BVDW

Wir sind das Netz

TRENDMONITOR 2016

Die jährlichen Online-Mediatrends basieren auf dem FOMA Trendmonitor. Dabei handelt es sich um eine Expertenbefragung der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V..

Die Befragung unter den Online-Media Experten der Branche wird seit 2007 jährlich durchgeführt.
Die 25 FOMA Mitglieder repräsentieren über 90 Prozent des digitalen Mediavolumens in Deutschland.

Welle 10 (2016): Basis: N=52 Teilnehmer aus 20 Agenturen/ Zeitraum der Befragung: 10.05.2016 – 29.07.2016/ Inhalte: Zukunft der Online-Werbung, Wachstumserwartungen an den Online-Werbemarkt, zentrale Themen, die die Branche bewegen und Herausforderungen, denen sie sich stellen muss.

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Die größten Herausforderungen

Technologie

„Zunehmend technische Komplexität bei Datenmanagement, Trackingpartnern, Kampagnensetup & Messungen."

„Den Kunden die schnellen Veränderungen im digitalen Markt erklären."

Daten

„Datenschutz und sinnvolle Nutzung von Big Data."

„Trotz einer Vielzahl an Daten, die relevanten Daten erkennen."

Cross Media & Cross Device

„Den optimalen Mix unter den Komplexen Kanälen."

„Integrierte Crossmediale Planung"

„Crossmediale Werbewirkungsnachweise."

Human Ressource

„Ausgebackene Planer finden, keine Junioren."

„Suche nach Mitarbeitern & Weiterbildung."

„Qualifizierte Mitarbeiter/ Education."

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Weiterentwicklung des digitalen Werbemarkts

100%

der Experten bestätigen, dass **Datenkompetenz** und **Cross-Device-Tracking** die relevantesten Themen für die Weiterentwicklung des digitalen Werbemarktes sind.

98%

der Befragten sehen eine tragende Rolle in der Weiterentwicklung von **Programmatic Advertising**, **Mobile Advertising** und **Audience-Verification.**

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Digitale Werbung in den nächsten Jahren

„Klassische Medienkanäle werden digital."

„Data Driven Marketing spielt eine zentrale Rolle."

„Datenbasiertes Marketing wird stark zunehmen und alle Kanäle vereinen."

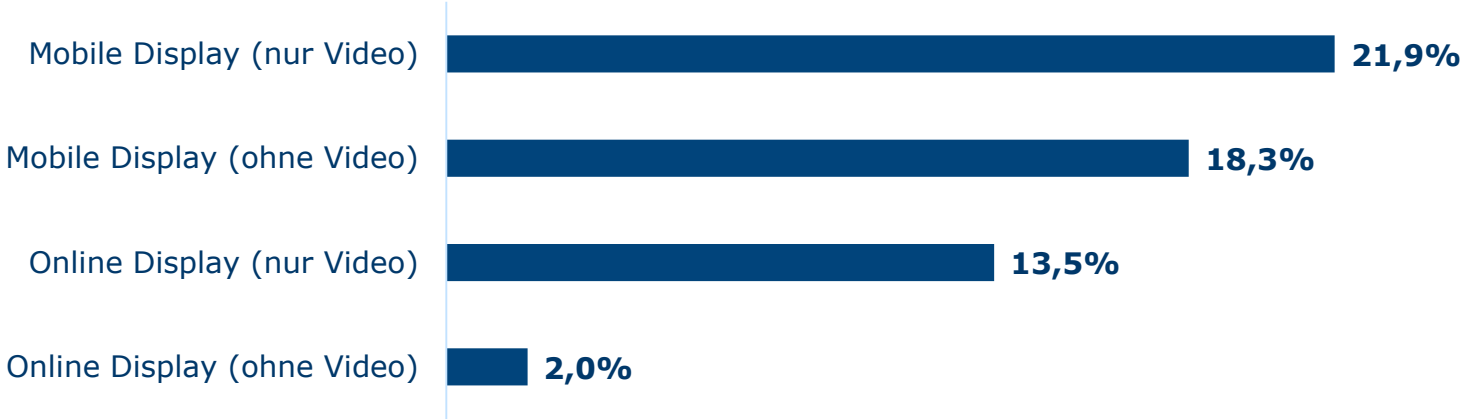
„Programmatisch Device übergreifend."

„Digitale Werbung wird TV als Medium Nummer 1 ablösen."

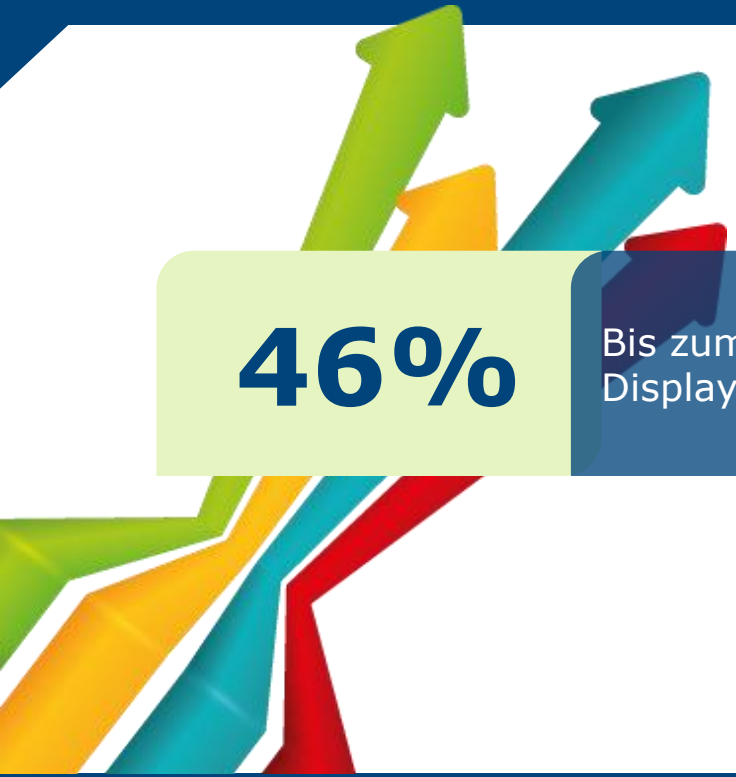
„Der Anspruch an Premium-Digital-Content wird weiter zunehmen."

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Erwartetes Wachstum Digitaler Werbemarkt 2017 gegenüber 2016



Programmatic Advertising

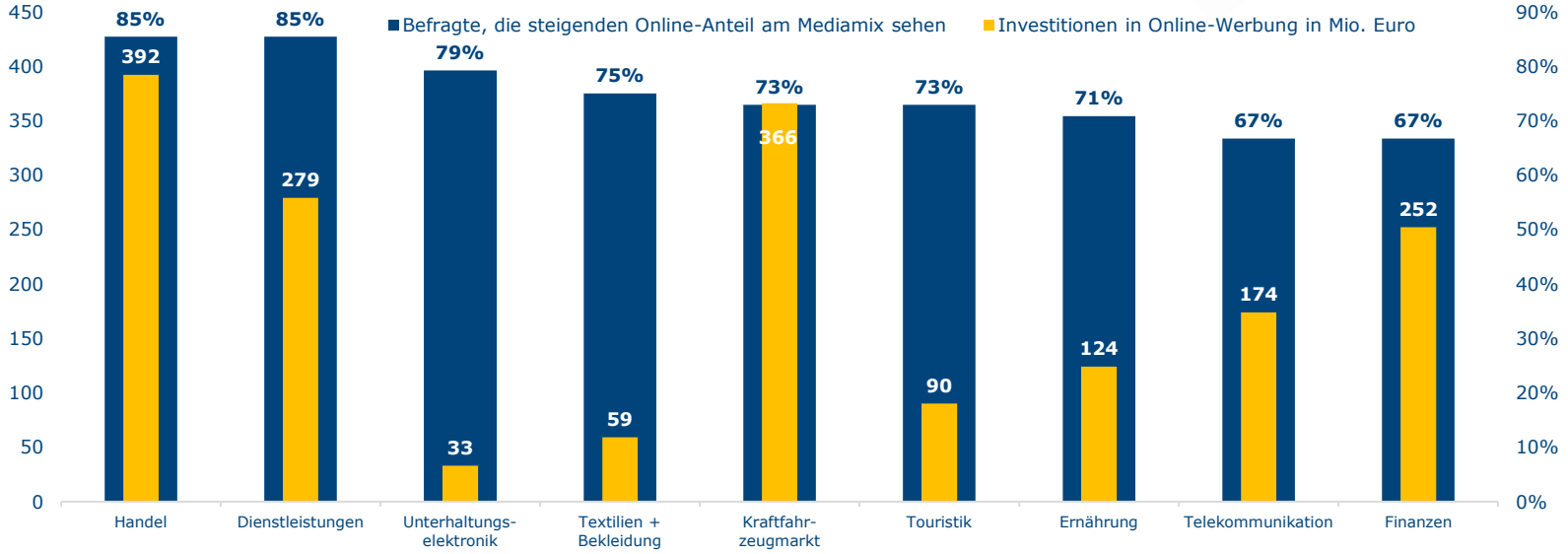


46%

Bis zum Jahr 2018 wird fast die Hälfte der Online Display Spendings programmatisch eingekauft.

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

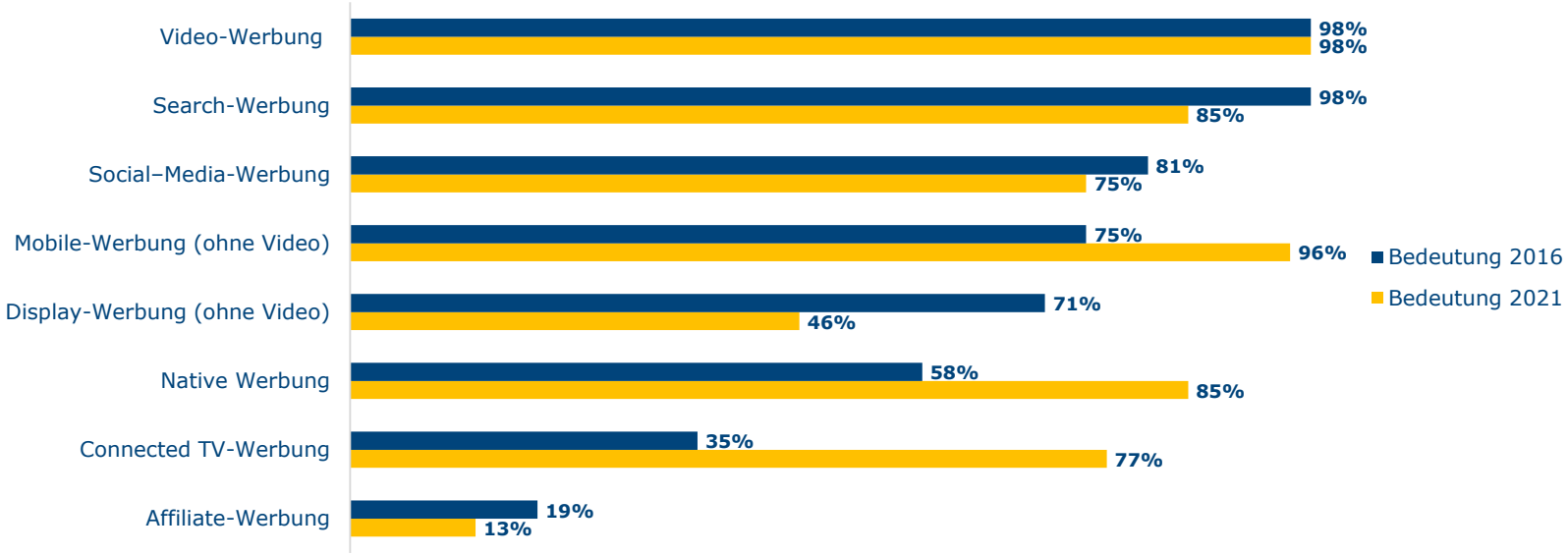
Wachstumserwartungen an dem Online-Spending-Anteil verschiedener Branchen



Quelle: BVDW „FOMA Trendmonitor 2016“: The Nielsen Company (Online-Werbung, Datenstand 2016).

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Bedeutung von Werbeformen



FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Veränderungen des Nutzers

73% Die Nutzer werden zunehmend weniger Akzeptanz für nicht relevante Werbung haben.

59% **59%** der Experten sagen, dass die wachsende Zahl von internetfähigen Sensoren (IoT) Werbeflächen auf die Umwelt reagieren lassen und sie somit fundamental verändert.

36% **36%** sehen durch Adblocker eine ernsthafte Gefahr für das Internet.

Veränderungen des Nutzers

19% **19%** der Nutzer fühlen sich von den Formen des Native Advertising gestört und getäuscht.

17% Nur **17%** denken, dass die Konsumenten zukünftig sensibler mit ihren Daten umgehen werden.

Veränderungen zwischen den Mediengattungen

75% der Experten sagen, dass der Nachweis komplexer Werbewirkungszusammenhänge vor allem eine Aufgabe der Mediaagenturen ist.

75%

73% sind davon überzeugt, dass sich die Prinzipien digitaler Werbung auf alle Mediengattungen übertragen werden.

73%

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Veränderungen zwischen den Mediengattungen

71% glauben, dass über Erfolg und Misserfolg von Kommunikation in Zukunft die Qualität der Datenanalyse und Auslieferungslogik entscheiden wird.

71%

Das lineare TV wird in 10 Jahren größtenteils überholt sein!

67%

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Veränderung des digitalen Mediageschäfts

96%

sind der Meinung, dass Data-Driven-Marketing und Kreativität keine Gegensätze sind. Die Steuerung der Systeme wird Entscheidend für den Erfolg.

77%

der Befragten sagen, dass unterschiedliche KPIs in der Online-Planung und der klassischen Medienplanung immer noch zu Missverständnissen führen.

75%

sagen den Reichweiten- und Nutzerschafts-Daten der AGOF in Zukunft weniger Bedeutung zu. Hier werden Webanalytics-Daten immer wichtiger.

FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

Veränderung in der Rolle der Marktteilnehmer

69% **69%** der Experten glauben, dass sich die Mediaagenturen in Zukunft durch Datenkompetenz profilieren werden.

67% Der Erfolg des Wirtschaftsstandorts Deutschland wird durch die Möglichkeit der Vernetzung von Daten bestimmt.

Das Jahr 2021

„Nach der Datenflut gibt es einen verstärkten Wunsch nach sinnvollen Aggregationen auf Metaebene."

„Die kommunikationsstrategische Beratung wird an Bedeutung gewinnen."

DATEN
MESSUNGEN
TECHNOLOGIE
BERATUNG

„Erfolgreiche Kommunikation wird aber immer noch vom Hinterfragern, Beratern und Kreativen bestimmt werden, die die Automatisierung für sich nutzen."

„Mehr Deutungshoheit für die Media-Agentur."

FOMA FACHKREIS ONLINE-MEDIAAGENTUREN IM BVDW

BVDW Wir sind das Netz

TRENDMONITOR 2016

Ansprechpartner im BVDW

Nicolaus Freiherr von Schorlemer
Projektmanager Digital Business

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Schiffbauerdamm 40 | 10117 Berlin
Fon +49 30 2062186-16
info@bvdw.org | www.bvdw.org

Ansprechpartner im BVDW

Johanna Jann
Projektmanagerin Marktforschung

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57 | 40212 Düsseldorf
Fon +49 211 600456-0
info@bvdw.org | www.bvdw.org

© 2016 | Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.