

Programmgesteuerte Audiowerbung im Jahr 2020



Immer mehr Verlage und Werbetreibende auf der ganzen Welt nutzen zur Durchführung ihrer Audiowerbung programmgesteuerte Tools – aus gutem Grund. Diese Infografik gibt einen Überblick über die Ereignisse auf dem Markt der programmgesteuerten Tools für Audiowerbung von Triton im Jahr 2020.

2020

Steigerung der Ausgaben für programmgesteuerte Audiolösungen um

341%

Steigerung der Impressions (verbrauchter Bestand) um

251%

Steigerung des durchschnittlichen Bestandsräumungspreises um **26%**

2018 – 2020

Steigerung der Ausgaben für programmgesteuerte Audiolösungen um

214%

Steigerung der Impressions (verbrauchter Bestand) um

109%

Steigerung des durchschnittlichen Bestandsräumungspreises um **49%**

Neue Werbetreibende, die 2020 zum ersten Mal programmgesteuerte Audiolösungen einsetzen:



10 Spitzenkonsumenten programmgesteuerter Audiowerbung im Jahr 2020:



Nachfrageseitige Plattform-Integrationen, die im letzten Jahr hinzugefügt wurden:



2020 Wachstumstreiber | Abschlüsse auf dem offenen Markt | Abschlussarten

T1 65% offen 35% privat T2 59% offen 41% privat T3 62% offen 38% privat T4 76% offen 24% privat

Neue Marktfunktionen und -kapazitäten:

Support für In-App-Bestand Erweiterte Bestandsausschlussregeln

Die Möglichkeit zur Durchführung von Podcasts auf dem offenen und privaten

Markt Einschluss einzelner Postcast-Details in Angebotsanfragen