

PRESSEMITTEILUNG

Meetrics Viewability Benchmarks: Sichtbarkeitsrate von Display-Werbung rutscht im Weihnachtsgeschäft deutlich ab

Zum Jahresende ist die Sichtbarkeitsrate von Display-Werbung in Deutschland signifikant zurückgegangen: Im vierten Quartal 2018 sank die Viewability auf 55 Prozent. Im europäischen Vergleich liegt Deutschland damit knapp unter dem Durchschnitt (58 Prozent). Das zeigt die aktuelle Analyse des Ad Verification Anbieters Meetrics.

Berlin, 17. Januar 2019 – Die Sichtbarkeitsraten für Display Ads sind im letzten Quartal des Jahres 2018 deutlich gesunken: Nur 55 Prozent der ausgespielten Ad Impressions kommen in Deutschland tatsächlich bei den Nutzern an. Im dritten Quartal lag der Wert noch bei 62 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle „Viewability Benchmarks“-Report, den der Ad Verification Anbieter Meetrics herausgegeben hat. Im Vergleich mit anderen europäischen Märkten liegt der deutsche Onlinewerbemarkt damit 3 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt (58 Prozent). Bis auf Frankreich (+5 Prozentpunkte auf 63 Prozent) verzeichneten alle erfassten Märkte Einbußen in der Sichtbarkeit: Besonders Italien (-7 Prozentpunkte auf 45 Prozent) erfährt einen starken Rückgang. In Großbritannien (-2 Prozentpunkte auf 57 Prozent) und der Schweiz (-2 Prozentpunkte auf 53 Prozent) beispielsweise sind die Auswirkungen geringer.

„Der Rückgang in der Viewability sieht dramatisch aus, lässt sich aber saisonbedingt erklären. Im Weihnachtsgeschäft wollen viele Unternehmen ihre Ads platzieren, allerdings sind die Premium Slots natürlich begrenzt. Wird dann nicht mit Ad Verification Maßnahmen gegengesteuert, landet Branding Werbung häufiger auf Werbeplätzen, wo sie keine Sichtbarkeit und Wirkung erzielt und die Viewability Rate sinkt“, so Philipp von Hilgers, Managing Director und Co-Founder von Meetrics.

Viewability von Video Ads erneut gestiegen

Die Sichtbarkeitswerte für Video Ads haben im vierten Quartal dagegen in Deutschland noch einmal deutlich zugenommen: Mit 81 Prozent ist die Viewability um 7 Prozentpunkte höher als im vorausgegangenen Quartal und erreicht einen Jahreshöchstwert. Damit liegt der deutsche Onlinewerbemarkt bei den Sichtbarkeitswerten für Video Ads erneut deutlich über dem europäischen Durchschnitt von 56 Prozent.

Die kompletten Viewability Benchmarks mit einer 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 die Meetrics Viewability Benchmarks ist die Richtlinie „50/1“ des IAB und des Media Rating Council (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

Seit 2008 bietet Meetrics innovative Lösungen an, um die Qualität des Online Marketings zu steigern und leistet damit einen Beitrag zu einem transparenteren und effektiveren digitalen Ökosystem. Neben der Sichtbarkeitsmessung von Online Ads ermöglicht Meetrics die Kontrolle über Werbeumfelder, Zielgruppen und schützt vor betrügerischen Werbeplatzierungen. Meetrics verfügt als erstes europäisches Unternehmen über die Akkreditierung des MRC (Media Rating Council – relevantestes Industriegremium) für Sophisticated Fraud Detection sowie für Mobile Web- und In-App-Viewability-Messungen. Weltweit führende Unternehmen vertrauen auf Meetrics' Produkte und Services. Meetrics arbeitet zudem als erstes europäisches Ad Verification Unternehmen als Partner mit Facebook und Google zusammen und ermöglicht die neutrale Messung der Sichtbarkeit von Ads im größten sozialen Netzwerk.

Bei Rückfragen und für weitere Informationen kontaktieren Sie gerne:

Sönke Arndt, FAKTOR 3
meetrics@faktor3.de

Philipp von Hilgers, Meetrics
marketing@meetrics.com