

Branchen | Südafrika | Druck-, Verlagserzeugnisse

Werbung

In Südafrika wird der Trend zur Verlagerung von Werbeausgaben ins Netz anhalten. Die Erholung bei den Werbeausgaben bleibt moderat.

Von Fausi Najjar | Johannesburg

Mit einer tendenziell zu optimistischen Prognose rechnet das Marktforschungsinstitut World Advertising Research Council mit einer Steigerung der Werbeausgaben in Südafrika von 9,7 Prozent für 2021 und 7,3 Prozent für 2022. Im Jahr 2020 war mit Werbeausgaben in Höhe von 41 Milliarden Rand (rund 2,2 Milliarden Euro) ein Rückgang von 7 Prozent zu verzeichnen. Werbetreibende Unternehmen sind vor allem die großen Supermarktketten und Hersteller von Konsumgütern des täglichen Bedarfs. Mit den Unruhen und Plünderungen Anfang Juli 2021 werden sich diese 2021 und 2022 mit Werbeausgaben eher zurückhalten.

Laut einem weiteren Forschungsinstitut, GSM Quadrant Consultancy, werden 2022 global rund 60 Prozent der Werbeausgaben auf den Onlinebereich entfallen. Im Jahr 2019 waren es noch 50 Prozent. Auch für Südafrika wird der skizzierte Trend Geltung haben. Mit der anhaltenden Bedeutung von Werbewerksendungen und angesichts verhältnismäßig hoher Internetkosten ist allerdings mit einem geringeren Wachstum zu rechnen.

Netzwerbung generiert noch wenig Einnahmen in Südafrika

Wie weit südafrikanische Medienhäuser von der wachsenden Onlinewerbung profitieren werden, ist zudem fraglich. Bislang sind es die Internetgiganten Alphabet (Google und YouTube), Facebook und Twitter, die den Online-Werbe- markt beherrschen. Nachrichtenplattformen in Südafrika haben zunehmend für bestimmte Inhalte eine Bezahlschranke eingeführt. Weiterhin spielen Radio und Fernsehen als Massenmedien eine wichtige Rolle. Hier ist eine stabile Marktentwicklung für die Werbewirtschaft zu erwarten.

Laut einer Studie des Marktforschungsunternehmens Nielsen aus dem Jahr 2019 liegt in Südafrika die Kapitalrendite für Werbung im Netz für jeden investierten Rand bei 2,3. Für die Kinowerbung seien es 1,6 und für Print 1,35. Durch eine Kombination verschiedener Medien seien spürbare Steigerungen möglich.

Dieser Beitrag gehört zu:

[Kaum Erholung bei Druckunternehmen und Verlagen](#)

Mehr zu:

Südafrika
Druck-, Verlagserzeugnisse
Branchen

Kontakt

Edith Mosebach

Wirtschaftsexpertin

 +49 228 24 993 288

 [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.