

14.01.2022 - 16:40 Uhr

Deutscher Werbemarkt wächst 2022 weiter und könnte das Vor-Corona-Niveau übertreffen

Hamburg (ots) -

Die Experten der JOM Group, Agentur für hybride Marketingkommunikation, prognostizieren für das Jahr 2022 einen weiteren Anstieg der Werbeinvestitionen in Deutschland von 3,7 bis 5,5 Prozent. Aufgrund der nach wie vor durch die Pandemie geprägten Rahmenbedingungen basiert die Prognose erneut auf zwei unterschiedlichen Szenarien in Bezug auf die weitere wirtschaftliche Entwicklung.

Bereits im abgelaufenen Jahr 2021 stiegen die Netto-Werbeinvestitionen in Deutschland den Berechnungen von JOM zufolge um gut 5 Prozent an. Damit erreichte der Werbemarkt hierzulande mit einem Volumen von ca. 22,2 Mrd. Euro allerdings noch nicht wieder das Vor-Corona-Niveau aus dem Jahr 2019.

Diese Schwelle könnte erst in diesem Jahr wieder übersprungen werden, wenn die aktuellen Prognosen zur wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland eintreffen. Dann überschreiten die Werbeausgaben in Deutschland wieder einen Wert von 23,3 Mrd. Euro.

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. 3,7 Prozent.

Wachstum der Werbeumfelder: Digitales Bewegtbild mit hohem Anstieg und Außenwerbung kann aufholen

Wachsen können dabei auch die klassischen Medien wie zum Beispiel TV, Funk oder die Außenwerbung. Sie treiben auf der Welle der positiven wirtschaftlichen Entwicklung. Insbesondere die Außenwerbung holt nach wie vor auf, was in Zeiten des Lockdowns verloren gegangen ist.

Stärkere digitale Mediennutzung und erhöhte Anteile des E-Commerce führen wie im Vorjahr auch 2022 zu hohen Wachstumsraten der digitalen Werbeumfelder. Allen voran digitales Bewegtbild und mobile Online-Werbung.

Treiber dieser Entwicklung sind nach Einschätzung der JOM "neue" Werbeumfelder mit hohen Wachstumsraten wie zum Beispiel TikTok oder Twitch. Sie schaffen nicht nur neue Werbeformen, sondern erzielen insbesondere in den jungen Zielgruppen mittlerweile massentaugliche Reichweiten. Aber auch der gesamte Bereich des "Connected TV" mit den Addressable-TV-Angeboten wird sich nach Einschätzung der Experten von JOM sehr positiv entwickeln. Der Markt zeigt weiter eine hohe Nachfrage nach genauerem Targeting im Bereich Bewegtbild und Alternativen zu den klassischen Platzierungen im TV-Werbeblock.

"Wir befinden uns nach wie vor in einer Phase, in der werbungstreibende Unternehmen eine möglichst hohe Flexibilität in Bezug auf ihre Mediabuchungen wünschen. Warenverfügbarkeiten sind ungewiss, weitere Einschränkungen durch die Pandemie jederzeit möglich. Dennoch erlebten wir im letzten Quartal 2021 beispielsweise im Medium TV nahezu eine Vollbelegung der Werbeplätze. Im digitalen Bereich sind wir davon aufgrund des größeren Inventars noch ein Stück entfernt, aber auch hier war die Nachfrage enorm. Daher blicken wir grundsätzlich sehr positiv auf das Jahr 2022. Wenn die Pandemie keinen Strich durch die Rechnung macht, zeigen sich die Unternehmen in Deutschland sehr werbeaffin", so **Volker Neumann, Managing Director JOM Group**.

Unter Berücksichtigung der Leistungsentwicklung liegen die durchschnittlichen Preissteigerungen der Medien im kommenden Jahr der Prognose von JOM zufolge bei ca. 3,2 Prozent. Die maßgeblichen Treiber sind hierbei die Print-Medien.

Über JOM Group

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 JOM Group:

Frau Shari Lüning
Tel: 040-27822-0
Email: shari.luening@jom-group.com
Web: <http://www.jom-group.com>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100070017/100883992> abgerufen werden.