überproportional“, sagt BVDW-Präsident Arndt Groth (Adconion Media Group).



94 Prozent der Befragten erwarten Steigerung der Nachfrage

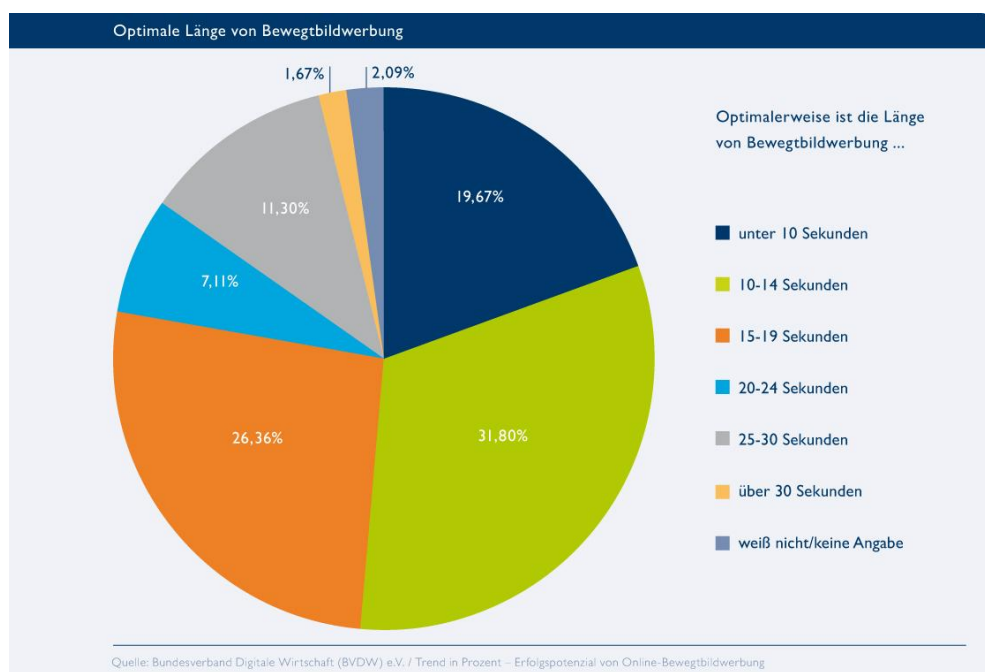
Der Anteil von Bewegtbildwerbung am gesamten Werbemarkt wird in Zukunft stark zunehmen. Laut der aktuellen BVDW-Umfrage gehen über 94 Prozent der Befragten von einer Steigerung der Nachfrage nach Bewegtbildwerbung in den nächsten zwei Jahren aus. Davon prognostizieren rund 53 Prozent eine starke Zunahme. Die Mehrheit der Befragten verspricht sich ein hohes Erfolgspotenzial von Bewegtbildwerbung im Internet und bestätigt somit die bereits im Januar getätigte Prognose der BVDW-Befragung „Trends der digitalen Wirtschaft 2011“, in der Bewegtbildwerbung als ein zentrales Trendthema bewertet wurde.

Hohe Eignung zur Erreichung von Marketing-Zielen

Der Einsatz von Bewegtbildwerbung wird insbesondere als lohnend eingeschätzt, um Produkte neu einzuführen, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen sowie das Image des Unternehmens aufzuwerten. Nach Einschätzung der Befragten eignet sich Bewegtbildwerbung ebenfalls für das Erreichen von Marketing-Zielen im Bereich der Erschließung neuer Zielgruppen, Steigerung des Marktanteils, Stärkung der Kundenbindung, Steigerung des Abverkaufs sowie zur Förderung des Kundendialogs.

Optimale Länge von Videowerbung liegt unter 19 Sekunden

Eine entscheidende Rolle für das Erfolgspotenzial von In-Stream Video Ads spielt die Länge der Werbespots. Die deutliche Mehrzahl der Befragten (78 Prozent) geht davon aus, dass die optimale Länge von Bewegtbildwerbung in jedem Fall unter 19 Sekunden liegen sollte. Der größte Anteil bevorzugt sogar nur 10-14 Sekunden lange Werbespots (32 Prozent). Sehr kurze Werbespots von unter 10 Sekunden werden von 20 Prozent der Befragten befürwortet.



Innovative Inhalte sichern den Erfolg

Das weitaus höchste Erfolgspotenzial wird Bewegtbildwerbung zugeschrieben, welche eigens für den Onlinebereich erstellt wurde. Laut den Befragten liefert eine verkürzte Version eines TV-Werbespots nur mäßigen Erfolg. Dagegen gilt die direkte Adaption einer TV-Werbung für den Einsatz im Internet als kaum erfolgsversprechend.

Mediale Vernetzung als zentrales Erfolgsrezept

Als zentrales Erfolgsrezept empfehlen die Befragten eine mediale Vernetzung der Videospots. Nach ihrer Einschätzung liefern nutzerfreundliche Werbeformate mit interaktiven Elementen und einer direkten Verlinkung auf die beworbenen Produkte und Dienstleistungen eine hohe Erfolgsquote.

Beteiligung der Wirtschaftszweige an der BVDW-Umfrage

Folgende Wirtschaftszweige der digitalen Branche haben sich an der BVDW-Umfrage „Trend in Prozent“ zum Thema „Erfolgspotenzial von Online-Bewegtbildwerbung“ beteiligt: 29 Prozent Full-Service-Internetagenturen, 26 Prozent Online-Vermarkter, zehn Prozent Portalbetreiber beziehungsweise Publisher, acht Prozent Online-Mediaplaner, drei Prozent Online-Händler, zwei Prozent Mobile-Vermarkter sowie über 22 Prozent aus sonstigen Bereichen. Insgesamt sind rund 250 Fragebögen in die Auswertung eingeflossen.

Die komplette Auswertung erhalten BVDW-Mitglieder im geschlossenen MyBVDW-Bereich auf der Website unter www.bvdw.org.

Weitere Informationen auf Anfrage sowie unter www.bvdw.org

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
www.bvdw.org/presseserver/bvdw_tip_bewegtbild/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:
Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
schnoor@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**