

Pressemitteilung

Neuer Branchenreport „State of Commerce Advertising 2/2024“ von mrge erschienen:

Commerce Advertising: Branche sieht konkrete Wachstumschancen durch KI

Hamburg, 11. Juli 2024 – mrge, die intelligente Plattform für Commerce Advertising, präsentiert die 5. Auflage des Branchenreports „State of Commerce Advertising“. Ziel des Reports ist es, das Stimmungsbild der Branche zu erfassen und Top-Themen zu identifizieren, um daraus Handlungsempfehlungen für die Zukunft ableiten zu können. Jetzt liegen die Ergebnisse der zweiten Ausgabe 2024 vor. Zwei Themen sind für die befragten Publisher, Advertiser und Netzwerke besonders wichtig: Zum einen KI als Wachstumstreiber und zum anderen die von Google erwarteten Updates, die die Branche vor Herausforderungen stellen werden. Die Gastfragen kommen dieses Mal von Valeria Alesiani (Rakuten), Anke Arens (CJ), André Koehler (impact.com) und Sol Wilkinson (Hello Partner).

Commerce Advertising hat sich in der Branche etabliert und bleibt eine wichtige Umsatzquelle: Bei 88,9% der Befragten liegt der Anteil von Commerce Advertising am Gesamtumsatz bei mindestens 10%, bei 75% sogar bei mindestens 15%. Dazu kommt: 44,4% der Befragten geben an, dass die Relevanz von Commerce Advertising im Vergleich zu anderen digitalen Werbeformen zunimmt. Für 51,4% bleibt sie unverändert.

Bei den Top 3 der Industrietrends liegen Google Updates bei 72,1% und KI / Machine Learning bei 46,5% der Befragten auf den beiden ersten Plätzen, gefolgt von Brand Safety (23,3%).

Auf die Frage, welchen Impact sie durch die kommenden Google Updates erwarten, antworten viele Teilnehmende, dass ein „Big Change“ bevorsteht. Sie sind der Meinung, dass sich grundsätzliche Rahmenbedingungen – vom Traffic über strengere Datenschutzregeln bis zum Umgang mit der User Privacy – verändern werden.

Die Implementierung von generativer KI steht bei 32,6% der Befragten an zweiter Stelle der größten Chancen für Umsatzwachstum in den kommenden sechs Monaten, nur übertroffen von einem steigenden Investment in Partnerschaften (41,9%). Der Branchenindex zeigt, dass die Befragten in KI einen Wachstumstreiber in nahezu allen Bereichen von Commerce Advertising sehen:

- 30,5% der Befragten sehen „Advanced Targeting and Personalization“, insbesondere durch Zielgruppensegmentierung oder die SEA-Optimierung durch KI, als besonders vielversprechend für Wachstum an.
- 27,8% nennen die Erstellung von monetarisierbarem Content als wachstumsstarkes Feld.
- 25,0% halten maßgeschneiderten Content mit personalisierten Produktempfehlungen für besonders zukunftsträchtig.

Felix Witte, General Manager / SVP Publishers & Advertisers von mrge, kommentiert: „KI ist das Multifunktionstool, das laut unseren Befragten für Impulse und Wachstumspotenzial in nahezu allen Bereichen von Commerce Advertising sorgen wird. Hier liegen große Chancen. Aber es gibt mit Google Updates auch Herausforderungen in der Branche. Die erwarteten Neuerungen werden die Rahmenbedingungen verändern, unter denen viele Marktteilnehmer bisher agiert haben. Dennoch: Unsere Branche ist so anpassungsfähig, dass sie flexibel auf Änderungen reagieren kann. Mehr als 75% der Befragten beurteilen die Aussichten für das zweite Halbjahr 2024 optimistisch. Ein Rekordwert im Verhältnis zu allen Branchenumfragen, die wir in den letzten zwei Jahren gemacht haben.“



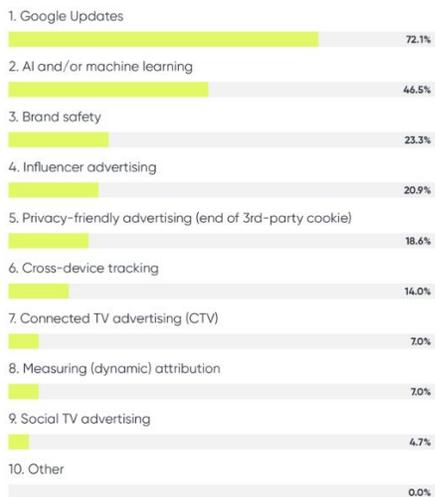
Felix Witte, General Manager / SVP Publishers & Advertisers, mrge

Ausgewählte Ergebnisse in der Übersicht:

- **Ausblick auf das zweite Halbjahr 2024 ist optimistisch:** Der Blick auf die eigene erwartete Wirtschaftsentwicklung im zweiten Halbjahr 2024 ist bei mehr als drei von vier Befragten (76,4%) optimistisch oder sehr optimistisch.
 - **Transparenz ist hoch relevant:** Gastautorin Anke Arens von CJ fragte nach der Wichtigkeit von Transparenz für Commerce Advertising. Antwort: Für eine überragende Mehrheit von 94,4% der Befragten ist Transparenz mindestens wichtig, für 50% sogar extrem wichtig.
 - **Commerce Advertising hat Chancen auf allen Ebenen des Sales Funnel:** André Koegler von impact.com fragte nach den Möglichkeiten, Wachstum im Commerce Advertising bereits in den frühen Phasen des Sales Funnel zu erzielen. Befragte sehen dafür Chancen in strategischen Partnerschaften, Social Media und der Erstellung von wertvollem Content.
- Google mit hoher Priorität in Strategien für 2025:** Sol Wilkinson von Hello Partner fragte angesichts von Google Updates und dem Impact auf Affiliate Marketing nach der Bedeutung von Google für die zukünftige Strategie: Für 61,1% der Befragten bleibt die Priorität auf dem heutigen Niveau, bei 25% wird sie größer und bei 13,9% wird Google eine geringere strategische Rolle spielen.

What are the top industry trends in Commerce Advertising right now?*

*Up to 3 answers possible





Für die Branchenumfrage „State of Commerce Advertising“ wurden im Zeitraum vom 6. bis 18. Juni 2024 weltweit 72 Experten befragt. Die Teilnehmenden waren Publisher, Advertiser, Netzwerke, Agenturen sowie Technologieanbieter. Alle Ergebnisse des Branchenreports finden Sie [hier](#).

Über mrge

mrge, die intelligente Plattform für Commerce Advertising, verbindet mehr als 5.500 Publisher, 55.000 Advertiser und 100 Netzwerke in über 160 Ländern. Durch die Verschmelzung intelligenter Tools, Technologien und Formate bringt mrge Kampagnenbotschaften näher an den Content heran und schafft so Mehrwert für Publisher, Advertiser und Nutzer gleichermaßen. mrge bündelt die Stärken von vier marktführenden Unternehmen: **digidip**, das sich auf Premium-Publisher mit hohem Traffic konzentriert, **shopping24**, das Lösungen für Produktempfehlungen anbietet, **SourceKnowledge**, als CPC-Plattform etabliert, und **Yieldkit**, das eine hohe Reichweite und Performance bietet. mrge wird von der Private-Equity-Investmentgruppe Waterland als Mehrheitseigner unterstützt und von CEO Dave Reed, CTO Nils Grabbert, CFO Michael Schambach und CRO Justin Kuykendall geleitet. mrge hat Büros in Hamburg, Berlin (beide Deutschland) und Montreal (Kanada) und beschäftigt mehr als 130 Mitarbeitende. www.mrge.com

Pressekontakt mrge:

Susanne Weller

T: +49 172 308 41 36

E: s.weller@weller-media.com

Kontakt bei mrge:

Clara Luschnig

T: +43 699 19261456

E: clara.luschnig@mrge.com