

Video Ads - heute bereits mehr Boom als Trend

Update einer Studie zeigt: Video Ads etablieren sich als Instrument im Online-Marketing

München, 16. März 2010 – „Video Ads sind offenkundig mehr als ein Trend, sie werden sich unserer Meinung nach als ein wesentliches Instrument im Online-Media-Mix etablieren“, so formuliert Patrick Sturm, Geschäftsführer von Mücke, Sturm & Company, die Kernaussage der neuesten Untersuchung seiner Unternehmensberatung. Anfang letzten Jahres entwickelte MS&C zwei Wachstumsszenarien für den deutschen Video Ads-Markt, wobei ein Maximum von 47 Millionen Euro bis 2011 prognostiziert wurde. Aufgrund der enormen Popularität von Video Inhalten konnte dieser Wert bereits Ende 2009 realisiert werden und wird neuen Erkenntnissen nach, in 2011 die 100 Millionen Euro Grenze überschreiten.

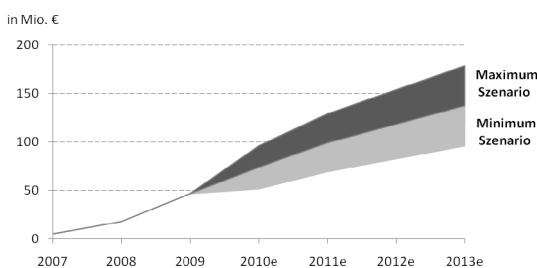
Kein Werbeformat wächst so rasant wie Video Ads

Internet Werbung war auch 2009 – vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise – die wachstumsstärkste Werbeform. Während die klassischen Internetwerbformen diese Entwicklung durch solide Wachstumsraten stützen, steigen die Ausgaben für Video-Ads stark überproportional: 2009 konnten Video Ads einen Zuwachs von 159, 5% gegenüber dem Vorjahr verbuchen. Der breite Vormarsch von Bewegtbildinhalten im Internet spricht dafür, dass sich dieser Trend in den kommenden Jahren fortsetzen wird und Video Ads zukünftig ein fester Bestandteil des Online-Marketings werden. Gebremst wird der Siegeszug durch die weltweite Wirtschaftskrise und technische Hürden, die nach wie vor bestehen: Flächendeckende Auslieferungen von Video Ads werden derzeit noch durch das Fehlen eines einheitlichen technischen Standard verhindert, der ein einfaches Einbinden von Video-Werbung ermöglicht.

Popularität von Video-Inhalten im Internet forciert Video-Ads

Die Unternehmensberatung Mücke, Sturm & Company hat Anfang 2009 zwei Wachstumsszenarien für den deutschen Video Ads-Markt entwickelt, wobei sie aktuelle Trends in den Bereichen Online- und Offline-Werbung, sowie die Beliebtheit des Bewegtbildformats in Deutschland als auch im internationalen Vergleich berücksichtigte. Für das Jahr 2011 wurde so ein Umsatz von 47 Millionen Euro prognostiziert, der primär durch die enorme Popularität von Video-Inhalten bereits Ende 2009 realisiert werden konnte. Mücke, Sturm und Company hat jetzt die Prognose aktualisiert und einen Forecast der Umsätze bei Online-Video-Ads erstellt:

Ausgaben für Online Video Advertising in Deutschland, 2007-2013
(in Mio. €)



Quelle: MS&C-Analyse 2010

Das Maximum-Szenario berücksichtigt unter anderem, dass die Wirtschaftskrise zu einer Kürzung der Werbebudgets zugunsten der effizienteren Verwendung im Onlinene Kanal führt. Technische Hürden stellen hier nur ein temporäres Problem dar, das mittelfristig über-

erwunden werden kann. Danach sind im laufenden Jahr bereits Umsätze von knapp 96 Millionen Euro realistisch, die bis Ende des Jahres 2013 auf 178 Millionen Euro steigen können.

Beim Minimum-Szenario wurde unter anderem von einer signifikanten Kürzung der Marketingbudgets ausgegangen. Für Video Ads bedeutet das einen moderaten Wachstumspfad auf einen Umsatz, der dieses Jahr 51 Millionen Euro erreichen wird und dann auf niedrigem Niveau kontinuierlich wachsen wird.

„Anfang 2009 war noch unsicher, ob Video Ads ein Nischenformat bleiben, oder ob sich das Format durchsetzt“, so Patrick Sturm. „Letztendlich wird das Potential von Video Ads von der Akzeptanz der Kunden gesteuert – und es sieht ganz danach aus, dass sie besonders beliebt sind.“

**Mehr zu Mücke, Sturm & Company unter
www.muecke-sturm.de**

Pressekontakt
Bianca Frömer
Marketing & PR-Referentin
Mücke, Sturm & Company GmbH
Theresienhöhe 12 D-80339 München

Tel +49 (89) 46 13 99 135
Fax +49 (89) 46 13 99 777
Mobil +49 (151)58243360
E-Mail b.froemer@muecke-sturm.de

Über Mücke, Sturm & Company GmbH:

Telekommunikation, Informationstechnologie, Medien und Entertainment (TIME) gewinnen in Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Damit steigt auch die Nachfrage nach kompetenter Managementberatung mit ausgewiesenem Branchen-Know-How. Gegründet 2002 von ehemaligen Mitarbeitern der internationalen Top-Unternehmensberatung A.T. Kearney, hat sich Mücke, Sturm & Company (MS&C) aufgrund seiner Branchenexpertise und Erfahrung auf die TIME-Märkte spezialisiert. MS&C begleitet ihre Klienten von der Strategieentwicklung bis zur Umsetzung und entwickelt mit ihnen in partnerschaftlicher Zusammenarbeit individuelle Lösungen für komplexe Fragestellungen. Gemeinsames Ziel ist es, Wachstumschancen zu nutzen und die Leistungsfähigkeit der Klienten dauerhaft zu verbessern, so dass nachhaltige Wettbewerbsvorteile entstehen. Die hohe Ergebnisqualität gewährleisten hervorragend ausgebildete Mitarbeiter mit einem breiten Einsatzspektrum und langjähriger Erfahrung. MS&C zählt im deutschsprachigen Raum zu den führenden Unternehmensberatungen der TIME-Branche mit derzeit 55 Mitarbeitern und hohen zweistelligen Wachstumsraten. Zu den Klienten zählen die größten deutschen Unternehmen dieser Industriesektoren