

Pressemitteilung

Aktuelle Umfrage “State of Commerce Advertising”: mrge veröffentlicht Index für Q2/2023: Anhaltender Optimismus in der Werbebranche

Hamburg, 11. April 2023 – mrge ist eine weltweit führende E-Commerce-Marketing-Plattform. Mit dem Branchenindex “State of Commerce Advertising” holt das Unternehmen einmal im Quartal ein Stimmungsbild bei international agierenden Publishern, Advertisern und Netzwerken aus der Branche Commerce Advertising ein. Die Ergebnisse für das erste Quartal 2023 liegen jetzt vor - und überraschen in vielen Aspekten.

Das erste Quartal gilt in der Werbebranche als das schwierigste, verglichen mit dem Shoppingquartal zuvor. Dennoch: In dem Report “State of Commerce Advertising” äußern sich 83,3 Prozent der Befragten als zufrieden, sehr zufrieden oder neutral mit Q1/2023. Die Umsätze haben sich im Vergleich mit denen in Q4/2022 bei nur 26,2 Prozent der Befragten erhöht, in Q4/2022 lag der Wert bei 66 Prozent. Bei zusammengerechnet 67,2 Prozent sind sie in Q1/2023 immerhin nicht weniger geworden. Vielleicht gerade deswegen blickt mehr als die Hälfte (54,7 Prozent) der Befragten optimistisch bzw. sehr optimistisch auf die kommenden Monate, was nur leicht unter dem Wert aus dem letzten Index liegt (57,5 Prozent).

„Der nahezu ungebrochene Optimismus könnte ein Zeichen dafür sein, dass Commerce Advertising gerade in Krisenzeiten ein vergleichsweise sicherer Hafen ist. Diese positive Einschätzung ist insbesondere nach dem traditionell starken vierten Quartal aus dem letzten Jahr umso überraschender und stimmt zuversichtlich“, sagt Felix Witte, General Manager & SVP Publishers, mrge.

Für die Branchenumfrage “State of Commerce Advertising” hat mrge im Zeitraum 28. Februar bis 19. März 2023 insgesamt 49 Führungspersonen weltweit nach ihrer Einschätzung des abgelaufenen Quartals und ihren Erwartungen an die kommenden Monate gefragt.

Weitere Ergebnisse in der Übersicht:

- Weltwirtschaftslage & Inflation, datenschutzkonformes Tracking und die Generierung hochwertiger Traffic-Quellen sind die größten Herausforderungen.
- Cost-per-Order (CPO) ist das beliebteste Abrechnungsmodell.
- Das größte Wachstumspotenzial für Advertiser und Publisher sieht mit 35,5 Prozent eine Mehrheit der Befragten in verbesserten Tracking-Technologien, gefolgt von Publisher Diversifikation und Integration von Mobile- und App-Tracking (beide je 32,3 Prozent).



Bereits zum zweiten Mal infolge ergab der Index von mrge, dass Künstliche Intelligenz und Machine Learning zu den heißesten Trends im Commerce Advertising gehören. 55,8 Prozent sehen darin eine der wichtigsten Entwicklungen im kommenden Jahr, gefolgt von Influencer Advertising und datenschutzfreundlichem Tracking (jeweils 41,2 Prozent) sowie dynamischer Attribution und Brand Safety (jeweils 29,4 Prozent).

“Die Ansprüche, die Advertiser und Nutzer an die Publisher stellen, werden größer. Insbesondere, wenn es um ihre Privatsphäre und den Schutz ihrer Daten geht, schauen immer mehr Menschen ganz genau hin. Andersrum können Advertiser und Publisher bei ihnen punkten, wenn sie ihnen glaubhaft zeigen, dass auch sie diese Themen ernst nehmen. Glücklicherweise zeigt unsere Umfrage, dass der Branche genau das bewusst ist und sie das Potenzial von alternativen Tracking-Technologien erkannt hat“, kommentiert Nikolaus Spitzky, General Manager & SVP Advertisers, mrge.

Alle Ergebnisse des Branchenreports finden Sie [hier](#).

Über mrge

mrge ist die weltweit führende Plattform für Commerce Advertising und verbindet mehr als 5.500 Publisher, 55.000 Werbetreibende und 100 Netzwerke in über 160 Ländern. Im Jahr 2022 generierte die Gruppe 3,5 Milliarden Affiliate Links für ihre Publisher-Kunden, was zu zusätzlichen E-Commerce-Umsätzen von mehr als zwei Milliarden Euro für ihre Advertiser-Kunden führte. Durch die Verschmelzung intelligenter Tools, Technologien und Formate bringt mrge Kampagnenbotschaften näher an den Content heran und schafft so Mehrwert für Publisher, Werbetreibende 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 CFO Michael von Stern und CTO Nils Grabbert geleitet. mrge hat Büros in Hamburg, Berlin (beide Deutschland) und Montreal (Kanada) und beschäftigt mehr als 140 Mitarbeiter. www.mrge.com

Pressekontakt mrge:

Susanne Weller

T: +49 172 308 41 36

E: s.weller@weller-media.com