



WERBETREND

September 2020

Werbetrend September 2020

Aktuelle Entwicklung im September

Nachdem sich im Monat August eine leichte Erholung der Werbekonjunktur andeutete (-0,9% zu VJ) sind die von Nielsen erfassten Brutto-Werbependings im September im Vergleich zum Vorjahr erneut deutlicher zurückgegangen (-4,6%).

Für die im Werbetrend ausgewiesenen Medien bedeutet das für den Monat September einen Verlust in Höhe von -150,5 Mio. € (Brutto). Im Monat August lag der Rückgang nur bei – 20,6 Mio. € (Juli: -148 Mio. / Juni: € -298 Mio. € / Mai -594 Mio. €).

Im Monat September konnte nur **Radio** zulegen (+2,8%). Die übrigen erfassten Medien liegen aktuell im Minus.

Prozentual betrachtet sinken die Umsätze im September nach wie vor am stärksten in den **Kinos** mit -70,4%. Die Spendings im **Fernsehen** sinken im September im Vergleich zum Vorjahr um -2,6%. Im Printbereich ging der Umsatz im September bei dem **Publikumszeitschriften** um -11% bei den **Tageszeitungen** um -6,5% zurück. Auch **Out-of-Home** (-6,8%) lag im September deutlich unter Vorjahr. Die von Nielsen im Werbetrend ausgewiesenen **Onlinemedien** lagen im September auf Vorjahresniveau (-0,3%).

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

Werbetrend September 2020

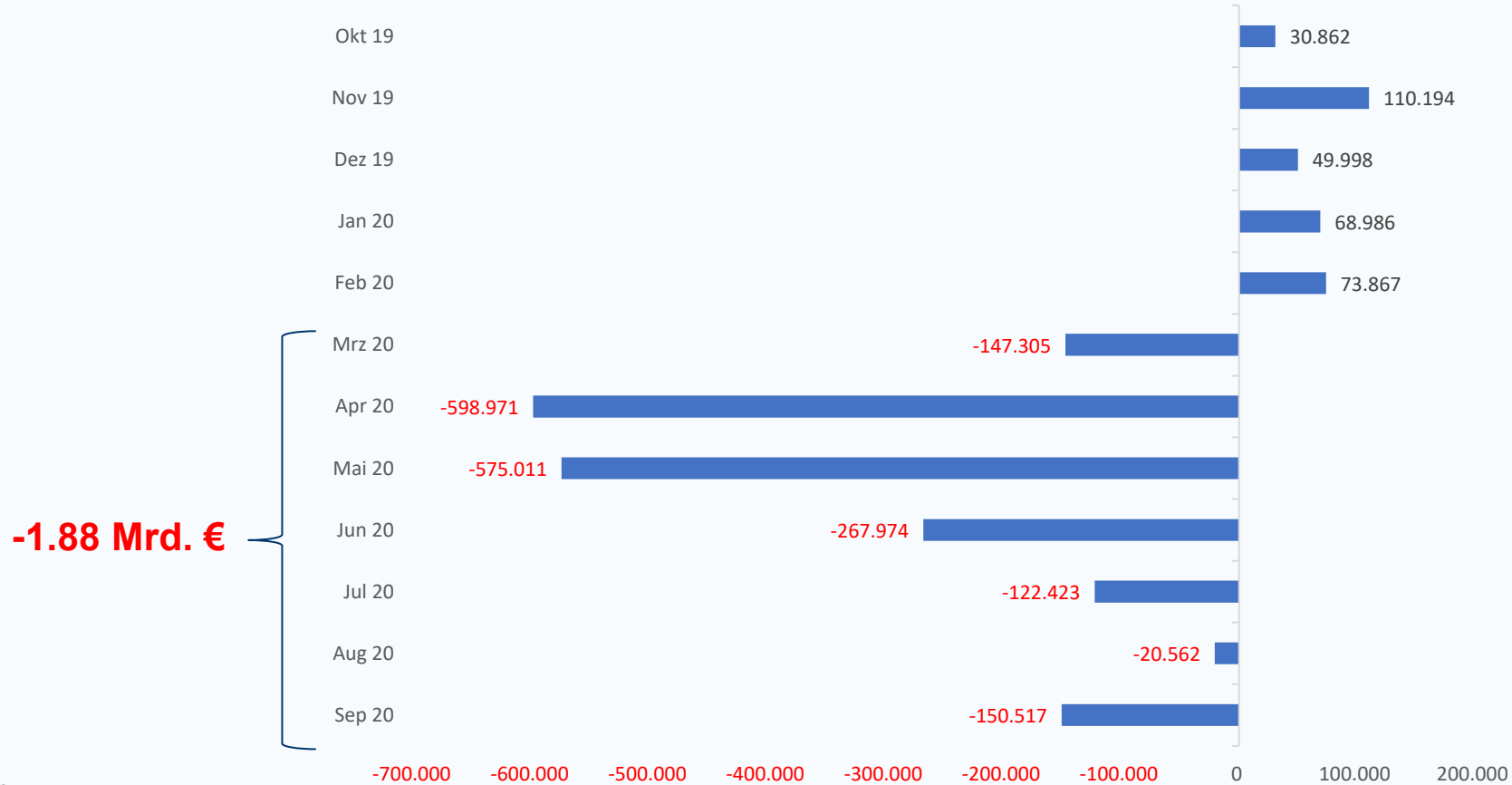
Key Facts Januar bis September

- In Folge der Corona Krise verliert der **Werbemarkt Gesamt** im Zeitraum Januar- September 2020 weiterhin mit einer Veränderung von -7,0% im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum.
- **TV** weist im Zeitraum Januar- September 2020 eine Veränderung von -6,2% im Vergleich zum Vorjahr auf. ARD DAS ERSTE verändert sich hierbei um -4,7%, das ZDF weist eine Veränderung um -4,9% auf.
- **Radio** schrumpft im Zeitraum Januar- September 2020 im Vergleich zum Vorjahr um -6,0%. Der Umsatz von ARD/AS&S-Radio weist hierbei im Vergleich zum Vorjahr eine Veränderung von -6,3% (RMS -5,6%) auf.
- **Online** wächst im Zeitraum Januar- September 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit einer Veränderung um +2,1%.
- Die **Printmedien** entwickeln sich im Zeitraum Januar- September 2020 mit einer Veränderung von -9,5% im Vergleich zum Vorjahr.
- **Out-of-Home** entwickelt sich mit einer Veränderung von -8,4% im Zeitraum Januar- September 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
- Die **Werbeseudungen** weisen im Zeitraum Januar- September 2020 eine Veränderung von -12,7% auf.

Werbetrend September 2020

Veränderung zum VJ in TEUR

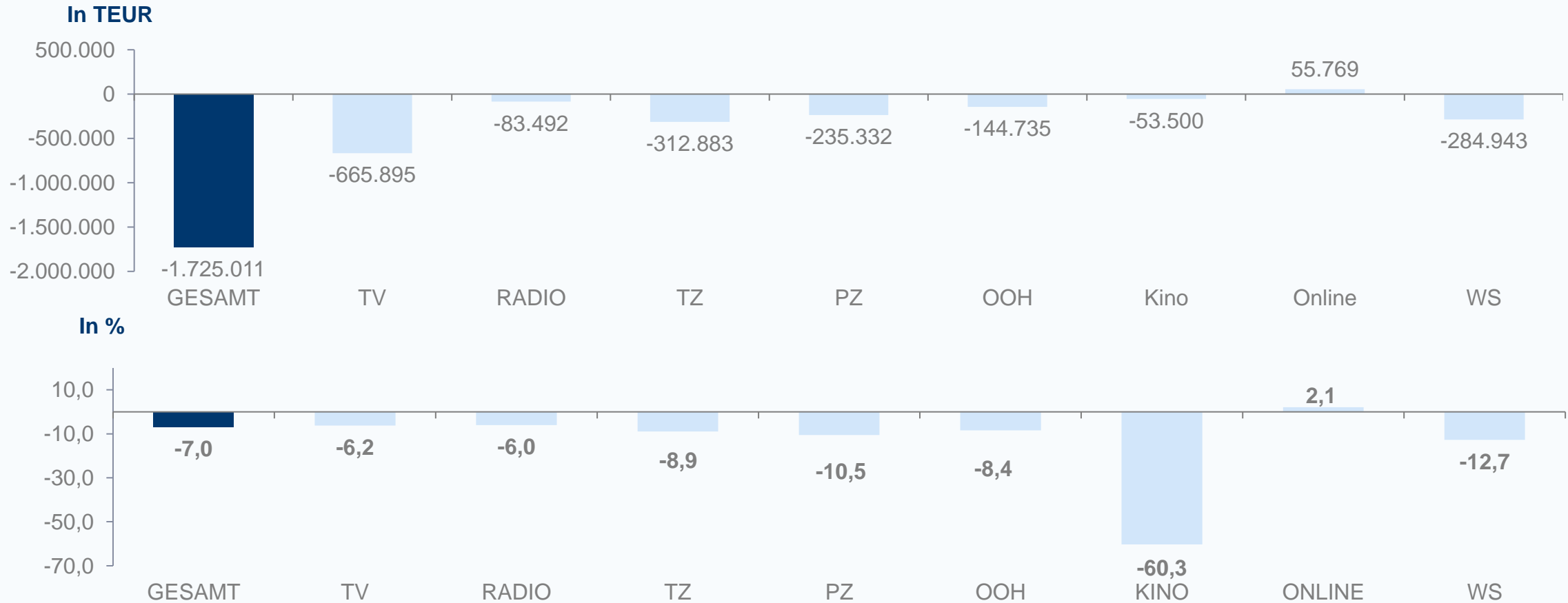
Werbemarkt Gesamt



Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

Veränderung zum VJ; Januar- September 2020

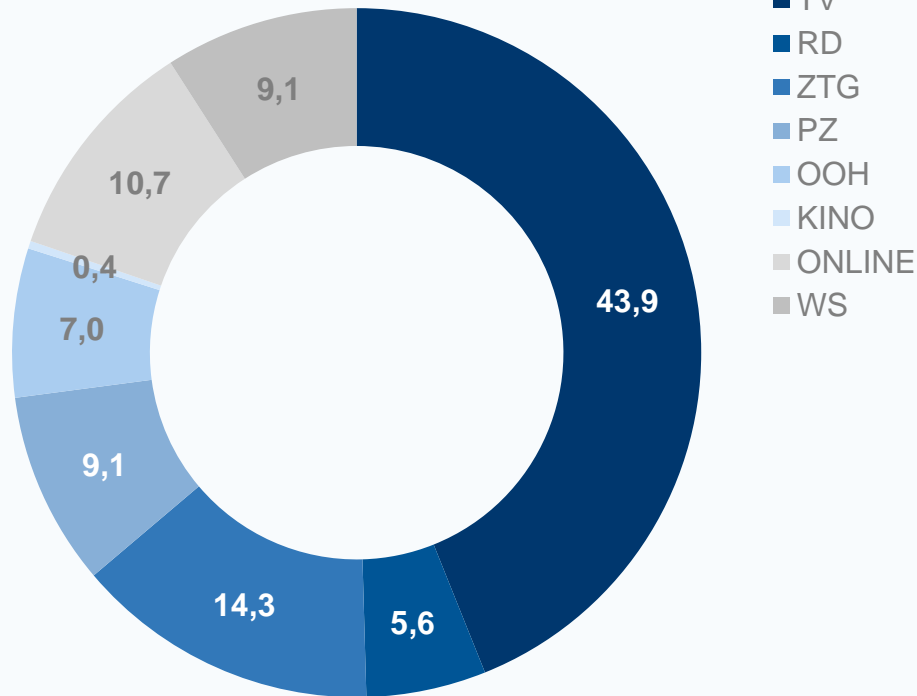


Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

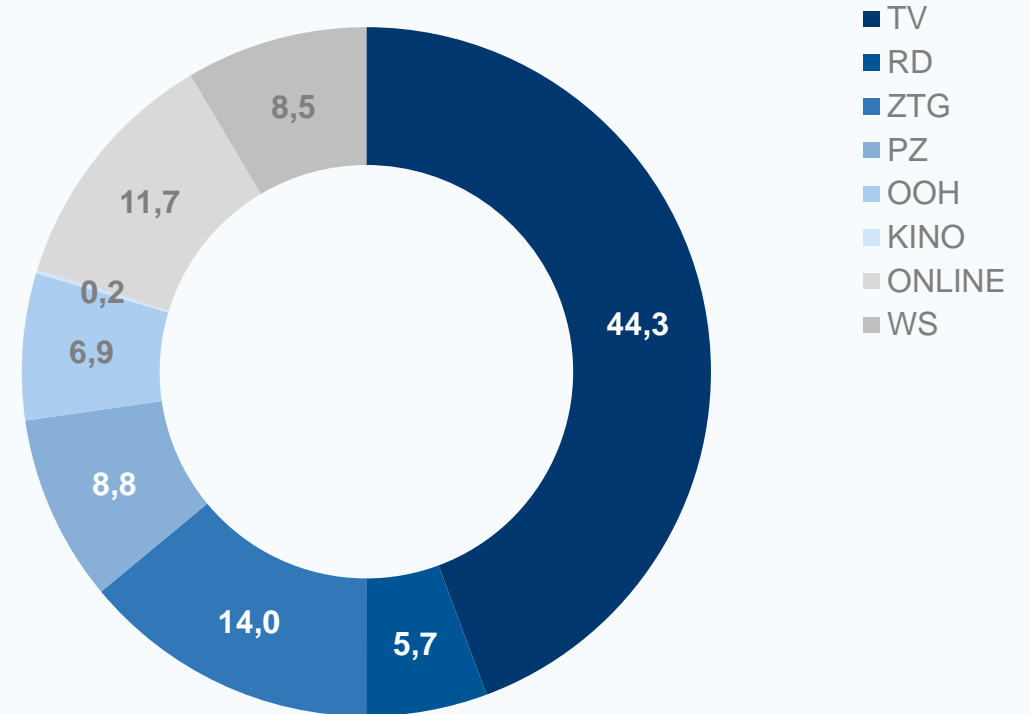
Anteil d. Medien am Gesamtmarkt in %; Januar- September 2020

In %



24,61 Mrd. = 100%
Januar- September 2019

In %



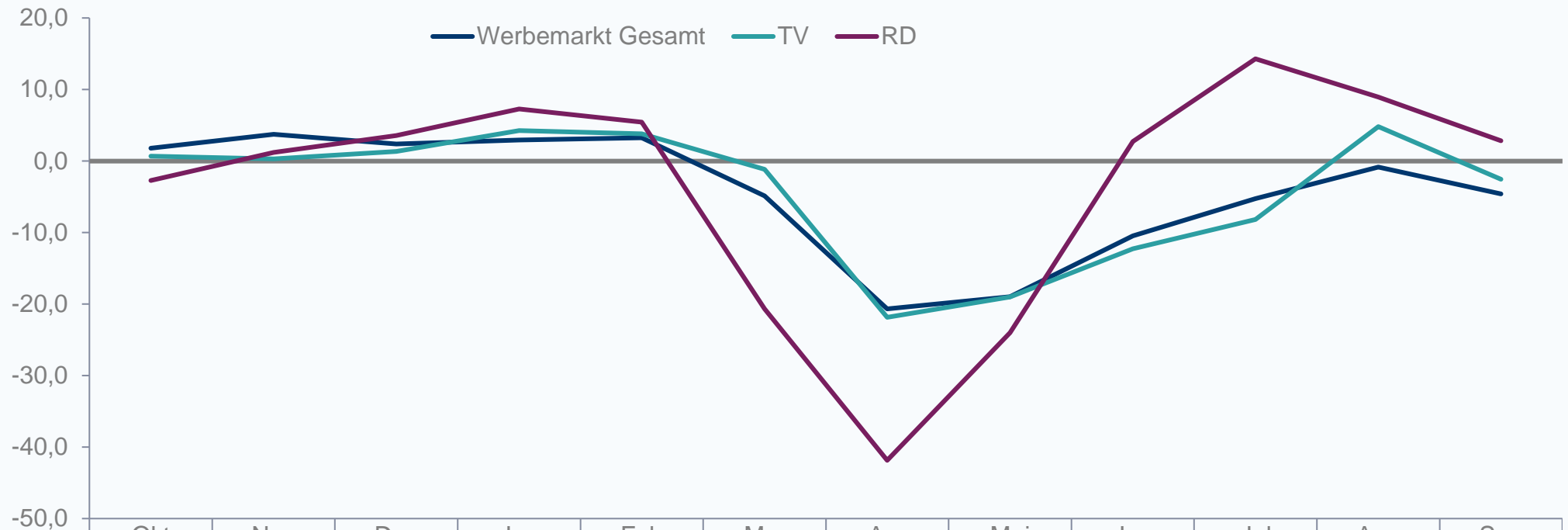
22,88 Mrd. = 100%
Januar- September 2020

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

Entwicklung der Werbeumsätze in %; Januar- September 2020

Wachstumsrate
in %



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

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

Übersicht Medien bereinigter Werbetrend von Nielsen; Januar- September 2020

	2019	2020	+/- TEUR	+/- %	Anteil 2019	Anteil 2020
Gesamtmarkt	24.605.550	22.880.539	-1.725.011	-7,0 %	100,0 %	100,0 %
Print	5.747.584	5.199.368	-548.215	-9,5 %	23,4 %	22,7 %
ZEITUNGEN	3.509.748	3.196.865	-312.883	-8,9 %	14,3 %	14,0 %
PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN	2.237.836	2.002.504	-235.332	-10,5 %	9,1 %	8,8 %
OUT OF HOME	1.719.340	1.574.604	-144.735	-8,4 %	7,0 %	6,9 %
FERNSEHEN	10.807.694	10.141.800	-665.895	-6,2 %	43,9 %	44,3 %
RADIO	1.384.021	1.300.528	-83.492	-6,0 %	5,6 %	5,7 %
ONLINE	2.622.999	2.678.768	55.769	2,1 %	10,7 %	11,7 %
KINO	88.732	35.233	-53.500	-60,3 %	0,4 %	0,2 %
WERBESENDUNGEN	2.235.181	1.950.238	-284.943	-12,7 %	9,1 %	8,5 %

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

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

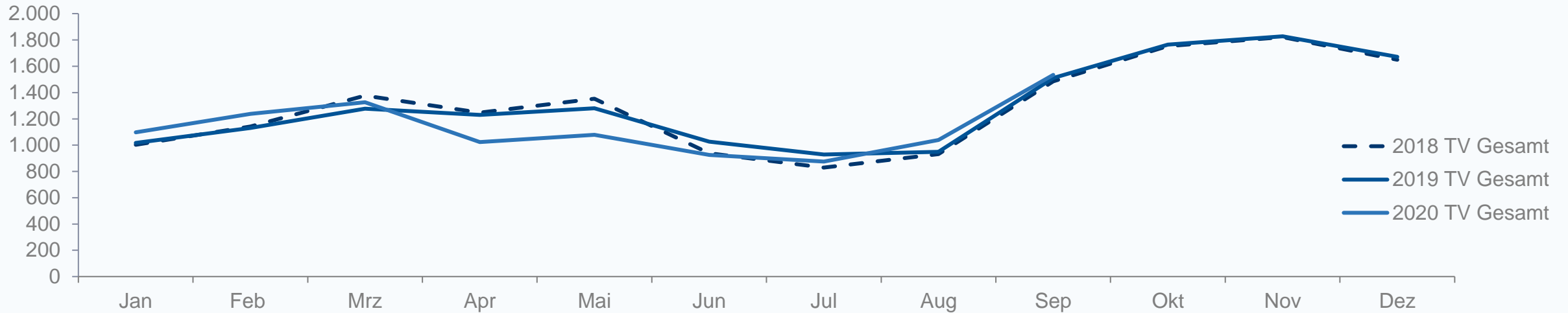
		2019	2020	+/- %	Anteil 2019	Anteil 2020
OOH	Gesamt	1.719.340	1.574.604	-8,4	100,0	100,0
OOH	PLAKAT	1.140.824	1.035.959	-9,2	66,4	65,8
OOH	TRANSPORT MEDIA	408.015	384.479	-5,8	23,7	24,4
OOH	AT-RETAIL-MEDIA	137.340	144.113	4,9	8,0	9,2
OOH	AMBIENT MEDIA	33.161	10.054	-69,7	1,9	0,6
Online	Gesamt	2.622.999	2.678.768	2,1	100,0	100,0
Online	DESKTOP	1.799.797	1.652.571	-8,2	68,6	61,7
Online	MOBILE	823.202	1.026.197	24,7	31,4	38,3

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

Entwicklung TV in Mio. €; inkl. Sponsoring

In Mio. €



Veränderung in %

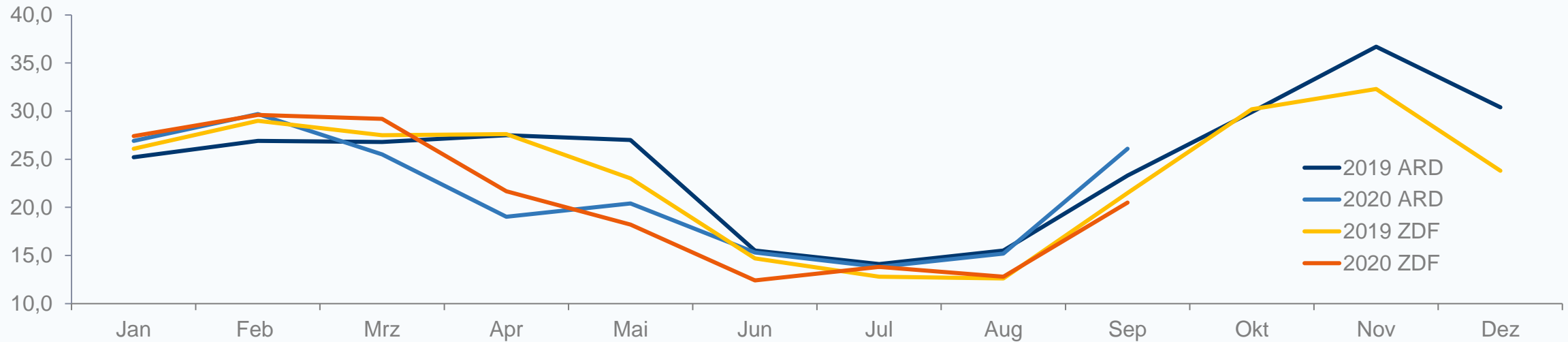
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
TV Gesamt	2018 vs. VJ	4,4	3,5	-1,8	-3,8	6,0	-8,8	-8,5	2,8	6,0	2,3	-1,5	-2,2	0,0
TV Gesamt	2019 vs. VJ	1,5	-1,0	-7,2	-1,3	-5,3	9,5	11,9	1,8	1,7	0,7	0,3	1,3	0,6
TV Gesamt	2020 vs. VJ	4,2	3,8	-1,1	-21,9	-19,0	-12,3	-8,2	4,8	-2,6				-6,2

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

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

In Mio. €



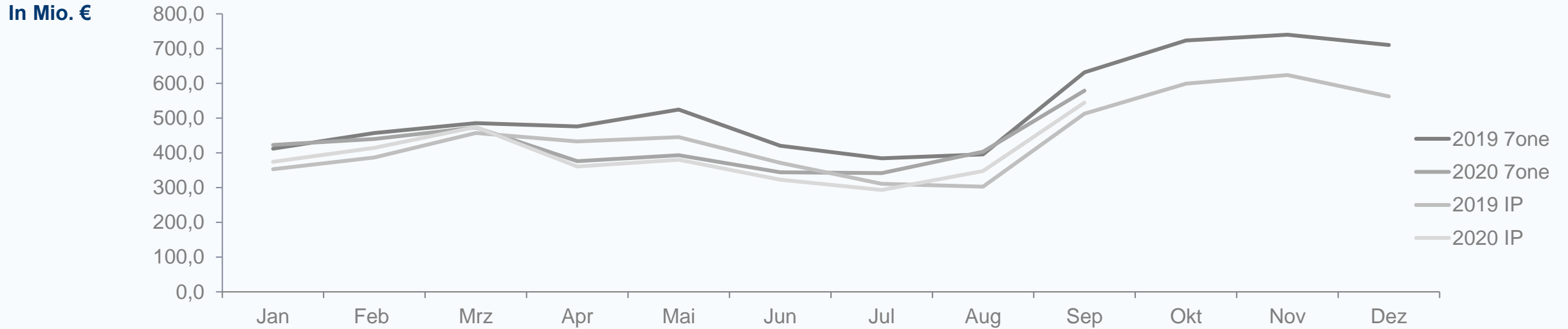
Veränderung in %

	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				-4,7
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				-4,9

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

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



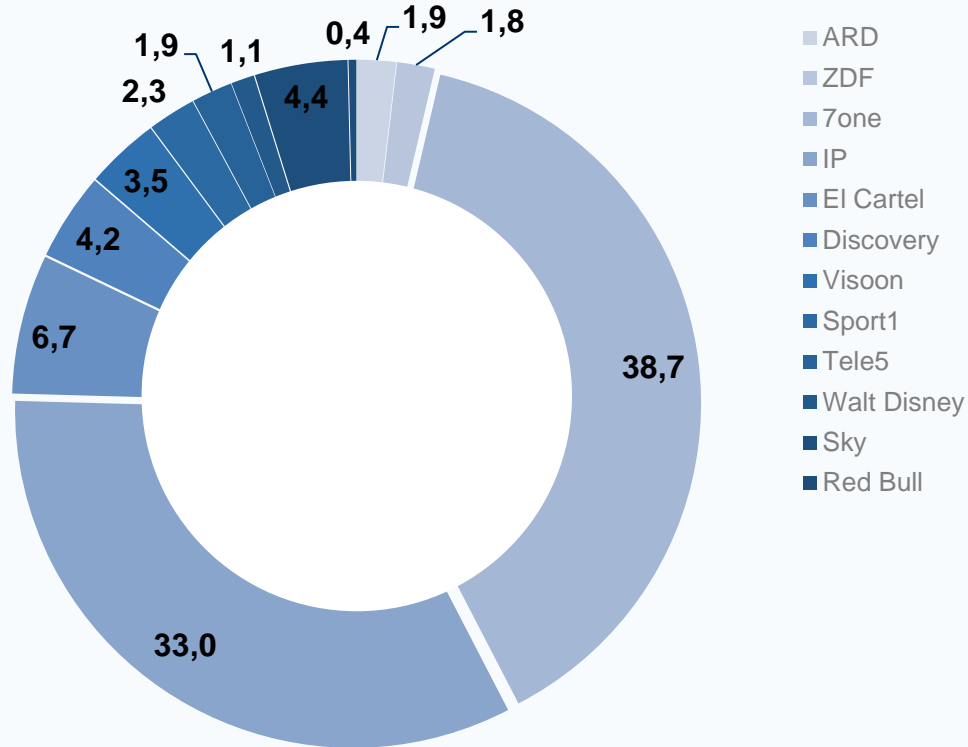
Veränderung in %														
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
7one	2019 vs. VJ	-1,7	-2,4	-9,5	-0,5	-4,1	11,3	14,2	4,1	0,6	-4,3	-4,4	-1,6	-1,0
7one	2020 vs. VJ	2,6	-3,8	-2,6	-21,0	-25,0	-18,2	-11,0	1,9	-8,4				-9,9
IP	2019 vs. VJ	4,8	1,9	-7,1	-1,0	-6,7	18,9	12,4	-3,0	4,8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

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

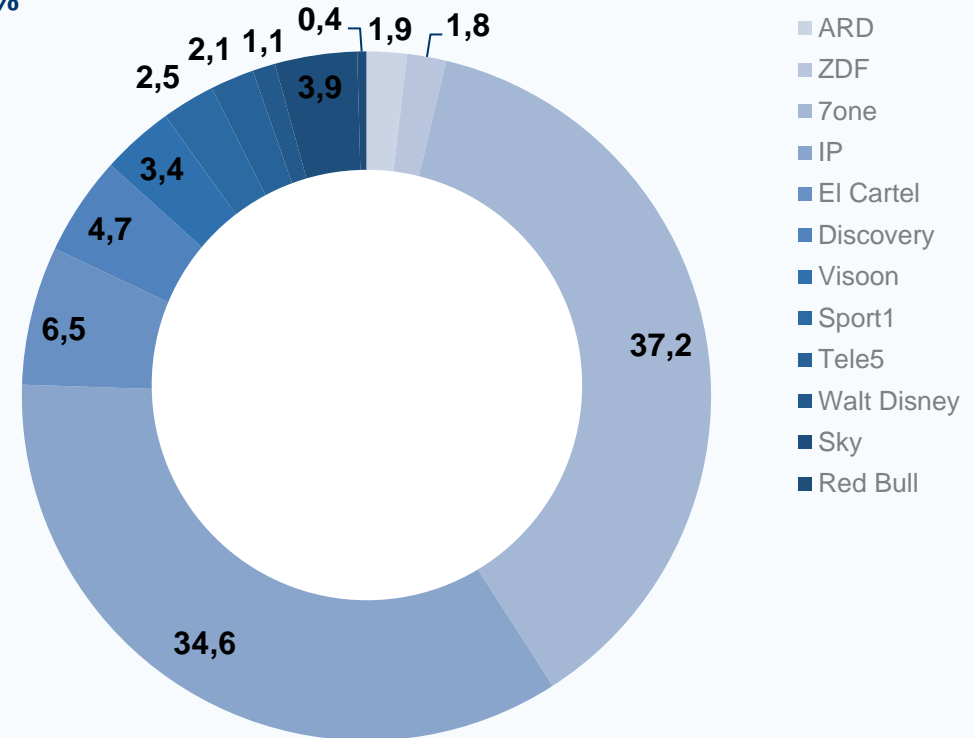
Anteil der Werbeumsätze im TV in %; Januar- September 2020

In %



10,808 Mrd. = 100%
Januar- September 2019

In %



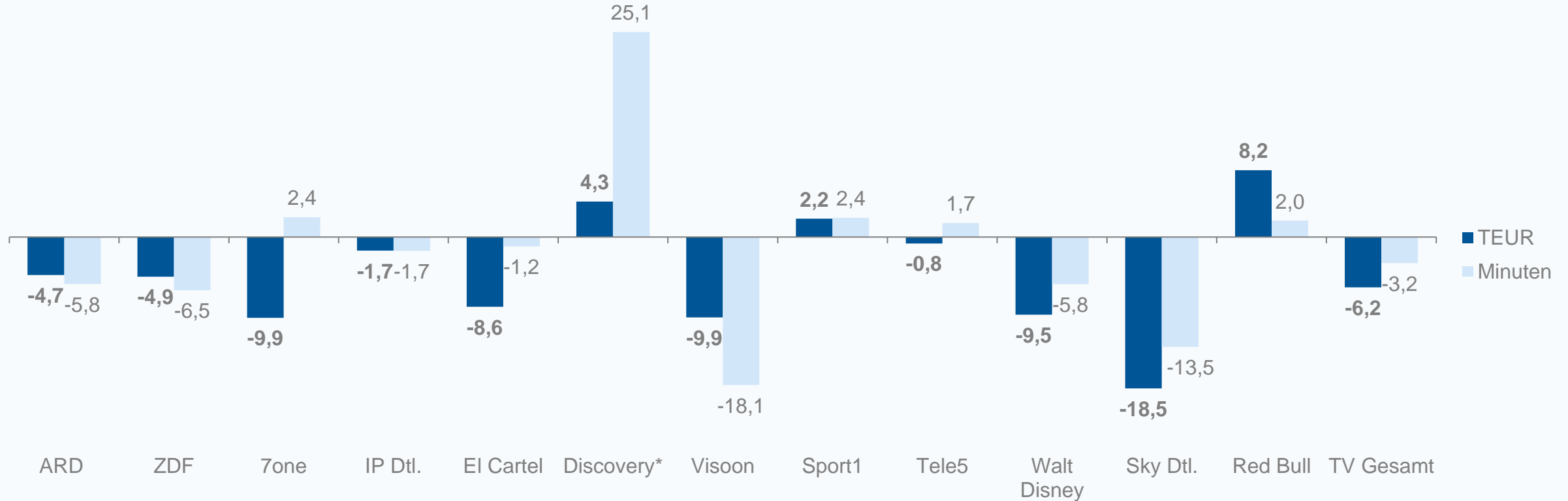
10,142 Mrd. = 100%
Januar- September 2020

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

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

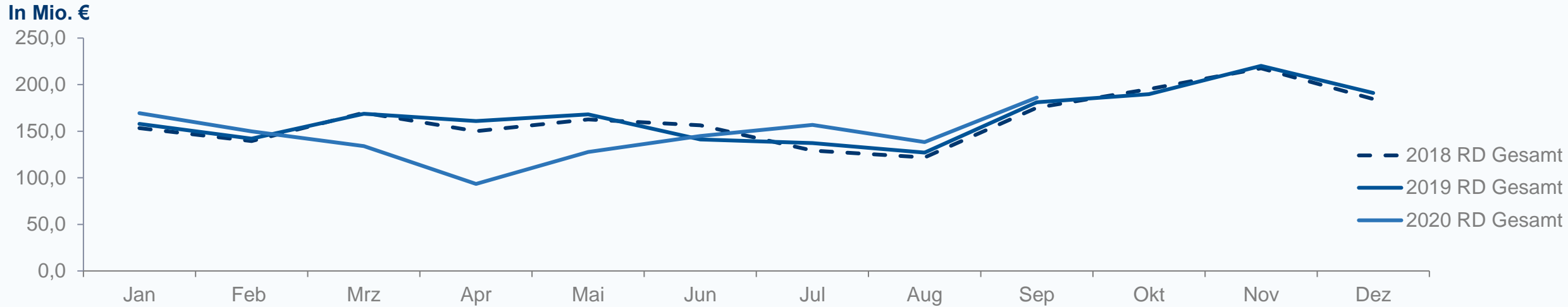
In %



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

Werbetrend September 2020

Entwicklung RD in Mio. €



Veränderung in %

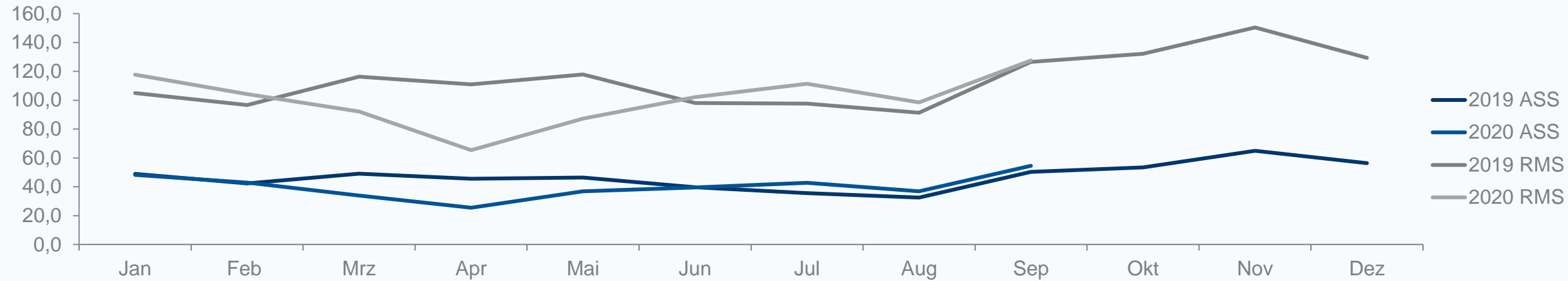
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø-Ges.
RD Gesamt	2018 vs. VJ	5,7	1,1	1,1	-3,1	7,8	5,2	5,9	-3,4	-5,2	4,1	7,1	-2,2	2,0
RD Gesamt	2019 vs. VJ	3,0	2,6	-0,4	7,3	3,4	-9,8	6,2	4,2	3,3	-2,7	1,2	3,6	1,6
RD Gesamt	2020 vs. VJ	7,3	5,5	-20,7	-41,9	-24,0	2,7	14,3	9,0	2,8				-6,0

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

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

In Mio. €



Veränderung in %

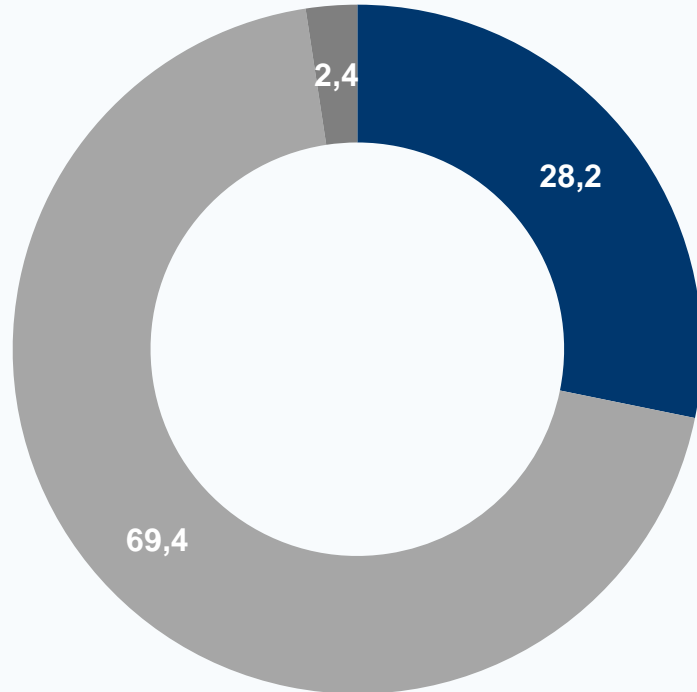
	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø- Ges.
ARD/ASS Gesamt	2019 vs. VJ	-2,5	-4,4	-10,0	-0,4	-4,6	-15,5	-8,0	-6,7	-5,3	-7,1	-3,2	-1,3	-5,6
ARD/ASS Gesamt	2020 vs. VJ	-1,4	1,1	-20,9	-44,1	-20,5	-0,5	19,8	13,3	8,6				-6,3
RMS	2019 vs. VJ	3,8	4,4	3,8	9,4	6,0	-7,3	11,0	5,8	6,3	-1,1	2,7	5,2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

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

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

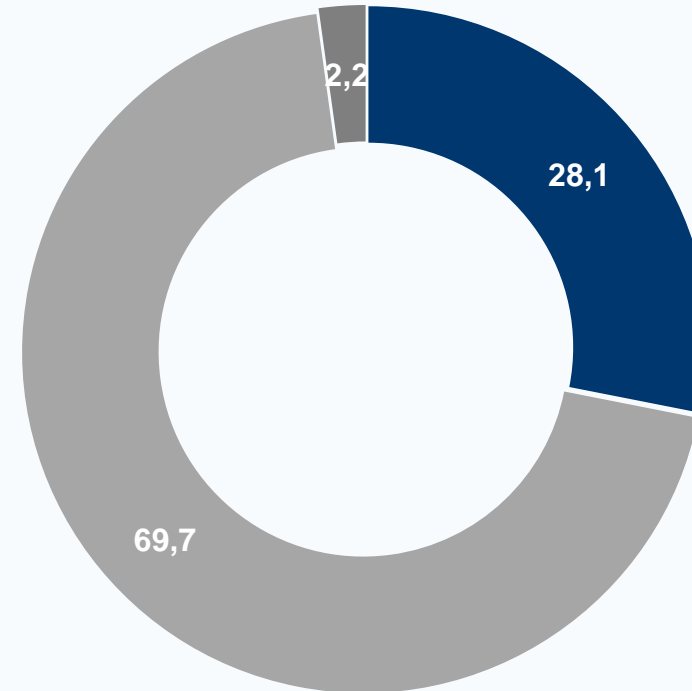
In %



1,384 Mrd. = 100%
Januar- September 2019

In %

- ARD/ ASS Gesamt
- RMS
- EURO KLASSIK



1,301 Mrd. = 100%
Januar- September 2020

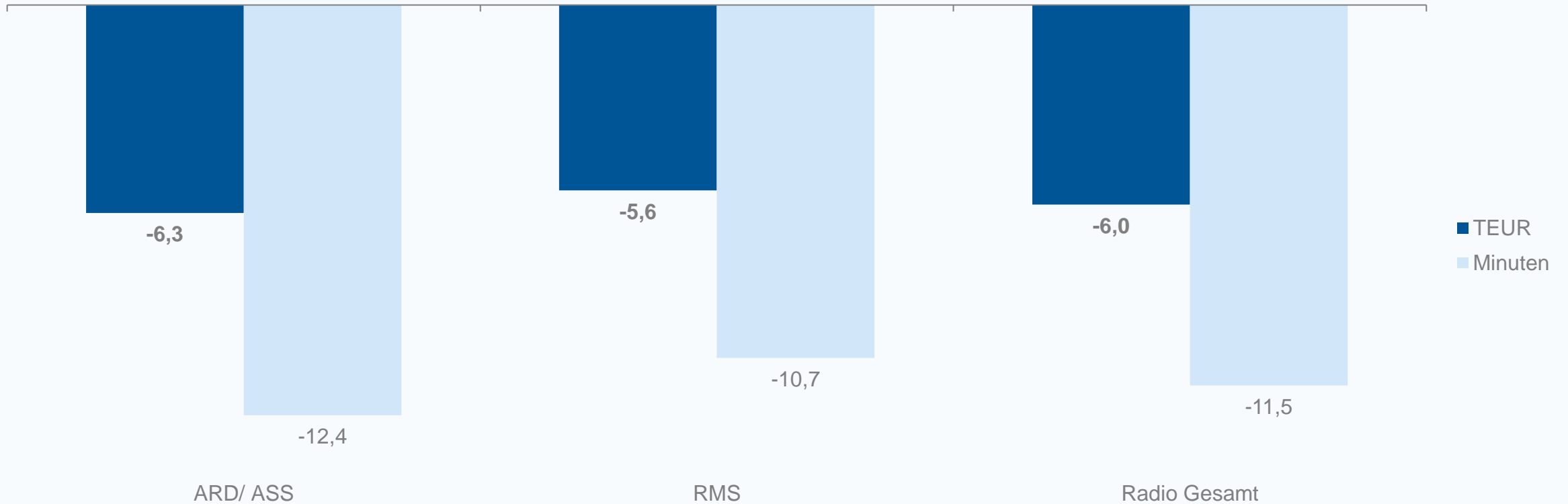
- ARD/ ASS Gesamt
- RMS
- EURO KLASSIK

Quelle: Nielsen

Werbetrend September 2020

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

In %



Quelle: Nielsen