



Medieninformation

willhaben: Die wichtigsten Digital Advertising Trends 2019

Wien, 21. Jänner 2019. Künstliche Intelligenz, Voice, Video und Internet of Things – wer einen Ausblick auf 2019 wagt, merkt schnell, dass das ein abwechslungsreiches Jahr werden könnte. Für Jochen Schneeberger, Head of Digital Advertising bei willhaben, gibt es 2019 viele maßgebliche Trends, die die Richtung vorgeben werden.

Voice Search

Egal ob Siri, Alexa oder Cortana – die Sprachsteuerung gewinnt ungebrochen an Bedeutung und erleichtert Service-Lösungen, aber auch unbegrenztes Multitasking. 65 % der Nutzer von Sprach-Assistenten können sich laut Umfragen auch kaum mehr ein Leben ohne diese Begleiter vorstellen. Neben digitalen Service-Themen wird zum Beispiel auch die Erhöhung von Fahrkomfort und Sicherheit im Straßenverkehr ein immer zentraleres Feld. Keine Hände frei - kein Problem: Per Sprachbefehl lassen sich in naher Zukunft – das entsprechende Modell bzw. Paket vorausgesetzt - von der Unterstützung bei der Parkplatz-Suche über die Aktivierung von Navi, Klimaanlage, Radio und Co immer mehr Features mittels Stimme bedienen.

Internet of Things

Die Verknüpfungen der Sprachsteuerung mit Mobilitätsthemen ist nur eines von zahllosen Beispielen für Vernetzungs-Entwicklungen in unserem Alltag: Der Hersteller Bosch gab unlängst bekannt, die Anzahl an Sensoren und Geräten, die über die hauseigene Lösung IoT Suite vernetzt sind, sei gegenüber dem Vorjahr um 40 % auf mehr als 8 Millionen Stück angewachsen. Angetrieben vom gesellschaftlichen Streben nach Bedienungs-Komfort, optimiertem Energieverbrauch, dem Wunsch nach Security-Systemen, etc. werden schon 2020 mehr als die Hälfte großer Geschäftsprozesse in irgendeiner Weise mit dem IoT vernetzt sein, prognostizieren die Analysten von Gartner. Aus Werbesicht entsteht dabei auch ein unvorstellbares Potential, immer individuellere, passendere und relevantere Inhalte und Botschaften bereit zu stellen.

Künstliche Intelligenz

Gemäß aktuellen Schätzungen des McKinsey Global Institute gibt es bis 2030 rund 13 Billionen Dollar Potential für die Weltwirtschaft rund um den Einsatz von AI bzw. Künstlicher Intelligenz. Chat-Bots, Bilderkennungs- und Empfehlungssysteme haben sich in der Vergangenheit bereits im Alltag etabliert, sind aber erst der Anfang einer großen Dynamik, die so gut wie alle Lebensbereiche umfassen wird. Es gilt hier in naher Zukunft ebenso eine entsprechende Experten-Generation auszubilden, als auch die nächsten Schritte in der allgemeinen Digitalisierung des Alltages zu gehen. Überall wo Entwicklung und Automatisierung stattfinden, vom viel diskutierten AMS-Algorithmus bis hin zur Entscheidung, was ein selbstfahrendes Auto macht, wenn es zwischen dem Leben eines Fußgängers und dem Leben des Passagiers entscheiden muss, warten fundamentale Business-Entscheidungen rund um Vertrauen,



Sicherheit aber auch Ethik.

Internet eats Television for Breakfast

Jüngste Untersuchungen gehen davon aus, dass die Menschen 2019 im internationalen Durchschnitt nahezu genauso viel Zeit im Internet verbringen werden, wie vor dem Fernsehapparat. Das treibt auch den Paradigmenwechsel hin zur immer breiteren Investition in maßgeschneiderte, digitale Kreativ-Lösungen. Zudem wird in den USA 2019 - laut aktuellen Prognosen - die Suche nach Video-Content 85 % des gesamten Such-Traffics ausmachen. Das Video-Thema ist eine der entscheidendsten Entwicklungen, für die sich auch die heimische Werbewelt massiv rüsten wird.

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Wie aktuelle Umfragen ebenso belegen, wünschen sich Userinnen und User immer besseren Content, präferieren kurze News oder hilfreiche Beiträge gegenüber uninspirierter und unspezifischer Werbung. Es werden auch 2019 die gut inszenierten Inhalte sein, zur richtigen Gelegenheit und gezielt adressiert, die Menschen aktivieren werden.

Pressekontakte:

Andreas Pucher

Marketing & PR / willhaben

Tel.: 0699/1303 1518

E-Mail: andreas.pucher@willhaben.at

Thomas Reiter

Reiter PR

Tel.: 0676/66 88 611

Email: thomas.reiter@reiterpr.com