

Monitor 01/2020

Aktueller Marktkommentar

Das Jahr 2020 ist mit einer Reihe gesamtwirtschaftlicher Herausforderungen gestartet, die zügige Verbreitung des Coronavirus außerhalb Chinas hat Rezessionsängste geschürt.

Die makroökonomische Entwicklung hat traditionell einen signifikanten Impact auf die Werbeindustrie allgemein und auf die Digitalwerbung insbesondere. Für den gesamten Markt bedeutet das ein niedrigeres Preisniveau als 2019. Im Februar blieb die sonst übliche TKP-Steigerung von über 10% im Vergleich zum Januar aus.

Konsens besteht darüber, dass einige Branchen vor langfristigen strukturellen Veränderungen und andere sehr kurzfristig auf die aktuellen Umstände reagieren müssen.

Automobil

Elektrifizierung der Mobilität, Elektrofahrzeuge der deutschen Hersteller sind noch nicht auf dem Markt.

Reise

Flugausfälle, Absagen von Großveranstaltungen, Reisehemmung bei privaten Urlaubsreisen.

eCommerce

Unterbrechung der Lieferketten in China, Probleme bei der Warenbeschaffung, Verknappung des Angebotes.

In der Folge beobachten wir in den ersten Monaten eine Werbetätigkeit dieser Branchen, die für alle Marktteilnehmer unter den Erwartungen liegen. Fehlende Kampagnen relevanter Player der einzelnen Branchen führen in der Auswirkung zu niedrigen durchschnittlichen TKP's und geringeren Gesamtumsätzen über alle Werbeformen und Endgeräte.

Kurzfristiger Ausblick

Die erwähnten Faktoren werden auch in den nächsten Wochen die Werbeindustrie in Bann halten. Abzuwarten bleibt, welche negativen wirtschaftlichen Auswirkungen mit dem Coronavirus verbunden sind. Verunsicherte Verbraucher werden auch weiterhin die Werbeaktivitäten einiger Schlüsselbranchen hemmen. Wir gehen von einer langsamen Erholung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und ihrer entsprechenden Signale auf die Werbetreibenden aus. Die sportlichen Großereignisse im Sommer – sofern sie stattfinden – beflügeln erfahrungsgemäß die Werbespendings in dieser Zeit. Abzuwarten bleibt ferner, ob jetzt zurückgestellte Werbegelder zu einem späteren Zeitpunkt im Jahr in digitale Medien investiert werden.

Insgesamt gehen wir von einem schwachen Jahresstart aus, erwarten aber eine bessere Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte. Wir werden euch auf dem Laufenden halten. Bei Fragen stehen wir Euch gerne zur Verfügung.

Liebe Grüße

Euer QUARTER MEDIA-Team