

» PRESSEMITTEILUNG

OWM-Umfrage

Unternehmen rechnen mit stabiler Entwicklung

Die werbenden Unternehmen in Deutschland erwarten 2013 eine leicht positive konjunkturelle Entwicklung. Werbeausgaben weiterhin auf hohem Niveau. ‚Glaubwürdigkeit und Ehrlichkeit‘ zentrales Thema der 17. OWM Fachtagung in Berlin.

Berlin, den 15. November 2012 Die gesamtwirtschaftlichen Aussichten für das nächste Jahr werden von den Werbung treibenden Unternehmen leicht positiver beurteilt als vor zwölf Monaten. Das ist das Ergebnis der aktuellen Umfrage der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), die der OWM-Vorsitzende Uwe Becker auf der 17. Jahrestagung des Verbandes heute in Berlin präsentiert. Danach prognostizieren 83 Prozent der Befragten die wirtschaftlichen Aussichten 2013 als „befriedigend“, vor einem Jahr sagten das 77 Prozent. Eine „gute“ Entwicklung erwarten 11 Prozent (Vorjahr 10 Prozent), von „schlechten“ gesamtwirtschaftlichen Aussichten für 2013 gehen 6 Prozent aus (Vorjahr 10 Prozent).

„Die Erwartungen der Unternehmen an die konjunkturelle Entwicklung sind nach wie vor vorsichtig optimistisch, obwohl die amtlichen Wachstumsprognosen in den vergangenen Wochen zurückgenommen wurden“, sagt Becker. Ihre eigenen Aussichten bewerten die Unternehmen dagegen verhaltener. Eine große Mehrheit von 79 Prozent rechnet zwar damit, dass sich ihr Umsatz 2013 genauso gut oder besser entwickelt als 2012, aber im Vorjahr votierten 88 Prozent so. Beim Ertrag prognostizieren 77 Prozent (Vorjahr 90 Prozent) eine gleich gute oder bessere Entwicklung. Weiterhin gehen zwar mehr Unternehmen von einer besseren als von einer schlechteren Entwicklung aus, die Differenz von Optimisten zu Pessimisten hat sich allerdings verringert, der seit 2009 zu beobachtende Trend zugunsten der Optimisten ist damit gestoppt. Becker: „Trotz des Rückgangs zeigen die Ergebnisse aber eindeutig, dass

sich die Firmen nach wie vor erfolgreich in einem schwierigen internationalen Umfeld bewegen.“

Hohe Werbeausgaben, Online wächst nicht mehr ganz so stark

Die Ausgaben für Werbung befinden sich weiterhin auf einem hohen Niveau, allerdings war die Prognose aus dem vergangenen Jahr bezüglich des Media-Volumens 2012 zu optimistisch.

Während 2011 47 Prozent der OWM Mitgliedsunternehmen ein Wachstum prognostiziert hatten, haben in 2012 tatsächlich nur 30 Prozent ihr Mediavolumen erhöht. Auch haben 2012 sogar 45 Prozent der Mitgliedsunternehmen ihr Mediavolumen reduziert statt erwartete 31 Prozent.

Für 2013 planen zwei Drittel der Firmen mehr oder gleich viel auszugeben. Der Anteil derjenigen, die ihr Budget erhöhen wollen, ist gegenüber 2012 leicht von 30 auf 31 Prozent gestiegen, vier Prozent und damit doppelt so viele wie im Vorjahr, wollen sogar 10 Prozent und mehr zusätzlich investieren. 31 Prozent beabsichtigen, ihre Ausgaben zu kürzen, nach 45 Prozent im Vorjahr. Deutlich gestiegen von 26 auf 36 Prozent ist der Anteil der Firmen, die gleich viel für Werbung ausgeben.

„Der Wille zur Investition ist bei den werbenden Unternehmen jedenfalls auch für das Jahr 2013 vorhanden“, so OWM-Geschäftsführer Joachim Schütz. Beim Mediamix zeigt die Befragung der OWM-Mitglieder, dass Online-Werbung weiterhin stark wächst, allerdings mit abnehmender Tendenz. Bei 70 Prozent der Unternehmen nahm deren Anteil 2012 zu, nach 87 Prozent im Vorjahr, bei 15 Prozent ist die Quote unverändert. Erstmals hat aber auch ein Teil der befragten Unternehmen (15 Prozent) weniger in Online investiert als im Vorjahr.

Die klassischen Medien bleiben weiter unter Druck, Investitionen in Print und TV sind bei den befragten Unternehmen rückläufig. In TV haben 2012 45 Prozent weniger investiert (Vorjahr 33 Prozent), während 11 Prozent ihr Budget erhöhten (Vorjahr 21 Prozent). Bei Print stieg der Anteil derjenigen, die ihre Ausgaben 2012 kürzten, auf 60 Prozent (Vorjahr 36 Prozent), mehr gaben nur 9 Prozent aus (Vorjahr 23 Prozent). Plakat-Werbung weist 2012 einen positiven Saldo gegenüber dem Vorjahr auf.

Verbrauchervertrauen wichtiges Thema

Als größte Herausforderung für die werbende Wirtschaft im nächsten Jahr nennen 47 Prozent der Befragten „Transparenz im Mediageschäft“, mit 34 Prozent folgt „fehlende Leistungsnachweise“ an zweiter Position. Nach „Preiserhöhungen“ wird „Verbrauchervertrauen“ an vierter Stelle genannt. Diesem Thema widmet sich unter anderem die 17. OWM- Fachtagung in Berlin, bei der heute führende Fachleute aus werbenden Unternehmen, Agenturen und Medien über „Ehrlichkeit und Glaubwürdigkeit in der Kommunikation“ diskutieren. OWM-Geschäftsführer Joachim Schütz: „Unternehmen haben ein elementares Interesse daran, das Vertrauen, das sie und ihre Marken beim Verbraucher aufgebaut haben, weiter zu festigen. Und eine Grundvoraussetzung dafür ist, dass sie glaubwürdig und ehrlich kommunizieren.“

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer mehr als 100 Mitgliedsunternehmen in allen relevanten Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen dafür sicher, dass ihre Mitgliedsunternehmen so effizient und effektiv wie möglich werben können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als 8,5 Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.

Weitere Informationen:

OWM
Isabel Matz
Mitgliederservice und Kommunikation
Unter den Linden 42
10117 Berlin
Tel: 030. 20 61 68 - 0

K3 Presseagentur GmbH
Simone Láposy
Ichoring 37b
82057 Icking
Tel: 08178. 99 76 - 71
Email:
s.lapossy@k3presseagentur.de