BVDW: Online-Werbemarkt durchbricht 6-Milliarden-Euro-Grenze in 2012

BVDW: Online-Werbemarkt durchbricht 6-Milliarden-Euro-Grenze in 2012

Online-Werbung wächst 2012 brutto um 13 Prozent auf 6,47 Milliarden Euro / Internet baut Position als zweitstärkstes Medium im Mediamix aus / OVK prognostiziert 11 Prozent Wachstum auf 7,18 Milliarden Euro Bruttowerbevolumen für 2013
Düsseldorf, 27. Februar 2013 - Der Online-Werbemarkt in Deutschland ist 2012 auf 6,47 Milliarden Euro gewachsen. Dies geht aus der Erhebung der Bruttowerbeinvestitionen durch den Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. Das Internet baut mit 21,8 Prozent seine Position im Mediamix als zweitstärkstes Werbemedium nach TV aus und vergrößert seinen Vorsprung gegenüber dem Printmarkt im dritten Jahr in Folge. Für 2013 prognostiziert der OVK ein Wachstum der Online-Werbung von 11 Prozent auf 7,18 Milliarden Euro Bruttowerbevolumen. Alle Marktzahlen zum Online-Werbemarkt 2012 in Deutschland sowie die Prognose für 2013 finden Sie ab Mitte März im neuen OVK Online-Report 2013/01 unter www.ovk.de und www.bvdw.org .
Ungebrochene Relevanz der Online-Werbung
"Die anhaltende Digitalisierung der Medienlandschaft hat sich im Jahr 2012 erneut in steigenden Online-Werbeumsätzen niedergeschlagen. Die Investitionsbereitschaft der werbungtreibenden Unternehmen hat die Prognose vom Anfang des vergangenen Jahres sogar noch übertroffen. Werbetreibende schätzen das Internet als transparentes und effizientes Werbemedium, das innovative multimediale Kampagnen für eine nachhaltige Markenkommunikation ermöglicht", sagt Paul Mudter (IP Deutschland), Vorsitzender des OVK im BVDW.
Klassische Online-Werbung bleibt Wachstumstreiber
Der Online-Werbemarkt hat 2012 in Deutschland keine konjunkturelle Flaute erkennen lassen und weist ein erneutes Wachstum vor. Das Bruttowerbevolumen für klassische Online-Werbung, Suchwortvermarktung und Affiliate-Netzwerke hat mit 6,47 Milliarden Euro einen neuen Höchstwert und eine Steigerungsrate von 13 Prozent zum Vorjahr erreicht. Mit 3,78 Milliarden Euro kann die klassische Online-Werbung im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozent zulegen. Dies entspricht einem absoluten Zuwachs von 489 Millionen Euro. Suchwortvermarktung steht mit Werbeinvestitionen von 2,28 Milliarden Euro und einer Wachstumsrate von 10 Prozent gegenüber 2011 auf Platz zwei. Mit ebenfalls einem Zuwachs von 10 Prozent folgen die Affiliate-Netzwerke mit 411 Millionen Euro.
Prognose 2013: Über 7,18 Milliarden Euro Bruttowerbevolumen
Für das laufende Jahr erwartet der OVK erneut eine positive Entwicklung des Online-Werbemarktes mit einem Wachstum von bis zu 11 Prozent. Der OVK prognostiziert damit ein Bruttowerbevolumen der Internet-Werbung in Höhe von 7,18 Milliarden Euro. Mit diesem prognostizierten Volumen hätte der Online-Werbemarkt seit 2011 um rund 25 Prozent zugelegt. Dies entspricht 1,44 Milliarden Euro und liefert einen eindrucksvollen Beleg für die Relevanz des Internets als Werbeträger.
Bruttowerbekuchen belegt Strukturwechsel im Mediamix
In 2012 sind mit einem Anteil von 21,8 Prozent über ein Fünftel der Bruttowerbeinvestitionen auf das Internet entfallen. Damit konnte das Online-Medium seinen Anteil im vergangenen Jahr um 2,2 Prozentpunkte ausbauen und seine starke Position im Mediamix festigen. Gleichzeitig hat das Internet damit seinen Abstand zum führenden Werbemedium TV (38,2 Prozent) weiter reduziert. Betrug der Vorsprung von TV in 2011 noch 18,4 Prozentpunkte, schmälert sich dieser in 2012 auf nur noch 16,4 Prozentpunkte. Die Anteilsentwicklungen bei den auf Platz drei und vier liegenden Werbemedien Zeitungen (17,0 Prozent) und Zeitschriften (12,0 Prozent) sind im Vorjahresvergleich weiter rückläufig. Entsprechend vergrößert sich auch der Abstand zum Werbemedium Internet, hinter dem die Zeitungen um 4,8 Prozentpunkte und die Publikumszeitschriften um 9,8 Prozentpunkte zurückliegen.
OVK Online-Report 2013/01 ab Mitte März
Der vollständige OVK Online-Report 2013/01 mit allen Zahlen zum Online-Werbemarkt 2012 und der Prognose für das laufende Jahr 2013 ist ab Mitte März unter www.bvdw.org und www.ovk.de erhältlich.
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: <br /> http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_ovk_online_report_2013_01/

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.

Kontakt:
Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 211 600456-25, Fax: -33
schnoor@bvdw.org
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
 www.bvdw.org
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=524024" width="1" height="1">

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

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.