

---

## **Weltweiter Werbemarkt wächst 2008 trotz Kredit-Krise um 6,7 Prozent**

Wien, 6. Dezember 2007

Weltweit werden die Ausgaben für Werbung in 2008 um 6,7 Prozent von 455,12 Mrd. US-Dollar auf 485,57 Mrd. US-Dollar ansteigen. Damit wächst der weltweite Werbemarkt im kommenden Jahr trotz der Kredit-Krise noch stärker als 2007 (5,3 Prozent). Dies prognostiziert die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia in ihrer aktuellen Studie „Advertising Expenditure Forecast“.

Obwohl die Kredit-Krise das Wachstum der weltweiten Wirtschaft dämpft, wird dies für den globalen Werbemarkt nicht erwartet. Hierfür gibt es verschiedene Gründe: Zum einen investieren die Werbung Treibenden in den vergangenen Jahren mit 0,92 bis 0,93 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) moderat entsprechend des Wirtschaftswachstums. Zum Vergleich: Zur New Economy-Zeit 2000 beispielsweise wurden Werbegelder von bis zu 1,06 Prozent des BIPs ausgegeben. Zum anderen führt eine Schwäche der Industriemärkte heute nicht mehr zu einem weltweiten Abschwung des Werbemarkts, da die sich entwickelnden Märkte außerhalb Nordamerikas, Westeuropas und Japans maßgeblich das Wachstum des Werbemarkts bestimmen. So steigen die Werbeinvestitionen in Entwicklungsmärkten zweistellig. China wird sich bis 2010 zum weltweit viertgrößten Werbemarkt entwickeln, Russland zur Nummer sechs.

„Ein Einfluss der Krise auf den deutschsprachigen Kommunikationsmarkt ist bisher nicht erkennbar. Im Gegenteil sind die Inlandskräfte zurzeit deutlich stärker. Mögliche Reflexe der amerikanischen Konjunktur wird man allenfalls im 2. Halbjahr 2008 erkennen können“, sagt Mag. Maurizio Berliini, CEO ZenithOptimedia Österreich.

Treibende Kraft für die weltweit steigenden Werbeinvestitionen in 2008 sind die vier großen Events im kommenden Jahr: 1 Mrd. US-Dollar Werbeausgaben werden voraussichtlich im Zuge der Fußball-Europameisterschaft in Österreich/Schweiz investiert, 3 Mrd. US-Dollar im Rahmen der Olympischen Spiele in Peking sowie 2 Mrd. US-Dollar zu den amerikanischen Präsidentschafts- und Kongresswahlen. Ohne diese Events würde das Wachstum des Werbemarkts nur bei etwa 5,4 Prozent liegen.

Auf Vormarsch ist nach wie vor das Internet als Werbemedium: Mit Wachstumsraten von 69 Prozent werden hier die Werbeinvestitionen von 2007 bis 2010 stärker steigen an als in allen

---

anderen Medien. Allein 2007 flossen Werbegelder im Umfang von 36 Mrd. US-Dollar in das Internet, das sind 5 Mrd. mehr als noch im Dezember 2006 prognostiziert. Der Marktanteil des Mediums wird sich so bis 2010 von 8,1 Prozent (2007) auf 11,5 Prozent erhöhen. In 2010 wird das Internet die Zeitschriften als Werbemedium überholt haben und nach TV und Tageszeitungen weltweit das drittgrößte Werbemedium bilden.

ZenithOptimedia erstellt die inzwischen vierteljährlichen Forecasts bereits seit 15 Jahren. Sie dienen der Werbewirtschaft als wertvolles Barometer für die Planung ihrer Media-Aktivitäten und werden darüber hinaus von Medien, Werbeagenturen, Unternehmensberatern und Analysten genutzt. Die kostenpflichtige Studie „Advertising Expenditure Forecasts“ kann bestellt werden unter [www.zenithoptimedia.com](http://www.zenithoptimedia.com).

---

**Kontakt:**

Mag. Maurizio Berlini  
CEO, ZenithOptimedia Österreich  
[maurizio.berlini@zenithoptimedia.at](mailto:maurizio.berlini@zenithoptimedia.at)  
Tel. +43 (1) 716 37 678

Heike Zink  
Head of Research  
[heike.zink@zenithoptimedia.at](mailto:heike.zink@zenithoptimedia.at)  
Tel. +43 (1) 716 37 679

ZenithOptimedia Österreich  
Kettenbrückengasse 16  
1040 Wien  
[www.zenithoptimedia.at](http://www.zenithoptimedia.at)