

OVK: Digitale Display-Werbung in 2015 um sechs Prozent netto gewachsen – erste Prognose für 2016 geht von Wachstumszunahme aus

Digitale Display-Werbung steigt auf 1,676 Milliarden Euro netto / Mobile-Display-Werbung knackt 200-Millionen-Euro-Marke / Erste Wachstumsprognose für 2016 bei 6,3 Prozent / Künftig nur noch ganzheitliche Ausweisung des digitalen Display-Werbemarktes / Eindämmung von Adblocking zentrales Fokusthema in 2016

Düsseldorf, 29. Februar 2016 – Sechs Prozent Netto-Wachstum in 2015 und eine Wachstumsprognose von 6,3 Prozent für das laufende Jahr: Das sind die richtungweisenden Zahlen, mit denen der [Online-Vermarkterkreis \(OVK\)](#) im [Bundesverband Digitale Wirtschaft \(BVDW\) e.V.](#) heute seine traditionelle Standortbestimmung für die digitale Display-Werbung zum Auftakt des Jahres 2016 vornimmt. Insgesamt wurden mit digitaler Displaywerbung (online und mobil) im vergangenen Jahr 1,676 Milliarden Euro netto umgesetzt. Auf Mobile-Display-Werbung entfiel dabei ein Umsatzvolumen von 204 Millionen Euro netto, was einem Umsatzzuwachs von 53 Prozent im Jahresvergleich entspricht. Für 2016 geht der OVK in einer ersten Prognose von 6,3 Prozent Umsatzwachstum (auf 1,782 Milliarden Euro netto) für den digitalen Display-Bereich aus. Dieser wird künftig nur noch ganzheitlich und nicht mehr nach Online und Mobile differenziert ausgewiesen. Sämtliche Zahlen zum digitalen Display-Werbemarkt einschließlich der letztmalig getrennt aufgeführten Online- und Mobile-Werbestatistiken sowie der aktuellen Wachstumsprognose für 2016 sind ab Mitte März als OVK Online-Report 2016/01 und MAC Mobile-Report 2016/01 unter www.bvdw.org und www.ovk.de erhältlich.

OVK Werbestatistik: Digitale Display-Werbung hält überdurchschnittlichen Wachstumskurs – erste Wachstumsprognose für 2016 bei 6,3 Prozent

Mit digitaler Display-Werbung wurde in 2015 in Deutschland ein Netto-Umsatz von rund 1,7 Milliarden Euro (1,676 Milliarden Euro) erwirtschaftet. Das entspricht einem im intermedialen Vergleich abermals überdurchschnittlichen Jahreswachstums, wodurch das Internet erneut das am stärksten wachsende Werbemedium war.

Die monatlichen Netto-Werbeinvestitionen lagen in so gut wie allen Monaten über dem Vorjahresniveau sowie konstant jenseits der 100-Millionen-Euro-Marke. Zum Jahresende wurden monatliche Höchstwerte von über 180 Millionen Euro erzielt.

Wie bereits in den Jahren zuvor waren auch in 2015 das Segment Mobile und der Sektor Bewegtbild die zentralen Wachstumstreiber.

Für 2016 geht der OVK in einer ersten Prognose von einer leicht über dem letztjährigen Wachstum liegenden Steigerung des Umsatzvolumens von +6,3 Prozent für den gesamten digitalen Display-Werbemarkt (auf 1,782 Milliarden Euro netto) aus.

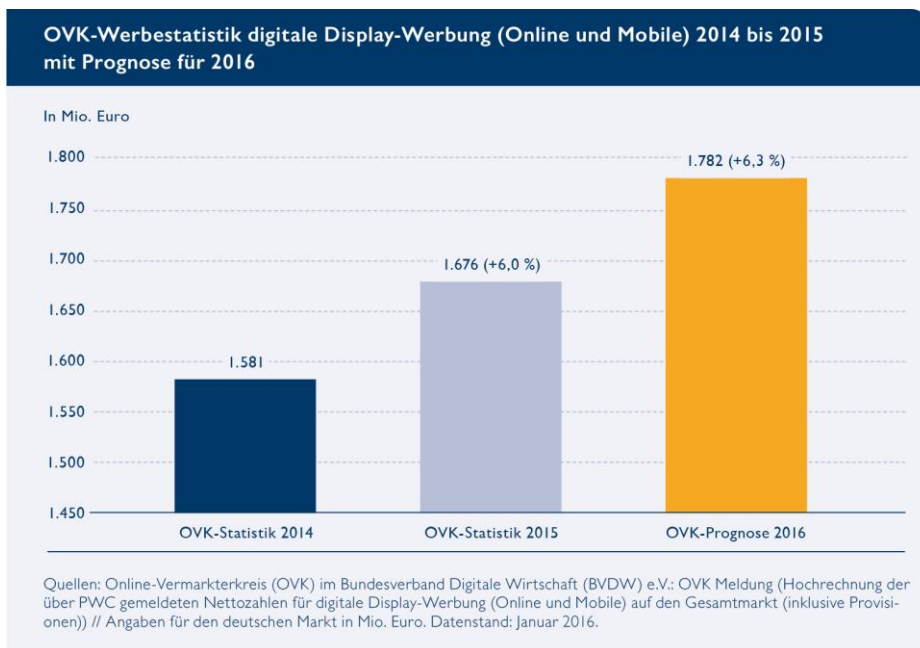


Abbildung: OVK Werbestatistik digitale Display-Werbung gesamt 2014-2015 mit Prognose für 2016

„Die digitale Display-Werbung hat sich in 2015 in einem herausfordernden Marktumfeld solide behauptet. Bedenkt man, dass die Umsatzeinbußen der Vermarkter durch Adblocker zehn bis 20 Prozent betragen, lässt sich ermeszen, um wie viel positiver die Gesamtentwicklung des Nettovolumens für digitale Display-Werbung in 2015 hätte ausfallen können“, erklärt **Paul Mudter**, OVK. „Die Rahmenbedingungen für 2016, insbesondere die positiven Prognosen zur gesamtkonjunkturellen Entwicklung und zur Entwicklung des Gesamtwerbemarktes deuten auf ein gutes Umfeld gerade für digitale Werbung hin. Digitale Inhalte und Services spielen eine wichtige Rolle im Lebensalltag der Konsumenten. Entsprechend ist auch die Relevanz von digitaler Werbung in der Kommunikationsstrategie von Werbungtreibenden ungebrochen – denn die Werbungtreibenden wollen da sein, wo auch ihre Zielgruppen sind. Trotz der Wachstum einbremsenden Wirkung von Adblocking gehen wir daher für das laufende Jahr von einem Umsatzwachstum leicht über dem des vergangenen Jahres aus.“

MAC Werbestatistik: 53 Prozent Wachstum für Mobile-Display in 2015 – künftig nur noch ganzheitliche Ausweisung des digitalen Display-Werbemarktes

Erneut ist der Umsatz mit Mobile-Display-Werbung im Vergleich zum Vorjahr um über die Hälfte gewachsen. So betrug der Zuwachs in 2015 53 Prozent, was Werbeinvestitionen in Höhe von 204 Millionen Euro in klassische Online-Werbung auf mobilen Endgeräten entspricht.

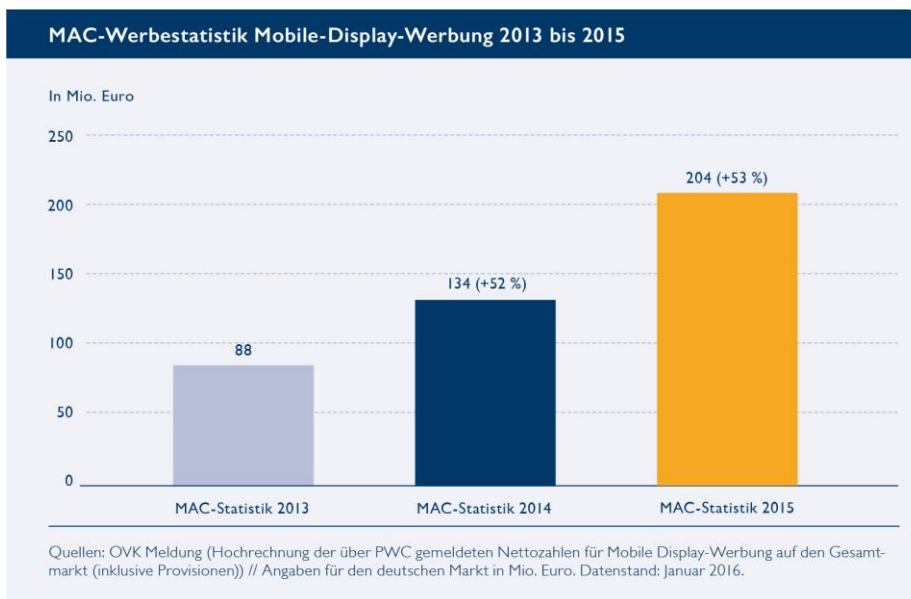


Abbildung: MAC Werbestatistik Mobile-Display-Werbung 2013-2015

„Mobile-Display-Werbung ist so stark wie erwartet gewachsen“, erklärt OVK-Sprecher **Markus Frank** (AOL). „Display-Werbung auf mobilen Endgeräten hat sich als feste Komponente in der kommerziellen Kommunikation etabliert und ist ein selbstverständlicher Bestandteil crossdigitaler Kampagnen. Seine Rolle als Wachstumstreiber digitaler Display-Werbung wird dieser Bereich auch in den kommenden Jahren weiter ausfüllen und ausbauen.“

Für 2016 veröffentlicht der MAC bzw. OVK keine gesonderte Umsatzprognose für Mobile-Display-Werbung mehr. Vor dem Hintergrund schwindender Grenzen zwischen stationärem und mobilem Internet hebt das Vermarktergremium zudem künftig auch die getrennte Ausweisung von Online- und Mobile-Umsätzen aus und bildet den digitalen Display-Werbemarkt nurmehr ganzheitlich ab. Damit spiegelt der OVK beim Ausweis des Display-Marktvolumens die übergreifende Abbildungslogik wider, die auf Planungsseite mit der digital facts als ganzheitlicher Datengrundlage bereits umgesetzt wurde.

Handlungsfelder und Fokusthemen 2016

In 2016 will sich der OVK vor allem auf die Fokusthemen Programmatic Advertising, Ad Verification und Adblocker als zentrale Handlungsfelder zur weiteren nachhaltigen Entwicklung von digitaler Display-Werbung konzentrieren. Insbesondere Letzteres wird mit einem breiten Spektrum an Maßnahmen in den Bereichen Technologie, Recht, Redaktion und Marktaufklärung wesentlicher Bestandteil der strategischen und inhaltlichen Arbeit der Premium-Vermarkter sein. Daneben stehen die weitere Stärkung von Display-Werbung durch (gattungsübergreifende) Werbewirkungsnachweise sowie die Erarbeitung von Standards und Richtlinien für zentrale Marktentwicklungen auf der Agenda des Gremiums.

„Adblocker stellen ein massives Problem für werbefinanzierte Digitalangebote dar. Auch wenn der Markt beginnt, in vielfältiger Weise darauf zu reagieren und einzelne Maßnahmen durchaus erfolgreich sind, kann im Hinblick auf den mit Adblocking verbundenen Schaden noch lange keine Entwarnung gegeben werden. Hier werden die Publisher und Vermarkter weiter auf breiter Front aktiv sein müssen“, so OVK-Sprecher **Dirk von Borstel** (OMS) abschließend.

Der OVK Online-Report 2016/01 und der MAC Mobile-Report 2016/01 stehen ab Mitte März unter www.bvdw.org und www.ovk.de kostenlos zum Download bereit.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:

http://www.bvdw.org/presseserver/zahlen_digitaler_werbemarkt_2015

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.**