



WERBETREND

Dezember 2020

Werbetrend Dezember 2020

Aktuelle Entwicklung im Dezember

Trotz des erneuten Lockdowns wächst der Einzelmonat Dezember im Vergleich zum Vorjahresmonat auf Basis der Bruttowerbeumsätze mit einer Veränderung von +4,4%.

Für die im Werbetrend ausgewiesenen Medien bedeutet das für den Monat Dezember einen Zuwachs in Höhe von +159,71 Mio. € (Brutto). Bemerkenswert ist hierbei das im Monat Dezember alleine 62,8 Mio. € (Brutto) durch Kampagnen von Ministerien und Behörden in den Werbemarkt flossen.

Im Monat Dezember konnten die Medien **Fernsehen** (+11,3%), **Online** (+10,8%) und **Out-of-Home** (+5,1%) eine positive Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr aufweisen. Die übrigen erfassten Medien liegen aktuell im Minus.

Prozentual betrachtet sinken die Umsätze im Dezember nach wie vor am stärksten in den **Kinos** mit rund -100,0%. Das **Radio** weist hier einen Rückgang um -9,5% auf. Im Printbereich ging der Umsatz im Dezember bei den **Publikumszeitschriften** um -6,3%, bei den **Tageszeitungen** um -0,6% zurück. Auch die **Werbesendungen** (-9,2%) lagen im Dezember deutlich unter Vorjahr.

Im folgenden werden die Werbespendings für den aggregierten Zeitraum Januar-Dezember 2020 dargestellt.

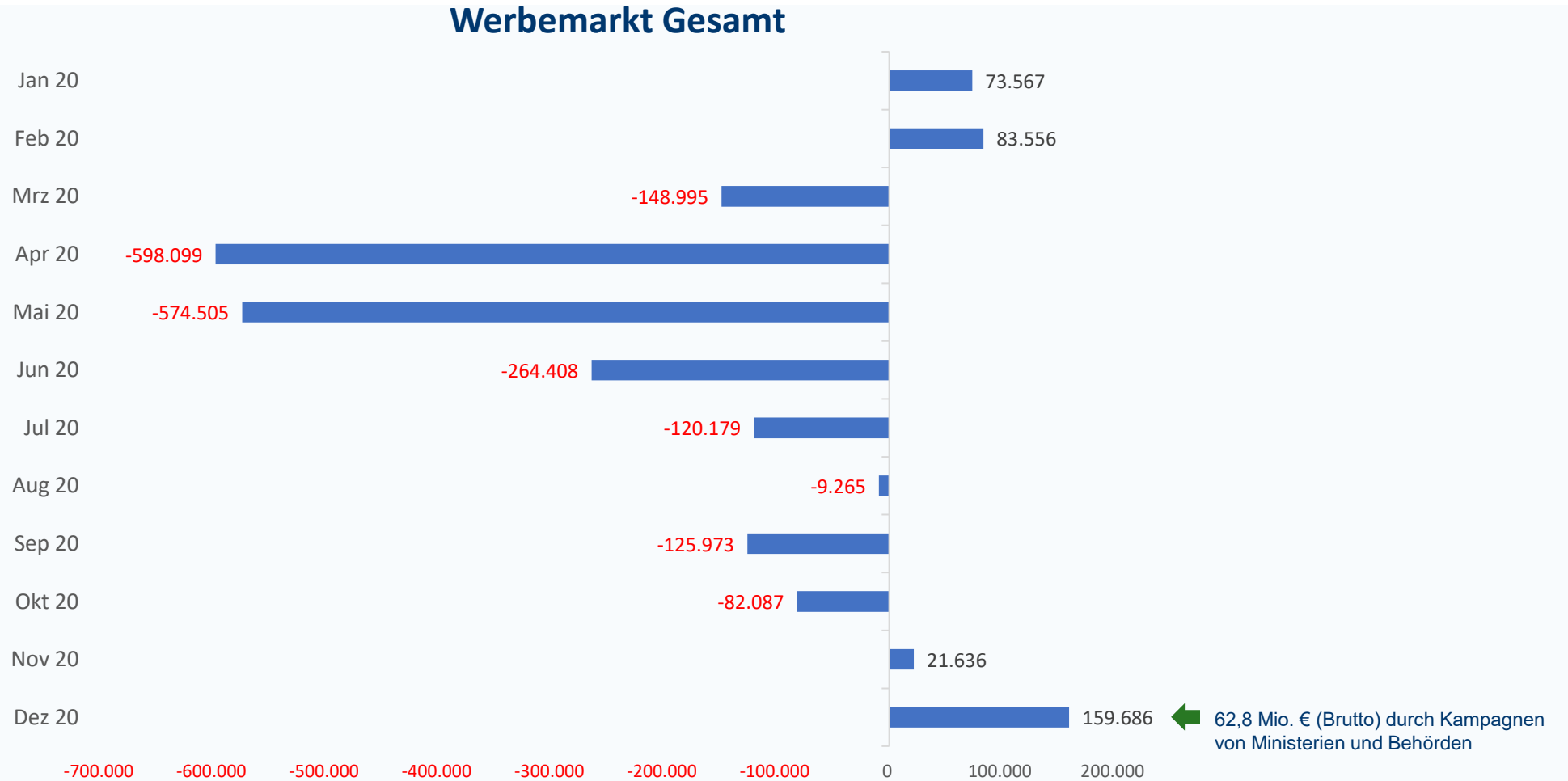
Werbetrend Dezember 2020

Key Facts Januar bis Dezember

- In Folge der Corona Krise sinken die Bruttospendings im **Werbemarkt** im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr um -4,4,%,
- **TV** verliert im abgelaufenen Jahr -1,8% im Vergleich zu 2019. ARD DAS ERSTE liegt mit +0,1% leicht im Plus, das ZDF weist einen Rückgang von -3,5% aus.
- **Radio** schrumpft im Zeitraum Januar- Dezember 2020 im Vergleich zum Vorjahr um -4,3%. Der Umsatz von ARD/AS&S-Radio liegt hierbei im Vergleich zum Vorjahr bei -4,2% (RMS -3,9%).
- **Online** wächst im Zeitraum Januar- Dezember 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit einer Veränderung von +4,9%.
- Die **Printmedien** verlieren im Zeitraum Januar- Dezember 2020 mit einer Veränderung von -9,8% im Vergleich zum Vorjahr erneut deutlich.
- **Out-of-Home** verliert mit einer Veränderung von -6,7% im Zeitraum Januar- Dezember 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ebenfalls deutlich.
- Die **Werbesendungen** weisen im Zeitraum Januar- Dezember 2020 eine Veränderung von -10,0% auf.
- **Kino** musste im Jahr 2020 mit -74,7% den prozentual größten Verlust bei den Bruttospendings verbuchen.

Werbetrend Dezember 2020

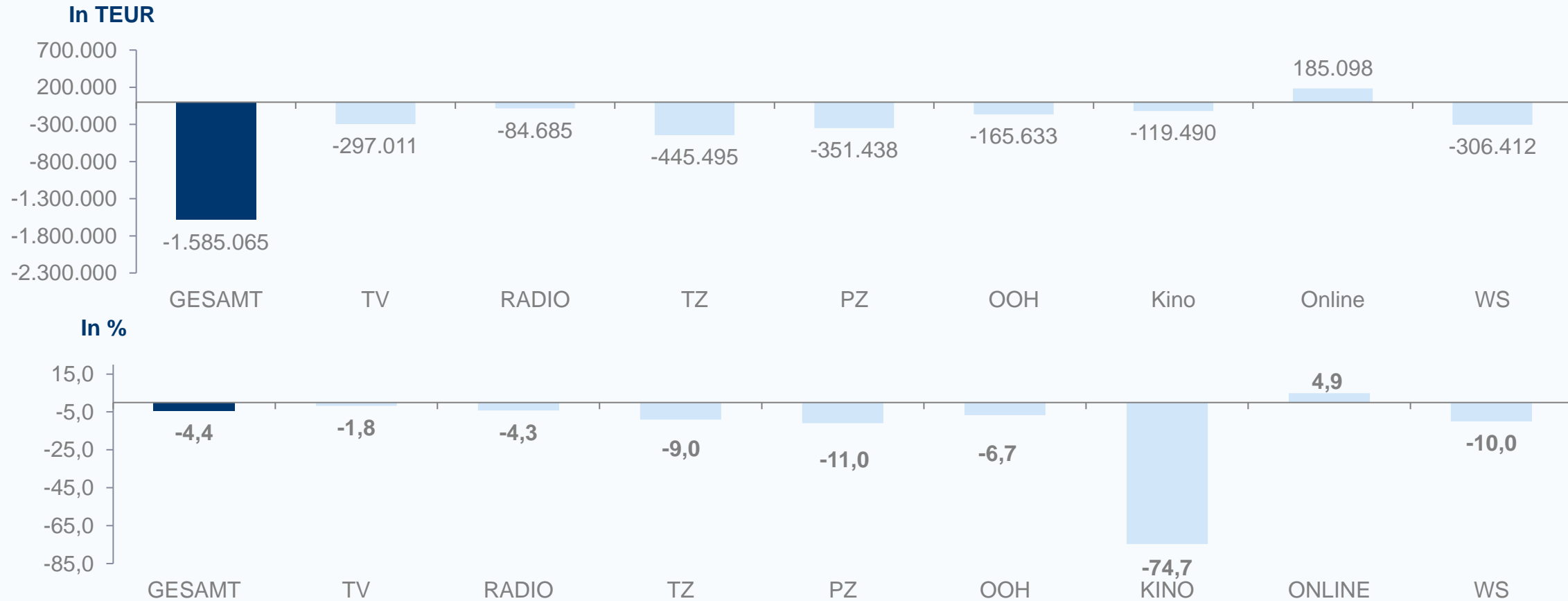
Veränderung zum VJ in TEUR



Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

Veränderung zum VJ; Januar- Dezember 2020

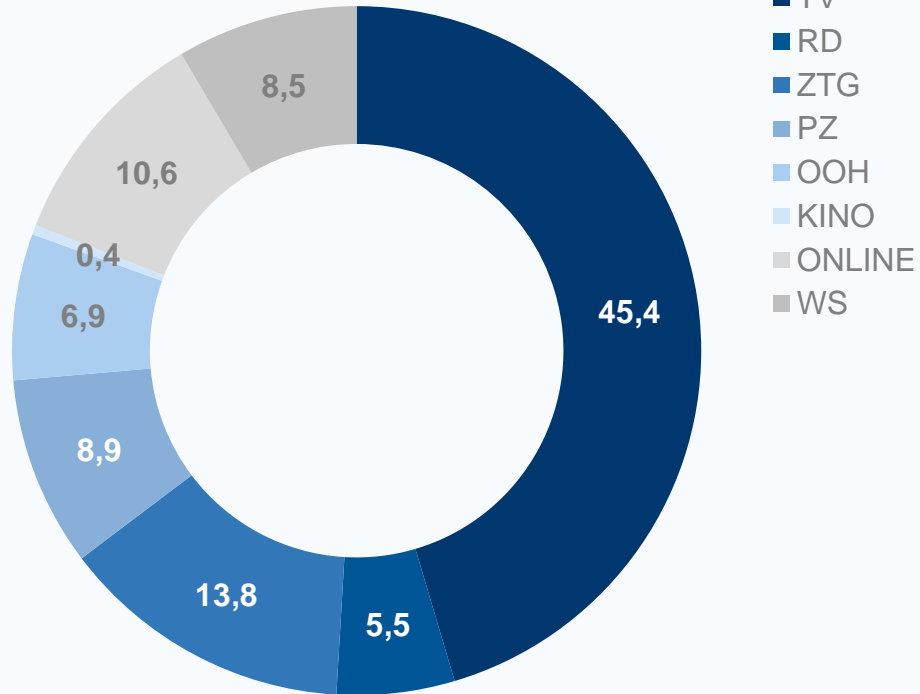


Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

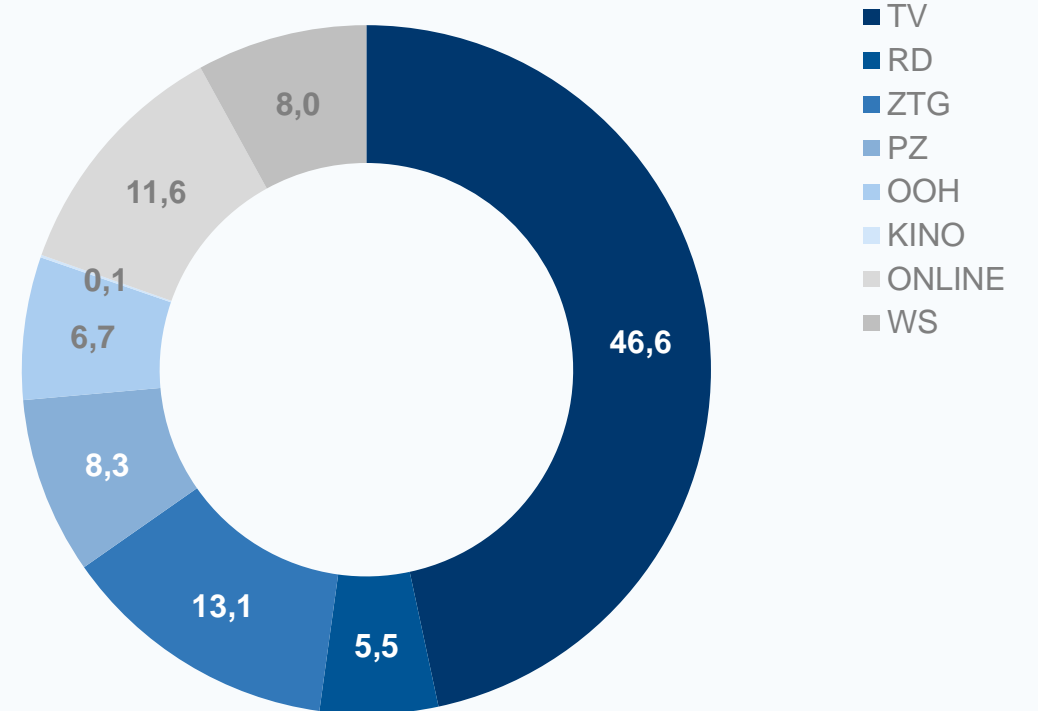
Anteil d. Medien am Gesamtmarkt in %; Januar- Dezember 2020

In %



35,91 Mrd. = 100%
Januar- Dezember 2019

In %



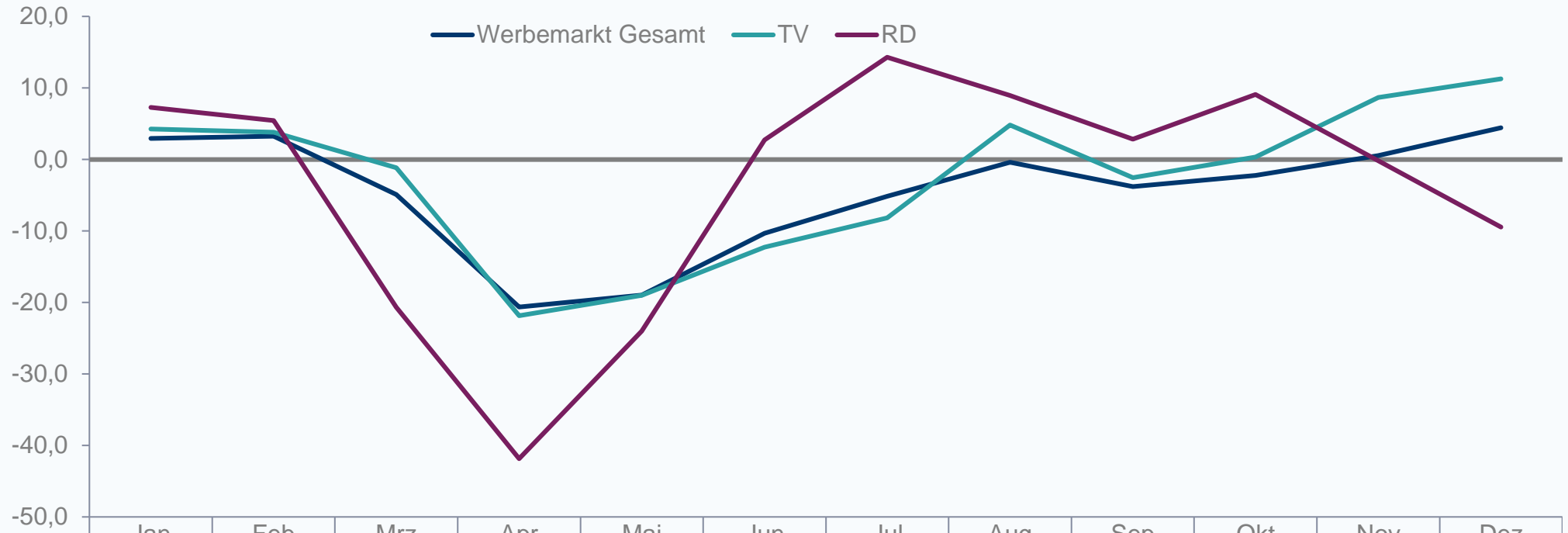
34,32 Mrd. = 100%
Januar- Dezember 2020

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

Entwicklung der Werbeumsätze in %; Januar- Dezember 2020

Wachstumsrate
in %



	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Werbemarkt Gesamt	2,9	3,2	-4,9	-20,7	-19,0	-10,3	-5,2	-0,4	-3,8	-2,2	0,5	4,4
TV	4,2	3,8	-1,1	-21,9	-19,0	-12,3	-8,2	4,8	-2,6	0,3	8,7	11,3
RD	7,3	5,5	-20,7	-41,9	-24,0	2,7	14,3	9,0	2,8	9,1	-0,2	-9,5

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

Übersicht Medien bereinigter Werbetrend von Nielsen; Januar- Dezember 2020

	2019	2020	+/- TEUR	+/- %	Anteil 2019	Anteil 2020
Gesamtmarkt	35.909.625	34.324.560	-1.585.065	-4,4 %	100,0 %	100,0 %
Print	8.147.183	7.350.250	-796.933	-9,8 %	22,7 %	21,4 %
ZEITUNGEN	4.944.080	4.498.586	-445.495	-9,0 %	13,8 %	13,1 %
PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN	3.203.103	2.851.664	-351.438	-11,0 %	8,9 %	8,3 %
OUT OF HOME	2.463.626	2.297.993	-165.633	-6,7 %	6,9 %	6,7 %
FERNSEHEN	16.306.361	16.009.350	-297.011	-1,8 %	45,4 %	46,6 %
RADIO	1.985.132	1.900.447	-84.685	-4,3 %	5,5 %	5,5 %
ONLINE	3.796.677	3.981.775	185.098	4,9 %	10,6 %	11,6 %
KINO	159.949	40.459	-119.490	-74,7 %	0,4 %	0,1 %
WERBESENDUNGEN	3.050.699	2.744.287	-306.412	-10,0 %	8,5 %	8,0 %

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

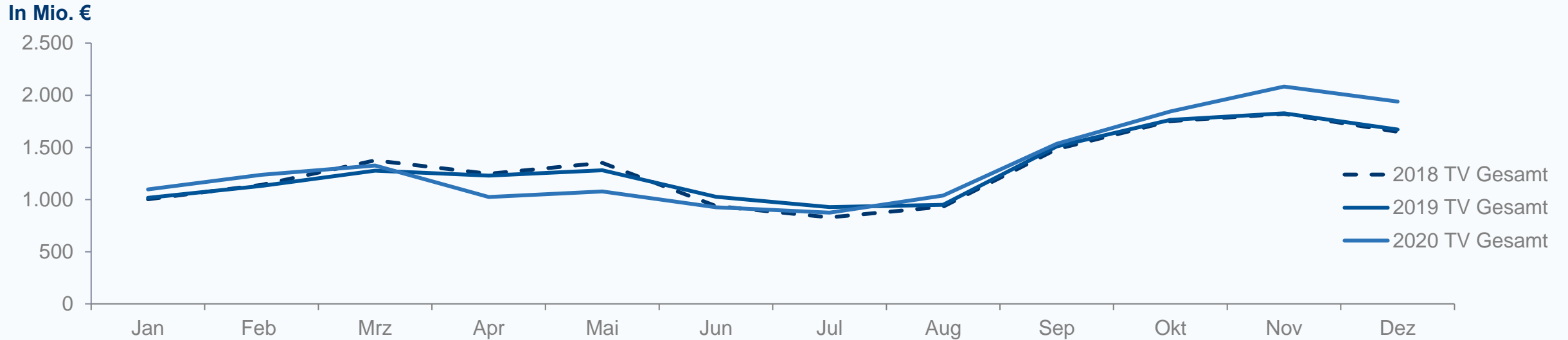
Übersicht Out-of-Home und Online; Januar- Dezember 2020

		2019	2020	+/- %	Anteil 2019	Anteil 2020
OOH	Gesamt	2.463.626	2.297.993	-6,7	100,0	100,0
OOH	PLAKAT	1.604.495	1.493.196	-6,9	65,1	65,0
OOH	TRANSPORT MEDIA	607.817	579.551	-4,7	24,7	25,2
OOH	AT-RETAIL-MEDIA	199.858	211.439	5,8	8,1	9,2
OOH	AMBIENT MEDIA	51.455	13.808	-73,2	2,1	0,6
Online	Gesamt	3.796.677	3.981.775	4,9	100,0	100,0
Online	DESKTOP	2.592.677	2.520.773	-2,8	68,3	63,3
Online	MOBILE	1.204.000	1.461.001	21,3	31,7	36,7

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

Entwicklung TV in Mio. €; inkl. Sponsoring



Veränderung in %

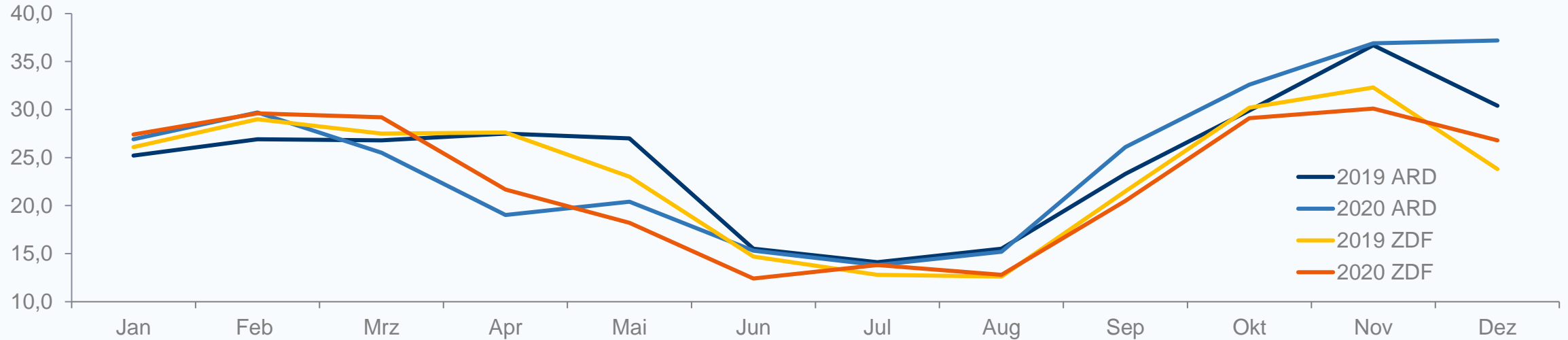
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
TV Gesamt	2018 vs. VJ	4,4	3,5	-1,8	-3,8	6,0	-8,8	-8,5	2,8	6,0	2,3	-1,5	-2,2	0,0
TV Gesamt	2019 vs. VJ	1,5	-1,0	-7,2	-1,3	-5,3	9,5	11,9	1,8	1,7	0,7	0,3	1,3	0,6
TV Gesamt	2020 vs. VJ	4,2	3,8	-1,1	-21,9	-19,0	-12,3	-8,2	4,8	-2,6	0,3	8,7	11,3	-1,8

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

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

In Mio. €



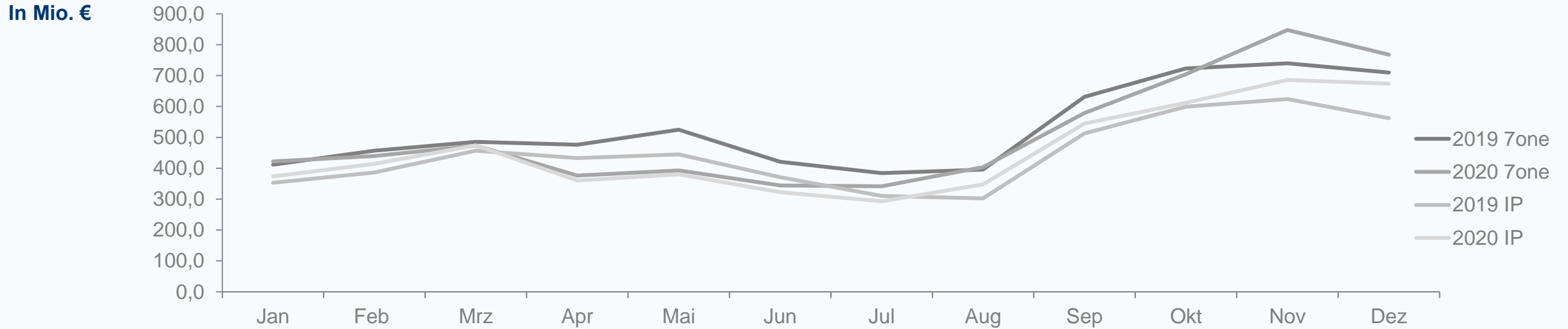
Veränderung in %

	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
ARD	2019 vs. VJ	-1,5	-3,7	-15,2	-12,8	-1,6	-42,7	-14,9	13,5	-15,3	-9,4	16,1	-0,5	-7,8
ARD	2020 vs. VJ	6,6	10,5	-5,3	-31,4	-22,4	-1,9	-1,6	-1,4	12,2	8,8	0,7	22,2	0,1
ZDF	2019 vs. VJ	0,5	-4,2	-12,6	16,0	3,9	-52,2	-16,2	14,4	-1,8	8,7	15,2	-1,5	-4,2
ZDF	2020 vs. VJ	4,9	1,9	6,3	-21,6	-21,1	-15,4	7,4	1,6	-5,1	-3,8	-7,0	12,7	-3,5

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

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



Veränderung in %

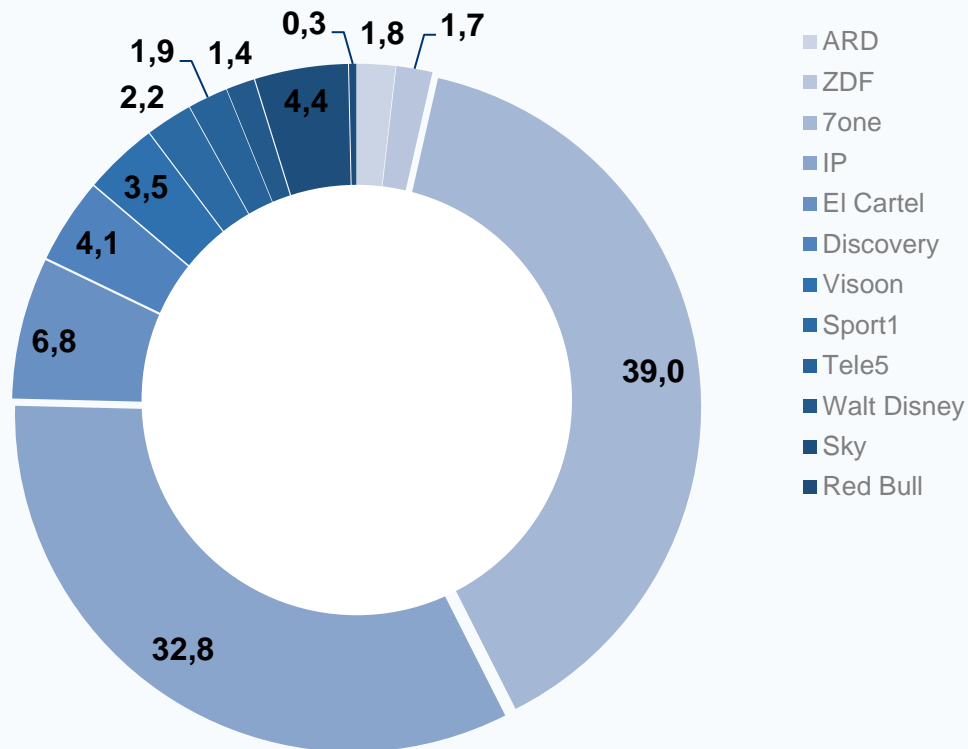
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
7one	2019 vs. VJ	-1,7	-2,4	-9,5	-0,5	-4,1	11,3	14,2	4,1	0,6	-4,3	-4,4	-1,6	-1,0
7one	2020 vs. VJ	2,6	-3,8	-2,6	-21,0	-25,0	-18,2	-11,0	1,9	-8,4	-2,5	14,6	8,2	-4,2
IP	2019 vs. VJ	4,8	1,9	-7,1	-1,0	-6,7	18,9	12,4	-3,0	4,8	7,3	5,4	5,7	3,1
IP	2020 vs. VJ	6,0	7,2	3,8	-16,7	-14,6	-13,2	-5,6	14,9	6,2	2,1	9,9	19,9	2,4

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

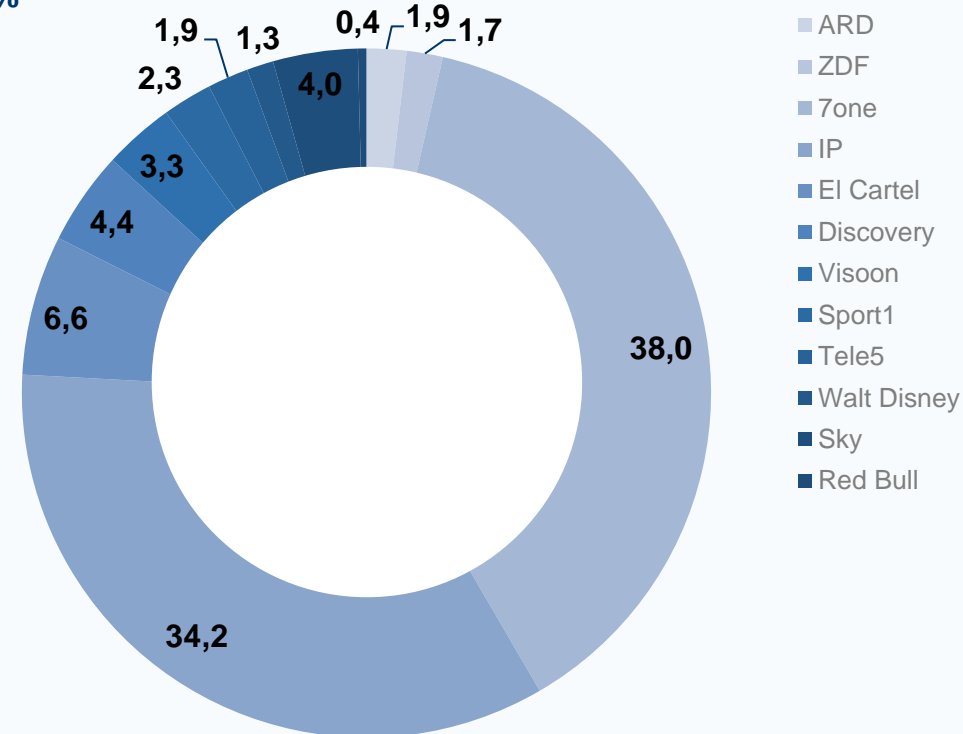
Anteil der Werbeumsätze im TV in %; Januar- Dezember 2020

In %



16,306 Mrd. = 100%
Januar- Dezember 2019

In %



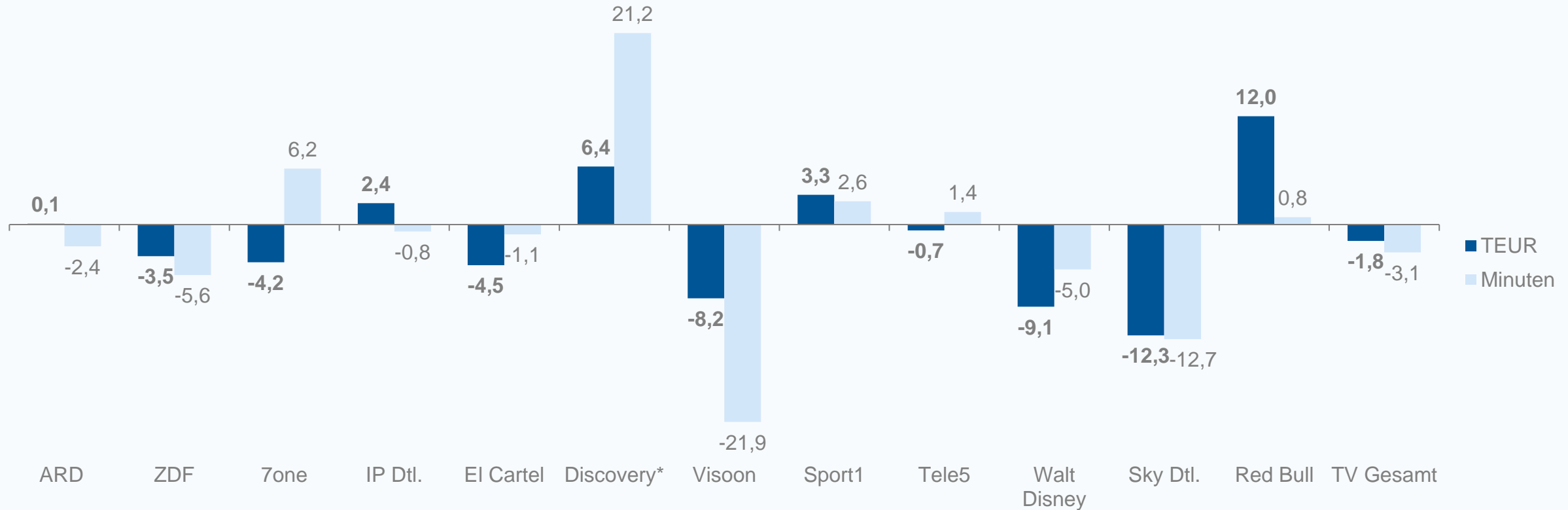
16,009 Mrd. = 100%
Januar- Dezember 2020

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

Veränderung der TV Vermarkter z. VJ in %; Januar- Dezember 2020

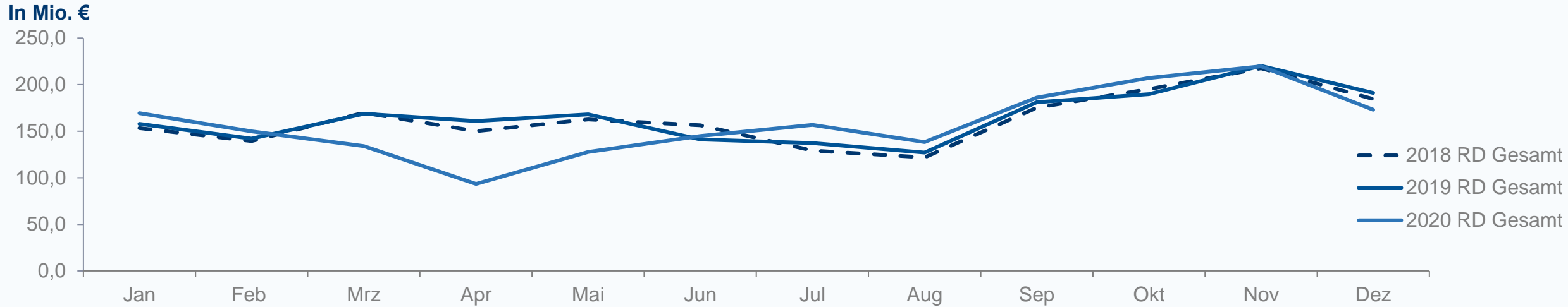
In %



Quelle: Nielsen; *Erfassung neuer Sender HG-TV ab Juli 2019

Werbetrend Dezember 2020

Entwicklung RD in Mio. €



Veränderung in %

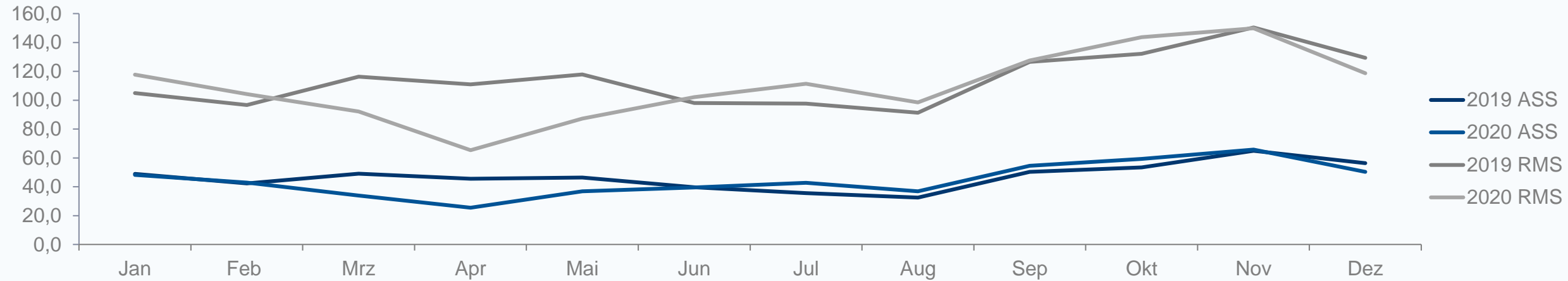
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
RD Gesamt	2018 vs. VJ	5,7	1,1	1,1	-3,1	7,8	5,2	5,9	-3,4	-5,2	4,1	7,1	-2,2	2,0
RD Gesamt	2019 vs. VJ	3,0	2,6	-0,4	7,3	3,4	-9,8	6,2	4,2	3,3	-2,7	1,2	3,6	1,6
RD Gesamt	2020 vs. VJ	7,3	5,5	-20,7	-41,9	-24,0	2,7	14,3	9,0	2,8	9,1	-0,2	-9,5	-4,3

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

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

In Mio. €



Veränderung in %

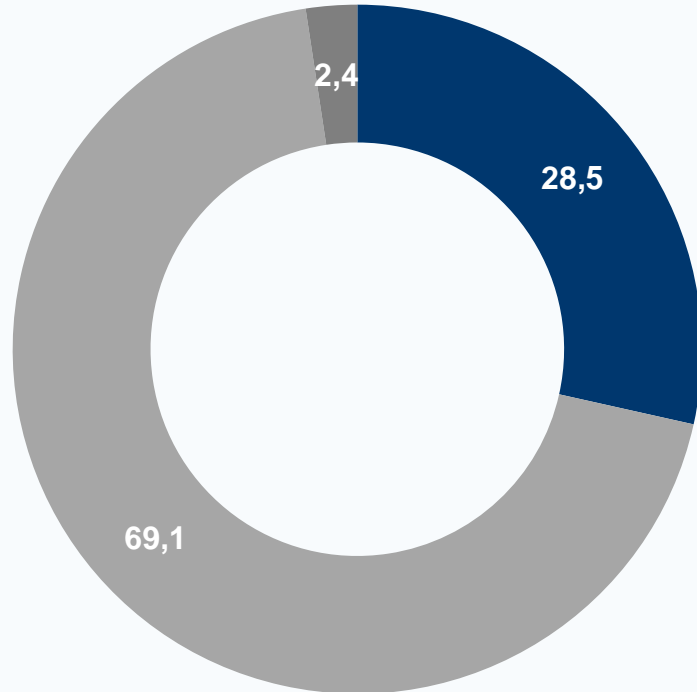
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
ARD/ASS Gesamt	2019 vs. VJ	-2,5	-4,4	-10,0	-0,4	-4,6	-15,5	-8,0	-6,7	-5,3	-7,1	-3,2	-1,3	-5,6
ARD/ASS Gesamt	2020 vs. VJ	-1,4	1,1	-20,9	-44,1	-20,5	-0,5	19,8	13,3	8,6	10,9	1,5	-10,6	-4,2
RMS	2019 vs. VJ	3,8	4,4	3,8	9,4	6,0	-7,3	11,0	5,8	6,3	-1,1	2,7	5,2	4,1
RMS	2020 vs. VJ	12,1	7,8	-20,7	-41,1	-25,9	4,3	14,1	7,9	0,7	8,7	-0,3	-8,2	-3,9

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

Anteil der Werbeumsätze im RD in %; Januar- Dezember 2020

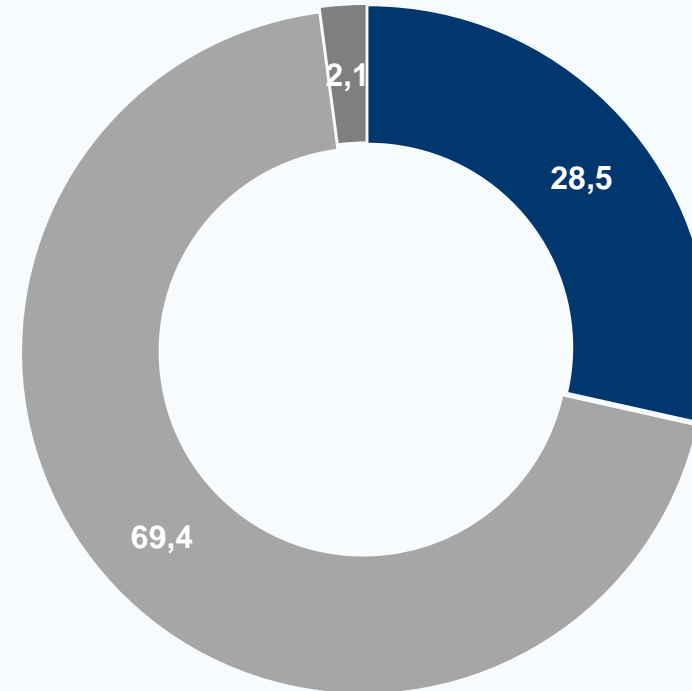
In %



1,985 Mrd. = 100%
Januar- Dezember 2019

In %

- ARD/ ASS Gesamt
- RMS
- EURO KLASSIK



1,900 Mrd. = 100%
Januar- Dezember 2020

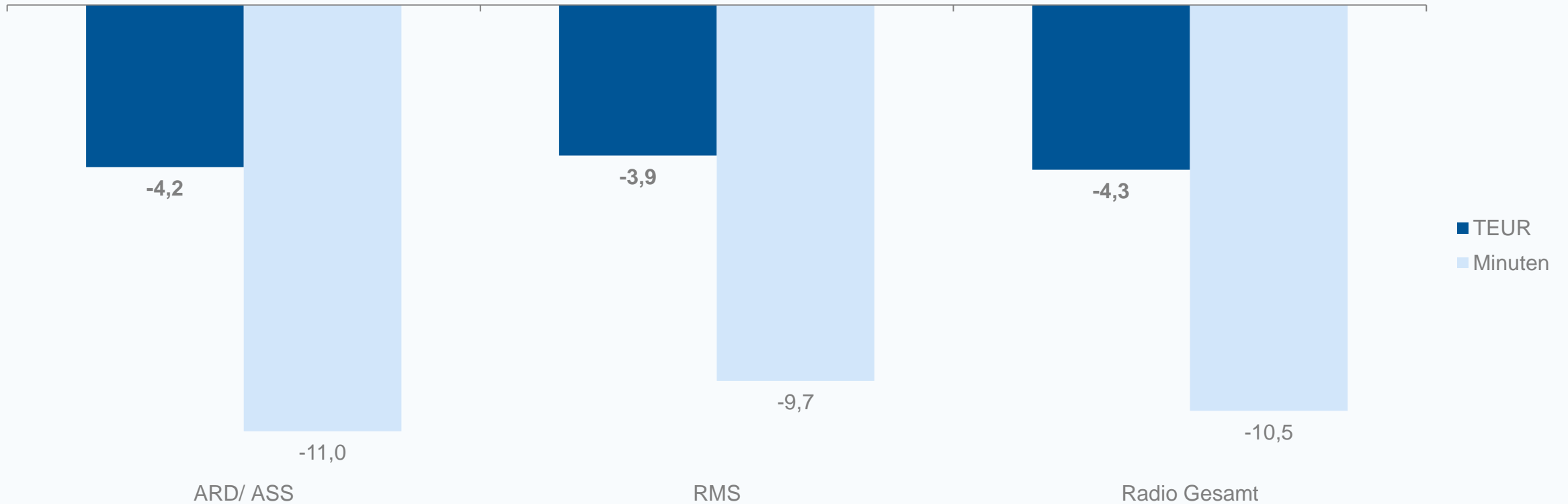
- ARD/ ASS Gesamt
- RMS
- EURO KLASSIK

Quelle: Nielsen

Werbetrend Dezember 2020

Veränderung der RD Vermarkter z. VJ in %; Januar- Dezember 2020

In %



Quelle: Nielsen