

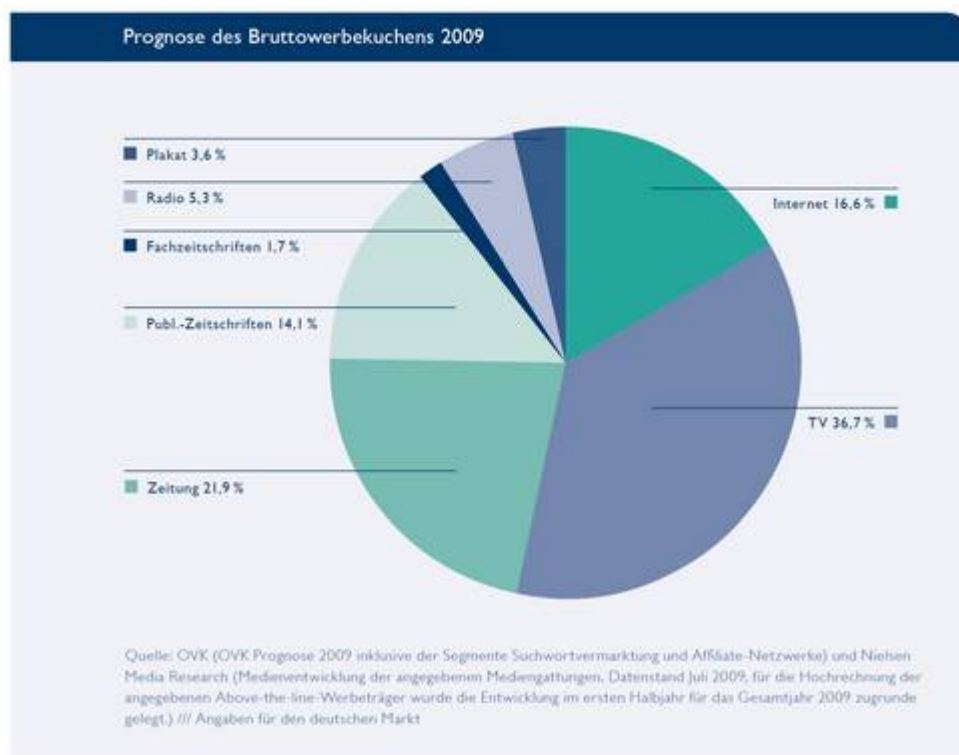
Online-Werbung wächst 2009 um 10 Prozent

Prognose des Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. bestätigt

Düsseldorf/Köln, 23. September 2009 – Der Online-Werbemarkt wird 2009 um 10 Prozent wachsen. Damit bestätigt der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. seine Anfang dieses Jahres getroffene Prognose. Demnach wird das Bruttowerbevolumen der Online-Werbung auf über vier Milliarden Euro zulegen und zeitgleich seinen Marktanteil weiter ausbauen. Laut aktueller OVK-Prognose würde somit Online-Werbung Platz drei hinter klassischer TV- und Zeitungswerbung einnehmen. Alle Zahlen zum Online-Werbemarkt 2009 in Deutschland bietet der auf der dmexco 2009 vorgestellte OVK Online-Report 2009/02, der ab sofort unter www.bvdw.org sowie www.ovk.de erhältlich ist.

Markenkommunikation im Web nimmt zu

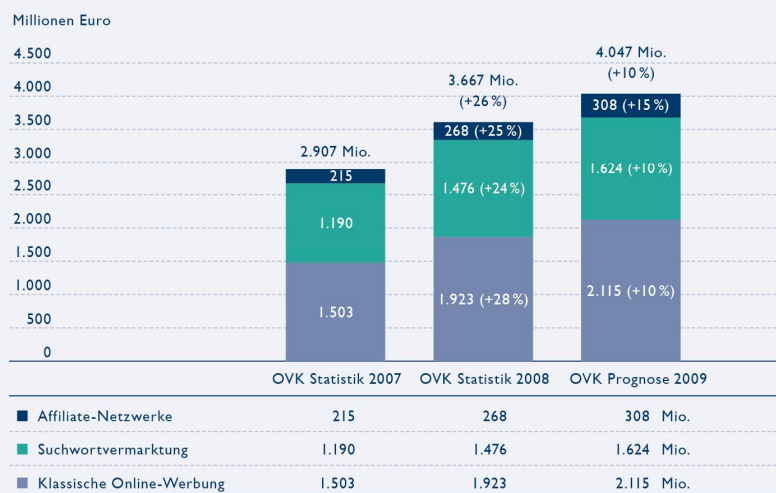
„Trotz angespannter Wirtschaftslage wird Online-Werbung in diesem Jahr Brutto um zehn Prozent zulegen. Das Nettowachstum schätzen wir auf zwei bis drei Prozent. Für die nächsten zwei Jahre rechnen wir mit einem weiteren Anstieg des Bruttowerbevolumens. Treiber dafür sind neben Performance-orientierten Kampagnen die verstärkt zunehmende Markenkommunikation im Bereich der klassischen Online-Werbung“, sagt OVK-Vorsitzender Paul Mudter.



Online-Werbung baut Marktanteil weiter aus

Im Vergleich zu 2008 wird der Online-Werbemarkt in diesem Jahr seinen Anteil am Gesamtwerbemarkt um zwei Prozent auf 16,6 Prozent ausbauen, wenn die aktuelle OVK-Prognose zutrifft. Damit würde Online-Werbung erstmalig das Werbesegment der Publikums- und Fachzeitschriften mit einem Anteil von insgesamt 15,8 Prozent (Publikumszeitschriften: 14,1 Prozent, Fachzeitschriften: 1,7 Prozent) überholen. Nach TV- und Zeitungswerbung mit 36,7 beziehungsweise 21,9 Prozent würde Online-Werbung somit den dritten Platz im Bruttowerbekuchen aller Mediengattungen einnehmen. Gründe dafür sind eine konstant zunehmende Investitionsbereitschaft in Online-Werbung im ersten Halbjahr 2009 sowie die Stagnation beziehungsweise rückläufige Entwicklung der klassischen Werbung im gleichen Zeitraum.

OVK Werbestatistik 2007 bis 2008 mit Prognose für 2009 nach Segmenten



Quellen: OVK (Hochrechnung der Zahlen für die klassische Online-Werbung von 75 auf 100 % und Gesamtmarkt Online-Werbung, Prognosen), Nielsen Media Research (Datenstand Juli 2009, Erhebung der Daten für die klassische Online-Werbung auf Belegungsebene) /// Angaben für den deutschen Markt

Klassische Budgets wandern

„Gerade in Krisenzeiten stehen Effizienz und Transparenz an erster Stelle. Viele Werbebudgets haben sich daher in den letzten Monaten von der Klassik in den Online-Bereich verschoben. Eine nachhaltige Entwicklung, die den Anteil der Online-Werbung am gesamten Werbemarkt wachsen lässt“, sagt BVDW-Präsident Arndt Groth.

Bewegtbild-Werbung wächst stark

Der Bereich der Bewegtbild-Werbung konnte im ersten Halbjahr 2009, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, um 263,7 Prozent zulegen. Damit übertreffen Video-Banner das Wachstum des letzten Jahres, welches bei 236,3 Prozent lag. Auch Wallpaper konnten im ersten Halbjahr 2009 einen Zuwachs von 38,6 Prozent, Skyscraper von 28,1 Prozent und Super Banner von 9,7 Prozent vorweisen – verglichen mit dem Vorjahreszeitraum.

OVK Online-Report 2009/02

Der komplette OVK Online-Report 2009/02 ist als PDF-Dokument erhältlich unter www.bvdw.org und www.ovk.de sowie auf der dmexco am Stand des BVDW (A-001 im Messeboulevard, direkt neben der Halle 8).

Weitere Informationen auf Anfrage oder unter www.bvdw.org/presse.

Hochauflösendes Bildmaterial auf Anfrage und unter:
www.bvdw.org/presseserver/ovk_online_report_2009_02

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf

www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Ingo Notthoff, Pressesprecher

Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33

notthoff@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 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. Wir sind das Netz.