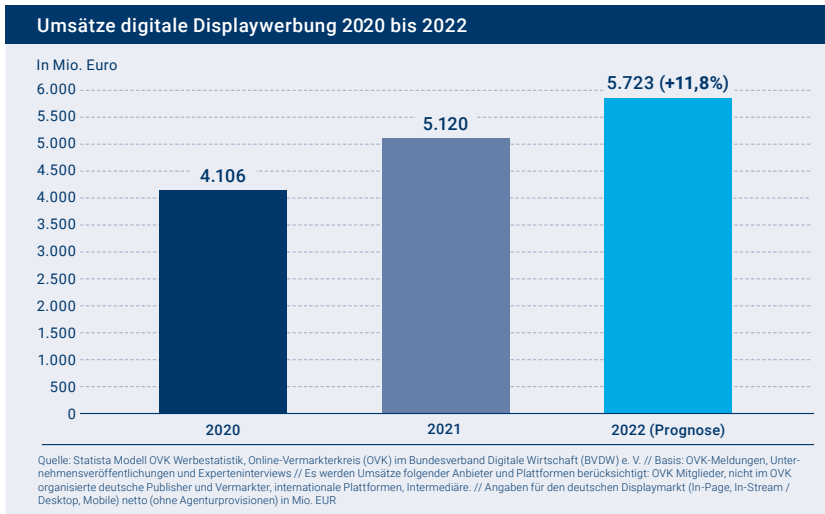


OVK-WERBESTATISTIK

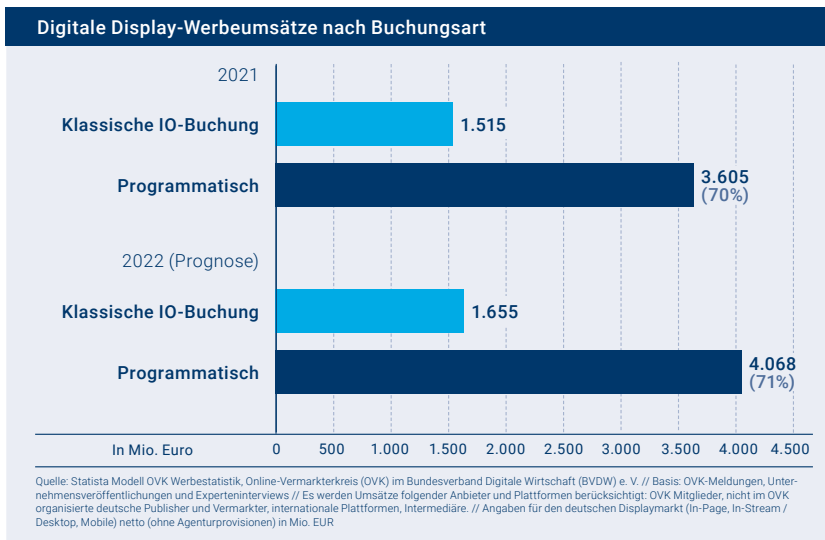
Displaywerbung 2022/I

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht zwei Mal im Jahr Daten zur Entwicklung des Displaywerbemarktes in Deutschland. Zur Ermittlung der Daten kommt ein holistisches Modell des Marktforschungsunternehmens Statista zum Einsatz, das durch die Kombination von Primär- und Sekundärdaten von Vermarktern, Publishern und internationalen Plattformen sowie Experteninterviews eine umfassende Einschätzung des digitalen Werbemarktes in Deutschland ermöglicht.



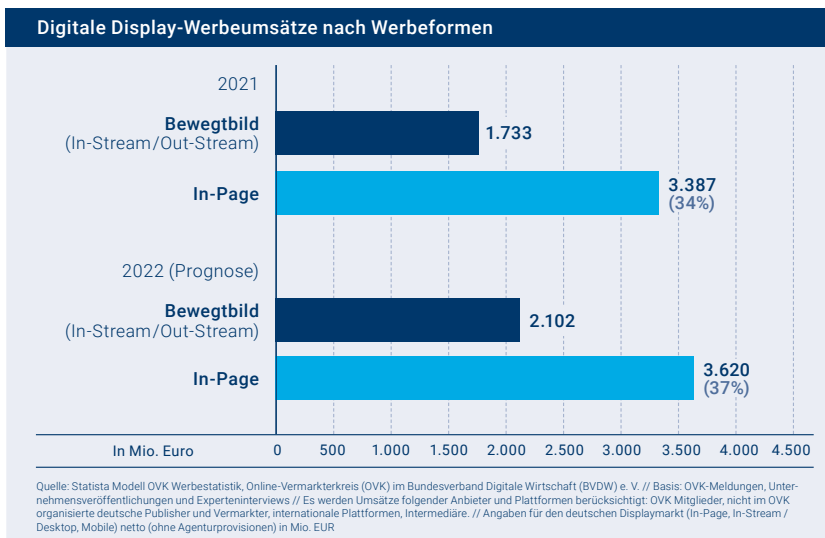
Digitaler Display-Werbemarkt wächst 2022 um 11,8 Prozent

- Corona-Pandemie treibt Digitalisierung und lässt neue digitale Angebote und Services entstehen.
- Flexible Buchungen, effizientes Targeting und der hohe Grad an Automatisierung sind zentrale Erfolgsfaktoren im Digital Advertising.
- 2021 wächst der digitale Display-Werbemarkt in Deutschland um mehr als 1 Milliarde Euro auf 5,120 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum um 24,7 Prozent.
- Für 2022 prognostiziert der OVK eine Steigerung auf insgesamt 5,723 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum zum Vorjahr um 11,8 Prozent.



Programmatic Advertising überspringt 2022 die 4-Milliarden-Marke

- 2021 werden 3,605 Milliarden Euro über programmatische Systeme gehandelt.
- Der Anteil Programmatic an den Display-Erlösen steigt leicht auf 70 Prozent.
- Für 2022 erwartet der OVK weiteres Wachstum, so dass erstmals über 4 Milliarden Euro mit Programmatic Advertising umgesetzt werden.
- Der Anteil von Programmatic an den gesamten Display-Umsätzen stabilisiert sich auf hohem Niveau.



Bewegtbild-Werbung wächst 2022 auf über 2 Milliarden Euro

- 2021 entfallen 66 Prozent der Umsätze auf In-Page-Formate, das entspricht 3,387 Milliarden Euro.
- Mit 1,733 Milliarden Euro liegt der Anteil der Bewegtbild-Umsätze bei 34 Prozent.
- Für 2022 prognostiziert der OVK ein Wachstum der Bewegtbild-Umsätze in Deutschland auf über 2 Milliarden Euro.