

Presseinformation

BITKOM-Grafik

480 Millionen Euro für Werbung im Internet

- Umsätze klettern 2006 in Deutschland um 45 Prozent
- Telekommunikations- und Internetanbieter werben besonders häufig
- Spots mit bewegten Bildern sind Trend des Jahres

Berlin, 9. Januar 2007

Noch nie wurde in Deutschland so viel im Internet geworben wie 2006. Ob Banner am Bildschirmrand, gesponserte Webseiten oder kurze Filme – die Umsätze mit klassischer Onlinewerbung kletterten im vergangenen Jahr auf etwa 480 Millionen Euro. Das ist ein Plus von rund 45 Prozent im Vergleich zu 2005, wie der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) heute in Berlin mitteilte. Grundlage für die Angaben ist eine exklusive Untersuchung des Marktforschungsunternehmens Thomson Media Control. „Der klassische Online-Werbemarkt hat zwar erst einen Anteil von etwa drei Prozent am gesamten Werbemarkt. Doch wir erwarten, dass sich das in den nächsten Jahren grundlegend ändert“, sagte BITKOM-Vizepräsident Jörg Menno Harms.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

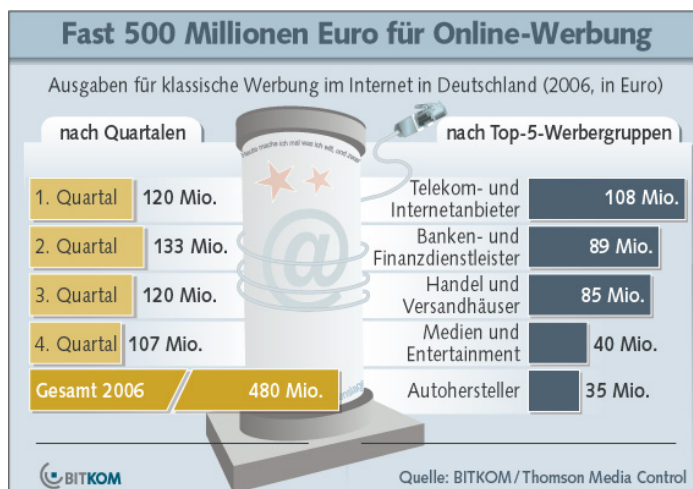
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
+49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Stephan Kahl
Pressesprecher
Public Sector & Neue Märkte
+49. 30. 27576-119
Fax +49. 30. 27576-400
s.kahl@bitkom.org

Florian Koch
Bereichsleiter
Digitale Medien & E-Dienste
+49. 30. 27576-249
Fax +49. 30. 27576-400
f.koch@bitkom.org

Präsident
Willi Berchtold

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder



Vor allem die Telekommunikations- und Internetanbieter haben den Markt im vergangenen Jahr getrieben. Sie gaben rund 108 Millionen Euro für klassische Onlinewerbung aus. Auf dem zweiten Platz folgten die Banken

Presseinformation

480 Millionen Euro für Werbung im Internet

Seite 2

und Finanzdienstleister, die immerhin noch 89 Millionen Euro investierten. Handel und Versandhäuser (85 Millionen Euro), Medien und Entertainmentanbieter (40 Millionen Euro) sowie Autobauer (35 Millionen Euro) vervollständigten die Top-5. Eine untergeordnete Rolle spielte die Onlinewerbung hingegen noch für die Hersteller von Markenbekleidung. Ihre Ausgaben beliefen sich 2006 auf gerade einmal 300.000 Euro.

Zu den größten Trends des vergangenen Jahres zählte die Werbung mit bewegten Bildern. Wie im Fernsehen sind zunehmend auch im Internet kurze Spots zu sehen. „Die rasante Verbreitung schneller Internetzugänge hat jetzt endgültig den Weg für diese Werbeform geebnet. In Deutschland verfügte Ende des vergangenen Jahres bereits jeder dritte Haushalt über einen Breitbandanschluss“, sagte Harms. „Bemerkenswert ist auch das Hoch im Online-Werbemarkt zur Mitte des Jahres. Hier hat offenbar die Fußballweltmeisterschaft zu einer besonders starken Nachfrage geführt.“ Im zweiten Quartal 2006 waren die Umsätze auf ein Rekordhoch von 133 Millionen Euro geschnellt.

Die klassische Onlinewerbung umfasst alle grafischen Werbemittel sowie das Sponsoring von Webseiten. Suchwort-Marketing ist nicht eingeschlossen. Sämtliche Angaben basieren auf der Werbestatistik von Thomson Media Control.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. vertritt mehr als 1.000 Unternehmen, davon 800 Direktmitglieder mit etwa 120 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Gerätehersteller, Anbieter von Software, IT-Services, Telekommunikationsdiensten und Content. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungsrechtliche Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.