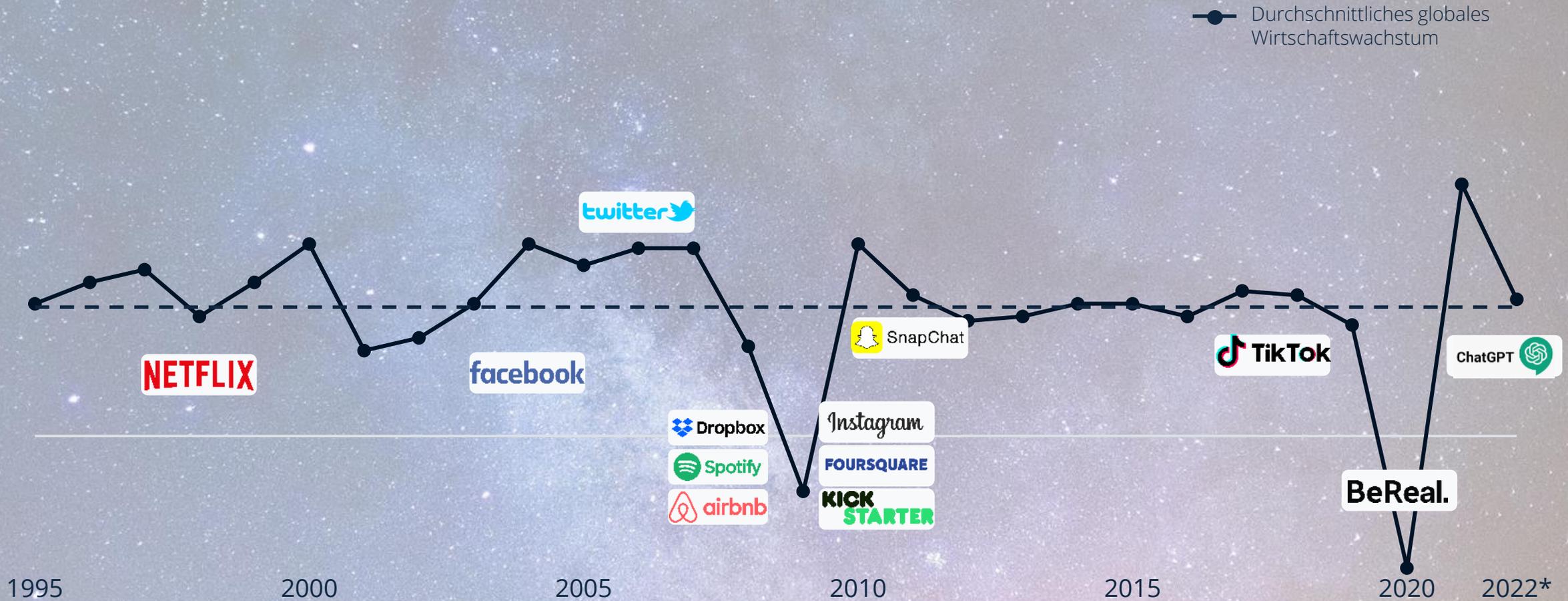


Blitzschnell:
Nutzerwachstum so schnell wie nie ...

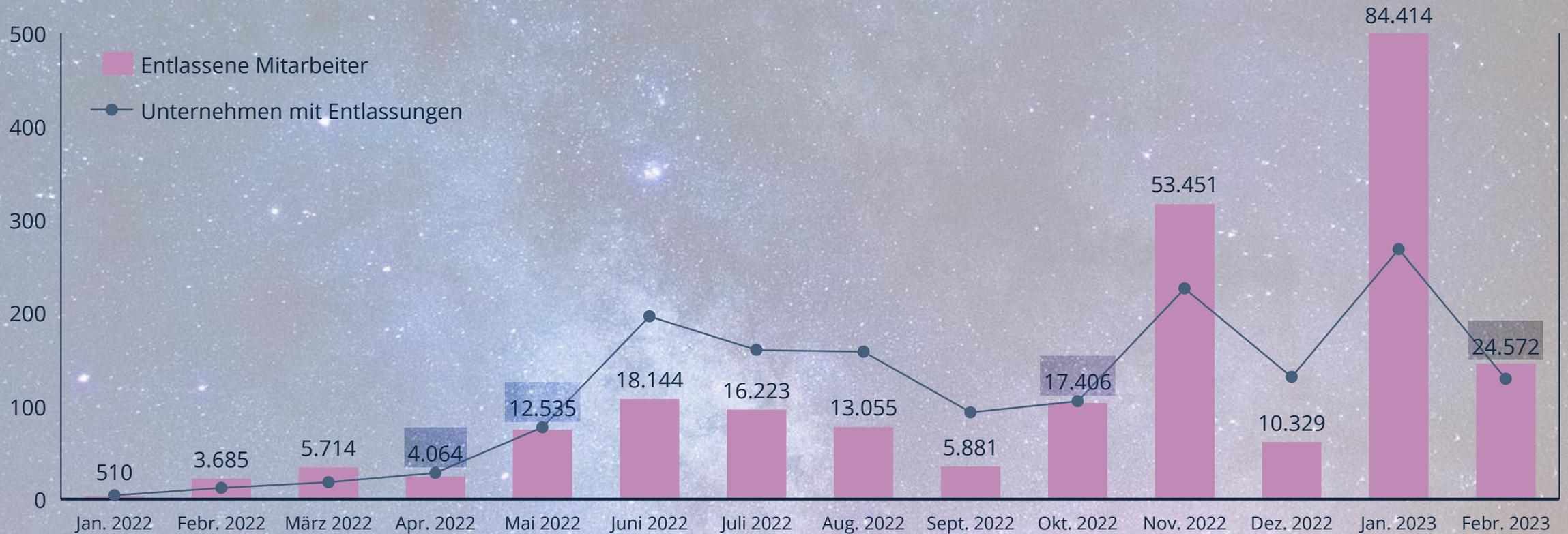


Viele dieser Firmen sind in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten entstanden ...



... wir befinden uns gerade wieder am Start ... in der Mitte ... am Ende einer solchen Phase.

Entlassungen und Unternehmen mit Entlassungen



The Perfect Storm

Herausforderungen und Chancen für den deutschen Displaywerbemarkt

 peter.kautz@statista.com



Managing Director Statista Q

Statista GmbH
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg // Germany
q@statista.com

Herausforderungen und Chancen für den deutschen Displaywerbemarkt - Unsere Agenda für heute:

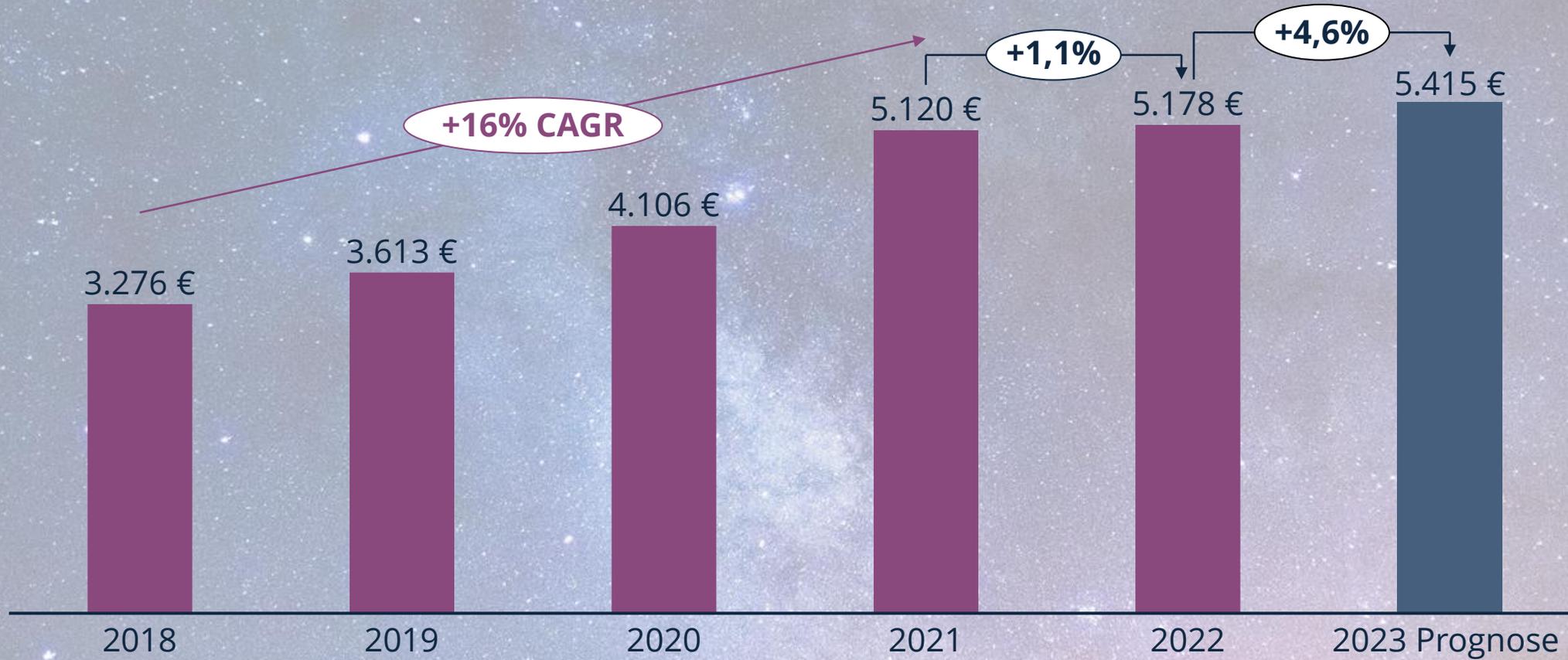
1. Was passiert im Markt?
2. Wie ist der Zeitgeist?
3. Was kommt als nächstes?



Was passiert im Markt?

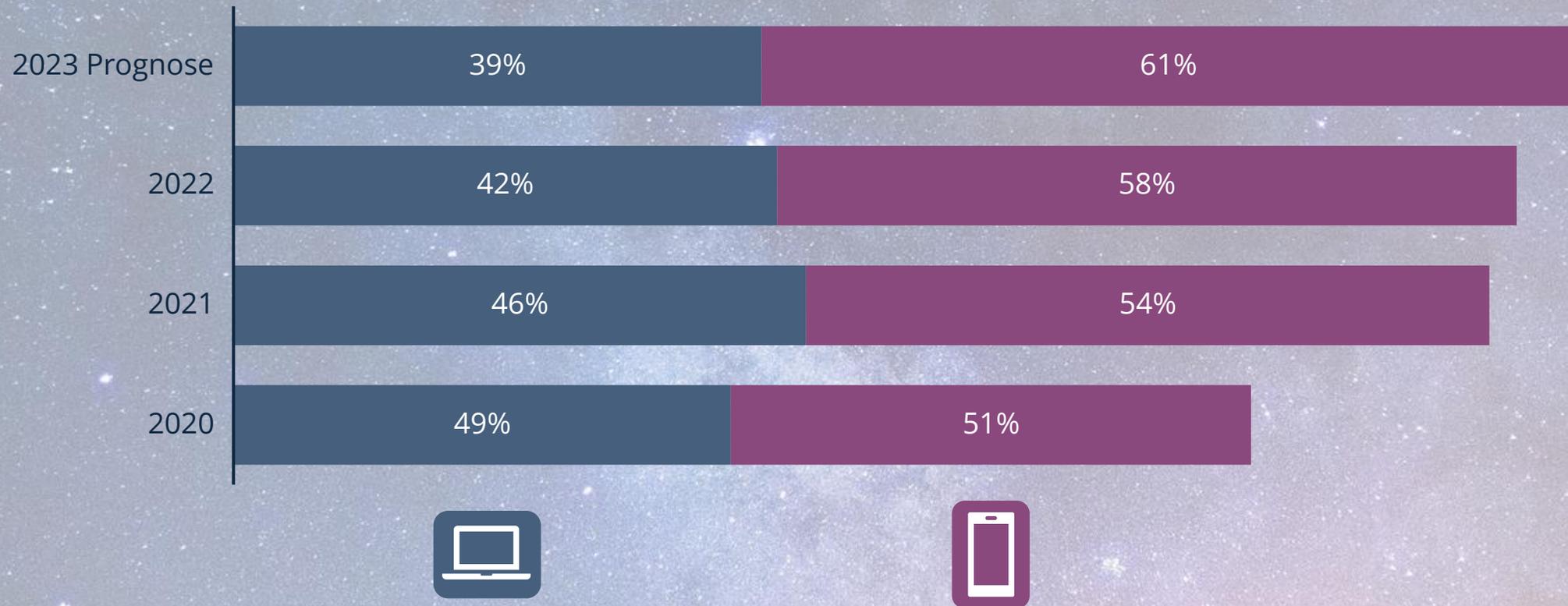
Wachstum stagniert in herausfordernden makroökonomischen Umfeld

Entwicklung Deutscher Display Werbemarkt



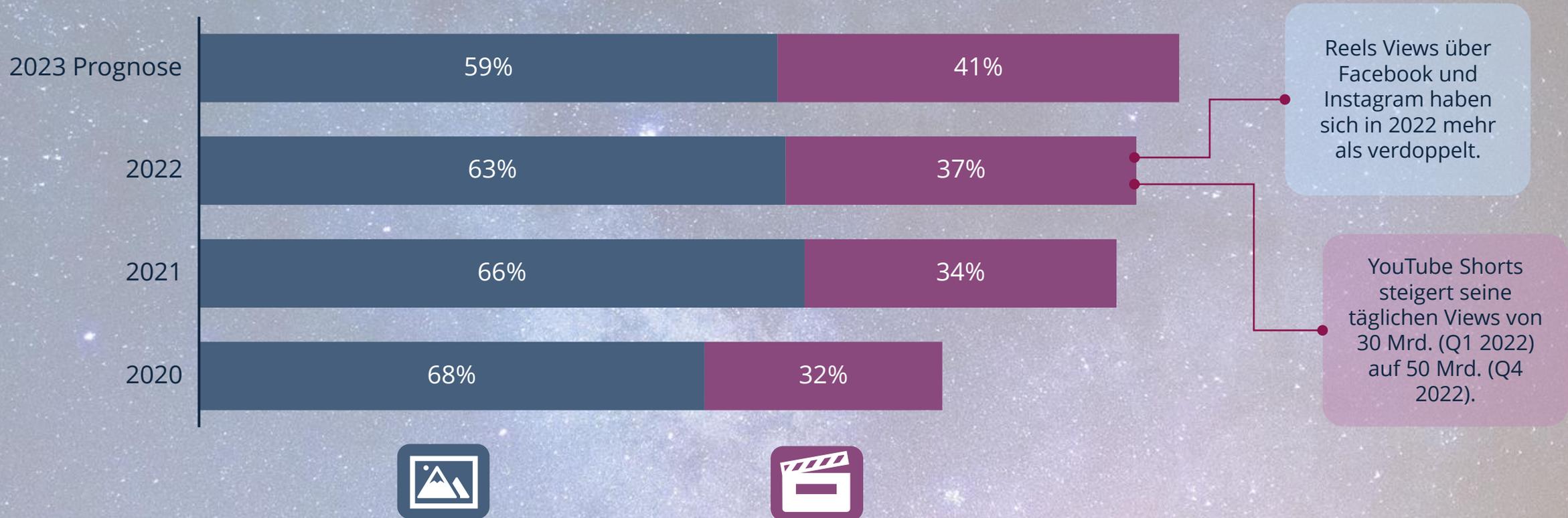
Mobile Formate bauen ihren Anteil weiter aus

Entwicklung Deutscher Display Werbemarkt | Nach Gerät



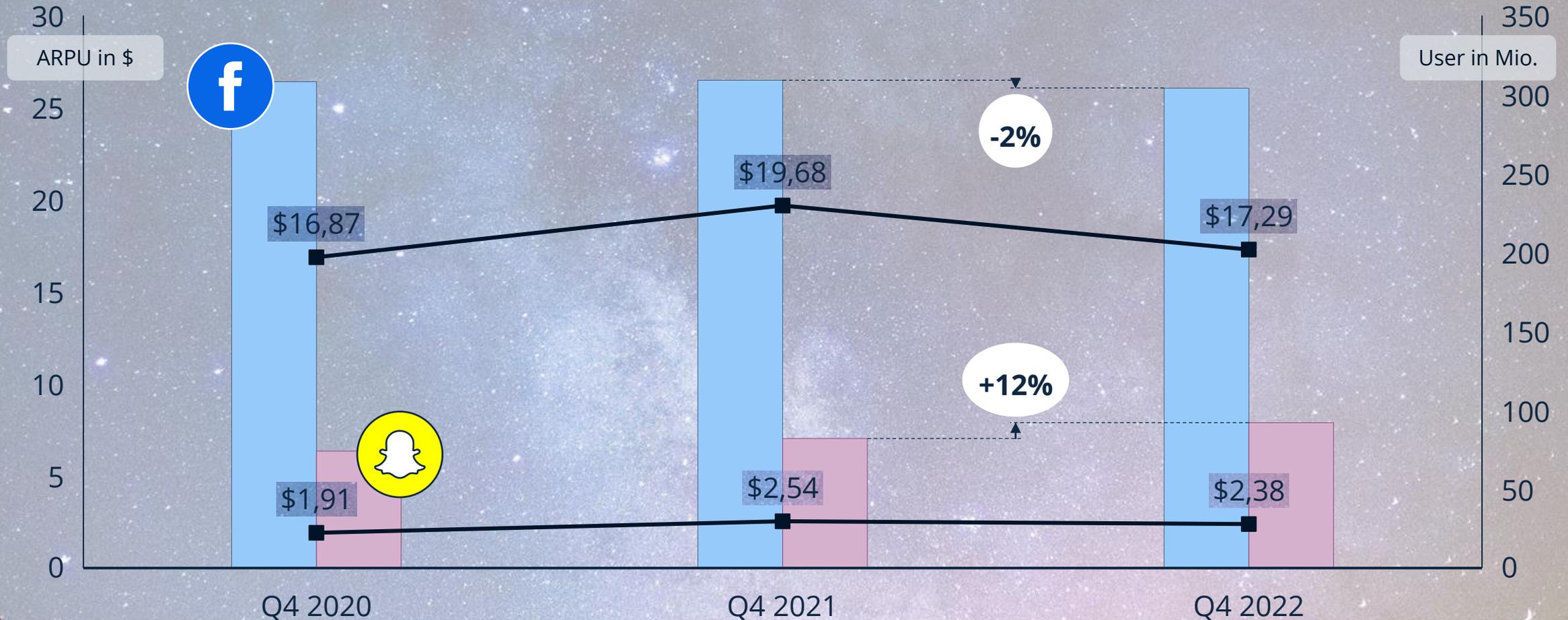
Hochwertige und neue Bewegtbildformate sind der Wachstumstreiber

Entwicklung Deutscher Display Werbemarkt | Nach Format



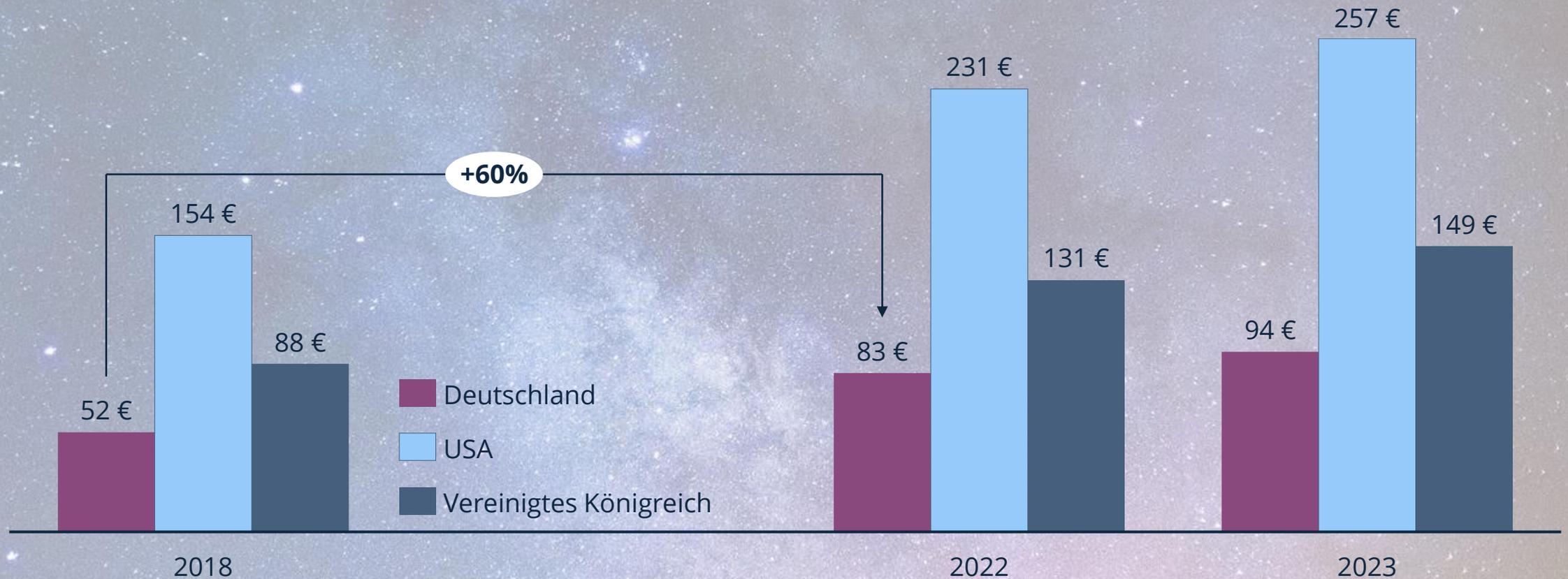
Plattformen mit klaren Wertversprechen gewinnen Nutzer

Beispiel Plattformen Facebook vs. Snapchat



Pro Kopf Ausgaben sind in Deutschland enorm gestiegen in den letzten Jahren – im internationalen Vergleich aber weiterhin Potential

Display Werbeausgaben pro Internetnutzer

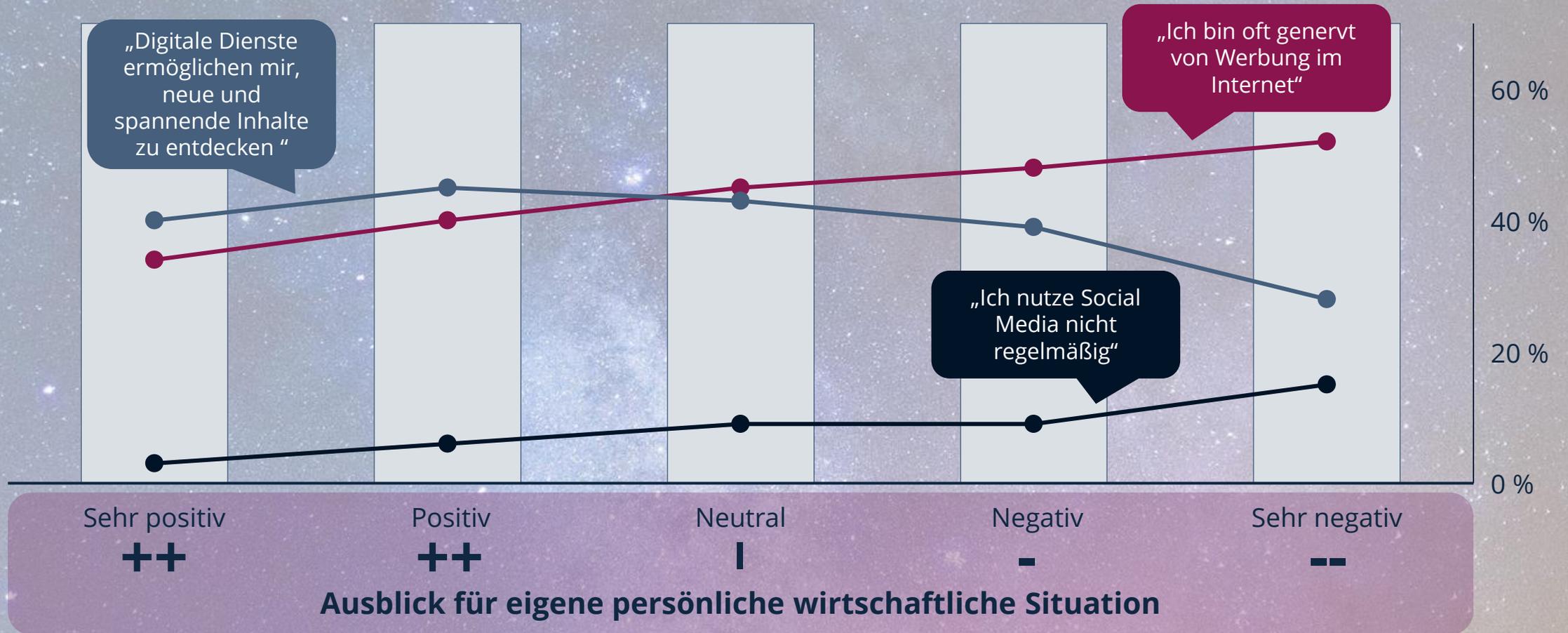




Wie ist der Zeitgeist?

Schlechter Ausblick?

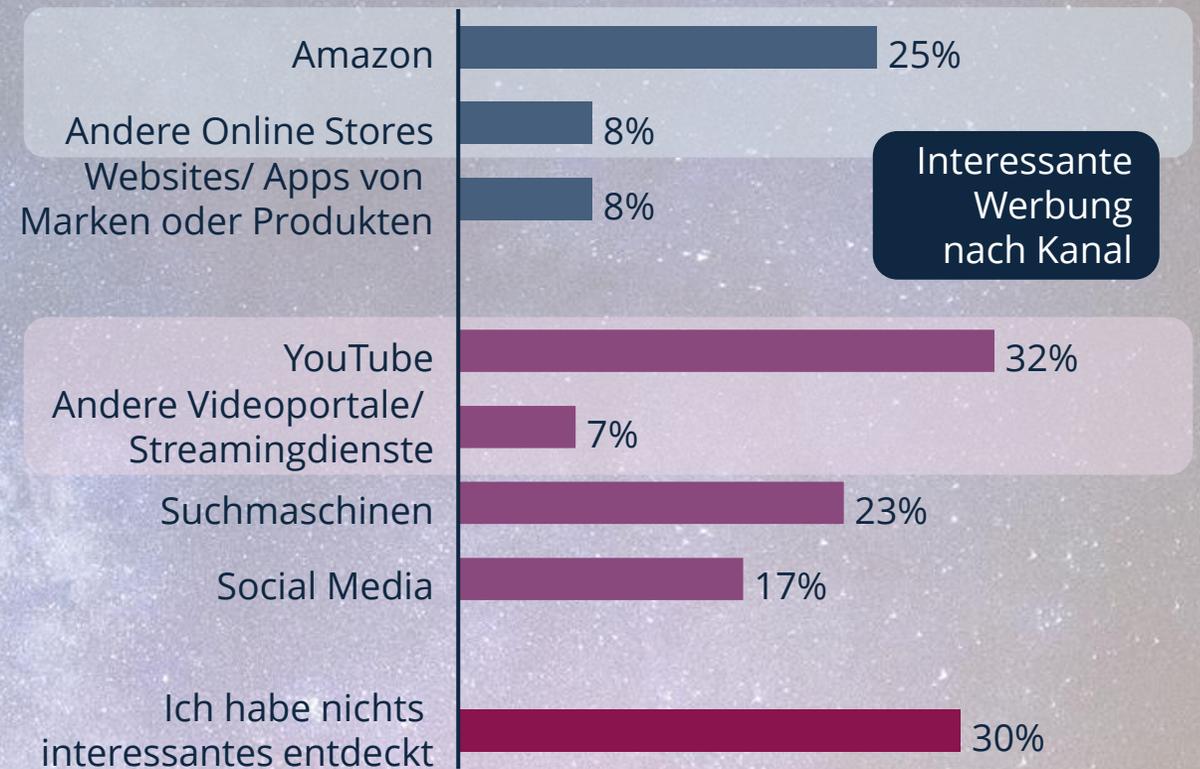
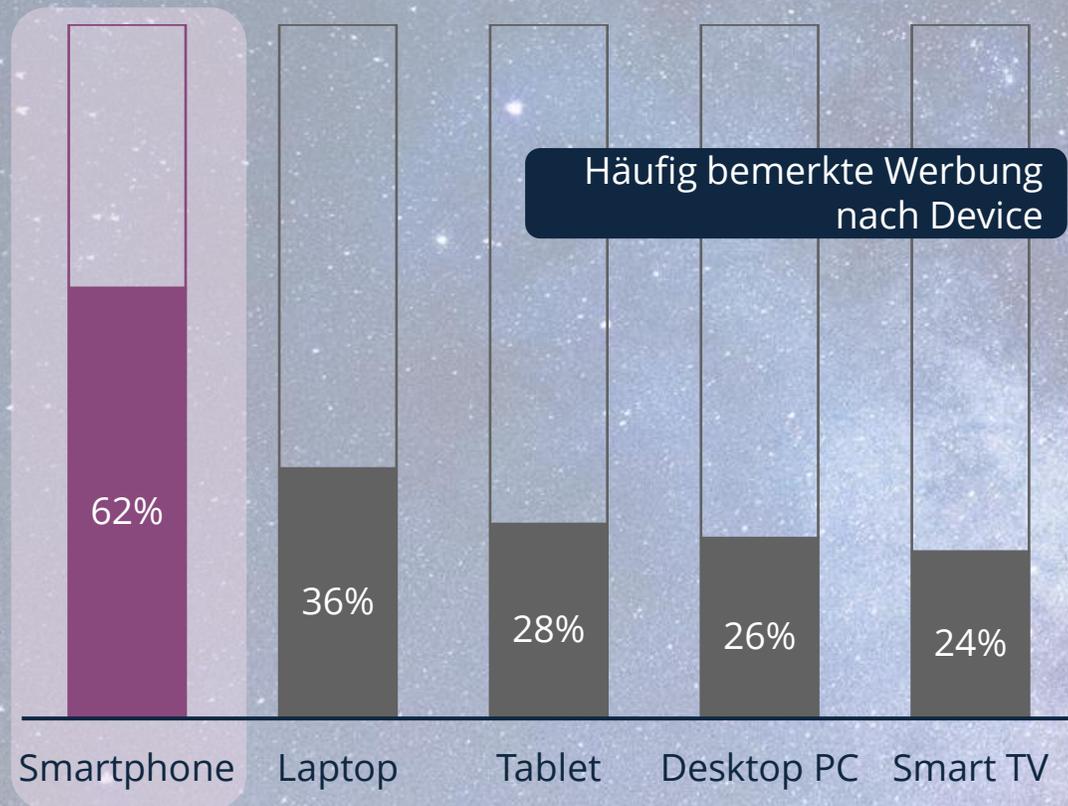
Nutzer haben weniger „Appetit“ auf digitale Dienste



Zu kleinen Screen?

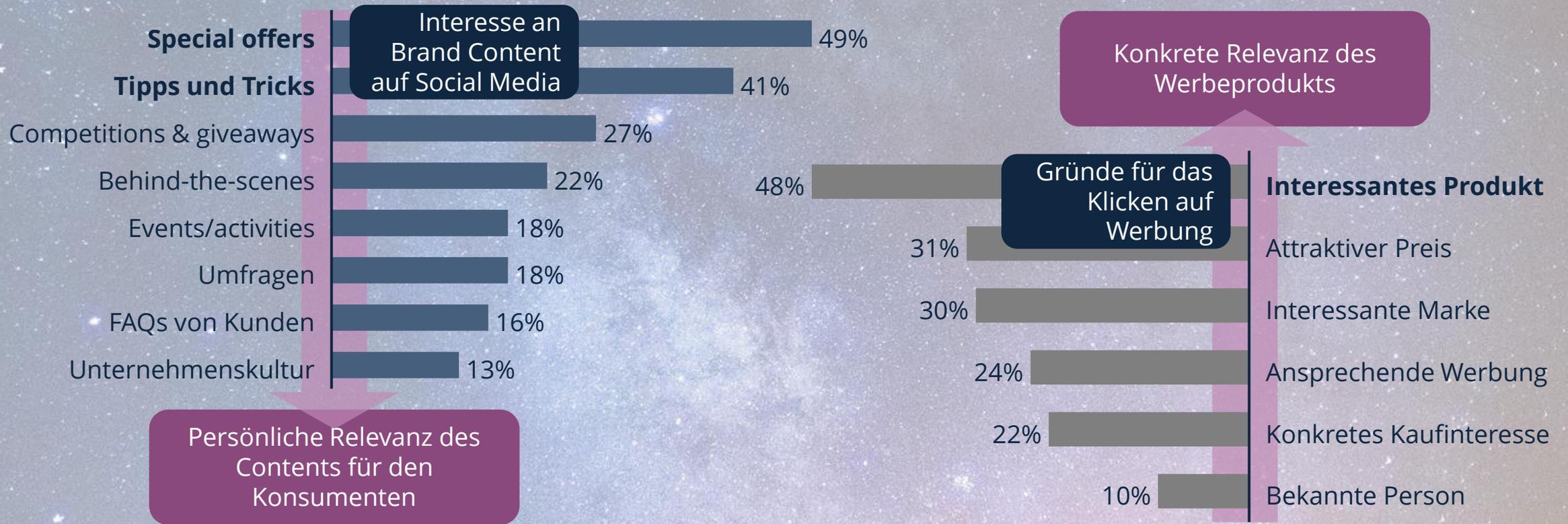
Mobil werden die meisten Ads bemerkt, Bewegtbildumfeld interessanter

Nutzerbefragung Deutschland



Egoistische Nutzer?

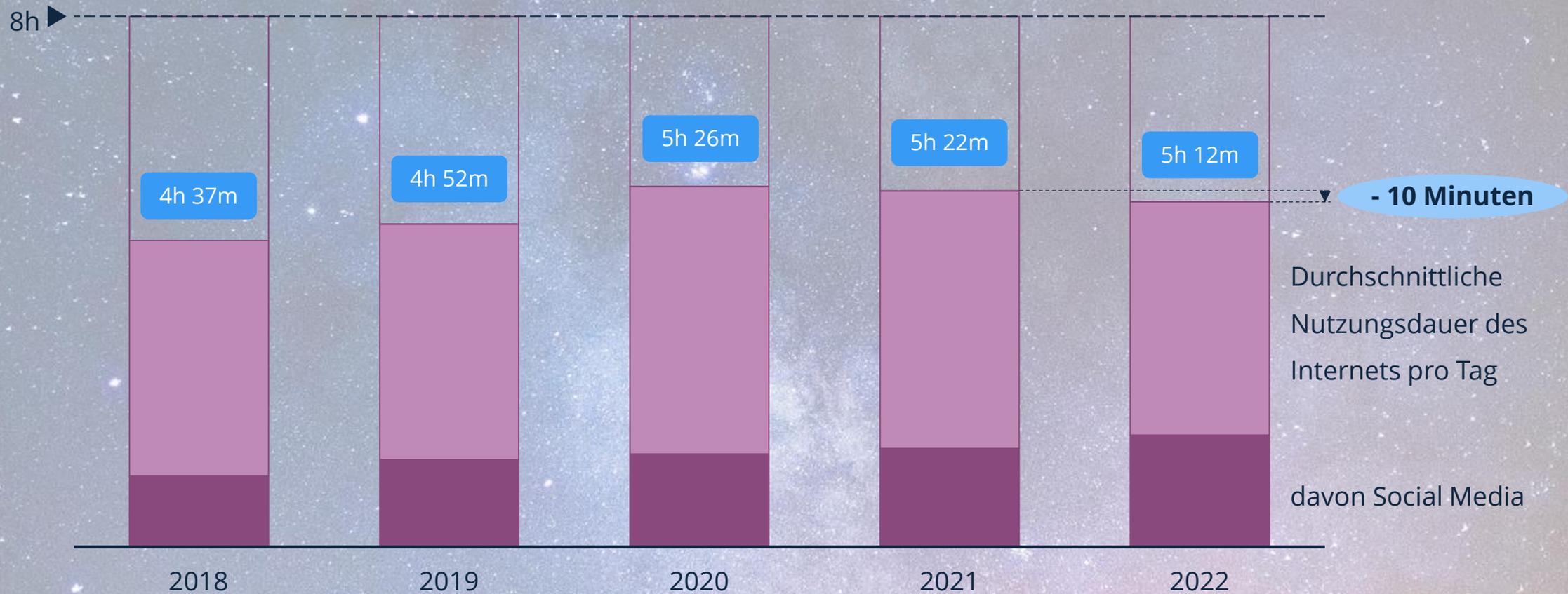
Interessante Produkte, Tipps und Angebote sind von höchstem Interesse



Peak Online?

Zeit im Internet geht zurück, Anteil Social Media steigt jedoch

Durchschnittliche Nutzung des Internets pro Tag in Minuten in Deutschland

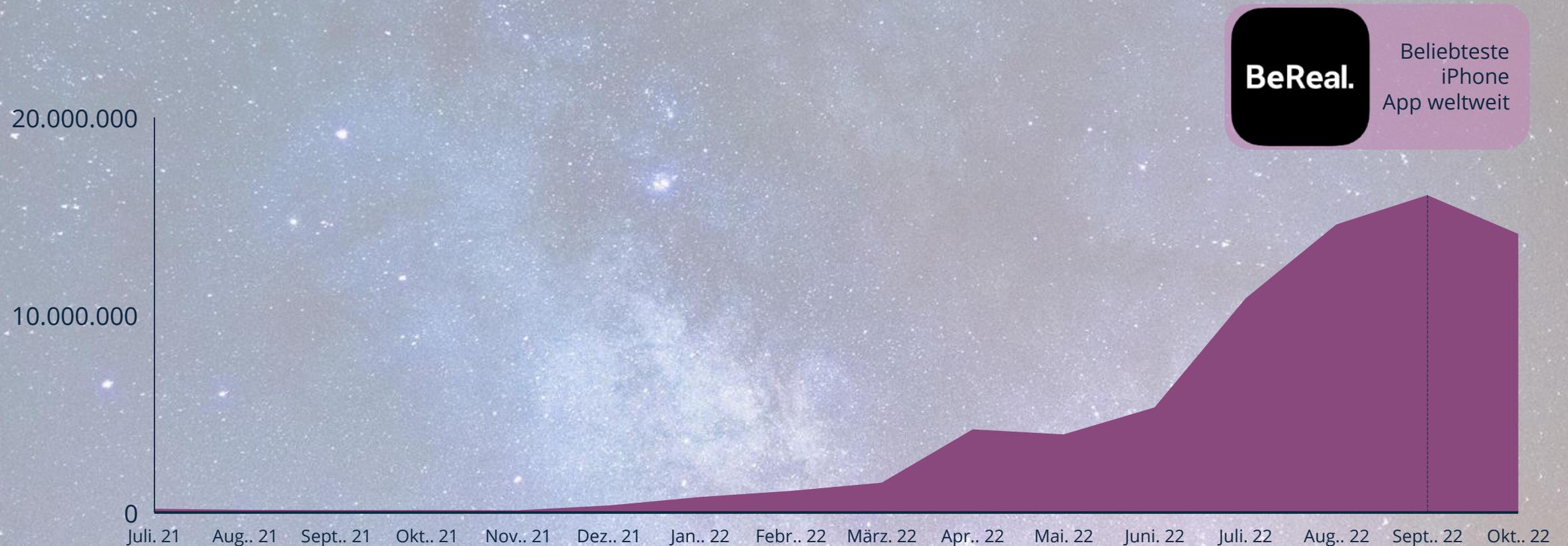




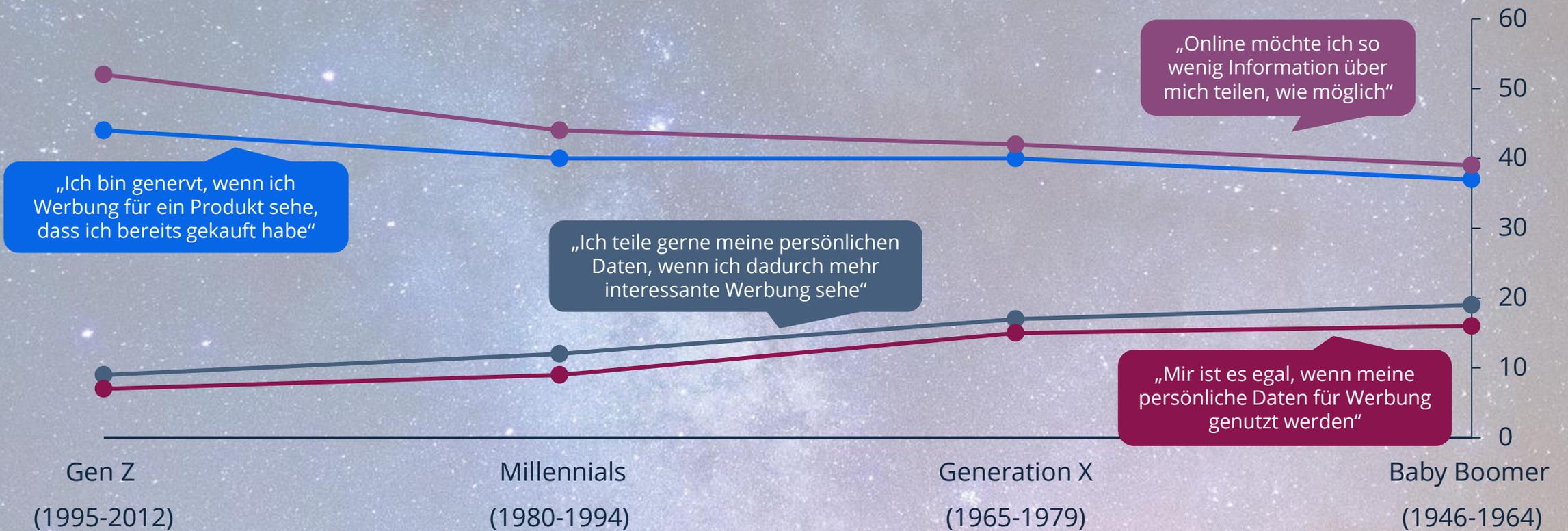
Was kommt als nächstes?

Dieser Zeitgeist lässt Plattformen mit „spitzer Value Proposition“ schneller entstehen als je zuvor

Monatliche Downloads von BeReal

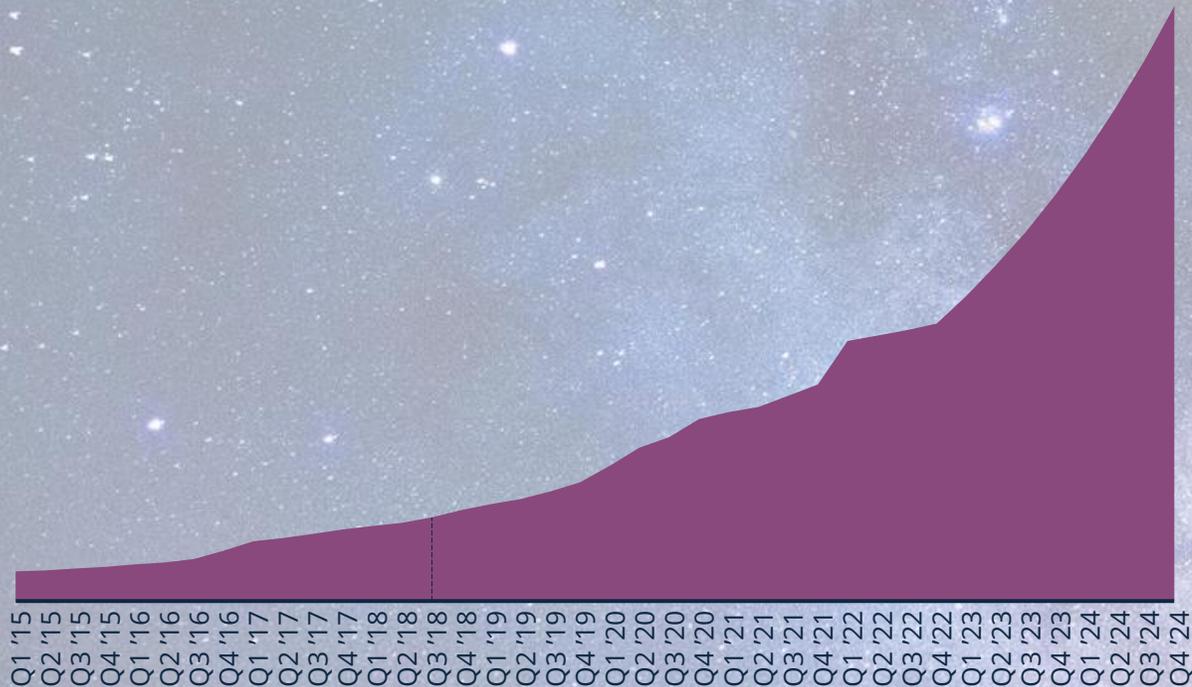


Passendes Targeting muss mit weniger privaten Daten auskommen



Premium Inhalte und „Experiences“ werden weiter zunehmen

Digitale Abonnements der New York Times (in 1.000)



Einführung Bezahlservice



Generative AI kann digitale Werbung persönlicher und damit erfolgreicher machen

KA

wird ChatGPT den Werbemarkt verändern?



Ja, ChatGPT hat das Potenzial, den Werbemarkt zu verändern. Als künstliche Intelligenz-Modell, das darauf trainiert wurde, menschenähnliche Gespräche zu führen, kann ChatGPT in der Lage sein, personalisierte Werbung zu erstellen und auszuliefern, die besser auf die Bedürfnisse und Interessen des Benutzers zugeschnitten ist. Darüber hinaus kann ChatGPT auch dazu beitragen, das Erlebnis des Benutzers zu verbessern, indem es mit ihm interagiert, um bessere Einblicke in seine Vorlieben und Verhaltensweisen zu gewinnen und so eine gezieltere und effektivere Werbung zu ermöglichen.



Es ist jedoch auch wichtig zu beachten, dass ChatGPT als AI-Modell auch ethischen Überlegungen unterliegt. Die Verwendung von persönlichen Daten und Informationen erfordert Transparenz und Einhaltung von Datenschutzrichtlinien, um sicherzustellen, dass die Privatsphäre der Benutzer gewahrt bleibt. Darüber hinaus ist es wichtig sicherzustellen, dass die Werbung ethisch und verantwortungsbewusst ist und nicht manipulativ oder irreführend ist.

The Perfect Storm

Deutscher Werbemarkt stagniert auf hohem Niveau

Bewegtbild erhöht die Relevanz im Gesamtshare

Mobile Werbeeinnahmen wachsen durch höhere Nutzung

Große Soziale Netzwerke schrumpfen in MAUs

Nutzer werden kritischer in Bezug auf digitale Inhalte

Smartphone Werbung fällt mehr auf – positiv wie negativ

Nutzer sind auf ihren eigenen Nutzen aus

Mediennutzungszeit ist endlich

Plattformen mit klarem Wertversprechen werden schnell groß

Junge Generation benötigt besseres Targeting

Bezahlte Premium Inhalte werden relevanter

Individuellere Erfahrung durch Generative AI

The Perfect Storm

Herausforderungen und Chancen für den deutschen Displaywerbemarkt

 peter.kautz@statista.com



Managing Director Statista Q

Statista GmbH
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg // Germany
q@statista.com