

Presseinformation

Online-Werbung hat Hochkonjunktur in der Krise

- **13 Prozent Plus im ersten Halbjahr**
- **Struktureller Wandel in der Werbebranche geht weiter**

Berlin, 8. Juli 2009

Der deutsche Online-Werbemarkt wächst in der Krise unvermindert weiter. Die Umsätze mit klassischer Internetwerbung kletterten im ersten Halbjahr 2009 auf 702 Millionen Euro. Das ist ein Plus von 13 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2008. Das teilte der Hightech-Verband BITKOM heute auf Grundlage einer exklusiven Untersuchung des Marktforschungsinstituts Thomson Media Control mit. „Die Online-Werbung hat im zweiten Quartal weiter an Fahrt gewonnen. Damit setzt sich der strukturelle Wandel fort: Werbebudgets werden verschoben, Online-Werbung gewinnt Marktanteile“, sagte BITKOM-Vizepräsident Achim Berg. „Das Internet wird für die werbetreibende Wirtschaft immer wichtiger.“

Im Web erreicht die Werbewirtschaft immer mehr Menschen. Fast 70 Prozent der Bundesbürger über 14 Jahren sind bereits im Netz. Das sind mehr als 46 Millionen Menschen. Zugleich wächst die Nutzungsdauer. Attraktiv ist Online-Werbung zudem, weil Zielgruppen sehr genau angesprochen werden können.

Anbieter von Telekommunikations- und Onlinediensten gaben rund 190,2 Millionen Euro für grafische Online-Werbung aus und belegen damit erneut den Spitzenplatz. Auf Rang zwei folgen Entertainment- und Medienunternehmen mit 87,4 Millionen Euro. Zu den Top-Fünf-Werbern zählen außerdem die Touristik- und Gastronomiesparte (86,3 Millionen Euro), die Finanzwirtschaft mit 85,6 Millionen Euro sowie Handel und Versandhäuser mit 84,2 Millionen Euro. Eine bislang nachgeordnete Rolle spielt die Online-Werbung hingegen für Pharmaunternehmen. Ihre Ausgaben belaufen sich im ersten Halbjahr 2009 auf lediglich 5,3 Millionen Euro. Diese Branche setzt stattdessen vor allem auf Werbespots im Fernsehen sowie Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften.

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

Presseinformation

Online-Werbung hat Hochkonjunktur in der Krise

Seite 2

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 Bruttoumsatz gibt er nicht die Summe der Listenpreise wieder, sondern berücksichtigt unter anderem geschätzte Rabatte und Agenturprovisionen. Der Unterschied zwischen Brutto- und Nettoumsatz stellt also den Unterschied zwischen formell ausgewiesenen und tatsächlich bezahlten Anzeigenpreisen dar.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.300 Unternehmen, davon 950 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.