

# BRUTTO- WERBEMARKT

ENTWICKLUNG DER WERBEINVESTITIONEN

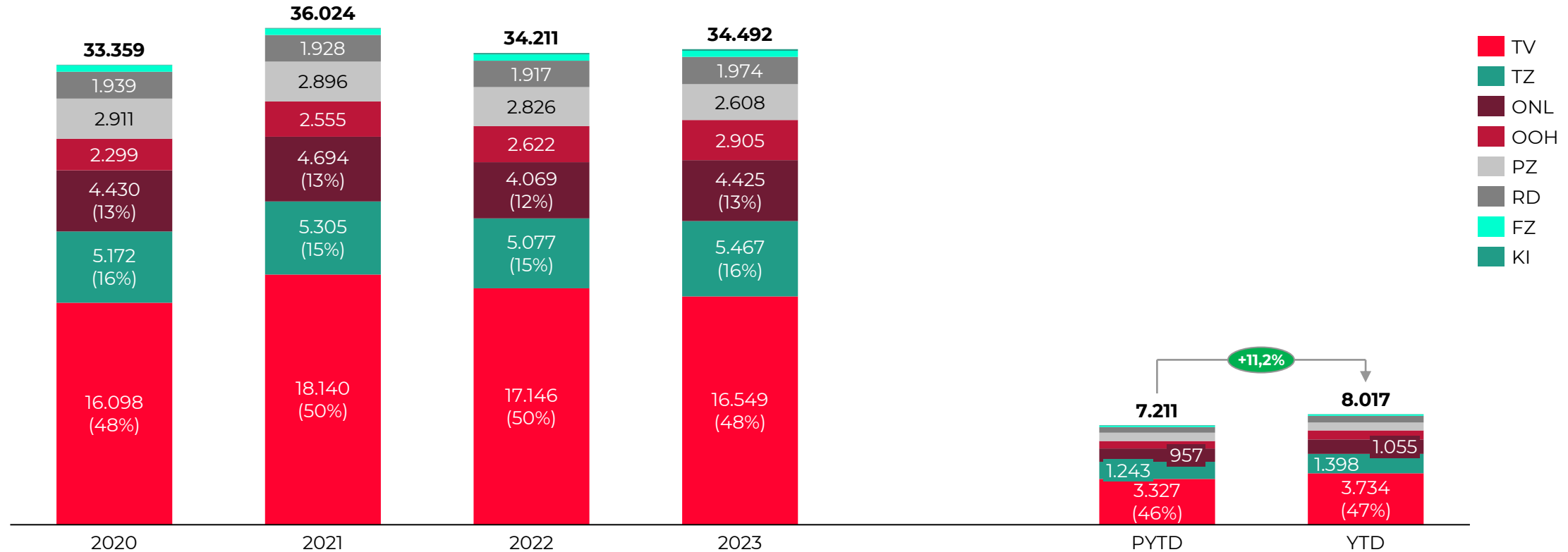
# WERBEMARKT FY 2023 DANK JAHRESENDSPURT NOCH LEICHT INS PLUS GEDREHT, IM Q1 2024 SETZT SICH DIE POSITIVE ENTWICKLUNG FORT

TROTZ WEITERHIN HERAUSFORDERNDER WIRTSCHAFTLICHER RAHMENBEDINGUNGEN ERHOLT SICH DER BRUTTO-WERBEMARKT IM Q1 2024 – DABEI KANN TV IM MEDIAMIX LEICHT ZULEGEN

Nielsen Brutto

## Entwicklung Medienklassen nach Jahren

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



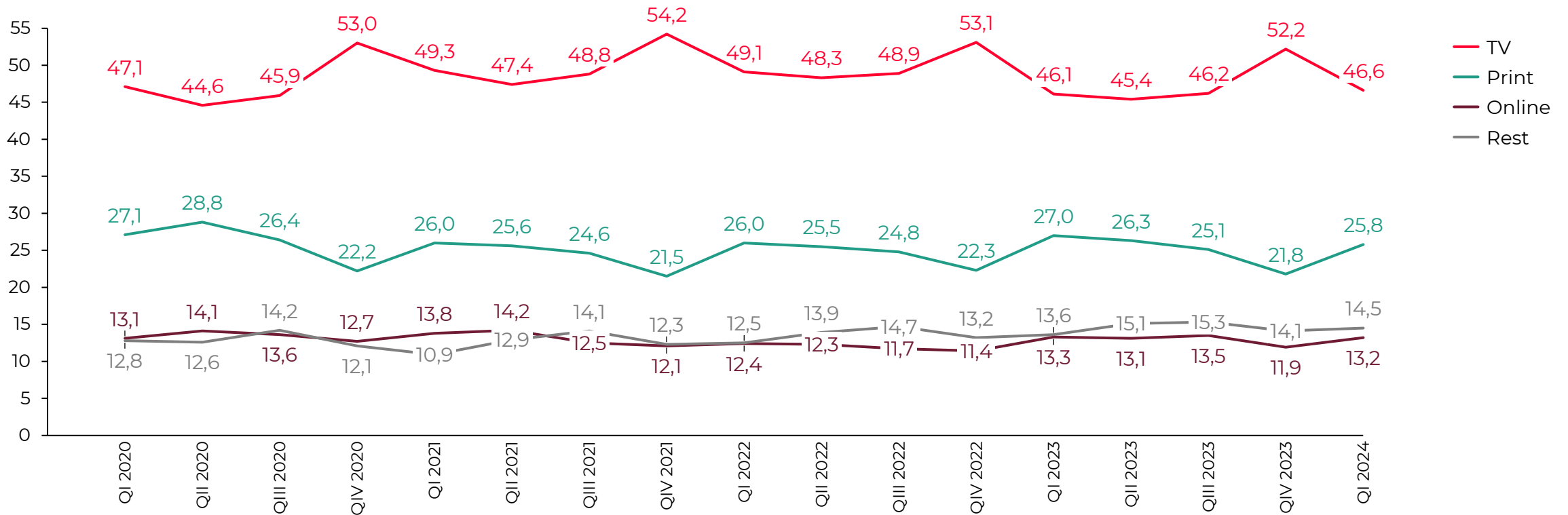
# TV-SHARE IN Q1 2024 WEITER UNTER NIVEAU VON 2020 BIS 2022, ABER WIEDER MIT LEICHTER STEIGERUNG VERSUS VORJAHRESQUARTAL

DURCH ANHALTEND SCHWIERIGE RAHMENBEDINGUNGEN LIEGT TV 2023 IN ALLEN QUARTALEN UNTER VORJAHR – KANN ABER SCHON ZUM JAHRESENDE ÜBERDURCHSCHNITTLICH ZULEGEN UND SETZT WACHSTUM IM Q1 2024 FORT

Nielsen Brutto

## Entwicklung Media-Shares nach Quartalen

Angaben in %



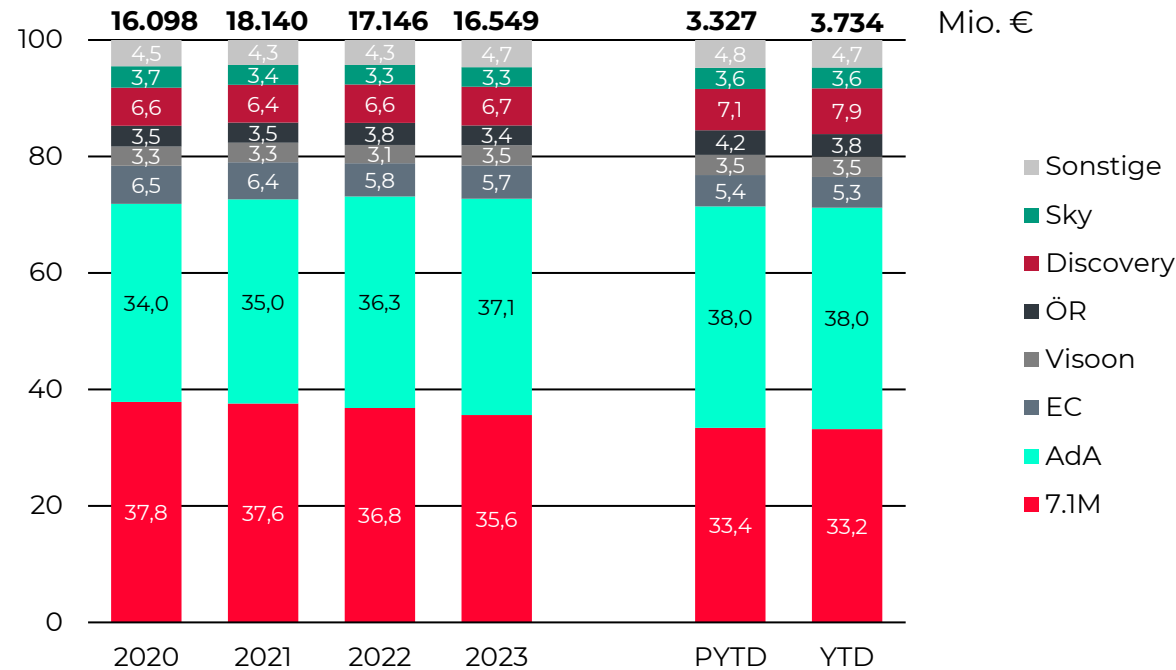
# TV-WERBEMARKT: SEVEN.ONE MEDIA AUF PLATZ ZWEI IM VERMARKTERRANKING

## DIE DEUTSCHE TV-SENDERLANDSCHAFT IST STARK FRAGMENTIERT

Nielsen Brutto

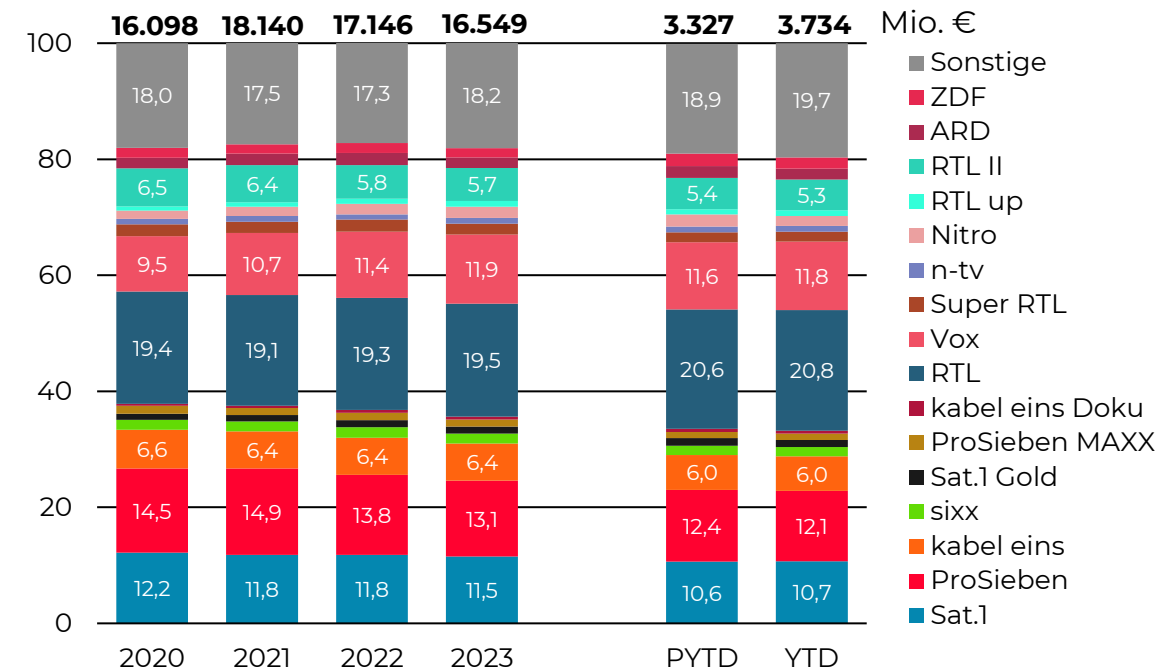
### Entwicklung TV-Vermarktershares

Angaben in %



### Entwicklung TV-Sendershares

Angaben in %



# TOP 10 TV-BRANCHEN: FAST ALLE IM PLUS, BESONDERS DYNAMISCH WACHSEN REINIGUNG, HAUS & GARTEN, ERNÄHRUNG UND KÖRPERPFLEGE

## Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 TV-Wirtschaftsbereiche, YTD Jan-Mrz 2024 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	+/- %
<b>Total</b>	<b>8.017</b>	<b>807</b>	<b>11,2</b>	<b>3.734</b>	<b>407</b>	<b>12,2</b>	<b>1.055</b>	<b>98</b>	<b>10,3</b>
<b>Ernährung</b>	582	164	39,1	479	123	34,6	39	15	60,9
<b>Körperpflege</b>	512	112	28,0	446	99	28,6	27	4	15,8
<b>Dienstleistungen</b>	858	126	17,1	423	52	13,9	122	30	32,2
<b>Gesundheit &amp; Pharma</b>	537	9	1,8	311	-2	-0,7	26	4	20,5
<b>Handel</b>	899	153	20,5	271	23	9,5	110	29	35,3
<b>Finanzen</b>	351	23	7,2	214	33	18,1	72	-9	-10,8
<b>Reinigung</b>	192	59	44,4	190	58	44,2	1	0	284,4
<b>Telekommunikation</b>	318	60	23,5	187	24	14,6	55	12	28,0
<b>Haus &amp; Garten</b>	396	70	21,5	179	54	43,2	22	7	43,3
<b>Kfz-Markt</b>	317	29	10,1	123	3	2,4	65	-2	-2,8

# ALLE TOP 10 WERBETREIBENDEN ERHÖHEN GESAMT- UND TV-INVESTITIONEN

## Brutto-Werbeinvestitionen der Top 10 Werbetreibenden (Konzerne), YTD Jan-Mrz 2024 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	+/- %
<b>Total</b>	<b>8.017</b>	<b>807</b>	<b>11,2</b>	<b>3.734</b>	<b>407</b>	<b>12,2</b>	<b>1.055</b>	<b>98</b>	<b>10,3</b>
PROCTER+GAMBLE	358	81	29,2	354	79	28,7	4	2	1185,9
SCHWARZ UNTERNEHMENS TREUHAND KG	234	53	29,4	67	18	35,9	56	-3	-18,5
REWE GROUP	162	58	55,8	48	7	16,2	64	7	74,9
FERRERO S.A.	118	23	24,5	117	24	25,7	5	-1	-50,1
DEUTSCHE TELEKOM	95	36	61,4	43	21	92,6	5	17	100,1
L'ORÉAL	93	11	13,1	83	10	13,8	3	1	32,1
VODAFONE GROUP	89	53	145,6	53	35	202,4	66	0	2,0
EDEKA-GRUPPE	87	7	9,1	26	4	16,2	106	0	-33,4
HENKEL	78	17	28,6	75	16	26,9	23	-1	-79,0
MAXINGVEST AG	77	27	55,1	59	25	73,1	29	4	33,3

