

Presseinformation

Internet-Werbemarkt 2008 mit starkem Plus gestartet

- Umsätze in Deutschland steigen um 75 Prozent
- Kommunikations- und Internetbranche wirbt am stärksten online

Berlin, 8. April 2008

Der deutsche Markt für Online-Werbung legt erneut stark zu. Ob Banner am Bildschirmrand, Pop-Ups, gesponserte Webseiten oder kurze Filme – die Nachfrage nach grafischer Internetwerbung wächst derzeit sprunghaft. Im ersten Quartal 2008 stiegen die Umsätze auf 305 Millionen Euro – ein Zuwachs von 75 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahrs. Damals lag das Marktvolumen bei 174 Millionen Euro. Das teilte der Hightech-Verband BITKOM heute in Berlin mit. Grundlage ist eine exklusive Untersuchung des Marktforschungsinstituts Thomson Media Control. „Der Online-Werbemarkt setzt seinen Höhenflug mit spektakulären Zuwachsraten fort“, sagte BITKOM-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

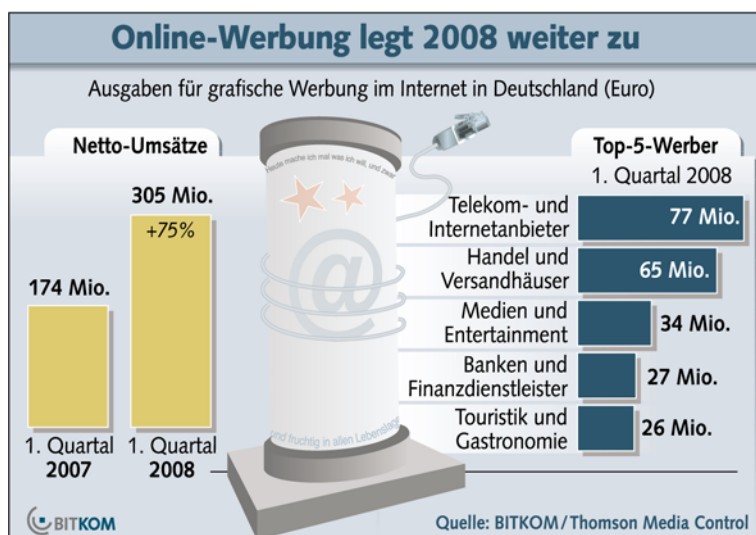
Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Christian Spahr
Pressesprecher
Telekommunikation & Recht
Tel. +49. 30. 27576-112
Fax +49. 30. 27576-400
c.spahr@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



Am meisten investiert die Telekommunikations- und Internetbranche selbst in Online-Werbung. Sie gab im ersten Quartal 2008 rund 77 Millionen Euro aus, gefolgt von Handels- und Versandhäusern mit entsprechenden Ausgaben in Höhe von 65 Millionen Euro. Medien und

Presseinformation

Internet-Werbemarkt 2008 mit starkem Plus gestartet

Seite 2

Entertainment-Anbieter (34 Millionen Euro), Banken und Finanzdienstleister (27 Millionen Euro) sowie die Touristik- und Gastronomie-Branche (26 Millionen Euro) vervollständigen die Top 5. „Nicht nur kleine Banner und Pop-Ups sind beliebte Werbeträger“, so BITKOM-Präsident Scheer. „Viele Unternehmen investieren auch im Netz in großflächige Anzeigen und Film-Spots mit hoher Werbewirkung.“

Bereits im Gesamtjahr 2007 hatte der deutsche Markt für klassische Online-Werbung eine neue Rekordmarke erreicht. Die Umsätze beliefen sich auf 976 Millionen Euro – ein Plus von 103 Prozent im Vergleich zu 2006.

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 1.100 Unternehmen, davon 850 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.