

Spendings auf der Überholspur

Außenwerbung wird international das drittstärkste Wachstum unter allen Medien prognostiziert. Hierzulande trifft das bereits heute zu. Warum ist das so?

Laut Zenith-Prognose werden die Werbeausgaben im Bereich der Außenwerbung im Zeitraum von 2016 bis 2019 weltweit um rund 2,53 Milliarden US-Dollar zulegen – das ist das drittstärkste Wachstum unter allen Werbemedien. Auch hierzulande zeichnet sich diese Prognose bereits ab: Laut Focus legten die Werbeausgaben im Bereich der Außenwerbung von Jänner bis September 2017 um neun Prozent zu – was ebenso dem drittstärksten Wachstum unter allen Werbemedien entspricht. Die Gründe für das Wachstum sind laut Experten schnell erklärt: die zunehmende Mobilität, die Vielseitigkeit des Werbemediums und politische Wahlen.

Der Außenwerbung – so ist sich Werbeforscherin Gerlinde Spicko vom Institute for Marketing & Consumer Research an der WU Wien sicher – kommt nicht nur heute, sondern auch in Zukunft große Bedeutung zu. Das liege vor allem an zwei Faktoren: Erstens, weil das Bedürfnis und die Möglichkeiten mobil zu sein, steigen werden. Hierbei würde es sich

einem Werbeplus von mehr als 50 Prozent innerhalb der Jahre 2014 bis 2016 für die dynamische Entwicklung des Außenwerbereichs verantwortlich gewesen“ sei.

Auch das Wachstum zwischen Jänner und September 2017 ist laut Luisser schnell erklärt: „Für den deutlichen Werbeanstieg von Jänner bis September 2017 sind in erster

Linie die Verdoppelung der Bruttowerbeausgaben im Bereich der Politik aufgrund der Nationalratswahlen sowie signifikante Zuwächse im Bereich Pkw, Lebensmittelhandel und Getränke verantwortlich“. Ob und welches Wachstum die vier Landtagswahlen im nächsten Jahr für die Außenwerbung bringen, wird sich zeigen.

SAS

AUSSENWERBUNG IN DER ÖSTERREICHISCHEN WERBEBILANZ

Bruttowerbewertung in 1.000 € Quelle: Focus	Vergleich		Vergleich	
	Septem- ber 2017	2016	Jänner bis Sept. 2017	2016
Gesamt	476.813	↑ +3,9 %	3.897.357	↑ +6,6 %
Klassische Werbung gesamt	372.616	↑ +3,6 %	2.732.537	↑ +5,8 %
Print gesamt	188.766	↓ -0,4 %	1.382.836	↑ +5,7 %
TV gesamt	110.032	↑ +7,4 %	792.697	↑ +5,3 %
Hörfunk gesamt	22.629	↑ +7,0 %	158.011	↑ +6,5 %
Außenwerbung	28.800	↑ +8,8 %	210.587	↑ +8,0 %
Online	24.842	↑ +11,4 %	179.524	↑ +3,8 %
Kino	748	↓ -13,9 %	8.882	↑ +11,9 %
Direct B-2-Consumer	61.640	↑ +5,1 %	504.550	↑ +13,0 %
Sportsponsoring	42.654	↑ +29,7 %	666.315	↑ +6,6 %



Ronald Luisser, Managing Director Austria des Focus-Instituts, spricht von einer dynamischen Entwicklung der Außenwerbung in den letzten Jahren.

© www.focusim.com

um einen Lebensstil handeln, „der durch das Gefühl von Freiheit und Unabhängigkeit gekennzeichnet ist“, so Spicko. Neben dem Wunsch nach Mobilität kämen aber „natürlich auch die Wege im öffentlichen Raum dazu, die man täglich am Weg zur Arbeit, zur Ausbildung oder zu Freizeitaktivitäten zurücklegt“. Ein weiterer Punkt sei, dass man „aufgrund der modernen Kommunikation beruflich und privat nicht mehr an einen Standort gebunden ist“.

Und zweitens, weil die Möglichkeiten der Außenwerbung vielseitig und gut kombinierbar seien. Neben klassischen Großplakaten gibt es zahlreiche Formen wie Verkehrsmittelwerbung (siehe Seite 23) oder Werbung, die Konsumenten direkt am Point of Sale erreicht, wie zum Beispiel Einkaufs-



Werbeforscherin Gerlinde Spicko vom Institute for Marketing and Consumer Research an der WU Wien schreibt DOOH großes Wachstumspotenzial zu. © privat

wagenwerbung. Auch neue Technologien haben in den letzten Jahren neue Formen und Kombinationen der Außenwerbung ermöglicht, wie digitale City Lights oder Infosccreens. „Vor allem Digital-Out-of-Home wird großes Wachstumspotenzial zugeschrieben“, ergänzt Spicko. Dies kann auch Ronald Luisser, Managing Director Austria des Focus-Instituts, unterschreiben, insbesondere weil die Gattung Digital-Out-of-Home „mit

Wo will ich heute werben?

Sie wollen gesehen werden – sowohl Online als auch vor Ort. OOH platziert die richtigen Schlagworte in den Köpfen der Menschen und damit auch die richtigen Suchworte online. Mit hohen Reichweiten, einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis und den besten Standorten in Südösterreich kann nur „Ankünder“ die Antwort sein.

ankuender.com

GRAZ