



© Panthermedia.net/Bruno Schmiediger

Werbemarkt: 600 Billion Dollar Baby

Magna-Bericht prognostiziert: Globaler Werbemarkt wächst um 5%, digitale Werbeausgaben sind Wachstumstreiber.

In seinem neuesten Bericht über die Trends auf dem globalen Werbemarkt prognostiziert Magna, die IPG Media-brands-Tochter für Market Intelligence, Investment und Innovation, dass die Werbeeinnahmen der Medieninhaber im Jahr 2019 weltweit um 5% steigen. Die Werbeeinnahmen erreichen somit nahezu 600 Milliarden Dollar.

Das globale Marktwachstum verlangsamt sich dabei gegenüber dem Rekordwachstum von 2018 (+8%), was vor allem

auf das Fehlen wichtiger zyklischer Ereignisse wie etwa den US-Wahlen oder der FIFA-Weltmeisterschaft 2018 zurückzuführen ist.

Einfluss von Großereignissen
Neutralisiert man die zyklischen Ereignisse in beiden Jahren, so würde das globale Wachstum im vergangenen Jahr 7% und in diesem Jahr 6% betragen. Das erwähnte Fehlen zyklischer Großereignisse wirkt sich auf redaktionelle Medientypen (TV, Print, Radio, Out-of-Home, Di-

gitalanzeige, Banner und Video) aus, die traditionell am meisten davon profitieren. Die Einnahmen aus redaktionellen Anzeigen stagnieren in diesem Jahr folglich bei 366 Milliarden Dollar, während die direkten digitalen Anzeigenumsätze, einschließlich Such- und Sozialformate, um 15% wachsen.

Die Einnahmen aus Fernsehwerbung werden in diesem Jahr um 2% zurückgehen, während die Umsätze aus Printanzeigen um 10% und Radio um 1% zurückgehen werden. Out-of-Home

wird sich weiterhin besser entwickeln als traditionelle Medien und ein Umsatzplus von etwa 5% erzielen.

Soziale Medien werden 2019 das am schnellsten wachsende digitale Format sein (+23%), vor Video (+22%) und Search (+13%). Bei den globalen Werbeausgaben ist seit zehn Jahren in Folge (2010–2019) ein Anstieg zu beobachten; für 2020 prognostiziert Magna aus heutiger Sicht erstmals wieder ein höheres Wachstum (linear –0,6%, digital +11%, insgesamt +5,4%)