

11.01.2016 - 11:30 Uhr

Digitale Werbeumfelder und positives Konsumklima lassen den Deutschen Werbemarkt auch 2016 wachsen.

Hamburg (ots) -

Nach positiver Entwicklung im vergangenen Jahr wird der Deutsche Werbemarkt auch 2016 weiter wachsen. Zu dieser Einschätzung kommt die Hamburger Agenturgruppe JOM (Jäschke Operational Media / JOM com) in ihrer jährlichen Prognose. Laut JOM werden die Netto-Werbeausgaben der Unternehmen in Deutschland im laufenden Jahr um ca. 2,0% ansteigen und ein Volumen von über 23 Mrd. Euro erreichen.

Die Experten von JOM sagen dabei für die klassischen Medien ein nahezu unverändertes Niveau zum Vorjahr voraus. Die weiter schwächeren Print-Erlöse werden durch Zuwächse in Medien wie TV oder Außenwerbung aufgefangen.

Wachstum erzielt der Gesamtmarkt weiter aus den digitalen Werbemedien. Wie schon im vergangenen Jahr bleiben auch 2016 die Wachstumsraten für mobile Werbeformen, Online-Video und Content-Marketing auf hohem Niveau und treiben den Markt. Mit einem Volumen von über 300 Mio. EUR in 2016 hätten sich beispielsweise die Werbeausgaben im Mobile-Marketing seit 2014 mehr als verdoppelt. Ein gleiches Bild zeigt sich im Bereich des non-linearen Bewegtbilds (Online-Video). Hier prognostiziert JOM das Volumen auf knapp über 400 Mio. EUR. Für die vom Volumen her größten Bereiche Display-Marketing (+1,8%) und Suchmaschinenmarketing (+1,0%) geht JOM hingegen von deutlich schwächeren Steigerungen aus.

"Die Investitionsfreude der Unternehmen wird auch 2016 anhalten, da das Wirtschaftswachstum nach heutigem Stand stabil bleibt, und der private Konsum hierbei weiterhin eine wesentliche Stütze bildet. Durch neue Technologien, immer mobilere Mediennutzung aber auch Entwicklungen wie Programmatic Advertising profitieren insbesondere die digitalen Medien", so Michael Jäschke, Geschäftsführer der JOM Jäschke Operational Media / JOM com.

Von Groß-Events wie der Fußball-EM in Frankreich oder den olympischen Sommerspielen in Rio sind aus Sicht von JOM keine größeren Wachstumsimpulse auf den deutschen Werbemarkt zu erwarten. Die Preissteigerungen der Medien liegen im Jahr 2016 im Durchschnitt voraussichtlich bei ca. 3 %.

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. JOM ist Mitglied der OMG und des BVDW.

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:

Torsten Hunsicker
JOM-Gruppe (JOM Jäschke Operational Media GmbH, JOM com GmbH)
Tel: 040-27822-0
Email: presse@jomhh.de
Web: <http://www.jomhh.de>