



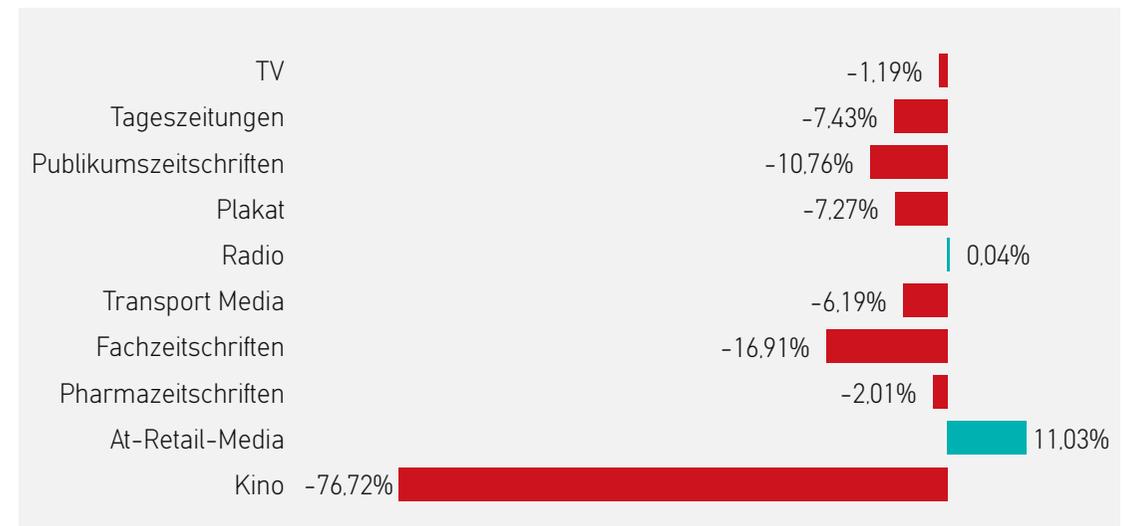
# AdVIsion Werbetrend 2020



Der Werbemarkt Januar bis Dezember 2020 beläuft sich auf 24,2 Milliarden Euro. Corona-bedingt weist er einen Rückgang von -4,5% (ohne Internet) auf.

Davon wurden ganze 774 Millionen Euro für sämtliche CORONA-Maßnahmen in 2020 aufgewendet. Über 5.000 Firmen/Marken haben das Thema in ihrer Kommunikation aufgegriffen. Durch die Spendings des Bundesgesundheitsministeriums zur Information und Mobilisierung der Bevölkerung ist die Bundesregierung mit knapp 80 Millionen Euro (ohne Internet) der Spitzenreiter bei den Investitionen.

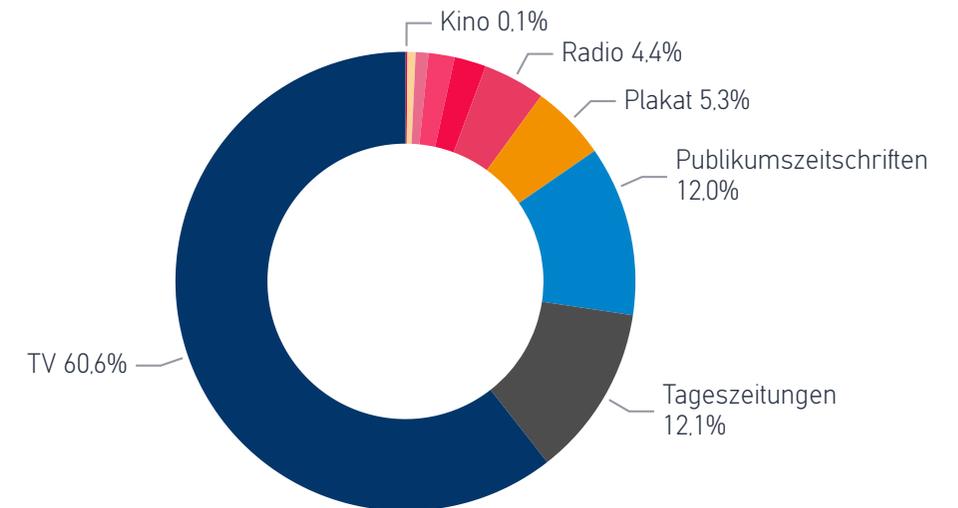
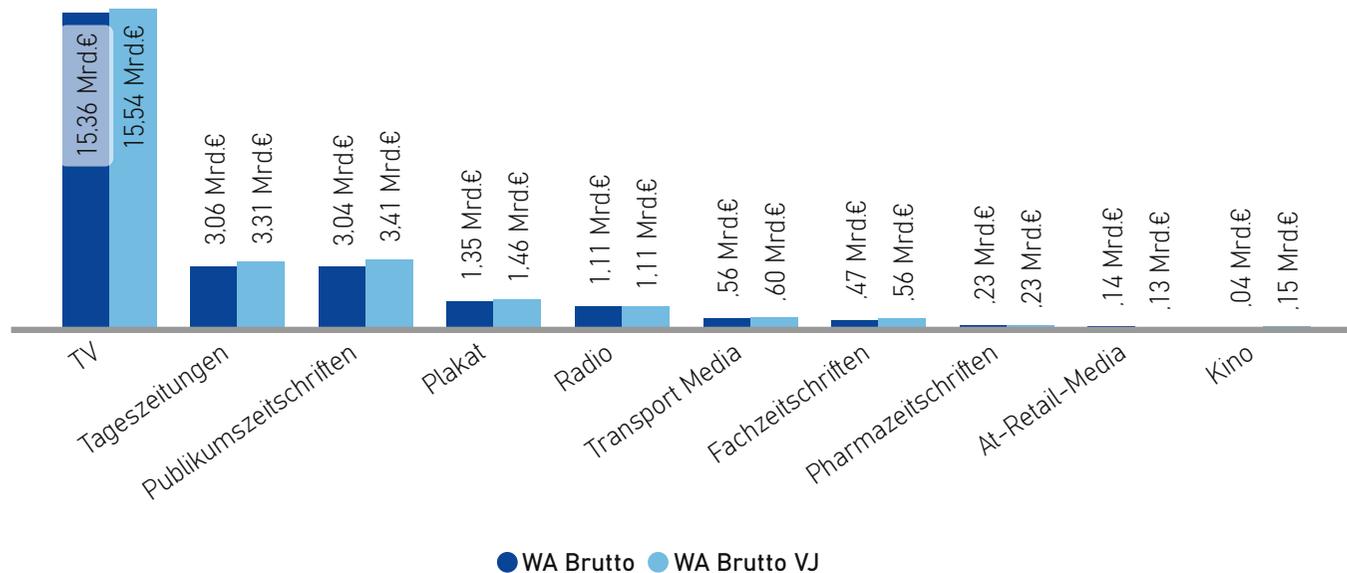
Mediengattung	WA Brutto	WA Brutto VJ	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
TV	15.357.329.018 €	15.541.783.808 €	-184.454.790 €	-1,19%
Tageszeitungen	3.059.948.058 €	3.305.705.062 €	-245.757.004 €	-7,43%
Publikumszeitschriften	3.038.991.435 €	3.405.466.775 €	-366.475.341 €	-10,76%
Plakat	1.352.372.247 €	1.458.428.840 €	-106.056.593 €	-7,27%
Radio	1.108.784.306 €	1.108.306.593 €	477.713 €	0,04%
Transport Media	562.681.889 €	599.788.719 €	-37.106.830 €	-6,19%
Fachzeitschriften	465.689.636 €	560.464.254 €	-94.774.618 €	-16,91%
Pharmazeitschriften	228.449.946 €	233.139.543 €	-4.689.597 €	-2,01%
At-Retail-Media	144.696.914 €	130.324.509 €	14.372.405 €	11,03%
Kino	35.492.234 €	152.467.848 €	-116.975.613 €	-76,72%
<b>Gesamt</b>	<b>25.354.435.683 €</b>	<b>26.495.875.952 €</b>	<b>-1.141.440.269 €</b>	<b>-4,31%</b>



Bei der Betrachtung der Mediengattungen Gesamt bleibt TV mit 15,4 Milliarden Euro mit Abstand stärkstes Medium (knapp 63%). Mit knapp -1,2% Rücklauf bei den Werbeinvestitionen bleibt der Spitzenreiter sehr stabil. TV profitiert vor allem von den Werbeinvestitionen zum Ende des Jahres.

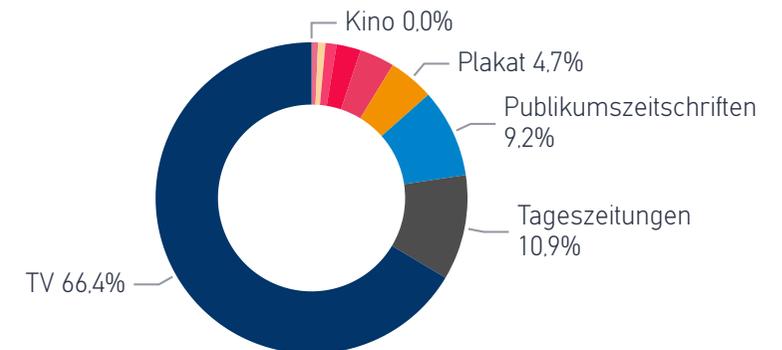
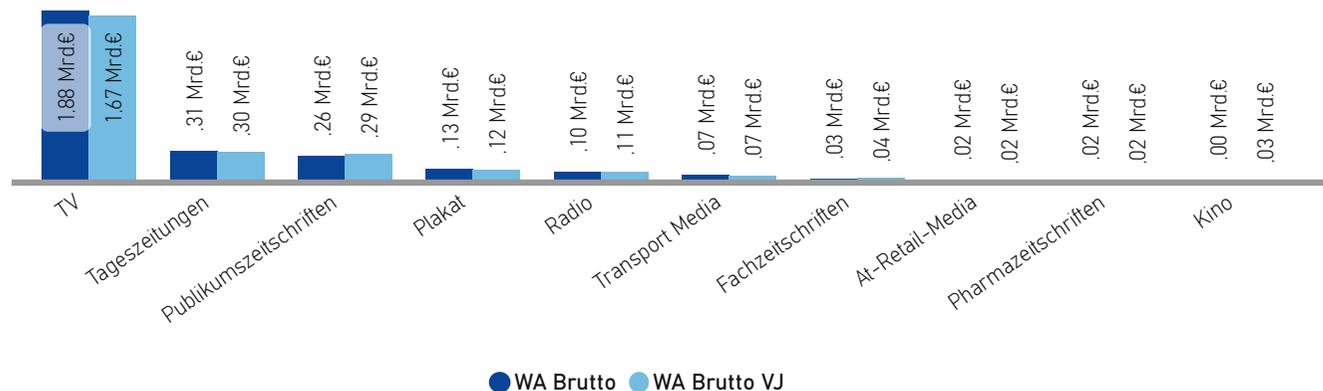
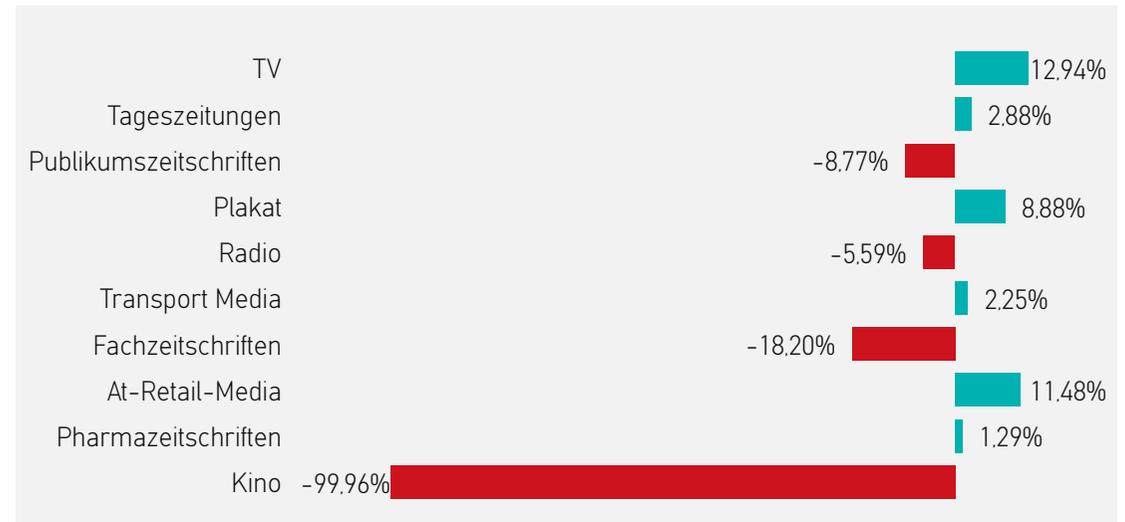
Die Tageszeitungen liegen mit den Publikumszeitschriften gleich auf, wobei es Letztere mit 11% Rückgang deutlich stärker getroffen hat. Auch Fachzeitschriften haben einen deutlichen Verlust von -18% zu verzeichnen. Dafür ist im Bereich Pharmazeitschriften nur ein geringer Rücklauf von -2% ersichtlich.

Mit Einbußen von drei Vierteln der Investitionen musste Kino die größten Einbrüche verzeichnen und konnte auch leider keinen Aufschwung erfahren.



Erstaunlich waren die Entwicklungen im Dezember mit 2,7 Milliarden Euro und einem Plus von 7%. Trotz Ladenschließungen und Lockdown konnte sich der Werbemarkt noch einmal mobilisieren.

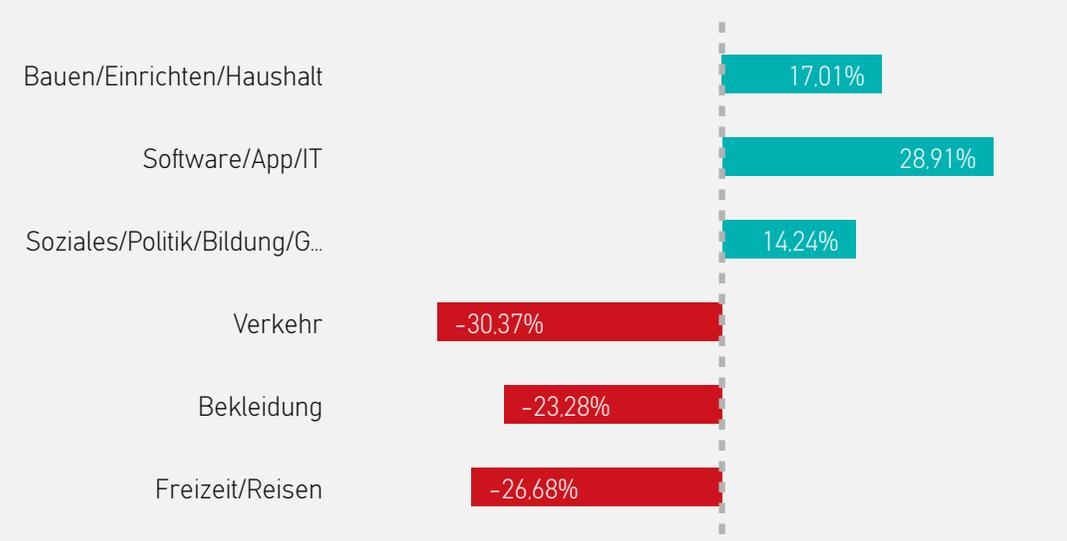
Mediengattung	WA Brutto	WA Brutto VJ	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
TV	1.882.255.785 €	1.666.666.740 €	215.589.045 €	12,94%
Tageszeitungen	309.505.170 €	300.849.076 €	8.656.094 €	2,88%
Publikumszeitschriften	260.081.677 €	285.082.125 €	-25.000.448 €	-8,77%
Plakat	134.270.540 €	123.322.401 €	10.948.139 €	8,88%
Radio	102.687.177 €	108.767.185 €	-6.080.008 €	-5,59%
Transport Media	71.049.048 €	69.488.741 €	1.560.306 €	2,25%
Fachzeitschriften	32.691.124 €	39.966.860 €	-7.275.736 €	-18,20%
At-Retail-Media	21.730.233 €	19.491.986 €	2.238.247 €	11,48%
Pharmazeitschriften	18.938.354 €	18.697.193 €	241.161 €	1,29%
Kino	11.008 €	27.542.741 €	-27.531.733 €	-99,96%
<b>Gesamt</b>	<b>2.833.220.116 €</b>	<b>2.659.875.048 €</b>	<b>173.345.068 €</b>	<b>6,52%</b>



Wirtschaftsbereich	WA Brutto	WA Brutto VJ	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
Handel/Dienstleistungen/Handwerk	7.391.419.612 €	7.706.177.054 €	-314.757.442 €	-4,08%
Medien	2.551.946.771 €	2.496.688.304 €	55.258.468 €	2,21%
Kosmetik	2.228.637.721 €	2.294.369.456 €	-65.731.736 €	-2,86%
Food	1.898.571.440 €	2.039.322.450 €	-140.751.010 €	-6,90%
Pharmazie	1.598.906.678 €	1.516.206.495 €	82.700.183 €	5,45%
Automobile/Kfz/Nutzfahrzeuge	1.452.048.823 €	1.580.165.477 €	-128.116.654 €	-8,11%
Freizeit/Reisen	1.383.229.528 €	1.886.617.274 €	-503.387.746 €	-26,68%
Finanzen/Versicherungen	1.144.205.889 €	1.107.557.398 €	36.648.491 €	3,31%
Bauen/Einrichten/Haushalt	1.027.823.745 €	878.397.291 €	149.426.454 €	17,01%
Soziales/Politik/Bildung/Gesundheit	964.065.473 €	843.920.812 €	120.144.661 €	14,24%
Büro/Telekommunikation/IT	916.946.392 €	997.879.213 €	-80.932.821 €	-8,11%
Getränke	834.153.762 €	1.055.349.911 €	-221.196.148 €	-20,96%
Software/App/IT	637.350.217 €	494.433.590 €	142.916.627 €	28,91%
Gebrauchsgüter	509.210.821 €	599.181.280 €	-89.970.459 €	-15,02%
Bekleidung	238.992.290 €	311.510.686 €	-72.518.395 €	-23,28%
Industrie/Elektrotechnik	200.680.560 €	251.833.704 €	-51.153.144 €	-20,31%
Verkehr	145.812.683 €	209.401.715 €	-63.589.032 €	-30,37%
Medizin-Technik	102.435.046 €	83.818.214 €	18.616.832 €	22,21%
Stellenanzeigen	65.867.520 €	67.373.962 €	-1.506.442 €	-2,24%
Land-/Forst-/Bau-/Gartentechnik	59.253.823 €	66.162.791 €	-6.908.968 €	-10,44%
Tabakwaren	2.876.887 €	9.508.875 €	-6.631.988 €	-69,75%
<b>Gesamt</b>	<b>25.354.435.683 €</b>	<b>26.495.875.952 €</b>	<b>-1.141.440.269 €</b>	<b>-4,31%</b>

Auch im Branchenvergleich sind die Auswirkungen der CORONA-Pandemie deutlich sichtbar. Daher ist es keine Überraschung mehr, dass Branchen wie „Bauen/Einrichten/Haushalt“, „Software/APP/IT“ und „Soziales/Politik/Bildung/Gesundheit“ mit den größten Zuwächsen abgeschnitten haben.

Umso dramatischer war natürlich im Umkehrschluss der Verlauf bei den Branchen, die durch die Lockdowns und massiven Einschränkungen belastet wurden, beispielsweise „Verkehr“, „Freizeit/Reisen“ und „Bekleidung“.

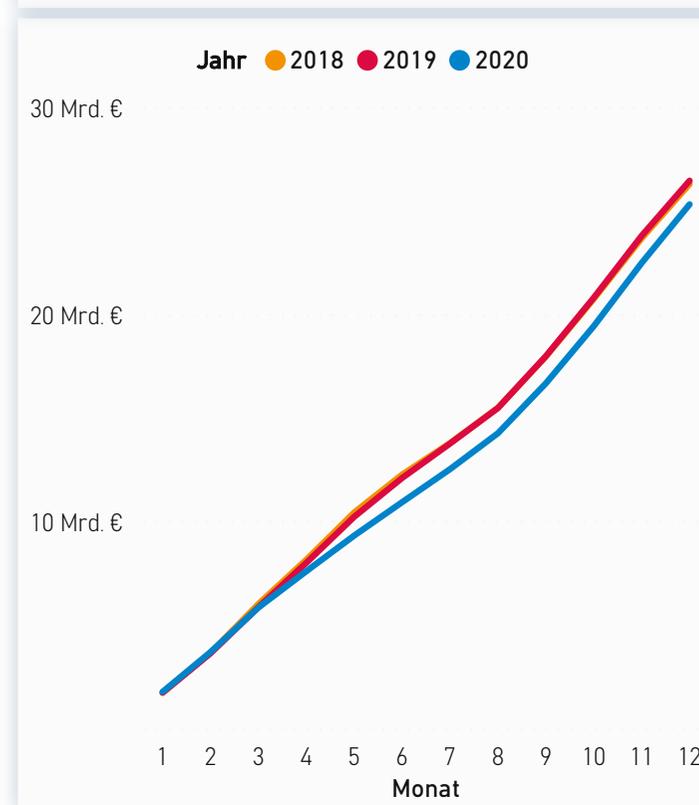


Auch bei dem Ranking in der Betrachtung der Firmen-Investitionen stehen die Bereiche Gebrauchsgüter, Lebensmittel und Online-Handel an der Spitze. P&G hat noch einmal deutlich sein Investment zum VJ um 22% erhöht und bleibt Spitzenreiter im Firmen-Ranking.

### Top-20-Werbespender

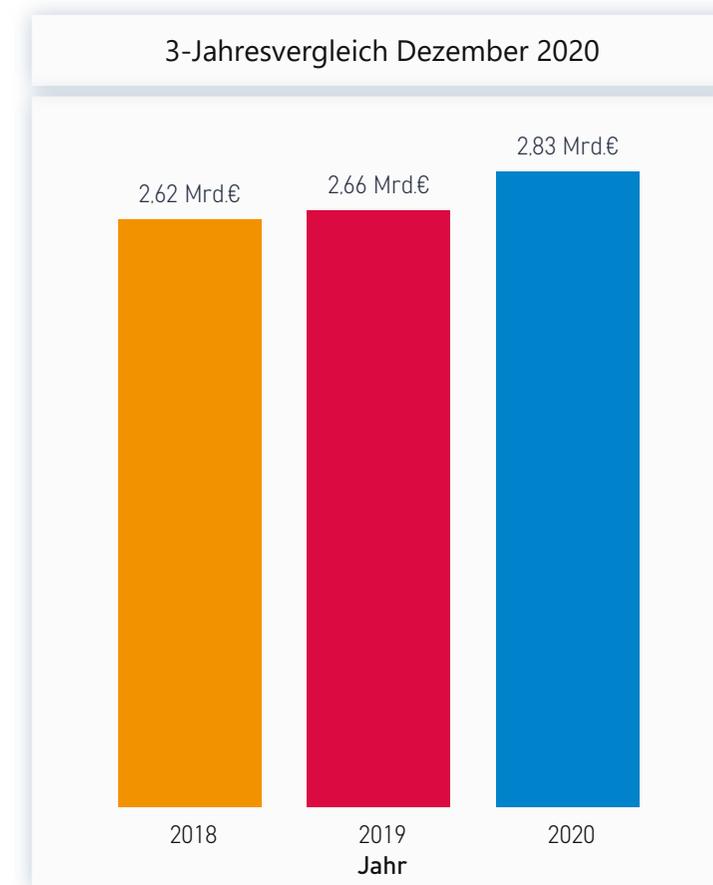
Firma	WA Brutto	WA Brutto VJ	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
Procter & Gamble Company (Procter & Gamble Company)	1.315.383.290 €	1.079.250.732 €	236.132.558 €	21,88%
Gruppo Ferrero (Gruppo Ferrero)	429.640.089 €	493.907.005 €	-64.266.916 €	-13,01%
L'Oréal S.A. (L'Oréal S.A.)	396.268.627 €	448.902.051 €	-52.633.424 €	-11,72%
ProSiebenSat.1 Media SE (ProSiebenSat.1 Media SE)	392.851.822 €	233.248.773 €	159.603.048 €	68,43%
Amazon.com, Inc. (Amazon.com, Inc.)	279.170.567 €	366.451.925 €	-87.281.358 €	-23,82%
Henkel AG & Co. KGa (Henkel AG & Co. KGa)	273.759.810 €	215.487.176 €	58.272.635 €	27,04%
Schwarz Beteiligungs GmbH (Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG)	271.838.932 €	321.817.989 €	-49.979.058 €	-15,53%
Deutsche Telekom AG (Deutsche Telekom AG)	215.570.946 €	255.354.485 €	-39.783.538 €	-15,58%
Bertelsmann SE & Co. KGaA (RTL Group SA - RTL interactive GmbH)	212.202.678 €	134.012.748 €	78.189.930 €	58,35%
Aldi Nord Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG	205.611.943 €	220.679.494 €	-15.067.550 €	-6,83%
Dr. August Oetker KG (Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG)	201.408.264 €	188.911.217 €	12.497.047 €	6,62%
Volkswagen AG (Volkswagen AG)	193.848.228 €	188.914.192 €	4.934.036 €	2,61%
Maxingvest AG (Beiersdorf AG)	189.588.283 €	189.296.441 €	291.842 €	0,15%
Comcast Corporation (Sky plc.)	182.443.441 €	64.995.325 €	117.448.116 €	180,70%
JAB Holding Company s.à r.l. (Reckitt Benckiser Group plc)	178.971.931 €	172.206.221 €	6.765.710 €	3,93%
Renault S.A.	175.236.019 €	182.040.799 €	-6.804.780 €	-3,74%
Rewe Zentral AG (Rewe Zentral AG)	174.469.888 €	147.904.373 €	26.565.514 €	17,96%
Unilever N.V.	166.006.530 €	139.926.222 €	26.080.308 €	18,64%
ProSiebenSat.1 Media SE (ParshipMeet Holding GmbH)	164.247.958 €	145.005.784 €	19.242.174 €	13,27%
Schwarz Beteiligungs GmbH (Kaufland-Dienstleistung GmbH)	148.678.829 €	144.156.178 €	4.522.651 €	3,14%
<b>Gesamt</b>	<b>5.767.198.074 €</b>	<b>5.332.469.129 €</b>	<b>434.728.945 €</b>	<b>8,15%</b>

### Top-20-Werbespender im Zeitverlauf (kumuliert)



Bei einem Investitionsplus von 52,4 % zeigt sich Procter & Gamble mit einem dreifachen Investment an Platz 1, gefolgt von L'Oreal (+35,7 %) und der Deutschen Telekom (+26,5 %). Die Bundesregierung Deutschland (+4800%) und Comcast (+275%) zeigen den höchsten prozentualen Werbeinsatz im Monat Dezember 2020.

Firma	WA Brutto	WA Brutto VJ	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
Procter & Gamble Company (Procter & Gamble Company)	168.847.203 €	110.796.876 €	58.050.327 €	52,39%
L'Oréal S.A. (L'Oréal S.A.)	65.996.220 €	48.641.802 €	17.354.417 €	35,68%
Deutsche Telekom AG (Deutsche Telekom AG)	52.268.756 €	39.288.979 €	12.979.777 €	33,04%
ProSiebenSat.1 Media SE (ProSiebenSat.1 Media SE)	44.214.708 €	42.751.725 €	1.462.984 €	3,42%
Schwarz Beteiligungs GmbH (Kaufland-Dienstleistung GmbH)	37.917.367 €	30.945.899 €	6.971.468 €	22,53%
Comcast Corporation (Sky plc.)	34.610.236 €	8.732.727 €	25.877.509 €	296,33%
Henkel AG & Co. KGa (Henkel AG & Co. KGa)	31.682.829 €	11.576.014 €	20.106.815 €	173,69%
Bundesrepublik Deutschland (Bundesministerium für Gesundheit)	29.720.409 €	958.958 €	28.761.451 €	2.999,24%
McDonald's Inc.	29.213.864 €	14.340.224 €	14.873.640 €	103,72%
Volkswagen AG (Volkswagen AG)	28.905.413 €	15.672.268 €	13.233.145 €	84,44%
Schwarz Beteiligungs GmbH (Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG)	28.035.390 €	28.393.396 €	-358.006 €	-1,26%
Maxingvest AG (Beiersdorf AG)	27.616.184 €	24.645.686 €	2.970.499 €	12,05%
Aldi Nord Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG	27.494.828 €	28.587.955 €	-1.093.128 €	-3,82%
Unilever N.V.	26.485.172 €	12.864.953 €	13.620.218 €	105,87%
Amazon.com, Inc. (Amazon.com, Inc.)	25.642.852 €	73.523.046 €	-47.880.194 €	-65,12%
Gruppo Ferrero (Gruppo Ferrero)	24.151.751 €	31.247.960 €	-7.096.209 €	-22,71%
Rewe Zentral AG (Rewe Zentral AG)	22.537.369 €	22.138.392 €	398.977 €	1,80%
JAB Holding Company s.à r.l. (Reckitt Benckiser Group plc)	22.351.802 €	12.186.197 €	10.165.605 €	83,42%
Samsung Electronics Co. Ltd. (Samsung Electronics Co. Ltd.)	21.576.528 €	15.452.319 €	6.124.210 €	39,63%
eBay Inc. (eBay Inc.)	21.095.519 €	1.059.359 €	20.036.160 €	1.891,35%
<b>Gesamt</b>	<b>770.364.398 €</b>	<b>573.804.735 €</b>	<b>196.559.663 €</b>	<b>34,26%</b>



AdVision digital - alles, was Sie über den  
Werbemarkt wissen müssen.



Hierzu beobachten und erfassen wir die werbliche Nutzung sämtlicher Massenmedien: Werbung wird tagesaktuell erfasst und intelligent verknüpft. Zugeschnitten auf Ihre Wünsche stellen wir diese Daten als Reportings, in eigenen Analysetools oder direkt in Ihren Systemen zur Verfügung. So ermöglichen wir Ihnen Wettbewerbsvorteile – durch individuelle Markt- und Medienanalysen, umfassende Wettbewerbsbeobachtung, Performance-Kontrolle der eigenen Aktivitäten und mehr.

**Quelle:** AdVision | **Mediengattungen:** TV, Publikumszeitschriften, Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Pharmazeitschriften, Plakat, Transport Media, At-Retail-Media, Radio, Kino

**Reporting-Zeitraum:** 01.01.2020 bis 31.12.2020

AdVision digital GmbH | Wandalenweg 30 | 20097 Hamburg | Germany  
fon +49 (40) 244248-10 | fax +49 (40) 244248-48 | [service@advisioin-digital.de](mailto:service@advisioin-digital.de) | [www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)