

## OOH-Entwicklung im intermedialen Vergleich, 2019 - 2023

Hinweis: Die Gattung Werbesendungen wurde in den von Nielsen Germany ermittelten Bruttowerbeaufwendungen in einigen Jahren in die Erhebung aufgenommen, aktuell nicht mehr. Die nachstehend veröffentlichten Daten sind daher durchgehend um die Ergebnisse für die Gattung Werbesendungen bereinigt.

Quelle für alle Daten: Nielsen Germany / FAW, Januar 2024

<b>Umsatzentwicklung</b>					
<b>Basis: Bruttowerbeaufwendungen</b>					
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>
Gesamtmarkt	32.858.926	32.853.178	35.541.875	33.716.368	33.807.528
Fernsehen	16.306.361	16.096.983	18.139.899	17.146.423	16.548.896
Print	8.147.183	8.082.243	8.200.575	7.890.483	8.054.216
Online	3.796.677	4.395.516	4.674.676	4.044.237	4.197.281
<b>Out of Home</b>	<b>2.463.626</b>	<b>2.298.683</b>	<b>2.554.950</b>	<b>2.622.207</b>	<b>2.916.337</b>
Radio	1.985.132	1.939.294	1.927.673	1.916.520	1.972.756
Kino	159.949	40.459	44.102	96.498	118.041

<b>Marktanteil</b>					
<b>Basis: Bruttowerbeaufwendungen</b>					
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>
Gesamtmarkt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fernsehen	49,6	49,0	51,0	50,9	49,0
Print	24,8	24,6	23,1	23,4	23,8
Online	11,6	13,4	13,2	12,0	12,4
<b>Out of Home</b>	<b>7,5</b>	<b>7,0</b>	<b>7,2</b>	<b>7,8</b>	<b>8,6</b>
Radio	6,0	5,9	5,4	5,7	5,8
Kino	0,5	0,1	0,1	0,3	0,3

<b>Zuwachs / Veränderung YoY prozentual</b>				
<b>Basis: Bruttowerbeaufwendungen</b>				
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>
Gesamtmarkt	0,0	8,2	-5,1	0,3
Fernsehen	-1,3	12,7	-5,5	-3,5
Print	-0,8	1,5	-3,8	2,1
Online	15,8	6,4	-13,5	3,8
<b>Out of Home</b>	<b>-6,7</b>	<b>11,1</b>	<b>2,6</b>	<b>11,2</b>
Radio	-2,3	-0,6	-0,6	2,9
Kino	-74,7	9,0	118,8	22,3

<b>Zuwachs / Veränderung YoY absolut</b>				
<b>Basis: Bruttowerbeaufwendungen</b>				
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>
Gesamtmarkt	-5.748	2.688.697	-1.825.507	91.160
Fernsehen	-209.378	2.042.916	-993.476	-597.527
Print	-64.940	118.332	-310.092	163.733
Online	598.839	279.160	-630.439	153.044
<b>Out of Home</b>	<b>-164.943</b>	<b>256.267</b>	<b>67.257</b>	<b>294.130</b>
Radio	-45.838	-11.621	-11.153	56.236
Kino	-119.490	3.643	52.396	21.543

<b>Umsatzentwicklung OOH Klassisch und Digital</b>					
<b>Basis: Bruttowerbeaufwendungen</b>					
	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>YoY</b>	<b>Anteil 2023</b>	<b>Anteil 2022</b>
	<b>(1.000 €)</b>	<b>(1.000 €)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>
Out of Home Gesamt	2.916.337	2.622.207	11,2	100	100
Out of Home Klassisch	1.722.486	1.669.628	3,2	59,1	63,7
Out of Home Digital	1.193.851	952.579	25,3	40,9	36,3