

Presseinformation

Online-Werbung boomt in der Krise

- Internetwerbung in Höhe von 340 Millionen Euro im ersten Quartal
- Werbemarkt wächst um 11,2 Prozent

Berlin, 18. Mai 2009

Online-Werbung im Wert von 340 Millionen Euro wurde in Deutschland von Januar bis März 2009 geschaltet. Das ist ein Plus von 11,2 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal. Diese Daten veröffentlichte der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) heute auf Basis einer exklusiven Untersuchung des Marktforschungsinstituts Thomson Media Control. „Der Online-Werbemarkt wächst trotz Wirtschaftskrise weiter“, sagte Achim Berg, Vizepräsident des BITKOM. „Die Stärken des Internets als Werbemedium überzeugen gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.“

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

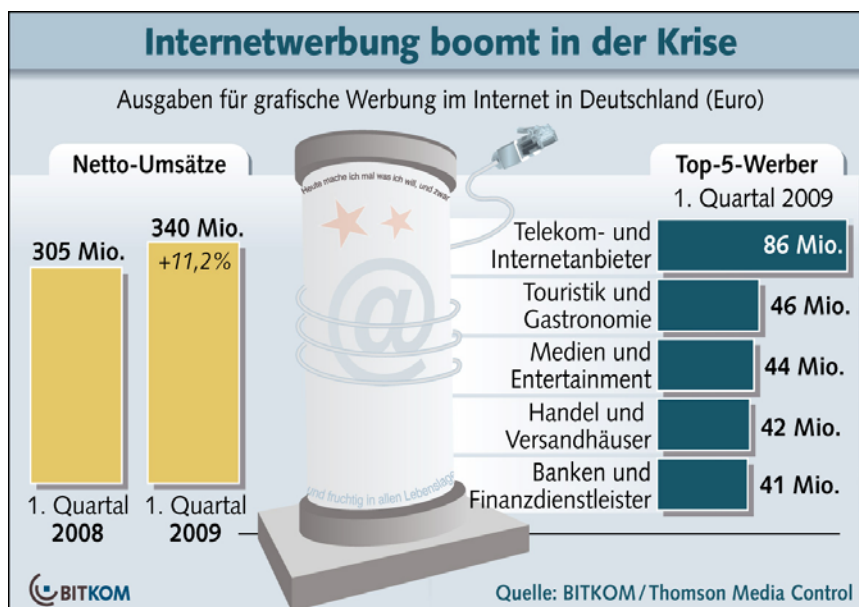
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
Tel.: +49.30.27576-0
Fax: +49.30.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Christian Hallerberg
Pressesprecher
Public Sector & Neue Märkte
Tel.: +49.30.27576-119
Fax: +49.30.27576-400
c.hallerberg@bitkom.org

Florian Koch
Bereichsleiter
Digitale Medien & E-Dienste
Tel.: +49.30.27576-249
Fax: +49.30.27576-400
f.koch@bitkom.org

Präsident
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
August-Wilhelm Scheer

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder



Die Zahl der Internetnutzer steigt weiter an, zugleich wächst die Nutzungsdauer. Dadurch wird das Netz als Werbemedium noch attraktiver. Im Internet ist zudem die Wirkung von Online-Werbung besonders hoch, da das Medium interaktiv genutzt wird und Zielgruppen zudem sehr genau angesprochen werden können.

Presseinformation

Online-Werbung boomt in der Krise

Seite 2

Die wichtigsten Werbekunden sind erneut Telekommunikationsanbieter und Betreiber von Onlinediensten. Mit gut 86 Millionen Euro steuern sie im ersten Quartal 2009 den größten Anteil zum Online-Werbemarkt bei. Zu den Top-Fünf-Werbern zählen außerdem die Unternehmen der Touristik- und Gastronomiesparte mit einem Online-Werbebudget von insgesamt 46,1 Millionen Euro, Entertainment- und Medienunternehmen mit 43,5 Millionen Euro, Handel und Versandhäuser mit 41,6 Millionen Euro sowie die Finanzwirtschaft mit 40,6 Millionen Euro.

Im Gesamtjahr 2008 hatte der deutsche Markt für klassische Online-Werbung mit 1,3 Milliarden Euro eine neue Rekordmarke erreicht. Das ist ein Plus von 29 Prozent gegenüber 2007. Damals betragen die Netto-Werbeumsätze mit grafischer Online-Werbung 976 Millionen Euro.

Zur Methodik: Sämtliche Angaben basieren auf einer Erhebung von Thomson Media Control und umfassen alle Formen klassischer Online-Werbung. Dazu zählen grafische Werbemittel wie Banner, Pop-Ups und Streaming Ads. Suchwort-Marketing und Affiliate-Marketing sind nicht eingeschlossen. Ausgewiesen ist der hochgerechnete Nettoumsatz. Im Gegensatz zum deutlich höheren Bruttoumsatz gibt er nicht die Summe der Listenpreise wieder, sondern berücksichtigt unter anderem geschätzte Rabatte und Agenturprovisionen. Der Unterschied zwischen Brutto- und Nettoumsatz stellt den Unterschied zwischen formell ausgewiesenen und tatsächlich gezahlten Anzeigenpreisen dar.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.200 Unternehmen, davon 900 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software, IT-Services und Telekommunikationsdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungspolitische Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.