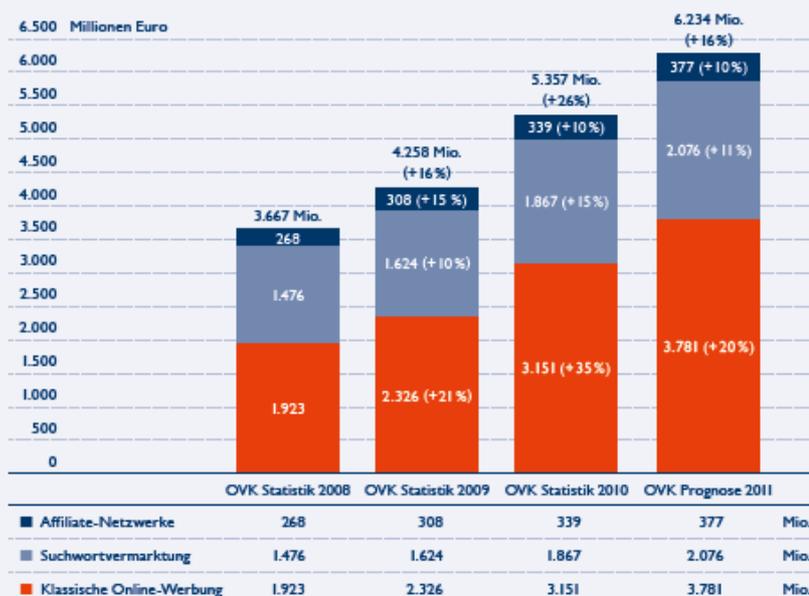


OVK: Online-Werbemarkt wächst in 2011 erstmals auf 6,23 Milliarden Euro

Internet baut Position als zweitstärkstes Werbemedium aus / Wachstumsprognose in Höhe von 16 Prozent bestätigt / Bewegtbild unverändert auf dem Vormarsch

Düsseldorf, 21. September 2011 – Der deutsche Online-Werbemarkt wächst 2011 insgesamt auf 6,23 Milliarden Euro. Dies geht aus der Erhebung der Bruttowerbeinvestitionen durch den Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. Insgesamt betrachtet baut das Internet aufgrund der ungebrochenen Investitionsbereitschaft seitens der werbetreibenden Industrie seine Position als zweitstärkstes Werbemedium weiter aus. Der Online-Anteil am Mediamix beträgt mit 21,8 Prozent mehr als ein Fünftel des Gesamtwerbemarkts. Somit bestätigt der OVK die im Frühjahr getroffene Wachstumsprognose von 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Unter allen Werbeformaten konnte Bewegtbildwerbung in diesem Jahr am stärksten von der steigenden Nachfrage mit einer Wachstumsrate von rund 115 Prozent gegenüber dem Vorjahr profitieren. Alle Zahlen zum Online-Werbemarkt 2011 in Deutschland liefert der neue OVK Online-Report 2011/02, der ab sofort unter www.bvdw.org sowie www.ovk.de erhältlich ist.

OVK Werbestatistik 2008 bis 2010 mit Prognose für 2011



Quellen: OVK (Hochrechnung der Zahlen für die klassische Online-Werbung von 75 auf 100 % und Gesamtmarkt Online-Werbung, Prognosen), Nielsen (Datenstand Juli 2011, Erhebung der Daten für die klassische Online-Werbung auf Belegungsebene, bereinigt um einen Anteil aus der Suchwortvermarktung, ab 2009 methodische Änderungen bei der Zuordnung dieses Anteils) // Angaben für den deutschen Markt

Großflächige Werbeformate und Bewegtbildwerbung als Treiber

„Der Internet-Anteil von inzwischen einem Fünftel der gesamten Bruttowerbeinvestitionen in Deutschland unterstreicht die hohe Relevanz von Online-Werbung in der Markenkommunikation. Die unverändert starke Nachfrage seitens der werbetreibenden Industrie nach klassischer Online-Werbung wird durch die mittlerweile sehr intensiv genutzten großflächigen Werbeformate und Bewegtbildwerbung begünstigt“, sagt Paul Mudter (IP Deutschland), Vorsitzender des OVK im BVDW.

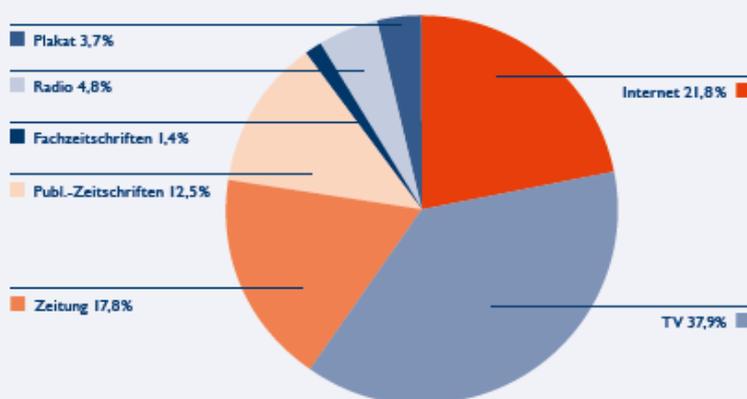
Über 6 Milliarden Euro Bruttowerbevolumen

Nachdem in 2010 mit 5,36 Milliarden Euro bereits ein bis dahin einmaliger Höchstwert bei den Bruttowerbeinvestitionen in Online erreicht wurde, setzt sich diese positive Entwicklung dank unverändert starker Online-Werbeaktivitäten auch im ersten Halbjahr 2011 fort. Das Online-Bruttowerbevolumen wird mit insgesamt 6,23 Milliarden Euro in 2011 einen neuen Höchststand in Deutschland erreichen. Dies entspricht einem Zuwachs um gut 70 Prozent seit 2008.

Über ein Fünftel im Mediamix entfällt auf Online-Werbung

Nachdem das Internet im vergangenen Jahr sich noch vor der Gattung Zeitungen als zweitstärkstes Werbemedium direkt hinter der Gattung TV im Mediamix positioniert hat, wird es diese Stellung laut aktueller Prognose in 2011 weiter ausbauen. Mit den angenommenen 21,8 Prozent wird das Internet mehr als ein Fünftel des Bruttowerbekuchens einnehmen und damit eine immer dominantere Rolle im Mix der Kommunikationskanäle spielen.

Prognose des Bruttowerbekuchens für 2011



Quelle: OVK (OVK Prognose 2011 inklusive der Segmente Suchwortvermarktung und Affiliate-Netzwerke) und Nielsen Media Research (Medienentwicklung der angegebenen Mediengattungen, Datenstand Juli 2011, für die Hochrechnung der angegebenen Werbeträger wurde das erste Halbjahr 2011 und die durchschnittlichen Zuwachsraten vom 1. Halbjahr zum 2. Halbjahr der letzten drei Jahre für das Gesamtjahr 2011 zugrunde gelegt.) /// Angaben für den deutschen Markt.

Anstieg der Gesamtausgaben in 2011 um 16 Prozent

In der Folge des stetigen Marktwachstums werden die Gesamtausgaben für klassische Online-Werbung, Affiliate-Netzwerke und Suchwortvermarktung in 2011 im Vergleich zum Vorjahr laut Prognose um 16 Prozent steigen. Damit bestätigt der OVK seine im Frühjahr des Jahres getroffene Wachstumsprognose.

Klassische Online-Werbung nimmt erneut führende Rolle ein

„Wie schon in den Vorjahren nimmt die klassische Online-Werbung erneut die führende Rolle in der OVK Werbestatistik ein: Mit einem Investitionsvolumen von 3,78 Milliarden Euro und einer Wachstumsrate von 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr werden auf sie die höchsten Bruttoinvestitionen entfallen“, ergänzt Arne Wolter (G+J Electronic Media Sales), Stv. Vorsitzender im OVK.

Suchwort- und Affiliate-Vermarktung legen weiter zu

Die Suchwortvermarktung liegt mit einer voraussichtlichen Wachstumsrate von 11 Prozent auf dem zweiten Platz und steht laut Prognose für ein Werbeinvestitionsvolumen von insgesamt 2,07 Milliarden Euro. Die Affiliate-Netzwerke werden als dritte Säule der Online-Kommunikation laut Prognose 377 Millionen Euro auf sich vereinen können, das entspräche einem Zuwachs von ebenfalls 11 Prozent.

Bewegtbild unverändert auf dem Vormarsch

Unter allen Werbeformaten konnte Bewegtbildwerbung in den vergangenen Jahren mit am stärksten von der wachsenden Nachfrage nach großflächigen und aufmerksamkeitsstarken Werbeformaten profitieren. Laut der OVK-Prognose werden in diesem Jahr die geschätzten Brutto-Spendings für Bewegtbildwerbung ein Zuwachs von rund 115 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und damit bis zu 184,2 Millionen Euro betragen. Die Werbeausgaben im Bereich Bewegtbildwerbung liegen demnach elfmal so hoch wie vor drei Jahren. Den Ausschlag für diese positive Entwicklung geben die vielfältigen multimedialen Möglichkeiten der Werbemittelausgestaltung von Video Advertising.

Entwicklung der Bewegtbild-Werbeformaten 2008 bis 2010 mit Prognose für 2011 in Mio.



Quelle: OVK (Datenstand Juli 2011) // In die Auswertung eingeflossen sind folgende Werbeformaten: In-Stream Branded Player, In-Stream Video Ad, In-Stream Interactive Video Ad, In-Stream Overlay Ad, In-Stream Post-Roll, In-Stream Pre-Roll, In-Stream Mid-Roll, In-Page Video Ad, In-Page Medium Rectangle Video Ad, In-Page Superbanner Video Ad, In-Page Tandem Video Ad // Für die Hochrechnung der angegebenen Werbeformaten wurde das erste Halbjahr 2011 und die durchschnittlichen Zuwachsraten vom 1. Halbjahr zum 2. Halbjahr der letzten drei Jahre für das Gesamtjahr 2011 zugrunde gelegt, jeweils getrennt nach In-Stream und In-Page Werbeformaten. // Angaben für den deutschen Markt

OVK Online-Report 2011/02

Der komplette OVK Online-Report 2011/02 mit allen Zahlen zum Online-Werbemarkt 2011 ist als PDF-Dokument erhältlich unter www.bvdw.org und www.ovk.de.

Weitere Informationen, hochauflösendes Bildmaterial sowie der OVK Online-Report 2011/02 auf Anfrage und unter:

www.bvdw.org/presserver/ovk_online_report_2011_02/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
schnoor@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 es 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.**