



## **IAB Europe Studie: Bereits die Hälfte des Display-Inventars wird programmatisch gehandelt** – BILD

ID: LCG17344 | 21.09.2017 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

**2016 entfielen in Europa bereits 8,1 Milliarden Euro auf programmatisch gehandelte Display-Werbung. 42,7 Prozent mehr als noch vor einem Jahr: 2015 lag der Umsatz laut der gemeinsamen Studie mit IHS Markit noch bei 5,7 Milliarden Euro.**

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

Wien (LCG) – Programmatischer Handel ist in Europa am Vormarsch. Die soeben veröffentlichte Studie von IAB Europe und IHS Markit zeigt als Ergänzung zum AdEx Benchmark Report, dass bereits 50,1 Prozent des Display-Inventars in ganz Europa programmatisch gehandelt wird. Bei Video-Ads stieg der Umsatz um satte 155 Prozent und macht bereits 45 Prozent der totalen Spendings für digitale Bewegtbild-Werbung aus. Der höchste Anteil entfällt mit 65 Prozent auf das Mobile-Segment. Die CEE-Staaten legten im letzten Jahr um 53 Prozent zu, machen mit einem Spending-Volumen von 0,6 Milliarden Euro aber noch einen vergleichsweise kleinen Anteil aus. In den westeuropäischen Ländern beträgt das Wachstum 42 Prozent und das Spending-Volumen erreicht bereits 7,5 Milliarden Euro.

„Programmatischer Handel wird zum wichtigsten Wachstumsfaktor in der Online-Werbung. Die künftige Entwicklung ist stark von den EU-Regulierungen abhängig, da der Bedarf an qualifizierten und einheitlichen Daten unter den Marktteilnehmern – Auftraggebern, Agenturen und Publishern – zunimmt. Deswegen setzt das iab austria als aktive Interessensvertretung auf den intensiven Dialog mit politischen Entscheidungsträgern, um die österreichische Digitalwirtschaft vor Nachteilen im globalen Wettbewerb zu schützen“, sagt iab austria-Präsidentin **Martina Zadina** .

## Branche verlangt nach einheitlichen Daten

Die Integration von Daten in Programmatic-Trading-Tools gewinnt zunehmend an Bedeutung: Laut IAB Europe Digital Measurement Priorities Report erachten über 90 Prozent der befragten Marktteilnehmer die Verfügbarkeit von standardisierten Daten zusätzlich zu Evaluierungs- und Handelsinformationen in den Tools als essenziell.

**Fabien Scolan** , Vice President of Ad Products bei Schibsted, zur Erhebung: „Das enorme Wachstum von programmatischem Handel kommt nicht überraschend und ist vergleichbar mit den Veränderungen, die die Finanzbranche schon vor 20 Jahren erlebt hat. Für Publisher wie Schibsted ist der nächste Schritt die Etablierung eines One-Stop-Shops, der alle Werbekanäle, Geschäftsmodelle, Produkte und Formate zusammenfasst. Sowohl Top-Kunden als auch Long-Tail-Kunden sollen von einem ganzheitlich automatisierten Trading-Modell profitieren.“

Adform-Mitgründer und CEO **Gustav Mellentin** :

„Programmatischer Handel steht erst am Anfang und wird bald auch andere Medienkanäle wie Fernsehen, Out-of-Home, Radio und sogar Print erfassen. Intelligenter und besser vernetzte Plattformen bringen ein neues Niveau an Transparenz und vereinfachen die Prozesse für die Einkäufer.“

Die Daten werden von den 27 teilnehmenden europäischen IAB-Niederlassungen in Zusammenarbeit mit Branchenexperten und basierend auf Transaktionsvolumina sowie Statistikmodellen erfasst.

### 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. Der iab austria ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf <https://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)

