

Medieninformation

willhaben.at gab Tipps für Real Time Advertising beim Frühstück

Wien, am 30. September 2015: Österreichs größter Marktplatz, willhaben.at, lud zum Frühstück in die „Vollpension“, um mit dem Gastvortragenden Jesper Pops, Programmatic Hub-Leiter von Schibsted Classified Media in Stockholm, praktische Erfahrungen und Tipps zu Real Time Advertising auszutauschen.

Für Pops ist Programmatic Advertising ein effizienter Weg, um datengestützte Medialeistung einzukaufen und auszuspielen. „Real Time Advertising wird in zwei bis vier Jahren den Display-Markt dominieren“, ist er sich sicher. Während in den USA und UK bereits 45 Prozent aller Display-Werbung auf diese Weise einkauft wird, liegt dieser Anteil in Österreich noch knapp unter zehn Prozent.

Pops prangerte an, dass systembedingte Zwischenhändler beträchtliche Provisionen einheben und nur rund 50 Prozent der Werbeausgaben der eigentlichen Medialeistung zufließen. Weiters herrsche im Markt noch verbreitet Unklarheit, wann was konkret zu tun sei. Die Unterscheidung zwischen öffentlichen und privaten Marktplätzen bringe nochmals eine zusätzliche Komplexität in die Materie.

Einkäufern rät Pops eine Definition von Preisobergrenzen und eine Optimierung der CTR als zentraler Kennzahl. Laufende Performance-Kampagnen-Optimierungen sind notwendig, um den Anteil schlechter Anbieter und Domains durch bessere zu ersetzen. Bei Branding-Kampagnen sei die Optimierung auf Sichtbarkeit und Frequenz zu legen und auf zertifizierte Anbieter zu achten.

Full Stack Ad Serving und direkter Einkauf werden zunehmen und Mobile bzw. Native Advertising massiv an Bedeutung gewinnen.

Nicolas Konecny, RTA-Verantwortlicher im Digital Advertising-Team von willhaben.at, ergänzt: „Mit einem Private Marketplace haben Werbetreibende die Möglichkeit, qualitative Platzierungen direkt auf ausgewählten Websites wie z.B. willhaben.at zu kaufen. Somit besteht nicht die Gefahr, irgendwo im Netz mit seinen Werbemitteln platziert zu sein, sondern genau dort, wo man das auch möchte.“

Unter den Teilnehmern fanden sich u.a. Amani Abdalla (Mediacom), Bernhard Forst (T-Mobile), Melanie Grund (Hyundai), Friedericke Müller-Wernhart (Mindshare), Daniel Nago (Vizeum), Melanie Rondonell (Swatch Group) und Andreas Ban (Group M).

Pressekontakt:

Mag. Thomas Reiter, Reiter PR

Tel.: 0676/66 88 611

Email: thomas.reiter@reiterpr.com