

Aktuelle Studie: „Imagevideos in Online-Branchenverzeichnissen, Kleinanzeigen- und Rubrikenmärkten 3/2011“

Immer mehr Webseiten bieten Werbeclips für Firmen – Marktpotenzial für die Produktion bis zu 100 Mio. € pro Jahr

München, 17. März 2011 – Deutschlands Online-Branchenverzeichnisse, Kleinanzeigen- und Rubrikenmärkte integrieren zunehmend Bewegtbildwerbung in ihre Angebote. Nach einer aktuellen Erhebung der Münchener infotainweb AG bietet mittlerweile über die Hälfte der untersuchten Plattformen (56 Prozent) die Möglichkeit, Imagevideos auf ihren Webseiten zu schalten. Als Imagevideo definiert die Studie dabei die Selbstdarstellung von Firmen und Produkten in bewegten Bildern, die online zu Werbezwecken eingesetzt werden. Die Video-Experten von infotainweb analysierten für die aktuelle Studie 57 Online-Plattformen aus vier Bereichen: 28 Webseiten von Tageszeitungen, neun Online-Branchenverzeichnisse und je zehn Städteportale und führende Fachmedien unterschiedlicher Branchen. Ein zentrales Ergebnis: Verzeichnismedien wie Gelbe Seiten, Das Örtliche oder 11880 & Co. bieten im Gattungsvergleich bisher die ausgefeiltesten Angebote mit unterschiedlichen Formaten, Längen und Mediapaketen.

Intransparente Preispolitik, verwirrende Bezeichnungen

Firmen, die ein Imagevideo für das Web produzieren und in passenden Umfeldern schalten wollen, müssen sich in der Praxis häufig noch sehr viel Mühe geben. So zeigte die Erhebung von infotainweb, dass die Angebote für Imagevideos oftmals nur sehr schwer online zu finden, in den Mediaunterlagen teils unzureichend dokumentiert und nur mit großem Aufwand zu vergleichen sind. Uneinheitliche Bezeichnungen (z.B. Firmenclip, Webcast-Video, Mediaonline-Spot) verwirren ebenso wie unterschiedlichste Kostenmodelle

und Formate. „Die Preisspanne reicht von wenigen hundert Euro für die Produktion und Platzierung eines Imagevideos bis hin zu fast 9000 € allein für die Produktion“, sagt Stefan Huber, Vorstand Marketing & Vertrieb der infotainweb AG. Auch war aus den Unterlagen der Anbieter nicht immer klar ersichtlich, ob die Kosten nur die Produktion oder auch die Mediaschaltung beinhalten. Als gängigste Länge für Imagevideos wurden 30 bis 60 Sekunden aufgeführt. In Fachmedien können aber auch bis zu fünfminütige Interviews und Porträts gebucht werden.

Wachsender Markt: Bis zu 100 Mio. € jährlich allein für die Produktion

Trotz klarer Mängel in der Vermarktung der Angebote sieht die Studie große Chancen: „Das Marktpotential allein für die Produktion von Imagevideos beträgt nach unseren Berechnungen bis zu 100 Mio. € jährlich“, schätzt Stefan Huber. Über eine halbe Million kleine und mittelständische Unternehmen, so Huber, wollten demnächst ein Imagevideo produzieren lassen. „Das Thema ist für unsere Kunden sehr wichtig“, bestätigt Dr. Andreas Albath, Vorstandsvorsitzender der Telegate AG (11880, Klicktel). „Es gibt viele Studien, die eindeutig belegen, dass Werbeaufträge mit Bewegtbild eine wesentlich höhere Aufmerksamkeit genießen.“ Auch Andreas Schmutterer, Leiter Produktmanagement bei der Augsburger Allgemeinen Zeitung, wird das Angebot von Imagevideos „nach vielversprechenden Tests weiter ausbauen“.

Zusätzliche O-Töne in Video-Interviews, die ausführliche Studie, ausgewählte Grafiken sowie Bildmaterial können unter www.infotainweb.com/imagevideos kostenlos abgerufen werden.

Studiensteckbrief „Imagevideos 3/2011“:

Die Erhebung zu „Imagevideos in Online-B Branchenverzeichnissen, Kleinanzeigen und Rubrikenmärkten“ wurde von der Münchner infotainweb AG von Oktober bis Dezember 2011 online und telefonisch durchgeführt. Ziel war es, einen ersten Überblick über das Angebot von Werbevideos auf solchen Online-Plattformen zu erheben, die als Ausgangspunkt für eine lokale oder branchenbezogene Suche, d.h. die Recherche nach einer Firma oder Dienstleistung im lokalen oder Branchenumfeld, dienen. Insgesamt wurden 57 Webseiten und Online-Plattformen für die Studie untersucht: die Webseiten von 28 Tageszeitungen (die jeweils größten regionalen Titel und von ausgewählten nationalen Zeitungen), zehn Städteportale (der nach Einwohnerzahl größten deutschen Städte), neun übergreifende Online-B Branchenverzeichnisse und zehn der jeweils führenden Fachmedien unterschiedlicher Branchen.

Über die infotainweb AG:

Die infotainweb AG (www.infotainweb.com) bietet Full-Service WebTV: Von der Beratung über die Produktion bis hin zur Verbreitung von Videos. Die Münchner Firma ist mit ihrem Netzwerk von über 400 Videoproduzenten flächendeckend in Deutschland, Österreich und der Schweiz präsent. Die infotainweb AG produziert PR-Videos, Image-Videos, How-To-Videos, Produkt-Videos, Recruiting-Videos, Live-Sendungen im Web, Messe-TV sowie WebTV-Formate. Zu den Kunden zählen u.a. der das Bundesumweltministerium, das Bundesfamilienministerium, der ADAC, Bild, DB Regio, dpa AFX, ebay, Microsoft, news aktuell, die Süddeutsche Zeitung, der verlag moderne industrie sowie W&V.

Kontakt:

Stefan Huber
infotainweb AG
Kühbachstr. 11
81543 München
Telefon +49 (0) 89 2006298 0
E-Mail: studie@infotainweb.com