

MEDIENINFORMATION

Trendthemen 2015: Attribution sowie Mobile und Video Programmatic bewegen die Branche

Umfrage zeigt Kernthemen auf / Erfolgsmessung über geeignete Attributionsmodelle wird wichtiger / 42% nutzen noch Last-Touch-Ansatz / Programmatic Mobile und Video Advertising wachsen

München, 10. Februar 2015__ Was hält das neue Jahr für die digitale Werbebranche bereit? Das wollte Quantcast von seinen eigenen Mitarbeitern und Kunden wissen. Das auf die Audience-Messung sowie die Auslieferung von digitalen Werbemitteln in Echtzeit spezialisierte Unternehmen befragte hierfür Ende letzten Jahres Agenturen, Werbetreibende und Medieninhaber in Europa und den USA nach ihren Trends und Wünschen für 2015. Die Top3-Themen sind unter den befragten Kunden von Quantcast eindeutig Mobile, Attribution und Video. Vor allem das Wachstum von programmatisch gehandelten Mobile und Video Ads wird die Mehrheit der Befragten 2015 sehr aufmerksam verfolgen. Ein Großteil plant in den nächsten sechs bis zwölf Monaten auch konkrete Investitionen in diese Segmente (Programmatic Mobile 51% bzw. Programmatic Video 50%). Bereits heute geben etwa 21% der befragten Werbetreibenden jeweils bis zu 10% ihrer Budgets für den programmatischen Einkauf von Mobile und Video aus – Tendenz steigend.

Attribution Top-Thema 2015 – noch setzen aber 42% auf Last-Touch

Wenn es um die Messbarkeit von Onlinewerbung geht, wünschen sich die Kunden Verbesserungen: Mit 17% der Nennungen landet die Attribution an zweiter Stelle bei den Trendthemen der Quantcast Kunden für 2015. Dass die Kunden sich mit dem Thema zunehmend stärker auseinander setzen, zeigen auch die Ergebnisse zu ihrem aktuell eingesetzten Modell: Nur 15% verzichten komplett auf eine Attribution; immerhin 36% nutzen einen Multi-Touch-Attributionsansatz, während 42% noch auf die Last-Touch-Attribution setzen – trotz der bekannten Schwächen des Modells. „Wer seine Kampagnen korrekt evaluieren will, kommt an einem Attributionsmodell nicht vorbei. Aber Attribution ist nicht gleich Attribution. Wer auf den falschen Ansatz setzt, verliert schnell bares Geld. Kunden laufen Gefahr ihre digitalen Budgets falsch zu allokkieren, da nicht alle

quantcast

Kontaktpunkte der Customer Journey in die Beurteilung einbezogen werden“, so Paco Panconcelli, Managing Director von Quantcast Deutschland.

Während Attribution, Programmatic Mobile und Video auf der Agenda der Werbetreibenden 2015 ganz oben stehen, sehen die befragten Mitarbeiter von Quantcast ein anderes Thema auf dem Vormarsch: das geräteübergreifende Tracking (20%). Bei weiteren 63% tauchte es zudem unter den Top3-Themen für 2015 auf. Das scheint auf den ersten Blick im Widerspruch zu den Ergebnissen der Werbetreibenden zu stehen, dennoch haben beide den gleichen Fokus. Es sind lediglich zwei Perspektiven auf ein Thema: Denn das geräteübergreifende Tracking ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu besseren Einblicken in die Kampagnenperformance. Und solche Einblicke sind dringend nötig, um ein besseres Attributionsmodell auf den Weg zu bringen.

Für die Umfrage wurden insgesamt 100 Kunden und Mitarbeiter von Quantcast aus Europa und den USA befragt.

Über Quantcast

Quantcast ist ein digitales Werbeunternehmen, das sich auf die Audience-Messung und die Auslieferung von digitalen Werbemitteln in Echtzeit spezialisiert hat. Als Pionier und Vorreiter in der Publikumsmessung verfügt der 2006 gegründete Measure & Advertise-Spezialist heute über die umfangreichsten Erkenntnisse zum Surfverhalten von Internet-Nutzern weltweit. Diese Datenbasis ermöglicht es Vermarktern und Publishern, fundierte Entscheidungen in Bezug auf den Einkauf und Verkauf ihrer Anzeigen zu treffen. Mehr als 1.000 Marken verlassen sich beim RTA auf Quantcast. Als eines der führenden Unternehmen in "Big Data" misst Quantcast mehr als 100 Millionen Webseiten, wertet monatlich über eine Billion neuer Datensätze aus und verarbeitet täglich bis zu 30 Petabytes an Datensätzen.

Der Hauptgeschäftssitz von Quantcast ist in San Francisco; das Unternehmen wird durch Finanzierungen von Founders Fund, Polaris Venture Partners, Revolution Ventures und Cisco Systems gesichert.

Weitere Informationen unter www.quantcast.com/de/

Xing: <https://www.xing.com/companies/quantcastdeutschlandgmbh>

Blog: <http://www.quantcast.com/inside-quantcast>

Twitter: <http://twitter.com/Quantcast>

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Quantcast>

###

Pressekontakt:

Miriam Friedmann
Quantcast Deutschland GmbH
089 – 24 44 23 060
mfriedmann@quantcast.com

Kathrin Hamann
ELEMENT C
089 – 720 137 – 18
quantcast@elementc.de