
Pressekontakt:

Nicole Karepin nicole.karepin@zenithoptimedia.de Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

Weltweiter Werbemarkt auf Erholungskurs

Düsseldorf, 7. April 2010

Weil das weltweite Vertrauen in die Erholung der Konjunktur wächst, befindet sich auch der globale Werbemarkt langsam auf Erholungskurs.

Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia prognostiziert in ihrer aktuellen Studie „Advertising Expenditure Forecast“ einen Anstieg der weltweiten Werbeausgaben in 2010 von 2,2 Prozent. Sie korrigiert damit ihre Prognose von Dezember 2009 (Plus 0,9 Prozent) deutlich nach oben. Hintergrund ist, dass Werbeausgaben in sich entwickelnden Märkten wie Zentral- und Osteuropa (2010: Plus 5,7 Prozent) und Lateinamerika (2010: Plus 9,3 Prozent) merklich ansteigen und sich zudem die von der Rezession schwer getroffenen Regionen Nordamerika, Westeuropa und Japan angesichts des wachsenden Vertrauens in Wirtschaft und Kaufkraft stabiler entwickeln als noch im Dezember 2009 erwartet. Zwar ist in diesen drei Regionen auch in 2010 insgesamt noch mit einem Rückgang der Werbeausgaben von 0,8 Prozent zu rechnen, doch gibt es positive Signale: So vermeldet beispielsweise Großbritannien im 1. Quartal 2010 einen Anstieg der Werbeausgaben in das Medium TV von 7 Prozent. In den USA haben die Handelsunternehmen ihre Werbeinvestitionen in nationale Radiowerbung in den ersten Monaten des Jahres nahezu verdoppelt.

„Für Deutschland rechnen wir in 2010 – trotz Erholungstendenzen – jedoch noch mit einem Rückgang der Werbeausgaben von Minus 1,4 Prozent, bevor es dann 2011 mit einem leichten Plus wieder aufwärts geht“, erklärt Dr. Nicole Prüsse, Chairman ZenithOptimedia.

„Optimistisch stimmen uns unter anderem der Ifo-Geschäftsklima-Index, der im März deutlich nach oben geklettert ist¹, sowie die jüngste GfK-Konsumklima-Studie². Wenn sich Wirtschaft und Kaufkraft nachhaltig stabilisieren, wird sich dies auch positiv auf den deutschen Werbemarkt auswirken.“ Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf den Arbeitsmarkt sind zudem laut Bundesagentur für Arbeit moderat. So nahmen nach den aktuellen

¹ Ifo-Geschäftsklima Deutschland, März 2010: Anstieg von 95,2 Punkten im Februar auf 98,1 Punkte im März 2010. Quelle: ifo-Konjunkturtest.

Pressekontakt:

Nicole Karepin nicole.karepin@zenithoptimedia.de Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

saisonbereinigten Daten die Erwerbstätigkeit und die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung zuletzt zu.

Für die kommenden Jahre rechnet ZenithOptimedia mit einer stufenweisen Erholung des weltweiten Werbemarkts mit einem Plus von 4,1 Prozent in 2011 und einem Plus von 5,3 Prozent in 2012. Langsamer erholen sich eben jene Märkte, die besonders stark von der Weltwirtschaftskrise betroffen waren, wie Westeuropa (2010: Plus 0,4 Prozent; 2011: Plus 2,4 Prozent; 2012: Plus: 3,2 Prozent) und Nordamerika (2010: Minus 1,5 Prozent / 2011: Plus 1,8 Prozent / 2012: Plus 3,0 Prozent).

Der Aufschwung des Werbeträgers Internet hat sich ungeachtet der Folgen der Weltwirtschaftskrise weiter fortgesetzt. „Im Grunde wurde der Boom des Internets durch die Rezession noch unterstützt, weil gerade dann exakte ROI-Messbarkeit und Flexibilität seitens der Werbungtreibenden gefragt waren. Von den klassischen Medien wird sich Fernsehen unter anderem aufgrund seiner wichtigen Rolle bei der Markenbildung am schnellsten erholen“, erläutert Dr. Nicole Prüsse. Bis 2012 werden 17,1 Prozent der weltweiten Werbeinvestitionen in das Internet fließen (2008: 10,5 Prozent); an erster Stelle in den Bereich Suchmaschinenmarketing, aber auch Bewegtbild-Werbung zählt zu den Wachstumstreibern. Fernsehen wird seinen Marktanteil unter den Werbeträgern weltweit auf 40,6 Prozent ausbauen (2008: 38,1 Prozent). Marktanteile einbüßen werden Tageszeitungen, Zeitschriften und Radio.

ZenithOptimedia erstellt die inzwischen vierteljährlichen Forecasts bereits seit 15 Jahren. Sie dienen der Werbewirtschaft als wertvolles Barometer für die Planung ihrer Media-Aktivitäten und werden darüber hinaus von Medien, Werbeagenturen, Unternehmensberatern und Analysten genutzt. Die kostenpflichtige Studie „Advertising Expenditure Forecasts“ kann bestellt werden unter www.zenithoptimedia.com.

Bilder:

Dr. Nicole Prüsse: http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/dr.nicole_pruesse.jpg

² GfK-Konsumklima-Studie März 2010: Prognostiziert wird ein Ende des Abwärtstrends im April 2010. Quelle: GfK-Konsumklima MAXX.

Pressekontakt:

Nicole Karepin nicole.karepin@zenithoptimedia.de Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

Logos:

ZenithOptimedia:

- Web-Version: http://typo3.zenithmedia.de/fileadmin/img/logos/ZO_2009.jpg

- Druckqualität EPS: <http://typo3.zenithmedia.de/fileadmin/img/logos/ZO-Logo.eps>

Verwandte Pressemitteilungen:

8. Dez. 2009: Weltweiter Werbemarkt hat sich stabilisiert

- Deutsch:

http://www.zenithoptimedia.de/wp-content/uploads/2009/12/2009-12-8-PM_AEF_deutsch.pdf

- Englisch (mehr Zahlenmaterial und Tabellen weltweit):

http://www.zenithoptimedia.de/wp-content/uploads/2009/12/2009-12-8-PM_AEF_englisch.pdf