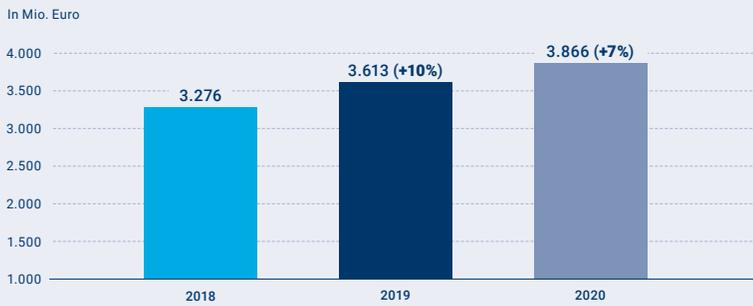


Displaywerbung 2020/I

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht zwei Mal im Jahr Daten zur Entwicklung des Displaywerbemarktes in Deutschland. Zur Ermittlung der Daten kommt ein holistisches Modell des Marktforschungsunternehmens Statista zum Einsatz, das durch die Kombination von Primär- und Sekundärdaten von Vermarktern, Publishern und internationalen Plattformen sowie Experteninterviews eine umfassende Einschätzung des digitalen Werbemarktes in Deutschland ermöglicht.

OVK Display Werbestatistik 2018 und 2019 mit Prognose 2020



Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK organisierte deutsche Publisher und Vermarkter, internationale Plattformen, Intermediäre. // Angaben für den deutschen Displaymarkt (In-Page, In-Stream / Desktop, Mobile) netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

- In **2019** wurden in Deutschland netto 3,613 Milliarden Euro in Display-Werbung investiert. Das entspricht einem **Wachstum zum Vorjahr um 10%**.

- Für **2020 prognostiziert** der OVK ein Wachstum des Displaymarktes in Deutschland um 7%. Das entspricht einer Steigerung auf **insgesamt 3,866 Milliarden Euro netto**.

- **Mobile** ist nach wie vor das **am stärksten wachsende Segment im Online Werbemarkt**, Ursache ist die anhaltend wachsende Nutzung mobiler Endgeräte.

Netto-Werbeinvestitionen Display Advertising 2018 und 2019 nach Quartalen



Quelle: Statista Modell OVK Werbestatistik, Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. // Basis: OVK-Meldungen, Unternehmensveröffentlichungen und Experteninterviews // Es werden Umsätze folgender Anbieter und Plattformen berücksichtigt: OVK Mitglieder, nicht im OVK organisierte deutsche Publisher und Vermarkter, internationale Plattformen, Intermediäre. // Angaben für den deutschen Displaymarkt (In-Page, In-Stream / Desktop, Mobile) netto (ohne Agenturprovisionen) in Mio. EUR

- **Bewegtbild** ist ein **zusätzlicher Treiber**. Durch die vermehrte Nutzung von Online Video Formaten – mobil und stationär – steigen auch die Werbeumsätze.

- Das Wachstum verteilt sich gleichmäßig über das Jahr. **In allen Quartalen** wurden **Wachstumsraten zwischen 9% und 12%** erzielt.

- Das **vierte Quartal** ist traditionell das **umsatzstärkste Quartal**. Zwischen Oktober und Dezember werden inzwischen über 1,1 Milliarden Euro netto in Display Advertising investiert.

Top 10 Display-Werbeformen nach Brutto-Werbeinvestitionen



Quelle: The Nielsen Company (Online-Werbung, Datenstand Februar 2020). Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro

- Die **Pre-Roll** ist die **umsatzstärkste Werbeform** und weist im Vorjahresvergleich weiterhin hohe Wachstumsraten auf.

- Das **Mobile Medium Rectangle** und die **Mobile Pre-Roll** sind **mit sehr hohen Wachstumsraten** die erfolgreichsten Mobile-Werbeformen und landen unter den Top 5 Formaten.