

# “VAST 4.0 ist für uns und unsere Agenturkunden eine gute Nachricht”

JANINE LIU, MEDIACOM, IM INTERVIEW MIT JENS VON RAUCHHAUPT, ADZINE 17 JAN 2018

Janine Liu (Managing Partner Product, Technology & Programmatic) berät große Brand-Advertiser dazu, welche Daten & Technologien für den digitalen Mediaeinkauf eingesetzt werden sollten. Liu glaubt, dass mit VAST 4.0 endlich ein Instream-Videostandard zur Marktreife gebracht wird, der Einkaufs- und Verkaufsseite gleichermaßen bei der Sichtbarkeitsmessung helfen wird.

ADZINE: Frau Liu, bevor wir über den neuen VAST-4.0-Standard sprechen, wie nimmt eigentlich MediaCom aktuell die Sichtbarkeitsmessungen für Desktop-Instream-Werbung vor?

**Janine Liu:** In Deutschland messen wir die Sichtbarkeit derzeit über VAST 2.0 mit. Allerdings haben wir kaum Möglichkeiten, die IAB-Standards 50/2 zu überprüfen, weil es immer wieder zu Zählerdifferenzen kommt, insbesondere im Bereich Mobile.

**ADZINE:** Messen Sie also die Sichtbarkeit auch mit VPAID?

**Liu:** Nein, das kommt für uns hier in Deutschland kaum in Frage. Hier lassen sich die großen Vermarkter nicht auf VPAID ein. Gleichzeitig wandern Videowerbebudgets zunehmend auf YouTube bzw. Facebook und die arbeiten nur mit VAST 2.0. Unsere Branding-Kunden brauchen Reichweite. Aus diesen Gründen kommt für uns in Deutschland VPAID eigentlich wenig in Frage.

**ADZINE:** Und wie wird bei MediaCom die Sichtbarkeit der Videokampagnen in Mobile Apps gemessen?

**Liu:** In der In-App-Videowerbung gibt es keine einfache technische Möglichkeit ohne SDK. Hier arbeiten wir bisher auf Grundlage von Whitelists, also mit App-Publishern, die eine gute Sichtbarkeit nachweisen können.

**ADZINE:** Wie handeln Sie das Messungsproblem unter VAST 2.0?

**Liu:** Mit VAST 2.0 hatten wir bisher keine befriedigenden Möglichkeiten, die Sichtbarkeit zu messen und die Kampagnen darauf zu optimieren. Um die Qualität abzusichern, mussten wir uns bisher auf unsere Vereinbarungen mit den Vermarktern verlassen können. Soweit das Video bis zum Ende gesehen wurde, haben wir erstmals unsere wichtige Video-KPI erreicht.

**ADZINE:** Wie schätzen Sie nun den VAST-4.0-Vorstoß nun ein. Wirklich ein großer Wurf für die Branche?

---

*Für uns und die Agenturkunden ist VAST 4.0 eine richtig gute Nachricht. Wir können nun wie der Vermarkter mit seinem Videoplayer die Sichtbarkeit ohne eine VPAID-Schnittstellenproblematik mitmessen und die Kampagne daraufhin optimieren – unabhängig davon, welcher Videoplayer beim Vermarkter im Einsatz ist.*

Janine Liu, Managing Partner Product, Technology & Programmatic, MediaCom

---

**Liu:** Bisher war die Sichtbarkeitsmessung unter VAST 2.0 mit einem enormen Admanagement-Aufwand verbunden. Das fällt über die neue Skriptlösung weg. Mit VAST 4.0 können wir die Visibility genau mitmessen. Das steigert die Transparenz deutlich. Besonders im Bereich Addressable TV wird VAST 4.0 sehr wichtig werden, um ein holistisches Tracking zu ermöglichen. Es geht für unsere Kunden aufgrund des effizienten Einsatzes ihres TV-Budgets mehr um Videos auf dem Addressable TV im Wohnzimmer. Für Addressable-TV-Kampagnen wird VAST 4.0 besonders bedeutsam. Davon bin ich überzeugt.

**ADZINE:** Ist denn Mobile Video Advertising für MediaCom weniger relevant? Viele Videos werden doch gerade auf dem Smartphone über Facebook und YouTube konsumiert.

**Liu:** Natürlich ist auch der Mobile-Videokonsum für unsere Kunden wichtig. Aber von Facebook haben wir hinsichtlich VAST 4.0 noch gar nichts gehört und YouTube unterstützt bisher auch nur den VAST-2.0-Standard. Da müssen wir noch abwarten, wann diese Anbieter VAST 4.0 ausrollen werden.

**ADZINE:** Spielt der deutsche Markt mit VAST 4.0 also wirklich eine solche Vorreiterrolle, wie beispielsweise IP Deutschland sagt?

**Liu:** Ich denke schon. UK und USA sind bisher VPAID-Märkte. Allerdings haben Facebook und Google im Bereich Video besondere Relevanz und diese arbeiten bekanntlich nicht mit VPAID. Alles ist also davon abhängig, ob und wann Facebook und Google auf VAST 4.0

umstellen.

**ADZINE:** Für den programmatischen Einkauf wurde VAST 4.0 noch nicht getestet, glauben Sie hier an eine baldige Einsatzreife?

**Liu:** Nein, weil SSPs und DSPs unterschiedliche Serverstandards haben und diese erst einmal auf VAST 4.0 testen müssten. Es ist aber ein absolutes Traumszenario.

**ADZINE:** Vielen Dank für das Gespräch!

CONNECTIONS OPINION