

Verlässliche Daten für regionale Medienhäuser: Das neue "Regio-Werbebarometer" der delta Marktforschung prognostiziert Werbeinnahmen

Veröffentlicht am: 01.02.2021, 12:16

Pressemitteilung von: **Hedinger Communications GmbH // Kirsten Hedinger**

- Erste Studie für regionale Werbemärkte
- Jährliche Erhebung zur Investitionsbereitschaft von regionalen Werbekunden
- Verlässliche Aussagen zur Veränderung des Media-Mix
- Ergebnisse aus erster Befragungswelle: Mehrheit regionaler Werbekunden erwartet, 2021 wieder das Niveau der Werbeausgaben von 2019 zu erreichen
- Studie ist offen für weitere teilnehmende Medienhäuser

Köln, 28. Januar 2021. Die Delta Marktforschung launcht mit dem "Regio-Werbebarometer" das erste Tool zur Prognose von Entwicklungen der Werbeinvestitionen in regionalen Märkten. Teilnehmende Verlage und Vermarkter erhalten anhand repräsentativer Daten schnelle und verlässliche Aussagen zur Marktentwicklung und exakte Angaben zur Investitionsbereitschaft regional werbender Unternehmen. Das "Regio-Werbebarometer" weist auch Veränderungen im Marketing-Mix aus, vergleichende Analysen z. B. nach Branchen oder Umsatzklassen sind ebenfalls möglich. Das neue Analyse-Tool des Kölner Marktforschungsunternehmens wird künftig jährlich erhoben.

"Die Planbarkeit von Werbeeinnahmen ist seit Jahren eine anhaltend große Herausforderung, Corona hat diese Unsicherheit weiter verschärft", sagt Johanna Hettler, Geschäftsführerin Delta Marktforschung. "Mit dem "Werbebarometer" stellen wir regionalen Medienhäusern Erkenntnisse zur aktuellen Investitionsplanung in regionalen Märkten auf einer breiten Datenbasis zur Verfügung und ermöglichen den Austausch unter den teilnehmenden Verlagen. Damit wirken wir der wachsenden Verunsicherung mit verlässlichen Daten entgegen - machen somit für die Vermarkter den Faktencheck möglich, statt auf Bauchgefühl und Blindflug setzen zu müssen."

Die erste Befragungswelle ist im Herbst 2020 gestartet. Daran haben sich bereits mehrere Verlage und Vermarkter aus ganz Deutschland beteiligt: DuMont Regionalmedienverlag, WESER-KURIER, Heilbronner Stimme, Vermarkter der Südwestdeutsche Medienholding (SWMH) mit der Stuttgarter Zeitung, den Stuttgarter Nachrichten, der Verlagsgruppe Hof-Coburg-Suhl und dem Süddeutsche Zeitung Regionalmedienverlag. Die erste Erhebung des "Werbebarometers" unter über 1.000 Unternehmen mit Werbespendings hat die teilnehmenden Verlage bereits erfolgreich in der Budgetplanung für 2021 unterstützt. Die Datenbasis zeigt trotz Corona ein verhalten optimistisches Bild: Die Mehrheit der regionalen Werbekunden (60 Prozent) geht davon aus, im Jahr 2021 wieder auf das Niveau der Werbeausgaben von 2019 zu kommen.

FACTS & FIGURES

Die erste Befragungswelle des "Regio-Werbebarometer" im Spätsommer / Herbst 2020:

Im zweiten Halbjahr 2020 hat die delta Marktforschung für sechs Vermarkter regionale Werbekunden mit dem Instrument "Regio-Werbebarometer" zur Prognose ihrer Werbeinvestitionen im Jahr 2021 und zu ihrem aktuellen Marketingmix online befragt. Insgesamt wurden in der ersten Welle 1.013 Interviews durchgeführt. Die Interviews wurden von delta für jeden regionalen Markt repräsentativ nach Branchen gewichtet und gesondert analysiert.

Die Vorteile des "delta Werbebarometers":

Regional agierende Medienhäuser und Vermarkter erhalten konkrete Daten über Werbespendings im eigenen regionalen Markt im Vergleich zu einem Referenzjahr. Außerdem gewinnen sie verlässliche Aussagen über Veränderungen im Marketing-Mix bei den Werbekunden.

Auch ein Ergebnis-Vergleich mit anderen teilnehmenden Verlagen ist möglich, ebenso wie vertiefende Auswertungen auf Basis der Gesamtbefragung in allen Märkten.

Das sagen unsere Partner, die bereits in der ersten Erhebungswelle teilgenommen haben:

DuMont:

"Mit dem Regio-Werbebarometer konnten wir unsere internen Analysen durch aktuelle, fundierte Daten aus dem regionalen Markt ergänzen und haben damit eine deutlich höhere Planungssicherheit gewonnen. Darüber hinaus geben uns die Ergebnisse der Studie einen klaren Arbeits- und Entwicklungsauftrag für die kommenden Jahre."

Matthias Litzenburger, Geschäftsführer MVR Media Vermarktung Rheinland GmbH

Heilbronner Stimme:

"Der besondere Reiz beim Regio-Werbebarometer von delta Marktforschung liegt für uns darin, dass wir tracking- und benchmarkfähige Daten bekommen und gleichzeitig individuell wichtige Themen für unseren regionalen Werbemarkt in der Befragung ergänzen können."

Martin Kufner, Leiter Medienverkauf Medienunternehmen Heilbronner Stimme GmbH & Co. KG

SWMH:

"Wir haben uns mit dem Regio-Werbebarometer von delta Marktforschung gruppenweite Ergebnisse angeschaut und vier regionale Märkte differenziert. Auf dieser Basis konnten wir ableiten, welche Branchen wir jetzt mit welchen konkreten (Digital-Angeboten) verstärkt angehen."

Oliver Nothelfer, Geschäftsführer Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung GmbH

WESER-Kurier:

"Interessant war neben den Ergebnissen für unseren eigenen regionalen Markt die Vergleiche mit den anderen Medienhäusern und die vertiefenden Ergebnisse - gerade im Hinblick auf die Trends ins Digitale."

Tanja Bittner, Leiterin Vermarktung WESER-KURIER Mediengruppe Bremer Tageszeitungen AG

Pressekontakt:

Kirsten Hedinger

HEDINGER COMMUNICATIONS GMBH Paul-Dessau-Straße 3c, 22761 Hamburg Telefon: 040/42 10 11-12

E-Mail hedinger@hedinger-pr.de

Pressekontakt

Frau Kirsten Hedinger
Geschäftsführer

Hedinger Communications GmbH

Eschelsweg 4
22767 Hamburg, Deutschland

Telefon: 04042101113
E-Mail: info@hedinger-pr.de
Website:

Firmenportrait

Die PR-Agentur HEDINGER COMMUNICATIONS hat ihr Quartier im Herzen der Medienstadt Hamburg aufgeschlagen, um ihren Kunden in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit und bei Veranstaltungen zur Seite zu stehen. Angefangen bei der Analyse über die Strategie bis zur Umsetzung - alles ist möglich.

Selbstverständlich auch im Krisenfall. Die Kernkompetenzen liegen bei Medien- und Marken-PR, wovon Kunden aus allen Branchen profitieren können.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>