

FOCUS Pressekonferenz 2/2016

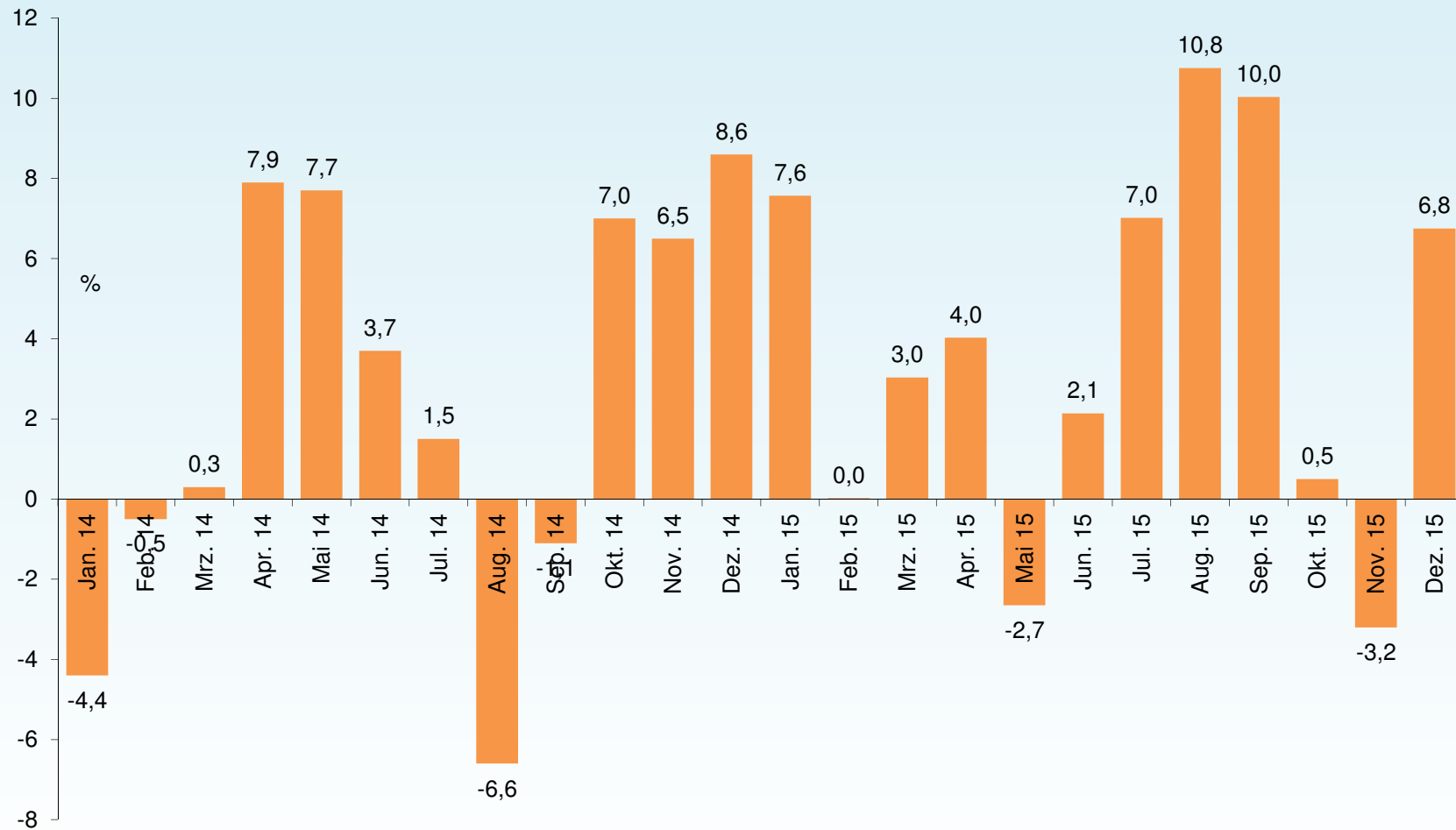
Mag. Klaus Fessel / Mag. Ronald Luisser



Werbebilanz 2015

Werbeentwicklung Jän-Dez 2015

% Veränderung zum Vorjahresmonat



Basis: Bruttowerbewerte / klassische Medien + Direktmarketing

Werbeentwicklung Jän-Dez 2015 vers. 2014

nach Monaten „absolut“

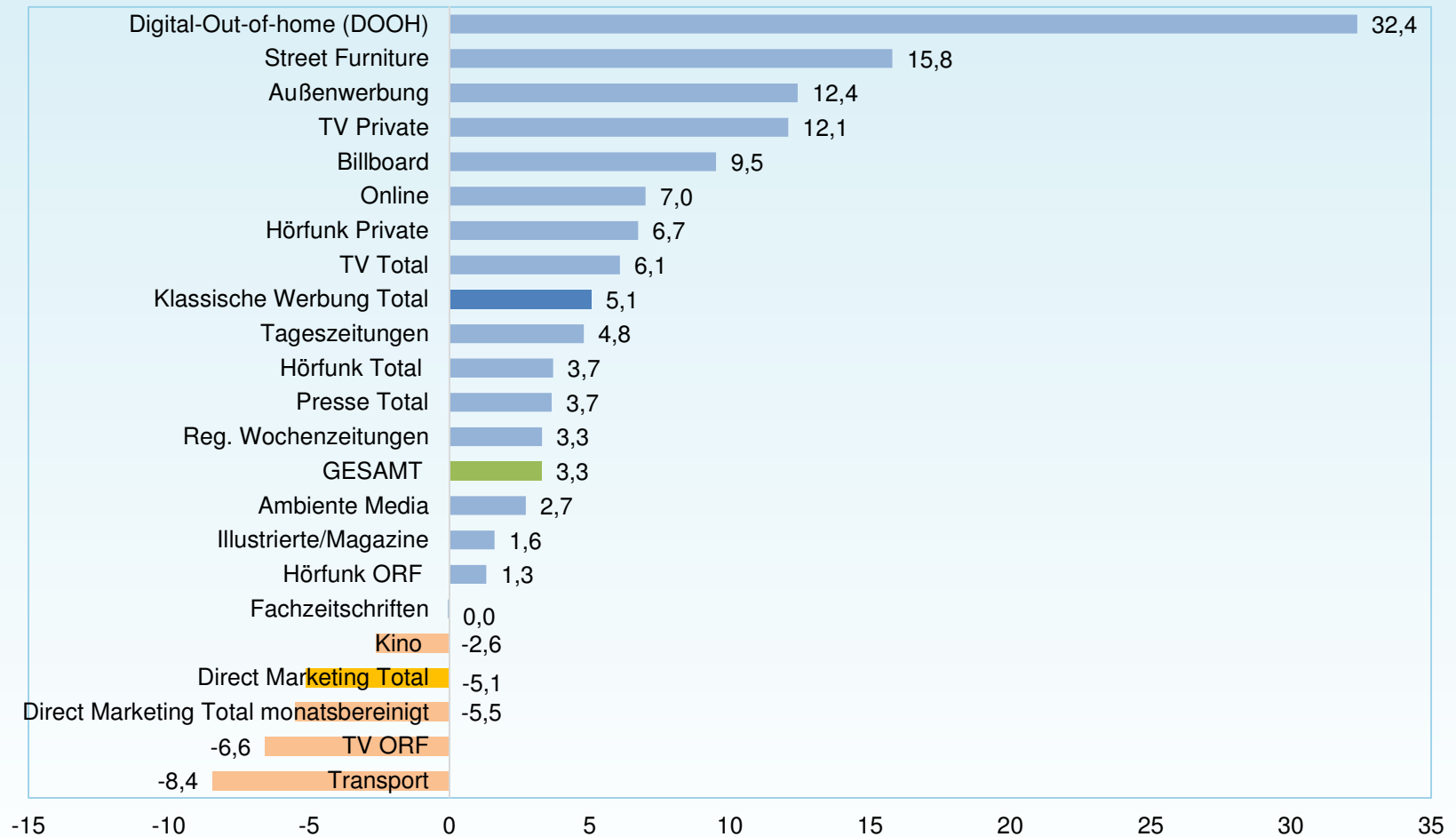
2014: 4,059 Mrd
2015: 4,193 Mrd



Basis: Bruttowerbewerte / klassische Medien + Direktmarketing

Werbeentwicklung nach Werbeträgern 2015

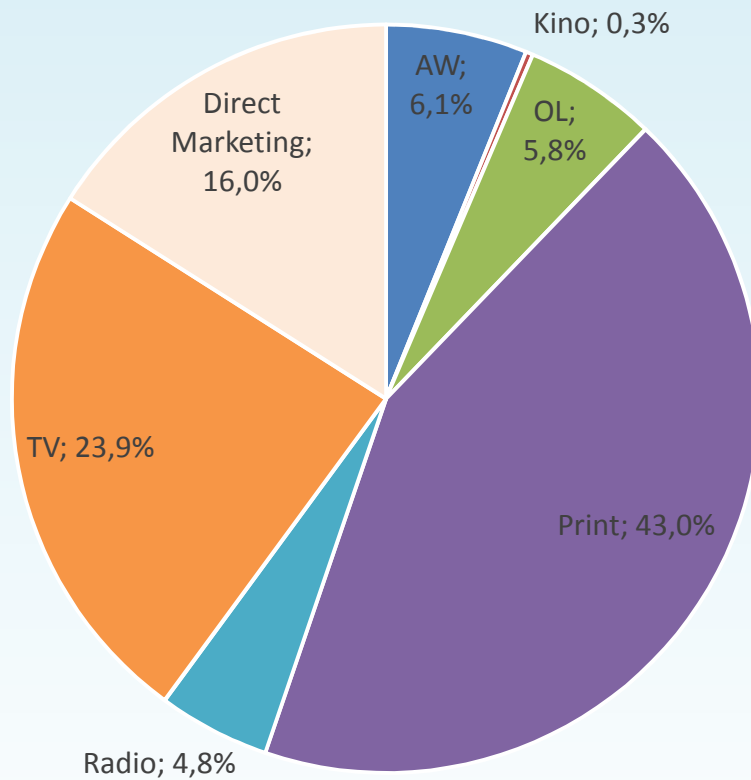
% Veränderung zum Vorjahr



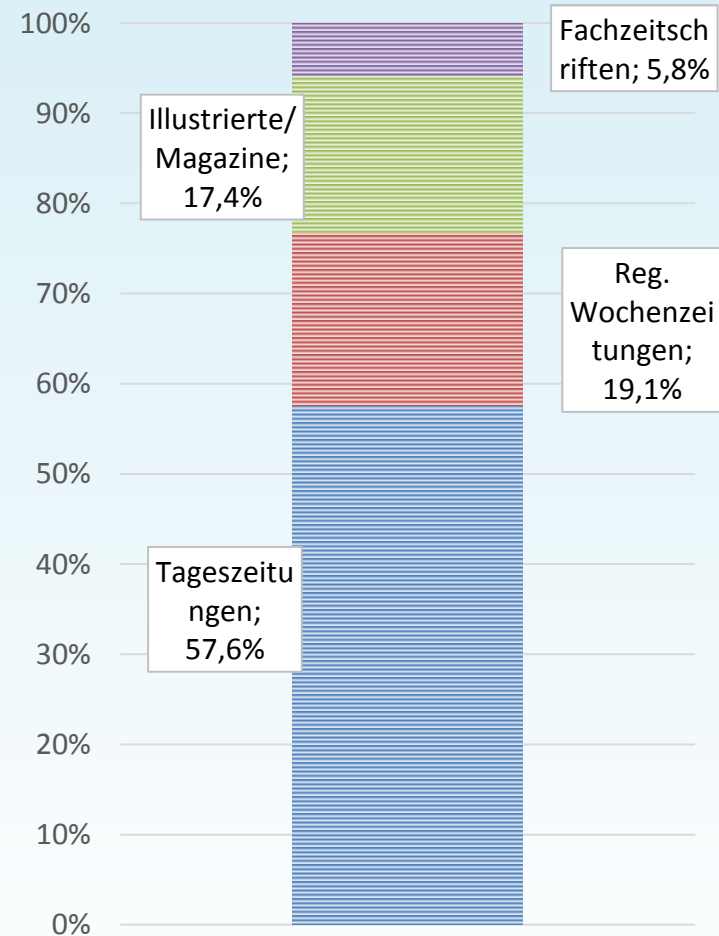
Basis: Bruttowerbewerte / klassische Medien + Direktmarketing

Werbeanteil nach Werbeträgern 2015

%-Aufteilung



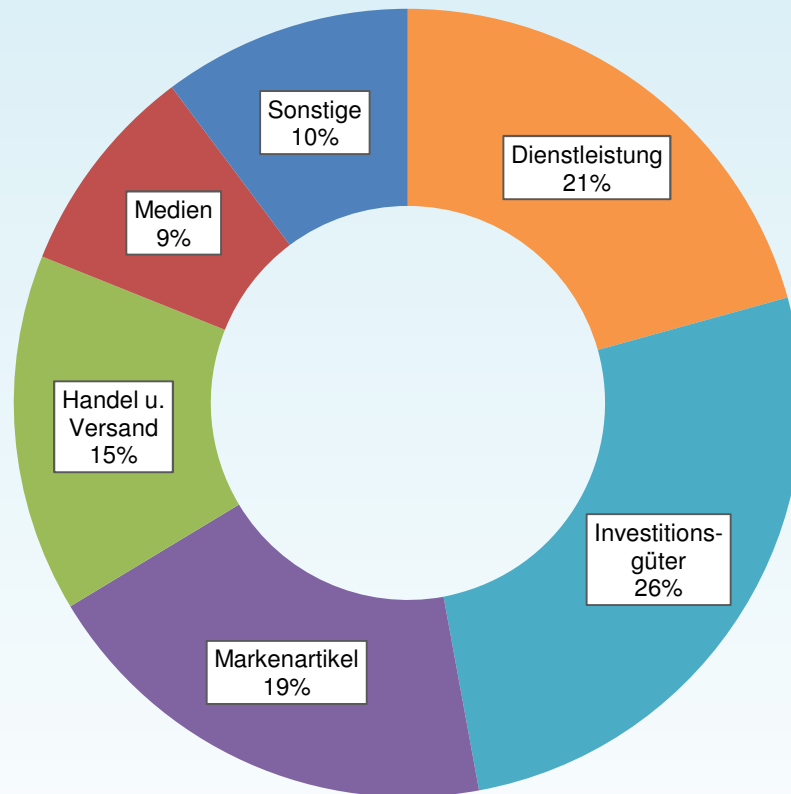
%-Aufteilung Print



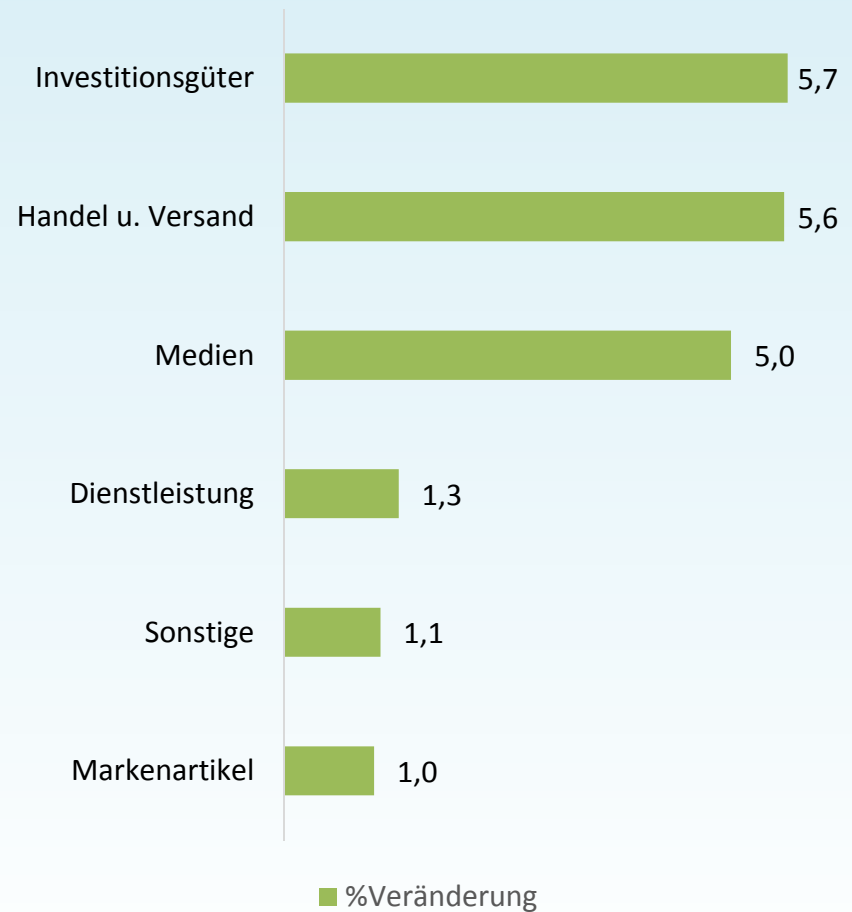
Basis: Bruttowerbewerte / klassische Medien + Direktmarketing

Werbeentwicklung nach Sektoren 2015

%-Aufteilung nach Sektoren



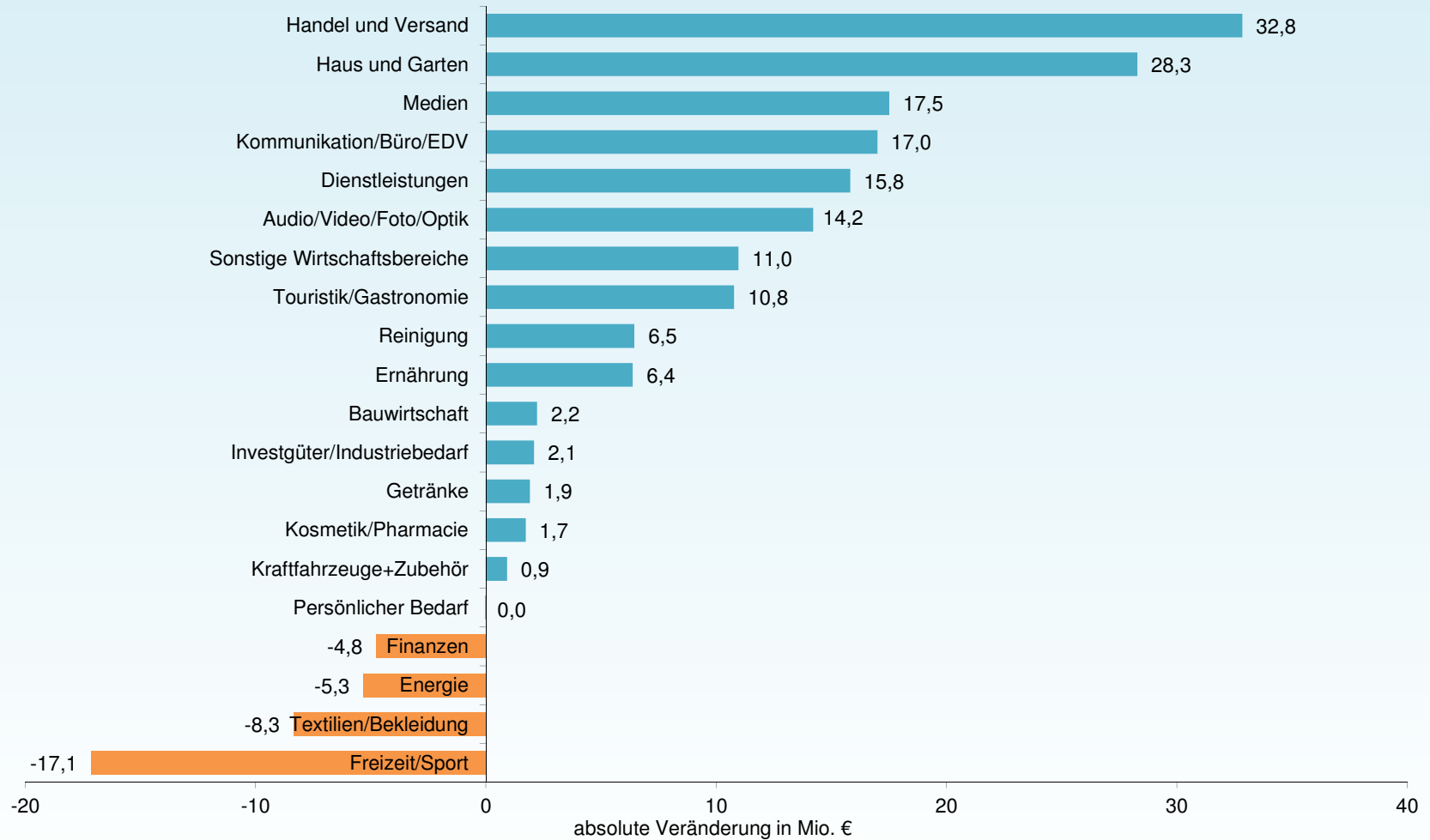
%-Wachstum nach Sektoren



Basis: Bruttowerbewerte / klassische Medien + Direktmarketing

Werbeentwicklung nach Wirtschaftsbereichen

absolute Veränderung in Mio. € zum Vorjahr



Basis: Bruttowerbewerte / klassische Medien + Direktmarketing

Werbebilanz Jän-Dez 2015

nach Medien

Bruttowerbewertung in 1000 Euro	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan-Dez 2015	Jan-Dez 2014	%Ver.
GESAMT	266.373	290.514	382.077	381.134	380.830	339.824	278.113	239.327	419.852	434.105	408.235	372.305	4.192.690	4.059.062	3,3
Klassische Werbung Total	223.537	243.006	325.586	321.894	327.412	289.635	224.132	197.591	343.600	372.297	344.538	308.656	3.521.885	3.352.171	5,1
Kino	830	1.229	998	1.031	786	1.227	768	504	1.302	1.242	2.106	1.312	13.335	13.692	-2,6
Online	14.561	16.052	22.217	22.216	21.025	21.349	15.557	14.489	22.471	23.373	23.660	25.238	242.208	228.759	7,0
Außenwerbung	17.655	16.593	20.181	23.805	27.835	21.165	18.840	19.740	24.797	24.545	21.154	19.577	255.887	227.617	12,4
Billboard	10.387	10.098	10.886	15.259	18.085	13.814	12.397	12.433	14.838	14.863	11.640	10.456	155.156	141.679	9,5
Street Furniture	4.401	3.343	4.783	4.425	4.815	3.660	2.682	3.165	4.881	4.563	4.408	3.982	49.108	42.409	15,8
Transport	454	414	610	717	740	640	577	606	819	578	689	561	7.405	8.088	-8,4
Ambiente Media	833	632	1.176	684	667	721	921	442	844	916	978	519	9.332	9.084	2,7
Digital-Out-of-home (DOOH)	1.580	2.106	2.727	2.720	3.528	2.329	2.262	3.094	3.416	3.625	3.440	4.060	34.887	26.357	32,4
Hörfunk Total	14.569	13.063	20.505	19.395	17.578	18.240	12.020	9.323	20.380	20.343	18.576	19.040	203.032	195.786	3,7
Hörfunk ORF	8.300	7.147	12.071	10.577	9.919	9.823	6.560	4.830	10.964	10.720	9.900	10.333	111.145	109.694	1,3
Hörfunk Private	6.269	5.916	8.434	8.818	7.659	8.416	5.459	4.494	9.416	9.623	8.675	8.707	91.886	86.093	6,7
TV Total	63.311	71.600	94.512	88.369	91.472	78.124	56.341	53.974	95.662	112.338	108.772	88.505	1.002.979	945.439	6,1
TV ORF	20.065	20.959	28.861	24.402	26.361	21.768	12.999	12.327	28.120	32.142	30.582	25.456	284.044	303.997	-6,6
TV Private	43.245	50.641	65.650	63.967	65.111	56.356	43.342	41.647	67.542	80.197	78.189	63.050	718.935	641.443	12,1
Presse Total	112.612	124.469	167.174	167.079	168.716	149.530	120.607	99.559	178.988	190.456	170.270	154.984	1.804.443	1.740.878	3,7
Tageszeitungen	70.783	70.320	97.996	92.135	96.610	86.117	65.149	64.030	98.991	108.877	99.194	88.870	1.039.074	991.509	4,8
Reg. Wochenzeitungen	22.534	24.385	31.842	35.106	30.746	27.062	25.326	20.289	39.499	31.506	28.827	28.389	345.511	334.466	3,3
Illustrierte/Magazine	15.399	20.205	28.064	28.235	31.478	26.775	24.611	11.170	28.714	37.826	33.716	28.279	314.472	309.471	1,6
Fachzeitschriften	3.895	9.559	9.271	11.603	9.881	9.575	5.521	4.071	11.784	12.247	8.533	9.446	105.386	105.432	0,0
Direct Marketing Total	42.836	47.508	56.491	59.240	53.418	50.189	53.981	41.736	76.252	61.808	63.697	63.649	670.805	706.891	-5,1
Direct Marketing monatsbereinigt	42.385	47.508	61.559	51.270	58.028	53.990	47.227	46.729	64.188	70.125	69.594	55.473	668.076	706.782	-5,5

Basis: Bruttowerbewerte; *Bereinigte Veränderungsrate auf vergleichbarer Basis der gemeldeten Unternehmen

Werbebilanz Dezember 2015

nach Medien

Bruttowerbewertung in 1000 Euro	Dez 2015	Dez 2014	%Ver.
GESAMT	372.305	348.748	6,8
Klassische Werbung Total	308.656	292.269	5,6
Kino	1.312	2.206	-40,5
Online	25.238	22.252	14,0
Außenwerbung	19.577	17.526	11,7
Billboard	10.456	8.723	19,9
Street Furniture	3.982	4.395	-9,4
Transport	561	584	-3,9
Ambiente Media	519	660	-21,3
Digital-Out-of-home (DOOH)	4.060	3.164	28,3
Hörfunk Total	19.040	18.471	3,1
Hörfunk ORF	10.333	10.185	1,5
Hörfunk Private	8.707	8.286	5,1
TV Total	88.505	84.598	4,6
TV ORF	25.456	28.833	-11,7
TV Private	63.050	55.765	13,1
Presse Total	154.984	147.215	5,3
Tageszeitungen	88.870	79.747	11,4
Reg. Wochenzeitungen	28.389	29.996	-5,4
Illustrierte/Magazine	28.279	28.185	0,3
Fachzeitschriften	9.446	9.287	1,7
Direct Marketing Total	63.649	56.479	12,7
Direct Marketing monatsbereinigt	55.473	54.309	2,1

Basis: Bruttowerbewerte; *Bereinigte Veränderungsrate auf vergleichbarer Basis der gemeldeten Unternehmen

Zusammenfassung

Werbebilanz

Ein Auf und Ab am österreichischen Werbemarkt konstatiert letztendlich zu einem deutlichen Werbeplus von 3,3 % des Bruttowerbeaufkommens in Relation zu 2014. Schwache Werbemonate in den Monaten Mai und November stehen enorme - vereinzelt zweistellige – Zuwächse in den Monaten Januar, Dezember sowie August und September gegenüber.

Der größte Teil des Werbekuchens von 4,193 Milliarden Euro fällt wie in der Vergangenheit auf Print (43 %), gefolgt von TV mit einem Viertel des Budgets. Im Grunde konnten alle klassischen Mediengattungen in Relation zu 2014 zulegen. Der gesamte Bereich der Außenwerbung performte überproportional (politische Wahlen in 4 Bundesländern), insbesondere „Digital-Out-of Home“ verzeichnete einen Werbeanstieg von über 30%. Der Bereich „Direkt Marketing“ reüssiert mit einem Minus von ca. -5 %. Online und TV konnten das Werbevolumina um etwa 7 % steigern.

Innerhalb der einzelnen Marktsektoren fällt die Entwicklung sehr unterschiedlich aus. Während Investitionsgüter, Handel&Versand sowie Medien ein deutliches Plus von jeweils über 5 % verzeichnen, liegt der konjunkturelle Wachstumsbeitrag bei den Sektoren Dienstleistung und Markenartikel bei ca. 1 %.

Die intensivsten Werbeimpulse kommen 2015 aus dem Wirtschaftsbereich des Handels – die Bereiche Handel&Versand sowie Haus&Garten steigerten das kumulierte Werbebudget um ca. 60 Mio Euro. Ein Blick auf die werbestärksten Konzerne verdeutlicht dieses Bild. Bei den top 4 der werbestärksten Konzerne handelt es sich um Handelsorganisationen: das Bruttowerbevolumen von Rewe, Spar, Lutz und Metro entspricht in etwa mehr als ein Zehntel des gesamten Werbemarkts.

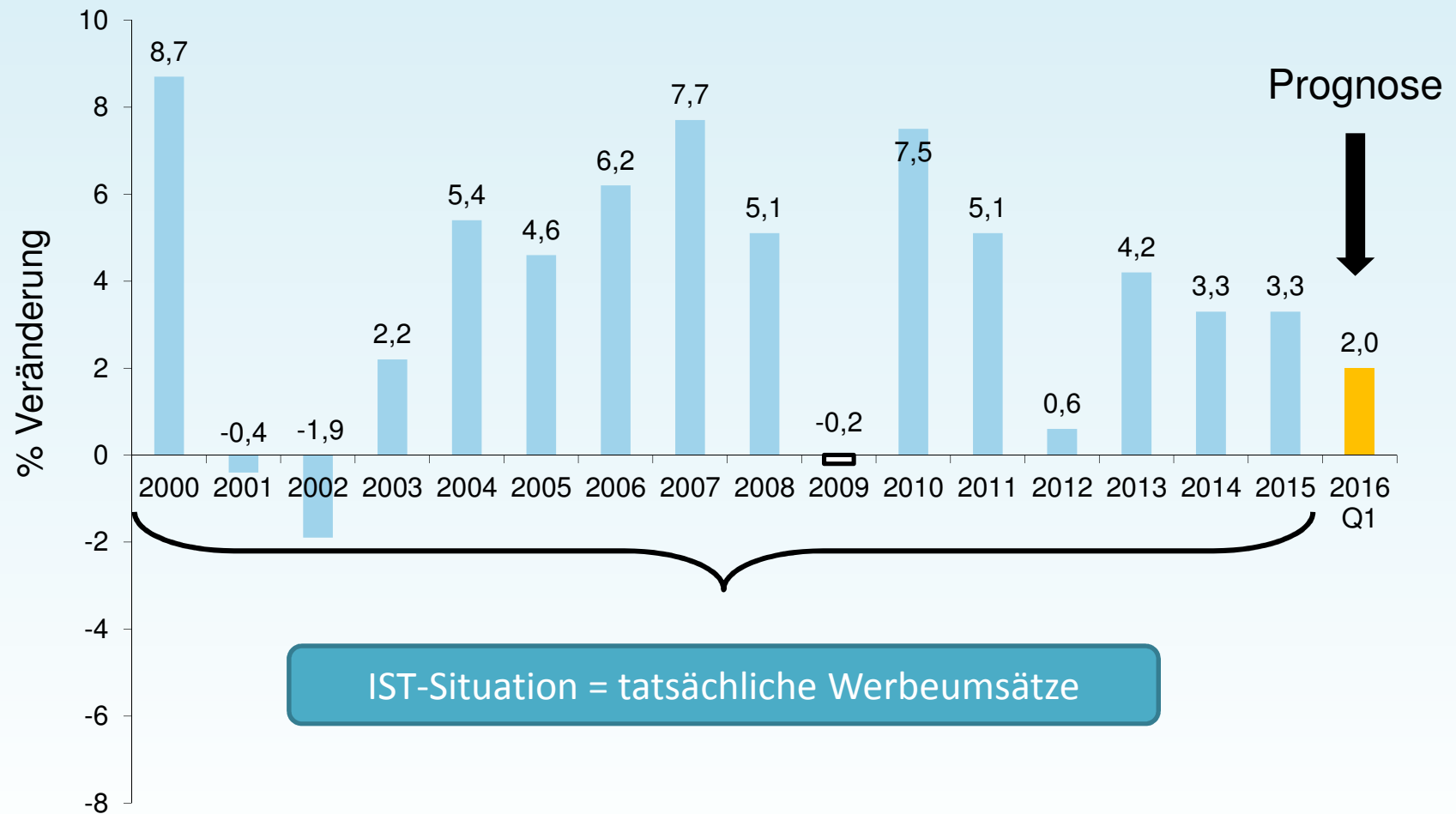
Werbeprognose 2016

basierend auf einer Befragung der TOP werbetreibenden Wirtschaft + Agenturen (Dezember 2015)

Werbeproggnose vers. Werbebilanz



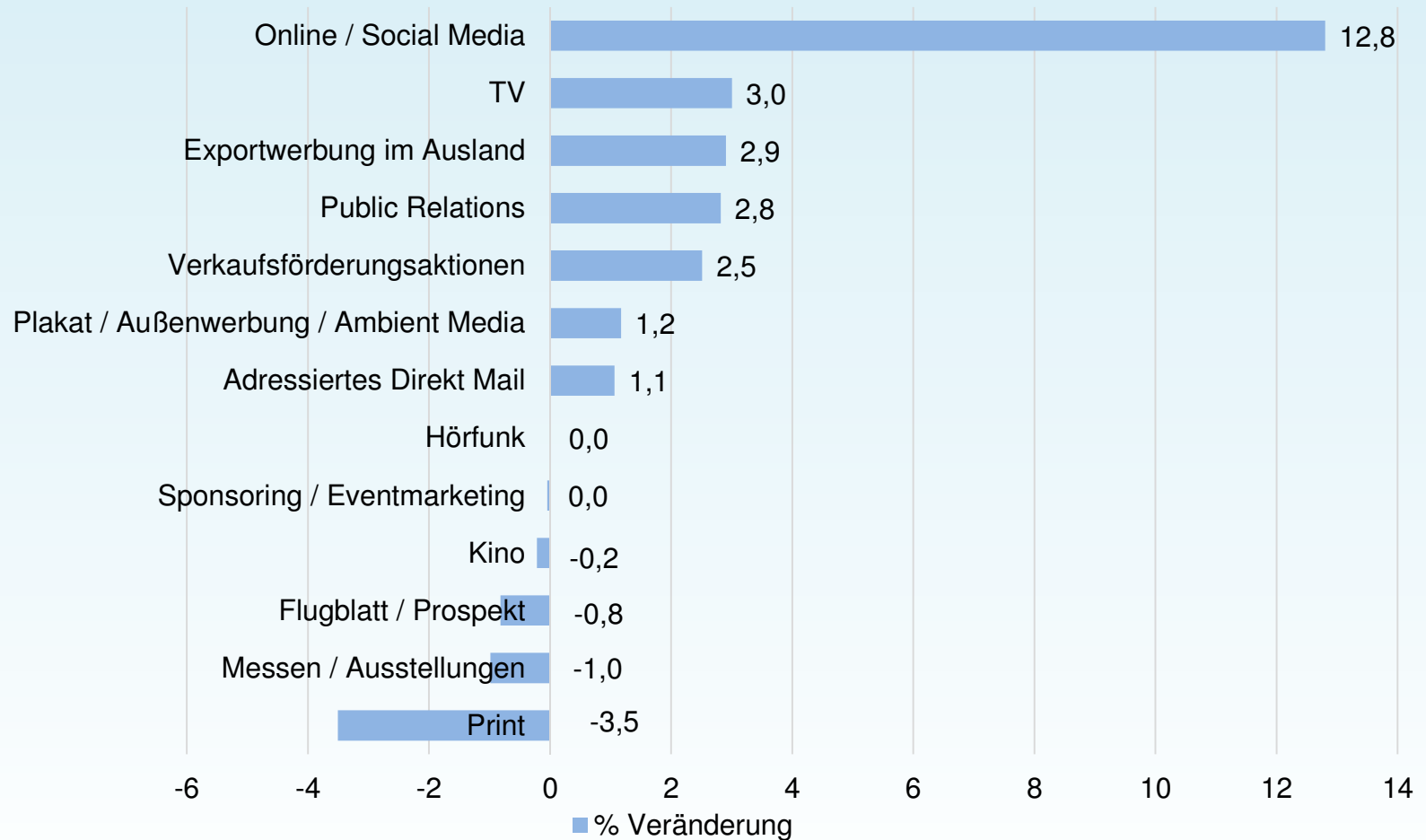
Werbeprognose



Basis: Total

Entwicklung der einzelnen Werbebereiche

% Veränderung zum Vorjahr

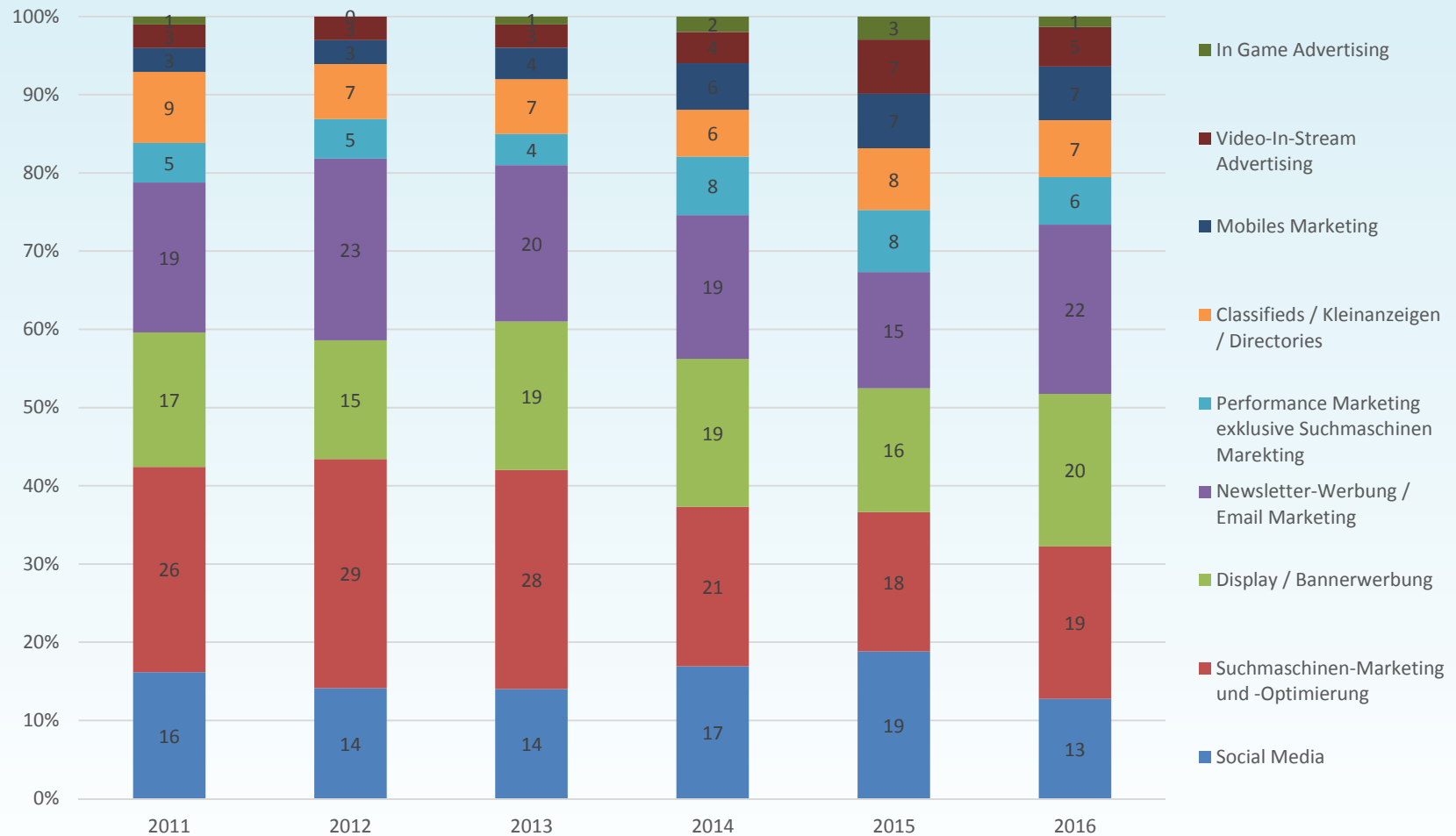


Basis: Total

Eingeschätzte Aufteilung des gesamten Online-Marketingbudgets

Basis: Unternehmen, die angeben, Onlinewerbung zu betreiben

Frage: Wie verteilt sich Ihr Online-Marketingbudget auf die einzelnen Online-Werbebereiche?



Basis: Befragung von 2011 & 2013 & 2014 & 1/2015 & 1/2016

Zusammenfassung

Werbeprognose 2016

Die Werbeprognose für 2016 ist verhalten optimistisch. Die werbetreibende Wirtschaft erwartet ein Werbewachstum für 2016 von etwa 2,0 %, wobei die Agenturen die konjunkturelle Entwicklung etwas positiver beurteilen (2,6 %) als die werbetreibenden Unternehmen (1,9 %).

Der Trend zum Online-Bereich ist weiter ungebrochen – nur in diesem Bereich wird mit einem deutlichen, 2-stelligen Zuwachs gerechnet. Den Gattungen TV, Exportwerbung, Public Relation sowie Verkaufsförderaktionen wird ein Plus von etwa 3 % bescheinigt. Dem Werbeträger „Print“ wird ein Minus von ca. – 3 % prognostiziert.

Innerhalb des Werbebudgets für Online steht Newsletter-Werbung / E-Mail-Marketing, Display / Bannerwerbung und Suchmaschinenmarketing und –optimierung an vorderster Stelle. Diesen Bereichen wird in etwa der Anteil von 2/3 des Online-Werbekuchens für 2016 vorhergesagt.

Kontakt

FOCUS Institut
Marketing Research Ges.m.b.H.
Maculangasse 8
1220 Vienna

Mail office@focusmr.com

Phone +43/1/258 97 01

Web www.focusmr.com