



ONLINE-
VERMARKTERKREIS
IM BVDW



OVK-Webkonferenz zur Entwicklung des digitalen Werbemarktes

27. Februar 2023

#digitalexperten

1. Start und Begrüßung
2. Der digitale Werbemarkt in Zahlen
3. Sustainable Digital Advertising
4. Zeit für Ihre Fragen



RASMUS GIESE
Geschäftsführer,
United Internet Media GmbH

Themen

- Marktzahlen
- DMEXCO



BJÖRN KASPRING
Vice President Product
Management,
Ströer Digital Media GmbH

Themen

- Ad Tech &
Programmatic
- Sustainability



DIRK MAURER
Director Client Services Video
& ATV,
Ad Alliance GmbH

Themen

- Gremien:
 - agof
 - agma
 - IVW
 - QiWi



JANINE KÜHNRICH
Director Digital Product
Management,
Media Impact GmbH & Co. KG

Themen

- Marketing &
Kommunikation



STEFFEN BAX
Geschäftsführer,
iq digital media marketing
gmbh

Themen

- Umfeldqualität &
Werbewirkung



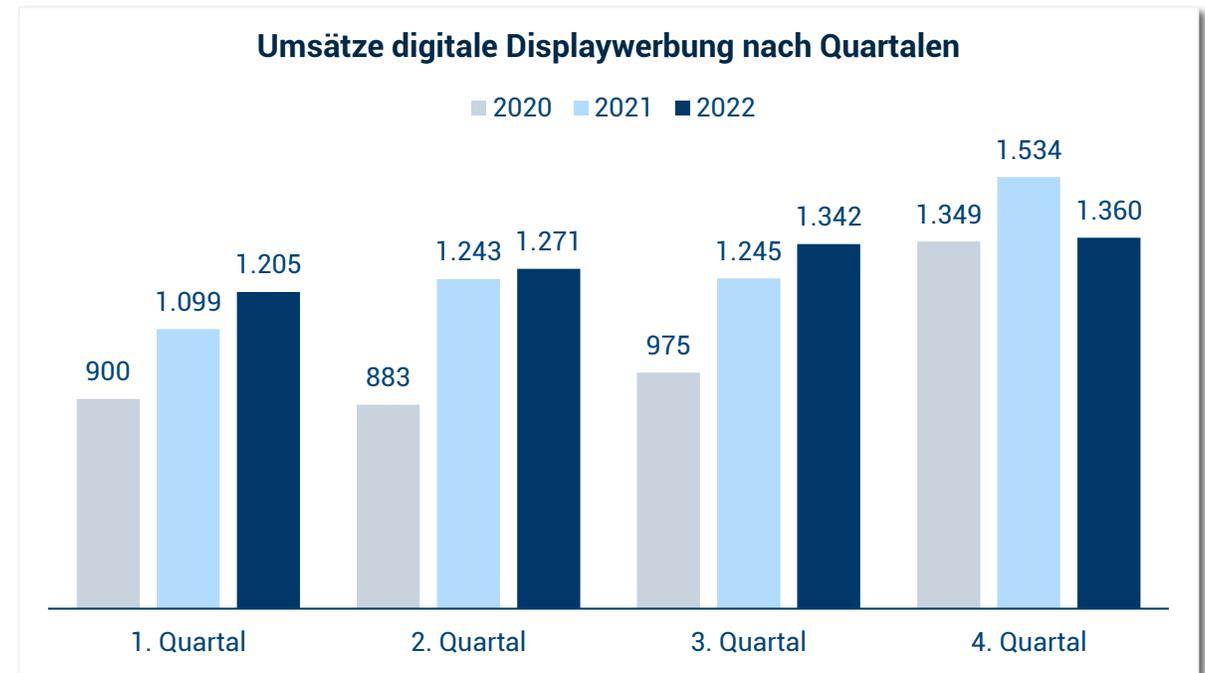
ONLINE-
VERMARKTERKREIS
IM BVDW



Der digitale Werbemarkt in Zahlen

Folgen Ukraine-Konflikt bremsen Wachstum

- In 2021 starkes Wachstum über alle Quartale.
- Q4/2021 lag deutlich über sehr gutem Vorjahresquartal.
- Wachstumsdynamik setzte sich in Q1/2022 mit einem sehr guten Start in das Jahr fort.
- Werbezurückhaltung führte im zweiten und dritten Quartal 2022 zu abgeschwächtem Wachstum.
- Q4/2022 blieb hinter den Erwartungen zurück.

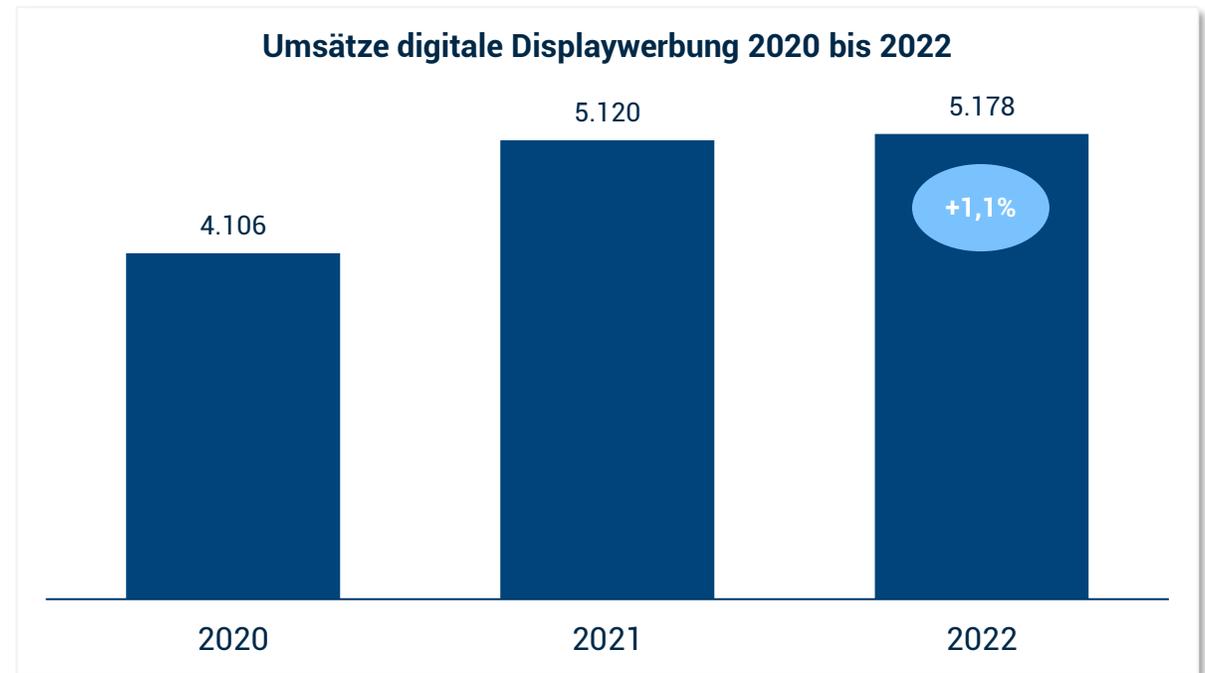


Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK organisierte deutsche Publisher und Vermarkter, internationale Plattformen, Intermediäre. // Angaben für den deutschen Displaymarkt (In-Page, In-Stream / Desktop, Mobile) netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

Digitaler Werbemarkt bestätigt hohes Niveau



- In 2020 wurden in Deutschland mit 4,106 Milliarden Euro erstmals über 4 Milliarden Euro mit Displaywerbung umgesetzt.
- In 2021 wuchs der digitale Display-Werbemarkt um mehr als 1 Milliarde Euro, es wurden 5,120 Milliarden Euro umgesetzt.
- In 2022 stiegen die Umsätze mit digitaler Displaywerbung trotz schwieriger Rahmenbedingungen auf 5,178 Milliarden Euro.
- Das entspricht einem Wachstum um 1,1 Prozent.



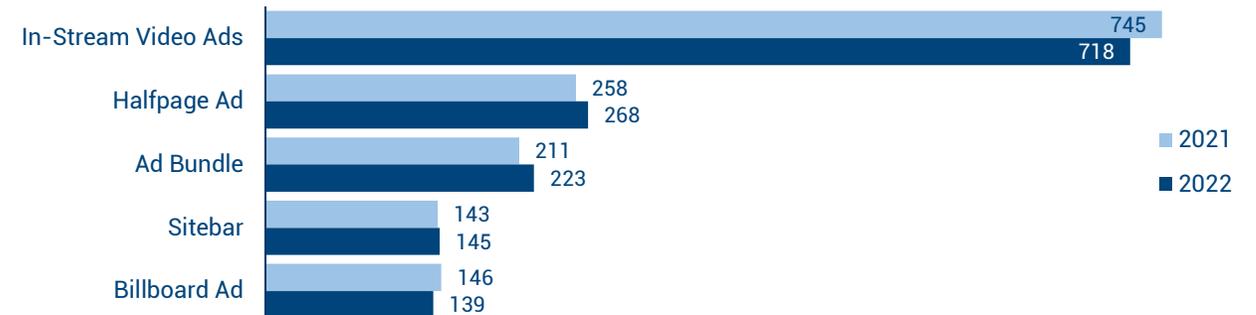
Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK organisierte deutsche Publisher und Vermarkter, internationale Plattformen, Intermediäre. // Angaben für den deutschen Displaymarkt (In-Page, In-Stream / Desktop, Mobile) netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

Premium-Werbeformen sind Wachstumstreiber

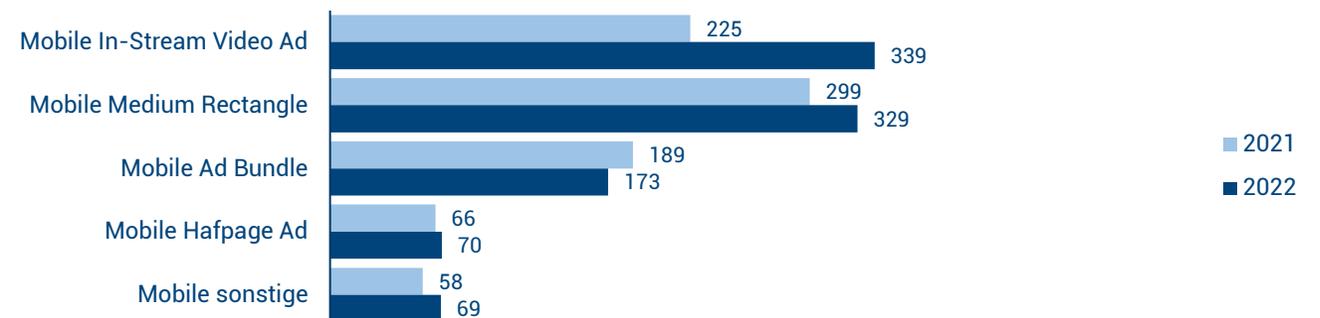


- In-Stream Video Ads waren im Jahr 2022 mobil und stationär die umsatzstärksten Werbeformen.
- Brandingformate wie Halfpage Ad und Mobile Medium Rectangle wiesen 2022 Wachstum auf.

Top 5 Desktop-Werbeformen nach Brutto-Werbeinvestitionen



Top 5 Mobile-Werbeformen nach Brutto-Werbeinvestitionen

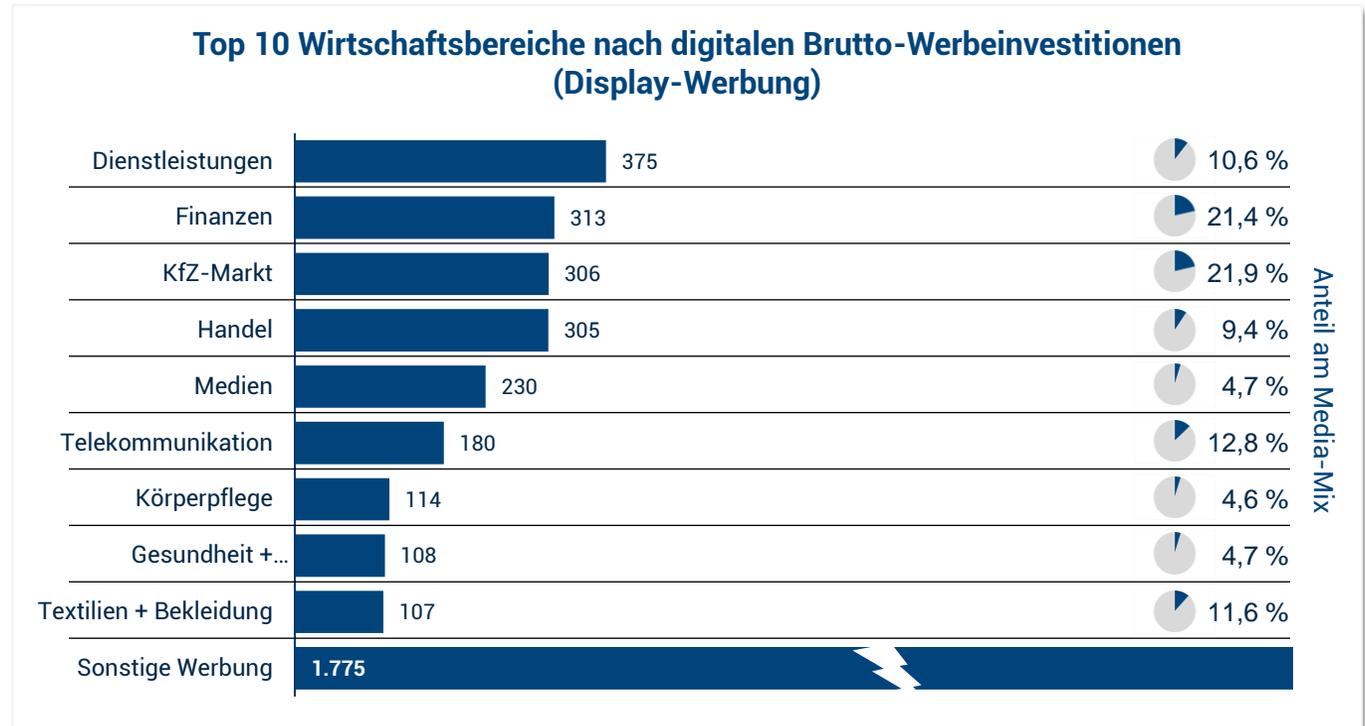


Quelle: The Nielsen Company (Online-Werbung, Datenstand Februar 2023, Zeitraum 01.01.21 bis 31.12.22). Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro

Einzelne Branchen nach wie vor mit Nachholbedarf



- Wirtschaftsbereiche Dienstleistungen, Finanzen und KFZ in 2022 Spitzenreiter bei Online-Spendings.
- Unter den TOP 10 Branchen weisen KFZ und Finanzen den höchsten Anteil Digital am Media-Mix auf.
- Mit geringem Anteil Digital am Media-Mix zeigen die Branchen Körperpflege, Gesundheit + Pharmazie sowie Medien Wachstumspotenzial.

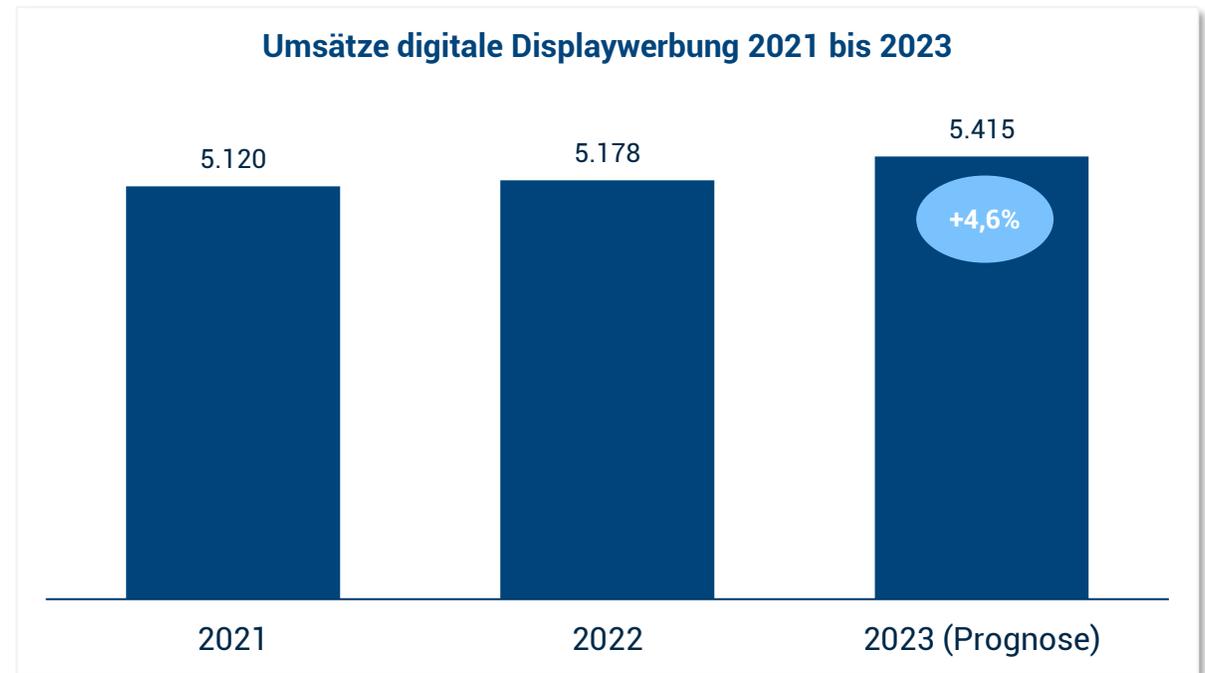


Quelle: The Nielsen Company (Online-Werbung, Datenstand Februar 2023, Zeitraum 01.01.22 bis 31.12.22). Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro

Deutscher Displaymarkt wächst 2023 um 4,6%



- Für 2023 prognostiziert der OVK eine Fortsetzung des Wachstums im deutschen Display-Markt.
- Wir erwarten eine Steigerung auf insgesamt 5,415 Milliarden Euro.
- Das entspricht einem Wachstum zum Vorjahr um 4,6 Prozent.

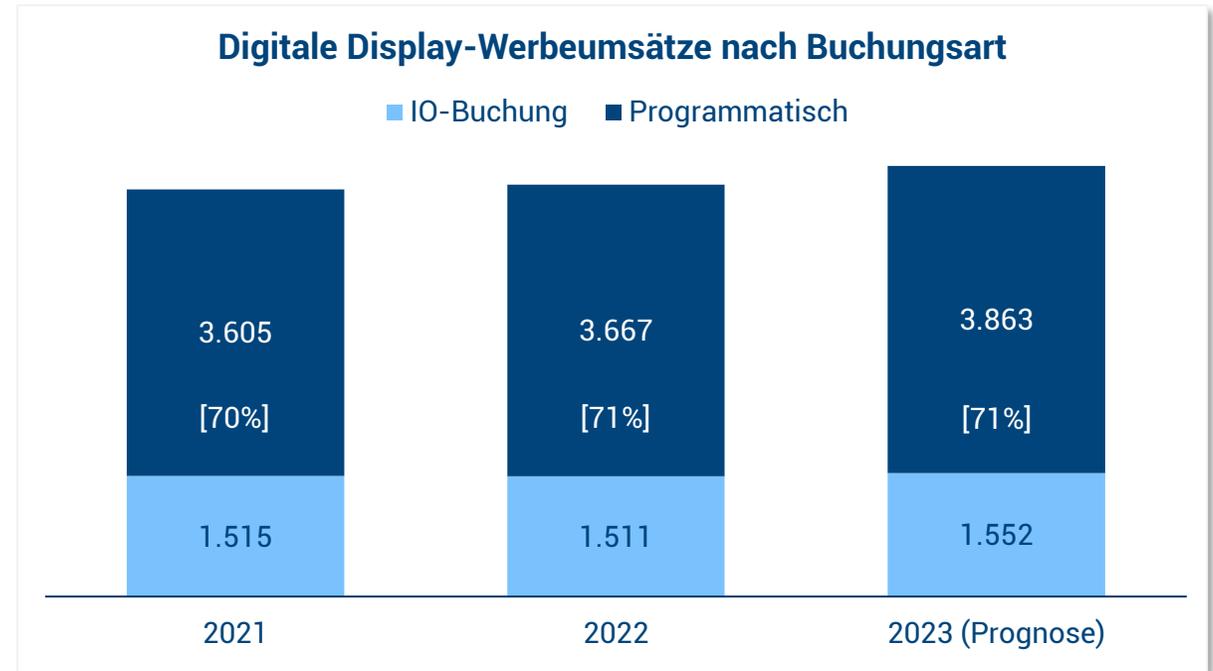


Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK organisierte deutsche Publisher und Vermarkter, internationale Plattformen, Intermediäre. // Angaben für den deutschen Displaymarkt (In-Page, In-Stream / Desktop, Mobile) netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

Programmatic stabilisiert sich auf hohem Niveau



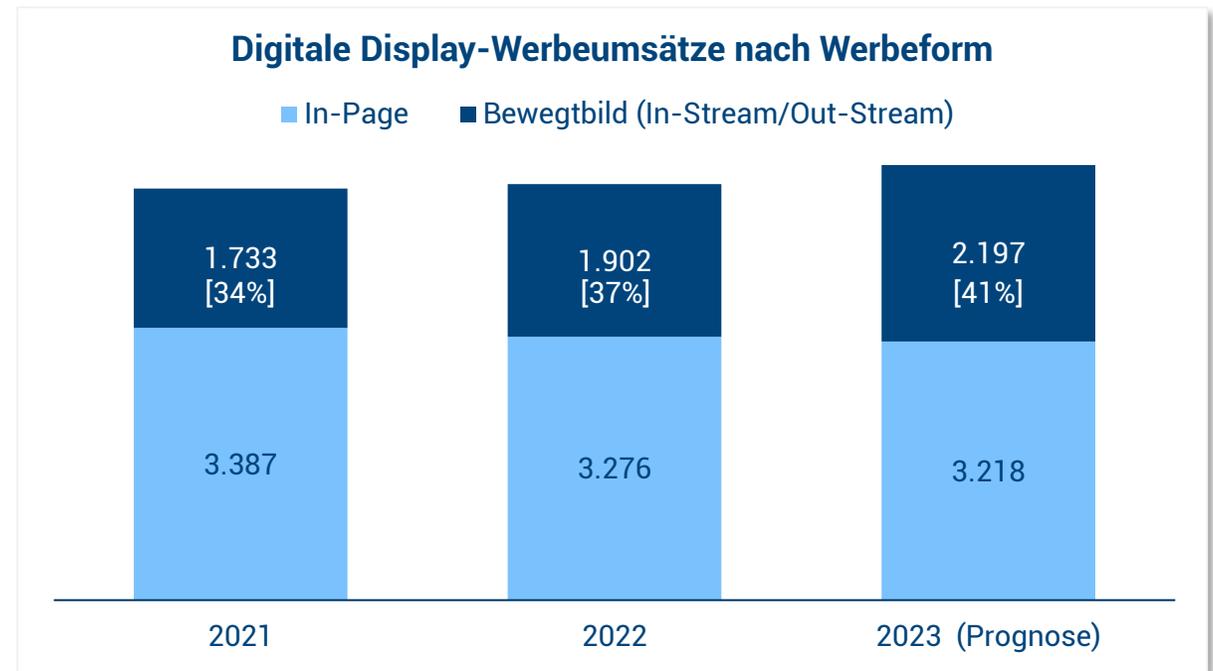
- 2022 wurde Displaywerbung im Wert von insgesamt 3,667 Milliarden Euro über programmatische Systeme gehandelt.
- Damit stieg der Anteil von Programmatic an den gesamten Display-Umsätzen leicht auf 71 Prozent.
- 2023 stabilisiert sich der Programmatic-Anteil auf dem erreichten hohen Niveau.



Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK organisierte deutsche Publisher und Vermarkter, internationale Plattformen, Intermediäre. // Angaben für den deutschen Displaymarkt (In-Page, In-Stream / Desktop, Mobile) netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

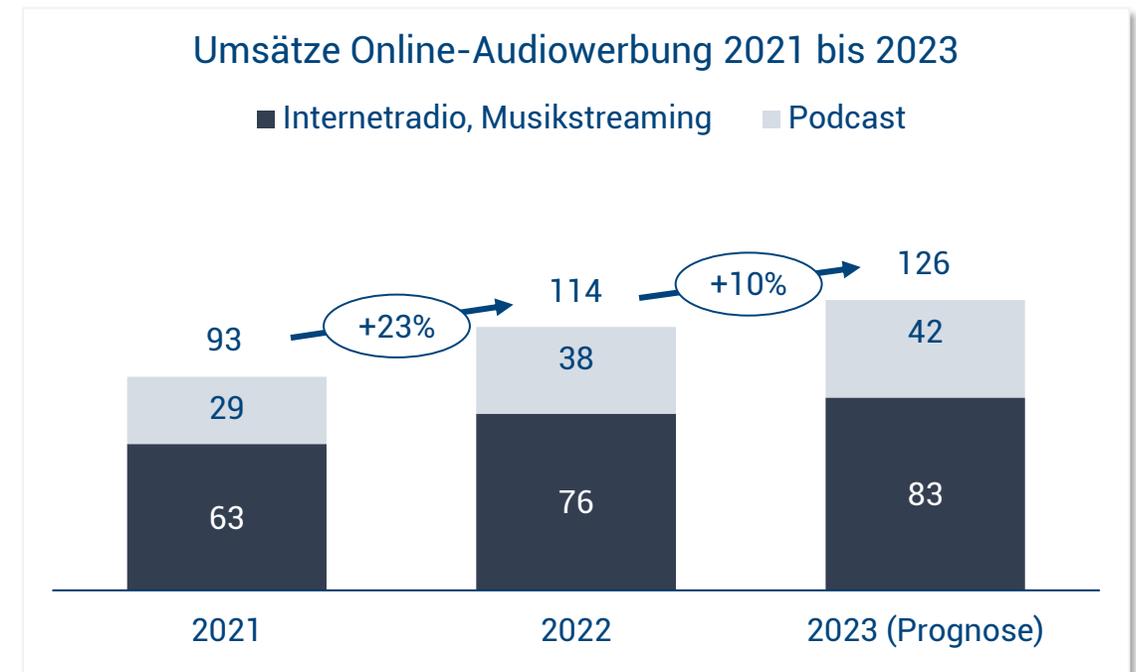
Bewegtbildformate sind Wachstumstreiber

- In 2022 entfielen mit 3,276 Milliarden Euro 63 Prozent der Umsätze auf In-Page-Formate.
- Mit 1,902 Milliarden Euro lag der Anteil der Bewegtbild-Umsätze bei 37 Prozent.
- Für 2023 prognostiziert der OVK ein Wachstum der Bewegtbild-Umsätze in Deutschland auf über 2 Milliarden Euro.



Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK organisierte deutsche Publisher und Vermarkter, internationale Plattformen, Intermediäre. // Angaben für den deutschen Displaymarkt (In-Page, In-Stream / Desktop, Mobile) netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

- 45 Millionen Deutsche nutzen regelmäßig Online-Audio-Angebote, 30 Millionen sogar täglich.*
- Mit Online-Audio-Werbung wurden 2022 Umsätze in Höhe von 114 Millionen generiert. Das entspricht einem Wachstum von 23 Prozent.
- Für das Jahr 2023 wird ein Wachstum von 10 Prozent auf 126 Millionen Euro erwartet.



Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik/Audio, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: Unternehmensveröffentlichungen, Reichweiten- und Nutzungsanalysen sowie Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: Internetradios, Musikstreaming-Angebote, Podcasts // Angaben für den digitalen Audiomarkt in Deutschland netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

*) Quelle: Online-Audio-Monitor (OAM) 2022



ONLINE-
VERMARKTERKREIS
IM BVDW



Sustainable Digital Advertising

Sustainable Digital Advertising

- Steigende gesellschaftliche und rechtliche Anforderungen
- Digitale Werbung will konkreten Beitrag leisten
- Gemeinsame Stimme aller Marktteilnehmer für Nachhaltigkeitsstandards
- Transparenz und Vergleichbarkeit
- Lösungsvorschläge zur Reduktion des Ressourcenverbrauches
- Handlungsempfehlungen für klimafreundlichen Umbau digitaler (Media-)Geschäftsmodelle





ONLINE-
VERMARKTERKREIS
IM BVDW



Zeit für Ihre Fragen

#digitalexperten

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

BVDW

#digitalexperthen