

# Werbebarometer

STUTTGARTER  
ZEITUNG  
WERBEVERMARKTUNG GMBH

## Ergebnisse der Werbekundenbefragung

November 2020

# Key Facts Werbebarometer 2020 Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung

- Für das Werbebarometer der Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung wurden 117 Kunden von Ende Oktober bis Anfang November online befragt.
- Fast 90% der Unternehmen sind von der Corona-Krise wirtschaftlich positiv oder negativ tangiert. Etwas mehr als die Hälfte bewertet ihre wirtschaftliche Lage im Herbst 2020 schlechter als vor der Krise. Ein knappes Drittel hat aber auch von der Krise profitiert. Auf einem Barometer von -5 bis +5 liegt die aktuelle Stimmungslage über alle befragten Unternehmen derzeit bei -0,59.
- Die Prognose der wirtschaftlichen Lage des eigenen Unternehmens im Jahr 2021 polarisiert die Werbekunden. Mit 40% und 38% erwartet jeweils ein ähnlich hoher Anteil der Kunden positive wie negative Entwicklungen im Vergleich zu 2020. Es herrscht allerdings hohe Unsicherheit: Fast drei Viertel der befragten Unternehmen sehen die Prognose der eigenen Geschäftsentwicklung als wenig sicher an.
- Für 2021 gehen 41% der Unternehmen von einer Kürzung des Budgets gegenüber 2019 aus (durchschnittlich um 53%). Allerdings beabsichtigen auch 12% der Unternehmen, das Budget 2021 im Vergleich zu 2019 auszuweiten. Im Schnitt liegen für die befragten Unternehmen die geschätzten Werbebudgets im Jahr 2021 bei 82% im Vergleich zu 2019.
- Bei 70% der Werbekunden führte die Krise zu einer Veränderung des Marketingeinsatzes und der Unternehmenskommunikation.

# Studiensteckbrief: Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung Werbebarometer

## Zentrale Inhalte:

- Einschätzung der aktuellen und zukünftigen Wirtschaftslage
- Sicherheit der Prognosen
- Veränderung der Unternehmenskommunikation in der Krise
- Voraussichtliche Veränderungen der Werbespendings

## Grundgesamtheit:

- Werbekunden der Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung

## Durchführung:

- Onlinebefragung von delta Marktforschung im Auftrag der Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung

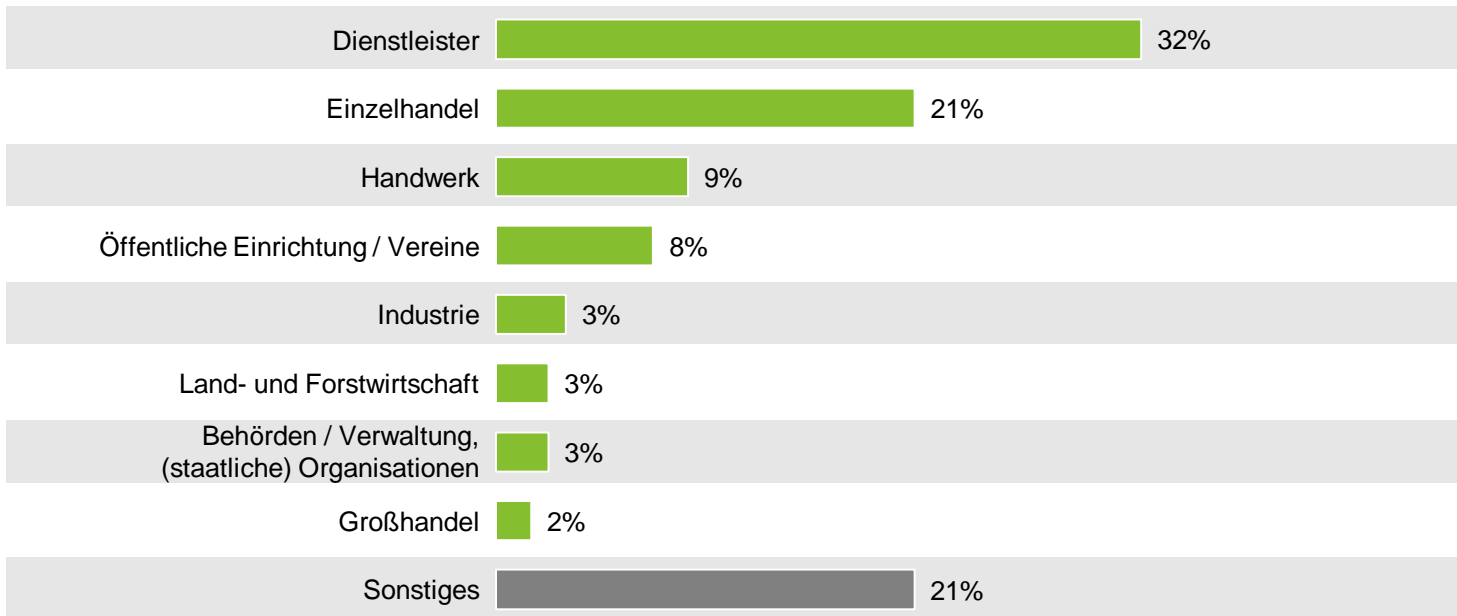
## Befragungszeitraum:

- 21. Oktober bis 8. November 2020

## Stichprobengröße

- n=117 insgesamt

## Stichprobe: Branchenverteilung



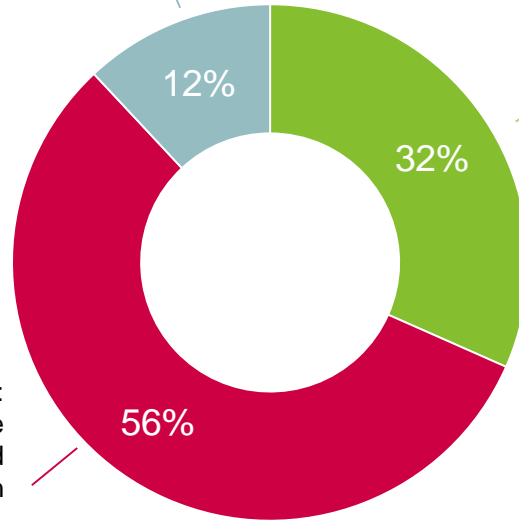
### KURZ GESAGT

- Der Großteil der befragten Werbekunden sind Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor und dem Einzelhandel.

Basis: Werbekunden gesamt n=117.

# Persönliche Sicht auf die Zukunft

Ich habe wirklich keine Ahnung,  
was passieren wird.



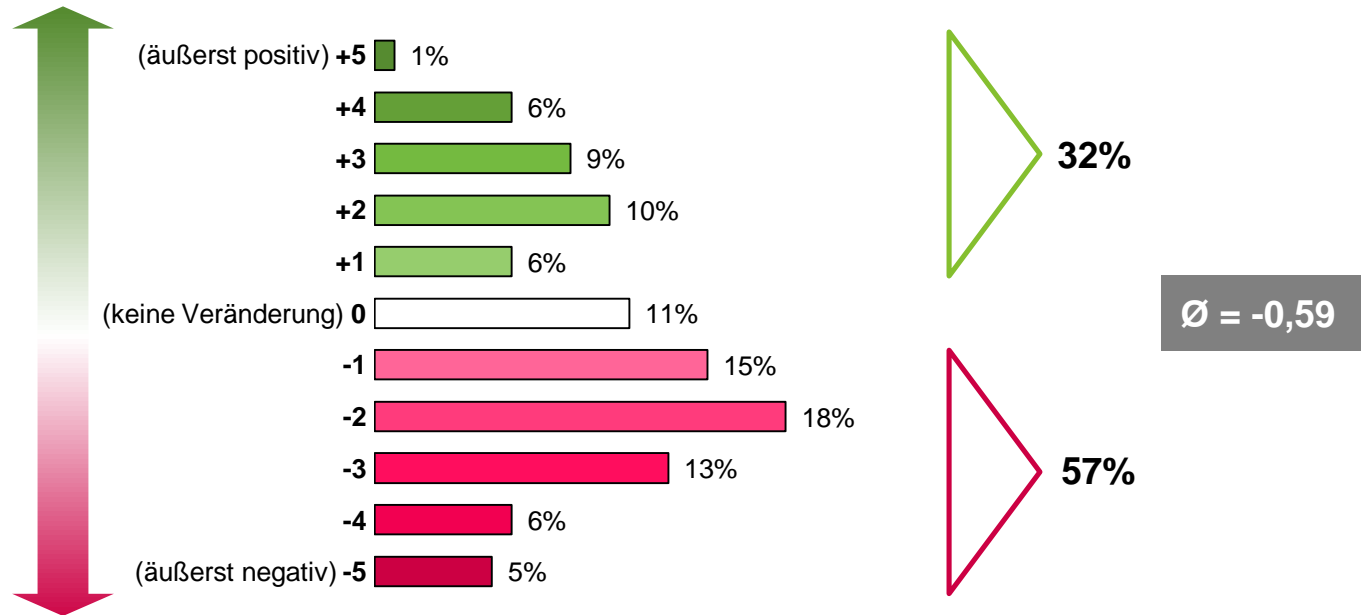
Ich denke eher positiv:  
Wir werden in Deutschland Covid 19 in  
den Griff bekommen und das  
gesellschaftliche Leben wird sich bald  
normalisieren.

Ich sehe das eher kritisch:  
Die Gesellschaft wird noch lange  
mit der Pandemie und  
entsprechenden Einschränkungen  
leben müssen.

## KURZ GESAGT

- Ein knappes Drittel der Werbekunden blickt positiv in die Zukunft und geht von einer schnelleren Normalisierung aus.
- Mehr als die Hälfte schaut jedoch mit Sorge in die Zukunft: Die Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen werden der persönlichen Einschätzung nach das Leben noch lange prägen.

# „Wirtschaftsbarometer“: Lage des Unternehmens im Vergleich vor Corona

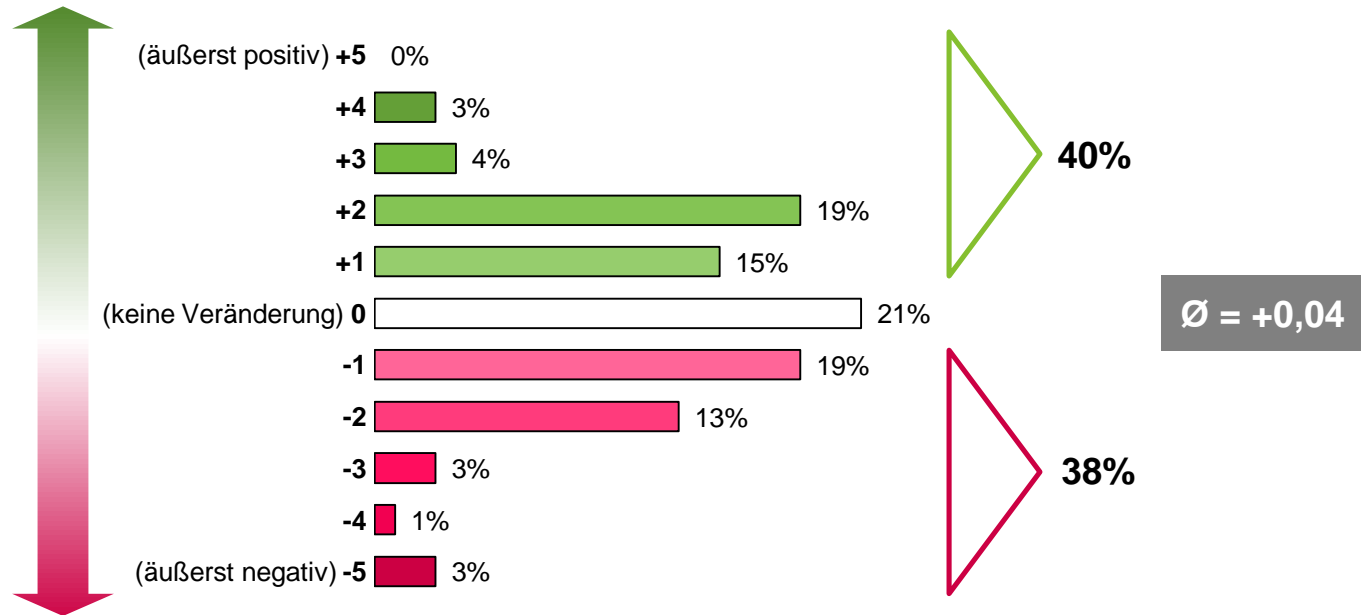


## KURZ GESAGT

- Fast 90% der Werbekunden sind positiv oder negativ von der Krise tangiert.
- Mehrheitlich wird die aktuelle Lage des eigenen Unternehmens / der eigenen Organisation negativer als zur Zeit vor der Krise betrachtet.
- Für ein knappes Drittel gilt allerdings, dass die Lage positiver als vor der Krise eingeschätzt wird.

Bitte geben Sie an, wie Sie persönlich die wirtschaftliche Lage Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation aktuell einschätzen – im Vergleich zur Zeit vor der Krise.  
Basis: Werbekunden gesamt n=116 (Weiß nicht / Keine Angabe n=1).

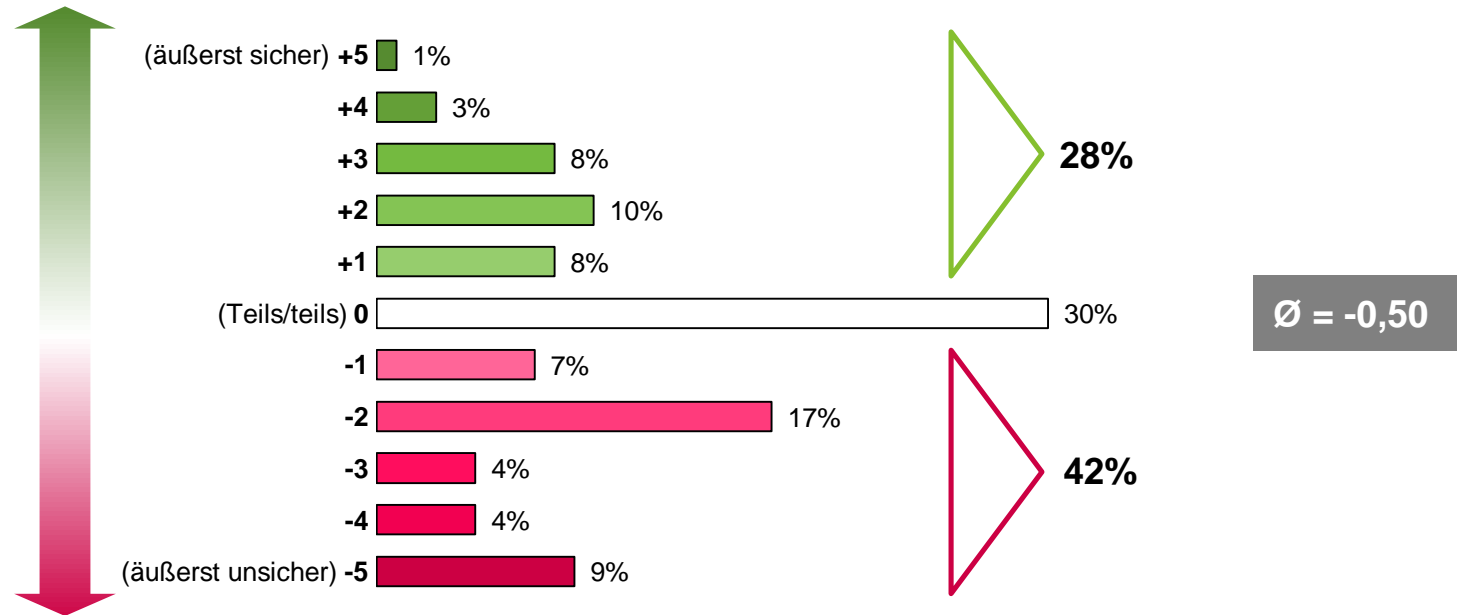
# „Wirtschaftsbarometer“: Lage des Unternehmens 2021 im Vergleich zu 2020



## KURZ GESAGT

- Etwa jeder Fünfte Werbekunde schätzt die Lage im nächsten Jahr unverändert ein. Die übrigen schätzen die Lage zu nahezu gleichen Teilen negativ wie positiv ein.

# Sicherheit von Prognosen zur wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens



## KURZ GESAGT

- Die befragten Unternehmen sehen aktuell Prognosen der eigenen Geschäftsentwicklung nur sehr bedingt als sicher an.

Es herrscht im Moment ja sehr viel Unsicherheit im Hinblick auf die wirtschaftliche Entwicklung. Für wie sicher oder unsicher halten Sie im Moment Prognosen hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens / Ihrer Organisation?  
Basis: Werbekunden n=115 (Weiß nicht / Keine Angabe n=2).



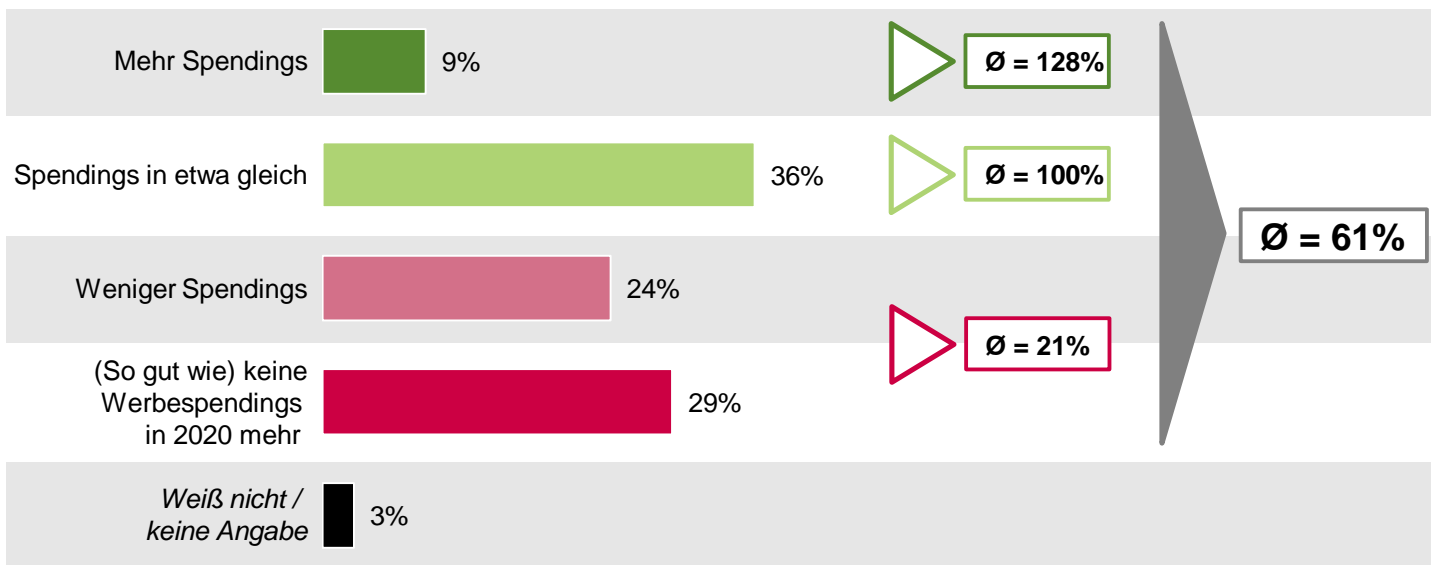
# Veränderung der Werbung / Unternehmenskommunikation durch die Krise



## KURZ GESAGT

- 70% der Werbekunden haben das Marketing auf die Krise hin angepasst, auch wenn sich die Änderung in Teilen auf Tonalität und Inhalte der Werbung beziehen. 42% der Werbekunden haben die Höhe des Budgets verändert.
- 28% haben bislang so gut wie keine Änderungen an den Marketing- und Werbemaßnahmen vorgenommen.

## „Werbebarometer“: Werbespendings im Restjahr 2020 zu 2019



### KURZ GESAGT

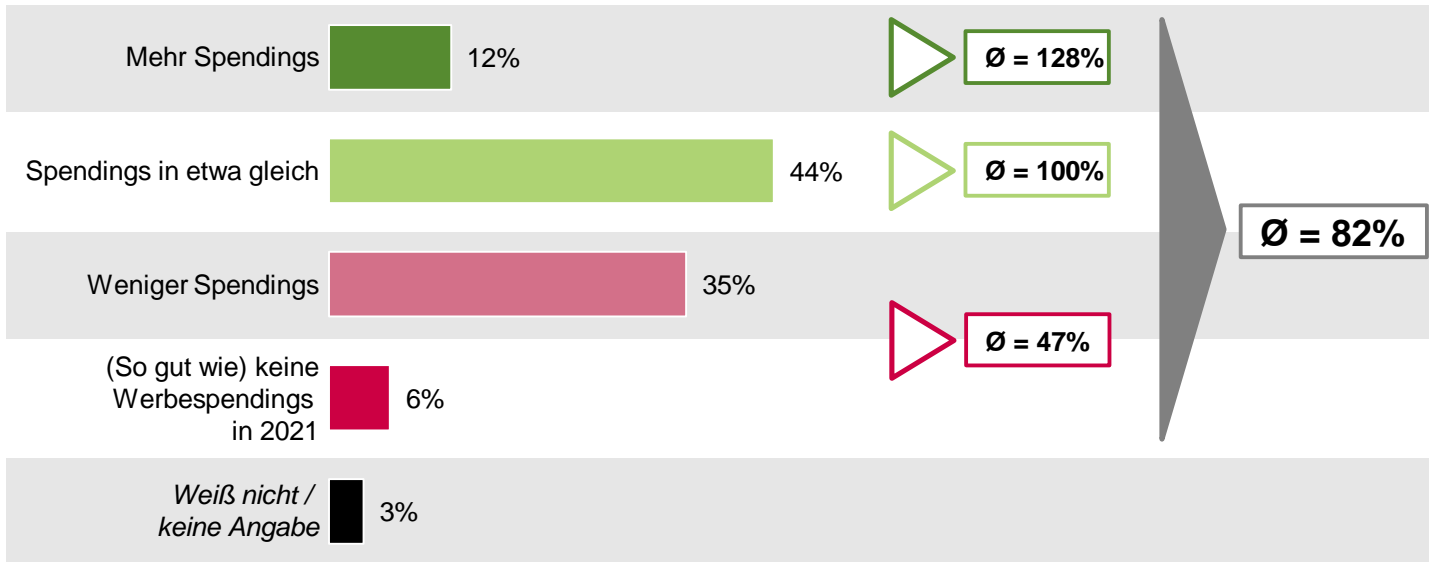


- Gut die Hälfte geht für das verbleibende Jahr von einer Verringerung der Werbespendings im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aus. Ein knappes Drittel der Kundenunternehmen plant für das verbleibende Jahr so gut wie keine Werbeausgaben mehr.
- 45% planen für das übrige Jahr dagegen ähnliche oder höhere Werbeausgaben.
- Im Schnitt geben Kundenunternehmen im verbleibenden Jahr 2020 voraussichtlich 61% des Budgets aus dem gleichen Zeitraum in 2019 aus.

Wie viel wird Ihr Unternehmen / Ihre Organisation in diesem Jahr noch in Werbung investieren – im Vergleich zu dem vergleichbaren Zeitraum im letzten Jahr?; Können Sie das noch etwas genauer beziffern? Wie viel Prozent vom Vorjahresbudget für den entsprechenden Zeitraum wird Ihr Werbebudget für den Rest dieses Jahres – ungefähr – betragen? Eine grobe Schätzung ist ausreichend.

Basis: Werbekunden gesamt n=117.

## „Werbebarometer“: Werbespendings 2021 zu 2019



### KURZ GESAGT

- Mehr als die Hälfte der Werbekunden plant für 2021 ähnliche oder höhere Werbeausgaben im Vergleich zu 2019.
- 35% sehen jedoch auch eine Verringerung der Gesamt-Werbeausgaben vor.
- Im Schnitt planen Kundenunternehmen damit Werbespendings für 2021 in einer Höhe von 82% des Budgets aus 2019.

Natürlich ist eine Prognose zum jetzigen Zeitpunkt schwierig. Aber was schätzen Sie: Wie hoch wird das Werbebudget Ihres Unternehmen / Ihrer Organisation im Jahr 2021 sein – im Vergleich zum Jahr 2019?; Können Sie auch dies noch etwas genauer beziffern? Wie viel Prozent wird Ihr Werbebudget im Jahr 2021 – ungefähr – im Vergleich zum Budget 2019 betragen? Eine grobe Schätzung ist ausreichend.  
Basis: Werbekunden gesamt n=117.

# IHRE ANSPRECHPARTNER

Johanna Hettler | Geschäftsführerin  
Fabian Wortmann | Senior Forschungsberater  
Maximilian Schmelzer | Forschungsberater

delta Marktforschung – Gesellschaft für Marktforschung, Analyse und Beratung mbH

Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln  
Tel.: (+49) 221 - 224 2730  
[www.deltamarktforschung.de](http://www.deltamarktforschung.de)