

Werbespendings-Prognose: Onlinewerbung wird 2018 in Österreich netto um 8,1 Prozent wachsen

In Kooperation mit dem Online Vermarkterkreis (OVK) im iab austria hat die Kommunikationsagentur MOMENTUM Wien in ihrer Werbespendings-Analyse für 2017 ein Onlinewerbeplus im Umfang von 13,6 Prozent errechnet. Auch 2018 wird sich das Wachstum bei den Onlinewerbespendings weiter fortsetzen.

Wien, 21. März 2018. Im Jahr 2017 stieg das Netto-Onlinewerbevolumen in Österreich gegenüber 2016 um 13,6 Prozent. 2018 soll es in einer ähnlichen Tonart gehen und dem Markt am Ende des Jahres ein Onlinewerbeplus von 8,1 Prozent gegenüber 2017 bescheren – netto wohlgerneht. Diese Markteinschätzungen entstammen der „MOMENTUM Spendingstudie 2017 und Prognose 2018“, mit der die Wiener Kommunikationsagentur MOMENTUM die Tradition der Werbeplanung.at Spendingstudie fortsetzt. Als Kooperationspartner für die Studie konnten die beiden MOMENTUM-Gründer Bernd Platzer und Maximilian Mondel den Online-Vermarkterkreis (OVK) im iab austria gewinnen. Für die Studierhebung holte sich die Anfang 2018 ins Leben gerufene Agentur MOMENTUM mit der früheren „Horizont“-Chefredakteurin Birgit Schaller kompetente Verstärkung ins Boot.

Mehr als 90 Interviews mit Publishern, Vermarktern und Agenturen

„Wir haben für die ‚MOMENTUM Spendingstudie 2017 und Prognose 2018‘ wie schon in den zwölf Jahren davor die Onlinewerbespendings des Vorjahres in Österreich errechnet und eine Prognose für die zu erwartenden Onlinewerbespendings im laufenden Jahr abgegeben“, erklärt Studienautor Bernd Platzer und fügt hinzu: „Wie in den Vorjahren haben wir mehr als 90 Interviews mit branchenrelevanten Playern durchgeführt.“ Die Insights der Experten bei Medienhäusern, Mediaagenturen, Vermarktern sowie Spezialagenturen bildeten die Basis für die MOMENTUM-Marktanalyse. „Die retrospektive Bestandsaufnahme der

Entwicklung der Onlinewerbependings sowie die Prognosen der zukünftigen Werbeausgaben im Digitalbereich durch Bernd Platzer ist seit zwölf Jahren eine wichtige Arbeits- und Planungsgrundlage für Werbetreibende, Medienbetreiber, Vermarkter und Agenturen aller Art. Diese für den heimischen Werbemarkt wichtige Initiative unterstützen wir gerne als Kooperationspartner“, erklärt Eugen Schmidt, Leiter des OVK im iab Austria und Geschäftsführer von AboutMedia.

Nettozahlen sorgen für entsprechende Markttransparenz

Wie schon in den Spendingstudien von Werbeplanung.at ab 2015, weist auch die „MOMENTUM Spendingstudie 2017 und Prognose 2018“ Nettozahlen zum heimischen Onlinewerbemarkt aus. Damit ist man in guter Gesellschaft, schließlich weist auch der deutsche Online-Vermarkterkreis (OVK) im Rahmen des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) seit 2014 Nettozahlen und damit eine weit validere Abbildung der Marktgegebenheiten aus. MOMENTUM-Geschäftsführer Bernd Platzer erklärt: „Die von uns erhobenen Nettozahlen sind für sämtliche Marktteilnehmer eine viel nachvollziehbarere Grundlage als Bruttozahlen. Das Wachstum bei den Bruttowerbeausgaben spiegelt die tatsächliche Einnahmensituation bei Publishern und Vermarktern nicht wider. Die Brutto-Netto-Schere geht schließlich immer weiter auf.“

Klassische Online Werbung wächst heuer um 11 Prozent

Den größten Anteil am Onlinewerbekuchen in Österreich hat die klassische Onlinewerbung – also Display Ads, Video Ads und Mobile Ads – mit rund 40 Prozent: 2017 legte die klassische Onlinewerbung um rund 15 Prozent zu, für 2018 prognostiziert MOMENTUM ein weiteres Plus von 11 Prozent. Rund 30 Prozent der gesamten Onlinewerbependings fließen in die Suchwortvermarktung. Von 2016 legte der Search-Bereich um rund 4 Prozent zu, für 2018 wird von MOMENTUM ein Wachstum in der nämlichen Größenordnung prognostiziert. Ein Fünftel des heimischen Onlinewerbekuchens wird in Werbung in digitalen Rubrikenmärkten (Immobilien-, Automobil- und Stellenanzeigen) und digitalen Verzeichnissen investiert. 2017 betrug das Wachstum für Online-Anzeigen in Rubrikenmärkten und Verzeichnissen satte 25 Prozent. Heuer wird das entsprechende Wachstum laut MOMENTUM-Prognose in den einstelligen Bereich abflachen. Für

Werbemaßnahmen in den sozialen Medien wurden und werden sowohl 2017, als auch 2018 rund 8 Prozent der digitalen Werbespendings ausgegeben. Die von MOMENTUM ausgewiesenen Wachstumsraten können sich mit jeweils rund 20 Prozent mehr als sehen lassen.

Die Studie mit allen Detailanalysen kostet 3.900 Euro

Die komplette „MOMENTUM Spendingstudie 2017 und Prognose 2018“ liefert Detailanalysen über die Spendings in den Bereichen klassische Onlinewerbung, Social Media, Suchwortvermarktung, Online-Rubrikenmärkte/Online-Verzeichnisse sowie Affiliate Marketing. Die Studie bietet eine eingehende Übersicht über die Brutto- und Nettospending im österreichischen Markt sowie die Marktstärke von Publishern, Vermarktern und Mediaagenturen. Die Studie kostet für iab-austria-Mitglieder 2.900 Euro netto; Nicht-Mitglieder des iab austria zahlen 3.900 Euro netto. Bestellt werden kann die „MOMENTUM Spendingstudie 2017 und Prognose 2018“ bei georg.guenther@momentum.wien.

Über MOMENTUM Wien:

MOMENTUM (www.momentum.wien) ist eine von Maximilian Mondel und Bernd Platzer gegründete Kommunikationsagentur, deren Portfolio Public Relations, Corporate Publishing, Social Media, Werbemarktstudien und Fachkongresse für Marktkommunikationsprofis umfasst. MOMENTUM betreut Kunden wie Bisnode, Brainloop, DerAutomat, Eberhardt Kuvert, FONDA, gutbetreut.at, httpool, JETZT Konferenzen, Lürzer's Archive, MindTake Research, Mobile Marketing Association Austria, Objective Development (Little Snitch), Österreich Rundfahrt, OVK/iab austria, Purpur Media und SlopeLift.

++ENDE++++ENDE++++ENDE++

Bildtexte:

Als Kooperationspartner für die „MOMENTUM Spendingstudie 2017 und Prognose 2018“, konnten die beiden MOMENTUM-Gründer Bernd Platzer (links) und Maximilian Mondel den Online-Vermarkterkreis (OVK) im iab austria gewinnen.

Bernd Platzer, Studienautor der „MOMENTUM Spendingstudie 2017 und Prognose 2018“: „Die von MOMENTUM für die Spendingstudie und Prognose erhobenen Nettozahlen sind für sämtliche Marktteilnehmer eine viel nachvollziehbarere Grundlage als Bruttozahlen.“

Eugen Schmidt, Leiter des Online-Vermarkterkreises (OVK) im iab austria: „Die retrospektive Bestandsaufnahme der Entwicklung der Onlinewerbependings sowie die Prognosen der zukünftigen Werbeausgaben im Digitalbereich durch Bernd Platzer ist seit zwölf Jahren eine wichtige Arbeits- und Planungsgrundlage für Werbetreibende, Medienbetreiber, Vermarkter und Agenturen aller Art.“

Download Fotos + Charts:

<https://we.tl/L6ftfBKNK4>

Copyright (Abdruck honorarfrei):

Elisabeth Kessler/MOMENTUM bzw. About Media

Für Rückfragen:

Bernd Platzer, MOMENTUM Wien, Tel. 0664 88787 126,

bernd.platzer@momentum.wien