

OMG / FOMA PREVIEW 2020

Januar 2020



UNTERSUCHUNGSSTECKBRIEF

Methode

Online-Befragung anhand eines vollstrukturierten Fragebogens, der den Befragten über einen persönlichen Link (OMG-Mitglieder) bzw. über einen nicht-personalisierten Link (FOMA-Mitglieder) zugänglich war.

Stichprobe

An der Befragung teilgenommen haben Mitglieder der OMG und der FOMA. Die Gesamtstichprobe betrug 29 Agenturen, woraus 17 Interviews realisiert wurden. Wenn nicht anders vermerkt, ist das Gesamt die Basis für die Auswertungen.

Feldarbeit

Die Daten wurden im Oktober/ November 2019 erhoben.

Graphische Darstellung

Ausgewiesen werden - aus Gründen der Vergleichbarkeit mit den Vorgängerstudien – die Ergebnisse in %, obgleich dies auf der äußerst geringen Basis von 17 Fragebogen nach den Regeln der empirischen Forschung nicht üblich ist.

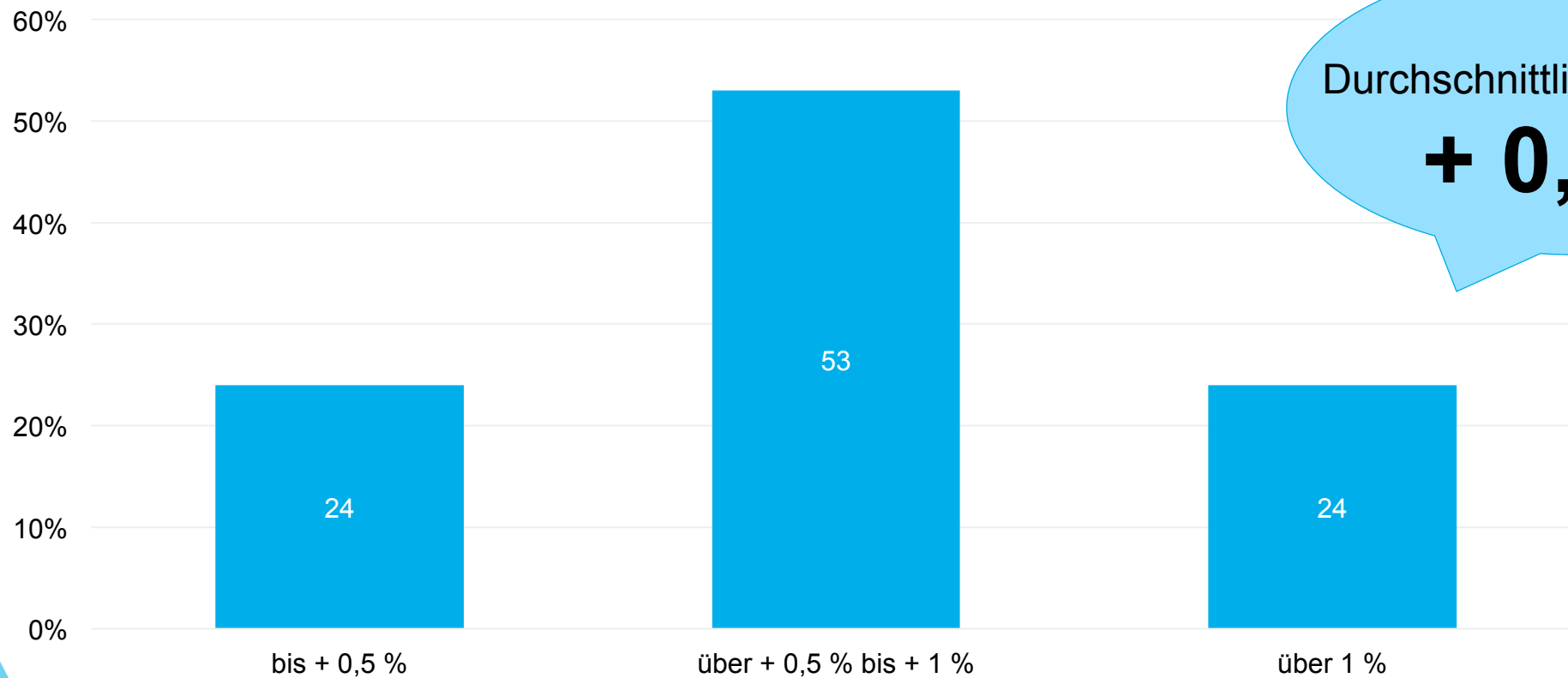
Konzeption & Durchführung

Immediate GmbH, Bremen

MARKT & WIRTSCHAFT

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG IN DEUTSCHLAND WIRD POSITIV EINGESCHÄTZT

Prognose für 2020 im Vergleich zu 2019 in %



GRÜNDE FÜR EINE POSITIVE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG DEUTSCHLANDS IN 2020

Weiterhin gute Inlandskonjunktur bei hoher Produktivität und robuster Beschäftigungslage.

Politische Entscheidungen für höhere Investitionen in Infrastruktur und Stärkung der Binnennachfrage.

Niedrige Zinsen treiben die Aktienmärkte und die Konsumneigung.

Hohe Geldmengen stärken die Kaufkraft. Konsumfreudige Erbgeneration.

Dauerfeuer an Negativmeldungen lässt Märkte und Konsumenten zunehmend abstumpfen, Konjunkturpessimismus generiert immer weniger Aufmerksamkeit.

Positive Situation und Erwartungen des produzierenden Gewerbes, extrem hohe Nachfrage im Handwerk aufgrund des anhaltenden Baubooms.

Automobilwirtschaft durchschreitet Talsohle, die Zulieferer fokussieren und spezialisieren sich.

Nachfrage an eMobilität und smarten Technologien treibt die Branche.

Unvermindert hohe Exportnachfrage.

Global werden Handelskonflikte gelöst (Aussetzung von Strafzöllen zwischen USA und China, USMCA), was Ex- und Importe ankurbelt.

GRÜNDE FÜR EINE NEGATIVE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG DEUTSCHLANDS IN 2020

Abkühlung der Weltkonjunktur, die Deutschland als Export-Weltmeister zu spüren bekommen wird.

Der Handelsstreit zwischen den USA und China mit negativen Effekten auf die globale Wirtschaft.

Unklare Auswirkungen des Brexits, da bisher kein Handelsabkommen in Sicht ist.

Transformation deutscher Schlüsselindustrien (z.B. Automotive / Stahl) mit negativen Folgen:
Abbau von Arbeitsplätzen und Rückgang von Ebit und Margen.

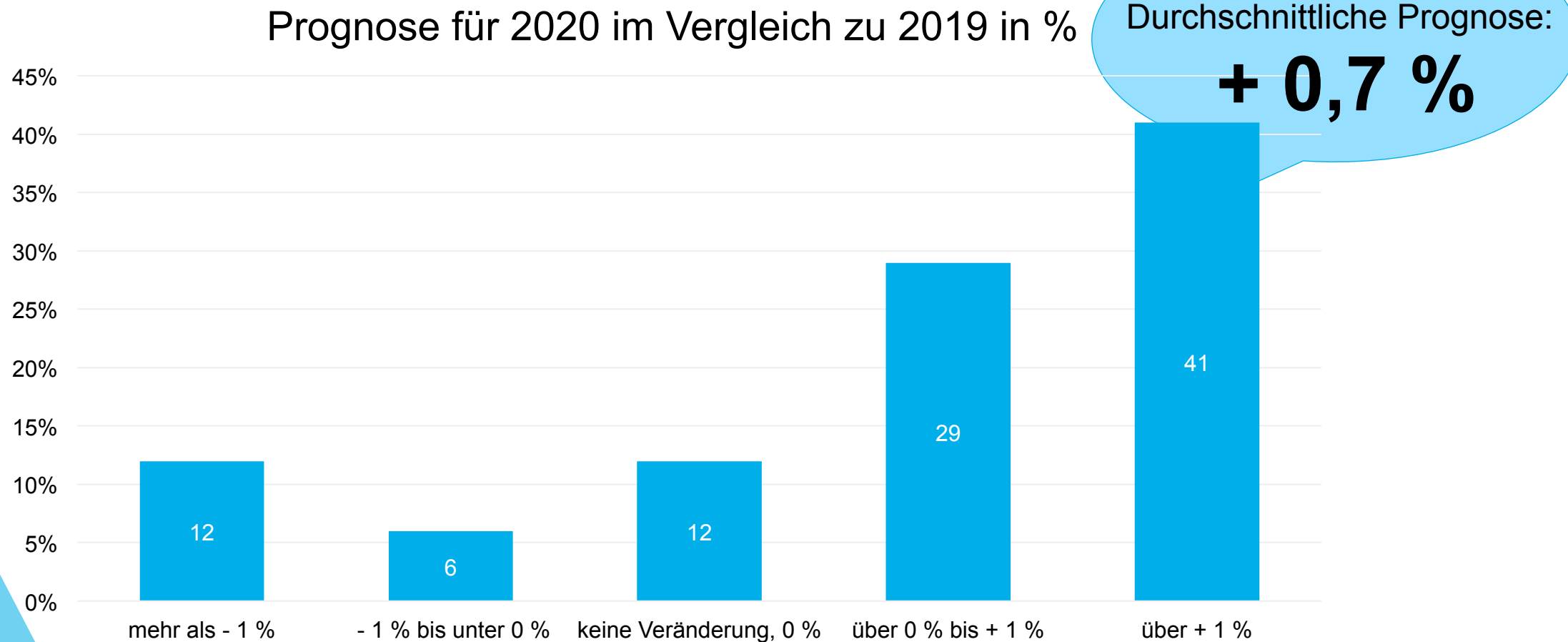
Zunehmend instabile politische Verhältnisse.

Politische Stimmung in der EU, die zunehmend geprägt ist von Einzelinteressen und nationalen Egoismen.

Geopolitische Instabilitäten sowie die Auswirkungen des Klimawandels und den daraus resultierenden Naturkatastrophen.

Rückstand Deutschlands bei der digitalen Infrastruktur.

EINSCHÄTZUNG DER NETTO-WERBEAUFWENDUNGEN IN DEUTSCHLAND



TRENDS FÜR EINE POSITIVE ENTWICKLUNG DER NETTO-WERBEAUFWENDUNGEN DEUTSCHLANDS 2020

Konstant hohe Inlandsnachfrage (siehe auch Chart Nr. 5).

2020 ist ein Sportjahr mit Sondereffekten im Investitionsverhalten.

Radio und OOH werden stabil bleiben bis leicht wachsen, Online Video hat noch großes Potential.

Digitalisierung von klassischen Gattungen (ATV) ermöglicht neue und interessantere Inszenierungen.

Aktuell steht Abverkaufswerbung stärker im Fokus als Maßnahmen mit langfristigerer Wirkung - davon könnten kurzfristig wirkende Medien profitieren.

Höhere Präzision in der Aussteuerung und dadurch geringere Streuverluste erlauben es auch kleineren Werbungtreibenden in ihre Marken und Produkte zu investieren.

Zunehmende Fragmentierung erfordert höhere Media-Spendings.

Budget-Umschichtungen zugunsten der GAFAs, die damit die Rückgänge in anderen Medien überkompensieren.

Ausbau der GAFAs für datengestützte Kommunikation, wodurch sie weiter Mid- und Longtail erschließen.

TRENDS FÜR EINE NEGATIVE ENTWICKLUNG DER NETTO-WERBEAUFWENDUNGEN DEUTSCHLANDS 2020

Digital wird wieder weiter wachsen, allerdings werden reine Medainvestitionen in vielen Teilen rückläufig.

Etatshifts zunehmend zu Digitale Experience, CRM und eigenen Plattformen.

Steigender Trend zum Inhousing.

Vertriebsinvests statt Advertising.

Digitalisierung verändert den Markt der partizipierenden Parteien weiter:
Technologie und Tracking-Anbieter werden auch weiterhin davon profitieren.

Nur Medien, die im Video-Bereich sehr gut aufgestellt sind oder hochqualitatives Display Inventar anbieten, haben auch weiterhin gute Chancen.

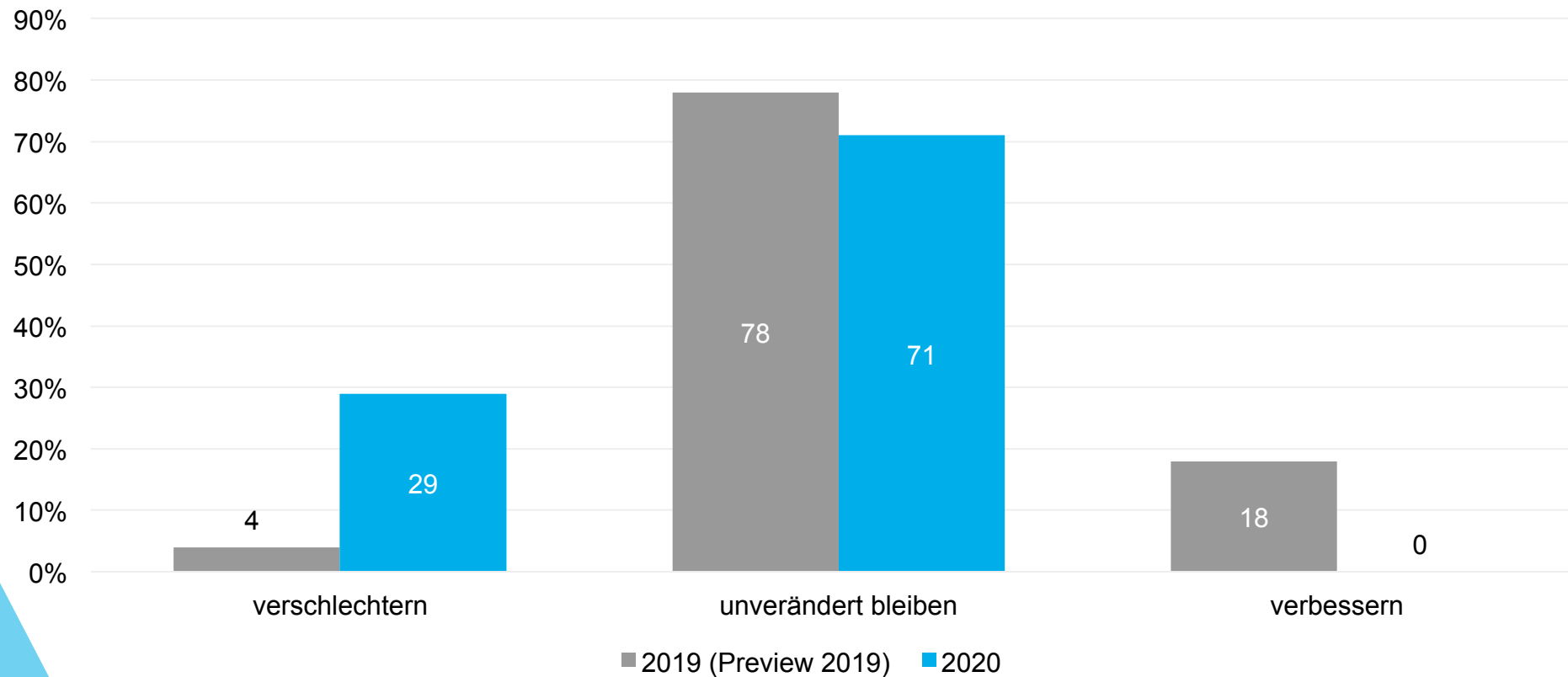
Der FMCG-Bereich kann sich die Etats der Vergangenheit nicht mehr leisten.

Deutsche Schlüsseltechnologien wie Automotive müssen immense Investitionen in die digitale Transformation der Geschäftsmodelle leisten und werden im Bereich Marketing einsparen.

Risiken durch globale Entwicklungen wie Strafzölle oder Brexit (siehe auch Chart Nr. 6).

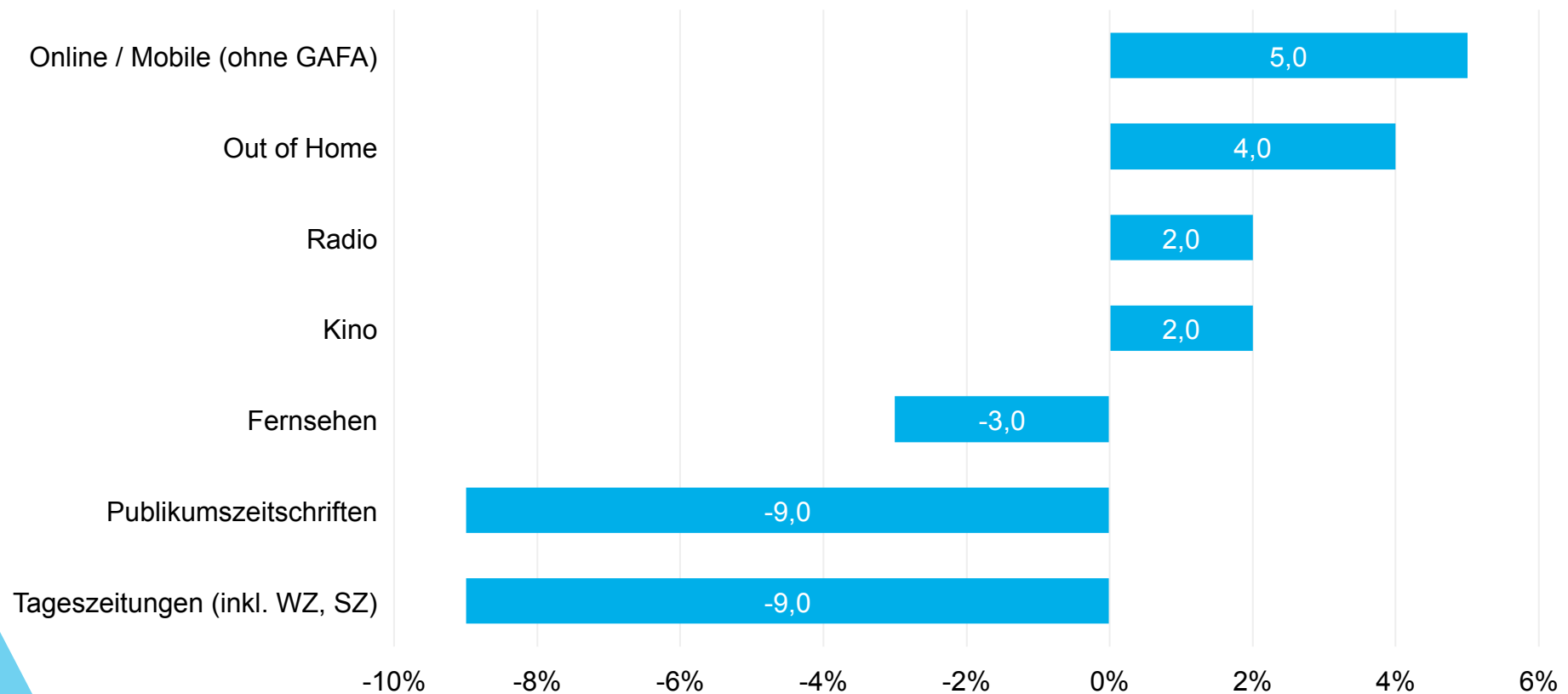
ENTWICKLUNG DER BESCHÄFTIGUNGSLAGE IN DER MEDIABRANCHE IM JAHR 2020

Prognose im Vergleich zum Vorjahr in %



EINSCHÄTZUNGEN DER NETTO-WERBEAUFWENDUNGEN FÜR DIE EINZELNEN MEDIENGATTUNGEN 2020

Prognose in 2020 in %*



* statist. Median

ÜBERDURCHSCHNITTLICHES PLUS FÜR DIGITAL GIANTS

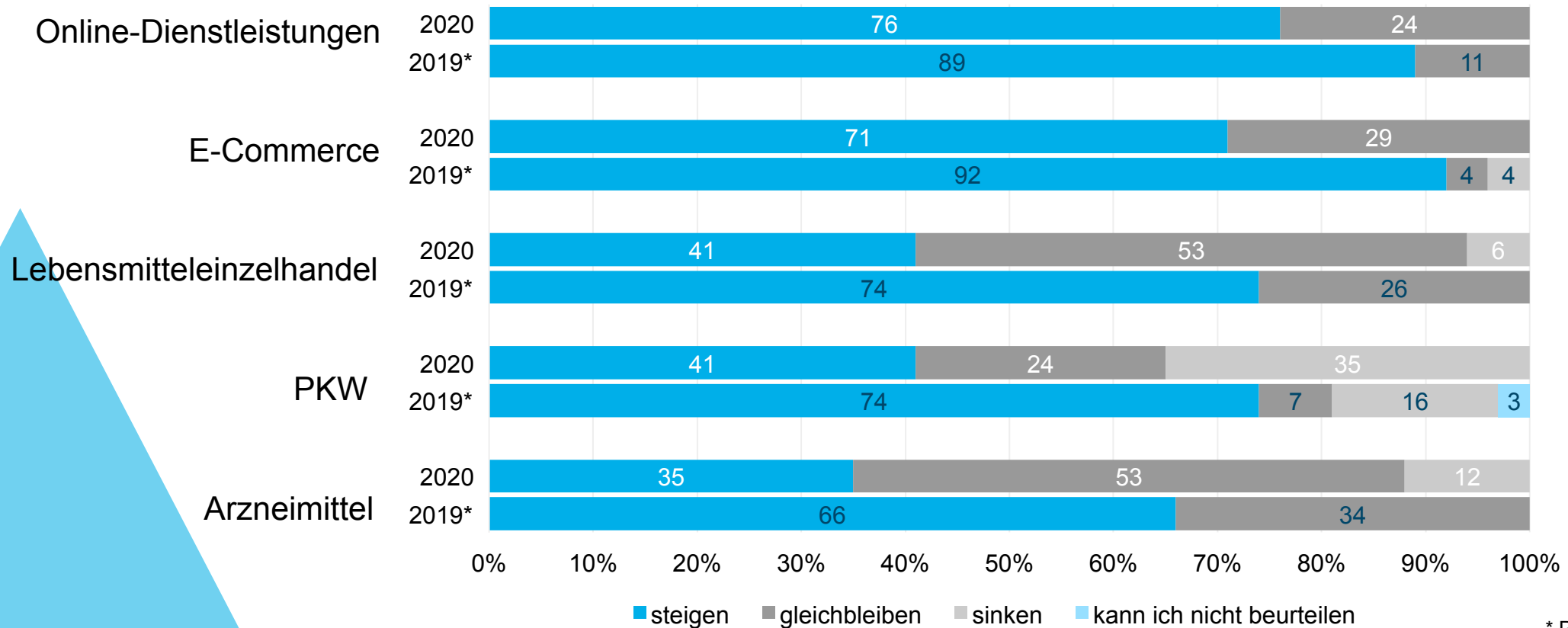
	2019	2020	Differenz	
	Median*	Median*	absolut	in %
Google Search	3.100	3.250	+ 150	+ 4,8 %
YouTube	500	550	+ 50	+ 10,0 %
Google Display Network	460	460	± 0	± 0,0 %
Google Gesamt	4.060	4.260	+ 200	+ 4,9 %
Facebook Banner	750	785	+ 35	+ 4,7 %
Facebook Video	300	400	+ 100	+ 33,3 %
Facebook Gesamt	1.050	1.185	+ 135	+ 12,9 %
Amazon Werbung Gesamt	900	1.030	+ 130	+ 14,4 %
Otto Group Media Gesamt	120	130	+ 10	+ 8,3 %

Geschätzte Werbeerlöse für 2019 und 2020 in Mio.

* Gewichtung nach OMG

ENTWICKLUNG DER NIELSEN-BRUTTO-WERBEAUFWENDUNGEN NACH PRODUKTBEREICHEN SEITE 1/2

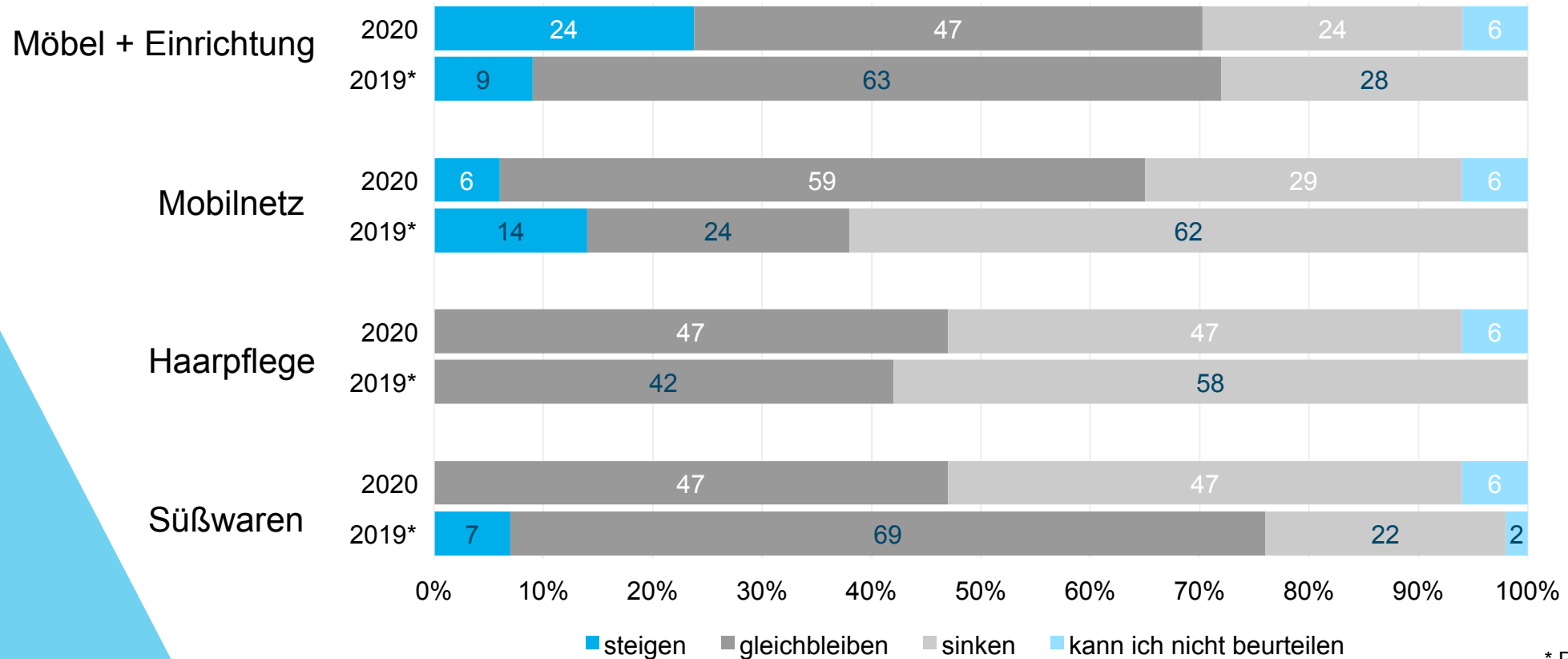
Prognose im Vergleich zum Vorjahr in %



* Preview 2019

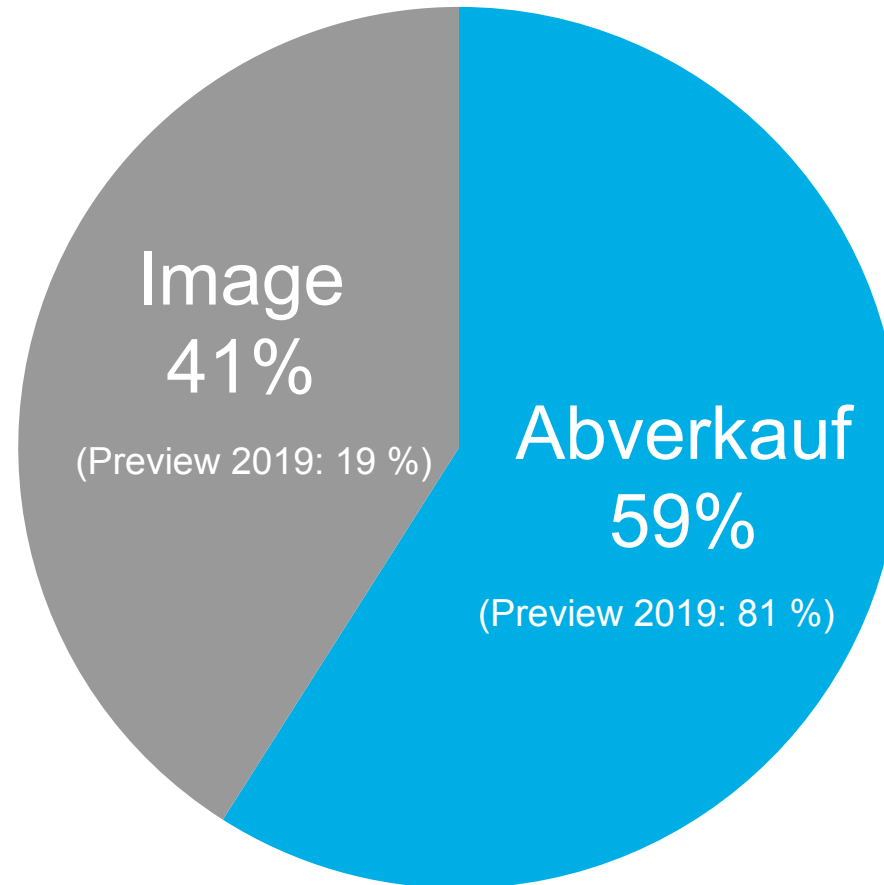
ENTWICKLUNG DER NIELSEN-BRUTTO-WERBEAUFWENDUNGEN NACH PRODUKTBEREICHEN SEITE 2/2

Prognose im Vergleich zum Vorjahr in %



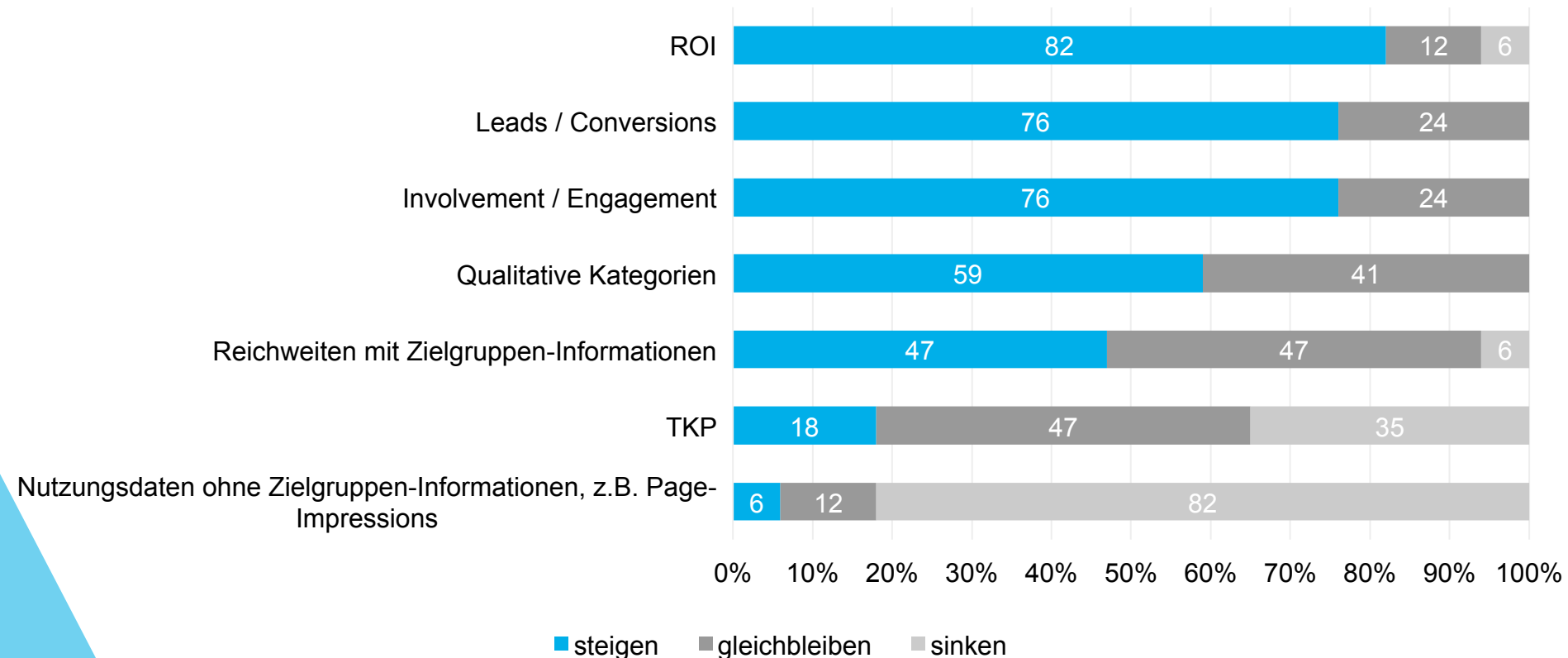
* Preview 2019

KOMMUNIKATIONSZIELE DER AGENTURKUNDEN IN 2020



RELEVANZ DER EINZELNEN LEISTUNGSFAKTOREN IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN

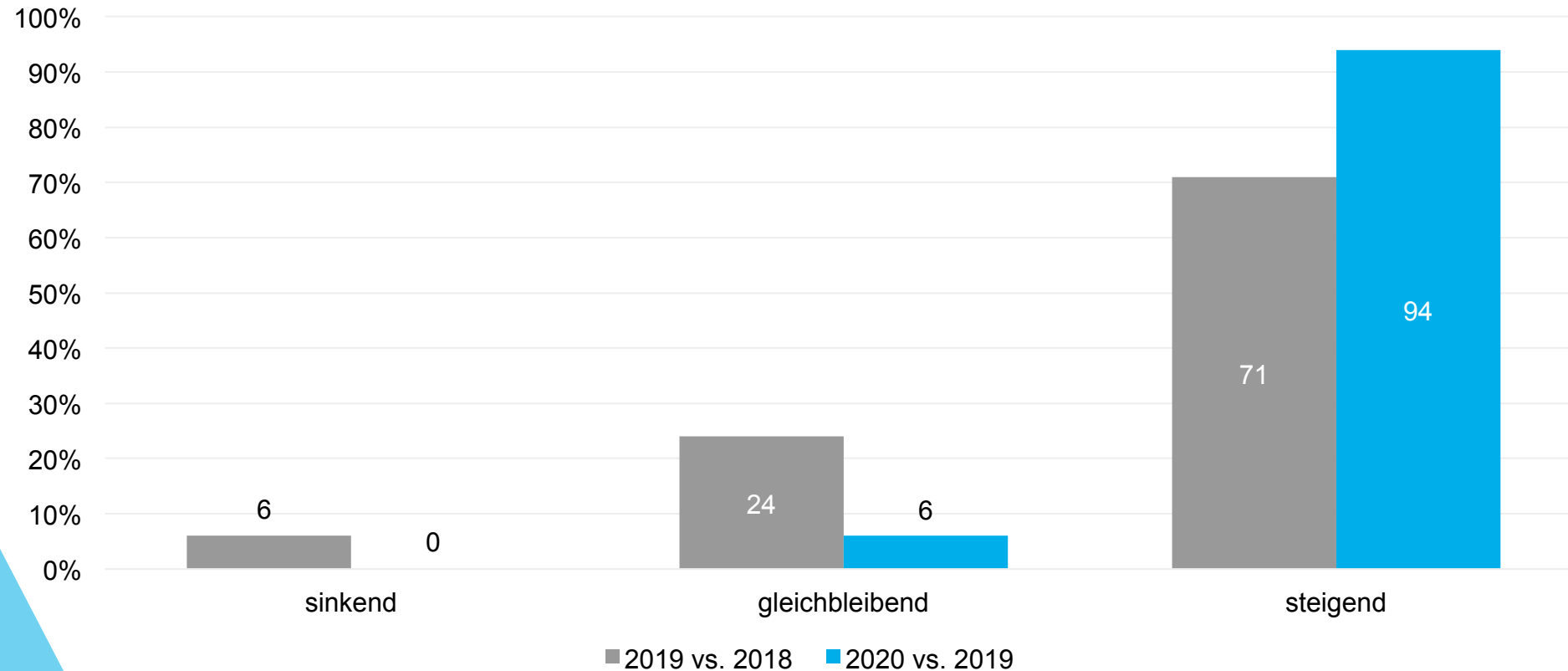
5-Jahres-Prognose (Angaben in %)



DIE AGENTUREN

AGENTUREN GEHEN OPTIMISTISCH INS NEUE JAHR

Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr in %

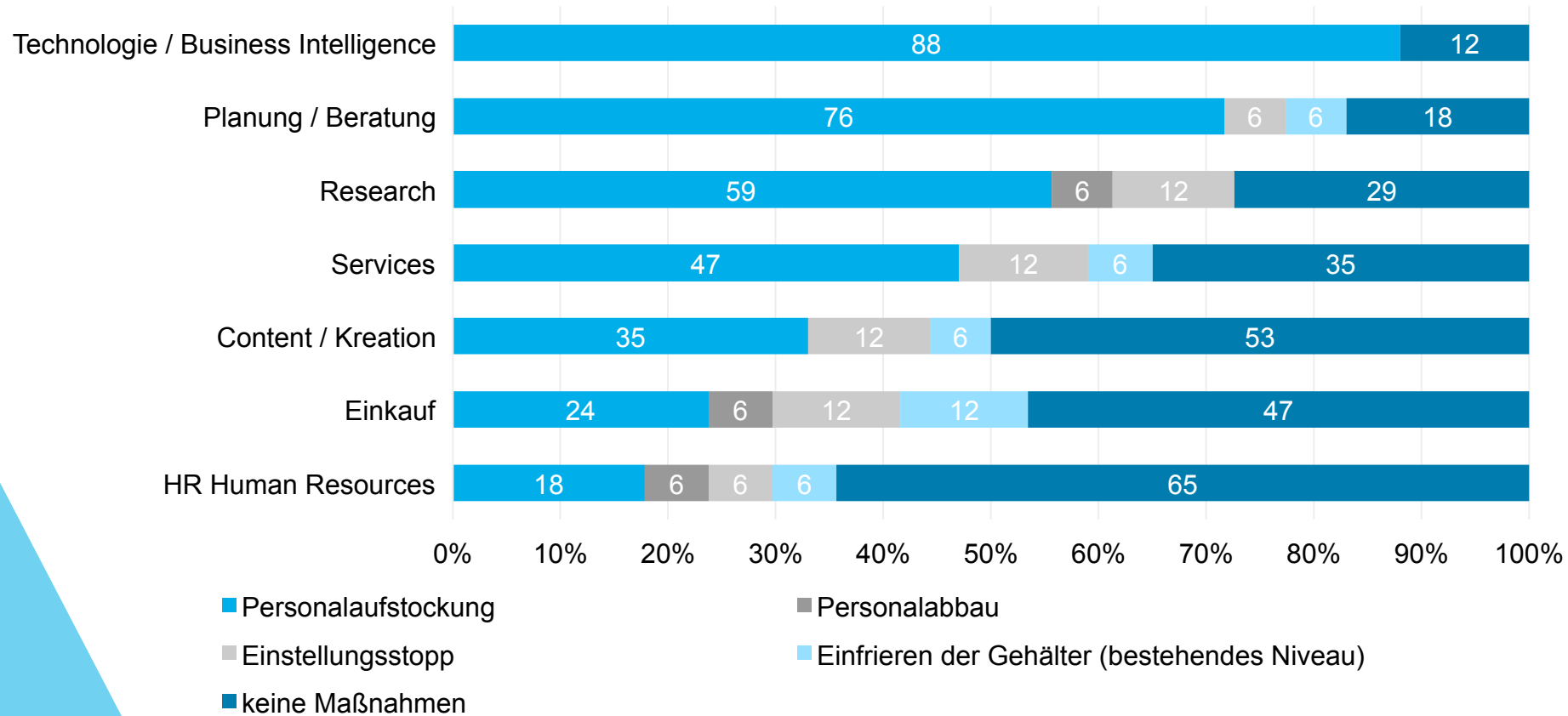


Frage 7: Wie schätzen Sie die **Umsatzentwicklung Ihrer Agentur** für das gesamte Jahr **2019 gegenüber 2018** ein? Rechnen Sie für 2019 gegenüber 2018 mit einem steigenden, gleichbleibenden oder sinkenden Umsatz?

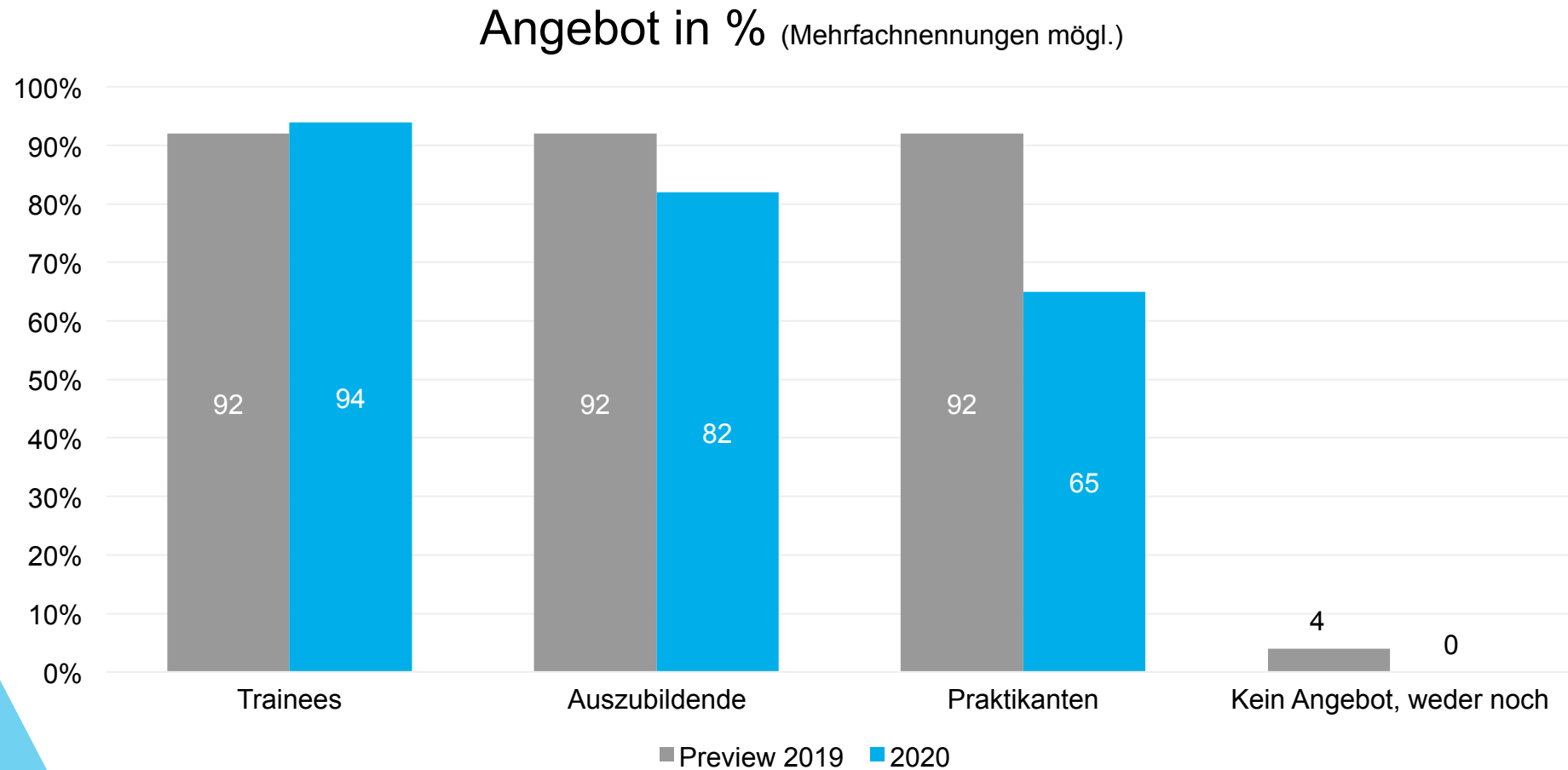
Frage 8: Und was schätzen Sie für **2020 gegenüber 2019** ein? Rechnen Sie für das gesamte Jahr **2020 gegenüber 2019** mit einem steigenden, gleichbleibenden oder sinkenden Umsatz?

REAKTIONEN AUF DIE AKTUELLE GESCHÄFTSENTWICKLUNG IM PERSONALBEREICH

Maßnahmen in % (Mehrfachnennungen mögl.)



FAST ALLE AGENTUREN BIETEN AUSBILDUNGSPLÄTZE



DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE DES PREVIEW 2020

- Positive gesamtwirtschaftliche Entwicklung mit einem durchschnittlichen Plus von 0,9 Prozent
- Werbemarkt wächst moderat um 0,7 Prozent
- Starkes Wachstum der Digital Giants Google, Facebook und Amazon um über 400 Millionen Euro in 2020
- Entwicklung von TV wird leicht rückläufig eingeschätzt
- Retail Media gilt als dynamischer Newcomer
- ROI bleibt für die Werbekunden der wichtigste Erfolgsindikator
- Big Spender FMCG schwächelt, allen voran die Kategorie Süßwaren
- Agenturen rechnen mit steigender Umsatzentwicklung
- Ausbau der Bereiche Technologie, Business Intelligence, Planung / Beratung und Research

KONTAKT OMG:

Klaus-Peter Schulz

Tel: 0172-9120668

Mail: kps@omg-mediaagenturen.de

KONTAKT FOMA:

Manfred Klaus

Tel: 089- 20503120

Mail: M.Klaus@plan-net.com

