

Presseinformation

Rekord: Fast 1 Milliarde Euro für Online-Werbung

- Umsätze klettern 2007 in Deutschland um 103 Prozent
- Markt erreicht erstmals Milliarden-Euro-Niveau
- Telekommunikationsanbieter werben besonders häufig im Internet

Berlin, 7. Januar 2008

Noch nie wurde so viel auf Internetseiten geworben wie 2007. Ob Banner am Bildschirmrand, Pop-Ups, gesponserte Webseiten oder kurze Filme – die Umsätze mit grafischer Online-Werbung kletterten in Deutschland im vergangenen Jahr auf 976 Millionen Euro. Das ist ein Plus von 103 Prozent im Vergleich zu 2006. Damals betrug die Umsätze erst 480 Millionen Euro. Das gab der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) heute in Berlin bekannt. Grundlage ist eine exklusive Untersuchung des Marktforschungsinstituts Thomson Media Control. „2007 war ein echter Meilenstein für die grafische Online-Werbung in Deutschland“, sagte Prof. August-Wilhelm Scheer, Präsident des BITKOM.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

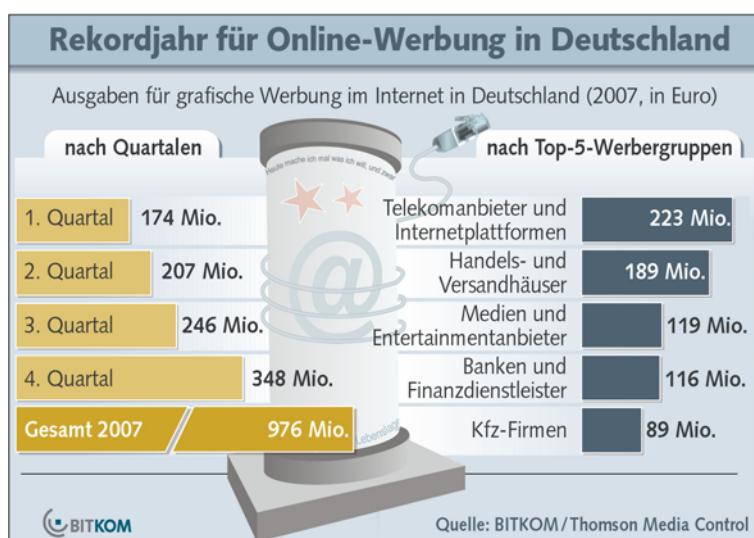
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
+49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Stephan Kahl
Pressesprecher
Public Sector & Neue Märkte
+49. 30. 27576-119
Fax +49. 30. 27576-400
s.kahl@bitkom.org

Florian Koch
Bereichsleiter
Digitale Medien & E-Dienste
+49. 30. 27576-249
Fax +49. 30. 27576-400
f.koch@bitkom.org

Präsident
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
August-Wilhelm Scheer

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder



Vor allem die Telekommunikationsanbieter und Internetplattformen haben den Markt im vergangenen Jahr getrieben. Sie gaben rund 223 Millionen Euro für grafische Online-Werbung aus. Auf dem zweiten Platz folgten Han-

Presseinformation

Rekord: Fast 1 Milliarde Euro für Online-Werbung

Seite 2

dels- und Versandhäuser, die 189 Millionen Euro investierten. Medien und Entertainmentanbieter (119 Millionen Euro), Banken und Finanzdienstleister (116 Millionen Euro) sowie Kfz-Firmen (89 Millionen Euro) vervollständigten die Top-5. Eine untergeordnete Rolle spielte die Online-Werbung hingegen für die Pharmaunternehmen. Ihre Ausgaben beliefen sich 2007 auf gerade einmal 6,5 Millionen Euro. Diese Branche setzte stattdessen vor allem auf Werbespots im Fernsehen sowie Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften.

Prof. Scheer: „Bemerkenswert ist, dass die Ausgaben für grafische Online-Werbung von Quartal zu Quartal ohne Unterbrechung zugenommen haben. Besonders stark waren die letzten drei Monate des vergangenen Jahres. Hier betragen die Gesamtumsätze bereits 348 Millionen Euro.“ Im ersten Quartal 2007 waren es erst 174 Millionen Euro, im zweiten 207 Millionen Euro und im dritten Quartal 246 Millionen Euro.

Zur Methodik: Sämtliche Angaben basieren auf einer Erhebung von Thomson Media Control und umfassen alle Formen klassischer Online-Werbung. Dazu zählen grafische Werbemittel wie Banner, Pop-Ups und Streaming Ads. Suchwort-Marketing und Affiliate-Marketing sind nicht eingeschlossen. Ausgewiesen ist der hochgerechnete Nettoumsatz. Im Gegensatz zum Bruttoumsatz gibt er nicht die Summe der Listenpreise wieder, sondern berücksichtigt unter anderem geschätzte Rabatte und Agenturprovisionen. Der Unterschied zwischen Brutto- und Nettoumsatz stellt also den Unterschied zwischen formell ausgewiesenen und tatsächlich bezahlten Anzeigenpreisen dar.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. vertritt mehr als 1.000 Unternehmen, davon 850 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Gerätehersteller, Anbieter von Software, IT-Services, Telekommunikationsdiensten und Content. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungsrechtliche Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.