

Pressemitteilung
Sperrfrist: 25. September 2017, 18h

Online-Videowerbung

Neue Broschüre bietet erste Marktübersicht

Die Broschüre «Auf allen Screens im Lead» der WebTV-Anbieter Wilmaa und Teleboy bündelt erstmals Zahlen und Fakten zum Video-Markt Schweiz. Weiter zeigt sie einige spezifische Aspekte hinsichtlich Kreation, Produktion und Brand Safety auf.

Wussten Sie, dass bereits 50% der jungen Erwachsenen TV online und mobil konsumieren? Und war Ihnen klar, dass Bewegtbild-Werbung bezüglich Produktion und Aufbau unterschiedlich ausgestaltet werden muss, je nachdem, ob sie als im TV, im WebTV, auf Social-Media-Kanälen, als Outstream Ad oder auf der Firmenwebsite geschaltet wird? Und dass sich selbst die Bildformate unterscheiden können?

Mit der heute aufgelegten Publikation «Auf allen Screens im Lead» wollen die beiden WebTV-Anbieter Wilmaa und Teleboy Werbeauftraggebern und Werbefachleuten die Eigenheiten der Online-Videowerbung näherbringen und sie für spezifische Fragen rund um Kreation und Produktion sensibilisieren. Gleichzeitig gibt sie eine Übersicht über weitere Teilaspekte dieser Werbeform: **Stefan Küng**, Inhaber der Mediaagentur TWmedia, weist auf die sich verändernde Bewegtbild-Nutzung hin und beschreibt die Herausforderungen bei der Planung dieser Werbeform und beim Erreichen der Millennials. **Siri Fischer**, Geschäftsführerin der IGEM (Interessengemeinschaft elektronische Medien) zeigt auf, wie viel schon heute in die Online-Videowerbung investiert wird – und wie stark dieser Markt noch wachsen könnte. **Moritz Schneider** und **Michael Weber** von Hoy geben Auskunft darüber, was ihre Digitalagentur alles unternimmt, um Ad Fraud zu bekämpfen, und dass sie rund ein Viertel ihrer Gesamtarbeitszeit für solche Sicherheitsmassnahmen aufwendet. Und Coop-Marketingchef **Thomas Schwetje** erklärt anhand eigener Beispiele, wie er und sein Team das Zusammenspiel von TV, Youtube, WebTV und Social Media aufeinander abstimmen. Mehr noch: Coop baut mittlerweile WebTV auch ins eigene Content Marketing ein, indem der Detailhändler das WebTV auch als eigenständigen Firmen-TV-Kanal nutzt.

Die Broschüre kann als PDF über folgenden Link abgerufen werden:
<http://www.wilmaa.com/de/about-us/publications/>. Sie steht Interessenten aber auch in gedruckter Form zur Verfügung.

Weitere Auskunft erteilt:
Melanie Ohnemüller
Mobile +41 76 430 56 79
melanie.ohnemueller@wilmaa.com

Wilmaa AG, Stauffacherstrasse 96, 8004 Zürich und Future TV AG/Teleboy,
Seestrasse 513, 8038 Zürich

Über Wilmaa und Teleboy:

Teleboy und Wilmaa sind Pioniere im Bereich WebTV und stehen für digitales Fernsehen auf allen Screens – vom Smartphone unterwegs, über Tablet und Computer bis hin zum Grossbildschirm zu Hause. Durch die Kombination des klassischen TV-Spots mit InStream-Video schaffen sie attraktive Vorteile für Werbekunden, wie die Verlängerung der Reichweite in der Zielgruppe, die Übertragung der Werbebotschaft im Player (mit Ton!), maximale Brand Safety – notabene im Umfeld von TV-Content – sowie höchste Viewability trotz flexibler Nutzungssituationen und unterschiedlicher Devices.

Neben den InStream-Platzierungen bieten Teleboy und Wilmaa zudem grossformatige Sonderwerbformen sowie Marken-Channels für Unternehmen, die eigene Inhalte auf einem eigenen Kanal distribuieren wollen. Als gemeinsames TV-Network erreichen Wilmaa und Teleboy rund 900 000* User.