

Pressemeldung

**Bildschirme erobern den öffentlichen Raum:  
Digital Signage europaweit im Aufbruch**

- *Digital Signage gewinnt als Informations- und Werbemedium an Einfluss: in Westeuropa schon mehr als 215.000 Werbescreens (2007) installiert*
- *Nettowerbeumsätze mit digitaler Außenwerbung in Westeuropa vervierfachen sich: von 158 Mio. Euro in 2007 auf 626 Mio. Euro in 2012*
- *Großbritannien ist Vorreiter: Umsatzanteil am gesamten digitalen Außenwerbemarkt Westeuropas beträgt 34 Prozent (2007)*
- *Deutschland hat Potenzial: Anteil digitaler Werbung am Außenwerbemarkt wächst nach Goldmedia-Prognose von 3 Prozent 2007 auf 11 Prozent 2012*

Berlin, London, 21. August 2008. Ob in der U-Bahn, am Flughafen, im Einkaufszentrum oder im Fitnessstudio – Bildschirme werden zunehmend häufiger an öffentlichen Orten als Informations- und Werbemedium genutzt. Der Fachausdruck hierfür: Digital Signage. Auch wenn die Entwicklung in vielen Ländern noch am Anfang steht, kommt der Markt europaweit in Schwung: 2007 gab es in Westeuropa bereits rund 215.000 öffentliche Screens, auf denen Werbebotschaften präsentiert wurden. Der Gesamtumsatz des westeuropäischen Digital Signage-Marktes (inkl. Hardware, Werbeerlöse und Serviceleistungen) betrug 2007 bereits über 600 Mio. Euro. Digitale Außenwerbung hat das Potential, bis 2012 eine ernst zu nehmende Rolle im Media-Mix zu spielen.

Die Beratungsunternehmen Goldmedia ([www.Goldmedia.de](http://www.Goldmedia.de)) und Screen Digest ([www.ScreenDigest.com](http://www.ScreenDigest.com)) haben den Zukunftsmarkt Digital Signage als Werbemedium in Westeuropa analysiert und prognostizieren in ihrer aktuellen Studie *“Digital Signage in Europe – Opportunities for digital out-of-home advertising”*, dass sich der Nettowerbeumsatz mit digitaler Außenwerbung bis 2012 vervierfachen wird – von 158 Millionen Euro (2007) auf 626 Millionen Euro in 2012. Damit wächst der Markt für digitale Außenwerbung in Westeuropa rasant, jährlich um durchschnittlich 32 Prozent (CAGR).<sup>1</sup> (siehe Chart 1)

Mit rund 3,1 Prozent (2007) ist der Anteil der digitalen Außenwerbung am gesamten Out-of-Home-Werbemarkt in Westeuropa derzeit noch gering. Bis 2012 wird dieser Wert jedoch auf rund zehn Prozent ansteigen. Digitale Außenwerbung trägt damit erheblich zum Wachstum des gesamten Außenwerbemarktes in Westeuropa bei. Der Umsatz steigt von rund fünf Milliarden Euro (2007) auf mehr als 6,5 Milliarden Euro in 2012.

---

<sup>1</sup> CAGR – Compound Annual Growth Rate

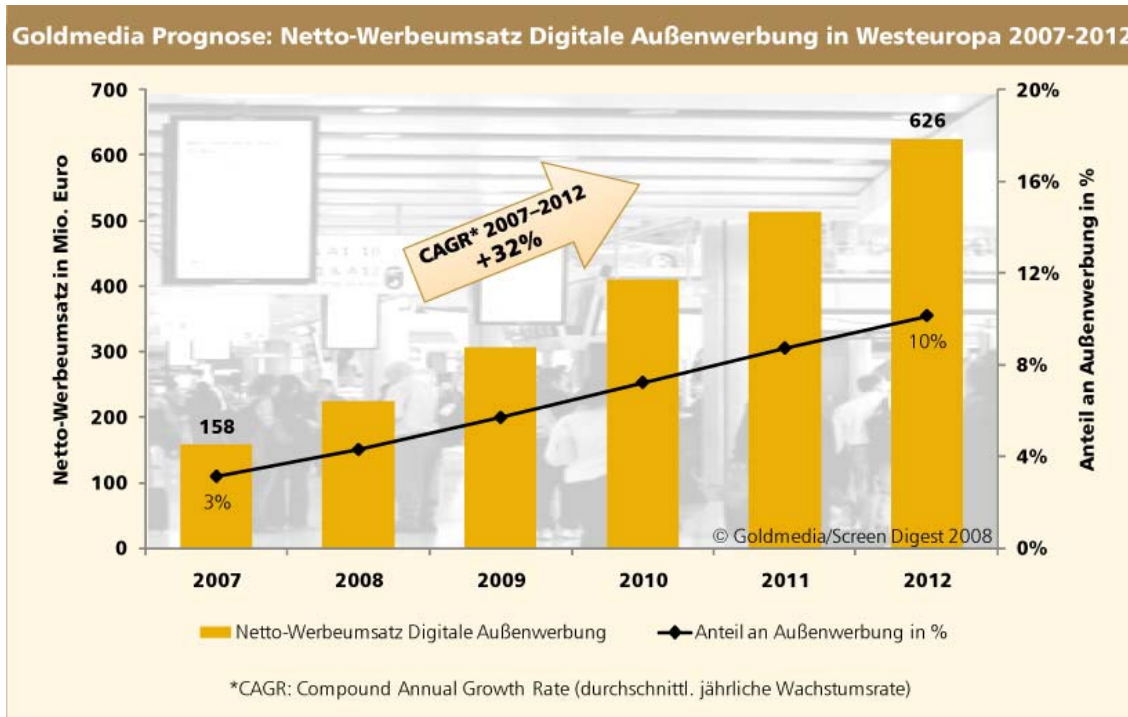
Rund die Hälfte der digitalen öffentlichen Bildschirme in Westeuropa befindet sich derzeit in Großbritannien. Mit einem Anteil von 34 Prozent am gesamten westeuropäischen Markt für Digital Signage ist Großbritannien führend in Europa. Recht weit entwickelt sind auch die Schweiz und die Niederlande. Schlusslicht in Europa ist Frankreich – hier macht die digitale Außenwerbung lediglich 0,9 Prozent (2007) des nationalen Außenwerbeemarktes aus. Obwohl auch Deutschland noch viel Entwicklungspotenzial hat, liegt dieser Wert immerhin schon bei drei Prozent (2007). Bis 2012 wird er nach Goldmedia-Prognose bereits auf elf Prozent steigen.

Digitale Werbung bietet gegenüber klassischen Außenwerbeformaten zahlreiche Vorzüge: Werbebotschaften können zielgruppengerecht, flexibel und *just in time* adressiert werden. Durch die Vernetzung digitaler Werbedisplays sind neue Werbekonzepte und dynamische Kampagnen möglich. Digital Signage ist auch deshalb auf Wachstumskurs, weil die Preise für Hardware wie LCD- und Plasmabildschirme weiter sinken.

„Der internationale Blick zeigt, dass zum Beispiel Nordamerika bei der Verbreitung von Digital Signage schon viel weiter entwickelt ist“, resümiert Goldmedia-Geschäftsführer Dr. André Wiegand. „Dass Europa hinterherhinkt hat verschiedene Gründe: das Fehlen einer einheitlichen Reichweiten-Währung, eine derzeit noch geringe Abdeckung durch die bestehenden Screen-Netzwerke und nicht zuletzt die Zurückhaltung von Mediaagenturen und Werbungtreibenden gegenüber dieser neuen Werbeform. All das wird sich in den nächsten Jahren aber sicher ändern. Nicht nur die Anzahl der Screens bzw. Screen-Netzwerke wächst stetig. Auch die Vorzüge des neuen Mediums werden mehr und mehr erkannt.“

Ende

**Chart 1**  
**Goldmedia-Prognose: Netto-Werbeumsätze mit digitaler Außenwerbung in Westeuropa 2007-2012**



**Quelle**

Alle in der Pressemeldung verwendeten Informationen entstammen der neuen Goldmedia/Screen Digest Studie "Digital Signage in Europe – Opportunities for digital out-of-home advertising", August 2008. Die Studie enthält Analysen der zehn wichtigsten europäischen Märkte, eine Marktübersicht und Beschreibung der Key-Player, Informationen zu Geschäftsmodellen sowie Marktpotenzialanalysen mit Prognosen für Werbe- und Hardwareumsätze sowie Werbedisplays bis 2012.

**Pressekontakt**

Goldmedia GmbH: Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, Katrin.Penzel@Goldmedia.de  
 Weitere Informationen und Grafiken zum Download finden Sie auch unter: www.Goldmedia.de

**Goldmedia:** Die Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikations-Bereich. Das Serviceangebot umfasst klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: Goldmedia GmbH Media Consulting & Research, Goldmedia Sales & Services GmbH sowie Goldmedia Custom Research GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin.

**Screen Digest:** Screen Digest mit Sitz in London und Büros in New York und Carmel, Kalifornien, ist eines der weltweit führenden Research & Consulting Unternehmen im Bereich Medienforschung. Das Kerngeschäft ist die Forschungstätigkeit in nahezu allen Bereichen elektronischer Medien und die regelmäßige Publikation umfangreicher Marktanalysen. „Intelligence Services“ in sechs verschiedenen Themenbereichen bündeln dieses umfangreiche Wissen und stellen es Kunden online zur Verfügung. Screen Digest arbeitet als Strategieberatung für renommierte nationale und internationale Unternehmen.