

Visuell und Akustisch

Programmatische Audio-
und Video-Werbung am Puls
der Zeit

Verena Haas

Senior Programmatic Consultant

otago



Verena Haas

Erfahrene Strategin

BA in Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Musikerin

Sprecherin

Podcast-Liebhaberin



zum MeetUp-Slido

Wo erreiche ich dich mit meinem Video- oder Audio-Spot?



Historie von Video-Spots und Digitalisierung



Familienspaß & Information

- TV-Rituale
- zeitlich begrenzt
- gemeinsame Nutzung



TV Hightime

- immer größere Bildschirme
- steigende Zahl an Geräten
- ➔ etwas individualisierter



Streaming

- Individualisierte Nutzung
- Ads per Adserver
- ➔ Ermöglicht Targeting

Historie von Video-Spots und Digitalisierung



In-Article / Out-Stream

- kleinere Bildschirme
- leicht überscrollbar

Lösungen nutzen wie:
Logoeinbindung, Endcards
& Branded Player



Mobile first

- nochmal kleiner
- oft ohne Ton
- Kurzweilig



3 Sekunden

Formate ohne Audio
→ Untertitel, starke Bilder

Leicht überspringbar
→ Aussagekräftige erste
Sekunden entscheidend

Aktuelle Entwicklungen



(Connected) TV

- On Demand
- TV Apps
- Gaming



Vertical Videos

- Meta Stories + Reels
- TikTok
- Youtube Shorts
- Video Banner



Digital OOH

- vertikal bis 10"
- mehr Verfügbarkeiten



Programmatic Best Practices

Qualität

Präferiert in-Stream in redaktionell / professionell erstellten Inhalten

Vornehmlich Deals mit Publishern oder Allowlists

Optimierung auf eure KPIs

Strategie wird eng abgestimmt und auf eure Bedürfnisse angepasst

Programmatic Best Practices

„Es kommt darauf an“

Briefings

KPIs + andere aktive Werbekanäle

Versionen und Formate

Optimum: Abstimmung mit den Kreativen

Bestimmte Technologien

zum Beispiel:

Interaktive Videos | Video-Banner

Dynamic Creatives | ASMR

ASMR

Autonomous Sensory Meridian Response



[Link](#)