

---

Pressekontakt:

Nicole Karepin [nicole.karepin@zenithoptimedia.de](mailto:nicole.karepin@zenithoptimedia.de) Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

## 1. Halbjahr pusht weltweiten Werbemarkt: Plus von 4,8 Prozent für 2010 erwartet

Düsseldorf, 18. Oktober 2010

Die Werbemärkte weltweit erholen sich von der Krise schneller als erwartet, so dass für den globalen Werbemarkt in 2010 mit einem starken Wachstum von 4,8 Prozent zu rechnen ist. So haben im 2. Quartal 2010 in den USA viele Automobil-, Handels- und Finanzunternehmen sowie politische Parteien wieder verstärkt in Werbung investiert<sup>1</sup>. In Westeuropa sorgte die Fußball-Weltmeisterschaft mit ihren für die europäische Zeitzone günstigen Übertragungszeiten für einen Push des Werbemarkts. Und in Brasilien, wo die Konjunktur deutlich angezogen ist, sind die Werbeausgaben im 2. Quartal um 32 Prozent im Vergleich zum Jahresanfang nach oben geklettert, was Lateinamerika ein Wachstum des Werbemarkts um 16,8 Prozent in 2010 beschert.

Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia korrigiert aufgrund der positiven Entwicklungen in ihrer Studie „Advertising Expenditure Forecast“ ihre Prognose für den weltweiten Werbemarkt zum vierten Mal in Folge nach oben. Für 2010 rechnet sie weltweit mit einem Plus von 4,8 Prozent (Stand Juli: 3,5 Prozent). Für Nordamerika wird ein Anstieg von 2,4 Prozent erwartet (Stand Juli: 1,3 Prozent). In Westeuropa wird der Werbemarkt um 3 Prozent wachsen (Prognose Juli: 2,2 Prozent) und diesen Kurs, vorausgesetzt die Konjunktur entwickelt sich weiter positiv, auch 2011 fortsetzen. „Weil sich auch die deutsche Wirtschaft stark und stabil entwickelt, rechnen wir für den deutschen Werbemarkt mit einem Plus von 2,4 Prozent in 2010 und 2,8 Prozent in 2011“, erläutert Dr. Nicole Prüsse, Chairman ZenithOptimedia Deutschland. So verzeichnete Deutschland im 2. Quartal 2010 einen Rekordzuwachs des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 2,2 Prozent im Vergleich zu den ersten drei Jahresmonaten, was das größte Quartalswachstum seit der Wiedervereinigung ist<sup>2</sup>. Für 2010 rechnet das Rheinisch-Westfälischen Wirtschaftsinstituts RWI mit einem Anstieg des BIP um 3,5 Prozent.

Unabhängig von dieser positiven Entwicklung wird das Wachstum des weltweiten Werbemarkts weiterhin unter dem erwarteten Wachstum des weltweiten Bruttoinlandsprodukts

---

<sup>1</sup> So stiegen zum Beispiel die Ausgaben politischer Parteien in TV-Werbung im 1. Quartal 2010 um 61 Prozent im Vergleich zu 2008. Auch BP investierte stark in Kommunikationsmaßnahmen.

<sup>2</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt

Pressekontakt:

Nicole Karepin [nicole.karepin@zenithoptimedia.de](mailto:nicole.karepin@zenithoptimedia.de) Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

von durchschnittlich rund 6 Prozent liegen. Für 2011 rechnet ZenithOptimedia mit einem Plus des Werbemarkts von 4,6 Prozent, für 2012 von 5,4 Prozent. Der Anteil der weltweiten Werbespendings am weltweiten BIP ist noch lange nicht auf dem Niveau wie vor der Weltwirtschaftskrise und weiter rückläufig: So wird der Anteil der Werbegelder am weltweiten BIP in 2010 auf 0,75 Prozent sinken (2007: 0,88 Prozent) und bis 2012 auf 0,74 Prozent zurückgehen.

Internet und Fernsehen haben die Rezession besser als alle anderen Medien überstanden und werden ihren jeweiligen Anteil an den weltweiten Werbegelder weiter ausbauen: Bis 2012 werden 41,6 Prozent der Werbeinvestitionen in das Fernsehen fließen (2009: 39,2 Prozent), in das Internet 16,5 Prozent (2009: 12,8 Prozent). In Deutschland ist mit einem Anstieg der Werbegelder in das Internet in 2010 von 16,1 Prozent zu rechnen, in das Fernsehen um 6,1 Prozent.

"Internet und TV sind die klaren Gewinner der Krise. Das weitere Wachstum beider Gattungen wird künftig nicht zuletzt von der Annäherung oder gar Verschmelzung von TV und Online-Bewegtbild abhängen. Denn das bewegte Bild wird auch in Zukunft unentbehrlicher Emotionsträger aller großen Kampagnen sein – bildschirmübergreifend", erklärt Dr. Nicole Prüsse.

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](http://www.zenithoptimedia.com).

**Bilder:**

Dr. Nicole Prüsse: [http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/dr.nicole\\_pruesse.jpg](http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/dr.nicole_pruesse.jpg)

**Logos:**

ZenithOptimedia:

- Web-Version: [http://zenithmedia.de/fileadmin/img/logos/ZO\\_2009.jpg](http://zenithmedia.de/fileadmin/img/logos/ZO_2009.jpg)

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

**Verwandte Pressemitteilungen:**

7. April 2010: Weltweiter Werbemarkt auf Erholungskurs

- Deutsch: [http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pdf/2010-07-19-PM\\_AEF\\_deutsch.pdf](http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pdf/2010-07-19-PM_AEF_deutsch.pdf)

---

Pressekontakt:

Nicole Karepin [nicole.karepin@zenithoptimedia.de](mailto:nicole.karepin@zenithoptimedia.de) Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

- Englisch (mehr Zahlenmaterial und Tabellen weltweit):

[http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pdf/2010-07-19-AEF\\_ENGLISH.pdf](http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pdf/2010-07-19-AEF_ENGLISH.pdf)