

Trend in Prozent

Bewegtbild im digitalen Umfeld

BVDW Trend in Prozent (TiP)



- ➔ Die Befragung „BVDW Trend in Prozent“ findet einmal im Quartal zu Themen rund um die digitale Wirtschaft statt.
- ➔ Die einzelnen Fachgruppen und Arbeitskreise des BVDW bringen sich bei Themenfindung und Fragensauswahl ein.
- ➔ Der Erhebungszeitraum ist begrenzt: ein bis zwei Wochen.
- ➔ Aufgerufen zur Teilnahme sind alle BVDW-Mitglieder sowie Besucher der BVDW-Webseite, BVDW-Followers bei Twitter und Empfänger des Newsletters.

Unsere Fragen...

BVDW
Wir sind das Netz

Trend in Prozent | Thema: Bewegtbild im digitalen Umfeld

Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, an unserer kurzen Befragung teilzunehmen. Die Befragung erfolgt selbstverständlich anonym und die gesammelten Daten aller Teilnehmer werden vom BVDW v. a. zwecks vertriebsfördernder und -begleitender Maßnahmen verwendet.

1. Bitte schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild im digitalen Umfeld aktuell und in zwei Jahren ein.
Bitte markieren Sie die jeweils zutreffende Antwort.

So sehr ich die Bedeutung von... sehe ich die Bedeutung von...	Bedeutung aktuell					Bedeutung in zwei Jahren				
	gar nicht	etwas	etwas	sehr	gar	gar nicht	etwas	etwas	sehr	gar
Bewegtbild als Werbeformat (On-Stream oder On-Paid)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					
Bewegtbild als user-generierter Video-Inhalt (UGC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					
Bewegtbild als professioneller Video-Inhalt (Unternehmens-Unterhaltung- or Content-Format)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					

2. In welchem Maße sind die folgenden Leistungsmerkmale geeignet, um den Erfolg von Bewegtbildwerbung zu messen?

	sehr ungenügend	etwas ungenügend	etwas genügend	sehr genügend	keine ich nicht bewerten
Brutto-Reichweite (GRP)	<input type="radio"/>				
Sound-Activation	<input type="radio"/>				
Visibility	<input type="radio"/>				
Click-to-play	<input type="radio"/>				
Click-Through-Rate (CTR)	<input type="radio"/>				
Ad Impression (AI)	<input type="radio"/>				
Viewtime	<input type="radio"/>				

3. Wie wichtig ist die Social Sharing-Funktion für Bewegtbild-Inhalte aktuell?

Und wie wichtig wird diese Funktion in zwei Jahren sein?

	sehr niedrige Relevanz	etwas niedrige Relevanz	etwas hohe Relevanz	sehr hohe Relevanz
aktuell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
in zwei Jahren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Bitte markieren Sie, wie sehr sie der Aussage zustimmen.

	stimmte voll zu	stimmte fast zu	stimmte nicht voll zu	stimmte gar nicht zu
Bewegtbildwerbung wird den klassischen Standardwerbeformaten bis 2015 den Rang ablaufen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Um Bewegtbildwerbung angemessen bewerten zu können, reicht die „Click“-Metrik nicht aus, sondern muss ergänzt werden um weitere Kennzahlen wie „Video-Viewtime“ oder „Sound-Activation“.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mobile Endgeräte werden die Entwicklung von Bewegtbildwerbung in den nächsten zwei Jahren deutlich beschleunigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interaktive Formate sind für den User zu viele Informationen auf einen Klick. Eine Vertiefung in den Content kann so nicht erreicht werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Standardisierte Bewegtbildformate beschleunigen signifikant die Nachfrage und das Wachstum des Bewegtbildmarktes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei Bewegtbildwerbung geht der Trend – entgegen der anderen Online-Werbeformate – nicht in Richtung automatisierter Einkauf (Real-Time-Advertising).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. In welchem Geschäftsfeld ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig?
Bitte markieren Sie die zutreffende Antwort.

Full-Service-Advertiser
 Online-Werbung/Shop/Retargeting-Commerce Dienstleister
 Online-Marktplatz
 Vermarkter (Online, Mobile)
 Full-Service-Intermediary
 Intermediary mit speziellem Fokus (z.B. auf Mobile, SEO,...)
 Technico-, IT- und Softwareanbieter
 Sonstiges, und zwar: _____

Antworte abschicken

Christiane Sivak, Bundesverband Digitale Wirtschaft BVDW e.V.

- ➔ Bitte schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild (als Werbeformat, user-generierter Video-Inhalt oder professioneller Video-Inhalt) im digitalen Umfeld aktuell und in zwei Jahren ein.
- ➔ In welchem Maße sind die folgenden Leistungsmerkmale geeignet, um den Erfolg von Bewegtbildwerbung zu messen? (Brutto-Reichweite, Sound Activation, Visibility, Click-to-play, Click-Through-Rate, Ad Impression, Viewtime)
- ➔ Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
 - Bewegtbildwerbung wird den klassischen Standardwerbeformaten bis 2015 den Rang ablaufen.
 - Um Bewegtbildwerbung angemessen bewerten zu können, reicht der „Klick“ nicht mehr aus, sondern muss ergänzt werden um weitere Kennzahlen wie „Video-Viewtime“ oder „Sound-Activation“.
 - Mobile Endgeräte werden die Entwicklung von Bewegtbildwerbung in den nächsten zwei Jahren deutlich beschleunigen.
 - Interaktive Formate sind für den User zu viele Informationen auf einen Klick. Eine Vertiefung in den Content kann so nicht erreicht werden.
 - Standardisierte Bewegtbildformate beschleunigen signifikant die Nachfrage und das Wachstum des Bewegtbildmarktes.
 - Bei Bewegtbildwerbung geht der Trend – entgegen der anderen Online-Werbeformate - nicht in Richtung automatisierter Einkauf (Real-Time-Advertising).
- ➔ Wie wichtig ist die Social Sharing-Funktion für Bewegtbild-Inhalte aktuell? Und wie wichtig wird diese Funktion in zwei Jahren sein?

Ihre Antworten – kurz und knapp

BVDW
Wir sind das Netz

Trend in Prozent | Thema: Bewegtbild im digitalen Umfeld
Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, an unserer kurzen Befragung teilzunehmen. Die Befragung erfolgt selbstverständlich anonym und die gesammelten Daten aller Teilnehmer werden vom BVDW u.ä. ausschließlich verteilungsbefreiend und aggregiert.

1. Bitte schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild im digitalen Umfeld aktuell und in zwei Jahren ab:
Bitte markieren Sie die jeweils zutreffende Antwort.

Sie sehen sich die Bedeutung von...	Bedeutung aktuell					Bedeutung in zwei Jahren				
	gar nicht	wenig	mittel	etwas	sehr	gar nicht	wenig	mittel	etwas	sehr
Bewegtbild als Werbeformat (On-Stream oder Off-Stream)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
... Bewegtbild als untergenutztes Videoformat (UCC)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Bewegtbild als professioneller Videoinhalte (Unternehmens-Unterhaltung, etc.)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

2. In welchem Maße sind die folgenden Leistungsmerkmale geeignet, um den Erfolg von Bewegtbildwerbung zu messen?

	sehr schlecht geeignet	schlecht geeignet	neutral	gut geeignet	sehr gut geeignet
Brand activation	○	○	○	○	○
Visibility	○	○	○	○	○
Click-to-play	○	○	○	○	○
Click-Through-Rate (CTR)	○	○	○	○	○
Ad Impression (AI)	○	○	○	○	○
Viewable	○	○	○	○	○

3. Wie wichtig ist die Social Sharing Funktion für Bewegtbild-Inhalte aktuell?

Und wie wichtig wird diese Funktion in zwei Jahren sein?

4. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Bitte markieren Sie, wie sehr sie der Aussage zustimmen.

	stark	etwas	neutral	etwas	stark
	zustimmen	zustimmen	neutral	nicht zustimmen	nicht zustimmen
Bewegtbildwerbung wird den klassischen Standardwerbeformaten bis 2015 den Rang ablaufen.	○	○	○	○	○
Im Bewegtbildwerbung angemessen bewertet zu können, reicht die „Click“-Werte nicht aus, sondern müssen ergänzt werden um weitere Kennzahlen wie „Video-Viewers“ oder „Sound-Activator“.	○	○	○	○	○
Wichtigste Maßgabe werden die Entwicklung von Bewegtbildwerbung in den nächsten zwei Jahren maßgeblich beeinflussen.	○	○	○	○	○
Interaktive Formate sind für den User zu viele Informationen auf einen Blick, eine Vertiefung in den Content kann so nicht erreicht werden.	○	○	○	○	○
Standardisierte Bewegtbildformate beschleunigen signifikant die Kaufkraft und die Bewegtbildwerbung geht der Trend = weg von der reinen Online-Werbung hin zu „Click“ in Richtung automatisierter Einkauf (Real-time-advertising).	○	○	○	○	○

5. In welchem Geschäftsfeld ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig?
Bitte markieren Sie die zutreffende Antwort.

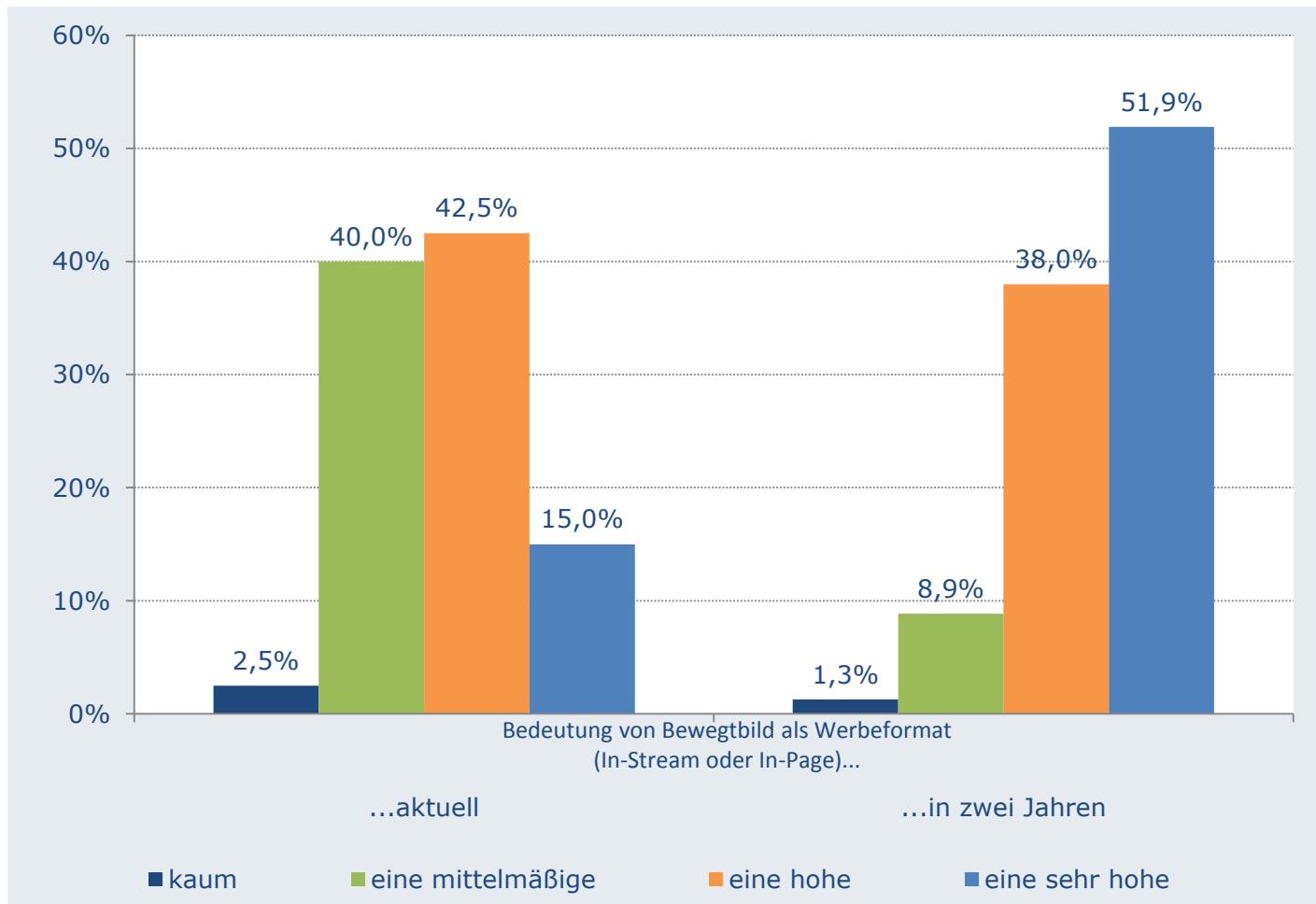
Full-Service-Provider
 Online-Werbung/Display/Retargeting/Commerzial-Service-Provider
 Online-Marktplatz
 Vermarkter (Online, Mobile)
 Full-Service-Onlineagentur
 Intermediär mit speziellem Fokus (z.B. auf Mobile, SEO,...)
 Technisch-, IT- und Softwareanbieter
 Sonstiges, und zwar: _____

Antworten abschicken

Christiane Sivak, Bundesverband Digitale Wirtschaft BVDW e.V.

- ➔ Bewegtbild als Werbeformat und professioneller Videoinhalt im digitalen Umfeld wird in zwei Jahren eine sehr hohe Bedeutung erhalten; im Vergleich dazu bewerten die meisten Experten die Bedeutung von nutzergenerierten Inhalten auch in Zukunft als mittelmäßig.
- ➔ Viewtime, Click to play und Visibility zeichnen sich als die drei bestgeeigneten Leistungsmerkmale zur Bewertung von Bewegtbildwerbung ab, der Klick allein reicht hier den meisten Befragten nicht mehr aus.
- ➔ Knapp zwei Drittel der Befragten können nicht zustimmen, dass User durch Interaktive Formate überfordert werden, sondern dass eine Vertiefung in den Content erzielt wird.
- ➔ Die Relevanz von Social Sharing Funktionen wird in zwei Jahren steigen: während aktuell die meisten Befragten dieser Funktion eine mittlere Relevanz bescheinigen, ist in zwei Jahren die größte Klasse „sehr hohe Relevanz“.

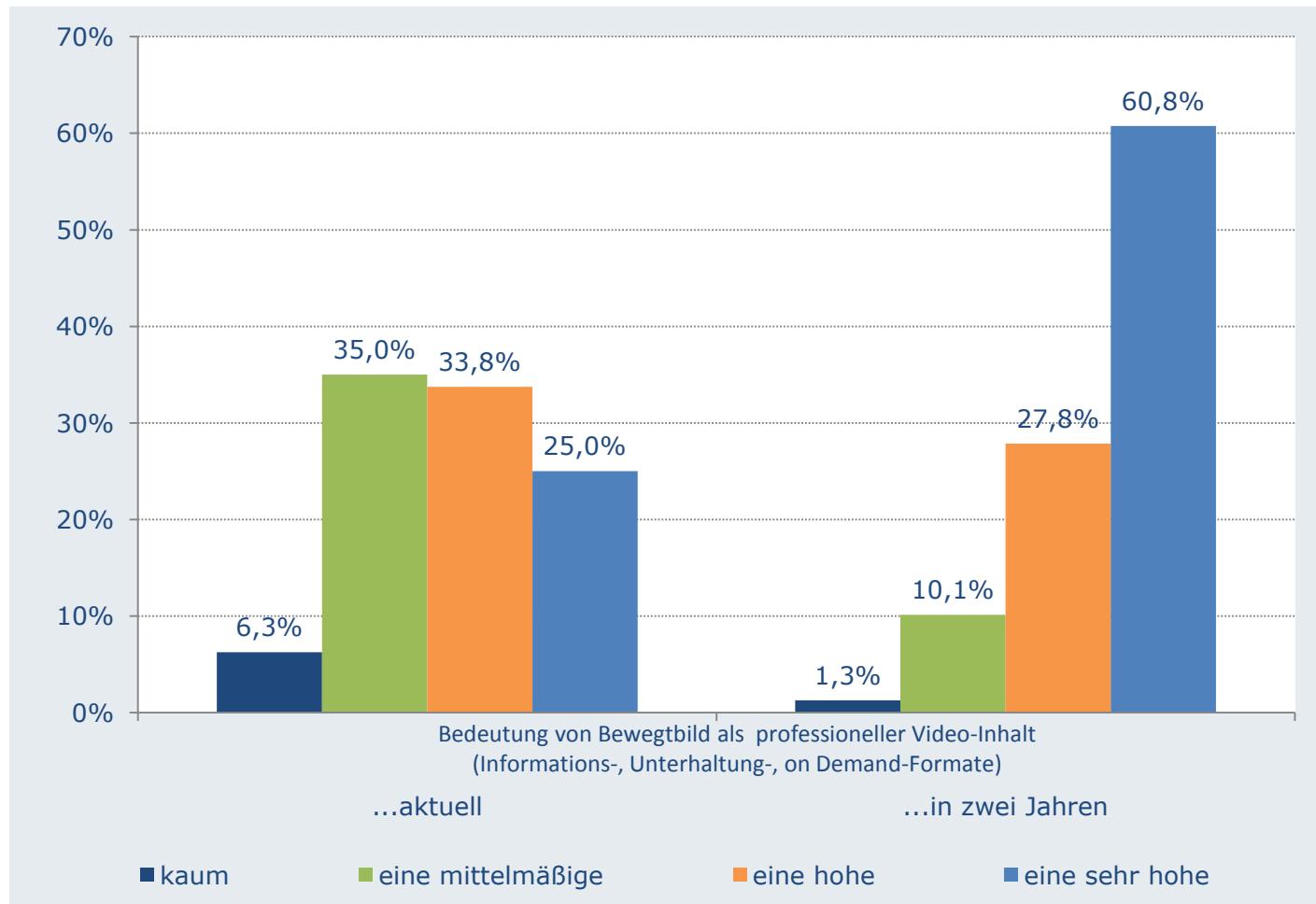
Wie schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild als Werbeformat ein?



➔ Während aktuell vier von fünf Befragten Bewegtbild als Werbeformat eine mittelmäßige oder hohe Bedeutung bescheinigen, sehen mehr als die Hälfte der Befragten in zwei Jahren eine sehr hohe Bedeutung.

Basis N=80, 79 Frage: „Bitte schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild im digitalen Umfeld aktuell und in zwei Jahren ein.“

Wie schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild als professionellen Video-Inhalt ein?



➔ Eine sehr hohe Bedeutung messen 60 Prozent der Befragten professionellem Video-Inhalt in Zukunft bei; während die meisten Befragten aktuell nur eine mittelmäßige Bedeutung bescheinigen.

Basis N=80, 79 Frage: „Bitte schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild im digitalen Umfeld aktuell und in zwei Jahren ein.“

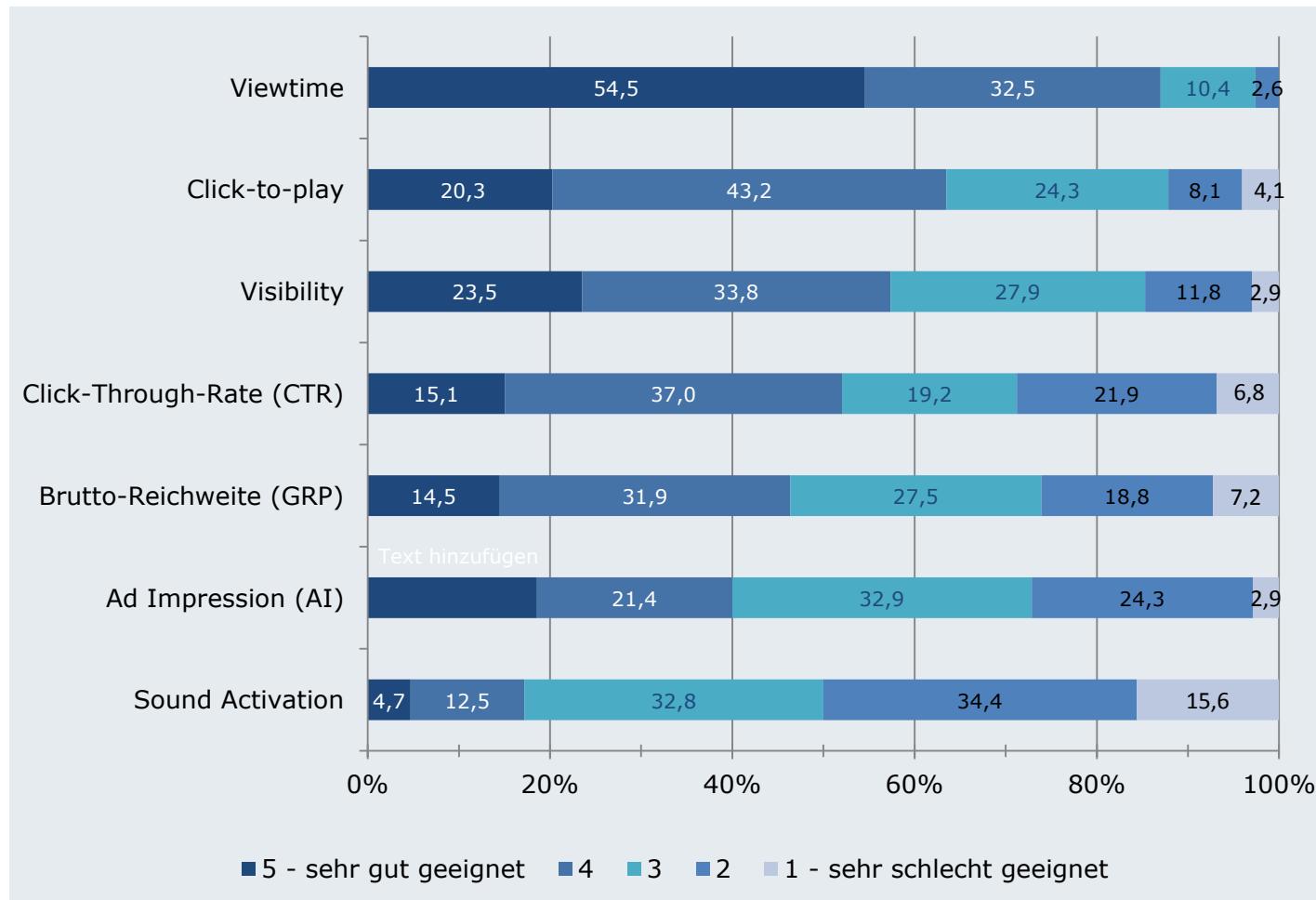
Wie schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild als user-generierten Video-Inhalt ein?



➔ User-generierte Video-Inhalte haben für die meisten Befragten sowohl aktuell als auch in zwei Jahren mittelmäßige Bedeutung.

Basis N=80, 79 Frage: „Bitte schätzen Sie die Bedeutung von Bewegtbild im digitalen Umfeld aktuell und in zwei Jahren ein.“

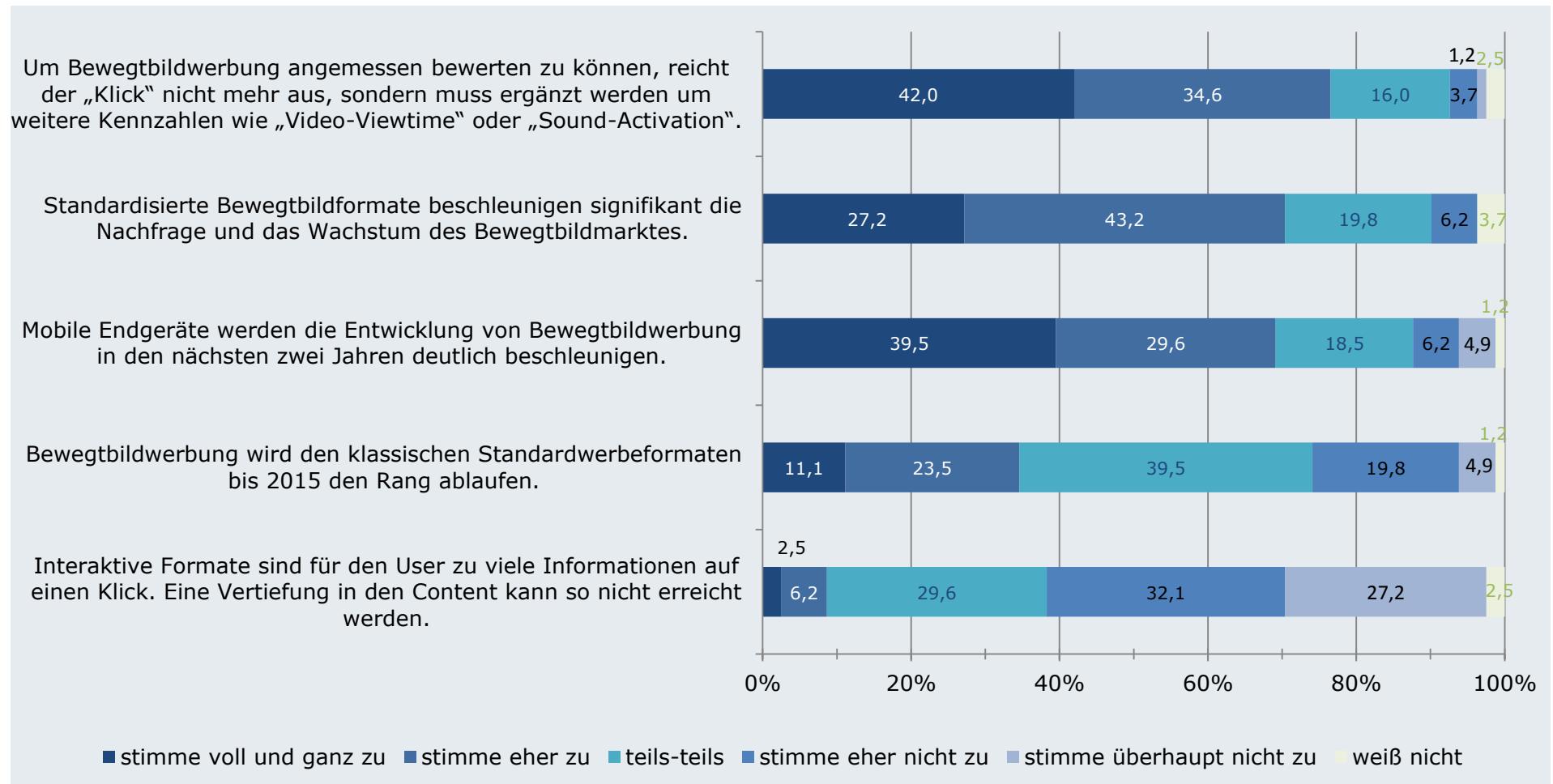
In welchem Maße sind die Leistungsmerkmale geeignet, um den Erfolg von Bewegtbildwerbung zu messen?



➔ Bei Betrachtung der beiden Top-Kategorien zeigt sich, dass Viewtime, Click-to-play und die Visibility unter den gegebenen Leistungsmerkmalen als die geeignetsten angesehen werden, um den Erfolg von Bewegtbildwerbung messen zu können.

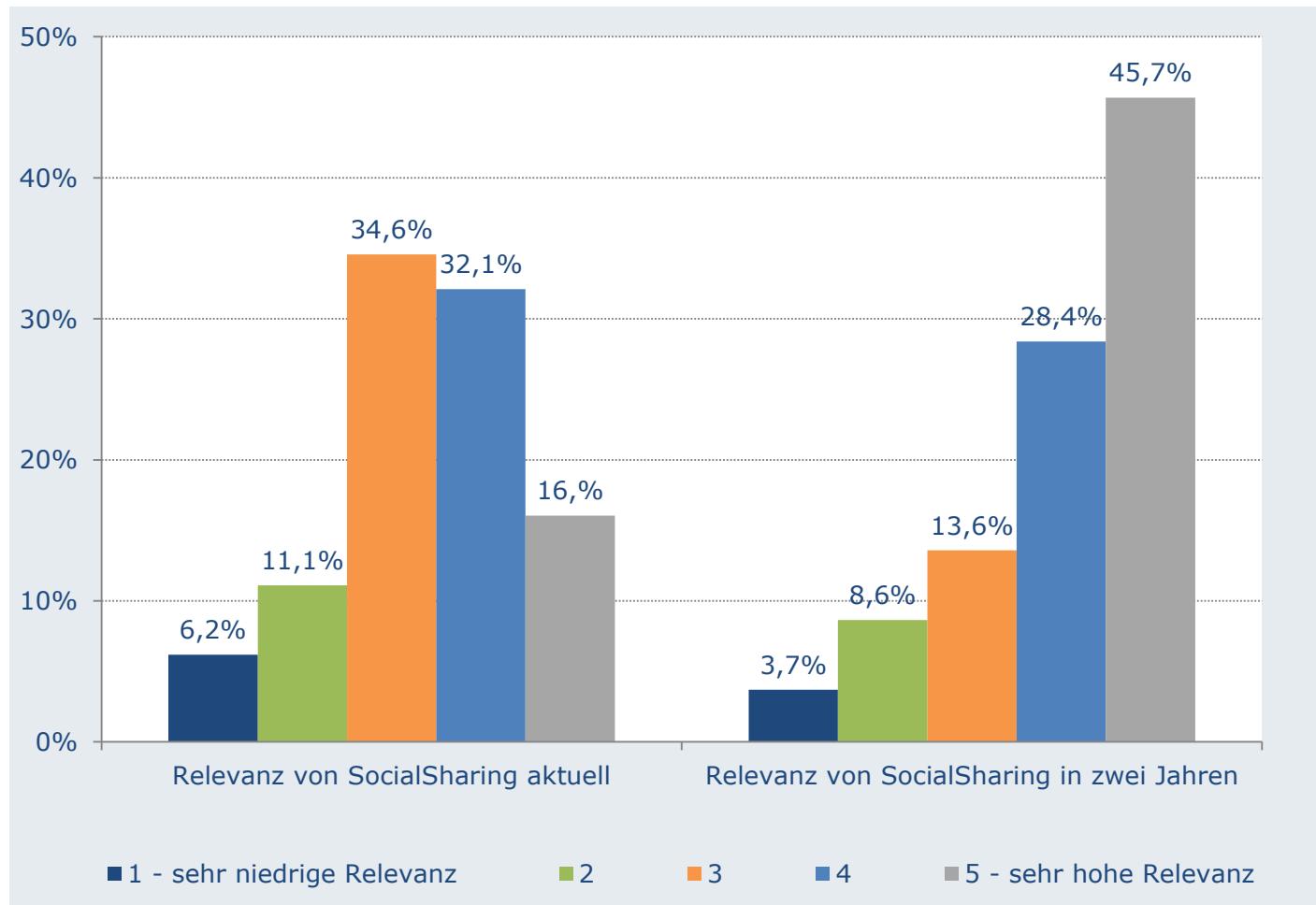
Basis N=77, 74, 68, 73, 69, 70, 64 Frage: „In welchem Maße sind die folgenden Leistungsmerkmale geeignet, um den Erfolg von Bewegtbildwerbung zu messen?“

Inwieweit stimmen Sie den Aussagen zu?



Basis N=81 Frage: „Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

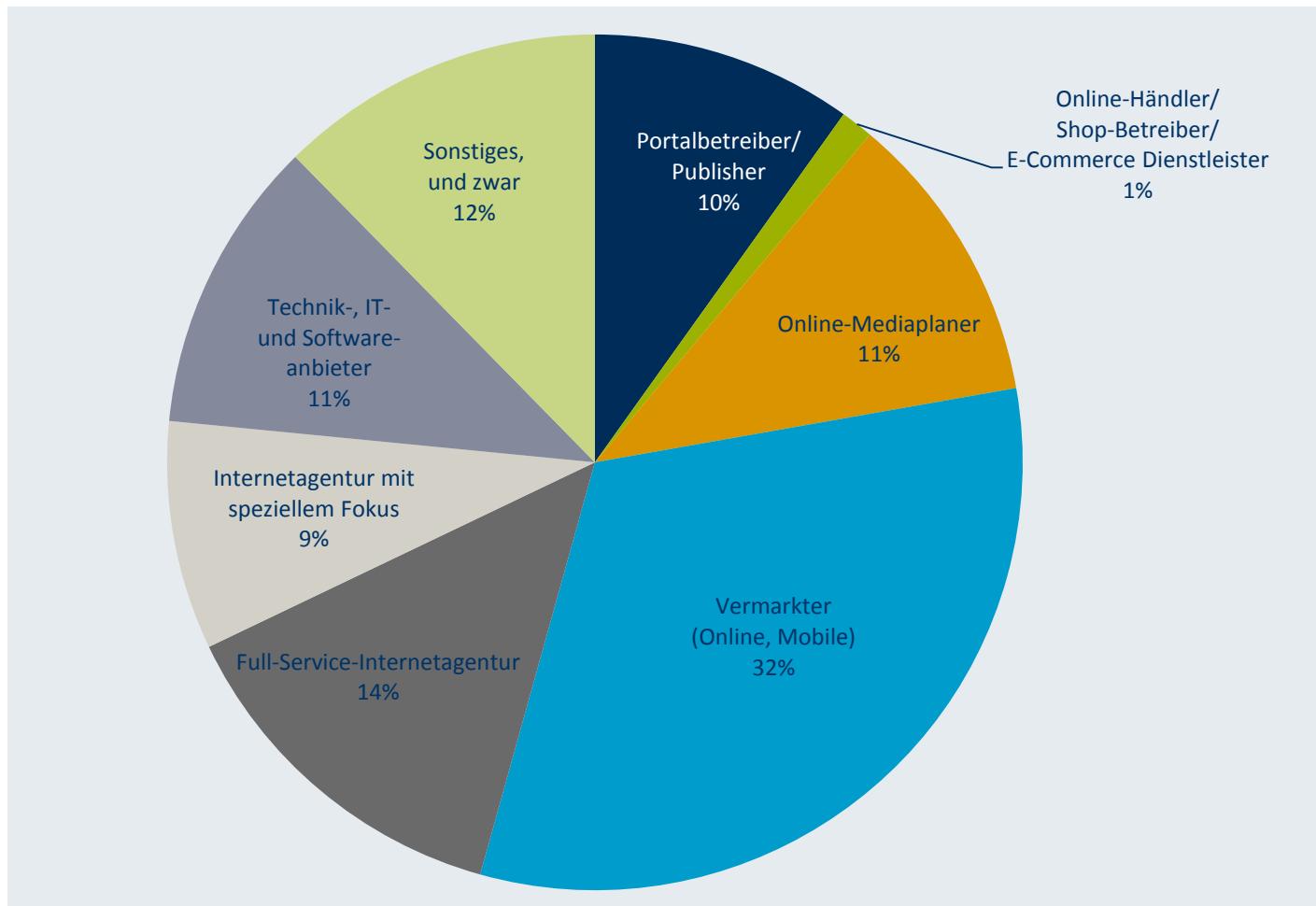
Wie wichtig ist die Social Sharing-Funktion für Bewegtbild-Inhalte?



➔ Deutlich an Relevanz gewinnt für die meisten Befragten die Social Sharing-Funktion für Bewegtbild-Inhalte. Knapp drei Viertel sehen eine hohe oder sehr hohe Relevanz dieser Funktion in zwei Jahren.

Basis N=81 Frage: „Wie wichtig ist die Social Sharing-Funktion für Bewegtbild-Inhalte aktuell? Und wie wichtig wird diese Funktion in zwei Jahren sein?“

Beschreibung der Stichprobe



→ 81 beantwortete Fragebögen

→ Befragungszeitraum:
22.04.2013 bis
26.04.2013

Basis N=81 Frage: „In welchem Geschäftsfeld ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig?“

Kontaktinformation



Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Christiane Siwek
Referentin Marktforschung

Tel. +49 211 600456 – 26
Fax +49 211 600456 – 33
Mobile +49 173 2054831

siwek@bvdw.org
www.bvdw.org

Hauptsitz Düsseldorf
Berliner Allee 57
40212 Düsseldorf

Tel. +49 211 600456 – 0
Fax +49 211 600456 – 33

info@bvdw.org
www.bvdw.org

Hauptstadtbüro Berlin
im Haus der Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin

Tel. +49 30 43746893
Fax +49 30 43746894

info@bvdw.org
www.bvdw.org