

## **Online-Vermarkter veröffentlichen neuen Online-Report Hintergründe und Marktzahlen zur Online-Werbung in Deutschland**

**Düsseldorf, 13. April 2007. Der Online-Werbemarkt entwickelt sich ungebrochen positiv. Die Online-Bruttowerbeaufwendungen für das Gesamtjahr 2006 betragen 1,9 Milliarden Euro und übertreffen damit die ohnehin hohen Erwartungen der Experten. Die Hintergründe dieser positiven Entwicklung beleuchtet der Online-Report 2007/01 des Online-Vermarkterkreises (OVK) im BVDW, der ab sofort zur Verfügung steht. Der Report stellt die wichtigsten Marktzahlen und Ergebnisse des Online-Werbemarktes zusammen und hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Informationsleitfaden für die werbetreibende Industrie und die interessierte Öffentlichkeit entwickelt.**

„Der Report liefert Erkenntnisse zu den Einflussfaktoren der positiven Entwicklung des gesamten Online-Werbemarktes“, fasst der OVK-Vorsitzende Paul Mudter (InteractiveMedia CCSP GmbH) zusammen. So werden unter anderem Beziehungen und Vergleiche zu anderen Mediengattungen hergestellt, indem beispielsweise der Online-Anteil am Media-Mix in einzelnen beworbenen Produktparten aufgezeigt wird. „Es fällt auf, dass immer mehr klassische Branchen die Online-Werbung für sich entdecken, etwa die Handelsorganisationen, die ihre Spendings im letzten Jahr mehr als vervierfacht haben“, so Paul Mudter weiter „Wir gehen davon aus, dass sich das Wachstum hier in den kommenden Monaten und Jahren verstetigen wird.“

Auch OVK-Vize Frank Bachér (mobile.de) ist sich sicher, dass die klassischen Wirtschaftszweige bei der Online-Werbung weiter Boden gut machen: „Zwar zeigt die Analyse der Media-Mix-Zusammensetzung, dass online-affine Produktbereiche hier noch die Nase vorn haben, in der Image-Werbung liegt der Online-Anteil hier jedoch schon klar über dem Durchschnitt, so liegt er im KFZ-Markt heute schon bei annähernd 30 Prozent.“ Aus gutem Grund: Schließlich planen rund sieben Millionen Internetnutzer, die sich online über Autos informieren auch ganz konkret einen Autokauf. Aber auch in anderen klassischen Branchen, wie bei den Großversendern, floss 2006 bereits etwa jeder vierte Werbe-Euro in klassische Display-Ads. Diese und viele andere Daten liefert der aktuelle Online-Report, der auch 2007 wieder halbjährlich aufgelegt wird.

Hier steht der OVK Online-Report 2007/01 zum Download bereit: >  
<http://www.bvdw.org/marktzahlen/basispraesentationen.html>

Kontakt:

Christoph Salzig, Pressesprecher  
Tel. 0211 600 456 -26, Fax: -33  
Mobil 0177 8 52 86 16  
mailto:salzig@bvdw.org

### **Der Online-Vermarkterkreis**

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) ist das zentrale Gremium der führenden deutschen Onlinevermarkter und gehört zum Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW). Ziel des gemeinsamen Auftritts ist es, der Gattung Online noch mehr Gewicht im Markt zu verleihen. Mitglieder des Online-Vermarkterkreises im BVDW sind die Unternehmen Ad2Net, AdLink Internet Media, allesklar.com/meinestadt.de, AOL Deutschland, Bauer Media, G+J Electronic Media Sales, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP, IP Deutschland, Lycos Europe, mobile.de, netpoint media, Quality Channel, SevenOne Interactive, Scout24 Media, Tomorrow Focus, United Internet Media, Yahoo! Deutschland und Yahoo! Search Marketing. Mehr Infos unter [www.ovk.de](http://www.ovk.de)

## **Der BVDW**

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen.

Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.