



Digital Out of Home

Werbespendings 2016 - 2019

Inhalt

1. OoH Spending Trends ab 2015 [Seite 3](#)
2. Jahresvergleich 2016 / 2017 / 2018 [Seite 5](#)
3. Halbjahresvergleich 1. Hj. 2018 / 2019 [Seite 12](#)
4. Quartalsvergleich Q1 2018 / Q1 2019 [Seite 19](#)
5. Quartalsvergleich Q2 2018 / Q2 2019 [Seite 25](#)
6. Monatsvergleich Jan 2018 / Jan 2019 [Seite 33](#)
7. Monatsvergleich Feb 2018 / Feb 2019 [Seite 37](#)
8. Monatsvergleich Mrz 2018 / Mrz 2019 [Seite 42](#)
9. Monatsvergleich Apr 2018 / Apr 2019 [Seite 46](#)
10. Monatsvergleich Mai 2018 / Mai 2019 [Seite 52](#)
11. Monatsvergleich Juni 2018 / Juni 2019 [Seite 58](#)
12. Monatsvergleich Juli 2018 / Juli 2019 [Seite 64](#)

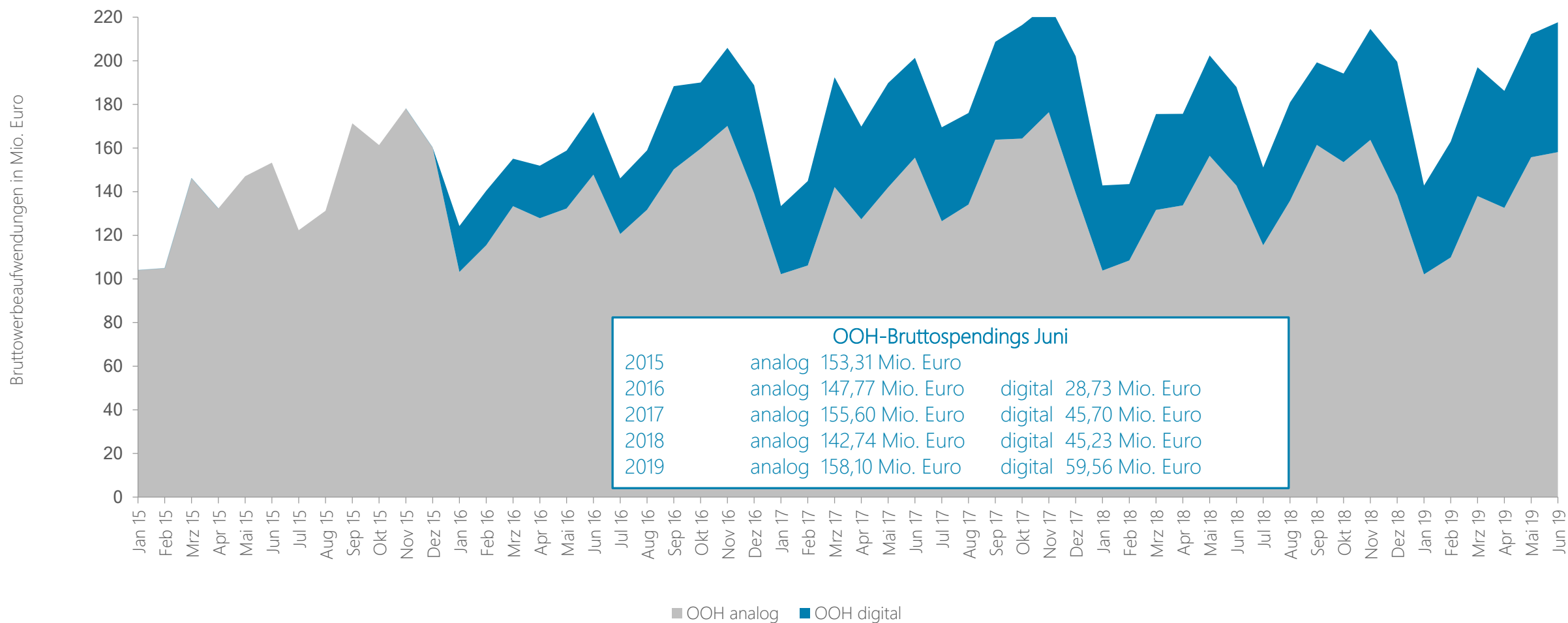


OoH Spending Trends *ab* 2015

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

OOH: Spendingtrends

Bruttowerbeaufwendungen: 2015 – 2019 (in Mio. EUR)





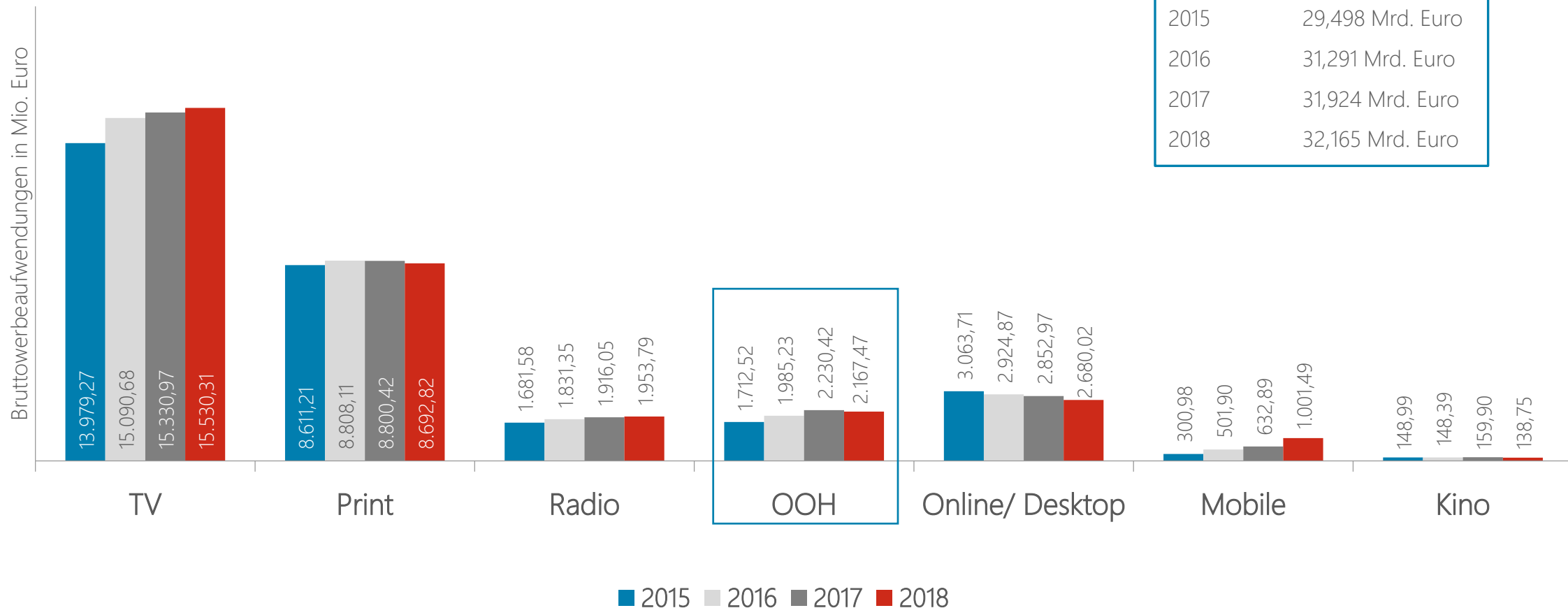
Jahresvergleich 2016 / 2017 / 2018

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Bruttowerbeaufwendungen seit 2015

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 2015 - 2018 im Vergleich

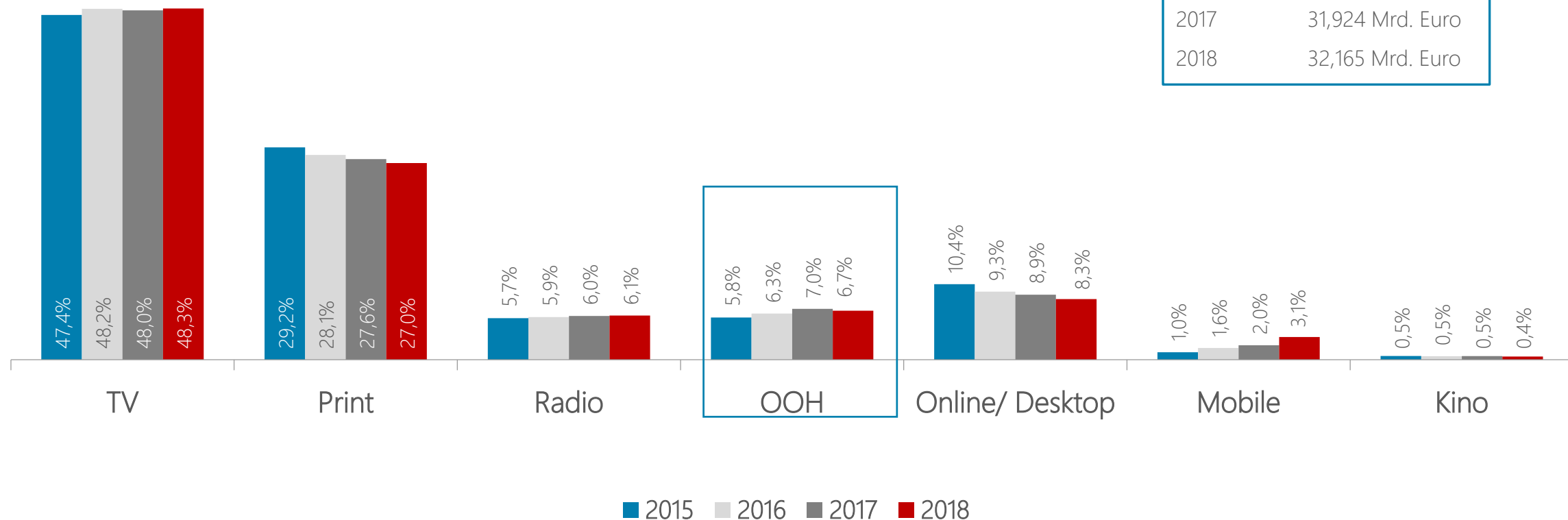
2018-11-19



OOH: Leicht sinkende Anteile in 2018

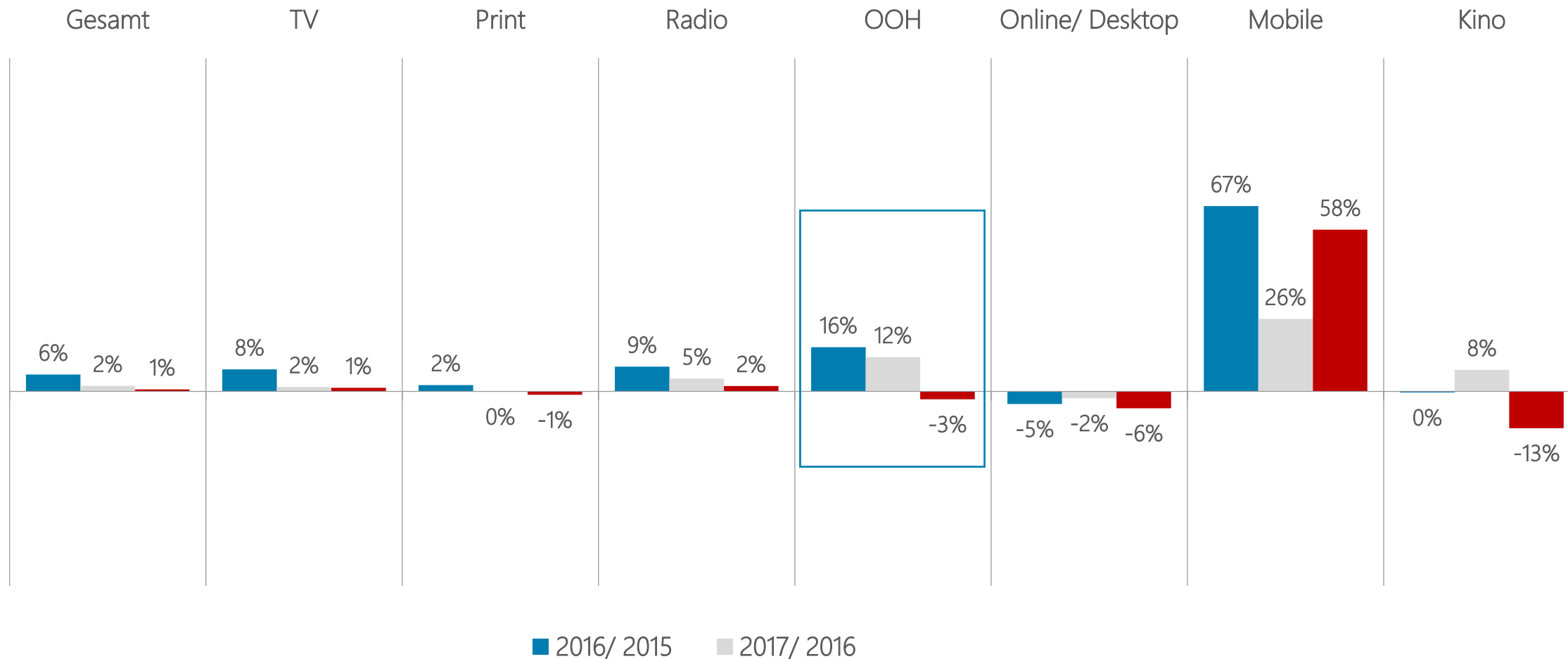
Anteile an Gesamtspendings in %: 2015 - 2018 im Vergleich

Spendings gesamt	
2015	29,498 Mrd. Euro
2016	31,291 Mrd. Euro
2017	31,924 Mrd. Euro
2018	32,165 Mrd. Euro



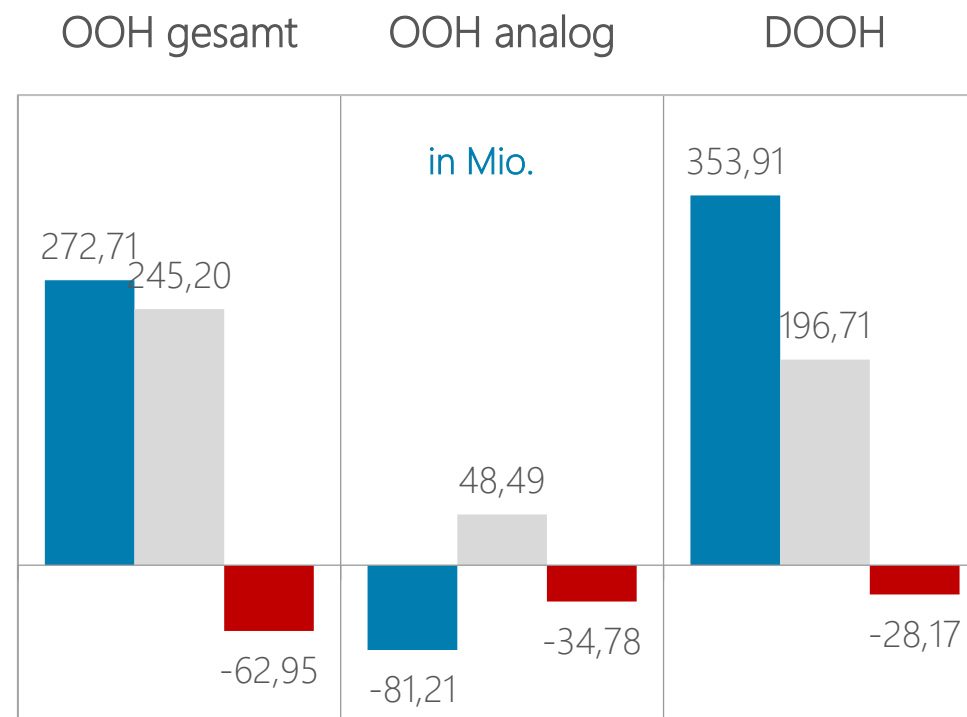
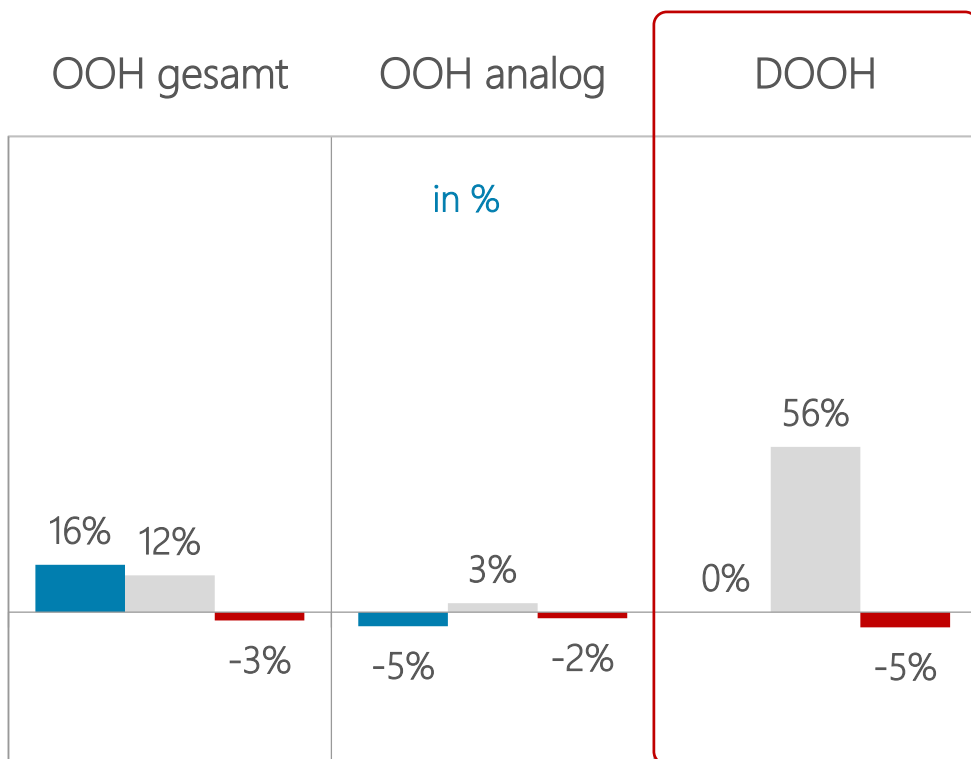
OOH mit 3% Verlust in 2018

Veränderungen zu Vorjahr in %



DOOH 2018 5% unter Vorjahr

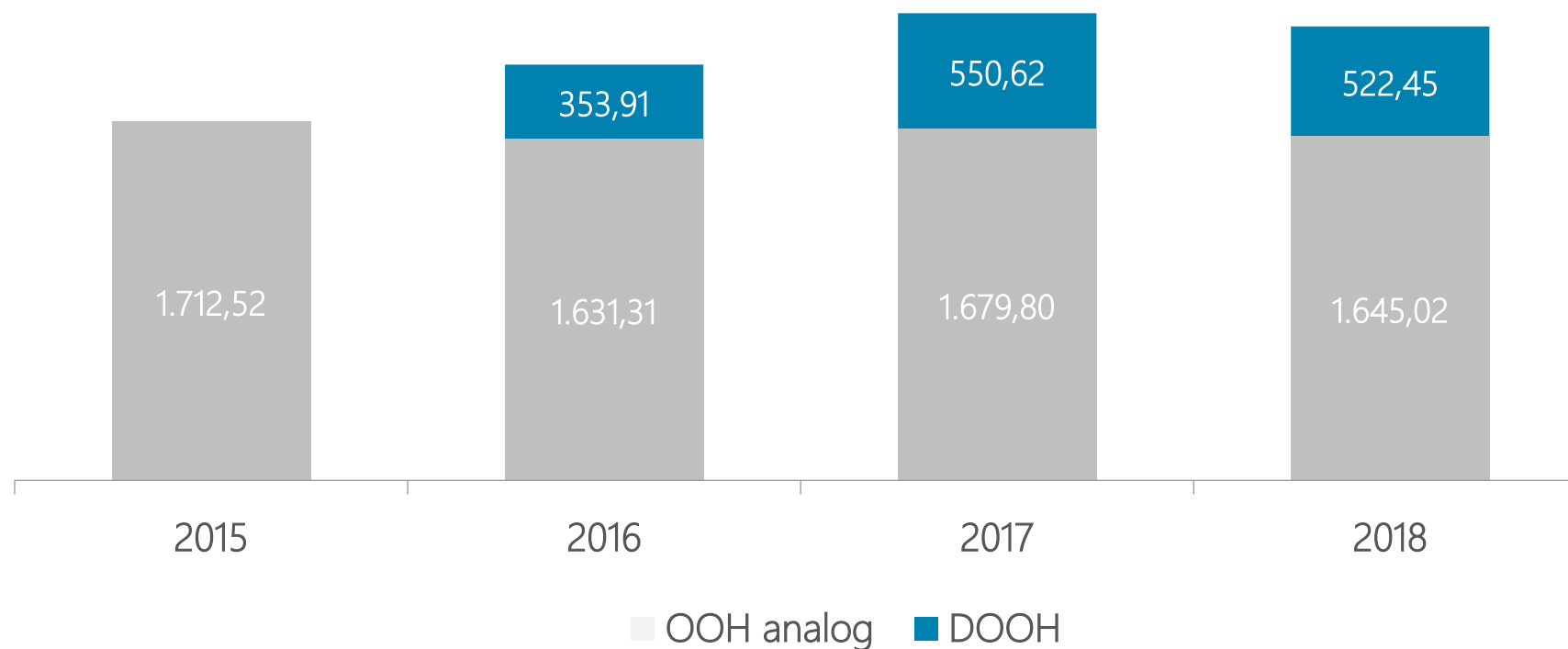
Jahresvergleiche



■ 2016/ 2015 ■ 2017/ 2016 ■ 2018/ 2017

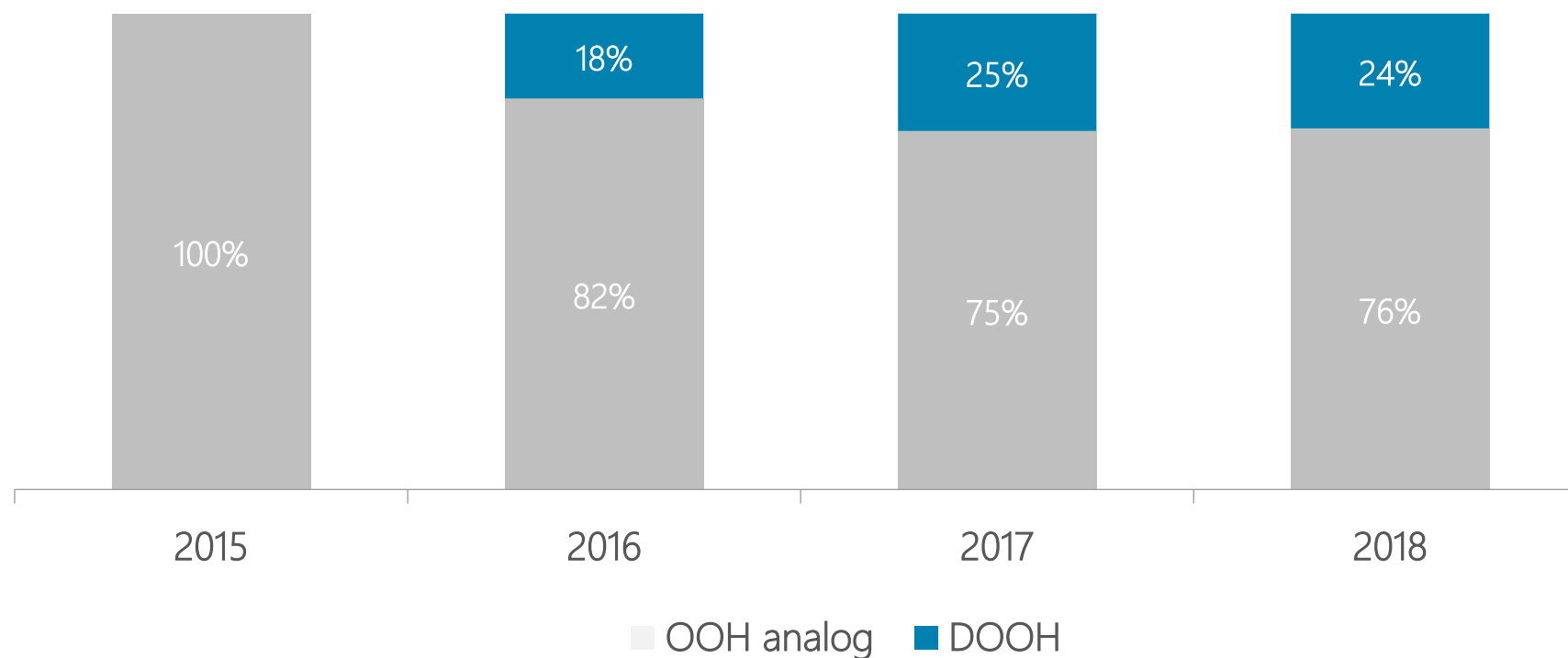
Umsätze in der Außenwerbung

2015 / 2016 / 2017 / 2018 (in Mio. €)



Marktanteile in der Außenwerbung

2015/ 2016 / 2017 / 2018



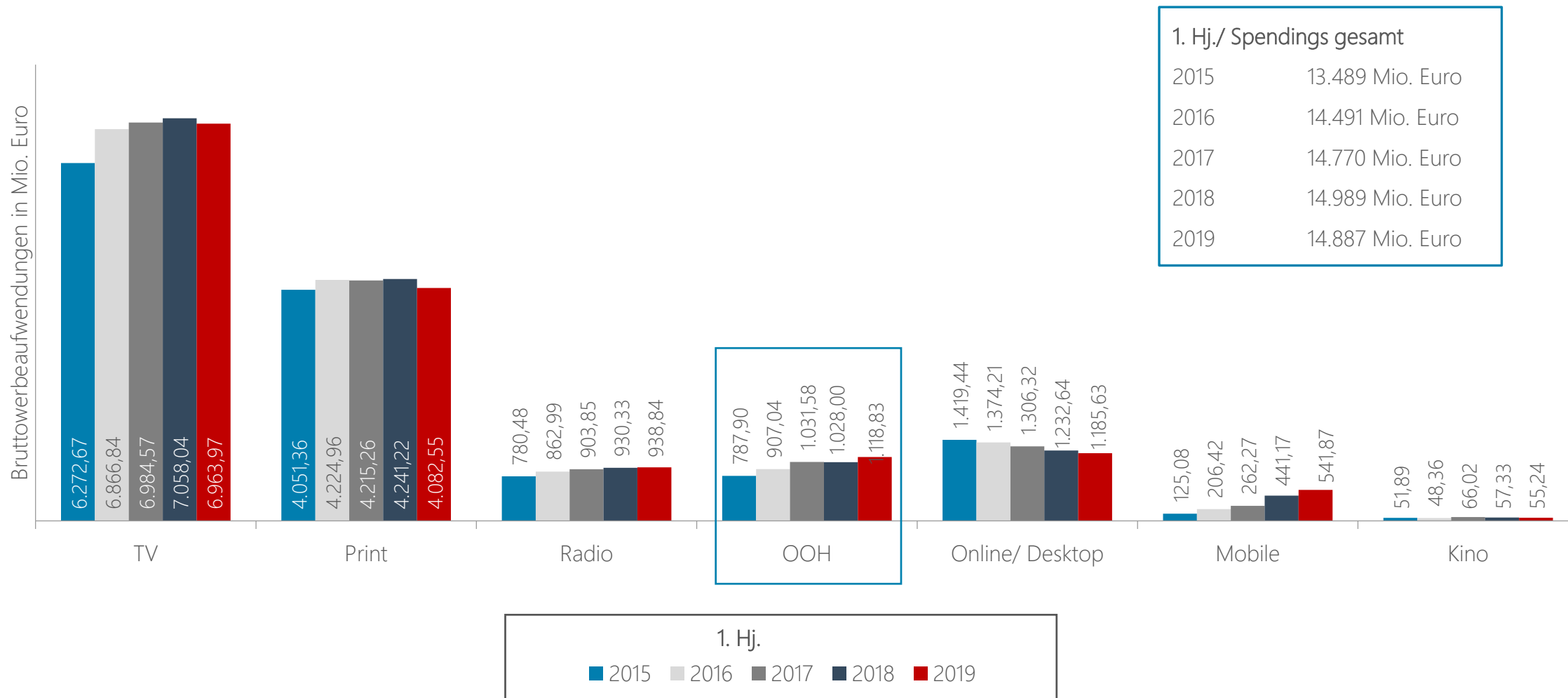


Halbjahresvergleich 2015 - 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Gesamtspendings sinken

im 1. Halbjahr 2019/ Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 1. Hj. 2015/ 2016/ 2017/ 2018/ 2019

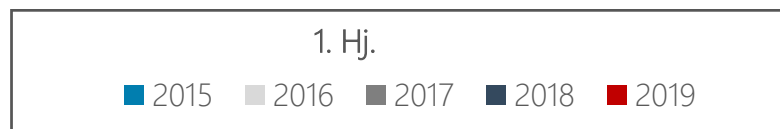
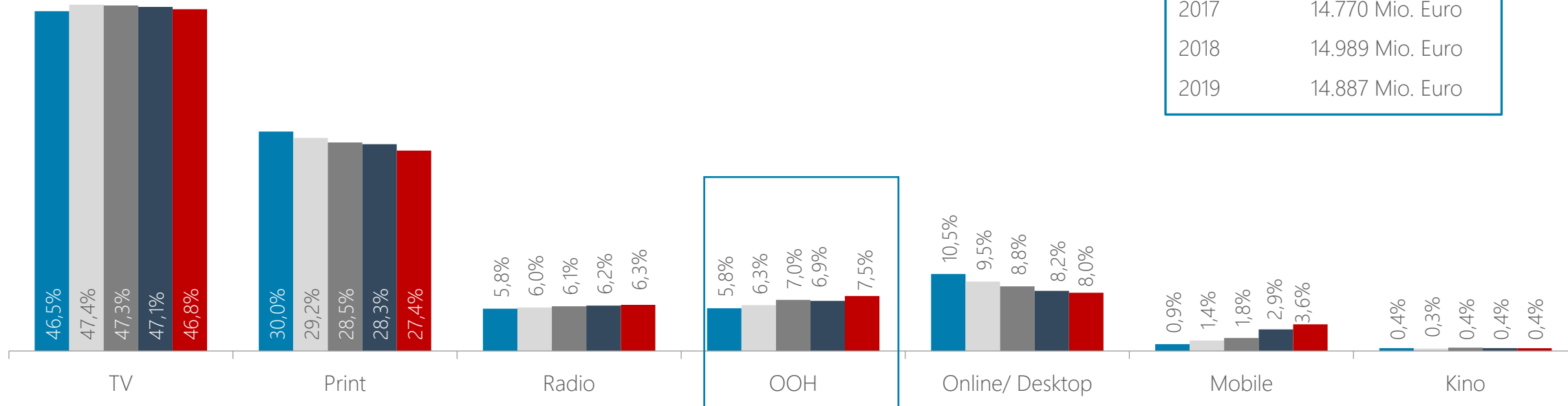


1. Hj. 2019: OOH steigert seine Anteile

Anteile an Gesamtspendings in %: 1. Hj. 2015/ 2016/ 2017/ 2018 im Vergleich

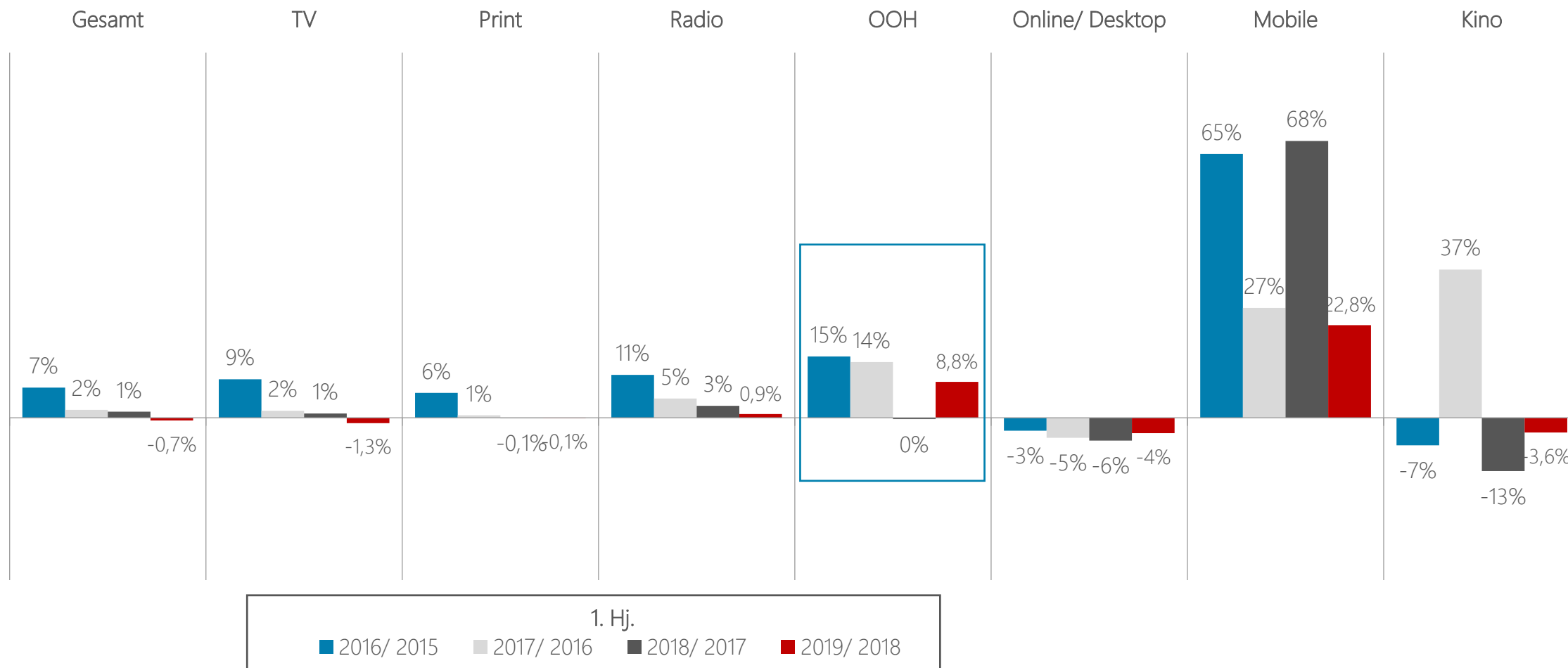
1. Hj./ Spendings gesamt

2015	13.489 Mio. Euro
2016	14.491 Mio. Euro
2017	14.770 Mio. Euro
2018	14.989 Mio. Euro
2019	14.887 Mio. Euro



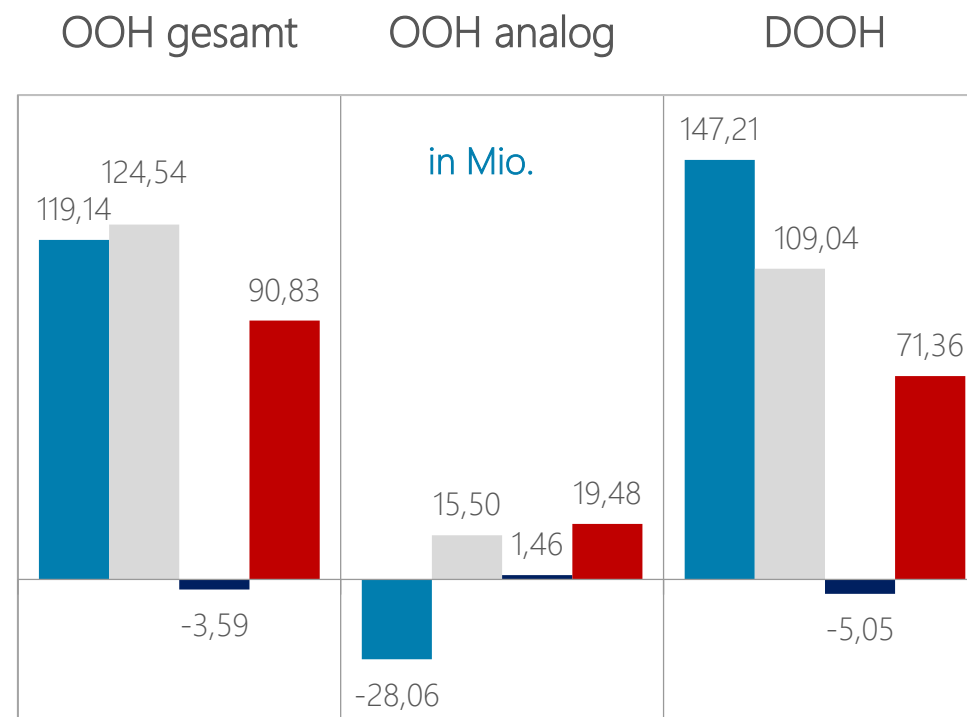
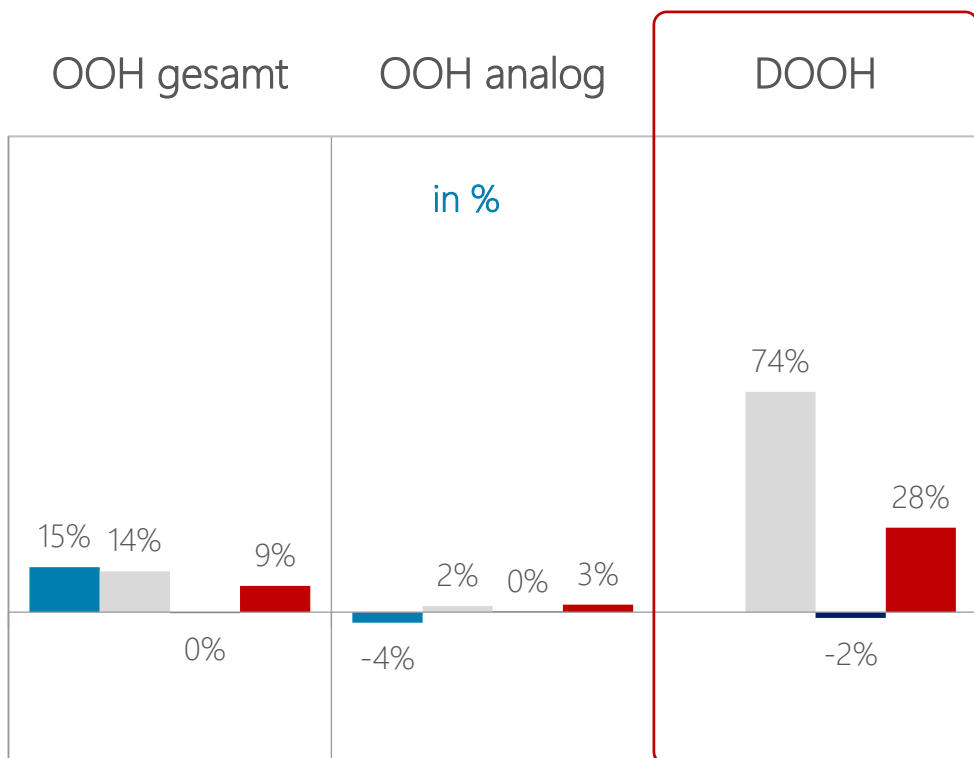
OOH mit 9% Plus im 1. Halbjahr 2019

Veränderungen zu Vorjahreshalbjahr in %



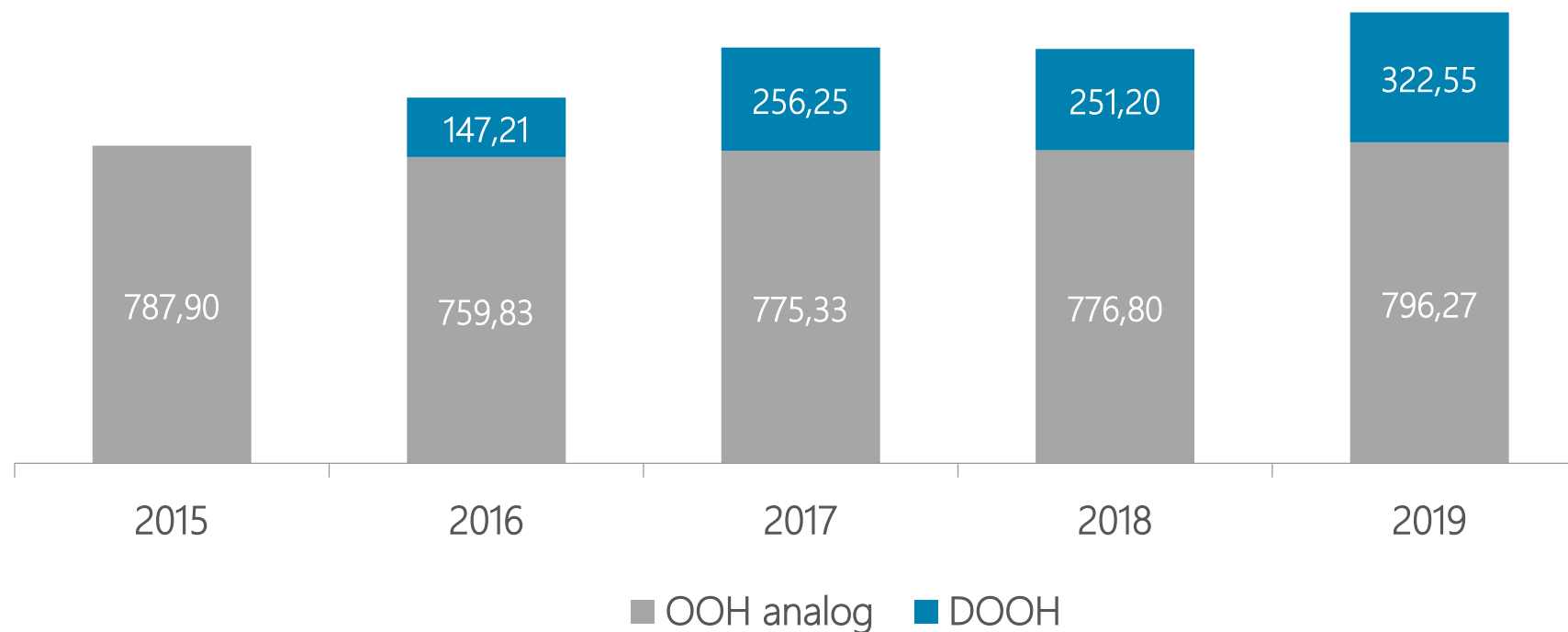
Starke Gewinne für DOOH

im 1. Halbjahr 2019 – jeweils im Vergleich zum 1. Halbjahr des Vorjahres



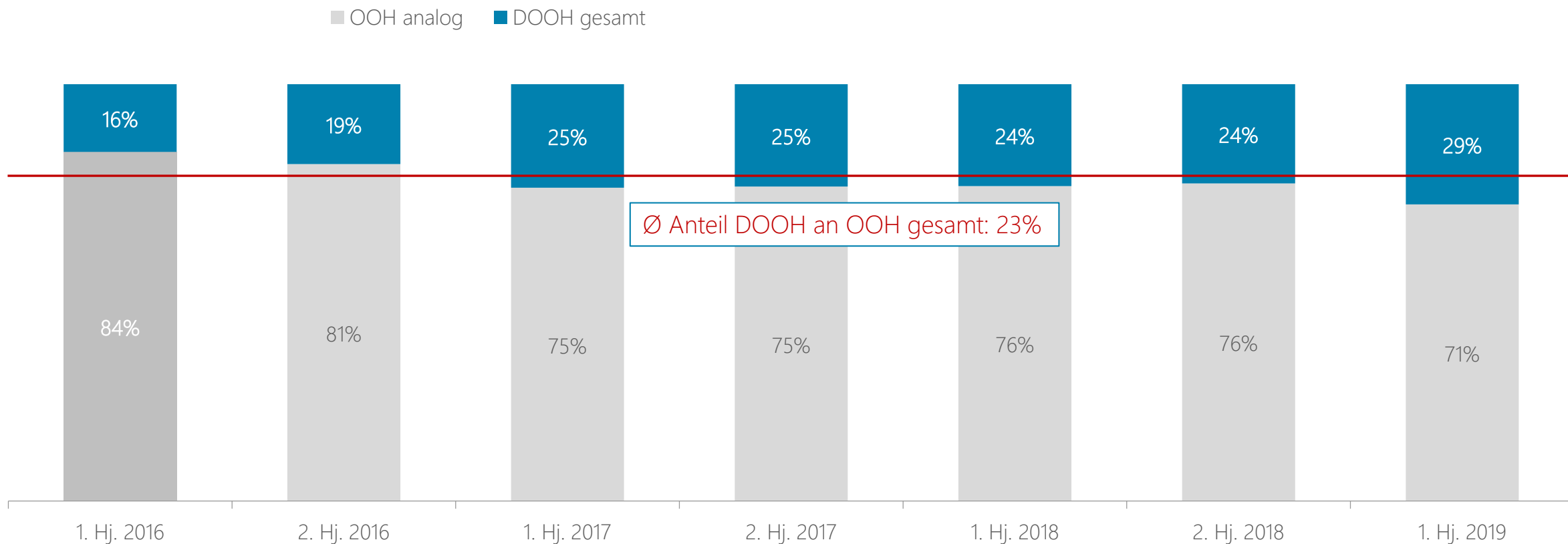
Umsätze in der Außenwerbung

Im 1. Halbjahr 2015/ 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



DOOH gewinnt massiv Anteile

im 1. Hj. 2019 / Anteil DOOH an OOH gesamt



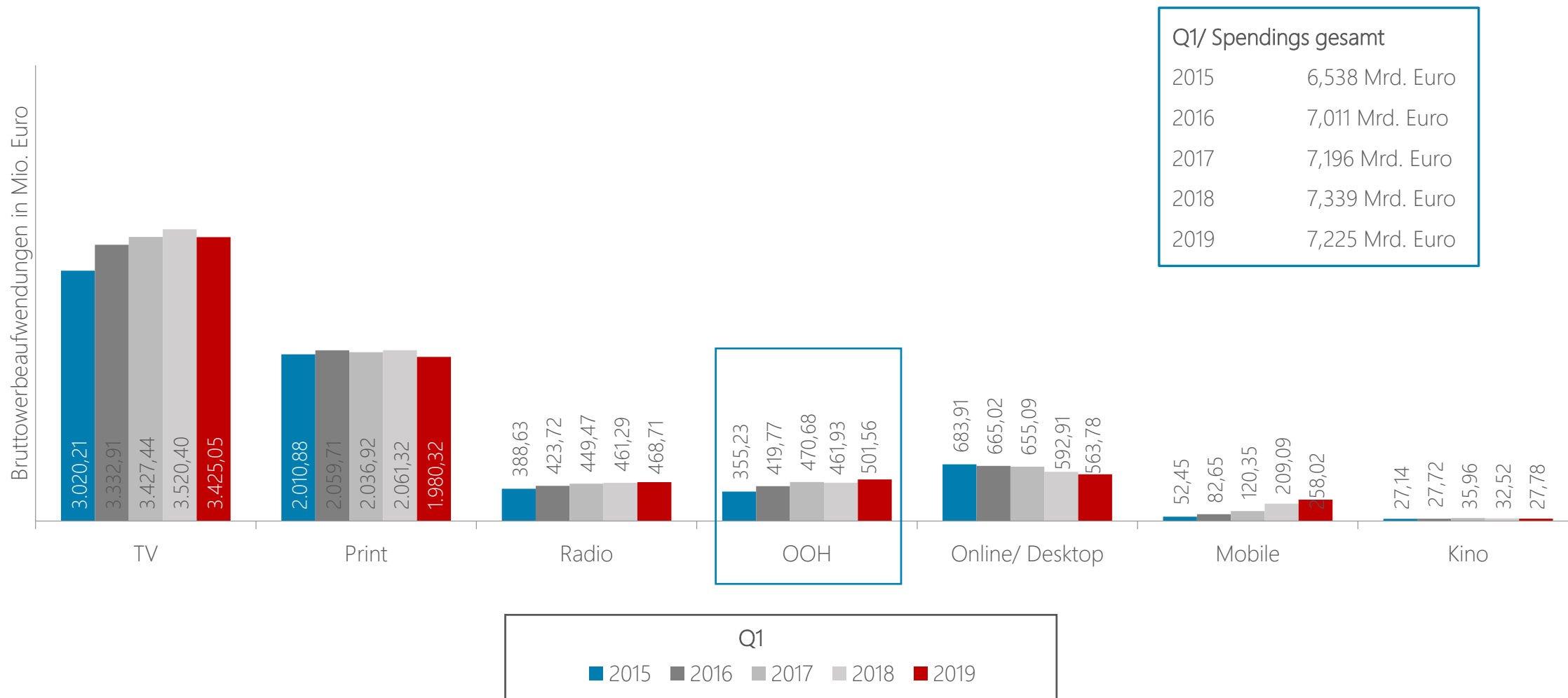


Quartalsvergleich Q1 2018 / Q1 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

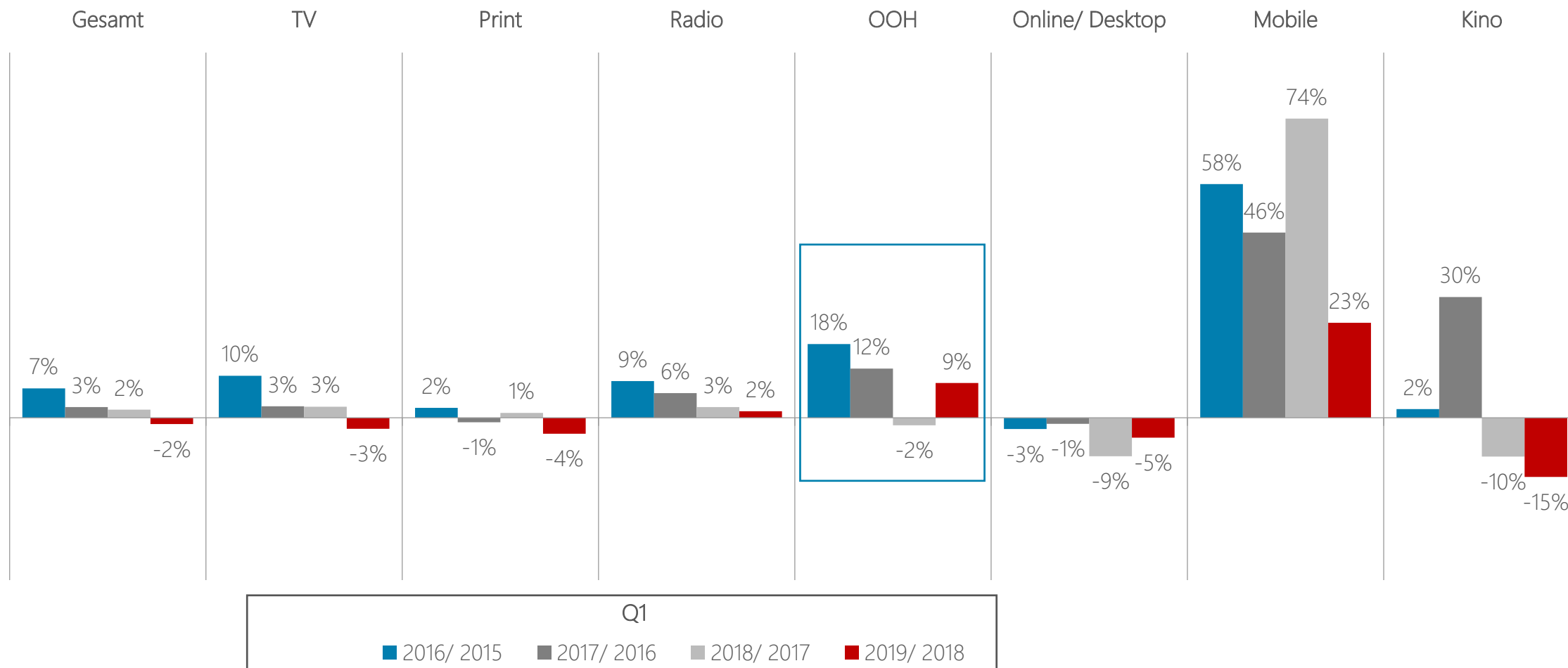
OOH gewinnt entgegen dem Trend

Q1 2019 im Vergleich: Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Q1 2015/ 2016/ 2017/ 2018/ 2019 im Vergleich



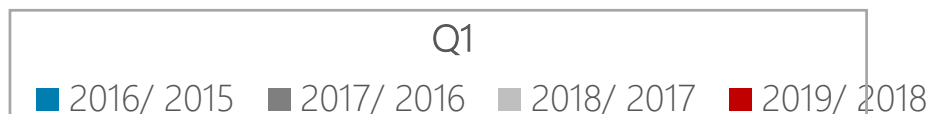
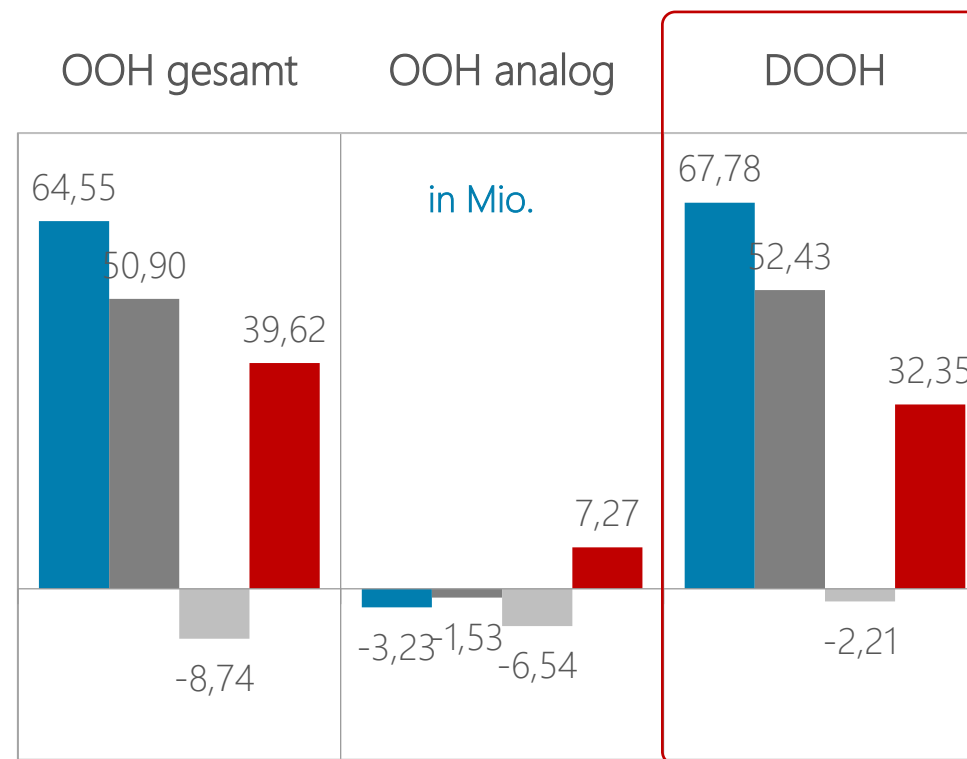
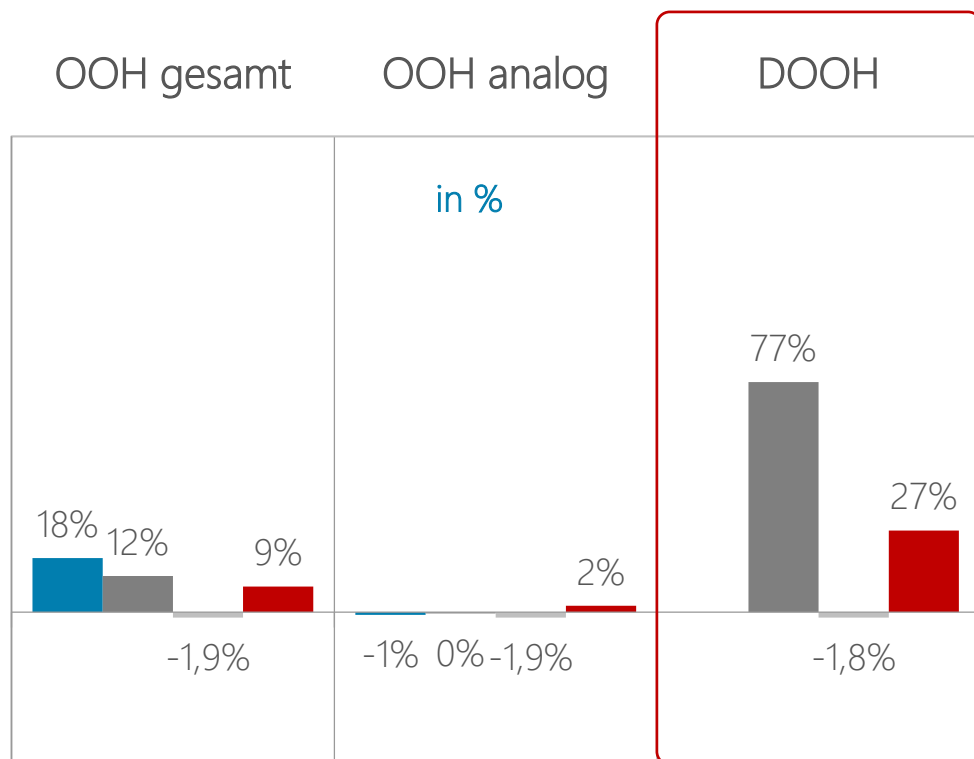
OOH mit 9% Plus in Q1 2019

Veränderungen zu Vorjahresquartal in %



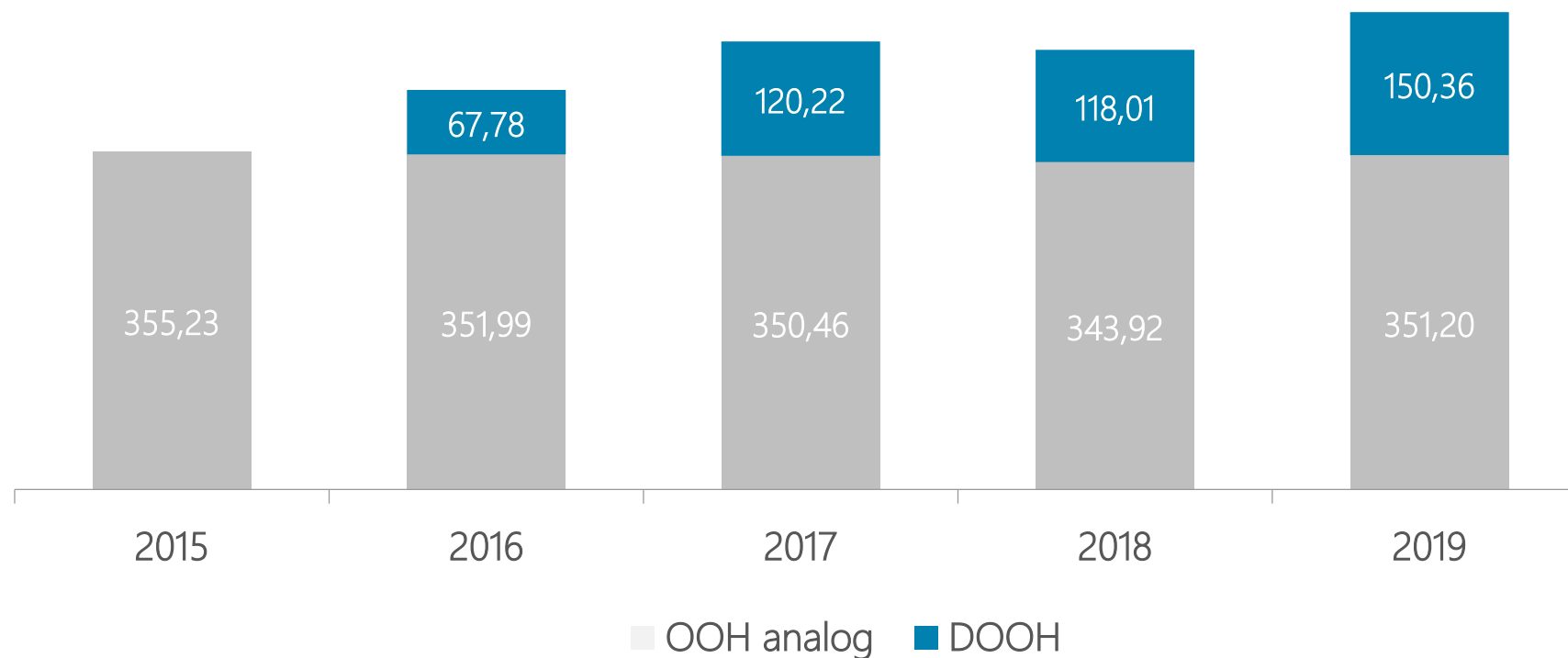
Wachstumstreiber DOOH

in Q1 2019 – jeweils im Vergleich zu Q1 des Vorjahres



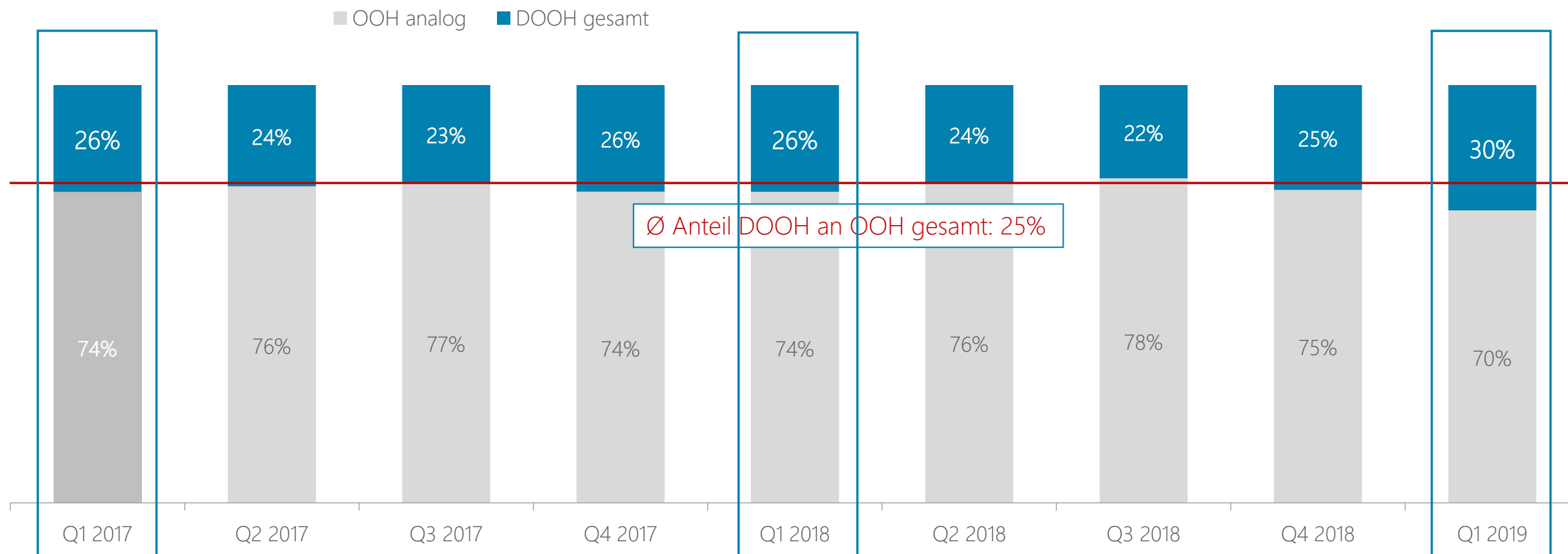
Umsätze in der Außenwerbung

In Q1 2016 / 2017 / 2018/ 2019 (in Mio. €)



Q1 2019: Höherer Marktanteil

für DOOH im Vergleich zu Vorjahresquartal/ Anteil DOOH an OOH gesamt



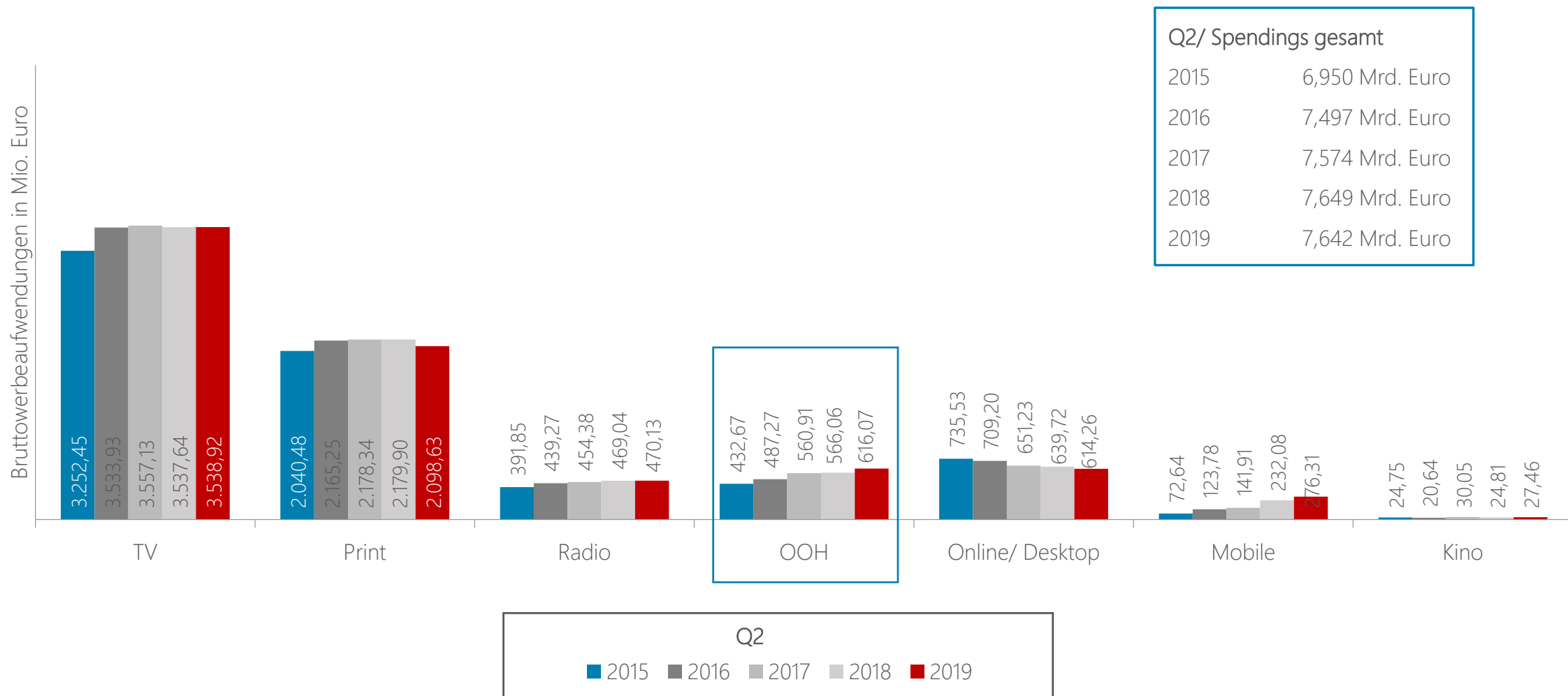


Quartalsvergleich Q2 2018 / Q2 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

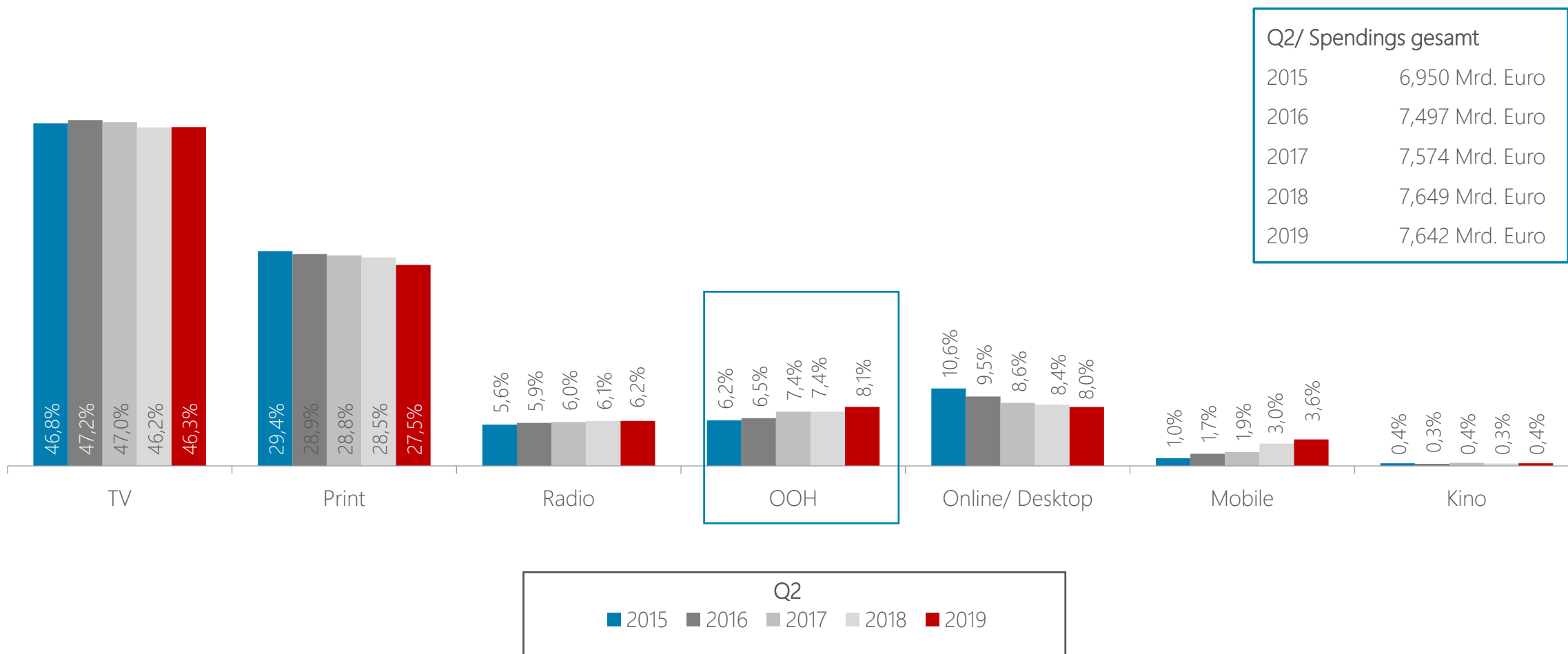
OOH gewinnt entgegen dem Trend

Q2 2019 im Vergleich: Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Q2 2015/ 2016/ 2017/ 2018/ 2019 im Vergleich



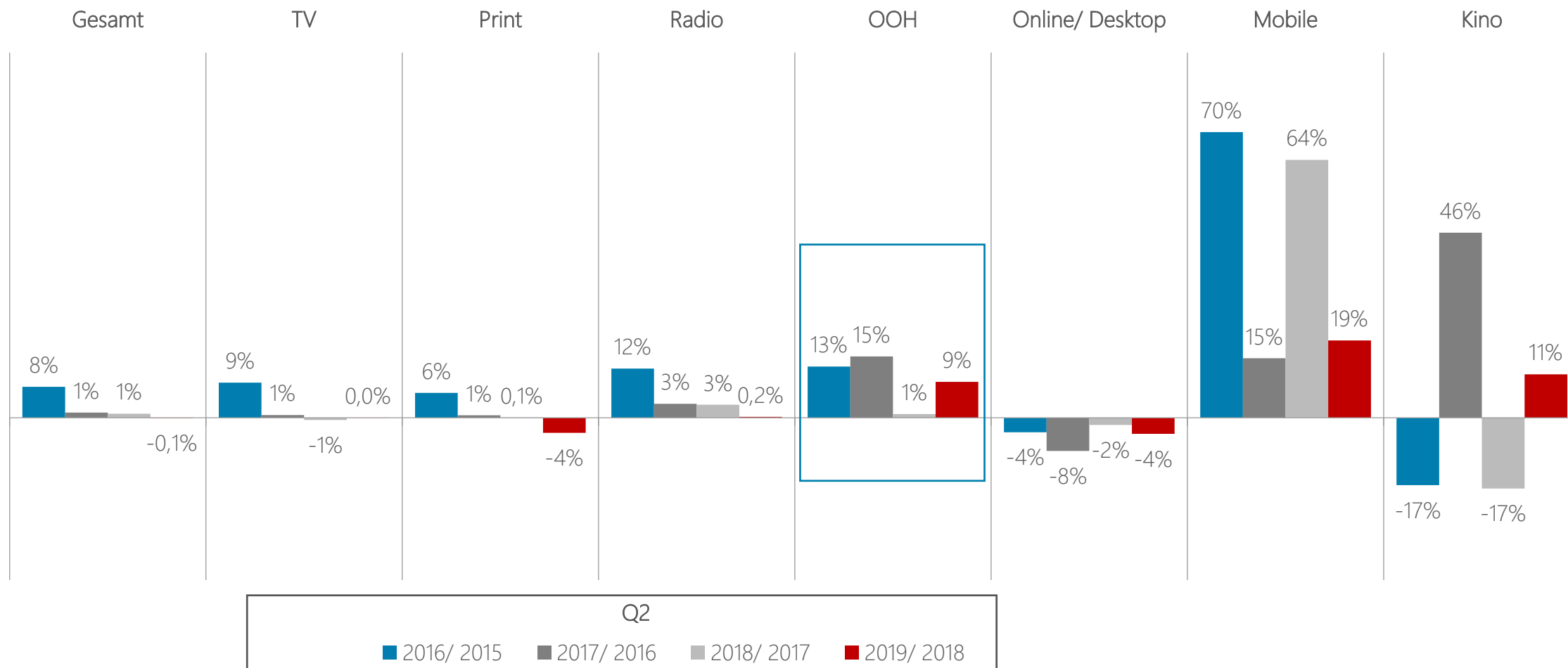
2019: OOH baut seine Anteile in Q2 aus

Anteile an Gesamtspendings in %: Q2 2015/ 2016/ 2017/ 2018/ 2019 im Vergleich



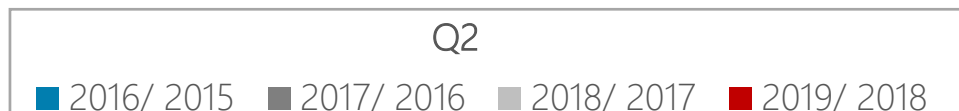
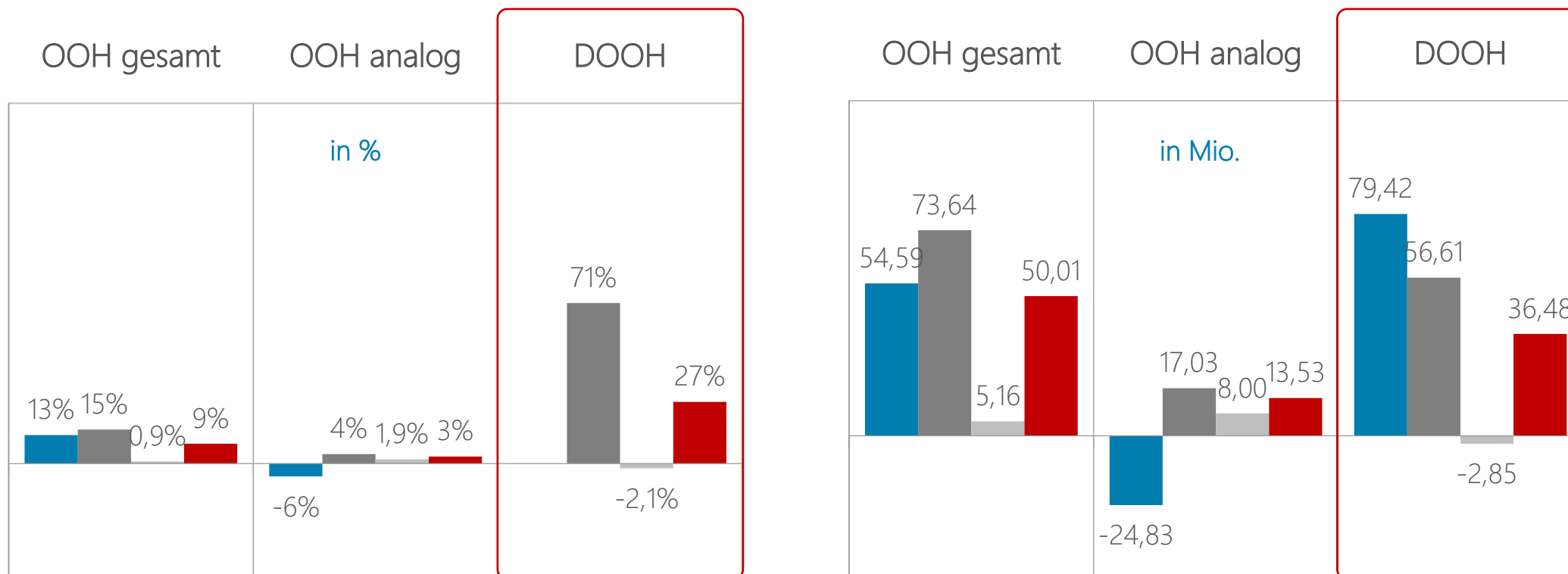
OOH mit 9% Plus in Q2 2019

Veränderungen zu Vorjahresquartal in %



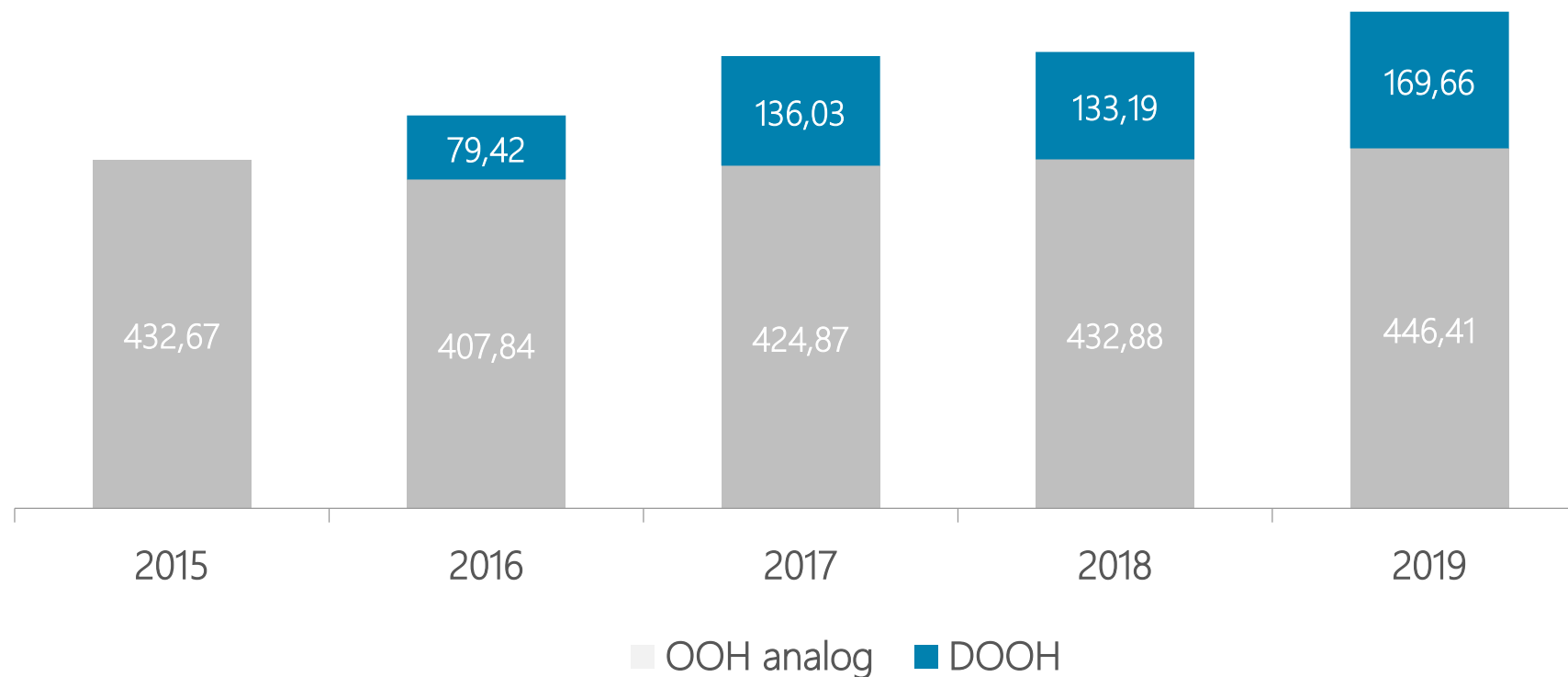
Wachstumstreiber DOOH

in Q2 2019 – jeweils im Vergleich zu Q2 des Vorjahres



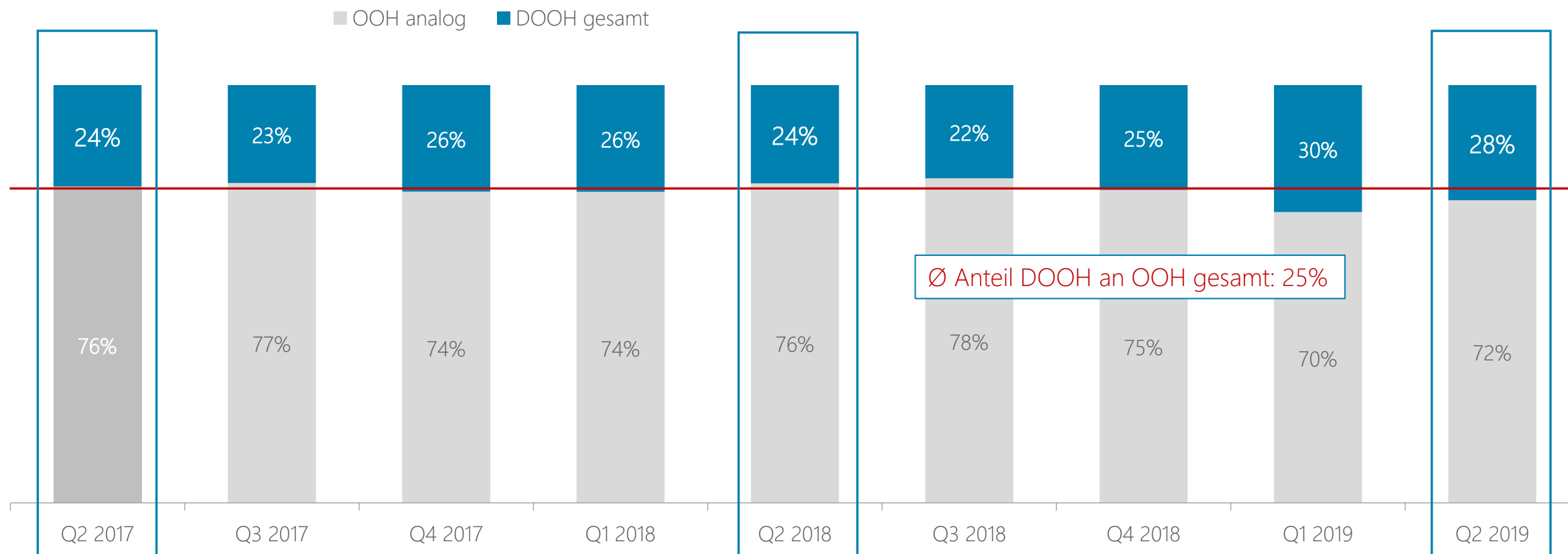
Umsätze in der Außenwerbung

In Q2 2016 / 2017 / 2018/ 2019 (in Mio. €)



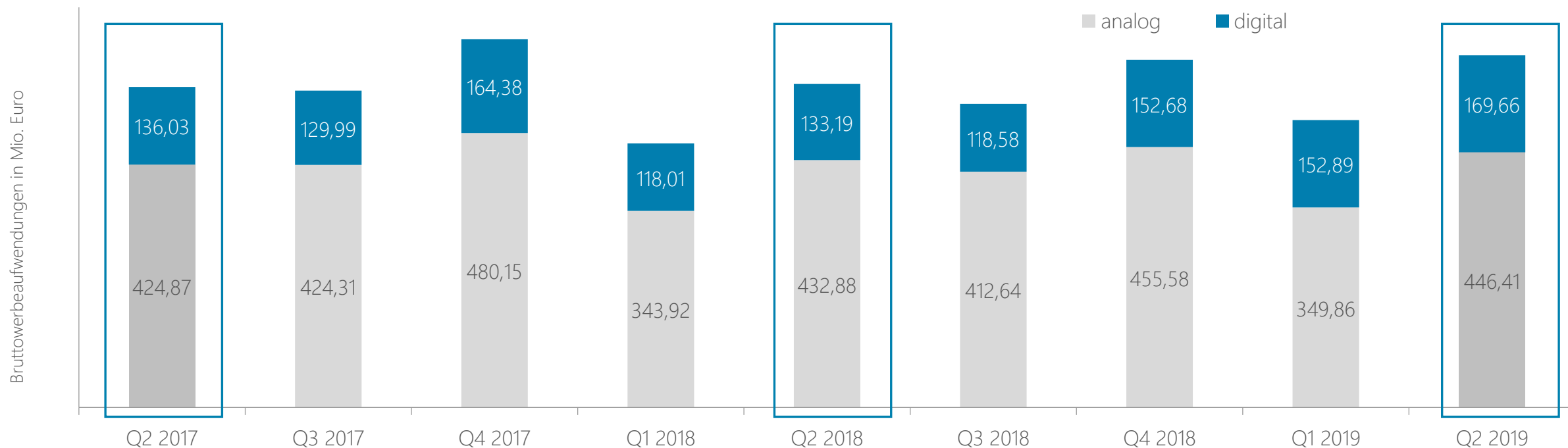
Q2 2019: Marktanteil wächst

für DOOH im Vergleich zu Vorjahresquartal/ Anteil DOOH an OOH gesamt



DOOH: 27% über Vorjahr in Q2 2019

2016 – 2019: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	Q2 2019
digital	-4%	26%	-28%	13%	- 11%	29%	0%	11%
analog	0%	13%	-28%	26%	- 5%	10%	-23%	28%
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			-2%	- 9%	- 7%	30%	27%
	analog			2%	- 3%	- 5%	2%	3%

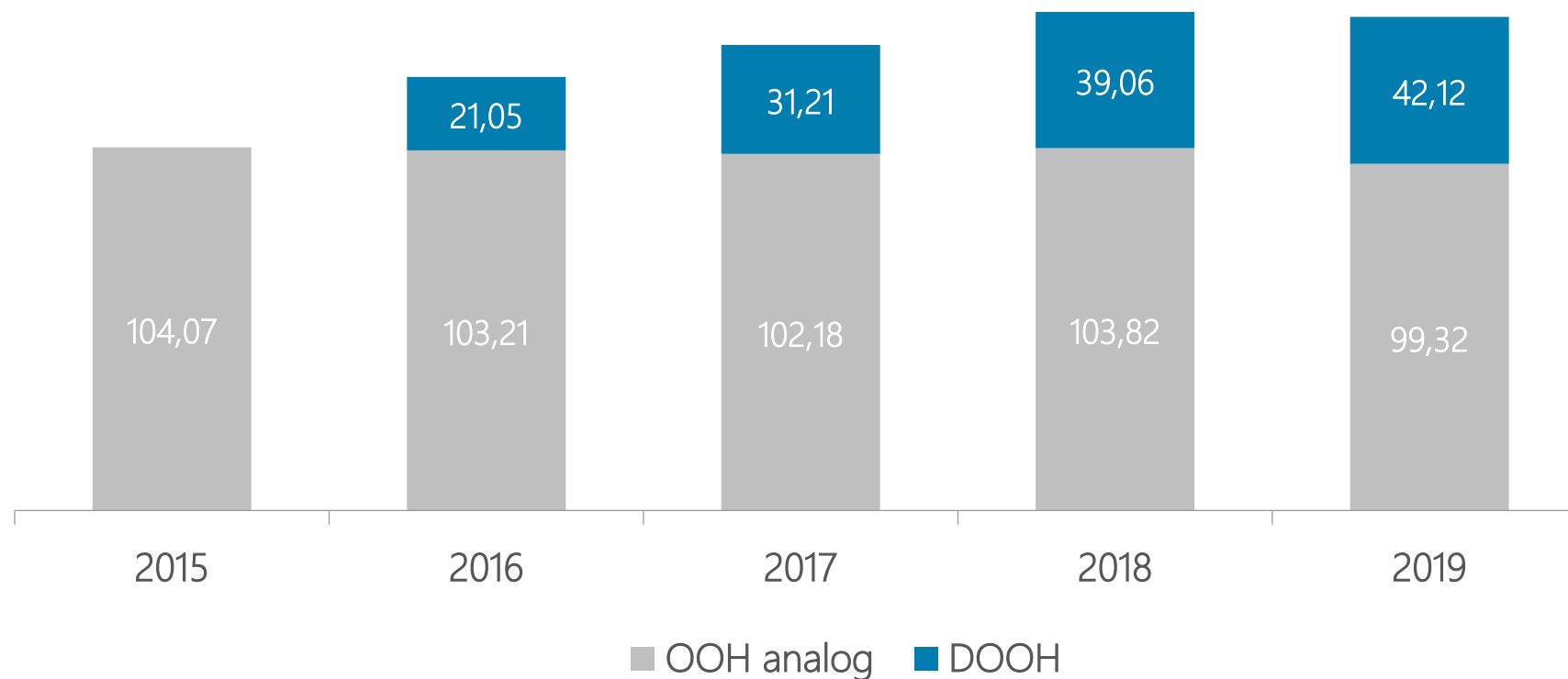


Monatsvergleich Jan 2018 / Jan 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

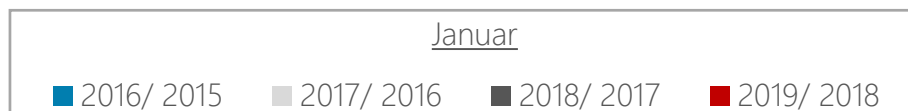
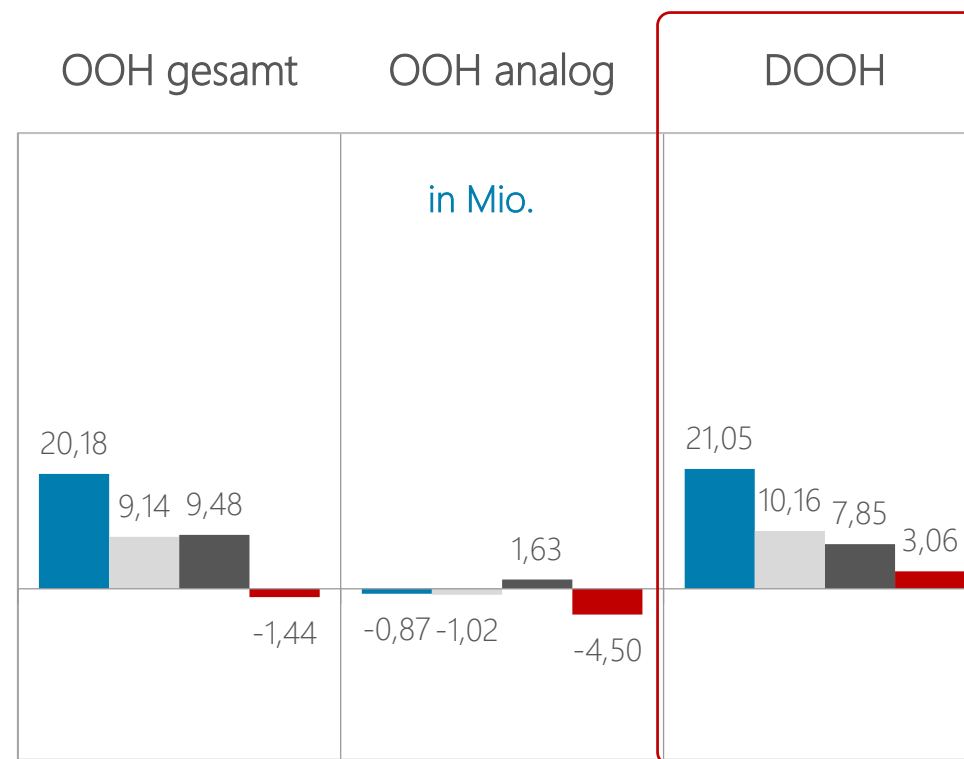
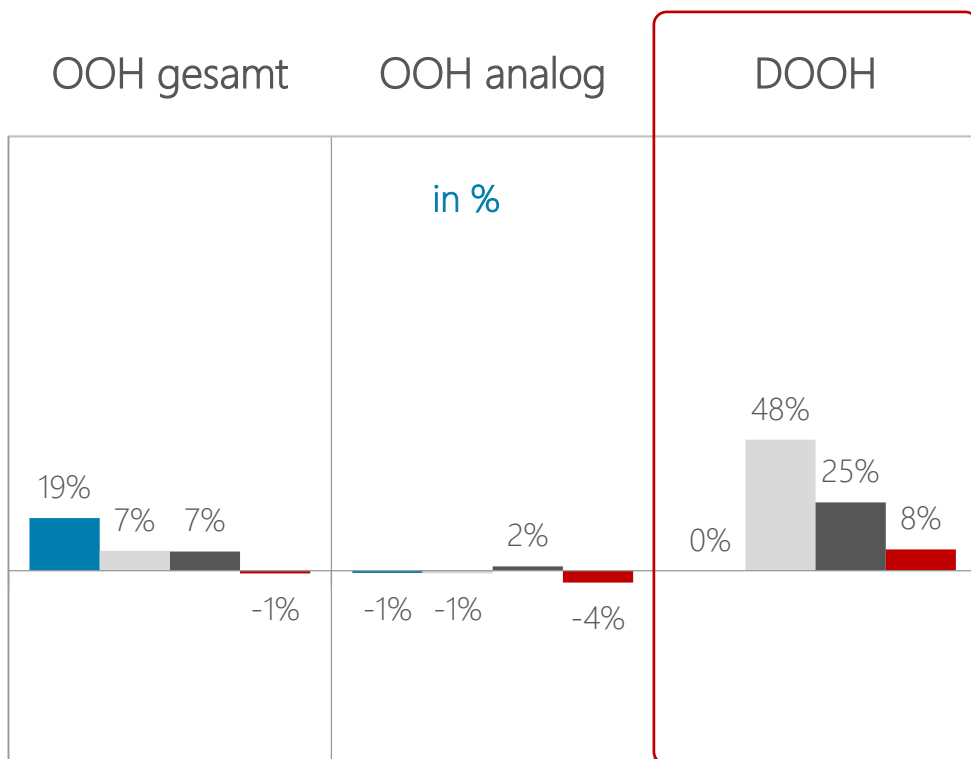
Umsätze in der Außenwerbung

im Januar 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



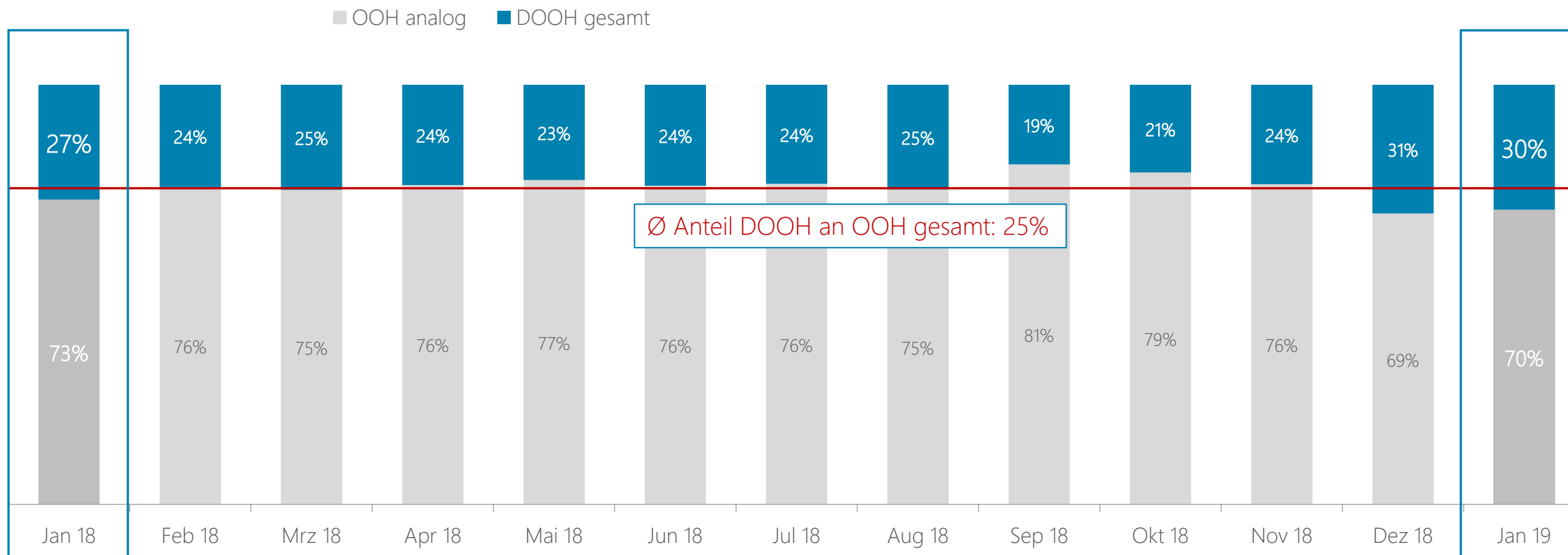
DOOH 8% über Vorjahr

im Januar– jeweils im Vergleich zum Januar des Vorjahres



Januar 2019: Geringerer Marktanteil

für DOOH im Vergleich zu Vorjahresmonat/ Anteil DOOH an OOH gesamt



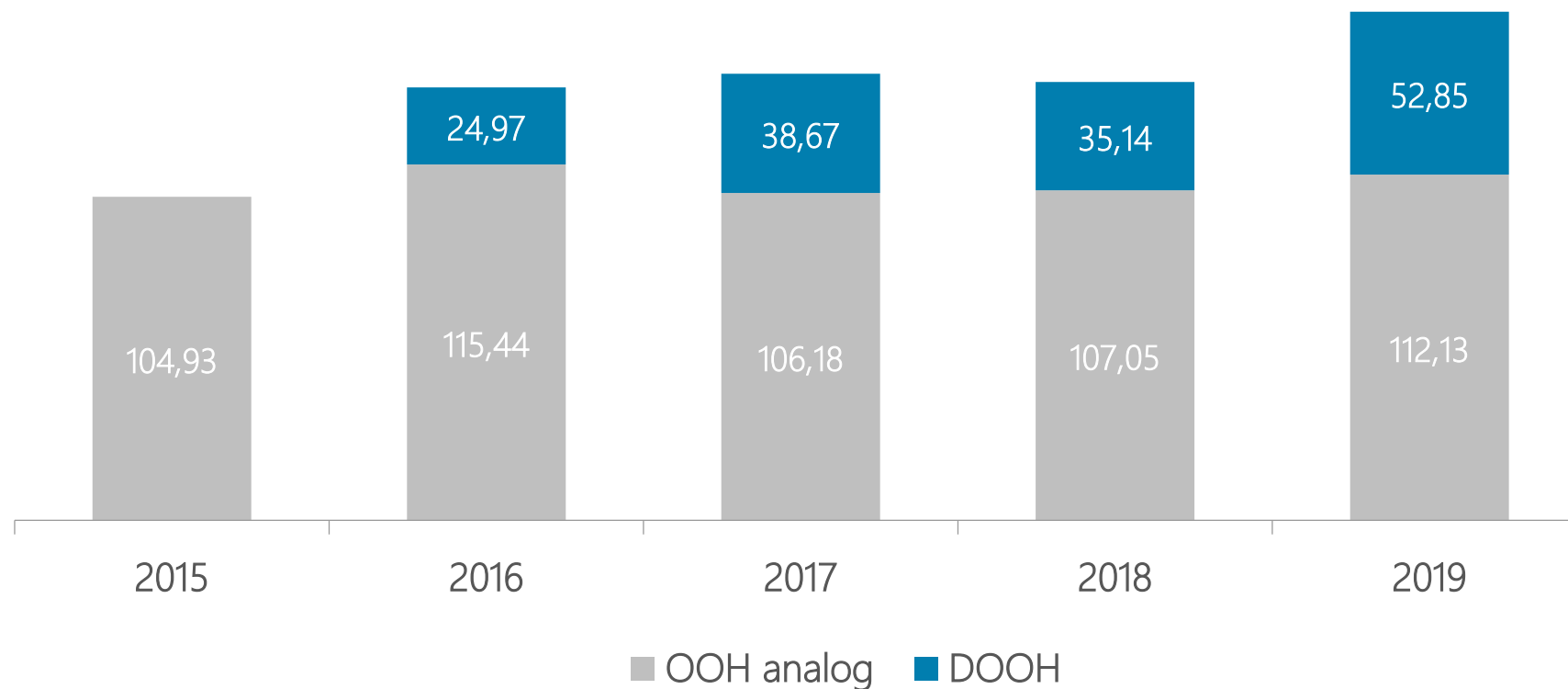


Monatsvergleich Feb 2018 / Feb 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

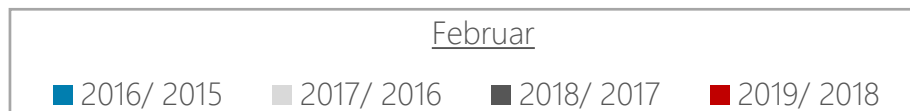
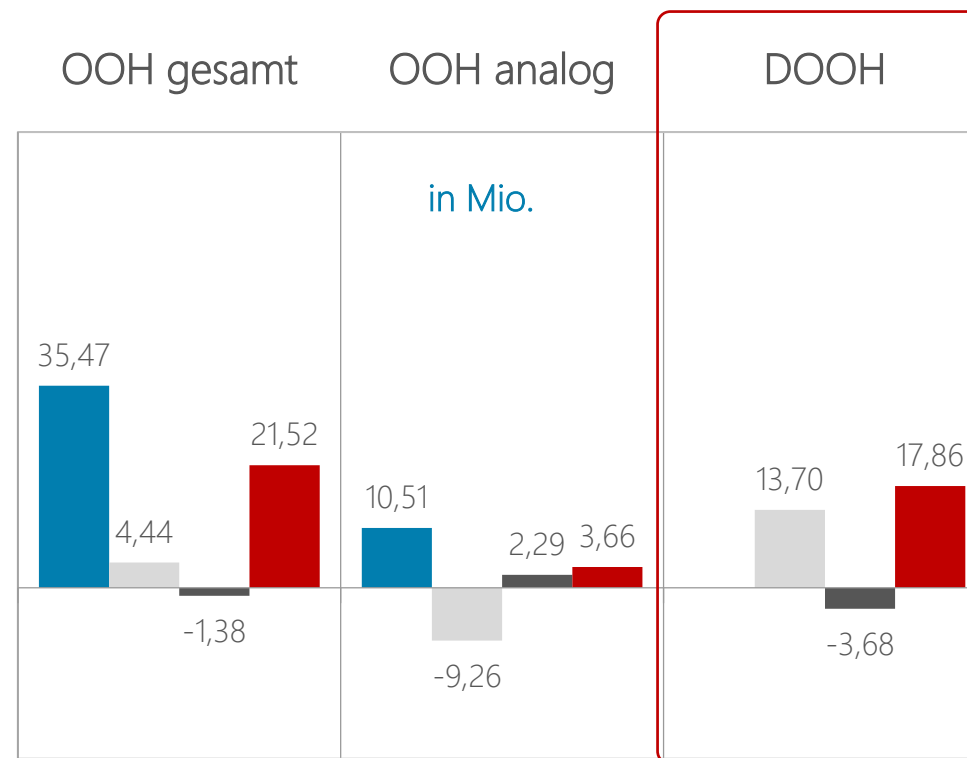
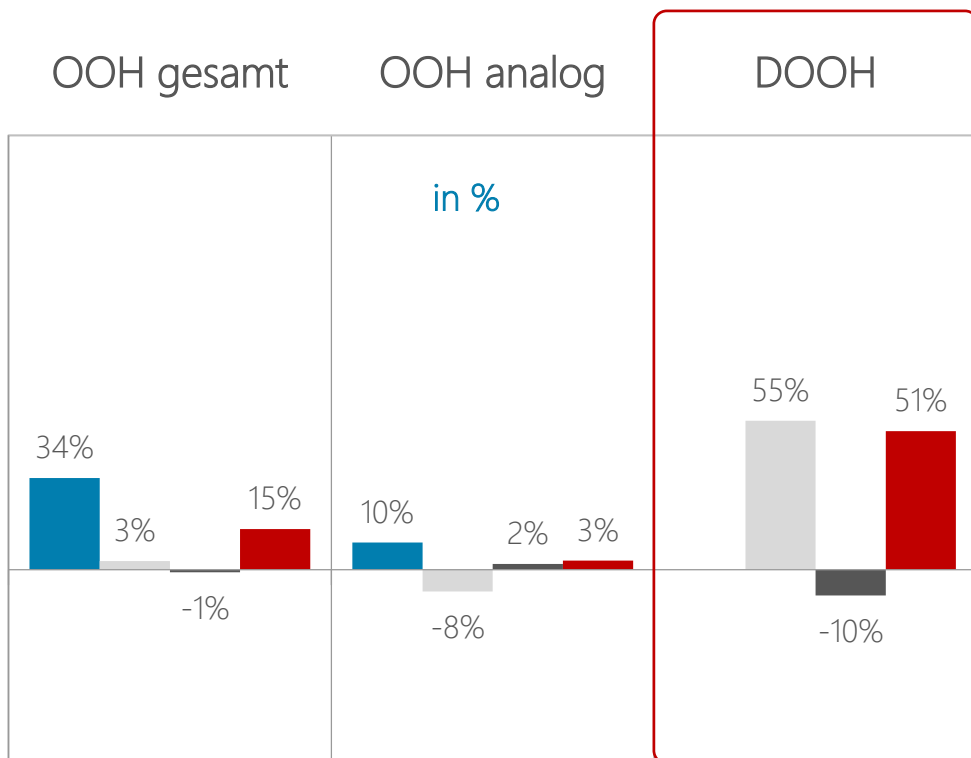
Umsätze in der Außenwerbung

im Februar 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



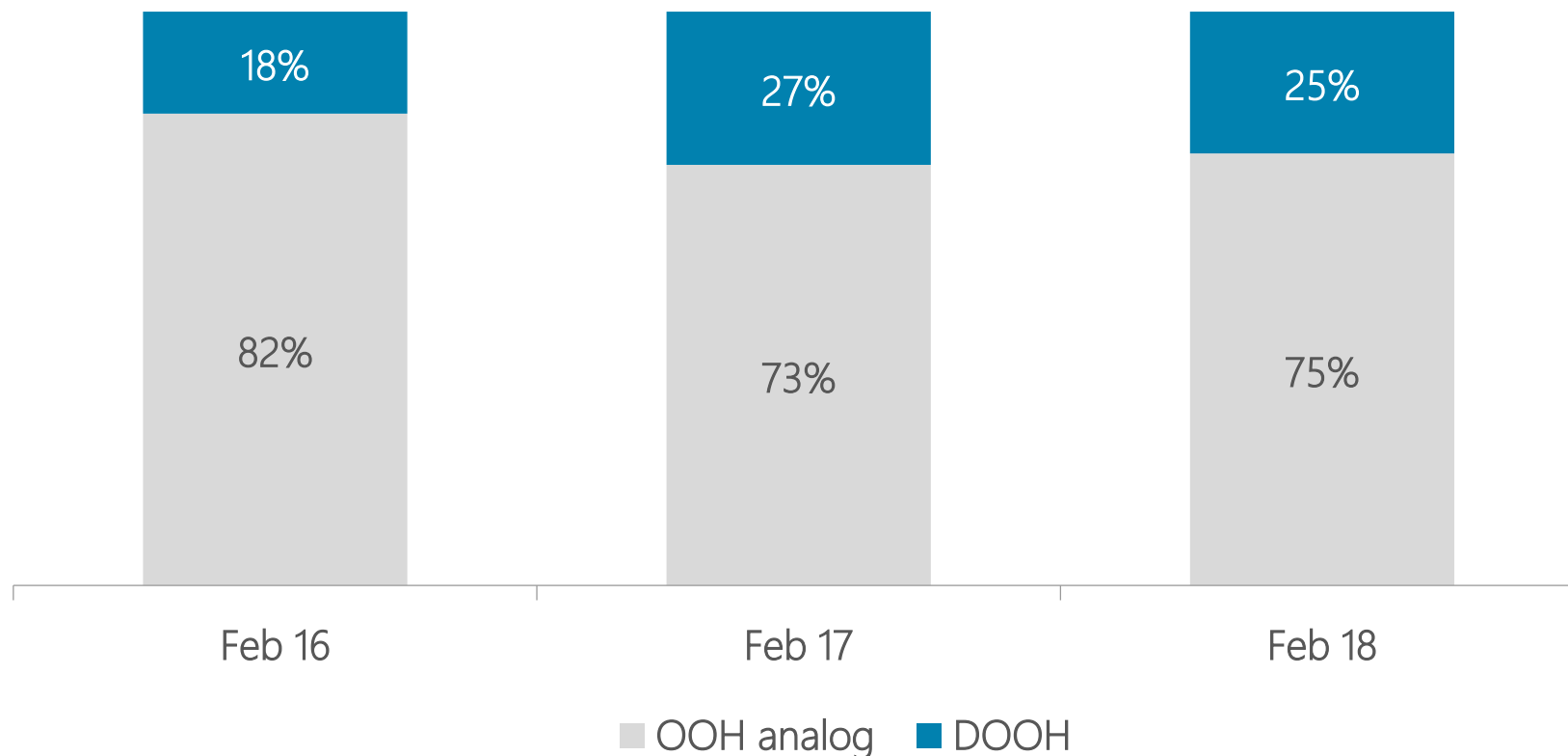
DOOH 51% über Vorjahr

im Februar– jeweils im Vergleich zum Februar des Vorjahres



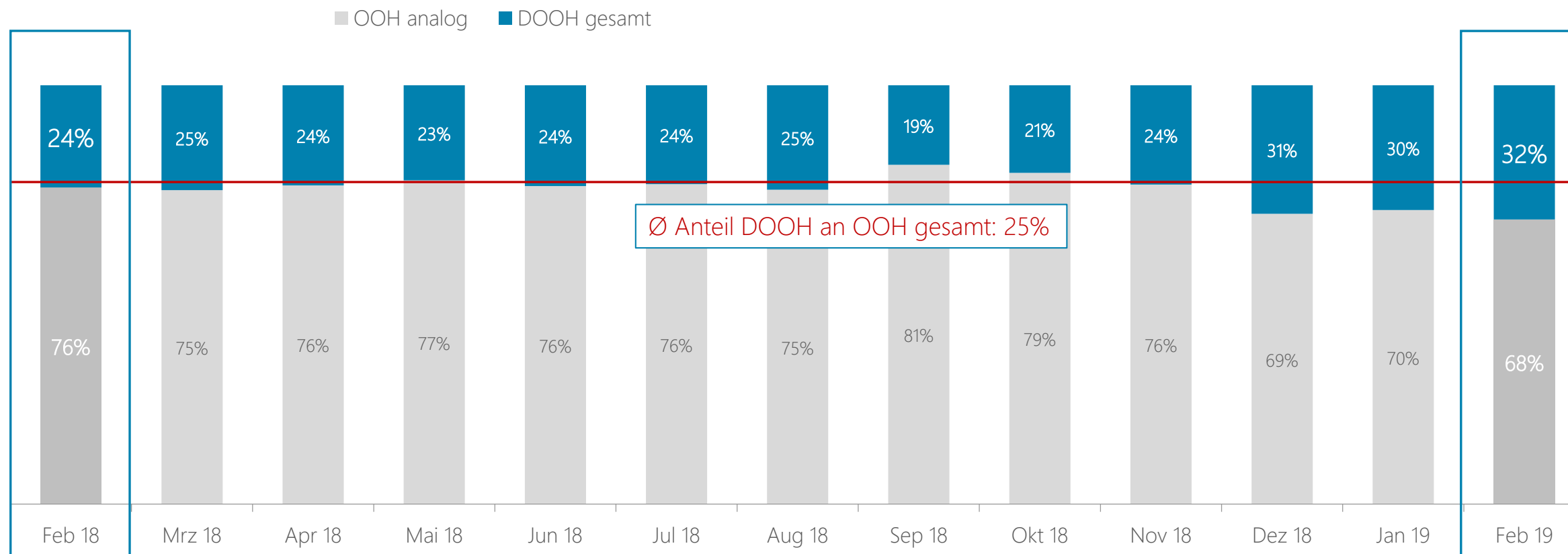
Digitalanteil in der Außenwerbung wächst

Bruttowerbeaufwendungen OOH nach analogen und digitalen Formaten (in%)



Februar 2019: Gestiegener Marktanteil

für DOOH im Vergleich zu Vorjahresmonat/ Anteil DOOH an OOH gesamt



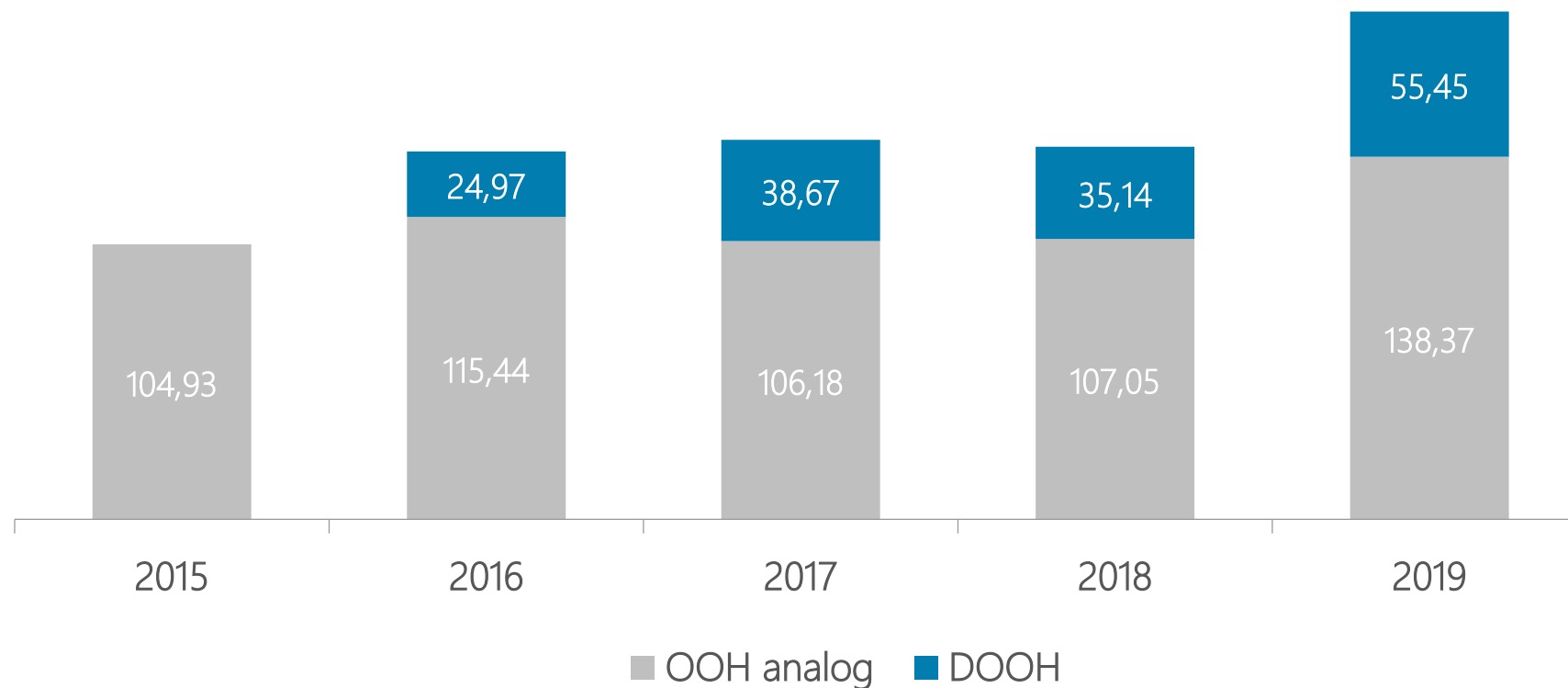


Monatsvergleich Mrz 2018 / Mrz 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

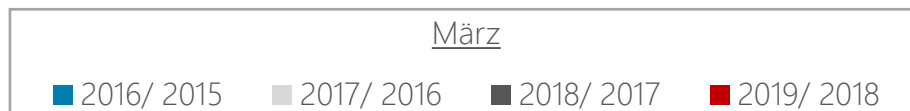
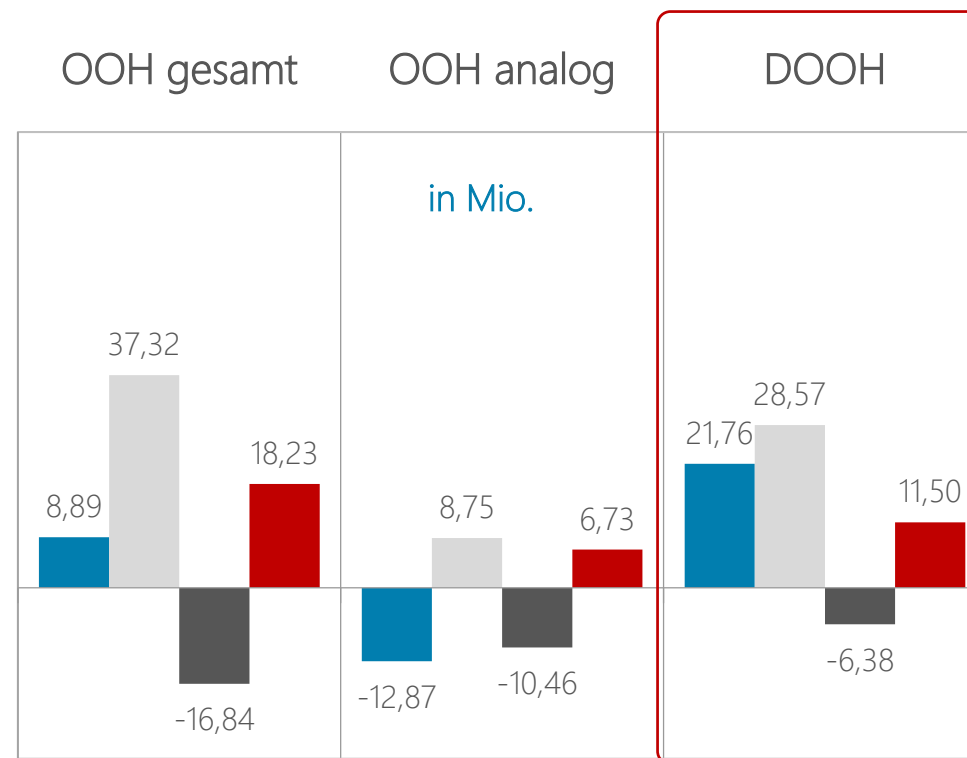
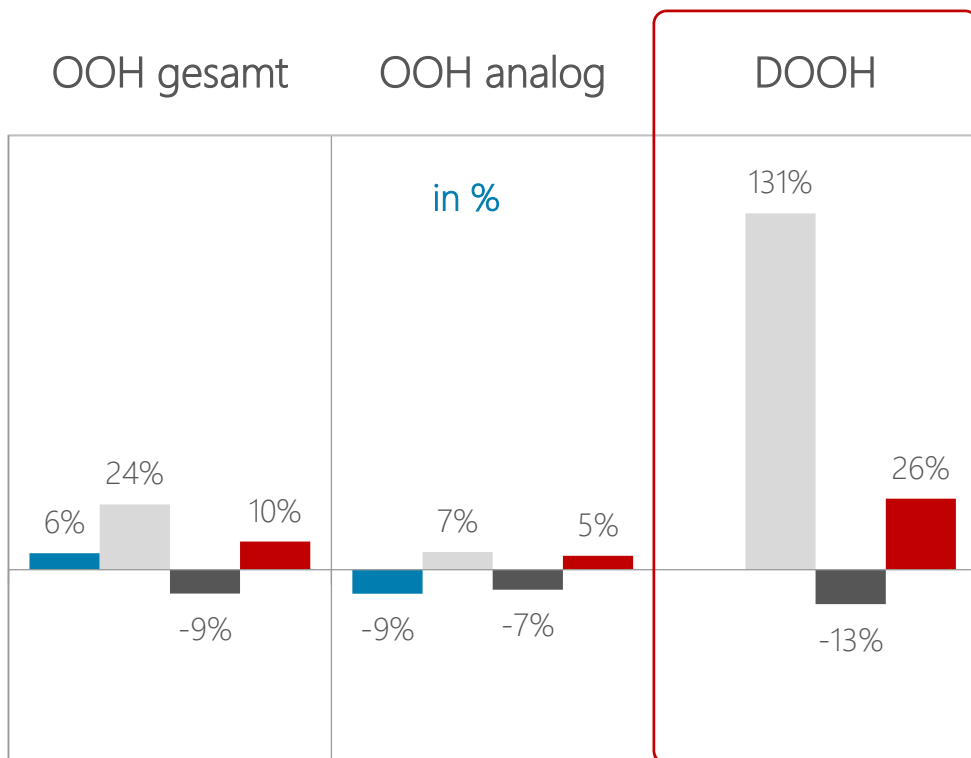
Umsätze in der Außenwerbung

im März 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



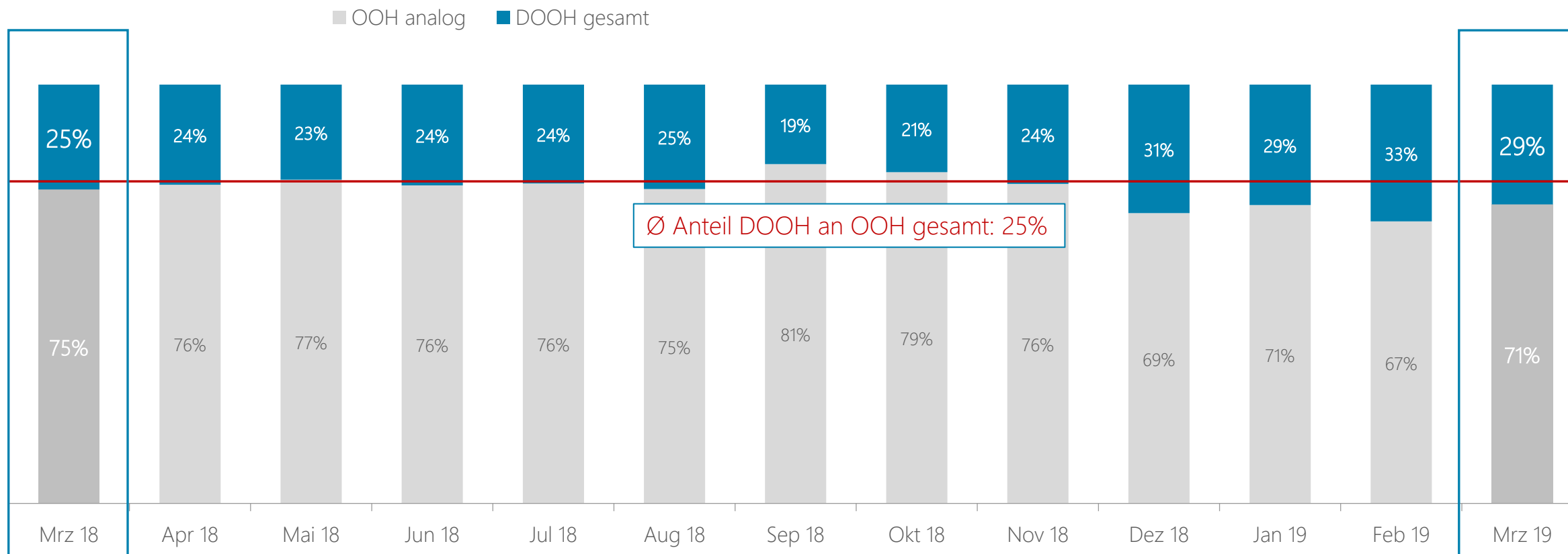
DOOH 26% über Vorjahr

im März– jeweils im Vergleich zum März des Vorjahres



März 2019: Gestiegener Marktanteil

für DOOH im Vergleich zu Vorjahresmonat/ Anteil DOOH an OOH gesamt



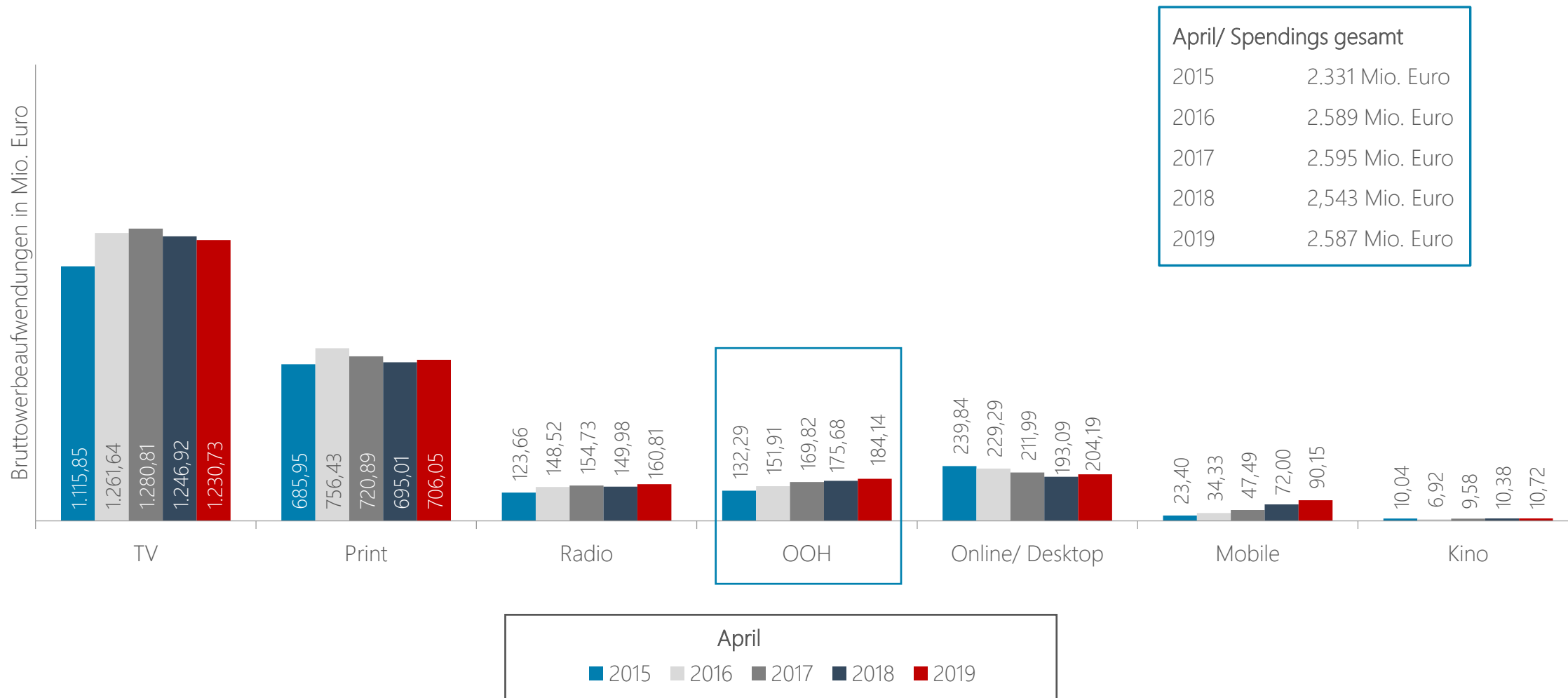


Monatsvergleich Apr 2018 / Apr 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

April 2019: OOH legt wieder zu

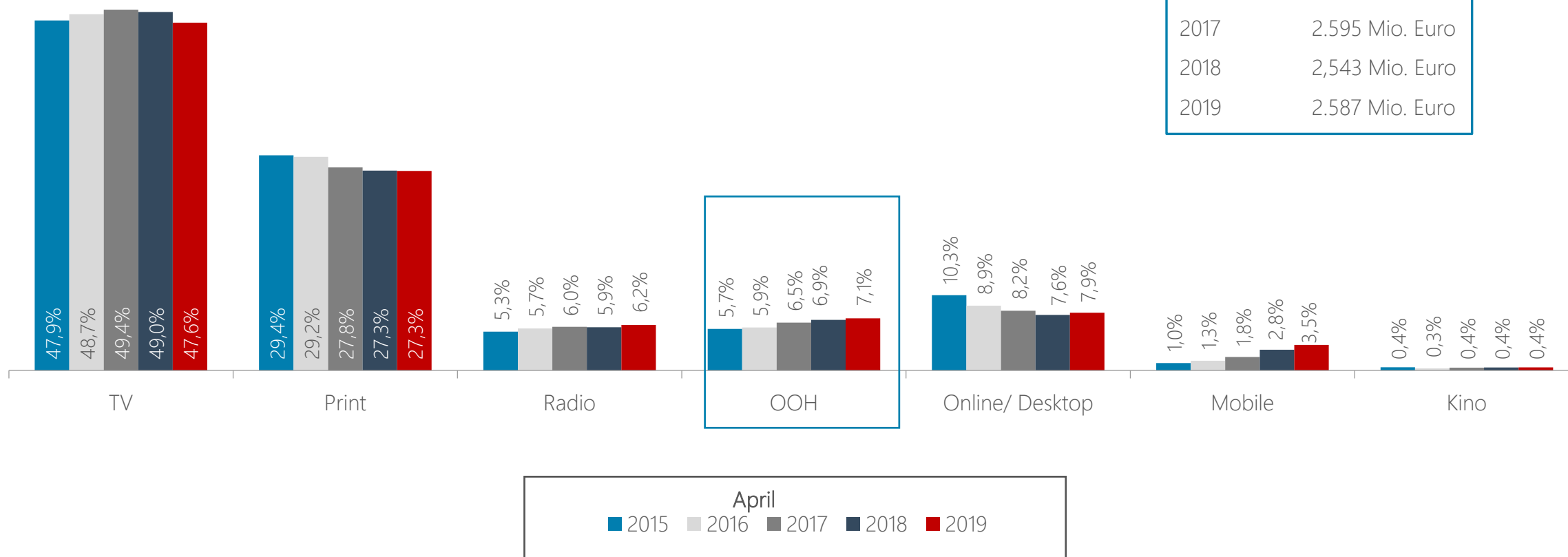
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: April 2015 - 2019 im Vergleich



April: OOH gewinnt Anteile

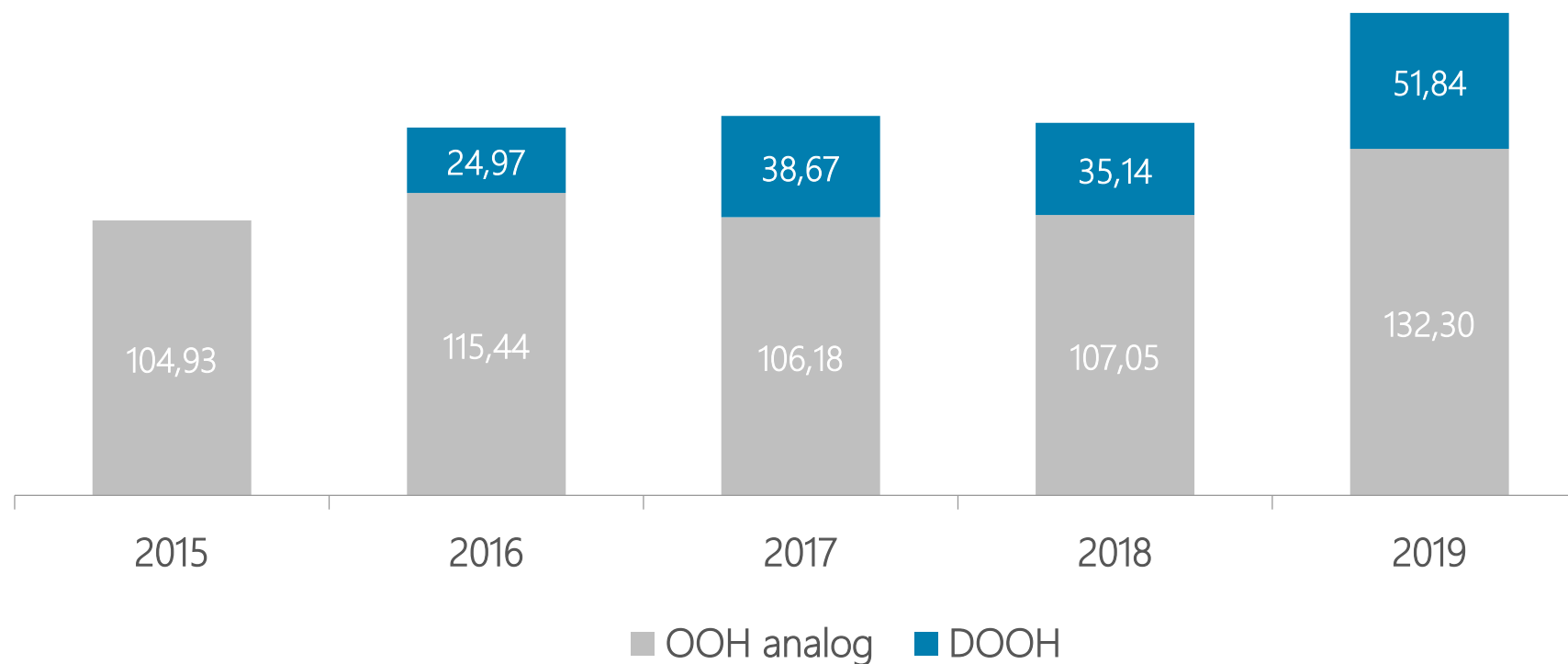
Anteile an Gesamtspendings in %: April 2015 - 2019 im Vergleich

April/ Spendings gesamt	
2015	2.331 Mio. Euro
2016	2.589 Mio. Euro
2017	2.595 Mio. Euro
2018	2,543 Mio. Euro
2019	2.587 Mio. Euro



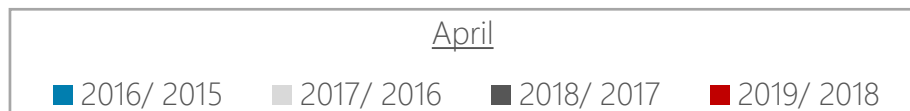
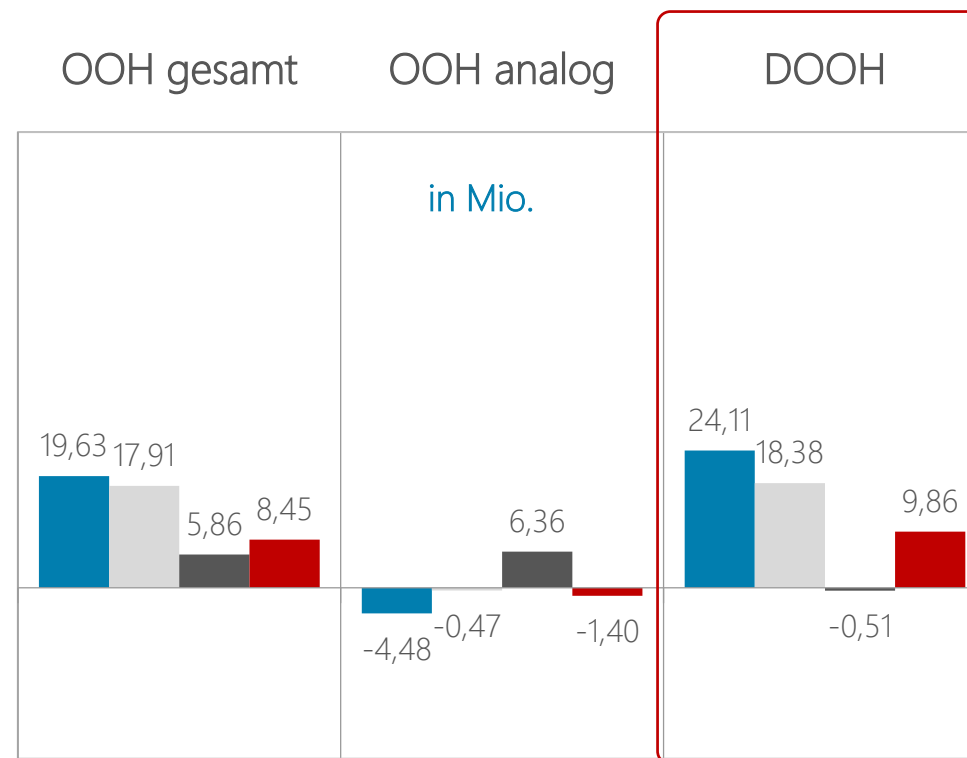
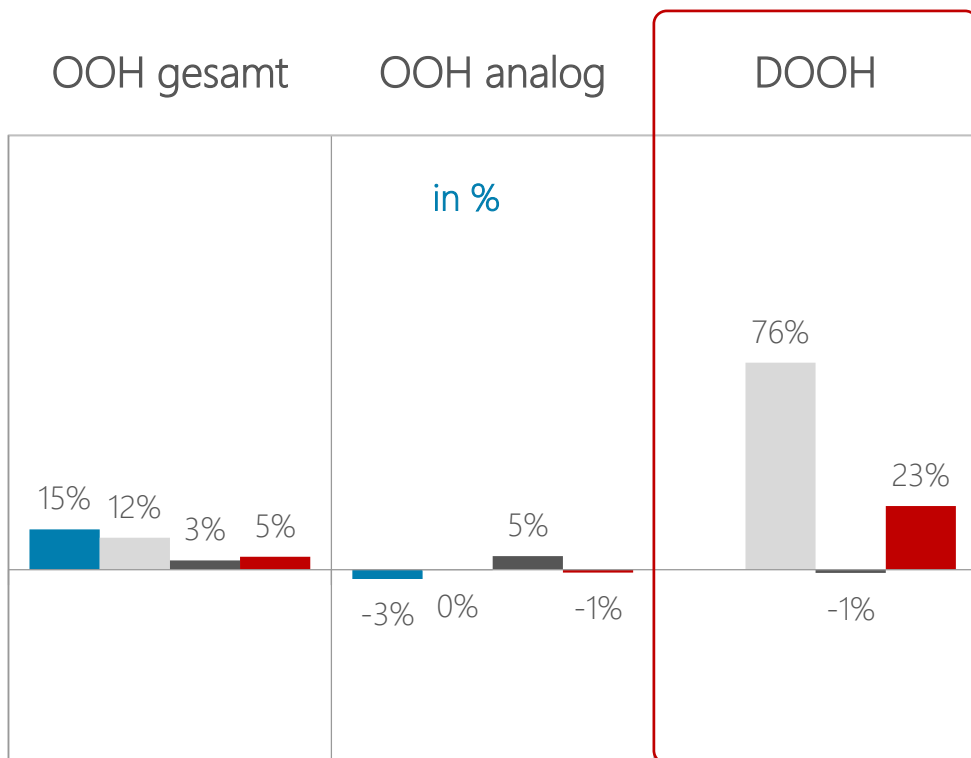
Umsätze in der Außenwerbung

im April 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



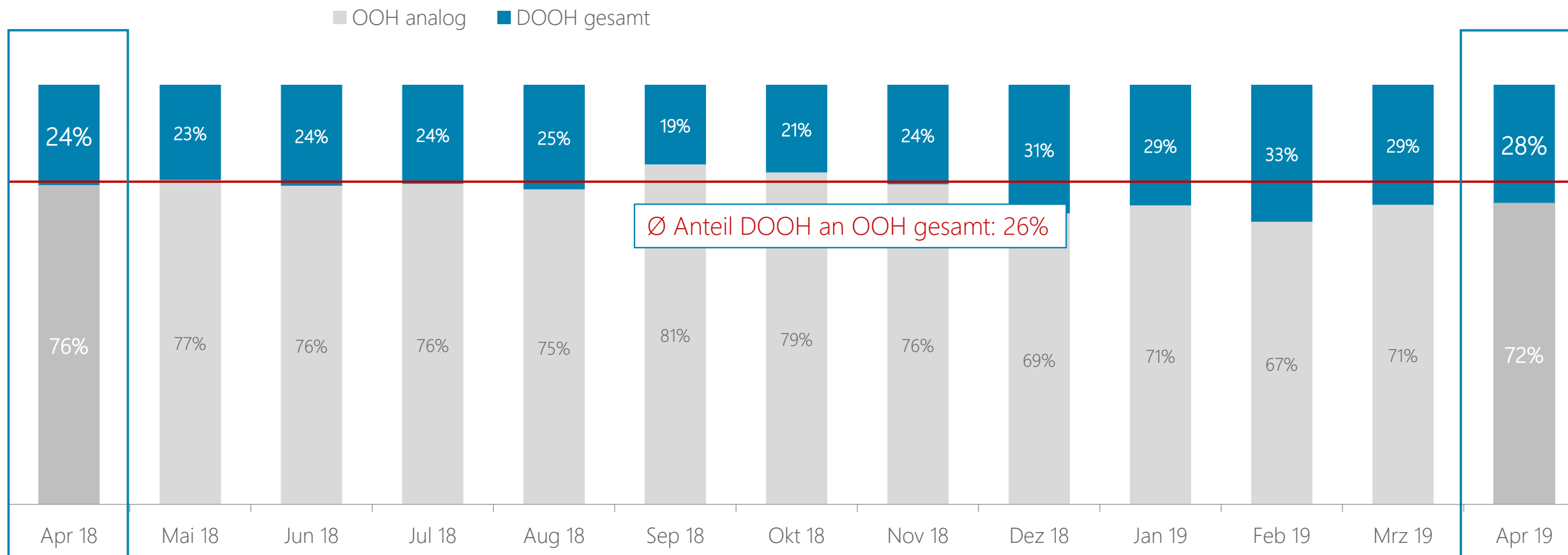
DOOH 23% über Vorjahr

im April– jeweils im Vergleich zum April des Vorjahres



April 2019: Gestiegener Marktanteil

für DOOH im Vergleich zu Vorjahresmonat/ Anteil DOOH an OOH gesamt





Monatsvergleich Mai 2018 / Mai 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Mai 2019: Gesamt verliert - OOH legt zu

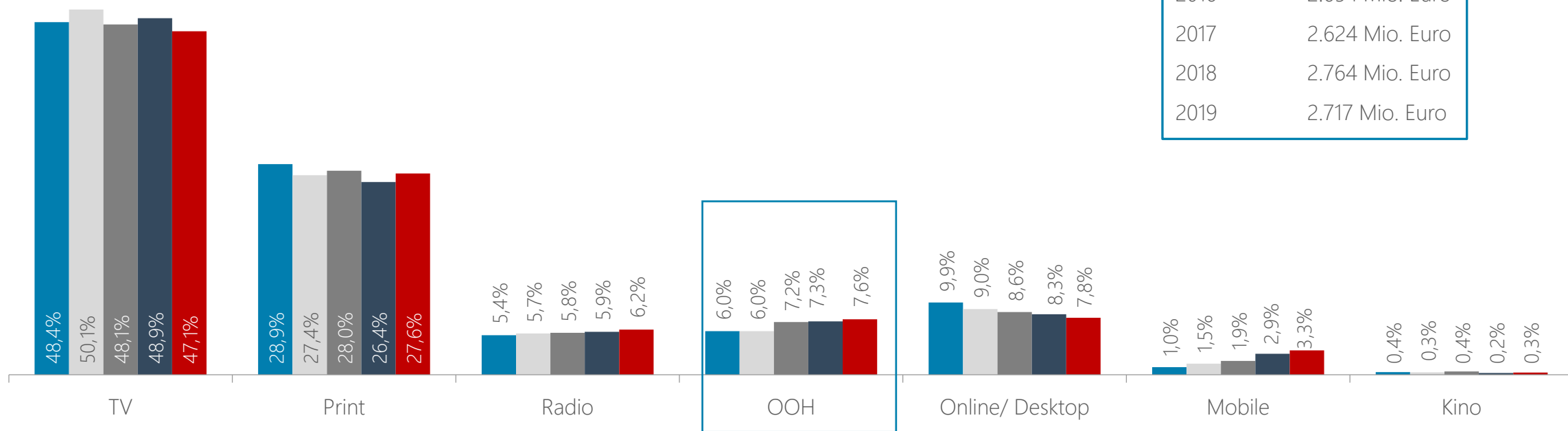
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Mai 2015 - 2019 im Vergleich



Mai: OOH gewinnt Anteile

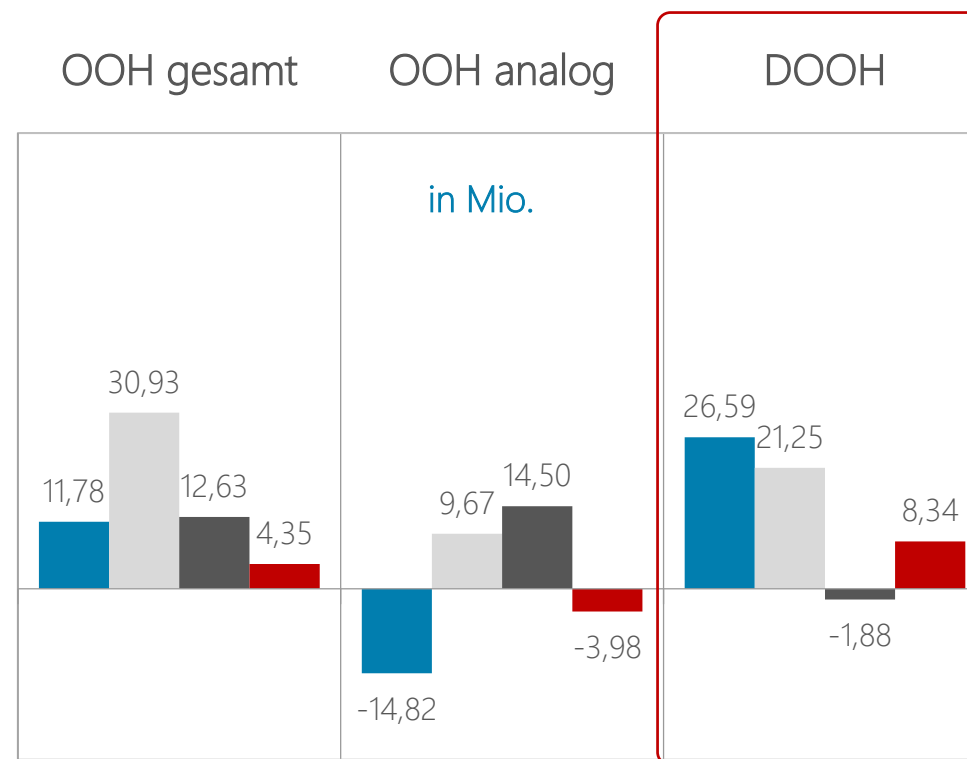
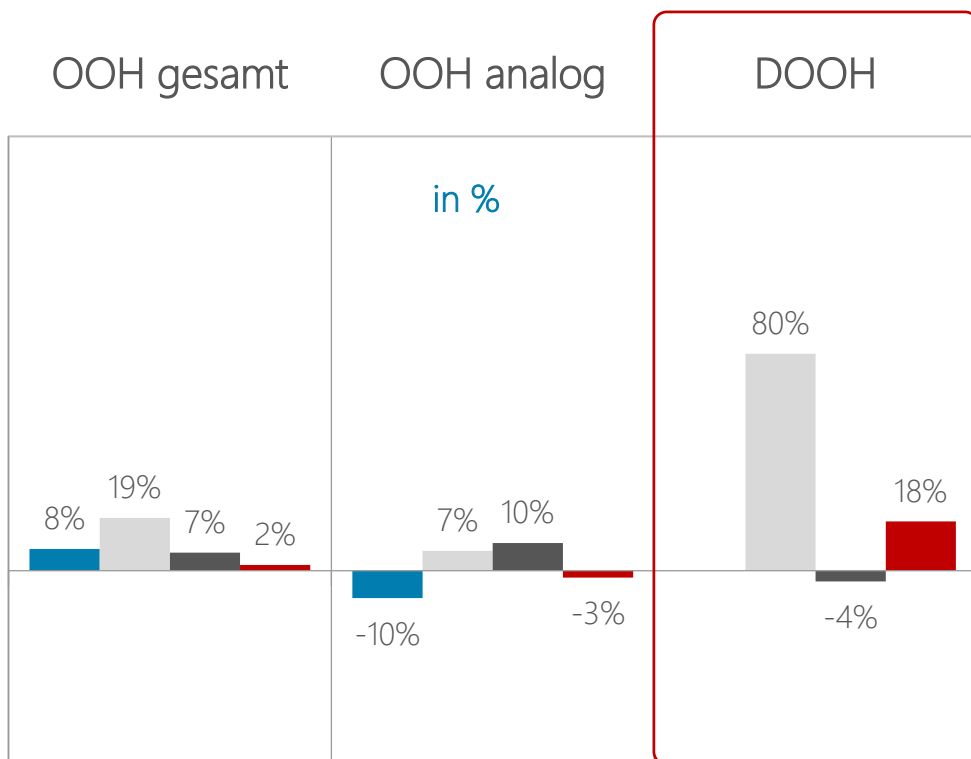
Anteile an Gesamtspendings in %: Mai 2015 - 2019 im Vergleich

Mai/ Spendings gesamt	
2015	2.458 Mio. Euro
2016	2.654 Mio. Euro
2017	2.624 Mio. Euro
2018	2.764 Mio. Euro
2019	2.717 Mio. Euro



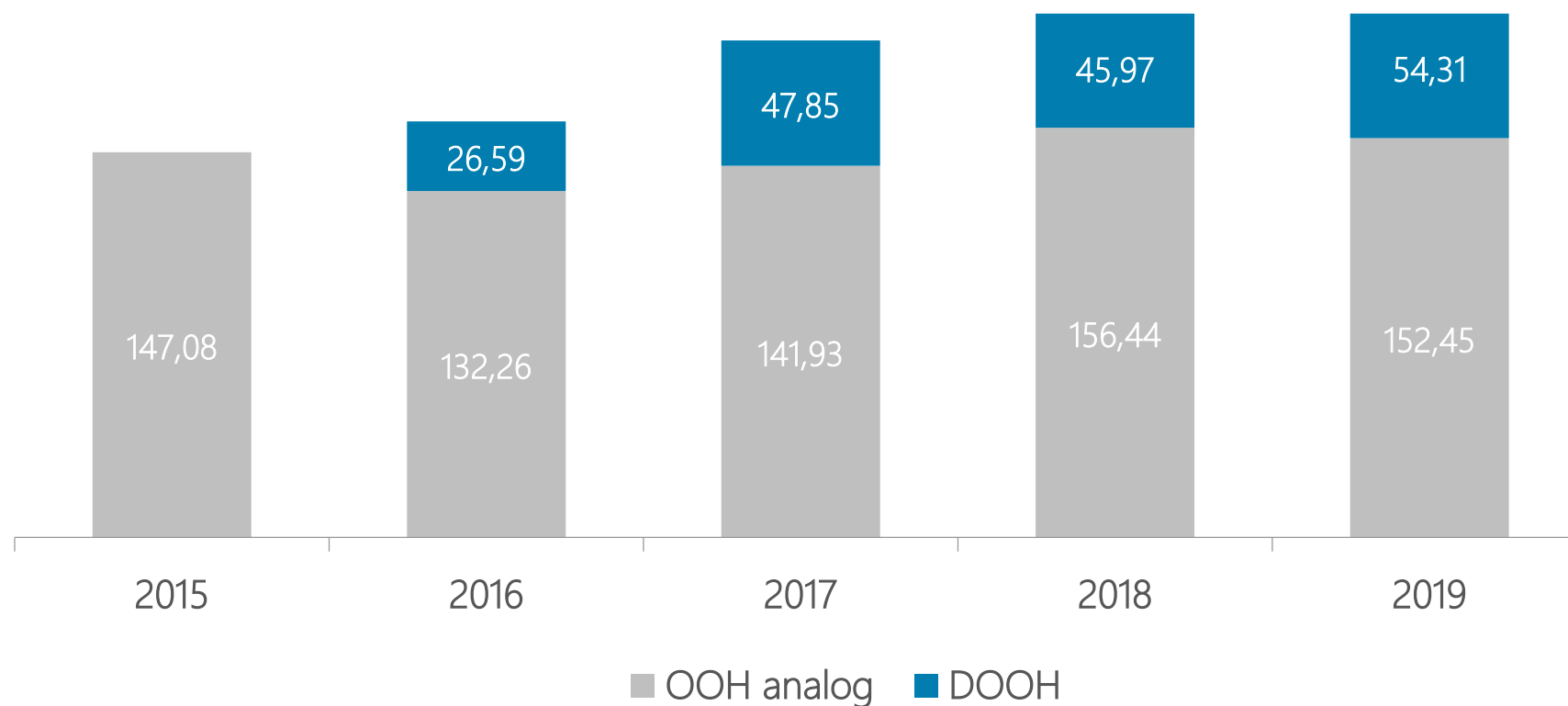
DOOH 18% über Vorjahr

im Mai– jeweils im Vergleich zum Mai des Vorjahres



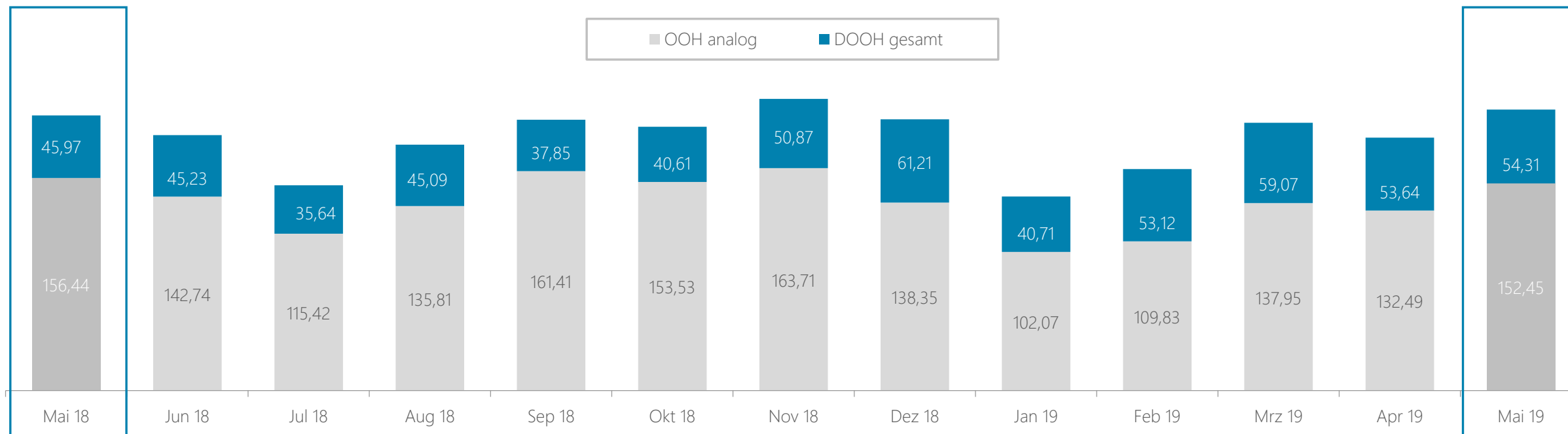
Umsätze in der Außenwerbung

im Mai 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



DOOH im Mai 18% über Vorjahr

Bruttowerbeaufwendungen* OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Juni 18	Juli 18	Aug 18	Sep 18	Okt 18	Nov 18	Dez 18	Jan 19	Feb 19	Mrz 19	Apr 19	Mai 19
digital	-2	-19	26	-16	7	25	20	-33	30	11	-9	1
analog	-9	-21	18	19	-5	7	-15	-26	8	26	-4	15
Abw. Mai 19 vs. Mai 18				Digital: 18%			Analog: -3%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat (Mai 19 - Mai 18):				Digital: 3%			Analog: 1%					

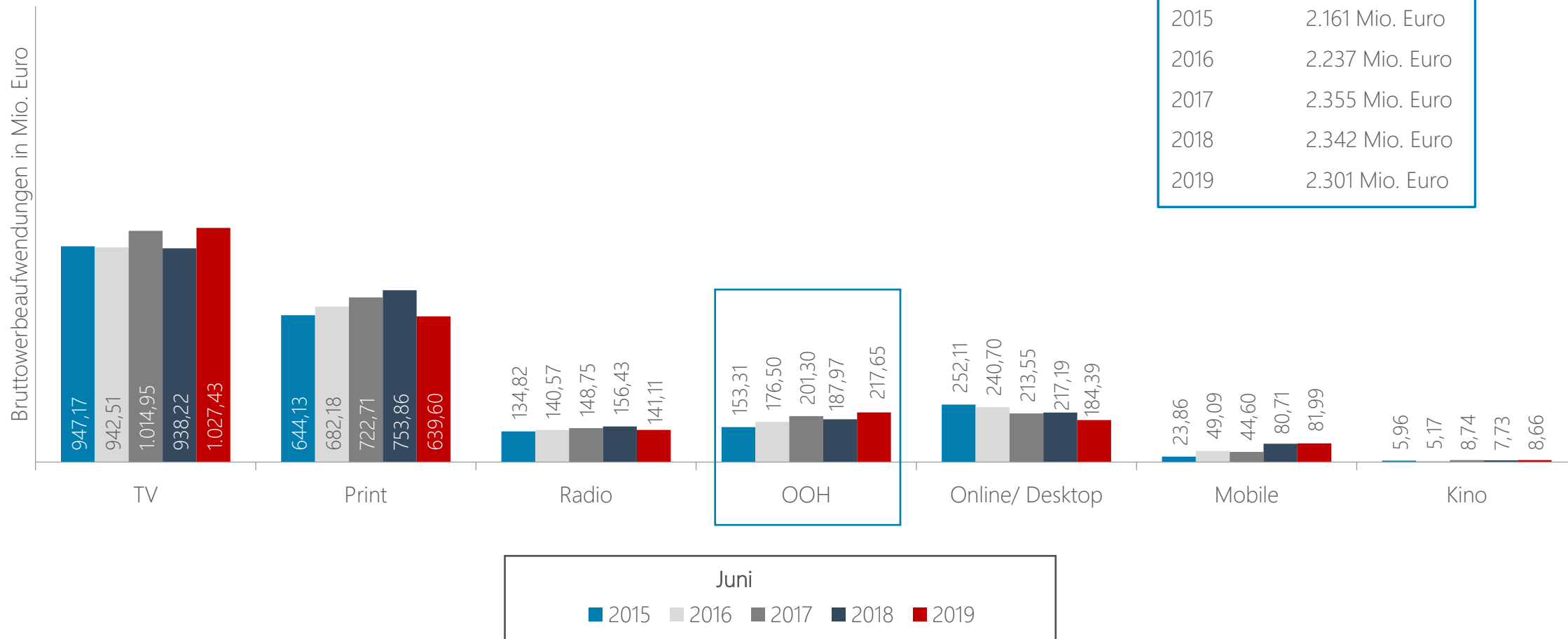


Monatsvergleich Juni 2018 / Juni 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Juni 2019: OOH und TV legen zu

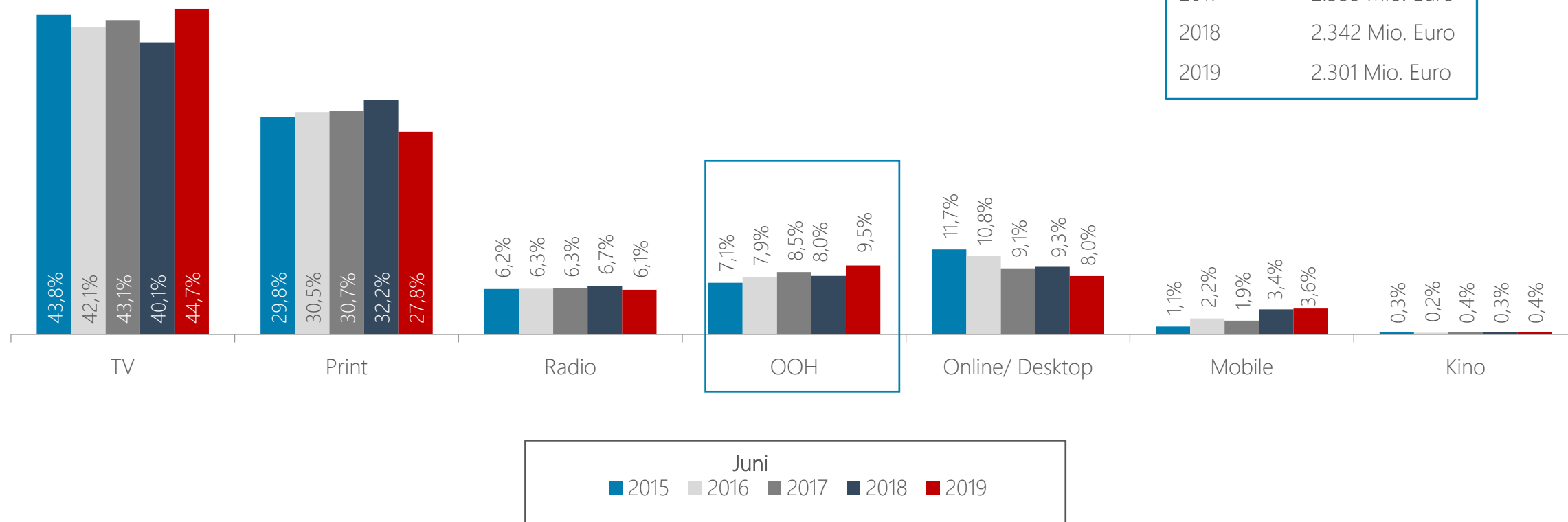
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Juni 2015 - 2019 im Vergleich



Juni 2019: OOH gewinnt Anteile

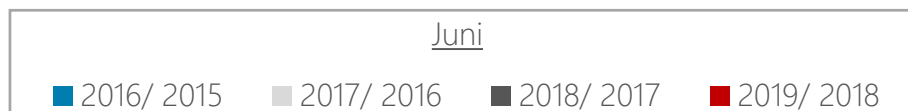
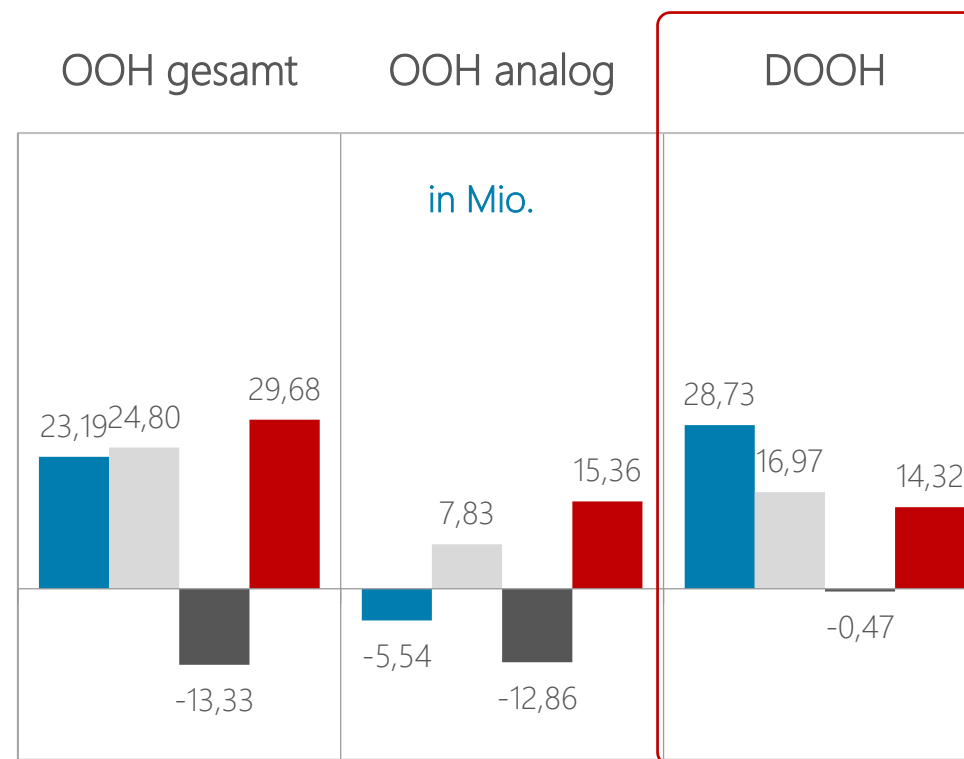
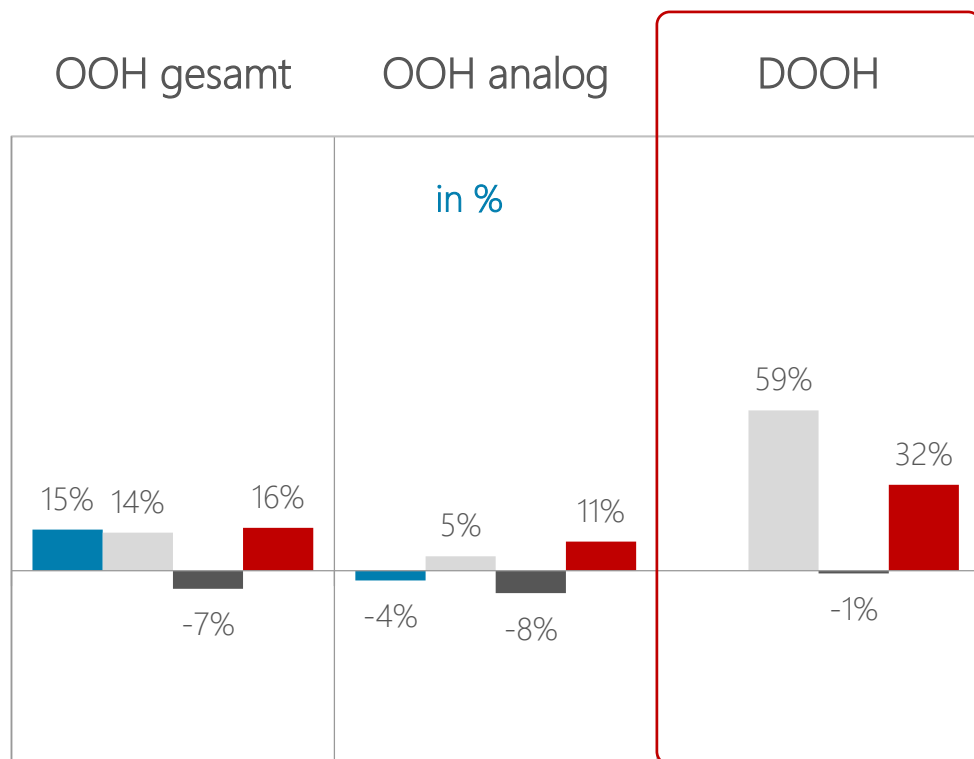
Anteile an Gesamtspendings in %: Juni 2015 - 2019 im Vergleich

Juni/ Spendings gesamt	
2015	2.161 Mio. Euro
2016	2.237 Mio. Euro
2017	2.355 Mio. Euro
2018	2.342 Mio. Euro
2019	2.301 Mio. Euro



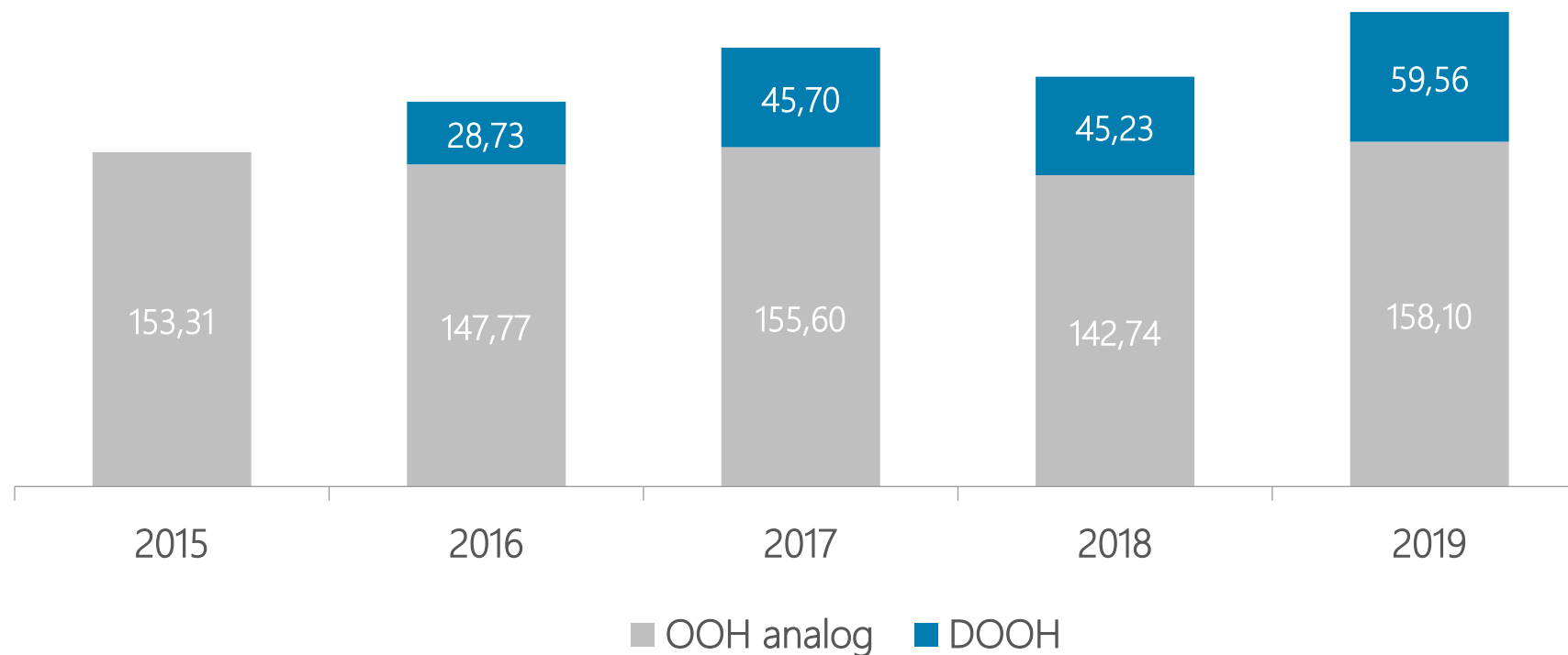
DOOH 32% über Vorjahr

im Juni– jeweils im Vergleich zum Juni des Vorjahres



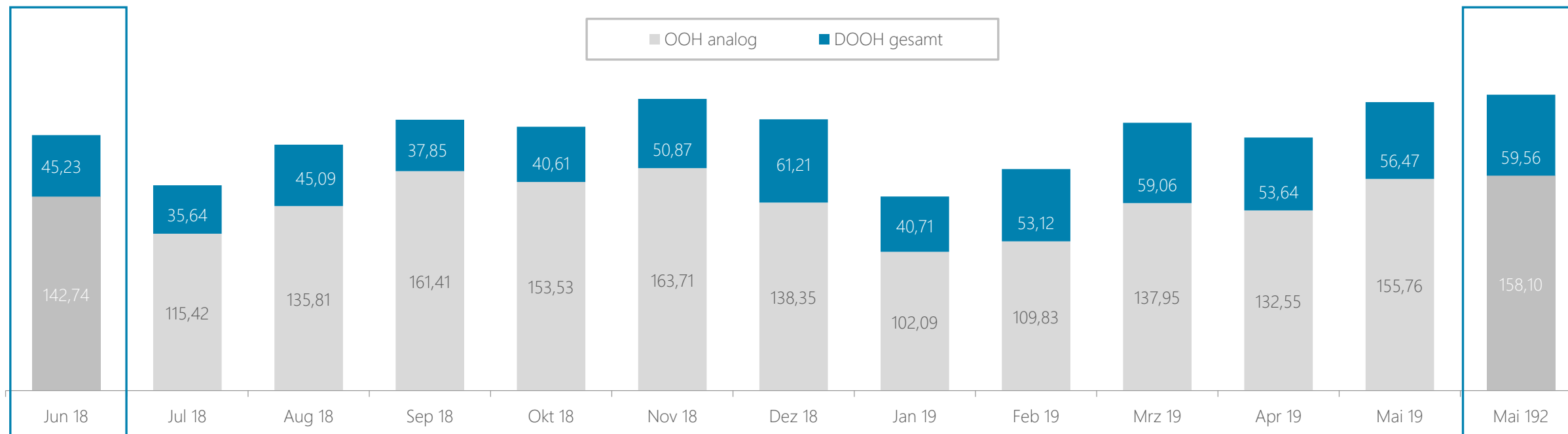
Umsätze in der Außenwerbung

im Juni 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



DOOH im Juni 32% über Vorjahr

Bruttowerbeaufwendungen* OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Jul 18	Aug 18	Sep 18	Okt 18	Nov 18	Dez 18	Jan 19	Feb 19	Mrz 19	Apr 19	Mai 19	Jun 19
digital	-19	26	-16	7	25	20	-33	30	11	-9	5	5
analog	-21	18	19	-5	7	-15	-26	8	26	-4	18	1
Abw. Juni 19 vs. Juni 18				Digital: 32%			Analog: 11%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat (Juni 19 - Juni 18):				Digital: 4%			Analog: 2%					

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2015 – Juni 2019. Stand 2019-07-12



Monatsvergleich Juli 2018 / Juli 2019

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Juli 2019: OOH und TV legen zu

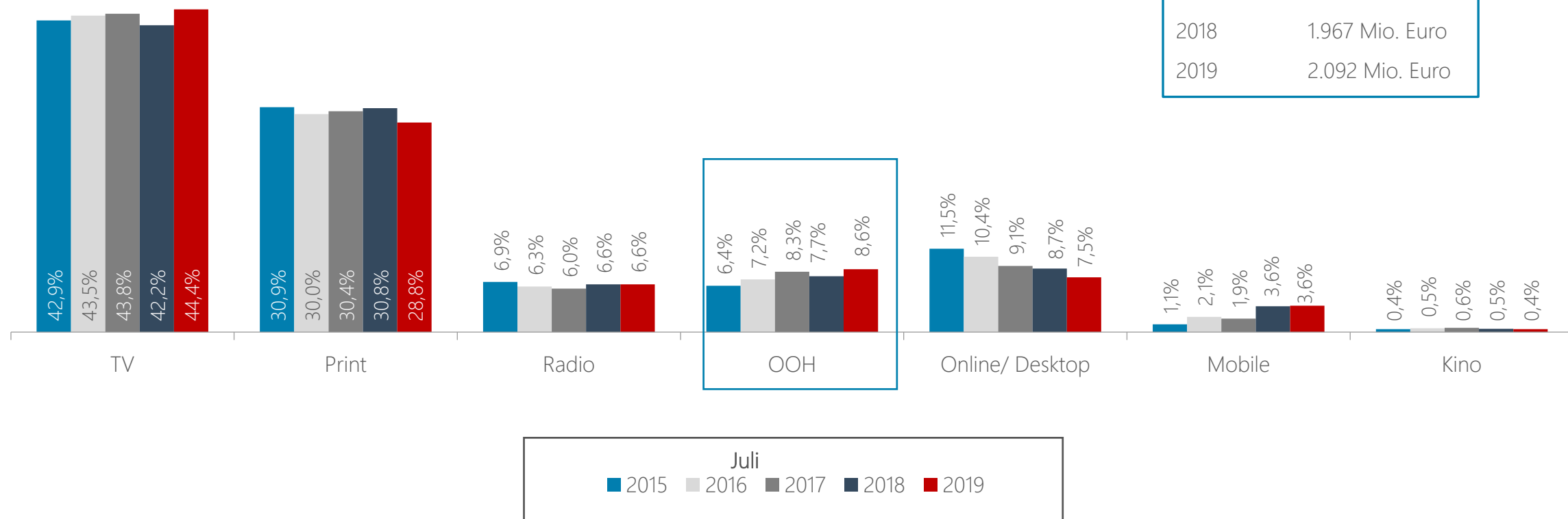
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Juli 2015 - 2019 im Vergleich



Juli 2019: OOH gewinnt Anteile

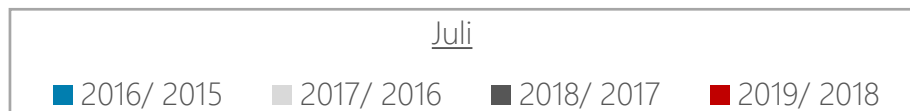
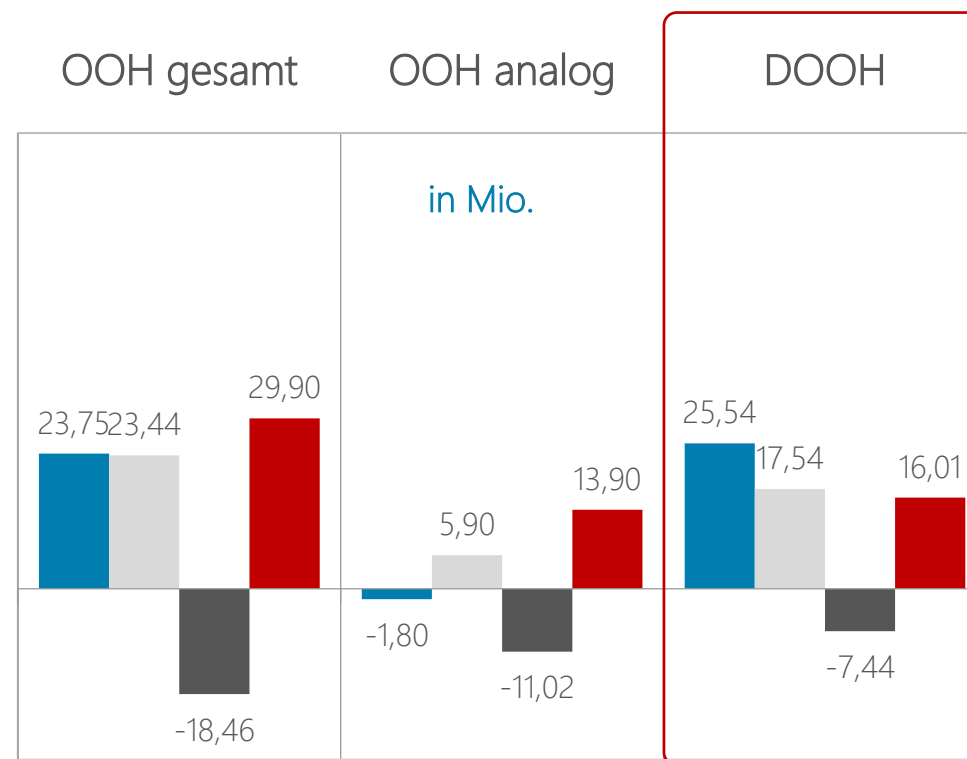
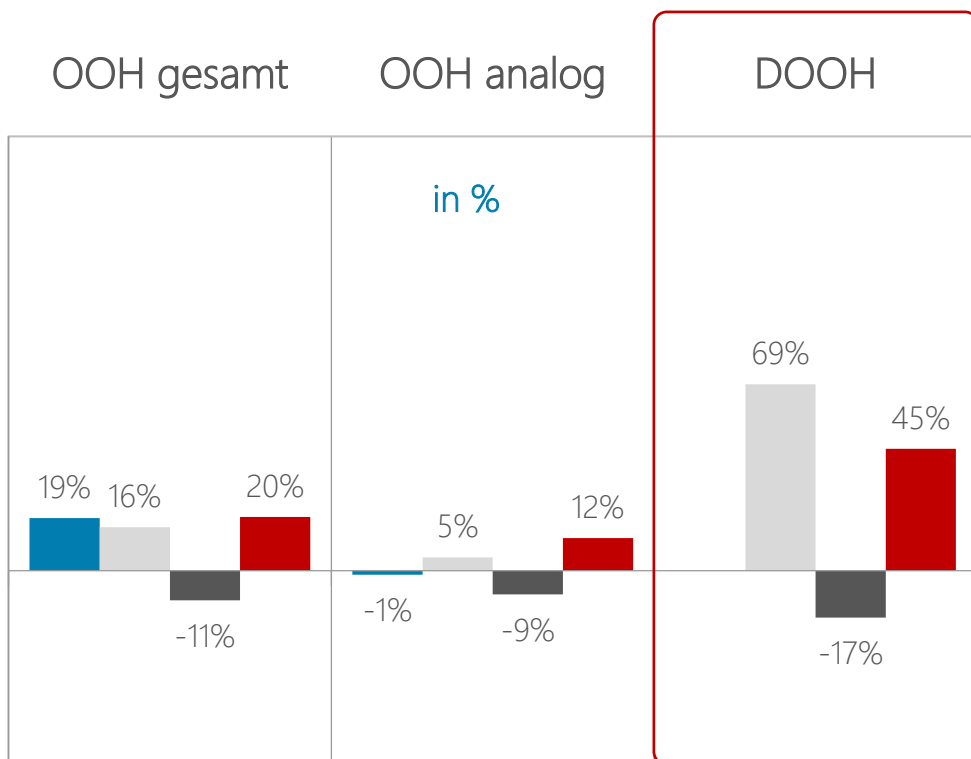
Anteile an Gesamtspendings in %: Juli 2015 - 2019 im Vergleich

Juli/ Spendings gesamt	
2015	1.921 Mio. Euro
2016	2.017 Mio. Euro
2017	2.041 Mio. Euro
2018	1.967 Mio. Euro
2019	2.092 Mio. Euro



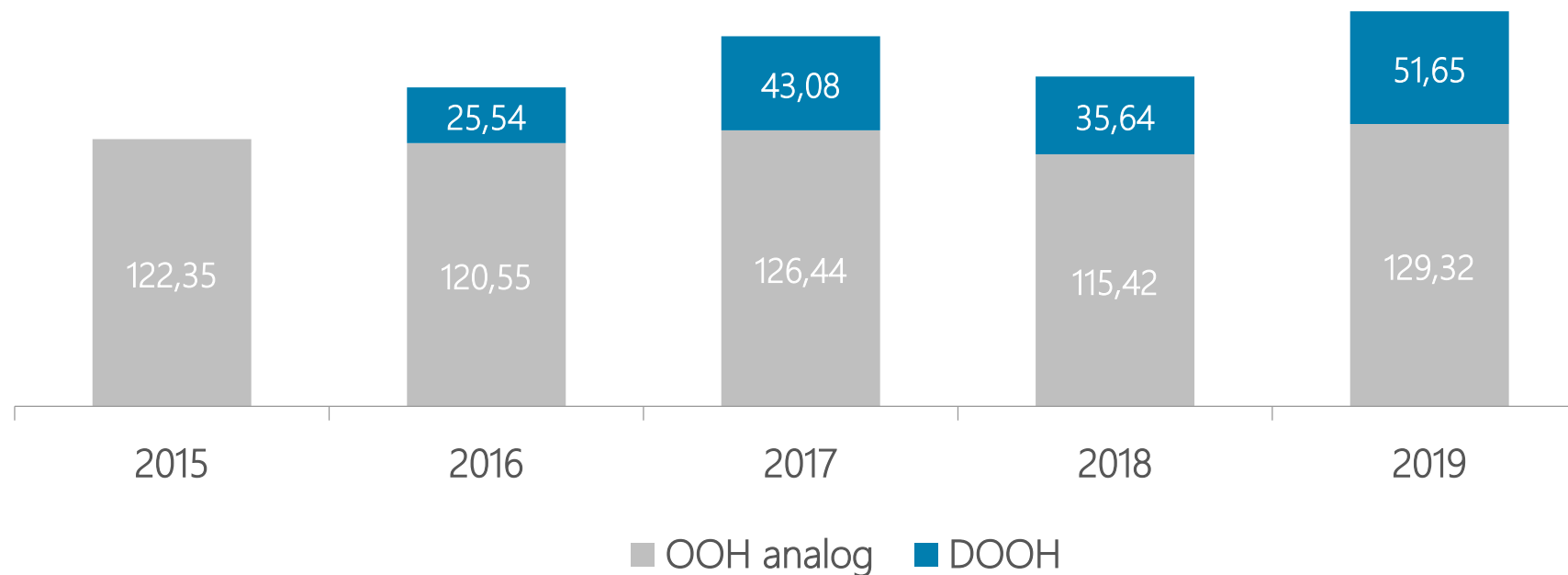
DOOH 45% über Vorjahr

im Juli– jeweils im Vergleich zum Juli des Vorjahres



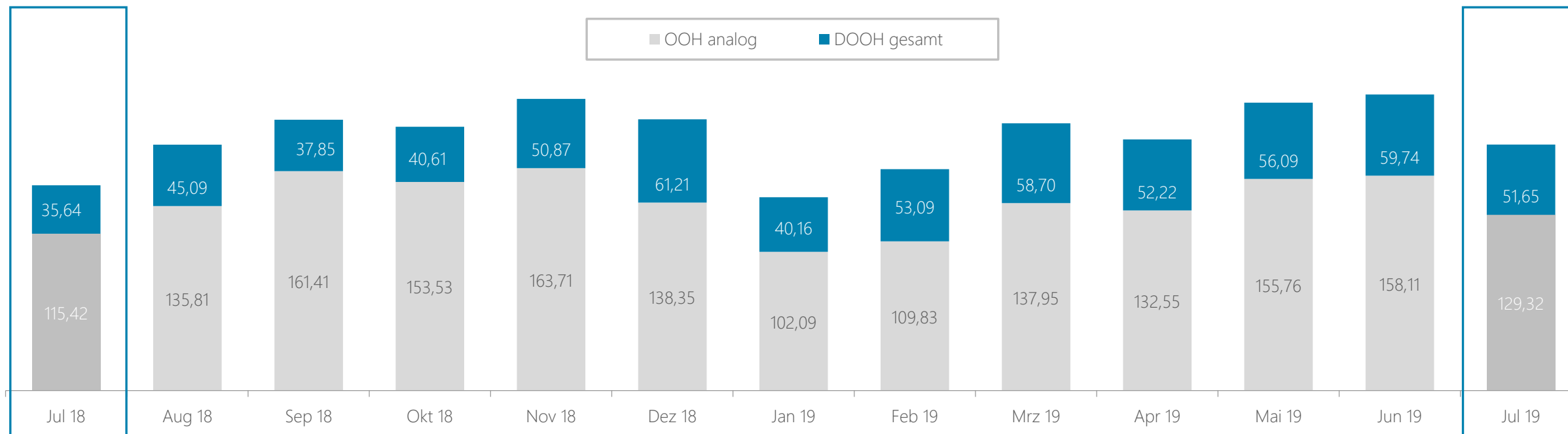
Umsätze in der Außenwerbung

im Juli 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 (in Mio. €)



DOOH im Juli 45% über Vorjahr

Bruttowerbeaufwendungen* OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Aug 18	Sep 18	Okt 18	Nov 18	Dez 18	Jan 19	Feb 19	Mrz 19	Apr 19	Mai 19	Jun 19	Jul 19
digital	26	-16	7	25	20	-34	32	11	-11	7	7	-14
analog	18	19	-5	7	-15	-26	8	26	-4	18	2	-18
Abw. Juli 19 vs. Juli 18				Digital: 45%			Analog: 12%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat (Juli 19 - Juli 18):				Digital: 2%			Analog: 2%					



Ansprechpartner:

Frank Goldberg
Digital Media Institute
Maximilianstr. 13
80539 München

frank.goldberg@dmi-org.com
www.dmi-org.com