



Werbewirtschaft ist Gewinner der Polit-Turbulenzen: Online-Medien geben Orientierung bei Großereignissen â€“ BILD

ID: LCG19185 | 31.05.2019 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Werbetreibende Wirtschaft profitiert von der enormen Geschwindigkeit und inhaltlichen Qualität österreichischer Online-Medien. Kampagnen wurden durch lokales Know-how laufend adaptiert und optimiert. Rekordwerte für heimische Publisher.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © AboutMedia

Wien (LCG) – Die letzten Tage und Wochen mit dem Bekanntwerden des Ibiza-Videos, der Ankündigung von Neuwahlen und letztlich dem Misstrauensantrag haben klar gezeigt, dass die Österreicherinnen und Österreicher heimischen Medienmarken vertrauen und sich online über die überschlagenden Ereignisse informieren. Sozialen Medien kommt dabei als primäre Informationsquelle eine untergeordnete Rolle zu.

Laut Online-Vermarkterkreis im interactive advertising bureau austria hat sich der programmatische Handel seit Beginn der Regierungskrise verdoppelt, wodurch in vielen Medienhäusern und Agenturen manuelle Optimierungen vorgenommen wurden, um Kampagnen bestmöglich auszuspielen. Zahlreiche Kampagnen wurden innerhalb kurzer Zeit adaptiert: Platzierungen, Sujets und Kampagnen wurden laufend angepasst. Diese Leistungen für den heimischen Werbemarkt können nur von lokalen Agenturen, Medien und Vermarktern erbracht werden, die über Marktkenntnis und personelle Ressourcen im engen Dialog mit Kunden und Auftraggebern verfügen.

„Mit der Geschwindigkeit der Online-Medien und ihrer Bewegtbild-Angebote konnte keine andere Mediengattung mithalten. Die Außenwerber plakatierten bis zuletzt Kampagnen mit Ex-Politikern. Die österreichische Online-Welt beweist in den letzten Tagen nicht nur journalistische Spitzenleistungen, sondern auch Bestleistungen für die werbetreibende Wirtschaft durch Geschwindigkeit und Kenntnis des lokalen Marktes. Wer dieser Tage Online-Werbung in Österreich schaltet, zählt zu den Gewinnern der politischen Turbulenzen und entscheidet sich klar für das richtige, qualitative Umfeld“, bringt es **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises im iab Austria, auf den Punkt.

Bewegtbild-Angebote der heimischen Publisher boomen

Bei einigen Anbietern hat sich der Traffic im Vergleich zu einem Durchschnittstag sogar verdreifacht. Die ORF-Nachrichtenseiten im Web und die Apps erzielten laut interner Statistik am Montag und Dienstag vergangener Woche mehr als 40 Millionen Pageimpressions und mehr als sieben Millionen Visits. Allein der eigens eingerichtete Live-Ticker mit minutenaktuellen und multimedialen Postings zum laufenden Geschehen hatte am 20. und 21. Mai 2019 mehr als 2,7 Millionen Zugriffe. Auch die Streaming-Angebote des ORF zum Ende der ÖVP/ FPÖ-Koalition werden weiter stark genutzt: Insgesamt erzielten die auf der ORF-TVthek sowie auf news.ORF.at und anderen ORF.at-Seiten inklusive Apps bereitgestellten Live-Streams und Video-on-Demand-Angebote bis inklusive Dienstag, dem 21. Mai 2019, laut AGTT/ GfK TELETEST Zensus in Österreich 1,8 Millionen Nettoviews (zusammenhängende Nutzungsvorgänge) und 5,9 Millionen Bruttoviews (Videostarts). In den ersten Tagen der Regierungskrise lag das Gesamtnutzungsvolumen bisher bei 40 Millionen Minuten.

Insbesondere die Zugriffe auf die Video-Angebote der österreichischen Publisher waren überragend: oe24.TV vermeldete Rekord-Zugriffe in der Sendergeschichte und einen Marktanteil von bis zu 2,27 Prozent bei den 12-bis 49-Jährigen. Auch alle anderen Publisher-Portale können sich in den letzten Tagen und Wochen über Rekordzugriffe freuen.

Über den Online-Vermarkterkreis im iab austria

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die vom iab austria initiierte Interessenvertretung der österreichischen Digital-Vermarkter und -Publisher mit dem Zweck der nachhaltigen und wirtschaftlichen Entwicklung des digitalen Werbemarktes in Österreich. Die obersten Ziele sind die Initiierung und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Kommunikation im Bereich Markttransparenz, Werbequalität, Planungseffizienz, Standardisierung von Werbeformaten, mit dem Augenmerk auf stetig veränderte und wachsende Anforderungen für Vermarkter – jedoch abgestimmt mit den Bedürfnissen von Werbetreibenden. Darüber hinaus engagiert sich der OVK auch in nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Leiter des OVK im iab austria ist **Eugen Schmidt**, Geschäftsführer von AboutMedia. Teilnehmer am OVK Austria sind **Josef Almer** (Goldbach Austria), **Michael Eder** (Krone Multimedia), **Pierre Greber** (styria digital one), **Alexandra Hofer** (Regionalmedien Austria), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Elisabeth Plattensteiner** (Purpur Media), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (oe24).

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 180 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](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](https://www.leisure.at) . (Schluss)