

Der Digitale Werbemarkt in Deutschland **"Übersicht zu Marktteilnehmern, -größen,** **Werbeumsätzen und Trends"** **(WM2)**

Zielgruppe:

Mitarbeiter aus Unternehmen, die für Marketing und Werbung zuständig sind. Personen, die ihr Wissen über die Digitale Werbewirtschaft ausbauen möchten. Werbe- und Marketingleiter, Media & Sales Consultants, Accountants und Directors, Lehrende und Lernende aus der Werbe- und Medienwirtschaft, Fachjournalisten.

Lernziele:

Die Teilnehmer lernen die Marktteilnehmer, Marktgrößen und Marktumsätze der Digitalen Werbewirtschaft in Deutschland kennen. Dieser halbtägige Workshop erklärt in anregender Form mit Diskussionsmöglichkeit, welches die Digitalen Kanäle sind, welche Medienhäuser und Vermarkter dahinter stecken und welche Werbeformen sie anbieten. Zudem werden die Wege, die Digitale Werbung bis zu ihrer Auslieferung an die verschiedenen Zielgruppen nimmt, anschaulich aufgezeigt.

Inhalte:

- Vorstellung der agof mit ihren Zielen und Mitgliedern
- Vorstellung der verschiedenen Digitalen Werbeformen
- Die Marktgröße Digitaler Werbung in Deutschland und die bedeutendsten Marktteilnehmer
- Trends und Perspektiven
- Diskussion

Trainingsform:

Interaktiver Vortrag

Zeitraumen:

½ Tag

Verteilung der Digitalen Werbeaufwendungen:

Die Digitalisierung der Lebenswelten spiegelt sich auch im Werbemarkt wider. So zeigt der Nettowerbekuchen für 2015, dass das Internet seine Position als zweitstärkstes Werbemedium weiter gefestigt hat. Konkret machen die Nettowerbeinvestitionen in digitale Display-Werbung und Suchwortvermarktung mit 28,8 Prozent mittlerweile weit über ein Viertel des Netto-Werbekuchens aus. Das geht aus dem aktuellen OVK Online-Report 2016/02 des Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor.

Der Digitale Werbemarkt in Deutschland
"Übersicht zu Marktteilnehmern, -größen,
Werbeumsätzen und Trends"
(WM2)

Agenda

14:00 bis 17:00 Uhr

1. Der digitale Werbemarkt

- Werbeträger, Medienanbieter und Vermarkter
- Spendings & Entwicklungen
- Die agof und ihre Ziele

2. Vorstellung der gängigsten Werbeformen

3. Trends und Perspektiven