

## Werbemarkt 2021: digitale Werbeumsätze erstmals über nicht-digitalen Werbeinvestments

**Laut aktuellem „German Digital Advertising Latecast 2021“ von Resolution Media steigen die digitalen Werbespendings bis Ende des Jahres in Deutschland um 2,3 Milliarden auf 12,5 Milliarden Euro und liegen damit erstmals über den nicht-digitalen Werbeinvestments.**

*Düsseldorf, 07.10.2021* – Pandemie-Boost für digitale Werbung: Wie die aktuelle Berechnung „German Digital Advertising Latecast 2021“ der zur Omnicom Media Group gehörenden Agentur Resolution Media prognostiziert, belaufen sich die digitalen Werbeinvestments über alle Disziplinen hinweg bis Ende dieses Jahres auf 12,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anstieg um 2,3 Milliarden Euro bzw. um 21 Prozent gegenüber Vorjahr. Der Anteil der digitalen Spendings am gesamten Werbemarkt erhöht sich damit auf 53 Prozent und liegt somit erstmals über den nicht-digitalen Werbeausgaben, die laut den Einschätzungen der Experten auf ein Werbevolumen von 11,1 Milliarden Euro und einen Anteil am Werbekuchen von 47 Prozent kommen.

In dem „German Digital Advertising Latecast“ zeichnet Resolution Media bereits zum dritten Mal ein umfassendes Bild über sämtliche digitalen Werbespendings hierzulande. Dazu wurden die auf der DMEXCO 2021 vorgestellten Werbemarktzahlen des Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. für Display- und Video-Advertising um die Disziplinen Search Advertising, Affiliate Marketing, Sponsored Ads auf Marktplätzen, Kleinanzeigen (sog. Classifieds) wie auch um die digitalen Werbeumsätze der klassischen Medien (z. B. Adressable TV und -Audio) ergänzt. Somit liefern die Performance-Experten ein ganzheitliches und aussagekräftiges Bild über die gesamten digitalen Werbeausgaben für das laufende Jahr.

### **Sponsored Ads schließen weiter zu Display und Video-Werbung auf**

Demnach entfallen im Jahr 2021 knapp 5,1 Milliarden Euro auf die vom OVK erfassten Ausgaben von Display- und Video-Advertising, was einem Zuwachs von 23 Prozent entspricht. 4,6 Milliarden – und damit eine halbe Milliarde Euro mehr als im Vorjahr – fließen laut Resolution Media-Latecast in Sponsored Text Ads (Keyword Advertising) auf Google und Bing. Weitere 1,35 Milliarden Euro werden laut der Prognose in Classifieds (Werbung in Rubriken wie Immobilien, Jobbörsen, Gebrauchtwagen, Kleinanzeigen) und Affiliate Marketing investiert. Das entspricht einem Wachstum gegenüber Vorjahr von 150 Millionen Euro. Der während der Pandemie ausgebrochene E-Commerce-Boom lässt auch die Kassen von Marktplätzen wie Amazon klingeln. Hier werden sich die Werbeeinnahmen in Form von Sponsored Ads knapp verdoppeln und am Ende des Jahres bei 1,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 700 Millionen Euro) stehen. Weitere 200

## PRESSEINFORMATION

Millionen Euro (Vorjahr: 150 Millionen Euro) steuern Adressable TV und -Audio zum Gesamtergebnis des digitalen Werbemarkts bei.

### **Pro-Kopf und Jahr entfallen 150 Werbe-Euro auf jede in Deutschland lebende Person**

Und noch eine interessante Zahl fördert die Analyse von Resolution Media zutage: Über alle digitalen Kanäle hinweg entfallen im Jahr 2021 auf jede in Deutschland lebende Person nunmehr rund 150 Euro Werbeinvestment, das sind 28 Euro mehr als im Vorjahr. Grob überschlagen ist dies gleichbedeutend mit circa 80 Werbekontakten pro Tag und Person. Im internationalen Vergleich besteht hierzulande v. a. bezogen auf die digitalen Pro-Kopf-Investitionen noch viel Luft nach oben: So werden in UK mehr als 300 Euro pro Kopf und anno in digitale Werbung investiert, in den skandinavischen Ländern und der Schweiz sind es jeweils mehr als 200 Euro. Auf einem vergleichbaren Pro-Kopf-Investment-Niveau wie Deutschland mit rund 150 Euro befinden sich die Niederlande, Irland und Österreich. Die Schlusslichter in dieser Betrachtung sind die Mittelmeeranrainerstaaten Spanien, Italien und Frankreich mit digitalen Werbespendings von weniger als 100 Euro pro Kopf und Jahr.

Die Berechnungen von Resolution Media basieren auf Erhebungen des IAB Europe, Expertengesprächen mit Marktpartnern und veröffentlichten Zahlen vom OVK, der auf Medienunternehmen spezialisierten Unternehmensberatung Schickler und dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e. V. sowie eigenen Prognosen.

Das Fazit von Sascha Jansen, Chief Digital Officer der Omnicom Media Group und Managing Director Resolution Media: „Die ersten, damals noch bescheidenden Investitionen in sogenannte Bannerwerbung gehen auf die 90er Jahre zurück. Die Bandbreite an digitalen Werbeformen wurde mit den Jahren immer größer und nun ist es soweit: Die Werbe-Investments sind 2021 mehrheitlich digital. Weitere Impulse für zukünftiges Wachstum werden insbesondere in der Öffnung der beliebten OTT-Streaming-Dienste für Werbung vermutet.“

### **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 Mitarbeitenden in Deutschland und internationalen Mitarbeitenden in mehreren Ländern verfügt Resolution Media über umfassendes Know-how und Best Practices im Bereich digitales

## PRESSEINFORMATION

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/>

**Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:**

Sonja Tabatabai, Omnicom Media Group Germany  
Group Manager Public Relations & Marketing  
Tel.: 0211-38807-579  
E-Mail: [sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com](mailto:sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com)