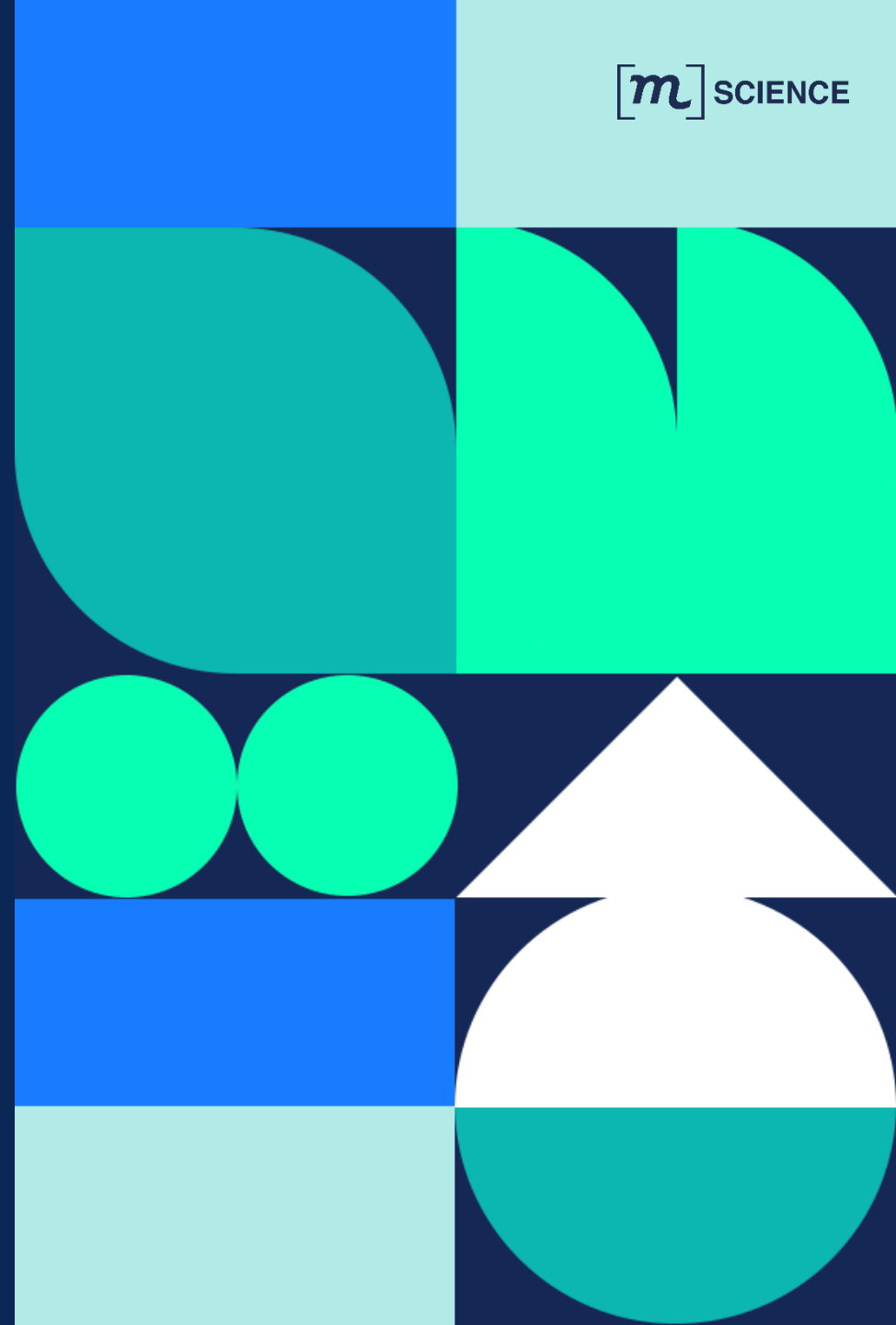


MEDIENTRENDS 2030

Das Dilemma von Multioptionalität und
Komplexitätsreduktion



2-STUFIGES STUDIENDESIGN

1 Desk
Research

2 18 B2B
Interviews
à 1,5h

**Einschätzungen und
Prognosen**
Trendforscher:innen,
Mediaexpert:innen
Expert:innen von
Unternehmen

**Die Mediabranche muss sich
zukünftig neuen
Herausforderungen stellen.**

Welche Trends gibt es schon?

1

E-Commerce

2

**Diversity &
Integration**

3

Sustainability

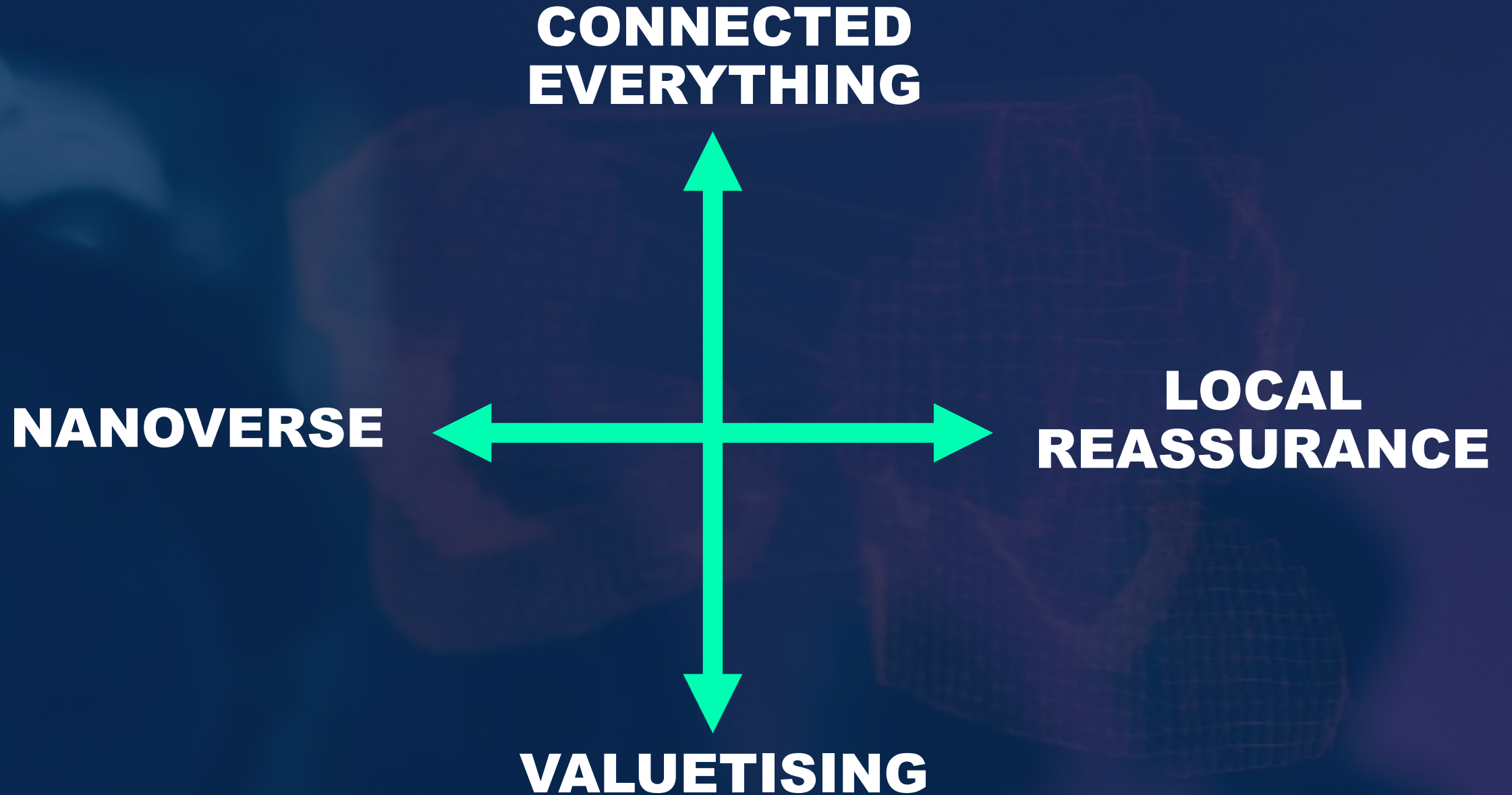
4

Purpose

5

**Consumer
Understanding**

4 übergeordnete Medientrends



CONNECTED EVERYTHING

Algorithmen sind fester Bestandteil
des vernetzten Lebens geworden

VALUETISING

**Werte rücken für Konsument:innen
in den Mittelpunkt**

NANOVERSE

**Es entstehen immer kleinteiligere und
interessensspezifischere digitale Räume**

LOCAL REASSURANCE

Im digitalen Überangebot steigt
das Bedürfnis nach Struktur und Ordnung

Lösungsstrategien als Chancen

CONNECTED EVERYTHING

**Algorithmen zur
Komplexitätsreduktion**

Nutzbarmachung der Daten

**Verhaltensbasiertes
Targeting**

**Nutzung zusätzlicher KPIs
zur siloübergreifenden
Messbarkeit**

VALUETISING

**Sinnstiftender
hochwertiger (werblicher)
Content**

**Implementierung
qualitativer KPIs**

**Geringe
qualitative Diskrepanz
zum (Werbe-) Umfeld**

**Positionierung
zu gesellschaftlichen
Themen**

NANOVERSE

**Neue Sonderwerbeformate
für mehr Aufmerksamkeit
& Wirkung**

**Gattungsübergreifende
Auspielung**

**Individualisierter Content -
Dynamic Creative
Optimization (DCO)**

**Nutzung zusätzlicher
KPIs zur siloübergreifenden
Messbarkeit**

LOCAL REASSURANCE

Mehr Struktur in der Fülle der Angebote

Regionalität stärken

Werbemaßnahmen mit lokalem Bezug

Möglichkeiten von analogen Medien nutzen

UND DANN KAM DAS LEBEN DAZWISCHEN

Die Auswirkungen des Ukraine-Krieges auf die Konsument:innen.

**Konsument:innen befinden sich aktuell
in einem Vakuum und auf der
Suche nach Orientierung.**

UMGANGSFORMEN IM ANGESICHT DES UKRAINE-KRIEGES



**Konsument:innen wünschen
sich Haltung und Guidance
von Unternehmen.**

Empfehlung für Unternehmen

1

Authentizität

2

**Aufrichtige
Anteilnahme**

3

Minimalismus

**Gerade in Krisenzeiten ist es
wichtig, dass Marken
Beständigkeit zeigen,
Orientierung bieten und somit
Sicherheit geben.**

**Allerdings verpflichtet dabei der
Content umso mehr.**

**WE MAKE ADVERTISING
WORK BETTER FOR
PEOPLE**

