

PRESSEINFORMATION

Resolution Media-Prognose beziffert den digitalen Werbemarkt in Deutschland auf zehn Milliarden Euro in 2020

Die zur Omnicom Media Group gehörende Agentur liefert mit dem „German Digital Advertising Latecast 2020“ ein umfassendes Bild über sämtliche digitalen Werbespendings in Deutschland. Resolution Media sieht Digital Advertising nicht als Verlierer der Corona-Pandemie.

Düsseldorf, 22. Oktober 2020 – Weiter auf Wachstumskurs: Der digitale Werbemarkt in Deutschland wird in diesem Jahr auf knapp 10,1 Milliarden Euro anwachsen und damit einen Anteil am gesamten Werbemarkt von 45 Prozent haben. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle German Digital Advertising Latecast von Resolution Media. Die auf Performance Marketing spezialisierte Agentur der Omnicom Media Group Germany hat in ihrem Latecast die im September auf der DMEXCO @home vorgestellten Zahlen des Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. um die Disziplinen Sponsored Ads in Suchmaschinen und Marketplaces, Affiliate Marketing, Classifieds sowie Adressable-TV und -Audio ergänzt. Damit liefert Resolution Media ein ganzheitliches und aussagekräftiges Bild über die gesamten digitalen Werbeausgaben in Deutschland für das laufende Jahr.

Laut Latecast von Resolution Media belaufen sich die Ausgaben für Keyword Advertising auf Google, Bing & Co in diesem Jahr allein in Deutschland auf 4,1 Milliarden Euro, für Sponsored Ads in Marktplätzen wie Amazon wird ein Werbeumsatz von ca. 700 Millionen Euro prognostiziert. Weitere 650 Millionen Euro investieren Werbungtreibende in Affiliate Marketing, das Segment Classifieds (Werbung in den Rubriken Immobilien, Gebrauchtwagen, Jobbörsen, Kleinanzeigen) kommt auf 550 Millionen Euro und für den Wachstumsmarkt Adressable TV und -Audio liegen die Spendings bei ca. 150 Millionen Euro. In Summe kommen diese fünf Disziplinen in diesem Jahr auf einen Werbeumsatz von 6,15 Milliarden Euro. Zuzüglich der im September vom OVK prognostizierten Werbeumsätze für Display- und Video-Ads in Höhe von 3,92 Milliarden Euro belaufen sich die gesamten digitalen Werbeumsätze in Deutschland bis Ende des Jahres auf insgesamt knapp 10,1 Milliarden Euro. Der digitale Werbemarkt befindet sich damit weiter auf Wachstumskurs und wird durch die Corona-Pandemie nicht nachhaltig erschüttert.

Die Berechnungen von Resolution Media basieren auf Erhebungen des IAB Europe, Expertengesprächen mit Marktpartnern sowie den vom OVK veröffentlichten Zahlen und eigenen Prognosen. Der German Digital Advertising Latecast ist bereits zum zweiten Mal erschienen, aufgrund einer veränderten Erhebungssystematik sind allerdings keine Vergleiche zum Vorjahr möglich.

PRESSEINFORMATION

„Für Werbekunden ist ein ganzheitliches und vollständiges Bild des digitalen Werbeuniversums entscheidend. Nur so können sie alle Möglichkeiten und Trends erkennen und ihre Werbeinvests für das nächste Jahr entsprechend planen und einsteuern. Aus diesem Grund haben wir nun bereits zum zweiten Mal unseren German Digital Advertising Latecast durchgeführt und die Zahlen des OVK um weitere wichtige Disziplinen ergänzt. Entscheidend ist hier auch der Zeitpunkt, schließlich laufen im Herbst die Planungen für das nächste Jahr auf Hochtouren. Wie unsere Berechnungen weiter zeigen, ist digitale Werbung gut durch das Corona-Jahr gekommen. Was den jetzigen Stand betrifft, können wir auch von einem sehr starken vierten Quartal ausgehen“, so Sascha Jansen, Chief Digital Officer der Omnicom Media Group Germany und Managing Director Resolution Media.

Über den digitalen Werbemarkt hinausgehend schätzt Resolution Media die Spendings für TV, Print, Out-of-Home, Radio und Kino auf 12,33 Milliarden Euro für das Gesamtjahr 2020. Basis für diese Berechnungen bilden dabei die Nielsen-Bruttospendings (Januar bis August 2020) und die Netto-Werbemarktzahlen des ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V.) aus 2019. Damit kommen die klassischen Medien laut Prognose im Jahr 2020 auf einen Werbemarktanteil von 55 Prozent, der Anteil der von Resolution Media prognostizierten Ausgaben für Sponsored Ads in Search und Marketplaces, Affiliate Marketing, Classifieds sowie Adressable-TV und -Audio liegt bei 27 Prozent und auf die vom OVK erhobenen Ausgaben für Display- und Video-Ads entfallen 18 Prozent des gesamten Werbekuchens.

Über Resolution Media

Resolution Media sind die Spezialisten der Omnicom Media Group Germany für digitale Kommunikationsdienstleistungen mit dem Fokus auf Performance Marketing. Hierzu gehören die Bereiche Search mit SEA und SEO, Social Media Advertising, Affiliate Marketing und Lead Management, Digital Analytics Consulting, Performance Display/Video sowie Native Advertising. Der Fokus von Resolution Media, die mit Teams an den Standorten Düsseldorf, Köln, Ludwigsburg und München vertreten sind, liegt auf performanceorientierten Kommunikationsmaßnahmen und Programmen zur Steigerung der Absatz- und Umsatzziele. Werbemittelgestaltung für diese Kampagnen komplementieren das Leistungsportfolio. Mit 140 Mitarbeitern in Deutschland und internationalen Mitarbeitern in mehreren Ländern verfügt Resolution Media über umfassendes Know-how und Best Practices im Bereich digitales Marketing. Gemeinsam mit annalect, als Teil der Omnicom Media Group Germany, unterstützt Resolution Media außerdem die integrierte Kommunikationsplanung der Agenturen OMD, PHD und Hearts & Science.

Die Omnicom Media Group Germany ist Teil der Omnicom, einer weltweit führenden Kommunikations-, Werbe- und Marketingdienstleistungsgruppe. Mit OMD, PHD und Hearts & Science umfasst sie insgesamt drei Mediaagenturnetworks in Deutschland und betreut rund 200 Kunden aus verschiedenen Branchen.

<https://resolutionmedia.de/>

PRESSEINFORMATION

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sonja Kox, Omnicom Media Group Germany
Group Manager Public Relations & Marketing
Tel.: 0211-38807-579
E-Mail: sonja.kox@omnicommediagroup.com