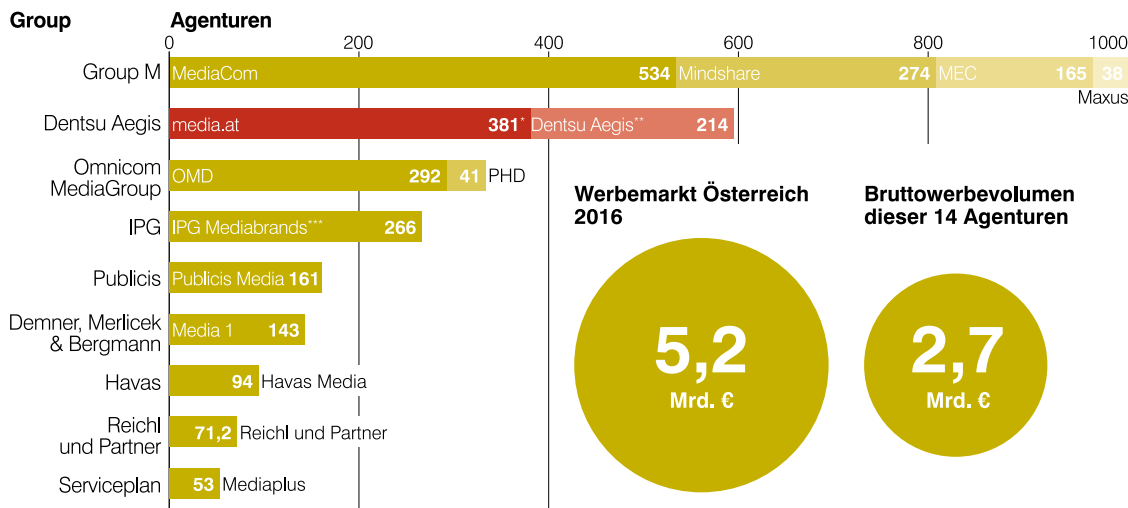


Österreichs größte Mediaagenturgruppen 2016

Bruttowerbevolumen

Spendings total 2016 in Mio. €



* Übernahme vereinbart, Wert aus 2015, 2016 nicht gereiht (leicht adapt. Erhebungsmethodik); ** zuletzt Rang 5 der Mediaagenturen; *** UM PanMedia + Initiative; Quelle: Focus

te, hatte der in den geplanten Verkaufsprozess involvierte Unternehmensprüfer KPMG erste Schritte in die Wege geleitet und potenzielle Interessenten kontaktiert. Als möglicher Interessent galt zu diesem Zeitpunkt auch der Platzhirsch MediaCom. Allerdings war und ist die MediaCom Teil der GroupM, die, bestehend aus MediaCom, Mindshare, MEC und Maxus, ohnedies schon eine marktherrschende Stellung innehat. Dieser Verbund verwaltete 2016 laut Focus ein Gesamtvolumen von über einer Mrd. € am heimischen Werbemarkt.

Der kommunizierte Bruttowert aller werblichen Aktivitäten am österreichischen Markt ist 2016 laut Focus um 4,6% auf fast 5,2 Mrd. € gestiegen. Dieser

„

Die media.at-Gruppe (...) wird nach Vorliegen der wettbewerbsrechtlichen Genehmigung in die Dentsu-Gruppe integriert.

Andreas Knie
Geschäftsführer
media.at

“

Milliardenmarkt ist ein äußerst kompetitiver Sektor, der Druck auf die wenigen maßgeblichen Player ist hoch: Sinkende Marketingbudgets und die Verlagerung der Werbegelder von traditionellen Werbeträgern hin zu Social Media, Online und Mobile verlangen eine hohe Flexibilität. Einer der Folgeeffekte, die sich international ebenso wie in Österreich abzeichnen: Die Zahl der relevanten Player nimmt aufgrund der zunehmenden Vernetzung und Fusionen ab.

Der letzte Akt

Einstweilen letzter Akt am heimischen Markt ist jetzt die geplante Integration von media.at in die Dentsu-Gruppe, die,

sofern die Wettbewerbsbehörde grünes Licht gibt, neue Nummer zwei am heimischen Markt wird (siehe Kommentar).

media.at war im Jahr 2015 laut Focus Media Research mit 381 Bruttowerbemillionen die Nummer zwei hinter MediaCom mit 526,5 Mio. €. Dentsu Aegis, 2016 mit ausgewiesenen 213,7 Mio. €, könnte mit dem Kauf MediaCom überholen (siehe Grafik). Allerdings wurden im Focus-Ranking 2016 der Mediaagenturen, das medianet Anfang April im Rahmen der ranking-week publizierte, für media.at wegen des bevorstehenden Verkaufsprozesses schon keine Zahlen mehr publiziert. Derzeitige Eigentümer von media.at sind Bawag, A1, Lotterien und die Industriellenvereinigung.

Der Käufer und der Übernahmekandidat

Dentsu Aegis

Das int. Dentsu Aegis Network (Hauptsitz: London) entstand 2004 aus der Fusion von Aegis Media und Dentsu Inc. Zur Dentsu Austria Gruppe gehören Carat und Vizeum als Full-Service-Mediaagenturen, Dentsu Media und IQ mobile als Spezialist für mobile Lösungen, iProspect als Search & Performance-Agentur, isobar als Spezialist für digitale Markenführung und Kreation, The Story Lab für Content Marketing sowie Amnet Central für Programmatic Planning & Buying.

media.at

media.at ist eine österreichische Full-Service Media- und Kommunikations-agenturgruppe. Die größte Marke der media.at ist OmniMedia, Spezialist für „konsequente und strategische Beratung in der modernen Medienwelt“. mediastrategen ist die jüngste Tochter der media.at GmbH mit viel Expertise und Erfahrung im Bereich Handel. Die pilot@media.at bündelt seit 2012 die digitalen Kompetenzen der Gruppe. Eigentümer sind Bawag, A1, Lotterien, Post und IV.



„Werbevolumen von mehr als einer halben Milliarde“

Ronald Luisser, Geschäftsleitung Focus Institut

Sofern der Deal die letzte Hürde der Bundeswettbewerbsbehörde nimmt, wächst mit der Übernahme eine ganz klare Nummer 2 am Markt heran, welche ein Bruttowerbevolumen über alle Werbekanäle von mehr als einer halben Milliarde Euro subsumieren wird. Interessant wird natürlich die langfristige Entwicklung der Kundenstruktur zu beobachten sein, wiewohl neben den bestehenden Eigentümern namhafte und werbeintensive Unternehmen zum Kundenportfolio von media.at zählen.



Andreas Knie ist seit 2016 Geschäftsführer der media.at-Agenturgruppe.