

## InText ist Standard für Video-Werbung

27.05.2009, 11:05 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Vibrant GmbH*

Presseagentur: *Frau Wenk - PR & Marketing für die digitale Welt*

---



InText-Anbieter Vibrant Media GmbH

IAB veröffentlicht aktuelle Standards für Video-Werbung / Handbuch zur Planung von Video-Kampagnen zum Download

London/Hamburg, 27. Mai 2009 – Der Markt für Video-Werbung bietet ein enormes Potenzial, doch noch stecken Kreation und Planung in den Kinderschuhen. Um über die Möglichkeiten von Bewegtbild-Werbung aufzuklären, wurden jetzt neun aktuelle Standards für Video-Ads als Richtlinie für die Werbe-Industrie festgelegt - darunter auch InText-Video-Werbung. Die Standards wurden von einer Arbeitsgruppe des Internet Advertising Bureaus (IAB), bestehend aus Vermarktern, Publishern, Agenturen und Technologieanbietern erarbeitet, der auch Vibrant als weltweit führender Anbieter von InText-Werbung angehört.

Zusätzlich hat das IAB einen Guide veröffentlicht, der es Marketing-Verantwortlichen erleichtern soll, Video-Kampagnen zu entwerfen, zu planen, Formate auszuwählen und schließlich den Erfolg zu messen. Der Guide und zahlreiche Fallbeispiele erfolgreicher Video-Kampagnen stehen auf der Website des IAB bereit.

Die Bedeutung von InText für die Einbindung von Video-Werbung in Content-Umfeldern wächst analog zur Nachfrage nach Bewegtbild-Werbung: In Deutschland hat Vibrant sich inzwischen zu einem der größten Videonetzwerke entwickelt. Jede zweite Ad-Impression im Vibrant-Netzwerk ist bereits ein Video. Dafür bietet das Unternehmen Werbungtreibenden eine Vielzahl von Video-Formaten, wie etwa das neue Widescreen-Format Video Expandable XXL.

„Video-Werbung sieht teils noch aus wie TV-Werbung, die im Web vor und nach einem Videospot gezeigt wird. Dabei bietet Video-Werbung im Internet längst mehr als Pre- und Postroll“, meint Jochen Urban, Geschäftsführer Vibrant GmbH. „Neben den kreativen Möglichkeiten erlauben Video-Ads ein exaktes Targeting, Messbarkeit und eine Interaktion mit der Zielgruppe. Das kann TV nicht. Wir müssen allerdings weg davon, dem User Werbung aufzudrängen. Bei InText-Videos kann der User beispielsweise selbst entscheiden, ob und wie lange er sich den Spot anschaut“, so Urban weiter.

IAB UK ist das Pendant des BVDW in Großbritannien und ist Teil des internationalen Interactive Advertising Bureaus.

Folgende Standards wurden definiert:

- Pre-roll / mid-roll / post-roll
- Interactive video
- In-stream overlay

- Branded video player skin
- Companion adverts
- Product placement in video and brand funded video
- Video in social media
- Video subsites
- Video in-text ads

Mehr Informationen hier: <http://www.iabuk.net/en/1/onlinevideoadvertisingguidelines.html>

## **Portrait**

Über Vibrant:

Vibrant ist weltweit führender Anbieter von InText-Werbung und Content-basierten Werbeformaten. Mit Vibrant haben Werbungtreibende die Möglichkeit, über die Buchung von Worten und Wortkombinationen zielgruppengenaue Werbung innerhalb der Inhalte auf hochwertigen Content-Websites zu schalten. Betreiber von Websites können mit der Vibrant Technologie ihren Content vermarkten. Vibrant erreicht jeden Monat weltweit mehr als 132,5 Millionen Unique User\* und verwaltet mehr als fünf Milliarden Wörter und Phrasen von Top-Marken wie Microsoft, Unilever, Warner Bros und Sprint. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet und unterhält Büros in London, New York, Detroit, Chicago, San Francisco, Paris, Hamburg und Düsseldorf. Derzeit beschäftigt Vibrant mehr als 200 Mitarbeiter. Aufgrund seiner erfolgreichen Geschäftsentwicklung wurde Vibrant unter den Inc. 500 und Deloitte Technology Fast 50 gelistet. [www.vibrantmedia.com](http://www.vibrantmedia.com), [www.vibrantmedia.de](http://www.vibrantmedia.de)

\*) Comscore Dezember 2008

---

News-ID: 313084 • Views: 949 (Stand: 05.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/313084/InText-ist-Standard-fuer-Video-Werbung.html>