

TKP für RTB-Werbung steigt um 100 Prozent

Die europäische Real Time Bidding-Branche boomt und die Nachfrage nach Echtzeit-Inventar übersteigt erstmals das Angebot

Hamburg, 11. März 2013 – Das Wachstum am Markt für Real Time Bidding (RTB) wirkt sich auch auf die Werbefreize aus, so die aktuellen Zahlen des „Adform Media Barometer“. Der Spezialist für Online Display Marketing-Lösungen verzeichnete in den letzten zwölf Monaten eine Verdopplung der Tausender-Kontakt-Preis (TKP)-Rate. Die Zahlen spiegeln den Boom am Display-Markt wider und belegen, dass die Nachfrage nach Echtzeit-Inventar zum vierten Quartal 2012 erstmals das Angebot überstieg.

Während europäische Werbetreibende noch immer mehr für Desktop-Display- als für Mobile- oder Tablet-Werbung ausgeben, ist die Akzeptanz beim User auf mobilen Geräten höher als am PC. Demnach ist die Click-Through-Rate der Anzeigen bei Mobilgeräten um 50 Prozent höher als am Desktop, bei Tablets sogar um 65 Prozent höher. Dennoch machen mobile Geräte bisher nur einen Bruchteil der Impressions im RTB-Markt aus, da Werbetreibende in der Vergangenheit auch an der Performance des mobilen Kanals zweifelten. Die RTB-Ausgaben für diesen Kanal sind mit 2,1 Prozent der Gesamtausgaben erstaunlich gering.

Das Barometer zeigt auch deutliche Unterschiede in der Click-Through-Rate von Anzeigen im sichtbaren Bereich und im zunächst unsichtbaren Bereich einer Webseite. Mit einer doppelt so hohen Click-Through-Rate interagieren Nutzer sehr viel stärker mit Anzeigen im sichtbaren Bereich, als mit solchen, für die sie erst nach unten scrollen müssen.

Gustav Mellentin, CEO von Adform, sagt: „RTB boomt. Dennoch sind Werbetreibende in Europa noch immer zögerlich. Um mit dem Verbraucher Schritt zu halten, müssen sie jedoch Display-Kampagnen auf allen Screens fahren, die der Verbraucher nutzt, und auf allen Seiten, die ihn interessieren. Die Tatsache, dass der TKP sich im letzten Jahr verdoppelt hat, zeigt, dass Echtzeit-Inventar ein „Win-Win-Win-Geschäft“ für Publisher, Werber und Verbraucher ist – für Publisher steigt der Wert des Inventars, für Werber die Anzahl an Premium-RTB-Inventar und der Verbraucher bekommt seinen Interessen entsprechend relevantere Werbung eingeblendet.“



Über Adform:

Adform ist Europas führende Ad-Tech-Plattform. Durch die Einbindung von Mediaplanung, Einkauf, Auslieferung, Optimierung und Berichterstattung in einer Plattform schließt das Unternehmen für Agenturen und Online-Werbetreibende den Kreis. Adforms einzigartige Plattform vereint Display-Ad-serving, Rich Media-, Video-, mobile und dynamische Anzeigen sowie personalisiertes Targeting und Realtime Bidding durch Integration der wichtigsten Anbieter von Inventaren und macht Display-Werbung somit einfach, effizient und lukrativ.

Adform wurde im Jahre 2002 in Dänemark gegründet und betreibt heute Büros in zwölf Ländern unter anderem in Nordeuropa, Großbritannien, Spanien, Deutschland, Italien, den Niederlanden, Belgien und der Tschechischen Republik.

Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.adform.com> oder über Twitter <http://www.twitter.com/adforminsider>