

WERBETREND APRIL 2019



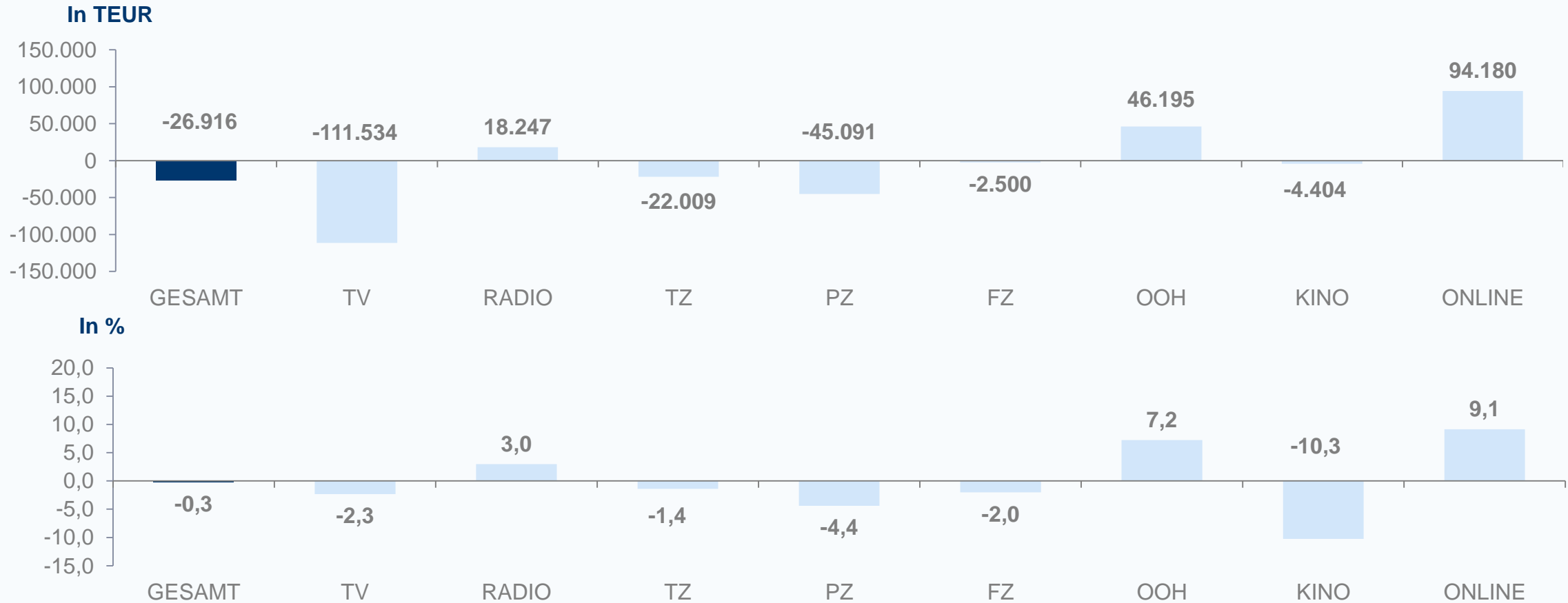
Werbetrend April 2019

Key Facts

- Der **Werbemarkt Gesamt** stagniert im Zeitraum Januar- April 2019 mit einer Veränderung um -0,3% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum. Der Einzelmonat April zeigt dabei einen Zuwachs von 2,0%.
- **TV** weist im Zeitraum Januar- April eine Veränderung von -2,3% im Vergleich zum Vorjahr auf. ARD DAS ERSTE verändert sich hierbei um -8,8%, das ZDF weist eine Veränderung um -1,2% auf. Im Einzelmonat April verliert TV Gesamt 1,3% im Vergleich zum Vorjahr.
- **Radio** wächst im Zeitraum Januar- April 2019 im Vergleich zum Vorjahr um 3,0%. Der Umsatz von ARD/AS&S-Radio weist hierbei im Vergleich zum Vorjahr eine Veränderung von -4,6% (RMS +5,3%) auf. Im Einzelmonat April zeigt Radio eine Veränderung von +7,2%.
- **Online** wächst im Zeitraum Januar- April 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit einer Umsatzveränderung von 9,1%.
- Die **Printmedien** weisen im Zeitraum Januar- April 2019 im Vergleich zum Vorjahr eine Veränderung von -2,5% auf.
- **OOH** gewinnt im entsprechenden Zeitraum mit einer Veränderung von 7,2%.

Werbetrend April 2019

Veränderung zum VJ; Januar - April 2019

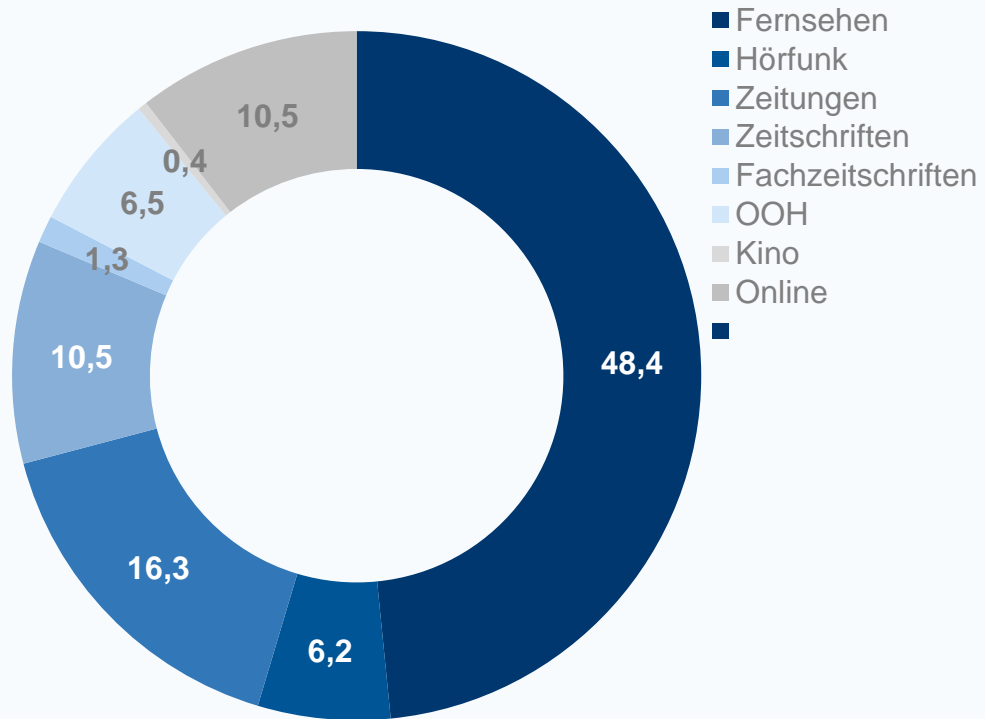


Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

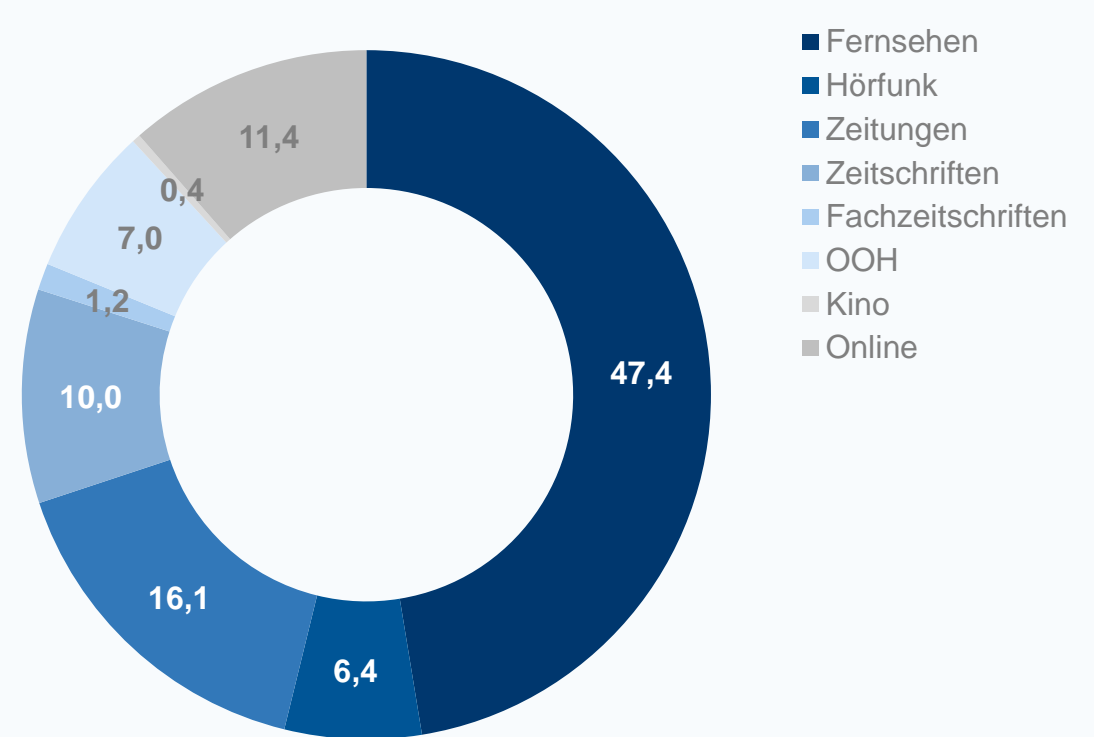
Anteil d. Medien am Gesamtmarkt in %; Januar - April 2019

In %



9,845 Mrd. = 100%
Januar - April 2018

In %



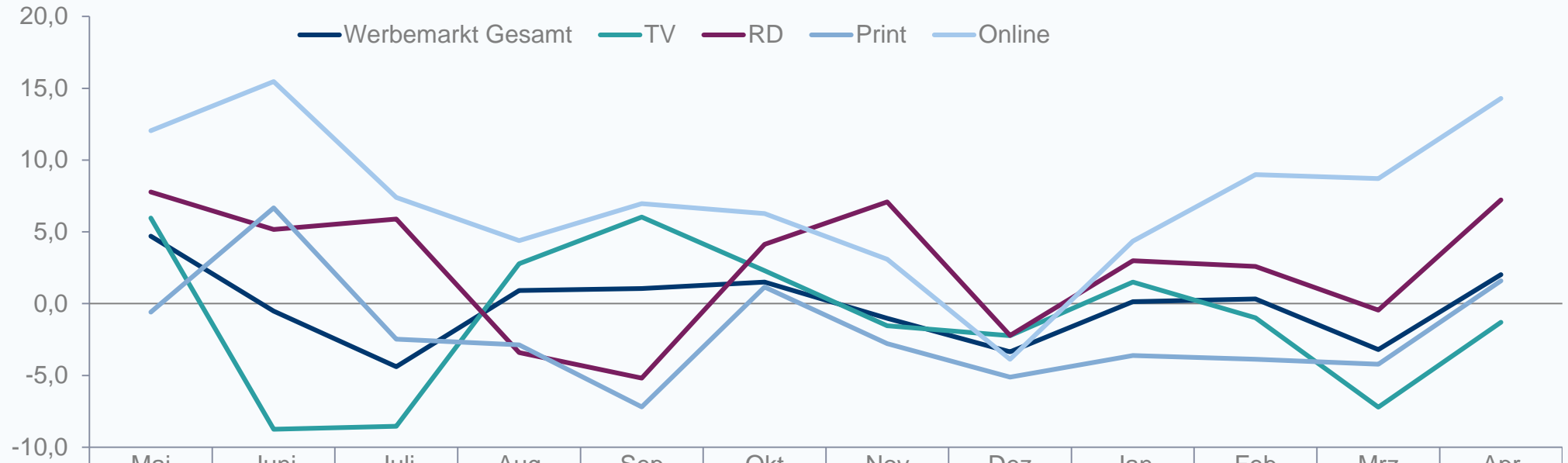
9,819 Mrd. = 100%
Januar - April 2019

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Entwicklung der Werbeumsätze in %; Mai 2018 - April 2019

Wachstumsrate
in %



	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mrz	Apr
— Werbemarkt Gesamt	4,7	-0,5	-4,4	0,9	1,1	1,5	-1,0	-3,4	0,1	0,3	-3,2	2,0
— TV	6,0	-8,8	-8,5	2,8	6,0	2,3	-1,5	-2,2	1,5	-1,0	-7,2	-1,3
— RD	7,8	5,2	5,9	-3,4	-5,2	4,1	7,1	-2,2	3,0	2,6	-0,4	7,2
— Print	-0,6	6,7	-2,5	-2,9	-7,2	1,2	-2,8	-5,1	-3,6	-3,9	-4,2	1,6
— Online	12,1	15,5	7,4	4,4	7,0	6,3	3,1	-3,9	4,4	9,0	8,7	14,3

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Übersicht Above-the-line Medien; Januar - April 2019

	2018	2019	+/- TEUR	+/- %	Anteil 2018	Anteil 2019
Gesamtmarkt	9.845.476	9.818.560	-26.916	-0,3 %	100,0 %	100,0 %
Print	2.756.333	2.686.733	-69.600	-2,5 %	28,0 %	27,4 %
ZEITUNGEN	1.600.821	1.578.812	-22.009	-1,4 %	16,3 %	16,1 %
PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN	1.030.324	985.233	-45.091	-4,4 %	10,5 %	10,0 %
FACHZEITSCHRIFTEN	125.188	122.688	-2.500	-2,0 %	1,3 %	1,2 %
OUT OF HOME	637.616	683.811	46.195	7,2 %	6,5 %	7,0 %
FERNSEHEN	4.767.316	4.655.782	-111.534	-2,3 %	48,4 %	47,4 %
RADIO	611.271	629.518	18.247	3,0 %	6,2 %	6,4 %
ONLINE	1.030.034	1.124.214	94.180	9,1 %	10,5 %	11,4 %
KINO	42.906	38.502	-4.404	-10,3 %	0,4 %	0,4 %

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Übersicht Above-the-line Medien; Januar - April 2019

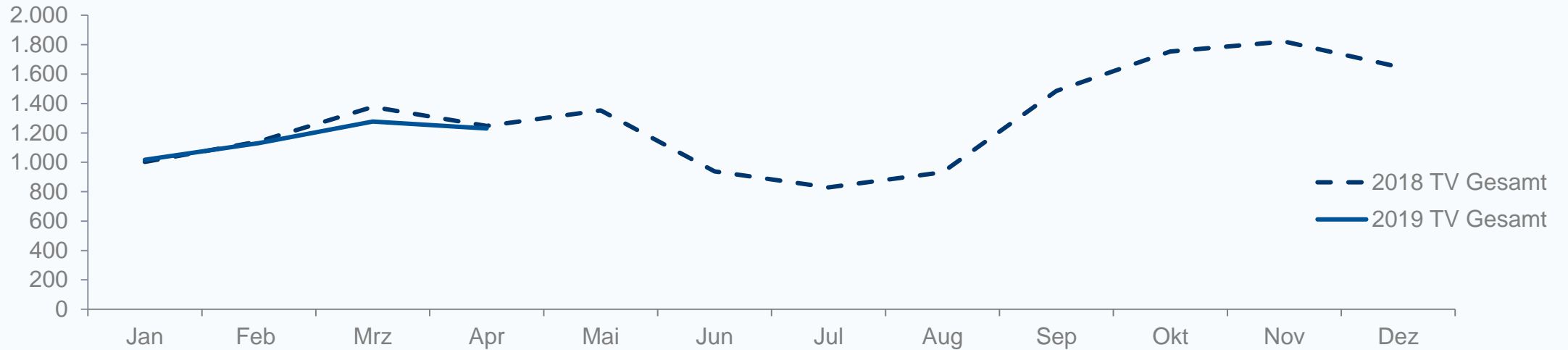
		2018	2019	+/- %	Anteil 2018	Anteil 2019
OOH	Gesamt	637.616	683.811	7,2	100,0	100,0
OOH	PLAKAT	432.242	441.288	2,1	67,8	64,5
OOH	TRANSPORT MEDIA	125.255	182.537	45,7	19,6	26,7
OOH	AT-RETAIL-MEDIA	68.237	48.576	-28,8	10,7	7,1
OOH	AMBIENT MEDIA	11.882	11.410	-4,0	1,9	1,7
Online	Gesamt	1.030.034	1.124.214	9,1	100,0	100,0
Online	DESKTOP	751.058	771.042	2,7	72,9	68,6
Online	MOBILE	278.976	353.172	26,6	27,1	31,4

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Entwicklung TV in Mio. €; inkl. Sponsoring

In Mio. €



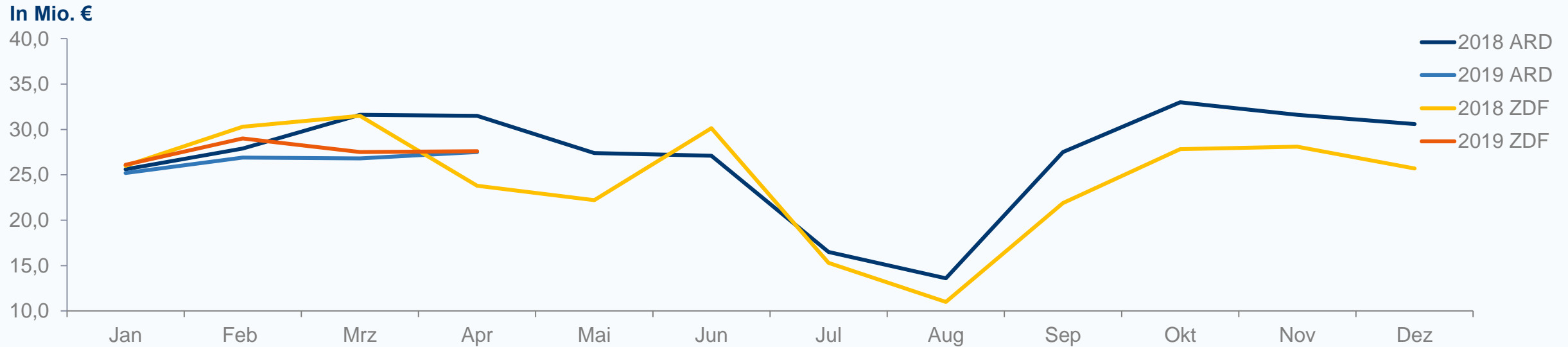
Veränderung in %

TV-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
TV Gesamt	2017	8,0	0,2	1,3	1,4	-5,3	7,5	1,6	-3,7	-4,2	4,0	4,7	2,4	2,4
TV Gesamt	2018	4,4	3,5	-1,8	-3,8	6,0	-8,8	-8,5	2,8	6,0	2,3	-1,5	-2,2	0,0
TV Gesamt	2019	1,5	-1,0	-7,2	-1,3									-2,3

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Entwicklung TV in Mio. €; ARD-TV vs. ZDF; inkl. Sponsoring

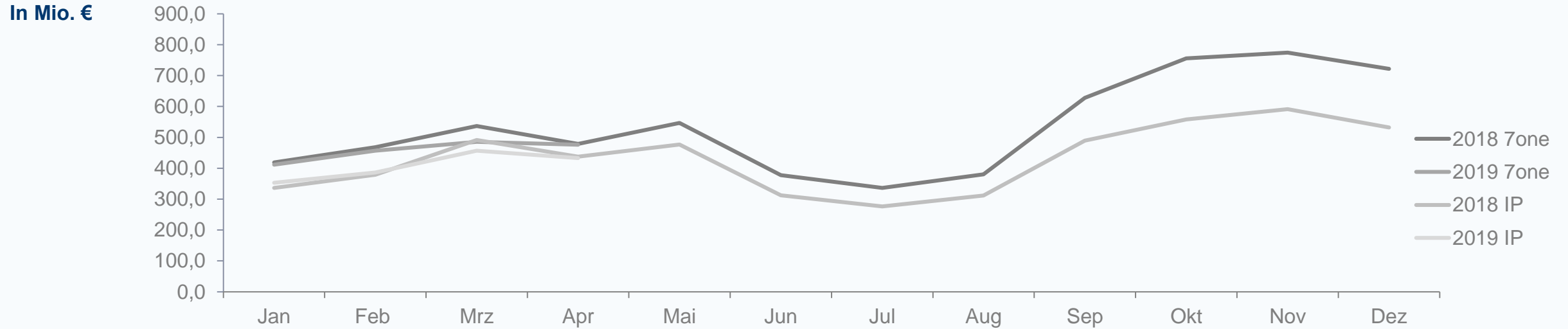


Veränderung in %														
TV-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
ARD	2018	2,9	5,2	1,5	4,9	-2,7	65,8	12,0	-5,0	-14,4	-7,6	-17,5	5,4	0,8
ARD	2019	-1,5	-3,7	-15,2	-12,8									-8,8
ZDF	2018	1,4	10,5	12,7	1,9	15,8	99,0	12,0	-10,1	0,6	7,1	-6,5	5,4	10,1
ZDF	2019	0,5	-4,2	-12,6	16,0									-1,2

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Entwicklung TV in Mio. €; 7one vs. IP; inkl. Sponsoring



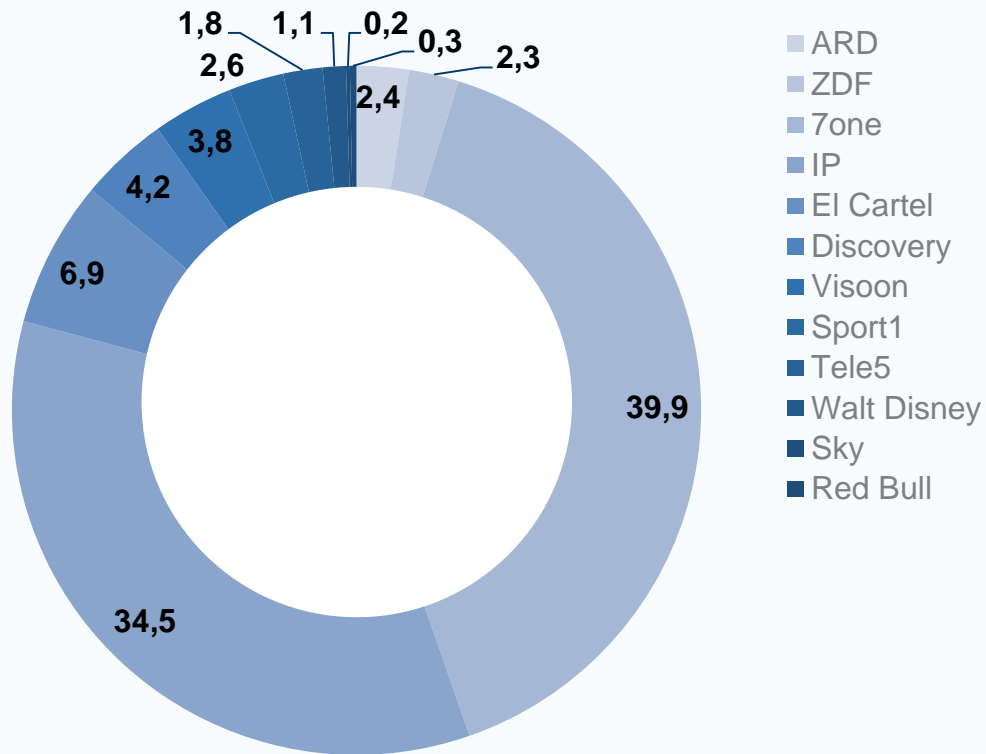
Veränderung in %														
TV-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
7one	2018	6,1	1,9	-5,2	-4,9	6,9	-14,7	-10,1	2,9	10,9	6,1	-1,8	0,3	0,2
7one	2019	-1,7	-2,4	-9,5	-0,5									-3,8
IP	2018	3,9	3,4	-0,6	-5,3	6,1	-9,9	-9,6	4,5	3,4	-2,7	-2,5	-5,4	-1,3
IP	2019	4,8	1,9	-7,1	-1,0									-1,0

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

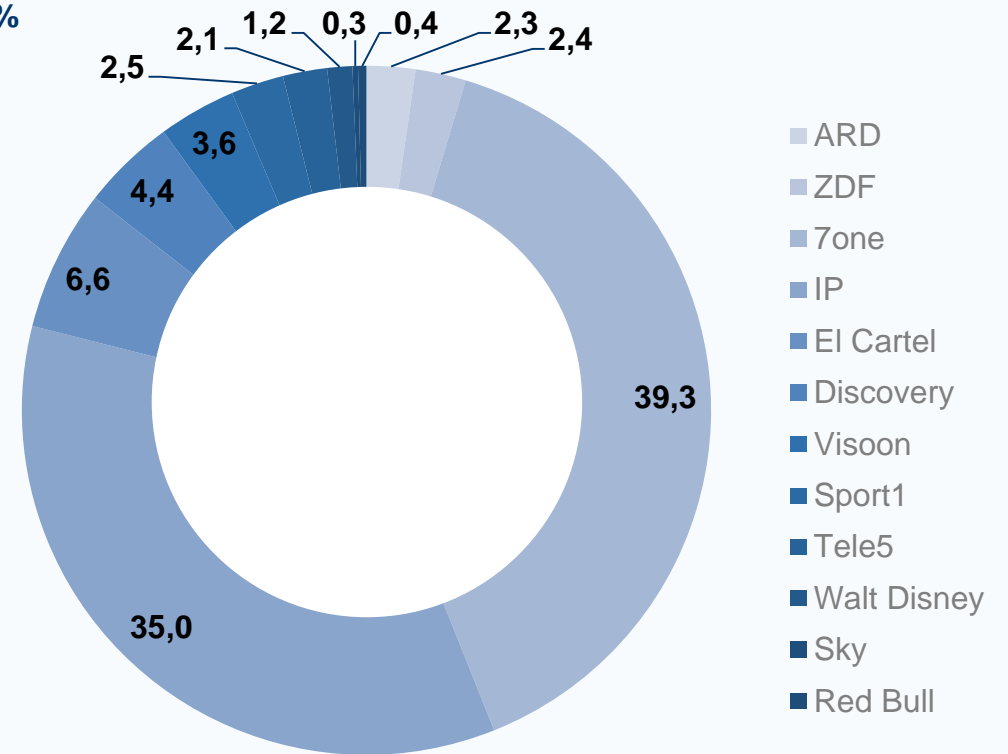
Anteil der Werbeumsätze im TV in %; Januar - April 2019

In %



4,767 Mrd. = 100%
Januar - April 2018

In %



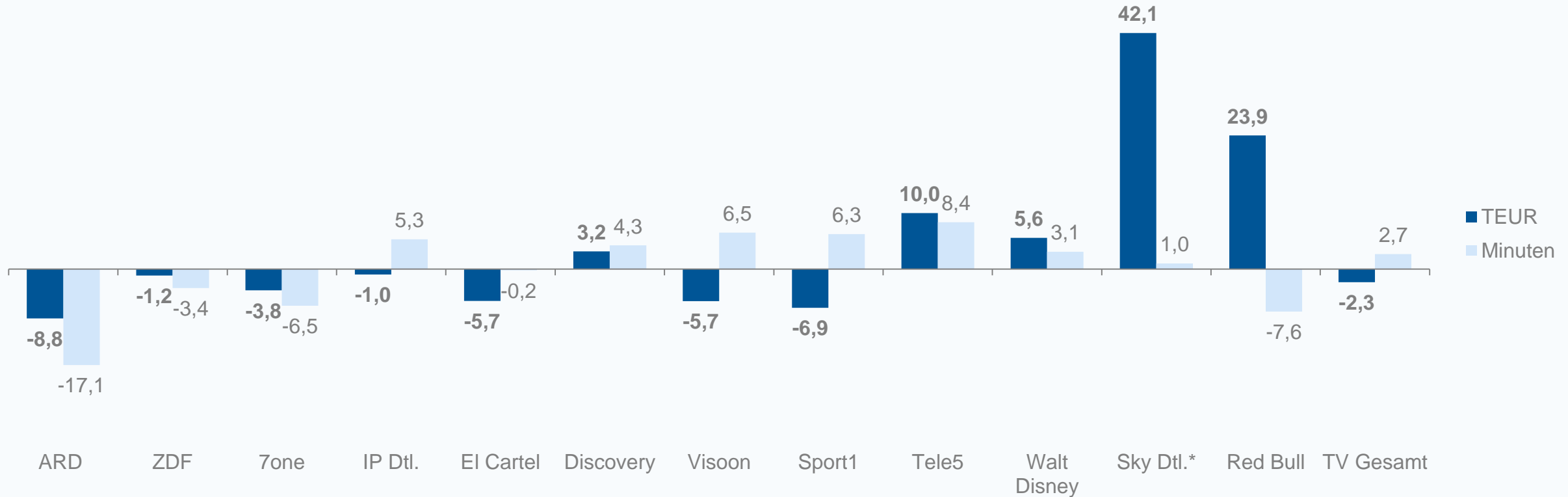
4,656 Mrd. = 100%
Januar - April 2019

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Veränderung der TV Vermarkter z. VJ in %; Januar - April 2019

In %

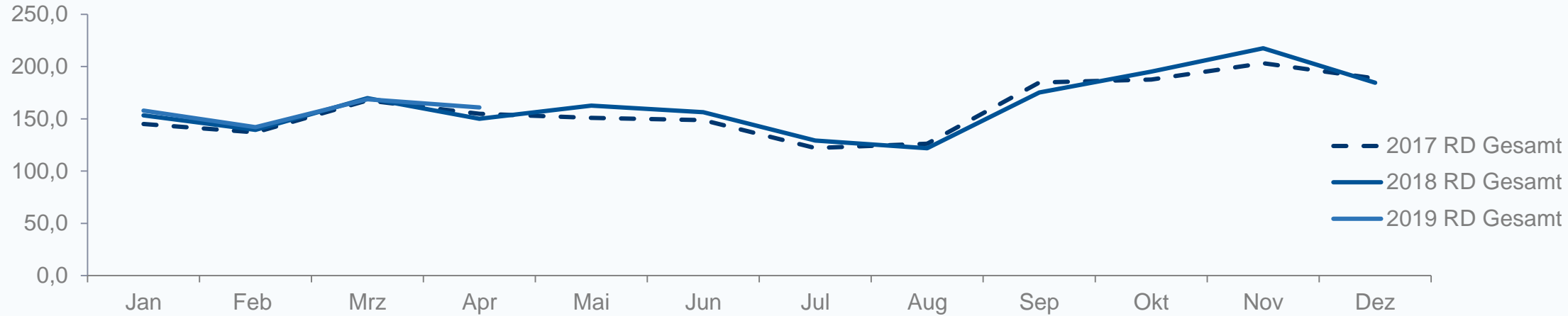


Quelle: Nielsen; *nur Sky News HD

Werbetrend April 2019

Entwicklung RD in Mio. €

In Mio. €



Veränderung in %

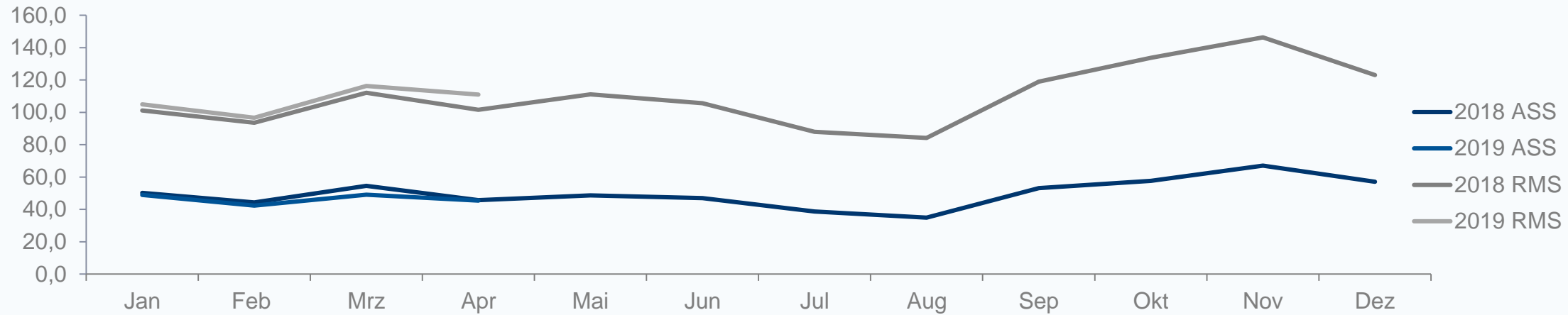
RD-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
RD Gesamt	2017	9,6	2,4	6,4	4,2	0,5	5,9	-3,5	9,5	0,5	12,0	8,5	0,3	4,7
RD Gesamt	2018	5,7	1,1	1,1	-3,1	7,8	5,2	5,9	-3,4	-5,2	4,1	7,1	-2,2	2,0
RD Gesamt	2019	3,0	2,6	-0,4	7,2									3,0

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Entwicklung Radio in Mio. €; ARD/ASS Radio vs. RMS

In Mio. €



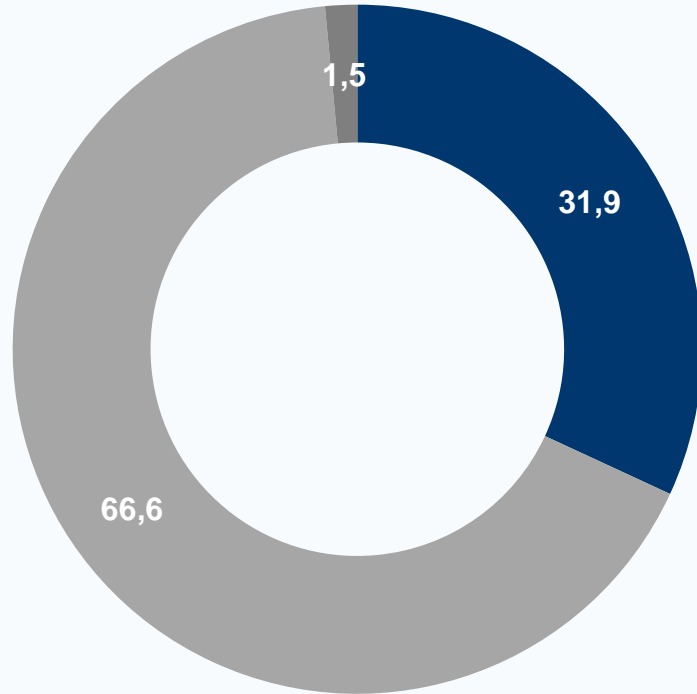
Veränderung in %														
RD-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
ARD/ASS Gesamt	2018	4,2	0,6	1,9	-10,2	1,5	-1,3	-0,9	-5,9	-4,3	-1,3	1,6	-6,2	-1,7
ARD/ASS Gesamt	2019	-2,5	-4,4	-10,0	-0,6									-4,6
RMS	2018	6,0	1,7	0,2	0,0	10,6	6,8	8,3	-3,5	-6,1	5,6	8,9	-1,1	3,0
RMS	2019	3,8	4,4	3,8	9,4									5,3

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Anteil der Werbeumsätze im RD in %; Januar – April 2019

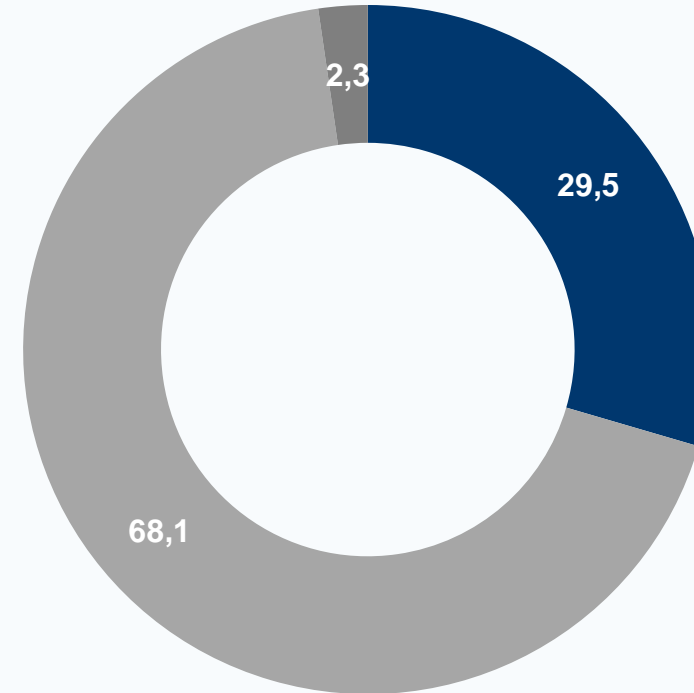
In %



611,27 Mio. = 100%
Januar - April 2018

In %

■ ARD/ ASS Gesamt
■ RMS
■ EURO KLASSIK



629,52 Mio. = 100%
Januar - April 2019

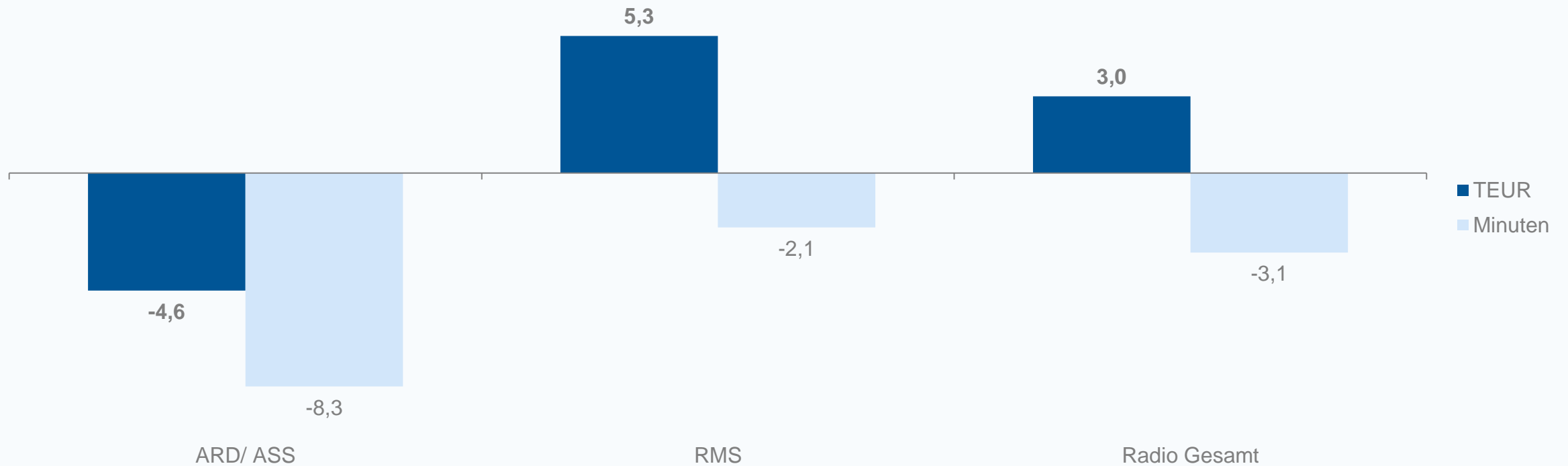
■ ARD/ ASS Gesamt
■ RMS
■ EURO KLASSIK

Quelle: Nielsen

Werbetrend April 2019

Veränderung der RD Vermarkter z. VJ in %; Januar - April 2019

In %



Quelle: Nielsen