



Pressemitteilung

OWM-Umfrage

Leichte Aufhellung für 2010

Nach der aktuellen Umfrage der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) rechnen die werbenden Unternehmen mit einer Erholung der Wirtschaft. Das schlägt sich auch positiv im Werbemarkt nieder.

Berlin, den 12. November 2009. Die Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland erwarten im nächsten Jahr eine leichte Erholung der Wirtschaft. In der aktuellen Umfrage der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) beurteilen 12 Prozent der befragten Mitglieder die Aussichten für die Gesamtwirtschaft 2010 mit gut. Im Vorjahr war niemand bereit, eine solche Prognose für 2009 zu stellen. Der Anteil derjenigen, die nur eine befriedigende Entwicklung vorhersehen, sank von 73 auf 61 Prozent, während heute genauso wie vor zwölf Monaten 27 Prozent mit einer Verschlechterung rechnen.

„Das ist ein positives Zeichen für die wirtschaftliche Entwicklung, aber noch kein Anlass für übertriebene Hoffnungen“, kommentiert der OWM-Vorsitzende Uwe Becker die Ergebnisse, die er auf der traditionellen Fachtagung der Organisation in Berlin am 12. November präsentiert. Namhafte Experten diskutieren dort über aktuelle Themen der Branche, diesmal unter dem Motto „Wirtschaftsfaktor Werbung – Wert der Werbung in bewegten Zeiten“.

Becker sieht noch einige Unsicherheiten: „Die wirtschaftliche Entwicklung 2010 in Deutschland wird insbesondere auch von den Exporten und der Binnennachfrage abhängen. Hier gibt es durchaus unterschiedliche Analysen der Wirtschaftsexperten“. Dass Vorsicht geboten ist, zeigt sich auch, wenn die Unternehmen nach ihren eigenen Aussichten gefragt werden. Zwar glauben 82 Prozent, der Umsatz werde sich bei ihnen parallel (41 %) oder besser (41 %)



entwickeln als 2009, beim Ertrag prognostizieren das aber nur 64 Prozent (33 % und 31 %).

Nach der jährlichen Befragung der OWM beurteilen die nahezu 100 Mitgliedsunternehmen, darunter viele Hersteller schnelldrehender Konsumgüter, aber nicht nur die Zukunft optimistischer als vor einem Jahr, sondern auch die gegenwärtige Situation. Damals erwarteten 76 Prozent, dass sich die Umsätze in ihrer Branche 2009 parallel oder besser entwickeln als in der Gesamtwirtschaft, tatsächlich war das sogar bei 84 Prozent der Fall. Und bei den Erträgen in ihren Branchen berichten immerhin 41% der Unternehmen von einer besseren Entwicklung 2009 als in der Gesamtwirtschaft, gegenüber 8% aus dem Vorjahr.

Belebung im Werbemarkt

Die bessere Stimmung unter den Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland schlägt sich auch im Werbemarkt nieder. 39 Prozent der Befragten erwarten 2010 eine Steigerung der Ausgaben, vor 12 Monaten prognostizierten das nur 22 Prozent. Auf 31 Prozent (Vorjahr 43 %) gesunken ist der Anteil derjenigen, die ein stagnierendes Werbevolumen erwarten, 30 Prozent (Vorjahr 35 %) rechnen mit sinkenden Werbeausgaben. OWM-Geschäftsführer Joachim Schütz: „Werbung ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für den Standort Deutschland. Nach den vielen Hiobsbotschaften im Laufe dieses Jahres sind die Ergebnisse unserer Befragung nicht nur für die Werbewirtschaft wichtig.“

Verschiebungen im Mediamix

Einmal mehr bestätigt die Umfrage signifikante Veränderungen im Mediamix, denn 71 Prozent der Unternehmen berichten von zunehmenden Anteilen für Online-Werbung, bei nur 4 Prozent, die weniger dafür ausgeben. Korrespondierend damit verlieren Print und TV weiter Anteile, der Saldo von Unternehmen die mehr, und solchen, die weniger ausgeben, ist negativ: 12 Prozent der Unternehmen haben den Print-Anteil im Mediamix erhöht, aber 49 Prozent haben ihn zurückgefahren. Bei TV haben 24 Prozent mehr ausgegeben, 31 Prozent abgebaut.



„Online-Werbung ist heute aus den Mediaplänen der Unternehmen nicht mehr wegzudenken und ihre Bedeutung wächst weiter, auch wenn die klassischen Medien noch über einige Jahre den größten Anteil der Werbegelder für sich verbuchen werden“, sagt Schütz.

Neue Regierung soll weniger regulieren

63 Prozent der Befragten erwarten von der neuen Regierung Maßnahmen zur Stabilisierung des Arbeitsmarktes, 61 Prozent auch Aktivitäten zur Förderung von Konjunktur und Wachstum. 31 Prozent der werbenden Unternehmen sehen die Konsolidierung der öffentlichen Haushalte als vorrangig an. Für die Marketingkommunikation erwarten 37 Prozent der Unternehmen, dass die neue Regierung hier weniger regulierend eingreift.

„Werbung ist ein unverzichtbarer Bestandteil unseres marktwirtschaftlichen Systems. Wenn sie zu stark reglementiert wird, dann verliert sie ihren Nutzen für die werbenden Unternehmen und auch für die Konsumenten.“, so Becker. Von der neuen Bundesregierung erwartet der OWM-Vorsitzende, dass marktwirtschaftliche Rahmenbedingungen langfristig sichergestellt werden, die es den Unternehmen erlauben, mit Werbemaßnahmen ihren positiven Beitrag zur Belebung der Binnenkonjunktur zu leisten.

Verhältnis zu Mediaagenturen

Jedes vierte Unternehmen gibt in der Umfrage der OWM an, das Verhältnis zu seiner Mediaagentur habe sich in den vergangenen Jahren verschlechtert. Einen von der OWM herausgegebenen Mustervertrag, mit dem die Werbung treibenden Unternehmen ihre Geschäftsbeziehung mit Mediaagenturen regeln können, wird von drei Vierteln der Befragten als hilfreich oder sehr hilfreich eingestuft. Immerhin 59 Prozent haben den Vertrag oder Teile davon in der eigenen Vertragsgestaltung angewendet.

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer nahezu 100 Mitgliedsunternehmen in allen Bereichen der Marketingkommunikation



gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen sicher, die es ihren Mitgliedsunternehmen erlauben, Werbemaßnahmen so effizient und effektiv wie möglich durchführen zu können. Unter den Mitgliedsunternehmen befinden sich 90% der TOP 10 der deutschen Werbungtreibenden und rund drei Viertel der 20 Unternehmen mit dem höchsten Werbebudget im deutschen Werbemarkt. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als sieben Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.

Weitere Informationen:

K3 Presseagentur GmbH

Simone Láposy

Stifterweg 9

82057 Icking

Tel: 081 78. 99 76-71

Email: s.lapossy@k3presseagentur.de

Organisation Werbungtreibende im
Markenverband (OWM)

Joachim Schütz

Geschäftsführer

Unter den Linden 42

10117 Berlin

Tel: 030. 20 61 68 - 0