

Finanzkrise könnte der Online-Werbung helfen 25.11.2008

Den Werbeagenturen steht ein schwieriges Jahr bevor. Eine Chance könnte allerdings im Internet lauern.

Für die einen hat die Finanzkrise bereits Folgen: Das Inseratevolumen bei den Zeitungen ist in den letzten Monaten so stark zurück gegangen, dass einige Verlage reagieren mussten. NZZ, Edipresse, AZ Medien oder Ringier gaben in den letzten Wochen Entlassungen bekanntgegeben.

Die anderen werden noch geschont: Die Werbeagenturen spüren im Moment wenig von der Krise, wie Frank Bodin gestern sagte. Bodin ist Präsident des Verbandes der führenden Schweizer Werbeagenturen (BSW) und Chef von Euro RSCG, der sechstgrössten Agentur der Schweiz. Werbeagenturen verdienen im Moment auch dann noch Geld, wenn die Kunden weniger Inserate schalten. 2008 dürfte noch einmal ein gutes Jahr werden. In den letzten Jahren ist der Werbekuchen stetig gewachsen: von 3,4 Milliarden im Jahr 2005 auf 4 Milliarden Franken im 2007.

Dieser Boom ist nun vorbei. Die Werbeindustrie rechnet für 2009 mit einem äusserst schwierigen Jahr. «Die Planungssicherheit wird deutlich abnehmen», so Bodin. In der Krise ziehen Auftraggeber geplante Aufträge zurück, verschieben sie oder zögern Entscheidungen hinaus. Die Folge: «Die Agenturen müssen flexibler sein», so Bodin. Ausserdem werde der Kostendruck zunehmen. Die Krise werde von den Auftraggebern gerne auch als Argument eingesetzt, um den Preis zu drücken.

Schweiz hinkt hinter dem Ausland her

Am schlimmsten trifft die Wirtschaftsflaute die klassischen Medien, allen voran die Presse. Allerdings spüren sie auch Werbeagenturen, die auf neue Werbeformen spezialisiert sind. «Die Zuwachsraten in elektronischen Medien gehen zurück», sagt Klaus Kappeler, Chef der Goldbach Media Gruppe. Im Unterschied zu den klassischen Medien dürfte der Markt für Online-Werbung aber nicht schrumpfen, sondern bloss vorübergehend langsamer wachsen.

Kappeler geht sogar davon aus, dass die Werbung im Internet profitieren werde: «Die Online-Medien werden gestärkt aus der Krise hervorgehen.» Bodin sieht das ähnlich: «Gegenüber dem Ausland hat die Schweiz hier ein Aufholpotenzial.»

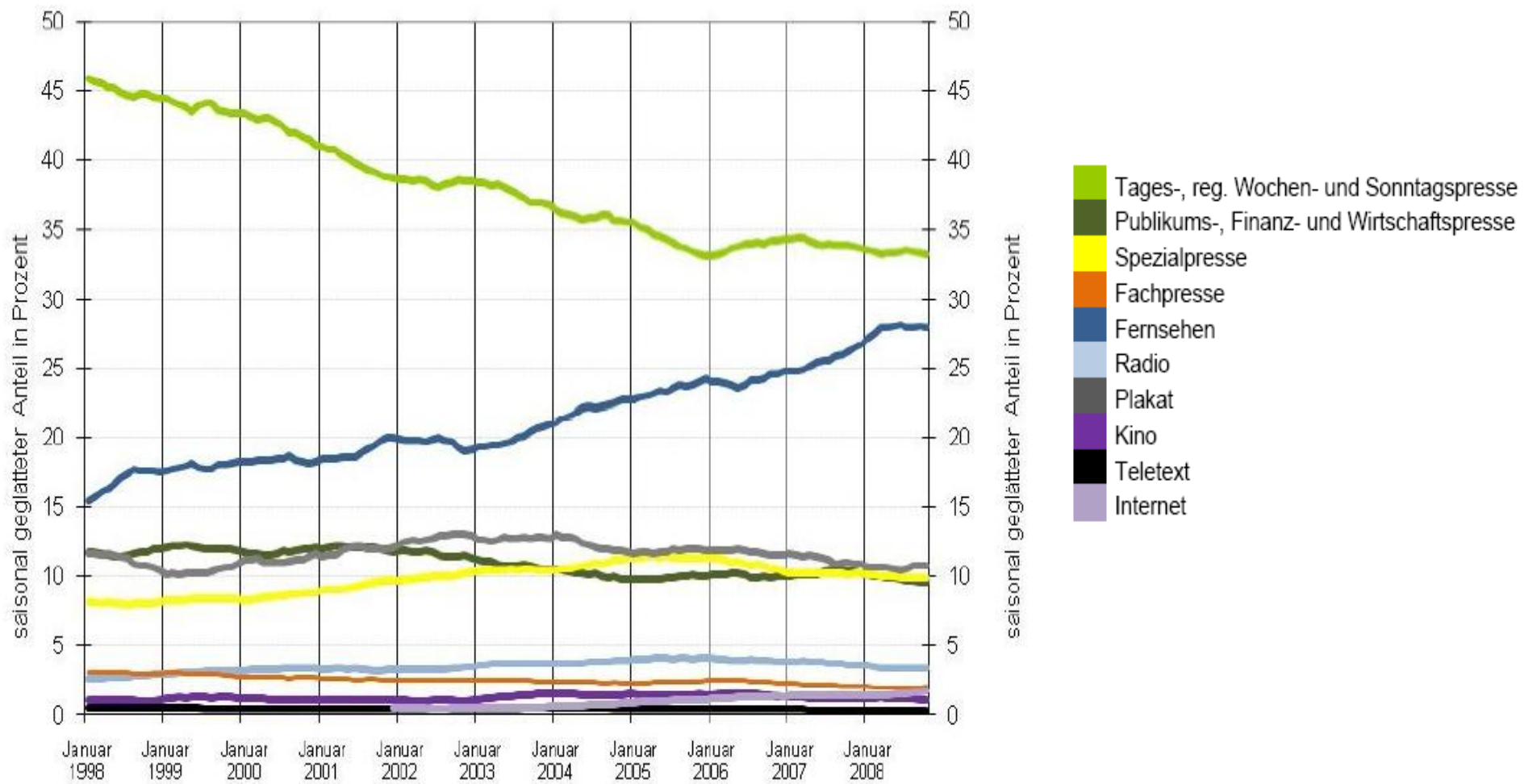
Hier zu Lande macht die Werbung im Internet nur rund 2 Prozent des gesamten Werbekuchens aus. Das ist seit Kurzem zwar mehr, als für Werbespots im Kino ausgegeben wird. Aber deutlich weniger, als dieser Kanal im Ausland bereits ausmacht. In Deutschland liegt der Marktanteil der Online-Werbung bereits bei 11 Prozent, in Grossbritannien bei 15 Prozent und in Holland sogar bei gut 18 Prozent. Das geht aus einer Studie des europäischen Verbands für Interaktive Werbung (IAB Europe) hervor.

Ausserdem zeigen sich einige Branchen krisenresistenter als andere. Sie nutzen die relative Stille, um Gas zu geben, wie Peter Felser anmerkt. Er ist Vizepräsident des BSW und Chef von Spillmann/Felser/Leo Burnett, der Nummer 7 auf dem Schweizer Markt. Bei Schokolade- und Bierherstellern etwa sieht er keinen Grund, wieso diese ihre Werbevolumen zurückfahren sollten. Bei den Banken verhält sich nicht einmal die Branche einheitlich. Generell hat der Finanzsektor die Werbeausgaben stark reduziert. Zu Beginn der Woche hat nun die UBS aber eine grosse Imagekampagne lanciert. «Und auch einige Regionalbanken gehen derzeit in die Offensive», so Felser.

Franzosen dominieren die Schweiz

Der Ableger des französischen Konzerns Publicis ist die mit Abstand grösste Werbeagentur der Schweiz. Das zeigt das neuste Rating des Verbands der führenden Schweizer Agenturen BSW. Dem Verband gehören 55 Werbe- und Spezialagenturen an. Laut Verbandspräsident Frank Bodin sind damit nur 7 Prozent der Werbeagenturen in der Schweiz Mitglied, diese betreuen gemeinsam allerdings rund zwei Drittel der Werbegelder. Wer Mitglied dieses exklusiven Klubs werden will, muss eine Aufnahmeprüfung bestehen, Arbeitsproben präsentieren und eine gewisse Grösse vorweisen. Künftig sollen die Mitglieder sogar alle zwei Jahre beweisen, dass sie den Status «Leading Swiss Agency» noch verdienen. (aba)

www.tagesanzeiger.ch



Quelle: www.mediafocus.ch