

PRESSEMITTEILUNG

## **Viewability Benchmarks von Meetrics: Sichtbarkeitsraten für digitale Ads steigen zweites Quartal in Folge**

**Nach einer Steigerung im zweiten Quartal sind die Sichtbarkeitswerte von Banner Ads auf dem deutschen Online-Werbemarkt auch im dritten Quartal weiter gestiegen. Dies ergibt eine Auswertung des Ad Verification Anbieters Meetrics. Die Viewability-Raten für Video Ads befinden sich ebenfalls auf hohem Niveau.**

**Berlin, 02. November 2017** – Die aktuellen Meetrics Viewability Benchmarks zeigen, dass sich die Sichtbarkeitsraten für digitale Ads im deutschen Markt auch im dritten Quartal 2017 weiter im Aufwärtstrend befinden. Im Vergleich zum zweiten Quartal konnte sich die Sichtbarkeitsrate für Display-Werbekampagnen um einen weiteren Prozentpunkt steigern und liegt nun bei 58 Prozent. „Diese anhaltend positive Tendenz ist für uns ein Zeichen, dass die Bemühungen, die Sichtbarkeit von Werbeanzeigen zu steigern, Früchte tragen“, so Max von Hilgers, Managing Director und Co-Founder von Meetrics.

Erstmals liegt im europaweiten Ranking Italien mit einer Sichtbarkeitsrate von 68 Prozent ganz vorne. Der bisherige Spitzenreiter Österreich folgt mit 67 Prozent (-2 Prozentpunkte im Vergleich zum 2. Quartal) auf Rang zwei. Deutschland liegt im Vergleich der größten europäischen Märkte weiterhin hinter Frankreich (59 Prozent, +1 Prozentpunkt im Vergleich zum 2. Quartal) auf Rang vier. Großbritannien befindet sich mit einer Sichtbarkeitsrate von 52 Prozent auf dem letzten Rang.

### **Videomessungen erreichen erneut gute Sichtbarkeitsraten**

Auch die international erhobenen Viewability-Raten für Video Ads befinden sich mit 80 Prozent erneut auf einem sehr hohen Niveau. Grund hierfür sind u. a. die effizienten In-Stream Platzierungen von Video Ads. „Die Video Viewability Benchmarks sollten uns als Vorbild dienen, diese auch bei Banner Ads zu erreichen. Zu viel Budget geht noch verloren und Werbebotschaften werden nicht richtig transportiert. Im deutschen Markt gibt es immer noch viel zu tun. Advertiser, Publisher und Agenturen sollten gleichermaßen Initiative zeigen, gute Viewability-Werte zu erreichen und dazu alle technischen Hilfsmittel nutzen“, so Max von Hilgers weiter.

Die kompletten Viewability Benchmarks mit der detaillierten Auflistung unterschiedlicher Banner-Formate stehen auf der [Meetrics-Webseite](#) zum kostenfreien Download zur Verfügung. In den vierteljährlichen Reportings gibt Meetrics einen Überblick zu Sichtbarkeitsraten und durchschnittlichen Sichtbarkeitsdauern. Grundlage für Meetrics' Viewability Benchmarks ist die Richtlinie „50/1“ des IAB und des Media Rating Councils (MRC). Demnach müssen mindestens 50 Prozent der Werbemittelfläche für mindestens eine durchgehende Sekunde im sichtbaren Bereich des Browsers gewesen sein. Bei Video Ads lautet die Empfehlung „50/2“, d.h. das Werbemittel muss mindestens mit 50 Prozent seiner Fläche für wenigstens 2 Sekunden sichtbar geworden sein.

**Über Meetrics**

Meetrics wurde 2008 gegründet und bietet innovative Lösungen an, um die Qualität des Online Marketings zu verbessern und Transparenz sowie Effizienz des Online-Werbemarkts zu steigern. Meetrics ermöglicht die Messung der Sichtbarkeit von Online Ads und somit die Kontrolle über Werbeumfelder. Zudem können Werbetreibende Informationen über den Erfolg der Kampagne in der eigenen Zielgruppe erhalten und vor betrügerischen Werbeplatzierungen (Fraud) geschützt werden. Meetrics verfügt als erstes europäisches Unternehmen über die Akkreditierung des relevantesten Industriegremiums, das MRC, für Sophisticated Fraud Detection sowie für Mobile Web- und In-App-Viewability-Messungen. Zudem wurde Meetrics durch das ABC/JICWEBS-Komitee zertifiziert und unterstützt die Viewability-Initiativen von BVDW, CESP und IAB Austria. Weltweit führende Unternehmen wie L'Oréal, General Motors, Beiersdorf oder Ferrero vertrauen auf Meetrics' Produkte und Services. Wenn es um die Optimierung von digitalem Mediaplatz geht, setzen zudem renommierte Vermarkter wie AOL, Condé Nast, RTL und Sanoma auf Meetrics' langjährige Erfahrung. Vor kurzem konnte Meetrics als erstes europäisches Ad Verification Unternehmen die Partnerschaft mit Facebook verkünden. Zukünftig kann somit die Sichtbarkeit von Ads im größten sozialen Netzwerk neutral gemessen werden.

**Bei Rückfragen und für weitere Informationen kontaktieren Sie gerne:**

Friederike Pries

Marketing und PR Manager, Meetrics GmbH

+49 30 609 8464 77

[friederike.pries@meetrics.com](mailto:friederike.pries@meetrics.com)

[www.meetrics.com/benchmarks](http://www.meetrics.com/benchmarks)