

Media Focus

Online-Werbestatistik

Report 2008/02

Semester-Report mit Zahlen und Informationen zur
Entwicklung der Online-Werbung in der Schweiz



Media Focus

Online-Werbestatistik

Report 2008/02

**Semester-Report mit Zahlen und Informationen
zur Entwicklung der Online-Werbung in der Schweiz**

Der Online-Werbemarkt

Zur Darstellung des gesamten Online-Werbemarkts wurde die Werbestatistik, welche auf den klassischen Werbeformen (Display) basiert, um die Werbeformen Suchmaschinen-Werbung, Affiliate-Marketing und den Online-Rubrikenmarkt erweitert. Nachfolgende Beschreibungen zeigen auf, wie sich die verschiedenen Werbeformen charakterisieren und voneinander abgrenzen lassen.

Unter **klassischer Onlinewerbung** werden sogenannte Display Ads verstanden, also Werbeflächen wie beispielsweise Banner, Skyscraper, Rectangles oder die Integration von (multimedialen) Inhalten von Werbeauftraggebern in den redaktionellen Bereich der erfassten Online-Werbeträger. Die üblichen Abrechnungsformen sind Fixpreise oder Preise gemäss den erzielten Kontakten (CPM). Integriert in die Werbedruckstatistik werden die fakturierten Bruttoauftragswerte.

Mit **Suchmaschinen-Werbung** werden Werbemöglichkeiten bezeichnet, bei denen der Werbeauftraggeber für eine bestimmte Position seines Links auf den gängigen Suchmaschinen bezahlt. Üblicherweise wird über ein Auktionsverfahren festgelegt, wer die beste Stelle bekommt. Die Abrechnungsmethode von Suchmaschinen-Werbung ist die Bezahlung nach Anzahl Klicks auf die textbasierten Links.

Das Segment **Affiliate-Marketing** beinhaltet Werbeschaltungen, welche auf sehr vielen und in der Regel reichweitschwachen Web-Angeboten platziert werden. Die Unterscheidung zur klassischen Onlinewerbung liegt in der Abrechnungsform. Affiliate Marketing wird fast ausschliesslich basierend auf den erzielten Klicks oder sogar auf Basis der abgeschlossenen Kaufverträge verrechnet.

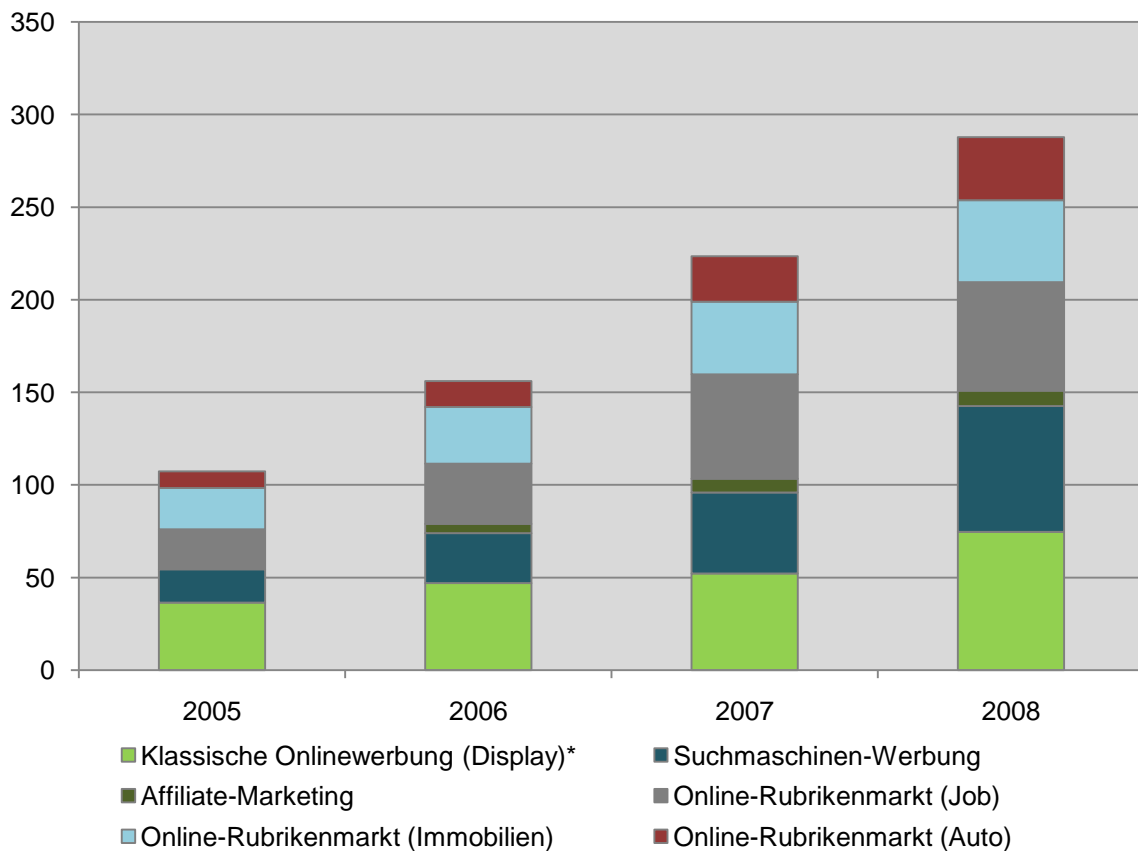
Unter dem **Online-Rubrikenmarkt (Classifieds)** versteht man das Online-Kleinanzeigen-Geschäft. Als Basis des Semester-Reports werden die Rubriken-Bereiche „Immobilien“, „Auto“ und „Job“ berücksichtigt.

Online-Trend nach Werbeformen

in Mio. CHF	2005	2006	2007	2008
Klassische Onlinewerbung (Display)*	36.4	47.0	52.2	74.7
Suchmaschinen-Werbung	18.1	27.0	43.7	67.9
Affiliate-Marketing	-	5.0	7.5	8.3
Online-Rubrikenmarkt (Job)	21.5	32.5	56.3	58.6
Online-Rubrikenmarkt (Immobilien)	22.3	30.5	39.3	44.3
Online-Rubrikenmarkt (Auto)	9.0	14.0	24.5	34.0
Gesamtmarkt Online	107.2	156.0	223.5	287.8

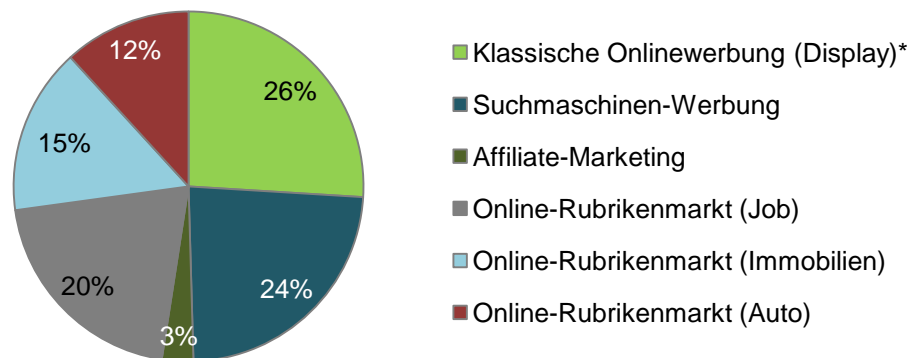
Quellen: Expertenschätzungen; *Media Focus Werbedruckstatistik

Mit Einbezug aller eingeschätzten Werbeformen betrug der Gesamtmarkt Online im Jahr 2008 annähernd 290 Millionen CHF. Von diesem Gesamtvolumen stammt knapp die Hälfte aus dem Rubrikenbereich.



Quellen: Expertenschätzungen; *Media Focus Werbedruckstatistik

Segmentmix 2008



Quellen: Expertenschätzungen; *Media Focus Werbedruckstatistik

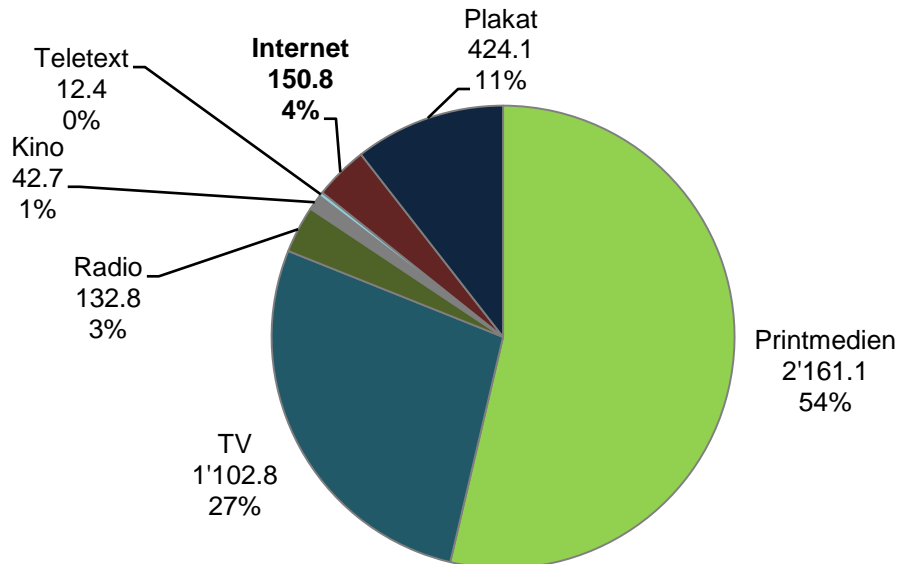
Wachstum in %	05/06	06/07	07/08	08/09 Prognose
Klassische Onlinewerbung (Display)*	29.1	11.1	43.1	14
Suchmaschinen-Werbung	49.3	61.9	55.4	30
Affiliate-Marketing	-	49.3	10.1	19
Online-Rubrikenmarkt (Job)	51.3	73.3	4.1	-1
Online-Rubrikenmarkt (Immobilien)	37.1	29.0	12.7	9
Online-Rubrikenmarkt (Auto)	55.6	75.0	38.8	8
Gesamtmarkt Online	45.5	43.3	28.8	24

Quellen: Expertenschätzungen; *Media Focus Werbedruckstatistik

Die Werbeformen mit dem stärksten prognostizierten Wachstum in 2008 sind die Suchmaschinen-Werbung und das Affiliate-Marketing.

Das Wachstum des Online Gesamtmarkts von 2007 zu 2008 betrug etwa 29%. Ein ähnliches Wachstumsergebnis dürfte sich auch im 2009 einstellen, sollten die Prognosen von 24% eintreffen. Der Bereich, der auch im aktuellen Jahr wieder am deutlichsten zulegen soll, ist die Suchmaschinen-Werbung.

Anteil der Online-Werbung am Gesamtmarkt



Quellen: Media Focus Werbedruckstatistik; * Expertenschätzungen

Der Anteil von Online im 2008 ist berechnet auf Basis der Werbeformen Display, Suchmaschinen-Werbung und Affiliate-Marketing. Zur Aufrechterhaltung der Vergleichbarkeit wurden für diese Betrachtung die Online-Rubriken nicht berücksichtigt, da auch in anderen Mediengruppen keine Rubriken miterfasst werden.

Mit Einbezug der oben erwähnten Werbeformen beträgt der Anteil von Online am Gesamtwerbemarkt 4% und liegt damit höher als der Anteil der Mediengruppen Teletext, Kino und Radio.

Online-Werbung (Display) nach Branchen 2008

Branche	Bruttowerbedruck in Mio. CHF	Anteil Online im Mediamix in %
Finanzen	13.91	3.9
Telekommunikation	9.27	4.2
Dienstleistung	8.00	4.1
Fahrzeuge	6.71	1.7
Freizeit-Sport / Touristik	6.26	2.8
Industrie / Handel	5.85	5.1
Initiativen / Kampagnen	5.73	0.9
Verkehrsbetriebe	4.70	6.5
Unterhaltungselektronik / Foto	2.85	2.3
EDV / Büro	2.75	5.1
Getränke	1.97	1.3
Nahrungsmittel	1.88	0.5
Kosmetik/Körperpflege	1.35	0.5
Medien	0.93	1.4
Haus-/ Gartenbau / -einrichtung	0.71	0.4
Persönlicher Bedarf	0.63	0.5
Pharma / Gesundheit	0.42	0.4
Bekleidung / Wäsche	0.22	0.2
Energie	0.20	0.8
Reinigen	0.17	0.2
Haushaltsartikel und -geräte	0.11	0.2
Tabakwaren	0.02	0.2

Quelle: Media Focus Werbedruckstatistik

„Finanzen“ ist die Branche mit dem höchsten Werbedruck in der Mediengruppe Internet (Display). Einen Anteil von 5% und mehr im Mediamix erzielen folgende Branchen: Industrie/Handel (5.1%), Verkehrsbetriebe (6.5%) und EDV/Büro (5.1%).

Zur Methodik der Media Focus Online-Werbestatistik

Die Daten der klassischen Werbeformen (Display) basieren auf der Werbedruckstatistik von Media Focus und sind produktgenaue, gemeldete Werte (brutto-fakturiert) unserer Kooperationspartner.

Liste der Kooperationspartner:

- AdLINK Media Schweiz AG
- Publicitas Web2com
- Romandie Online
- azonline.ch
- NZZ Online
- Tamedia AG
- search.ch
- espace.ch
- baz.online
- directories.ch
- bluewin.ch
- SevenOne Media [Schweiz] AG

Die Daten aller anderen Segmente basieren auf Expertenschätzungen folgender Marktplayer:

- AdLINK Media Schweiz AG
- Angelink yourposition GmbH
- car4you (Schweiz) AG
- homegate AG
- orange8 interactive ag
- Publicitas Web2com AG
- Ringier AG
- Scout24 Schweiz AG
- TradeDoubler AG
- Tamedia AG (Stellenmarkt)
- Worldsites GmbH

Kontakt

Media Focus
Stauffacherstrasse 28
CH-8004 Zürich

Telefon: +41 (0)43 322 17 50
Fax: +41 (0)43 322 17 55
Web: www.mediafocus.ch