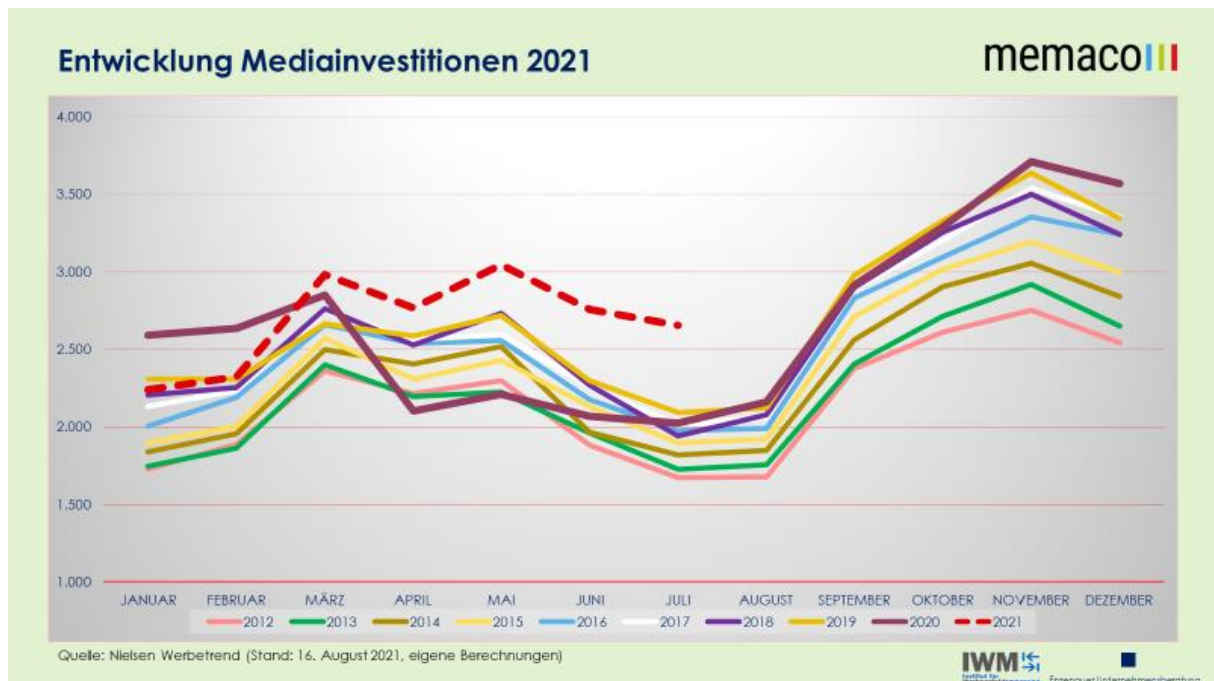


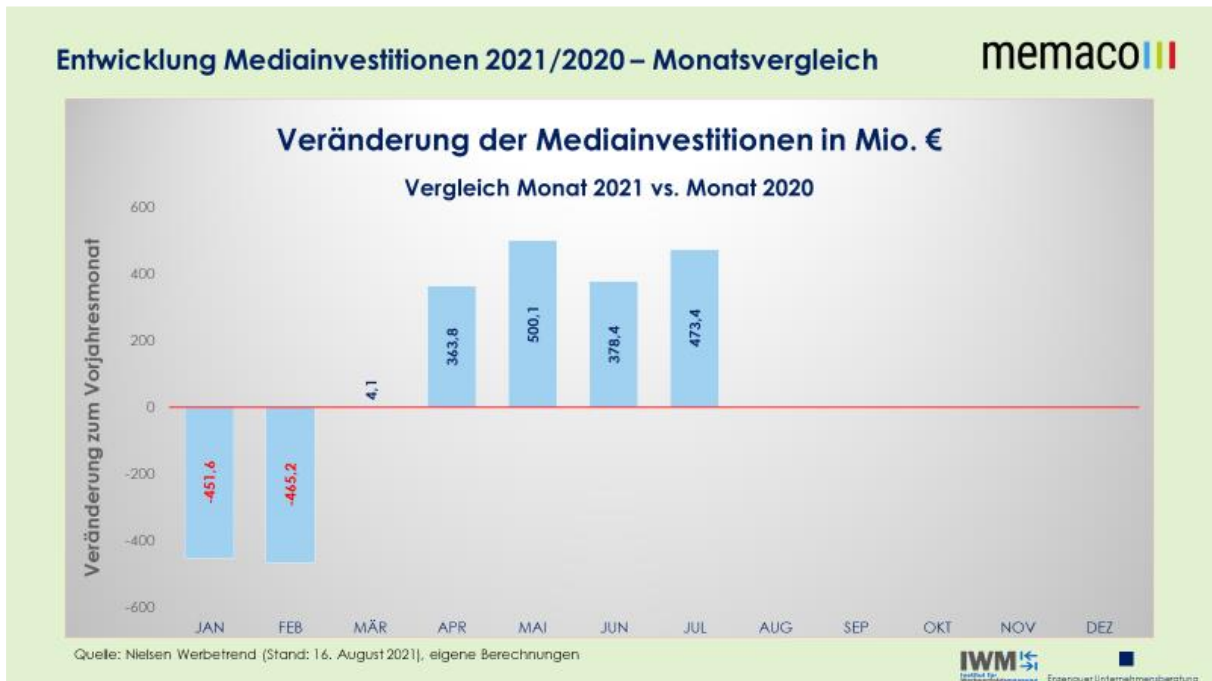
## Pandemie? Ist schon Vergangenheit.

**Im Kampf um Kunden und Umsätze spielt Werbung wieder eine wachsende Rolle. Der Konsum nimmt weitere Fahrt auf, die Maßnahmen werden wieder strategisch planbar. Die Unwägbarkeiten von Lockdowns und Home Office bzw. Home Schooling wandern in die Geschichtsbücher, tangieren aber scheinbar nicht mehr die Marketing- und Kommunikationsplanungen. Es wird wieder konstant in Werbung investiert!?**

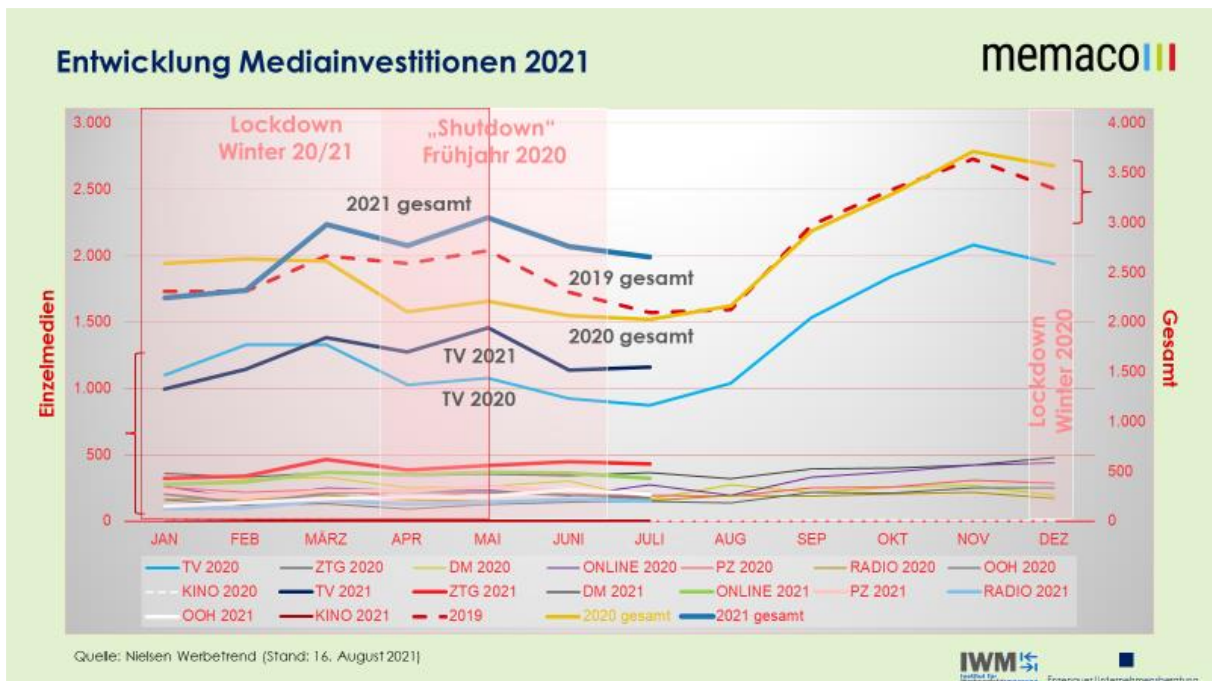
19. August 2021 – Die Medieninvestitionen wachsen weiterhin sehr dynamisch. Im Vergleich um Vorjahr weist Nielsen aktuell ein Plus von 4,7% YTD aus. Einen Monat zuvor waren es noch 2,9%. Der Werbedruck und die Medieninvestitionen laufen heiß. Der Konsum nimmt weitere Fahrt auf. Werbung spielt im Wettbewerb um die Gunst der Menschen und Ausgaben wieder eine ganz starke Rolle.



Die enorme Dynamik des Werbejahres kann man an der Betrachtung des Monats Juli sehen. Die Tatsache, dass gegenüber Vorjahr die Medieninvestitionen um 473,4 Mio. Euro zunahm ist zunächst unspektakulär. Doch, wenn man die prozentuale Zunahme betrachtet, so wird einem die Wucht vor Augen geführt: Sie beträgt +21,7%! So setzt sich im Sommer die positive Entwicklung, die wir seit April verzeichnen, fort und verliert bisher keineswegs an Schwung!

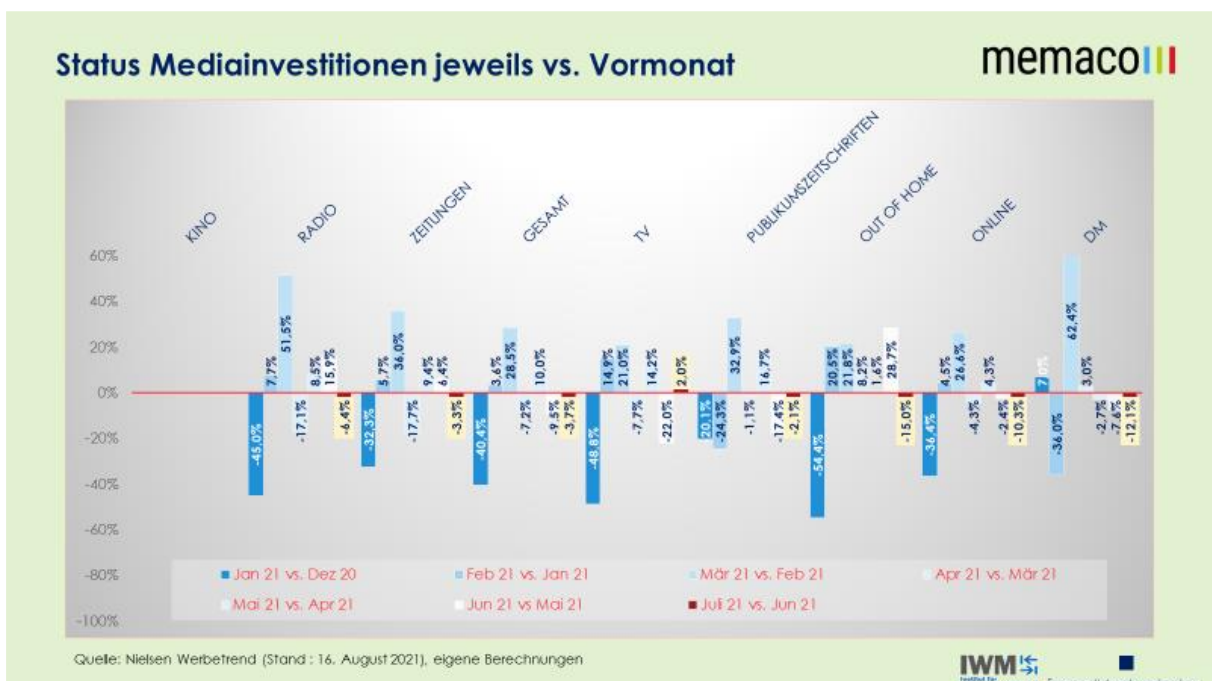
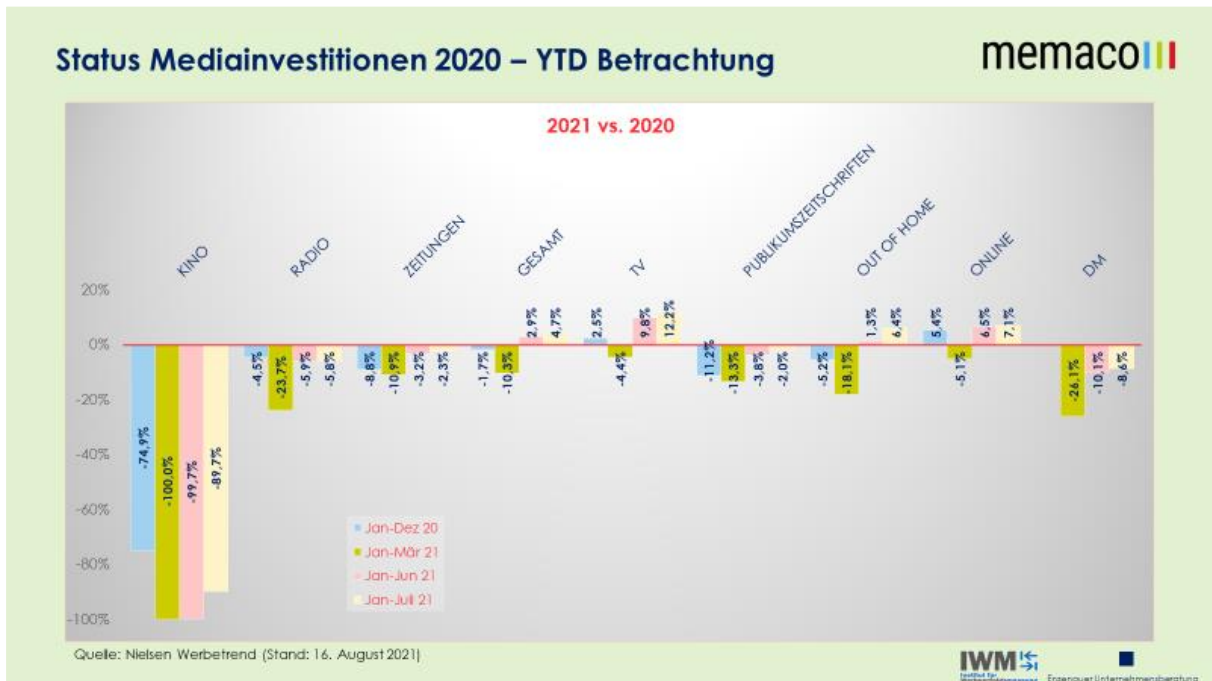


Treiber des Positivtrends ist vor allem TV, das entgegen dem Vorjahr im Juli nicht sein Jahrestief erreicht hat, sondern gegenüber dem Juni sogar noch zulegen konnte.



So kann TV in den ersten 7 Monaten dieses Jahres gegenüber Vorjahr auf einen Zuwachs von 12,2% zurückblicken und verweist die beiden anderen Gewinner dieses Jahres, nämlich Online (+7,1%) und Out-of-Home (+6,4%) auf die Plätze 2 und 3. Die restlichen Mediagattungen laufen noch immer dem schwachen Jahresstart hinterher und liegen durchweg in der Verlustzone gegenüber Vorjahr, wobei jedoch

auch diese Mediagattungen nach und nach die Defizite gegenüber Vorjahr verringern, sodass auch für sie der Trend nach oben zeigt.



In der kurzfristigen Betrachtung, im Vergleich zum Vormonat (Juli 21 vs. Juni 21), erkennt man die aktuellen taktischen Maßnahmen der Werbetreibenden und deren verantwortlicher Mediaplaner. Die Gesamtinvestitionen im Juli liegen naturgemäß unter den

Spendings des Juni, aber mit einem Minus von nur -3,7% weit über den Erwartungen aus den stereotypen Zyklen der Mediainvestitionen.

## Fazit

**Das Werbejahr 2021 bleibt ungewöhnlich! Wir erleben immer wieder untypische Entwicklungen, die so gar nicht dem tradierten Denken und den althergebrachten Zyklen entsprechen. Vielmehr zeigt sich offenbar, dass Werbung weit flexibler gehandhabt werden kann, als man es in der Vergangenheit annahm!**

**Die Marktteilnehmer müssen sich ihrerseits dieser neuen Flexibilität anpassen, so wie wir uns alle nach und nach an das Leben mit dem neuen Virus anpassen, da wir lernen mussten in vielen Bereichen flexibler zu sein.**

**Inzwischen kann man sicherlich behaupten, dass der Optimismus in vielen Bereichen zurückkehrt und sich dies deutlich in den Mediainvestitionen widerspiegelt. Denn: Man investiert nur, wenn man an die Zukunft glaubt!**

## Bleiben Sie optimistisch und dynamisch

Wir freuen uns, wenn wir Ihnen mit unseren Analysen und Gedanken Inspiration und Klarheit bei Mediaplanungs- und Mediaein-/verkaufsentscheidungen geben können. Auch in 2021 stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung, mit persönlicher Beratung, mit Pitchmanagement und Auditing. Und vielen anderen Leistungen. Vor allem aber: Mit Sachverstand!

Herzliche Grüße, Ihre Mediapartner

  
**Enzenauer Unternehmensberatung**  
Professional Media Consulting & Solutions

Michael Enzenauer  
Enzenauer Unternehmensberatung GmbH  
Opladener Straße 178  
42699 Solingen  
Tel 0212 23362963  
me@enzenauer-consulting.de  
www.enzenauer-consulting.de

**IWM**   
Institut für  
Werbeerfolgsmessung

Wolfgang Schuldlos  
IWM Institut für Werbeerfolgsmessung  
Kalmbachstraße 12  
82431 Kochel am See  
Tel 0170 3357753  
wolfgang.schuldlos@iwm-institut.de  
www.iwm-institut.de

**memaco**   
MediaMarketingCouncil

memaco (Media Marketing Council) ist ein Verein, zu dem sich mehrere professionelle Kommunikationsexperten zusammengeschlossen haben, und ihre Dienste und Leistungen gemeinsam anbieten. Im Mittelpunkt stehen dabei vor allem kleine und mittlere Unternehmen, sog. KMUs, und junge Unternehmen, die oft keine eigene Media- oder Kommunikationsabteilung unterhalten und keine Interessensvertretung am Markt besitzen. Sie partizipieren häufig nicht oder erst sehr spät von Marktvorteilen und innovativen Kommunikationslösungen. Dafür setzt sich memaco aktiv ein, und ist Partner von KMUs und jungen Unternehmen. Ein Netzwerk von Experten mit langjähriger Erfahrung in vielen Branchen und Disziplinen der Kommunikation, des Marketing und Vertriebs hilft dabei nachhaltig - egal, ob schnell und pragmatisch oder langfristig. Mehr unter [www.memaco.net](http://www.memaco.net). Oder Mail an [info@memaco.net](mailto:info@memaco.net).