



# Werbetrend Dezember 2018

## Key Facts

Der **Werbemarkt Gesamt** stagniert im Zeitraum Januar- Dezember 2018 mit einer Veränderung um 0,0% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum. Der Einzelmonat Dezember weist eine Veränderung um -3,4% auf.

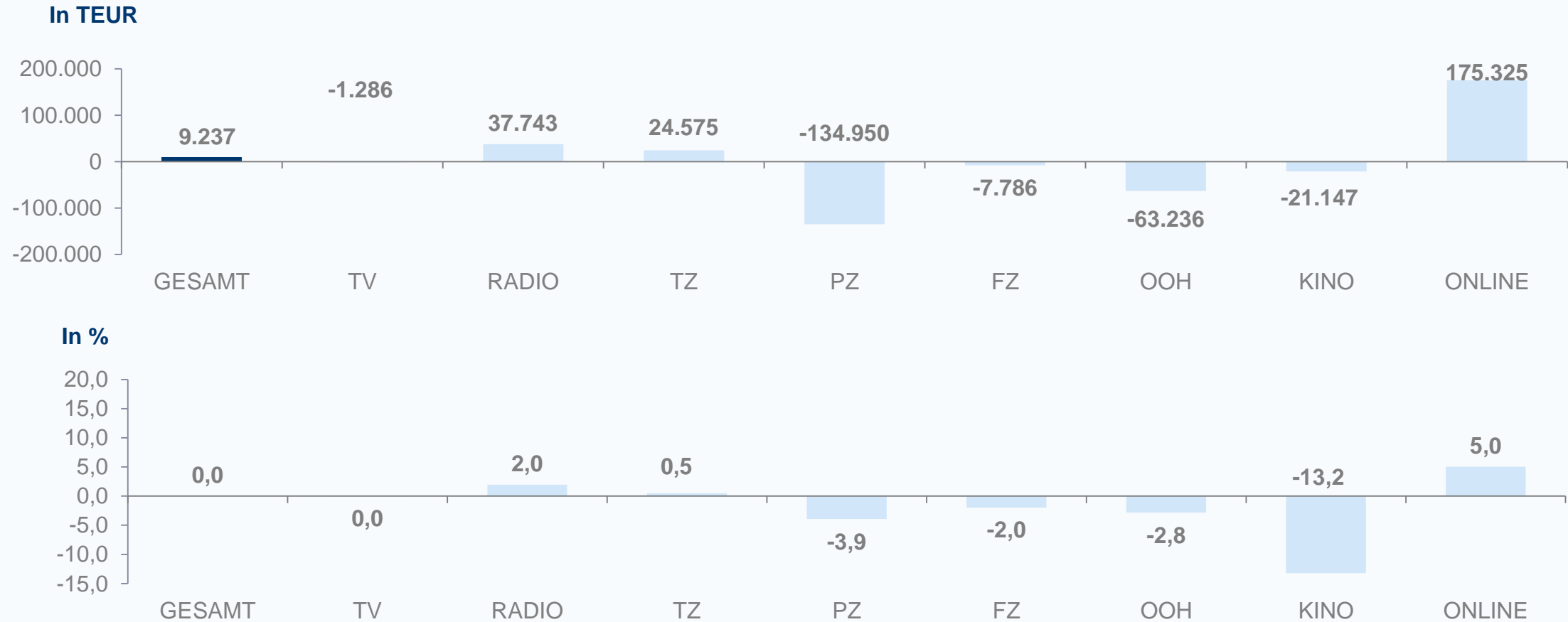
**TV** stagniert im Zeitraum Januar- Dezember 2018 analog zum Gesamtmarkt mit einer Veränderung von 0,0% im Vergleich zum Vorjahr auf. ARD DAS ERSTE wächst hierbei um 0,8%, das ZDF weist eine Veränderung um +10,1% auf. Im Dezember verändert sich TV Gesamt um -2,2%.

**Radio** verändert sich im Zeitraum Januar- Dezember 2018 im Vergleich zum Vorjahr um +2,0%. Der Umsatz von ARD/AS&S-Radio weist hierbei im Vergleich zum Vorjahr eine Veränderung von -1,7% (RMS +3,0%) auf. Im Einzelmonat Dezember entwickelt sich Radio mit einer Veränderung um -2,2%.

**Online** wächst im Zeitraum Januar- Dezember 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit einer Umsatzveränderung von 5,0%.

# Werbetrend Dezember 2018

Veränderung zum VJ; Januar- Dezember 2018

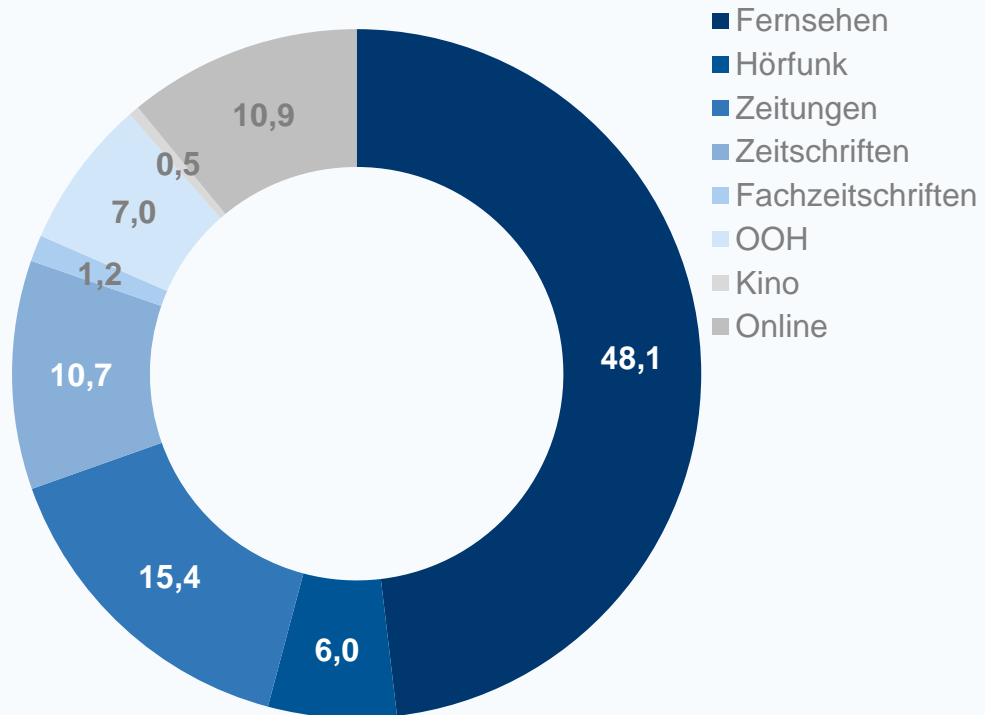


Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

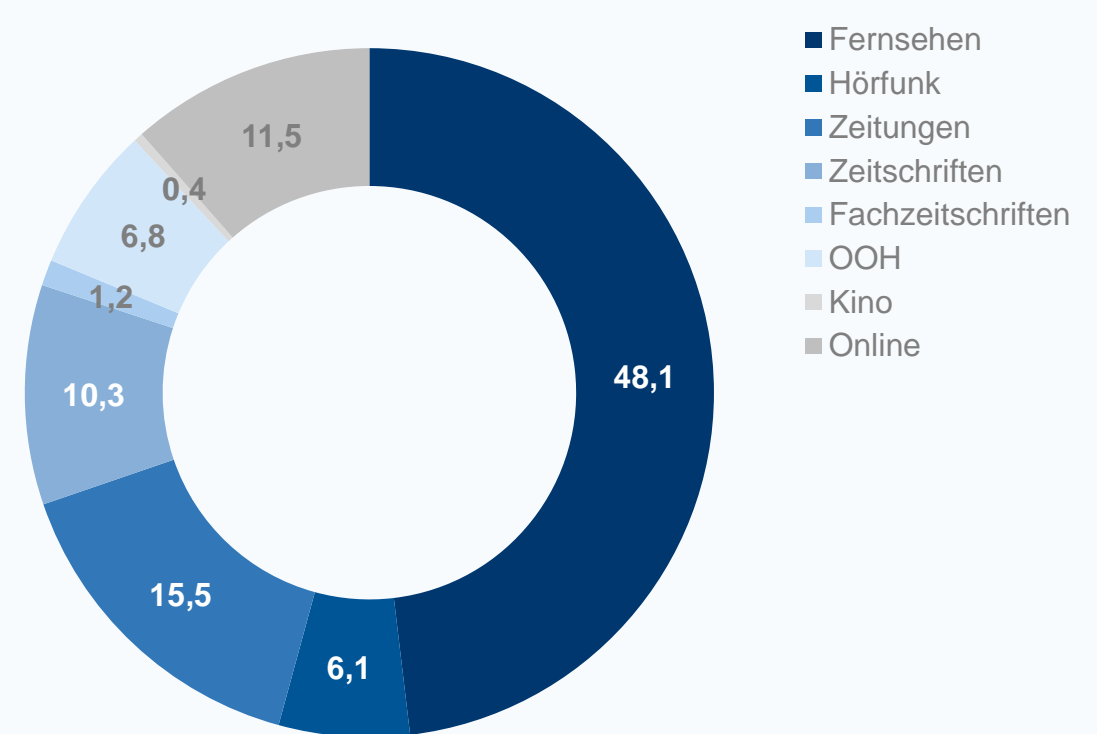
Anteil d. Medien am Gesamtmarkt in %; Januar- Dezember 2018

In %



31,85 Mrd. = 100%  
Januar- Dezember 2017

In %



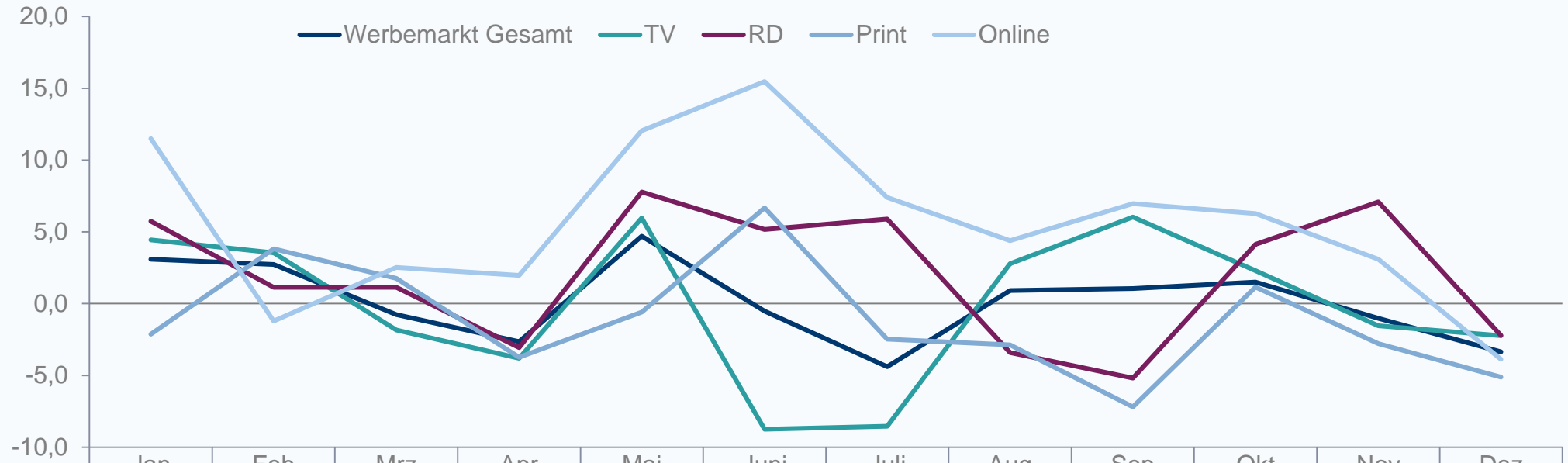
31,86 Mrd. = 100%  
Januar- Dezember 2018

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

Entwicklung der Werbeumsätze in %; Dezember 2017- November 2018

Wachstumsrate  
in %



	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Werbemarkt Gesamt	3,1	2,7	-0,8	-2,6	4,7	-0,5	-4,4	0,9	1,1	1,5	-1,0	-3,4
TV	4,4	3,5	-1,8	-3,8	6,0	-8,8	-8,5	2,8	6,0	2,3	-1,5	-2,2
RD	5,7	1,1	1,1	-3,1	7,8	5,2	5,9	-3,4	-5,2	4,1	7,1	-2,2
Print	-2,1	3,8	1,8	-3,7	-0,6	6,7	-2,5	-2,9	-7,2	1,2	-2,8	-5,1
Online	11,5	-1,2	2,5	2,0	12,1	15,5	7,4	4,4	7,0	6,3	3,1	-3,9

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

## Übersicht Above-the-line Medien; Januar- Dezember 2018

	2017	2018	+/- TEUR	+/- %	Anteil 2017	Anteil 2018
<b>Gesamtmarkt</b>	31.853.206	31.862.443	9.237	0,0 %	100,0 %	100,0 %
Print	8.730.005	8.611.844	-118.161	-1,4 %	27,4 %	27,0 %
ZEITUNGEN	4.915.355	4.939.930	24.575	0,5 %	15,4 %	15,5 %
PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN	3.420.408	3.285.457	-134.950	-3,9 %	10,7 %	10,3 %
FACHZEITSCHRIFTEN	394.243	386.457	-7.786	-2,0 %	1,2 %	1,2 %
OUT OF HOME	2.230.423	2.167.187	-63.236	-2,8 %	7,0 %	6,8 %
FERNSEHEN	15.330.967	15.329.681	-1.286	0,0 %	48,1 %	48,1 %
RADIO	1.916.052	1.953.794	37.743	2,0 %	6,0 %	6,1 %
ONLINE	3.485.860	3.661.184	175.325	5,0 %	10,9 %	11,5 %
KINO	159.900	138.753	-21.147	-13,2 %	0,5 %	0,4 %

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

## Übersicht Above-the-line Medien; Januar- Dezember 2018

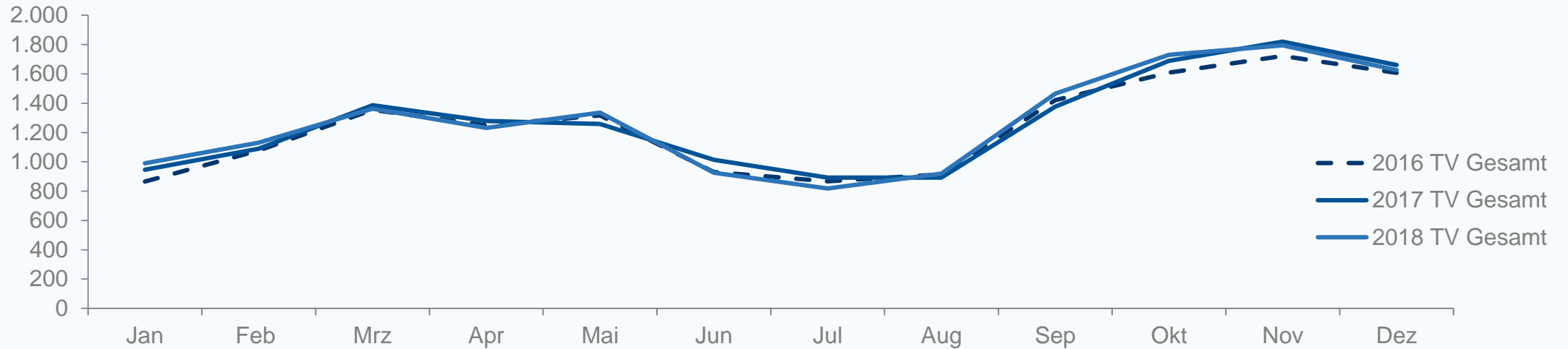
		2017	2018	+/- %	Anteil 2017	Anteil 2018
<b>OOH</b>	<b>Gesamt</b>	<b>2.230.423</b>	<b>2.167.187</b>	<b>-2,8</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
OOH	PLAKAT	1.517.881	1.513.995	-0,3	68,1	69,9
OOH	TRANSPORT MEDIA	464.330	420.693	-9,4	20,8	19,4
OOH	AT-RETAIL-MEDIA	195.072	192.879	-1,1	8,7	8,9
OOH	AMBIENT MEDIA	53.141	39.620	-25,4	2,4	1,8
<b>Online</b>	<b>Gesamt</b>	<b>3.469.058</b>	<b>3.642.728</b>	<b>5,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Online	DESKTOP	2.842.216	2.646.656	-6,9	81,9	72,7
Online	MOBILE	626.843	996.072	58,9	18,1	27,3

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

Entwicklung TV in Mio. €; inkl. Sponsoring

In Mio. €



## Veränderung in %

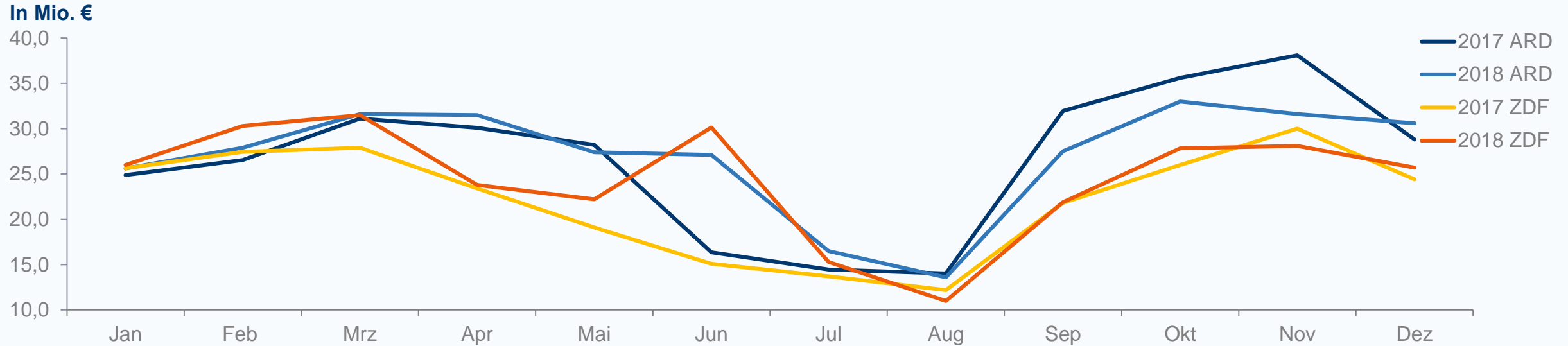
TV-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
TV Gesamt	2016	7,2	11,9	8,3	11,9	10,7	-1,7	5,2	4,2	6,9	0,5	5,8	10,9	6,8
TV Gesamt	2017	8,0	0,2	1,3	1,4	-5,3	7,5	1,6	-3,7	-4,2	4,0	4,7	2,4	2,4
TV Gesamt	2018	4,4	3,5	-1,8	-3,8	6,0	-8,8	-8,5	2,8	6,0	2,3	-1,5	-2,2	0,0

Quelle: Nielsen



# Werbetrend Dezember 2018

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



## Veränderung in %

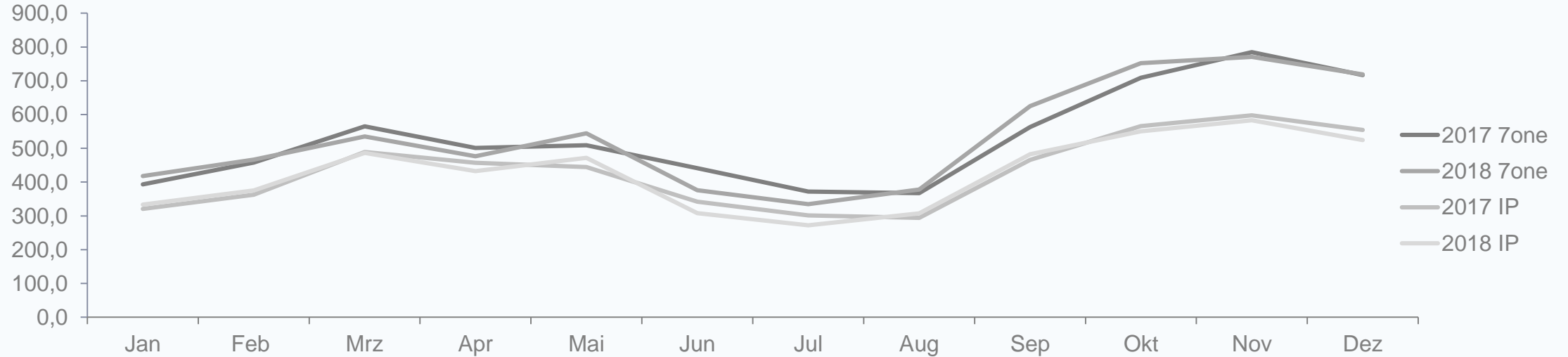
TV-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
ARD	2017	19,8	8,5	14,7	4,4	21,5	-50,6	35,7	-14,8	11,4	8,3	26,5	1,8
ARD	2018	2,9	5,2	1,5	4,9	-2,7	65,8	12,0	-5,0	-14,4	-7,6	-17,5	5,4
ZDF	2017	12,0	-3,9	-14,2	-17,2	-13,1	-32,8	12,1	-21,0	-7,7	-1,0	6,4	-3,5
ZDF	2018	1,4	10,5	12,7	1,9	15,8	99,0	12,0	-10,1	0,6	7,1	-6,5	5,4

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

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

In Mio. €



## Veränderung in %

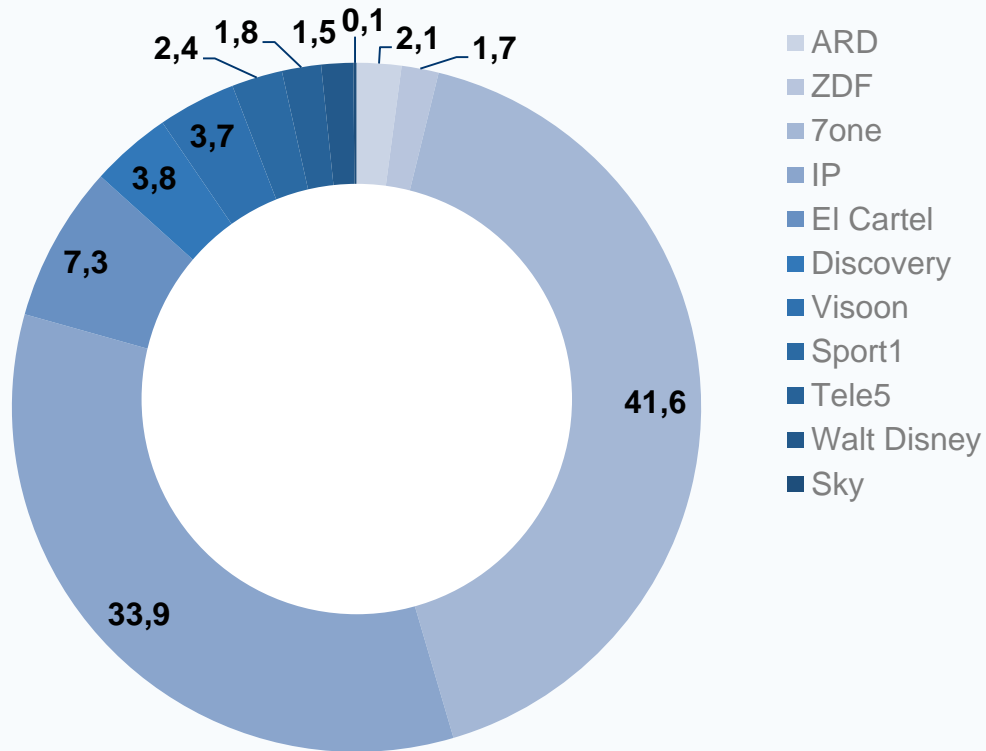
TV-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
7one	2017	4,6	-3,1	0,0	-3,0	-10,4	7,0	-7,6	-11,9	-10,3	5,5	7,9	3,9
7one	2018	6,1	1,9	-5,2	-4,9	6,9	-14,7	-10,1	2,9	10,9	6,1	-1,8	0,3
IP	2017	9,9	2,5	3,8	4,0	-2,0	16,7	11,1	4,8	-1,3	2,0	1,1	1,5
IP	2018	3,9	3,4	-0,6	-5,3	6,1	-9,9	-9,6	4,5	3,4	-2,7	-2,5	-5,4

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

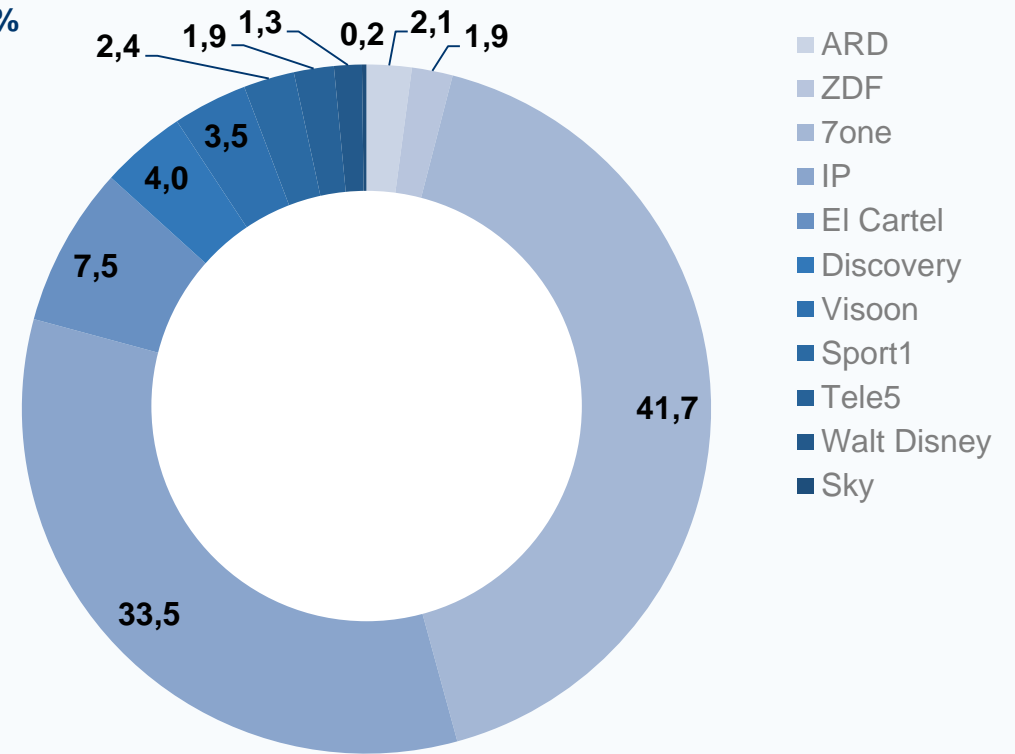
Anteil der Werbeumsätze im TV in %; Januar- Dezember 2018

In %



15.330,97 Mio. = 100%  
Januar- Dezember 2017

In %



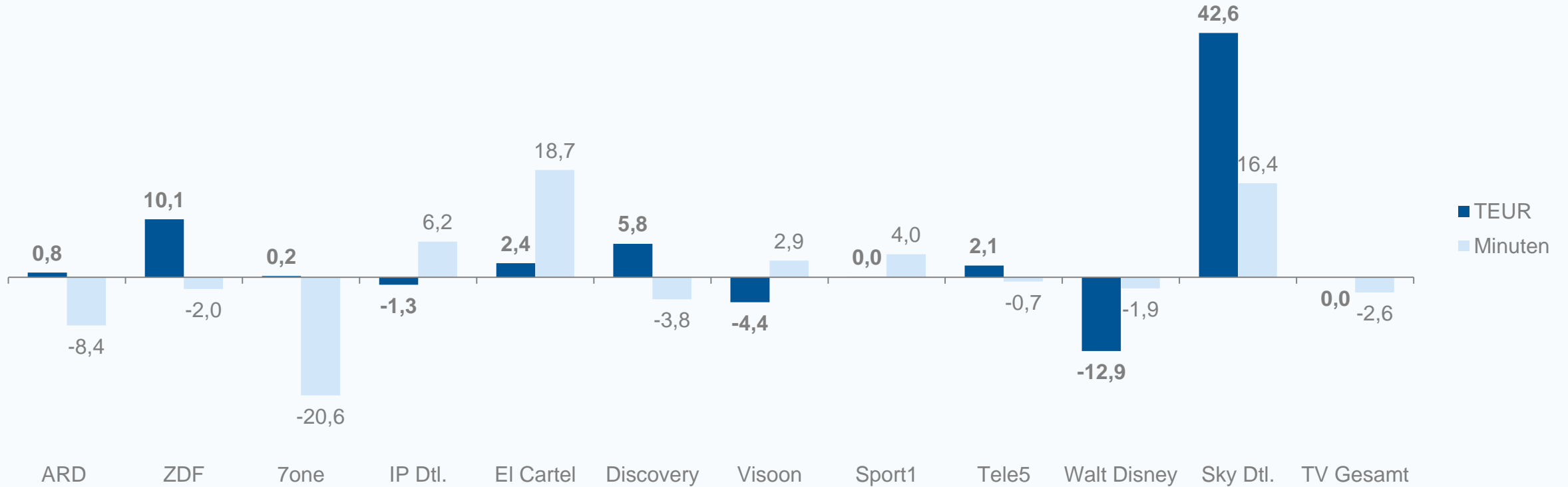
15.329,68 Mio. = 100%  
Januar- Dezember 2018

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

Veränderung der TV Vermarkter z. VJ in %; Januar- Dezember 2018

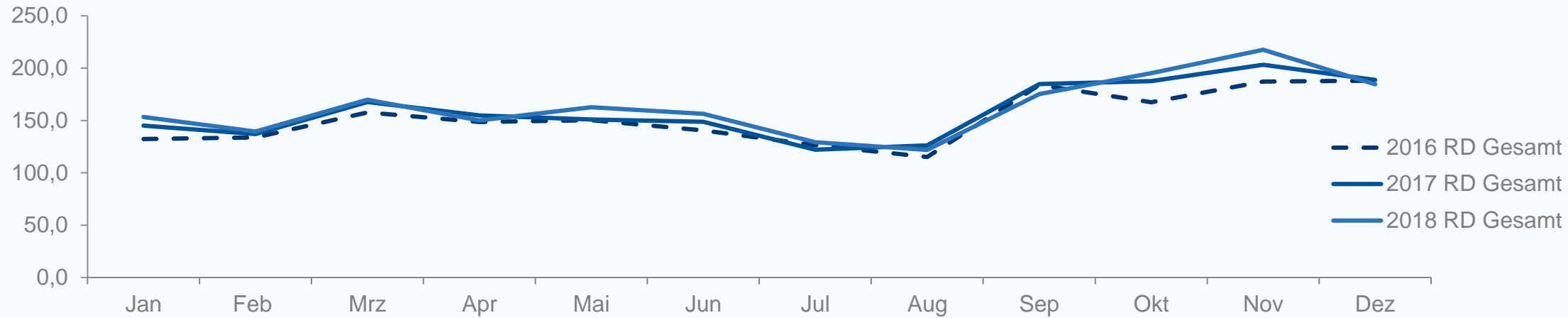
In %



# Werbetrend Dezember 2018

Entwicklung RD in Mio. €

In Mio. €



## Veränderung in %

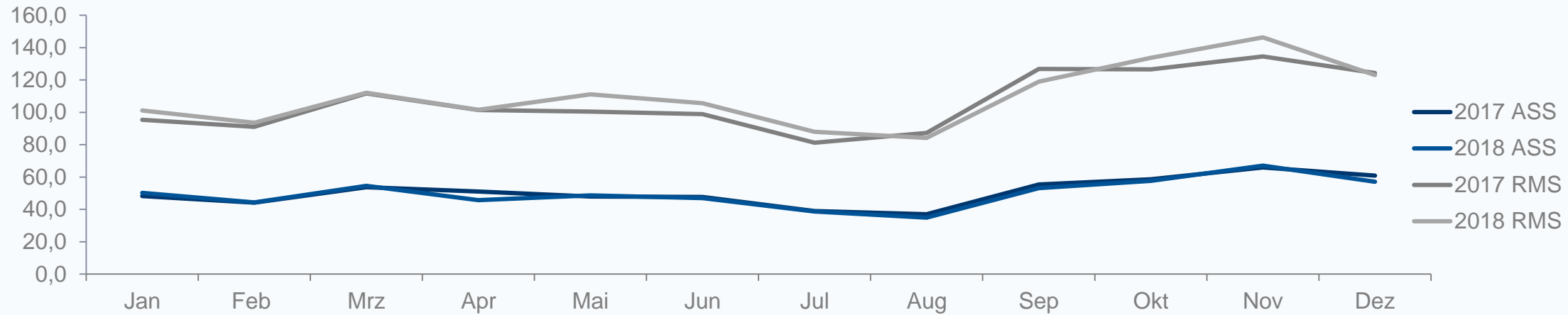
RD-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
RD Gesamt	2016	12,0	16,7	1,1	20,1	12,6	4,3	-4,5	6,4	16,7	1,3	8,5	13,9	8,9
RD Gesamt	2017	9,6	2,4	6,4	4,2	0,5	5,9	-3,5	9,5	0,5	12,0	8,5	0,3	4,7
RD Gesamt	2018	5,7	1,1	1,1	-3,1	7,8	5,2	5,9	-3,4	-5,2	4,1	7,1	-2,2	2,0

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

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

In Mio. €



## Veränderung in %

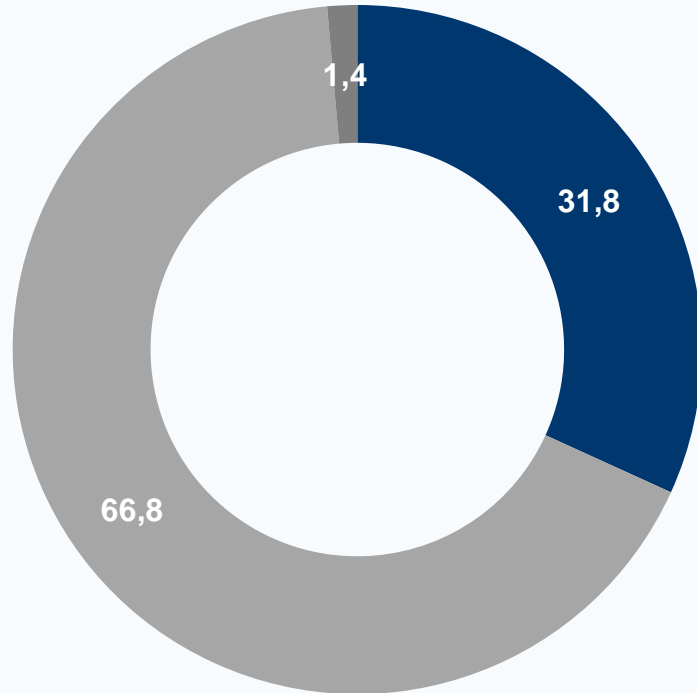
RD-Gruppe	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
ARD/ASS Gesamt	2017	8,9	-0,7	2,5	7,1	3,5	11,5	-6,3	2,4	-6,3	3,0	8,4	-3,2
ARD/ASS Gesamt	2018	4,2	0,6	1,9	-10,2	1,5	-1,3	-0,9	-5,9	-4,3	-1,3	1,6	-6,2
RMS	2017	9,6	3,5	7,7	2,2	-0,9	3,4	-2,2	12,9	3,4	16,7	8,4	1,5
RMS	2018	6,0	1,7	0,2	0,0	10,6	6,8	8,3	-3,5	-6,1	5,6	8,9	-1,1

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

Anteil der Werbeumsätze im RD in %; Januar- Dezember 2018

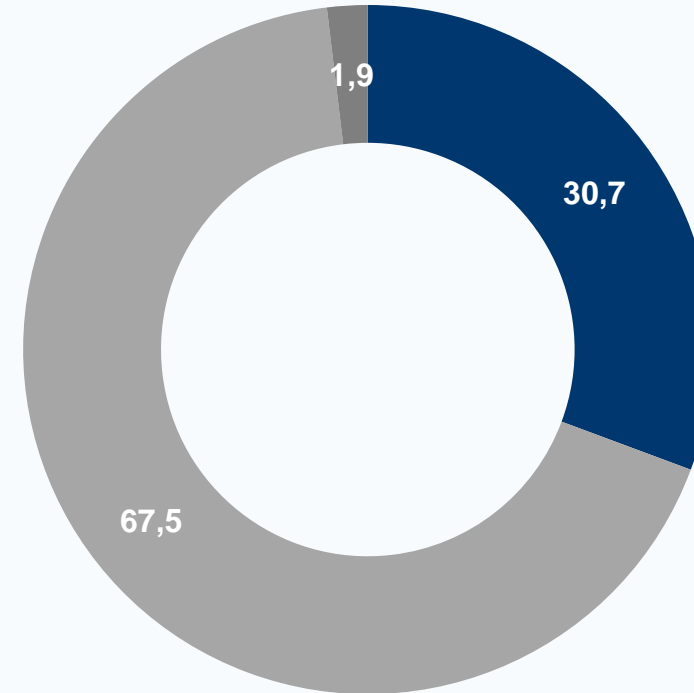
In %



1.919,05 Mio. = 100%  
Januar- Dezember 2017

In %

■ ARD/ ASS Gesamt  
■ RMS  
■ EURO KLASSIK



1.953,79 Mio. = 100%  
Januar- Dezember 2018

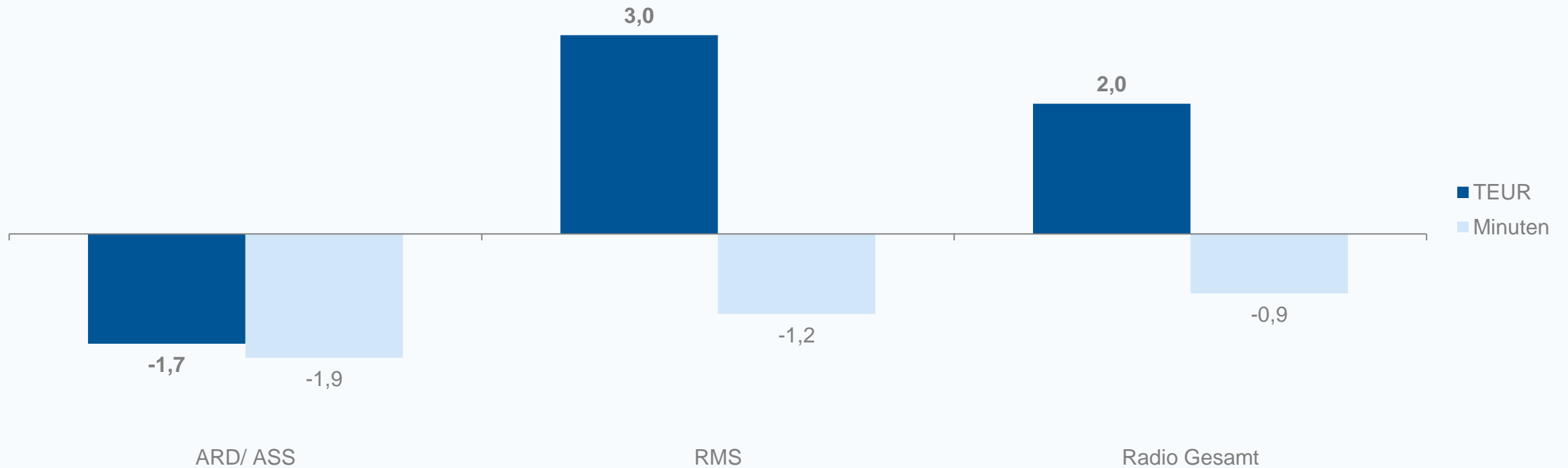
■ ARD/ ASS Gesamt  
■ RMS  
■ EURO KLASSIK

Quelle: Nielsen

# Werbetrend Dezember 2018

Veränderung der RD Vermarkter z. VJ in %; Januar- Dezember 2018

In %



Quelle: Nielsen