

Presseinformation

Online-Werbemarkt wächst trotz Wirtschaftskrise weiter

- **Online-Werbung wächst um 29 Prozent auf 1,3 Milliarden Euro**
- **Internet baut Werbemarktanteil aus**

Berlin, 30. Dezember 2008

Der Markt für Online-Werbung trotz der Wirtschaftskrise. Im Jahr 2008 wurden Banner am Bildschirmrand, Pop-ups, gesponserte Webseiten oder kurze Filme im Wert von 1,3 Milliarden Euro geschaltet. Das ist ein Plus von 29 Prozent gegenüber 2007. Damals betragen die Netto-Werbeumsätze mit grafischer Online-Werbung 976 Millionen Euro. Das gab der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) auf Basis einer exklusiven Untersuchung des Marktforschungsinstituts Thomson Media Control bekannt. „Das Internet baut seinen Anteil am Werbemarkt weiter aus“, sagte Achim Berg, Vizepräsident des BITKOM. Sogar im krisengeschüttelten vierten Quartal 2008 wuchs der Netto-Werbeumsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum noch um 1,4 Prozent. „Selbst die stark unter Druck stehenden Autobauer sparen nicht an Online-Werbung, weil sie im Internet ihre Zielgruppe sehr genau erreichen“, so Berg.

Den größten Anteil zum Online-Werbemarkt steuern weiterhin die Telekommunikationsanbieter und Internetplattformen bei. Sie investierten im Jahr 2008 knapp 300 Millionen Euro in grafische Online-Werbung – das entspricht einem Zuwachs gegenüber 2007 von 34,5 Prozent. Auf dem zweiten Platz folgt die Branche „Handel und Versand“ mit annähernd 230 Millionen Euro (+19,9 Prozent). Zu den Top 3 zählen zudem Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister. Sie investierten 2008 gut 164 Millionen Euro in grafische Internetwerbung. Im Jahr 2007 waren es noch 120 Millionen Euro (+37,6 Prozent). Sehr stark legten hier die Krankenkassen und die Krankenkassen zu, weil diese ihre Zielgruppe – junge und wechselwillige Menschen – besonders gut im Internet erreichen kann. Ebenfalls steigende Marketingausgaben im Internet verzeichnen die KFZ-Versicherer. In einem Markt mit hoher Wettbewerbsintensität

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 Medien
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-Werbemarkt wächst trotz Wirtschaftskrise weiter

Seite 2

sorgte eine große Zahl an Direktversicherern sowie die Online-Töchter der klassischen Autoversicherungen für ein Wachstum von 53 Prozent gegenüber 2007 auf nunmehr fast 29 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 bezahlten 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.