



BVDW-Umfrage: Bewegtbild genießt hohen Stellenwert in der digitalen Wirtschaft

BVDW-Umfrage: Bewegtbild genießt hohen Stellenwert in der digitalen Wirtschaft
Experten erwarten höchste Bedeutung für Bewegtbildwerbung und professionelle Videoinhalte / Entwicklung am Bewegtbildwerbemarkt erfährt deutliche Beschleunigung / Social Sharing wird zum Erfolgsfaktor für Bewegtbildinhalte
Düsseldorf, 14. Mai 2013 - In den nächsten zwei Jahren wird Bewegtbild als Werbeformat und als professioneller Videoinhalt eine sehr hohe Bedeutung in der Digitalbranche besitzen. Hingegen sollen nutzergenerierte Videoinhalte über ihre derzeitige mittelmäßige Bedeutung nicht hinauskommen. Dies geht aus der aktuellen Expertenbefragung "Trend in Prozent" des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. Nach Einschätzung der Experten wird der Klick allein zur Erfolgsmessung von Bewegtbildwerbung nicht mehr ausreichen: Viewtime, Click to play und Visibility zählen für die Mehrheit der Befragten zu den idealen Leistungsmerkmalen. Zugleich wird die Relevanz von Social Sharing für Bewegtbildinhalte in Zukunft steigen. In ihrem Urteil kommen die Befragten zum Schluss, dass der Bewegtbildwerbemarkt deutlich durch Standardisierung und mobile Endgeräte beschleunigt wird. Weitere detaillierte Ergebnisse der Expertenbefragung stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.
Holger Schöpfer (Videoplaza), Sprecher des Forums Bewegtbild im BVDW: "Bewegtbild etabliert sich als eine zeitgemäße Form der Kommunikation am digitalen Werbemarkt. Zu den künftigen Erfolgsfaktoren zählen speziell für Bewegtbild entwickelte Leistungsmerkmale, standardisierte Bewegtbildformate und mobile Verfügbarkeit. Gerade Bewegtbild ermöglicht eine emotionale Zielgruppenansprache, durch die Nutzer als potenzielle Multiplikatoren aktiviert und zur Interaktion motiviert werden können."
Bewegtbild gewinnt als digitales Geschäftsmodell an Bedeutung
Das Ergebnis der BVDW-Expertenbefragung bestätigt, dass Bewegtbild für die Unternehmen der digitalen Wirtschaft von hoher Bedeutung ist. Aktuell bescheinigen vier von fünf Umfrageteilnehmern (82,5 Prozent), dass Bewegtbild als Werbeformat eine mittelmäßige oder hohe Bedeutung besitzt. In Zukunft erfährt die Bedeutung von Bewegtbild eine weitere Steigerung: Neun von zehn der Befragten (89,9 Prozent) räumen Bewegtbild als Werbeformat in zwei Jahren sogar eine hohe bis sehr hohe Bedeutung ein. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage nach dem Potenzial von Bewegtbild als professionelle Videoinhalte. Während heute nur 68,8 Prozent von einer mittelmäßig bis hohen Bedeutung sprechen, rechnet eine große Mehrheit von 88,6 Prozent der Experten, dass Bewegtbild als professionelle Videoinhalte in Zukunft eine hohe bis sehr hohe Bedeutung für die Branche besitzen wird.
Auf die Frage nach der Relevanz von nutzergenerierten Bewegtbildinhalten gibt die Mehrheit der Experten sowohl aktuell als auch in zwei Jahren an, dass die Bedeutung eher mittelmäßig für die Geschäftsmodelle der Digitalbranche ist.
Der Klick alleine reicht nicht mehr als Leistungsmerkmal aus
Mehr als drei Viertel der Experten (76,6 Prozent) stimmen der Aussage zu, dass der Klick allein nicht mehr ausreicht, um Bewegtbildwerbung angemessen zu bewerten. Ihrer Einschätzung zufolge müssen weitere Kennzahlen ergänzt werden. Für die Erfolgsmessung von Bewegtbildwerbung eignen sich laut Mehrheit der Experten die Leistungsmerkmale Viewtime (87 Prozent), Click-to-play (63,5 Prozent) und Visibility (57,3 Prozent). Die bislang zur Messung angewandte Klickrate erachtet nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten (52,1 Prozent) als geeignet. Weitere Leistungsmerkmale wie Brutto-Reichweite (46,4 Prozent), Ad Impressions (40 Prozent) oder Sound Activation (17,2) erhalten geringere Zustimmung.
Bewegtbild beschleunigt Entwicklung am digitalen Werbemarkt
Eine hohe Zustimmung der Umfrageteilnehmer (70,4 Prozent) erhält die These, dass standardisierte Bewegtbildformate signifikant die Nachfrage und das Wachstum des Bewegtbildmarktes beschleunigen. Weitere 69,1 Prozent der befragten Experten stimmen zu, dass mobile Endgeräte die Entwicklung von Bewegtbildwerbung in den nächsten zwei Jahren deutlich antreiben werden. Eine Minderheit (34,6 Prozent) der Umfrageteilnehmer spricht sich dafür aus, dass Bewegtbildwerbung den klassischen Standardwerbeformaten bis 2015 den Rang ablaufen wird. Auf eine klare Ablehnung stößt diese These jedoch nur bei 24,7 Prozent der Befragten, so dass mit 40,7 Prozent ein Großteil der Experten noch unentschieden ist. Ähnlich beurteilen die Experten die Frage nach dem Informationsgehalt in Bewegtbild-Werbung. Eine deutliche Mehrheit von 59,3 Prozent kann der Aussage nicht zustimmen, dass interaktive Formate zu viele Informationen für den Nutzer darstellen und eine Vertiefung in den Inhalt nicht erreicht werden kann.
Social Sharing wird zum Erfolgsfaktor für Bewegtbildinhalte
Die Experten berücksichtigen für die Entwicklung von Bewegtbild die positiven Effekte von Social Media. Die Mehrheit von ihnen (48,1 Prozent) bemisst Social Sharing, dem Teilen von Inhalten in sozialen Netzwerken, bereits eine hohe bis sehr hohe Relevanz. Eine deutlich Zunahme dieser Bedeutung wird in den nächsten zwei Jahren von knapp drei Vierteln (74,1 Prozent) erwartet.
Methodische Hinweise
Die BVDW-Umfrage "Trend in Prozent" findet quartalsweise zu verschiedenen Themen der digitalen Wirtschaft über den Zeitraum von ein bis zwei Wochen statt. Für die Analyse über die aktuelle und zukünftige Bedeutung von Bewegtbild in digitalen Umfeldern flossen 81 Fragebögen ein, die in der Zeit vom 22. bis 26. April 2013 online beantwortet wurden. Die Umfrageteilnehmer setzen sich u.a. zusammen aus Vermarktern (32 Prozent), Full-Service-Internetagenturen (14 Prozent), Online-Mediaplanern (11 Prozent), Technik und IT-Anbietern (11 Prozent), Portalbetreibern und Publishern (10 Prozent), Internetagenturen mit speziellem Fokus (9 Prozent) und Sonstige (13 Prozent).
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_bewegtbild_umfrage/
Über den BVDW
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. Wir sind das Netz.
Ansprechpartner für die Presse:
Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: woodroffe@bvdw.org
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

woodroffe@bvdw.org

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. Wir sind das Netz.