

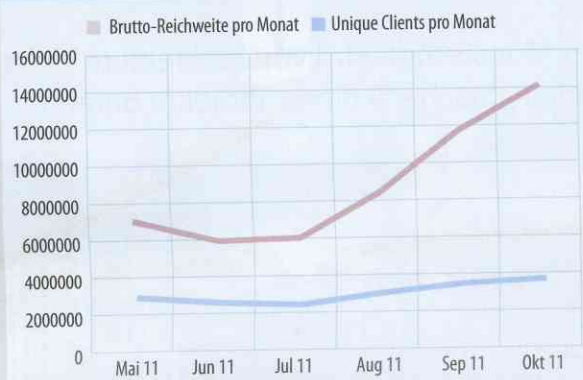
“ SWISS VIDEO NETWORK

Mit dem Swiss Video Network bietet Stailamedia heute Bewegtbildwerbung quer durch die Schweiz.

Die Zuschauer des linearen Fernsehens werden immer älter. Jüngere Zielgruppen bewegen sich im Internet. Damit erlebt die Onlinewerbung einen Boom. Das Spezielle daran: Die Nutzung findet auf vielen verschiedenen Plattformen statt. Als Marktführer in dieser neuen Welt der Werbewerkmater hat sich inzwischen Stailamedia positioniert. Das von diesem Newcomer (siehe auch «Kopf der Woche» auf Seite 34 in dieser Werbeweche) lancierte Swiss Video Network erlaubt es, TV-Werbespots mit einem Klick plattformübergreifend direkt in die Onlinevideoplayer wichtiger Sites zu buchen. Damit werden auch Zielgruppen, die sich über die klassischen TV-Kampagnen nur schwer erreichen lassen, trotzdem über das Internet zugänglich als Adressaten für Bewegtbildwerbung. Die Bruttoreichweite des Swiss Video Network hat sich seit Juli 2011 mehr als verdoppelt und liegt Ende September bei über 14 Millionen Videoplays pro Monat oder 3,7 Millionen «Unique Clients». Das heisst: Das Swiss Video Network erreicht in der Schweiz so viele Endgeräte. Die Nettoreichweite oder «Unique

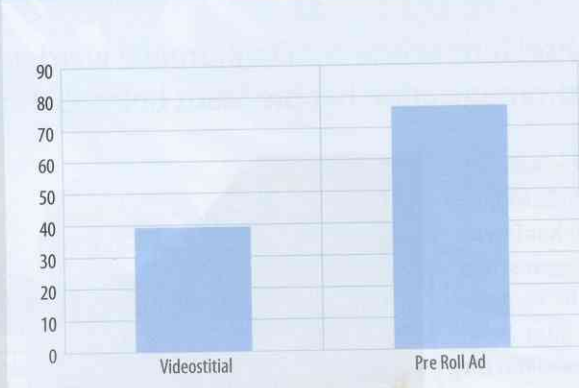


REICHWEITEN SWISS VIDEO NETWORK



TV-Werbung im Internet: 14 Millionen Videoplays, 3,7 Millionen Unique Users.

VIDEOWERBEBEFORMEN IM VERGLEICH (% VOM SPOT GESEHEN)



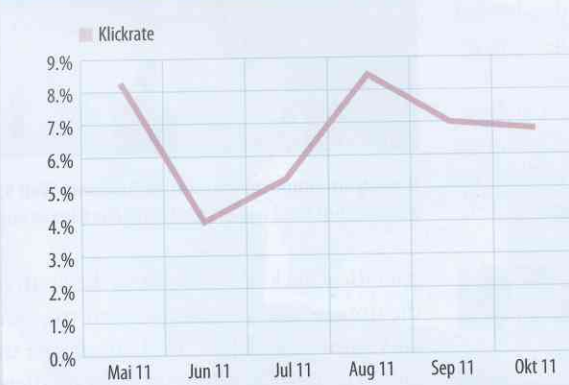
Pre-Roll-Ads werden doppelt so lange konsumiert wie Videostitials.

PROZENT VOM SPOT GESEHEN IM VERGLEICH ZUR LÄNGE



Die durchschnittliche Sehdauer des Werbemittels ist ein Qualitätszeichen für die Onlinewerbung.

KLICKRATE

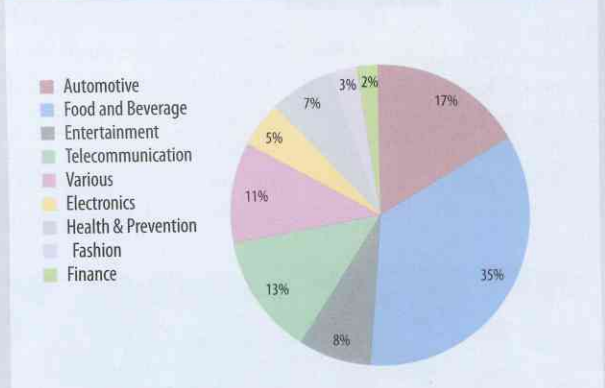


Beim Klick auf das Werbevideo wird der Benutzer auf die Website des Werbetreibenden weitergeleitet.

Users» ist entsprechend kleiner und wird auf 2,5 Millionen geschätzt. «Unique Users» sind bei dieser Statistik definiert als «Anzahl unterschiedlicher Besucher einer Website innerhalb eines Monats». Ein «View» wird gezählt, sobald das gesamte Werbevideo vom Browser heruntergeladen wurde und der Benutzer anfängt, es zu sehen. «View-Click-Through» bedeutet, dass der Benutzer beim Klick auf das Werbevideo auf die Website des Werbetreibenden weitergeleitet wird. «Completed Play»: Das Video wurde im Browser des Benutzers vollständig angezeigt. «Abbruchrate»: Der User schliesst das Video. «Percent complete»: Prozentsatz der Zeit, die das Werbevideo gesehen wurde.

Aktuelle Messungen zeigen: Die Sehdauer von Pre-Roll-Ads ist massiv länger als bei allen anderen Onlinewerbeformen. Im Bereich Video-Werbung werden Pre-Roll-Ads doppelt so lange betrachtet wie Videostitials. Das liegt daran, dass Pre-Rolls in einem Video-Player integriert sind, wo nach dem Pre-Roll-Spot der gesuchte redaktionelle Video-Inhalt folgt. Interstitials werden hingegen nicht linear vor Video-Inhalten geschaltet, sondern als Überblendung irgendwo über dem redaktionellen Inhalt einer Website.

REICHWEITE NACH BRANCHEN



F&B, Electronics & Telecommunication machen zusammen 2/3 der ausgelieferten Videos aus. Körperpflege, Wasch- und Reinigungsmittel sind noch nicht präsent.

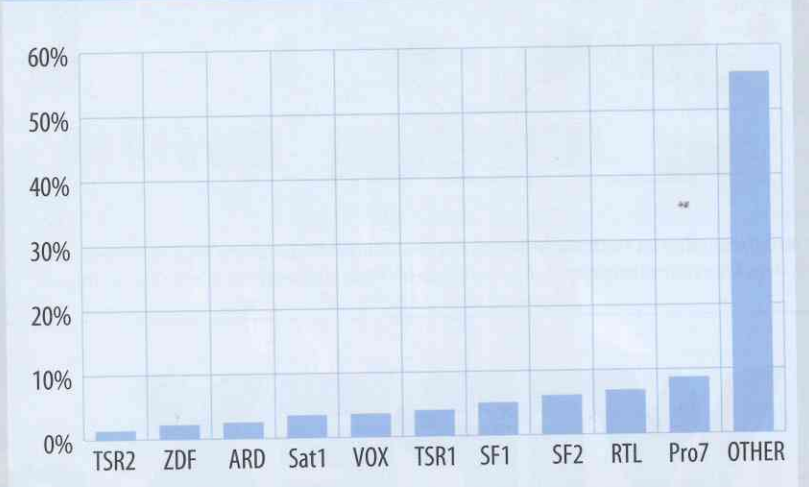
“ NEUE ZAHLEN VON ZATTOO



Zattoo baut Vorsprung aus: 40 Prozent Wachstum seit Jahresbeginn.

Laut net.metrix Audit hat Zattoo 481 000 Unique Clients. Das bedeutet 85 000 mehr als der zweitgrösste Live-Internet-TV-Anbieter. «Dies entspricht einem Wachstum von 40 Prozent seit Jahresanfang», freut sich Nick Brambring bei Zattoo. Im Vergleich zum Oktober 2010 konnte Zattoo die Zahl der Unique Clients sogar um rund 75 Prozent steigern. Die Zahlen von net.metrix sind dabei nicht wie bei anderen Studien hochgerechnet und geschätzt, sondern «auf den Websites integriert». Für die Werbeweche hat Zattoo den Anteil Nutzungszeit pro Sender an der Gesamtnutzung von Zattoo berechnen lassen. Die Statistik in der Tabelle rechts bezieht sich auf den Zeitraum von 3.10.11 bis 10.10.11. Man kann daraus lesen: Welche Sender werden bei Zattoo am längsten genutzt?

DIE BELIEBTESTEN SENDER AUF ZATTOO



Zahlen aus dem System von Zattoo: Anteil Nutzungszeit pro Sender an der Gesamtnutzung von Zattoo.