



Das massive und konstante Wachstum der Zugriffe auf österreichische Publisher-Portale zeichnet sich zu verzögert und zu verhalten in den Werbebudgets ab, während es in anderen Mediengattungen zu spürbar negativen Reichweitenverschiebungen kam. Zweistellig wachsende Digitalbudgets sind aufgrund der hohen Abflüsse zu den US-Digitalgiganten immer mit Vorsicht zu genießen. Der Digital-Boost der letzten zwei Jahre hat hohe Investitionen der heimischen Publisher und Vermarkter in journalistische Qualität und hochwertiges Inventar ausgelöst. Trotzdem sind die rot-weiß-roten Investitionen bei den US-Digitalgiganten in die Höhe geschnellt. Publisher und Vermarkter stehen vor der nahezu absurden Situation, Reichweiten, Qualität und Inventar zeitgleich deutlich gesteigert zu haben und trotzdem Geldern hinterhersehen zu müssen, die in unsichere Umfelder mit mangelhafter Werbequalität fließen. Die neue Österreichische Webanalyse liefert eine noch bessere Datenqualität. Werbetreibende und Agenturen sind dringend aufgerufen, nicht immer nur nach Transparenz und Vergleichbarkeit zu rufen, sondern bei der Budgetallokation auch davon Gebrauch zu machen. Zudem bieten Publisher und Vermarkter die Sicherheit und Qualität, die über die Kampagnen-Performance entscheiden und im Open-Business-Bereich des programmatischen Handels vergeblich gesucht werden.

Eugen Schmidt, Geschäftsführer About Media