

03.12.2020 – 14:50 Uhr

Deutscher Werbemarkt wächst im kommenden Jahr deutlich und kompensiert den Niveauverlust 2020 / Die Wachstumsprognose der JOM Group sieht den Werbemarkt 2021 zwischen 3,5 und 6,0 Prozent im Plus

Hamburg (ots) -

Die Experten der JOM Group, Agentur für hybride Marketingkommunikation, prognostizieren für das Jahr 2021 wieder einen spürbaren Anstieg der Werbeinvestitionen. Die jährliche Vorhersage der Agentur basiert dabei auf zwei unterschiedlichen Szenarien in Bezug auf die weitere Entwicklung der Pandemie und der Wirtschaft in Deutschland.

Für das aktuelle Jahr 2020 stehen die Zeichen für den Werbemarkt eindeutig auf Minus. Die Verschärfung der Corona-Situation im Herbst hat nach Einschätzung der JOM Group dazu beigetragen, dass zurückgehaltene Werbebudgets aus dem Lockdown im Frühjahr nun in der zweiten Jahreshälfte nicht in Gänze reinvestiert werden. Daher dürfte der Markt das laufende Jahr mit einem Minus von knapp 6 Prozent auf Netto-Ebene beenden.

In einem positiven Szenario für das Jahr 2021 gehen die Experten von JOM davon aus, dass der Werbemarkt dieses Minus wieder ausgleicht und eventuell sogar leicht überkompensiert. Damit würden die Werbeinvestitionen 2021 wieder auf über 23 Mrd. EUR ansteigen.

Sollte das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts und des privaten Konsums im kommenden Jahr spürbar unter den aktuellen Prognosen der Forschungsinstitute liegen, so wird dies auch den Werbemarkt treffen. In einem derartigen konservativen Szenario rechnet die JOM Group mit einem Wachstum des deutschen Werbemarktes von ca. 3,5 Prozent.

In einem durch die Pandemie geprägten Alltag dürften es dabei Mediagattungen wie Kino oder Außenwerbung weiter schwer haben. Die Veränderungen der Mediennutzung im Zuge des Lockdowns spielen eher "Zuhause-Medien" wie Online oder klassischem TV in die Karten.

"Die digitalen Medien gehörten in den vergangenen Jahren durchweg zu den Gewinnern im Werbemarkt und sie werden in Summe auch mit einem Plus aus den Jahren 2020 und 2021 gehen. Gefragt ist jetzt vor allem Flexibilität, um Buchungen oder Motive schnell anpassen zu können. Außerdem wird der

E-Commerce weiter deutlich wachsen und es werden immer mehr Vertrags- und Kaufabschlüsse online getätigt. Der kurzfristige Return-on-Investment und die Effizienz der Werbeinvestitionen rücken stärker in den Fokus. Hier gilt es, die Balance zwischen Branding- und Performance-Komponenten in der Kommunikation bestmöglich zu justieren", so Volker Neumann, Managing Director JOM Group.

Mit Influencer Marketing dürfte indes eines der digital geprägten Wachstumsfelder der vergangenen Jahre etwas an Dynamik verlieren. Nach Einschätzung der JOM Group steigen die Investitionen hier erstmals seit fünf Jahren nicht mehr im zweistelligen Prozentbereich.

Unter Berücksichtigung der Leistungsentwicklung liegen die durchschnittlichen Preissteigerungen der Medien im kommenden Jahr der Prognose von JOM zufolge bei ca. 3 Prozent. Die maßgeblichen Treiber sind hierbei die Print-Medien.

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 Deutschland 70 Mitarbeiter. JOM ist inhabergeführt, unabhängig und fokussiert auf die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz. Mit einem Billing-Volumen von rund 325 Mio. EUR gehört JOM zu den Top 5 der inhabergeführten Mediaagenturen in Deutschland. Gleiches gilt für das Feld der Performance-Marketing-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.

Pressekontakt:

Volker Neumann

Tel: 040-27822-0

Email: volker.neumann@jom-group.com

Web: <http://www.jom-group.com>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100070017/100861083> abgerufen werden.