crossvertise

WERBEWISSEN

Das e-Paper der Werbe-Experten / / **ONLINEWERBUNG**



- Einführung
- Werbeformen
- Video Ads

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung....1

2 IAB Standard Banner 2

3 High Impact Banner 4

4 Video-Ads 6

1 Einführung

Die Werbeformen im Internet sind äußerst vielfältig und entwickeln sich ständig weiter. Die wichtigsten Werbeformen sind Display Advertising (Bannerwerbung), Online-Audio Ads, Suchmaschinenmarketing, (SEA/SEO) und Social Media Marketing.

Als **Display Advertising** werden Online-Werbemaßnahmen bezeichnet, bei denen grafische Werbemittel wie Banner, Videos, Animationen und/oder Bilder zum Einsatz kommen. Die Werbemittel können dabei **statisch** (unbewegtes Banner, Format: JPG, GIF), **animiert** (bewegtes Banner, Format: HTML 5, GIF) oder **dynamisch** (auf Surfverhalten abgestimmte Inhalte, Format: HTML 5) sein.

Bannerwerbung kann auf allen Endgeräten wie Tablet, Smartphone oder Desktop ausgestrahlt werden. Durch den Einsatz von genauen Targetingstrategien kann gewährleistet werden, dass die richtige Zielgruppe am richtigen Ort erreicht wird.

Abhängig von Größe und Platzierung erreichen Banner heutzutage durchschnittliche Klickraten (CTR) von deutlich unter 1 %, meistens zwischen 0,1 bis 0,2 %.

Es ist anzumerken, dass es dem Webseiten-Betreiber überlassen bleibt, welche Formate und Dateitypen er als Werbung in seiner Seite einbinden möchte. Zusätzlich sind neben der Größenangabe noch weitere Vorgaben des jeweiligen Seiten-Betreibers zu beachten, die sich i.d.R. auf den Dateityp (z.B. „.jpg“ oder „.gif“) und die Dateigröße (z.B. max. 150 KB) beziehen.



Clickrate (CTR)

Die Click-Through-Rate (CTR = Klickrate) gibt das Verhältnis zwischen Werbeeinblendungen und Klicks an. Damit sind auch Maßnahmen mit unterschiedlichen Aussendemengen vergleichbar.

2 IAB Standard Banner

Im Bereich Display Advertising gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Formate. Die gängigsten Formate haben eine eigene Bezeichnung. Grundsätzlich werden Bannerformate in Pixel angegeben. "IAB" steht für Interactive Advertising Bureau Inc. Dabei handelt es sich um eine Organisation, die die Interessen von Unternehmen der digitalen Werbe- und Medienindustrie vertritt. Sie sorgt für Vereinheitlichung und Standardisierung zur besseren Nutzung digitaler Werbekanäle. IAB Standard Banner werden auf Desktop, Tablet und Mobile ausgespielt.

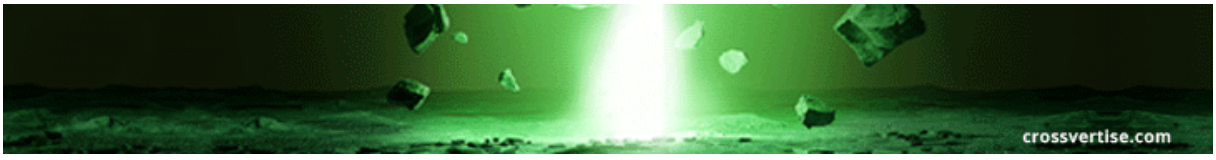
Formate im Überblick:

- ✓ Super Banner / Leaderboard (728 x 90 px)
- ✓ Medium Rectangle / Content Ad (300 x 250 px)
- ✓ Skyscraper (120 x 600 px)
- ✓ Wide Skyscraper (160 x 600 px)

Mobile Format (zusätzlich):

- ✓ Mobile Leaderboard (300 x 50 px oder 320 x 50 px)

Beispielbilder:



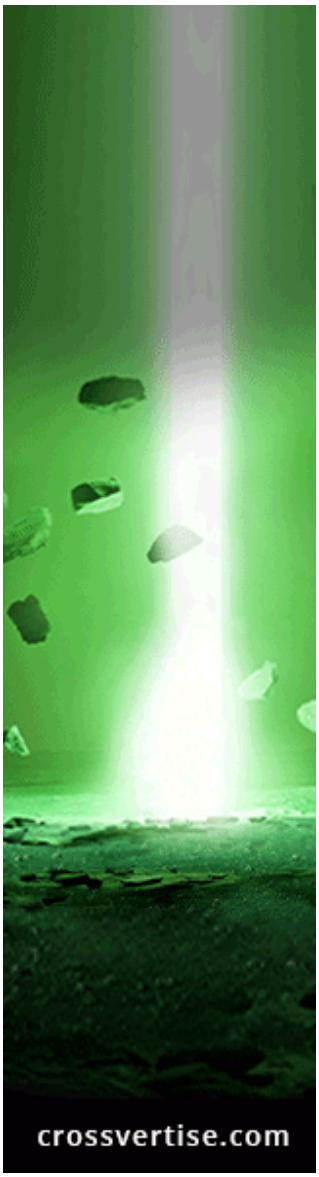
Super Banner / Leader Board 728 x 90 px



Mobile Leaderboard 300 x 50 px oder 320 x 50 px



Medium Rectangle / Contend Ad 300 x 250 px



Wide Skyscraper 160 x 600 px

3 High Impact Banner

Mit den großflächigen High Impact Bannern erzeugen Sie besondere Aufmerksamkeit, denn aufgrund ihrer Größe fallen sie sofort ins Auge. High Impact Banner sind vor allem für Branding-Kampagnen geeignet. High Impact Banner werden auf Desktop, Tablet und Mobile ausgespielt.

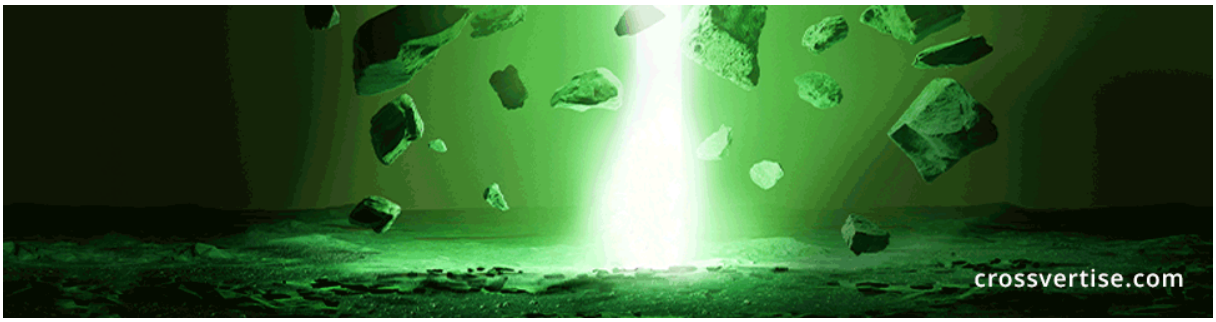
Formate im Überblick:

- ✓ Billboard Interstitial (970x250 px)
- ✓ Half Page / Large Skyscarper (300x600 px)
- ✓ Large Rectangle (336x280 px)

Mobile Format (zusätzlich):

- ✓ Mobile Interstitial (320 x 480 px)
- ✓ Tablet Interstitial (1024 x 768 px)

Beispielbilder:



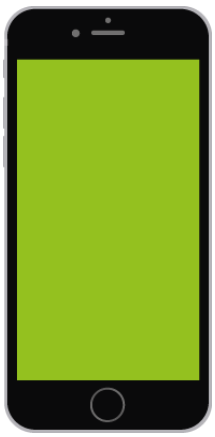
Billboard Interstitial 970 x 250 px



Halfpage / Large Skyscarper 300 x 600 px



Large Rectangle 336x280 px



Mobile Interstitial (320 x 480 px)

4 Video-Ads

Video Ads sind kurze Werbespots, die in einem Videoplayer vor, während oder nach der Ausstrahlung der Video-Inhalte geschaltet werden. Diese Werbeform eignet sich vor allem für Branding-Kampagnen und für die Verknüpfung von digitaler und linearer TV-Werbung.

Bei Video-Ads werden im Wesentlichen zwei verschiedene Arten unterschieden: **In-Stream Video Ads** und **Out-Stream-Video Ads**.

Out-Stream-Video Ads werden innerhalb einer Website in einem typischen Bannerformat eingebunden und starten automatisch beim Seitenaufruf oder bei Interaktion (Mouseover). Das Video erscheint zwischen zwei Absätzen eines redaktionellen Beitrags (In-Read, auch In-Feed) oder innerhalb klassischer Banner (In-Page). Diese Video Ads bestehen aus der reinen Werbebotschaft.

In-Stream Video Ads dagegen sind Werbeclips, die in Online-Videos (z.B. Videoportale wie YouTube oder Mediatheken von Fernsehsendern wie RTL+ oder joyn) eingebunden werden. Diese Online-Videos starten typischerweise erst mit dem Klick des Nutzers. Zusätzlich werden In-Stream Video Ads in „**linear Video Ads**“ und „**non-linear Video Ads**“ unterteilt:

Linear Video Ads:	Non-linear Video Ads:
Eine linear Video-Anzeige wird als eine Art Werbespot vor (Pre-Roll), zwischen (Mid-Roll) und nach (Post-Roll) einem Video geschaltet. Kennzeichnend ist demnach, dass der Werbespot **nicht zeitgleich** mit dem Video-Content abgespielt wird. Dadurch schenkt der Internetznutzer dieser Art der Bannerwerbung höchste Aufmerksamkeit.	Eine non-linear Video-Anzeige spielt sich im Gegensatz zu einer linear Video-Anzeige **während** des Video-Contents ab. Dadurch erhält die Werbebotschaft nicht die volle Aufmerksamkeit des Internetnutzers.

In-Stream Video Ads - Formen

Pre-Roll



Die Pre-Roll wird **vor** dem eigentlichen Video eingeblendet und erzielt dadurch **große Aufmerksamkeit.** Sie ist die am häufigsten verwendete In-Stream-Form.

Mid-Roll



Die Mid-Roll unterbricht das eigentliche Video und wird **während** dem Inhalt eingeblendet.

Post-Roll



Die Post-Roll läuft **nach** dem eigentlichen Video.

Out-Stream Video Ads - Formen

Out-Stream wird unterschieden in In-Page und In-Feed (auch In-Read genannt).

In-Page

In-Page Video Ads bezeichnen Videowerbung auf Webseiten ohne eigenen Player. Sie läuft innerhalb klassischer Banner. Empfohlen werden dabei v.a. Großformate wie:

Half Page



Sitebar



In-Feed (auch In-Read)

In-Feed bezeichnet bezeichnen Videowerbung auf Webseiten ohne eigenen Player. Der Werbespot wird zwischen Textabschnitten angezeigt und beim Scrollen aktiviert.



Dieses ePaper ist ein Download
der **crossvertise GmbH**

crossvertise GmbH
Königinstr. 59
D-80539 München

www.crossvertise.com

