

# BRUTTO- WERBEMARKT

ENTWICKLUNG DER WERBEINVESTITIONEN

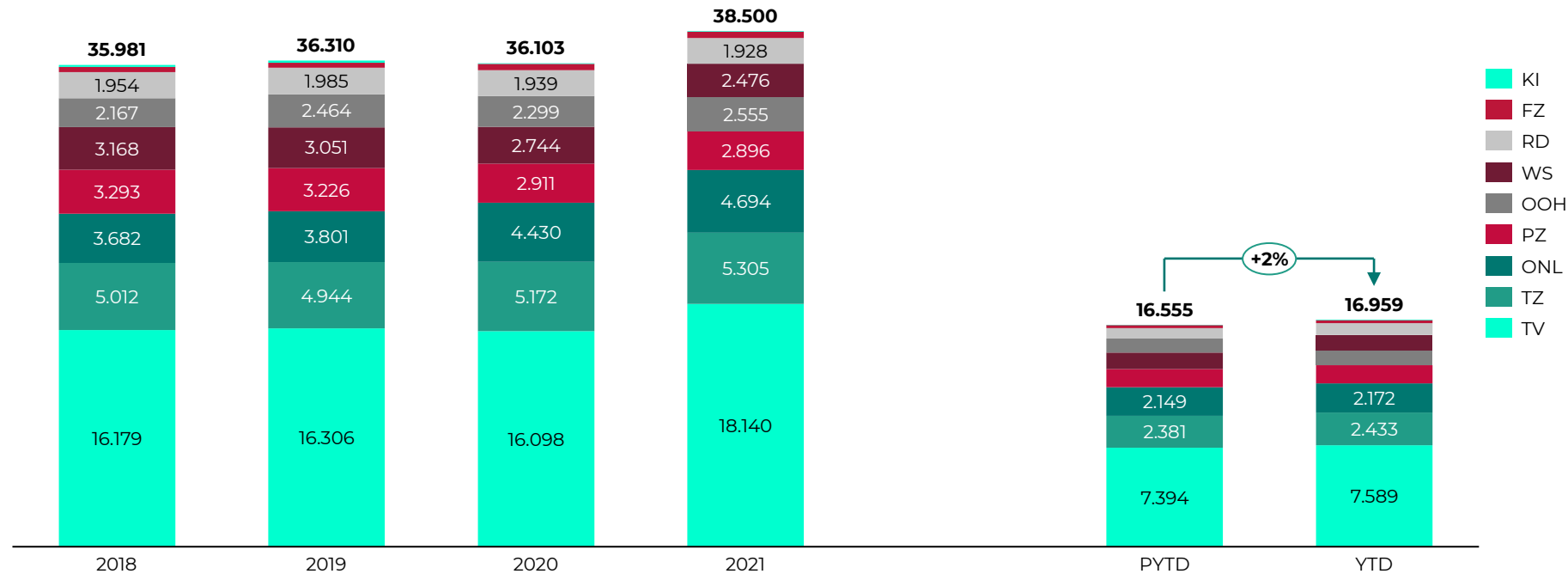
# NACH STARKEM WERBEJAHR 2021 AUCH YTD BISLANG ZUGEWINNE BEI DEN BRUTTO-WERBEINVESTITIONEN (+2%); ALLE MEDIEN AUßER WERBESENDUNGEN IM PLUS

DENNOCH KONKURRIERT DER WERBEMARKT V.A. AB APRIL MIT EINEM EXTREM STARKEN VORJAHR 2021; ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNG BLEIBEN ABZUWARTEN

Nielsen Brutto

## Entwicklung Mediengruppen nach Jahren

Angaben in Mio. €



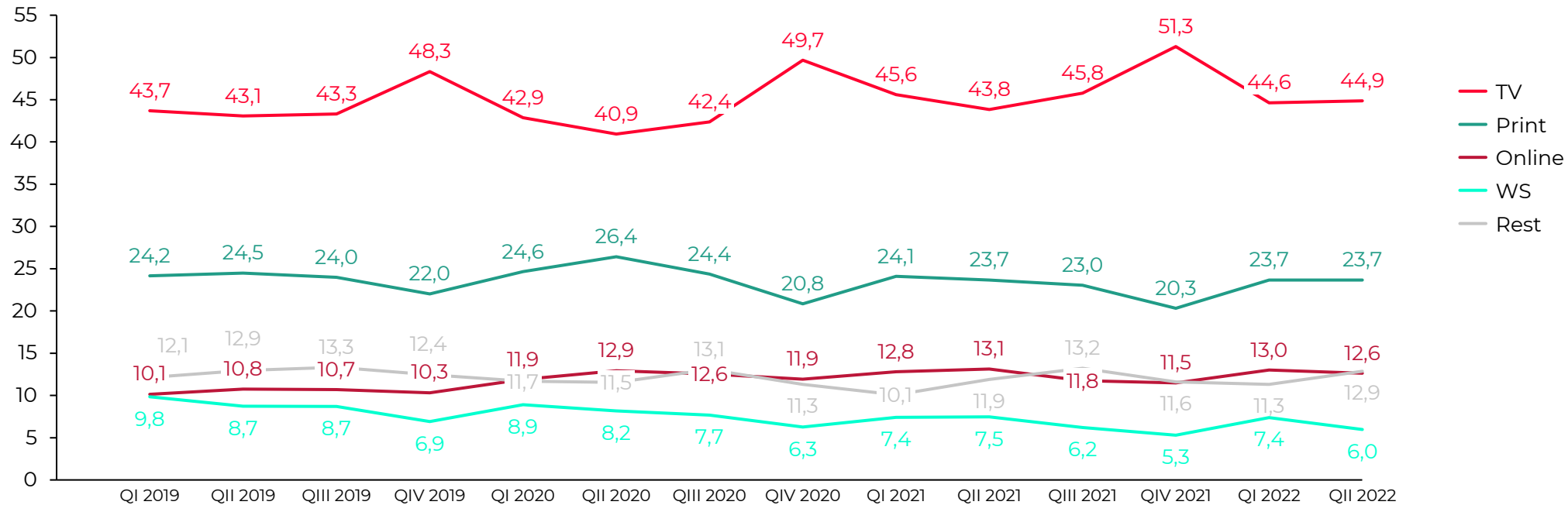
# TV VERLOR Q1-Q3 2020 ÜBERDURCHSCHNITTlich, KONNTE SICH AB Q4 2020 ABER AUCH BESONDERS STARK ERHOLEN

DAS HOHE NIVEAU HÄLT AN: SEIT Q4 2020 LIEGT DER TV-QUARTALSSHARE DURCHGEHEND ÜBER DEN VERGLEICHQUARTALEN 2019

Nielsen Brutto

## Entwicklung Media-Shares nach Quartalen\*

Angaben in %



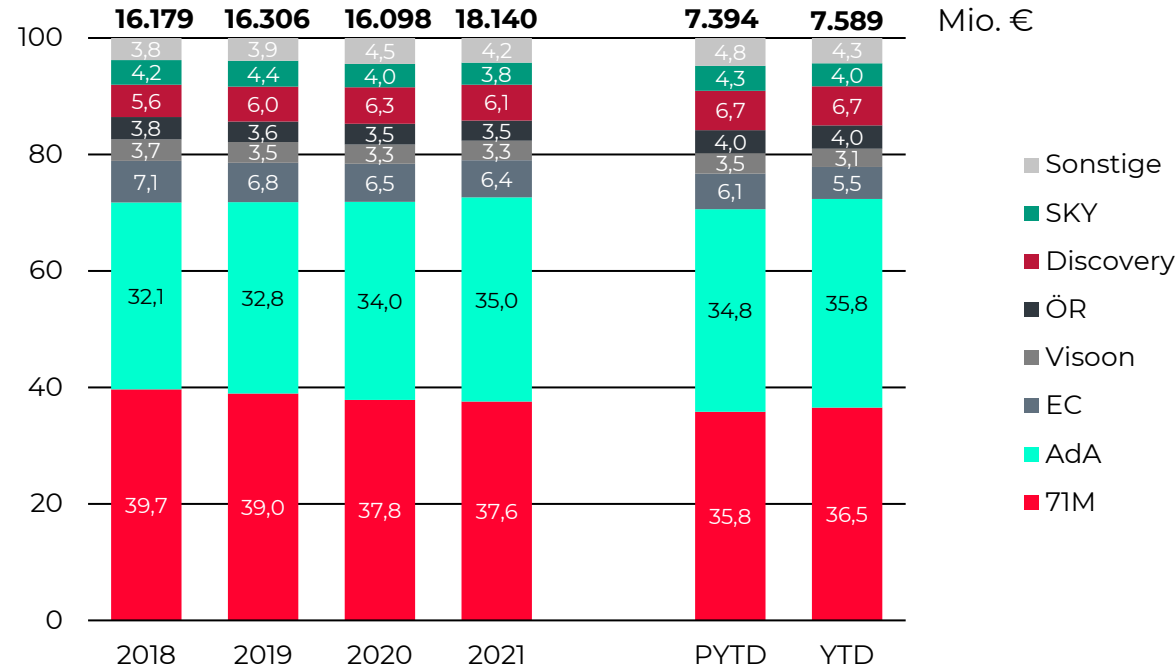
# TV-WERBEMARKT: SEVEN.ONE MEDIA IST DER GRÖSSTE TV-VERMARKTER

## DIE DEUTSCHE TV-SENDERLANDSCHAFT IST STARK FRAGMENTIERT

Nielsen Brutto

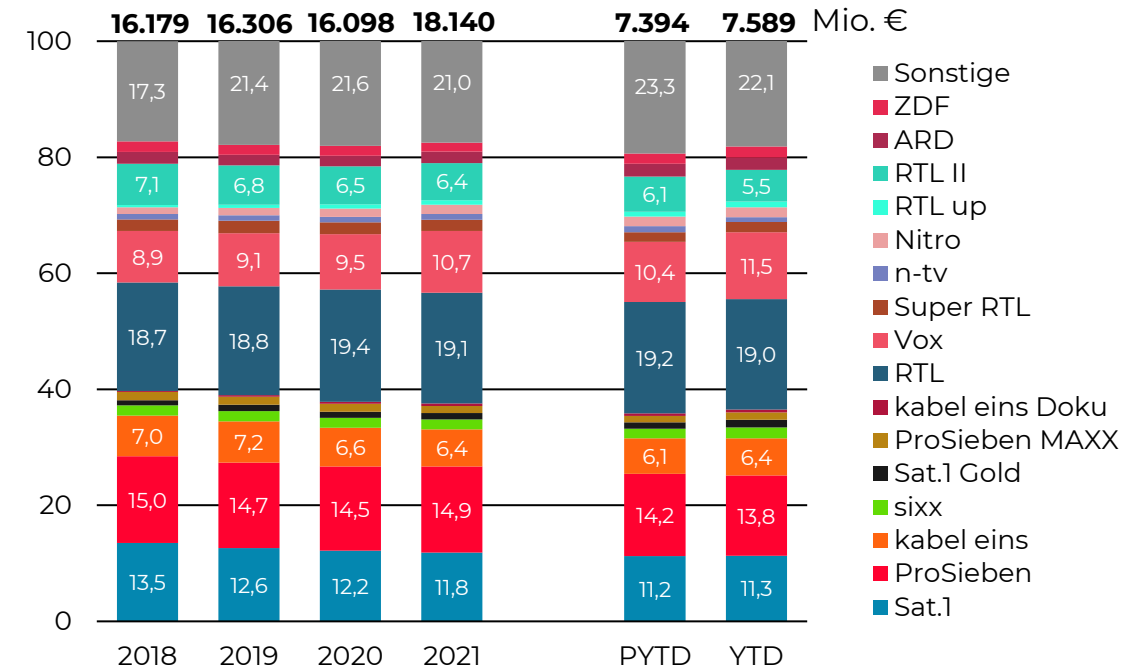
### Entwicklung TV-Vermarktershares

Angaben in %



### Entwicklung TV-Sendershares

Angaben in %



# GESUNDHEIT + PHARMA, HAUS + GARTEN, FINANZEN UND TELEKOMMUNIKATION ERHÖHEN YTD IHRE TV-WERBEINVESTITIONEN AM STÄRKSTEN

Nielsen Brutto

## Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 TV-Wirtschaftsbereiche, YTD Jan-Juni 2022 vs. PYTD

sortiert nach TV YTD  
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m ↓	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
<b>Total</b>	<b>16.959</b>	<b>404</b>	<b>2,4</b>	<b>7.589</b>	<b>195</b>	<b>2,6</b>	<b>2.172</b>	<b>23</b>	<b>1,1</b>
<b>Körperpflege</b>	1.068	-136	-11,3	926	-66	-6,6	59	-16	-21,4
<b>Ernährung</b>	1.104	7	0,6	896	22	2,5	63	-4	-6,1
<b>Dienstleistungen</b>	1.694	-127	-7,0	886	-28	-3,1	169	-111	-39,6
<b>Gesundheit + Pharmazie</b>	1.213	150	14,1	648	127	24,4	60	18	41,1
<b>Handel</b>	2.059	-226	-9,9	459	-104	-18,5	149	-33	-18,2
<b>Haus + Garten</b>	883	159	21,9	408	77	23,4	34	2	6,6
<b>Finanzen</b>	703	76	12,2	385	56	16,9	142	7	4,8
<b>Telekommunikation</b>	587	24	4,3	377	40	11,9	84	9	12,1
<b>Getränke</b>	572	26	4,7	366	28	8,4	46	-8	-15,2
<b>Kfz-Markt</b>	654	-256	-28,1	295	-103	-25,8	140	-46	-24,7

# DER GROSSTEIL DER TOP WERBETREIBENDEN KOMMT AUS DEN BEREICHEN FMCG & HANDEL; 7 DER 10 TOP WERBETREIBENDEN ERHÖHT DIE TV-INVESTITIONEN YTD

Nielsen Brutto

## Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 Werbetreibenden, YTD Jan-Juni 2022 vs. PYTD

sortiert nach Gesamt YTD  
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
<b>Total</b>	<b>16.942</b>	<b>390</b>	<b>2,4</b>	<b>7.582</b>	<b>188</b>	<b>2,5</b>	<b>2.171</b>	<b>22</b>	<b>1,0</b>
Procter+Gamble, Schwalbach	708	-65	-8,4	679	-40	-5,5	22	-19	-45,8
Ferrero Dt., FFM	280	22	8,5	257	24	10,3	6	-3	-30,1
Lidl Dienstleistung, Neckarsulm	212	-18	-7,7	54	8	17,0	22	8	63,1
Edeka Zentrale, HH	161	16	11,0	32	2	5,8	4	3	256,3
Rewe, Köln	157	-1	-0,6	30	2	6,2	11	7	133,4
Amazon.de, MUC	134	-41	-23,2	98	-10	-9,1	19	-19	-49,6
L'Oréal Hup, DDF	126	-39	-23,7	115	-34	-23,0	6	1	12,7
Kaufland Warenhandel, Neckarsulm	121	29	30,9	8	0	2,2	2	1	47,2
Telekom Dt., Bonn	117	0	-0,3	56	4	8,6	26	1	5,7
Telefonica Germany, MUC	117	36	44,3	81	36	78,2	26	8	44,1

