

Meetrics Viewability Benchmarks Q2/2020: Die Sichtbarkeitsraten von Display-Werbeinblendungen steigen weiter an

Die Sichtbarkeit von Display-Formaten nimmt sowohl in Deutschland als auch international weiter zu. Ursache sind veränderte Mediennutzungsgewohnheiten in der Corona-Krise. Im Video-Bereich ist die Sichtbarkeit der Werbung gleich geblieben.

Berlin, 13. Juli 2020 – Display-Kampagnen profitieren von dem weniger ausgeschöpften Angebot an gut und lange sichtbaren Werbeplätzen. Dieses Ergebnis geht aus dem aktuellen „Viewability Benchmarks“-Report, den der führende europäische Messtechnologie- und Verifizierungsanbieter Meetrics herausgegeben hat, hervor. 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 und welche positive und negative Trends in den verschiedenen Märkten für die Mediaplanung zu beachten sind.. Nicht optimale Positionen von Displaywerbung sind weiterhin die häufigsten Gründe für fehlende Werbesichtbarkeit. Für Werbetreibende hält Meetrics Benchmarks für spezielle Branchen wie Automotive, Finance, FMCG oder Fashion bereit.

„Die zurückliegenden Monate hatten massive Folgen für die Qualität der Werbeausspielungen. Die geringere Nachfrage nach Werbeplätzen bei erhöhter Mediennutzung ermöglichte, leichter denn je die Ausspielungsqualität der Werbung zu erhöhen. Für das kommende, entscheidende Quartal hält unser Report wichtige Basisdaten bereit, um zu optimalen Ergebnissen zu kommen.“, 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:

Hendrik Wistuba
pr@meetrics.com

Firmenanschrift
Meetrics GmbH
Alexanderstraße 7

DE-10178 Berlin
mail@meetrics.com