

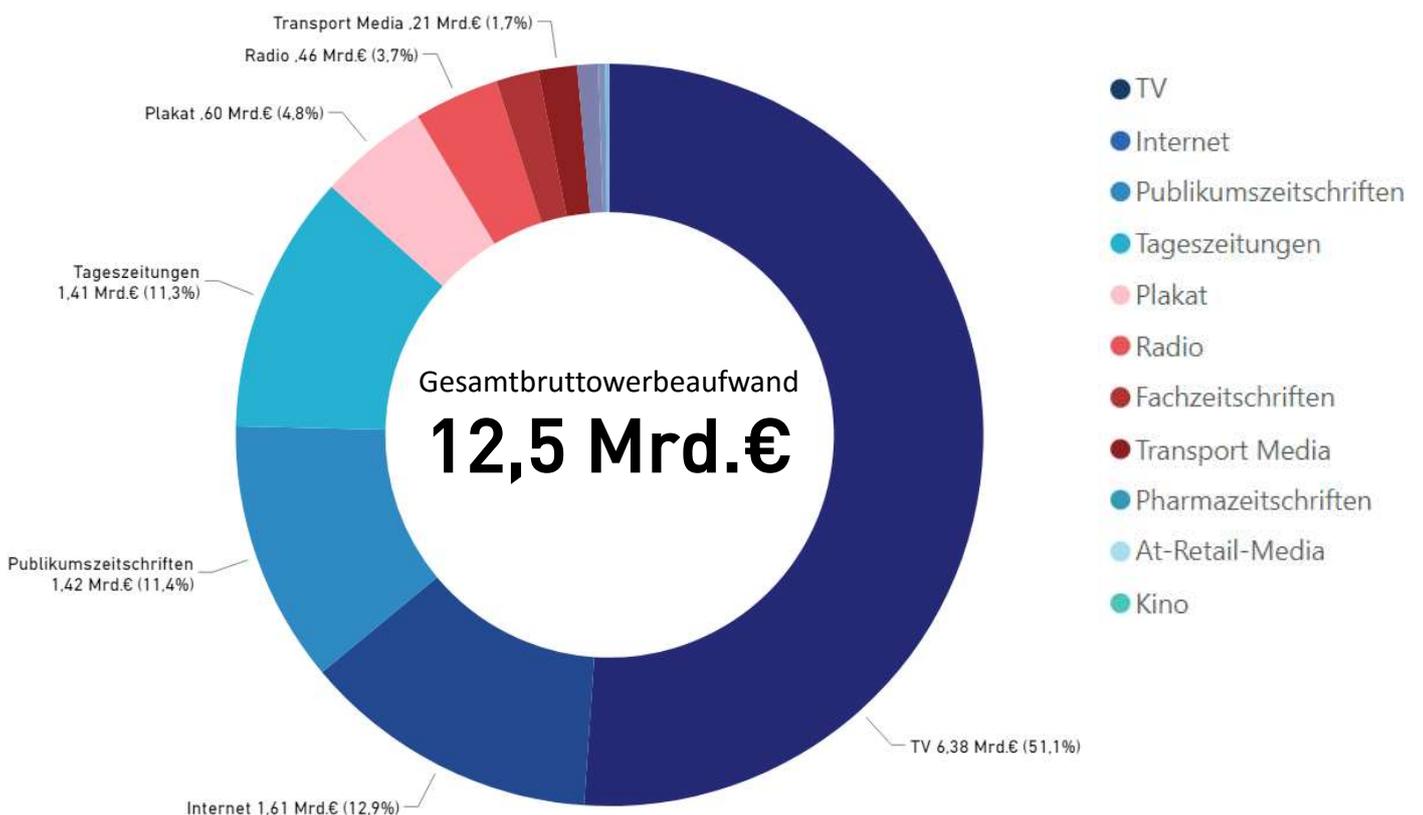


# Werbeverhalten im Überblick

## Januar bis Juni 2020

Die AdVision-Daten für den Werbemarkt in Deutschland zeigen in dieser Auswertung die Werbeausgaben im Zeitraum Januar bis Juni 2020.

### Der Media Mix von Januar bis Juni 2020



# Werbeverhalten Januar bis Juni 2020

- Im genannten Zeitraum kann nur **Internet** einen Zuwachs von knapp 30% erfahren
- **TV** bleibt stärkstes Leitmedium, muss aber mit den höchsten Reduzierungen des Werbeinvestments umgehen
- Es folgen **Internet** mit einem Zuwachs von +30% und **Publikumszeitschriften** (-12%)
- **Kino** hat nach wie vor das größte Nachsehen und hat prozentual die höchsten Einbußen

## Mediengattungen im Vorjahresvergleich

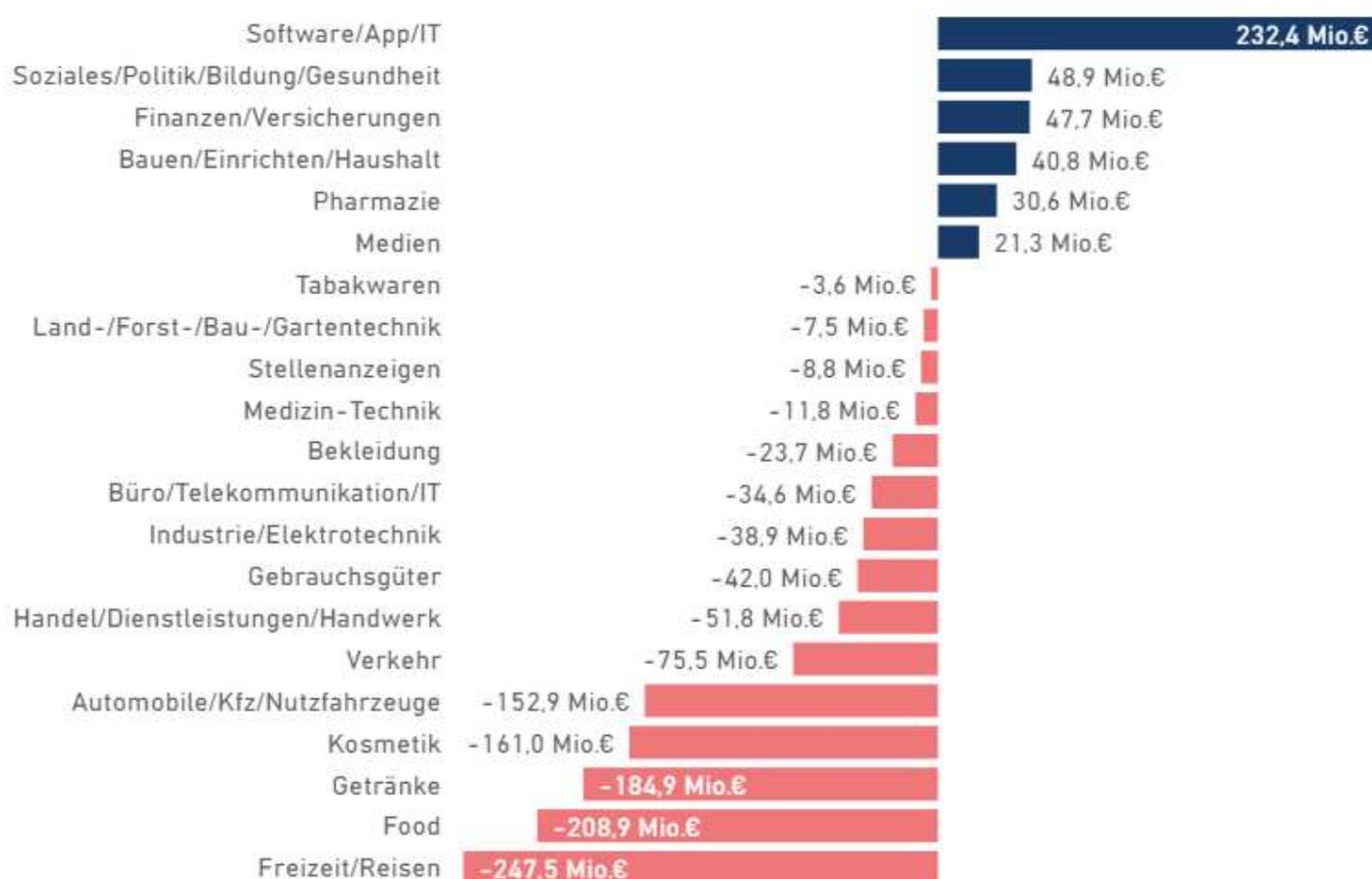


Mediengattung	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %	WA Brutto
TV	-552.415.798 €	-7,97%	6.380.036.979 €
Internet	372.688.612 €	30,16%	1.608.316.999 €
Publikumszeitschriften	-191.845.459 €	-11,87%	1.424.346.802 €
Tageszeitungen	-198.657.787 €	-12,36%	1.408.470.183 €
Plakat	-74.481.220 €	-11,09%	596.931.556 €
Radio	-70.509.283 €	-13,32%	458.880.508 €
Fachzeitschriften	-48.525.701 €	-17,45%	229.622.042 €
Transport Media	-28.641.796 €	-12,07%	208.612.459 €
Pharmazeitschriften	-4.742.432 €	-4,05%	112.321.684 €
At-Retail-Media	-4.778.082 €	-11,11%	38.238.392 €
Kino	-29.624.262 €	-56,32%	22.980.076 €
<b>Gesamt</b>	<b>-831.533.207 €</b>	<b>-6,24%</b>	<b>12.488.757.679 €</b>

# Werbeverhalten Januar - Juni 2020

- Die Werbemaßnahmen belaufen sich im Zeitraum Januar bis Juni 2020 auf ein Werbeinvestment von 12,5 Mrd.€. Das ist ein Rückgang von knapp 6,8%.
- Dabei kann die Branche Software/IT mit knapp 100% Zuwachs zum Vorjahr die höchsten Mehraufwendungen verzeichnen - gefolgt von der Branche Soziales/Gesundheit mit +11%.
- Die Branche Freizeit/Reisen (-25%) trifft es weiterhin, konnte sich aber wieder etwas erholen. Auch die Branchen Automobil (-19%) und Kosmetik (-16%) konnten sich etwas erholen, wohingegen nun Getränke (-36%) und Food (-21%) stark von einem Webevolumenrückgang betroffen sind.

## Branchen im Vorjahresvergleich



# Werbeverhalten Januar bis Juni 2020

- Im Ranking der Werbeausgaben für den genannten Gesamtzeitraum schließen zwar die **Branchen Handel/Dienstleistungen/Handwerk** mit einem Rückgang von **-1,3%** ab, können dafür aber weiterhin mit **großem Abstand die höchsten Investments alle Branchen verzeichnen**.
- Dahinter folgt die **Branche Medien**, die auf die Thematik „CORONA“ im ersten Halbjahr sehr stark reagiert hat.

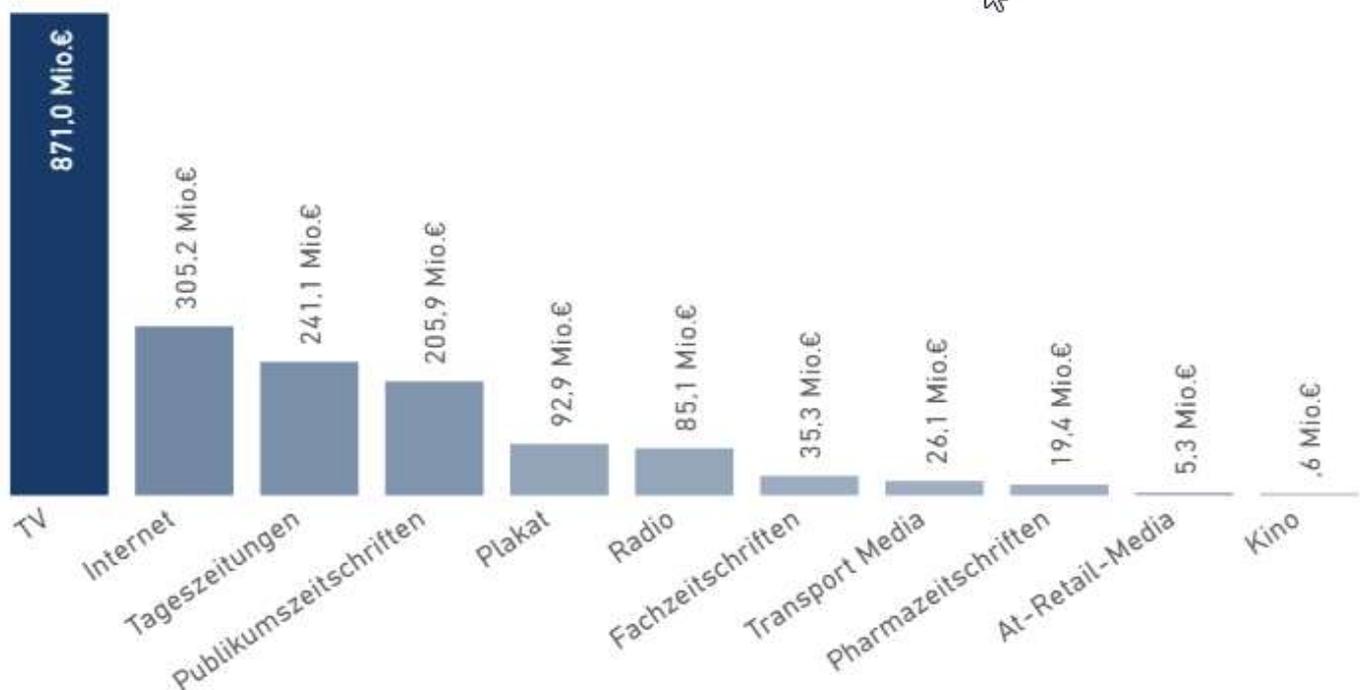
Branchen im Vorjahresvergleich (Tabelle)

Wirtschaftsbereich	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %	WA Brutto
Software/App/IT	232.446.272 €	99,75%	465.474.094 €
Soziales/Politik/Bildung/Gesundheit	48.876.742 €	10,64%	508.071.405 €
Finanzen/Versicherungen	47.744.008 €	7,93%	649.597.177 €
Bauen/Einrichten/Haushalt	40.841.405 €	9,79%	457.965.393 €
Pharmazie	30.608.692 €	4,10%	777.354.871 €
Medien	21.318.995 €	1,68%	1.293.670.312 €
Tabakwaren	-3.647.093 €	-53,38%	3.185.071 €
Land-/Forst-/Bau-/Gartentechnik	-7.469.854 €	-16,25%	38.496.017 €
Stellenanzeigen	-8.837.796 €	-23,27%	29.142.514 €
Medizin-Technik	-11.751.382 €	-23,50%	38.263.806 €
Bekleidung	-23.699.388 €	-14,50%	139.691.939 €
Büro/Telekommunikation/IT	-34.602.447 €	-7,01%	458.666.843 €
Industrie/Elektrotechnik	-38.942.913 €	-26,30%	109.156.840 €
Gebrauchsgüter	-41.984.046 €	-18,39%	186.283.854 €
Handel/Dienstleistungen/Handwerk	-51.762.877 €	-1,30%	3.916.672.163 €
Verkehr	-75.457.788 €	-52,25%	68.946.136 €
Automobile/Kfz/Nutzfahrzeuge	-152.889.877 €	-18,76%	662.116.856 €
Kosmetik	-161.004.416 €	-15,73%	862.857.732 €
Getränke	-184.928.759 €	-36,02%	328.432.858 €
Food	-208.929.134 €	-21,34%	769.892.873 €
Freizeit/Reisen	-247.461.550 €	-25,45%	724.818.925 €
<b>Gesamt</b>	<b>-831.533.207 €</b>	<b>-6,24%</b>	<b>12.488.757.679 €</b>

# Werbeverhalten Juni 2020

- Mit knapp **-7% Rückgang** der Werbeausgaben im **Monat Juni 2020** zum Vorjahresmonat, hat sich die Werbebranche im Vergleich zum Mai erholt. **TV hat weiterhin die höchsten Werbeverluste** zu verzeichnen, **prozentual trifft es aber weiterhin Kino (-90%) am stärksten**.
- Alle Medien haben bis auf Internet und Radio mit meist starken Rückgängen zu kämpfen.

## Mediengattung im Vergleich zum Vorjahresmonat



Mediengattung	WA Brutto	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
TV	871.038.265 €	-157.134.158 €	-15,28%
Internet	305.244.703 €	138.186.105 €	82,72%
Tageszeitungen	241.125.491 €	-11.874.467 €	-4,69%
Publikumszeitschriften	205.936.223 €	-43.977.978 €	-17,60%
Plakat	92.898.302 €	-42.968.729 €	-31,63%
Radio	85.052.026 €	8.826.686 €	11,58%
Fachzeitschriften	35.318.768 €	-13.253.646 €	-27,29%
Transport Media	26.116.407 €	-17.367.670 €	-39,94%
Pharmazeitschriften	19.438.201 €	-72.454 €	-0,37%
At-Retail-Media	5.341.474 €	-2.673.776 €	-33,36%
Kino	603.846 €	-5.554.403 €	-90,19%
<b>Gesamt</b>	<b>1.888.113.704 €</b>	<b>-147.864.491 €</b>	<b>-7,26%</b>

Datenmonate Mai 2020 (mit Eigenwerbung)

# Werbeverhalten Juni 2020

Im Branchenüberblick Juni 2020 zeigt sich ein Rückgang der Werbeinvestitionen im Vergleich zum Vorjahr besonders stark und mit kleiner Veränderung zum Gesamtzeitraum Januar bis Juli 2020:

Food (-77 Mio.€)

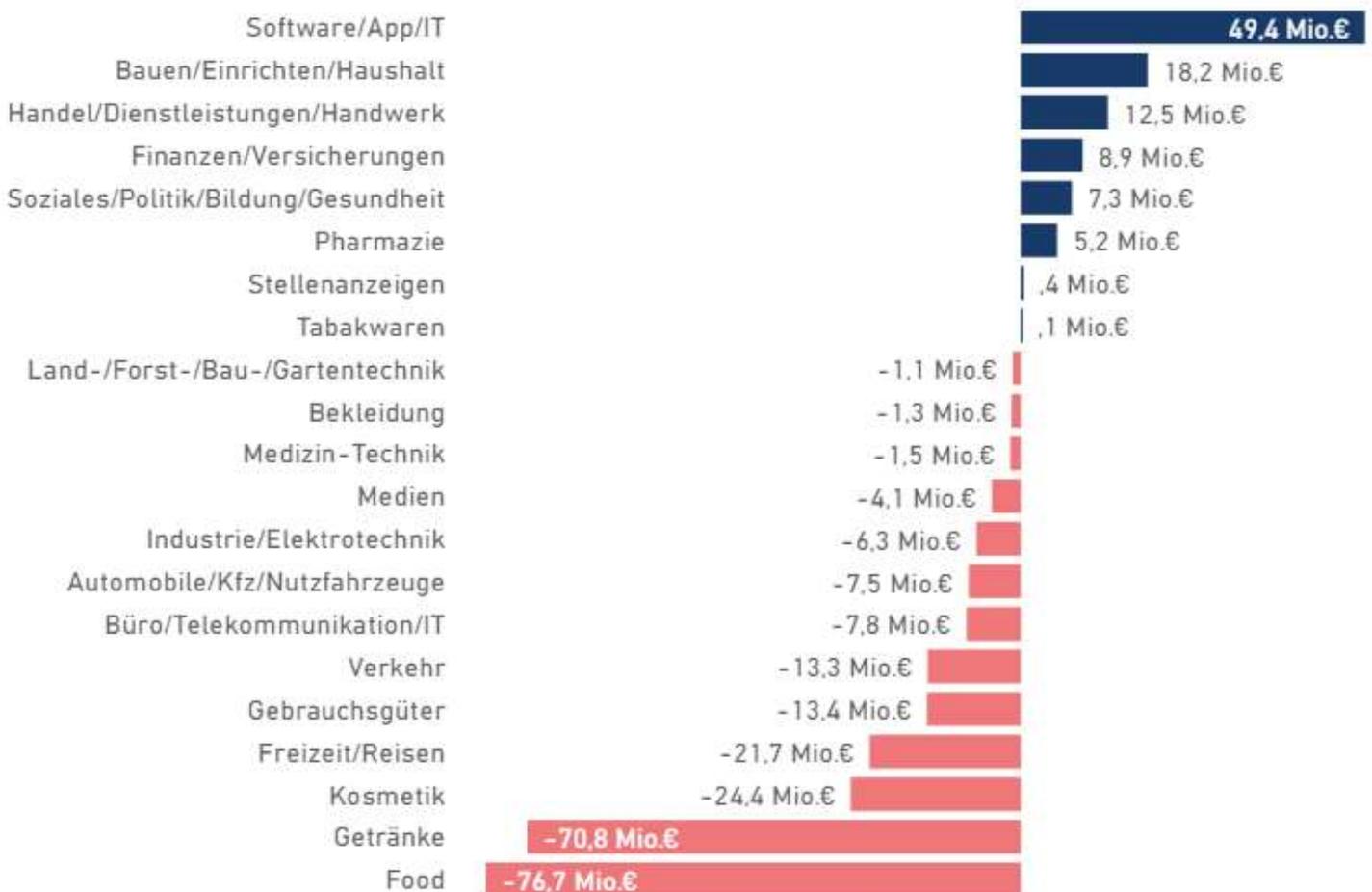
Getränke (-71 Mio.€)

Gewinner sind weiterhin die Branchen:

Software/App/IT (+50 Mio.€)

Bauen/Einrichten/Haushalt (+18 Mio.€)

## Branchen im Vergleich zum Vorjahresmonat



AdVision digital wird Sie auf dem Laufenden halten!



**Kirsten Schmidt**

fon +49 (40) 24 42 48 - 96

fax +49 (40) 24 42 48 - 44

[Kirsten.Schmidt@advision-digital.de](mailto:Kirsten.Schmidt@advision-digital.de)

[www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)

Über AdVision digital:

Als unabhängiges Medienbeobachtungsunternehmen erfasst AdVision digital GmbH fundierte Werbemarktdaten aus nahezu allen relevanten Medien (Print, Digital, TV, Funk, Kino und Out-of-Home). Diese Datenbasis steht Werbetreibenden, Agenturen, Verlagen und Medienhäusern in nutzerorientierten Auswertungstools mit umfangreichen Funktionen und in hoher Aktualität zur Verfügung und liefert verschiedene Konkurrenzanalysen (Trends, Verschiebungen, Budgets), Platzierungs- und Umfeldanalysen sowie individuelle Vertriebspotentiale.

Weitere Informationen: [www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)