



WERBETREND

Januar 2021

Werbetrend Januar 2021

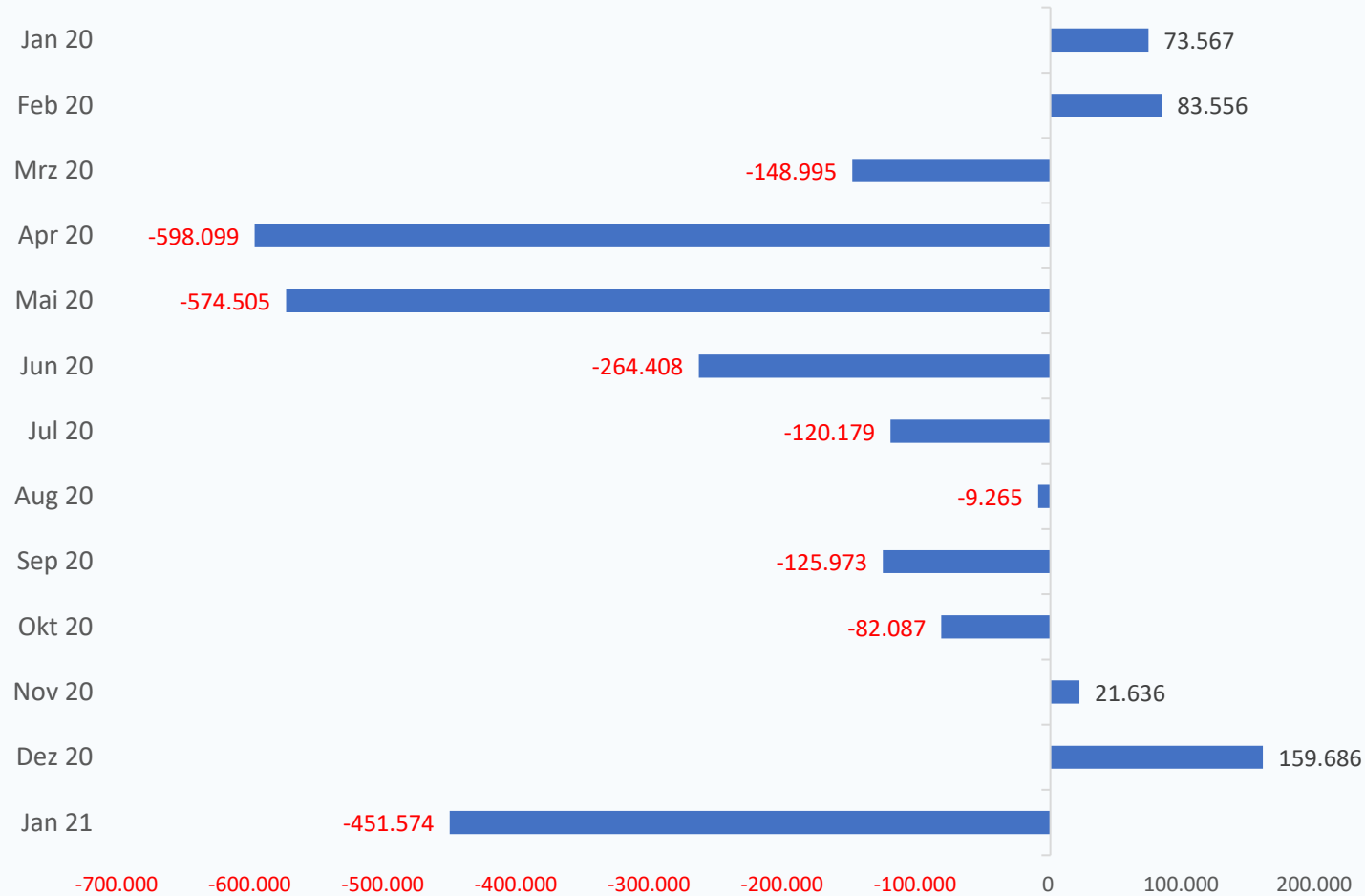
Key Facts Januar 2021

- Der aktuell andauernde Lockdown zeigt seine Auswirkungen jetzt auch massiv bei den Werbeinvestitionen.
- In Folge der Corona Krise sinken die Bruttospending im **Werbemarkt** im Januar 2021 im Vergleich zum Vorjahr um -16,8%.
- Das entspricht allein im Januar einem Rückgang von 452 Mio. € (Brutto).
- **TV** verliert im Januar -9,5% im Vergleich zum Januar 2020 (Brutto Nielsen inkl. kostenloser Spots).
ARD DAS ERSTE liegt hier bei -21,7% , das ZDF bei -25,8%.
- **Radio** erlebt im Januar erneut einen Einbruch bei den Werbespendings. Der Bruttoumsatz liegt im Vorjahresvergleich bei -44,8%. Der Umsatzrückgang von ARD/AS&S-Radio liegt hier bei -47,2%, die RMS bei -43,6%.
- **Online** verliert im Januar 2021 aktuell im Vergleich zum Vorjahresmonat -10,2%.
- Auch die **Printmedien** verzeichnen im Januar einen Rückgang von -19,8%.
- **Out-of-Home** liegt im Januar bei -19,8%, die Ausgaben für **Werbesendungen** (Direct Mail) bei -25,3%.
- Werbung im **Kino** findet aktuell nicht statt (-100%; -10 Mio.€ im Vgl. zu Januar 2020).

Werbetrend Januar 2021

Veränderung zum VJ in TEUR

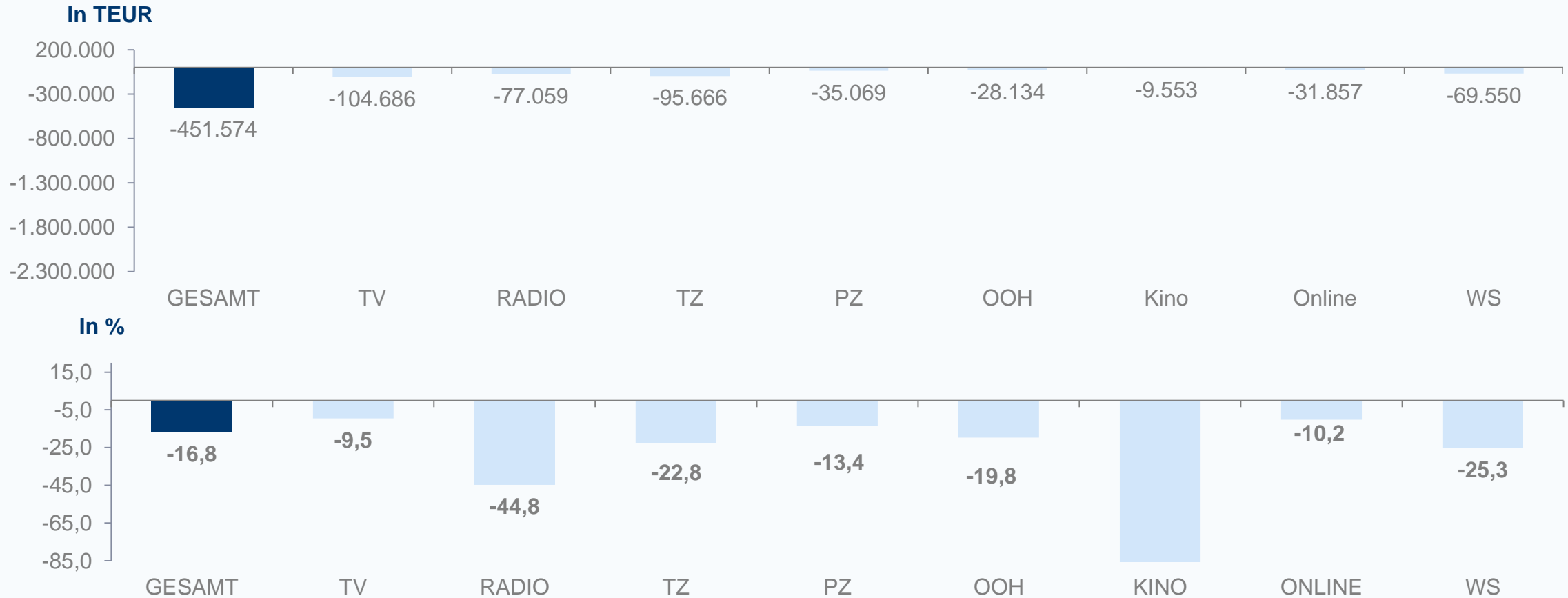
Werbemarkt Gesamt



Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Veränderung zum VJ; Januar 2021

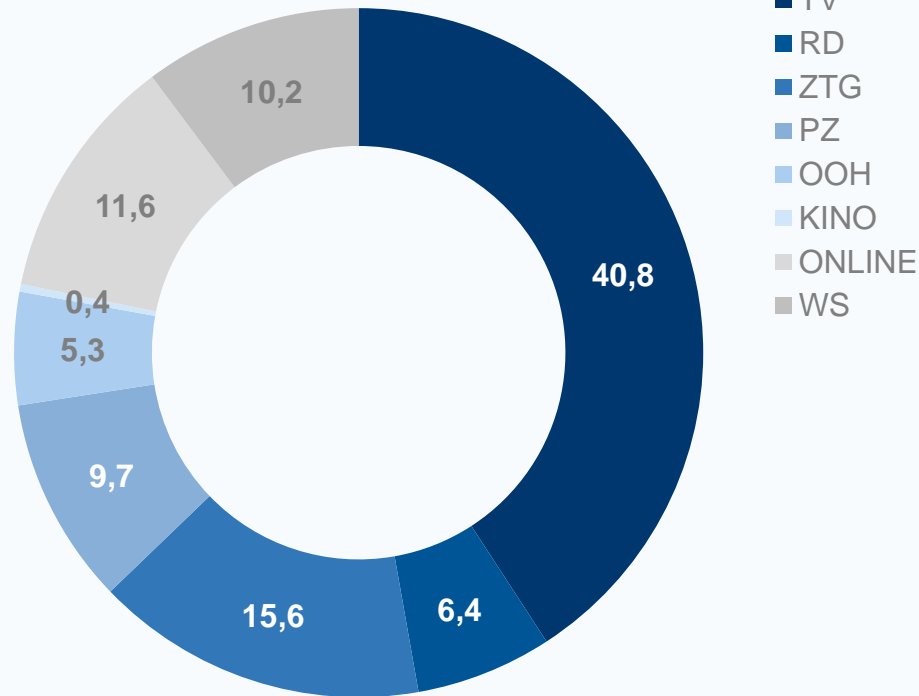


Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

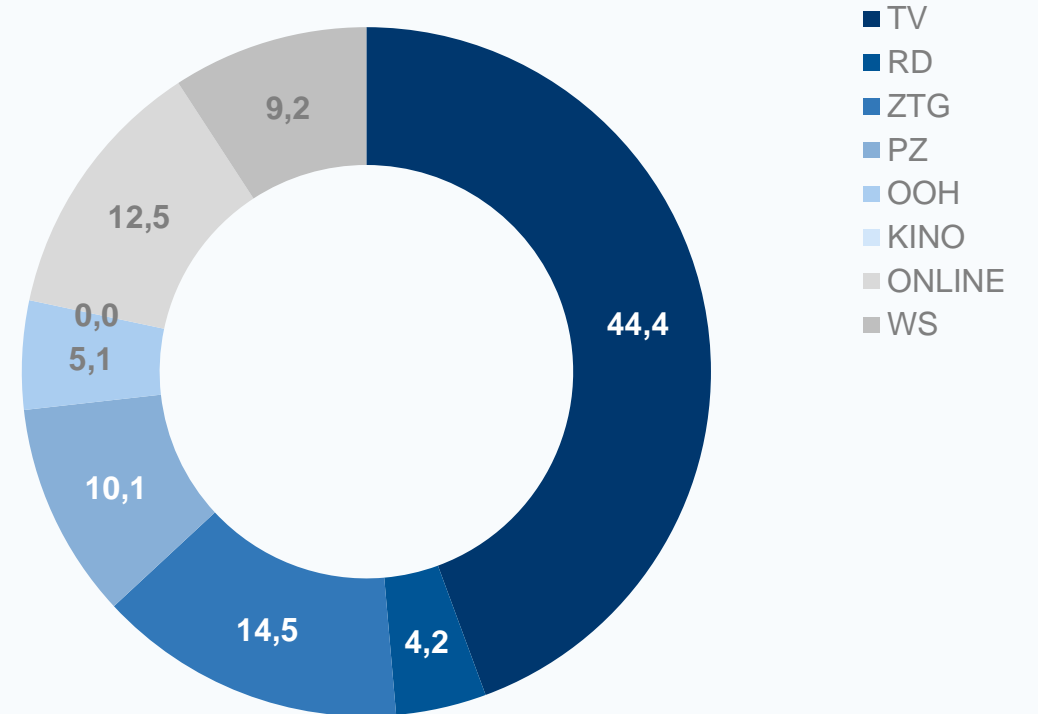
Anteil d. Medien am Gesamtmarkt in %; Januar 2021

In %



2,692 Mrd. = 100%
Januar 2020

In %



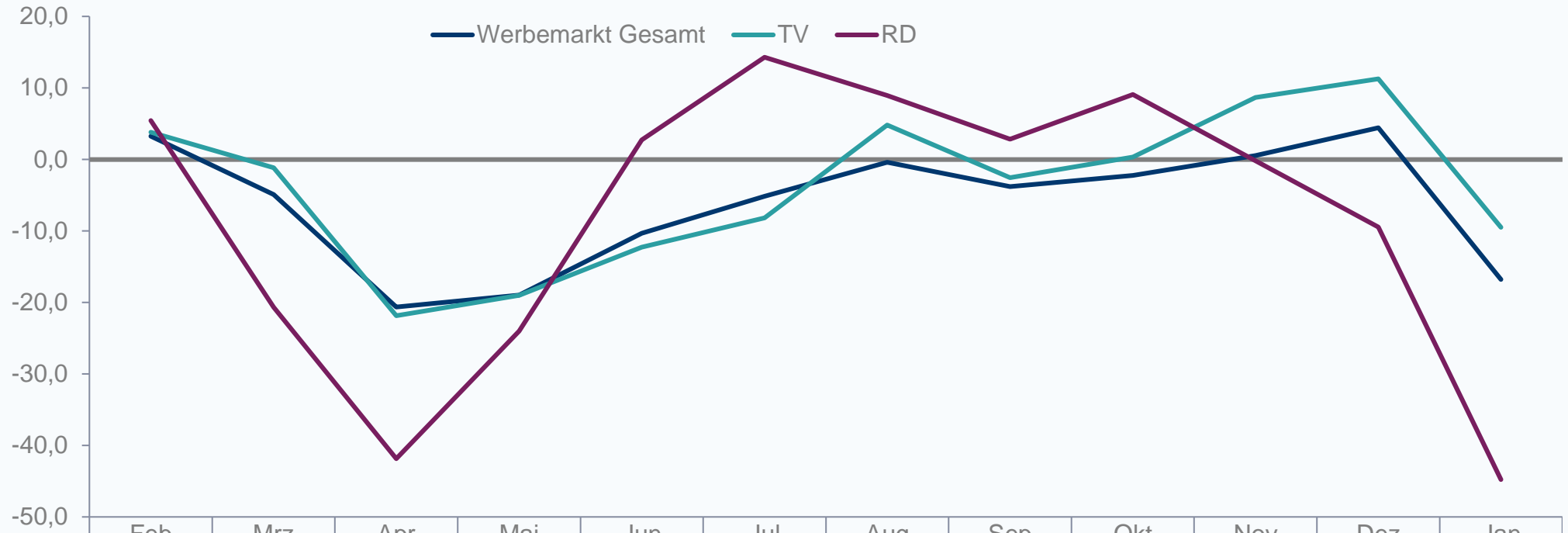
2,240 Mrd. = 100%
Januar 2021

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Entwicklung der Werbeumsätze in %; Februar 2020- Januar 2021

Wachstumsrate
in %



	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan
Werbemarkt Gesamt	3,2	-4,9	-20,7	-19,0	-10,3	-5,2	-0,4	-3,8	-2,2	0,5	4,4	-16,8
TV	3,8	-1,1	-21,9	-19,0	-12,3	-8,2	4,8	-2,6	0,3	8,7	11,3	-9,5
RD	5,5	-20,7	-41,9	-24,0	2,7	14,3	9,0	2,8	9,1	-0,2	-9,5	-44,8

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Übersicht Medien bereinigter Werbetrend von Nielsen; Januar 2021

	2020	2021	+/- TEUR	+/- %	Anteil 2020	Anteil 2021
Gesamtmarkt	2.691.714	2.240.140	-451.574	-16,8 %	100,0 %	100,0 %
Print	681.902	551.167	-130.735	-19,2 %	25,3 %	24,6 %
ZEITUNGEN	419.657	323.990	-95.666	-22,8 %	15,6 %	14,5 %
PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN	262.245	227.176	-35.069	-13,4 %	9,7 %	10,1 %
OUT OF HOME	142.450	114.316	-28.134	-19,8 %	5,3 %	5,1 %
FERNSEHEN	1.098.762	994.076	-104.686	-9,5 %	40,8 %	44,4 %
RADIO	172.175	95.117	-77.059	-44,8 %	6,4 %	4,2 %
ONLINE	311.460	279.603	-31.857	-10,2 %	11,6 %	12,5 %
KINO	9.553	0	-9.553	-100,0 %	0,4 %	0,0 %
WERBESENDUNGEN	275.411	205.861	-69.550	-25,3 %	10,2 %	9,2 %

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

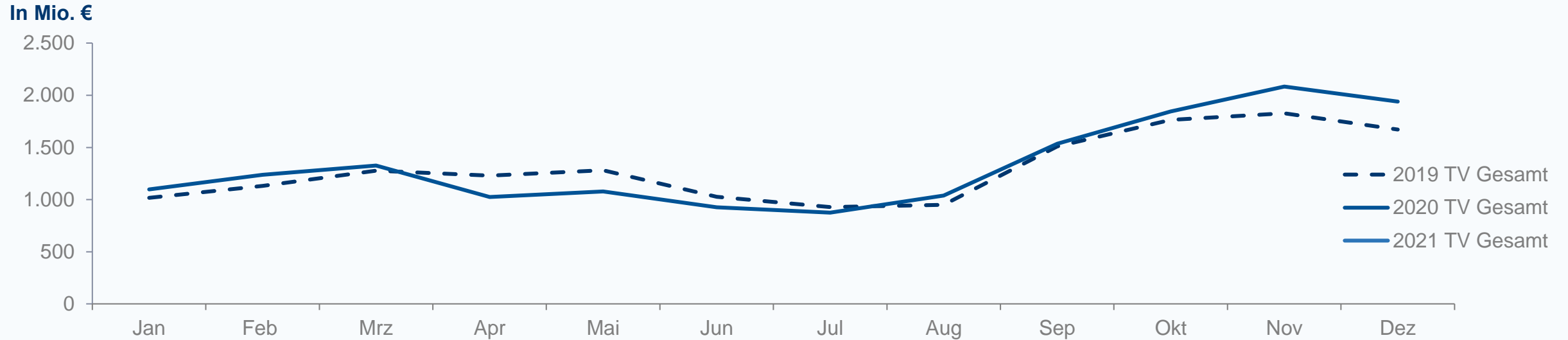
Übersicht Out-of-Home und Online; Januar 2021

		2019	2020	+/- %	Anteil 2019	Anteil 2020
OOH	Gesamt	142.450	114.316	-19,8	100,0	100,0
OOH	PLAKAT	87.608	74.205	-15,3	61,5	64,9
OOH	TRANSPORT MEDIA	39.172	25.357	-35,3	27,5	22,2
OOH	AT-RETAIL-MEDIA	13.193	14.422	9,3	9,3	12,6
OOH	AMBIENT MEDIA	2.478	333	-86,6	1,7	0,3
Online	Gesamt	311.460	279.603	-10,2	100,0	100,0
Online	DESKTOP	191.418	177.057	-7,5	61,5	63,3
Online	MOBILE	120.043	102.547	-14,6	38,5	36,7

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Entwicklung TV in Mio. €; inkl. Sponsoring



Veränderung in %

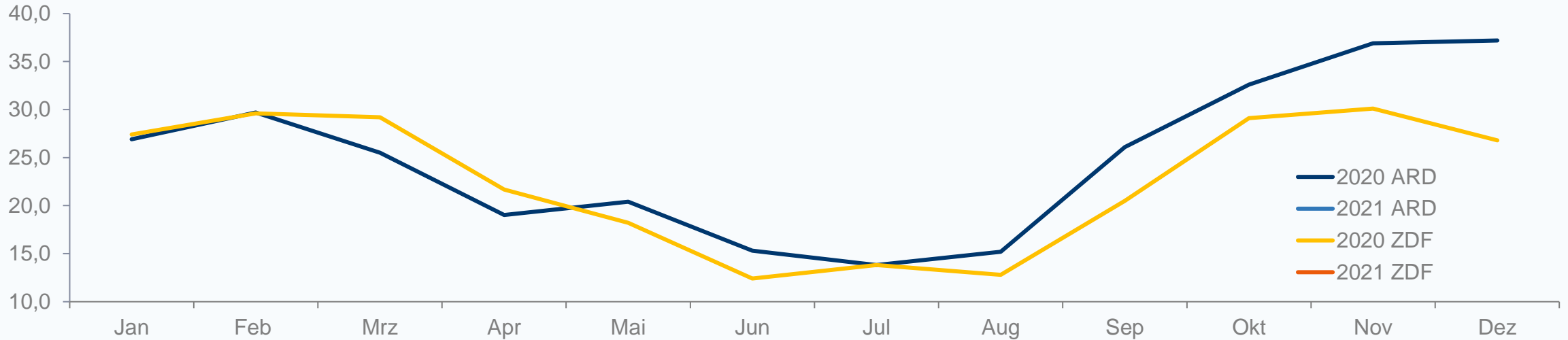
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
TV Gesamt	2019 vs. VJ	1,5	-1,0	-7,2	-1,3	-5,3	9,5	11,9	1,8	1,7	0,7	0,3	1,3	0,6
TV Gesamt	2020 vs. VJ	4,2	3,8	-1,1	-21,9	-19,0	-12,3	-8,2	4,8	-2,6	0,3	8,7	11,3	-1,8
TV Gesamt	2021 vs. VJ	-9,5												

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

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

In Mio. €



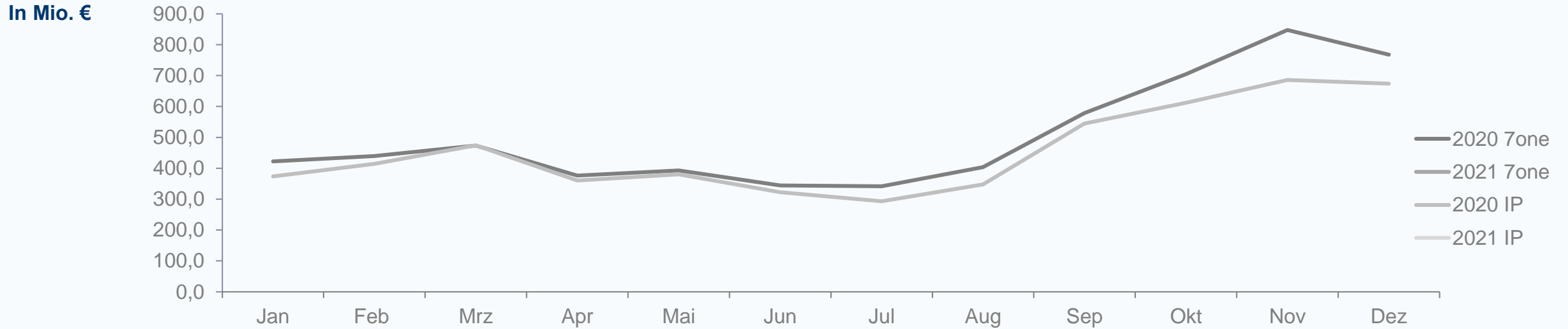
Veränderung in %

	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
ARD	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
ARD	2021 vs. VJ	-21,7												
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
ZDF	2021 vs. VJ	-25,8												

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

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



Veränderung in %

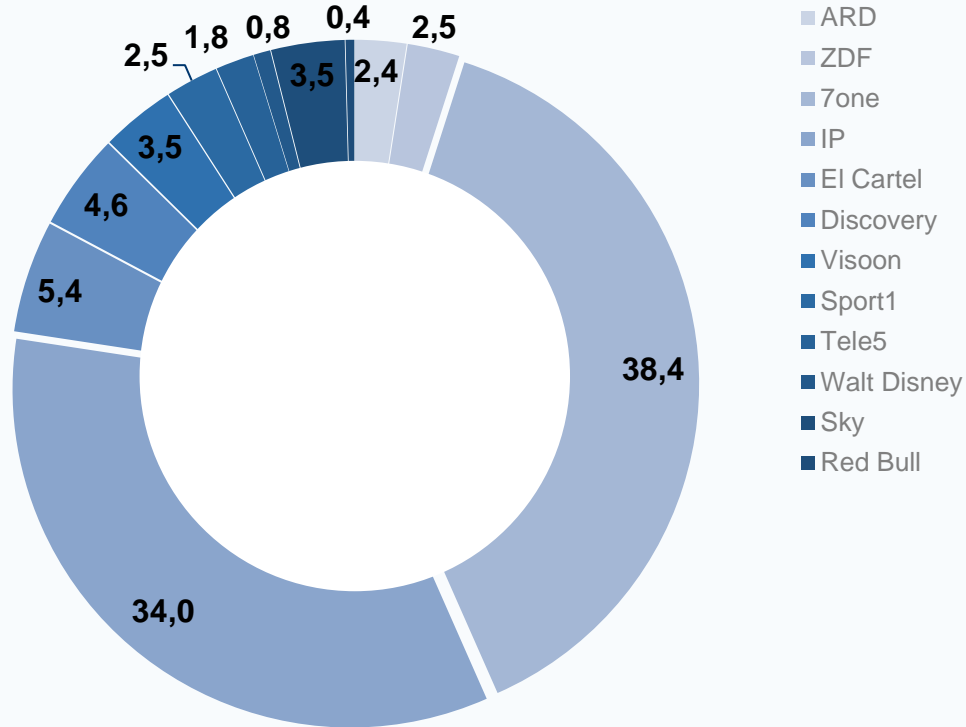
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
7one	2020 vs. VJ	2,6	-3,8	-2,6	-21,0	-25,0	-18,2	-11,0	1,9	-8,4	-2,5	14,6	8,2	-4,2
7one	2021 vs. VJ	-13,7												
IP	2020 vs. VJ	6,0	7,2	3,8	-16,7	-14,6	-13,2	-5,6	14,9	6,2	2,1	9,9	19,9	2,4
IP	2021 vs. VJ	-8,9												

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

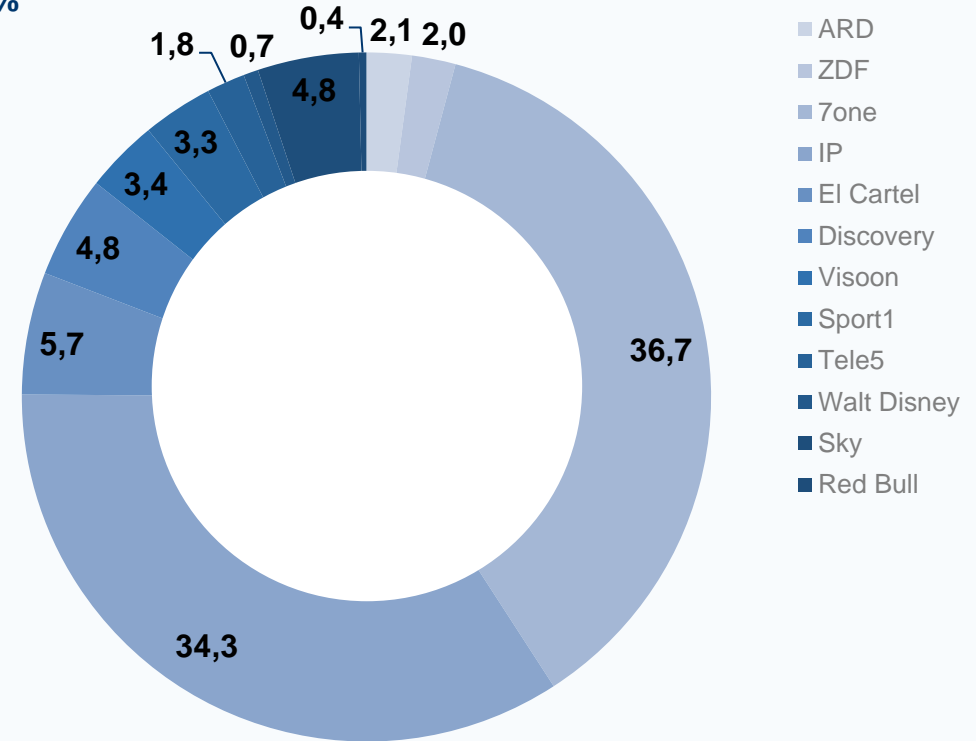
Anteil der Werbeumsätze im TV in %; Januar 2021

In %



1.098,8 Mio. € = 100%
Januar 2020

In %



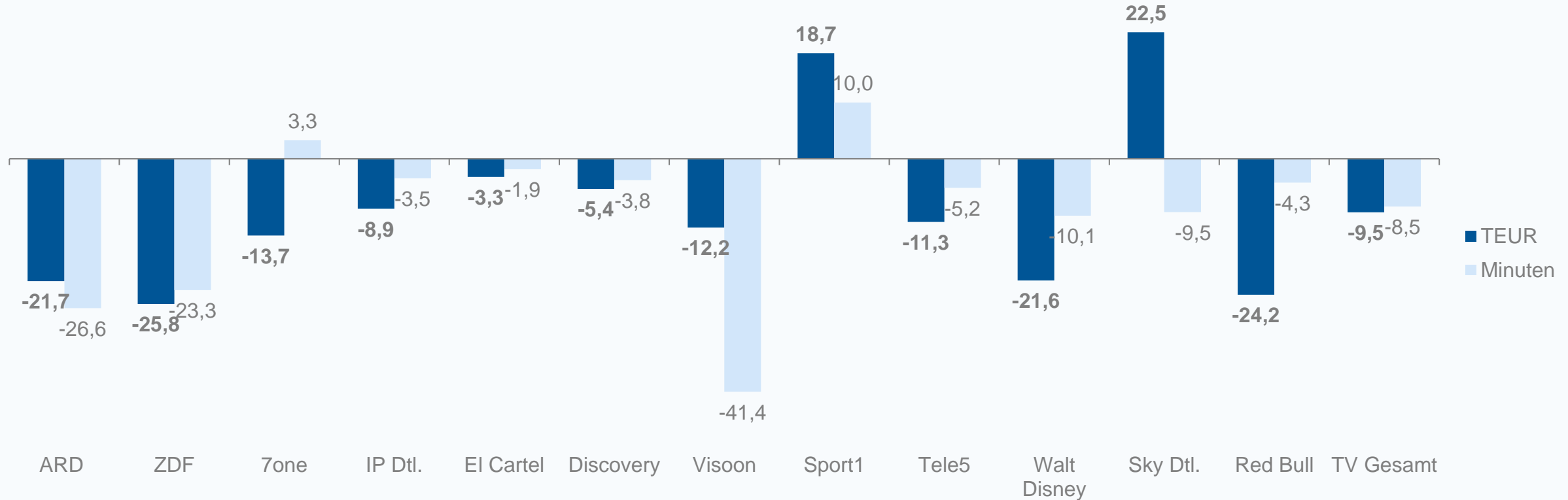
994,1 Mio. € = 100%
Januar 2021

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Veränderung der TV Vermarkter z. VJ in %; Januar 2021

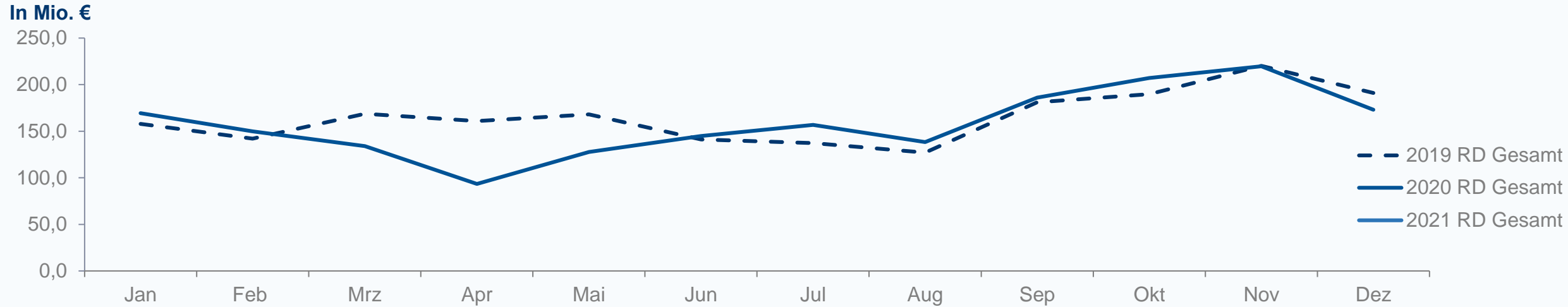
In %



Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Entwicklung RD in Mio. €



Veränderung in %

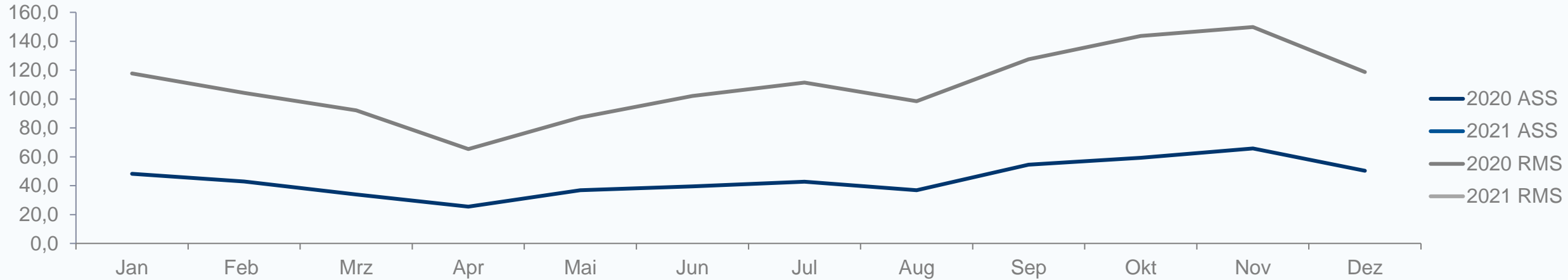
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
RD Gesamt	2019 vs. VJ	3,0	2,6	-0,4	7,3	3,4	-9,8	6,2	4,2	3,3	-2,7	1,2	3,6	1,6
RD Gesamt	2020 vs. VJ	7,3	5,5	-20,7	-41,9	-24,0	2,7	14,3	9,0	2,8	9,1	-0,2	-9,5	-4,3
RD Gesamt	2021 vs. VJ	-44,8												

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

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

In Mio. €



Veränderung in %

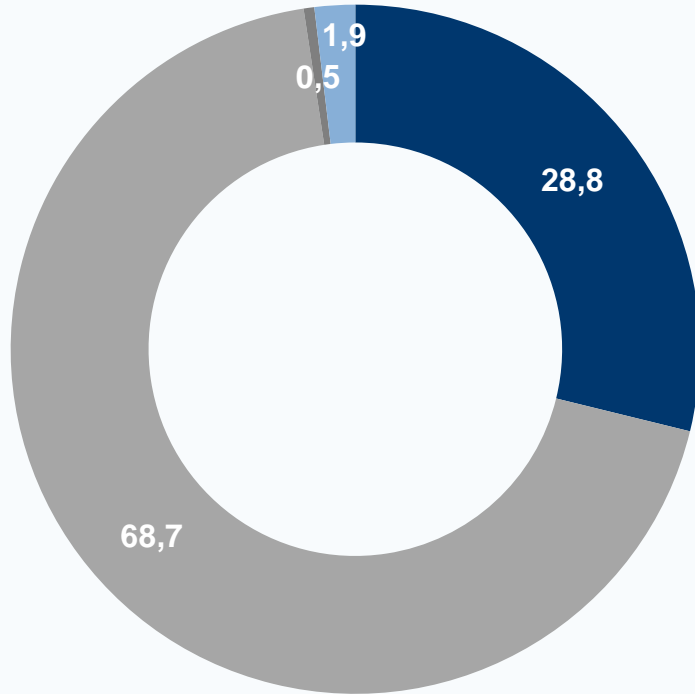
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
ARD/ASS Gesamt	2020 vs. VJ	-1,4	1,1	-20,9	-44,1	-20,5	-0,5	19,8	13,3	8,6	10,9	1,5	-10,6	-4,2
ARD/ASS Gesamt	2021 vs. VJ	-47,2												
RMS	2020 vs. VJ	12,1	7,8	-20,7	-41,1	-25,9	4,3	14,1	7,9	0,7	8,7	-0,3	-8,2	-3,9
RMS	2021 vs. VJ	-43,6												

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Anteil der Werbeumsätze im RD in %; Januar 2021

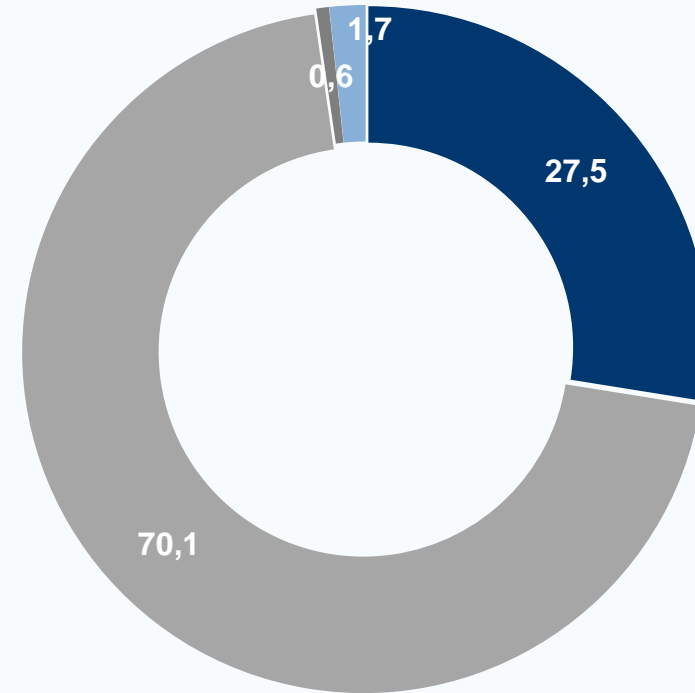
In %



172,18 Mio. € = 100%
Januar 2020

In %

- ARD/ ASS Gesamt
- RMS
- ENERGY MEDIA
- EURO KLASSIK



95,18 Mio. € = 100%
Januar 2021

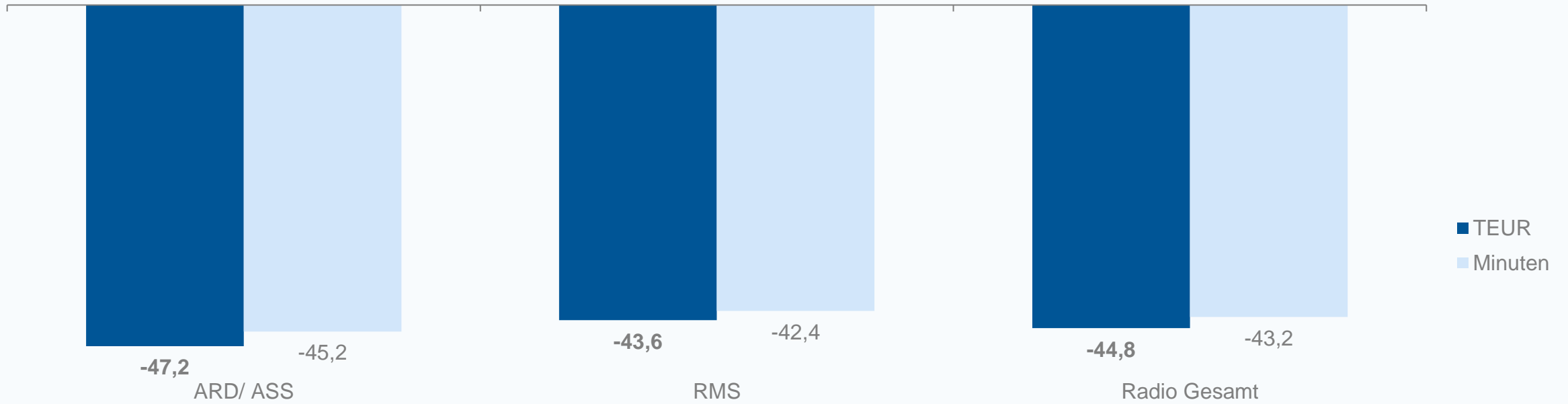
- ARD/ ASS Gesamt
- RMS
- ENERGY MEDIA
- EURO KLASSIK

Quelle: Nielsen

Werbetrend Januar 2021

Veränderung der RD Vermarkter z. VJ in %; Januar 2021

In %



Quelle: Nielsen