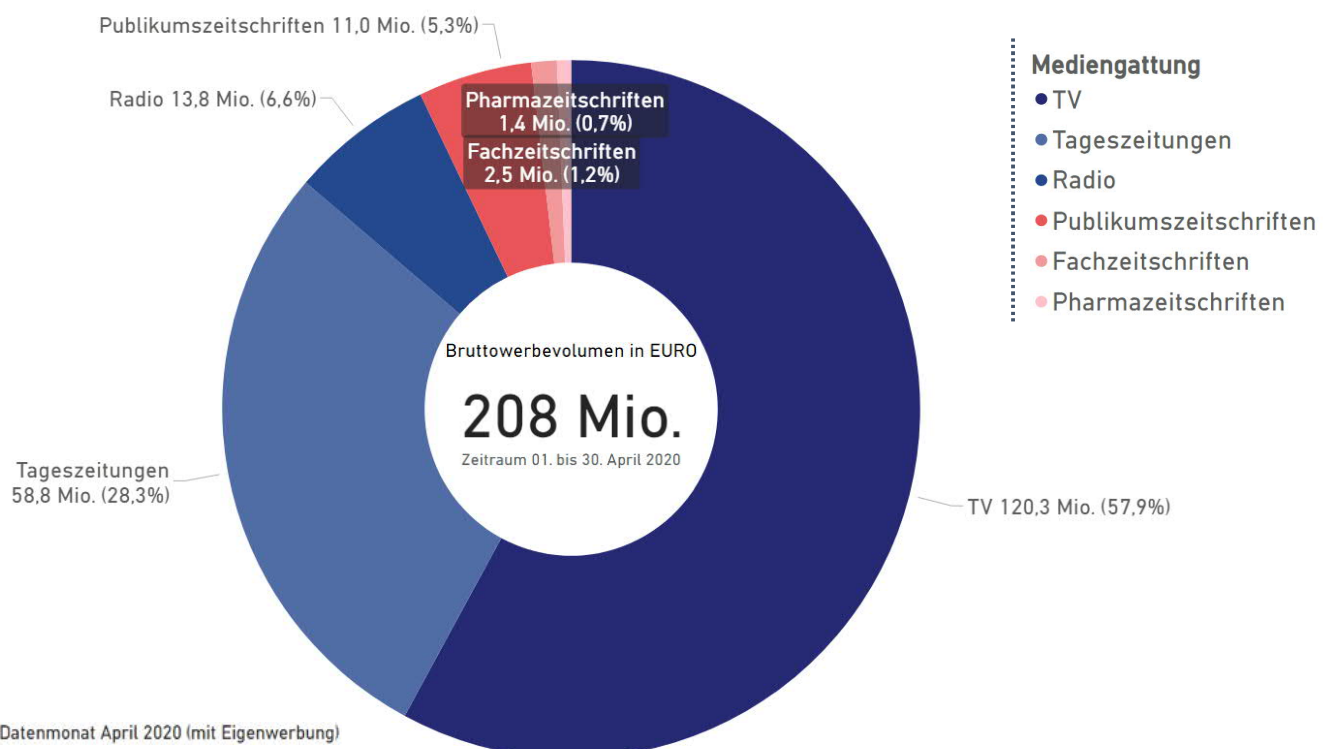


Werbetrend April 2020 – CORONA

- Unter Betrachtung der Werbe-Maßnahmen im Einzelmonat April 2020 und der alleinigen Thematik „CORONA“ wurden insgesamt 208 Mio.€ Werbespendings ausgegeben (März und April 2020 insgesamt. 281 Mio.€).
- 5.646 Motive wurden bisher im Zeitraum März bis April 2020 mit dem Designcode „CORONA“ versehen.
- TV ist auch hier wieder Träger-Medium Nummer Eins und versorgt die deutsche Bevölkerung mit Aufklärungsarbeit, Motivation und Zuversicht.
- Auch Tageszeitungen profitieren in dieser Zeit und können durch ihre Schnelligkeit und Glaubwürdigkeit punkten.

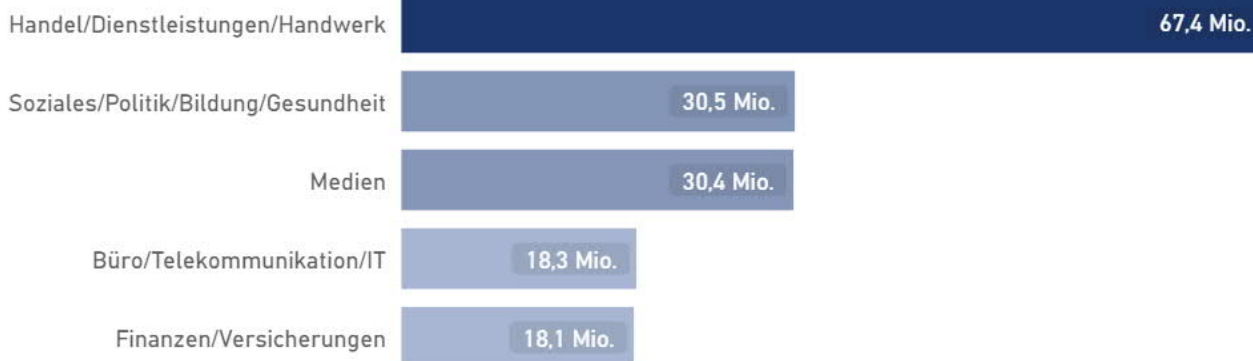
Mediensplit

COVID-19 ADS



Top 5 Branchen

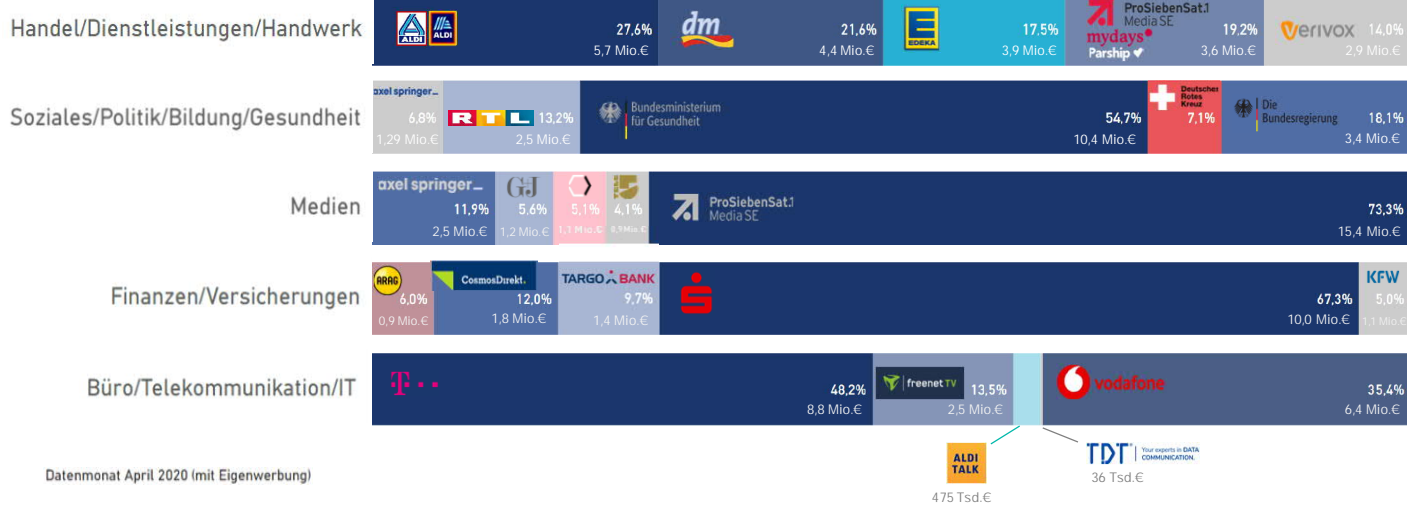
COVID-19 ADs



Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

Top 5 Branchen | Share of Advertising (Top 5 Werbespender)

COVID-19 ADs



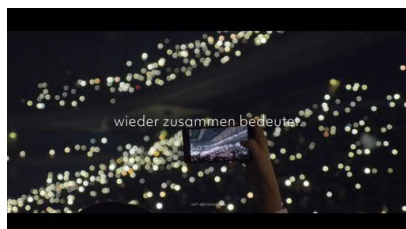
Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

Top 3 COVID-19 ADs (Motive nach Werbespendings)

COVID-19 ADs

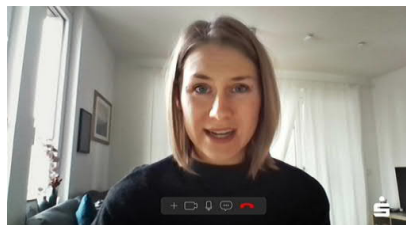
Motivnummer: 23950323

1



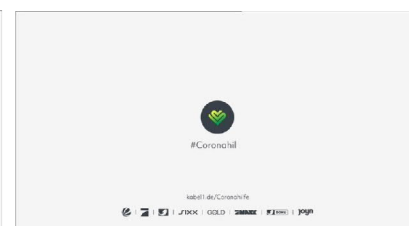
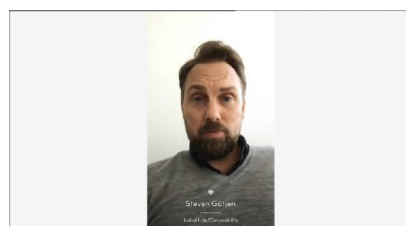
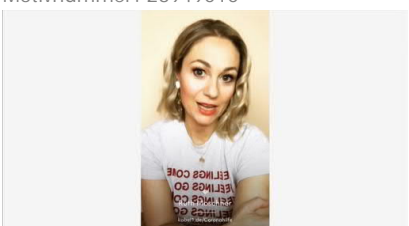
Motivnummer: 23924090

2



Motivnummer: 23949010

3

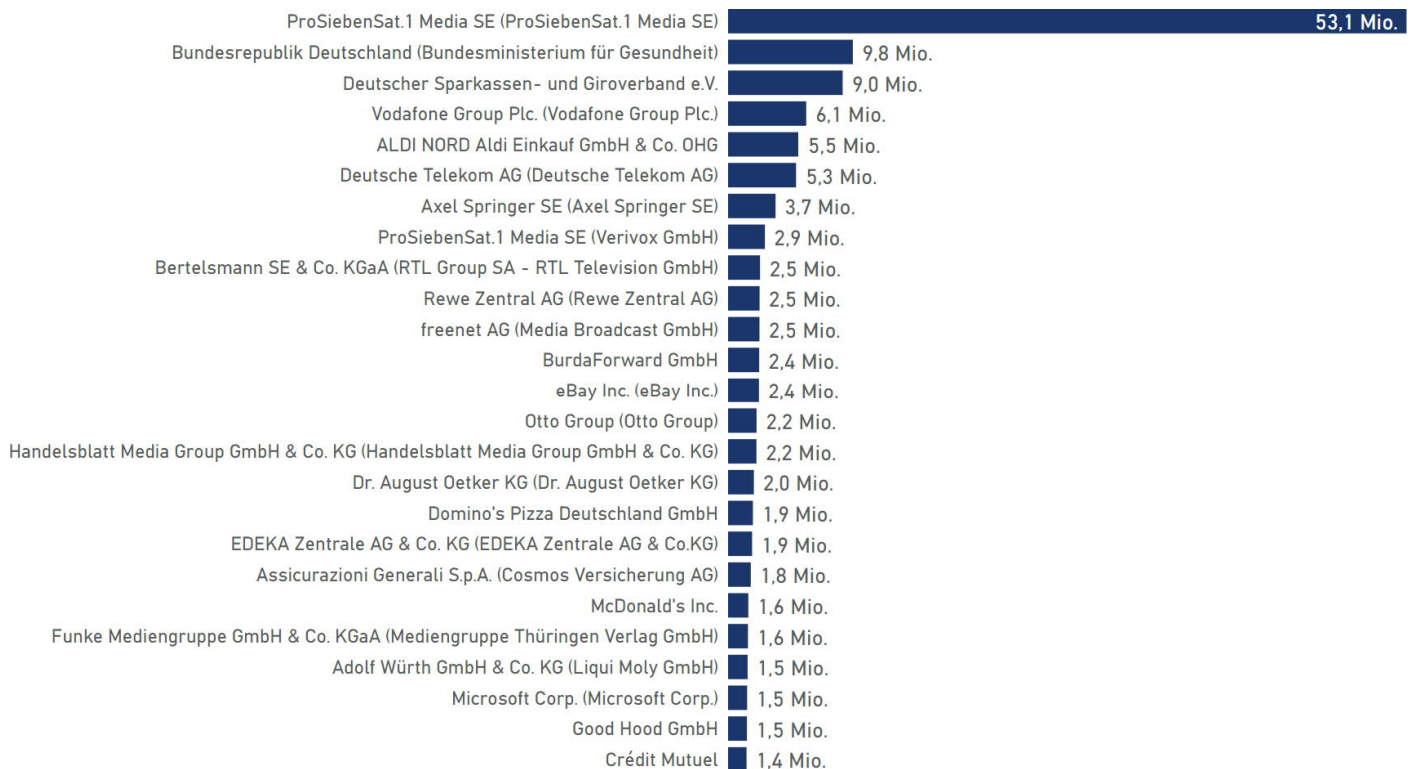


Werbetrend April 2020 – Bezug CORONA

- Die Branchen Handel/Dienstleistungen/Handwerk führen mit Ihren Werbeausgaben den Markt an. Dabei fließt ein Großteil in den Lebensmittel-Einzelhandel.
- Soziales/Politik/Bildung/Gesundheit bilden die nächste großen Ausgaben-Säulen.
- Aber natürlich auch die Branche Medien und die Branchen Finanzen/Versicherungen und Büro/Telekommunikation/IT werden stark beworben.
- In der Krise werden auch Chancen genutzt!

Top 20 Werbespender

COVID-19 ADs



Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

Anzahl Firmen gesamt

2.325

Zeitraum 01. bis 30. April 2020

Werbetrend April 2020

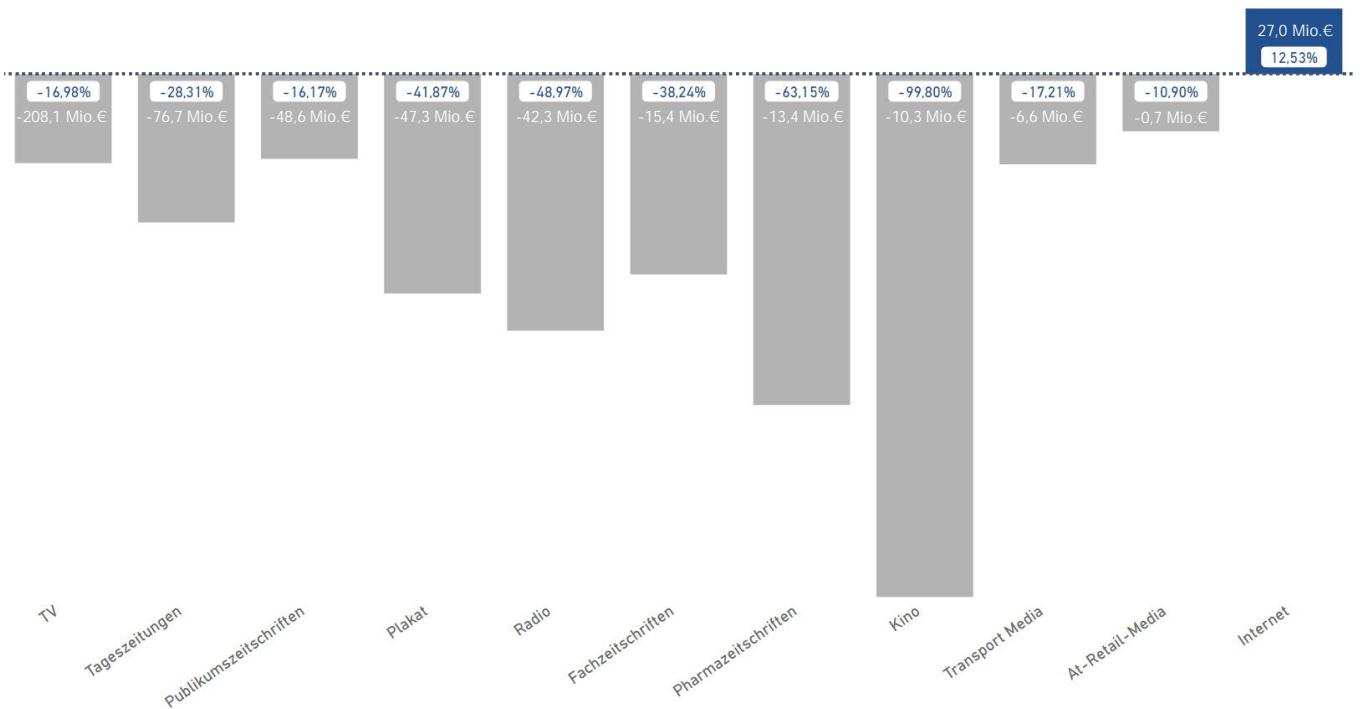
Der Einzelmonat April 2020 schließt mit einer gesamten Veränderung von **-19 %** zum Vorjahr ab.

Für den Zeitraum Januar – April 2020 ist eine Rückgang von **-5 %** zu verzeichnen.

TV bleibt im April 2020 mit Abstand stärkstes Leitmedium, muss aber auch die höchsten Einbußen von knapp **-17 %** (-208.055.639 €) verkraften.

Alle Mediengattungen leiden unter dem starken Einfluss von „Covid-19“ bis auf das Medium Internet, dass einen alleinigen Zuwachs von 13% zu verzeichnen hat und aus der Krise heraus einen weiteren Aufwind erfährt.

Mediengattung WA Brutto Diff. Vorjahresmonat



Mediengattung	WA Brutto	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
TV	1.017.484.479 €	-208.055.639 €	-16,98%
Publikumszeitschriften	255.123.244 €	-49.193.775 €	-16,17%
Internet	243.078.297 €	27.406.187 €	12,71%
Tageszeitungen	194.163.470 €	-76.689.684 €	-28,31%
Plakat	65.685.294 €	-47.320.840 €	-41,87%
Radio	44.052.087 €	-42.265.938 €	-48,97%
Transport Media	31.315.594 €	-6.511.129 €	-17,21%
Fachzeitschriften	29.950.201 €	-18.543.169 €	-38,24%
Pharmazeitschriften	7.805.902 €	-13.375.035 €	-63,15%
At-Retail-Media	6.091.895 €	-745.249 €	-10,90%
Kino	20.552 €	-10.253.002 €	-99,80%
Gesamt	1.894.771.014 €	-445.547.274 €	-19,04%

Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

Werbetrend April 2020

Im Ranking ziehen sich die negativen Veränderungen hinter TV weiter für Tageszeitungen, Publikumszeitschriften, Plakat und Radio.

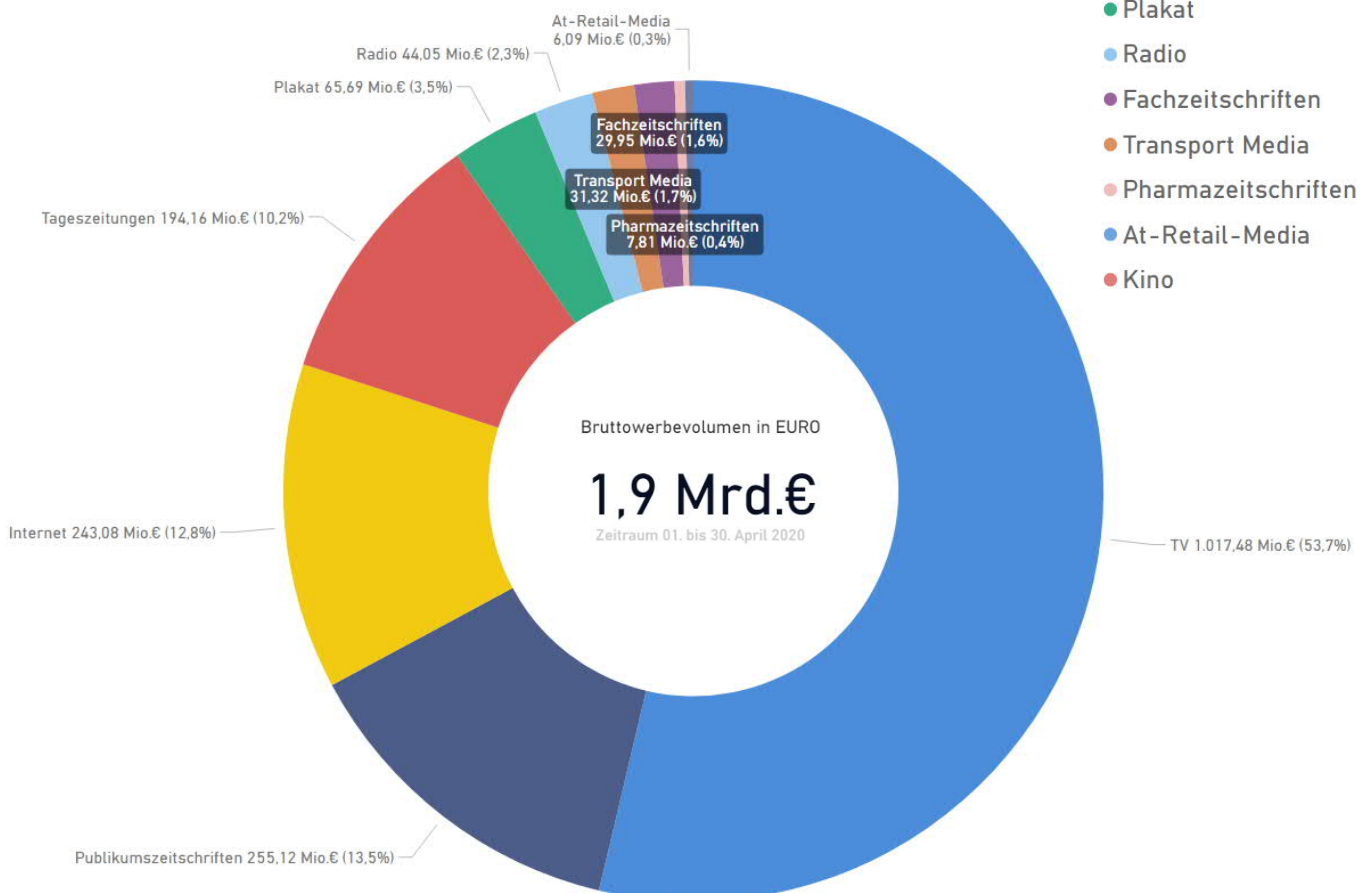
Die starken Veränderungen der Medienlandschaft war zu erwarten. Die Einschränkungen des öffentlichen Lebens haben sich zu Mitte/Ende März erst durchgesetzt und dementsprechend das Werbeverhalten deutschlandweit stark beeinflusst.

Medien wie Kino sind auf fast 0 runter gefahren wurden und kämpfen seither ums Überleben. Aufschwung habe es nur bei den Autokinos gegeben, die eine neue Renaissance-Welle für sich erfahren konnten.

Mediensplit April 2020

Mediengattung

- TV
- Publikumszeitschriften
- Internet
- Tageszeitungen
- Plakat
- Radio
- Fachzeitschriften
- Transport Media
- Pharmazeitschriften
- At-Retail-Media
- Kino

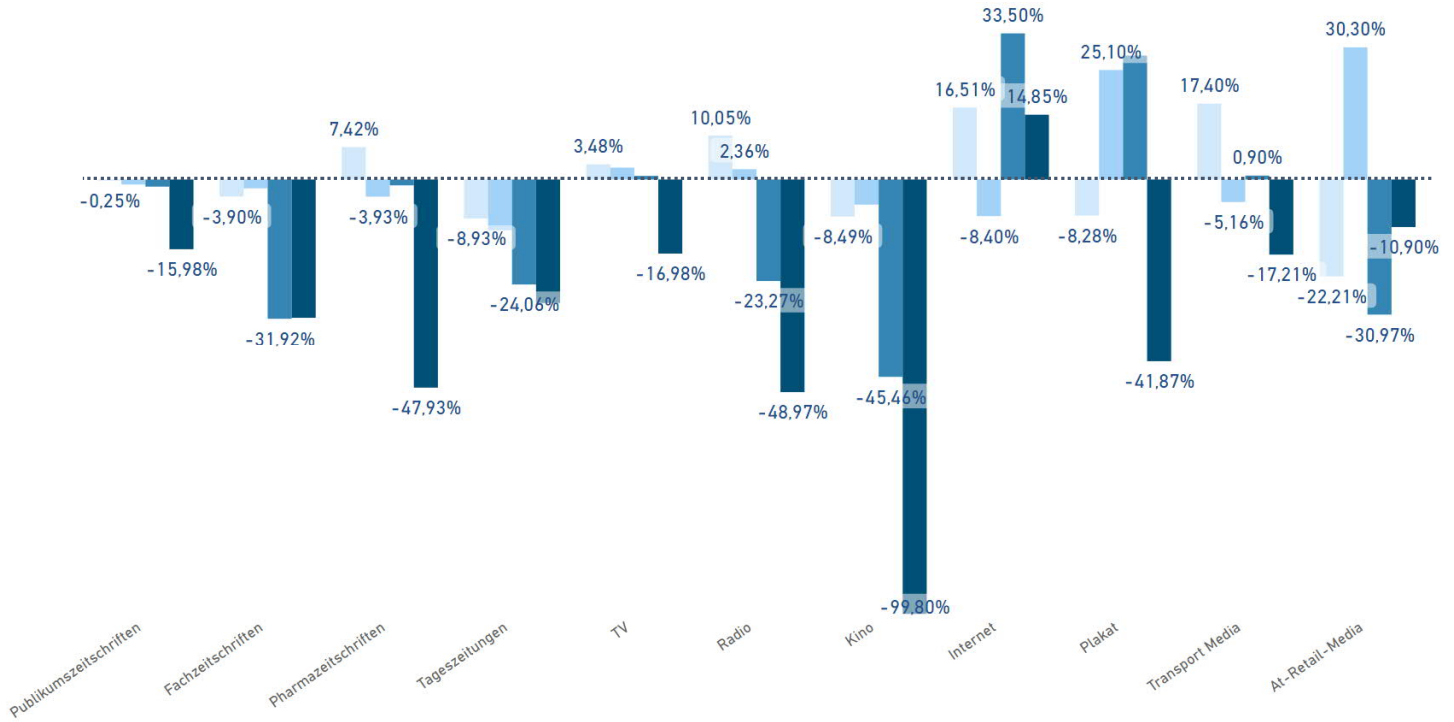


Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

Mediengattung WA Brutto Diff. Vorjahr



Monat (von Januar bis April 2020) ● 1 ● 2 ● 3 ● 4



Mediengattung | Share of Advertising (Top 5 Werbespender)



Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

Werbetrend April 2020

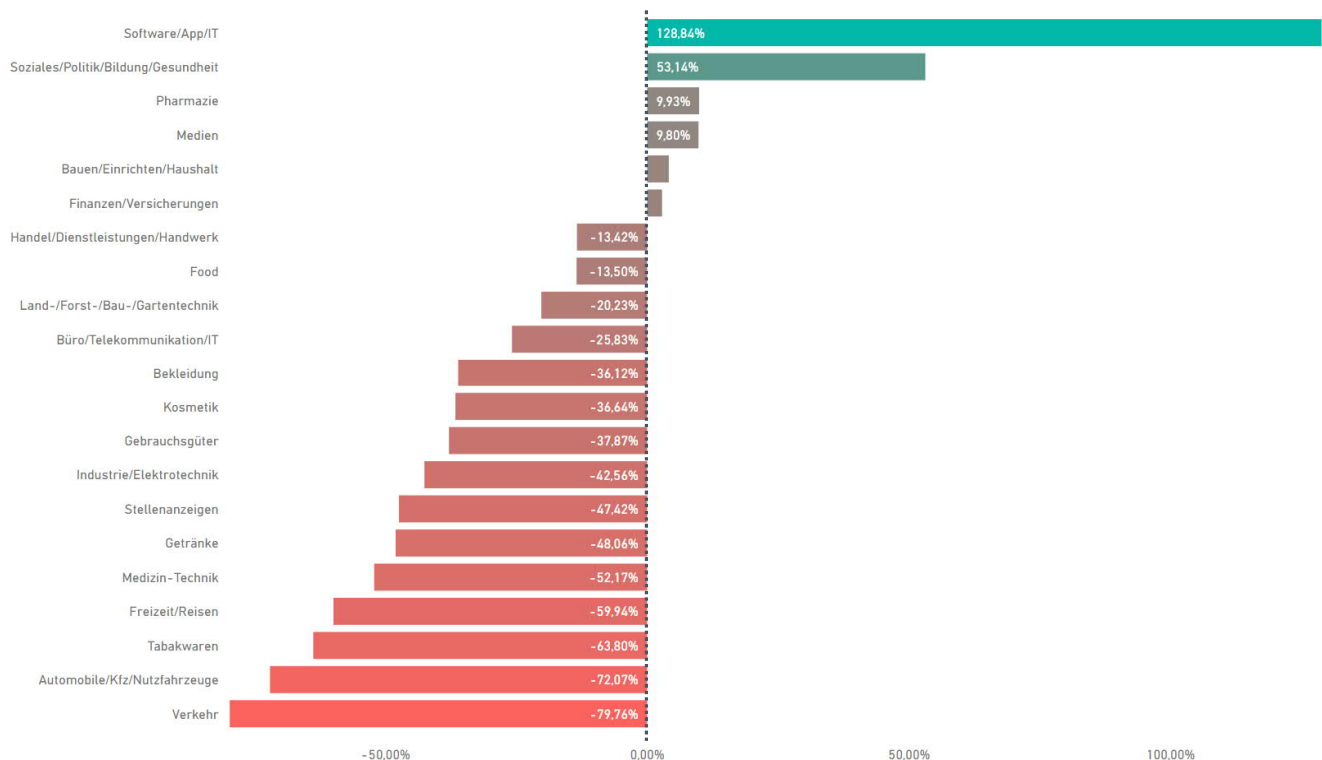
Im Share of Advertising der Marken über die Mediengattungen und sehen wir die Verteilung der Spendings in den einzelnen Gattungen sehr deutlich.

Anführer der Rankings kommen aus dem Handel/Lebensmittel-handel, aus den Medien und aus dem Gebrauchsgüterbedarf sowie Pharma-Bereich.

Im Branchenranking zeigt sich der Trend ähnlich. Angeführt von:

- Software/App/IT
- Soziales/Politik/Bildung/Gesundheit
- Pharmazie

Branchen WA Brutto Diff. Vorjahresmonat



Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

Werbetrend April 2020

Im Share of Advertising über die einzelnen Wachstumsbranchen sehen wir die Verteilung bei den Software/App-Anbietern mit Facebook als stärkster Player.

Bei der Branchen Soziales/Politik/Bildung und Gesundheit standen die Werbeausgaben der Bundesministerien für Gesundheit im Fokus.

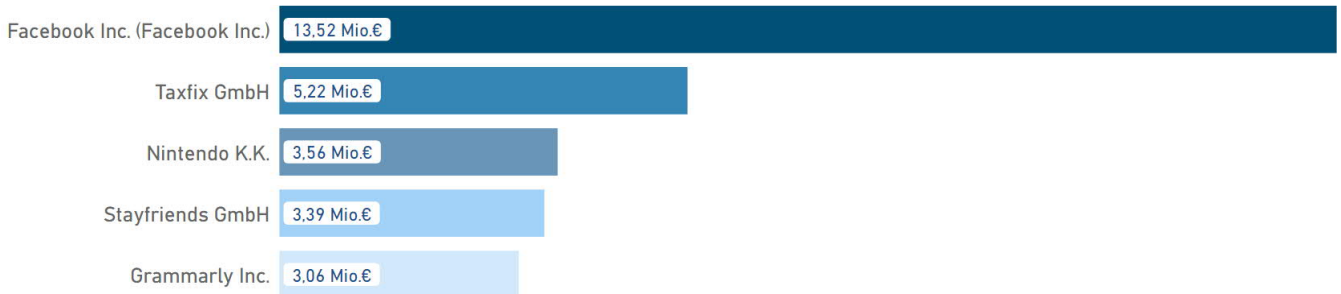
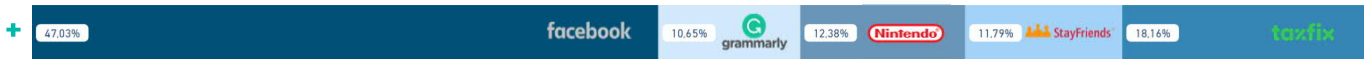
Die höchsten Einbrüche dargestellt im Share of Advertising sind die Branchen Automobile/Kfz/Nutzfahrzeuge und die Branche Verkehr.

Top Wachstumsbranchen | Share of Advertising (TOP 5 Advertiser)

Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

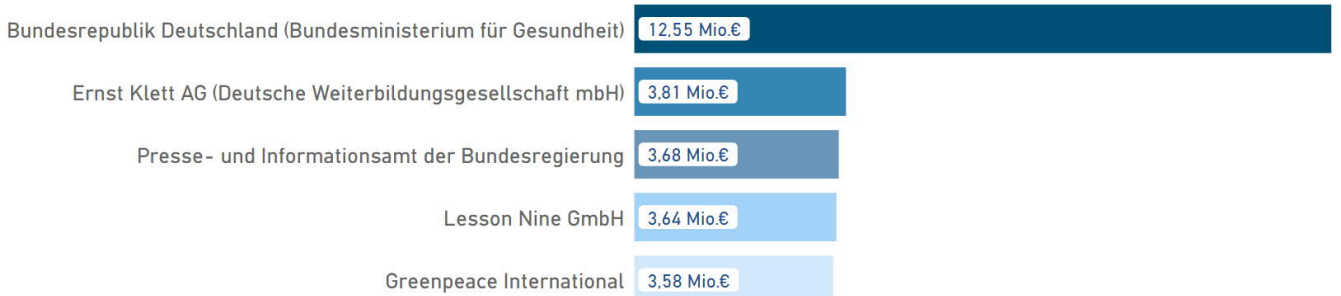
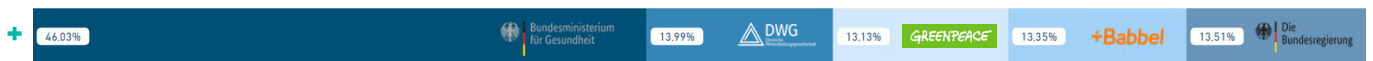
Ranking ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5

Software/App/IT



Ranking ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5

Soziales/Politik/Bildung/Gesundheit



Werbetrend April 2020

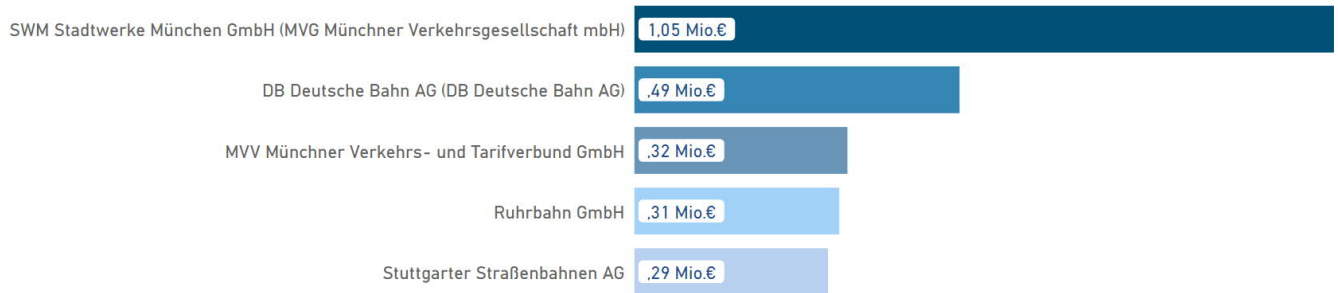


Top 2 Rücklauf - Branchen | Share of Advertising (TOP 5 Advertiser)

Datenmonat April 2020 (mit Eigenwerbung)

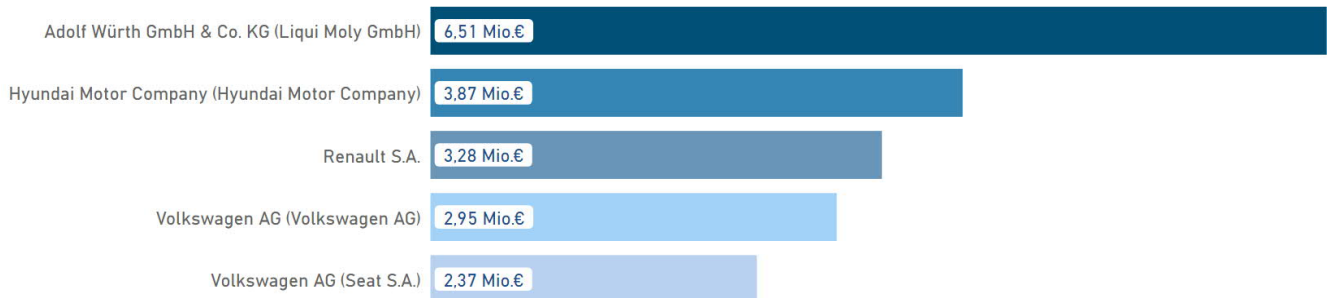
Ranking ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5

Verkehr



Ranking ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5

Automobile/Kfz/Nutzfahrzeuge



Top 20 Werbespender

von Januar bis April 2020



Firma	WA Brutto	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
Procter & Gamble Company (Procter & Gamble Company)	333.767.862 €	50.587.989 €	17,86%
Gruppo Ferrero (Gruppo Ferrero)	144.661.592 €	15.643.186 €	12,12%
ProSiebenSat.1 Media SE (ProSiebenSat.1 Media SE)	135.582.233 €	29.937.648 €	28,34%
Schwarz Beteiligungs GmbH (Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG)	99.039.801 €	-3.207.465 €	-3,14%
Bertelsmann SE & Co. KGaA (RTL Group SA - RTL interactive GmbH)	95.601.580 €	43.486.282 €	83,44%
L'Oréal S.A. (L'Oréal S.A.)	86.359.706 €	-48.904.065 €	-36,15%
Deutsche Telekom AG (Deutsche Telekom AG)	81.790.720 €	-9.321.361 €	-10,23%
Amazon.com, Inc. (Amazon.com, Inc.)	76.535.763 €	14.900.703 €	24,18%
Renault S.A.	67.540.349 €	1.327.684 €	2,01%
Henkel AG & Co. KGa (Henkel AG & Co. KGa)	65.735.373 €	9.756.313 €	17,43%
Otto Group (Otto Group)	59.848.740 €	45.134.515 €	306,74%
Groupe PSA (Groupe PSA)	56.454.726 €	-28.493.655 €	-33,54%
Bertelsmann SE & Co. KGaA (Gruner + Jahr AG & Co KG)	55.412.499 €	-3.126.985 €	-5,34%
ALDI NORD Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG	54.625.256 €	-10.906.168 €	-16,64%
CHECK24 Vergleichsportal GmbH	52.370.771 €	5.136.878 €	10,88%
Dr. August Oetker KG (Dr. August Oetker KG)	51.748.787 €	2.981.372 €	6,11%
Sky plc. (Sky plc.)	51.432.924 €	17.808.448 €	52,96%
Vodafone Group Plc. (Vodafone Group Plc.)	47.287.840 €	14.837.353 €	45,72%
Telefonica SA (Telefonica Germany GmbH & Co OHG)	46.478.599 €	193.662 €	0,42%
Rewe Zentral AG (Rewe Zentral AG)	46.308.031 €	6.608.985 €	16,65%
Gesamt	1.708.583.152 €	154.381.320 €	9,93%

Top 20 Werbespender

April 2020

Firma	WA Brutto	WA Brutto Diff. VJ	WA Brutto Diff. VJ in %
Procter & Gamble Company (Procter & Gamble Company)	88.485.897 €	15.319.800 €	20,94%
ProSiebenSat.1 Media SE (ProSiebenSat.1 Media SE)	47.521.100 €	21.318.981 €	81,36%
Bertelsmann SE & Co. KGaA (RTL Group SA - RTL interactive GmbH)	41.278.569 €	20.393.114 €	97,64%
Gruppo Ferrero (Gruppo Ferrero)	28.004.093 €	-3.206.222 €	-10,27%
Deutsche Telekom AG (Deutsche Telekom AG)	22.789.152 €	-2.333.161 €	-9,29%
Henkel AG & Co. KGa (Henkel AG & Co. KGa)	20.519.925 €	2.555.576 €	14,23%
Otto Group (Otto Group)	19.622.404 €	14.400.714 €	275,79%
Dr. August Oetker KG (Dr. August Oetker KG)	18.889.227 €	6.994.405 €	58,80%
Bertelsmann SE & Co. KGaA (RTL Group SA - RTL Television GmbH)	18.227.186 €	9.413.450 €	106,80%
United Internet AG (1&1 Telecommunication SE)	16.960.710 €	10.157.843 €	149,32%
Sky plc. (Sky plc.)	16.926.084 €	9.793.229 €	137,30%
Rewe Zentral AG (Rewe Zentral AG)	15.572.768 €	6.544.685 €	72,49%
Schwarz Beteiligungs GmbH (Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG)	14.832.934 €	-20.662.052 €	-58,21%
Axel Springer SE (Axel Springer SE)	14.802.568 €	6.276.176 €	73,61%
Unilever N.V.	13.602.289 €	-847.237 €	-5,86%
ProSiebenSat.1 Media SE (ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH)	13.553.347 €	11.256.159 €	490,00%
ALDI NORD Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG	13.224.411 €	-4.327.714 €	-24,66%
Bundesrepublik Deutschland (Bundesministerium für Gesundheit)	12.545.834 €	12.545.834 €	
Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V.	12.362.877 €	5.919.697 €	91,88%
Bertelsmann SE & Co. KGaA (Gruner + Jahr AG & Co KG)	12.178.175 €	-910.951 €	-6,96%
Gesamt	461.899.549 €	120.602.324 €	35,34%

Unsere Prognose:

Eine Betrachtung der nächsten Monate wird zeigen, ob und wie sich die Branchen erholen und aufatmen können. Durch erste Lockerungen im Mai 2020 werden wir erste kleinere Veränderungen vielleicht schon in den nächsten Monaten, ab Juni 2020, erkennen können. Ein ankurbeln der Wirtschaft ist unumgänglich und wird sich im Werbemarkt abzeichnen.

AdVision wird Sie auf dem laufenden halten!



Kirsten Schmidt

fon +49 (40) 244248-96

fax +49 (40) 244248-44

Kirsten.Schmidt@advision-digital.de

www.advision-digital.de