

## **Meetrics Viewability Benchmarks: Im vierten Quartal hatte nur 55 Prozent der Display Werbung eine Chance gesehen zu werden**

**Im vierten Quartal 2019 liegt die Sichtbarkeitsrate von Display-Werbung in Deutschland bei 55 Prozent und für Bewegtbildwerbung bei 92 Prozent. Die Sichtbarkeitsrate für Display Werbung ist damit um drei Prozent gefallen im Vergleich zum dritten Quartal. Die Sichtbarkeitsrate für Video ist dagegen im selben Vergleichszeitraum um ein Prozent gestiegen.**

**Berlin, 16. Januar 2020** – Die erhöhte Nachfrage nach Werbeinventar im vierten Quartal 2019 ist auf die Kosten der Sichtbarkeit gegangen. Dieses Ergebnis ist dem aktuellen „Viewability Benchmarks“-Report, den der führende europäische Messtechnologie- und Datenanbieter Meetrics herausgegeben hat, zu entnehmen. Der Benchmark-Report beinhaltet darüber hinaus eine detaillierte Übersicht zu einzelnen Ad-Formaten und Benchmarks für weitere Märkte. In dem Benchmark-Report werden auch die häufigsten Gründe für fehlende Sichtbarkeit nach ihrer prozentualen Verteilung ausgewiesen. Nicht optimale Positionen von Displaywerbung sind die häufigsten Gründe, gefolgt von Wechseln zu anderen Browser-Tabs. Für Werbetreibende hält Meetrics Benchmarks für spezielle Branchen wie Automotive, Finance, FMCG oder Fashion bereit.

“Ein hoher Anteil an Video und Display-Werbung, der nicht sichtbar wird, stellt für viele Werbetreibenden ein Akzeptanzproblem dar. Durch Ad Verification-Maßnahmen und vertraglich eingeräumten Leistungsgarantien versuchen sich eine zunehmende Anzahl an Werbetreibenden vor nicht einkalkulierten Verlusten zu schützen. Mit unseren Benchmarks geben wir den Markt die nötige Orientierung, welche Leistungskennzahlen vorherrschen und liefern die Basis für realistische Optimierungsansätze“, erläutert Philipp von Hilgers, Managing Director und Co-Founder von Meetrics.

Die kompletten “Viewability Benchmarks“-Reports mit einer detaillierten Auflistung unterschiedlicher Banner-Formate stehen auf der Meetrics-Webseite zum kostenfreien [Download](#) zur Verfügung. In den vierteljährlichen Reports 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 entwickelt Meetrics innovative Lösungen, um die Qualität des digitalen Marketings zu steigern. Die Lösungen von Meetrics ermöglichen die Sichtbarkeit und die Auslieferungsqualität von Digital-Kampagnen nachvollziehbar und unabhängig zu verifizieren und zu verbessern. Das in Berlin gegründete Unternehmen leistet damit einen entscheidenden Beitrag, um die Transparenz und Effizienz im digitalen Werbemarkt zu erhöhen - und das weltweit. Neben der Sichtbarkeitsmessung von Online Ads schaffen Meetrics' Messungen und Analysen mehr Kontrolle über Werbeumfelder und Zielgruppen und schützen vor betrügerischen Werbeplatzierungen. Dabei sind alle Lösungen für Display, Mobile und natürlich auch Video anwendbar. Somit können Ausgaben gezielt gesteuert, Platzierungen präziser gewählt und am Ende der ROI und der Erfolg der Kampagnen gesteigert werden.

Meetrics verfügt als einziges europäisches Unternehmen über die Akkreditierung des relevantesten Industrie-Gremiums, dem Media Rating Council, sowohl für die Messung der Viewability von Display- und Video Ads als auch von SIVT, also Ad Fraud. Des Weiteren setzt sich Meetrics weltweit in Arbeitsgruppen der führenden Verbände wie dem WFA und IAB für die Schaffung höherer Industriestandards ein und ist Mitglied des IAB Tech Lab. Meetrics arbeitet zudem als einziger europäischer Anbieter für neutrale Viewability-Messungen als Partner mit Facebook und Google zusammen.

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

Anke Hauptmann  
pr@meetrics.com

Firmenanschrift  
Meetrics GmbH  
Alexanderstraße 7  
DE-10178 Berlin  
mail@meetrics.com