

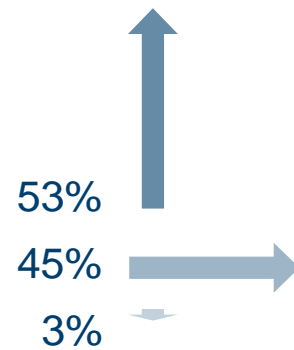
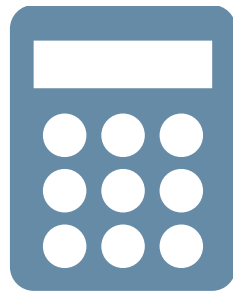
22. OWM FACHTAGUNG | 28. & 29. NOVEMBER 2017

WERBEN WIRKEN WACHSEN

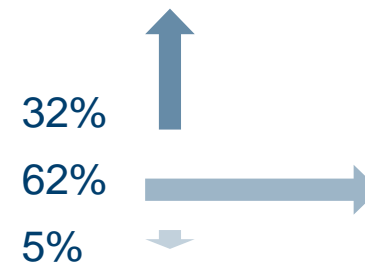
MARKETING TRANSFORMIEREN IN EINER
KOMPLEXEN UND DISRUPTIVEN WELT

Erwartete Umsatz- und Ertragsentwicklung 2018

Umsatzentwicklung



Ertragsentwicklung



Entwicklung des Werbeausgaben 2018



2018



46 Prozent der befragten Mitglieder wollen 2018 mehr Geld in Werbung investieren.

Brand Safety bereitet Unternehmen große Sorge

Kampagnen meines Unternehmens waren bereits von einem Brand-Safety-Vorfall betroffen.

60%

Sichere Umfeldler sind für Online-Kampagnen ein Muss.

100%

Ich Sorge mich um die Zunahme markenschädigender Falsch-auslieferungen.

82%

Ad Fraud nimmt zu

Zunahme betrügerischer
Vorfälle

27%

„Betrugsfälle fürchte ich vor
allem im Zusammenhang mit
programmatischen
Buchungen.“

91%

Programmatic Advertising: Unsicherheit & verhaltene Nutzung



Programmatische Buchungen sind...

...effektiver

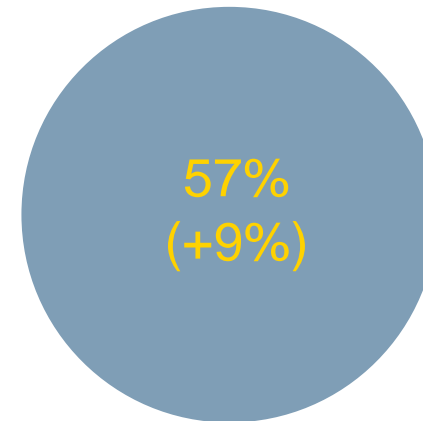
44%

... effizienter

49%

Mediaagenturen: Vertrauen auf mittlerem Niveau stabilisiert

Gutes
Vertrauensverhältnis



Agenturmodelle der Zukunft: Mediaberatung bleibt Sache der Mediaagenturen

Einkauf von
Mediaberatungsleistungen von
alternativen Anbietern



90%
nicht geplant

Agenturmodelle der Zukunft: Trend zu Inhouse-Lösungen



Inhouse-Modelle
.... im Einsatz

27%

... in Umsetzung

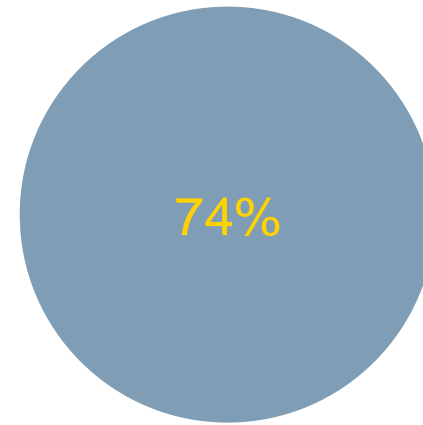
20%

... in Planung

17%

Agenturmodelle der Zukunft: Algorithmen im Kommen

Algorithmengetriebene
Mediaplanungssysteme werden
den Markt dramatisch
verändern



Herausforderungen 2017/18

1

- Standards & Leistungsnachweise
- Nachweis von Werbewirkung
- Komplexität von Medienvielfalt & Zielgruppenerreichung

2

- Transparenz im Mediageschäft

3

- DSGVO / ePrivacy-Verordnung
- Digitalisierung im Marketing
- Medieninflation