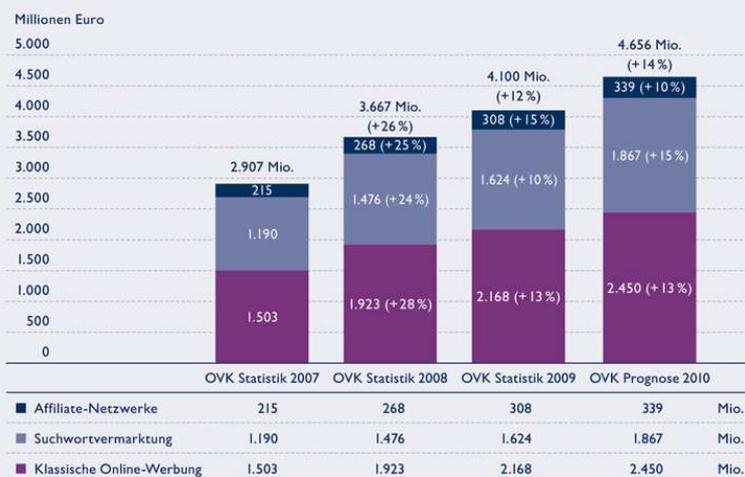


Online-Werbemarkt wächst 2009 um zwölf Prozent auf über vier Milliarden Euro

Internet drittstärkstes Werbemedium nach TV und Zeitungen / Publikumszeitschriften deutlich überholt / Prognose des OVK für 2010 bei 14 Prozent

Düsseldorf, 18. Februar 2010 – Der Online-Werbemarkt in Deutschland ist 2009 um zwölf Prozent auf 4,1 Milliarden Euro gewachsen. Dies geht aus der Erhebung der Bruttowerbeinvestitionen durch den Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. Mit einem Werbemarktanteil von 16,5 Prozent überholt das Internet erstmals die Publikumszeitschriften mit einem deutlichen Abstand und ist nunmehr drittstärkstes Werbemedium in Deutschland – hinter den klassischen Gattungen TV und Zeitung. Für 2010 prognostiziert der OVK ein weiteres Bruttowachstum der Online-Werbung von 14 Prozent. Alle Zahlen zum Online-Werbemarkt 2009 in Deutschland und der Prognose für 2010 bietet der neue OVK Online-Report 2010/01, der ab sofort unter www.bvdw.org sowie www.ovk.de erhältlich ist.

OVK Werbestatistik 2007 bis 2009 mit Prognose für 2010 nach Segmenten



Quellen: OVK (Hochrechnung der Zahlen für die klassische Online-Werbung von 75 auf 100% und Gesamtmarkt Online-Werbung, Prognosen) Nielsen Media Research (Datenstand Januar 2010, Erhebung der Daten für die klassische Online-Werbung auf Belegungsebene, bereinigt um einen Anteil aus der Suchwortvermarktung, ab 2009 methodische Änderungen bei der Zuordnung dieses Anteils) /// Angaben für den deutschen Markt

Nettowachstum 2010 bei fünf bis sechs Prozent

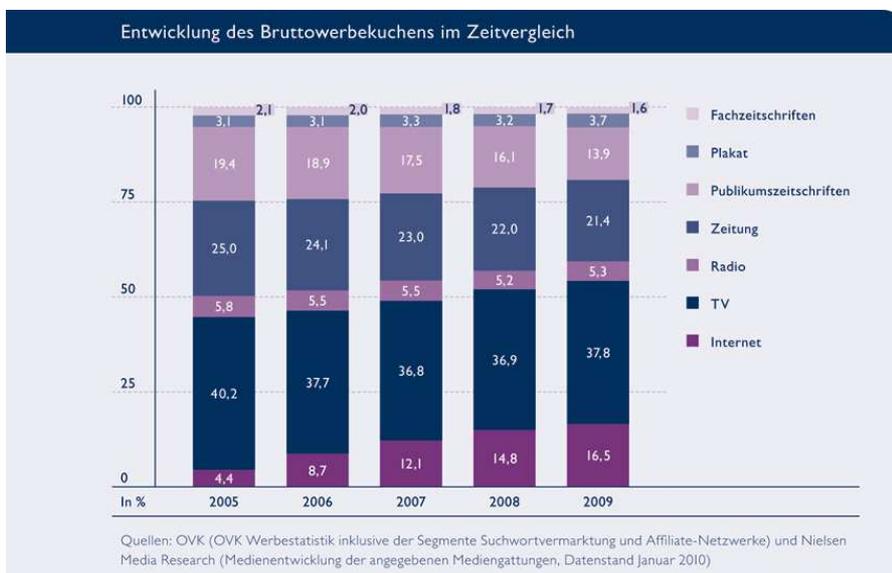
„Online-Werbung konnte 2009 ihre Effizienz unter Beweis stellen und trotz anhaltender Wirtschaftskrise ein Bruttowachstum von zwölf Prozent für sich verbuchen. Auch für 2010 sehen wir ein weiteres Wachstum von 14 Prozent, was sich netto im Bereich von fünf bis sechs Prozent bewegen wird“, sagt Paul Mudter (IP Deutschland), Vorsitzender des OVK im BVDW.

Markenkommunikation mit Display-Werbung

„Auch in diesem Jahr wird sich die klassische Markenkommunikation weiter in den Online-Bereich verlagern. Es ist kein Geheimnis mehr, dass vor allem Display-Werbung im Internet Markenwerte positiv beeinflusst. Dies wird der OVK im Laufe des Jahres anhand einer Werbewirkungsstudie untermauern“, ergänzt Arne Wolter (G+J Electronic Media Sales), stellvertretender OVK-Vorsitzender.

Robuster Online-Werbemarkt

Mit 2,17 Milliarden Euro hielt klassische Online-Werbung 2009 den größten Anteil am Online-Werbemarkt in Deutschland, gefolgt von Suchwortmarketing mit 1,62 Milliarden Euro. Im Affiliate-Markting erreichten die Bruttowerbeinvestitionen erstmals mehr als 300 Millionen Euro. Damit zeigte sich der Online-Werbemarkt als äußerst robust.



Video-Ads weiter auf dem Vormarsch

Im klassischen Display-Bereich gehörten im letzten Jahr unter anderem Video-Ads mit einer Wachstumsrate von 160 Prozent zu den Treibern. Schon 2008 ist Bewegtbildwerbung im Internet um enorme 236 Prozent gewachsen. Auch Wallpaper waren 2009 mit einer Wachstumsrate von 65 Prozent sehr gefragt. „Wir gehen davon aus, dass Bewegtbildwerbung im Internet auch 2010 weiter stark zulegen wird“, sagt Mudter.

Noch viel Wachstumspotenzial

Im letzten Jahr erreichte klassische Online-Werbung in immer mehr Branchen einen zweistelligen Anteil am Mediamix. Dazu gehören unter anderem die Bereiche Telekommunikation, Finanzen sowie Touristik & Gastronomie. In den Segmenten Dienstleistungen sowie Computer & Büro wird sogar jeder vierte Werbe-Euro in Online investiert. Ausbaufähig ist der Anteil der Online-Werbung vor allem noch im Kraftfahrzeugmarkt und in den Bereichen Handel & Versand, Körperpflege sowie Medien.

Internet wird kurzfristig zweitstärkstes Werbemedium

Basierend auf der Prognose von 14 Prozent des OVK für 2010 würde der Online-Werbemarkt in Deutschland ein Bruttovolumen von über 4,6 Milliarden Euro erreichen. „In den nächsten zwei bis drei Jahren wird sich das Internet hinter TV als zweitstärkstes Werbemedium etablieren, da die Budgets weiterhin nachhaltig in den Online-Bereich wandern. Der Abstand zu den Zeitungen beträgt schon jetzt weniger als fünf Prozent und wird schon 2010 weiter schrumpfen“, ergänzt Mudter.

OVK Online-Report 2010/01

Der komplette OVK Online-Report 2010/01 mit allen Zahlen zum Online-Werbemarkt 2009 ist als PDF-Dokument erhältlich unter www.bvdw.org und www.ovk.de.

Weitere Informationen, hochauflösendes Bildmaterial sowie der OVK Online-Report 2010/01 auf Anfrage und unter:

www.bvdw.org/presseserver/ovk_online_report_2010_01/

Ansprechpartner für die Presse:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf

www.bvdw.org

Ingo Notthoff, Pressesprecher

Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33

notthoff@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 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.**