



iab austria und FOCUS analysieren Österreichischen Digital-Werbemarkt **â€“** **GRAFIK**

ID: LCG18031 | 30.01.2018 | Kunde: iab austria -interactive
advertising bureau | Ressort: Medien Österreich |
Medieninformation

**Erstmals bildet die FOCUS Werbebilanz in Zusammenarbeit mit dem
interactive advertising bureau austria den gesamten
Digitalbereich ab. Digital-Anteil liegt bei 14 Prozent und beläuft
sich auf ein geschätztes Werbevolumen von 577 Millionen Euro.
Vorliegende Studie bestätigt Wertschöpfungs-Abfluss an
internationale Digitalgiganten.**

Grafiken zur Meldung auf [http://presse.leisuregroup.at/iab/
focus2017](http://presse.leisuregroup.at/iab/focus2017)

Wien (LCG) – Durch die enge Zusammenarbeit mit dem iab austria
bildet die FOCUS Werbebilanz erstmals die heimischen
Digitalspendings valide ab. Das iab austria unterstützte unter
anderem bei der Fragebogenerstellung, Begriffsdefinition der
Digital-Gattungen und in der Erweiterung der Digitalmelder.

„Durch die Kooperation mit dem iab Austria stehen erstmals vollständige und valide Daten zum österreichischen Digital-Werbemarkt zur Verfügung. Insbesondere die Ausweitung des Online-Melders auf Vermarkter und Publisher ist ein wesentlicher Faktor für die Hochrechnung und Integration in die Werbebilanz. Unter der Leitung der iab Austria-Arbeitsgruppe „Spendings“ konnten wir gemeinsam mit Vermarktern und Publishern einen wichtigen Beitrag leisten, um den heimischen Werbemarkt ganzheitlich abzubilden“, kommentiert FOCUS-Geschäftsleiter **Ronald Luisser** die neue Datenqualität.

„Das in Zusammenarbeit mit FOCUS neu geschaffene Level der Datenqualität zeigt einerseits, wie hoch der Aufholbedarf bei Digitalwerbung in Österreich ist, das im internationalen Vergleich noch immer überproportional print-dominiert ist. Der erstmals darstellbare Wertschöpfungsabfluss an die Digitalgiganten untermauert deutlich die gemeinsame Forderung des iab Austria und anderer Branchen- und Kommunikationsverbände für die rasche Einführung der digitalen Betriebsstätte, um faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und den Digitalstandort Österreich nachhaltig abzusichern“, so **Sabine Auer-Germann** (Mindshare), Leiterin der Arbeitsgruppe „Spendings“ im iab Austria.

577 Millionen Euro entfallen im Printland Österreich auf Digitalwerbung

In der nun vorliegenden FOCUS Werbebilanz 2017 kommt Digitalwerbung auf einen Anteil von 13,7 Prozent am Gesamtwerbekuchen und ist für einen Umsatz von 577 Millionen Euro verantwortlich.

Die Digital-Werbependings gliedern sich in:

- 43,7 Prozent klassische Digitalwerbung (Display)
- 23,2 Prozent Search Engine Advertising
- 12,3 Prozent Instream-Video
- 11,2 Prozent Social Media
- 9,5 Prozent Mobile Marketing

Aus den vorliegenden Zahlen leitet sich ab, dass durch Suchwort-Vermarktung und Social Media-Werbung bereits mehr als ein Drittel der Digital-Spendings an Facebook, Google und Co. abwandert. Da bei diesen Anbietern Rabatte unüblich sind, muss jedoch von einem deutlich höheren Anteil ausgegangen werden.

Wachstum in 2018 überwiegend zugunsten der globalen Digitalgiganten

Die Wachstumseinschätzungen für 2018 zeigen ein durchwachsendes Bild für die heimische Branche, da die höchsten Zuwächse bei Facebook, Google und Co. zu erwarten sind, die keine Wertschöpfung und Steuern in Österreich leisten. Am stärksten werden die Spendings für Social Media mit 13,6 Prozent wachsen. Auf dem zweiten Platz folgt Instream-Video mit 11,7 Prozent vor Mobile Marketing mit 10,2 Prozent. Für klassische Digitalwerbung wird nur ein Wachstum von 5,7 Prozent erwartet.

Suchmaschinen-Werbung steht hoch im Kurs

Bei der Frage nach der Attraktivität der Digital-Mediengattungen als Werbeträger liegen Search Engine Advertising und bezahlte Social Media Werbung ex aequo auf dem ersten Platz. Ebenfalls gleichauf liegen Mobile Marketing und Instream-Video-Werbung. Klassische Digitalwerbung (Display), Newsletter-Werbung und E-Mail-Marketing sowie Classifieds und Directories sowie Kleinanzeigen belegen die hinteren Ränge.

Über FOCUS

FOCUS beschäftigt nach Unternehmensgründung (1994) mit 7 Mitarbeitern heute 180 Festangestellte in Österreich, die täglich über 500 mediale Werbeträger beobachten. Mittlerweile ist FOCUS in 30 Ländern vertreten, europäischer Leader in der Preisbeobachtung

und in Österreich führender Anbieter in Sachen Medien- und Werbebeobachtung. Weitere Informationen auf <http://www.focusmr.com> .

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des iab (interactive advertising bureau – Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft) haben sich rund 150 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 <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 auf <https://www.leisure.at> . (Schluss)

