



OVK begrüßt Viewability-Initiative des Media Rating Council (MRC) und des Interactive Advertising Bureau (IAB)

OVK begrüßt Viewability-Initiative des Media Rating Council (MRC) und des Interactive Advertising Bureau (IAB) - Viewability als additiver Leistungswert zur Qualitätsbewertung zweckmäßig - Kennziffer 50/1 für Standardwerbformen greift Empfehlung des OVK auf - Richtwert kann aufgrund fehlender Messstandards bis auf Weiteres keine Währung sein - Marktimplementierung erfordert konzentrierte Aktion aller Marktteilnehmer - Der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. begrüßt die jüngst veröffentlichte "Richtlinie zur Messung der Viewable Ad Impression" des Media Rating Council (MRC) und des Interactive Advertising Bureau (IAB), insbesondere die Übernahme des von den deutschen Vermarktern empfohlenen Richtwerts 50/1 für Standard-Online-Display-Ads. Gleichzeitig betont das Gremium aber die Notwendigkeit, den Besonderheiten des deutschen Marktes, insbesondere im Hinblick auf das zentrale Thema Messung, Rechnung zu tragen. Unverändert betrachtet der OVK die Erhebung und Ausweisung zusätzlicher, qualitativer Leistungswerte wie u.a. der Viewability als essenziell für eine ganzheitliche Qualitätsbetrachtung und -optimierung von Online-Display-Werbung. Vor diesem Hintergrund und in Anbetracht des Bedeutungsgewinns der Sichtbarkeit für die Kampagnenbewertung unterstützt der OVK die Viewability-Richtlinie des MRC und des IAB sowohl im Hinblick auf die Definition der Viewable Display Ad Impression als auch den Richtwert 50/1 für Standardwerbformen; dieser war vom Gremium der führenden deutschen Online-Vermarkter bereits im vergangenen Jahr empfohlen worden. Gleichzeitig betont der OVK aber, dass der Viewability-Richtwert aufgrund des Fehlens eines einheitlichen Messstandards und -verfahrens sowie noch nicht übergreifend angepasster und harmonisierter Aussteuerungs- und Abrechnungssysteme und -prozesse bis auf Weiteres keine Währung und damit auch keine Abrechnungsgröße sein kann. Hier sieht der OVK weiterhin die Ad Impression als Abrechnungsgrundlage. Für eine zügige Umsetzung und Bereitstellung eines standardisierten Viewability-Richtwerts gemeinsam mit den relevanten Marktpartnern - neben den Werbetreibenden und Mediaagenturen insbesondere Technologiesdienstleister wie Adserveranbieter sowie Messdienstleister - schlägt der OVK jetzt die folgenden nächsten Schritte und Maßnahmen vor:

1. Einigung der Werbetreibenden, Mediaagenturen und Vermarkter auf den vorgeschlagenen marktstandardisierten Richtwert 50/1 für Standardwerbformen sowie weitere marktstandardisierte Richtwerte für Sonderwerbformen (Vorschlag des OVK: 30/1) und Bewegtbild
2. Festlegung eines standardisierten Messpunkts (hier spricht sich der OVK für den Werbeplatz aus) und eines standardisierten Messverfahrens
3. Konzeption einer Selbstregulierung und, so von den relevanten Marktpartnern als sinnvoll erachtet, Zertifizierung der an der Messung beteiligten Dienstleister
4. Definition und Umsetzung der notwendigen Harmonisierungsmaßnahmen bei Auslieferungs- und Abrechnungssystemen

Ziel seitens des OVK ist es, die notwendigen Standardisierungsschritte bis Ende 2015 abgeschlossen zu haben. Valide und aussagekräftige mehrdimensionale Leistungswerte sind für eine ganzheitliche Qualitätsbetrachtung und -bewertung von Online-Media unverzichtbar. Der OVK hat sich für die Bereitstellung eines dem entsprechenden Leistungswerts in Gestalt des O-Werts ausgesprochen. Leider misst der Markt einer weniger aussagekräftigen, monolithischen Kennziffer wie der Viewability derzeit eine höhere Bedeutung bei als dem ganzheitlichen Ansatz des O-Wertes und fordert eine solche nachdrücklich. Darauf müssen wir reagieren", erklärt Björn Kaspring, Sprecher OVK und im Gremiovorsitz für den Bereich Leistungswerte verantwortlich. "Der OVK hat daher entschieden, die Einführung des O-Werts bis auf Weiteres zurückzustellen, um sich vorrangig auf die Standardisierung der Viewability als einen zusätzlichen qualifizierenden Leistungswert zu konzentrieren und die dafür notwendigen, skizzierten Standardisierungsmaßnahmen schnellstmöglich umzusetzen."

Kontakt: Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf www.bvdw.org

Über den BVDW: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben und im Bereich der digitalen Wertschöpfung tätig sind. Mit Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichsten Segmenten der Internetindustrie ist der BVDW interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der Digitalen Wirtschaft. Der BVDW hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Angebote - Inhalte, Dienste und Technologien - transparent zu machen und so deren Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Außerdem ist der Verband kompetenter Ansprechpartner zu aktuellen Themen und Entwicklungen der Digitalbranche in Deutschland und liefert mit Zahlen, Daten und Fakten wichtige Orientierung zu einem der zentralen Zukunftsfelder der deutschen Wirtschaft. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen, nationalen und internationalen Interessengruppen unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Fußend auf den Säulen Marktentwicklung, Marktaufklärung und Marktregulierung bündelt der BVDW führendes Digital-Know-how, um eine positive Entwicklung der führenden Wachstumsbranche der deutschen Wirtschaft nachhaltig mitzugestalten. Gleichzeitig sorgt der BVDW als Zentralorgan der Digitalen Wirtschaft mit Standards und verbindlichen Richtlinien für Branchenakteure für Markttransparenz und Angebotsgüte für die Nutzerseite und die Öffentlichkeit. Wir sind das Netz.

Nadja Elias, Leiterin Public Relations - Pressesprecherin
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_=573774" width="1" height="1">

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.

40212 Düsseldorf

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert,

praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW.