



ONLINE-
VERMARKTERKREIS
IM BVDW



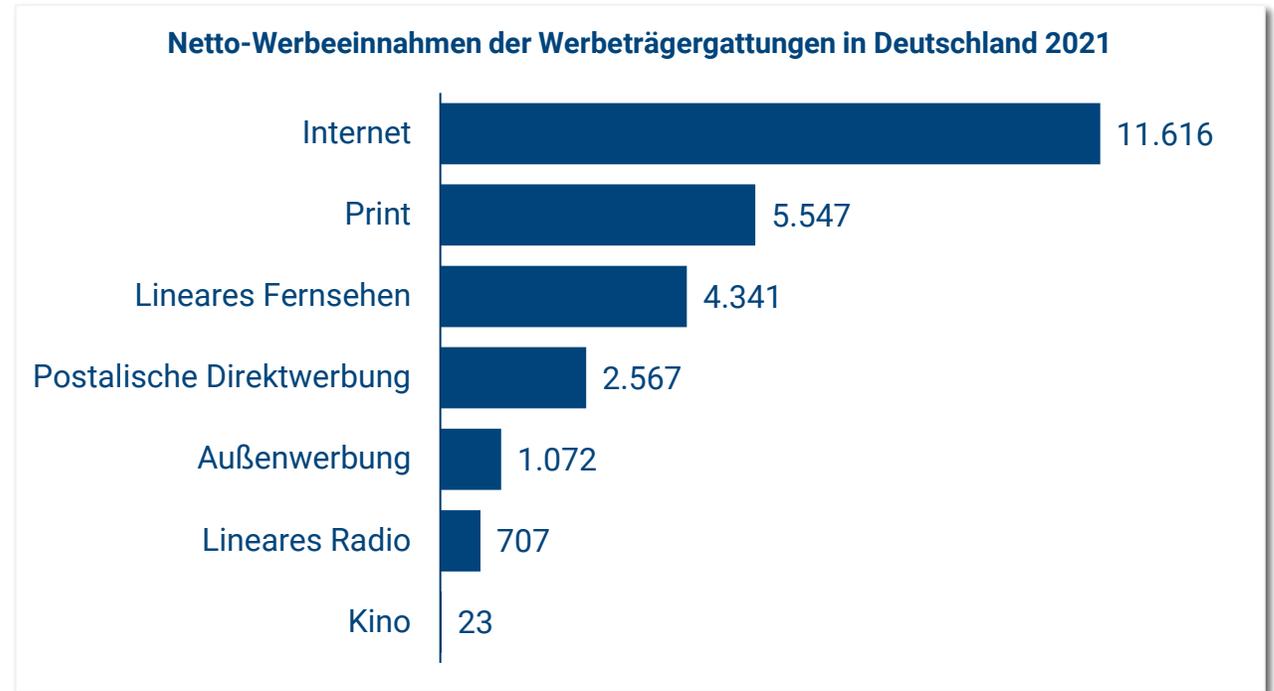
Der digitale Werbemarkt in Zahlen

Ein Fünftel der Umsätze fließt in Online-Display



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- 45 Prozent der Netto-Werbeinnahmen entfielen im Jahr 2021 auf digitale Werbeträger.
- In-Page- und In-Stream-Advertising sind in 2021 auf 5,12 Milliarden Euro gewachsen:
 - 44 Prozent der Internet-Werbeinnahmen
 - 20 Prozent der gesamten Netto-Werbeinnahmen
 - Größer als lineares Fernsehen



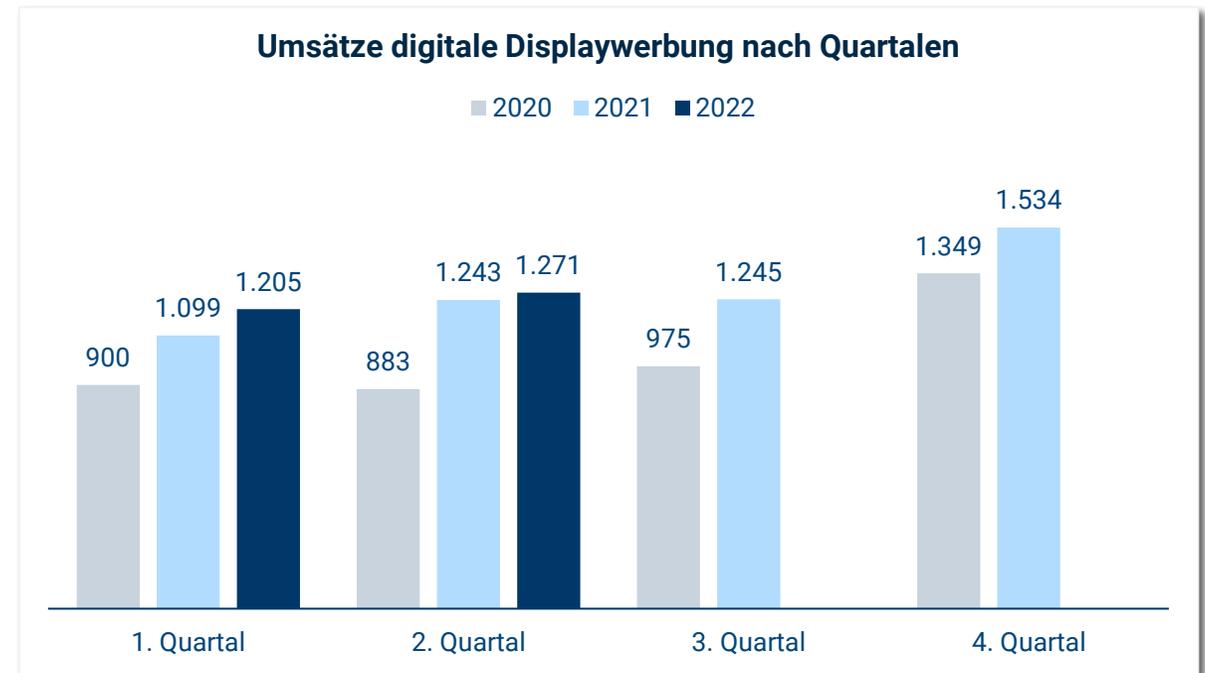
Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e. V., Werbung 2022 / Angaben in Millionen Euro / Internet: Search, In-Page Ads, In-Stream Video und Audio sowie Classifieds; Print: Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Anzeigenblätter, Publikumszeitschriften, Verzeichnismedien, Wochen- und Sonntagzeitungen

Hohes Niveau wird gehalten und übertroffen



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- Alle Quartale des Jahres 2021 wiesen zweistellige Wachstumsraten auf.
- Digitale Displaywerbung hat damit in 2021 ein neues Niveau erreicht und die 5-Milliarden-Marke übersprungen.
- Trend setzt sich Anfang 2022 fort: Erstes Quartal 2022 fast 10 Prozent über Vorjahr.
- Ausbruch des Krieges in der Ukraine und seine Folgen lässt das „Fahren auf Sicht“ in die Werbeplanung zurückkehren.
- Zweites Quartal 2022 liegt dennoch um über 2 Prozent über Vorjahr.

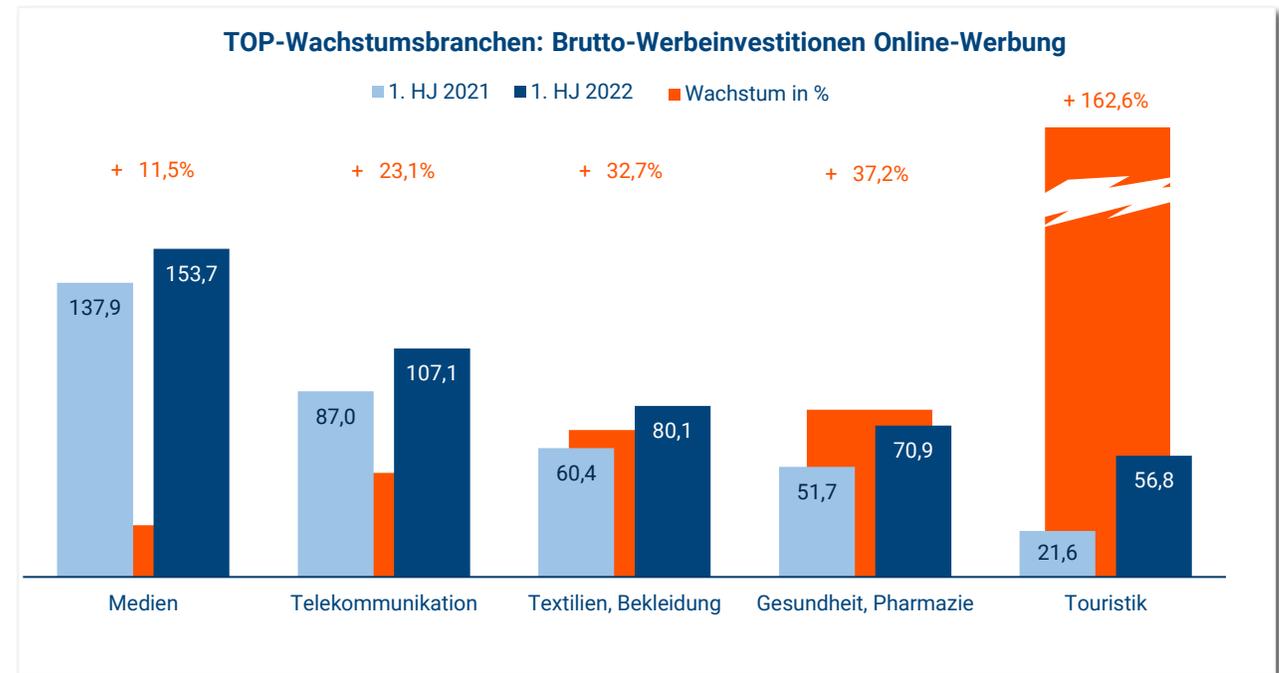


Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK 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

TOP-Branchen mit zweistelligen Wachstumsraten

SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- Branchen wie Touristik, Gesundheit und Bekleidung weisen im ersten Halbjahr 2022 zweistellige Wachstumsraten auf.
- Intensive Nutzung und die flexiblen Buchungsmöglichkeiten der digitalen Medien sind zentrale Erfolgsfaktoren.



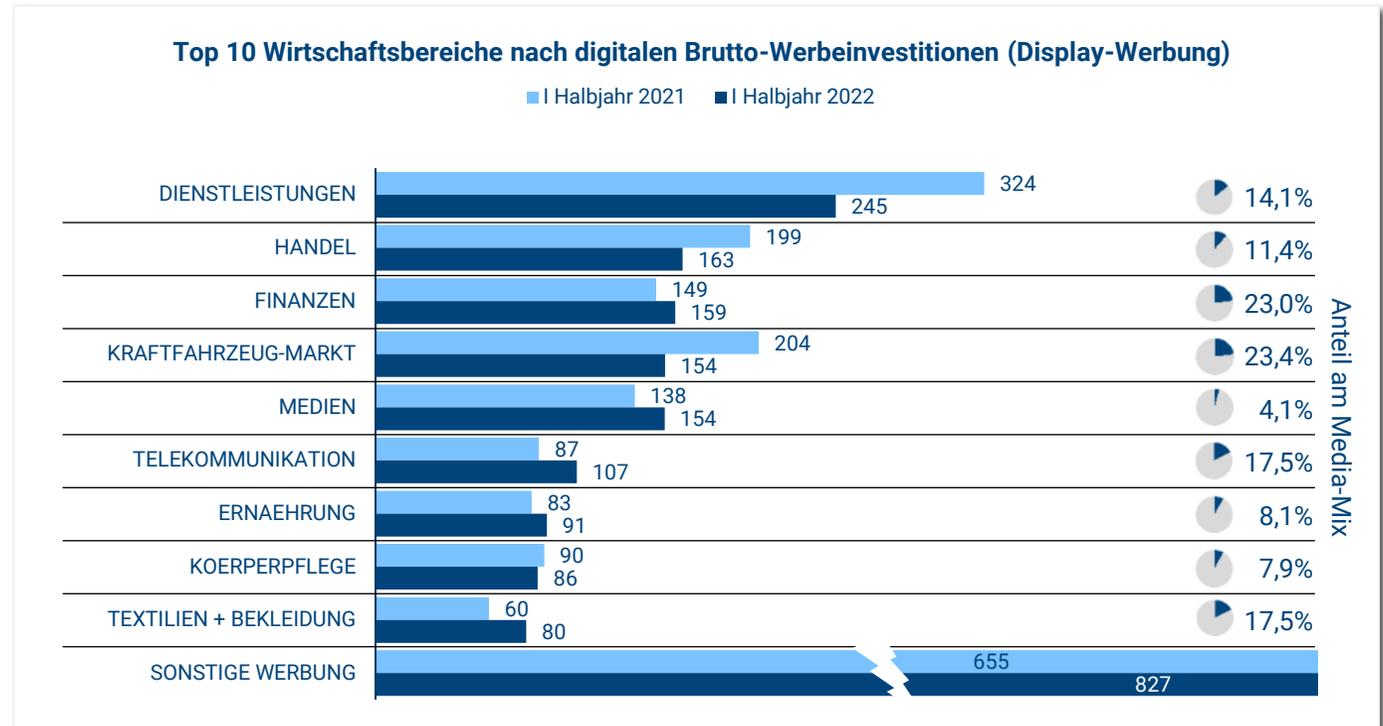
Quelle: Quelle: Nielsen Media Germany GmbH; Nielsen Online Werbestatistik; Bereinigter Werbetrend; Zeitraum: 01.01.2021 - 30.06.2021 und 01.01.2022 – 30.06.2022. Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro und in %

Steigende Spendings in sechs der TOP 10 Branchen



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- Dienstleistungen und Handel unverändert Spitzenreiter bei Online-Display-Spendings
- Textilien & Bekleidung erstmals unter den TOP 10 Branchen.
- Unter den TOP 10 Branchen weisen Telekommunikation und Textilien & Bekleidung das absolut größte Wachstum auf.
- Anteil Online-Display am Media-Mix bei Ernährung und Körperpflege noch unterdurchschnittlich.



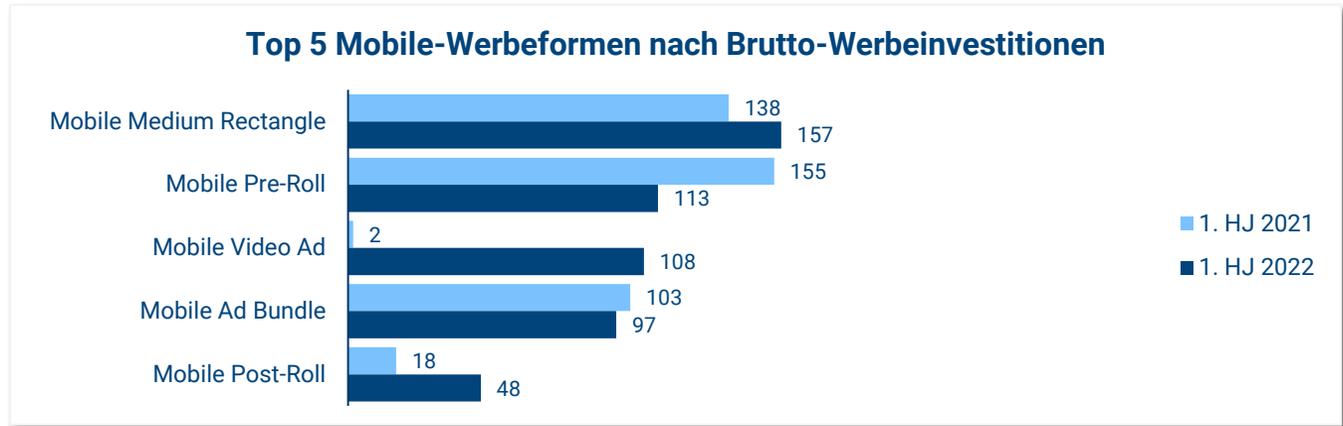
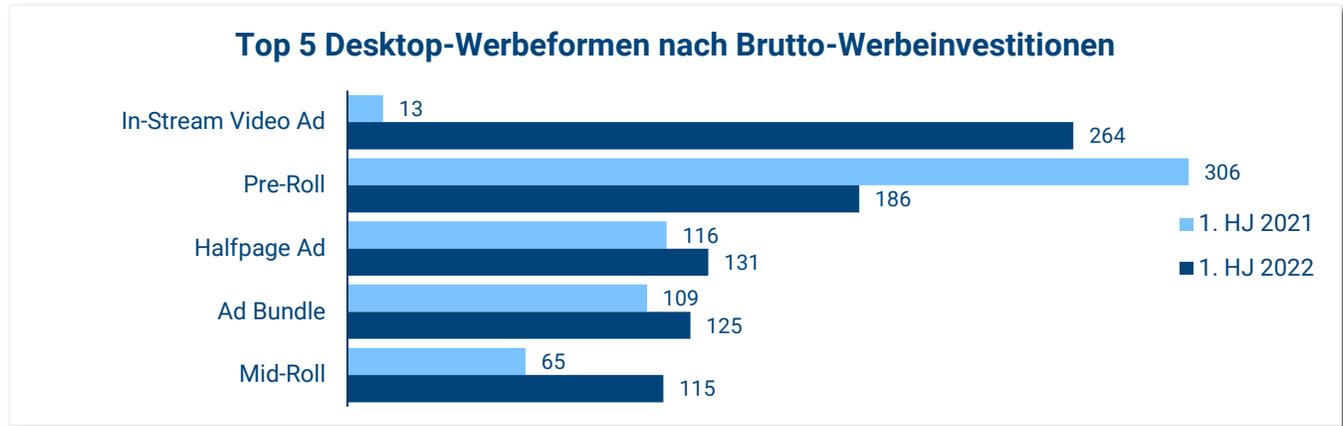
Quelle: Quelle: Nielsen Media Germany GmbH; Nielsen Online Werbestatistik; Bereinigter Werbetrend; Zeitraum: 01.01.2021 - 30.06.2021 und 01.01.2022 – 30.06.2022. Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro

Starkes Wachstum bei fast allen TOP-Werbeformen



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- In-Stream Video Ad löst Pre-Roll als umsatzstärkste Werbeform ab.
- Desktop Mid-Roll und Mobile Post-Roll mit hohen Wachstumsraten.
- Branding-Formate Halfpage Ad, Ad Bundle sowie Mobile Medium Rectangle ebenfalls mit zweistelligen Wachstumsraten.



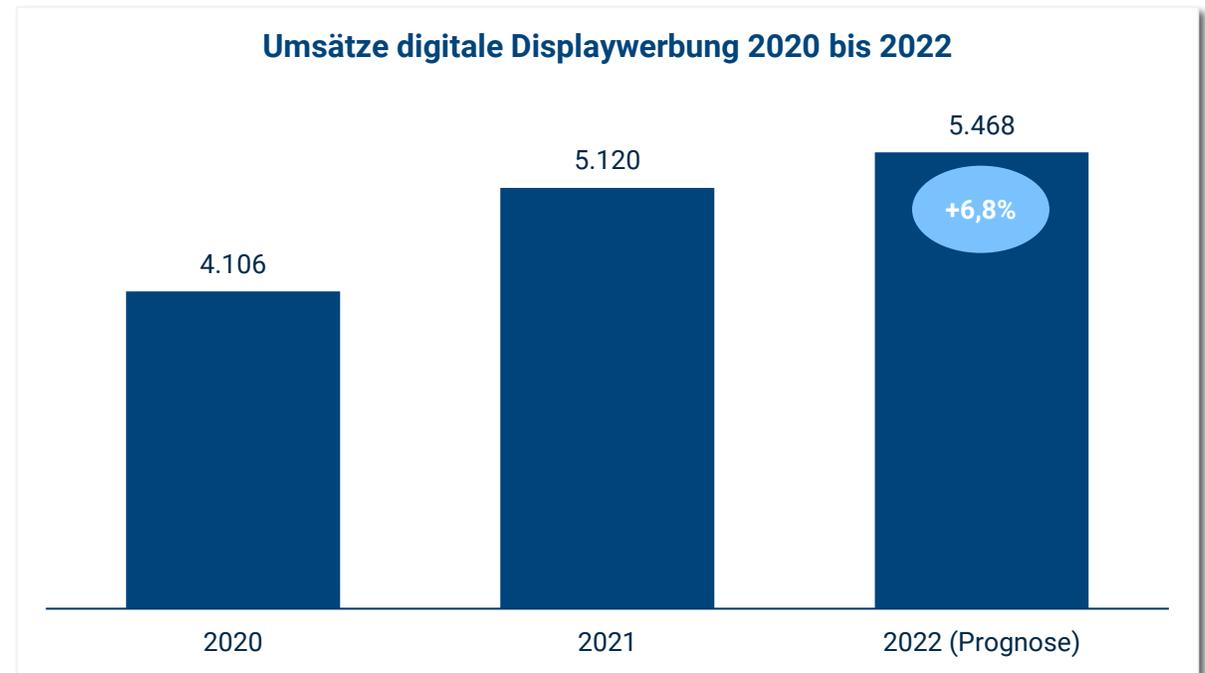
Quelle: Nielsen Media Germany GmbH; Nielsen Online Werbestatistik; Bereinigter Werbetrend; Zeitraum: 01.01.2021 - 30.06.2021 und 01.01.2022 – 30.06.2022. Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro

Deutscher Displaymarkt wächst 2022 um 6,8%



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- Für 2022 prognostiziert der OVK eine Steigerung der Umsätze aus Online-Displaywerbung auf insgesamt 5,468 Milliarden Euro.
- Das entspricht einem Wachstum zum Vorjahr um 6,8 Prozent.



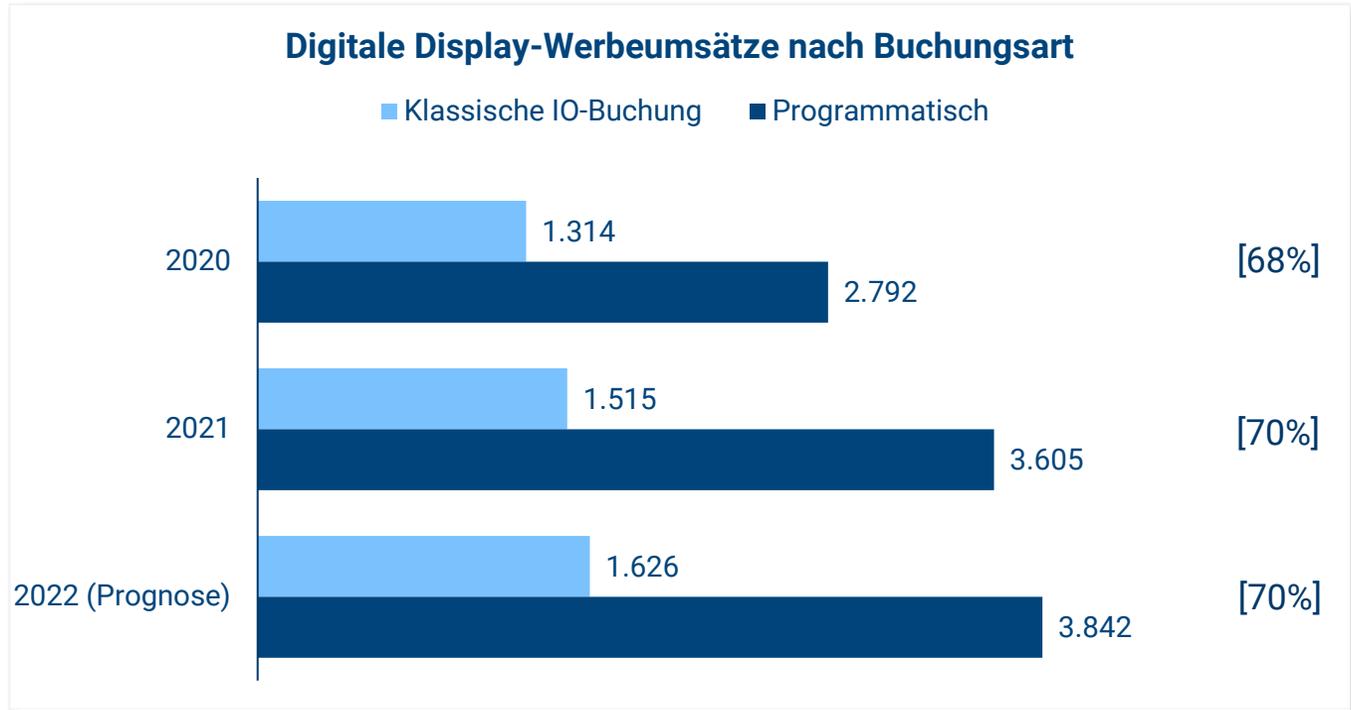
Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK 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



SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- In 2021 wurden 3,605 Milliarden Euro über programmatische Systeme gehandelt.
- Der Anteil Programmatic an den Display-Erlösen stieg damit leicht auf 70 Prozent.
- In 2022 stabilisiert sich der Anteil von Programmatic an den gesamten Display-Umsätzen 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

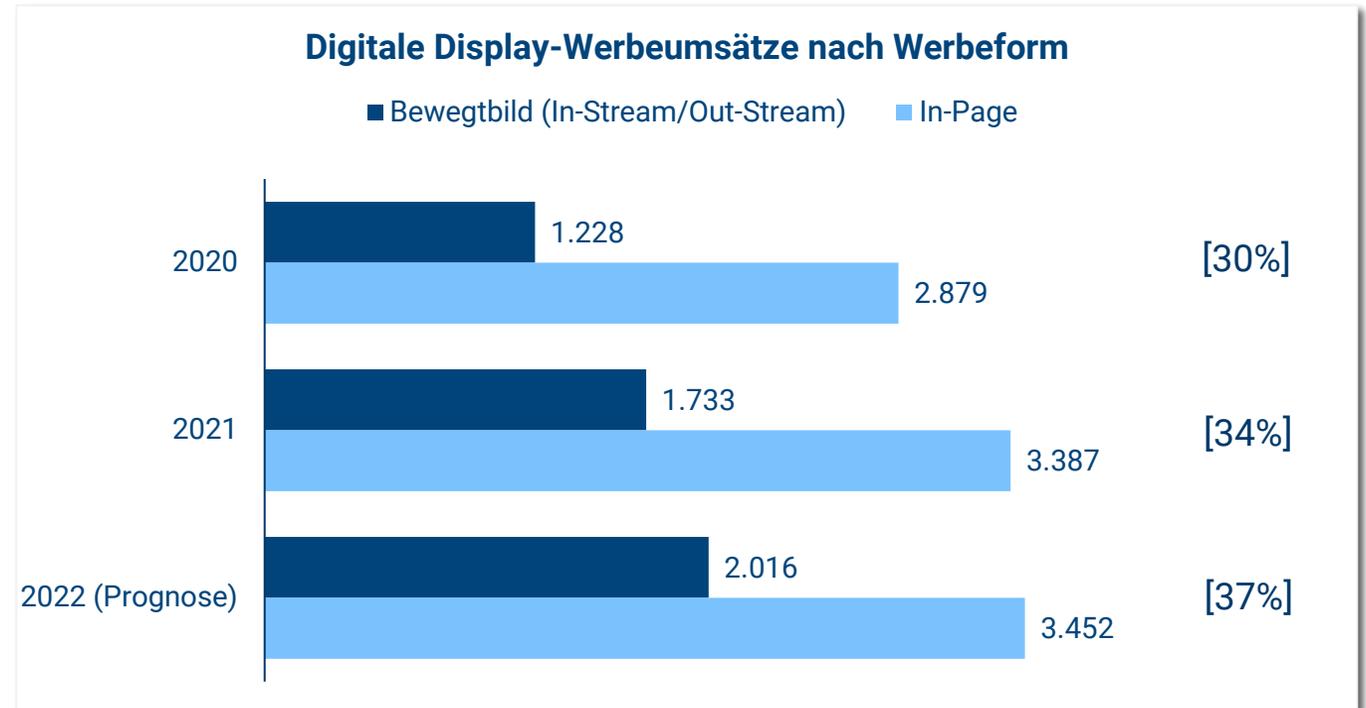


Bewegtbild wächst auf über 2 Milliarden Euro



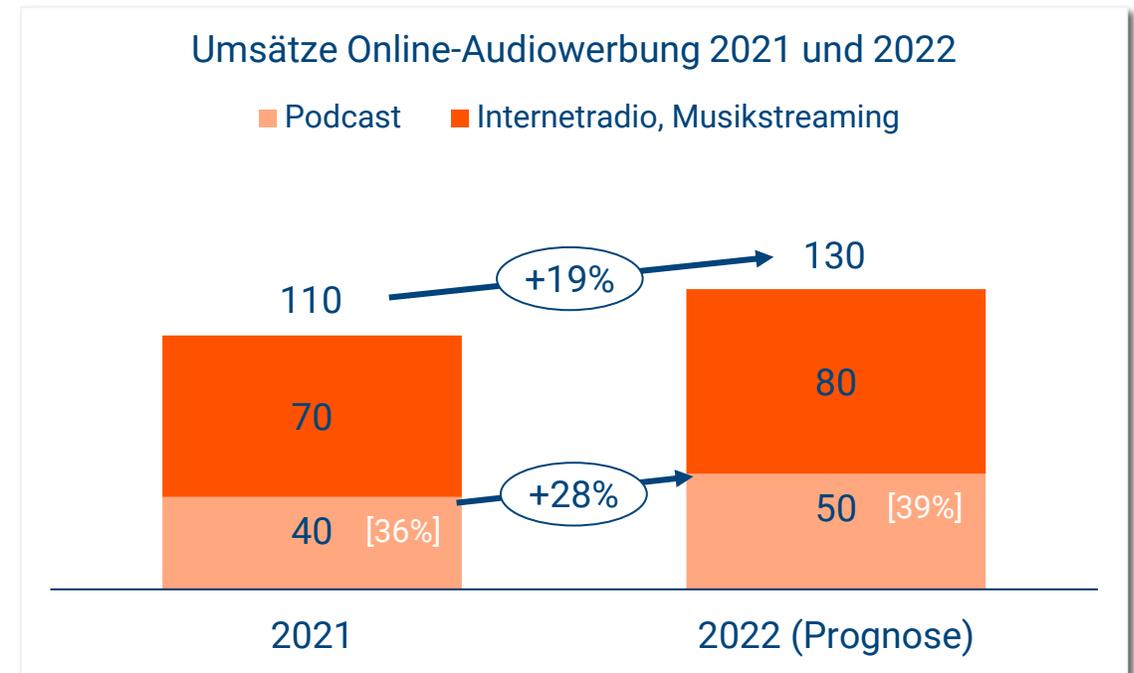
SPERRFRIST BEACHTEN: 21.09.2022 um 10:00 Uhr

- In 2021 entfielen mit 3,387 Milliarden Euro 66 Prozent der Umsätze auf In-Page-Formate.
- Mit 1,733 Milliarden Euro lag 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.



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.*
- OVK analysiert erstmals Online-Audio-Werbemarkt und schätzt die mit Online-Audio-Werbung generierten Umsätze für 2021 auf 110 Millionen Euro.
- Für das Jahr 2022 wird ein Wachstum von 19 Prozent auf etwa 130 Millionen Euro erwartet.
- Popularität von Online-Audio, zunehmende Standardisierung von Werbeformen und Podcasts treiben das Wachstum.



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