

## Neues Universal In-Stream Ad Framework - Erste Open-Source In-Stream Plattform zur Refinanzierung von Videos

18.09.2008, 16:35 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *EyeWonder*

Presseagentur: *teamhansen Agentur für Kommunikation*

---



Köln/ Düsseldorf, 18. September 2008 – Refinanzierung von hochwertigem Video-Content – seit langem wird darüber geredet, jetzt gibt es die Lösung: Als Vorreiter im Bereich interaktiver Video-Werbung eröffnet EyeWonder ab sofort eine neue Ära in der In-Stream Werbung. Basierend auf zehn Jahren Erfahrung präsentiert das Unternehmen das neue Universal In-Stream Ad Framework als Open-Source Plattform. „Wir haben diese erste skalierbare Plattform für interaktive In-Stream Werbung entwickelt, um Content-Anbietern bessere Möglichkeiten zur Refinanzierung von Online-Videos zu bieten“, erklärt EyeWonder CEO John Vincent. In Deutschland wird die neue Technologie bereits von dem Video-Vermarkter Smartclip eingesetzt.

Das Universal In-Stream Ad Framework ermöglicht jegliche Art von interaktiver In-Stream Werbung – egal, ob von EyeWonder oder anderen Anbietern – mit nur einem Player, der kostenlos im Netz heruntergeladen werden kann. Die Werbemittel müssen nur einmal erstellt werden und können aufgrund der Standardisierung auf jeder Plattform mit EyeWonder-Technologie laufen. Nach einmaliger Installation bietet das universelle Framework künftig das umfangreichste Paket an In-Stream Werbeformaten – von klassischen linearen Pre-Rolls bis zu aufmerksamkeitsstarken non-linearen Overlays, Takeovers und vielen mehr.

Vorteile für Content-Anbieter, Werbetreibende und Agenturen

Die Vorteile der Open-Source-Plattform: Notwendige Modifikationen können schneller angepasst werden. Zudem ermöglicht das Framework ein schnelleres Bug-Fixing. Die Plattform wird kontinuierlich aktualisiert. Kunden müssen sich nicht mit veralteten Versionen auseinandersetzen, sondern können Funktionen nutzen, die auf ihre spezifischen Ansprüche ausgerichtet sind. Ein weiterer Pluspunkt: Agenturen, die die neue AdWonder Flash 9.3 Komponente verwenden, sind in der Lage, aufmerksamkeitsstarke In-Page, In-Stream, Rich Media und Video Werbe-Kampagnen von nur einer Plattform aus zu entwickeln. Das Entscheidende ist aber, dass In-Stream 2.0 eine weitere Verkaufsmöglichkeit für Online-Werbung bietet. „Anbieter von Online-Videos können in Zukunft neben den effektiven linearen Formaten wie Pre- Mid- und Post-Rolls ihr Angebot um non-lineare Werbung wie Bugs und Ticker erweitern und damit zusätzliches Wertschöpfungspotenzial generieren“, so Ken Gitzen, Deutschlandchef von EyeWonder.

Das Video im Video – die neue Dimension der Werbung

Das universelle Framework bietet Usern ein neuartiges Werbe-Erlebnis. Anders als bei herkömmlichen Technologien kann mit der non-linearen Technik ab sofort ein Werbefilm während des normalen Videos geschaltet werden. Sobald der User den im Video integrierten Bug oder Ticker anklickt, stoppt das Video und die Werbung startet – und das auf der gesamten Playergröße. Denn bei Aktivierung übernimmt das Ad den Player. Wenn der Werbefilm zu Ende ist oder unterbrochen wird, läuft das Video weiter. Der User entscheidet also selbst, wann und wie lange er sich mit der Werbebotschaft auseinandersetzt.

Mit Universal In-Stream Ad Framework haben Werbetreibende künftig nicht nur die Möglichkeit ihren TV-Spot vor, während oder nach einem Video zu zeigen. Durch attraktive, spannende Features wie Games, Downloads und andere

virale Erlebniswelten lässt sich die Interaktionrate deutlich steigern. Das Ergebnis: Die User setzen sich länger und intensiver mit der Marke auseinander.

Video-Werbung boomt, hohe Akzeptanz bei Usern

Laut OVK-Online-Report haben Video- und Streamingformate im vergangenen Jahr eine sagenhafte Erfolgsstory hingelegt. Ein Vergleich der Buchungszahlen zwischen erstem und zweitem Halbjahr 2007 zeigt, dass sich die Investitionen fast vervierfacht haben. Nach Expertenmeinung wird dieser Trend 2008 anhalten. Hinzu kommt, dass diese Werbeform bei der Zielgruppe auf große Akzeptanz stößt. Umfragen zufolge widmen 38,5 Prozent der User In-Stream Werbung mehr Aufmerksamkeit als anderen Werbeformen. Die gute Nachricht für Werbetreibende: 53,6 Prozent der User erinnern sich an In-Stream Werbung in Online-Videos – und das bezieht sich nur auf klassische Pre-, Mid- und Post-Rolls. Mit In-Stream 2.0 lässt sich dieses Potenzial in Zukunft noch besser ausschöpfen. Und mit Hilfe des AdWonder Reporting Systems können Werbetreibende die Ergebnisse – ebenso die von In-Page Kampagnen – zeitnah einsehen.

Content-Anbieter, die das neue Universal In-Stream Ad Framework nutzten, erhalten kompletten Support für den Adobe-Flash Player und den Microsoft-Silverlight Player sowie ein regelmäßiges, automatisches Upgrade. Zudem profitieren sie von den Verkaufsförderungen durch EyeWonder. Hierzu zählen Direct Sales Meetings mit allen Agenturen, die EyeWonder Website sowie PR-Aktivitäten.

## **Portrait**

EyeWonder

Als Pionier im Bereich Rich Media und digitaler Video-Werbung unterstützt EyeWonder seit 1999 Werbetreibende, Agenturen und Portal-Anbieter mit neuesten Technologien und kreativen Ideen. Auch in Sachen Interactive Digital Advertising zählt das Unternehmen zu den Vorreitern der Branche. Das Portfolio umfasst zahlreiche Lösungen, mit denen sich interaktive Online-Werbekampagnen optimieren lassen. Zu den Kunden von EyeWonder zählen Top-Agenturen und Marken weltweit. Die Online-Werbeprodukte werden von mehr als tausend Onlineverlegern, darunter Yahoo!, AOL, MSN und Google, akzeptiert. Zum internationalen Kundenstamm gehören namhafte Unternehmen wie AT&T, Fox, Intel, Nissan, Sony und Coca Cola. Weitere Information unter [www.eyewonder.com](http://www.eyewonder.com).

---

News-ID: 243677 • Views: 2043 (Stand: 24.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/243677/Neues-Universal-In-Stream-Ad-Framework-Erste-Open-Source-In-Stream-Plattform-zur-Refinanzierung-von-Videos.html>