

Werbe-Barometer

Januar - Dezember 2014

Axel Springer Media Impact GmbH & Co. KG
Marktanalyse

axel springer 
media impact

Wirtschaftsbereiche

Januar-Dezember 2014	Veränderung zum Vorjahr			Medienanteile in %							
	Mio. EURO	Mio. EURO	%	ZT	PZ	FZ	TV	HF	PL	OL	MOB
Getränke	1.120,7	53,3	5,0	2,9	4,9	1,0	63,1	6,2	13,1	8,4	0,4
Alkoholfreie Getränke	372,1	49,0	15,2	2,0	3,6	0,8	61,6	6,1	14,6	10,9	0,3
Bier	353,9	-2,8	-0,8	4,7	3,9	0,6	50,3	10,5	21,3	8,2	0,5
Kaffee, Tee, Kakao	190,3	-12,7	-6,3	3,1	6,3	0,7	78,8	2,5	2,2	6,0	0,4
Spirituosen	112,8	-7,9	-6,6	1,4	3,4	1,6	80,2	1,1	5,1	6,7	0,4
Ernährung	1.980,5	39,8	2,1	1,0	4,3	1,2	83,4	2,2	2,2	5,2	0,4
Süßwaren	712,8	-44,2	-5,8	0,1	2,1	0,3	90,6	0,5	1,6	4,4	0,3
Milchprodukte - weisse Linie	145,1	2,7	1,9	1,1	2,7	0,8	84,9	5,3	3,7	1,4	0,0
Convenience Food	89,4	27,9	45,5	1,7	2,5	1,0	90,6	1,1	1,6	1,3	0,3
Tabak	0,8	-0,3	-27,5	2,3	0,5	95,3	0,0	0,8	0,4	0,7	0,0
Textilien und Bekleidung	697,6	52,6	8,2	9,3	32,9	2,4	24,7	5,8	14,1	10,0	0,8
Bekleidung	395,4	11,6	3,0	8,2	27,7	2,2	26,1	7,8	18,3	9,6	0,2
Körperpflege	2.076,1	49,8	2,5	1,5	15,6	0,3	75,8	0,2	0,4	6,0	0,2
Gesichtspflege	330,5	29,0	9,6	0,8	24,1	0,2	72,7	0,0	0,0	2,0	0,1
Parfums und Duftprodukte	279,6	-4,0	-1,4	1,2	21,3	0,2	69,8	0,8	0,6	5,6	0,4
Haarpflege	519,2	-21,2	-3,9	2,0	14,5	0,3	78,7	0,0	0,1	4,4	0,1
Mundpflege	201,1	-19,9	-9,0	3,0	5,5	0,2	84,9	0,1	0,0	6,1	0,1
Gesundheit und Pharmazie	1.133,5	86,5	8,3	4,3	27,0	1,8	61,0	2,1	0,8	2,9	0,0
Haus- und Gartenausstattung	832,7	28,3	3,5	31,5	11,5	1,6	27,1	19,3	3,3	5,6	0,2
Elektr. Haushaltsgeräte	83,3	-6,0	-6,7	3,5	25,1	2,0	52,4	1,4	1,9	12,4	1,2
Möbel und Einrichtung	634,3	6,7	1,1	39,2	6,6	0,4	21,0	24,6	3,6	4,6	0,0
Reinigungsmittel	479,9	-0,8	-0,2	0,0	3,8	0,2	90,6	0,6	0,1	4,6	0,0
Putz- und Pflegemittel	238,8	-7,1	-2,9	0,0	3,9	0,2	92,0	0,5	0,0	3,3	0,0
Waschmittel	233,5	3,4	1,5	0,0	3,9	0,2	89,3	0,7	0,2	5,8	0,0
Unterhaltungselektronik	288,3	-63,9	-18,1	2,3	12,6	0,2	67,3	1,0	1,7	13,2	1,6
Medien	4.387,2	49,2	1,1	40,2	20,1	2,7	26,5	4,0	2,8	3,6	0,2
Kunst und Kultur	144,7	-3,7	-2,5	14,8	6,3	0,0	52,9	10,6	12,8	2,5	0,0
Touristik und Gastronomie	973,7	-38,8	-3,8	16,5	17,5	0,9	30,6	11,9	9,2	13,2	0,3
Kraftfahrzeug-Markt	2.436,7	208,4	9,4	19,2	10,8	1,2	35,6	12,6	3,7	15,8	1,0
PKW	1.826,6	192,3	11,8	21,8	10,8	0,4	40,4	8,6	2,8	14,2	1,1
Verkehrs-Mittel u. -Einrichtung	99,3	-1,5	-1,5	22,6	11,9	1,1	7,4	11,0	25,7	17,3	3,0
Schiffahrt	0,4	0,0	-2,1	11,7	18,6	69,7	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Luftfahrt	6,9	-0,1	-1,6	31,2	19,2	7,5	1,4	19,2	13,0	8,5	0,0
Energie	262,1	15,6	6,3	19,7	9,6	1,5	35,0	6,6	9,7	17,3	0,6
Energie-Versorgungsbetriebe	108,7	7,9	7,9	20,4	5,8	0,1	15,8	3,2	18,7	34,7	1,1
Freizeit und Sport	66,9	1,0	1,6	48,0	22,4	0,0	4,4	10,7	6,5	7,8	0,2
Finanzen	1.299,8	-14,0	-1,1	14,5	10,4	0,7	46,2	4,1	4,1	19,2	0,8
Finanzanlagen	147,7	-1,9	-1,3	31,7	19,0	0,1	36,9	0,9	1,0	9,8	0,7
Versicherungen	341,2	-52,4	-13,3	3,9	7,7	1,2	46,9	7,2	7,4	24,8	1,0
Finanzdienstl. Privatkunden	414,6	-39,6	-8,7	9,8	11,9	0,1	59,3	4,0	1,9	12,6	0,5
Bauwirtschaft	295,6	26,1	9,7	20,9	7,6	5,5	35,9	14,6	8,6	6,6	0,3
Handel	3.405,4	406,9	13,6	28,5	6,0	0,6	46,5	7,2	2,4	8,1	0,7
Kaufhäuser	492,8	-11,8	-2,3	31,7	1,2	0,0	38,4	11,8	5,3	9,0	2,5
Lebensmitteleinzelhandel	1.194,3	148,4	14,2	61,8	2,6	0,0	21,6	9,0	1,6	3,3	0,1
E-Commerce	1.195,8	257,5	27,4	3,3	4,4	0,2	76,0	2,0	1,3	12,1	0,8
Investitionsgüter	43,8	4,3	10,9	16,6	15,8	36,0	21,7	5,1	0,9	3,4	0,5
Haus-, Land-, Forst-, Jagdwirtsch.	167,5	5,3	3,3	2,8	16,2	12,0	54,8	9,5	0,9	3,7	0,0
Haustiernahrung	97,7	11,8	13,7	0,1	10,9	1,0	84,5	1,2	0,5	1,8	0,0
Garten- + Landwirtschaft	37,2	-2,0	-5,0	3,3	14,0	49,8	19,5	9,4	1,4	2,7	0,0
Industrielle Verbrauchsgüter	29,8	8,4	39,1	2,6	19,5	8,1	54,3	5,4	0,7	8,0	1,4
Persönlicher Bedarf	350,2	9,6	2,8	8,3	27,4	0,9	54,0	2,9	1,8	3,9	0,8
Spielzeug	184,4	18,6	11,2	0,3	4,0	0,5	91,9	1,2	0,2	1,5	0,4
Uhren und Schmuck	147,5	-8,3	-5,3	16,6	57,2	1,4	7,8	5,2	3,9	6,6	1,5
Dienstleistungen	2.298,9	184,2	8,7	12,3	6,9	1,7	53,6	6,0	6,2	12,5	0,8
Computer + Büro	214,4	-155,4	-42,0	6,1	15,9	5,5	37,3	3,8	7,1	21,8	2,4
Computer + Zusatzgeräte	139,4	-54,6	-28,2	7,3	16,5	3,1	43,1	3,3	8,9	15,9	1,8
Software	70,0	-99,3	-58,6	3,6	14,7	9,7	28,5	4,2	3,9	31,9	3,5
Telekommunikation	1.460,2	123,3	9,2	5,2	4,9	0,2	65,4	3,5	7,0	12,3	1,5
Festnetz	118,6	14,7	14,2	12,3	14,9	0,0	50,2	4,7	4,4	12,3	1,0
Mobilnetz	829,7	26,0	3,2	5,3	3,9	0,1	71,6	2,3	6,3	9,1	1,4
Sonstige Werbung	1.493,9	105,8	7,6	8,5	10,8	0,5	17,2	4,6	9,3	47,1	2,0

Quelle: Nielsen Media Research (exkl. Stadtillustrierte)

Mediengattungen

Januar-Dezember 2014	Mio. EURO	Veränderung zum Vorjahr		Marktanteil in %
		Mio. EURO	%	
Zeitungen ¹⁾	4.746,0	22,6	0,5	16,9
Publikumszeitschriften ²⁾	3.447,9	-30,5	-0,9	12,3
Fachzeitschriften	400,8	-2,2	-0,6	1,4
Fernsehen	13.279,0	964,2	7,8	47,4
Hörfunk	1.634,6	35,7	2,2	5,8
Plakat	1.283,0	66,7	5,5	4,6
Online	3.064,6	46,2	1,5	10,9
Mobile	184,6	77,6	72,5	0,7
Gesamt (inkl. Online)	28.040,4	1.180,2	4,4	100,0

¹⁾ ohne Rubriken und Beilagen
²⁾ exkl. Stadtillustrierte

Quelle: Nielsen Media Research

Zeitungen

Januar-Dezember 2014	Mio. EURO	Veränderung zum Vorjahr		Marktanteil in %
		Mio. EURO	%	
Überregionale Zeitungen	381,5	-3,7	-1,0	8,0
Regionale Abo.-Zeitungen	3.300,0	6,2	0,2	69,5
Kaufzeitungen	779,0	16,3	2,1	16,4
Wochenzeitungen	84,6	5,1	6,4	1,8
Sonntagszeitungen	131,4	-18,3	-12,2	2,8
Zeitungen Sonstige	69,6	17,0		1,5

Anmerkung: ohne Rubriken

Quelle: Nielsen Media Research

Zeitschriften

Januar-Dezember 2014	Mio. EURO	Veränderung zum Vorjahr		Marktanteil in %
		Mio. EURO	%	
Akt. Ztschr./Mag. z. Zeitgesch.	698,2	-25,1	-3,5	20,2
Monatliche Frauenzeitschriften	392,0	13,9	3,7	11,4
Programmzeitschriften	286,5	-14,6	-4,9	8,3
Motorpresse	283,7	-14,4	-4,8	8,2
Wöchentliche Frauenzeitschriften	261,0	17,9	7,4	7,6
Supplements	223,6	35,0	18,6	6,5
14-tägliche Frauenzeitschriften	195,6	-7,9	-3,9	5,7
Sportzeitschriften	174,2	0,0	0,0	5,1
Wohnzeitschriften	166,0	-7,3	-4,2	4,8
Wirtschaftspresse	136,6	-5,9	-4,2	4,0
Lifestylemagazine	109,5	-2,6	-2,4	3,2
IT-/Telekommunikationszeitschriften	105,3	-9,5	-8,2	3,1
Kundenzeitschriften	105,2	-6,0	-5,4	3,1
Esszeitschriften	59,9	6,7	12,6	1,7
Wissensmagazine	56,6	-3,0	-5,0	1,6
Elternzeitschriften	42,9	-3,7	-7,8	1,2
Jugendzeitschriften	31,7	-1,0	-3,1	0,9
PZ Kino/Video/Audio/Foto	31,6	-1,4	-4,2	0,9
Kinderzeitschriften	21,2	-0,2	-0,8	0,6
Reisezeitschriften	20,5	-1,5	-6,9	0,6
Naturzeitschriften	8,1	-0,1	-0,8	0,2
Do-it-your-self-Zeitschriften	8,0	0,3	4,4	0,2
Gesundheitszeitschriften	7,3	1,6	28,4	0,2
Luft-/Raumfahrtzeitschriften	6,7	-0,4	-5,4	0,2
Erotik-Zeitschriften	1,5	-0,1	-7,9	0,0
Wochenzeitschriften zu Gesellschaft/Politik	0,3	0,0	4,9	0,0
Onlinezeitschriften	0,2	-0,7	-76,8	0,0
PZ Sonstige	14,1	-0,6	-4,4	0,4

Quelle: Nielsen Media Research; exkl. Stadtillustrierte

Fernsehen

Januar-Dezember 2014	Mio. EURO	Veränderung zum Vorjahr		Marktanteil in %
		Mio. EURO	%	
Öffentlich-rechtliche Programme	559,2	60,3	12,1	4,2
Private Programme	12.719,8	903,9	7,6	95,8

Quelle: Nielsen Media Research

Hörfunk

Januar-Dezember 2014	Mio. EURO	Veränderung zum Vorjahr		Marktanteil in %
		Mio. EURO	%	
Öffentlich-rechtliche Programme	475,3	26,9	6,0	29,1
Private Programme	1.159,3	8,7	0,8	70,9

Quelle: Nielsen Media Research

Weitere Informationen:

Axel Springer Media Impact GmbH & Co. KG - Marktanalyse
Axel-Springer-Platz 1 – 20355 Hamburg
Telefon: 040-34 72 29 92 – Telefax: 040-34 72 66 00
Internet: <http://www.axelspringer-mediapilot.de>