

07.01.2013 - 11:28 Uhr

## **Deutscher Werbemarkt 2013: Stagnierende Online-Aktivitäten und gedämpfte Konjunktur lassen Investitionen um ca. 1,5% sinken**

*Hamburg (ots) -*

Die Hamburger Agentur JOM Jäschke Operational Media prognostiziert für den Deutschen Werbemarkt in 2013 ein Minus von rund 1,5%. Dies entspricht einer Reduktion des Netto-Gesamtwerbevolumens um ca. 330 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr. Bereinigt um Preissteigerungen und Rabatte belaufen sich die Werbeumsätze der Medien dann auf insgesamt 21,4 Mrd. Euro. Verantwortlich für das im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegene Minus sind die stagnierenden Investitionen im Bereich der Online-Medien. Die deutlich zweistelligen Wachstumsraten der vergangenen Jahre können hier 2013 laut Prognose der Hamburger Agentur nicht mehr erreicht werden. Insbesondere im klassischen Display-Marketing erwartet JOM bereits 2013 unter Abzug von Rabatten und Preissteigerungen ein Minus von 5-7%. Zu den Wachstumstreibern im digitalen Bereich zählt Werbung auf mobilen Endgeräten. Trotz einer Verdopplung der Werbeinvestitionen bleibt das Niveau allerdings mit gut 70 Mio. Euro noch vergleichsweise gering.

"Das mobile Internet wird die stationäre Nutzung bereits Ende 2013 überholen. Wir gehen davon aus, dass sich die Investitionen im Online-Marketing entsprechend weiter in Richtung Mobile-Devices verlagern. Der nächste Wachstumsschub für digitales Marketing steht außerdem mit zunehmender Verbreitung von Werbeangeboten auf internetfähigen TV-Geräten (Smart-TV) und steigenden Auflagen elektronischer Print-Ausgaben vor der Tür", so Agenturinhaber Michael Jäschke. Auch der Trend, Marketingbudgets stärker in eigene Kanäle, Umfeldler und Inhalte fließen zu lassen, wird sich 2013 fortsetzen und sich entsprechend auf die Werbeeinnahmen der Medien auswirken. Stabilisierende Effekte zeigen sich trotz hoher Unsicherheit über die weitere Entwicklung der Eurokrise durch eine stabile Arbeitsmarktlage und einen konstanten privaten Konsum im laufenden Jahr. Wachstumsimpulse auf den Werbemarkt sind aber angesichts einer nahezu stagnierenden Gesamtkonjunktur laut Jäschke Operational Media von volkswirtschaftlicher Seite nicht zu erwarten.

Die durchschnittlichen Preissteigerungen der Medien liegen im Jahr 2013 nach Berechnungen der Agentur bei ca. 5%.

Kontakt:

Volker Neumann  
JOM Jäschke Operational Media GmbH  
Tel. 040-27822-0  
Email: volker.neumann@jomhh.de  
www.jomhh.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014622/100730749> abgerufen werden.