

MOMENTUM

SPENDINGSTUDIE 2020 UND PROGNOSE 2021

iab.
austria

MOMENTUM
CONTENT MIT STRATEGIE

iab. europe

INHALTSVERZEICHNIS

Urheberschutz

Methode

Digital Spendings 2020

Online-Werbung → detaillierte Marktsicht nur in der Vollversion

Social Media Marketing

Suchwortvermarktung

Affiliate Marketing

Classifieds / Directories → nur in der Vollversion

Digitalsteuer in Österreich

Digital Spendings 2021 (Prognose) → nur in der Vollversion

Definitionen

URHEBERSCHUTZ

Die „**MOMENTUM Spendingstudie 2020 und Prognose 2021**“ wurde von **MOMENTUM Wien** und mit Unterstützung des iab austria sowie des IAB Europe erstellt.

Eine Weitergabe der „MOMENTUM Spendingstudie 2020 und Prognose 2021“ ist nur mit expliziter Zustimmung von MOMENTUM Wien erlaubt.

Die „MOMENTUM Spendingstudie 2020 und Prognose 2021“ kostet 2.900 Euro netto für Studienteilnehmer und Mitglieder des iab Austria. Alle anderen können die Studie um 3.900 Euro netto hier erwerben: georg.guenther@momentum.wien

Infos zu weiteren MOMENTUM-Studien wie „Imagestudie Medien & Vermarkter“, „Imagestudie: Digitalkompetenz österreichischer Agenturen“ oder „Brand Safety Studie“ erhalten Sie hier: <https://momentum.wien/marktstudien/>

METHODE

MOMENTUM Wien führte für die „**MOMENTUM Spendingstudie 2020 und Prognose 2021**“ im Zeitraum Jänner bis März 2021 **102 persönliche und strukturierte Interviews** mit Mediaagenturen, Publishern, Ad-Network-Vermarktern und werbetreibenden Unternehmen durch.

MOMENTUM Wien weist darauf hin, dass **die angeführten Umsätze der Publisher und Ad-Networks nicht von den Unternehmen selbst stammen**, sondern aus den **Einschätzungen der befragten Marktteilnehmer** sowie aus **öffentlich zugänglichen Marktdaten** generiert wurden.

Außerdem hat MOMENTUM Wien **die 2020 an den Staat abgelieferte Digitalsteuer für Werbung auf Plattformen wie Google, Facebook und Co. als Messgröße** herangezogen. Die österreichische Digitalsteuer wird für Werbung auf digitalen Plattformen mit einem globalen Umsatz von mehr als 750 Millionen Euro und einem Werbeumsatz von mehr als 25 Millionen Euro in Österreich fällig.

ONLINE WERBEMARKT

ÖSTERREICH 2020

DAS WERBEJAHR 2020

NETTO

Online Werbeumsätze	Nettowerbewert	Anteil	Wachstum ¹
Klassische Online-Werbung (Display, Video, Mobile)	315.600.000 €	21,2%	13,9%
Social Media Marketing	405.300.000 €	27,2%	12,0%
Suchwortvermarktung	509.000.000 €	34,1%	13,0%
Affiliate-Marketing	75.500.000 €	5,0%	13,0%
Classifieds & Directories	129.400.000 €	8,7%	4,9%
Sonstiges ²	56.100.000 €	3,8%	-
Total	1.490.900.000 €	100,0%	12,3%

¹ im Vergleich zu zu 2019, "Sonstiges" nicht erhoben.

² Amazon, Integrierter Content, Native Advertising, E-Mail-Marketing, Newsletter-Advertising, Online-Auctions, langfristige Fixintegrationen, Sponsorships, In-Game-Advertising, Digital Audio, Connected TV

SOCIAL MEDIA MARKETING

DAS WERBEJAHR 2020 IM DETAIL

USER IN ÖSTERREICH¹



Facebook
5,38 Mio.



Instagram
3,96 Mio.



Pinterest
2,25 Mio.



Snapchat
1,3 Mio.



TikTok
1,2 Mio.



Twitter
160.000



LinkedIn
0,93 Mio.



XING
0,74 Mio.

SOCIAL MEDIA MARKETING

DAS WERBEJAHR 2020 IM DETAIL

Soziales Netzwerk	Umsatz in Österreich	Anteil
Facebook & Instagram ¹	371.000.000 €	91,54%
Pinterest ²	14.200.000 €	3,50%
LinkedIn ³	12.000.000 €	2,96%
Twitter ⁴	3.000.000 €	0,74%
XING ⁵	2.600.000 €	0,64%
Snapchat ⁵	1.500.000 €	0,37%
TikTok ⁵	1.000.000 €	0,25%
Total	405.300.000 €	100%

¹durchschnittlicher Umsatz je User global gewichtet mit globalem vs. österreichischem BIP/Kopf

²gewichtet mit Facebook Umsatz per User global vs. Europa

³Globaler Umsatz je User multipliziert mit Usern in Österreich; 75% des Umsatzes entfällt auf Rubrikenmarkt

⁴Globaler Umsatz je User multipliziert mit Usern in Österreich

⁵keine Daten veröffentlicht; hier Expertenschätzung

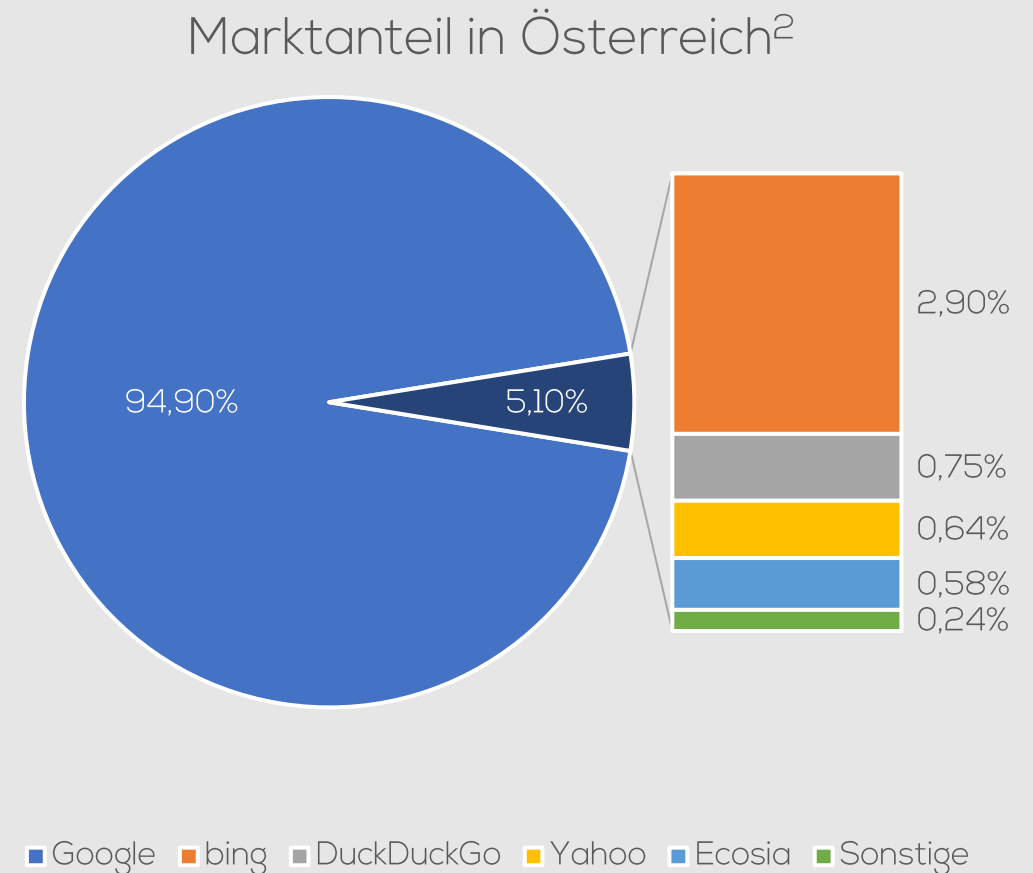
SUCHWORTVERMARKTUNG

DAS WERBEJAHR 2020 IM DETAIL

SUCHWORTVERMARKTUNG

DAS WERBEJAHR 2020 IM DETAIL

Suchmaschine	Umsatz
Google ¹	499.000.000 €
Rest	10.000.000 €
Total	509.000.000 €



¹durchschnittlicher Umsatz je User global gewichtet mit globalem vs. österreichischem BIP/Kopf

²Mittelwert aller 12 Monate 2020, Quelle: [statcounter.com](https://www.statcounter.com)

AFFILIATE & E-COMMERCE

DAS WERBEJAHR 2020 IM DETAIL

AFFILIATE MARKETING

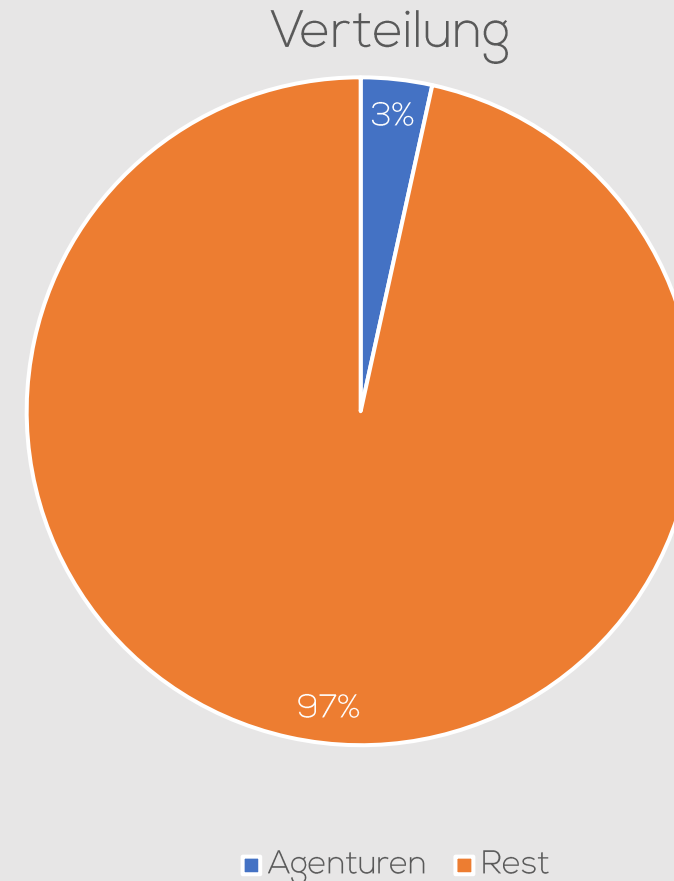
DAS WERBEJAHR 2020 IM DETAIL

Affiliate	Umsatz
Agenturen	2.600.000 €
Rest	72.900.000 €
Total	75.500.000 €

Annahme: Der Marktanteil der Agenturspendings für Affiliate Marketing entspricht jenem von Paid Search, also rund 3,4 Prozent.

Der Handelsverband schätzt den E-Commerce-Umsatz in Österreich in 2020 auf 8 Mrd. Euro netto.

Das bedeutet, dass weniger als 1 Cent je 1 Euro E-Commerce-Umsatz in Affiliate-Marketing fließt.



WERBEN AUF AMAZON

DAS WERBEJAHR 2020 IM DETAIL

Auf Grund fehlender Marktzahlen für Österreich wurden mit Hilfe von Daten aus Deutschland jene für Österreich errechnet. Für Deutschland ergibt sich ein Werbevolumen von 3,60 Euro je 100 Euro E-Commerce-Umsatz im Ökosystem von Amazon.

Umsatz	Deutschland	Österreich¹
E-Commerce	29.570.000.000 €	947.000.000 €
Werbung	1.060.000.000 €	34.100.000 €

¹2019 betrug der Umsatz lt. Handelsverband 834 Mio. Euro. Hier wird die selbe Wachstumsrate wie 2019 (13,5%) angenommen

DIGITALSTEUER IN ÖSTERREICH

PROOF OF CONCEPT

DIGITALSTEUER IN ÖSTERREICH

PROOF OF CONCEPT

Seit 1. Jänner 2020 hebt Österreich die Digitalsteuer von 5 Prozent von Unternehmen ein,

- a) die einen weltweiten Umsatz von zumindest 750 Millionen Euro erwirtschaften und
- b) die im Inland einen Umsatz von zumindest 25 Millionen Euro aus der Durchführung von Online-Werbeleistungen erwirtschaften.

Als Onlinewerbeleistungen gelten Werbeeinschaltungen auf einer digitalen Schnittstelle, insbesondere in Form von Bannerwerbung, Suchmaschinenwerbung und vergleichbaren Werbeleistungen, die an österreichische IP-Adressen ausgespielt werden.

Von Jänner bis Oktober 2020 wurden rund 43 Millionen Euro Digitalsteuer an den österreichischen Staat abgeführt. Bis Jahresende ergeben sich somit geschätzte Einnahmen von rund 55 Millionen Euro.

Somit sind die digitalen Weltkonzerne die werbestärkste Mediengattung in Österreich, veröffentlichen jedoch selbst keine Zahlen für den heimischen Markt.

DIGITALSTEUER IN ÖSTERREICH

PROOF OF CONCEPT

Als Grundlage dienen die durch die Digitalsteuer eingenommenen 55 Millionen Euro. Werden diese 5 Prozent hochgerechnet, ergibt sich ein Umsatz von 1,1 Milliarden Euro.

Um trotz der mangelhaften Datenlage Umsatzzahlen der Werberiesen hierzulande zu erhalten, wurden für die MOMENTUM Spendingstudie die globalen Umsätze auf Österreich heruntergebrochen und mit dem Umsatz laut Digitalsteuer verglichen.

	Umsatz 2020 (Global)	Umsatz 2020 (AT)
Google Search ¹	86.370.000.000 €	499.000.000 €
YouTube ²	16.410.000.000 €	97.000.000 €
Google Display ¹	19.170.000.000 €	118.000.000 €
Facebook und Instagram ³	71.350.000.000 €	371.000.000 €
Amazon ⁴	15.360.000.000 €	34.100.000 €
Summe⁵	208.660.000.000 €	1.119.100.000 €
Umsatz laut Digitalsteuer⁶		1.100.000.000 €

¹ durchschnittlicher Umsatz je User global gewichtet mit globalem vs. österreichischem BIP/Kopf

² gewichtet mit Facebook Umsatz per User global vs. Europa

³ Aus Bruttoreichweite Österreich die Nettoreichweite aus globaler Brutto-Netto-Reichweite berechnet und mit Umsatz je europäischen User gewichtet

⁴ Kundenzahl nicht ermittelbar; E-Commerce-Umsatz und Werbevolumen in DE gewichtet mit E-Commerce-Umsatz in AT; 3,6 Euro je 100 Euro E-Commerce-Umsatz

⁵ Berechnung „Bottom-up“

⁶ Berechnung „Top-down“

DEFINITIONEN

GLOSSAR

DEFINITIONEN I

Online Display Advertising: Banners, Buttons, Skyscrapers, Overlays, Interstitials, Pop Ups, die auf einer Webseite dargestellt werden

Es gibt eine Vielzahl an Definitionen zu **Video Advertising**. Wir ziehen folgende heran:

- In-Stream Video Advertising (Pre, Mid und Post Rolls)
- In-Stream Banner Overlays
- Out-Stream Video Advertising (bspw. Self-Play Video auf einem Social Network, im redaktionellen Text platziert, auch Native Video)
- In-Banner Video Advertising (benötigen keinen Player, laufen in einem Displaywerbeformat)
- In-Text Video Advertising (zeigt Video in einem Textfluß an)
- Contextual Video Advertising (z. B. Branded Video Players, kontextuelles Display Advertising rund um Video Content).

DEFINITIONEN II

Mobile advertising – Display: Jede Werbung (Text oder Banner), die auf einem Smartphone angezeigt wird, beinhaltet Rich Media Advertising und Online Video Advertising. Sie kann browserbasierend oder In-App dargestellt sein.

Mobile advertising – Search: SEA, das auf mobilen Geräten dargestellt wird.

Mobile advertising – SMS/MMS: 3rd Party Ads in SMS und outbound SMS – dies beinhaltet werbliche Integrationen in SMS/MMS sowie Outbound.

Mobile advertising – Rest: Alle anderen Formen des Mobile Advertising (z.B. Mobile Classifieds)

Social Advertising: Ein Teil des Display Advertising. Kann Video und Banner enthalten. Bezieht sich auf Werbung in sozialen Netzwerken wie Facebook, LinkedIn, etc. Wir zählen YouTube nicht zu Social Advertising.

Paid-for-Search Advertising (SEA): Werbeanzeige erscheint im Zusammenhang mit der Abruf bestimmter Suchworteingaben.

Suchmaschinenoptimierung (SEO): Kosten, die für Dritte aufgewendet werden, um das Ranking in Suchmaschinen zu verbessern.

DEFINITIONEN III

Affiliate Marketing: Provisionen, die an eine Drittpartei (Affiliate) für Traffic bezahlt wird (bspw. Pay-per-Visit). Wir inkludieren Affiliate Marketing in Display Advertising

Online Classifieds: Die Schaltgebühren, die von Werbetreibenden für Anzeigen in digitalen Rubrikenmärkten (Automobil, Immobilien, Jobs) bezahlt werden.

Online Directories: Online Version von Gelben Seiten. Beahlt vom Werbetreibenden für Aufnahme oder Hervorhebung oder Vorreihung in Listings.

Programmatic: Automatischer und individueller Ein- und Verkauf von Werbeflächen in Echtzeit.

- a) Automated Guaranteed
- b) Unreserved Fixed Rate (Preferred Deal)
- c) Invitation-Only Auction (Private Deal)
- d) Open Auction

Real-Time Bidding (RTB): Teil des Programmatic Advertisings, Werbeflächen werden mittels Preisauktion in Echtzeit angeboten.

DEFINITIONEN IV

Interruptive Formats: Werbeformen, die das Userverhalten auf einer Seite unterbrechen, bspw. Overlays oder Pop Ups

Integrierter Content: Werblicher Content ohne Link zur Website des Werbetreibenden, beinhaltet langfristige Fixintegrationen und Sponsorings (genaue Definitionen siehe unten)

Native Advertising: Werblicher Content mit Link zur Website des Werbetreibenden. Buchungen in Nativen Netzwerken wie Outbrain, Taboola, Plista u. ä.

E-Mail-Marketing: Der Inhalt des E-Mails ist vom Werbetreibenden bestimmt und wird in seinem Namen an eine bestehende Verteilerliste gesendet (Stand-Alone-E-Mails)

Newsletter Advertising: Werbung (Text oder Banner), die in Newslettern von Dritten geschaltet wird.

Online Auctions: Gebühren, die für die Abhaltung einer Online-Auktion zu bezahlen sind.

DEFINITIONEN V

langfristige Fixintegrationen: Lang anhaltende Partnerschaften zwischen Publisher und Werbetreibenden. Der Publisher profitiert vom Content oder dem Service des Werbetreibenden (Sonderthemen, Kreditrechner)

Sponsorships: Werbetreibender unterstützt Contents finanziell

In-Game Advertising: Gebühren, die bezahlt werden für Werbung, Sponsorings oder Product Placements in Online Games

Digital Audio: Werbung in Streamingdiensten, IP-basierten Radio und Podcasts

Connected TV: Werbung, die auf Smart-TV und via TV-Sticks läuft

NEUE STUDIE: MEDIA-MIX BENCHMARK 2021

GLEICH JETZT BESTELLEN!

Anfang April 2021 veröffentlicht MOMENTUM erstmals die **Studie „Media-Mix Benchmark 2021“**, für die Marketing- und Werbeverantwortliche in werbetreibenden Unternehmen zur Entwicklung des Media-Mix in den Jahren 2020/2021 befragt.

Im Rahmen der Studie wurden erhoben:

- **Veränderungen beim Media-Mix klassisch/digital 2019/2020/2021**
- **Veränderungen beim digitalen Media-Mix 2019/2020/2021 (Display, Video, SEA, Social Media, Native, Affiliate, Mobile, E-Mail, In-Game-Advertising, etc.)**

Die **MOMENTUM-Studie „Media-Mix Benchmark 2021“** kostet 1.200 Euro netto und kann hier bestellt werden: georg.guenther@momentum.wien

