



© APA/FP/STR

5G-Dienste

Die Werbeausgaben im Telekommunikationssektor werden sich bis mindestens 2023 nachhaltig erholen.

Der Werbemarkt wächst wieder

Eine aktuelle Prognose von Zenith sieht am globalen Telco-Werbemarkt ein Wachstum von 4,5 Prozent.

DÜSSELDORF. Gerade weil viele noch an der Bewältigung der aktuellen Krise arbeiten, lohnt sich ein Blick in die Zukunft. Die Mediaagentur Zenith, Teil des Publicis-Netzwerks, prognostiziert in einer aktuellen Studie, dass die globale Telekommunikationswerbung bis zum Jahr 2023 um durchschnittlich 4,5% pro Jahr wachsen wird. Schon 2022 werden die Werbeausgaben der Prognose zufolge das Vorkrisenniveau von 2019 erreichen. Die Publikation berücksichtigt mit Australien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Russland, Spanien, der Schweiz, Großbritannien und den USA zwölf sogenannte Schlüsselmarkte, die zusammen rund 73% der gesamten weltweiten Werbeausgaben ausmachen.

Die gesellschaftliche Relevanz der Branche wurde erst im letzten Jahr wieder deutlich. „Covid-19 hat gezeigt, wie ab-

hängig wir von guten, schnellen und zuverlässigen Internetverbindungen sind. Telekommunikationsunternehmen waren und sind die unbesungenen Helden der Pandemie, indem sie unser Leben ins Digitale verlagert haben. Sie haben uns weiterhin Unterhaltung, Arbeit und Shopping ermöglicht“, so Jennifer Andree, CEO Zenith Deutschland.

Zeit für Investitionen

Zenith geht in der Studie außerdem davon aus, dass die Smartphone-Verkäufe in diesem Jahr steigen werden, sobald Konsumenten wieder mehr Vertrauen in die Zukunft fassen. Da viele der Konsumenten bereit sind, Handys unabhängig von Netzbetreibern zu kaufen, gibt das Herstellern und Einzelhändlern größeren Anreiz, ihre Geräte selbst zu bewerben. Die Telco-Provider würden gleichzeitig so Zenith weiter, versuchen, ihre Investitionen in 5G-Lizenzen und

-Infrastrukturen durch neue Dienste und teurere Datenpakete zu amortisieren. Diese Trends tragen gesamt zum Wachstum des Werbemarkts bei.

Bei den Kanälen stehen die Zeichen eindeutig auf Digital. Laut Zenith ist digitale Werbung derzeit der einzige Kanal, in dem

die Werbeausgaben der Branche steigen. Bis 2023 wird für digitale Werbeausgaben ein jährliches Wachstum von durchschnittlich fünf Prozent prognostiziert. Eine besondere Rolle kommt dem neuen Standard 5G zu: „Die Einführung von 5G-Diensten wird es den Mobilfunkbetreibern ermöglichen, gebündelte Sprach-, Daten- und Unterhaltungsdienste nach Hause zu liefern und direkt mit Festnetz-Breitband zu konkurrieren“, sagt Jonathan Barnard, Head of Forecast, Zenith. „Dies wird einen stärkeren Wettbewerb um die attraktivsten Dienste zu den besten Preisen auslösen und dazu beitragen, dass sich die Werbeausgaben im Telekommunikationssektor bis mindestens 2023 nachhaltig erholen.“

”

Covid-19 hat gezeigt, wie abhängig wir von guten, schnellen und zuverlässigen Internetverbindungen sind.

Jennifer Andree
CEO Zenith
Deutschland

“



© Zenith