

Pressemitteilung 14. Dezember 2009

ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

comScore bietet in Deutschland einen neuen Service an, der Marketing-Intelligenz für Online-Display-Werbekampagnen liefert.

Laut comScore Ad Metrix liegt die Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck als Publisher für Display-Werbung in Deutschland ganz vorn. Die Deutsche Telekom führte die Liste der Top-Werber im September an.

LONDON, Großbritannien, 14. Dezember 2009 – comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR), eines der führenden Unternehmen im Bereich der Messung der digitalen Welt, vermeldete heute den deutschlandweiten Start von comScore Ad Metrix, eines bahnbrechenden Dienstes für die Planung und Umsetzung digitaler Media-Kampagnen. comScore Ad Metrix liefert detaillierte Informationen darüber, wo Display-Werbung online wahrgenommen wird und wie sich das erreichte Publikum demografisch zusammensetzt. Der Service erfasst eine Vielzahl unterschiedlicher Formen von Display-Werbung – von statischen Bannern über Rich Media bis hin zu Video-Werbung. Im September 2009 wurden in Deutschland mehr als 50 Milliarden Display-Anzeigen von 43 Millionen Internet-Nutzern betrachtet.

„Mit mehr als 50 Milliarden Display Ad Impressions, die im September in Deutschland online ausgeliefert wurden, hat sich Display-Werbung zu einem großen und schnell wachsenden Werbekanal entwickelt“, sagt Mike Read, SVP and Managing Director von comScore Europe. „Trotzdem: Obwohl in Deutschland mehr Benutzer im Internet aktiv sind als in allen anderen europäischen Ländern, erreicht der deutsche Markt für Display-Werbung nicht dasselbe Volumen wie in Frankreich oder Großbritannien. comScore Ad Metrix schafft für den Sektor der digitalen Medien in Deutschland mehr Transparenz. So soll das Vertrauen von Werbern gestärkt werden, einen größeren Teil ihres Budgets in das digitale Medium zu investieren und den Online-Werbemarkt in Deutschland auf dasselbe Niveau zu heben wie in anderen führenden Nationen in Europa.“

Die Top 10 Publisher für Online-Display-Werbung

Die Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck war im September die erfolgreichste deutsche Plattform – vor allem bedingt durch StudiVZ-Webseiten, auf denen 98,4 Prozent aller Display-

Kunde:

**Ansprechpartner für die Presse D/A/CH**11 Prozent Communication
Angelique SzameitatT: +49 8122 / 955 - 625
F: +49 8122 / 955 - 627
a.szameitat@11prozent.de
www.11prozent.decomScore, European Press
and Events Analyst
Berit BlockT: +44 203 111 - 1758
bblock@comscore.comhttp://www.comscore.com/About_comScore

Pressemitteilung 14. Dezember 2009

ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

Werbungen von Holtzbrinck betrachtet wurden. Mit 2 Milliarden betrachteten Display-Anzeigen (3,9 Prozent Marktanteil) erreichte Holtzbrinck 15,2 Millionen Menschen über den Online-Kanal. Webseiten der Deutschen Telekom nehmen mit 1,9 Milliarden betrachteten Werbeanzeigen (3,9 Prozent Marktanteil) den zweiten Platz ein, während die deutsche Social-Networking-Seite Jappy.de mit 1,8 Milliarden betrachteten Anzeigen (3,6 Prozent Marktanteil) an dritter Stelle rangiert.

Top 10 Deutsche Online-Display-Publisher* Deutschland gesamt, Alter 15+, Zuhause und am Arbeitsplatz** September 2009 Quelle: comScore Ad-Metrix			
Publisher	Gesamt Display Ad Impressions (MM)	% Anteil von Display-Werbung	Zahl einzelner Betrachter von Display-Werbung (000)
Internet gesamt: Publikum gesamt	50.445	100,0 %	42.999
Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	1.983	3,9 %	15.202
Deutsche Telekom	1.946	3,9 %	20.090
Jappy.de	1.831	3,6 %	2.039
United-Internet-Webseiten	1.729	3,4 %	17.617
Google Sites	1.651	3,3 %	28.076
eBay	1.360	2,7 %	19.196
Microsoft Webseiten	1.280	2,5 %	16.056
Yahoo! Webseiten	890	1,8 %	13.829
RTL Group Webseiten	729	1,4 %	12.614
ProSiebenSat1 Webseiten	704	1,4 %	16.329

*Erfasst nur Display-Werbung, ausgenommen kleine Anzeigen und Eigenanzeigen (<2,500 Pixel).

** Nicht berücksichtigt sind Traffic von öffentlichen Computern z. B. in Internet Cafés und Zugriffe via Mobiltelefon oder PDA.

Die Top 10 Online Display-Werber

Die Rangliste der zehn erfolgreichsten Display-Werber umfasst Marken aus unterschiedlichen Kategorien. Die Deutsche Telekom war im September mit 557 Millionen betrachteten Anzeigen (1,1 Prozent Marktanteil) und 33,4 Millionen erreichten Menschen in Deutschland der erfolgreichste Online-Werber. Ebenfalls gut positioniert mit Display-Werbung waren eBay mit 477 Millionen betrachteten Display-Anzeigen (0,9 Prozent), Gameforge-Seiten mit 394 Millionen Betrachtern (0,8 Prozent) und Stayfriends.de-Betreiber United Online mit 357 Millionen betrachteten Anzeigen (0,7 Prozent Marktanteil).

Kunde:

**Ansprechpartner für die Presse D/A/CH**

11 Prozent Communication
Angelique Szameitat

T: +49 8122 / 955 - 625
F: +49 8122 / 955 - 627
a.szameitat@11prozent.de
www.11prozent.de

comScore, European Press
and Events Analyst
Berit Block

T: +44 203 111 - 1758
bblock@comscore.com

http://www.comscore.com/About_comScore

Pressemitteilung 14. Dezember 2009

ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

Top 10 der deutschen Online-Display-Werber* Deutschland gesamt, Alter 15+, Zuhause und am Arbeitsplatz** September 2009 Quelle: comScore Ad-Metrix			
Werbendes Unternehmen	Gesamt Display Ad Impressions (MM)	% Marktanteil des Publishers von Display-Werbung	Zahl einzelner Betrachter von Display-Werbung (000)
Internet gesamt	50.444.726	100,0 %	42.999
Deutsche Telekom	557.106	1,1 %	33.409
eBay	477.456	0,9 %	29.851
Gameforge-Webseiten	393.565	0,8 %	19.472
United Online, Inc	357.089	0,7 %	30.319
Telecom Italia	337.551	0,7 %	28.174
Otto Gruppe	283.463	0,6 %	26.061
Cunda.de	250.705	0,5 %	26.214
TUI Group	210.818	0,4 %	27.439
KPN	207.113	0,4 %	22.794
Terra - Telefonica	185.298	0,4 %	24.503

*Erfasst nur Display-Werbung, ausgenommen kleine Anzeigen und Eigenanzeigen (<2,500 Pixel).

** Nicht berücksichtigt sind Traffic von öffentlichen Computern z. B. in Internet Cafés und Zugriffe via Mobiltelefon oder PDA.

Über comScore

comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) ist weltweit führend in der Messung des digitalen Zeitalters und bevorzugte Quelle für aktuelle Marktdaten aus dem Bereich des digitalen Marketings. Weitere Informationen finden Sie unter www.comscore.com/companyinfo.

Bilder/Pressemeldung/Auswertungen:

Mehr Analysen unter:

<http://www.11prozent.de/deutsch/kunden/comscore.html>

Kunde:

**Ansprechpartner für die Presse D/A/CH**

11 Prozent Communication
Angelique Szameitat

T: +49 8122 / 955 - 625
F: +49 8122 / 955 - 627
a.szameitat@11prozent.de
www.11prozent.de

comScore, European Press
and Events Analyst
Berit Block

T: +44 203 111 - 1758
bblock@comscore.com

http://www.comscore.com/About_comScore