

BRUTTO- WERBEMARKT

ENTWICKLUNG DER WERBEINVESTITIONEN

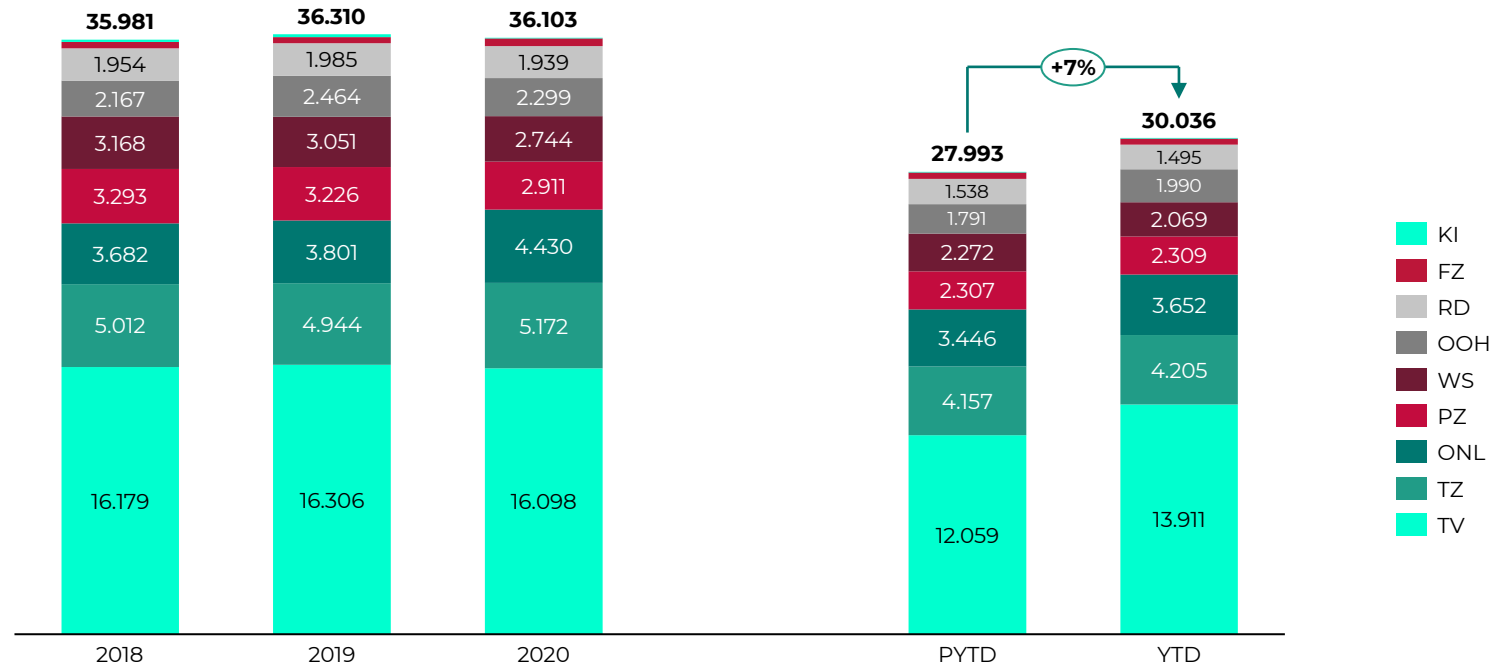
BRUTTO-WERBEINVESTITIONEN SIND TROTZ PANDEMIE IN DER TENDENZ STABIL, TV IST DAS STÄRKSTE MEDIUM

OVERALL NUR LEICHTE EINBUßEN IM CORONA-JAHR 2020, YTD WIEDER DEUTLICHE ZUGEWINNE;
TV, ONLINE, OOH UND SEIT KURZEM AUCH TZ UND PZ YTD IM PLUS, ALLE ANDEREN MEDIEN NOCH IM MINUS

Nielsen Brutto

Entwicklung Mediengruppen nach Jahren

Angaben in Mio. €



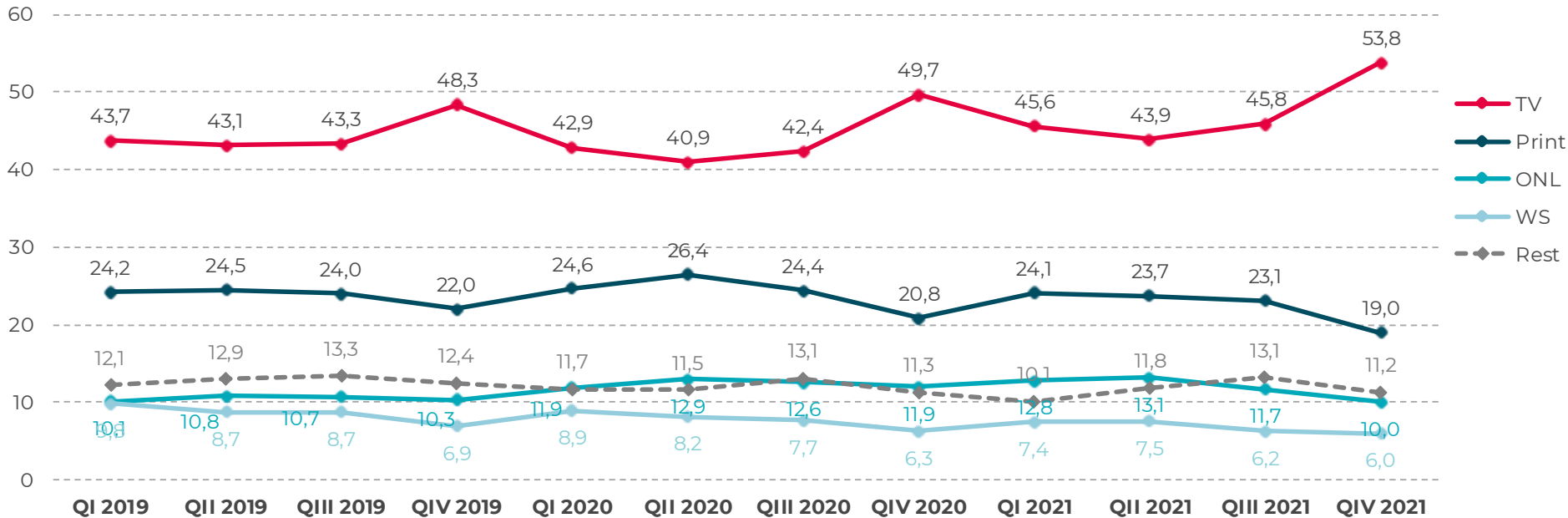
DIE CORONA-PANDEMIE SORGTE FÜR EINE VERSCHIEBUNG DER MARKTANTEILE ZWISCHEN DEN MEDIEN

TV VERLOR Q1-Q3 2020 ÜBERDURCHSCHNITTLLICH, KONNTE SICH AB Q4 2020 ABER AUCH BESONDERS STARK ERHOLEN

Nielsen Brutto

Entwicklung Media-Shares nach Quartalen*

Angaben in %



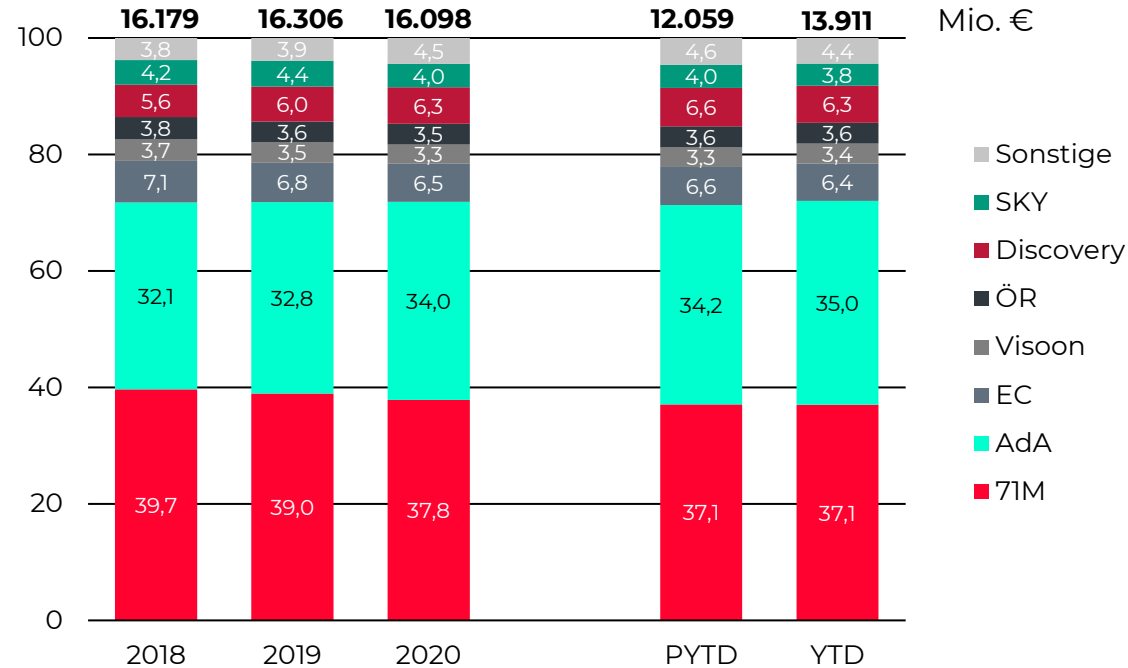
TV-WERBEMARKT: DER GRÖSSTE ANTEIL DER BRUTTO-WERBEINVESTITIONEN GEHT AN DIE SEVEN.ONE MEDIA

DER DEUTSCHE TV-MARKT IST STARK FRAGMENTIERT

Nielsen Brutto

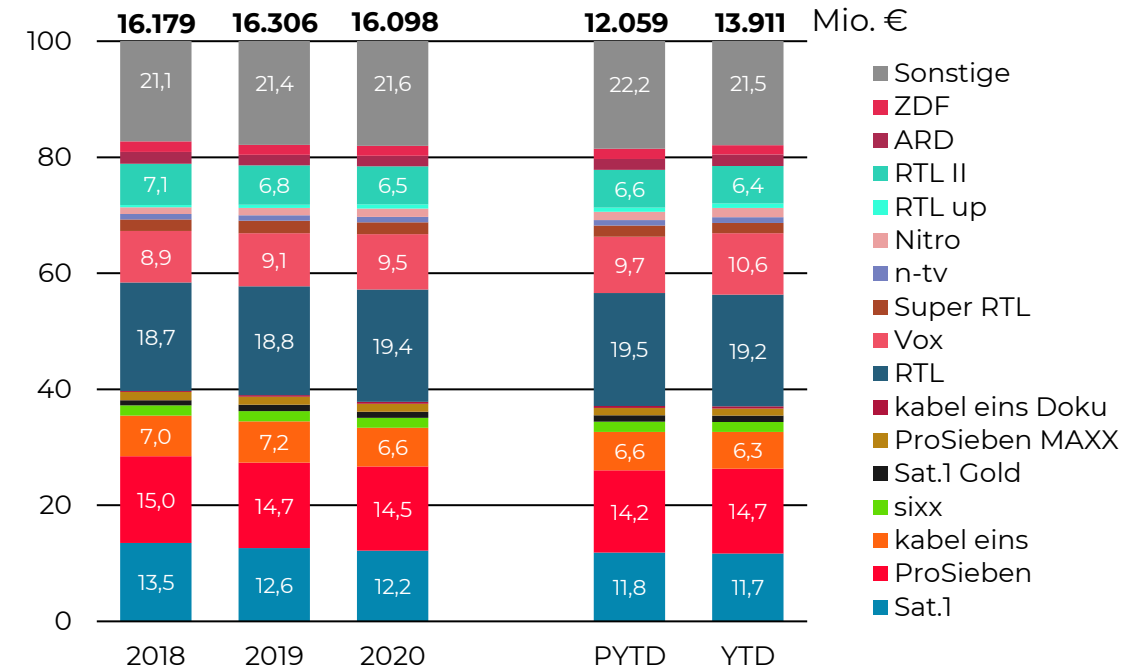
Entwicklung TV-Vermarktershares

Angaben in %



Entwicklung TV-Sendershares

Angaben in %



KÖRPERPFLEGE, ERNÄHRUNG, HANDEL UND TELEKOMMUNIKATION ERHÖHEN YTD IHRE TV-WERBEINVESTITIONEN AM STÄRKSTEN

Nielsen Brutto

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 TV-Wirtschaftsbereiche, YTD Jan-Okt 2021 vs. PYTD

sortiert nach TV YTD
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m ↓	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
Total	30.036	2.043	7,3	13.911	1.851	15,4	3.652	206	6,0
Körperpflege	2.248	571	34,1	1.885	481	34,3	124	48	62,3
Ernährung	2.113	362	20,7	1.687	280	19,9	119	14	13,7
Dienstleistungen	3.188	-20	-0,6	1.631	-26	-1,6	447	-37	-7,6
Handel	3.936	298	8,2	1.018	223	28,0	310	71	29,9
Gesundheit + Pharmazie	1.833	193	11,7	929	108	13,2	77	7	10,3
Telekommunikation	1.109	292	35,7	713	220	44,8	131	12	10,3
Finanzen	1.251	2	0,1	694	8	1,1	249	15	6,3
Kraftfahrzeug-Markt	1.484	-198	-11,8	660	35	5,5	291	-52	-15,1
Haus-/Gartenausstattung	1.393	81	6,2	645	136	26,8	58	-4	-6,0
Getränke	996	195	24,4	637	171	36,7	92	17	22,9

DER GROSSTEIL DER TOP WERBETREIBENDEN KOMMT AUS DEN BEREICHEN FMCG & HANDEL; ALLE TOP WERBETREIBENDEN ERHÖHEN IHRE TV-INVESTITIONEN YTD

Nielsen Brutto

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 Werbetreibenden, YTD Jan-Okt 2021 vs. PYTD

sortiert nach Gesamt YTD
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
Total	30.036	2.041	7,3	13.911	1.851	15,4	3.652	206	6,0
Procter+Gamble, Schwalbach	1.422	429	43,3	1.335	374	39,0	67	45	203,4
Ferrero Dt., FFM	556	199	55,8	486	158	48,0	16	6	69,5
Lidl Dienstleistung, Neckarsulm	390	49	14,5	90	5	6,1	26	5	22,5
Amazon.de, MUC	375	154	69,3	235	99	72,8	65	34	111,6
L'Oréal Hup, DDF	276	53	23,9	250	50	24,7	7	0	0,4
Rewe, Köln	267	6	2,3	55	12	27,6	14	0	-1,0
Edeka Zentrale, HH	247	10	4,4	60	6	11,6	2	-3	-57,0
Telekom Dt., Bonn	243	79	48,5	117	49	72,7	46	10	26,4
Penny-Markt, Köln	197	45	29,4	71	29	67,1	5	2	70,8
Telefonica Germany, MUC	186	70	60,1	117	60	104,1	36	-2	-6,4

