

Pressemitteilung (Detail)

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Werbeumsätze mit Video-Ads steigen um 400 Prozent / ProSieben.de umsatzstärkste Plattform / Gastronomie investiert am meisten

Nachfrage nach Bewegtbild-Werbung im Internet erhöht sich rasant

München, 21. Juli 2008. Die Werbewirtschaft hat mit dem Video-Ad ein neues Werbeformat für das Internet entdeckt. Die Nachfrage steigt rasant, obwohl sich die Bewegtbild-Werbung im Netz noch in der Einführungs-phase befindet. So sind die mit Video-Ads erwirtschafteten Brutto-Werbeumsätze im 1. Halbjahr 2008 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 402 Prozent auf 3,62 Millionen Euro gestiegen. Tatsächlich dürfte der Markt für Video-Ads aber schon heute wesentlich größer sein, da noch nicht alle Online-Vermarkter ihre Bewegtbild-Umsätze detailliert an Nielsen Media Research melden. Denn auch immer mehr Unternehmen interessieren sich für die Werbeclips im Netz: Während im Gesamtjahr 2007 erst 73 Unternehmen das neue Werbeformat genutzt haben, waren es allein im 1. Halbjahr 2008 bereits 84 Firmen.

Jeder zweite Werbe-Euro bei der Bewegtbild-Werbung fließt in die Kassen von SevenOne Interactive. So erzielte der Online- und Multimedia-vermarkter der ProSiebenSat.1 Group im 1. Halbjahr mit 1,96 Millionen Euro einen Werbemarktanteil von 54,1 Prozent (siehe Tabelle 1). Auf dem 2. Platz steht mit IP Deutschland (18,3 Prozent Werbemarktanteil) ebenfalls ein Vermarkter eines TV-Unternehmens. Auf dem 3. Platz rangiert Quality Channel (u.a. Spiegel.de) mit einem Anteil von 16,9 Prozent.

Auch der Blick auf die einzelnen Websites zeigt, dass der Markt für die audiovisuelle Werbung im Internet von den TV-Häusern dominiert wird: In der Pole Position findet sich unangefochten ProSieben.de mit einem Marktanteil von 20,6 Prozent, gefolgt von MyVideo.de (15,3 Prozent Marktanteil), das ebenfalls von SevenOne Interactive vermarktet wird. Auf Platz 3 folgt Spiegel.de (15,3 Prozent Marktanteil). Auf Rang 4 platziert sich RTL.de (9,9 Prozent) vor Sat1.de (9,3 Prozent).

Bei den Branchen, die am meisten Geld in Video-Ads investieren, nimmt der Bereich Hotels und Gastronomie mit einem Anteil von 11 Prozent den Spitzenplatz ein (siehe Tabelle 2). Es folgen Telekommunikationsgeräte mit 8,8 Prozent Marktanteil und der Bereich PKW mit 7,1 Prozent.

Matthias Falkenberg, Geschäftsführer SevenOne Interactive: „Das Internet entwickelt sich mehr und mehr zu einem Bewegtbild-Medium. Die werbungstreibenden Unternehmen und Agenturen haben das erkannt und setzen hier deshalb verstärkt auf das Instrument, das ihre Marken auch schon im Fernsehen groß gemacht hat: Die emotionale Kraft der bewegten Bilder.“

Tab. 1: Top-5-Vermarkter – SevenOne Interactive dominiert den Markt

An Nielsen Media Research gemeldete Umsätze aus dem Bereich Video-Advertising in Prozent und TEUR nach Vermarktern im 1. Halbjahr 2008

Vermarkter	Anteile in Prozent	Brutto-Umsätze in TEUR
SevenOne Interactive	54,1	1.964
IP	18,3	664
Quality Channel	16,9	612
Tomorrow Focus	7,8	284
G+J Electronic Media	1,6	56

Quelle: Nielsen Media Research (Nicht alle Vermarkter melden ihre Umsätze an Nielsen)

Tab. 2: Top-5-Branchen – Gastronomie treibt Video-Advertising

An Nielsen Media Research gemeldete Umsätze aus dem Bereich Video-Advertising in Prozent und TEUR nach Branchen, 1. Halbjahr 2008

Branche	Anteile in Prozent	Brutto-Umsätze in TEUR
Hotels + Gastronomie	11,0	389
Telekommunikationsgeräte	8,8	320
PKW	7,1	256
Versandhandel	6,3	228
Versicherungen	6,1	223

Quelle: Nielsen Media Research (Nicht alle Vermarkter melden ihre Umsätzen Nielsen)

Über SevenOne Interactive

SevenOne Interactive ist mit 18,44 Millionen Unique Usern der zweitgrößte deutsche Online-Vermarkter (AGOF/internet facts 2008-I). Bei den inhaltegetriebenen Vermarktern ist das Unternehmen Marktführer – ebenso wie im Bereich Teletextwerbung. Der Online- und Multimedia-Vermarkter der ProSiebenSat.1 Group vermarktet die Angebote der Senderfamilie in den Bereichen Internet, Teletext, Mobile, Podcast, In Game Advertising, Web-TV, CRM/Direct Marketing und Events. Darüber hinaus umfasst das Portfolio die Teletexte

von DSF, MTV, VIVA, Comedy Central, NICK, DAS VIERTE und Hamburg 1. Zudem vermarktet SevenOne Interactive neben Deutschlands größtem Instant-Messaging-Dienst ICQ die beiden Community-Plattformen MyVideo.de und Lokalisten.de sowie wetter.com, die Preissuchmaschine billiger.de, die Ratgeberplattform wer-weiss-was.de und Oktoberfest.de. Seit kurzem runden die Themenplattformen autoplenum.de und fem.com das Portfolio ab.

Dateien:

[08-07-21_Video-Ads-Markt.pdf](#)

[<- Zurück zu: Pressemitteilungen](#)

[Zum TV-Angebot](#)