

## PRESSEMITTEILUNG

### **OVK-Report 2008/02: Online-Werbung wächst um 25 Prozent Unternehmen der Werbewirtschaft investieren 3,6 Milliarden Euro**

**Düsseldorf, 17. September 2008 – Dem Abflauen der Werbekonjunktur zum Trotz ist das Wachstum von Online-Werbung auch 2008 nicht zu bremsen. Dieses Ergebnis hat der Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. in seinem halbjährlichen Report auf der heute beginnenden online-marketing-düsseldorf vorgestellt. Auch wenn die Entwicklung im gesamten Online- Werbemarkt leicht unter den Erwartungen vom Jahresbeginn bleibt, demonstriert das: Abflachen der immer noch respektablen Zuwachsraten die inzwischen vollzogene Integration der Online-Werbung in den Media-Mix über nahezu alle Branchen. Dabei wird mit mehr als 1,8 Milliarden Euro der Großteil der Werbeinvestitionen – wie in den Vorjahren – auf die klassische Online-Werbung fallen.**

Mit den frisch veröffentlichten Zahlen korrigieren die OVK-Experten zwar ihre im Frühjahr getroffene Prognose geringfügig nach unten, trotz der Zurückhaltung des gesamten Werbemarktes aber wächst der Marktanteil des Online-Werbemarktes im Media-Mix auf mittlerweile 13,5 Prozent. Klassische Werbeformen wie Banner und andere grafische Werbeelemente können dabei den größten Anteil mit 1,8 Milliarden Euro verbuchen. In die Suchwort-Vermarktung investieren Werbungtreibende im laufenden Jahr voraussichtlich rund 1,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 24 Prozent. Die Affiliate-Netzwerke halten an ihrer Prognose aus dem Frühjahr fest und erwarten Steigerungen der Werbeinvestitionen in Höhe von 25 Prozent, die in ein Gesamtvolumen von 268 Millionen Euro resultieren.

Der OVK-Vorsitzende Paul Mudter sieht in der Prognose des Online-Vermarkterkreises ein klares Signal für den Bedeutungsgewinn und die endgültige Etablierung des Online-Segments: „Online-Werbung ist nicht mehr aus dem Media-Mix der Werbewirtschaft weg zu denken. Im derzeitigen stagnierenden Werbemarkt zeigt sich die Bedeutung des Online-Werbemarktes umso deutlicher an der Entwicklung des Online-Anteils am gesamten Media-Mix. Der Anteil von Online-Werbung ist in den letzten vier Jahren von anfänglichen 4,4 Prozent Werbeumsatz auf 13,5 Prozent im Jahr 2008 gestiegen.“ Ebenfalls eine positive Bilanz zieht der OVK-Vize Frank Bachér (eBay Advertising Group GmbH): „Wir stehen kurz davor das drittstärkste Werbemedium nach Zeitung und TV zu werden. Ich gehe sogar davon aus, dass Online die anderen Mediengattungen bald überholen wird.“

Auch der europäische Online-Werbemarkt konnte zulegen. Im Vergleich zum Vorjahr kann der Markt mit einem Gesamtvolumen von knapp elf Milliarden Euro ein Wachstum von 40 Prozent. Insgesamt umfasst die Erhebung des OVK, der zugleich das Interactive Advertising Bureau Germany ist, 15 europäische Länder, die durch die Aktivitäten des IAB Europe in einen europäischen Kontext gestellt wird. Die sechs führenden Nationen (Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Niederlande, Italien und Spanien) erwirtschafteten 82 Prozent des gesamteuropäischen Online-Werbeumsatzes. Die positive Entwicklung des europäischen Marktes zeigt im weltweiten Vergleich eine Annäherung an US-amerikanisches Niveau: Experten sind sich einig, dass Europa in absehbarer Zeit zum Online-Werbemarkt in den USA aufschließt. Dies zeigt der verringerte Abstand von 3,5 Milliarden Euro im Jahr 2007 von europäische Online-Werbemarkt zum US-amerikanischen Markt.

Der OVK-Report kann unter [www.bvdw.org](http://www.bvdw.org) oder [www.ovk.de](http://www.ovk.de) kostenlos herunter geladen werden.

**Kontakt:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Björn Kaspring, Referent Online-Vermarktung  
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf  
Tel. 0211 60 04 56 -14, Fax: -33  
E-Mail: [kaspring@bvdw.org](mailto:kaspring@bvdw.org)

Simona Haasz,  
Assistentin Presse & Öffentlichkeitsarbeit  
Tel: 0211 600456-26, Fax: -33  
Mail: [haasz@bvdw.org](mailto:haasz@bvdw.org)

**Über den 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.

**Über den OVK:**

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, Bild.T-Online.de, G+J Electronic Media Sales, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP, IP Deutschland, Lycos Europe, Mairdumont Media, Microsoft Digital Advertising Solutions, eBay Advertising Group, netpoint media, Quality Channel, SevenOne Interactive, Scout24 Media, Tomorrow Focus, United Internet Media, Yahoo! Deutschland und Yahoo! Search Marketing.