

BRUTTO- WERBEMARKT

ENTWICKLUNG DER WERBEINVESTITIONEN, H1 2025

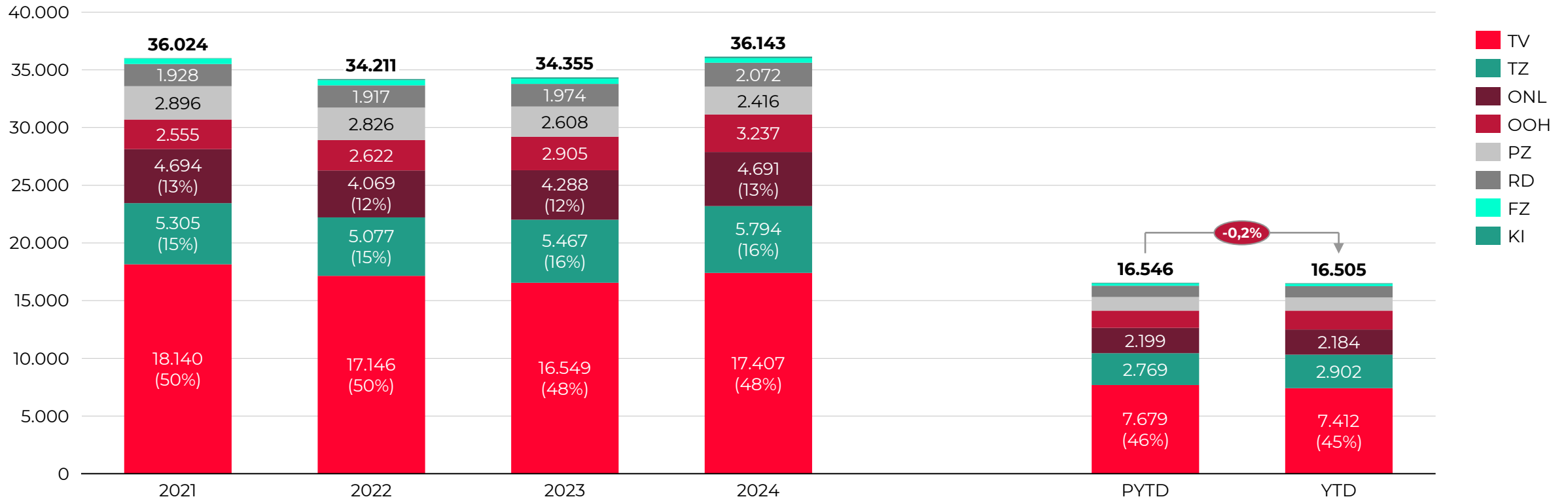
WERBEMARKT FY 2024 IM PLUS, IM H1 2025 JEDOCH LEICHT IM MINUS

WEGEN HERAUSFORDERNDER WIRTSCHAFTLICHER RAHMENBEDINGUNGEN IST DER BRUTTO-WERBEMARKT IM H1 2025 ABGESCHWÄCHT – DABEI VERLIERT AUCH TV

Nielsen Brutto

Entwicklung Medienklassen nach Jahren

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



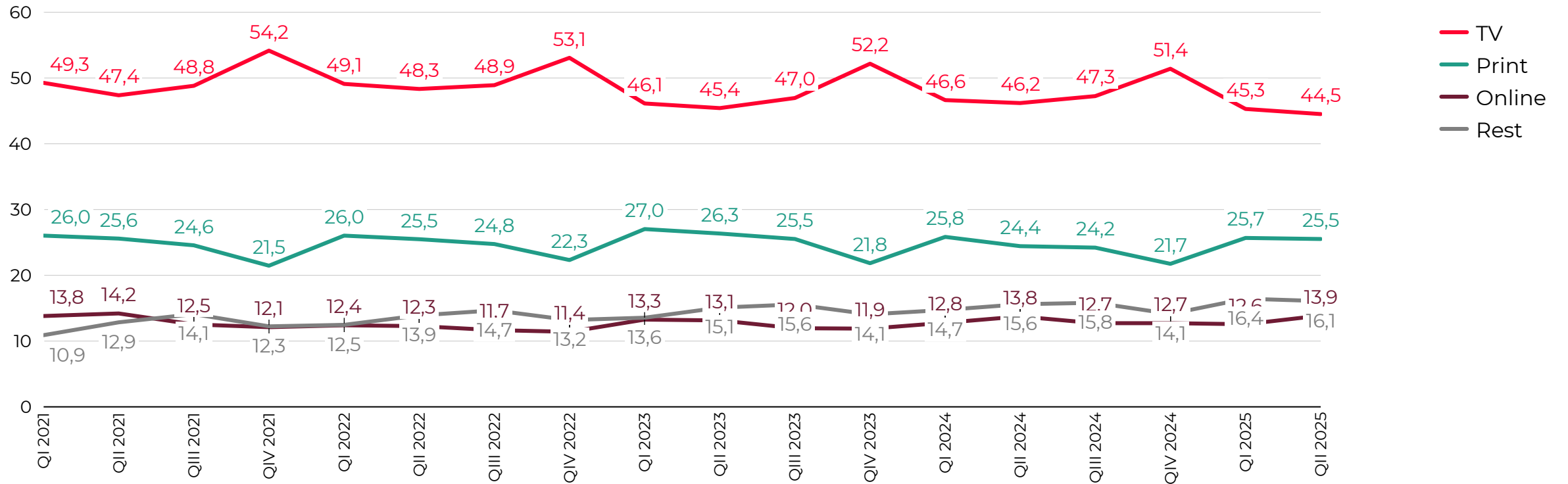
TV-SHARE IN Q4 2024 VERGLICHEN ZUM VORJAHRESQUARTAL GEFALLEN

DURCH ANHALTEND SCHWIERIGE RAHMENBEDINGUNGEN KANN TV SEINEN WACHSTUMSTREND VON Q1-3 2024 NICHT HALTEN UND FÄLLT AUCH IN Q1 UND Q2 2025 WIEDER KNAPP DAS NIVEAU DER VORJAHRESQUARTALE

Nielsen Brutto

Entwicklung Media-Shares nach Quartalen/Monaten

Brutto-Werbeinvestitionen, Angaben in %



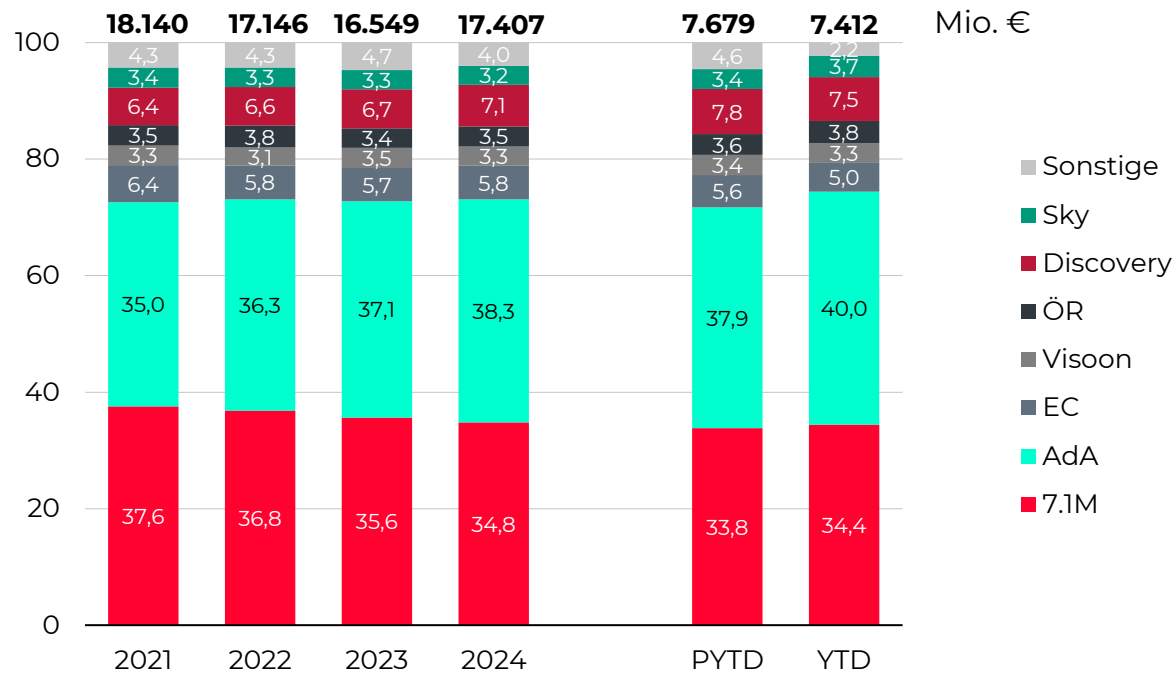
TV-WERBEMARKT: SEVEN.ONE UND AD ALLIANCE FÜHREN VERMARKTERRANKING AN UND BEIDE BAUEN IHREN ANTEIL YTD 2025 WEITER AUS

DIE DEUTSCHE TV-SENDERLANDSCHAFT IST STARK FRAGMENTIERT

Nielsen Brutto

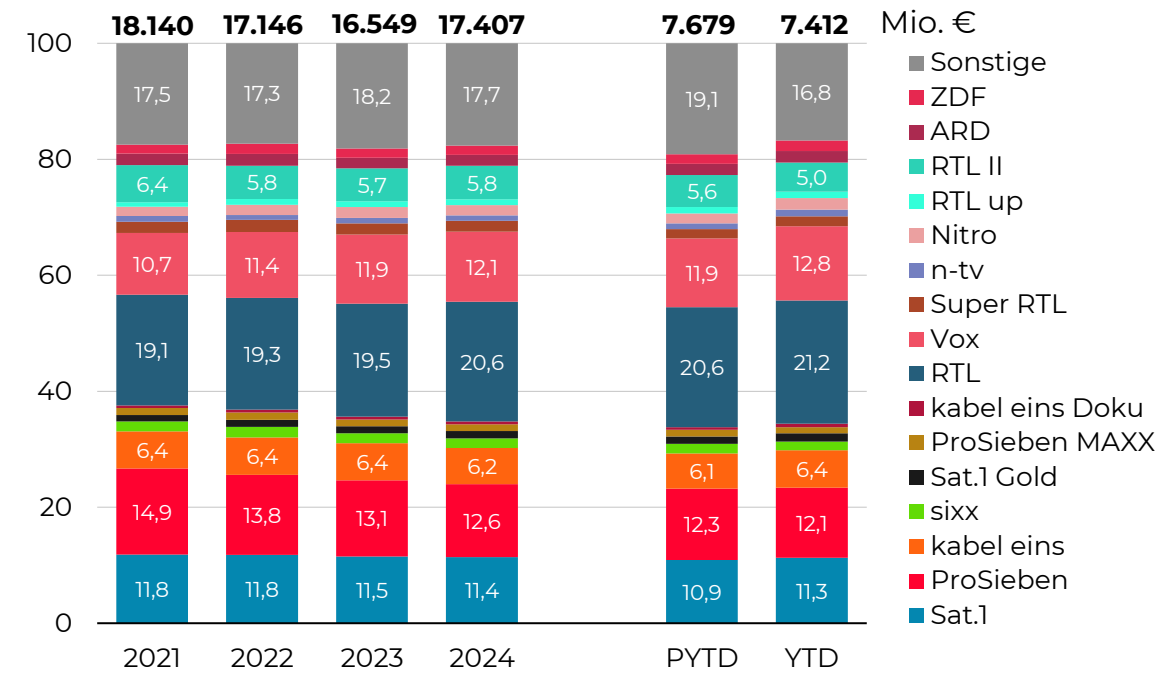
Entwicklung TV-Vermarktershares

Brutto-Werbeinvestitionen, Angaben in %



Entwicklung TV-Sendershares

Brutto-Werbeinvestitionen, Angaben in %



TOP 10 TV-BRANCHEN: INSGESAMT ZEIGT SICH EIN RÜCKGANG, BESONDERS STARK BEI DIENSTLEISTUNGEN UND KÖRPERPFLEGE – HANDEL IST HINGEGEN STARK IM PLUS

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 TV-Wirtschaftsbereiche, YTD Jan-Juni 2025 vs. PYTD

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	16.505	-40	-0,2	7.412	-267	-3,5	2.184	-15	-0,7
Ernährung	1.087	-76	-6,5	887	-65	-6,8	52	-14	-21,0
Körperpflege	1.012	-145	-12,5	884	-123	-12,3	44	-10	-18,3
Handel	2.124	284	15,5	804	210	35,5	213	-26	-10,8
Dienstleistungen	1.500	-115	-7,1	641	-135	-17,5	239	38	18,7
Gesundheit & Pharma	1.046	84	8,7	568	44	8,4	51	8	18,4
Reinigung	566	43	8,2	557	42	8,2	1	0	-19,0
Finanzen	721	41	6,0	364	-12	-3,1	185	40	27,4
Telekommunikation	610	13	2,1	356	30	9,1	102	-12	-10,6
Getränke	504	36	7,8	313	19	6,6	49	3	5,9
Kfz-Markt	674	-14	-2,1	300	12	4,2	102	-38	-27,4

5 DER TOP 10 WERBETREIBENDEN ERHÖHEN GESAMTINVESTITIONEN, BEI TV ERHÖHEN SOGAR 6 DER TOP 10 IHRE WERBEINVESTITIONEN

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 Werbetreibenden (Konzerne), YTD Jan-März 2025 vs. PYTD

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	16.505	-40	-0,2	7.412	-267	-3,5	2.184	-15	-0,7
Procter + Gamble	860	-37	-4,1	849	-36	-4,0	2	-3	-68,4
Schwarz Untern. Tr. KG	518	66	14,6	169	39	29,7	21	-6	-22,7
Rewe Group	494	145	41,5	196	75	62,7	38	6	19,6
Henkel-Konzern	205	15	8,0	199	17	9,3	1	1	203,5
Ferrero Internat. S.A.	203	-33	-14,1	197	-37	-15,9	2	1	60,7
Edeka-Gruppe	180	18	10,9	62	22	55,4	7	5	241,1
Volkswagen AG	171	1	0,9	99	6	5,9	20	-14	-40,6
Deutsche Telekom AG	169	-41	-19,5	91	1	0,6	40	-34	-46,0
Amazon.com, inc.	158	-6	-3,5	80	-20	-19,6	36	7	24,7
Oetker-Gruppe	144	-20	-12,0	115	-25	-17,6	16	3	19,9

The background features a dark, almost black, space filled with numerous glowing spheres of varying sizes. The spheres are primarily in shades of red and cyan, with some appearing as bright highlights against the dark background. A prominent white square frame is centered in the image, containing the text. The overall aesthetic is futuristic and high-tech.

**FY 2024
VS. VJ**

TOP 10 TV-BRANCHEN: DIENSTLEISTUNGEN UND TELEKOMMUNIKATION SIND 2024 IM MINUS, AM STÄRKSTEN ZUGELEGT HABEN REINIGUNG, ERNÄHRUNG, HANDEL UND KÖRPERPFLEGE

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 TV-Wirtschaftsbereiche, FY 2024 vs. FY 2023

Nielsen Brutto

sortiert nach TV 2024
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m ↓	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
Total	36.143	1.788	5,2	17.407	859	5,2	4.691	403	9,4
Körperpflege	2.657	230	9,5	2.327	205	9,7	124	6	5,3
Ernährung	2.534	331	15,0	2.101	273	14,9	124	4	3,1
Handel	4.359	564	14,9	1.607	269	20,1	534	149	38,6
Dienstleistungen	3.181	-87	-2,7	1.430	-172	-10,7	435	27	6,5
Gesundheit & Pharma	2.141	69	3,3	1.211	24	2,0	98	12	13,5
Reinigung	1.201	346	40,5	1.179	339	40,4	4	1	14,0
Finanzen	1.519	31	2,1	839	17	2,1	324	-9	-2,6
Telekommunikation	1.376	-83	-5,7	780	-182	-18,9	232	22	10,4
Haus & Garten	1.524	85	5,9	693	60	9,4	97	16	20,0
Kfz-Markt	1.448	37	2,6	667	42	6,6	259	-17	-6,1

GROßTEIL DER TOP 10 WERBETREIBENDEN AUS DEN BEREICHEN FMCG & HANDEL – REWE GROUP UND PROCTER+GAMBLE ERHÖHEN IHRE TV-INVESTITIONEN AM STÄRKSTEN

Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 Werbetreibenden (Konzerne), FY 2024 vs. FY 2023

Nielsen Brutto

sortiert nach Gesamt 2024
in EUR m

	GESAMT			TV			ONLINE		
	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %	EUR m	+/- EUR m	+/- %
Total	36.143	1.788	5,2	17.407	859	5,2	4.691	403	9,4
Procter+Gamble	2.068	558	36,9	2.047	552	36,9	8	4	111,8
Schwarz Untern. Tr. KG	919	112	13,8	274	68	32,8	44	-10	-19,0
Rewe Group	835	180	27,5	316	96	43,3	75	14	21,9
Ferrero International S.A.	538	26	5,2	526	36	7,4	3	-2	-46,4
Amazon.com, Inc.	526	95	22,0	313	47	17,5	88	22	33,1
Henkel-Konzern	511	44	9,5	494	42	9,3	1	-2	-57,9
Deutsche Telekom AG	467	44	10,3	216	-5	-2,5	139	35	33,4
Oetker-Gruppe	367	-43	-10,5	312	-41	-11,5	30	2	5,7
Edeka-Gruppe	358	-28	-7,4	100	-23	-18,9	5	0	2,2
Volkswagen AG	356	24	7,2	214	47	27,9	71	-6	-8,0

