

BVDW-Diskussionspapier beleuchtet Entwicklungen im Realtime Advertising

Wandel zum Werbehandel in Echtzeit erfordert Umdenken und Bereitschaft zum Erfahrungsaufbau

Düsseldorf, 12. August 2013 – Die automatisierte Aussteuerung digitaler Werbung auf Basis einzelner Werbekontakte in Echtzeit, kurz Realtime Advertising (RTA), ist längst kein Testfeld mehr für Early Adopter. RTA wird den digitalen Werbemarkt in den kommenden fünf Jahren nachhaltig verändern. Um den Werbehandel in Echtzeit näher zu beleuchten, veröffentlicht der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. ein erstes Diskussionspapier zum Realtime Advertising. Die beiden Autoren aus dem Lab Realtime Advertising erklären aus ihrer Sicht den Ursprung und die Funktionsweise sowie zukünftige Entwicklungen und Chancen für Marktakteure. Das grundlegende Diskussionspapier dient zur weiteren Debatte inner- und außerhalb der Initiative im BVDW und bildet den Auftakt für eine Reihe von Informationsangeboten des BVDW zum Thema Realtime Advertising. Das Dokument kann kostenlos unter www.bvdw.org als PDF-Dokument heruntergeladen werden.

„Realtime Advertising ist wahrscheinlich die größte Veränderung für das Marketing seit dem Internethype der Jahrtausendwende. Der Wandel zum Handel in Echtzeit ändert gewohnte Herangehensweisen, Prozesse und Strukturen. In einem überschaubaren Zeithorizont – wir gehen von etwa fünf Jahren aus – wird wahrscheinlich ein großer Teil digitaler Werbung auch tatsächlich digital gehandelt. Alle Komponenten stehen bereit. Man kann Unternehmen nur dazu raten, schnell Erfahrungswerte hinsichtlich RTA aufzubauen. Die Vernachlässigung des Themas kann Unternehmen ins Abseits führen“, erklärt **Oliver Busch (Spree7)**, Autor des Diskussionspapiers und Leiter des Labs Realtime Advertising.

Im Lab Realtime Advertising kommen die verschiedenen Marktakteure zusammen, um die Facetten des automatisierten Handels digitaler Medien zu diskutieren und die marktadäquate Entwicklung in Deutschland zu begleiten. Das Diskussionspapier dient der weiteren Auseinandersetzung inner- und außerhalb der Initiative des BVDW. Es richtet sich gleichermaßen an Entscheider auf Seiten der Werbungtreibenden und digitalen Medien zur internen Diskussion und Entwicklung zukunftsorientierter Strategien.

Inhaltsübersicht des Diskussionspapiers:

- I) Markt
 - 1. Die Entwicklung von Realtime Advertising
 - 2. Problemstellungen des Werbemarkts
 - 3. Prognose zur Marktentwicklung
- II) Definition
- III) Funktionsweise
 - 1. Buy Side & Sell Side

2. Vier zukünftige Entwicklungen
3. Handlungsempfehlung für Werbetreibende
4. Handlungsempfehlung für Medien

IV) Schlussfolgerung

Autoren:

- Birger Bardowicks
Director Display Advertising, Mitglied der Geschäftsleitung
uniquedigital GmbH
- Oliver Busch
Managing Director, Spree7 GmbH und Leiter des Labs Realtime
Advertising im BVDW

Das Diskussionspapier „Realtime Advertising“ kann unter <http://www.bvdw.org/medien/diskussionspapier-realtime-advertising?media=5001> heruntergeladen werden.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_diskussionspapier_rta

Kontakt:

Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: woodroffe@bvdw.org

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**