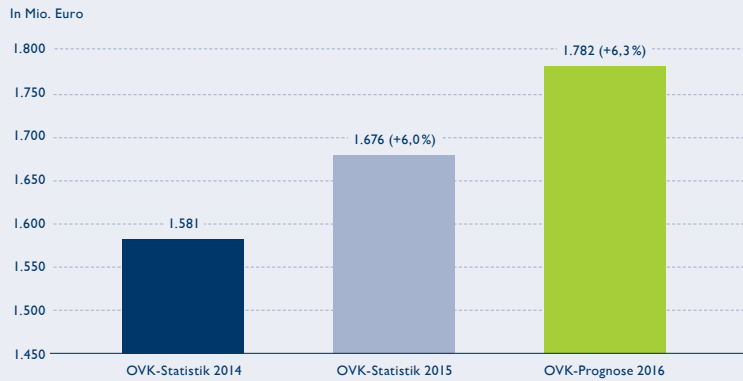


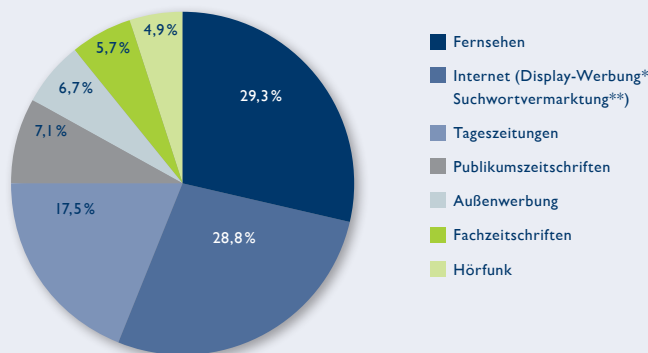
OVK-Werbestatistik digitale Display-Werbung (Online und Mobile) 2014 bis 2015 mit Prognose für 2016



Quellen: Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.; OVK-Meldung (Hochrechnung der über PwC gemeldeten Nettozahlen für digitale Display-Werbung (Online und Mobile) auf den Gesamtmarkt (inklusive Provisionen)) // Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro. Datenstand: Juni 2016

- Die Prognose für 2016 im (Online und Mobile) liegt bei 6,3 Prozent, was einen Gesamtumsatz von 1.782 Mrd. Euro (netto) ausmacht.

Nettowerbekuchen für 2015 – Digital-Werbung (Display- und Suchwortvermarktung)

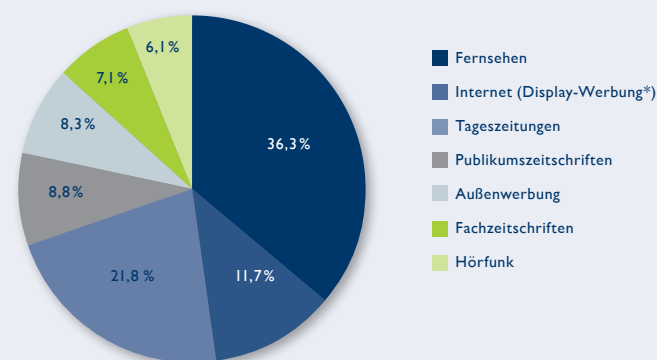


Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) / (2016)
*gemeinsame Hochrechnung der Verbände BDZV, VDZ, VPRT auf Basis der vom BVDW/OVK erfassten Netto-Werbeumsätze für Online- und Mobile-Display (2015: 1.676,00 Mio. Euro). Basis der gemeinsamen Hochrechnung ist die ZAW-Netto-Definition. Basis der BVDW/OVK-Erfassung ist die international gängige Netto-Definition des IAB (Netto I).
**Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

- Die Nettowerbeinvestitionen in digitale Display-Werbung (Online und Mobile) und Suchwortvermarktung machen 28,8 Prozent des Nettowerbekuchen aus.

- Internet ist auf TV-Niveau und setzt sich weiter von Zeitungen und Publikumszeitschriften ab.

Nettowerbekuchen für 2015 – Digitale Display-Werbung (Online und Mobile)



Quelle: Zentralverband der deutsche Werbewirtschaft (ZAW) / (2016)
*gemeinsame Hochrechnung der Verbände BDZV, VDZ, VPRT auf Basis der vom BVDW/OVK erfassten Netto-Werbeumsätze für Online- und Mobile-Display (2015: 1.676,00 Mio. Euro). Basis der gemeinsamen Hochrechnung ist die ZAW-Netto-Definition. Basis der BVDW/OVK-Erfassung ist die international gängige Netto-Definition des IAB (Netto I).

- Digitale Display-Werbung im Mediamix ist weiterhin auf dem Vormarsch.

- Mehr als jeder zehnte Werbe-Euro fließt in digitale Display-Werbung (Online und Mobile).