

Digital überholt das TV, Mobile den Desktop

Dass digitale Medien immer mehr genutzt werden, und dass soziale Medien wie WhatsApp, Facebook und Youtube den Weg in den Alltag gefunden haben, ist keine Neuigkeit mehr. Morgens die Online-Nachrichten zu durchstöbern und auf Youtube nach seinen Lieblingssendungen zu suchen, ist ebenso normal geworden, wie das große Online-Shopping-Angebot zu durchforsten. Doch es gibt eine Entwicklung, mit der vor einigen Jahren noch keiner gerechnet hätte: In diesem Jahr werden die digitalen Medien erstmals das Fernsehen überholen.

Das ist das Ergebnis einer Studie des Marktforschers E-Marketer. Demnach steigt 2017 weltweit die Digital-Nutzung von 214 auf 226 Minuten pro Tag an, während TV nur um eine Minute auf insgesamt 223 Minuten zulegen kann.

Zukünftig wird das Wachstum in der Nutzung digitaler Medien hauptsächlich durch mobile Endgeräte vorangetrieben. 2019 soll demnach erstmals die 4-Stunden-Marke geknackt werden. Die Fernsehzeit stagniert derweil auf konstantem Niveau. Für 2018 gehen die Marktforscher trotz Fußball-WM von einem Wachstum von lediglich 2 Minuten aus. Radio kommt in diesem Jahr auf durchschnittlich 116 Minuten, Print auf insgesamt 38 Minuten.

Da die Nutzung von „klassischen“ Medien nur sehr langsam abnimmt, kann man also



TRENDS – FAKTEN – NEUHEITEN

So funktioniert digitales Marketing

Alex Mayr ist Leiter der Digitalen Werbeagentur Suedtirol Online Marketing

davon ausgehen, dass die parallele Nutzung von digitalen, sozialen und traditionellen Medien signifikant ansteigen wird.

Dasselbe Szenario wie bei der Nutzungsdauer findet man auch beim Marketing wieder. Hier gibt es eine Wachablösung mit Ansage: Nach einer Studie werden im Jahr 2018 die Werbeinvestitionen in digitale Medien erstmals den bislang unangefochtenen Werbeträger TV überholen. 2017 rechnen die Marktforscher mit globalen Werbeausgaben in Höhe von 563,4 Milliarden US-Dollar. Das entspricht einem Wachstum in Höhe von 3,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Für 2018 geht man wieder von einem stärkeren Zuwachs von 4,3 Prozent aus – unter anderem aufgrund großer Sportevents wie den Olympischen Winterspielen in Südkorea und der Fußball-Weltmeisterschaft in Russland.

Stärkster Wachstumstreiber ist und bleibt Digital – allen voran Mobile. Mit einem Anteil von 56 Prozent an den gesamten digitalen Werbeausgaben werden die Investments für Mobile noch in diesem Jahr erstmals die Investitionen für Desktop-Werbung überholen.

Für das kommende Jahr rech-

nen die Media-Experten dann mit einem weiteren Meilenstein. 2018 wird laut der Prognose erstmals mehr Geld in digitale Werbekanäle fließen als in TV-Werbung. Der Anteil von Digital an den gesamten Werbeausgaben steigt bis dahin auf 37,6 Prozent, Fernsehen kann noch 35,9 Prozent aller Werbeausgaben auf sich vereinen. Eine Studie der Marktforscher von Zenith hatte bereits für dieses Jahr mehr Werbeinvestitionen in Digital als in TV vorhergesagt.

Wir stehen also an einem Wendepunkt: Digital über-

holt TV und Mobile überholt Desktop. Für Werbetreibende wird es eine spannende Zeit und Unternehmen erreichen ihre Kunden leichter denn je.

alex.mayr@suedtirolonline.com

© Alle Rechte vorbehalten



wenns um Verpackung geht

Tel. 0471 202 855 / info@canins.com

süß umhüllt

Ansprechende Tragekartons und Geschenkverpackungen für Ihre Pâtisserie. Individuell gestaltet, formschön gefertigt.

IHR VERPACKUNGSSPEZIALIST SEIT 1963

CANINS

Mobil fernsehen, mobil surfen: Alles ist in Bewegung. Auch am Werbemarkt.
Shutterstock