

Presseinformation

Klassische Online-Werbung wächst um 68 Prozent

- Umsätze klettern in den ersten drei Quartalen 2007 auf 627 Mio. Euro
- Internetplattformen und Versandhäuser werben besonders häufig im Internet
- Starkes Wachstum auch für den Rest des Jahres erwartet

Berlin, 8. Oktober 2007

Der deutsche Online-Werbemarkt wächst weiterhin rasant. Ob Banner am Bildschirmrand, Pop-Ups oder kurze Filme – die Umsätze mit klassischer Internetwerbung kletterten in den ersten drei Quartalen 2007 auf das Rekordhoch von 627 Millionen Euro. Das ist ein Plus von 68 Prozent im Vergleich zu den ersten drei Quartalen 2006. Damals betrug die Umsätze erst 373 Millionen Euro. Das teilte der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) heute in Berlin mit. Grundlage für die Angaben ist eine exklusive Untersuchung des Marktforschungsunternehmens Thomson Media Control für den BITKOM. „Auch für den restlichen Verlauf des Jahres erwarten wir deutlich zweistellige Zuwachsraten bei der Online-Werbung. Insgesamt könnte der Markt 2007 erstmals die Marke von 800 Millionen erreichen“, sagte Prof. August-Wilhelm Scheer, Präsident des BITKOM.

Vor allem Telekomanbieter und Internetplattformen sorgen für das rasante Wachstum. Sie gaben in den ersten drei Quartalen 2007 rund 141 Millionen Euro für klassische Online-Werbung aus. Auf dem zweiten Platz folgen Handels- und Versandhäuser mit 124 Millionen Euro. Medien- und Entertainment-Unternehmen (79 Millionen Euro), Banken und Finanzdienstleister (69 Millionen Euro) sowie Autohersteller (61 Millionen) vervollständigen die Top 5.

Bereits im Gesamtjahr 2006 hatte der Markt für klassische Online-Werbung ein Allzeithoch in Deutschland erreicht. Die Umsätze beliefen sich auf etwa 480 Millionen Euro - ein Plus von 45 Prozent im Vergleich

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

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Klassische Online-Werbung wächst um 68 Prozent

Seite 2

zu 2005. Stark waren dabei das zweite und vierte Quartal 2006. Hier führten die Fußballweltmeisterschaft und das Weihnachtsgeschäft zu überdurchschnittlichen Buchungen. Insgesamt erreichte die klassische Online-Werbung im vergangenen Jahr einen Anteil von etwa drei Prozent am gesamten Werbemarkt.

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 1.000 Unternehmen, davon 850 Direktmitglieder mit etwa 135 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.