

## Displaywerbung 2019/II

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht auf der Digitalmesse DMEXCO die neuen Marktzahlen zur digitalen Werbung. Der OVK hat sich dafür erstmals Unterstützung des Marktforschungsunternehmens Statista aus Hamburg ins Haus geholt. Ein neues, holistisches Modell ermöglicht durch die Kombination von Primär- und Sekundärdaten von Vermarktern, Publishern und internationalen Plattformen sowie Experteninterviews eine erweiterte Einschätzung des digitalen Werbemarktes in Deutschland.

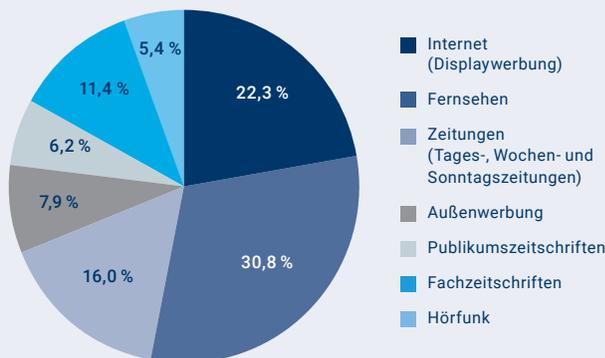
### OVK Display Werbestatistik 2019/II



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

- Für das Jahr **2018** wurde für den Displaywerbe- markt ein Volumen von **3,276 Mrd. EUR** ermittelt.
- Für das Jahr **2019** wird ein Volumen von **3,593 Mrd. EUR** prognostiziert.
- Das entspricht einem **Wachstum von 9,7%**.
- Mobile** ist nach wie vor das **am stärksten wachsende Segment**, Ursache ist die anhaltend wachsende Nutzung mobiler Endgeräte.
- Durch die weiter zunehmende Nutzung von Online Video ist **Bewegtbild ein zusätzlicher Treiber**.

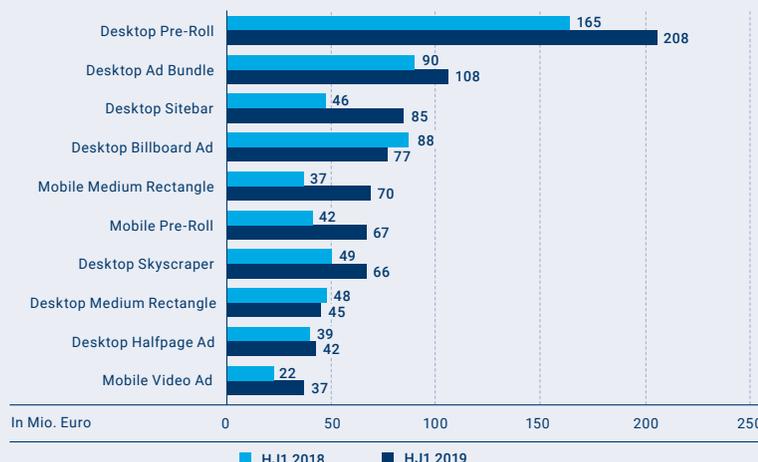
### Digitale Displaywerbung im Nettowerbekuchen 2018



Quelle Digitale Displaywerbung: Statista Modell OVK Werbestatistik / Quelle Search: Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. / Quelle andere Gattungen: Zentralverband für deutsche Werbewirtschaft (ZAW)

- Mit einem Anteil von 22,3% der Werbeerlöse ist **Digitale Displaywerbung** hinter TV die **zweitstärkste Gattung im Mediamix**.
- Damit wird mehr als jeder **fünfte Werbeeuro in Displaywerbung** investiert.

### Top 10 Display-Werbeformen nach Brutto-Werbeinvestitionen



Quelle: The Nielsen Company (Online-Werbung, Datenstand Juli 2019). Angaben für den deutschen Markt in Mio. Euro

- Die **Pre-Roll** ist die **umsatzstärkste Werbeform** und weist im Vorjahresvergleich weiterhin hohe Wachstumsraten auf.
- Auf **großformatige Werbeformen** zur Schaffung von Markenerlebnissen entfielen im ersten Halbjahr 2019 ebenfalls **höhere Werbespendings** als im gleichen Zeitraum des Vorjahres.