BOOM!

# KOMMENTAR



VON CHRISTOPH PICHLER

# 100 Millionen Euro

Der Anteil der Online-Werbespendings am gesamten Werbeaufkommen in Österreich ist im internationalen Vergleich sehr niedrig. Das liegt aber zum Teil auch daran, dass nicht alle Internet-Werbeausgaben erfasst werden.

Die Werbebilanz von Focus für September 2006 zeigt, dass die Werbeausgaben in Österreich im Vergleich zum September 2005 um 5,6 Prozent gestiegen sind. Die Online-Werbung kann laut Focus sogar ein Plus von rund 53 Prozent verzeichnen. Kumuliert betrachtet, wurden von Jänner bis September 2006 bereits rund 24 Millionen Euro für Werbung im Internet ausgegeben. Insgesamt werden die Ausgaben für klassische Online-Werbung (also Banner & Co) im Jahr 2006 in Österreich dann wohl etwa 40 Millionen Euro oder ein wenig mehr ausmachen, da das Q4 ja der werbeintensivste Zeitraum im Werbejahr ist. Berücksichtigt man die Tatsache, dass die Focus-Zahlen auf den Eigen-Angaben der Online-Werbevermarkter beruhen, kann man wohl nochmal rund 20 Millionen Euro an Online-Werbung dazurechnen, die nicht via Focus erfasst werden. Macht insgesamt 60 Millionen Euro. Zum Vergleich:

# MMag. Christoph Pichler,

Inhaber der Suchmaschinenmarketing-Agentur CPC-Consulting, ist Spezialist für Internet- und Suchmaschinen-Marketing. CPC-Consulting veranstaltet Seminare zu innovativen Marketing-Themen. CPC-Consulting, www.cpc-consulting.net, Hockegasse 77a, A-1180 Wien, Mobil 0664/38 65 481, E-Mail: office@cpc-consulting.net Den Online-Werbeausgaben in Deutschland wird laut Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW) ein Volumen von rund 780 Millionen Euro prognostiziert, was klassische Online-Werbung betrifft.

#### Suchmaschinen-Werbung

An Werbeausgaben für Suchmaschinen-Werbung werden vom BVDW für Deutschland über 700 Millionen Euro prognostiziert. Legt man das auf Österreich um. müssten noch 40 Millionen Euro hinzugerechnet werden. Also rund 100 Millionen Euro für Online-Werbung in Österreich für 2006! Eine Zahl, mit der Internet-Werbeverbände wie IAB wohl Jubel-Pressemeldungen aussenden werden/würden. Die BVDW-Prognosen sind aber wohl nicht ganz für bare Münze zu nehmen, vor allem was den Anteil der Suchmaschinen-Werbung betrifft. Auch wenn in den USA die Suchmaschinen-Werbung bereits 40 Prozent der gesamten Online-Werbespendings ausmacht, trifft das für Deutschland wohl noch nicht in dieser Dimension zu. Und erst recht nicht für Österreich. Hier werden 2006 rund 20 Millionen Euro für Werbung auf und in den Networks von Google, Yahoo! und Co. ausgegeben werden. Und hier ist nicht nachvollziehbar, welcher Anteil der Schaltungen in Österreich erfolgt und wie viel von österreichischen Unternehmen (hauptsächlich aus der Tourismus-Branche) via Google im Ausland geschaltet wird.

Realistisch betrachtet, werden die Ausgaben für Internet-Werbung in Österreich einschließlich der Suchmaschinen-Werbung auf Google & Co. im Jahr 2006 rund 80 Millionen Euro erreichen. Wie viel Prozent der gesamten Werbeausgaben für 2006 in Österreich werden das wohl sein? Zumindest mehr als die Werbeausgaben im Privat-Radio, was ja auch für eine Jubel-Pressemeldung gut sein könnte.

### UK: Google überholt TV-Sender

In England bekommen TV-Sender schneller als gedacht die Konkurrenz zu spüren. Nach Angaben der "Financial Times", die sich auf Aussagen der Mediaagenturen begreifen, dass das keine zyklische Sache ist." Weltweit hatte Google seine Umsätze im dritten Quartal 2006 im Vergleich zum vorherigen Quartal um 70 Prozent gesteigert und erreichten 2,7 Milliarden Dollar.

## Das Problem mit der Messung

Valide Zahlen zu Online-Werbespendings sind leider immer mit dem Problem der unvollständigen und ungenauen Erfassbarkeit behaftet. Die Focus-Zahlen sind immerhin ein Anhaltspunkt und gut geeignet, um Trends (und vor allem Zuwächse!) im Zeitablauf darzustellen. Leider können die Focus-Zahlen nicht den tatsächlichen Stellenwert der Online-

"Die Leute müssen aufwachen und begreifen, dass das keine zyklische Sache ist." (Andy Duncan, Channel 4)

Mindshare, Initiative und Carat beruft, wird Google in Großbritannien schon bald höhere Werbeumsätze erzielen als einige TV-Sender. Google-UK dürfte sogar bald ITV1, den umsatzstärksten Sender, überrunden. Laut "Financial Times" könne dies im Lauf der nächsten 18 Monate geschehen.

Die Mediaexperten der Agenturen zeigen sich überrascht von den rasanten Umsatzsteigerungen bei Google. Dominic Proctor, CEO von Mindshare, rechnet in den nächsten zwei bis drei Jahren weiterhin mit einem starken Wachstum der Werbeumsätze bei Google. Andy Duncan, Chef des Senders Channel 4, beschreibt die Verschiebungen auf dem Werbemarkt als "strukturell": "Die Leute müssen aufwachen und

Werbung in Österreich (also als Prozent-Anteil der gesamten Werbeausgaben in Österreich) widerspiegeln.

Auch hie und da von der Wirtschaftskammer veröffentlichte Zahlen zum Online-Werbemarkt tragen zu groben Missverständnissen bei, da dort gleich mal Kosten für Website-Erstellung, Kreation etc. in die "Online-Werbeausgaben" hineingerechnet werden ...

Termin zum Them

Seminar Werbung mit Google AdWords am 1. Februar 2007 im IBM-Forum Wien Informationen + Anmeldung unter www.cpc-consulting.net