

---

Pressekontakt:

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

Twitter: <http://twitter.com/NixeKa> Blog: <http://vivakigermany.posterous.com/> Youtube: <http://www.youtube.com/NixekaVivaKi>

## **Werbemarkt trotz Japan-Beben und Aufruhr in Nahost weiter auf Erholungskurs**

**Düsseldorf, 11. April 2011** - Das schwere Erdbeben in Japan und die Unruhen im Nahen Osten und Nordafrika wirken sich auch auf die weltweite Werbewirtschaft aus. Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia prognostiziert in ihrer Studie „Advertising Expenditure Forecast“ mit 4,2 Prozent für das laufende Jahr ein etwas schwächeres Wachstum des globalen Werbemarktes, als im Dezember (4,6 Prozent). Der voraussichtlich um 4,1 Prozent schrumpfende Werbemarkt in Japan und die um 20 Prozent fallenden Werbeinvestitionen in Ägypten haben daran ihren Anteil. Insgesamt, schätzt die Agenturgruppe, werden diese dramatischen Ereignisse die Werbeeinnahmen weltweit um 2,4 Mrd. Dollar schmälern. Der grundlegende Erholungskurs der Werbewirtschaft wird sich allerdings fortsetzen, so dass ZenithOptimedia für 2012 mit einem stärkeren Wachstum von 5,8 Prozent rechnet. Japan und der Nahe Osten werden zu diesem Zeitpunkt einen Aufschwung erleben. Darüber hinaus entwickeln sich die europäischen Märkte stabil. Werbungtreibende vertrauen stärker in die langfristigen Konjunkturaussichten, so dass die Prognose für 2012 von 5,2 Prozent im Dezember angehoben wurde.

„Für Deutschland rechnen wir dieses Jahr weiterhin mit einem Werbemarktwachstum von 2,8 Prozent. Die Mehrzahl der Werbungtreibenden ist von der japanischen Wirtschaft relativ unabhängig. Selbst wenn es hier und dort zu Lieferengpässen kommt, ist die Auswirkung auf die Kommunikationsinvestitionen gering“, erläutert Frank-Peter Lortz, Chairman ZenithOptimedia Deutschland. „Am sichtbarsten werden die Folgen der Tragödie von Japan bei uns an ganz anderer Stelle: So werden große Energieversorger voraussichtlich ihre Kommunikationsmaßnahmen zurückfahren und die weitere Entwicklung in der Atomdebatte abwarten. Doch auch hier ist der Effekt auf den deutschen Gesamtwerbemarkt gering. Der Aufschwung ist robust, nahezu alle großen Branchen erhöhen ihre Spendings, vielfach sogar zweistellig.“

Weltweit öffnet sich die Wachstumsschere zwischen den großen, westlichen Märkten und den aufstrebenden Märkten weiter. Während Nordamerika bis 2013 jährlich 3,1 Prozent wachsen wird, Westeuropa 3,5 Prozent und Japan 0,7 Prozent, legt Lateinamerika 8,2 Prozent jährlich zu und Zentral- und Osteuropa 12,4 Prozent.

---

Pressekontakt:

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

Twitter: <http://twitter.com/NixeKa> Blog: <http://vivakigermany.posterous.com/> Youtube: <http://www.youtube.com/NixekaVivaKi>

Im Ranking der größten Werbemärkte wird China 2013 Deutschland vom dritten Platz (nach den USA und Japan) verdrängt haben. Brasilien und Russland werden Frankreich überholen. Insgesamt werden die aufstrebenden Märkte in den kommenden drei Jahren 62 Prozent zu den globalen Werbeinvestitionen beisteuern.

In der Entwicklung der Mediengattungen weltweit sticht der weitere Sinkflug der Zeitungen ins Auge. Auflagenverluste und Leserabwanderung ins Internet führen dazu, dass die Werbeinvestitionen ins Internet 2013 erstmals die in Zeitungen übersteigen werden.

„Diese globale Entwicklung werden wir in Deutschland erst später erleben. Die Zeitungen sind in ihrer Gesamtheit hierzulande ein sehr starkes Medium“, so Lortz. „Wir sehen aber eine andere Entwicklung mit hoher strategischer Relevanz für die hiesige Medienlandschaft: So werden bereits in zwei Jahren die im Internet generierten Werbeeinnahmen die von TV übersteigen. Angesichts der Tatsache, dass ein wesentlicher Wachstumstreiber des Internets Online-Bewegtbild ist, sollte diese Entwicklung für die TV-Sender höchste strategische Relevanz haben. Denn wenn sich Internet vom Sales-Medium zum Imagemedium entwickelt und mit der Übertragung von bewegtem, emotionalen Bild an das Kerngeschäft der Sender kratzt, droht die Gefahr, dass Internet am Ende ein breites Leistungsspektrum und entsprechend höhere Attraktivität für Werbekunden hat als TV.“

Eine weitere interessante Entwicklung ist bereits dieses Jahr im Online-Markt zu beobachten. Hier hat Online-Display (inklusive Online-Bewegtbild und Social Media) Search als Wachstumstreiber des Segments abgelöst. Weltweit wird Online Display bis 2013 jährlich um 16,4 Prozent wachsen, Search um 12,8 Prozent.

ZenithOptimedia erstellt die inzwischen vierteljährlichen Forecasts bereits seit 16 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 Forecast“ kann bestellt werden unter [www.zenithoptimedia.com](http://www.zenithoptimedia.com).

---

Pressekontakt:

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

Twitter: <http://twitter.com/NixeKa> Blog: <http://vivakigermany.posterous.com/> Youtube: <http://www.youtube.com/NixekaVivaKi>

**Bilder:**

Frank-Peter Lortz: [http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/fp\\_lortz.jpg](http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/fp_lortz.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>

**Vorige Pressemitteilung zur AEF:**

18. Oktober 2010: 1. Halbjahr pusht weltweiten Werbemarkt: Plus von 4,8 Prozent für 2010 erwartet - Deutsch:

[http://www.zenithoptimedia.de/wp-content/uploads/2009/07/2010-10-18-AEF\\_deutsch.pdf](http://www.zenithoptimedia.de/wp-content/uploads/2009/07/2010-10-18-AEF_deutsch.pdf)

- Englisch (mehr Zahlenmaterial und Tabellen weltweit):

[http://www.zenithoptimedia.de/wp-content/uploads/2009/07/2010-10-18-AEF\\_ENGLISH.pdf](http://www.zenithoptimedia.de/wp-content/uploads/2009/07/2010-10-18-AEF_ENGLISH.pdf)