

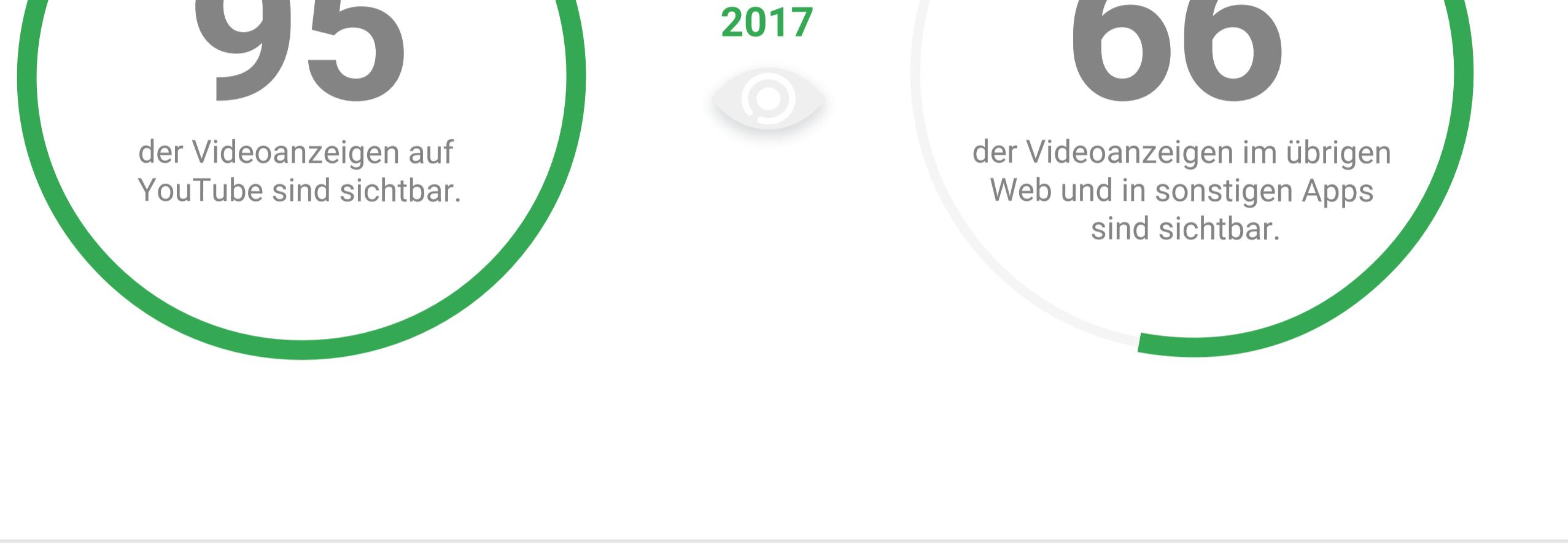
Sichtbarkeit von Videoanzeigen im Jahr 2017



Mit Videoanzeigen wird nur Wirkung erzielt, wenn sie nicht nur ausgeliefert, sondern auch gesehen werden.

Sichtbarkeit von Videoanzeigen

Auf YouTube ist die Sichtbarkeit von Anzeigen im Durchschnitt weiterhin am höchsten. Gemäß unserer Analyse aus dem Jahr 2017 konnte die Sichtbarkeit auf YouTube weltweit gesteigert werden, während sie im übrigen Web und bei Apps stagniert.



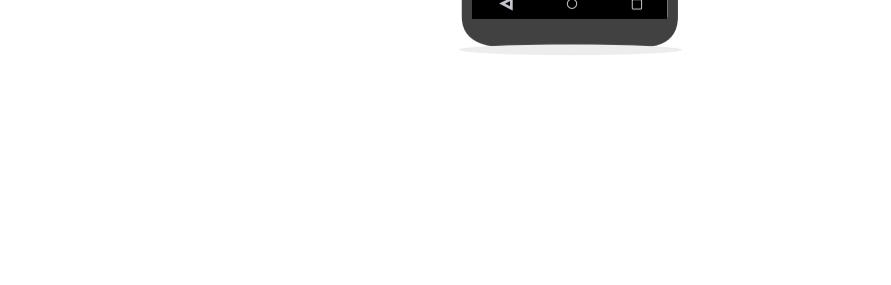
Sichtbarkeitsrate im Jahr 2017 in Europa, dem Nahen Osten und Afrika



Im Jahr 2017 ist die Sichtbarkeitsrate für Europa, den Nahen Osten und Afrika auf YouTube gleichbleibend hoch. Im übrigen Web und bei Apps sind dagegen starke Schwankungen zu beobachten.

Europa, Naher Osten und Afrika	Übriges Web und Apps		YouTube
	2017	2017	2017
Dänemark	71 %	95 %	95 %
Frankreich	59 %	94 %	95 %
Deutschland	64 %	95 %	95 %
Großbritannien	61 %	95 %	95 %
Israel	71 %	95 %	95 %
Italien	72 %	94 %	95 %
Niederlande	76 %	94 %	94 %
Polen	61 %	94 %	94 %
Russland	60 %	95 %	95 %
Saudi-Arabien	82 %	95 %	95 %
Südafrika	59 %	94 %	94 %
Spanien	70 %	94 %	94 %
Türkei	77 %	95 %	95 %
Ukraine	64 %	95 %	95 %
Vereinigte Arabische Emirate	69 %	95 %	95 %

Auf Smartphones und Tablets ist die Sichtbarkeit auf YouTube nach wie vor am höchsten



	Übriges Web und Apps	YouTube
Smartphones	72 %	96 %
Computer	63 %	90 %
Tablets	77 %	95 %

Quelle: Daten der Google- und DoubleClick-Werbeplattformen, Mai 2017