



IAB Europe: Europäischer Markt für digitale Werbung im ersten Halbjahr 2018 um zehn Prozent gewachsen – BILD

ID: LCG18483 | 29.11.2018 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft –sterreich | Medieninformation

Laut AdEx-Benchmark-Studie für das erste Halbjahr 2018 verzeichnet der europäische Markt für Digital-Werbung ein Plus von zehn Prozent. Mobile-Anteil nähert sich 50 Prozent an.

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/russmedia/eckert/>

Wien (LCG) – Das Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe) veröffentlicht in Zusammenarbeit mit IHS Markit die AdEx-Benchmark-Studie mit aktuellen Zahlen zum ersten Halbjahr 2018. Dem Bericht zufolge konnte der europäische Markt für digitale Werbung erneut ein Plus in Höhe von zehn Prozent verzeichnen und pendelt sich bei einem Volumen von insgesamt 25,7 Milliarden Euro ein (erstes Halbjahr 2017: 23,4 Milliarden Euro). Dabei zählt Display-Werbung zum klaren Gewinner: Mit einem satten Plus von 12,3 Prozent konnte hier der größte Zuwachs verzeichnet werden, gefolgt von Paid-Search (plus 10,2 Prozent). Betrachtet man die Verteilung der Anteile am Gesamtmarkt, so legt Display um 0,9 Prozent auf aktuell 40,6 Prozent zu; Paid-Search hingegen konnte nur ein Plus von 0,1 Prozent auf in Summe 46 Prozent am gesamten digitalen Werbemarkt verzeichnen. Classifieds und Gelbe Seiten haben laut der aktuellen Studie nur ein mageres Ausgabenplus in Höhe von 3,2 Prozent in der Einzelbetrachtung oder aber ein Minus von 0,9 Prozent in der Gesamtmarkt Betrachtung erfahren.

„Die aktuellen Entwicklungen am digitalen Werbemarkt sind vielversprechend. Die Prognosen für das zweite Halbjahr fallen nach dem satten Plus von zehn Prozent im ersten Halbjahr sogar noch positiver aus. Insgesamt wird damit gerechnet, dass der Gesamtmarkt ein Volumen von rund 53 Milliarden Euro erreichen wird. Die jährlichen Zuwachsraten sind ein untrügliches Zeichen dafür, wie wichtig der Digitalmarkt für die gesamte Wirtschaft geworden ist. Wehrmutstropfen bleibt aber der Wertschöpfungsabfluss zu den US-Digitalgiganten: Das betrifft rund die Hälfte der Digital-Spendings“, kommentiert iab-austria-Präsident **André Eckert** (Russmedia Digital).

Über 30 Prozent der Display-Werbung entfallen auf Video

Während Video-Werbung im vergangenen Jahr noch rund ein Viertel der gesamten Display-Werbung ausmachte, sind es im ersten Halbjahr 2018 bereits rund 31 Prozent. Video-Werbung wächst damit 4,2-mal schneller als andere Werbeformen. Das beachtliche Wachstum von Video-Werbung ist zudem mitverantwortlich für das hohe Wachstum des gesamten Display-Volumens, das sich im ersten Halbjahr 2018 auf satte 25,7 Milliarden Euro belief. In absoluten Zahlen bedeutet dies ein Plus von 2,3 Milliarden Euro. Die gesamten mobilen Werbeausgaben (mobile Display und mobile Search) durchbrachen erstmals die Zehn-Milliarden-Euro-Grenze, was einem Gesamtmarktanteil von rund 47 Prozent entspricht; verglichen mit den Vorjahreswerten entspricht dies einem Plus von 5,7 Prozent.

„Social, Mobile, Video und Search waren wie auch im Vorjahr die Wachstumstreiber für digitale Werbung in Europa. Social verzeichnet im Display-Bereich im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres ein Plus von 12,7 Prozent und nimmt erstmals über 50 Prozent des Gesamtvolumens ein“, fasst **Daniel Knapp**, Executive Director TMT bei IHS Markit zusammen.

Im europäischen Vergleich zeigt sich, dass beim Einsatz von Video- und klassischer Displaywerbung eklatante Unterschiede bestehen: In Westeuropa entfallen 39,4 Prozent der insgesamt 22,1 Milliarden an Werbeausgaben auf Display-Werbung. Knapp ein Drittel dieser Display-Spendings entfällt bereits auf Video-Werbung. In der CEE-Region beläuft sich der digitale Gesamtmarkt auf 3,6 Milliarden Euro. Rund 47 Prozent davon entfallen auf Display-Werbung. Der Anteil an Video-Displaywerbung beträgt lediglich ein mageres Fünftel.

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)

