
Pressekontakt:

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

Weltweiter Werbemarkt hat sich stabilisiert

Düsseldorf, 8. Dezember 2009

Nach dem stärksten Einbruch der weltweiten Werbeinvestitionen seit Jahrzehnten hat sich der globale Werbemarkt stabilisiert. Für 2010 wird weltweit ein leichtes Plus von 0,9 Prozent erwartet. Die Werbeausgaben in den Märkten Nordamerika, Westeuropa und Japan werden jedoch auch im kommenden Jahr noch schrumpfen.

Die Finanzkrise, die zur stärksten Rezession seit der „Großen Depression“ in 1929 geführt hat, hat in diesem Jahr zum einem beispiellosen Rückgang der weltweiten Werbeinvestitionen geführt. Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia geht in ihrer aktuellen Studie „Advertising Expenditure Forecast“ für 2009 von einem Minus von 10,2 Prozent aus. Die gute Nachricht: Die Aussichten für 2010 verbessern sich. Für das kommende Jahr wird mit einem leichten Anstieg der weltweiten Werbeausgaben von 0,9 Prozent gerechnet, vorausgesetzt die Konjunktur festigt sich weiter. ZenithOptimedia korrigiert damit erstmals seit 18 Monaten – d.h. seit Juni 2008, kurz bevor das volle Ausmaß der Finanzkrise zu erfassen war – ihre Prognosen für das künftige Jahr wieder leicht nach oben. Im Oktober wurde für 2010 noch ein Wachstum von 0,5 Prozent erwartet. „In Deutschland rechnen wir dagegen auch im kommenden Jahr noch mit rückläufigen Werbeausgaben von Minus 1,5 Prozent, was angesichts des extrem starken Rückgang von 9,8 Prozent in 2009 jedoch eine Erholung bedeutet“, erläutert Dr. Nicole Prüsse, Chairman ZenithOptimedia Deutschland. Ab 2011 ist wieder mit einem Plus zu rechnen.

Die Vergangenheit hat gezeigt: Nach Rezessionen erholt sich der globale Werbemarkt in der Regel stufenweise im Verlauf der kommenden drei Jahre. Weltweit wird ab 2012 wieder mit einem normalen Wachstum von 4,8 Prozent zu rechnen sein. Der prognostizierte, gemäßigte weltweite Anstieg von 0,9 Prozent für 2010 ist an erster Stelle den sich entwickelnden Märkten wie dem asiatisch-pazifischen ohne Japan (+ 8,4 Prozent) und Lateinamerika (+ 8,1 Prozent) zuzuschreiben. Die von der Wirtschaftskrise schwer getroffenen Märkte Nordamerika, Westeuropa und Japan erholen sich langsamer und schrumpfen auch im kommenden Jahr (Nordamerika: -2,4 Prozent, Westeuropa: - 0,5 Prozent, Japan: - 3,2 Prozent). Regionale Regelungen in einzelnen europäischen Ländern erschweren zudem die Erholung regionaler Werbemärkte: So wird das öffentliche Fernsehen in Frankreich, das mehr als ein Drittel der

Pressekontakt:

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

dortigen Zuschauer an sich zieht, bis 2011 voraussichtlich komplett werbefrei sein. In Spanien plant die Regierung, das öffentliche Fernsehen ab 2010 werbefrei zu gestalten (Zuschaueranteil: mehr als ein Fünftel). Ein moderates Wachstum der Werbemärkte ist in Nordamerika, Westeuropa und Japan ab 2011 wieder zu erwarten.

Das Internet, das als einziges Medium in 2009 weltweit einen Anstieg der Werbegelder verbuchen kann (+9,5 Prozent), wird seinen Marktanteil als Werbeträger bis 2012 auf 16,2 Prozent ausbauen. Dies ist maßgeblich dem Suchmaschinenmarketing zuzuschreiben: ZenithOptimedia geht davon aus, dass 53 Prozent der Online-Werbeinvestitionen bis 2012 in diesen Bereich fließen werden. In 2009 verzeichnete Search weltweit ein Plus von 15 Prozent und die Agenturgruppe rechnet damit, dass der Bereich seine Wachstumsrate von 14-15 Prozent über die kommenden Jahre halten wird. In Display-Werbung wurde im laufenden Jahr 6 Prozent mehr als im Vorjahr investiert.

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

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:

19. Okt 2009: Ende der Talfahrt des weltweiten Werbemarkts in Sicht

- Deutsch: http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pdf/2009/2009-10-16-PM_AEF_deutsch.pdf
- Englisch (mehr Zahlenmaterial und Tabellen weltweit):
http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pdf/2009/2009-10-16-AEF_englisch.pdf