

ID: LCG16242 | 13.06.2016 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft &-sterreich | Medieninformation

80 Prozent der Befragten bevorzugen kostenlose Inhalte mit Werbefinanzierung.

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/iab/zadina>

Wien (LCG) – Bereits in den späten 1990er Jahren gab es die ersten Smartphones. Aber erst mit der Einführung des ersten Apple iPhone im Jahr 2007 gewannen sie nennenswerte Marktanteile. Seitdem gibt es einen unaufhaltsamen Anstieg des mobilen Onlinezugangs. Die aktuelle Österreichische Web Analyse (ÖWA) misst bereits mehr als die Hälfte aller Onlinezugriffe über Endgeräte, die mit einem mobilen Betriebssystem ausgestattet sind.

Während die Onlinespendings im Bereich Mobile noch relativ lange hinter der gestiegenen Bedeutung im Nutzungsverhalten hinterher hinkten, ist Mobile spätestens mit 2015 zu einem der Wachstumstreiber der digitalen Werbespendings geworden. Diese Entwicklung ist nicht zuletzt dem HTML5 Standard geschuldet, der Werbeformate auf mobilen Endgeräten wesentlich mehr Möglichkeiten eröffnet. Die aktuell am 11. Mai 2016 im Rahmen der IAB Europe Interact Konferenz in Lissabon präsentierten Vorab-Ergebnisse des AdEx Spendingsreport weisen dem Mobile europaweit bereits einen Anteil von 25,4 Prozent am gesamten Display-Werbemarkt und eine Wachstumsrate von über 60 Prozent aus.

Dazu passend erfragt der aktuelle iab austria Trendmonitor in Kooperation mit INTEGRAL die Einstellung der Konsumenten zu mobiler Werbung und erhebt deren Akzeptanz und Interaktion. Die

Ergebnisse zeigen, dass dieser mächtige Werbekanal mit Bedacht und Kreativität einzusetzen ist, um das volle Potenzial auszuschöpfen.

Kreativität und Relevanz

Sieben von zehn Personen finden, dass es zu viel Werbung auf mobilen Geräten gibt, nur 14 Prozent empfinden diese als kreativ. Immerhin 25 Prozent finden mobile Werbung sehr oder eher hilfreich, wenn sie zum Inhalt der Online-Seite passt. Laut eigenen Angaben hat ein Drittel aller User bereits mit einem mobilen Werbeformat auf mobilen Webseiten interagiert. In Apps ist das Klickverhalten mit 26 Prozent noch eine Spur verhaltener. Acht Prozent der Befragten sehen sich sehr oder eher gerne Werbevideos an und 13 Prozent sehen gerne Marken-Clips auf Videoplattformen.

Hohe Affinität zu mobiler Werbung bei 20 bis 29-Jährigen

Am kreativsten wird mobile Werbung im Altersbreak der 20 bis 29-Jährigen beurteilt. Ein Viertel dieser Altersgruppe findet sie kreativ und unterhaltsam (versus 14 Prozent im Gesamtschnitt). Demgemäß sprechen sie auch wesentlich stärker darauf an: knapp die Hälfte (47 Prozent) hat schon einmal Werbung einer mobilen Seite angeklickt. Ist die Zielgruppe allerdings noch jünger, empfiehlt es sich, über Werbung in Apps nachzudenken. Hier liegen die 14 bis 19-Jährigen weit über dem Bevölkerungsschnitt (38 Prozent haben bereits auf Werbung in Apps geklickt versus 26 Prozent über alle Altersgruppen).

Werbefinanzierte Inhalte bevorzugt

Vor die Wahl gestellt, ob mobiler Content lieber kostenfrei mit Werbung oder bezahlt und werbefrei sein soll, entscheidet sich das Gros der Befragten (79 Prozent) für Gratiszugang zu mobilem Content. Deutlich höheres Potenzial haben Bezahlangebote dabei in einem älteren Zielpublikum. Unter Männern ist die Präferenz für werbefreie, kostenpflichtige Angebote mit 28 Prozent doppelt so hoch wie im weiblichen Bevölkerungsanteil.

Weitere Informationen zum iab austria Trendmonitor auf <http://www.iab-austria.at/iab-trendmonitor-mobile-advertising>.

Über das internet advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des iab (internet advertising bureau - Verein zur Förderung der Online Werbung) haben sich rund 130 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der digitalen Wirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet. Das iab austria ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf <http://www.iab-austria.at>.

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf <http://www.leisure.at>. (Schluss)

