

OVK: Digital mit stärkstem Umsatzwachstum aller Mediengattungen jetzt auf Augenhöhe mit TV – Frühjahrsprognose von 6,5 Prozent Wachstum für digitale Display-Werbung in 2015 wird bestätigt

Erwartungen für Online- und Mobile-Display-Werbung für Gesamtjahr 2015 bei rund 1,7 Milliarden Euro / Stabiler Wachstumspfad auf Vorjahresniveau / Investitionen in Qualität zeigen Wirkung / Digital mit 27,6 Prozent Umsatzwachstum auf TV-Niveau bei Marktanteil

Düsseldorf/ Köln (dmexco), 16. September 2015 – Auch dieses Jahr veröffentlicht der [Online-Vermarkterkreis \(OVK\) im BVDW](#) am ersten Tag der dmexco seine aktuelle Wachstumsprognose für den digitalen Display-Werbemarkt für das laufende Gesamtjahr. Und die Premium-Digitalvermarkter können Positives vermelden: Die Frühjahrsprognose von 6,5 Prozent Wachstum wird bestätigt – die Werbeumsatzerwartungen für Online und Mobile belaufen sich auf insgesamt rund 1,7 Milliarden Euro. Damit zeichnet sich für den digitalen Display-Werbemarkt ein stabiler Wachstumspfad auf Vorjahresniveau ab. Insgesamt baut Digital seinen Anteil am Gesamtwerbemarkt weiter aus und schließt jetzt zu TV auf. Sämtliche Zahlen zum digitalen Display-Werbemarkt einschließlich der Online- und Mobile-Werbestatistiken, der aktuellen Wachstumsprognose für 2015 sowie des Anteils des digitalen Werbemarktes (digitale Display-Werbung und Suchwortvermarktung) am Gesamtwerbemarkt sind als OVK Online-Report und als MAC Mobile-Report 2015/02 ab 21. September unter www.bvdw.org und www.ovk.de erhältlich.

Digitale Display-Werbung auf stabilem Wachstumskurs

1,684 Milliarden Euro Nettovolumen, so die Erwartungen des OVK, wird der Umsatz mit digitaler Display-Werbung bis Ende des Jahres erreichen. Damit wächst klassische digitale Werbung im intermedialen Vergleich auch in 2015 erneut überdurchschnittlich. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das Wachstum auf stabilem Niveau fortgesetzt (2014: 6,6 Prozent Wachstum, rund 1,6 Milliarden Euro Umsatz).

Investitionen in Qualität zahlen sich aus

Dass digitale Display-Werbung trotz zahlreicher Leistungsthematiken wie Adblocker, Fraud und Viewability auf stabilem Niveau wächst, ist maßgeblich auf die Anfang des Jahres eingeleitete Qualitäts- und Transparenzinitiative der OVK-Mitgliedshäuser zurückzuführen. Die vielfältigen Maßnahmen hierzu, die auf eine langfristige Qualitäts-

absicherung des Premium-Media-Segments zielen und in Teilen bereits umgesetzt wurden, hat der OVK vor zwei Wochen in umfassender programmatischer Form als [OVK-Leistungsversprechen](#) veröffentlicht.

Bewegtbild und Mobile unverändert Wachstumstreiber – Stark wachsendes Programmatic-Segment zieht noch mit Verzögerung nach

Wie in den vergangenen Jahren wird das Wachstum von digitaler Display-Werbung auch in 2015 von zwei Bereichen dominiert und getrieben: Bewegtbild und Mobile. Beide legen, wenn auch in verschiedenen Größenordnungen, weiterhin im klar zweistelligen Prozentbereich zu. Allein im stark wachsenden Programmatic-Segment wird diese Schubkraft derzeit noch nicht entsprechend nachvollzogen. Hier hemmen bislang noch fehlende große Inventarvolumen eine entsprechende Abbildung wie im klassisch gehandelten Media-Segment.

„Digitale Display-Werbung stabilisiert sich auf anhaltend hohem Niveau“, erklärt **Paul Mudter** (IP Deutschland), Sprecher des OVK. „Wir haben weiterhin ein überproportionales Wachstum bei Bewegtbild und Mobile, das den gesamten digitalen Display-Markt treibt. Hinzu kommen die kontinuierlichen Qualitätsoptimierungen der OVK-Häuser, auf die wir uns in 2015 und darüber hinaus fokussieren und die auf Seiten der Werbetreibenden und Agenturen honoriert werden, was sich in einer entsprechenden Nachfrageentwicklung niederschlägt. Beide Entwicklungen zusammen tragen maßgeblich dazu bei, dass der Anteil von Digital am Gesamtwerbemarkt sich inzwischen auf Augenhöhe mit TV befindet.“

Weiterhin 50 Prozent Wachstum für Mobile Display-Werbung erwartet – Rekordmarke von 200 Millionen Euro Umsatz angepeilt

Auch für den Mobile-Bereich schreibt der OVK seine im Frühjahr getätigte Wachstumsprognose von 50 Prozent Umsatzwachstum für 2015 fort. Die [Unit Mobile Advertising \(MAC\) im OVK](#) rechnet demnach mit einem Umsatzsprung über die Rekordmarke von 200 Millionen Euro bis Ende des Jahres (201 Millionen Euro). Auch bei Display-Werbung auf mobilen Endgeräten zeigt sich damit ein stabiler Wachstumspfad (2014: 52 Prozent Wachstum, 134 Millionen Euro Umsatz).

„Der Trend zur mobilen Internetnutzung ist ungebrochen und schlägt sich entsprechend in den Ausgaben für mobile Display-Werbung nieder. Wichtig ist, diese Veränderung als strukturellen Wandel zu begreifen und für mobile Display-Werbung originäre Kampagnen zu entwickeln, die mit den spezifischen Vorteilen dieses Nutzungskanals wie der Umgebung, 3D oder Augmented Reality arbeiten und den Nutzer situativ ansprechen. Als einer der wichtigsten Touchpoints für und zu Konsumenten gilt das insbesondere auch für den Branding-Bereich, für den mobile Display-Werbung unverzichtbar ist. Hier müssen wir weiter an vor allem Standardisierungsthemen arbeiten“, erläutert **Oliver von Wersch** (G+J Digital Products), Sprecher des OVK.

Digital auf Augenhöhe mit TV bei Anteil am Gesamtwerbemarkt

Mit dem OVK-Report 2015/02 weisen der BVDW und der OVK wieder eine erweiterte Abbildung des digitalen Werbemarktes und seines Anteils am Gesamtwerbemarkt aus. Demnach nehmen die Werbeinvestitionen (netto) in digitale Display-Werbung (Online und Mobile) und Suchwortvermarktung mittlerweile einen Anteil von rund 28 Prozent (27,6 Prozent) an den Gesamtwerbeausgaben ein. Damit liegt das Internet so gut wie gleichauf mit TV, das gerade einmal noch einen Prozentpunkt mehr Marktanteil (28,6 Prozent) auf sich ziehen kann.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:

http://www.bvdw.org/presseserver/OVK_Marktzahlen2015

Mehr zum Thema:

OVK-Leistungsversprechen: Premium-Vermarkter im BVDW starten Qualitätsoffensive für digitale Display-Werbung (03.09.2015):

<http://www.bvdw.org/presse/news/article/ovk-leistungsversprechen-premium-vermarkter-im-bvdw-starten-qualitaetsoffensive-fuer-digitale-displ.html>

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf

www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Nadja Elias, Leiterin Public Relations – Pressesprecherin

Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33

elias@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben und im Bereich der digitalen Wertschöpfung tätig sind. Mit Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichsten Segmenten der Internetindustrie ist der BVDW interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der Digitalen Wirtschaft. Der BVDW hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Angebote – Inhalte, Dienste und Technologien – transparent zu machen und so deren Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Außerdem ist der Verband kompetenter Ansprechpartner zu aktuellen Themen und Entwicklungen der Digitalbranche in Deutschland und liefert mit Zahlen, Daten und Fakten wichtige Orientierung zu einem der zentralen Zukunftsfelder der deutschen Wirtschaft. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen, nationalen und internationalen Interessengruppen unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Fußend auf den Säulen Marktentwicklung, Marktaufklärung und

Marktregulierung bündelt der BVDW führendes Digital-Know-how, um eine positive Entwicklung der führenden Wachstumsbranche der deutschen Wirtschaft nachhaltig mitzugestalten. Gleichzeitig sorgt der BVDW als Zentralorgan der Digitalen Wirtschaft mit Standards und verbindlichen Richtlinien für Branchenakteure für Markttransparenz und Angebotsgüte für die Nutzerseite und die Öffentlichkeit. **Wir sind das Netz.**