



it Qualität ist heimischer Digitalmedien sichtbar“ BILD

4 | 28.09.2023 | Kunde: Online-Vermarkterkreis |
O V K dien Österreich | Medieninformation

Relevanz von Digitalwerbung im Tourismus und neue Initiative für die Digitalwirtschaft stehen im Fokus des zweiten Get-togethers des Online-Vermarkterkreises.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications/ Christian Jobst

Wien (LCG) – Donnerstagabend trafen sich die heimischen Digitalvermarkter zum zweiten Get-together des Online-Vermarkterkreises. Ganz aktuell präsentierte Meinungsforscherin **Edda Mogel** die soeben erschienene repräsentative Mindtake-Studie „[Relevanz des Online-Channels im Tourismus](#)“, die Online-Portalen ein hervorragendes Zeugnis ausstellt und wissenschaftlich untermauert, wie groß deren Bedeutung für die in Österreich wichtige Tourismusbranche ist. Es ist bereits die vierte Studie seit 2021, in welcher der Online-Vermarkterkreis die Relevanz von Digitalmedien und -marketing für einzelne Branchen untersucht. Aus allen vier Studien zeigt sich, dass die Relevanz von digitalen Kanälen und Publisher-Portalen in den Mediennutzung deutlich zunimmt und Digitalwerbung von den Menschen als informativ wahrgenommen wird. 82 Prozent der Österreicher nutzen (mehrmals) täglich digitale Medien. Das Durchschnittsalter der Print-User liegt bei 53 Jahren, während die Nutzer von Onlineportalen mit 45 Jahren deutlich jünger als der durchschnittliche Mediennutzer ist. Zwei Drittel der Österreicher erachten Digitalwerbung als informativ und mehr als die Hälfte hält sie für relevant.

„Österreichische Publisher-Portale bieten das sichere und effektive Umfeld für wirksames Digitalmarketing. Sie sind nicht nur die bessere Alternative zu den globalen Plattformen, sondern die erste Wahl für wirksame Kampagnen, die Wertschöpfung in Österreich leisten und den Journalismus finanzieren. Die neue Initiative Digital Ad Trust wird ab nächstem Jahr noch mehr Aufmerksamkeit für die hohen Qualitätsstandards österreichischer Digitalmedien schaffen“, betont **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises.

Transparenz-Offensive für mehr Vertrauen in die lokale Digitalwerbung

Mit der neuen Initiative **Digital Ad Trust** hebt **Bernd Platzer** (Momentum Wien) die Vorteile österreichischer Publisher und Ad Networks hervor, um ihre Stärken gegenüber den globalen Plattformen zu unterstreichen. Marketing Club Österreich, interactive advertising bureau austria und Online-Vermarkterkreis werden verbandsübergreifend Portale nach dem Vorbild der deutschen Digital Trust Initiative hinsichtlich Ad Fraud, Visibility, Brand Safety und User Experience zertifizieren und Werbetreibenden damit ab Anfang kommenden Jahres noch mehr Sicherheit geben. Weitere Partner sollen das Netzwerk für den Digital Ad Trust künftig bereichern und auf eine noch breitere Basis stellen. Auch in der Schweiz wurden mit diesem Modell bereits positive Erfahrungen gesammelt. Zahlreiche Werbetreibende und Agenturen berücksichtigen ausschließlich zertifizierte Portale in ihren Mediaplänen. Viermal jährlich sollen die Zertifizierungen des Digital Ad Trust in Hinkunft kommuniziert werden und den überprüften Portalen und Ad Networks positive Öffentlichkeit geben. Ausbildungsprogramme für Mediaplaner werden die neue Initiative zur Qualitätssicherung begleiten.

Beim zweiten Get-together des Online-Vermarkterkreises netzwerkten im Wiener „Sneak In“ unter anderem **Joachim Feher** (RMS Austria), **Maximilian Pruscha** (Yoc), **Christopher Sima** (Krone Multimedia), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise), **Bernd Platzer** (Momentum Wien) oder **Josef Almer** (Goldbach).

Über den Online-Vermarkterkreis

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die Interessenvertretung der österreichischen Digitalvermarkter und -Publisher im Rahmen des iab austria. Sein Zweck ist die nachhaltige und wirtschaftliche 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 **Michael Buchbinder** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Pierre Greber** (COPE Content Performance), **Alexander Leitner** (Goldbach Austria), **Bernd Platzer** (Purpur Media), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Michael Prüwasser** (Der Standard), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (Krone Multimedia). Weitere Informationen auf iab-austria.at/ovk

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

