

BRUTTO- WERBEMARKT

ENTWICKLUNG DER WERBEINVESTITIONEN

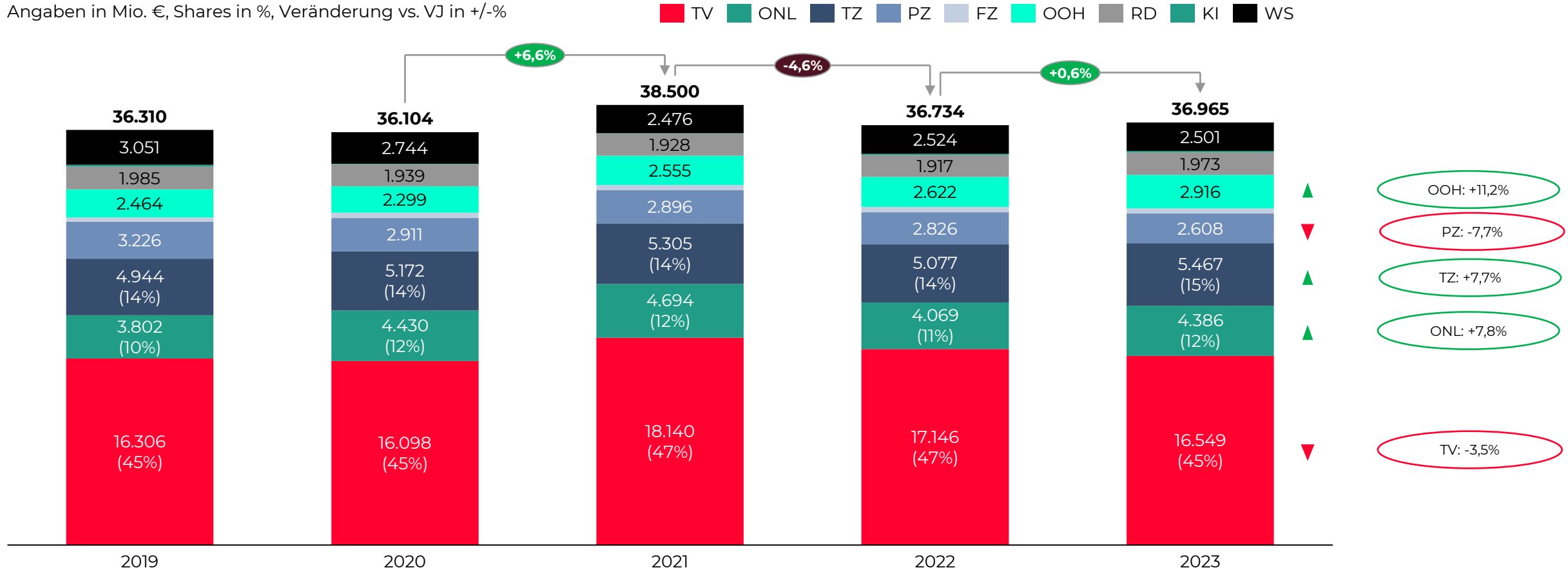
WERBEMARKT 2023 DANK JAHRESENDSPURT NOCH LEICHT INS PLUS GEDREHT – BASISEFFEKT WIRKT STÜTZEND

HERAUSFORDERNDE WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN ERSCHWEREN DIE ERHOLUNG DER TV-UMSÄTZE
ONLINE, TZ UND OOH GEWINNEN IM MEDIAMIX

Nielsen Brutto

Entwicklung Medienklassen nach Jahren

Angaben in Mio. €, Shares in %, Veränderung vs. VJ in +/-%



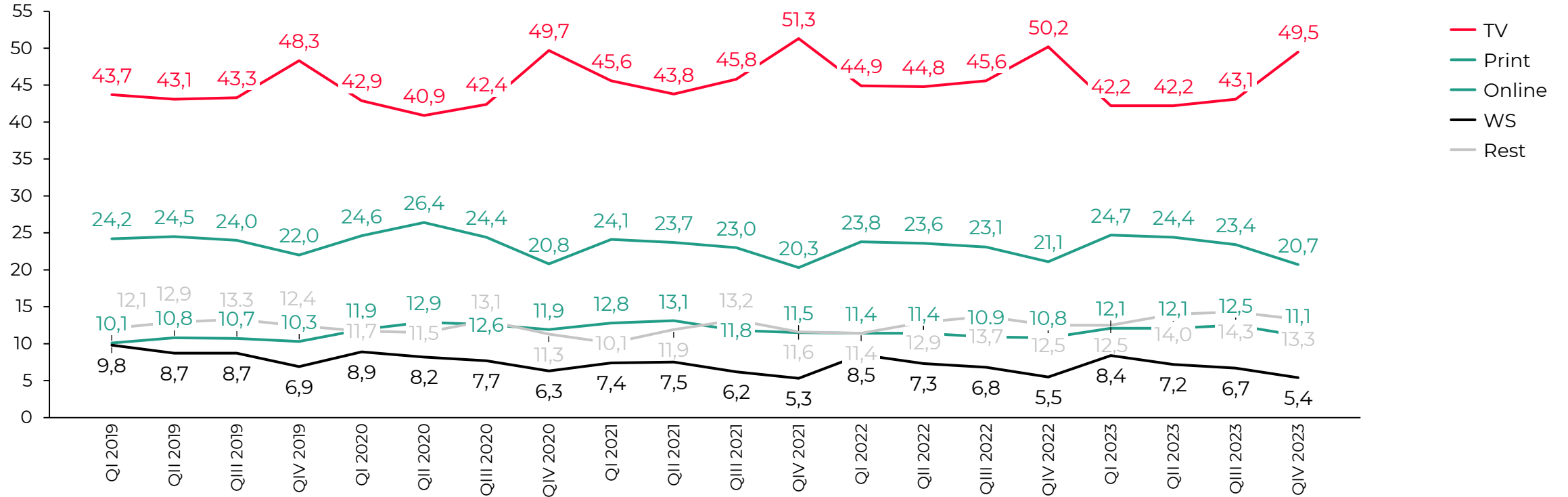
TV-SHARE IN DEN ERSTEN DREI QUARTALEN 2023 UNTER 2021 UND 2022 – IN Q4 STEIGT ER DEUTLICH AN

DURCH ANHALTEND SCHWIERIGE WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN ERREICHT TV WÄHREND Q1 BIS Q3 EINEN UNTERDURCHSCHNITTLICHEN SHARE, KLETTERT ABER ZUM ENDE DES JAHRES WIEDER AUF FAST 50 PROZENT

Nielsen Brutto

Entwicklung Media-Shares nach Quartalen

Angaben in %



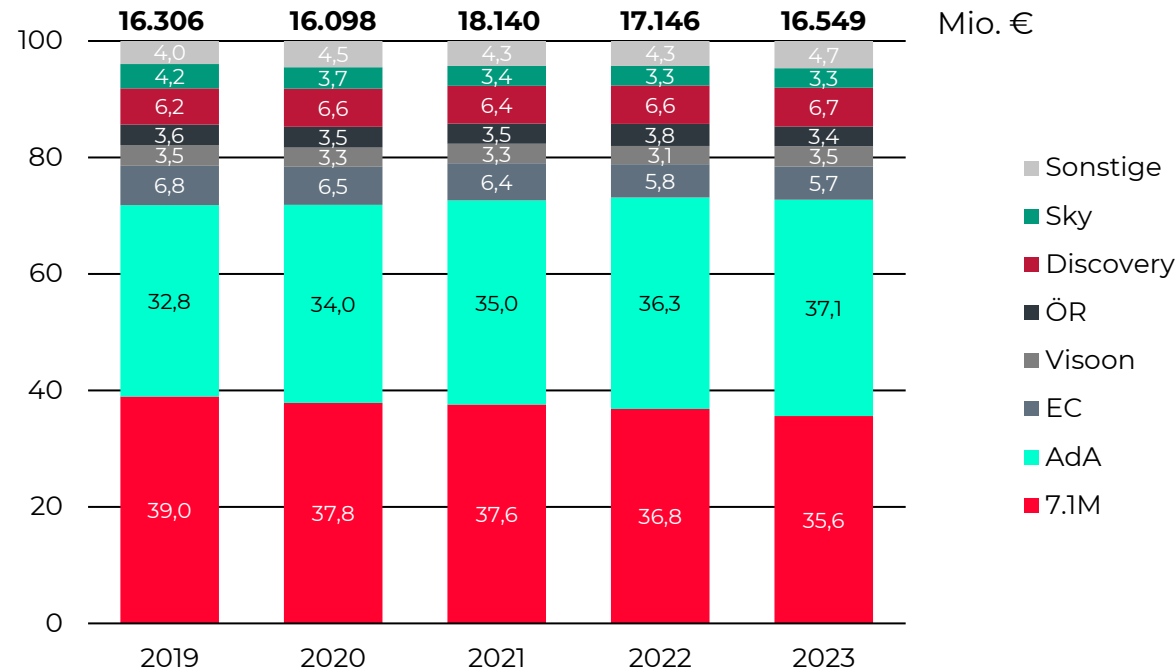
TV-WERBEMARKT: SEVEN.ONE MEDIA AUF PLATZ ZWEI IM VERMARKTERRANKING

DIE DEUTSCHE TV-SENDERLANDSCHAFT IST STARK FRAGMENTIERT

Nielsen Brutto

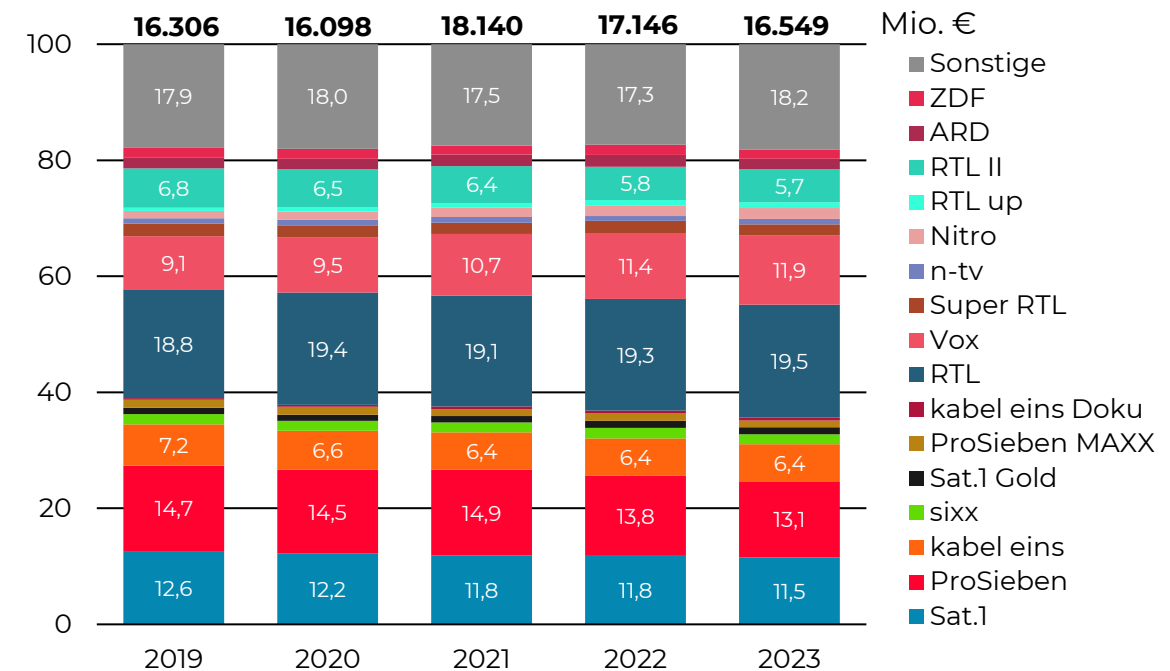
Entwicklung TV-Vermarktershares

Angaben in %



Entwicklung TV-Sendershares

Angaben in %



TOP 10 TV-BRANCHEN: HANDEL SOWIE REINIGUNG LIEGEN 2023 MIT IHREN TV-WERBEINVESTITIONEN IM PLUS

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 TV-Wirtschaftsbereiche, FY 2023 vs. FY 2022

Nielsen Brutto

sortiert nach TV YTD
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m ↓	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
Total	36.965	231	0,6	16.549	-598	-3,5	4.386	317	7,8
Körperpflege	2.442	-28	-1,1	2.122	-37	-1,7	119	9	8,2
Ernährung	2.257	-113	-4,8	1.849	-110	-5,6	131	32	32,9
Dienstleistungen	3.379	-302	-8,2	1.580	-369	-18,9	414	49	13,4
Handel	5.223	501	10,6	1.311	56	4,5	380	97	34,3
Gesundheit & Pharma	2.143	-244	-10,2	1.191	-76	-6,0	88	-17	-16,6
Telekommunikation	1.478	66	4,6	962	-12	-1,2	217	56	34,6
Reinigung	857	246	40,4	840	246	41,5	4	-2	-29,4
Finanzen	1.562	22	1,4	823	-14	-1,6	341	46	15,6
Haus & Garten	1.701	-84	-4,7	661	-136	-17,0	82	22	37,6
Getränke	1.054	-154	-12,7	632	-139	-18,0	109	12	12,9

GROßTEIL DER TOP TEN WERBETREIBENDEN AUS DEN BEREICHEN FMCG & HANDEL – DIE MEISTEN ERHÖHEN IHRE TV INVESTITIONEN

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 Werbetreibenden (Konzerne), FY 2023 vs. FY 2022

Nielsen Brutto

sortiert nach Gesamt YTD
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
Total	6.549	402	6,5	4.198	55	1,3	361	60	19,8
PROCTER+GAMBLE	1.512	-15	-1,0	1.495	17	1,2	4	-27	-88,1
SCHWARZ UNTERNEHMENS TREUHAND KG	953	226	31,1	206	50	32,1	56	16	38,7
REWE GROUP	795	140	21,4	221	18	9,0	64	33	107,0
EDEKA-GRUPPE	610	17	2,8	123	-2	-1,9	5	0	-3,8
FERRERO INTERNATIONAL S.A.	512	-186	-26,6	489	-166	-25,3	5	2	67,4
HENKEL-KONZERN	467	107	29,6	452	102	29,3	3	-2	-37,2
AMAZON.COM, INC	432	-11	-2,5	266	-46	-14,8	66	-4	-5,8
DEUTSCHE TELEKOM AG	428	22	5,3	221	-13	-5,4	106	22	25,8
L'OREAL	426	27	6,8	372	16	4,6	23	12	112,8
OETKER GRUPPE	413	75	22,1	352	78	28,3	29	8	37,1

