

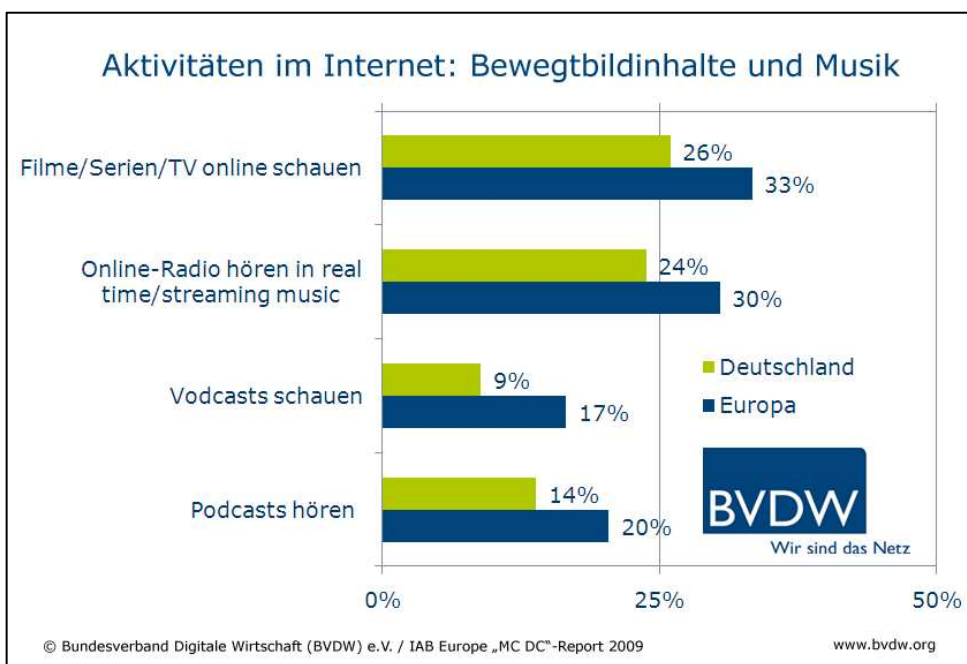
BVDW: Jeder vierte Internetnutzer schaut Filme, Serien und TV online oder hört Webradio

Deutsche User nutzen Internet fast täglich / OVK stellt Studie „MC DC“-Report 2009 des IAB Europe vor

Düsseldorf, 15. März 2010 – Jeder vierte Internetnutzer in Deutschland schaut Filme, Serien und Fernsehen online oder hört Webradio. Rund 80 Prozent lesen Nachrichten im Web oder beschaffen sich Informationen online. Insgesamt nutzt die Mehrzahl der deutschen User das Internet fast täglich. Dies geht aus dem „Marketers & Consumers, Digitale & Connected“-Report 2009 des Interactive Advertising Bureau (IAB) Europe in Kooperation mit InSites Consulting hervor. Der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die deutsche Vertretung des IAB Europe. An der Studie haben 32.000 Internetnutzer aus 16 europäischen Ländern teilgenommen. Ein Auszug des „MC DC“-Report 2009 ist für Mitglieder des BVDW kostenlos auf der Website unter www.bvdw.org erhältlich.

Bewegtbild im Internet legt zu

„Die Nutzung des Webs als Unterhaltungsmedium nimmt immer stärker zu. Aus diesem Grund verlängern viele TV-Sender ihr Angebot ins Web und geben den Internetnutzern so die Möglichkeit, gezielt Filme und Serien zu schauen. Selbst auf klassischen Nachrichten- und Informationsportalen nimmt der Bewegtbildanteil deutlich zu“, erläutert Paul Mudter (IP Deutschland), Vorsitzender des OVK.



Hohes Bewegtbild-Potenzial

Verglichen mit anderen europäischen Ländern liegt Deutschland im Bereich der Nutzung von audiovisuellen Medien auf Websites noch unter dem Durchschnitt. Dies liegt unter anderem daran, dass viele Webangebote das Potenzial bewegter Bilder noch nicht voll ausschöpfen.

Attraktive Online-Werbung

Im Bereich der Online-Werbung sehen rund 60 Prozent der deutschen Internetnutzer interessante Informationen als wichtigstes Kriterium attraktiver Online-Werbung an. Zudem geben über 50 Prozent an, dass Online-Werbung kreativ umgesetzt sein sollte. Auch der Unterhaltungswert spielt für 40 Prozent der Befragten eine große Rolle.

Video-Werbung wird weiter wachsen

„Gerade aufmerksamkeitsstarke Werbeflächen und Bewegtbild-Werbung im Internet vereinen die Möglichkeit gleichzeitig zu Informieren und kreativ zu unterhalten. Das Wachstum von Video-Ads wird daher auch 2010 weiter zulegen“, sagt Arne Wolter (G+J Electronic Media Sales), stellvertretender OVK-Vorsitzender.

Auszug des „MC DC“-Report 2009 als Download

Weiterhin enthält der „Marketers & Consumers, Digitale & Connected“-Report 2009 des IAB Europe europaweite Daten zur digitalen Wirtschaft unter anderem aus den Bereichen Social Media, E-Commerce und Internetnutzung. Für Mitglieder des BVDW steht ein Auszug der Studie kostenlos auf der Website unter www.bvdw.org bereit. Mitglieder des IAB Europe erhalten den kompletten „MC DC“-Report 2009 unter www.iabeurope.eu.

Weitere Informationen und Bildmaterial unter:

www.bvdw.org/presseserver/mcdc_report_2009/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Ingo Notthoff, Pressesprecher
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
notthoff@bvdw.org

Ansprechpartnerin „MC DC“-Report 2009:

Christiane Siwek, Referentin Marktforschung
Tel: +49 (0)211 600456-24, Fax: -33
siwek@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.**