

BVDW-Jahrespressekonferenz 2007

Wachstumsmärkte heute und morgen

Hannover, den 15.3.2007

Wachstumsmärkte heute und morgen

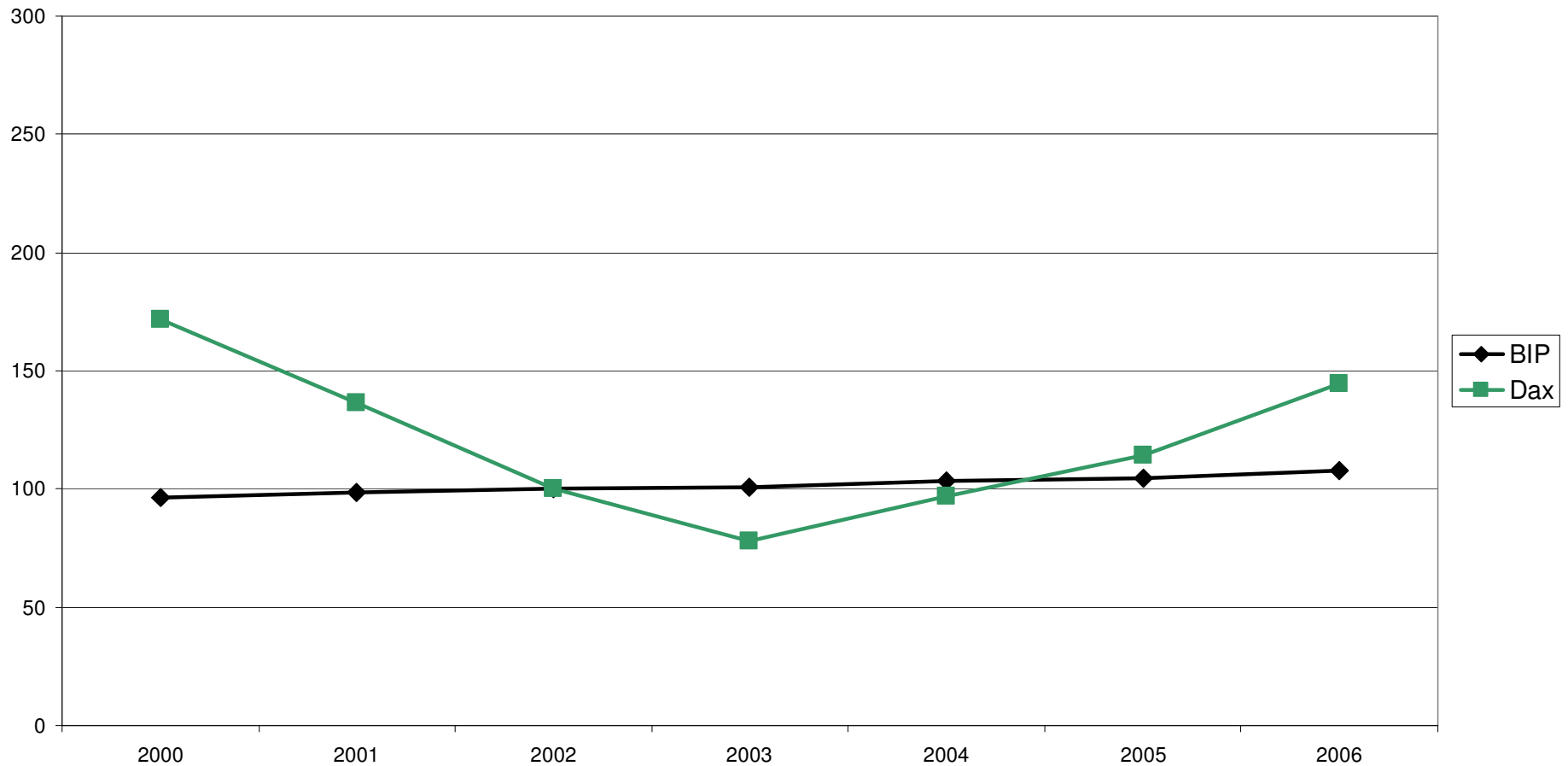
- Arndt Groth (ePages Software GmbH)
BVDW-Präsident
- Ravin Mehta (Pixelpark AG)
BVDW-Vizepräsident
- Harald R. Fortmann (advertising.com Deutschland GmbH)
BVDW-Vizepräsident
- Paul Mudter (InteractiveMedia CCSP GmbH)
Vorsitzender des Online-Vermarkterkreises (OVK) im BVDW

Wachstumsmärkte heute und morgen

- **Die Digitale Wirtschaft 2006/2007**
- E-Commerce 2006/2007
- Online-Marketing 2006/2007
- Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007
- Rahmenbedingungen

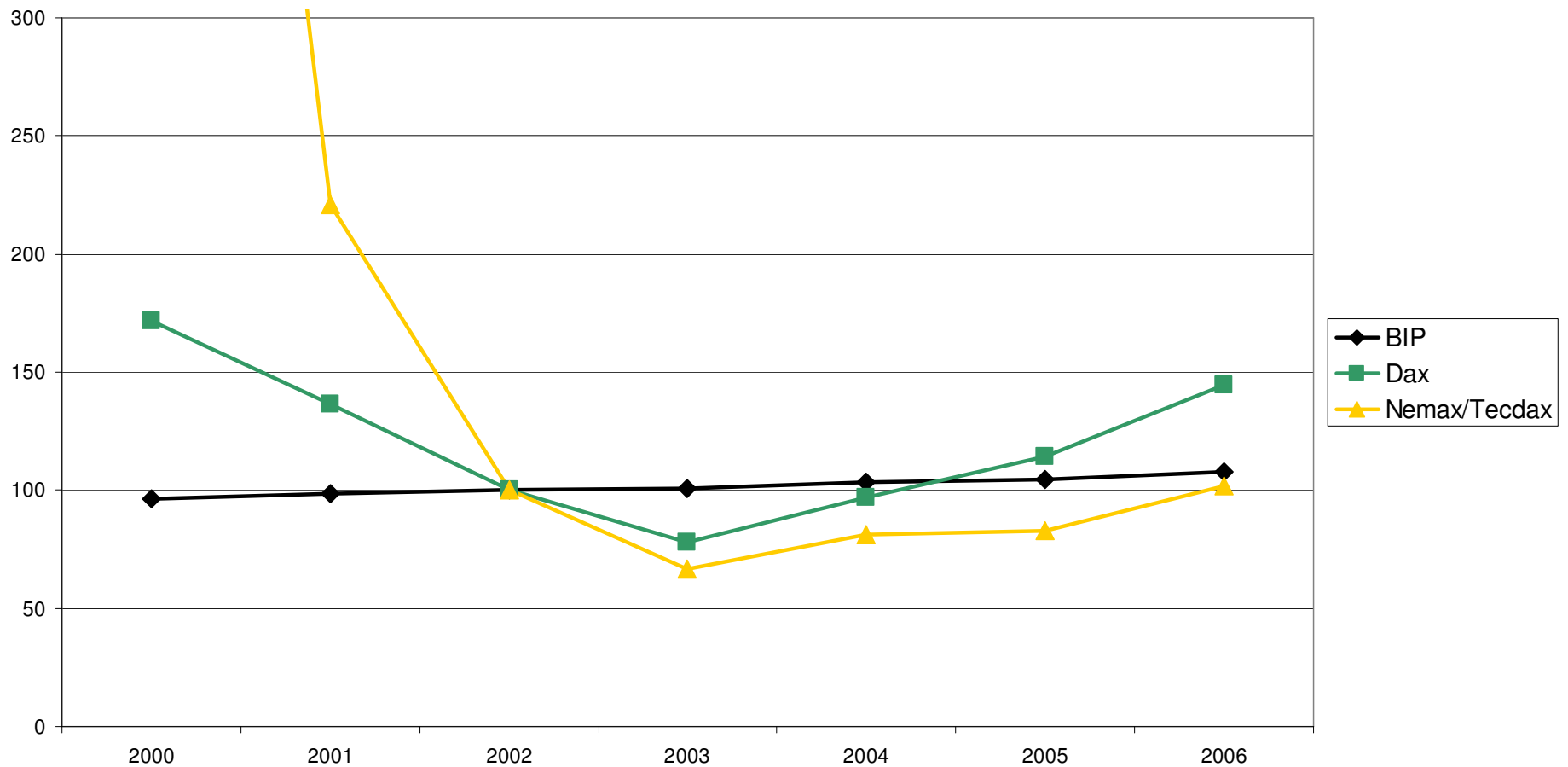
Die Digitale Wirtschaft 2006/2007

BIP immer noch seitwärts, DAX weiter steigend



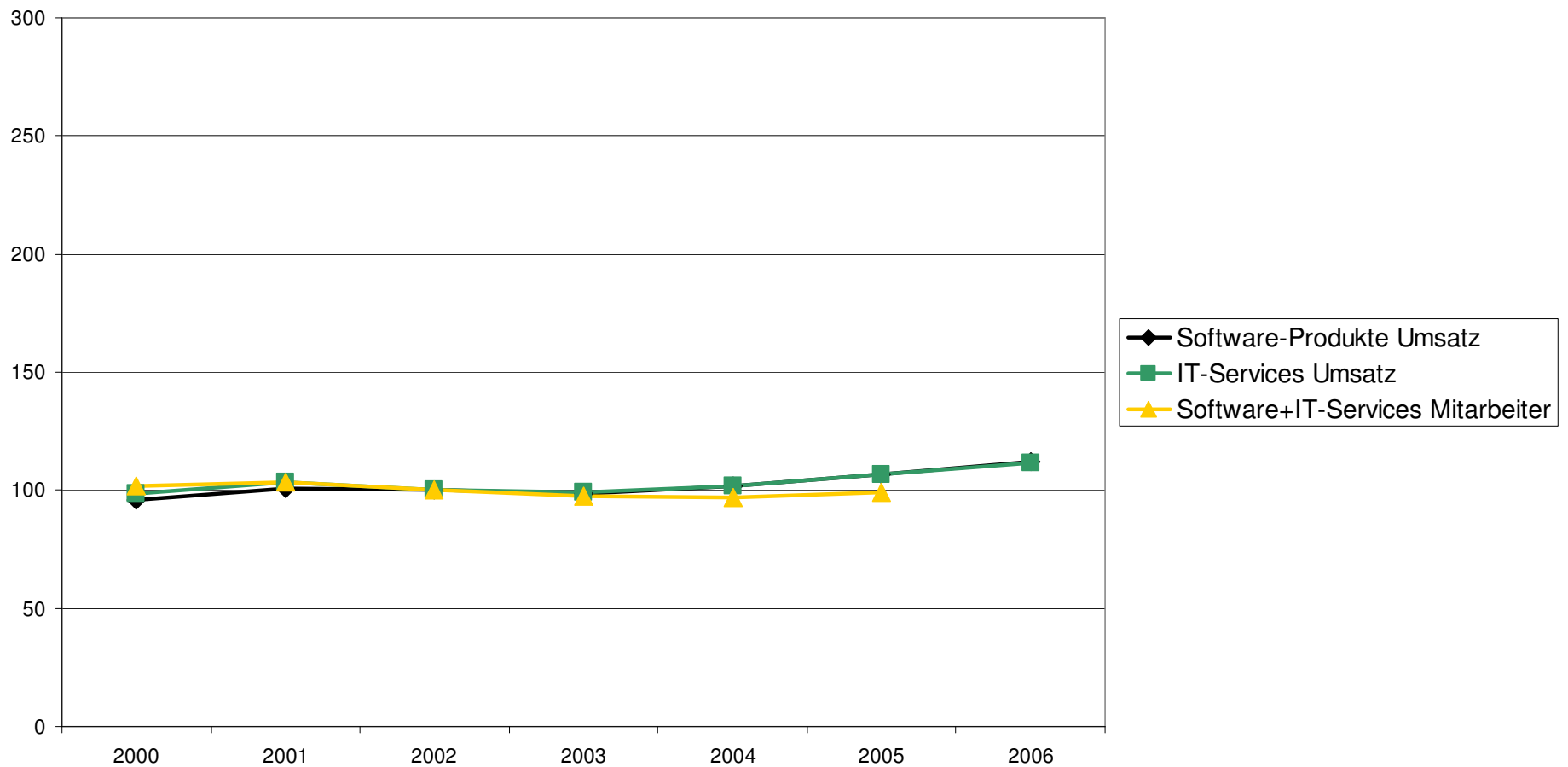
Die Digitale Wirtschaft 2006/2007

Erholung des Nemax/Tecdax schreitet weiter fort



Die Digitale Wirtschaft 2006/2007

Zum Vergleich: Software und IT-Services



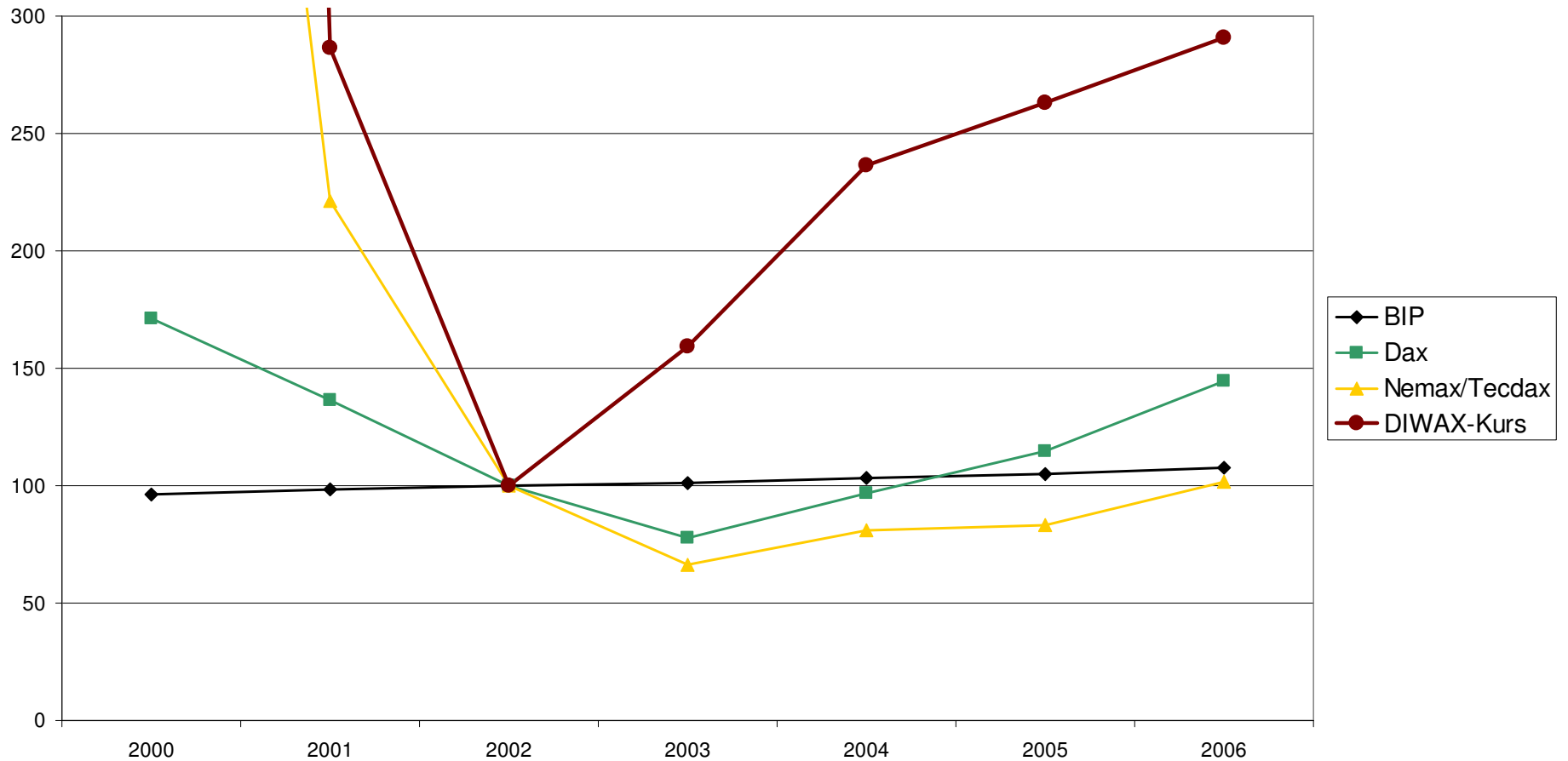
Die Digitale Wirtschaft 2006/2007

DIWAX als Branchenbarometer

- Digitale Wirtschaft als Querschnittsbranche stößt auf statistische Erfassungsprobleme: Jedes große Unternehmen hat heute eigene Abteilungen für E-Commerce, Online Marketing, u.ä. Stellen diese nicht den Hauptumsatz des Unternehmens dar, so tauchen sie in der amtlichen Statistik schlicht nicht auf.
- Lösungsansatz: Der DIWAX
„Digitale Wirtschaft Aktien Index“ zur Erfassung der Kursentwicklungen der Digitalen Wirtschaft. Im Rahmen des DIWAX werden auch Umsatz- und Beschäftigtenentwicklung in der Digitalen Wirtschaft erhoben und indexiert.
- Die Daten folgender „internetgenuiner“ Unternehmen wurden für den DIWAX indexiert:
freenet AG, GFT AG, Intershop AG, Onvista AG, Pixelpark AG, SinnerSchrader AG, Syzygy AG, TomorrowFocus AG, United Internet AG, i-d Media AG

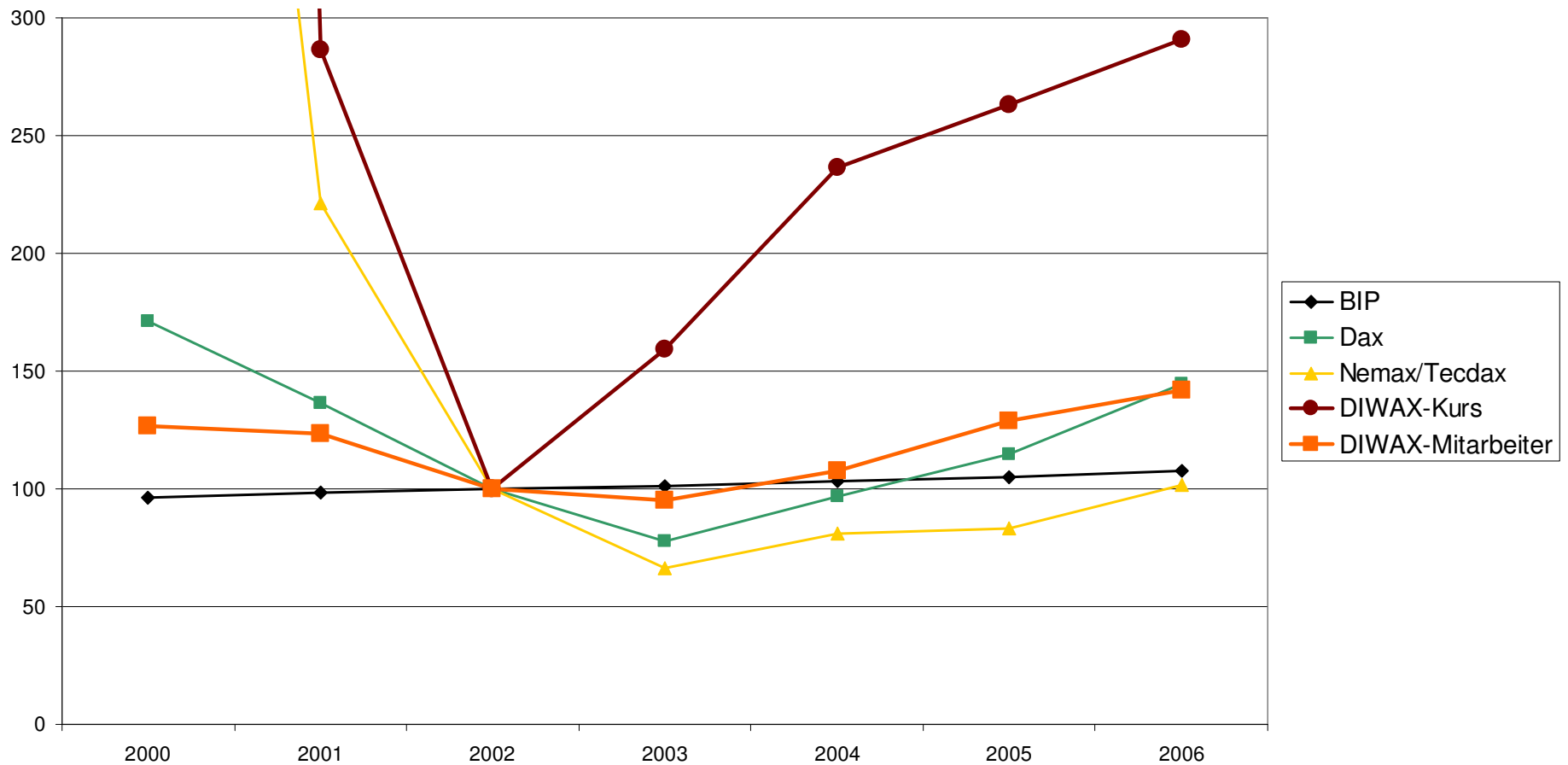
Die Digitale Wirtschaft 2006/2007

DIWAX geht es sichtlich besser



Die Digitale Wirtschaft 2006/2007

Mitarbeiterentwicklung der DIWAX-Unternehmen sehr positiv

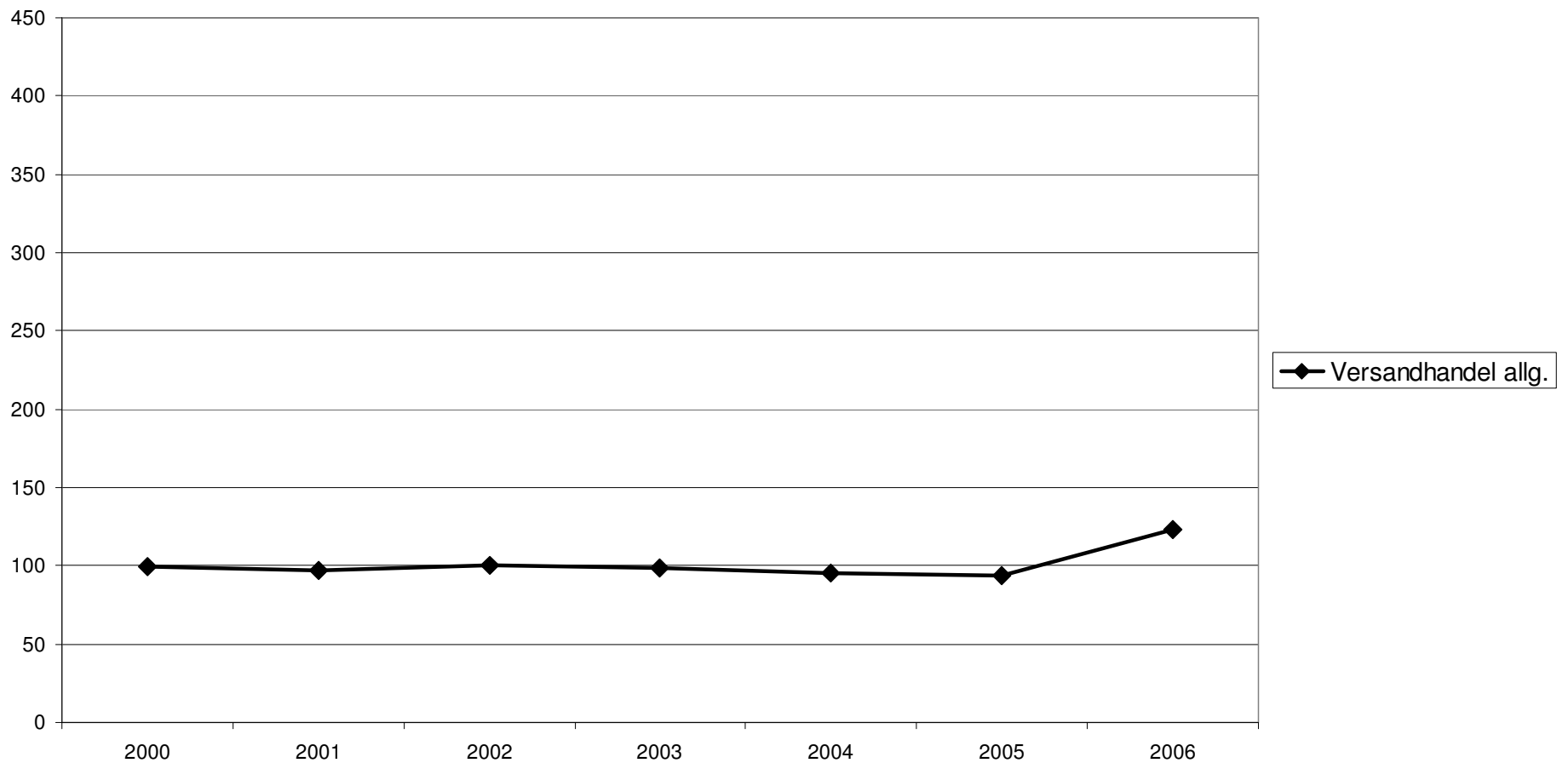


Wachstumsmärkte heute und morgen

- Die Digitale Wirtschaft 2006/2007
- **E-Commerce 2006/2007**
- Online-Marketing 2006/2007
- Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007
- Rahmenbedingungen

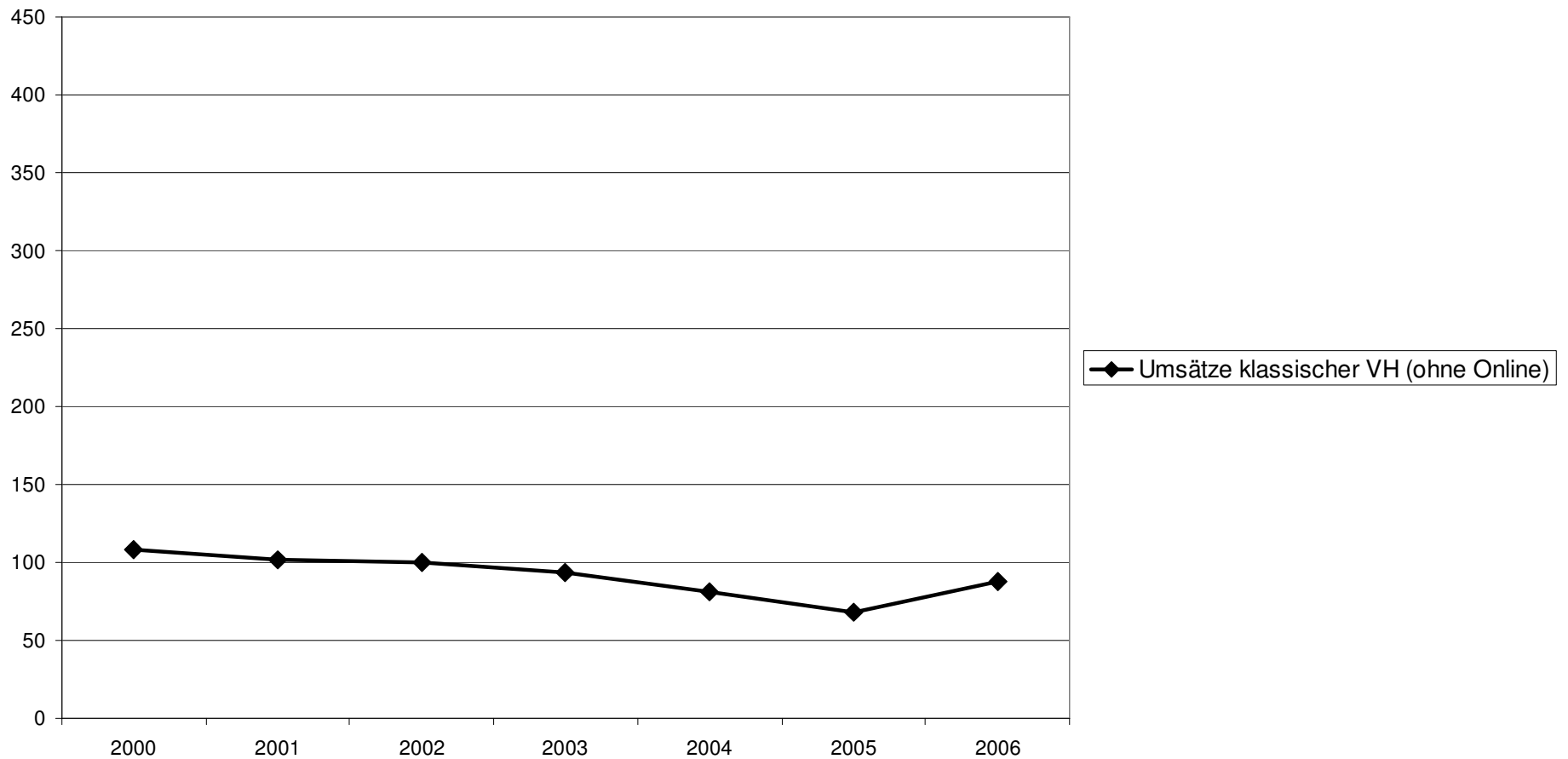
E-Commerce 2006/2007

Konjunkturbelebung: Klassischer Versandhandel zuletzt mit Aufwärtstrend



E-Commerce 2006/2007

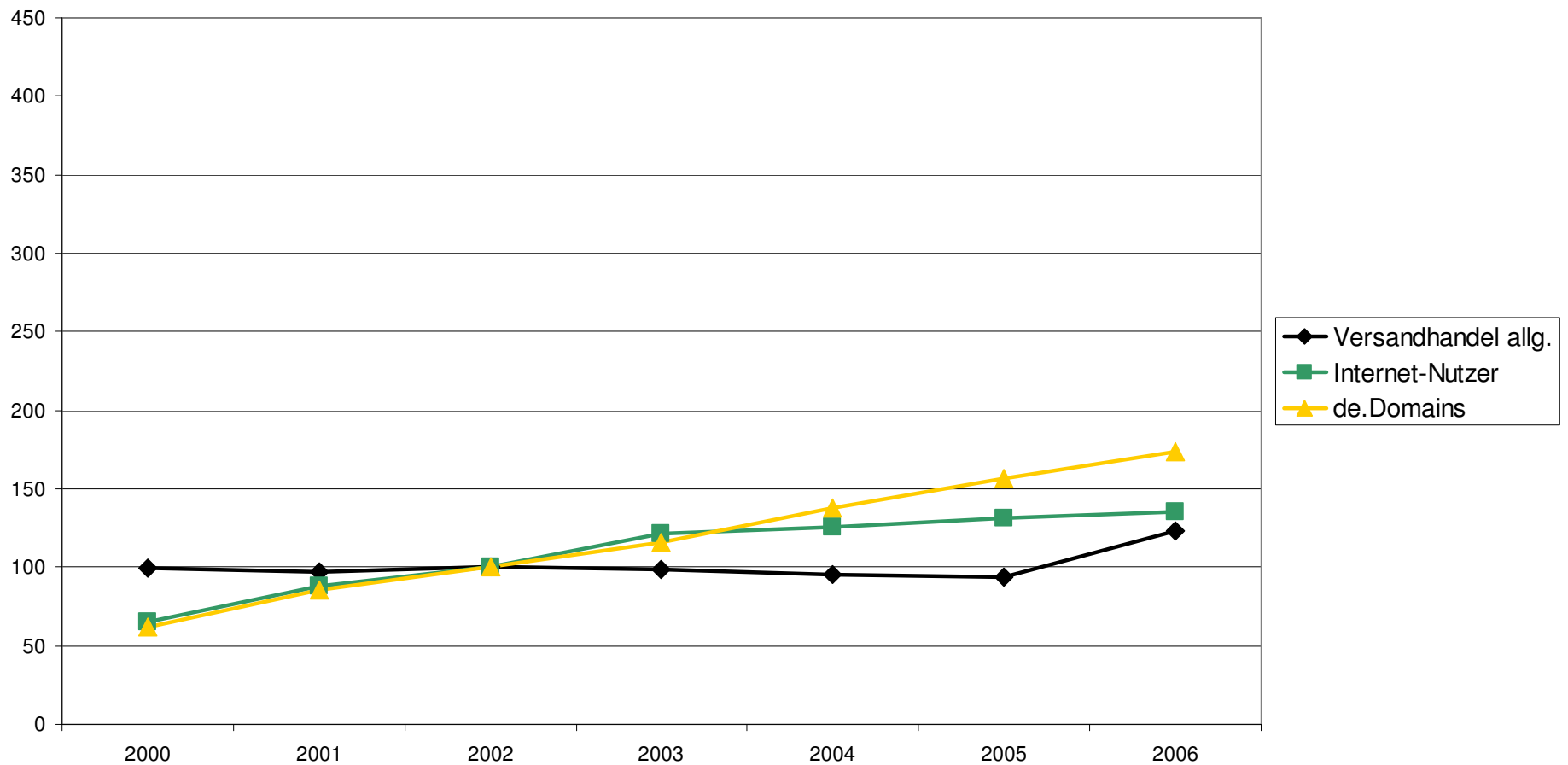
Konjunkturbelebung: Klassischer Versandhandel zuletzt mit Aufwärtstrend



Quelle: BVH, eigene Berechnungen

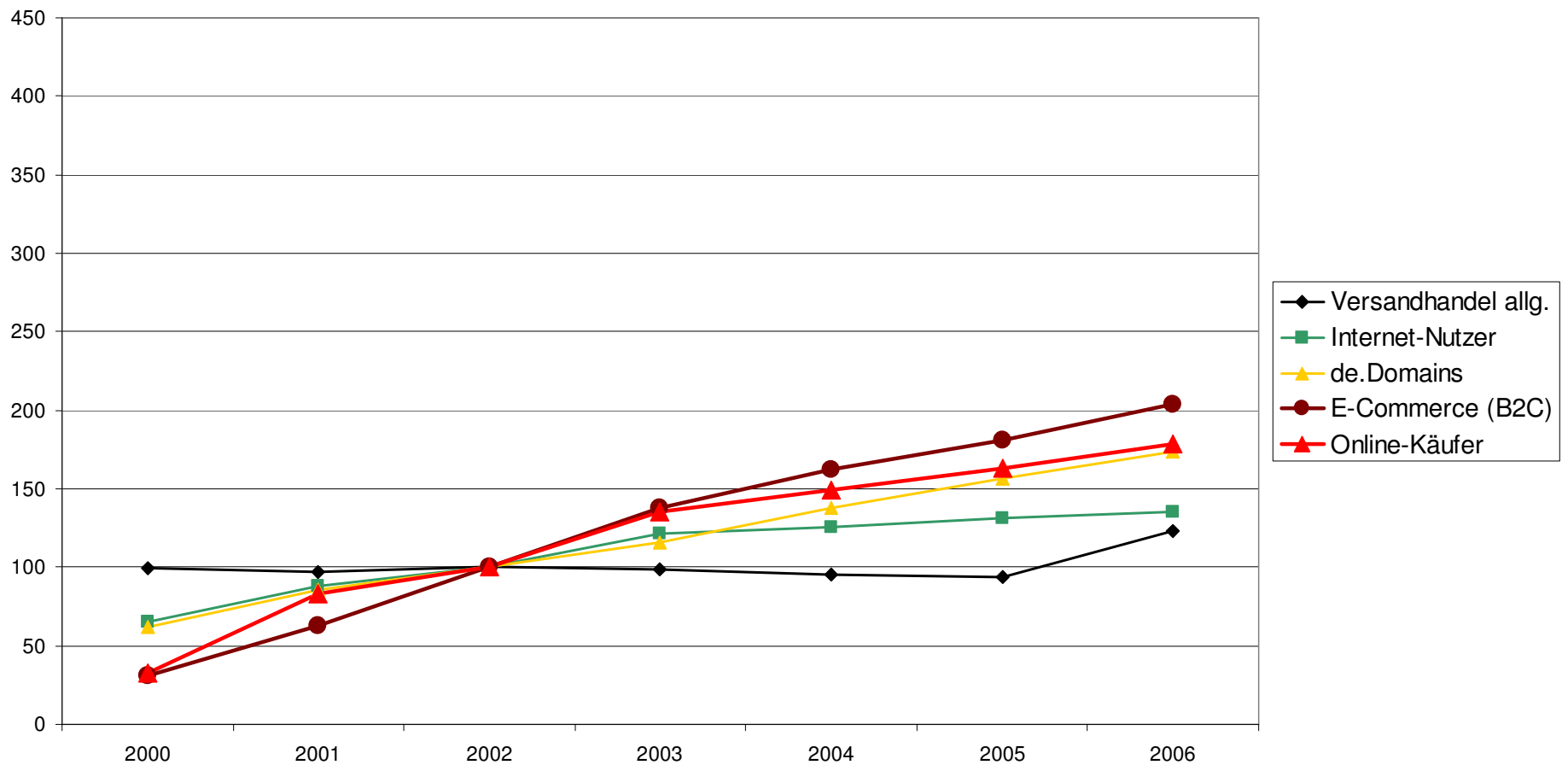
E-Commerce 2006/2007

.de-Domains legen stetig zu, Internet-Nutzer steigen leicht



E-Commerce 2006/2007

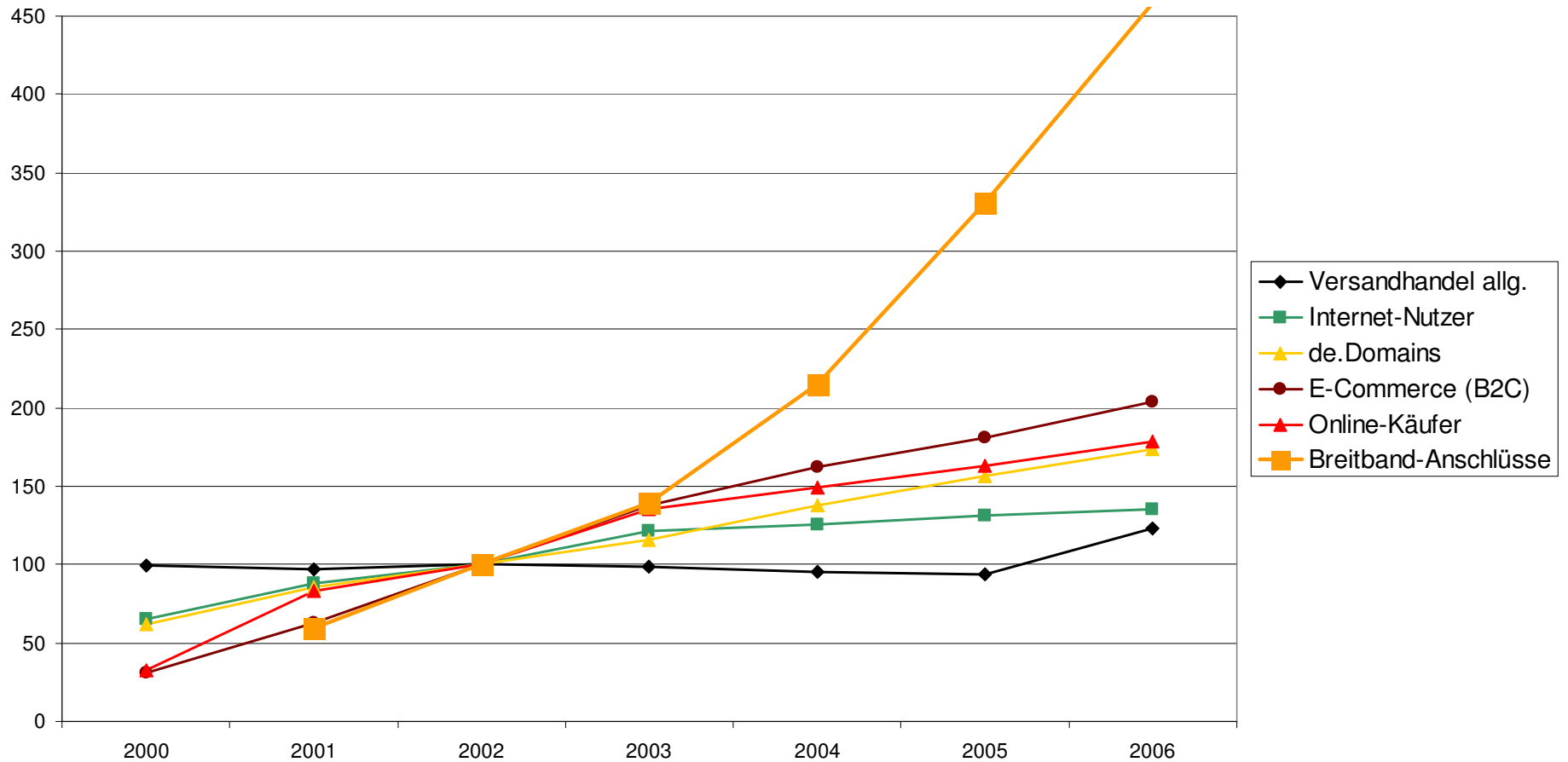
Sehr positive Entwicklung bei Online-Käufern und E-Commerce



Quellen: BVH, ARD/ZDF, Denic, HDE, ACTA

E-Commerce 2006/2007

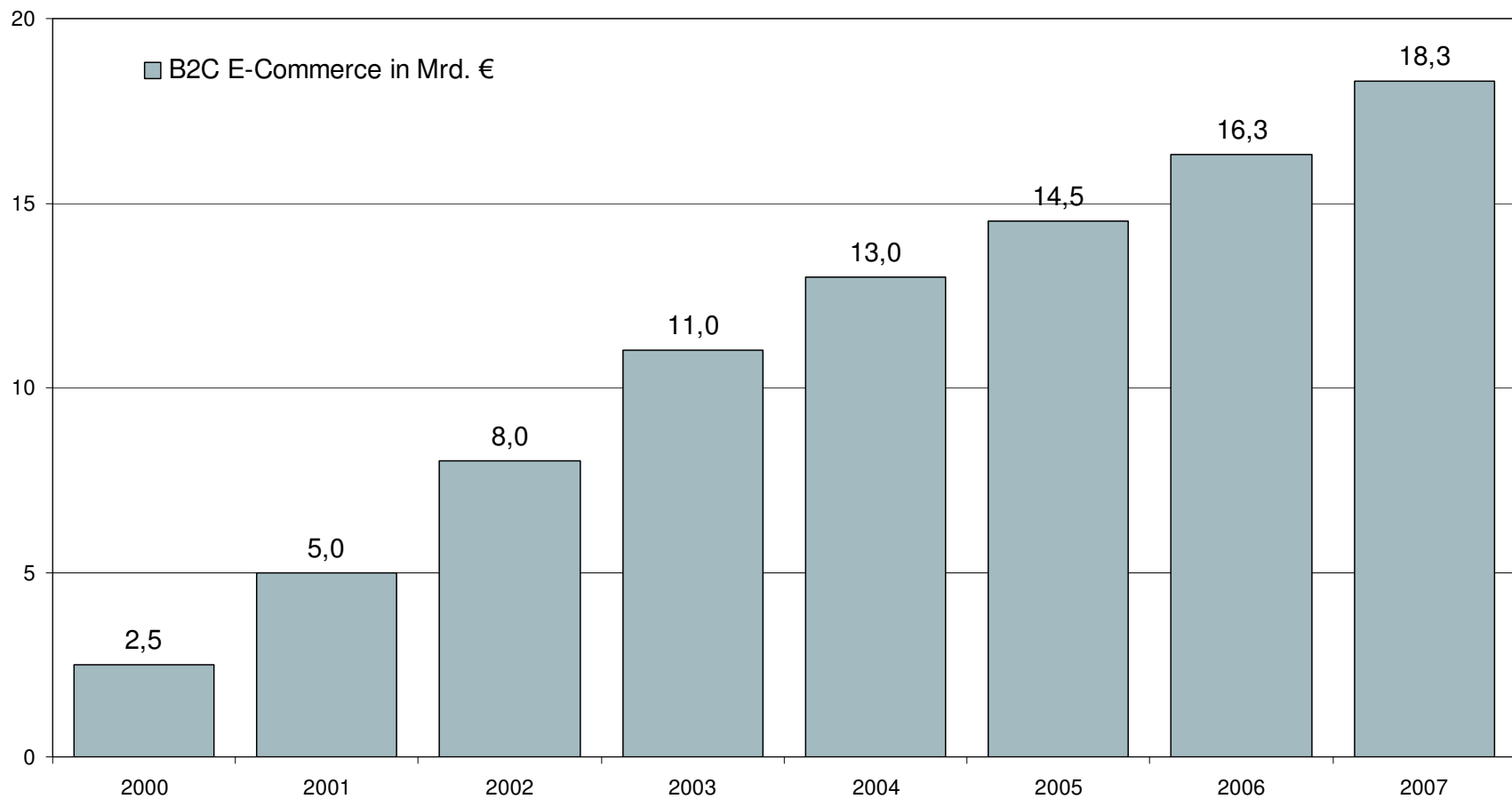
Zahl der Breitbandanschlüsse lässt weiteres Potenzial erahnen



Quellen: BVH, ARD/ZDF, Denic, HDE, ACTA, Bundesnetzagentur

E-Commerce 2006/2007

Umsatzvolumen im deutschen B2C E-Commerce in Mrd. €

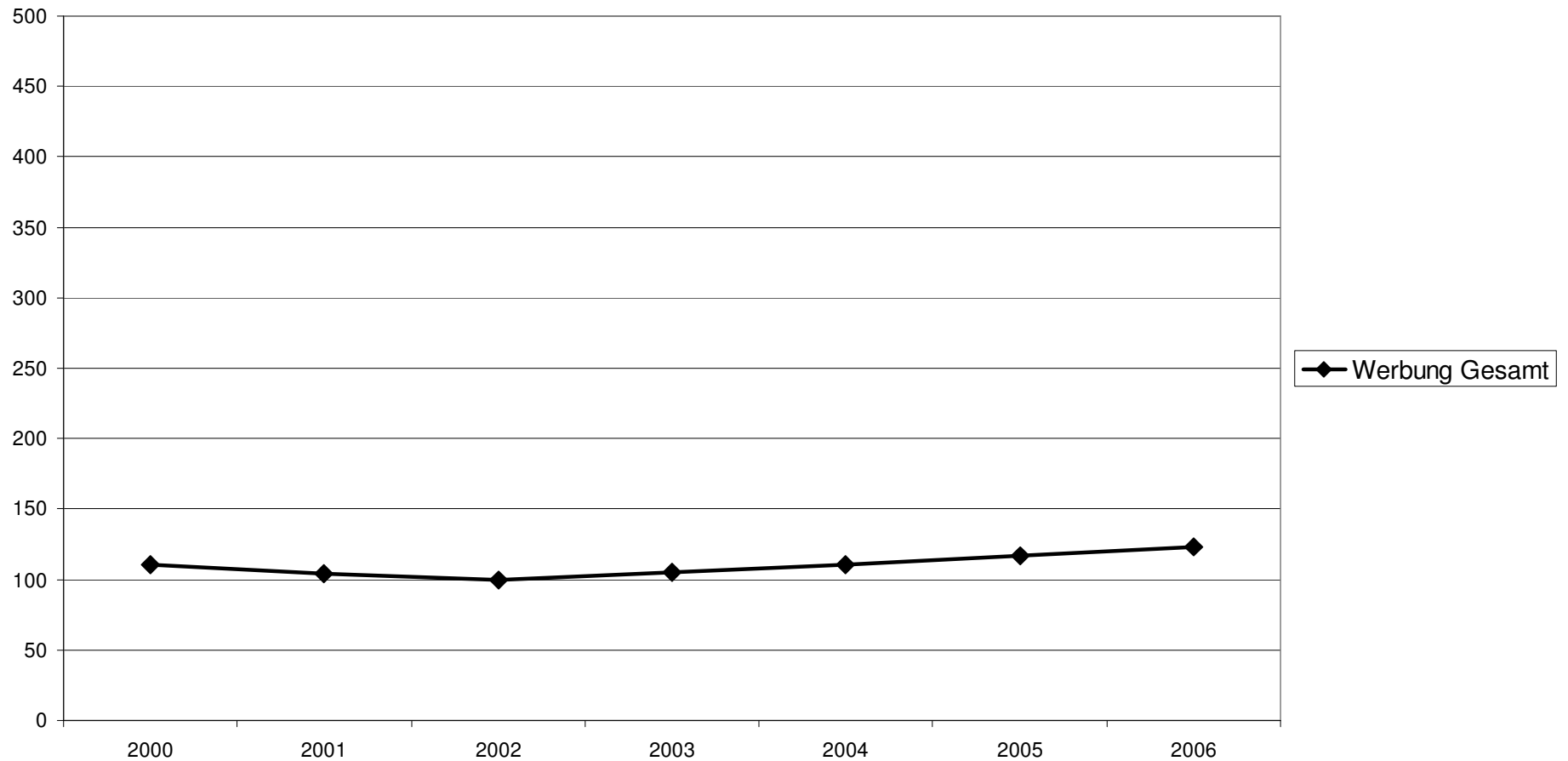


Wachstumsmärkte heute und morgen

- Die Digitale Wirtschaft 2006/2007
- E-Commerce 2006/2007
- **Online-Marketing 2006/2007**
- Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007
- Rahmenbedingungen

Online-Marketing 2006/2007

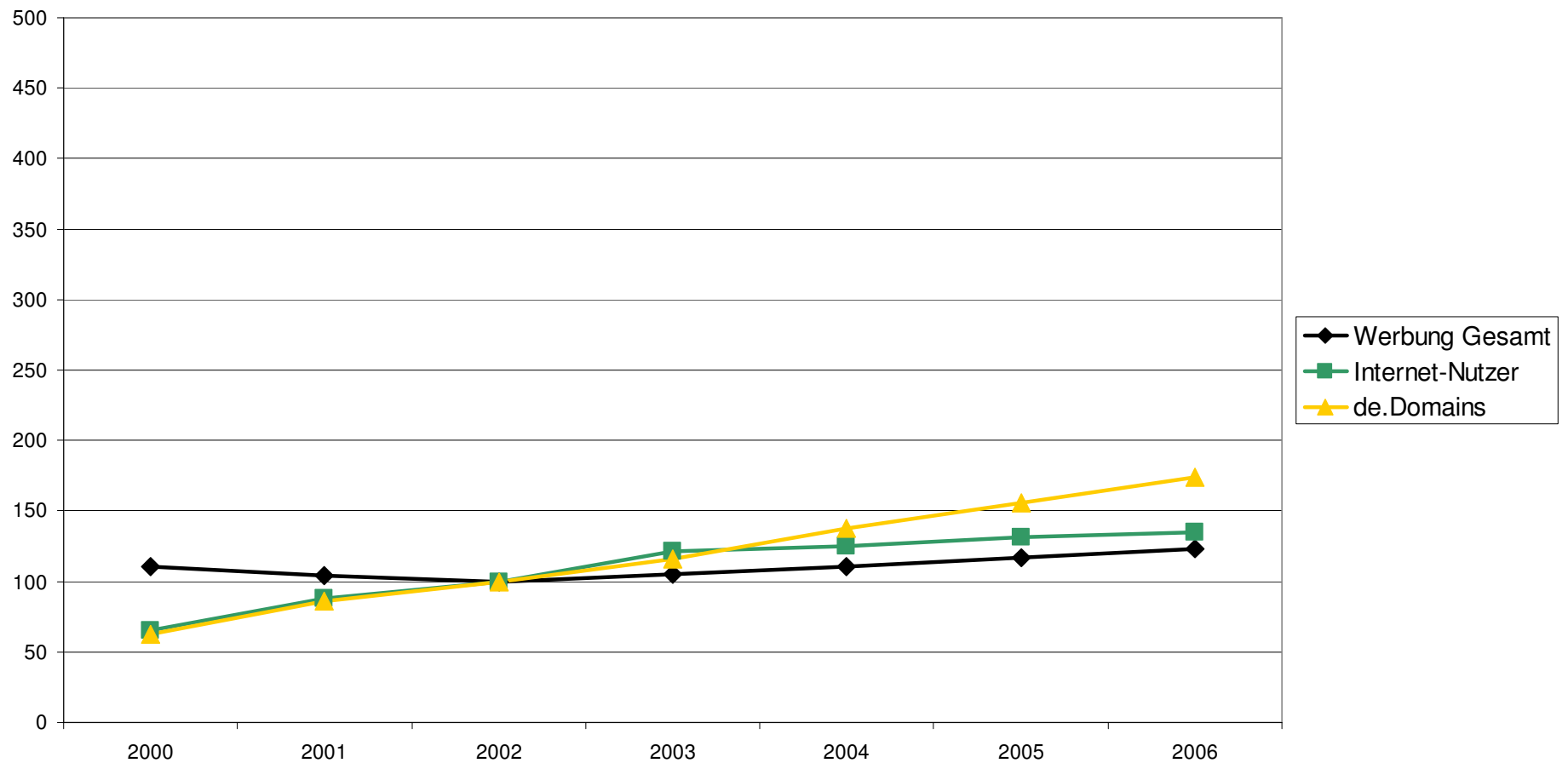
Klassische Werbung weiter seitwärts mit leichtem Aufwärtstrend



Quelle: Nielsen Media Research

Online-Marketing 2006/2007

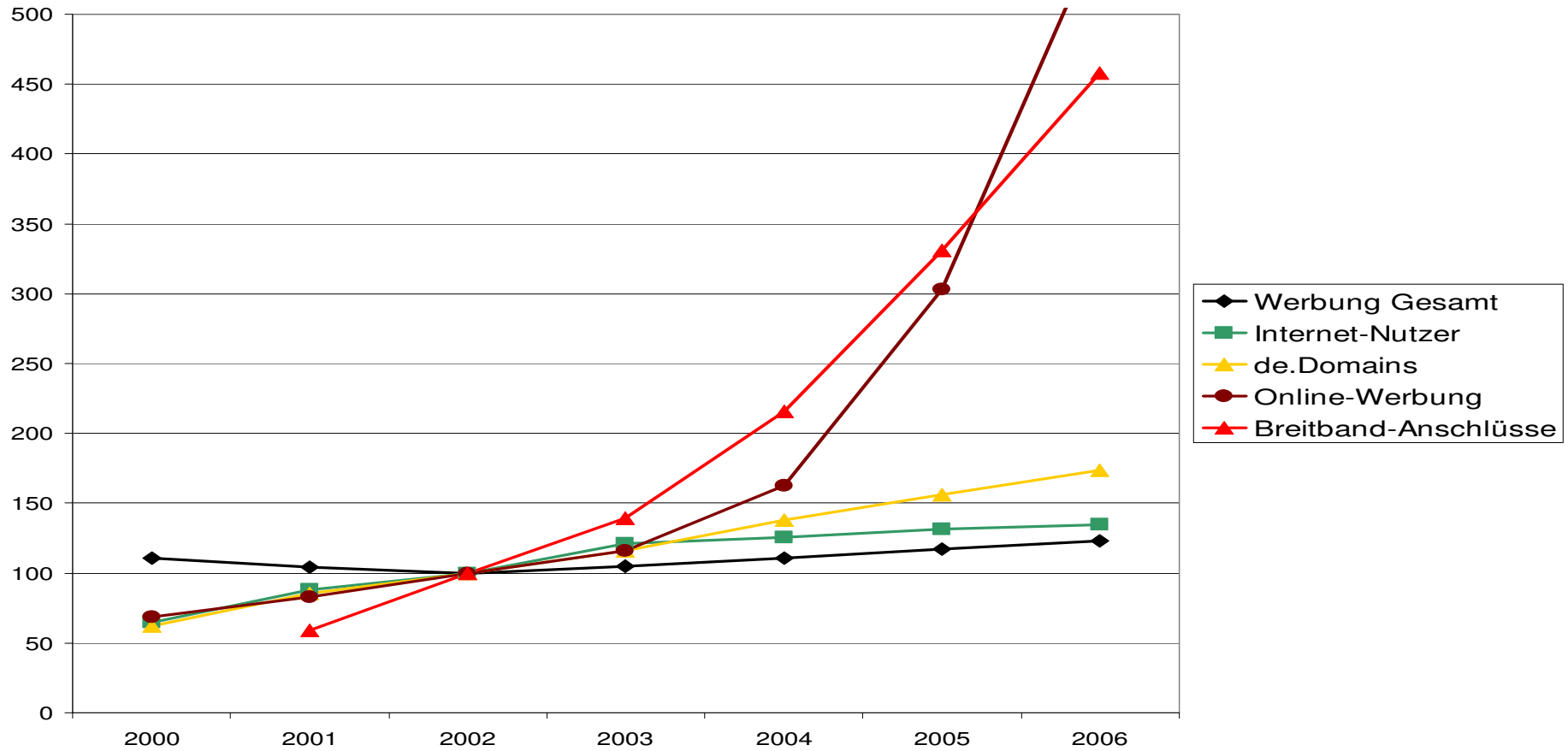
Zuwächse bei den .de-Domains deutlich höher als bei den Nutzern



Quelle: Nielsen Media Research, ARD/ZDF, Denic

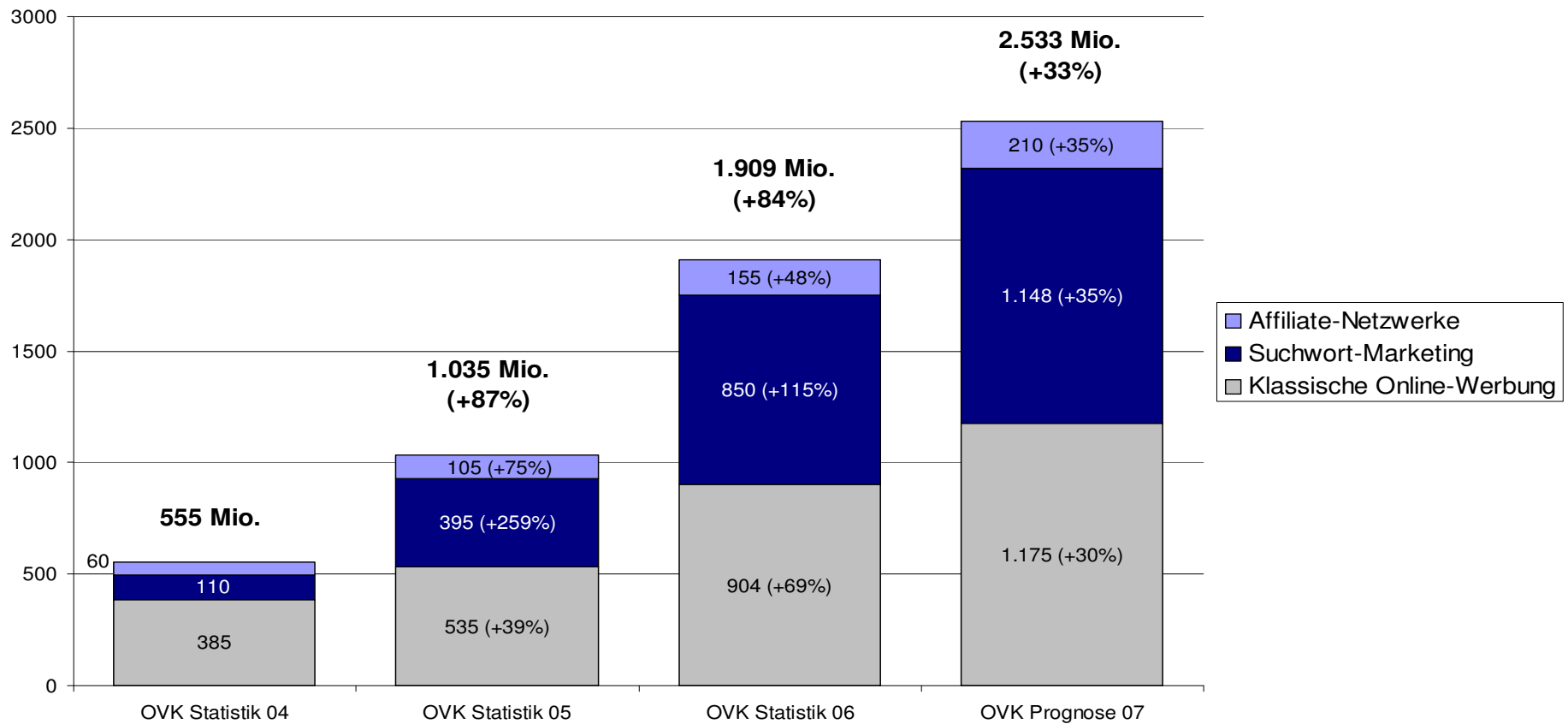
Online-Marketing 2006/2007

Breitband-Anschlüsse können Werbeumsätzen kaum folgen



Online-Marketing 2006/2007

OVK Werbestatistik 2004 bis 2007



Online-Marketing 2006/2007

Gründe für das Wachstum 2006

- Allgemeine konjunkturelle Belebung
 - solides Wachstum der deutschen Wirtschaft 2006
 - generell steigende Werbeinvestitionen nach Jahren der Stagnation
 - Push in der ersten Jahreshälfte durch Fußball WM
 - MWSt.-Erhöhung und die vorgelagerte, erhöhte Konsumbereitschaft haben die Werbebranche stimuliert

- ungebrochenes Wachstum der Breitband-Anschlüsse mit immer höheren Raten

- Mediennutzung im Internet steigt weiterhin:
 - User verbringen mehr Zeit online
 - User nutzen das Internet intensiver
 - User werden vom Konsumenten zum kreativen Akteur („Prosument“)
 - Weiter steigende E-Commerce Umsätze (Gesamtpotenzial ca. 100 Milliarden Euro)
 - zunehmende mobile (breitbandige) Verfügbarkeit des Internets

Online-Marketing 2006/2007

Gründe für das Wachstum 2006 und 2007

- Klassische Branchen setzen mehr und mehr auf Online-Werbung
 - Online-Werbebudgets steigen am stärksten bei Rubrikenwerbung und Handelsorganisationen
 - Konsumgüterhersteller und Markenartikler drängen ins Netz: neben FMCGs nutzt auch der Handel (v.a. Discounter) die Online (Werbe)Möglichkeiten
 - Online-Werbung wird nicht mehr als „Add-On“ gesehen, sondern immer mehr als Dreh- und Agelpunkt für Werbe- und Marketingaktivitäten
- Anteil der Online-Werbung am Gesamtwerbemarkt (2006: 8,9%) liegt immer noch deutlich unter der täglichen Medien-Nutzungsdauer (2006: 14,6%) => Online-Werbung hat weiterhin deutliches Wachstumspotential
- Online-Werbung ist messbarer und planbarer geworden (insb. durch internet facts der AGOF)
- Innovative Entwicklungen fördern die Online-Werbung:
 - Behavioral Targeting
 - Neue Formate wie Video Ads und In-Game Advertising
 - IP-TV

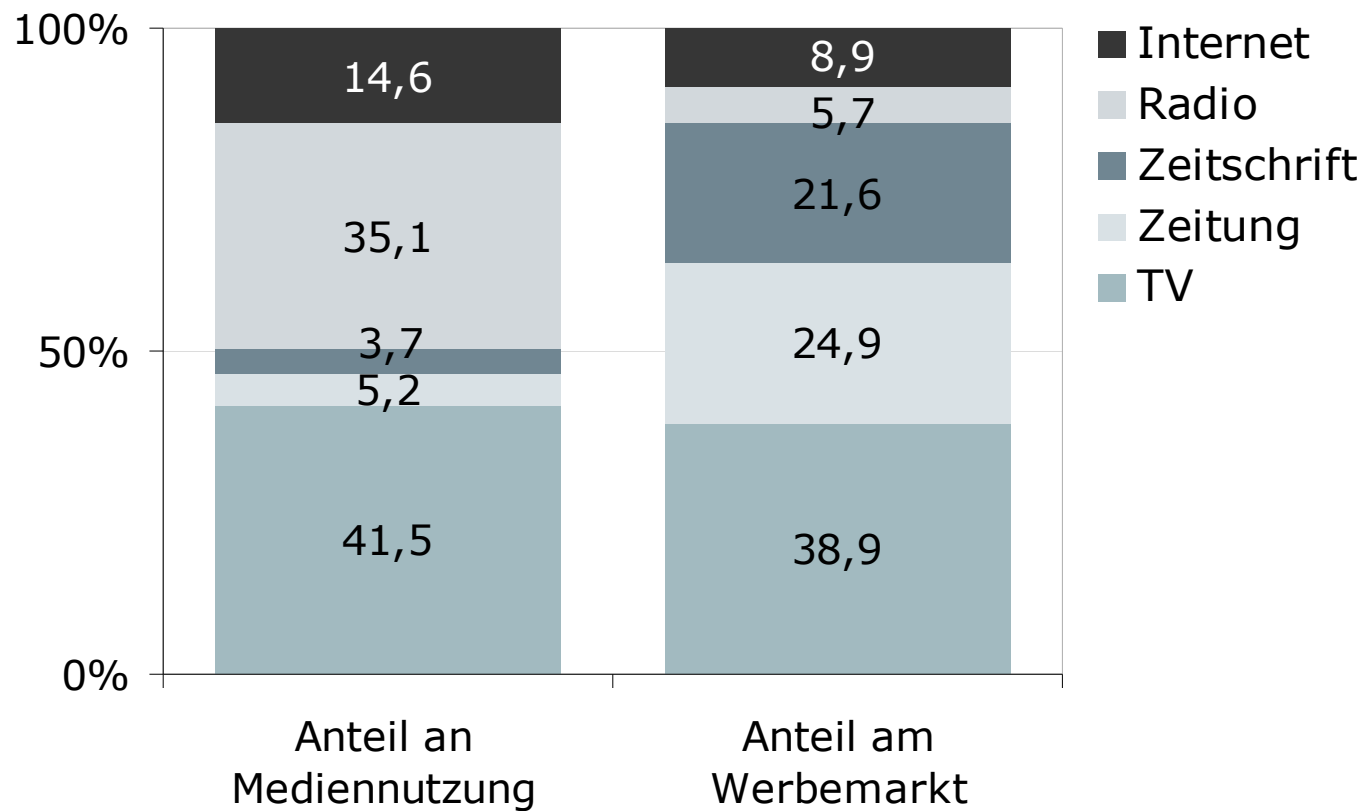
Online-Marketing 2006/2007

Anmerkungen zur Wachstumsprognose 2007

- Wir gehen „traditionell“ von einer konservativen Schätzung aus, dennoch ist ein Wachstum von 33 Prozent verglichen mit den anderen Werbemedien immer noch extrem hoch
- nach den vergangenen Jahren mit Wachstumsraten von mehr als 80 Prozent wird der Markt weiter solide wachsen – eine Sättigung ist derzeit auch angesichts der Entwicklungen im Bereich Mobile Advertising, Kleinanzeigengeschäft etc. nicht abzusehen
- inzwischen sind alle Branchen im Netz mit Online-Werbung präsent
- Zahl der zunehmenden Internet-Nutzer wächst langsamer – daher verlangsamt sich auch das Tempo im Bereich Online-Werbung
- Engpass an qualifizierten Mitarbeitern mit Background Online-Marketing

Online-Marketing 2006/2007

Internet Anteil am Werbemarkt kann deutlich zulegen



Wachstumsmärkte heute und morgen

- Die Digitale Wirtschaft 2006/2007
- E-Commerce 2006/2007
- Online-Marketing 2006/2007
- **Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007**
- Rahmenbedingungen

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

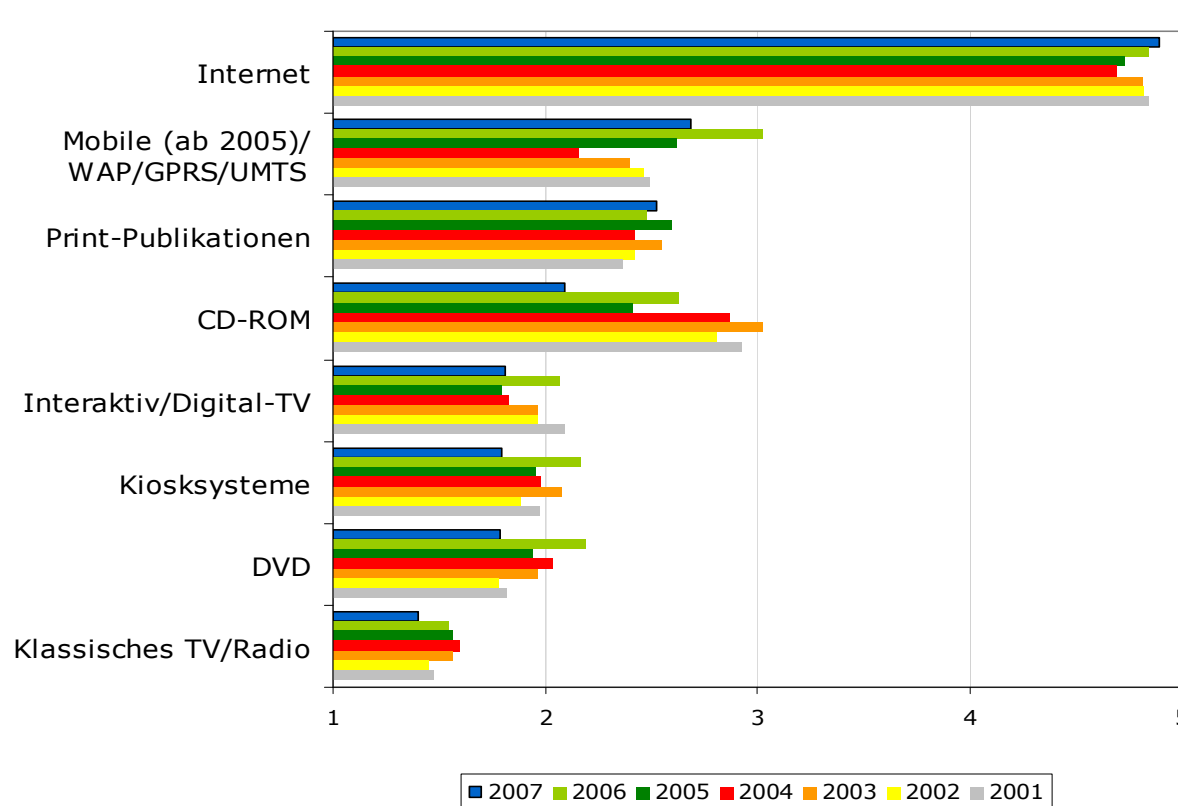
Die Unternehmen stellen derzeit massiv Personal ein

- Eine Vorab-Analyse der vorhandenen Daten* des New Media Service Ranking 2007 (Stand KW10/07) ergibt folgendes Bild
 - Die **Umsätze** der Unternehmen, die bereits im letzten Jahr an der Befragung teilgenommen haben, sind im Durchschnitt um 18 Prozent gewachsen
 - Die Zahl der **Festangestellten** ist für alle teilnehmenden Unternehmen sogar um 24 Prozent gestiegen

*Bislang haben 171 Unternehmen am NMSR 2007 teilgenommen (39 neue Teilnehmer; 132 Teilnehmer, die schon im letzten Jahr dabei waren)

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

Das NMSR im Jahresvergleich – Trends aufzeigen

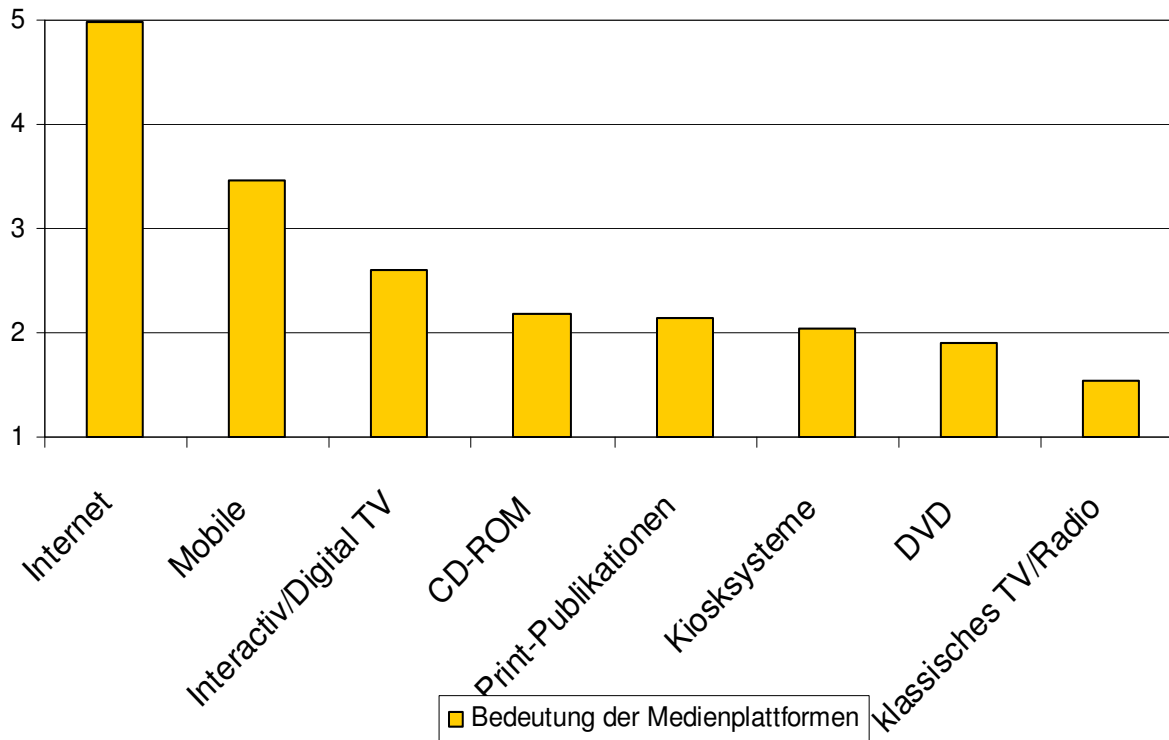


- Bei der Einschätzung der Bedeutung der einzelnen Medienplattformen für das Auftragsgeschäft des befragten Unternehmens zeigt sich die gleichbleibend hohe Relevanz des Internets, gefolgt von Mobile und Print-Publikationen

Bitte geben Sie an, wie hoch die Bedeutung der jeweiligen Medienplattform für das Auftragsgeschäft Ihres Unternehmens ist. Eine 1 steht für eine geringe Bedeutung, eine 5 für eine hohe Bedeutung.

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

Mobile bei Umsatzstarken für 2007 weiter vorn

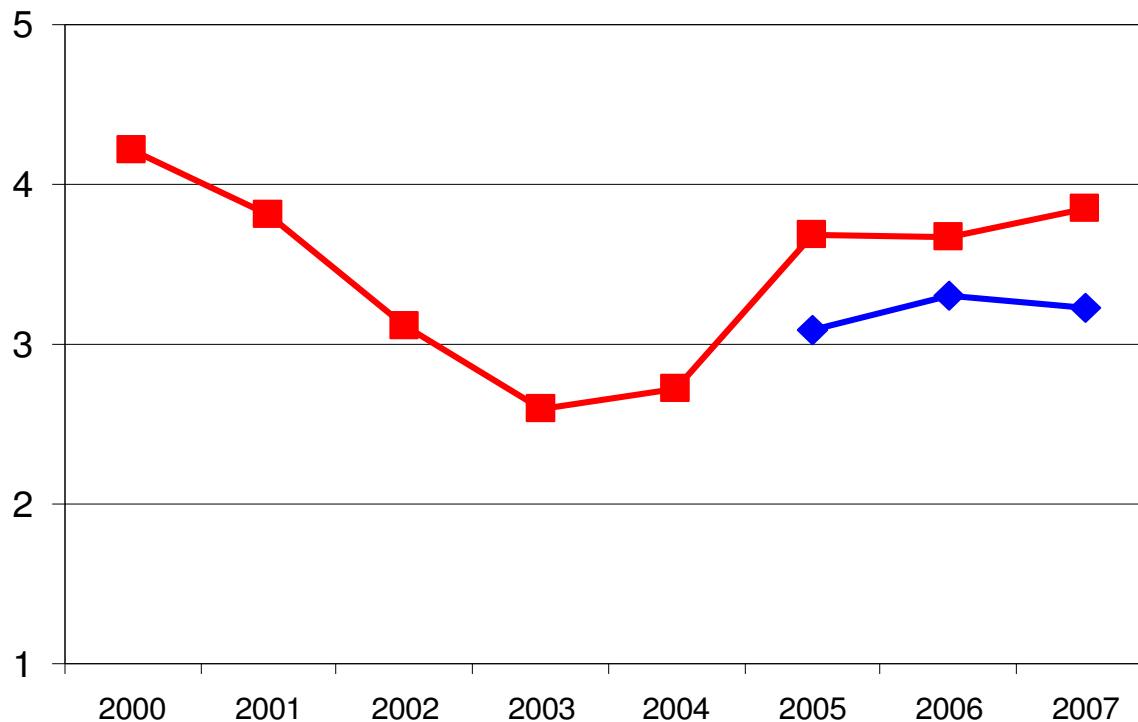


Bezogen auf die umsatzstärksten Unternehmen, deren Honorar-Umsatz bei 2,5 Mio. Euro und mehr liegt

Bitte geben Sie an, wie hoch die Bedeutung der jeweiligen Medienplattform für das Auftragsgeschäft Ihres Unternehmens ist. Eine 1 steht für eine geringe Bedeutung, eine 5 für eine hohe Bedeutung.

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

Hinweise des aktuellen NMSR zum Thema Fachkräfte



- ◆ Das Bildungsangebot der Hochschulen genügt nicht den Anforderungen der Multimedia-Branche
- Es ist schwierig, geeignetes Personal zu finden.

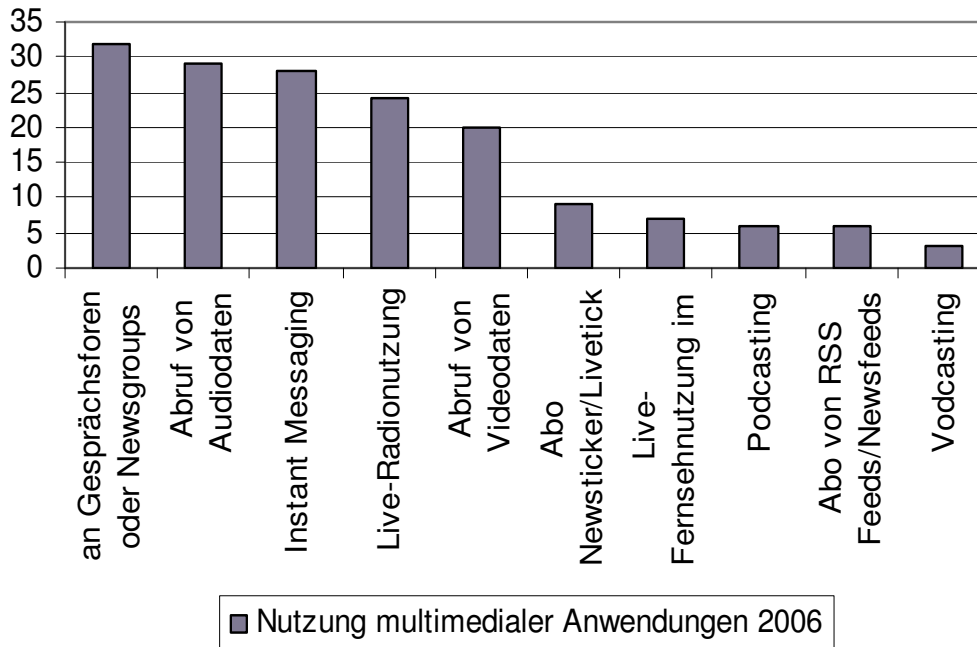
- Die befragten Unternehmen sind sich einig, dass es im Jahr 2007 schwierig sein wird, geeignetes Personal zu finden
- Dies scheint nicht ausschließlich durch das Bildungsangebot der Hochschulen begründet zu sein

Eine 1 bedeutet, dass die These nicht zutrifft, eine 5, dass sie voll zutrifft.

Quelle: NMSR 2007 (Stand KW10/07) und Vorläuferstudien

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

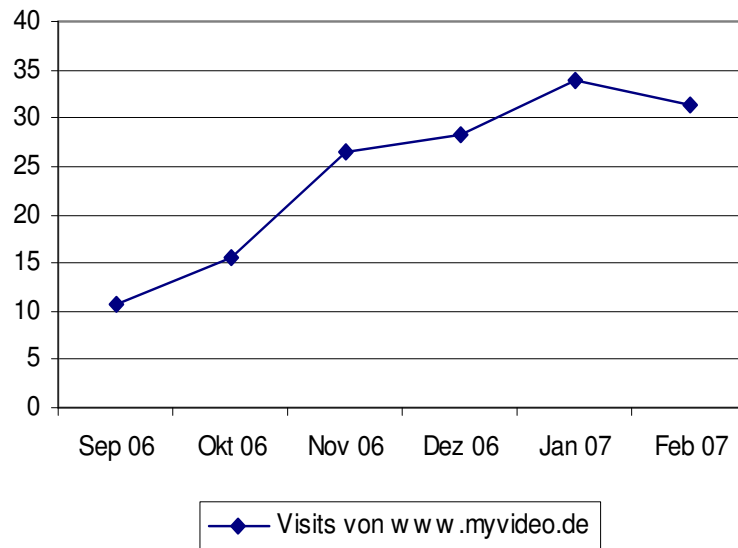
Multimediale Anwendungen und ihre Nutzung



- Gesprächsforen oder Newsgroups nehmen eine entscheidende Position bei der Nutzung multimedialer Anwendungen ein

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

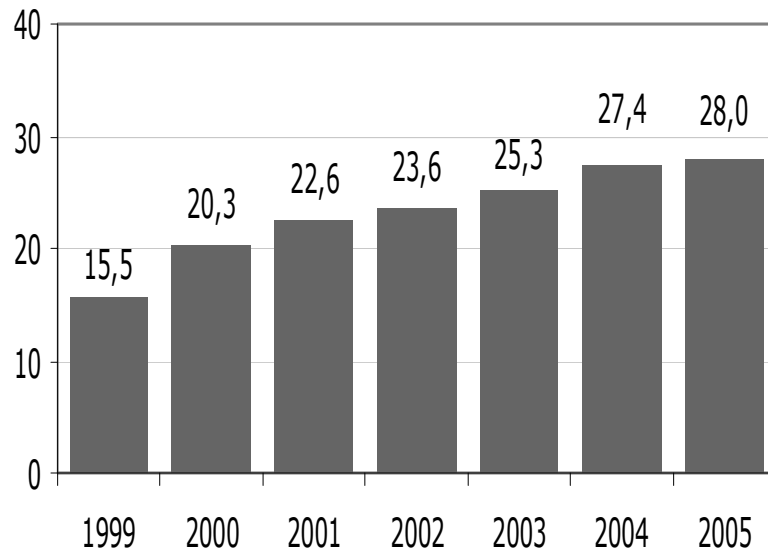
Web2.0-Plattformen erfreuen sich großer Beliebtheit



- Xing, StudiVZ oder myvideo können nach eigenen Angaben große Zuwächse bei der Anzahl ihrer registrierten Mitglieder verzeichnen.
- So steigt die Anzahl der registrierten Mitglieder bei Xing auf 1,69 Mio. im Dezember 2006
- StudiVZ gibt 1,8 Mio. für März 2007 an; Tendenz steigend mit 8000 und 10000 neuen Nutzern pro Tag.
- Die genannten Plattformen entstanden alle nach 2004, StudiVZ gar erst Ende 2005.
- Für Oktober 2006 weist die Blog-Suchmaschine Technorati 57 Millionen Weblogs aus
- 62,8 Prozent der Internetnutzer kennen, 32,1 Prozent lesen Weblogs

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

Erstmals mehr Mobilfunkanschlüsse als Einwohner in Deutschland

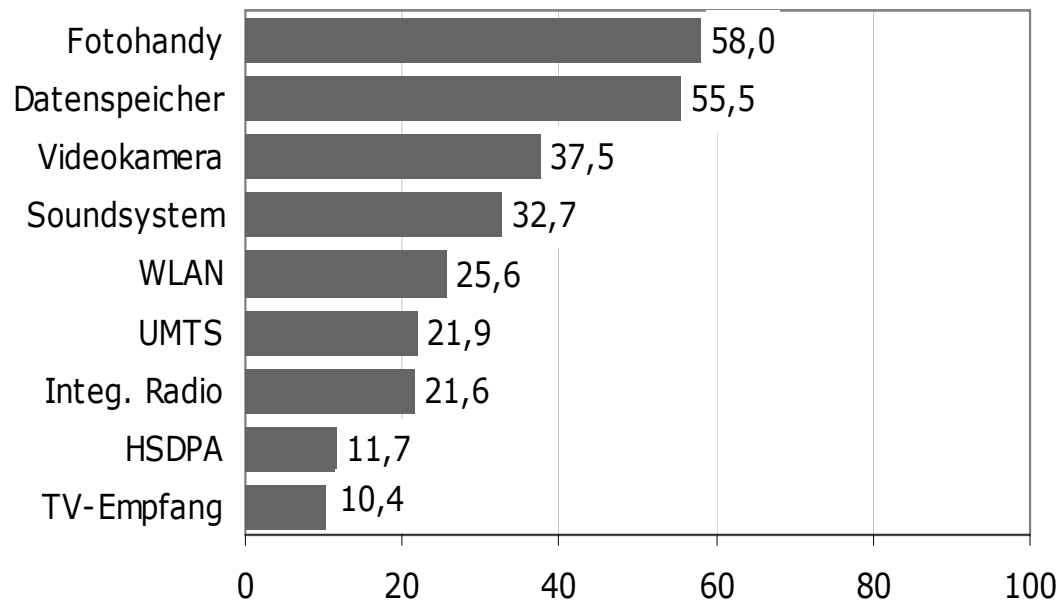


Umsätze auf dem Mobilfunkmarkt

- Die Umsätze im deutschen Markt steigen kontinuierlich, zuletzt um ca. 2%
- Die Zahl der Mobilfunkanschlüsse steigt ebenfalls. Auf 100 Einwohner kommen mittlerweile 104 Mobilfunkanschlüsse (Prepaid und Vertrag). Dies entspricht einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr von 8%. (EITO 2006)
- Für das Jahr 2010 werden 120 Mobilfunkanschlüsse je 100 Einwohner prognostiziert, was einer Steigerung von 15% entspricht.

Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007

Kaufkriterien bei Mobiltelefonen



- Bei einem Neukauf sind vor allem Kamera und Datenspeicher wichtig.
- Radio und Handy-TV liegen bei den Kaufkriterien nicht weit vorne.

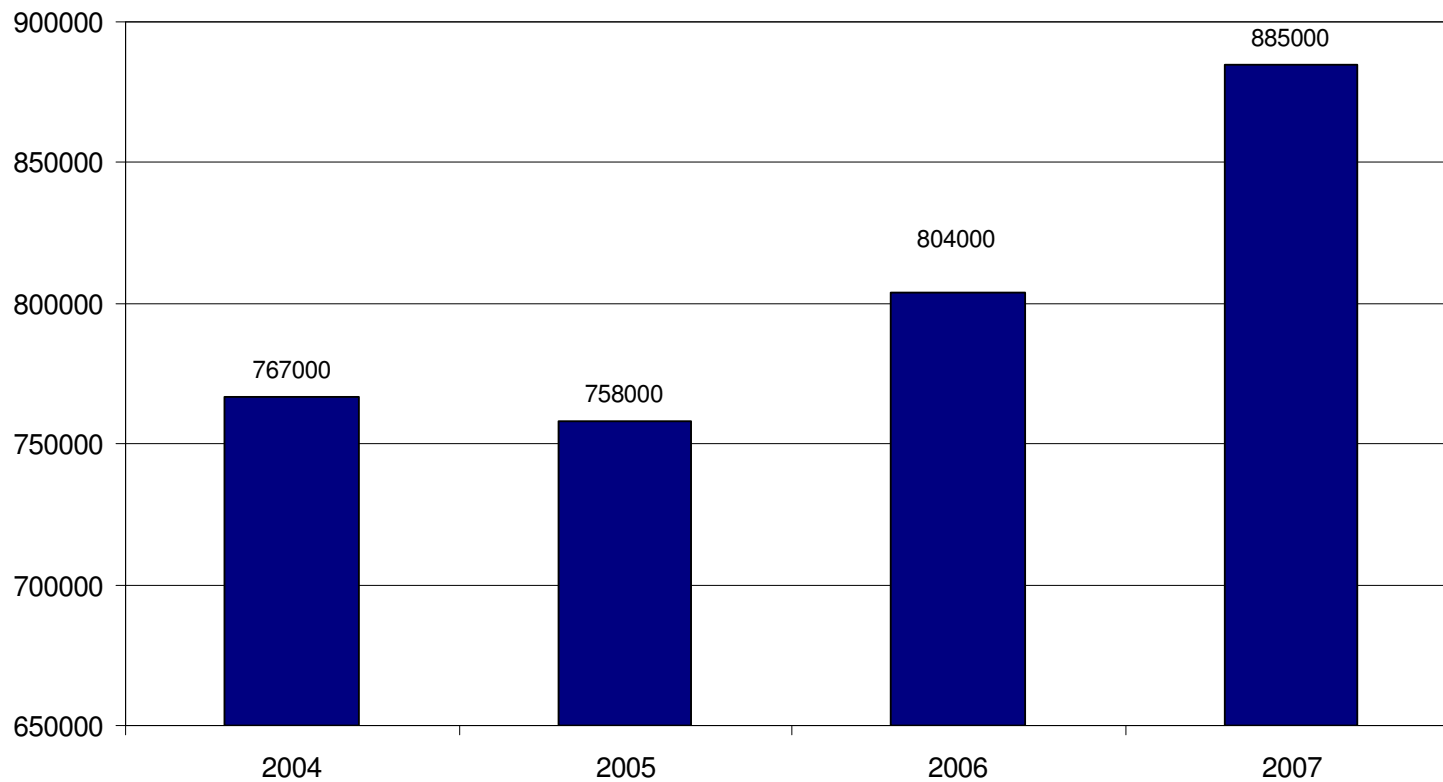
Wachstumsmärkte heute und morgen

- Die Digitale Wirtschaft 2006/2007
- E-Commerce 2006/2007
- Online-Marketing 2006/2007
- Internet/Multimedia-Dienstleistungen 2006/2007
- **Rahmenbedingungen**

Rahmenbedingungen

Entwicklung der BVDW-Mitgliedsbeiträge

MG-Beiträge 2004 - 2007



Rahmenbedingungen

Neue Gesichter im BVDW



Gerd M. Fuchs
Justiziar,
Referent Medienpolitik



Björn Kaspring
Referent
Online-Vermarktung



Thomas Schauf
Fachgruppen-Manager



Christiane Frank
Referentin
Marktforschung



Rahmenbedingungen

Leuchtturmprojekte 2006

- Veranstaltungen:
 - DMMK – Leitkongress der Digitalen Wirtschaft
 - OMD – Leitmesse für Online-Marketing in Deutschland
 - Innovationstage der Digitalen Wirtschaft in Zusammenarbeit mit verschiedenen IHKs
 - Internet World Kongress
 - MedienMittwoch Frankfurt
 - MobileMonday (deutscher Ableger)
 - BVDW-Presseclub
 - Kongresse, Roadshows, Informationsveranstaltungen zu den Themen Web2.0, Online-Marketing, E-Commerce, Breitband, IPTV, Mobile....

Rahmenbedingungen

Leuchtturmprojekte 2006

- Stellungnahmen
- Vorbereitungen auf den Mobile Boom
 - Gründung der Fachgruppe Mobile
 - MobileMonday in Deutschland
- Verankerung der Schwerpunktthemen Web 2.0, ipTV innerhalb des BVDW
- Neuauflage des SEM/SEO-Zertifikat
- Leitfäden und Praxisempfehlungen:
Rechtsfallen Online-Shops, Rechtssicheres E-Mail-Marketing, Sicherheit im Netz, Online-Wetten, Abmahnungen, Performance Marketing...
- Relaunch und Ausbau bvdw.org zum Informationsportal der Digitalen Wirtschaft

Rahmenbedingungen

Medienpolitische Themen 2006

- Ausweitung der GEZ-Gebühren
- Vorratsdatenspeicherung
- Telemediengesetz (gemeinsame PK mit TeleTrust e.V. auf der Systems)
- EU-Fernsehrichtlinie
- Wettmonopol
- Jugendschutzprojekt "Kinder sicher im Netz", Hanten

Rahmenbedingungen

Visionen 2007

- Mobile
 - Ausgaben für Mobile Marketing wird signifikant zulegen
 - Mobile-TV steht vor dem Durchbruch. Wichtig ist eine wettbewerbsfreundliche Lizenzvergabe
 - Mobile Internet-Dienste auf dem Vormarsch – nutzerfreundliche Datentarife sind erforderlich
 - ipTV vs. Mobile-TV – kongruente Formate auf unterschiedlichen Medien?
 - in unmittelbarer Vorbereitung: internationale Vernetzung der Fachgruppe Mobile

- „Web 2.0“
 - Ausbau BVDW-Informationskanäle (iSaver-Branchenticker, Meinungsportal)
 - Blogleitfaden in Vorbereitung
 - Zunehmende „Virtualisierung“ – „Media 3.0“
 - Nicht erst seit Second Life – reale und virtuelle Welten verschmelzen

Rahmenbedingungen

Visionen 2007

- Lawyers Lounge
 - Kostenfreie Informationsveranstaltung zu rechtlichen Themen
- Qualität von Dienstleistungen
 - „Geiz ist geil“ – führt bei technisch und inhaltlich komplexen Projekten am Ziel vorbei
 - Individuelle Qualitätsarbeit hat seinen Preis
- Fachgruppe E-Commerce erarbeitet Leitfäden zur weiteren Markterschließung
 - E-Payment
 - Best Practice „Web 2.0“
 - Usability
 - Datenstandardisierung

Rahmenbedingungen

Visionen 2007

- Fachkräftemangel ist eins der größten Wachstumshemmnisse
 - gegenseitiges Abwerben von Fachkräften führt zu Stagnation
 - Vernetzte Aus- und Weiterbildung
 - Aufklärungsarbeit an Hochschulen und Einfluss auf die Politik – die Wege und Ansätze dem Mangel entgegenzutreten sind vielfältig
 - „Deutschland Land der Ideen“
 - Wrap Up Fünf-Punkte-Plan Pro Lebenslanges Lernen

Fachgruppenübergreifende Themen und Projekte

- Bildungsnetzwerk Digitale Wirtschaft (Arbeitstitel)
- Ausbau der Themenforen
 - Innovationstage in Zusammenarbeit mit verschiedenen IHKs
 - Gemeinsame Veranstaltungen mit Netzwerkpartnern
- Themenbezogene Roundtables im Rahmen des BVDW-Presseclubs
- Mitwirkung iD2010, Informationsgipfel

Rahmenbedingungen

Medienpolitische Themen 2007

1. Evaluierung des Jugendschutzes in Deutschland (Hans Bredow Institut im Auftrag der Bundesregierung)
 - Bewahrung des hohen Jugendschutzniveaus in Deutschland (höchster Standard in der EU)
 - Verhinderung von falscher/unnötiger Regulierung durch den Gesetzgeber
 - Anpassung der geltender Regelungen an tatsächliche wirtschaftliche Verhältnisse
 - Überprüfung der Aufsichtsbefugnisse und Szenarien
2. "Korb 2" des Telemediengesetzes (TMG)
 - Verbesserung der aktuellen gesetzlichen Regelungen
 - Anpassung des Gesetzes an die Vorgaben EU-Fernsehrichtlinie
 - Beseitigung bestehender Missstände

Rahmenbedingungen

Medienpolitische Themen 2007

3. EU-Fernsehrichtlinie

- Verbesserung des aktuellen Vorschlags
- Verhinderung von Doppelregulierung (wegen E-Commerce-Richtlinie)
- Aufnahme klarer Definitionen und Abgrenzungen
- Verhinderung von Fehlern auf EU-Ebene, die dann in nationales recht umgesetzt werden müssen (s. Stellungnahme)

▪

4. "Kinder sicher im Netz" - Hanten

- Verbesserung und Förderung kindgerechter Internetangebote
- Verhinderung einer gesetzlichen Verpflichtung der Wirtschaft

Resümee Arndt Groth

Gemeinsam die digitale Welt bewegen.

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Kaistraße 14
40221 Düsseldorf
Tel.: (+49) 211 60 04 56 – 0, Fax: - 33
Mail: info@bvdw.org
<http://www.bvdw.org>