

19.12.2017 - 10:27 Uhr

## Smaatos "Global Trends in Mobile Advertising Report" Q3 2017: Nutzung von Mobilgeräten verlagert sich immer stärker in den In-App-Bereich - Ausgaben für mobile Videos weltweit nahezu verdoppelt

Kalif. (ots) -

Neue Daten belegen, dass In-App-Werbung mindestens 85 % der Ausgaben der größten Werbemärkte weltweit ausmacht, während Video Ad Requests sprunghaft ansteigen.

Smaato, die führende globale, Real-Time Advertising Plattform für mobile Publisher und App-Entwickler, veröffentlicht heute ihren Global Trends in Mobile Advertising Report für Q3 2017. Dieser analysiert über 1,5 Billionen Ad Impressions, die im dritten Quartal 2017 über die Smaato-Plattform geliefert wurden. Die neuen Daten zeigen die zunehmende Dominanz von In-App-Werbung gegenüber dem mobilen Web in Sachen weltweiter mobiler Werbeausgaben und liefern tiefgreifende Erkenntnisse bezüglich des explosiven Wachstums mobiler Videos.

Da die Verbraucher global betrachtet mittlerweile 80 % ihrer Smartphone-Zeit in Apps verbringen, bleibt In-App-Werbung auch weiterhin das größte Zugpferd der weltweiten mobilen Werbeausgaben. Trotz bereits beträchtlicher Werte erreichten diese mit 96 % der globalen Ausgaben in Q3 2017 im In-App-Bereich einen neuen Rekord auf der Smaato-Plattform. Die fortlaufende Verlagerung aus dem mobilen Web in Richtung des In-App-Bereichs ist weltweit zu beobachten: Global gesehen konnte der In-App-Bereich in sämtlichen Top-20-Ländern der mobilen Werbemärkte mindestens 85 % für sich verzeichnen.

An Smaatos Daten lässt sich zudem erkennen, dass der Anstieg der Werbeausgaben für mobile Videos weiterhin über den Ausgaben für alle anderen Ad-Formate lag, wobei sich die Ausgaben für Video Ads in lediglich einem Quartal nahezu verdoppelten (Wachstum von über 90 %). Werbeflächen, die mobile Videos abspielten, verzeichneten durchschnittlich 4,1-mal höhere eCPM-Werte als Werbeflächen mit Ad-Formaten ohne Videos.

"Obwohl die In-App-Werbung auf unserer Plattform bereits vergangenes Jahr mehr als drei Viertel der weltweiten Werbeausgaben ausmachte, konnte der In-App-Bereich einen noch deutlicheren Vorsprung erreichen und 2017 seine Dominanz bei den globalen Ausgaben für mobile Werbung noch ausbauen", so Ragnar Kruse, CEO und Mitgründer von Smaato. "Da sich die Verbraucher ausgesprochen stark auf den In-App-Bereich konzentrieren, ist es wenig überraschend, dass Werbetreibende diesem Trend folgen - vor allem, wenn man die signifikanten Vorteile in Bezug auf präzises Targeting und gewährleistetetes Tracking gegenüber den Alternativen bedenkt, sei es nun das mobile Web, Desktops oder das klassische Fernsehen."

Der Bericht bietet zusätzliche Informationen über weltweite mobile Werbung, darunter folgende Aspekte:

Im Vergleich zu ihren Pendanten der Generationen Z, X und Babyboomers zielte der Großteil der mobilen Werbeausgaben auf Millennials ab, die weltweit einen Anteil von 79 % ausmachten. Werbetreibende bezahlten weltweit zudem die höchsten eCPM für zur Generation der Millennials gehörende Smartphone-Nutzer.

Mobile Ad Requests erreichten ein neues Rekordhoch, während eCPM mit Höchstgeschwindigkeit wachsen. Die Ad Requests auf der Smaato-Plattform erreichten in Q3 2017 ein neues Rekordhoch, wobei die Ad Requests in Schlüsselmärkten für mobile Werbung wie den USA (+345 %), Japan (+180 %) und dem Vereinigten Königreich (+174 %) enorm anstiegen (eine Ersatzmessgröße für die Nutzung mobiler Geräte). Auch die eCPM stiegen weltweit an, wobei das Wachstum in der EMEA-Region am stärksten ausfiel.

Trotz der globalen Dominanz von Android war iOS bei Werbetreibenden am beliebtesten. Android steigerte seinen Anteil im Laufe des vergangenen Jahres auf ein Rekordhoch von 68 % in diesem Quartal. Obwohl Android über zwei Drittel des mobilen Werbemarkts ausmacht, vergrößert iOS den OS-eCPM-Abstand. In Q3 2017 lagen die eCPM-Werte von iOS-Geräten um beeindruckende 30 % über den eCPM-Werten von Android-Geräten.

Chinas Smartphone-Präsenz stärkt mobile Werbewerte. Mit über 724 Millionen Smartphone-Nutzern bleibt die Größe des chinesischen Markts unerreicht. Im Laufe des vergangenen Jahres stiegen die mobilen Ad Requests aus China um 64 % an, während die eCPM für Werbeflächen auf mobilen Geräten innerhalb des Landes um 74 % anstiegen. Werbetreibende, die diese Mobile-First-Zielgruppe erreichen möchten, sollten beachten, dass diese überwiegend männlich (85 % der mobilen Ad Requests sind auf Geräte von Männern zurückzuführen) und jung (50 % der Ad Request kommen von Nutzern, die zwischen 13 und 24 Jahren alt sind) ist.

Die Smaato-Plattform erreicht jeden Monat über eine Milliarde Unique Users weltweit und liefert monatlich über 500 Milliarden Ad Impressions, die über ein aus mehr als 450 der größten DSP und Ad-Netzwerk-Demand-Partner bestehendes Netzwerk versteigert werden. Der aktuelle Global Trends in Mobile Advertising Report spiegelt die Aktivitäten und Trends des dritten Quartals 2017 wider und analysiert Trends im Quartals- und Vorjahresvergleich.

Zum vollständigen Bericht: <https://www.smaato.com/resources/reports/>.

Über Smaato

Smaato ist die führende unabhängige globale Real-Time Advertising Plattform und verbindet über 10.000 Advertiser, darunter 91 der Top 100 Ad Age-Marken, mit über 90.000 App-Entwicklern und mobilen Web-Publishern. Smaato managt bis zu 19 Milliarden mobiler Ad Impressionen täglich und erreicht pro Monat über eine Milliarde Unique Mobile Users. Smaato wurde 2005 von den mobilen Pionieren Ragnar Kruse und Petra Vorsteher gegründet und verfügt neben seinem internationalen Hauptsitz in San Francisco über Niederlassungen in Hamburg, Singapur, Shanghai, sowie New York und beschäftigt insgesamt 230 Mitarbeiter. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.smaato.com](http://www.smaato.com)

Folgen Sie Smaato auch auf Twitter unter [@Smaato](https://twitter.com/Smaato) sowie auf Facebook unter [Facebook.com/Smaato](https://www.facebook.com/Smaato)

Kontakt:

Petra Rulsch PR  
Strategische Kommunikation +  
c/o Hogarth Worldwide GmbH  
Große Bleichen 34  
20354 Hamburg  
Mobil: +49 160 944 944 23  
Tel.: +49 40 4321 88 93  
Email: [pr@petra-rulsch.com](mailto:pr@petra-rulsch.com)  
[www.petra-rulsch.com](http://www.petra-rulsch.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057347/100810566> abgerufen werden.