

07.01.2015 - 10:00 Uhr

## Deutscher Werbemarkt 2015: Online-Videos und Mobile-Marketing sorgen für Wachstum

Hamburg (ots) -

Die Zeichen für den Deutschen Werbemarkt stehen auch 2015 auf Grün. Zu dieser Einschätzung kommt die Hamburger Agentur JOM Jäschke Operational Media in ihrer aktuellen Prognose. Demnach steigen die Netto-Werbeausgaben der Unternehmen in Deutschland 2015 um ca. 1,2% an. Damit liegt das Wachstum leicht unter dem Niveau des vergangenen Jahres. Hier konnte der Markt noch ca. 1,5% zulegen. Einer der größten Wachstumstreiber dürften dabei Werbespots im Rahmen von Online-Videos auf Umfaltern wie z.B. YouTube oder in Mediatheken sein. Wie im Vorjahr rechnen die Experten von JOM in diesem Bereich für 2015 mit einer Verdopplung der Werbeausgaben, die damit auf deutlich über 200 Mio. EUR ansteigen. Auch Werbung auf mobilen Endgeräten setzt ihr Wachstum fort und durchbricht voraussichtlich ebenfalls erstmals die 200 Mio. EUR Grenze.

Ein anderes Bild zeigt sich nach Einschätzung von JOM Jäschke Operational Media für die klassischen Medien. Hier rechnet die Hamburger Agentur mit weiter leicht sinkenden Werbeerlösen, insbesondere hervorgerufen durch Verluste bei gedruckten Tageszeitungen, Zeitschriften und Werbesendungen. Als stärkstes Werbemedium Deutschlands wird TV seine Position in 2015 allerdings auf hohem Niveau stabil halten.

Mit in die Prognose eingeschlossen wurden ebenfalls Investitionen in die Bereiche Content-Marketing und Social-Media, die laut JOM im Jahr 2015 um ca. 20% ansteigen werden und damit maßgeblich zum Wachstum des Gesamtmarktes beitragen.

"Markenkommunikation und Dialog mit dem Verbraucher erfolgen im digitalen Zeitalter verstärkt über eigene Plattformen und hochwertige relevante Inhalte. Daher erleben wir eine verstärkte Verlagerung der Investitionen aus bezahlten Werbeumfeldern hinein in Social-Media oder Content-Marketing. Ohne eine Bewertung derartiger Aktivitäten ist eine realistische Abbildung des Werbemarktes heute kaum mehr möglich", so JOM Geschäftsführer Michael Jäschke.

Insgesamt dürfte der Werbemarkt mit einem Wachstum von 1,2% nur leicht hinter der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zurückbleiben. Positiv wird sich insbesondere der deutliche Anstieg der privaten Konsumausgaben hierzulande auswirken. Auf der anderen Seite bleibt eine gewisse Unsicherheit hinsichtlich der weltweiten Konjunktorentwicklung oder weiteren Auswirkungen der Ukraine Krise bestehen. Impulse durch sportliche Großereignisse wird es, anders als 2014, im kommenden Jahr nicht geben.

Über das Unternehmen:

JOM kombiniert die Leistungen einer auf nachhaltig höchste Budgeteffizienz positionierten Mediaagentur mit dem Angebot einer konsequent auf Performancemarketing spezialisierten Digitalagentur. JOM wurde 1997 von Michael Jäschke gegründet und beschäftigt in der Hamburger HafenCity 55 Mitarbeiter. JOM ist inhabergeführt, unabhängig und fokussiert auf die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz. Mit den beiden operativen Firmen JOM Jäschke Operational Media GmbH und JOM com GmbH sowie rund 180 Mio. EUR Billings gehört JOM zu den Top 4 der inhabergeführten Mediaagenturen in Deutschland. Im Online-Markt behauptet JOM die Top 2 Position und zählt mit der JOM com zu den Top 5 Performancemarketing Agenturen.

Zu den Kernkompetenzen zählen Mediaberatung in allen On- und Offline-Medien, Performance-Marketing, Content-/Social-Media-Marketing, Online-/Public-Relations, Online-Kreation, Regionalmarketing sowie als Basis jede Form von strategischer Planung.

JOM arbeitet nach dem selbstentwickelten, wissenschaftlich fundierten Prinzip der Hybrid Marketing Communication. Es steht nur JOM-Klienten zur Verfügung.

Damit kann die Agentur für jede individuelle Aufgabe die optimale Kombination aus allen denkbaren Kommunikationskanälen zusammenstellen, im Online-Bereich integriert auch mit Content füllen und so ihren Klienten ein Höchstmaß an nachhaltiger Budgeteffizienz garantieren.

Kontakt:

Nadja Bachmann  
JOM (JOM Jäschke Operational Media GmbH, JOM com GmbH)  
Tel: 040-27822-0  
Email: [nadja.bachmann@jomhh.de](mailto:nadja.bachmann@jomhh.de)  
Web: <http://www.jomhh.de>