



Online Marketing Studie

## Online-Werbevolumen 2009 - 4,1 Mrd. Euro

Das Wachstum des Werbevolumens 2009 ist deutlich auf 12 % eingebrochen. **Während sich 2008 die Werbeausgaben auf 3667 Mio. € beliefen, wurden 2009 „nur noch“ 4100 Mio. € ausgegeben.** Für das laufende Jahr prognostiziert die OVK ([ovk](#)) ein **Wachstum für den gesamten Online-Werbemarkt von 14%**. Auf dieser Grundlage würde das Bruttowerbevolumen in diesem Jahr insgesamt 4,7 Milliarden Euro erreichen.

Im Affiliate-Marketing erreichten 2009 die **Bruttowerbeinvestitionen erstmals mehr als 300 Millionen Euro.** Die

Wachstumsunterschiede zwischen

Suchwortvermarktung, klassischer Online-Werbung und Affiliate-Marketing weichen im Vergleich zum Vorjahr nicht drastisch ab. Bei den verschiedenen

Werbeformen zeigt sich jedoch ein klarer Trend: Großflächige und aufmerksamkeitsstarke

Formate werden immer häufiger gebucht. Auch

wenn es an der Reichweite für Videowerbung mitunter noch mangelt, ist der Video-Boom ungebrochen. **Gegenüber 2008 konnten Video-Ads um 159,5% zulegen.** Wallpaper-Werbung ist ebenfalls stark im Trend. 2009 wuchs die Nachfrage um 65,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



Die Entwicklung der Marktanteile in den einzelnen Mediengattungen zeigen seit Jahren einen klaren Trend: **Print verliert, Online gewinnt. Im Jahr 2009 konnte das Internet mit**

**16,5% Marktanteil erstmals die Publikumszeitschriften hinter sich lassen** und ist nunmehr das drittstärkste

Werbemedium in Deutschland, hinter den Medien TV und Zeitung. Dass das Internet im Kampf um Marktanteile gewinnt, wird sich auch in den nächsten Jahren zeigen. In anderen Ländern ist das Internet als Werbeform schon viel ausgeprägter. Es bietet noch viel Potenzial, auch wenn man meinen könnte, dass die Grenzen langsam erreicht wären. Insbesondere die Bewegtbildwerbung (Video-Ads) bringt noch enormes Wachstumspotenzial mit sich. Die ausführliche Studie finden Sie hier: [bvdw](#)

**Top aktuelle Google Zahlen:** Im ersten Quartal 2010 verzeichnete Google einen Nettogewinn von zwei Milliarden Euro, ein Anstieg von 38% zum Vorjahr. Der Bereich des Suchwortmarketings (SEA) nahm um 15% zu, trotz aller Probleme mit. ([internetworld](#))

[Google News](#)

## High Performance Analyse mit Skipfish

Mit dem vollautomatisiertem Web-Security-Scanner Skipfish bringt Google ein weiteres kostenfreies Produkt heraus. Skipfish überzeugt durch hohe Geschwindigkeit, einfache Handhabung, innovative Sicherheitsleistung und stellt seine Konkurrenten Nessus und Nmap in den Hintergrund.

### Was genau macht Skipfish?

Skipfish bietet eine Komplettlösung zur schnellen Fehleranalyse in der Webseitenprogrammierung.

Unter anderem durchsucht es die Webseite nach XSS-Lücken, SQL- und XML-Injektions, die für Ihre Webseite eine System- & Datengefährdung darstellen könnten. Es wird ein individueller Bericht erstellt, der Ihnen genau zeigt, wo Fehler existieren und welche behoben werden müssen.



Scanner version: 1.00b Scan date: Thu Mar 18 12:04:42 2010  
Random seed: 0x75573a02 Total time: 0 hr 16 min 46 sec 841 ms

**skipfish**

Crawl results - click to expand:

- http://www.example.com/ 3 2 471  
Code: 200, length: 438, declared: text/html, detected: text/html, charset: UTF-8 [ show trace + ]
- New 404 signature seen  
1. Code: 404, length: 289, declared: text/html, charset: iso-8859-1 [ show trace + ]
- New Server header value seen  
1. Code: 200, length: 438, declared: text/html, charset: UTF-8 [ show trace + ]
- error 3 5  
Code: 403, length: 288, declared: text/html, detected: text/html, charset: iso-8859-1 [ show trace - ]
- include 2 3  
Code: 403, length: 296, declared: text/html, detected: text/html, charset: iso-8859-1 [ show trace - ]
- README 1  
Code: 200, length: 1979, declared: text/plain, detected: text/plain, charset: UTF-8 [ show trace + ]
- icons 164  
Code: 200, length: 30034, declared: text/html, detected: text/html, charset: ISO-8859-1 [ show trace + ]

Document type overview - click to expand:

- application/xhtml+xml (1)
- image/gif (3)

(Eine komplette Übersicht über die Leistungen des Tools können Sie [hier](#) abrufen.)

Der Web-Security Scanner ist kompatibel mit allen gängigen Windows-Systemen, MacOS X und läuft sogar unter Linux.

Einfach [hier](#) downloaden und Ihre Webseite auf Fehler überprüfen.

**Achtung!** Zumindest ein Grundverständnis der gängigen Programmierung ist erforderlich!

## Online Marketing

### Onlinehandel schlägt Versandhandel

Der E-Commerce Umsatzzuwachs steigt rapide. Der Umsatz des Onlinehandels überstieg im Jahr 2009 erstmals den des Versandhandels.

Die Suchmaschine Google stellt in ihrer neuen „Studie zum Distanzhandel“ ([Google Inc., 2010](#)) den Trend des deutschen Handels im Internet dar: Im Vergleich zwischen Versand- und Onlinehandel erzielte die Internet-Branche erstmalig im Jahr 2009 53,3% des Umsatzes. **Insgesamt stieg der Online-Umsatz um 16% auf 15,5 Mrd. Euro im letzten Jahr.** Der Bundesverband des deutschen Versandhandels ([bvh](#)) geht für das Jahr 2010 von einem weiteren Umsatzanstieg um 10% aus.

Am meisten profitieren Marken- und Hersteller im Internet. Diese erfuhren im Jahr 2009 einen Umsatzzuwachs von 27%. Mode bleibt dabei die umsatzstärkste Warengruppe.

Der E-Commerce etabliert sich zunehmend als **die Verkaufsmöglichkeit** neben den Geschäften im Offline-Bereich. Dabei ist der Onlinehandel keinesfalls separat zu sehen. Der Off- und Online-Handel beeinflusst sich gegenseitig. So haben sich 25% der Käufer Geschäft vorher im Internet über das Produkt informiert. In der Käuferschicht von 14-29 Jahren sind es sogar 45%.



im

**Die Anzahl an Käufern im Internet nimmt**

**zu. Im Jahr 2009 stieg sie um 1,1 Millionen.** Im Internet bestellt jedoch nicht nur die junge Zielgruppe. Letztes Jahr kauften bereits 58% der 50- bis 59-Jährigen online; 2008 waren es noch 43%.

Ist Ihr Shop fit für beide Zielgruppen, die? Silversurfer (Internetnutzer ab 50 Jahre) stellen meistens höhere Ansprüche, was den Service und die Usability einer Webseite angeht. Sie wünschen zusätzlich zu einer klaren Struktur, die ermöglicht Produkte schnell und einfach zu finden, Hilfestellungen und seriöse Komponenten. So informiert sich diese Zielgruppe eher über Retour-Informationen und ruft häufiger bei der Hotline an.

**rankingCHECK-Tipp:** Wir bieten eine Usability Optimierung Ihrer Seite an und helfen, Ihre Webseite präzise auf Ihre Zielgruppe auszurichten. Wenden Sie sich einfach an Ihren Ansprechpartner.