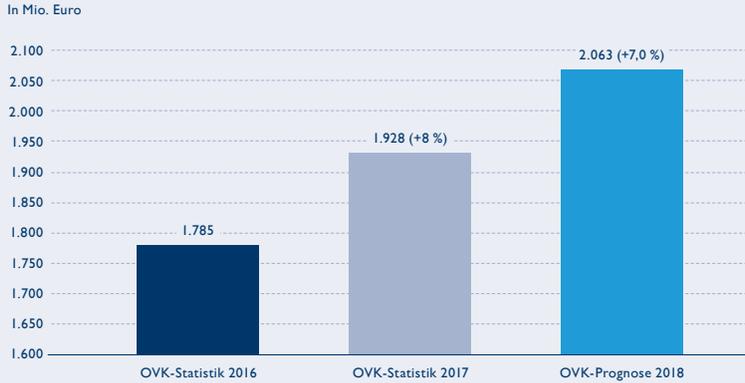


### OVK-Werbestatistik digitale Werbung (Online und Mobile) 2016 bis 2017 mit Prognose für 2018

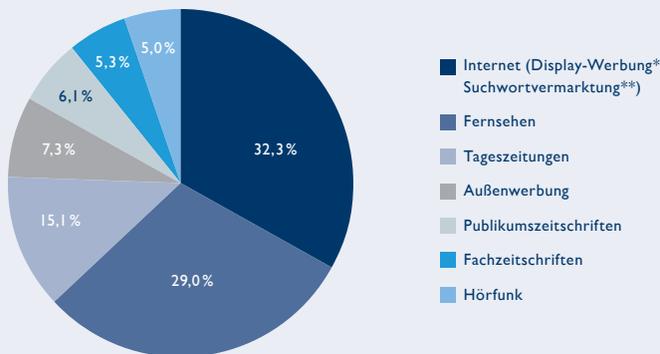


Quellen: Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.; OVK-Meldung (Hochrechnung der über PWC gemeldeten Nettozahlen für digitale Display-Werbung (Online und Mobile) auf den Gesamtmarkt (inklusive Provisionen)) // Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro. Datenstand: Juni 2018.

■ Die angepasste Prognose für 2018 im Bereich digitale Werbung (Online und Mobile) liegt bei 7,0 Prozent, was Nettowerbeinvestitionen von 2,063 Mrd. entspricht.

■ Ein maßgeblicher Grund für die Anpassung ist die Anwendbarkeit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) seit Mai 2018 und die damit verbundenen Auswirkungen. entspricht.

### Nettowerbekuchen für 2017 - Internet (Display- und Suchwortvermarktung)

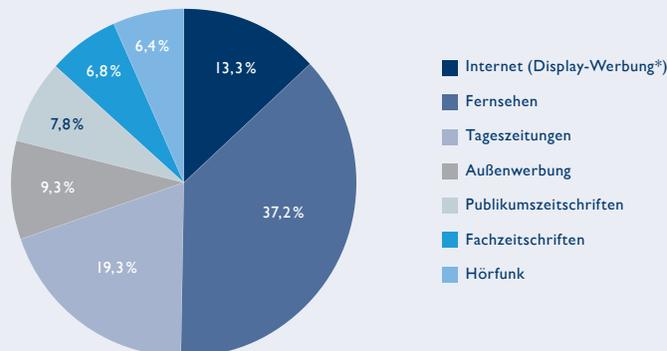


Quelle: Zentralverband für deutsche Werbewirtschaft (ZAW) / (2018)  
\*gemeinsame Hochrechnung der Verbände BDZV, FAW, VDZ, VPRT auf Basis der vom BVDW/OVK erfassten Netto-Werbeumsätze für Online- und Mobile-Display (2017: 1.928,00 Mio. Euro). Basis der gemeinsamen Hochrechnung ist die ZAW-Netto-Definition. Basis der BVDW/OVK-Erfassung ist die international gängige Netto-Definition des IAB (Netto I).  
\*\*Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

■ Die Nettowerbeinvestitionen in die Gattung Internet (Display und Suchwortvermarktung) machen mit 32,3 Prozent den größten Anteil am Nettowerbekuchen aus.

■ Dies entspricht einer Steigerung von 2,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

### Nettowerbekuchen für 2017 - Internet (Display-Werbung)



Quelle: Zentralverband für deutsche Werbewirtschaft (ZAW) / (2018)  
\*gemeinsame Hochrechnung der Verbände BDZV, FAW, VDZ, VPRT auf Basis der vom BVDW/OVK erfassten Netto-Werbeumsätze für Online- und Mobile-Display (2017: 1.928,00 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).

■ Mit einem Anteil von 13,3 Prozent liegt Display-Werbung (Online- und Mobile) auf Platz drei der im Mediamix vertretenen Gattungen.

■ Display-Werbung (Online und Mobile) ist im Mediamix weiterhin auf dem Vormarsch.