

BVDW: Mobile Display Werbemarkt wächst im ersten Halbjahr 2012 um 76,5 Prozent

Kraftfahrzeug-Markt löst Telekommunikation als stärkste Wirtschaftsbranche ab / Unit Mobile Advertising (MAC) bestätigt Marktprognose von 60 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2012

Düsseldorf, 12. September 2012 – Im ersten Halbjahr 2012 haben die werbungtreibenden Unternehmen in Deutschland bereits 23 Millionen Euro brutto in Mobile Display Werbung investiert. Im direkten Vergleich zum Halbjahr 2011 erzielt die Branche somit ein Zuwachs von 76,5 Prozent in 2012. Dies bestätigt die aktuelle Bruttowerbestatistik der Unit Mobile Advertising (MAC) in der Fachgruppe Mobile vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. in Kooperation mit Nielsen Media Research. Laut der Prognose im „MAC Mobile-Report 2012/02“ soll im Gesamtjahr 2012 ein branchenweiter Bruttoumsatz von über 60 Millionen Euro mit einem Marktwachstum von mindestens 70 Prozent erzielt werden. Der Kraftfahrzeug-Markt löst mit einem Anteil von 4,4 Millionen Euro die Telekommunikationsbranche als stärkstes Wirtschaftssegment ab. Des Weiteren liefert der kostenfrei erhältliche „MAC Mobile-Report 2012/02“ einen Ausblick auf zukunftssträchtige Standards wie Rich-Media und Mobile Bewegtbild. Weitere Informationen stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.

Mobile-Bruttowerbeerlöse 2011 und H1 2012



Quelle: Unit Mobile Advertising (MAC) / Nielsen. Die Werte beziehen sich auf die Bruttoumsätze der Vermarkter Axel Springer Media Impact, G+J Electronic Media Sales, Interactive Media, IP Deutschland, iq digital media marketing, United Internet Media und YOC. Eigenwerbung ist ausgeschlossen.

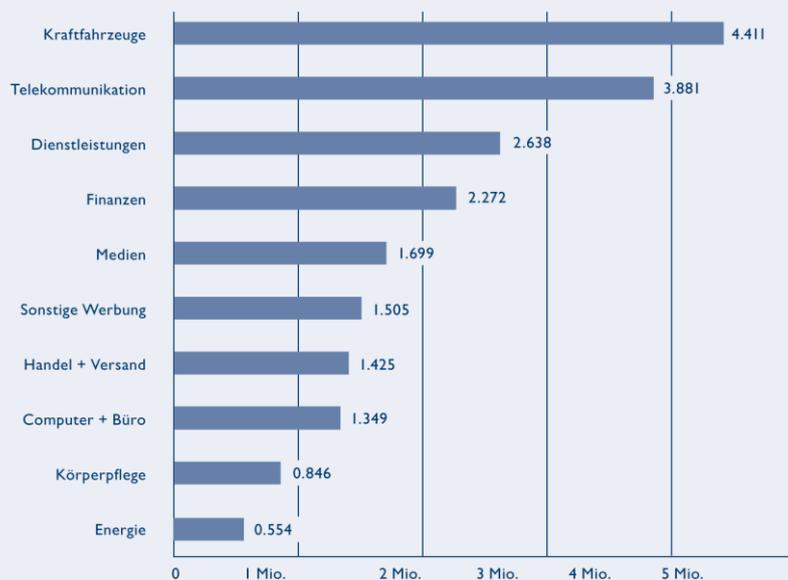
Mobile Werbespendings mit hohen zweistelligem Wachstum

„Seit der einheitlichen Erfassung von Mobile Werbespendings mit Beginn in 2012 kann die gesamte Branche in Deutschland auf exakte Daten mit einer sehr hohen Marktabdeckung und einer bereits ansehnlichen Detailtiefe zurückgreifen. Zwar sind Mobile Werbespendings in Relation zu anderen Medienkanälen absolut gesehen noch klein, aber sie wachsen mit hohen zweistelligen Wachstumszahlen in erheblich größerem Umfang als alle anderen Mediengattungen. Diese Entwicklung wirkt sich nicht nur positiv für die Vermarkter aus, sondern erfreut auch Mediaagenturen und ihre Werbekunden“, sagt **Oliver von Wersch** (G+J Electronic Media Sales), Leiter der Unit Mobile Advertising (MAC) der Fachgruppe Mobile im BVDW.

Marktvolumen für Mobile Advertising wächst um 76,5 Prozent

In den ersten sechs Monaten dieses Jahres haben die werbungtreibenden Unternehmen bereits 23 Millionen Euro brutto in Mobile Display Werbung investiert. Im Halbjahresvergleich gegenüber 2011 erzielt die Branche ein Zuwachs von 76,5 Prozent, so dass die Bruttospendings bereits zum aktuellen Zeitpunkt der Erhebung rund zwei Drittel der Gesamtjahresumsätze in 2011 erreichen. Die Unit Mobile Advertising (MAC) des BVDW geht demnach von einer deutlichen Steigerung des Brutto-Marktvolumens von Mobile Advertising aus und bestätigt die im ersten Halbjahr getätigte MAC-Prognose für ein Marktwachstum um mindestens 70 Prozent auf bis zu 60 Millionen Euro in 2012.

Mobile-Bruttowerbeerlöse nach Wirtschaftsbereichen (Top 10) HJ1 2012



Quelle: MAC / Nielsen (Stand: Juli 2012). Die Werte beziehen sich auf die Bruttoumsätze der Vermarkter Axel Springer Media Impact, G+J Electronic Media Sales, Interactive Media, IP Deutschland, iq digital media marketing, United Internet Media und YOC.

Top 10 Wirtschaftsbereiche: Automobilbranche an der Spitze

Immer mehr werbungtreibende Unternehmen erkennen das Potenzial von Mobile Display Advertising in der Markenkommunikation. Bei der

Betrachtung des Mobile Bruttowerbedrucks nach einzelnen Wirtschaftsbereichen überwiegt die Automobilbranche mit insgesamt 4,4 Millionen Euro. Damit löst der Kraftfahrzeug-Markt die Telekommunikation (3,9 Millionen Euro) an der Spitze aller Wirtschaftsbereiche ab. Auf dem dritten Platz folgen Dienstleistungen mit 2,6 Millionen Euro. Im Gesamtjahr 2011 waren diese drei Branchen bereits unter den investitionsstärksten Wirtschaftsbranchen vertreten. Auf den weiteren Plätzen folgen Finanzen (2,3 Millionen Euro), Medien (1,7 Millionen Euro) und sonstige Werbung (1,5 Millionen Euro). Letzteres Segment fasst die Investitionen karitativer Organisationen, Image- und Rubrikenwerbung sowie Unternehmens- und Firmenwerbung zusammen. Die Branchen Handel- und Versand (1,4 Mio. Euro) und Energie (0,6 Mio. Euro) sind im ersten Halbjahr 2012 erstmalig in der Top 10 aller Wirtschaftsbereiche vertreten und lösen die Branchen Investitionsgüter und Touristik & Gastronomie ab.

Marktstandards, Richtlinien und Kampagnenbeispiele

Der „MAC Mobile-Report 2012/02“ informiert in weiteren Kapiteln über die aktuellen Vermarktungsthemen Mobile Rich Media Advertising und Mobile Bewegtbild-Werbung. Anhand von praxisnahen Kampagnenbeispielen skizziert die Unit Mobile Advertising (MAC) das erfolgreich eingeführte Mobile Premium Ad Package. Ein Exkurs zu Standards und Richtlinien für den Markt für Mobile Display Werbung und Mobile Apps runden den Berichtsband ab.

Methodische Hinweise zum „MAC Mobile-Report 2012/02“

Die Angaben über die Bruttowerbestatistik und Prognose des „MAC Mobile-Report 2012/02“ basieren auf den gebuchten Werbekampagnen über mobile Endgeräte, die durch die in der Unit Mobile Advertising (MAC) organisierten Unternehmen umgesetzt wurden. Die Bruttowerbestatistik wird in Kooperation mit Nielsen Media Research herausgegeben. Der kostenfreie „MAC Mobile-Report 2012/02“ steht mit allen Zahlen zum Markt für Mobile Display Werbung in Deutschland als PDF-Dokument unter www.bvdw.org.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:

http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_mac_report_2012/

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.**