

Link: <https://www.computerwoche.de/a/online-werbung-waechst-weiter,1883162>

Trotz Wirtschaftsflaute

Online-Werbung wächst weiter

Datum: 05.01.2009
Autor(en): Diego Wyllie

Deutsche Unternehmen investieren verstärkt in Internet-Werbung. Laut einer Untersuchung des Branchenverbands Bitkom sind die Netto-Werbeumsätze mit grafischer Online-Werbung in 2008 um 29 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Damit baut das Internet seinen Anteil am Werbemarkt weiter aus.

Wie die **Bitkom**¹-Studie zeigt, wurden 2008 Pop-Ups, Banner, gesponserte Webseiten und kurze Werbefilme im Gesamtwert von 1,3 Milliarden Euro geschaltet. Gegenüber dem Vorjahr, in dem die Netto-Werbeumsätze 976 Millionen Euro betragen, entspricht dies einem Wachstum von 29 Prozent. Sogar im krisengeschüttelten vierten Quartal 2008 wuchs der Werbeumsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum noch um 1,4 Prozent, so die Studie. "Selbst die stark unter Druck stehenden Autobauer sparen nicht an Online-Werbung, weil sie im **Internet**² ihre Zielgruppe sehr genau erreichen können", erklärt Bitkom-Vizepräsident Achim Berg.

Telekommunikationsanbieter und Internet-Plattformen steuern weiterhin den größten Anteil zum Online-Werbemarkt bei: Mit knapp 300 Millionen Euro investierten sie 2008 laut Bitkom 34,5 Prozent mehr in Internet-Werbung als im Vorjahr. Auf dem zweiten Platz folgt die Branche "Handel und Versand". Der Studie zufolge wurden hier letztes Jahr circa 230 Millionen Euro in Werbemaßnahmen im Web investiert - knapp 20 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Zu den Top drei zählen darüber hinaus Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister, die 2008 gut 164 Millionen Euro (Plus 37,6 Prozent) in grafische Online-Werbemittel investiert haben sollen. Nach Angaben des Bitkom legten dabei die Krankenversicherungen und die Krankenkassen besonders stark zu, da diese ihre Zielgruppe - junge und wechselwillige Menschen - besonders gut im Internet erreichen würden.

Wie der Hightech-Verband erklärt, basieren die Angaben auf einer aktuellen Untersuchung des Marktforschungsinstituts **Thomson Media Control**³ und umfassen sämtliche Formen klassischer Online-Werbung. Suchwort-Marketing und **Affiliate-Marketing**⁴ sind dabei nicht eingeschlossen.

Links im Artikel:

¹ <http://www.bitkom.org/>

² <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/i/internet.html>

³ http://www.thomson-intermedia.de/de/pages_html/home.asp

⁴ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1882189/

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.