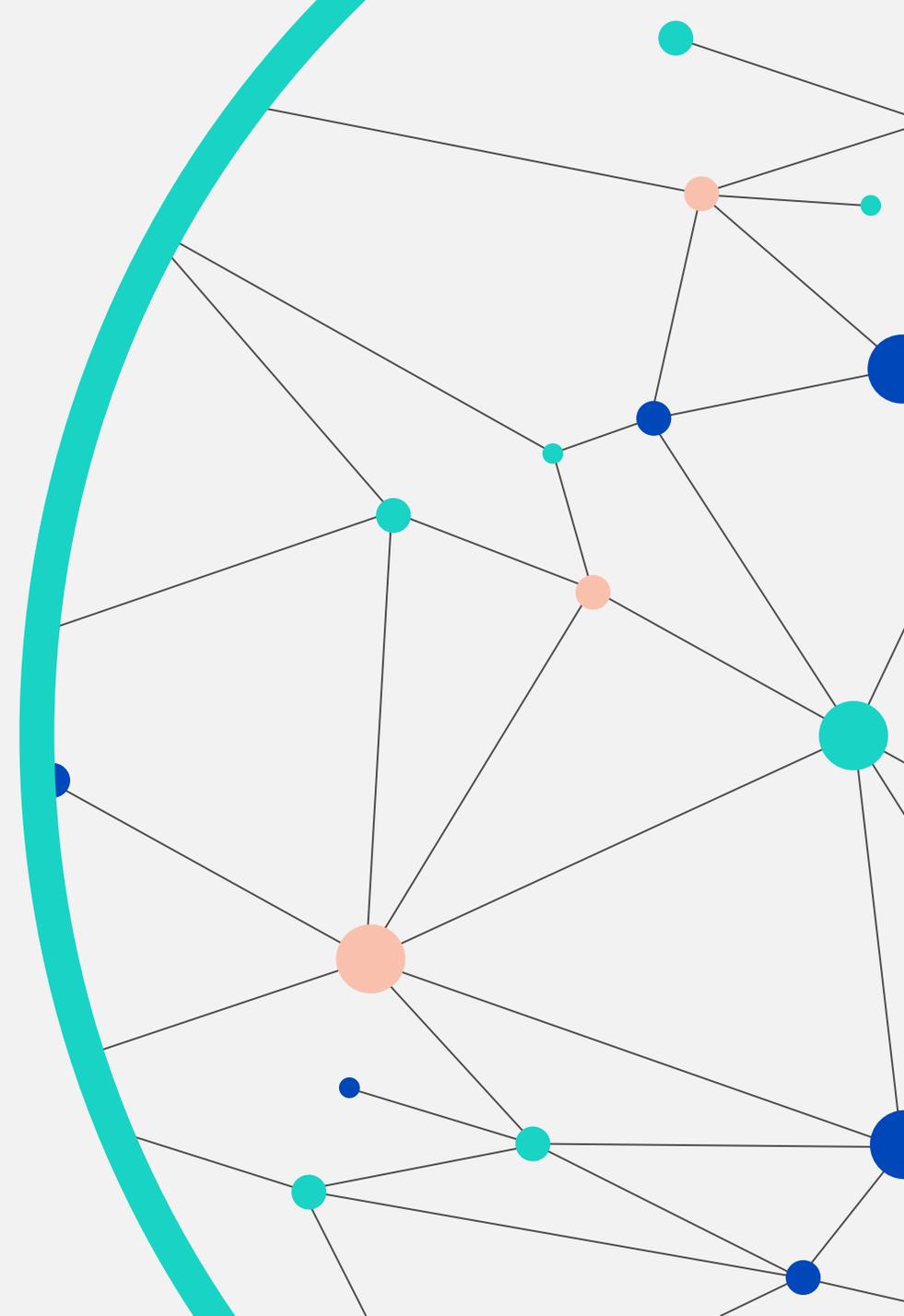
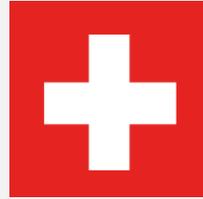


Werbemarkt

D-A-CH

H1 2023

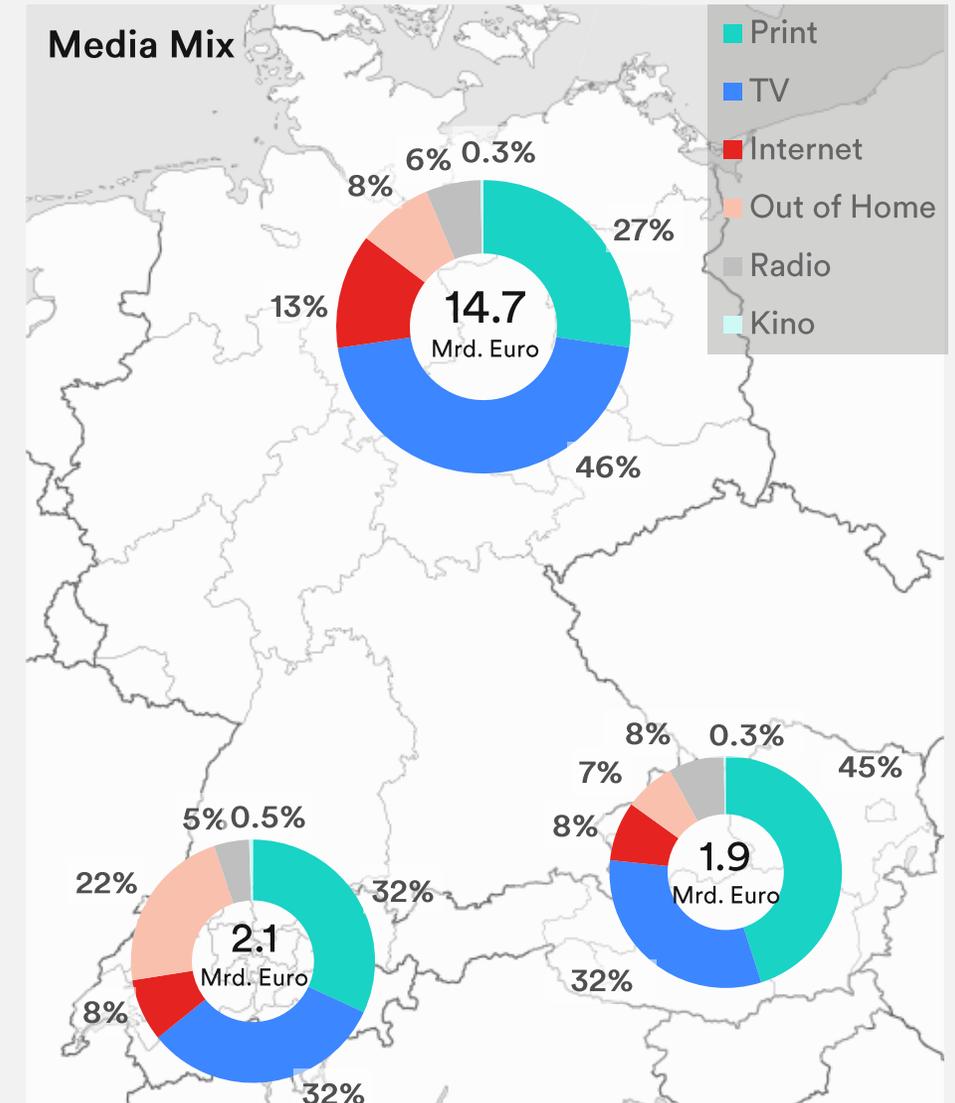


Werbemarkt D-A-CH

Brutto-Werbedruck H1 2023

H1 2023	D-A-CH									
Media	MEUR	+/- VJ %	MEUR	+/- VJ %	MEUR	+/- VJ %	MEUR	+/- VJ %	MEUR	+/- VJ %
Print	5'543	-0.5	4'018	0.2	853	-3.3	672	-1.0		
TV	7'977	-8.9	6'698	-9.0	598	-9.5	680	-8.3		
Internet	2'198	-1.7	1'867	-3.0	157	8.3	175	4.1		
Out of Home	1'831	8.8	1'226	6.7	134	-6.5	471	20.4		
Radio	1'131	1.1	887	1.0	146	-0.2	98	4.7		
Kino	62	32.6	47	45.7	5	32.5	11	-5.0		
Total	18'741	-3.5	14'742	-4.0	1'893	-4.5	2'106	1.0		

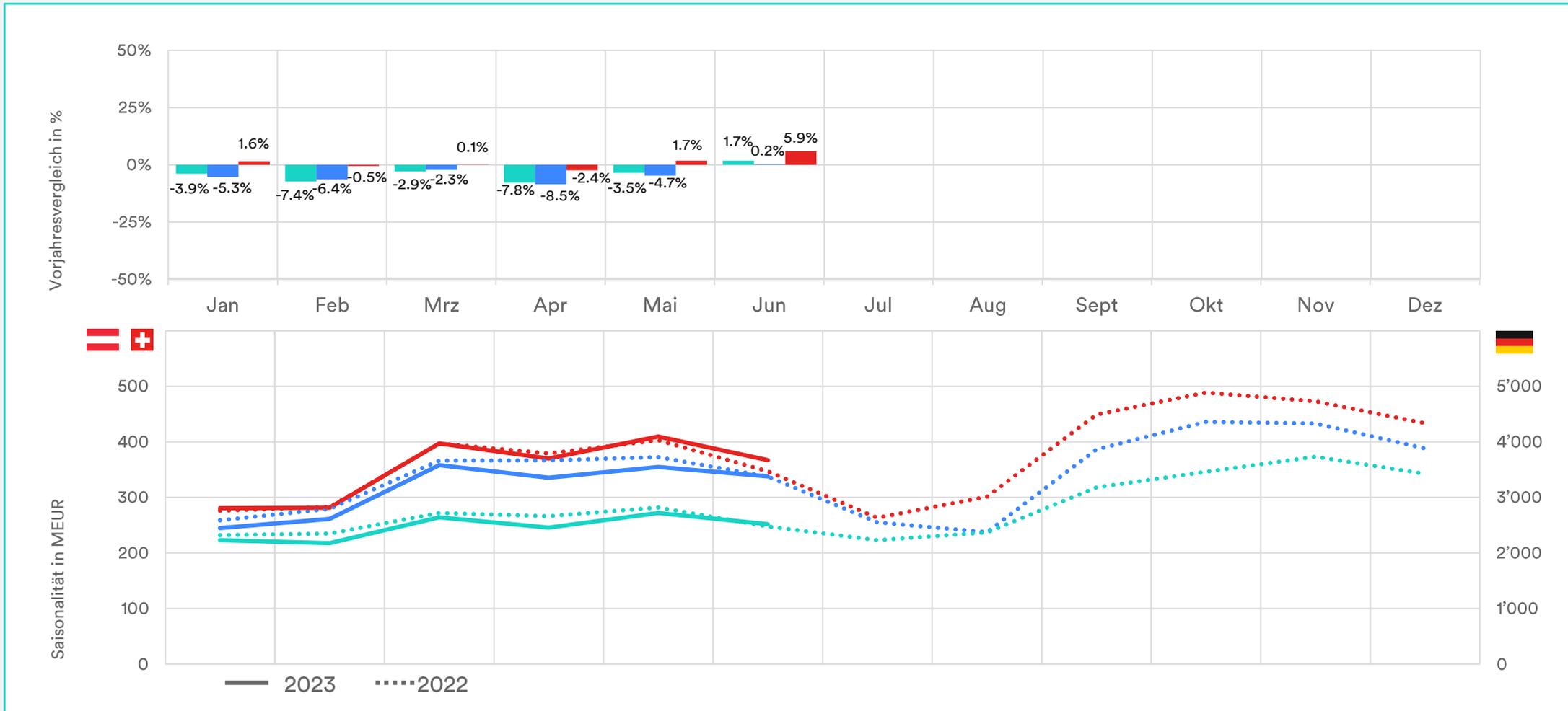
H1 2023: Brutto-Werbedruck/ Einwohner	175 Euro	208 Euro	241 Euro
--	----------	----------	----------



Trendverläufe im Vergleich

H1 2023

■ Deutschland ■ Österreich ■ Schweiz



Top Firmen

H1 2023 (Veränderung Vorjahr)

			
1.	Procter & Gamble 613.3 MEUR (-13%)	XXXLutz 72.4 MEUR (-15%)	Coop 182.8 MEUR (-4%)
2.	Lidl 548.3 MEUR (+54%)	Spar 52.6 MEUR (-8%)	Migros 130.1 MEUR (-7%)
3.	RTL Interactive 206.7 MEUR (+75%)	Billa AG 39.3 MEUR (-8%)	Procter & Gamble 29.0 MEUR (-39%)
4.	Ferrero DT. 202.0 MEUR (-26%)	Porsche 32.6 MEUR (+33%)	Ferrero CH 25.7 MEUR (-2%)
5.	Henkel KGAA 153.8 MEUR (+15%)	Procter & Gamble 31.0 MEUR (-31%)	L'Oréal 21.9 MEUR (+3%)

Top Motive (nach Brutto-Werbedruck)

H1 2023



Pampers Baby-Dry



Ikea Möbelhäuser



Wick ZzzQuil Gute Nacht



fernsehliste.at



Ikea



A 1 Mobil S mit Samsung Galaxy A54 5G



Coop – Für mich und dich.
Grillkampagne



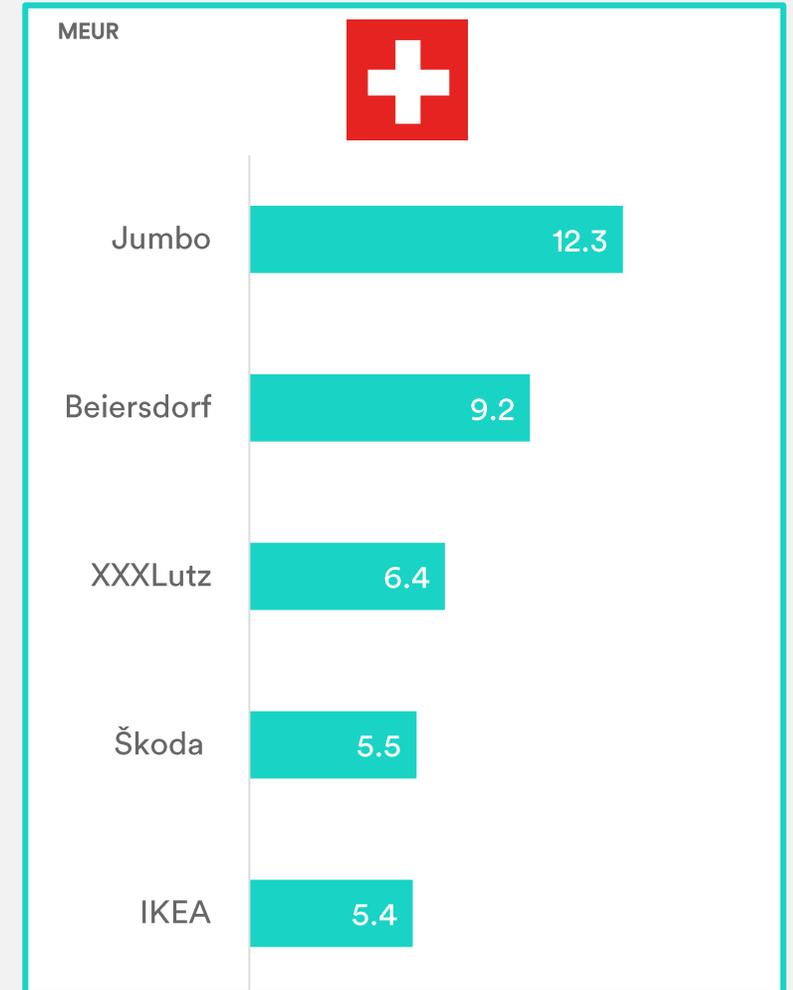
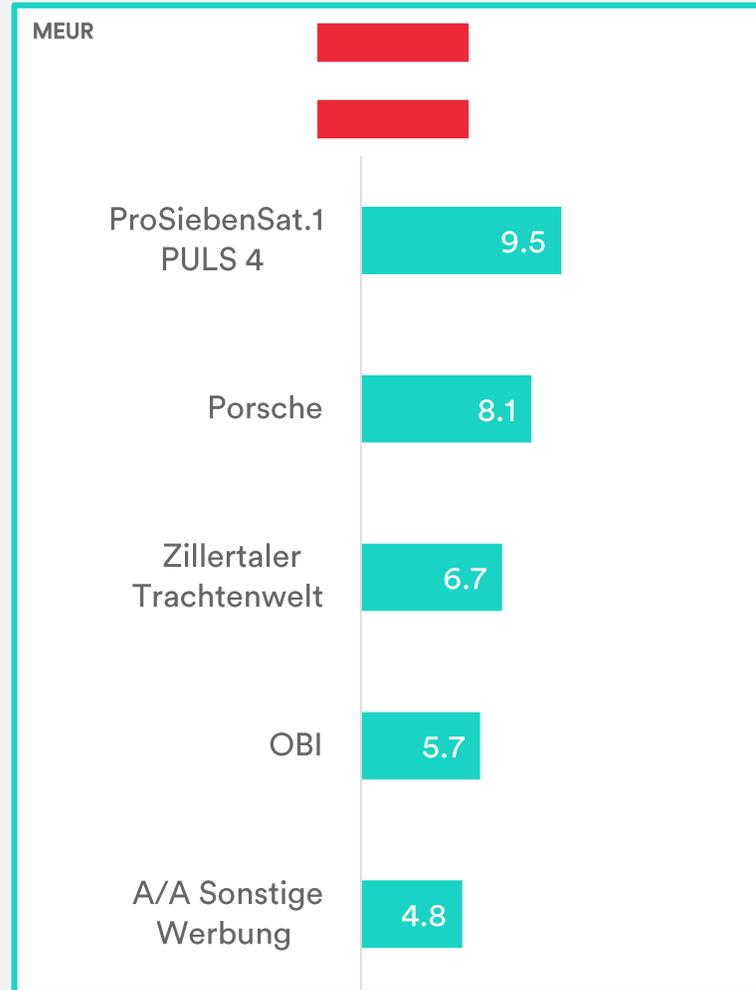
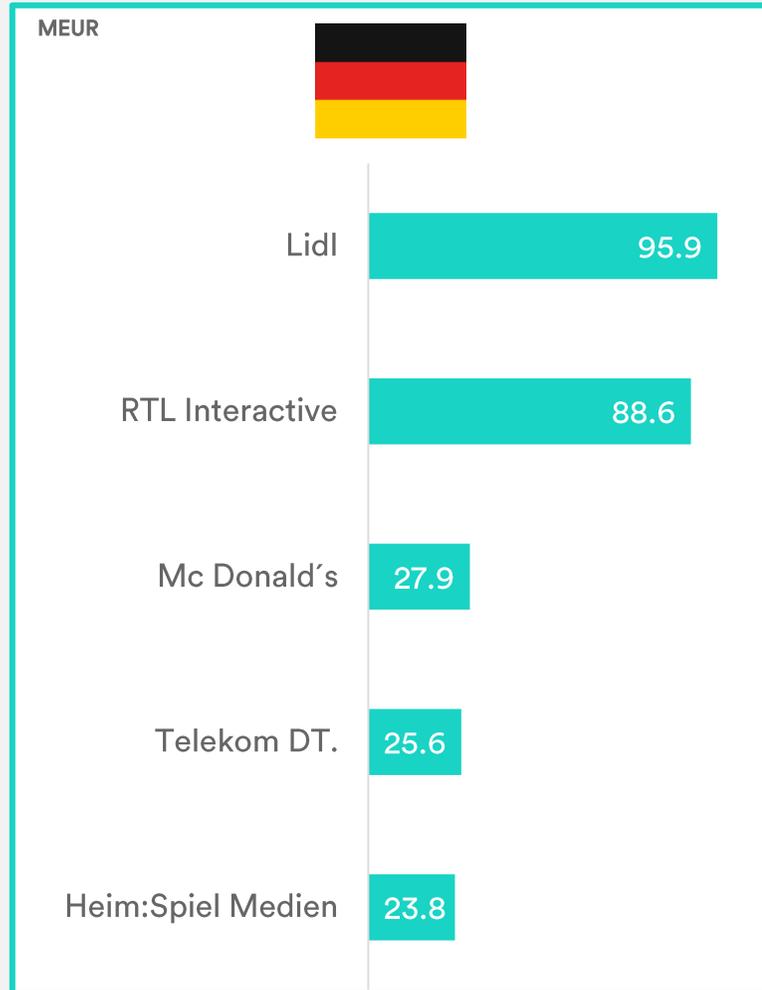
Coop – Für mich und dich.
Ostern



Vicks - VapoRub

Top Werbemotoren (Zuwachs Werbedruck abs.)

H1 2023



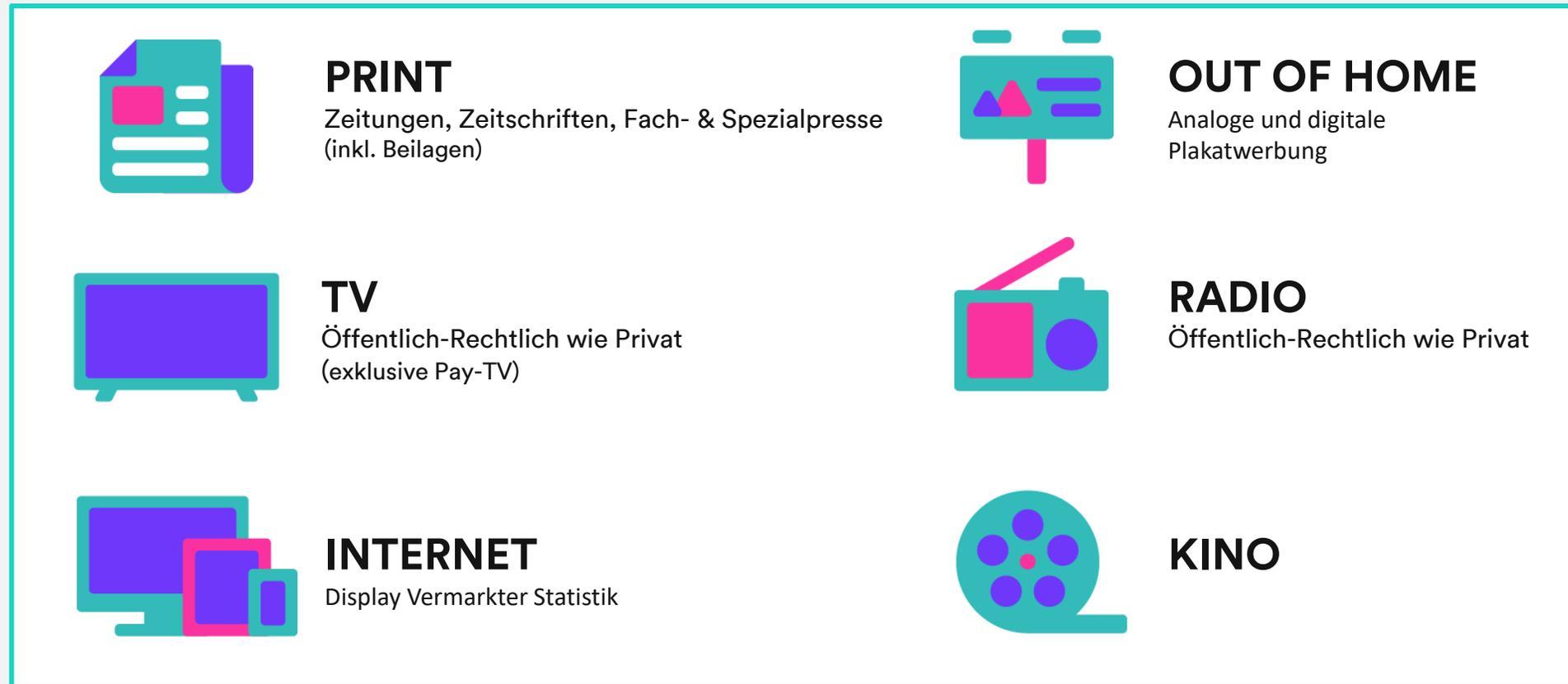
Ohne Sammelkategorien

Appendix

Medienabdeckung D-A-CH

Die Werbepräsenz der Unternehmen wird in Brutto-Werbedruck gemessen. Es handelt sich dabei um den Gegenwert gemäss Medientarif für die Einzelschaltung und nicht um die tatsächlichen Ausgaben, Kosten oder Budgets. Mengenrabatte, Kunden- oder Sonderkonditionen werden nicht berücksichtigt.

In den einzelnen Ländern stehen eine ganze Reihe weiterer Medienkanäle zur Verfügung – insbesondere im Online-Bereich (Search, YouTube, SoM). Um die Vergleichbarkeit der Länder zu gewährleisten, wurde für die Harmonisierung der Datenwelten, der grösste gemeinsame Nenner gewählt.



Schweiz: CHF-EUR 1:1

D-A-CH Analyseteam



DEUTSCHLAND

Nielsen Media Germany

Fernando Reimann

Manager Analytic Consulting & Media Insights
fernando.reimann@nielsen.com



ÖSTERREICH

FOCUS Marketing Research

Georg Wurm

Manager International Customer Support
g.wurm@focusmr.com



SCHWEIZ

Media Focus Schweiz

Tina Fixle

Chief Analytics Officer
tina.fixle@mediafocus.ch