



# Digital Out of Home

## Werbespendings 2016-2021

# Inhalt

1.	OoH Spending Trends ab 2015	<a href="#">Seite 3</a>
2.	Jahresvergleich 2016 – 2021	<a href="#">Seite 5</a>
3.	Halbjahresvergleich 1. Hj. 2020 / 1. Hj. 2021	<a href="#">Seite 12</a>
4.	Quartalsvergleich Q1 2020 / Q1 2021	<a href="#">Seite 20</a>
5.	Quartalsvergleich Q2 2020 / Q2 2021	<a href="#">Seite 28</a>
6.	Quartalsvergleich Q3 2020 / Q3 2021	<a href="#">Seite 36</a>
7.	Quartalsvergleich Q4 2020 / Q4 2021	<a href="#">Seite 45</a>
8.	Monatsvergleich Jan 2020 / Jan 2021	<a href="#">Seite 53</a>
9.	Monatsvergleich Feb 2020 / Feb 2021	<a href="#">Seite 61</a>
10.	Monatsvergleich Mrz 2020 / Mrz 2021	<a href="#">Seite 69</a>
11.	Monatsvergleich Apr 2020 / Apr 2021	<a href="#">Seite 77</a>
12.	Monatsvergleich Mai 2020 / Mai 2021	<a href="#">Seite 85</a>
13.	Monatsvergleich Juni 2020 / Juni 2021	<a href="#">Seite 93</a>
14.	Monatsvergleich Juli 2020 / Juli 2021	<a href="#">Seite 101</a>
15.	Monatsvergleich August 2020 / August 2021	<a href="#">Seite 109</a>
16.	Monatsvergleich September 2020 / September 2021	<a href="#">Seite 117</a>
17.	Monatsvergleich Oktober 2020 / Oktober 2021	<a href="#">Seite 125</a>
18.	Monatsvergleich November 2020 / November 2021	<a href="#">Seite 133</a>
19.	Monatsvergleich Dezember 2020 / Dezember 2021	<a href="#">Seite 141</a>

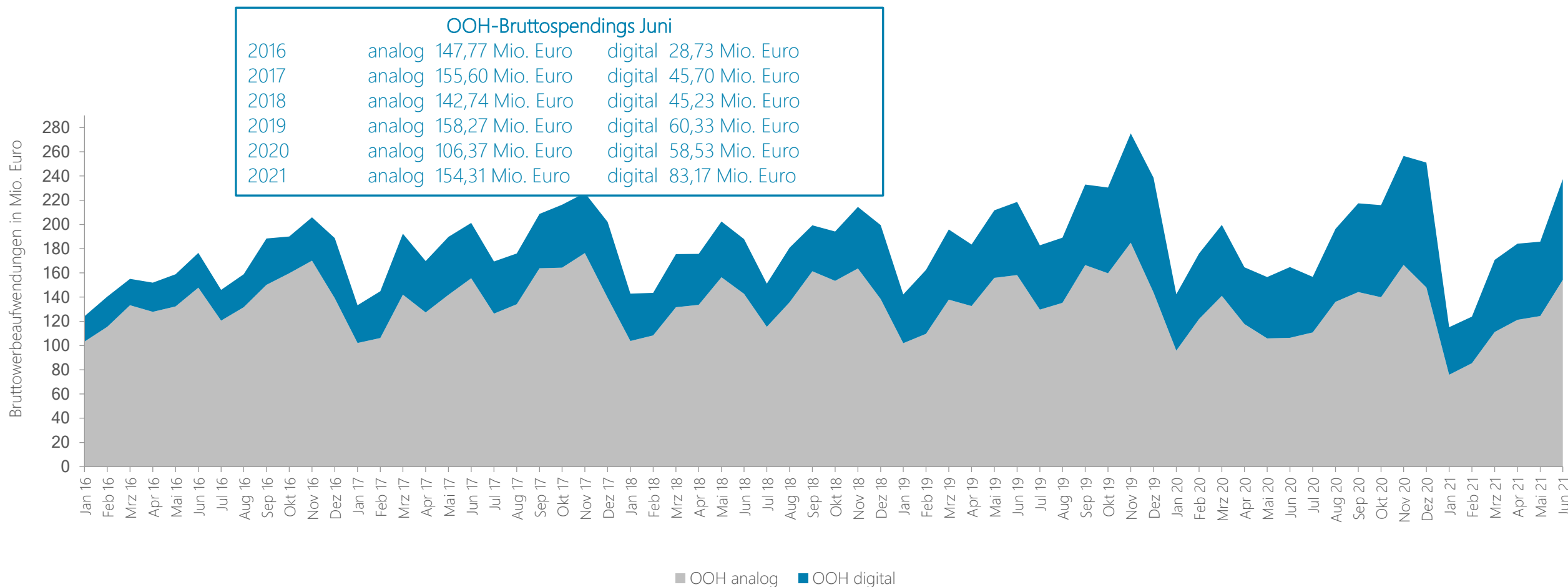


# OoH Spending Trends *ab* 2015

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# OOH: Spendingtrends

Bruttowerbeaufwendungen: 2016 – 2021 (in Mio. EUR)



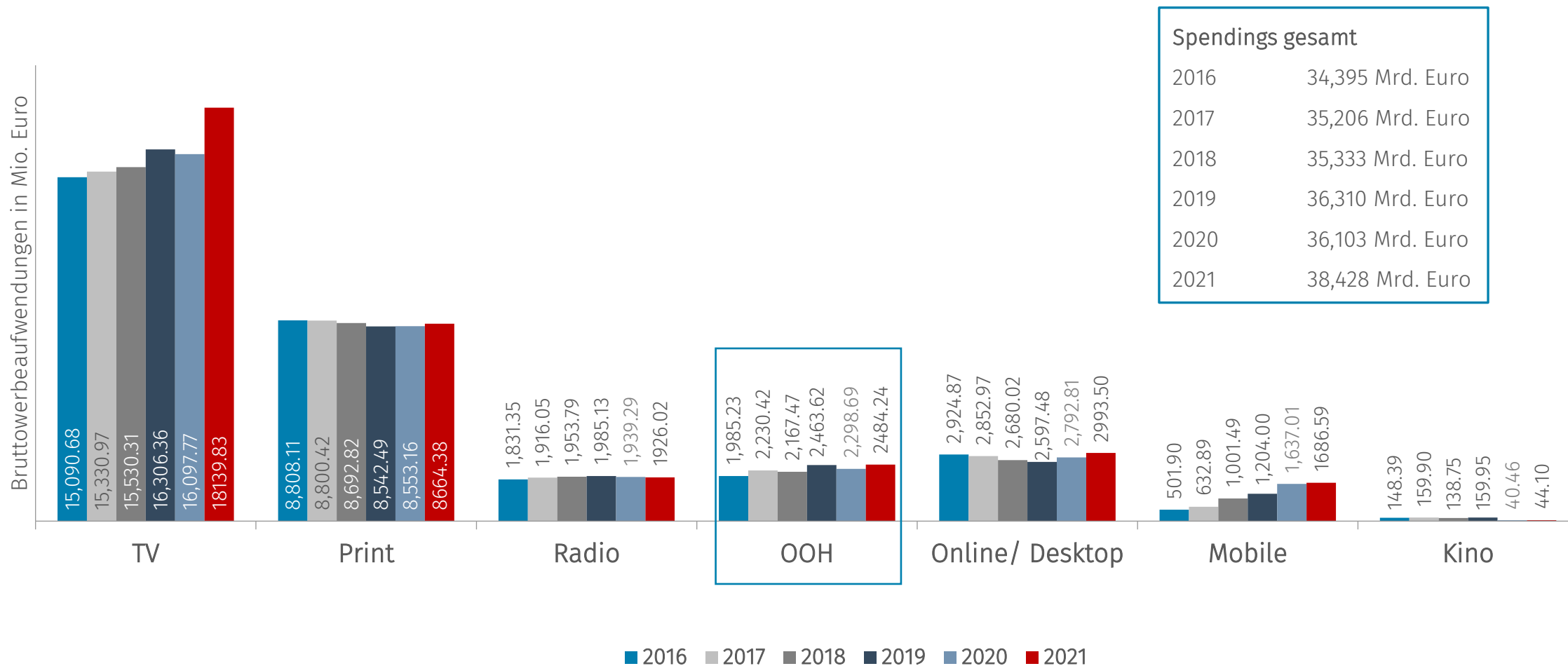


# Jahresvergleich 2016 - 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Bruttowerbeaufwendungen seit 2016

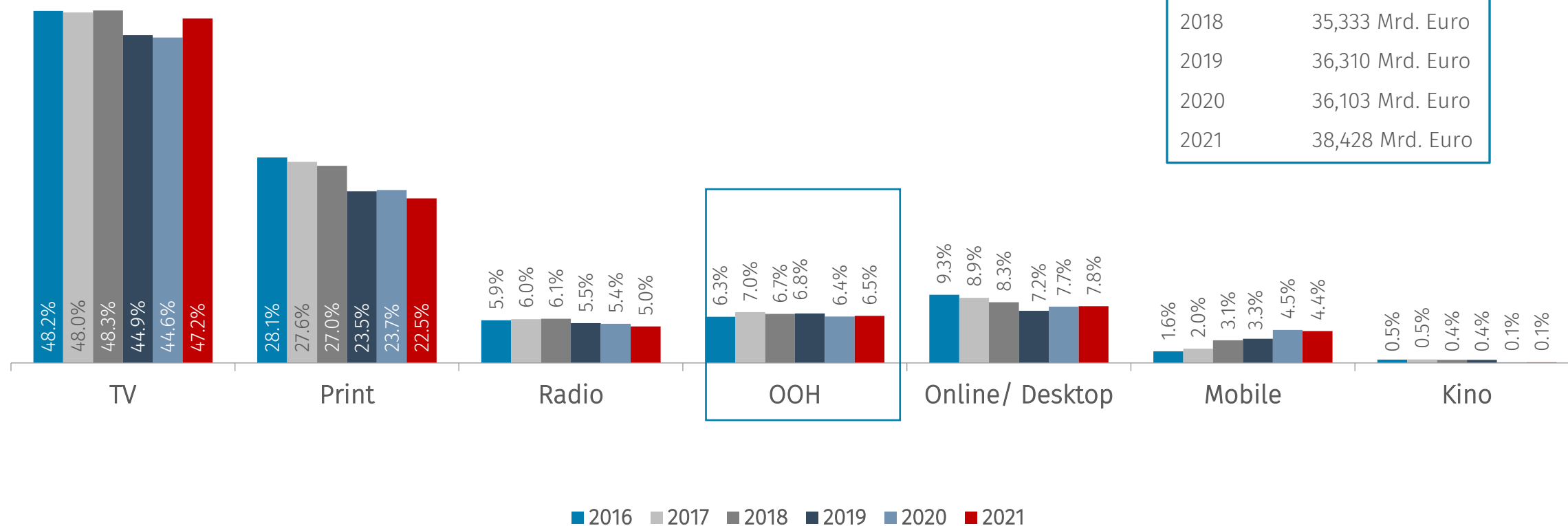
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 2016 - 2021 im Vergleich (Jahresbrutto)



# OOH hält seine Anteile in 2021

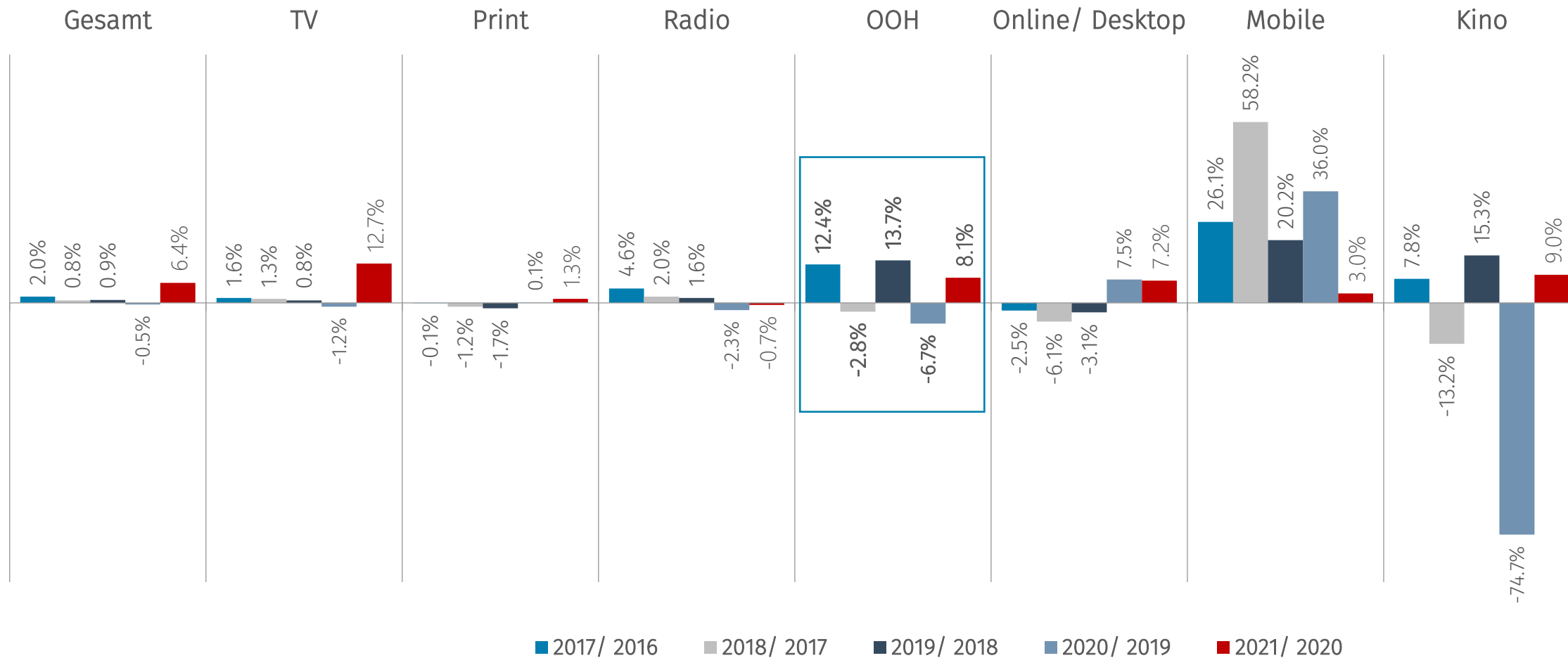
Anteile an Gesamtspendings in %: 2016 - 2021 im Vergleich

Spendings gesamt	
2016	34,395 Mrd. Euro
2017	35,206 Mrd. Euro
2018	35,333 Mrd. Euro
2019	36,310 Mrd. Euro
2020	36,103 Mrd. Euro
2021	38,428 Mrd. Euro



# OOH mit Plus in 2021

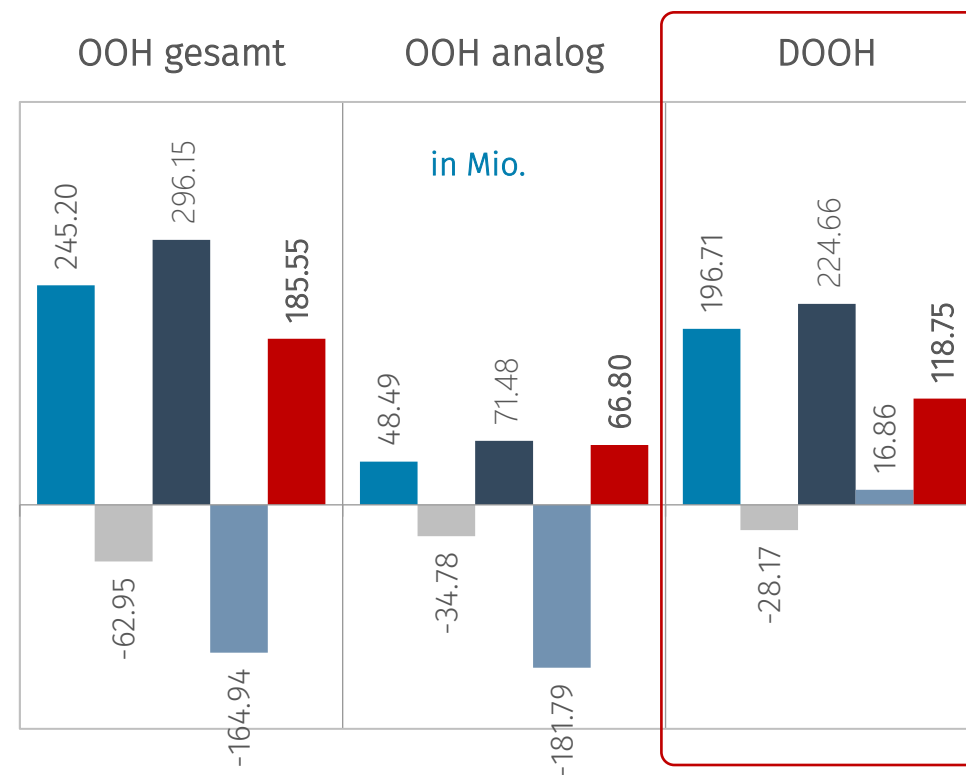
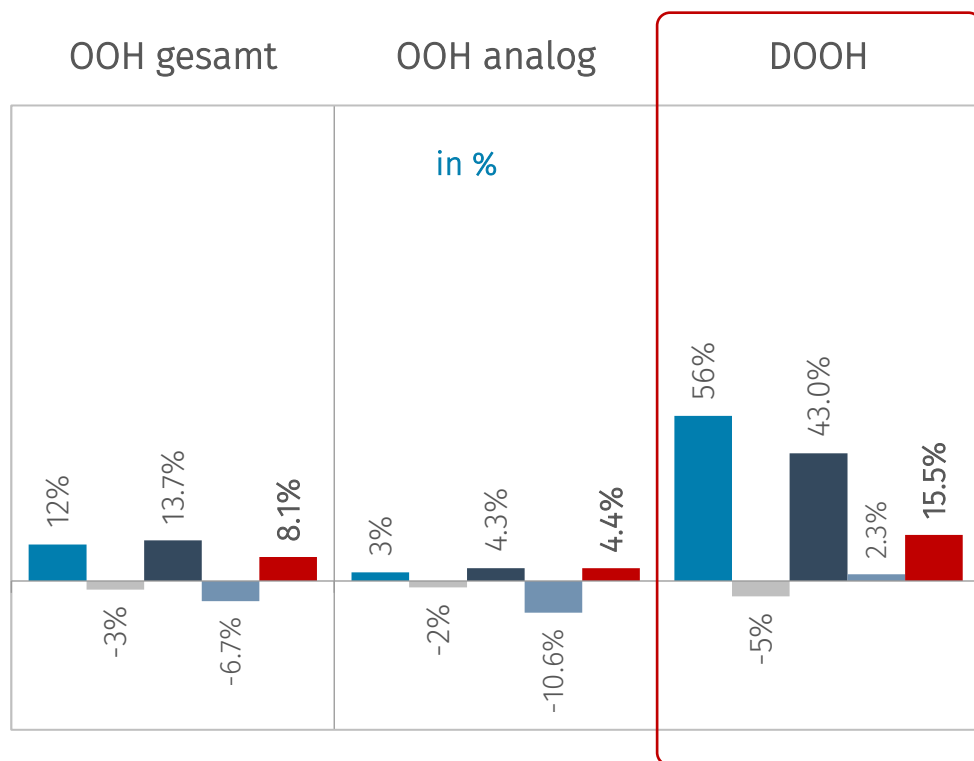
Veränderungen zu Vorjahr in %





# DOOH Wachstumstreiber in 2021

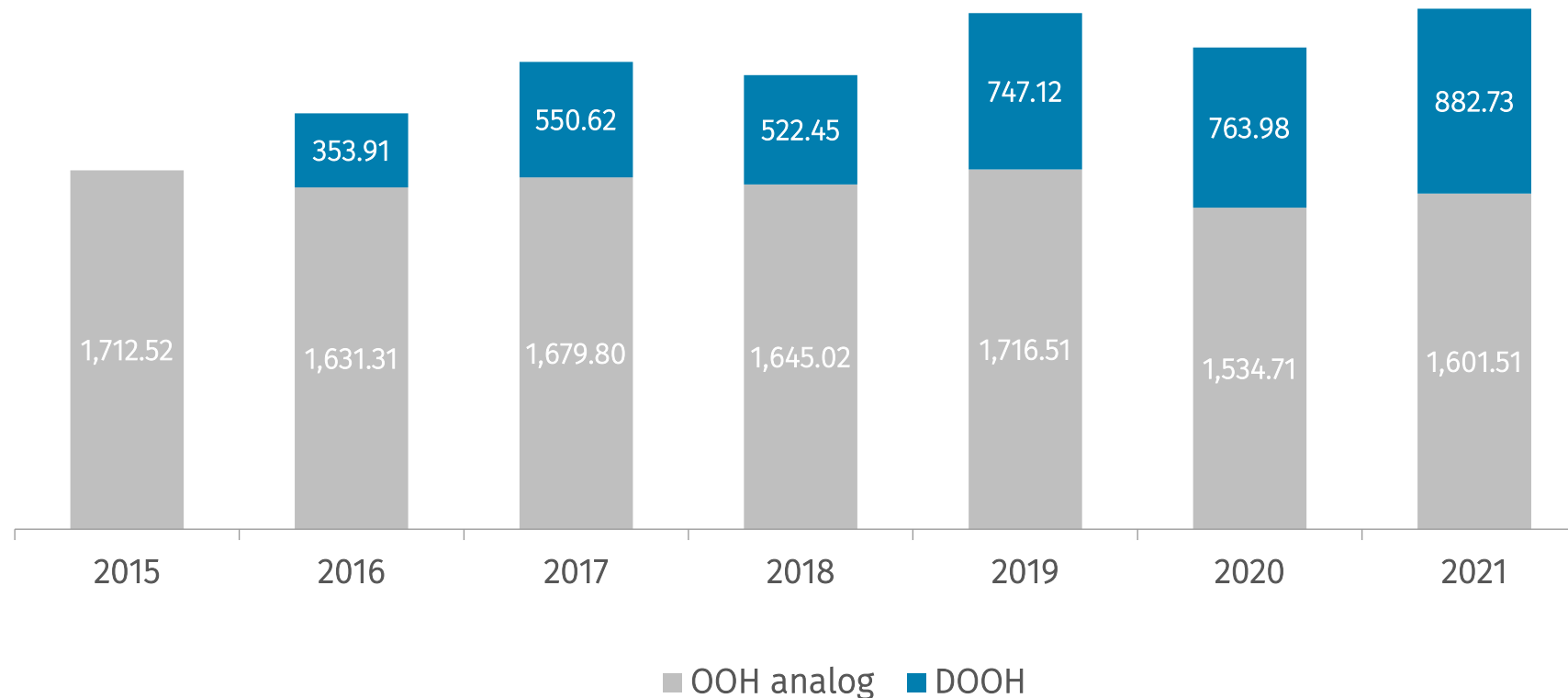
Jahresvergleiche Gewinne und Verluste (im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr)



■ 2017/ 2016 ■ 2018/ 2017 ■ 2019/ 2018 ■ 2020/ 2019 ■ 2021/ 2020

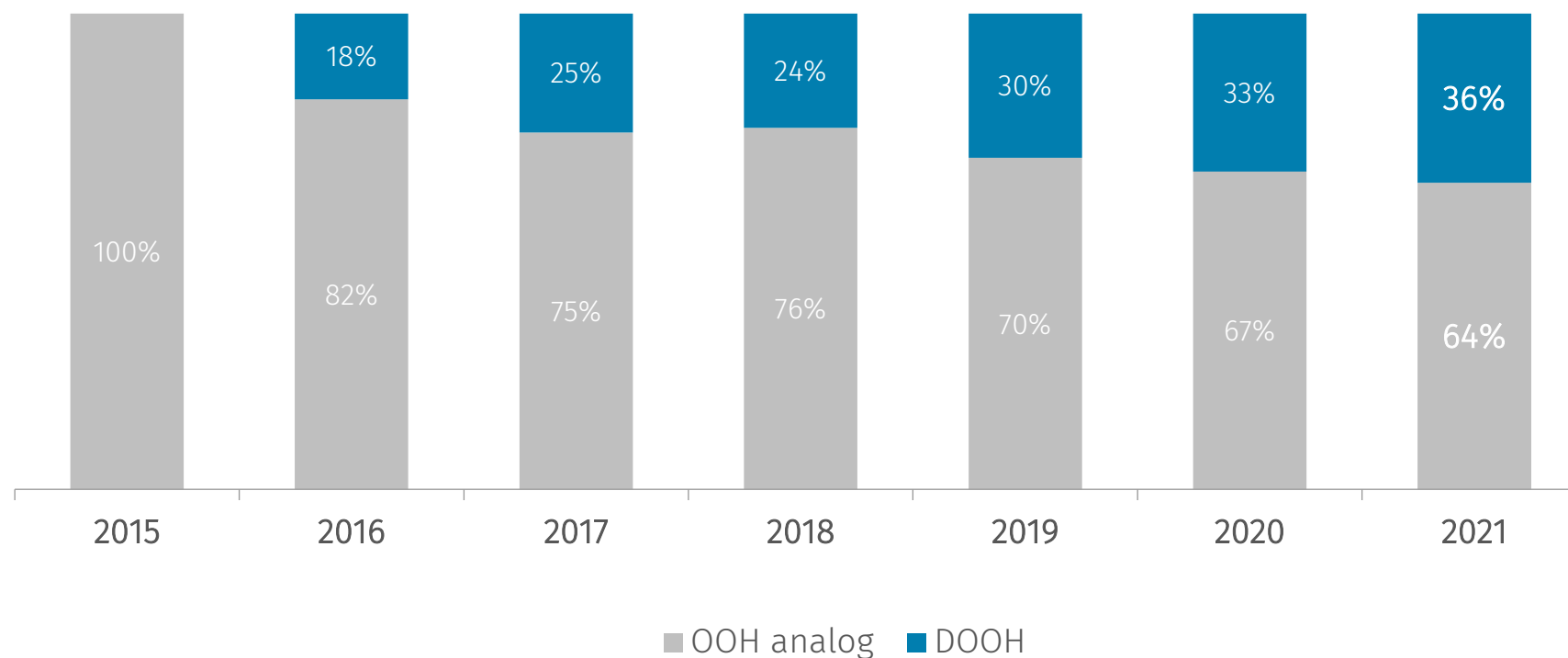
# Umsätze in der Außenwerbung

2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# Marktanteile in der Außenwerbung

2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021



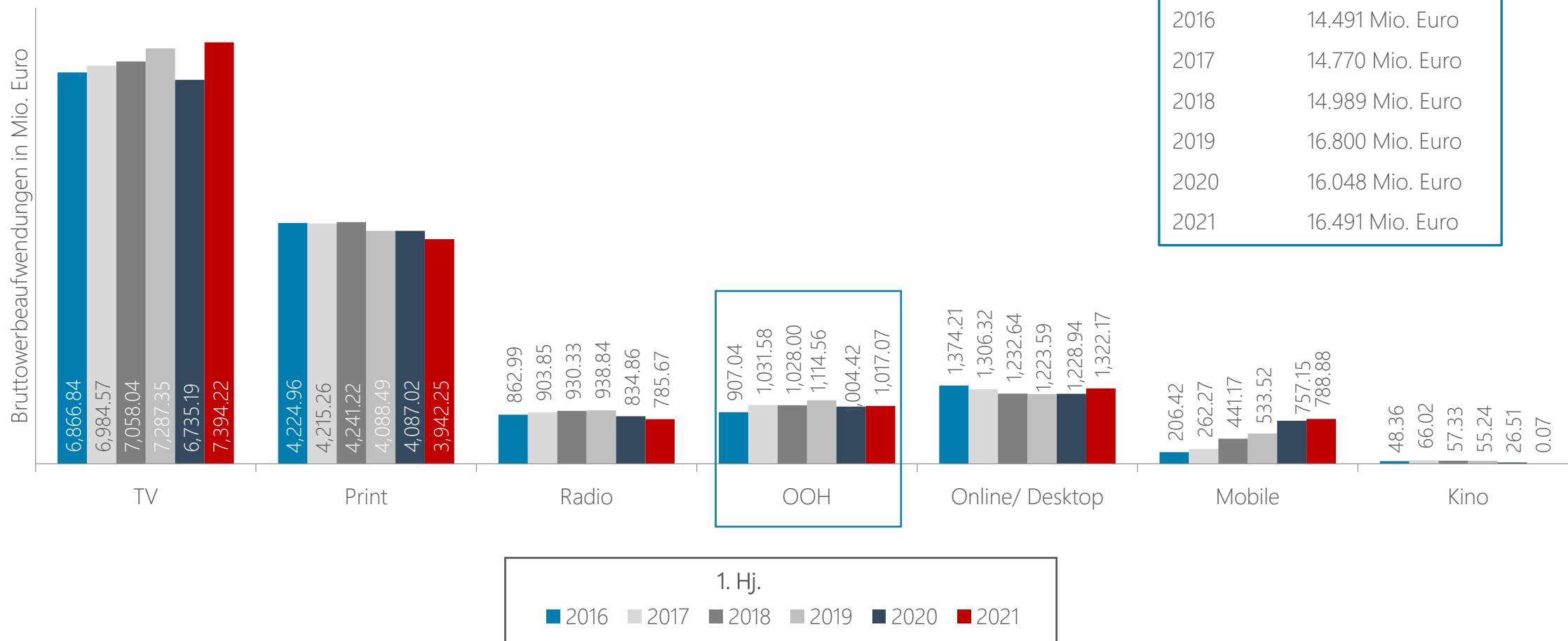


# Halbjahresvergleich 1. Hj 2020 / 1. Hj. 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Gesamtspendings steigen wieder

im 1. Halbjahr 2021/ Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 1. Hj. 2016 – 1. Hj. 2021



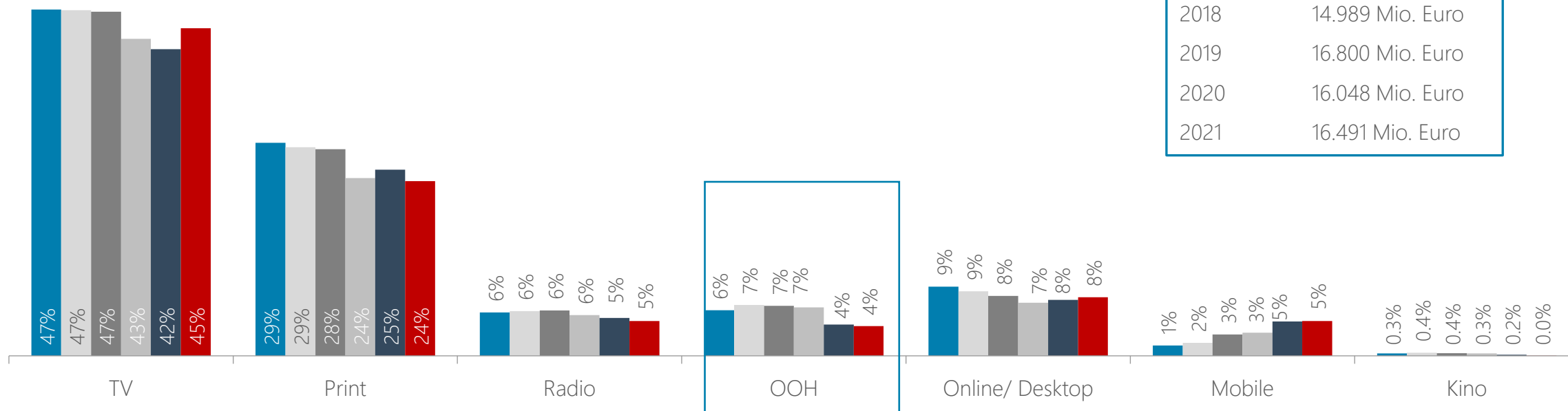
1. Hj./ Spendings gesamt	
2016	14.491 Mio. Euro
2017	14.770 Mio. Euro
2018	14.989 Mio. Euro
2019	16.800 Mio. Euro
2020	16.048 Mio. Euro
2021	16.491 Mio. Euro

# 1. Hj. 2021: OOH stagniert

Anteile an Gesamtspendings in %: 1. Hj. 2016 – 1. Hj. 2021 im Vergleich

## 1. Hj./ Spendings gesamt

2016	14.491 Mio. Euro
2017	14.770 Mio. Euro
2018	14.989 Mio. Euro
2019	16.800 Mio. Euro
2020	16.048 Mio. Euro
2021	16.491 Mio. Euro

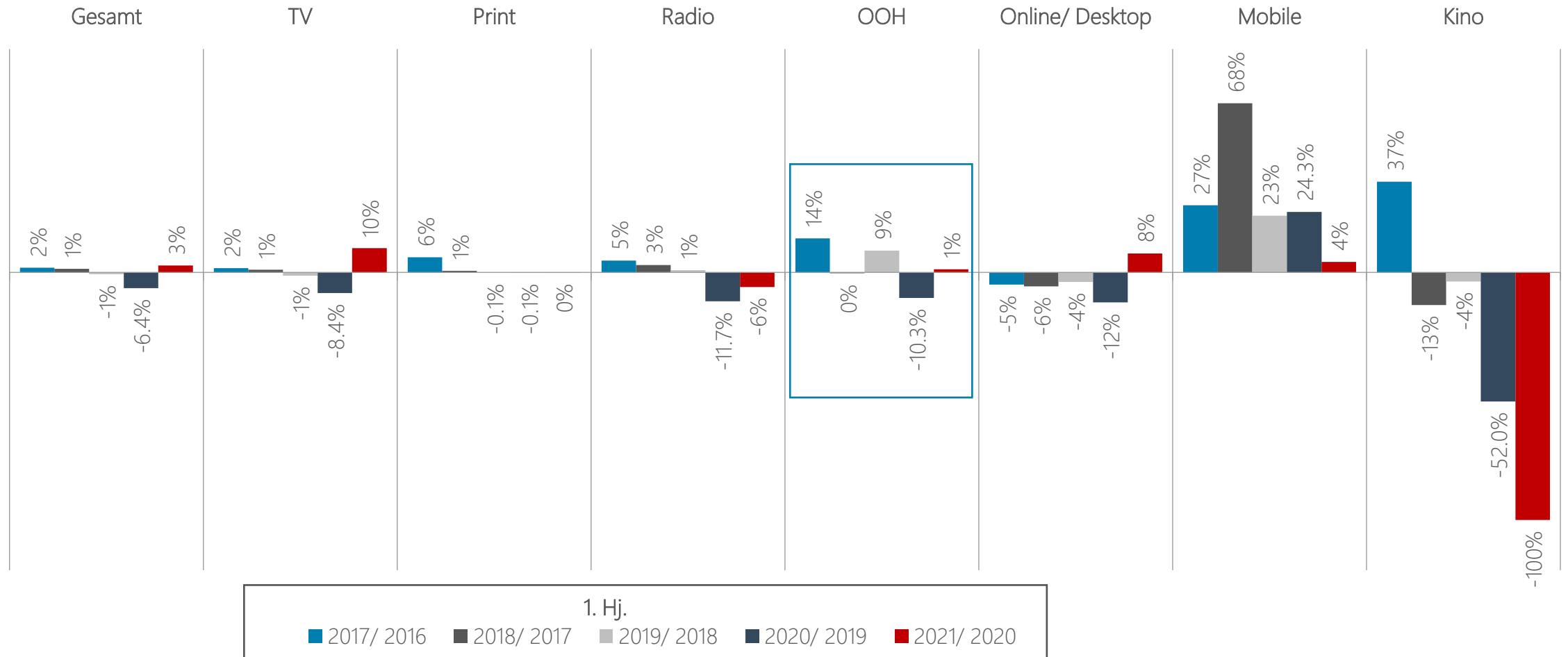


### 1. Hj.

■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021

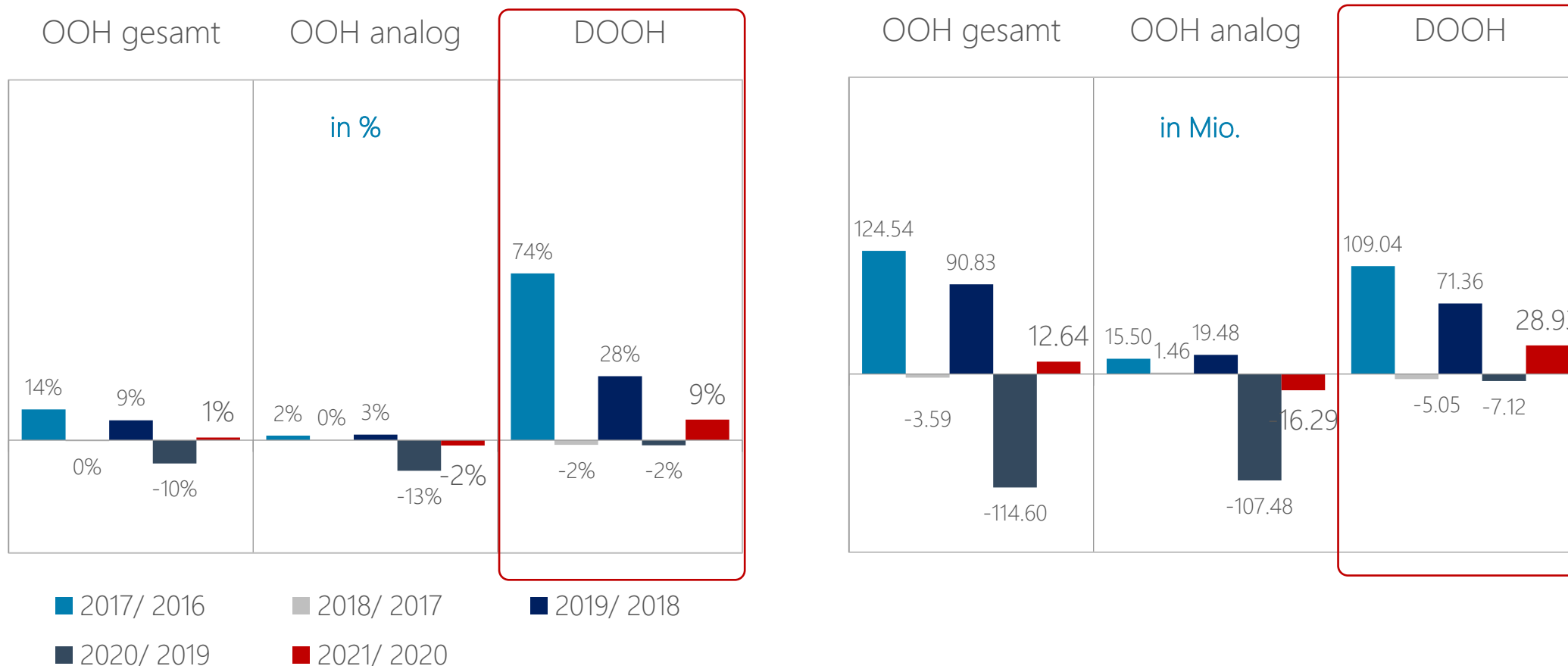
# OOH mit 1% Plus im 1. Halbjahr 2021

Veränderungen zu Vorjahreshalbjahr in %



# Wachstumstreiber DOOH

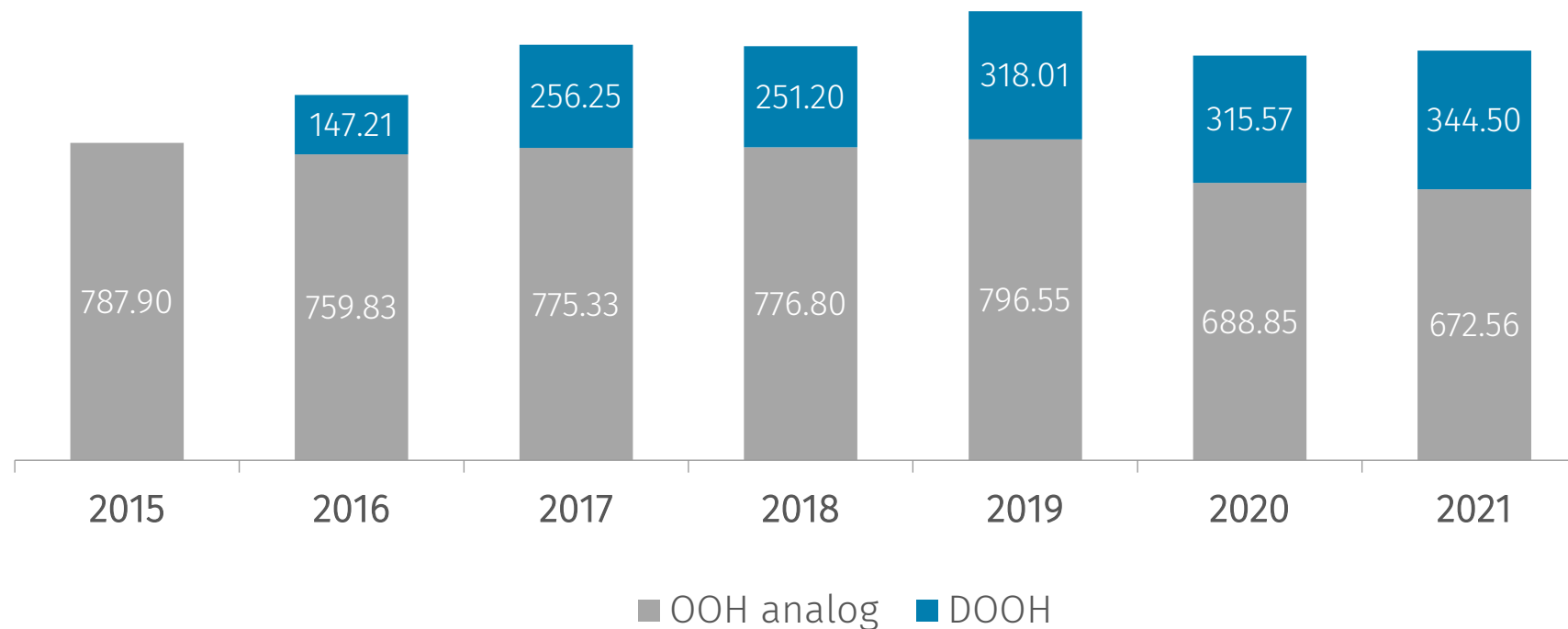
im 1. Halbjahr 2021 – jeweils im Vergleich zum 1. Halbjahr des Vorjahres





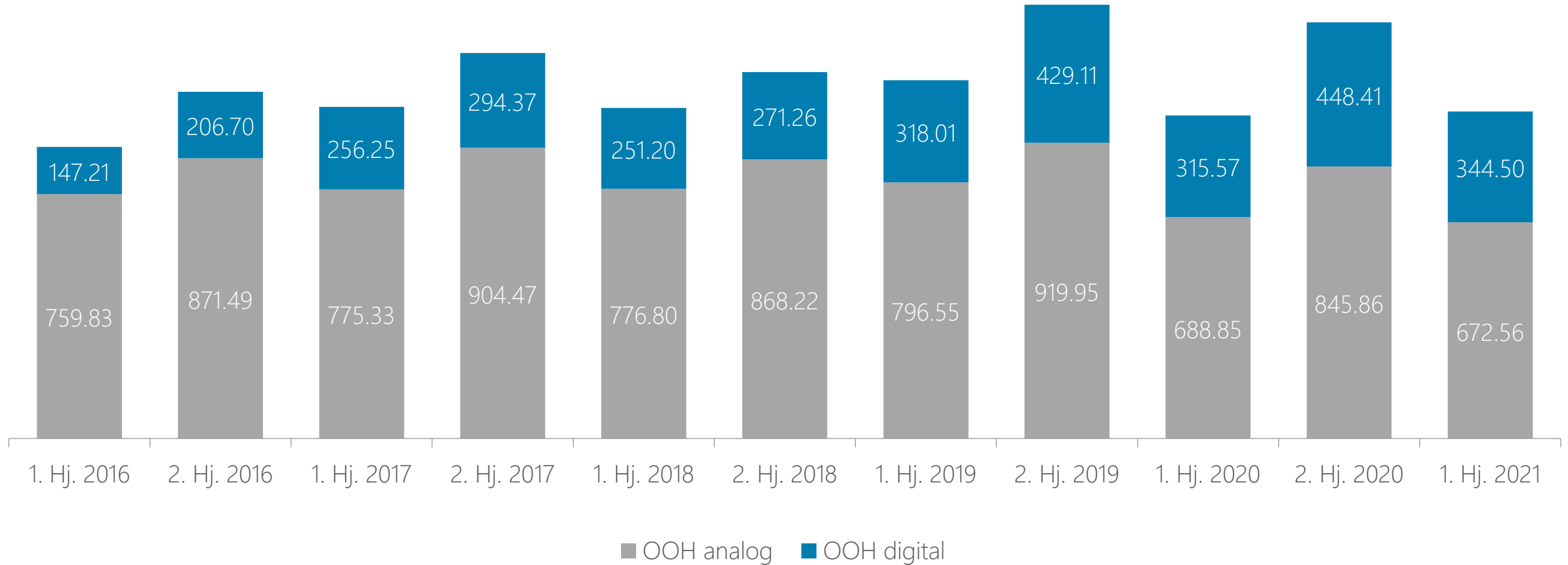
# Umsätze in der Außenwerbung

Im 1. Halbjahr 2015/ 2016 / 2017 / 2018 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# OOH: Spendingtrends

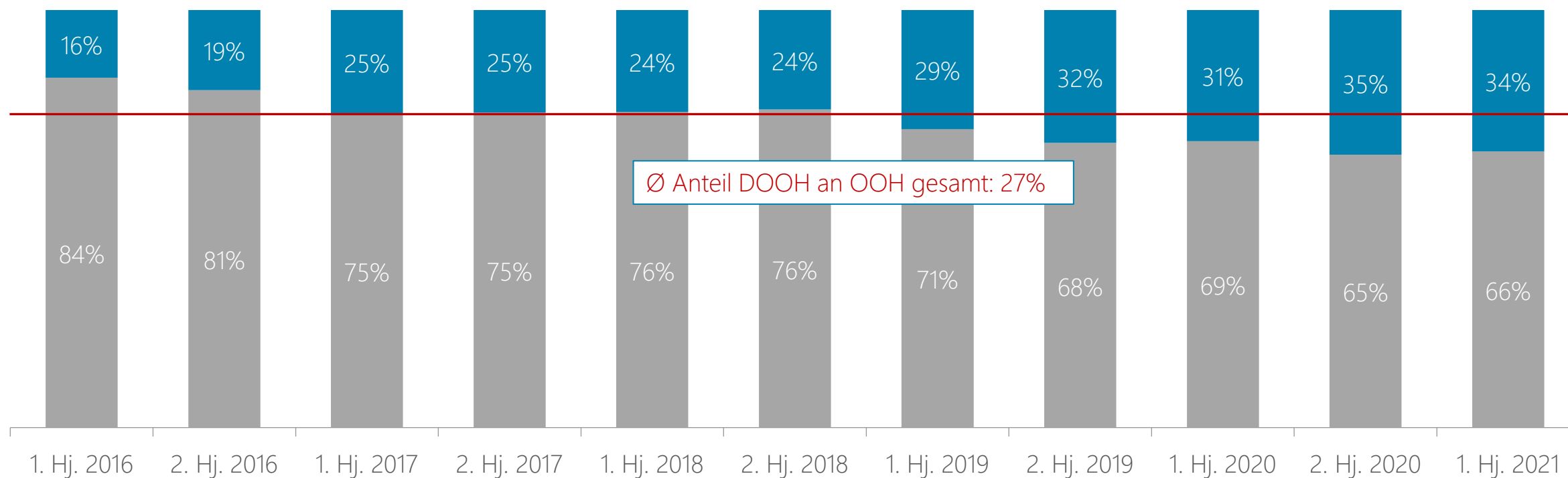
Bruttowerbeaufwendungen: 2015 – 2021 (in Mio. EUR)



# DOOH hält Anteile

im 1. Hj. 2021 / Anteil DOOH an OOH gesamt

■ OOH analog ■ DOOH gesamt



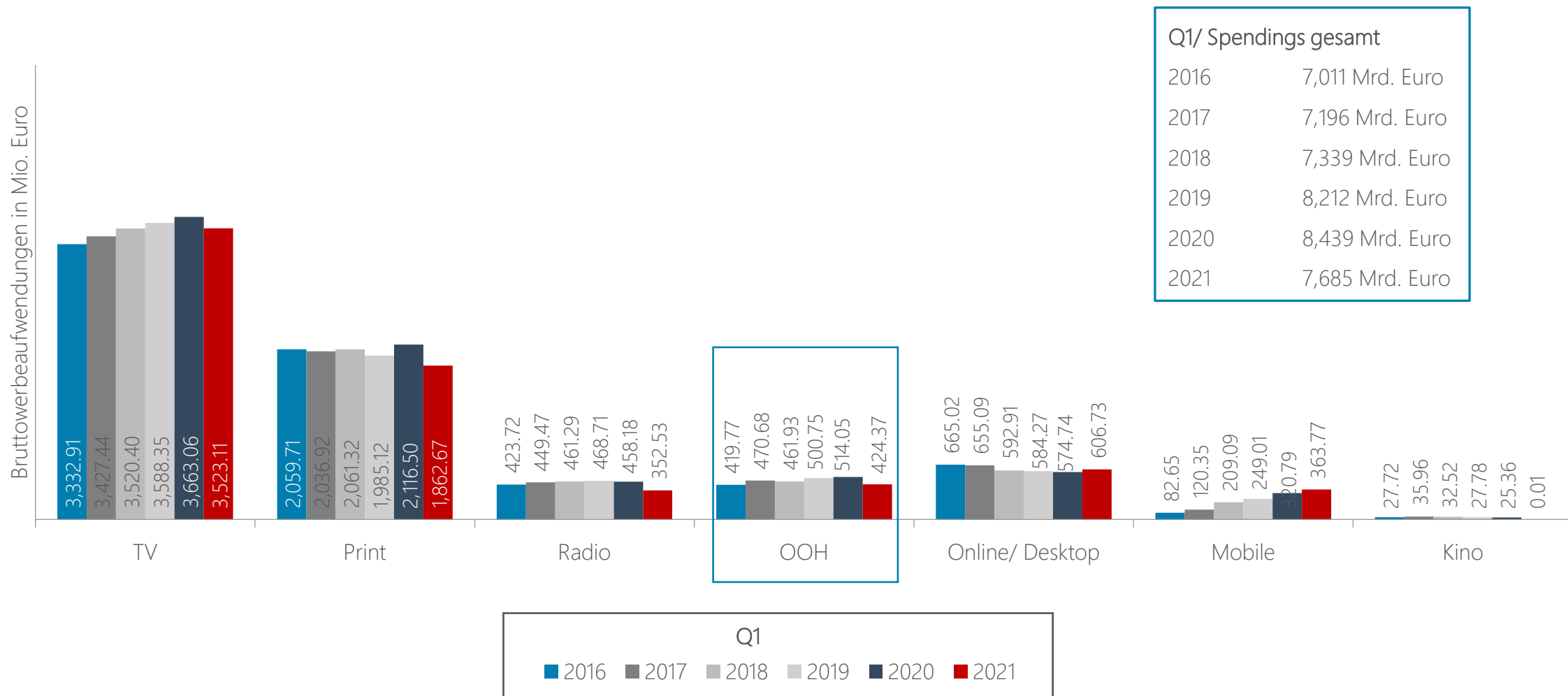


# Quartalsvergleich Q1 2020 / Q1 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Leichte Gewinne für Mobile

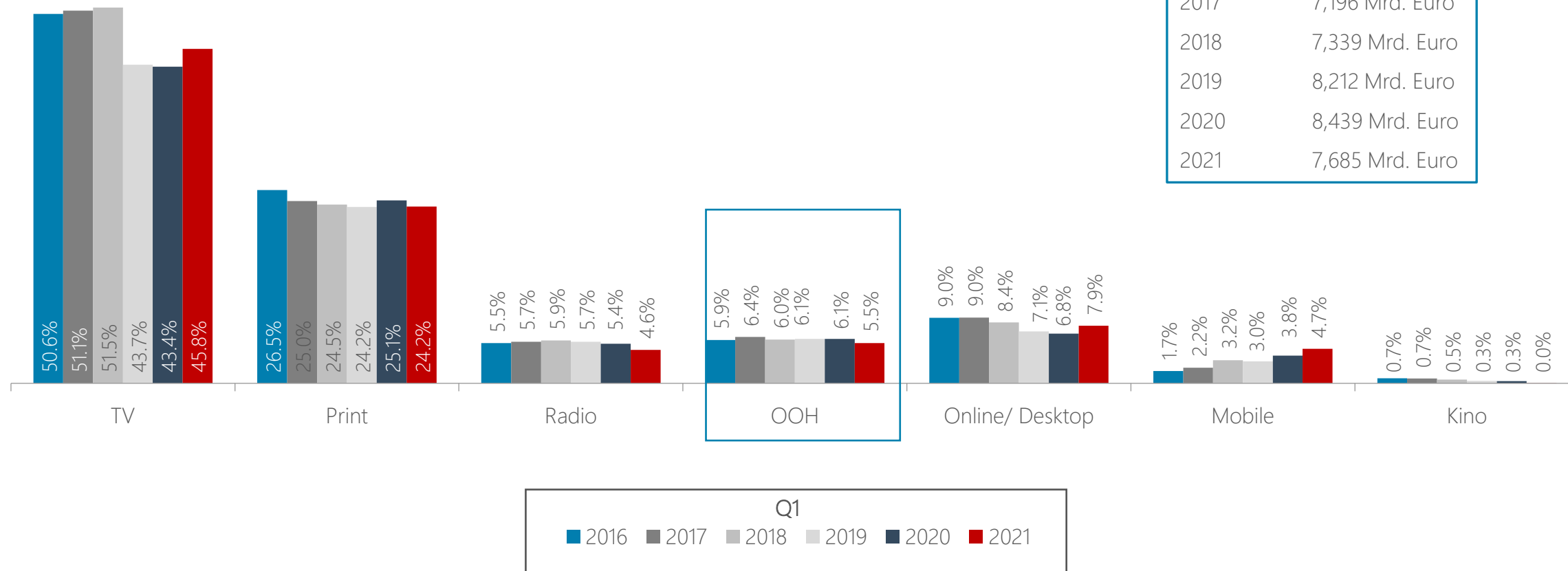
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Q1 2016/ 2017/ 2018/ 2019/ 2020/ 2021 im Vergleich



# 2021: Leichte Verluste für OOH in Q1

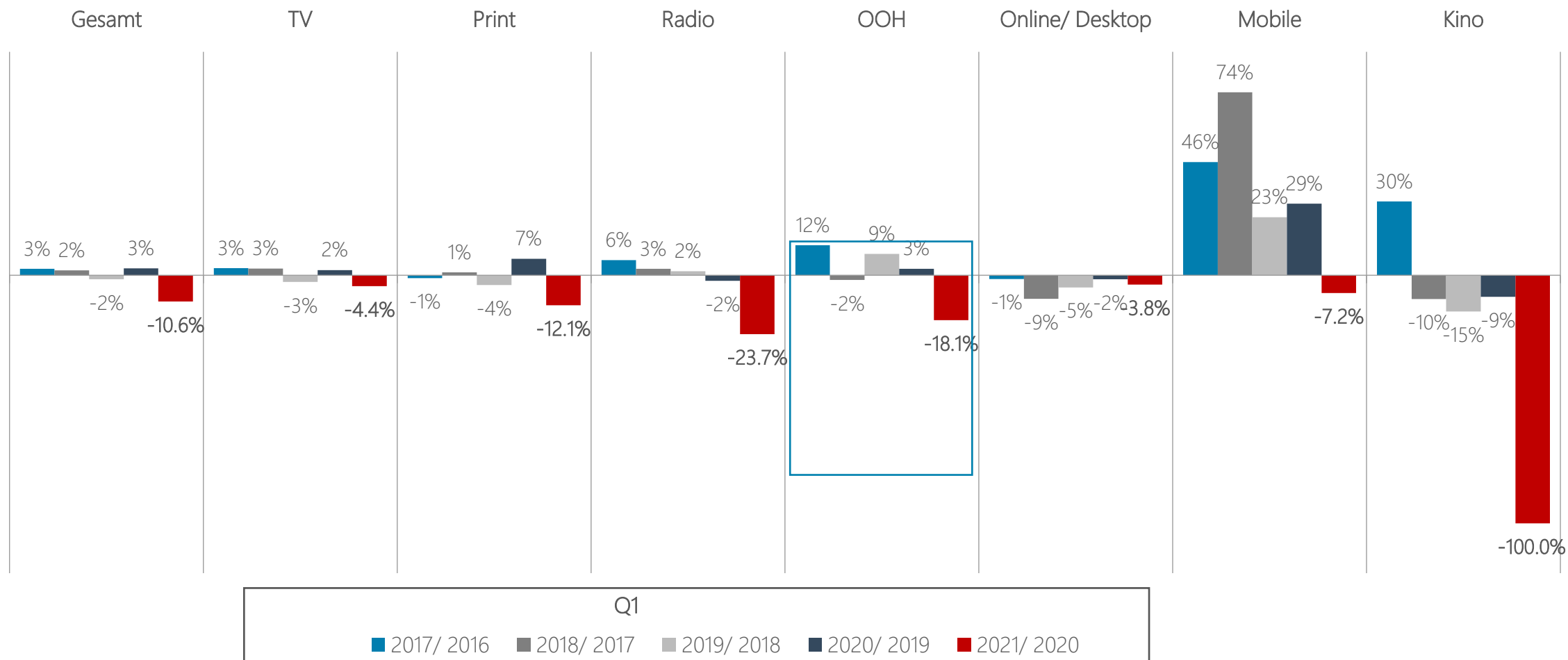
Anteile an Gesamtspendings in %: Q1 2016/ 2017/ 2018/ 2019/ 2020/ 2021 im Vergleich

Q1/ Spendings gesamt	
2016	7,011 Mrd. Euro
2017	7,196 Mrd. Euro
2018	7,339 Mrd. Euro
2019	8,212 Mrd. Euro
2020	8,439 Mrd. Euro
2021	7,685 Mrd. Euro



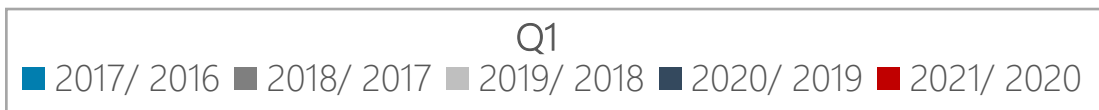
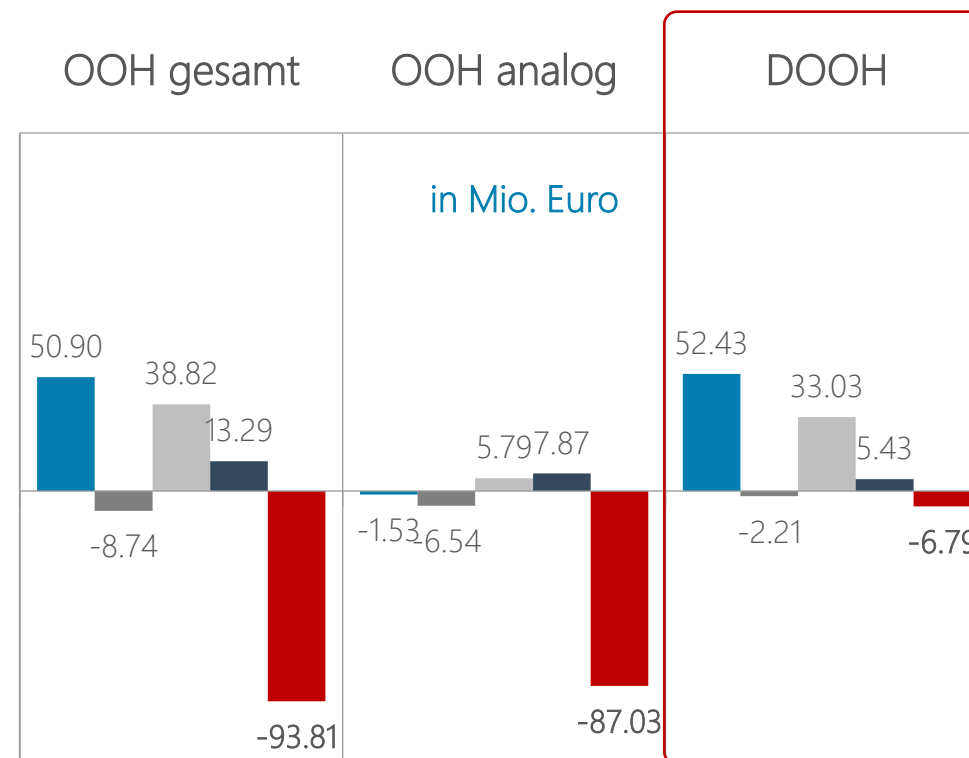
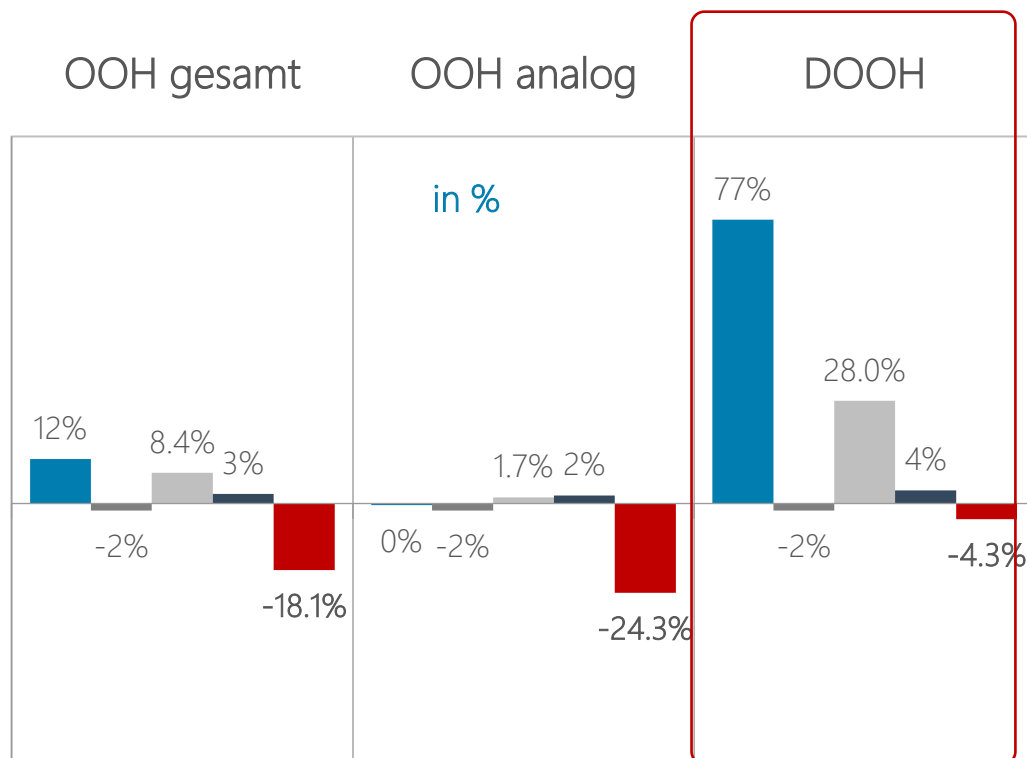
# Q1 2021: OOH liegt 18% unter Vorjahr

Veränderungen zu Vorjahresquartal in %



# Analogue und digitale Verluste für OOH

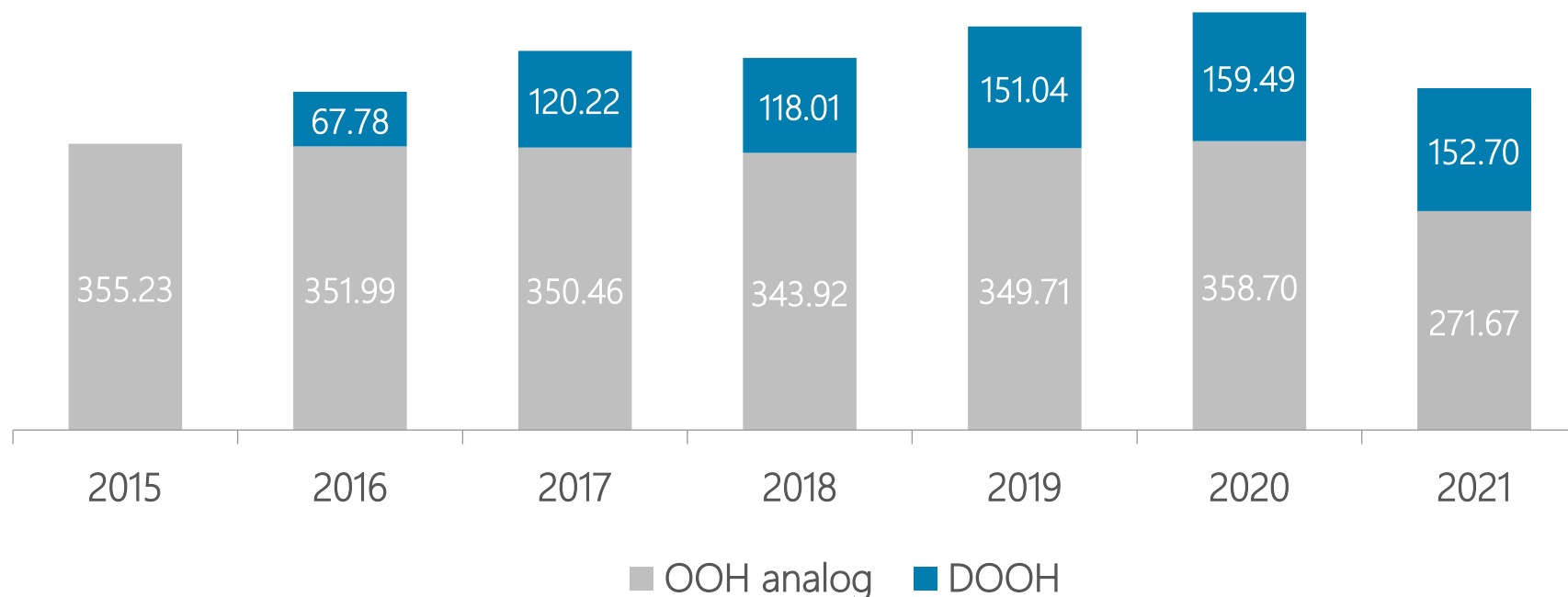
in Q1 2021 – jeweils im Vergleich zu Q1 des Vorjahres





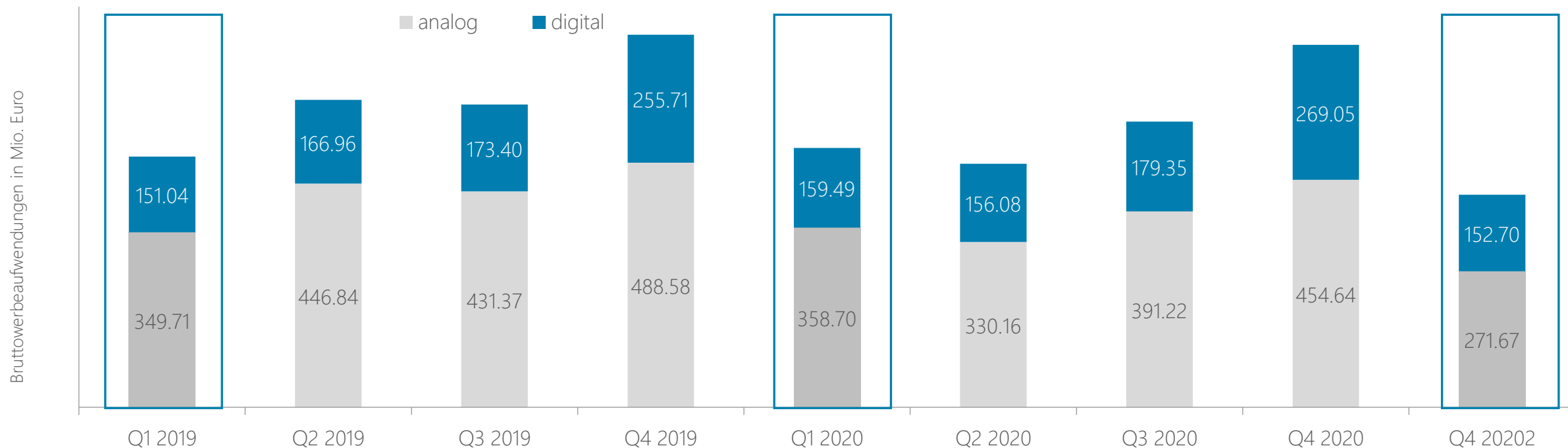
# Umsätze in der Außenwerbung

In Q1 2016 / 2017 / 2018/ 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH: 4% unter Vorjahr in Q1 2021

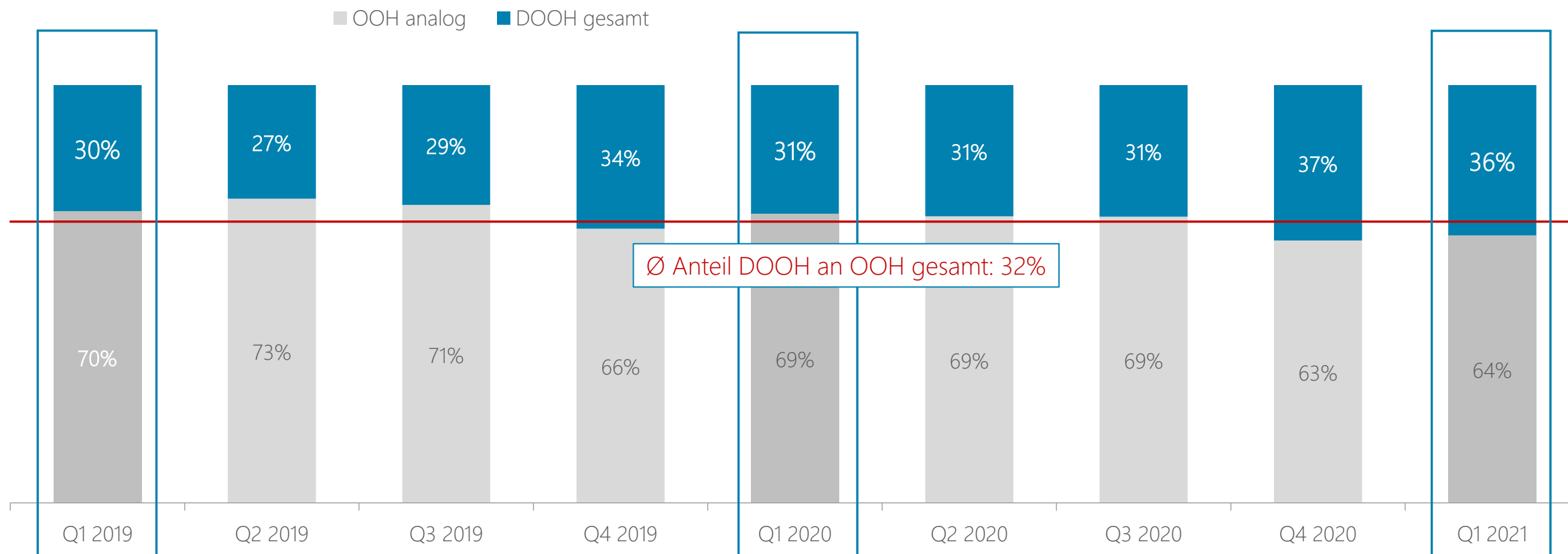
2019 – 2021: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
digital	11%	4%	47%	-38%	-2%	15%	50%	-43%
analog	28%	- 3%	13%	-27%	-8%	18%	16%	-40%
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			6%	-7%	3%	5%	-4%
	analog			3%	-26%	-9%	-7%	-24%

# Q1 2021: Marktanteil bei 36%

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



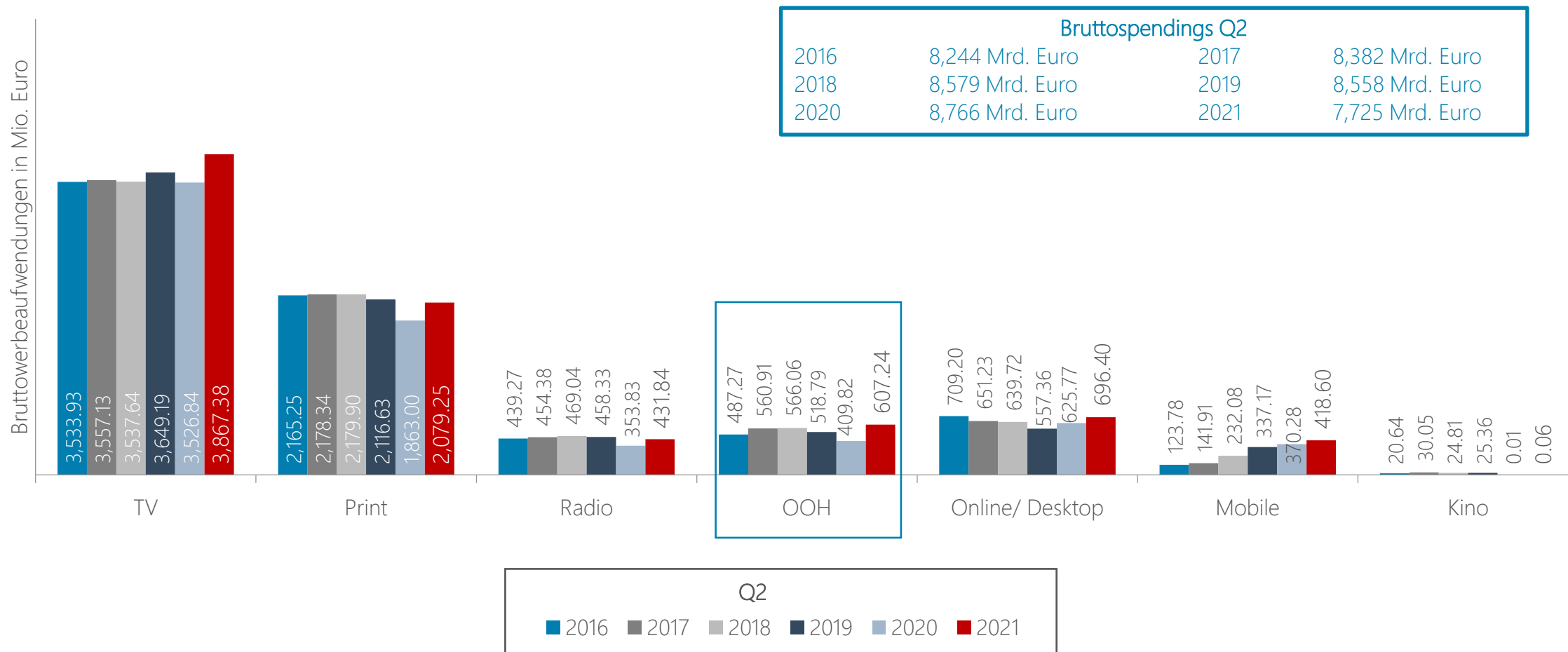


# Quartalsvergleich Q2 2020 / Q2 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Zugewinne für alle Gattungen

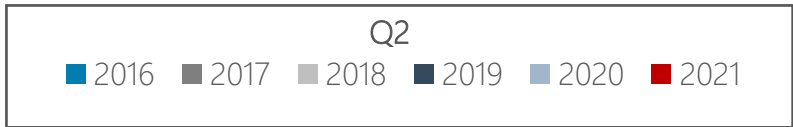
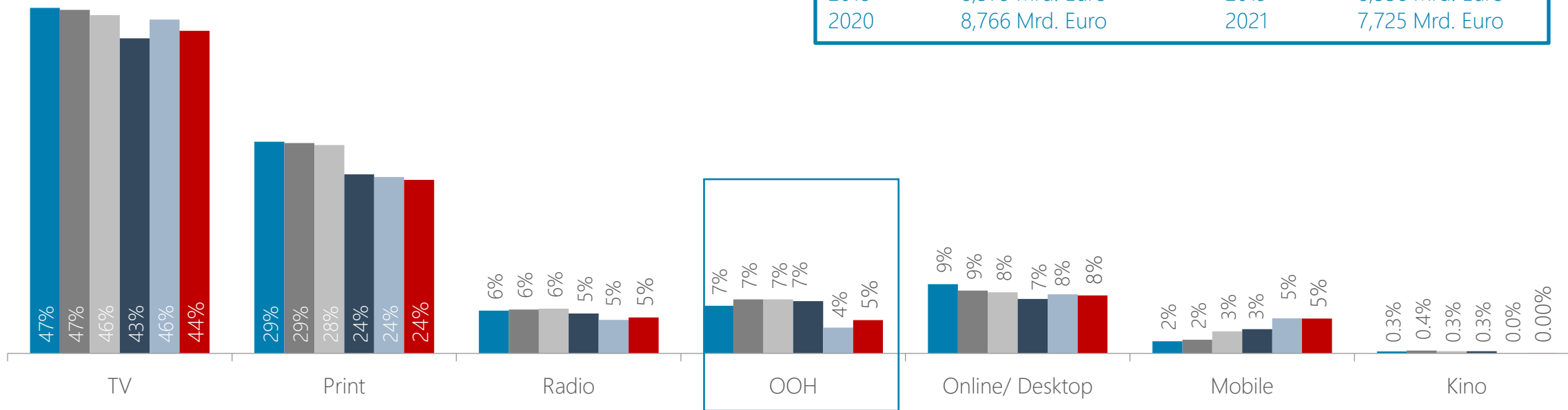
Q2 2021 im Vergleich: Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Q2 2016/ 2017/ 2018/ 2019/ 2020/ 2021 im Vergleich



# OOH erhöht seine Anteile in Q2 2021

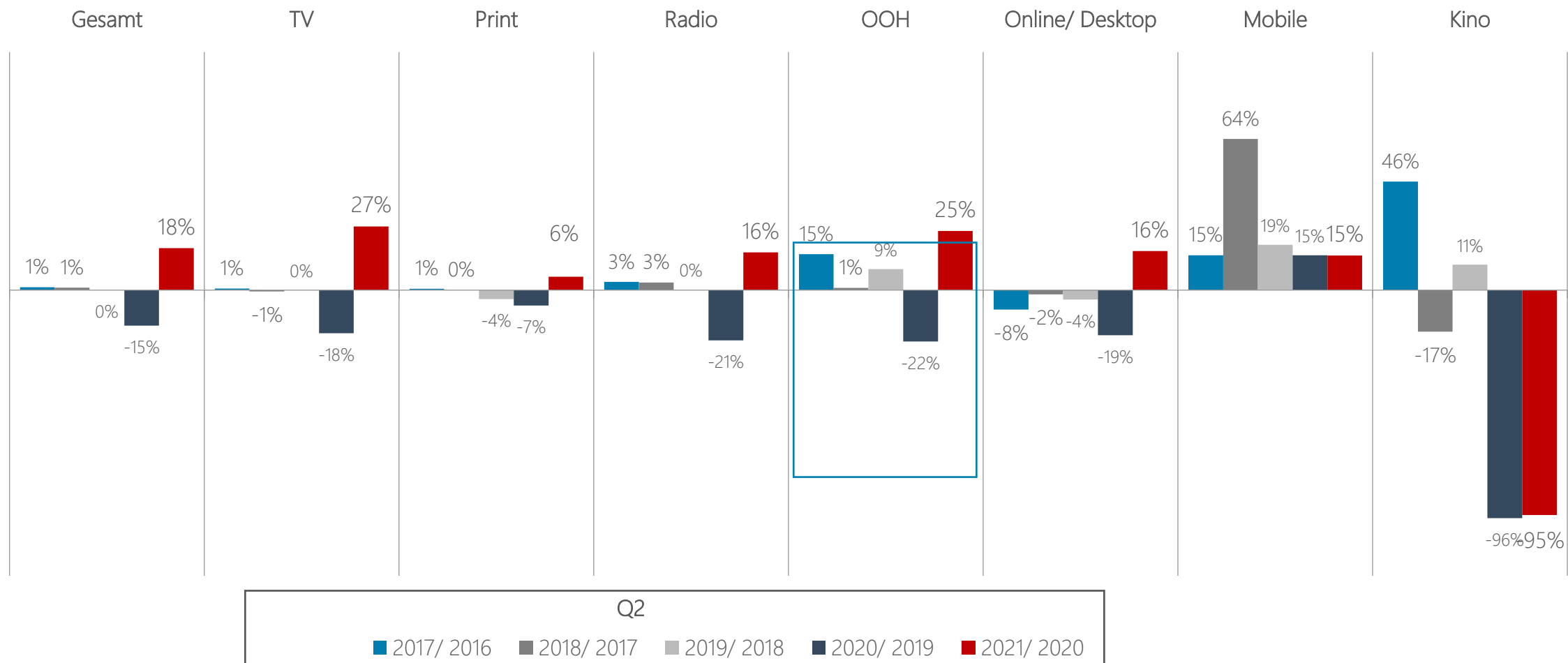
Anteile an Gesamtspendings in %: Q2 2016/ 2017/ 2018/ 2019/ 2020/ 2021 im Vergleich

Bruttospendings Q2			
2016	8,244 Mrd. Euro	2017	8,382 Mrd. Euro
2018	8,579 Mrd. Euro	2019	8,558 Mrd. Euro
2020	8,766 Mrd. Euro	2021	7,725 Mrd. Euro



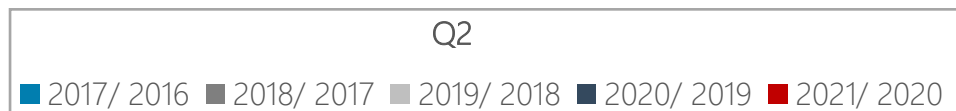
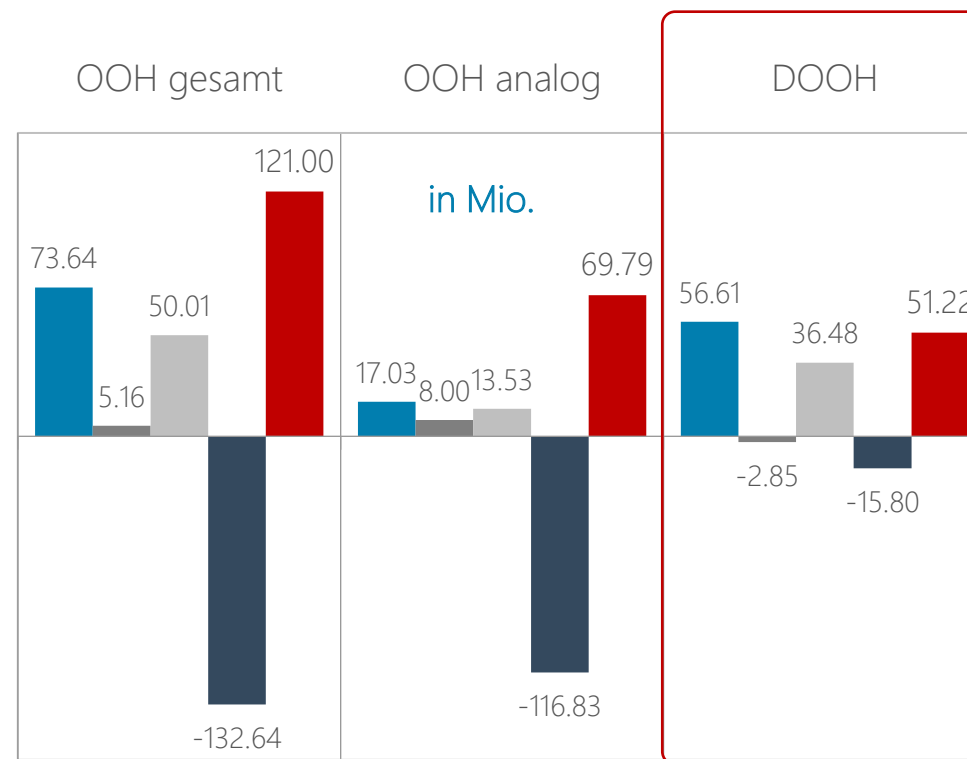
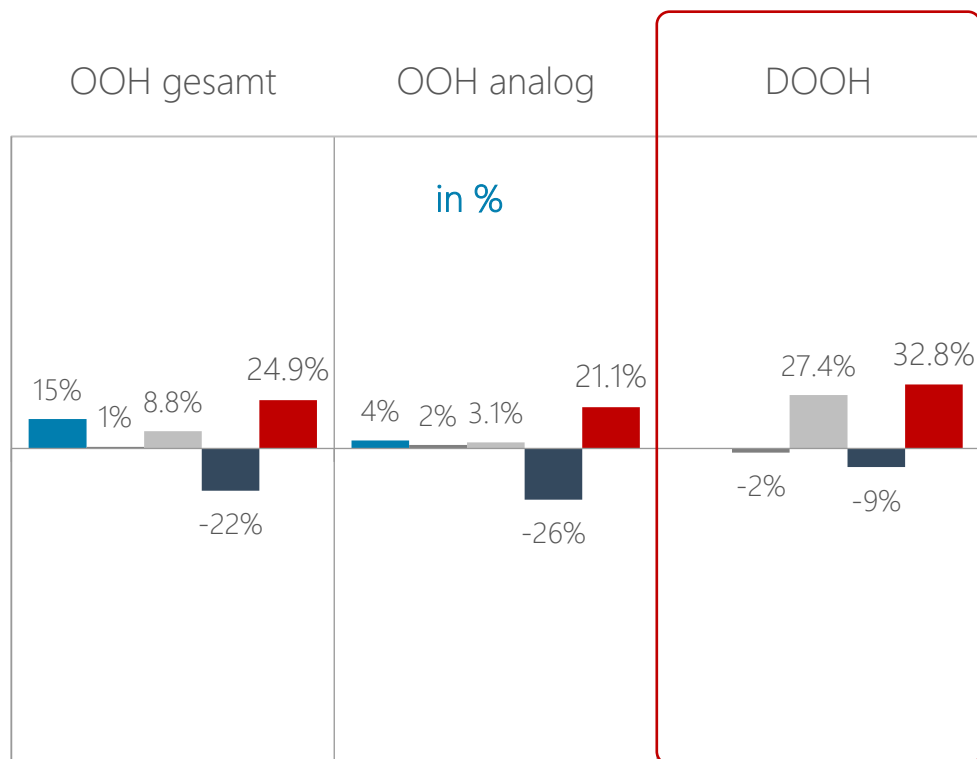
# OOH mit 25% Plus in Q2 2021

Veränderungen zu Vorjahresquartal in %



# DOOH verliert weniger als OOH analog

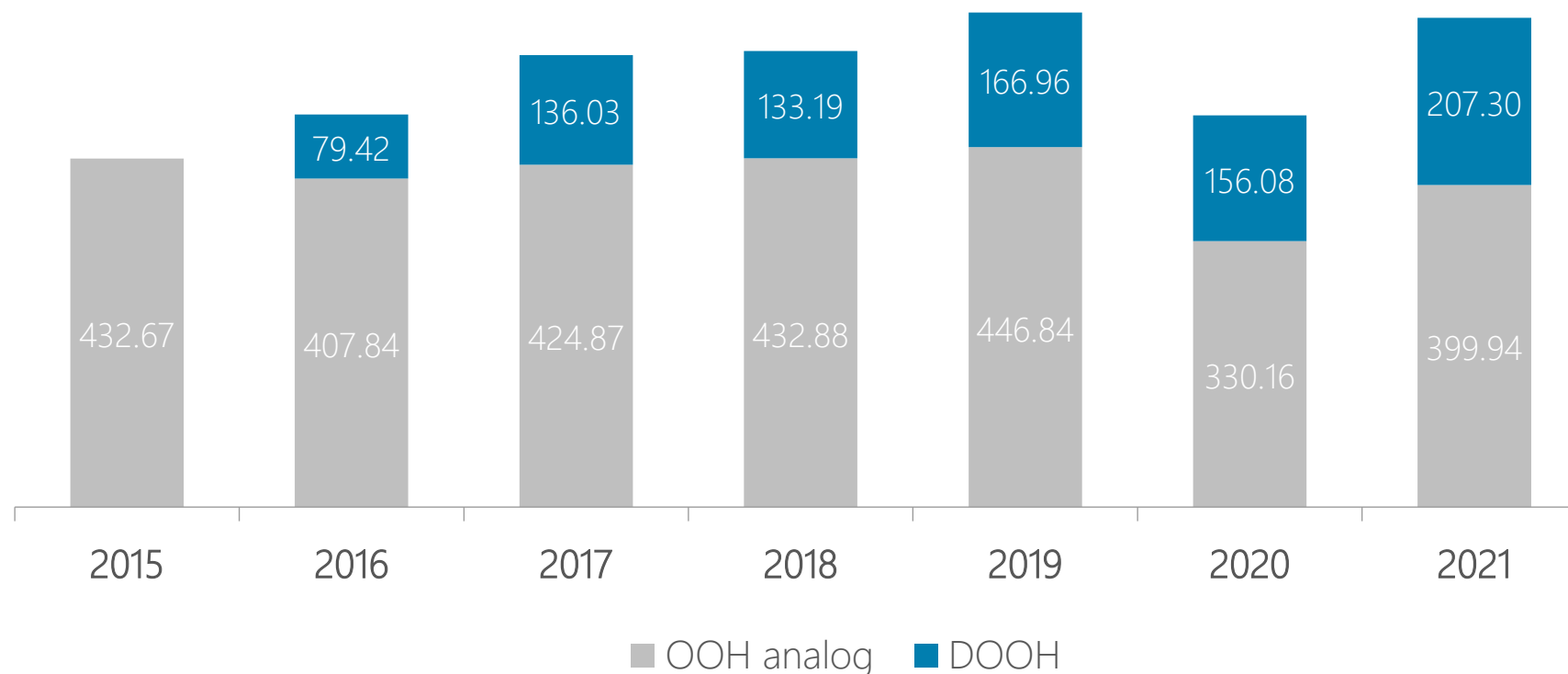
in Q2 2021 – jeweils im Vergleich zu Q2 des Vorjahres





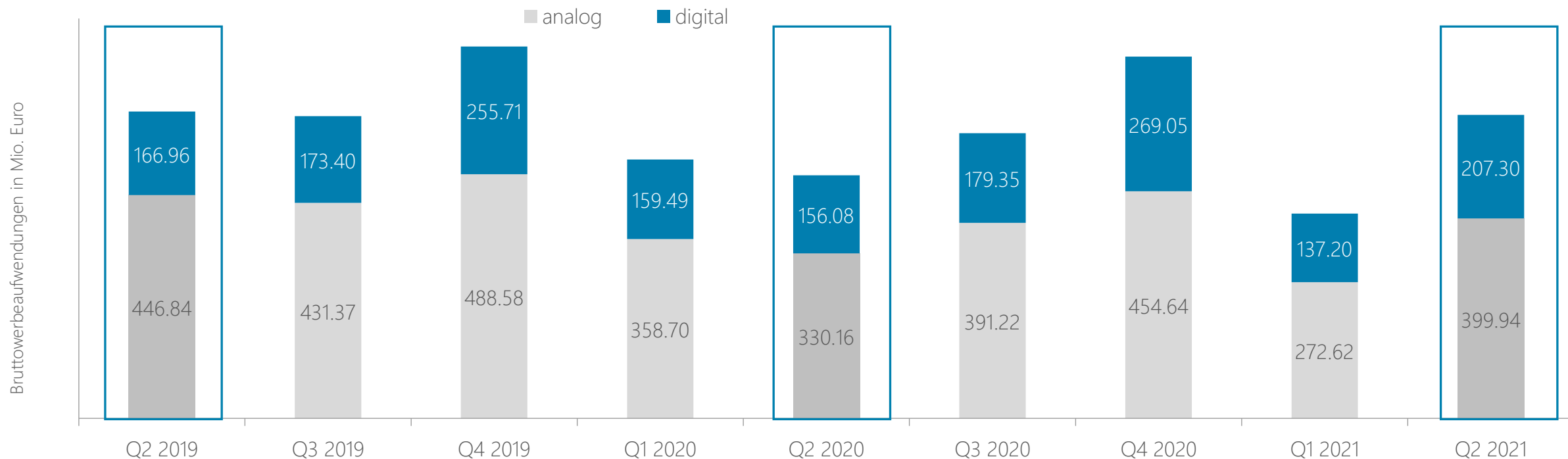
# Umsätze in der Außenwerbung

In Q2 2015/ 2016 / 2017 / 2018/ 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH: 33% über 2020 & 24% über 2019

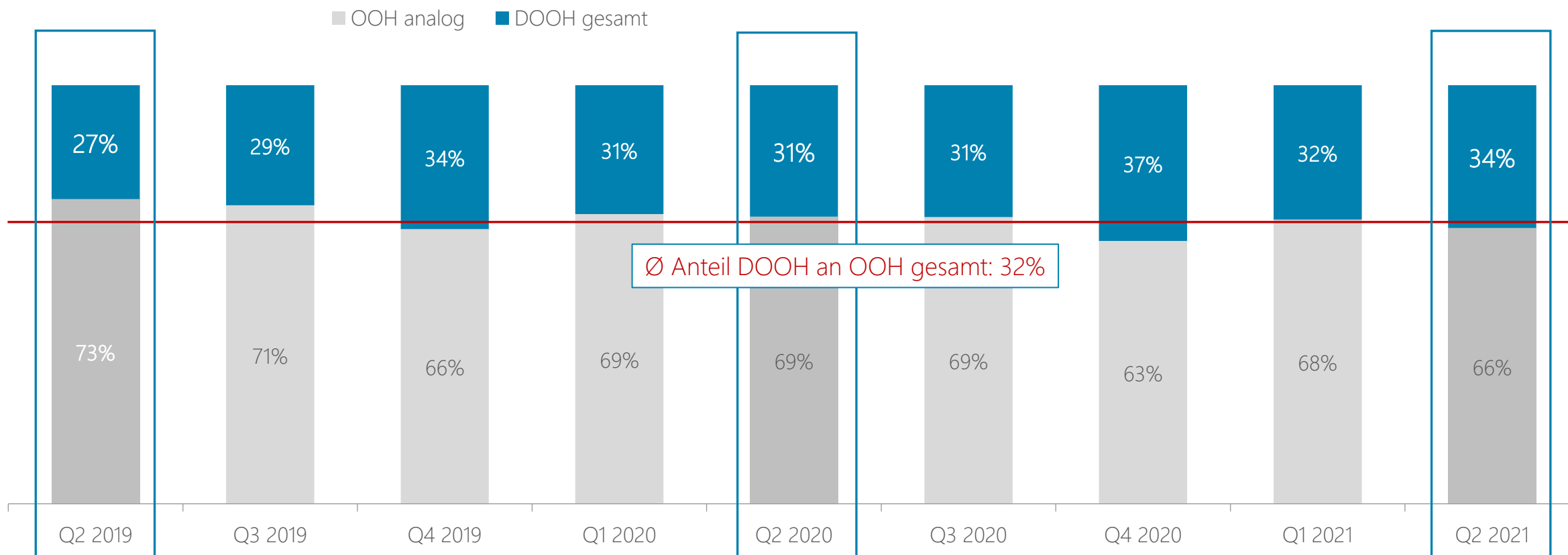
2019 – 2021: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q3 2019	Q4 2019	Q2 2020	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
digital	<b>4%</b>	<b>47%</b>	-38%	-2%	<b>15%</b>	<b>50%</b>	-49%	<b>51%</b>
analog	- 3%	<b>13%</b>	-27%	-8%	<b>18%</b>	<b>16%</b>	-40%	<b>47%</b>
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			-7%	<b>3%</b>	<b>5%</b>	-14%	<b>33%</b>
	analog			-26%	-9%	-7%	-24%	21%

# Q2 2021: Marktanteil bei 34%

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



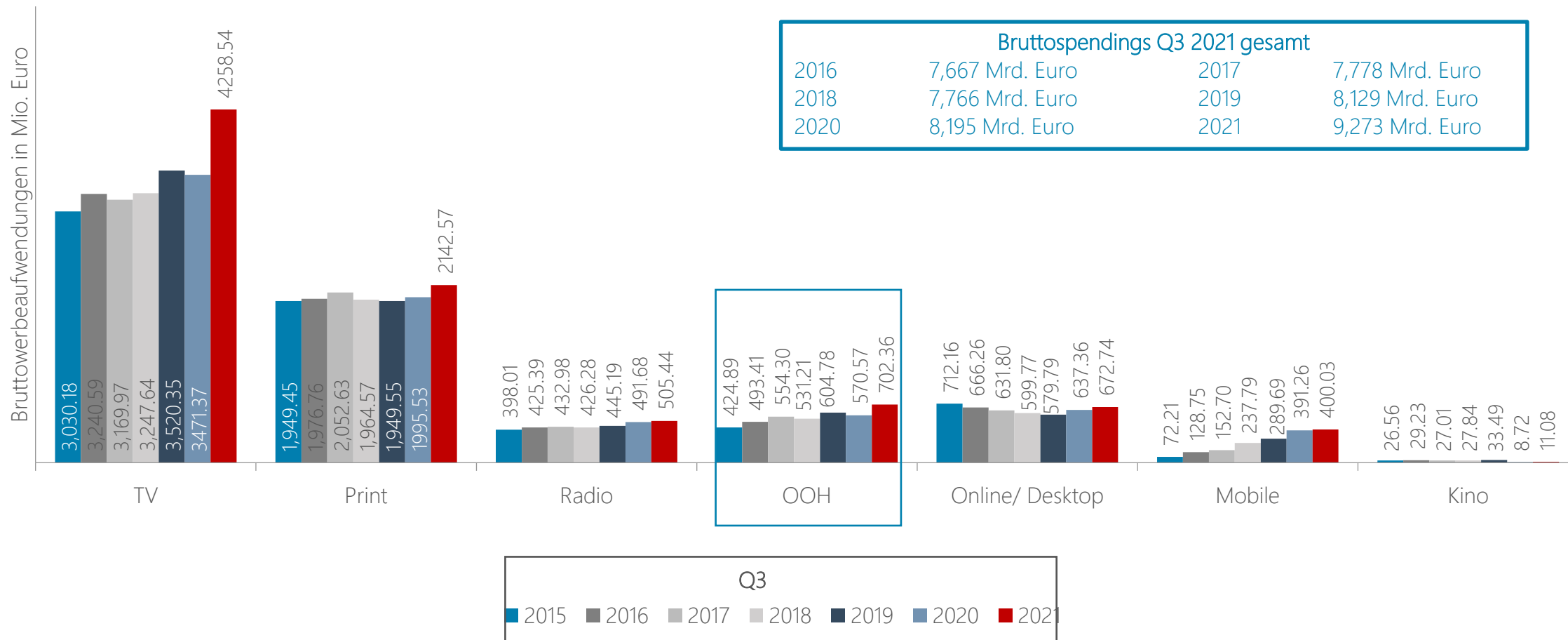


# Quartalsvergleich Q3 2020 / Q3 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

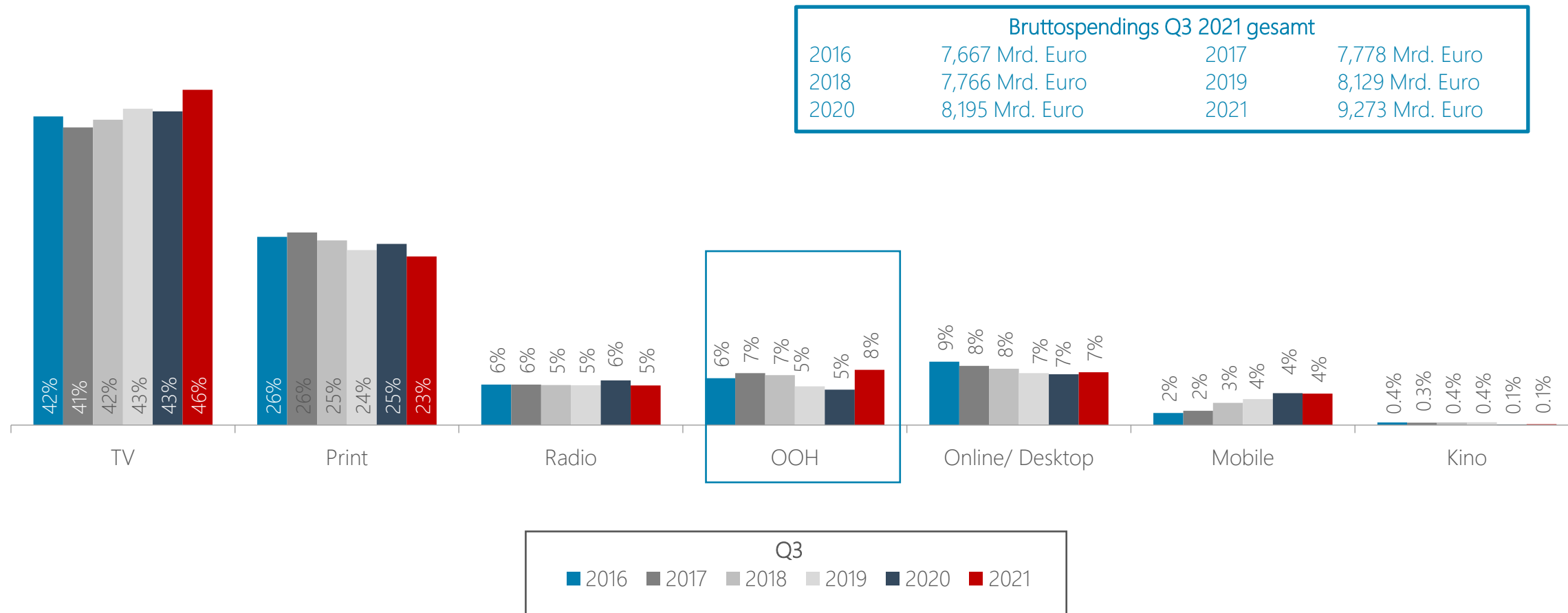
# OOH mit Gewinnen im 3. Quartal

Q3 2021 im Vergleich: Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Q3 2015 – Q3 2021 im Vergleich



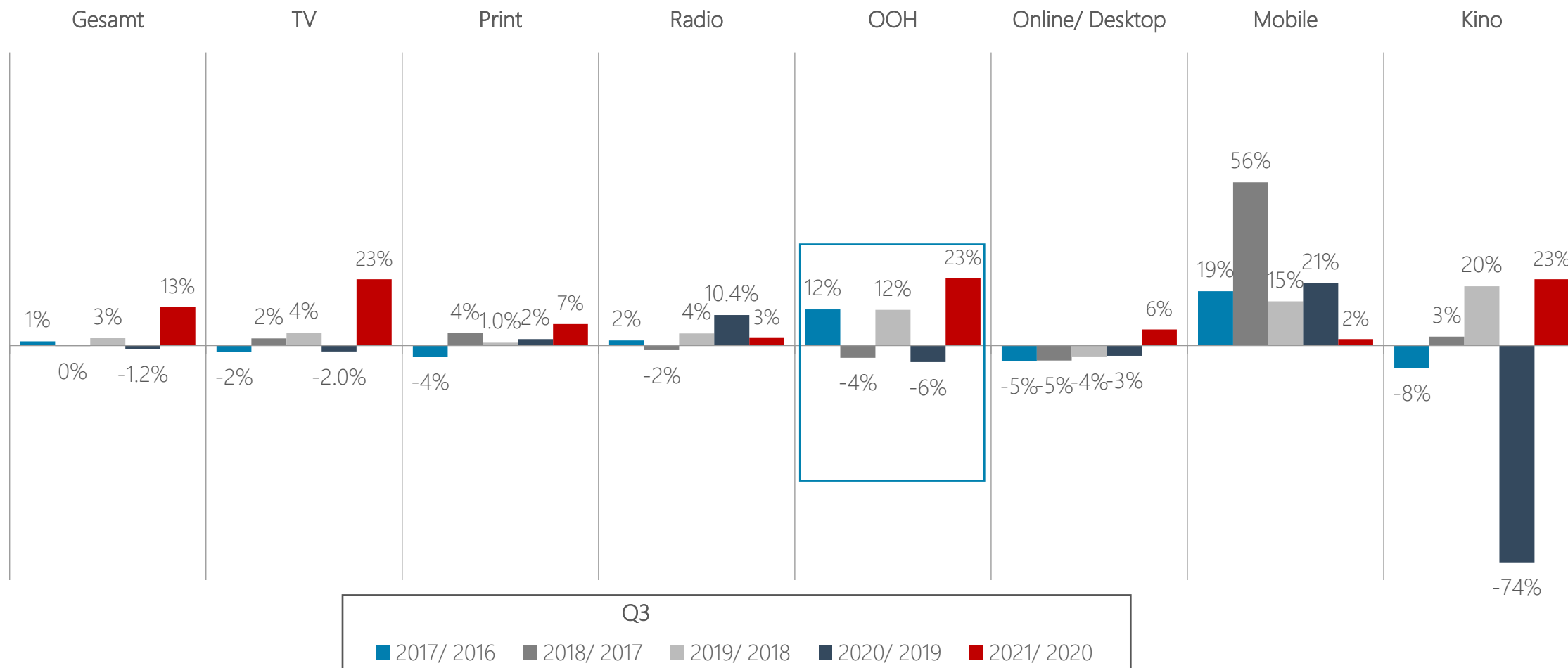
# 2021: OOH erhöht seine Anteile in Q3

Anteile an Gesamtspendings in %: Q3 2015 – Q3 2021 im Vergleich



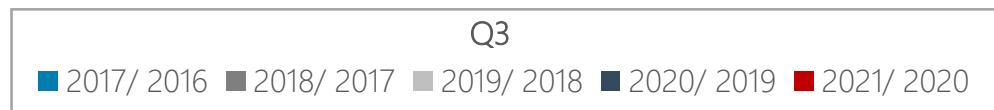
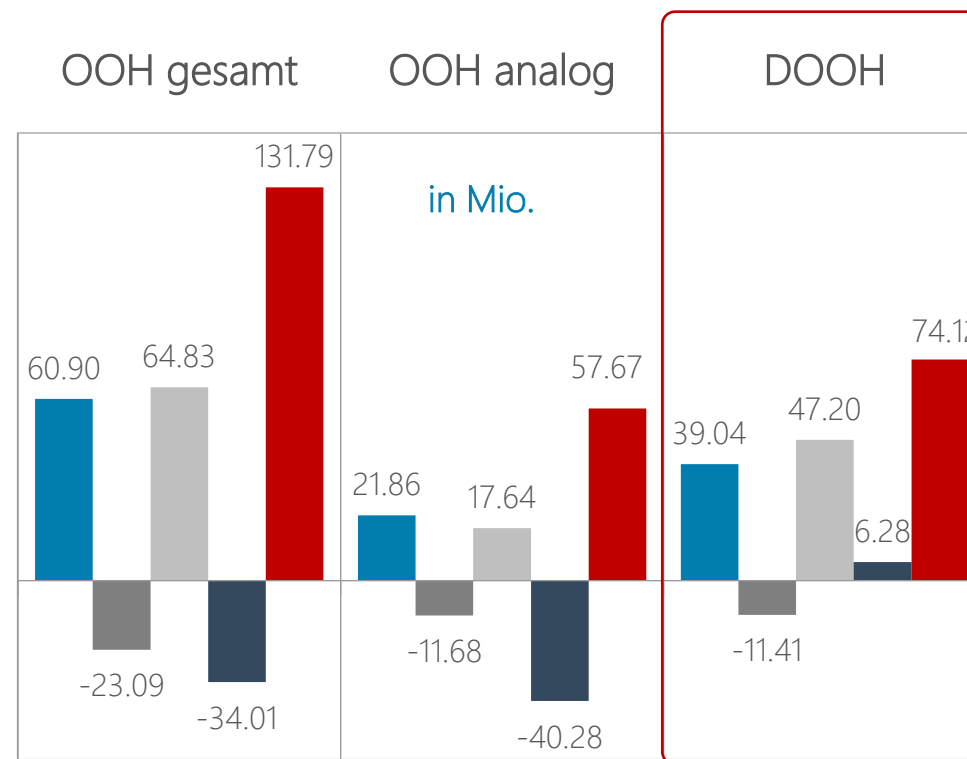
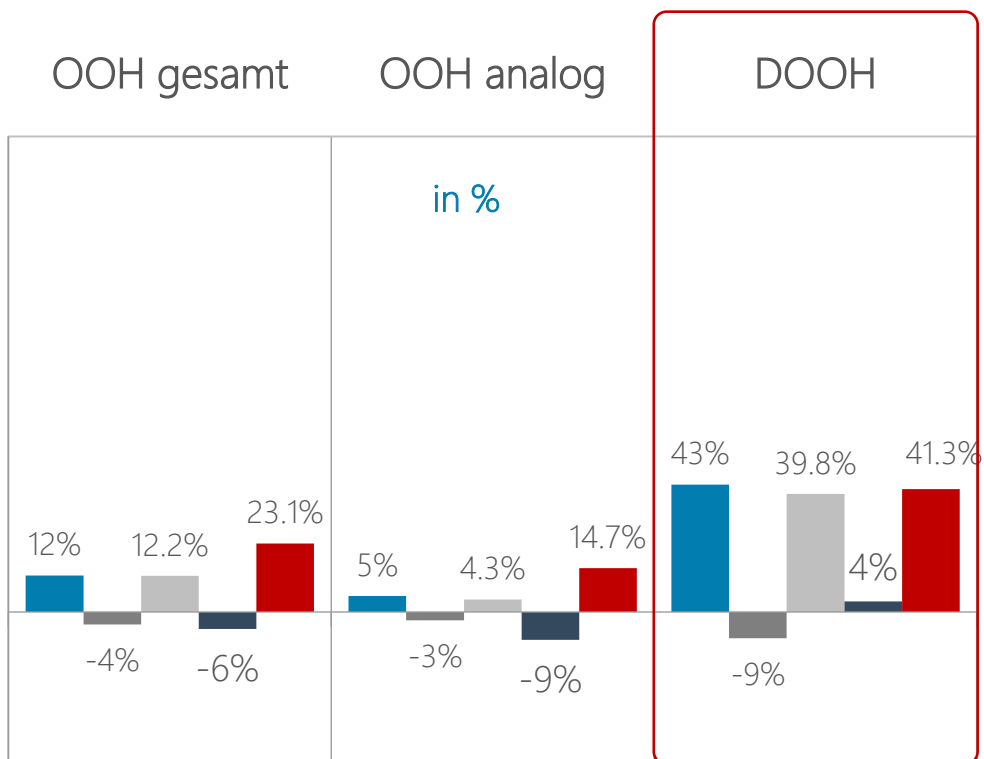
# OOH mit 23% mehr Umsatz in Q3 2021

Veränderungen zu Vorjahresquartal in %



# DOOH gewinnt in Q3 41% Umsatz hinzu

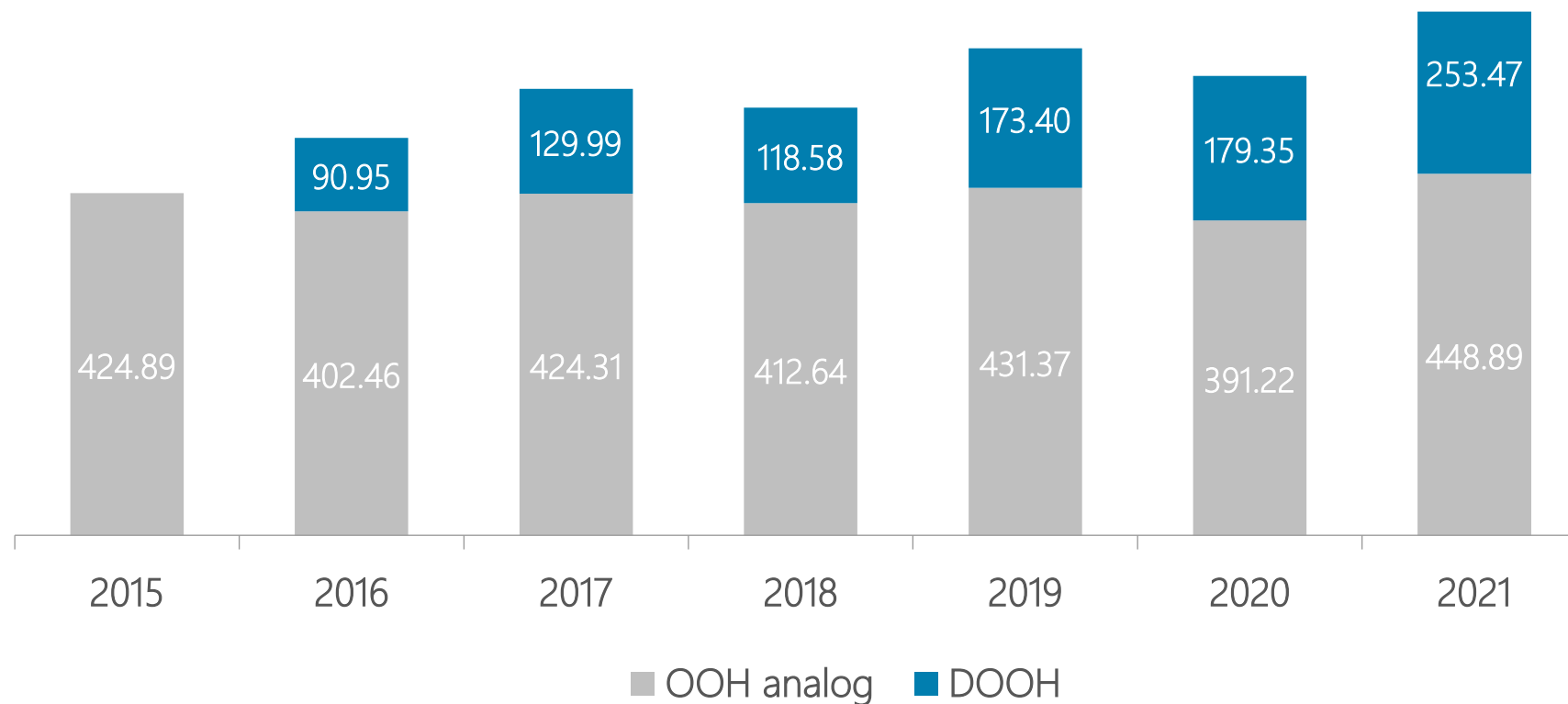
in Q3 2021 – jeweils im Vergleich zu Q3 des Vorjahres





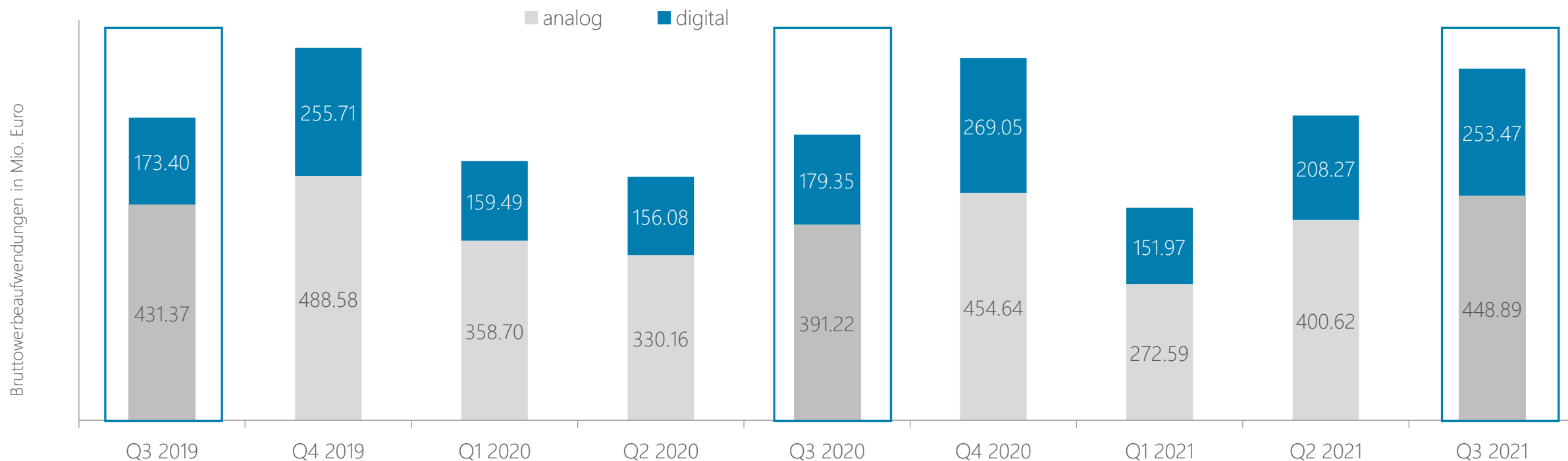
# Umsätze in der Außenwerbung

in Q3 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH: 41% über Vorjahr in Q3 2021

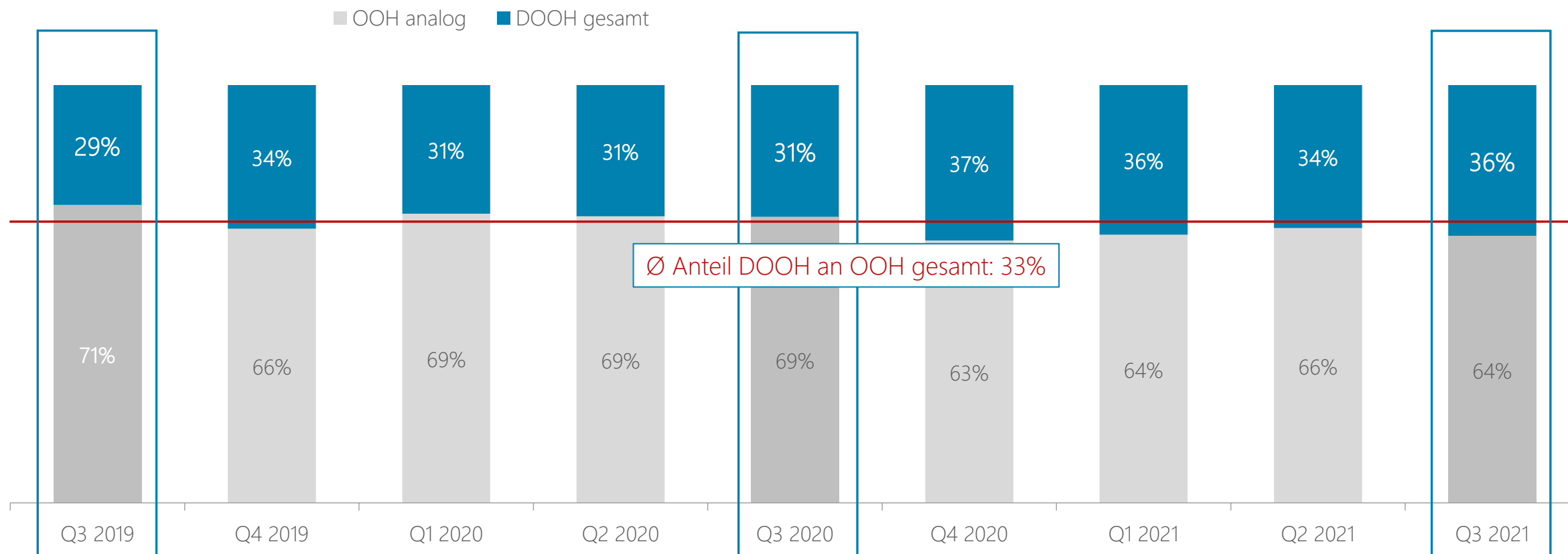
2019 – 2021: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q4 2019	Q2 2020	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
digital	47%	-38%	-2%	15%	50%	-44%	37%	22%
analog	13%	-27%	-8%	18%	16%	-40%	47%	12%
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			3%	5%	-5%	33%	41%
	analog			-9%	-7%	-24%	21%	15%

# Q3 2021: Marktanteil bei 36%

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



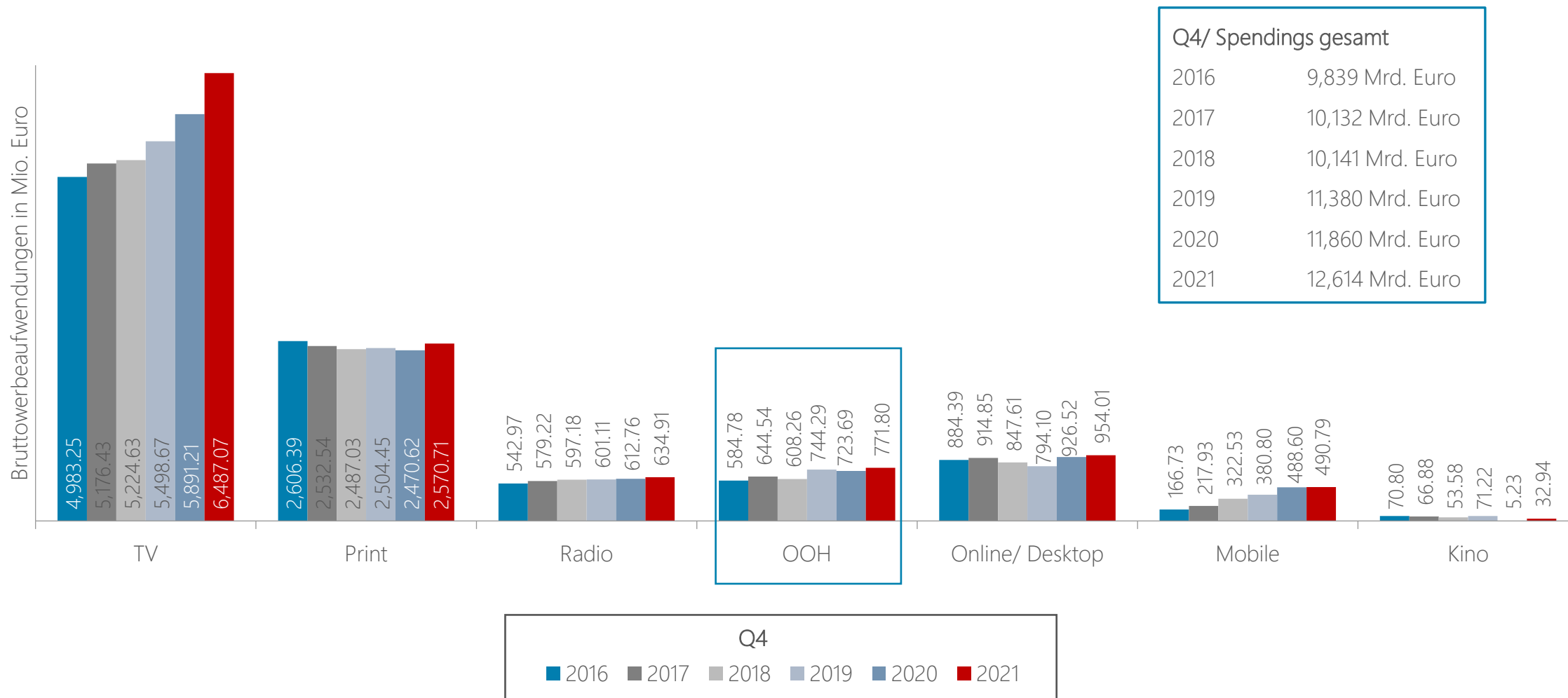


# Quartalsvergleich Q4 2020 / Q4 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

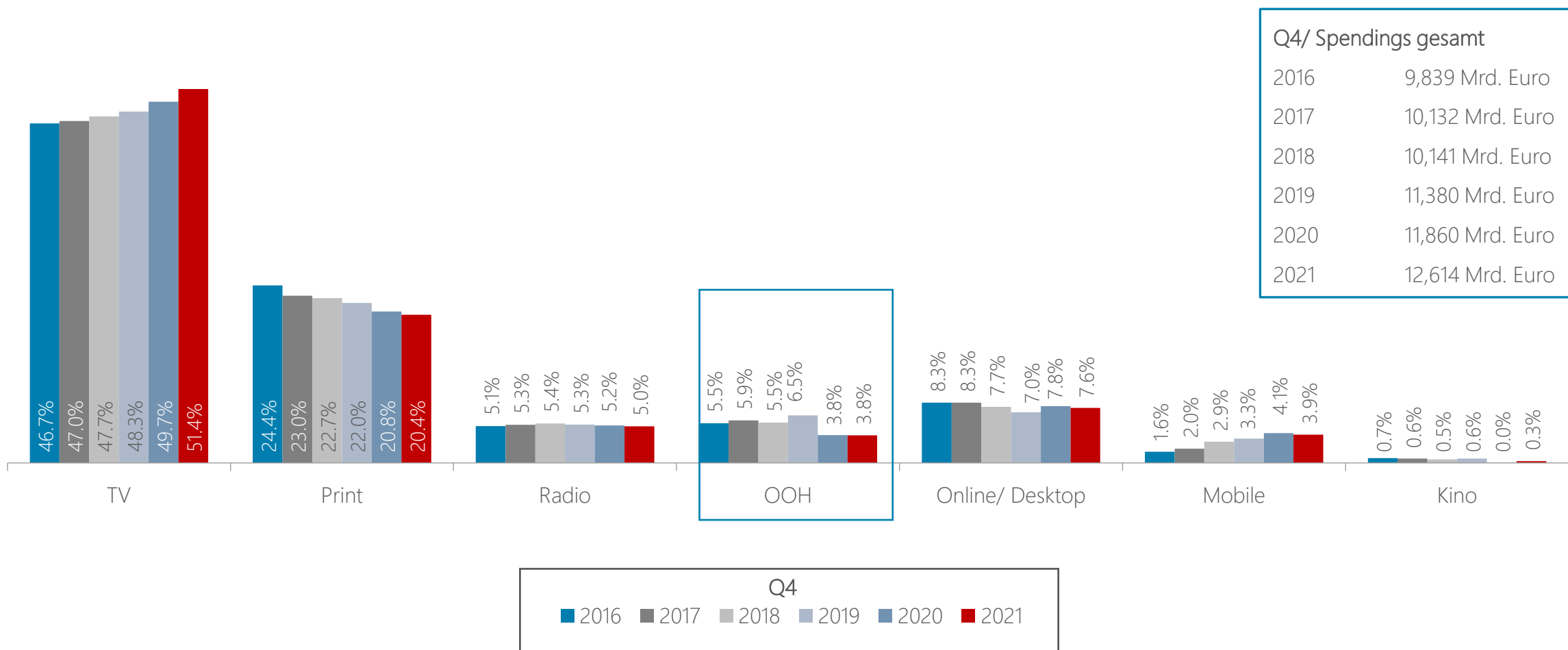
# OOH gewinnt im 4. Quartal 2021

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Q4 2016/ 2017/ 2018/ 2019/2020/2021 im Vergleich



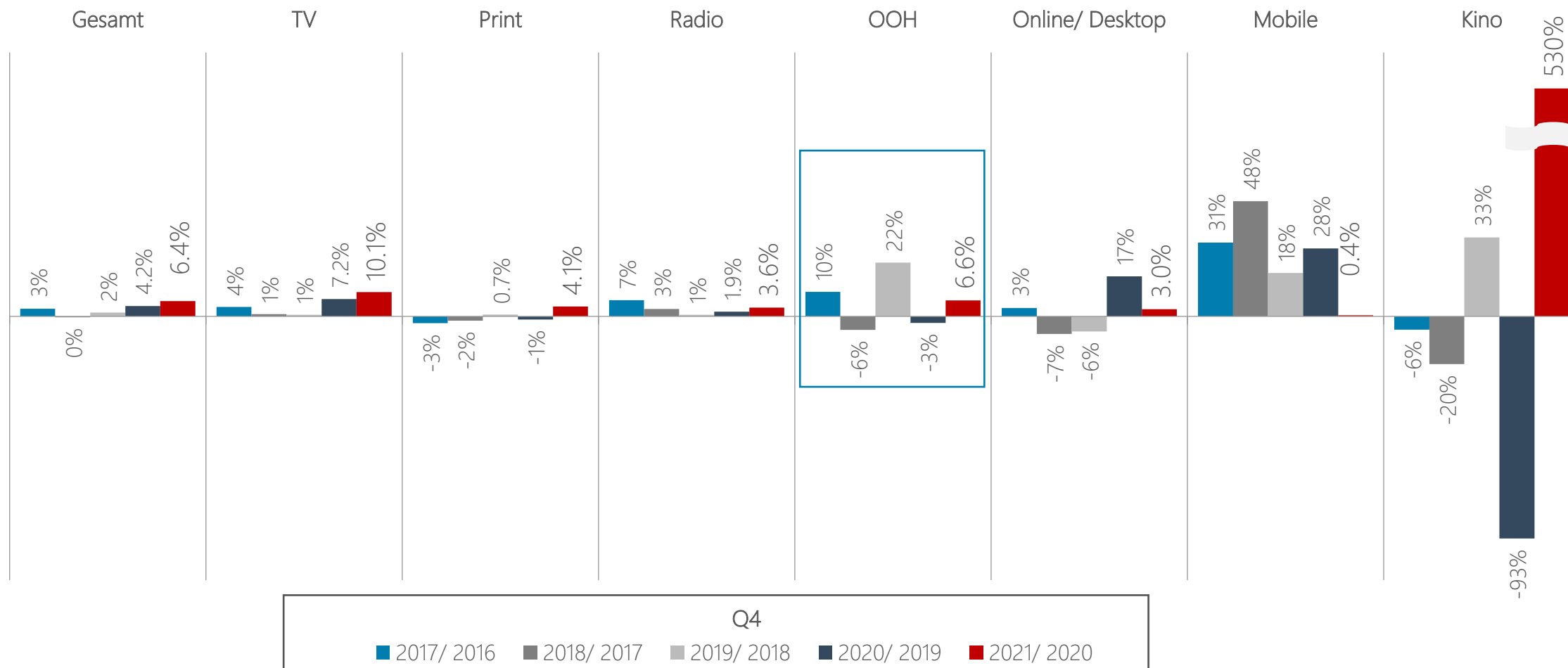
# 2021: OOH hält seine Anteile in Q4

Anteile an Gesamtspendings in %: Q4 2016/ 2017/ 2018/ 2019 / 2020 / 2021 im Vergleich



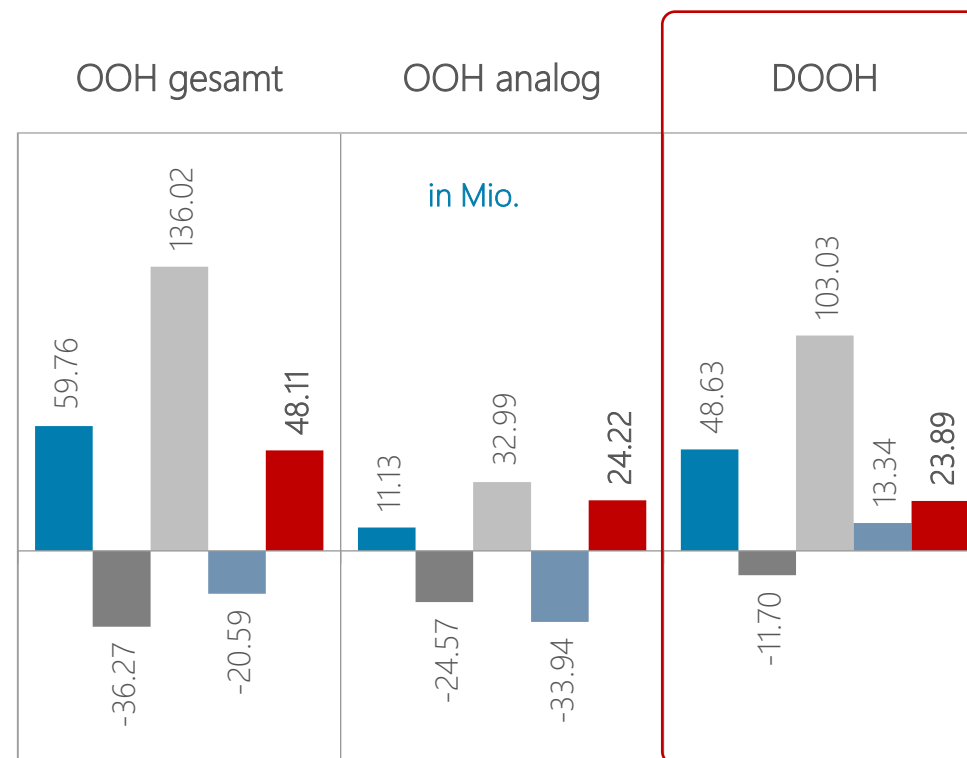
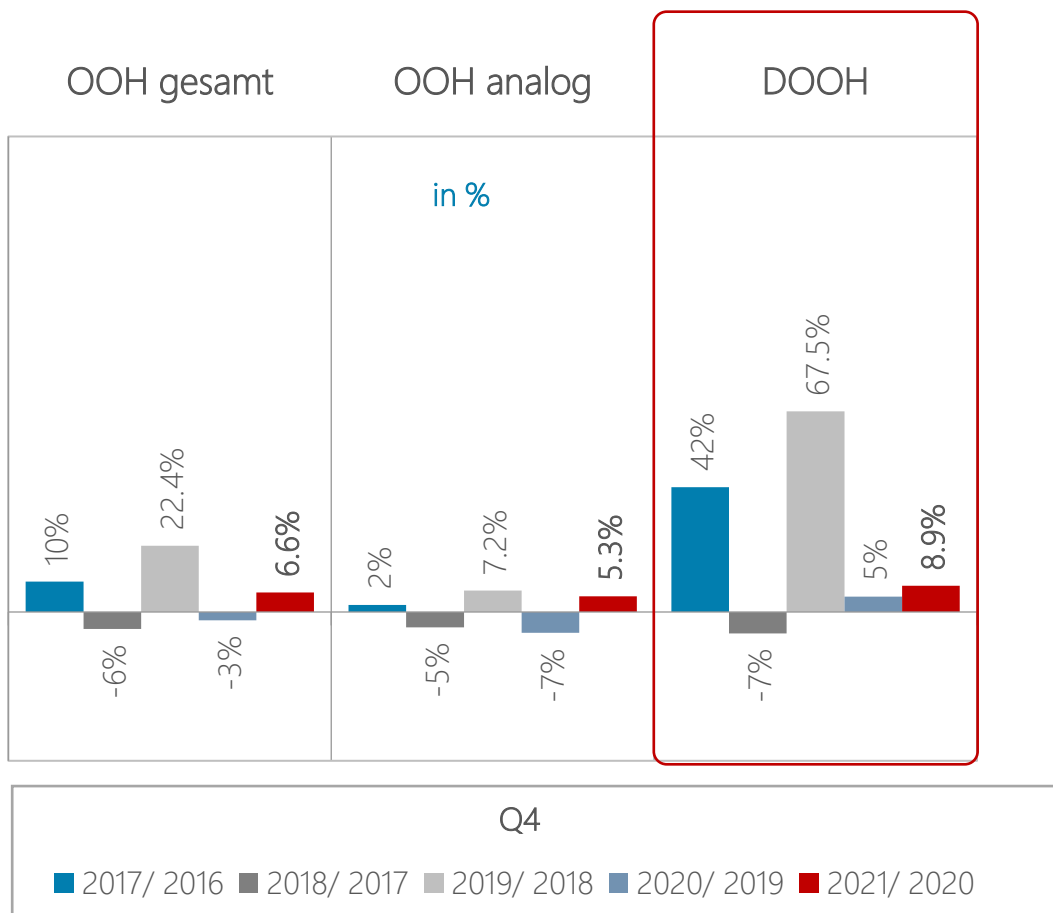
# OOH mit fast 7% Plus in Q4 2021

Veränderungen zu Vorjahresquartal in %



# DOOH mit fast 9% Zuwachs

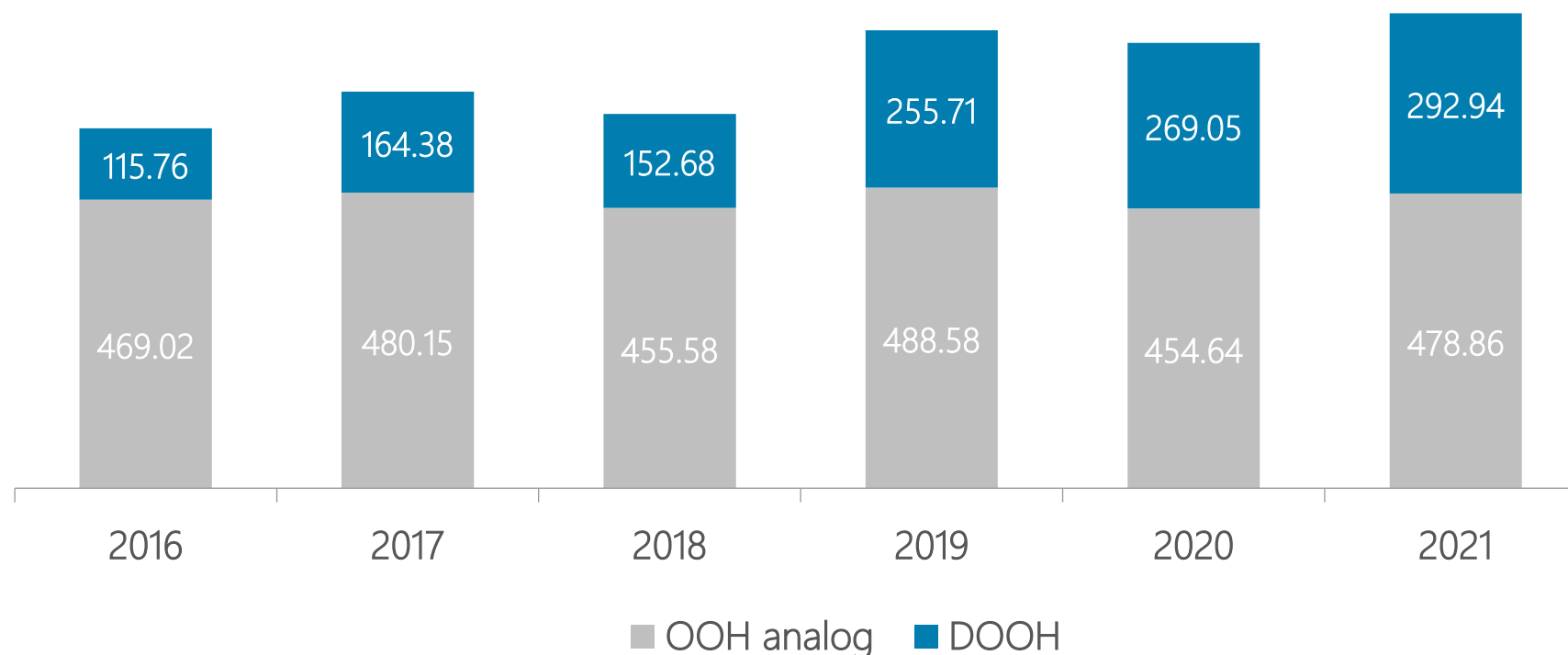
in Q4 2021 – jeweils im Vergleich zu Q4 des Vorjahres





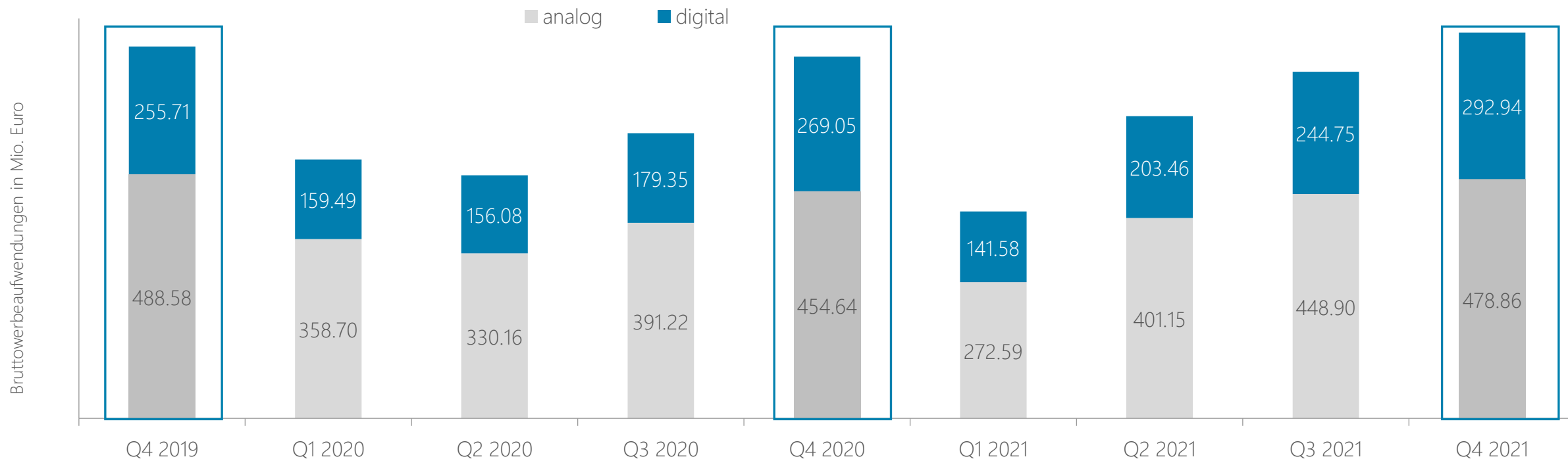
# Umsätze in der Außenwerbung

In Q4 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# Q4 2021: DOOH 9% über Vorjahr

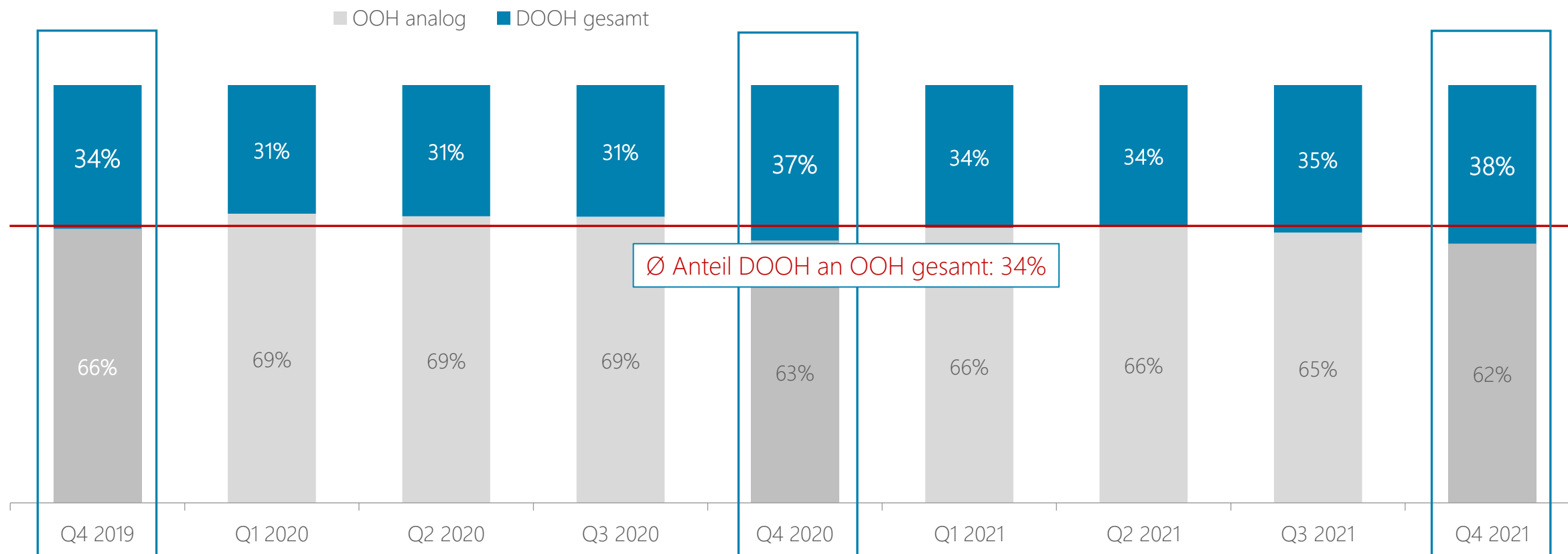
2019 – 2021: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q2 2020	Q2 2020	Q4 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q4 2021	Q4 2021
digital	-38%	-2%	15%	50%	-40%	44%	20%	20%
analog	-27%	-8%	18%	16%	-47%	47%	12%	7%
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			5%	-11%	30%	36%	9%
	analog			-7%	-24%	22%	15%	5%

# Q4 2021: Marktanteil bei 38%

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



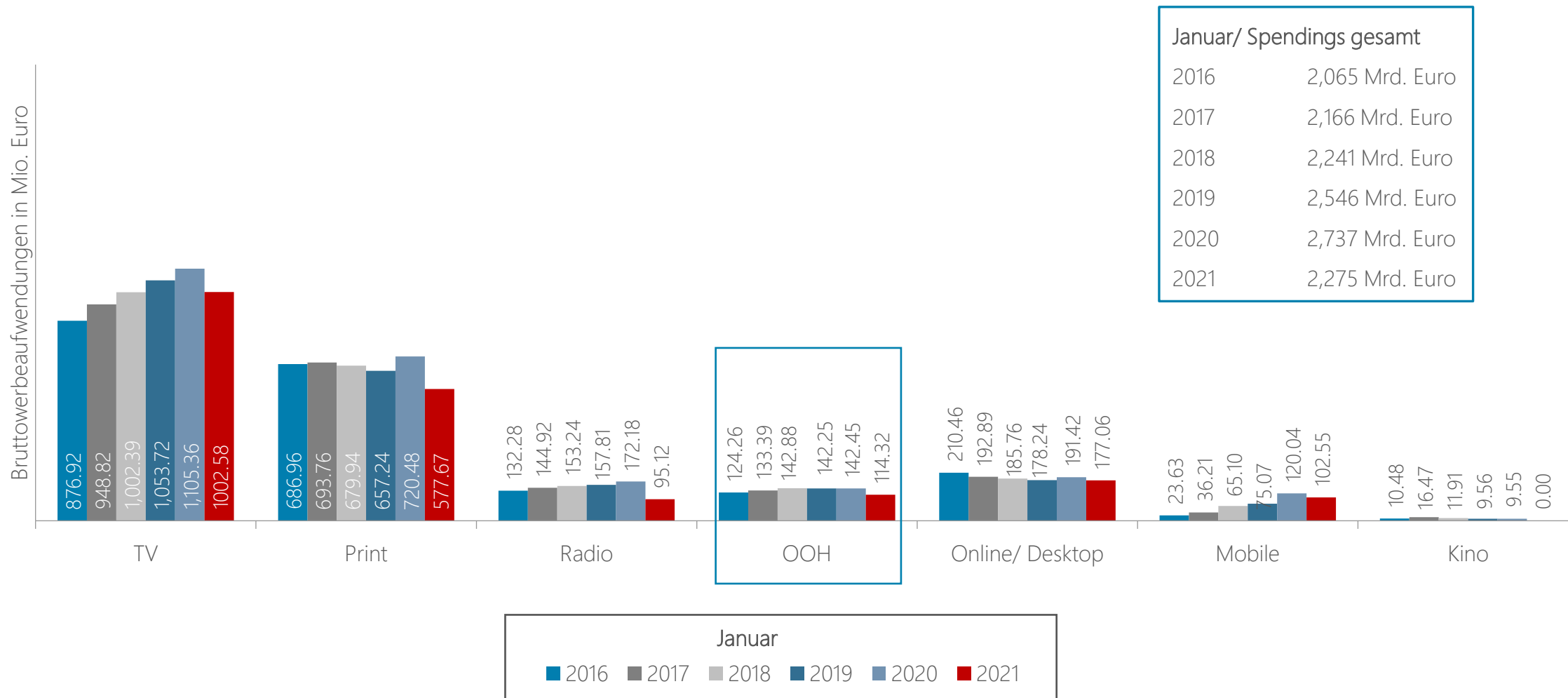


# Monatsvergleich Jan 2020 / Jan 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Stark sinkende Spendings im Januar

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Januar 2016 - 2021 im Vergleich



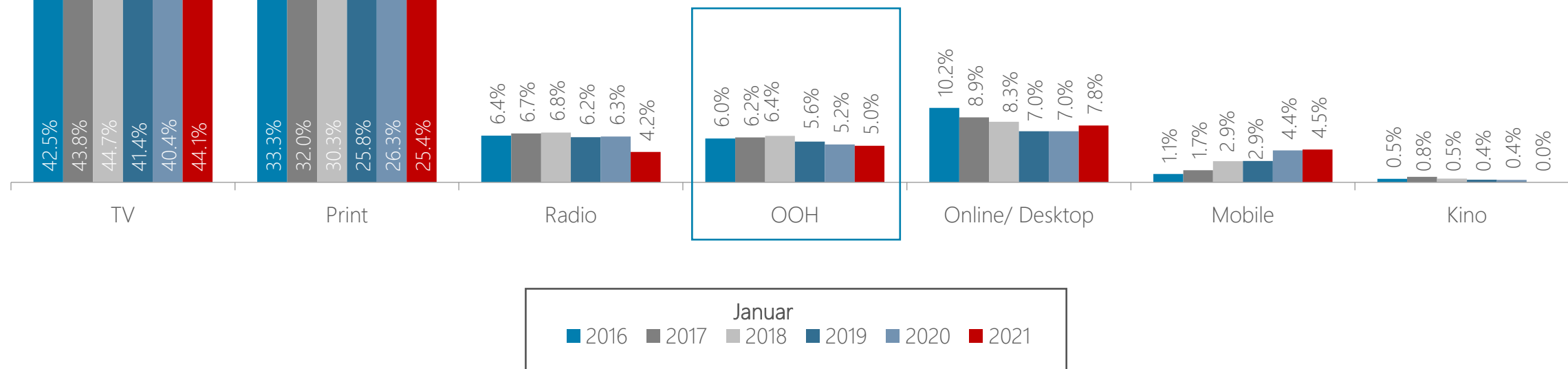
Januar/ Spendings gesamt	
2016	2,065 Mrd. Euro
2017	2,166 Mrd. Euro
2018	2,241 Mrd. Euro
2019	2,546 Mrd. Euro
2020	2,737 Mrd. Euro
2021	2,275 Mrd. Euro

# Januar: OOH verliert minimal Anteile

Anteile an Gesamtspendings in %: Januar 2016 - 2021 im Vergleich

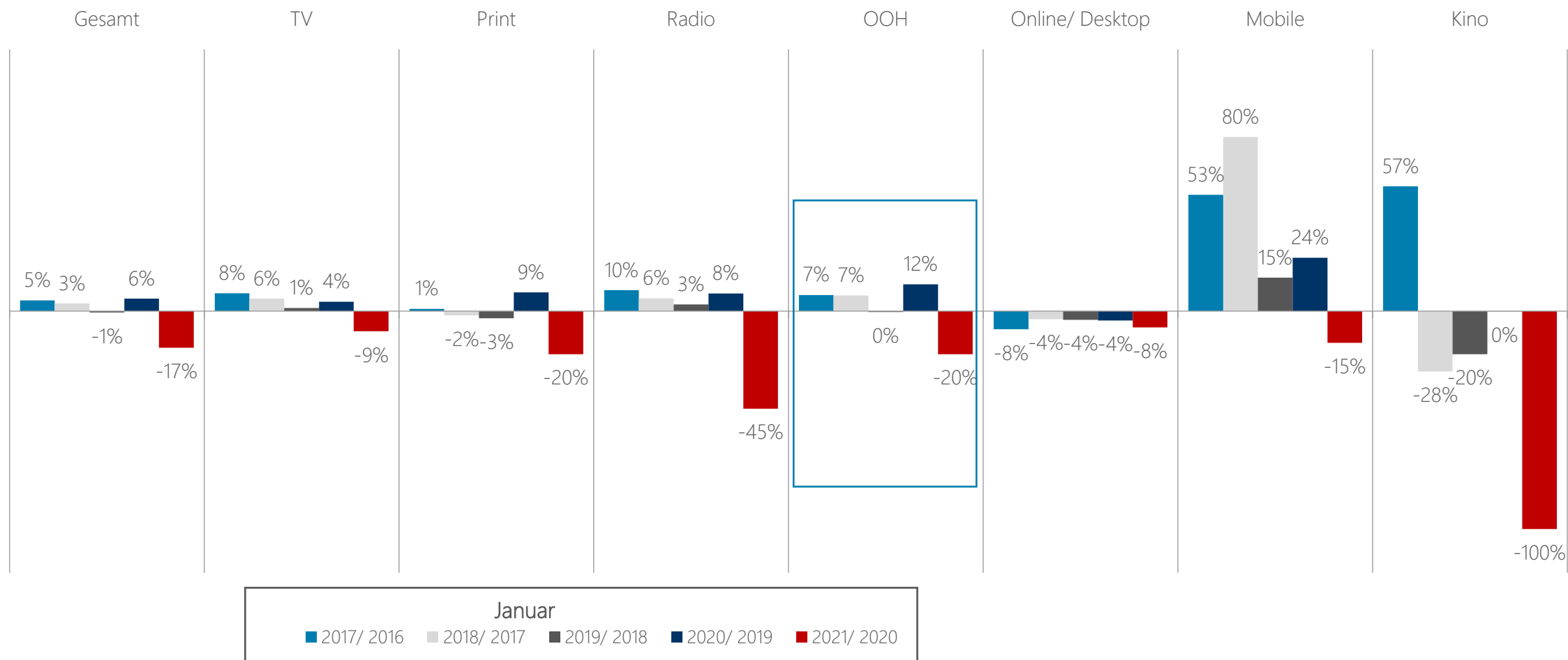
### Januar/ Spendings gesamt

2016	2,065 Mrd. Euro
2017	2,166 Mrd. Euro
2018	2,241 Mrd. Euro
2019	2,546 Mrd. Euro
2020	2,737 Mrd. Euro
2021	2,275 Mrd. Euro



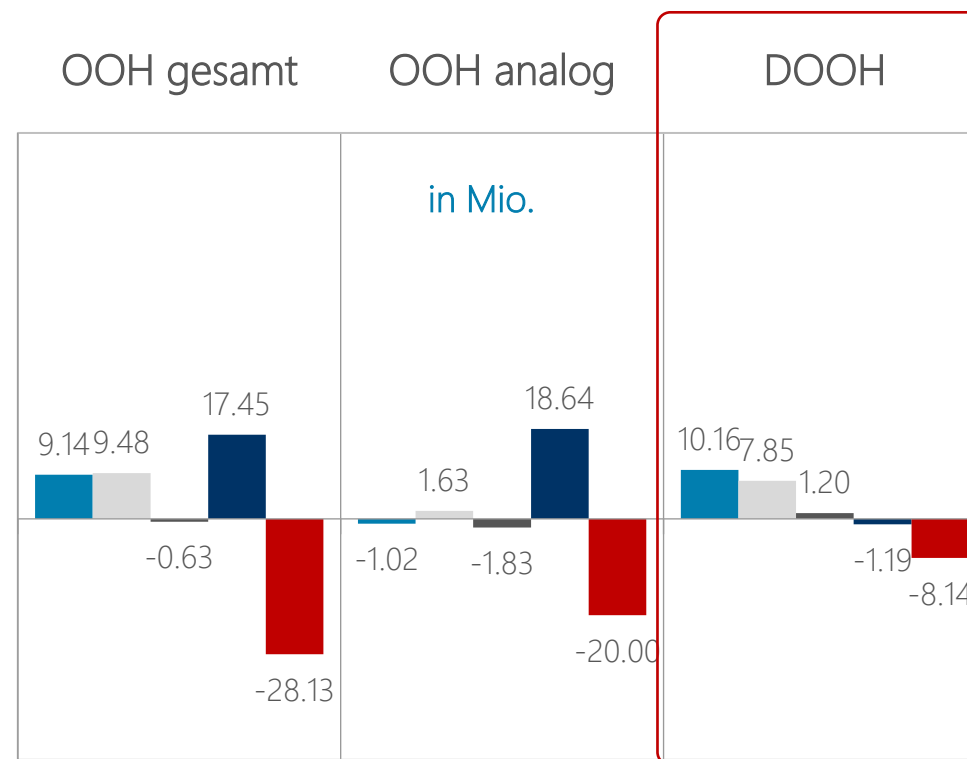
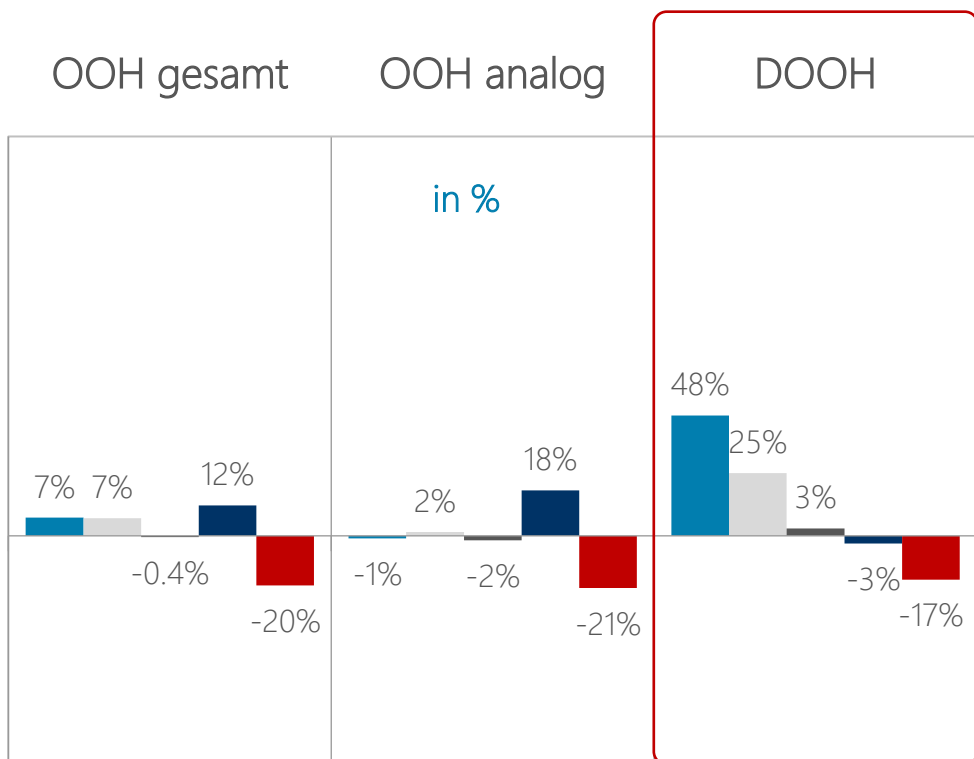
# OOH mit 20% Verlust im Januar

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 17% unter Vorjahr

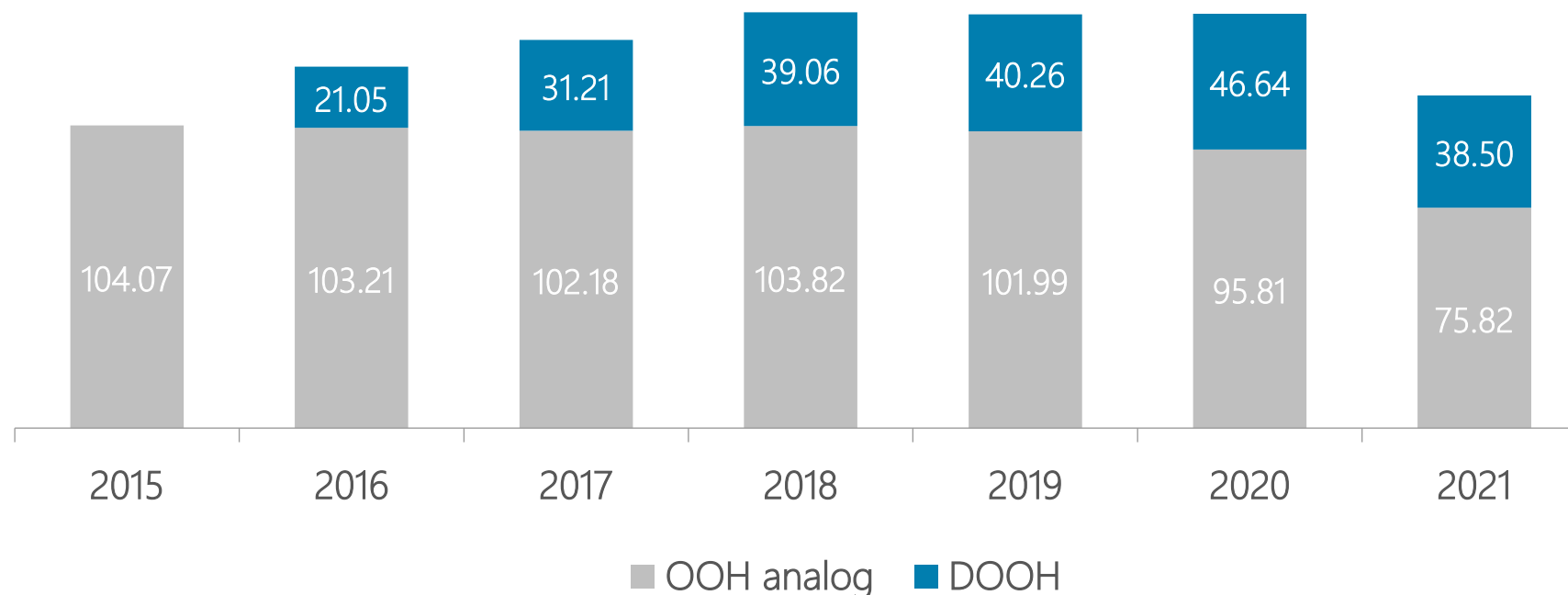
im Januar – jeweils im Vergleich zum Januar des Vorjahres





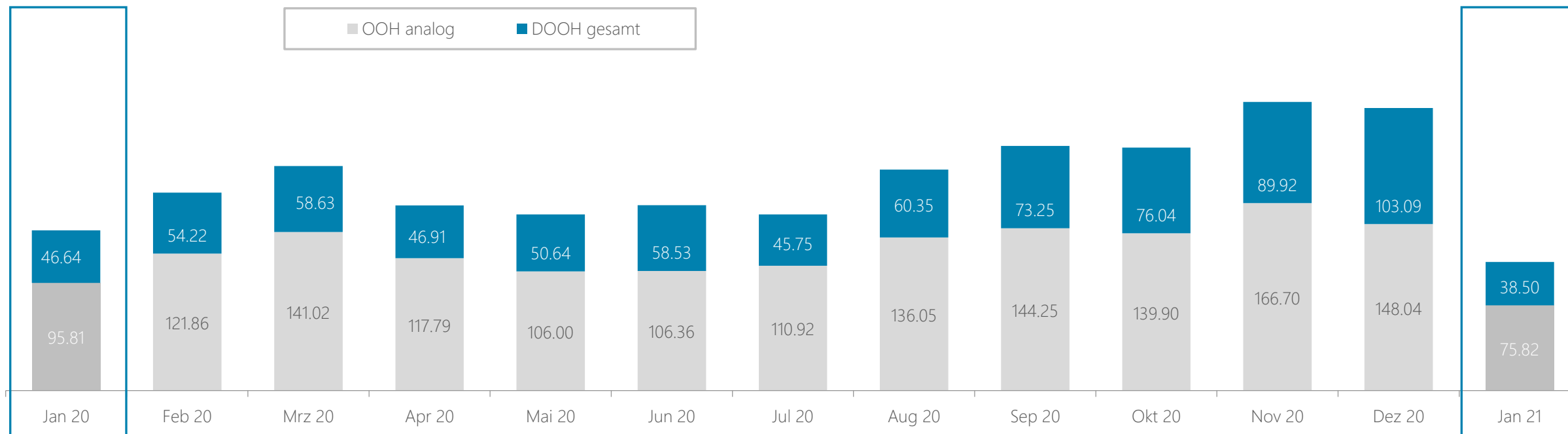
# Umsätze in der Außenwerbung

im Januar 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH liegt 17% unter Vorjahr

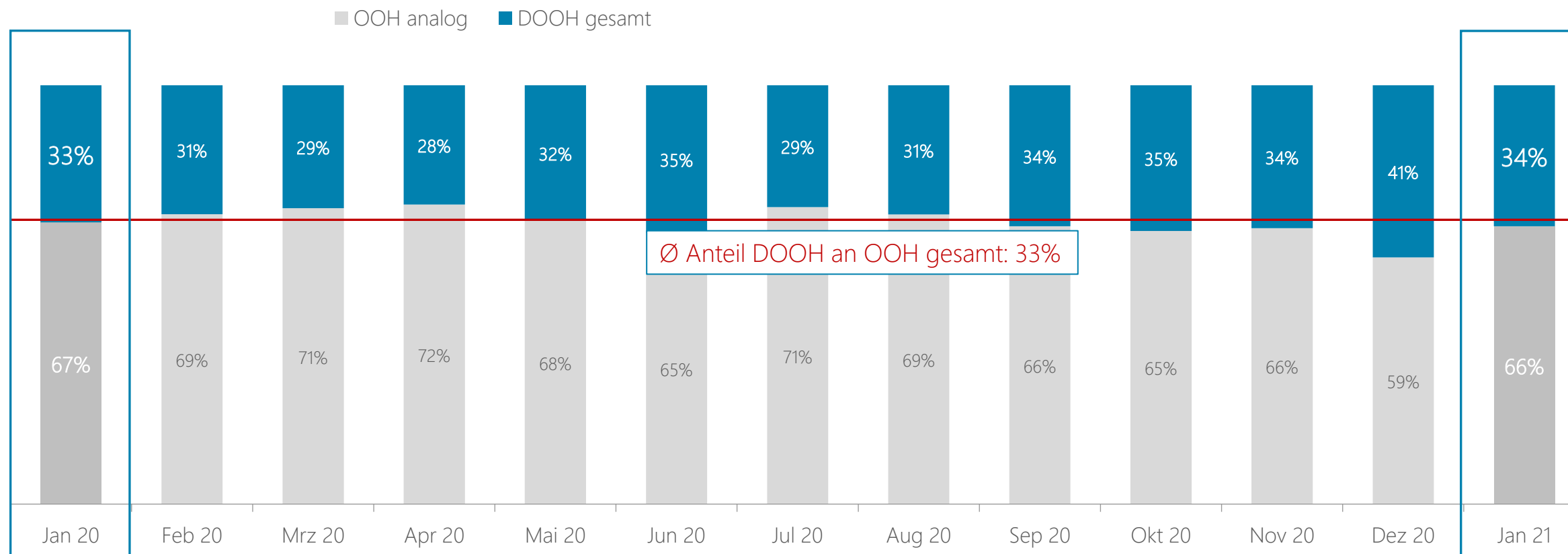
im Januar 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Feb 20	Mrz 20	Apr 20	Mai 20	Jun 20	Jul 20	Aug 20	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21
digital	16	8	-20	8	16	-22	32	21	4	18	15	-63
analog	27	16	-16	-10	0	4	23	6	-3	19	-11	-49
Abw. Januar 21 vs. Januar 20				digital: -17%			analog: -21%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Januar 20 - Januar 21				digital: 3%			analog: 0%					

# Jan 2021: DOOH-Marktanteil bei 34%

Anteil DOOH an OOH gesamt





# Monatsvergleich Feb 2020 / Feb 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Feb 2021: OOH verliert

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Februar 2016 - 2021 im Vergleich

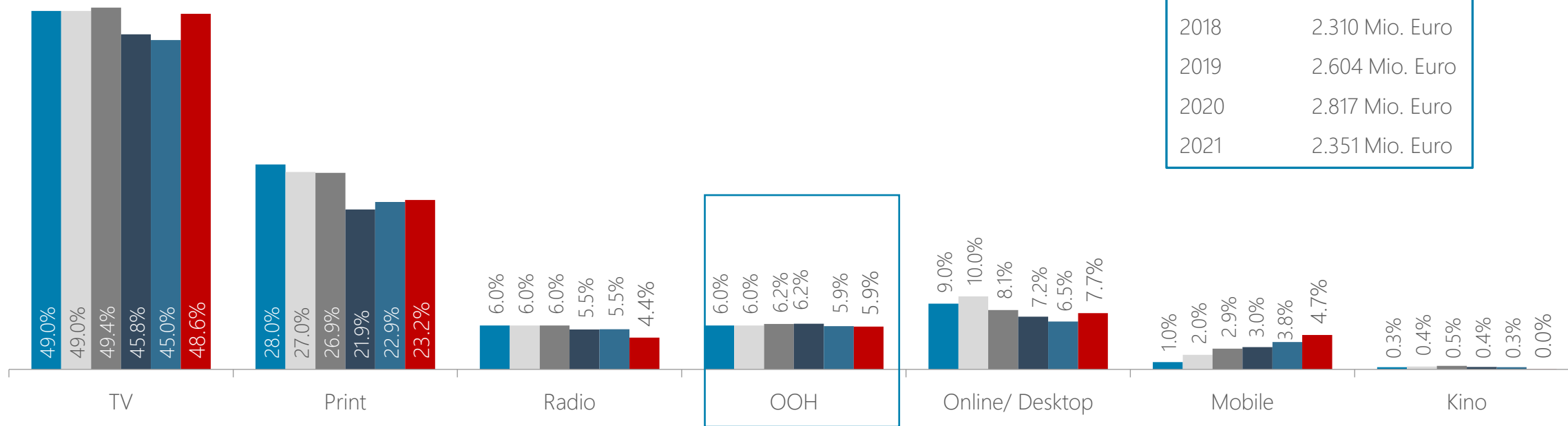


# Februar: OOH hält Anteile

Anteile an Gesamtspendings in %: Februar 2016 - 2021 im Vergleich

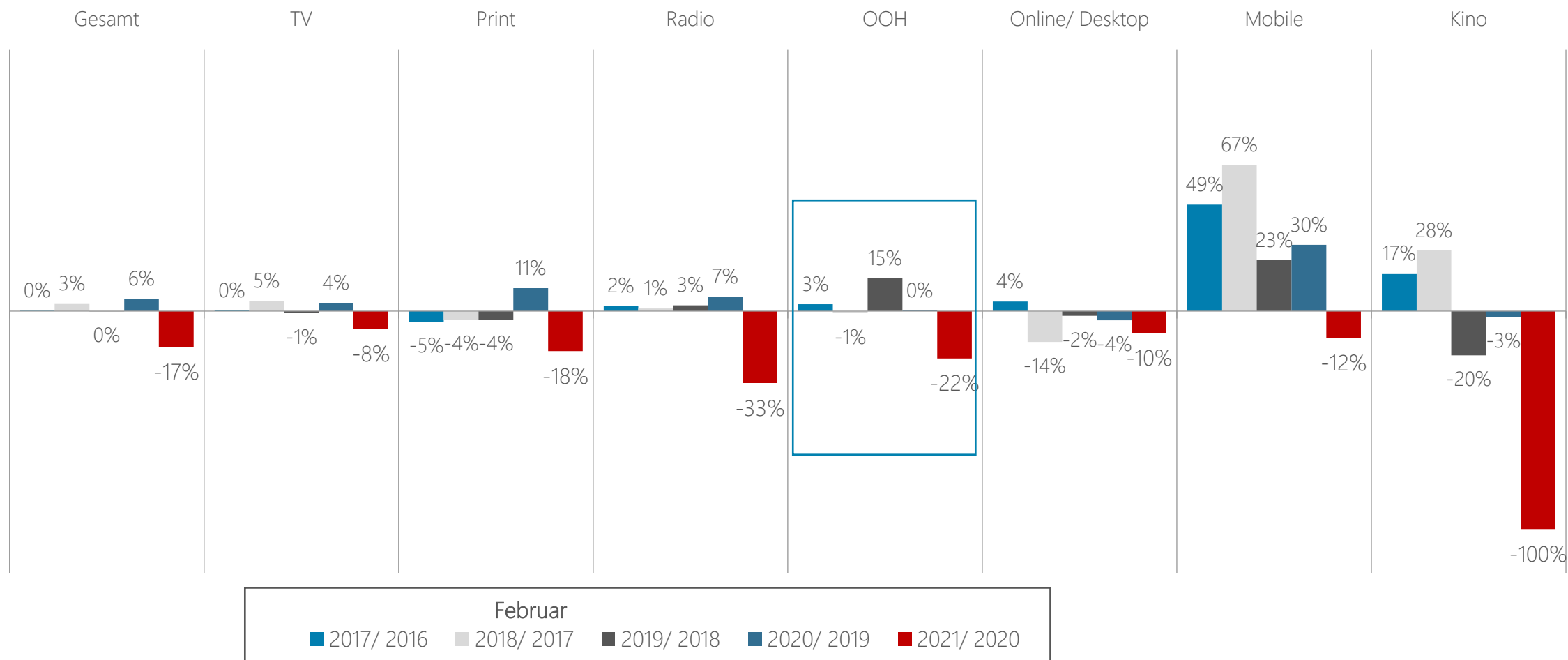
### Februar/ Spendings gesamt

2016	2.234 Mio. Euro
2017	2.237 Mio. Euro
2018	2.310 Mio. Euro
2019	2.604 Mio. Euro
2020	2.817 Mio. Euro
2021	2.351 Mio. Euro



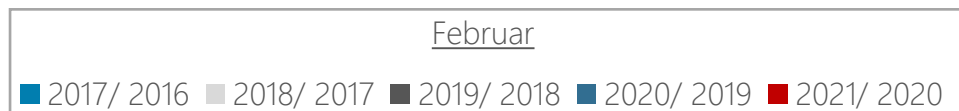
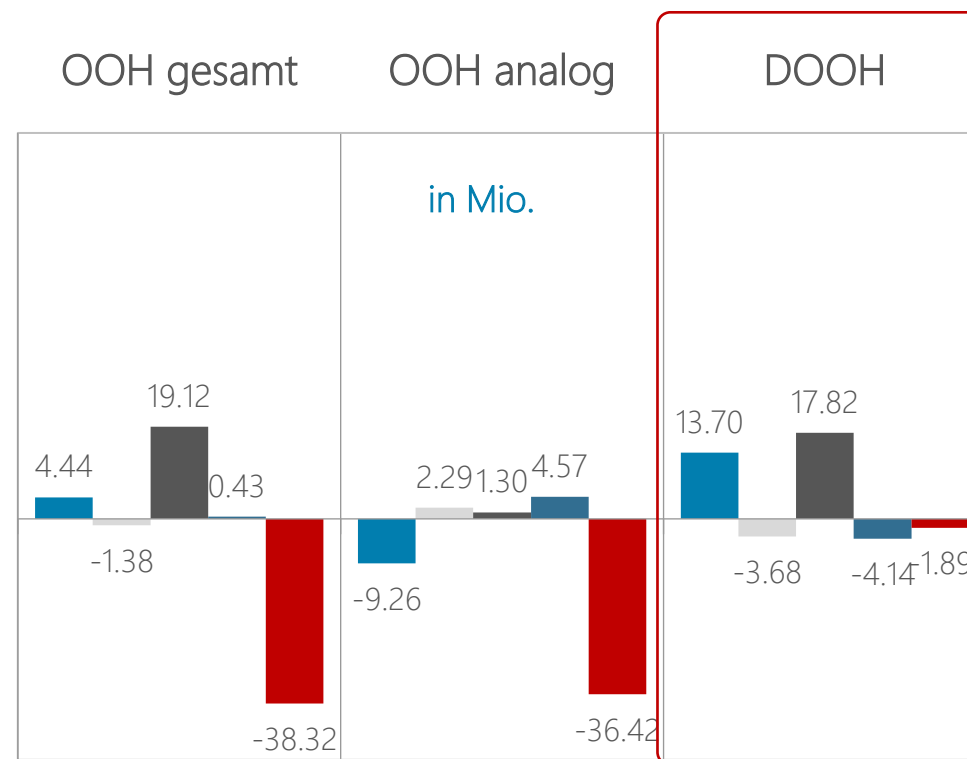
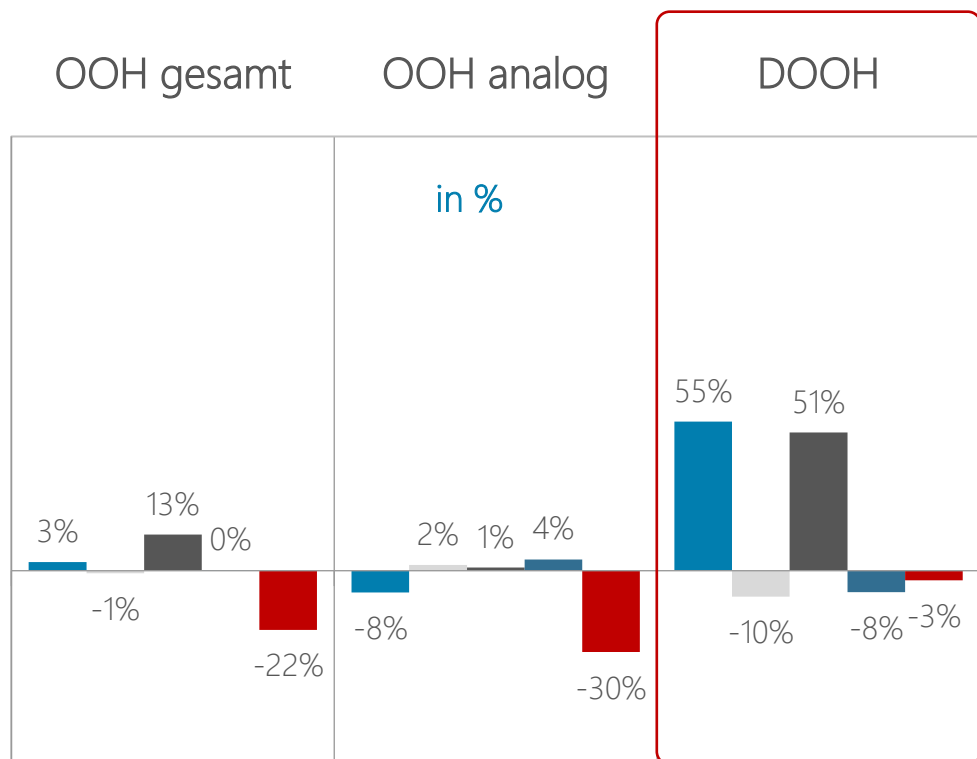
# OOH verliert im Februar 22% Umsatz

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 3% unter Vorjahr

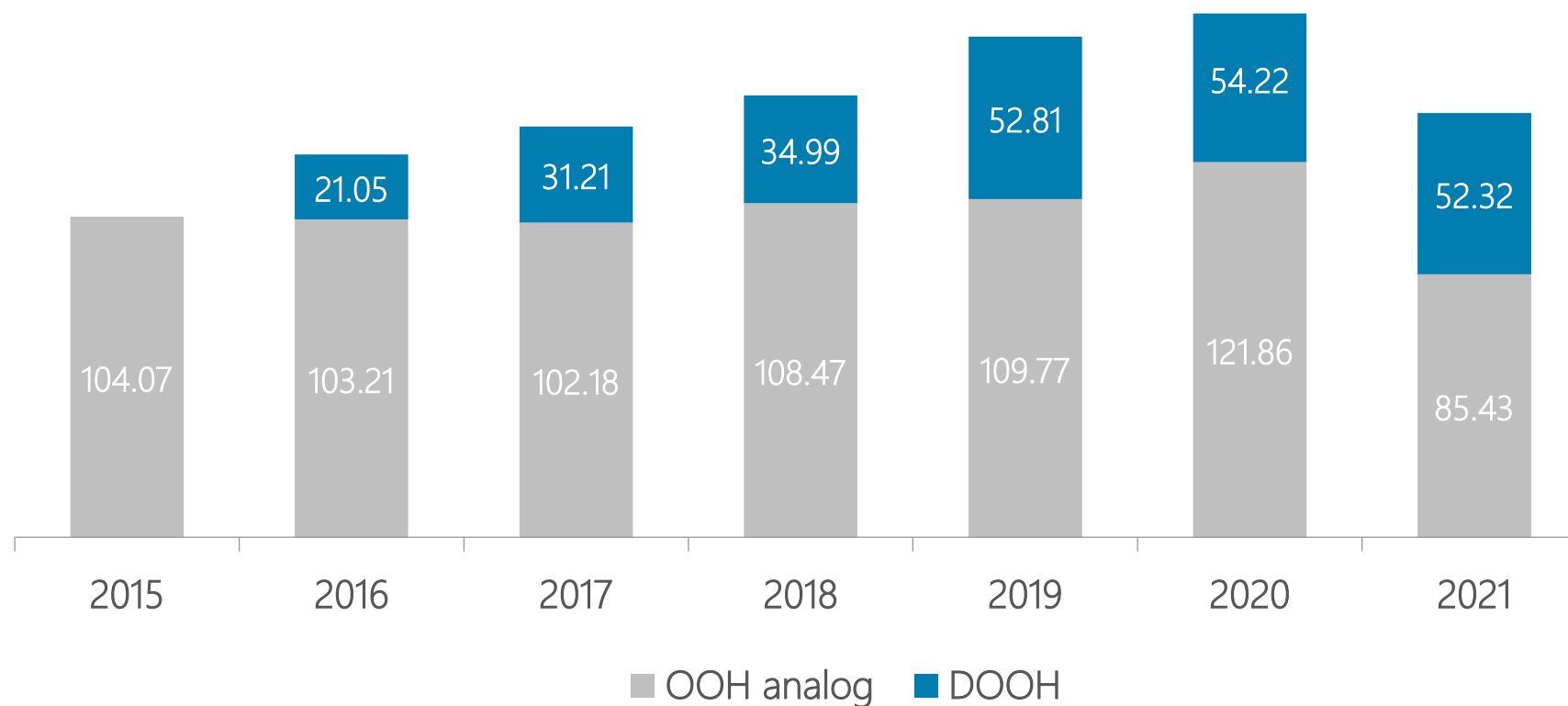
im Februar– jeweils im Vergleich zum Februar des Vorjahres





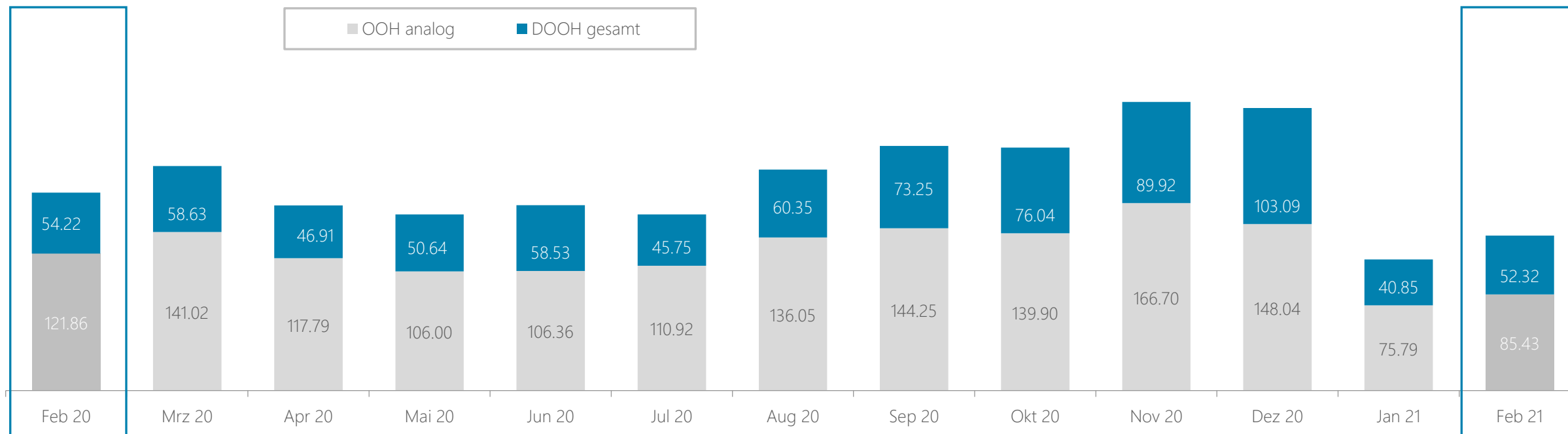
# Umsätze in der Außenwerbung

im Februar 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH liegt 3% unter Vorjahr

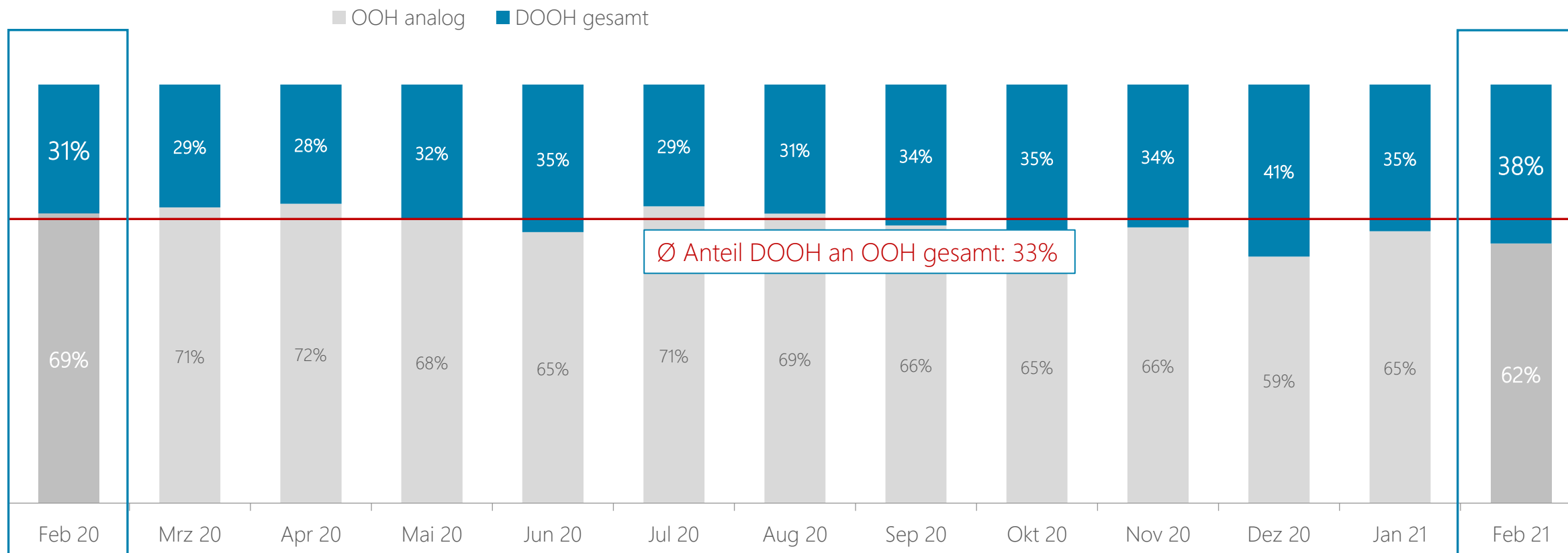
im Februar 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Mrz 20	Apr 20	Mai 20	Jun 20	Jul 20	Aug 20	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	
digital	8	-20	8	16	-22	32	21	4	18	15	-60	28	
analog	16	-16	-10	0	4	23	6	-3	19	-11	-49	13	
Abw. Februar 21 vs. Februar 20						digital: -3%	analog: -30%						
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Februar 20 - Februar 21						digital: 4%	analog: -1%						

# Feb 2021: DOOH-Marktanteil bei 38%

Anteil DOOH an OOH gesamt



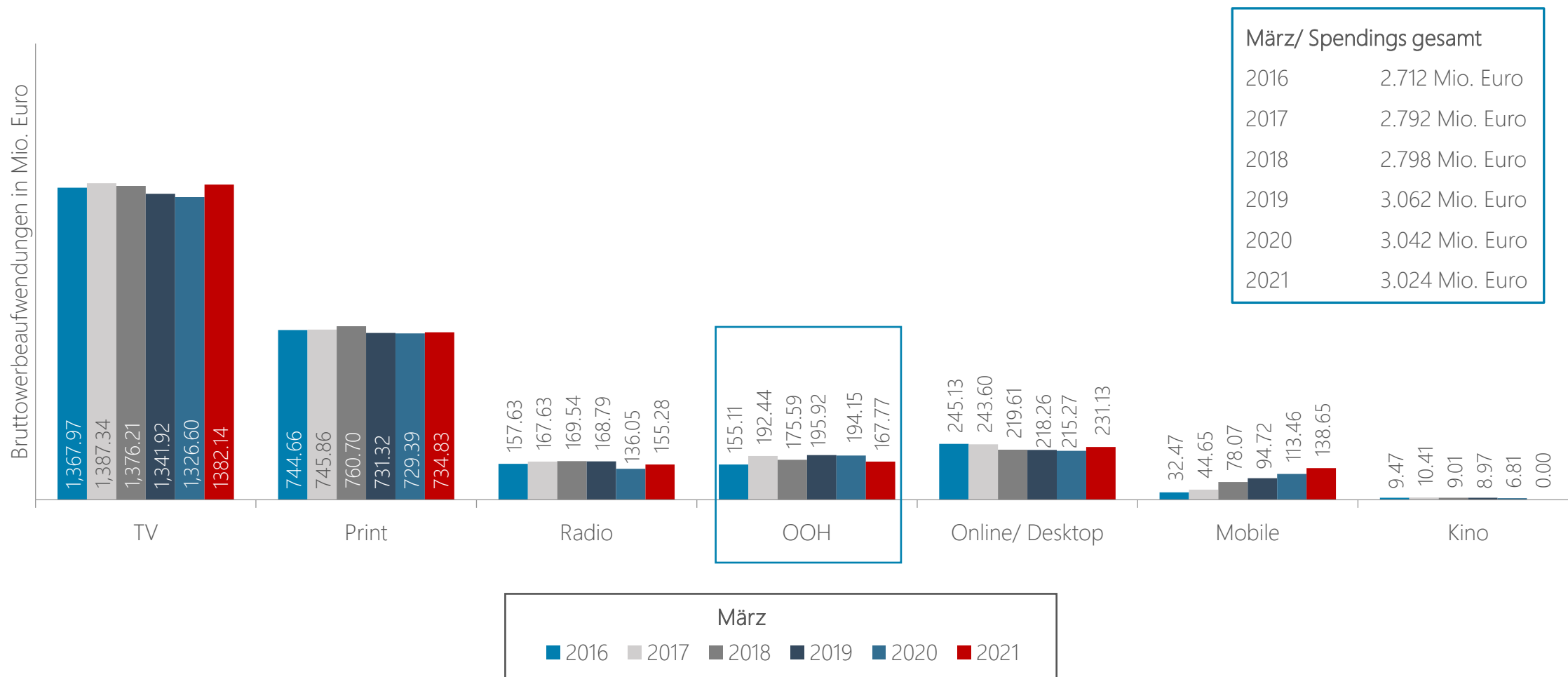


# Monatsvergleich Mrz 2020 / Mrz 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

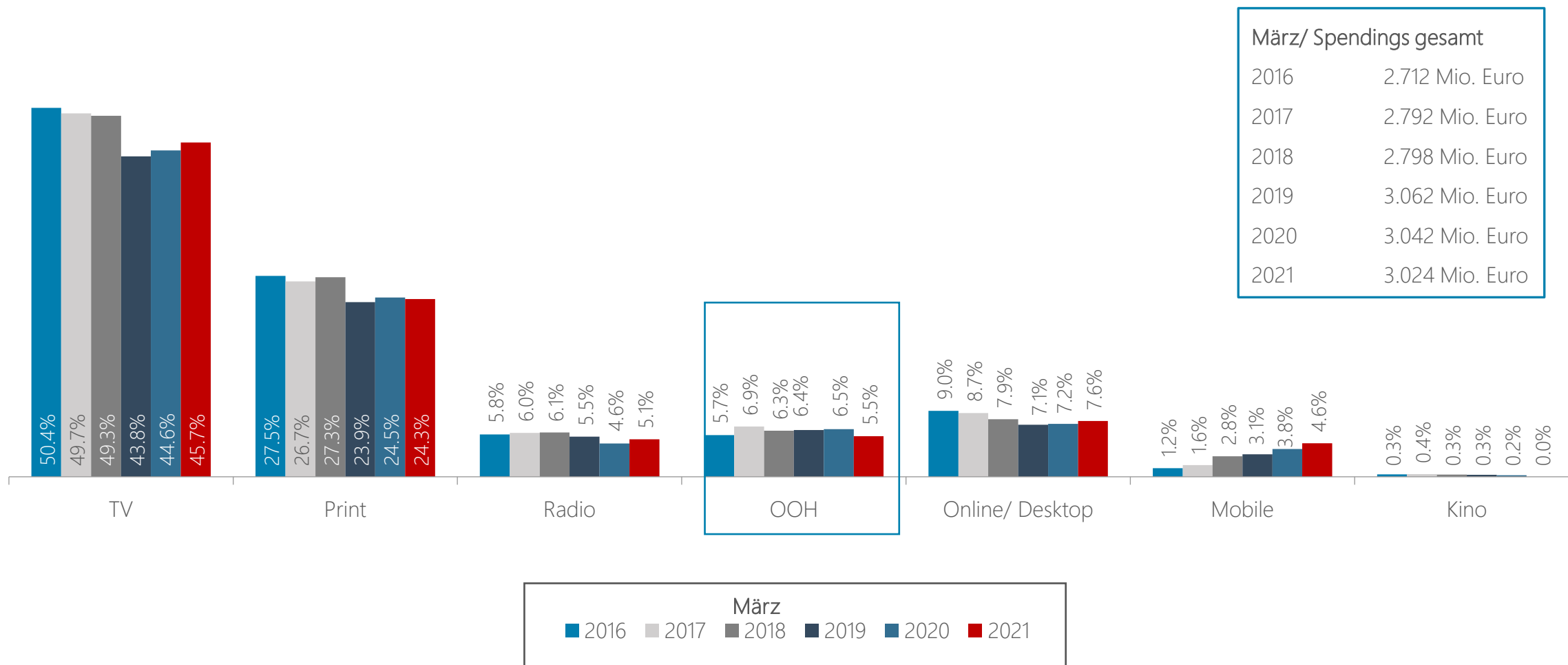
# März 2021: TV legt zu

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: März 2016 - 2021 im Vergleich



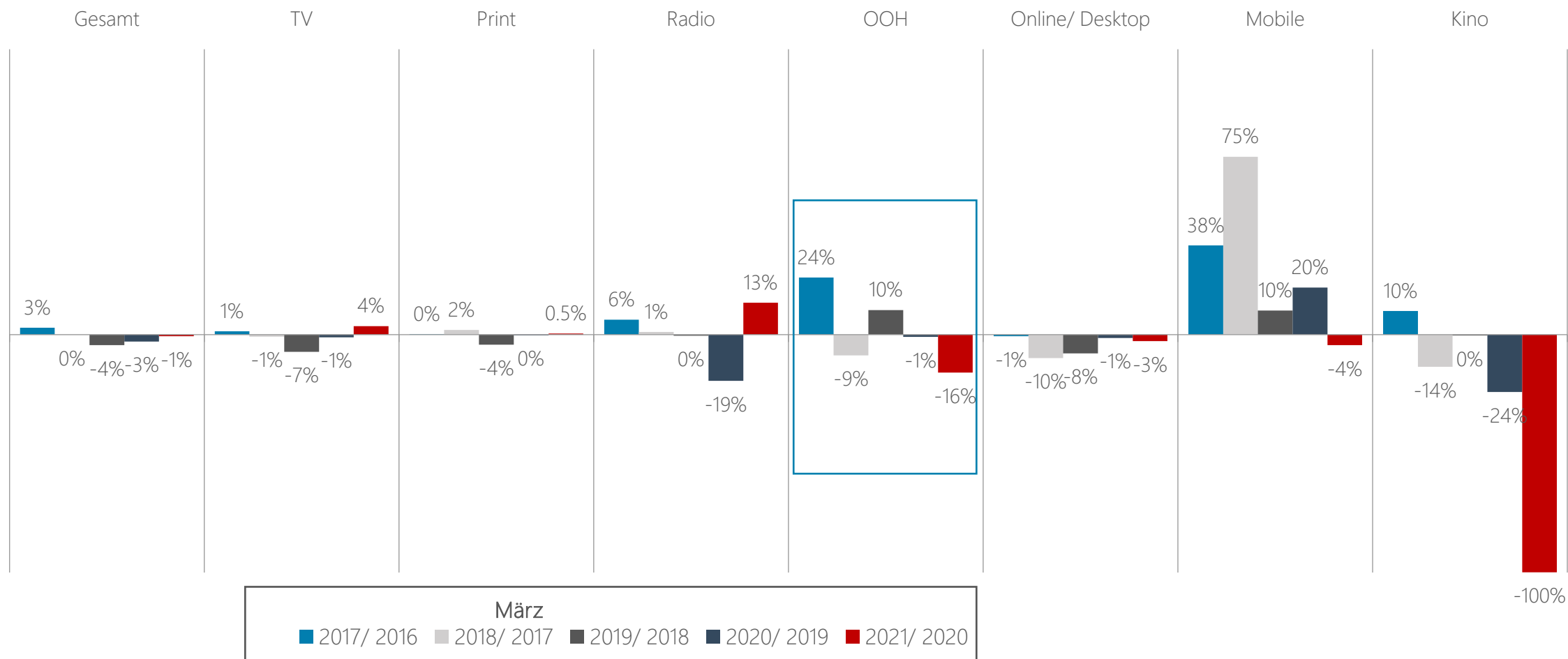
# März: OOH verliert Anteile

Anteile an Gesamtspendings in %: März 2016 - 2021 im Vergleich



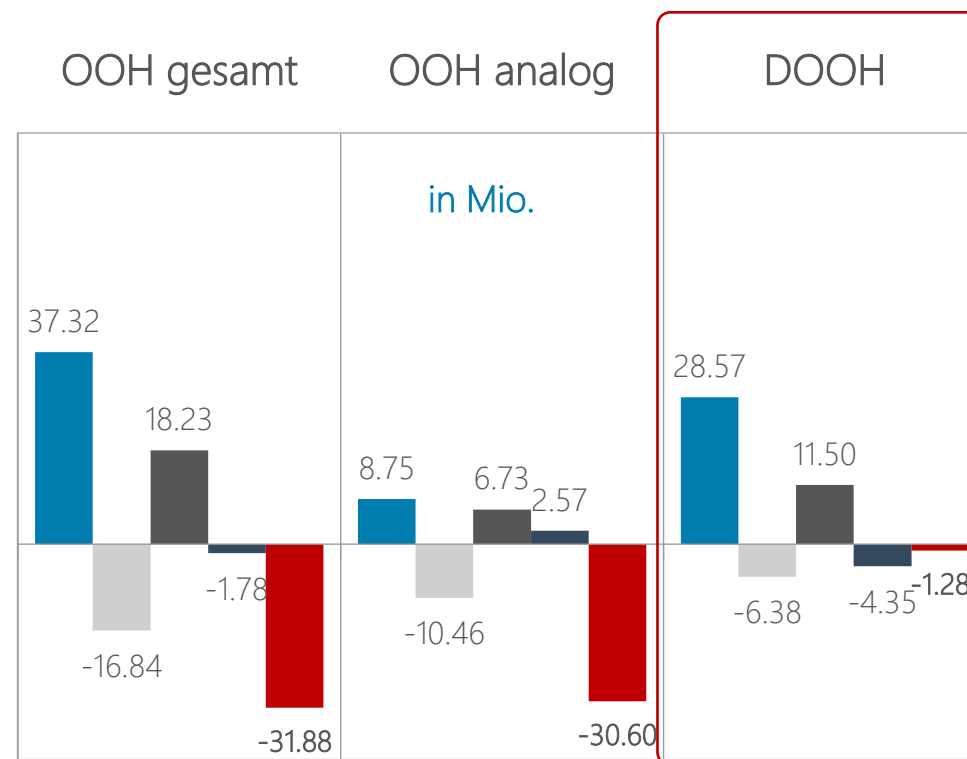
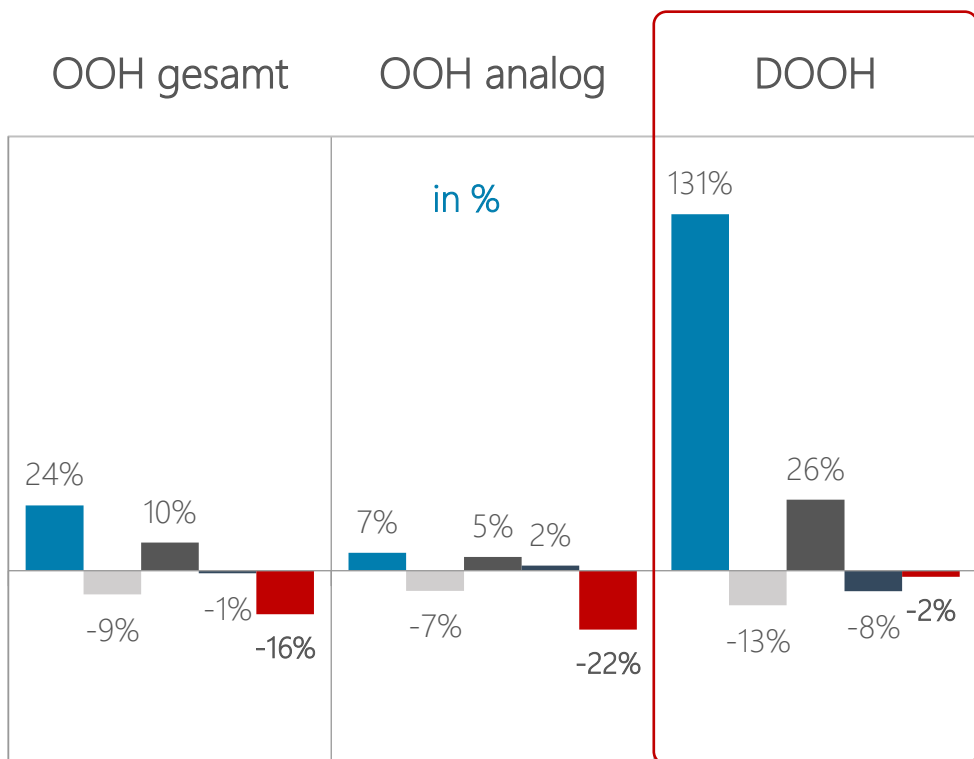
# OOH verliert im März 16%

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 2% unter Vorjahr

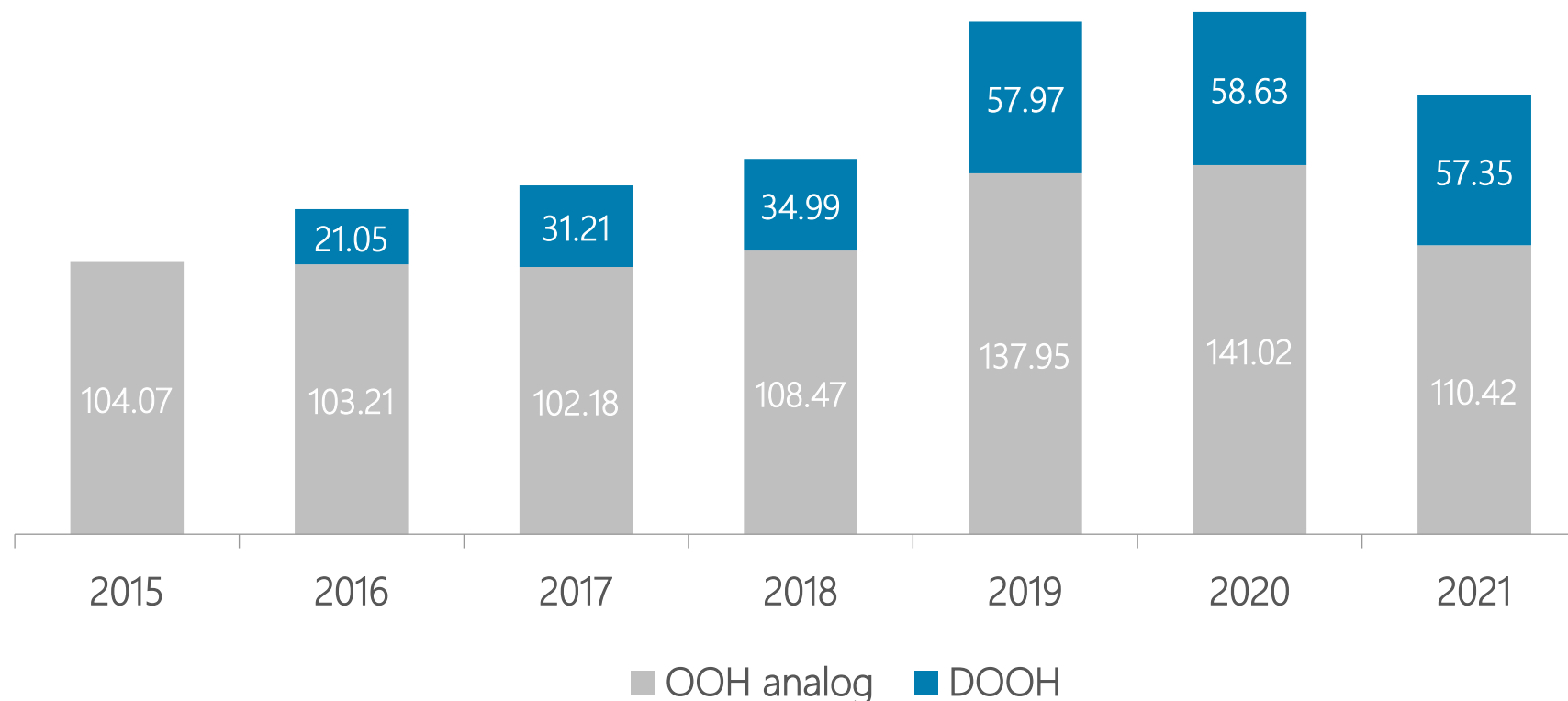
im März– jeweils im Vergleich zum März des Vorjahres





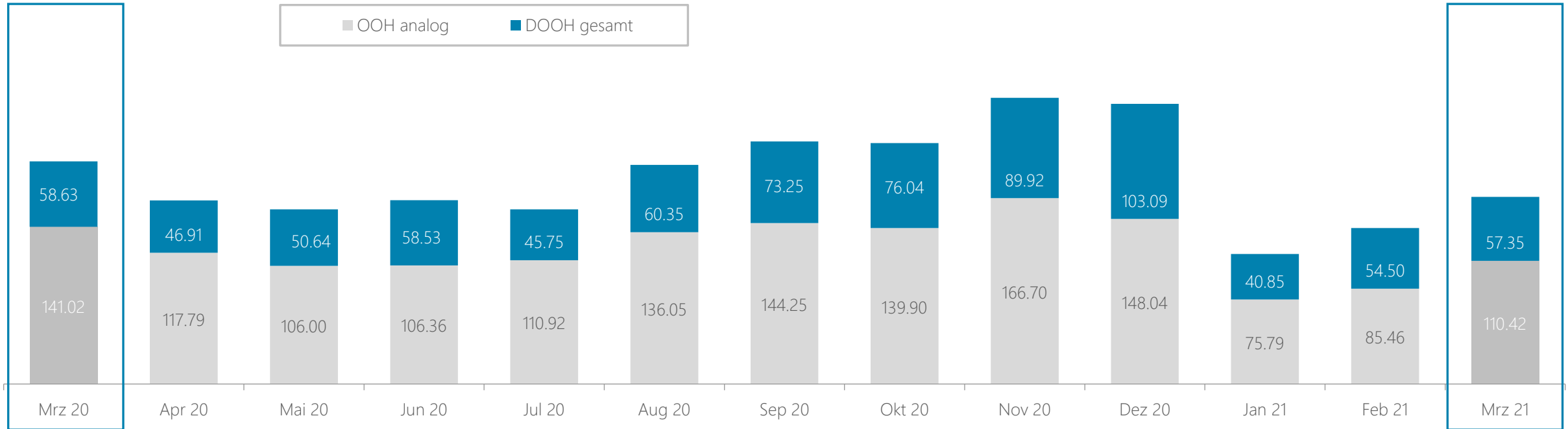
# Umsätze in der Außenwerbung

im März 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH verliert deutlich weniger als OOH

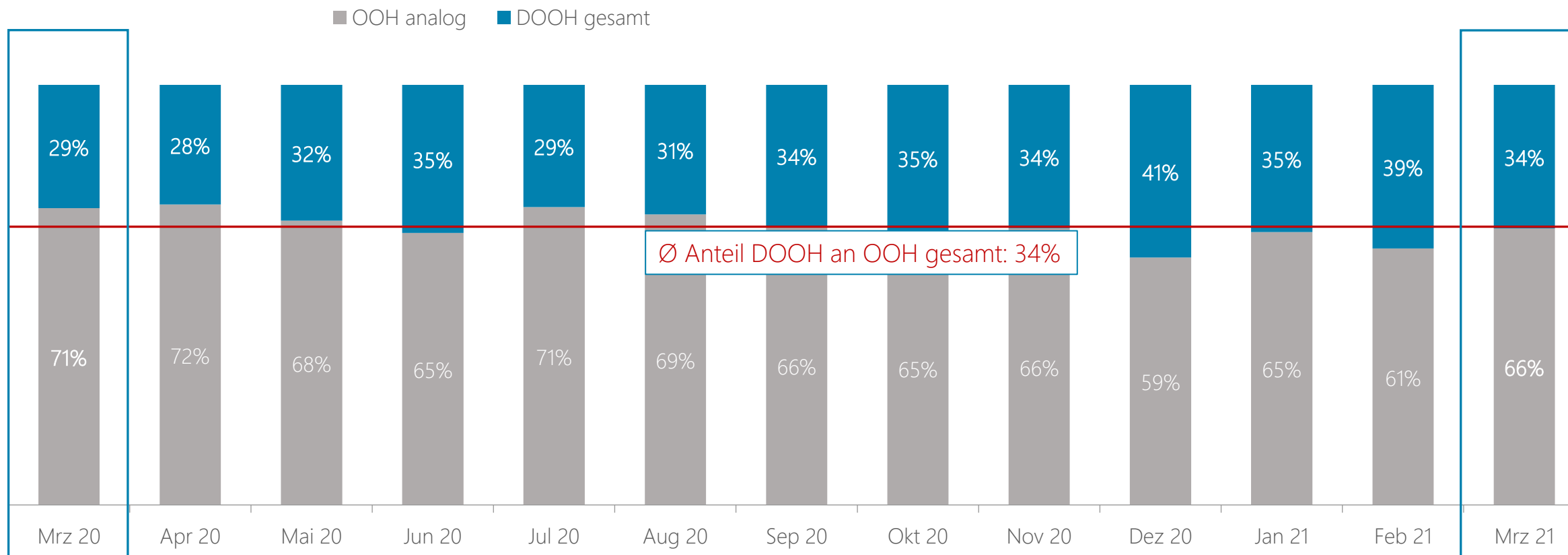
im März 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Apr 20	Mai 20	Jun 20	Jul 20	Aug 20	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21
digital	-20	8	16	-22	32	21	4	18	15	-60	33	5
analog	-16	-10	0	4	23	6	-3	19	-11	-49	13	29
Abw. März 21 vs. März 20				digital: -2%			analog: -22%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat März 20 - März 21				digital: 4%			analog: 0%					

# März 2021: DOOH-Marktanteil bei 34%

Anteil DOOH an OOH gesamt



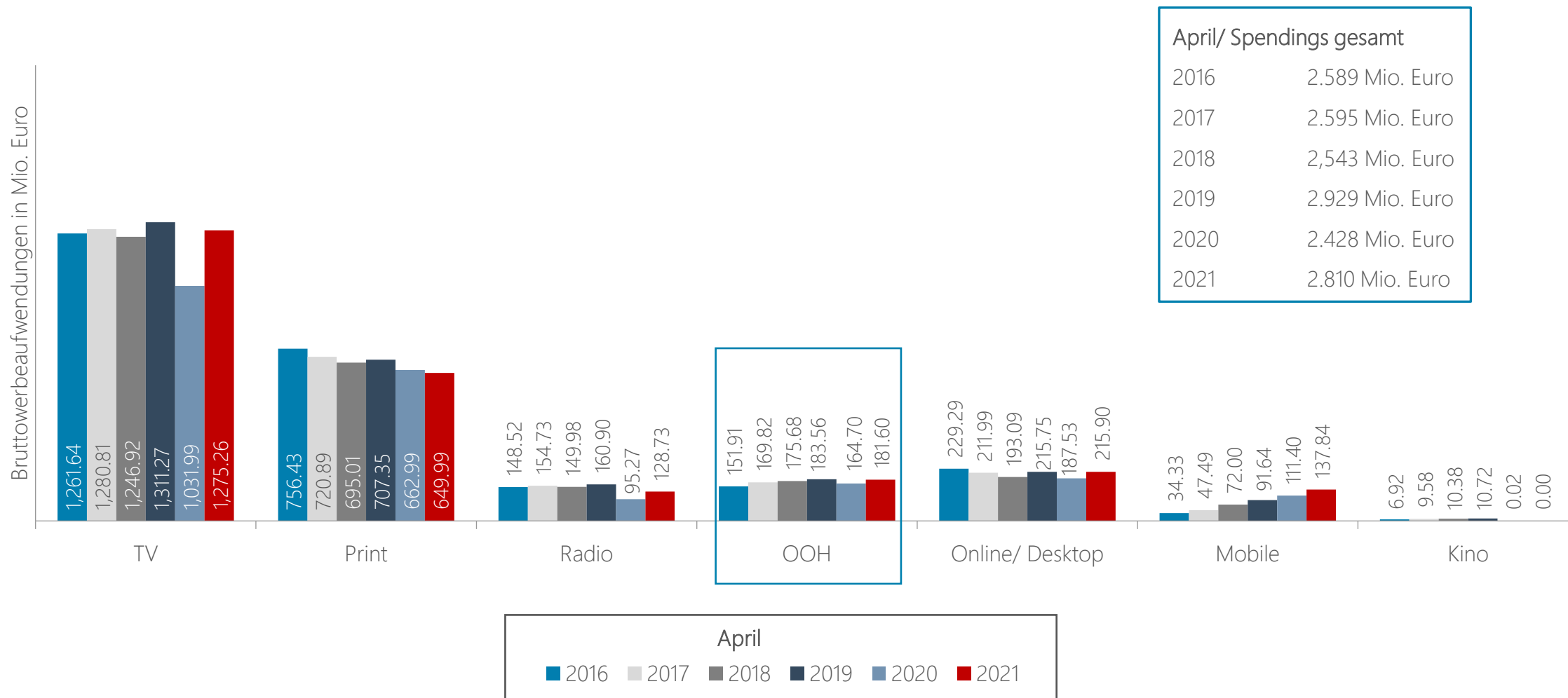


# Monatsvergleich Apr 2020 / Apr 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# April 2021: Zuwächse bei OOH und TV

außer bei Kino/ Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: April 2016 - 2021 im Vergleich

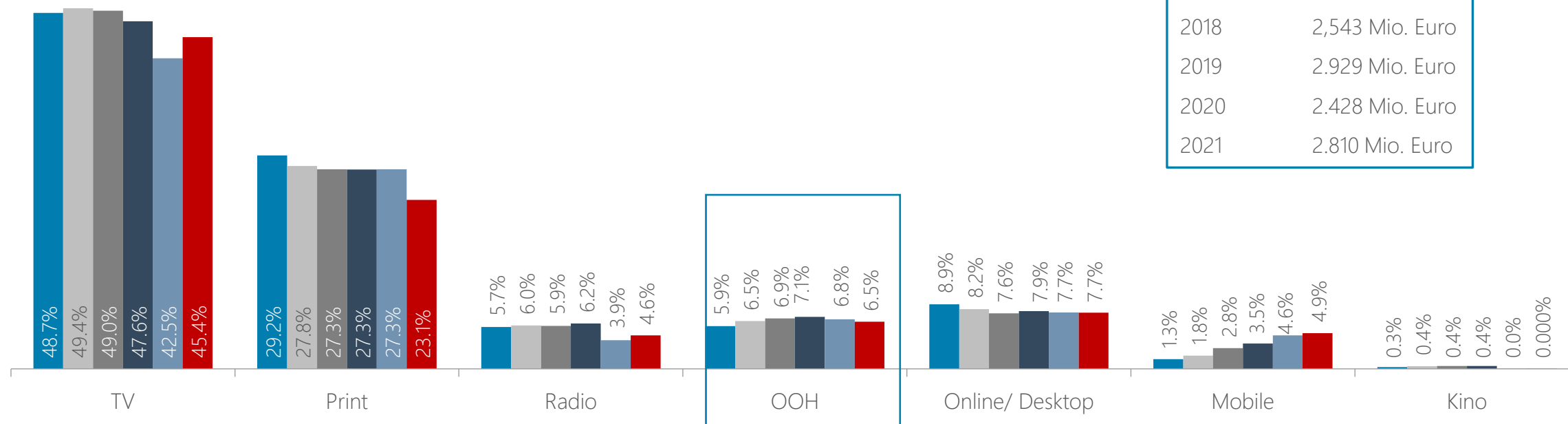


# April: OOH-Anteile stagnieren

Anteile an Gesamtspendings in %: April 2016 - 2021 im Vergleich

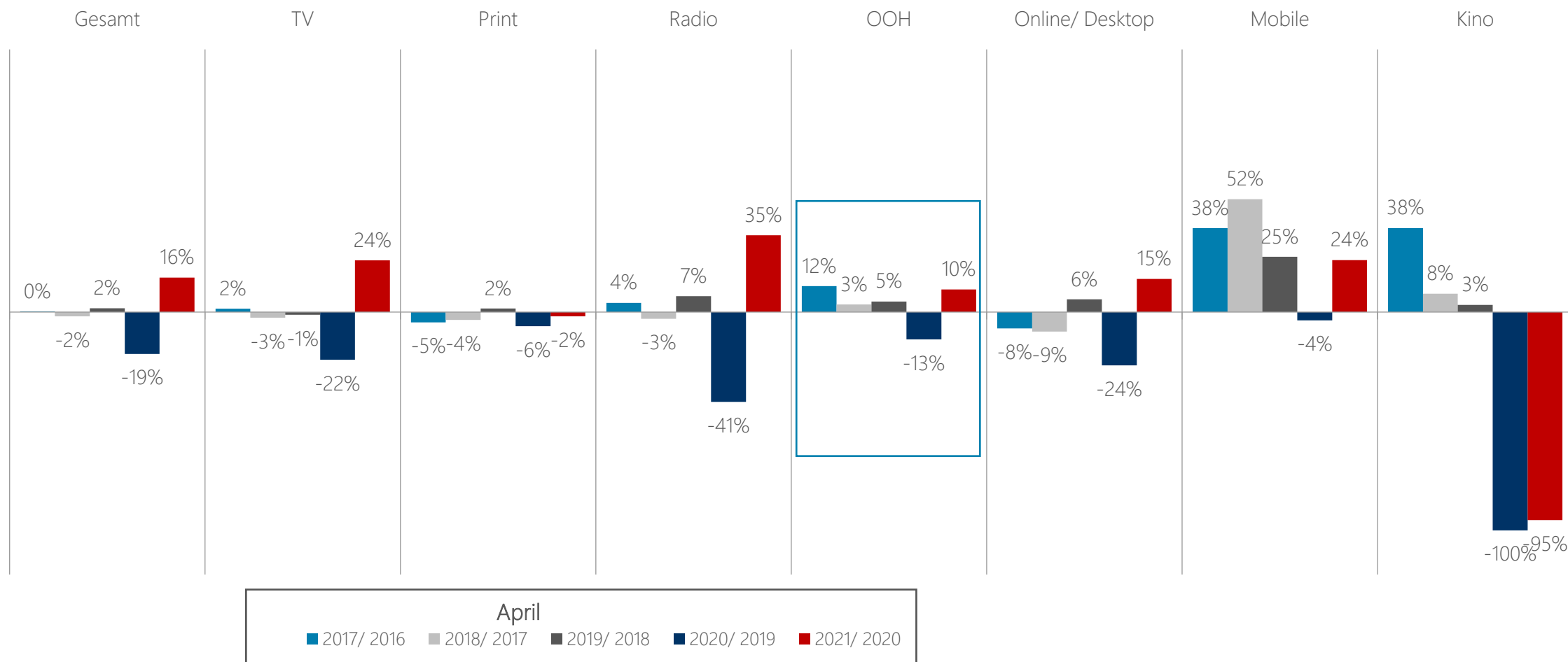
### April/ Spendings gesamt

2016	2.589 Mio. Euro
2017	2.595 Mio. Euro
2018	2,543 Mio. Euro
2019	2.929 Mio. Euro
2020	2.428 Mio. Euro
2021	2.810 Mio. Euro



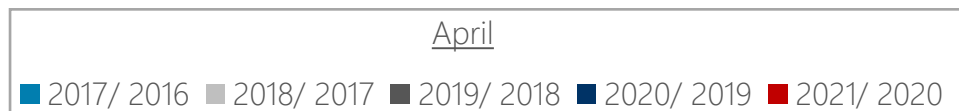
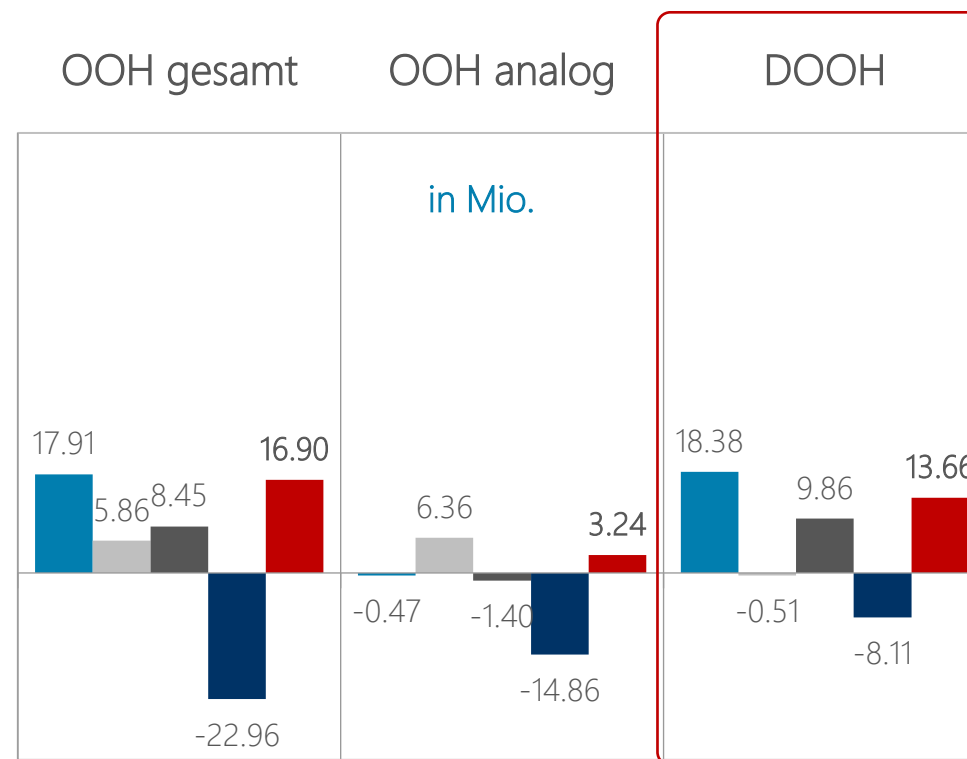
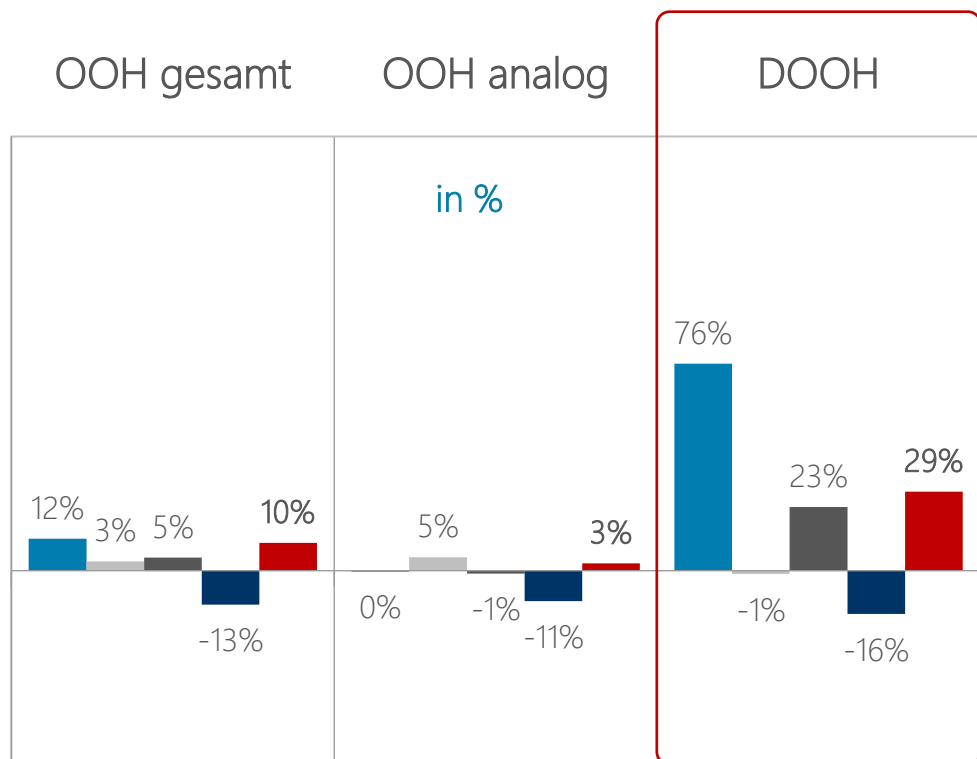
# April 21: 10% mehr OoH-Spendings

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 29% über Vorjahr

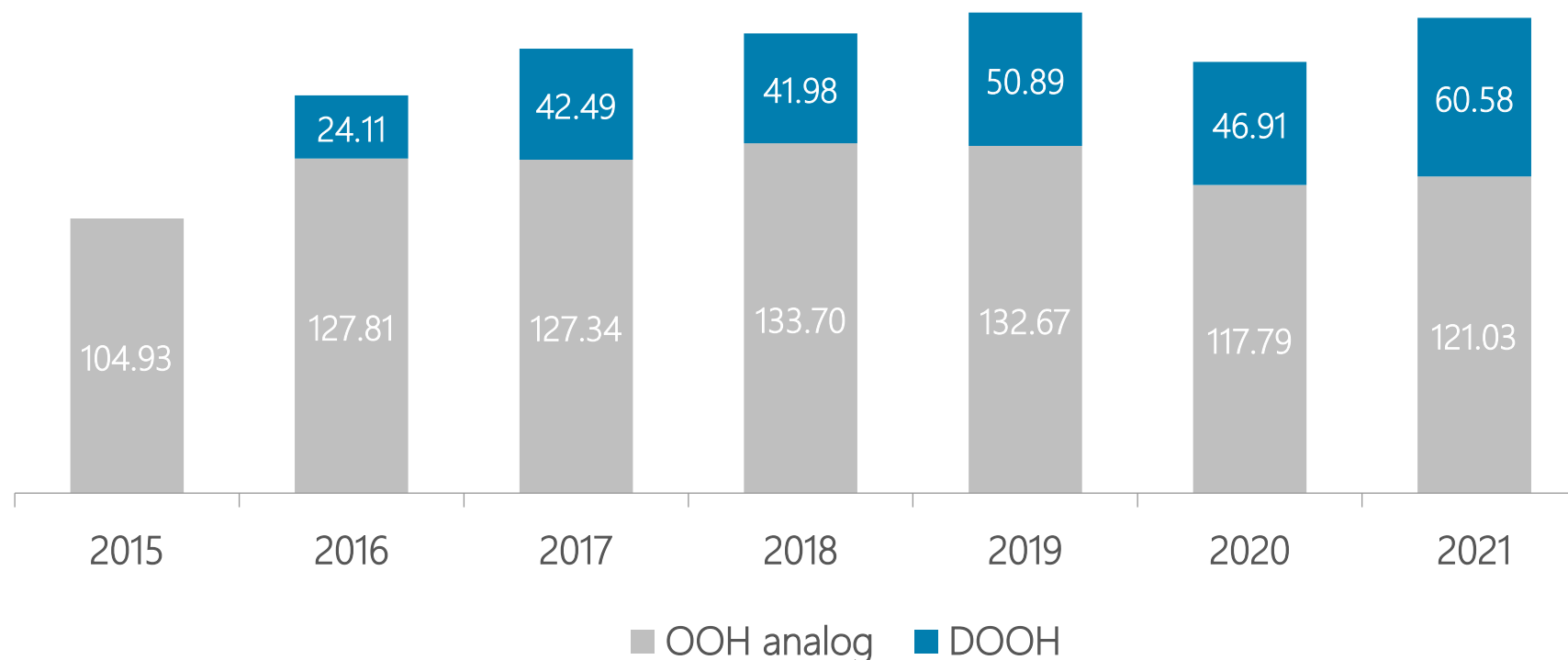
im April – jeweils im Vergleich zum Vorjahresmonat





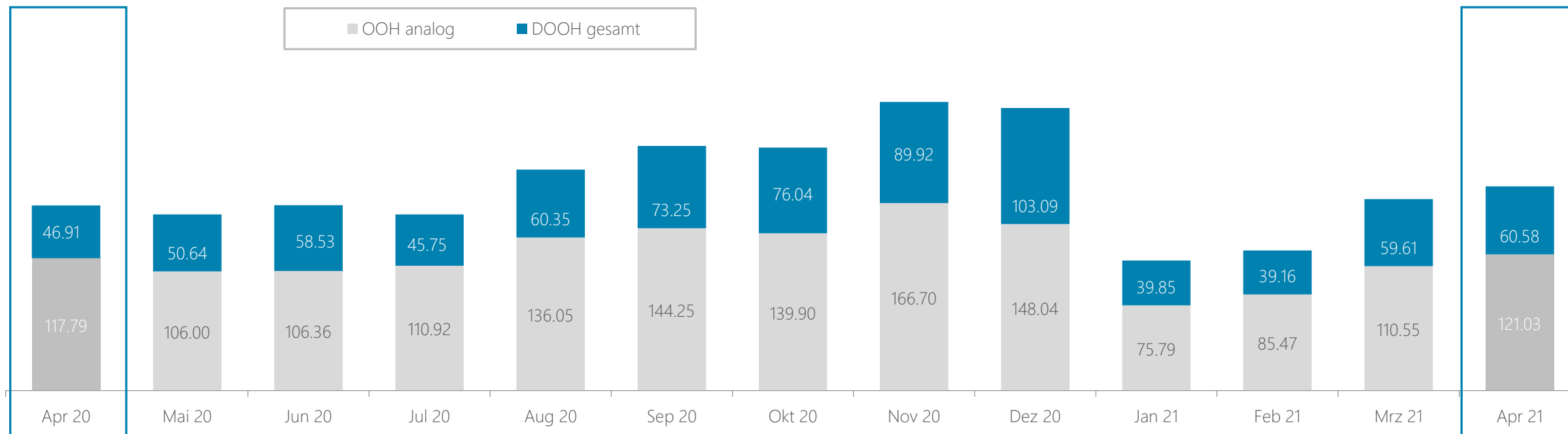
# Umsätze in der Außenwerbung

im April 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt deutlich stärker zu als OOH

im April 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

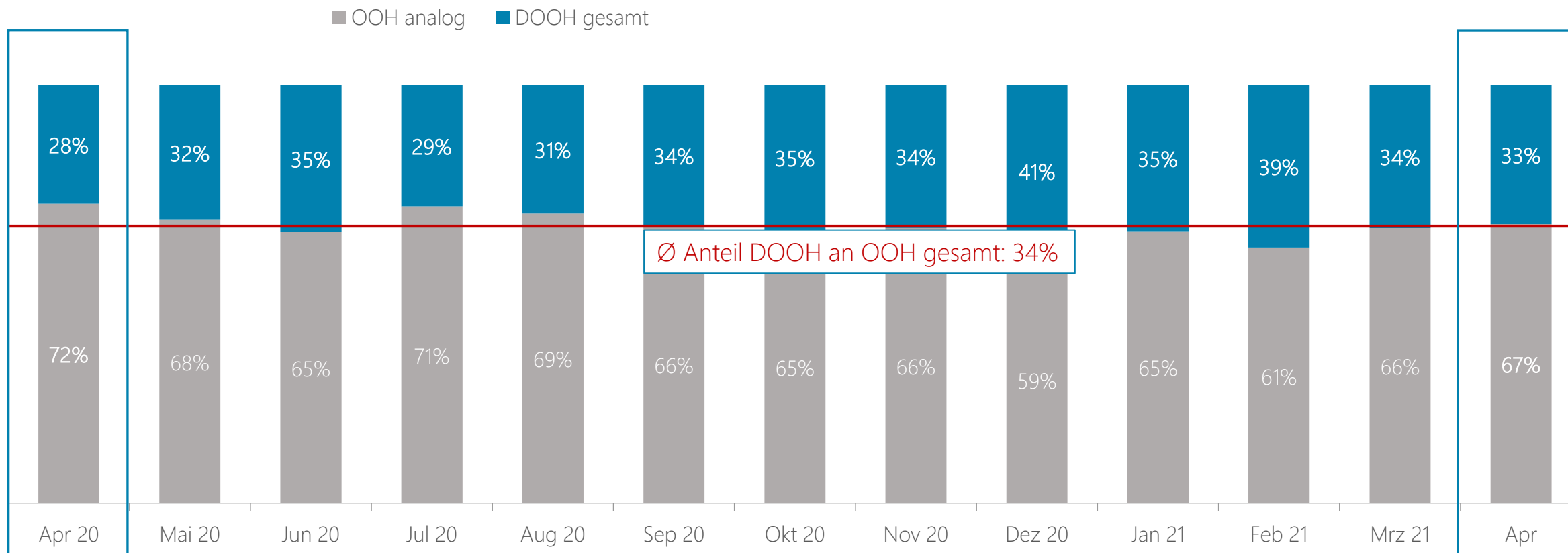


Abw. Vormonat	Mai 20	Jun 20	Jul 20	Aug 20	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21
digital	8	16	-22	32	21	4	18	15	-61	13	52	2
analog	-10	0	4	23	6	-3	19	-11	-49	-2	29	9
Abw. April 21 vs. April 20	digital: 29%						analog: 3%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat April 20 - April 21	digital: 7%						analog: 3%					

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – April 2021. Stand 2021-05-18

# April 2021: DOOH-Marktanteil bei 33%

Anteil DOOH an OOH gesamt





# Monatsvergleich Mai 2020 / Mai 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Mai 2021: OOH legt zu

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Mai 2016 - 2021 im Vergleich

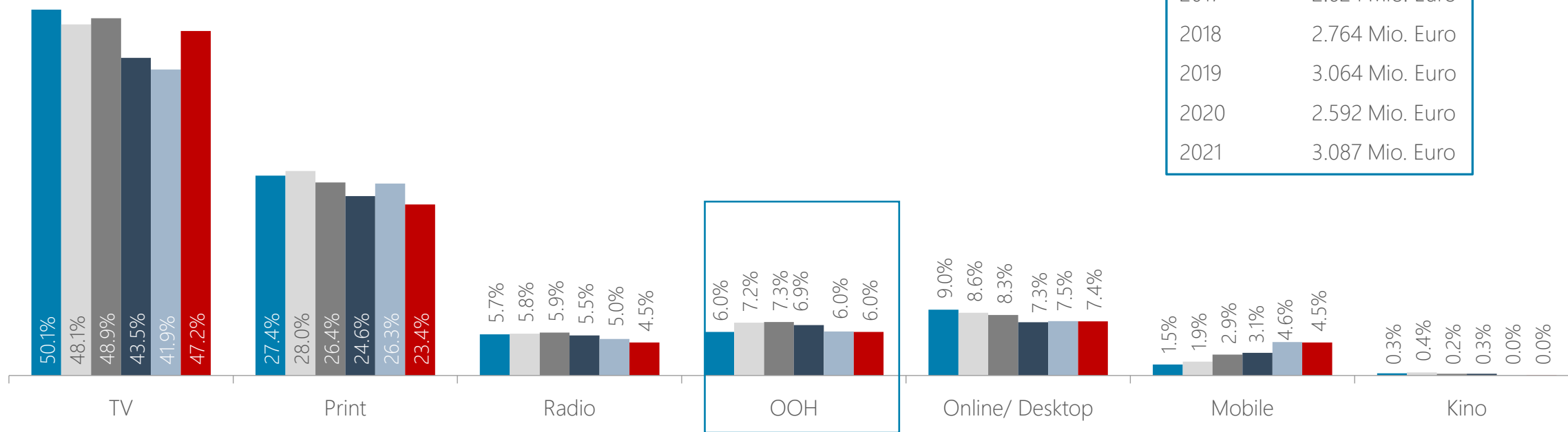


# Mai: OOH hält Anteile

Anteile an Gesamtspendings in %: Mai 2016 - 2021 im Vergleich

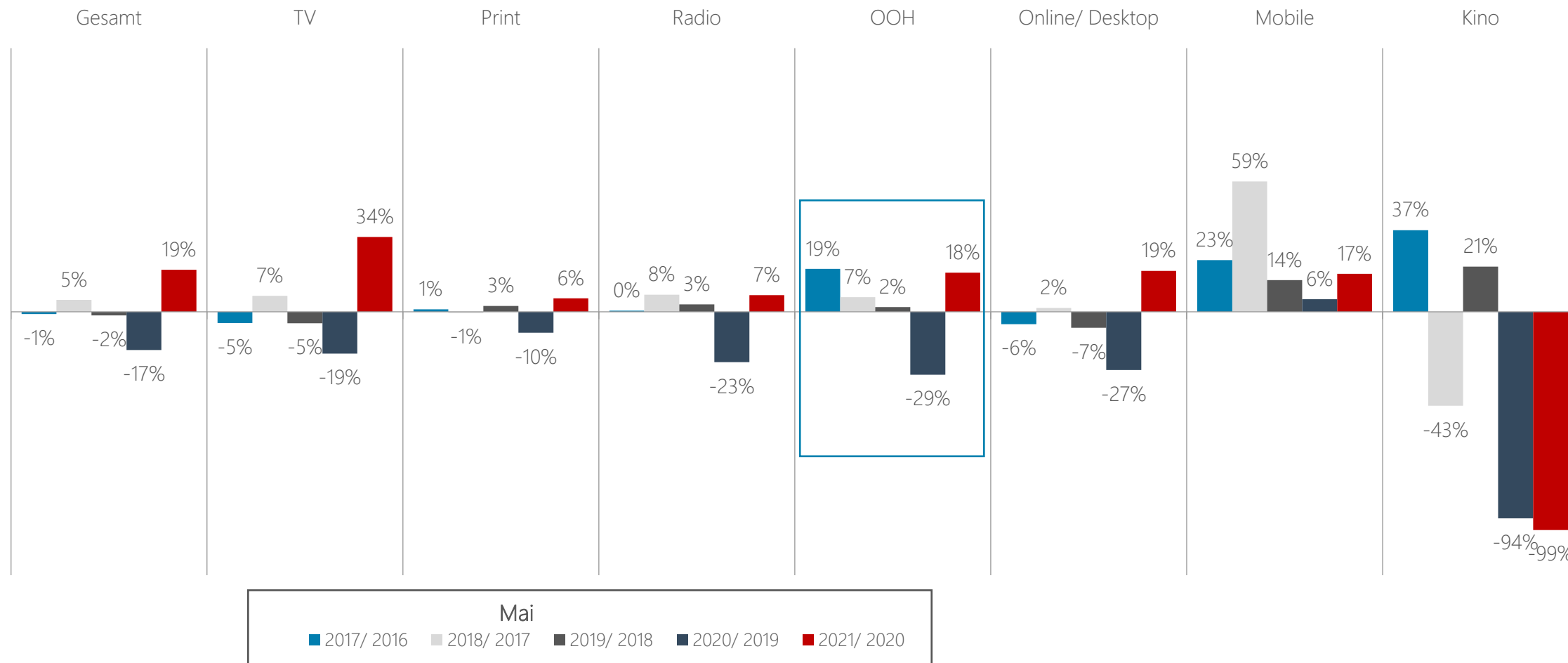
### Mai/ Spendings gesamt

2016	2.654 Mio. Euro
2017	2.624 Mio. Euro
2018	2.764 Mio. Euro
2019	3.064 Mio. Euro
2020	2.592 Mio. Euro
2021	3.087 Mio. Euro



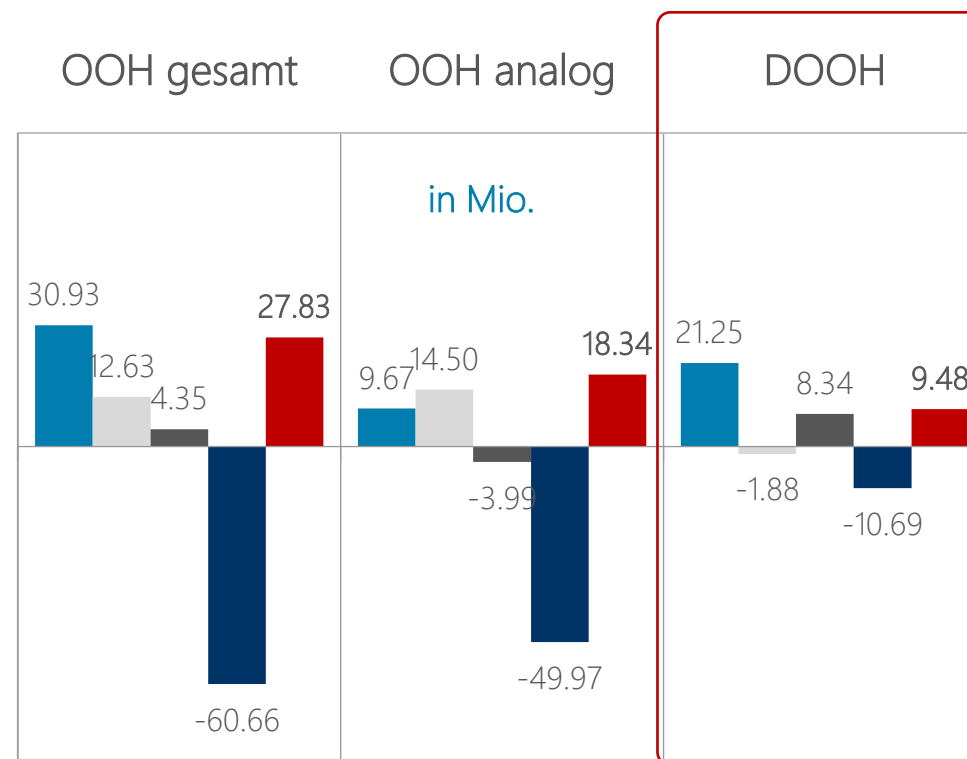
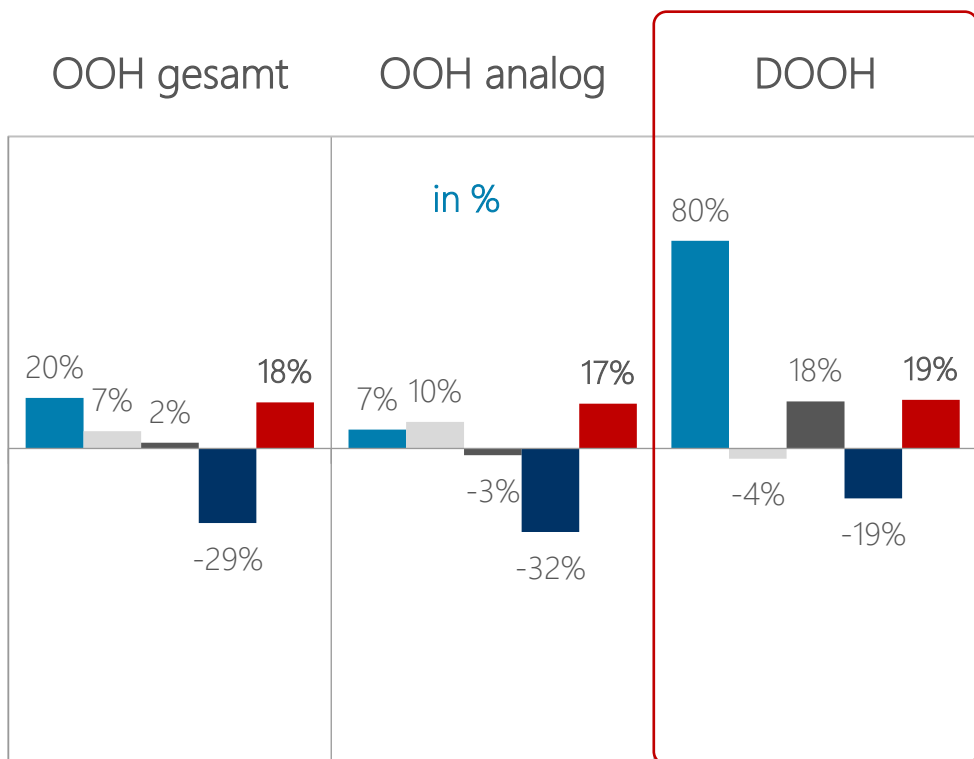
# OOH gewinnt im Mai 18%

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH wächst überproportional

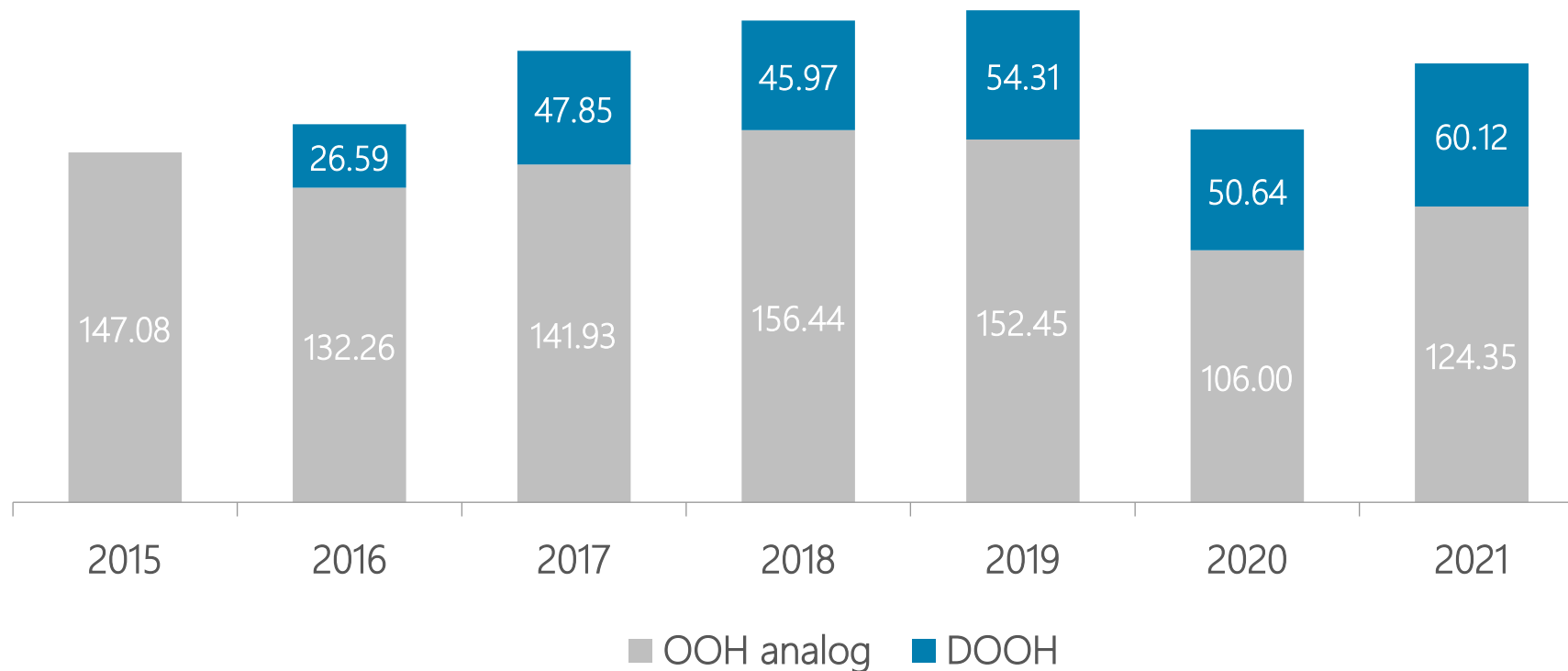
im Mai– jeweils im Vergleich zum Mai des Vorjahres





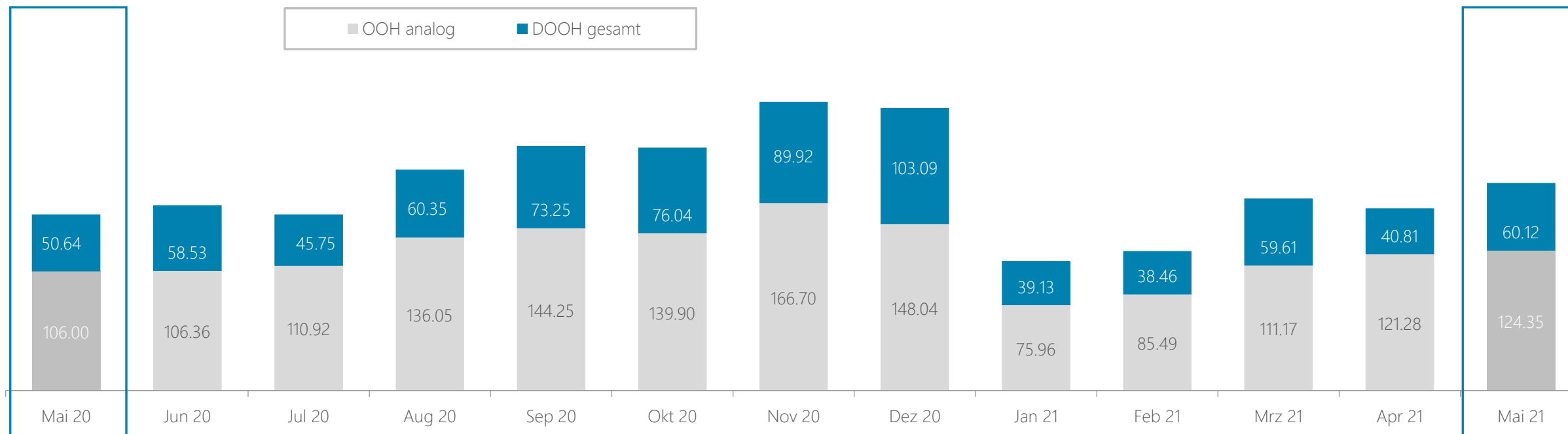
# Umsätze in der Außenwerbung

im Mai 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt stärker zu als OOH

im Mai 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

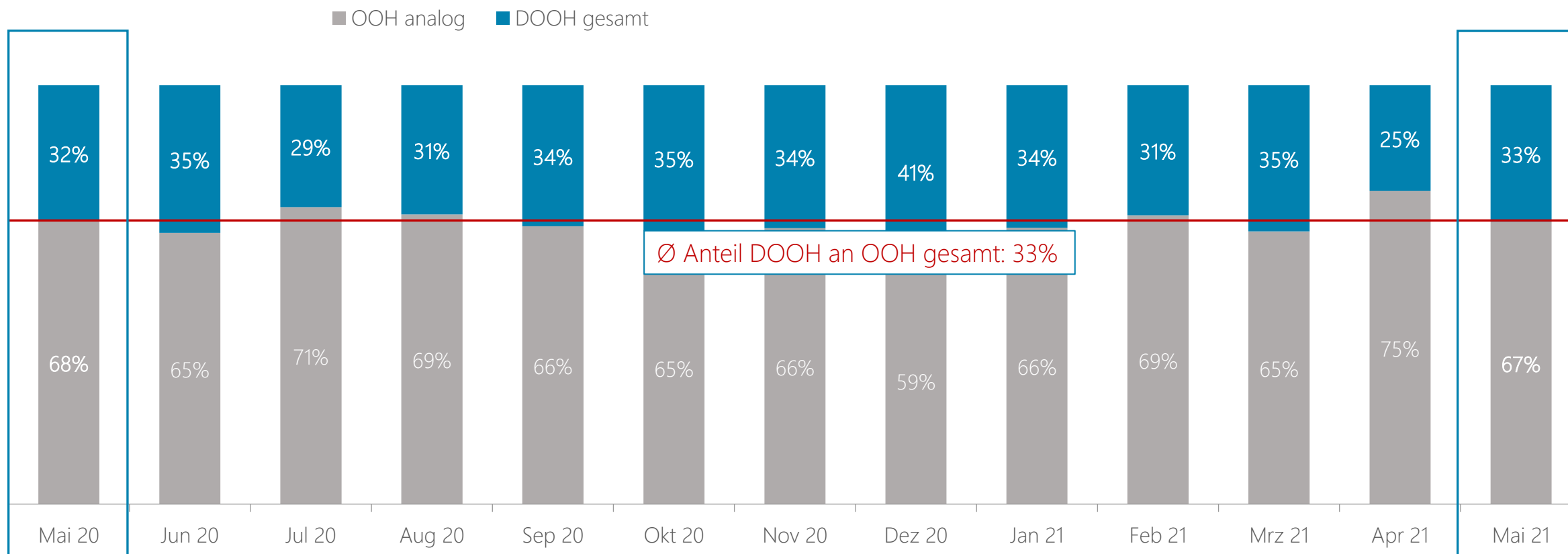


Abw. Vormonat	Jun 20	Jul 20	Aug 20	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21
digital	16	-22	32	21	4	18	15	-62	13	55	-32	47
analog	0	4	23	6	-3	19	-11	-49	-2	30	9	3
Abw. Mai 21 vs. Mai 20	digital: 19%					analog: 17%						
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Mai 20 - Mai 21	digital: 8%					analog: 4%						

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – Mai 2021. Stand 2021-06-16

# Mai 2021: DOOH-Marktanteil bei 33%

Anteil DOOH an OOH gesamt



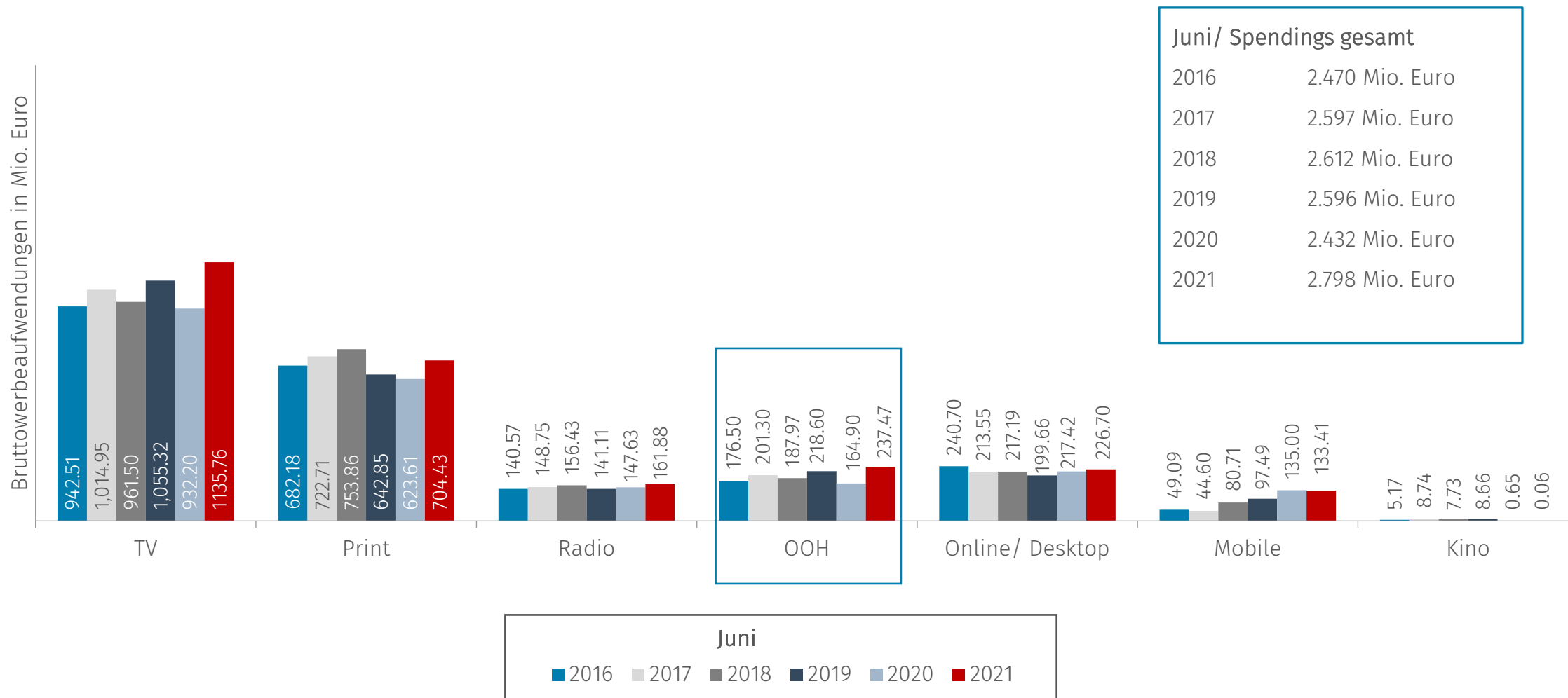


# Monatsvergleich Juni 2020 / Juni 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Juni 2021: OOH über Niveau von 2020

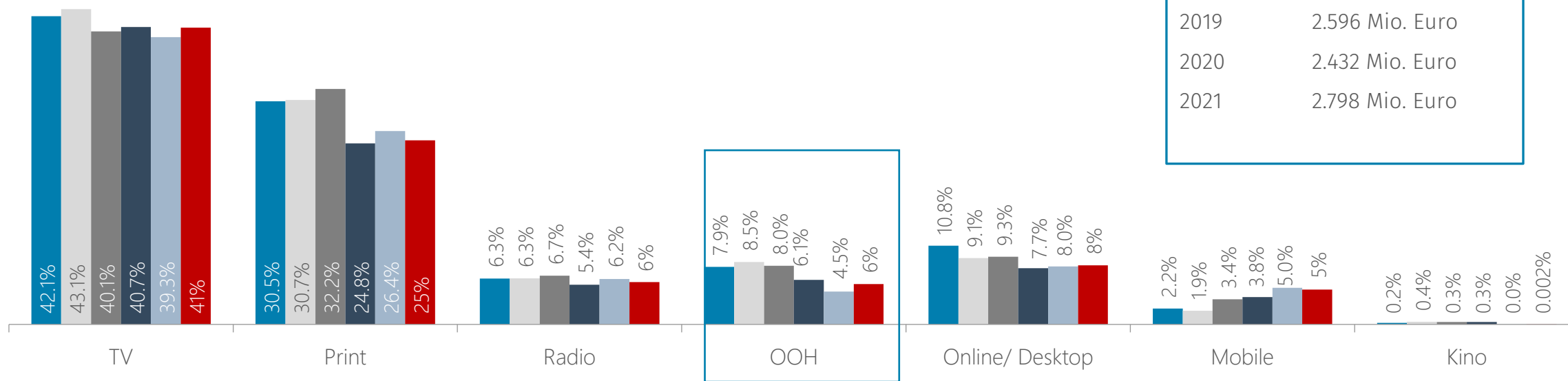
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Juni 2016 - 2021 im Vergleich



# Juni 2021: OHH gewinnt Anteile zurück

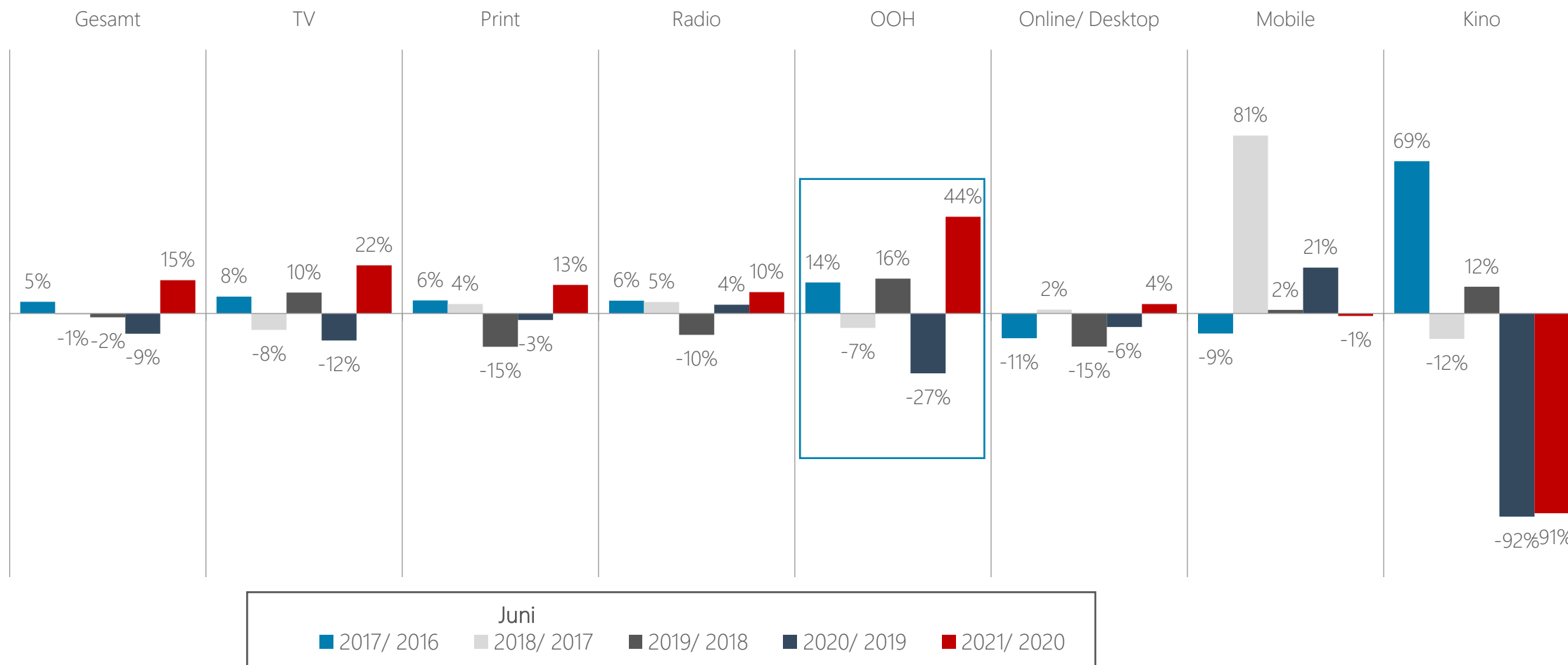
Anteile an Gesamtspendings in %: Juni 2016 - 2021 im Vergleich

Juni/ Spendings gesamt	
2016	2.470 Mio. Euro
2017	2.597 Mio. Euro
2018	2.612 Mio. Euro
2019	2.596 Mio. Euro
2020	2.432 Mio. Euro
2021	2.798 Mio. Euro



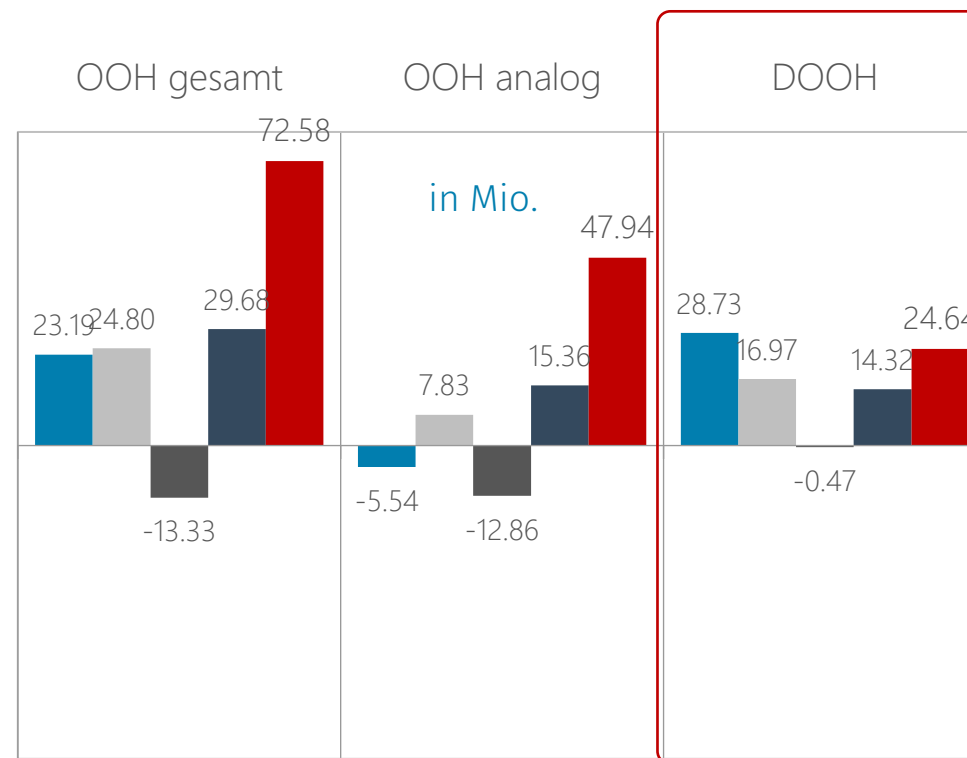
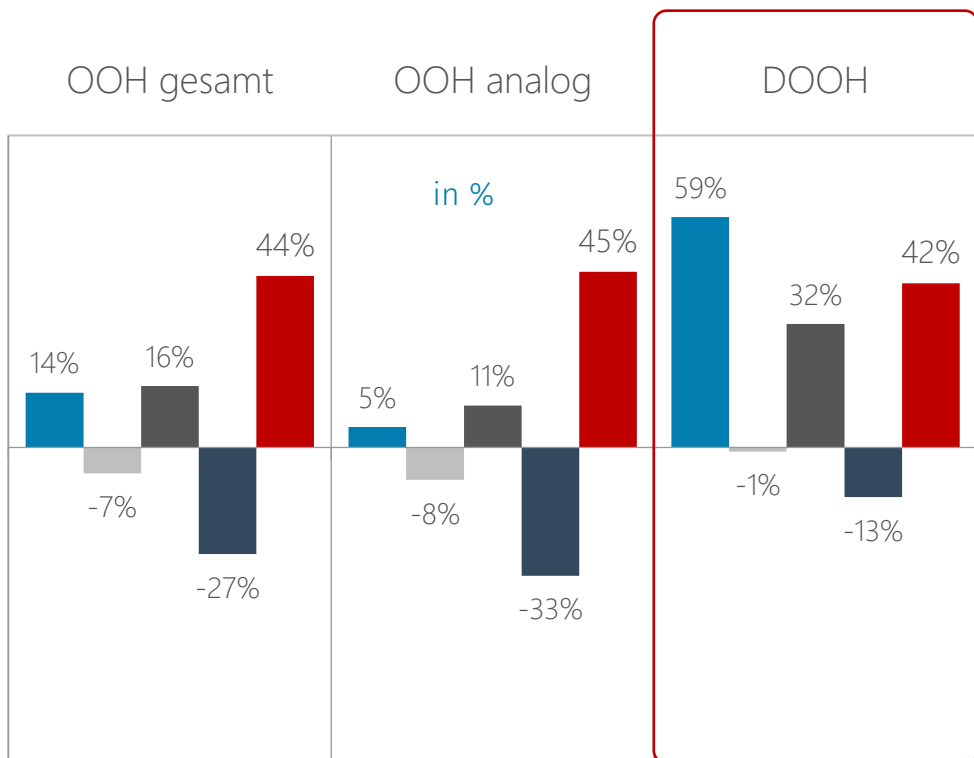
# OOH gewinnt im Juni 2021 44%

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# OOH: Starke Zugewinne im OOH Segment

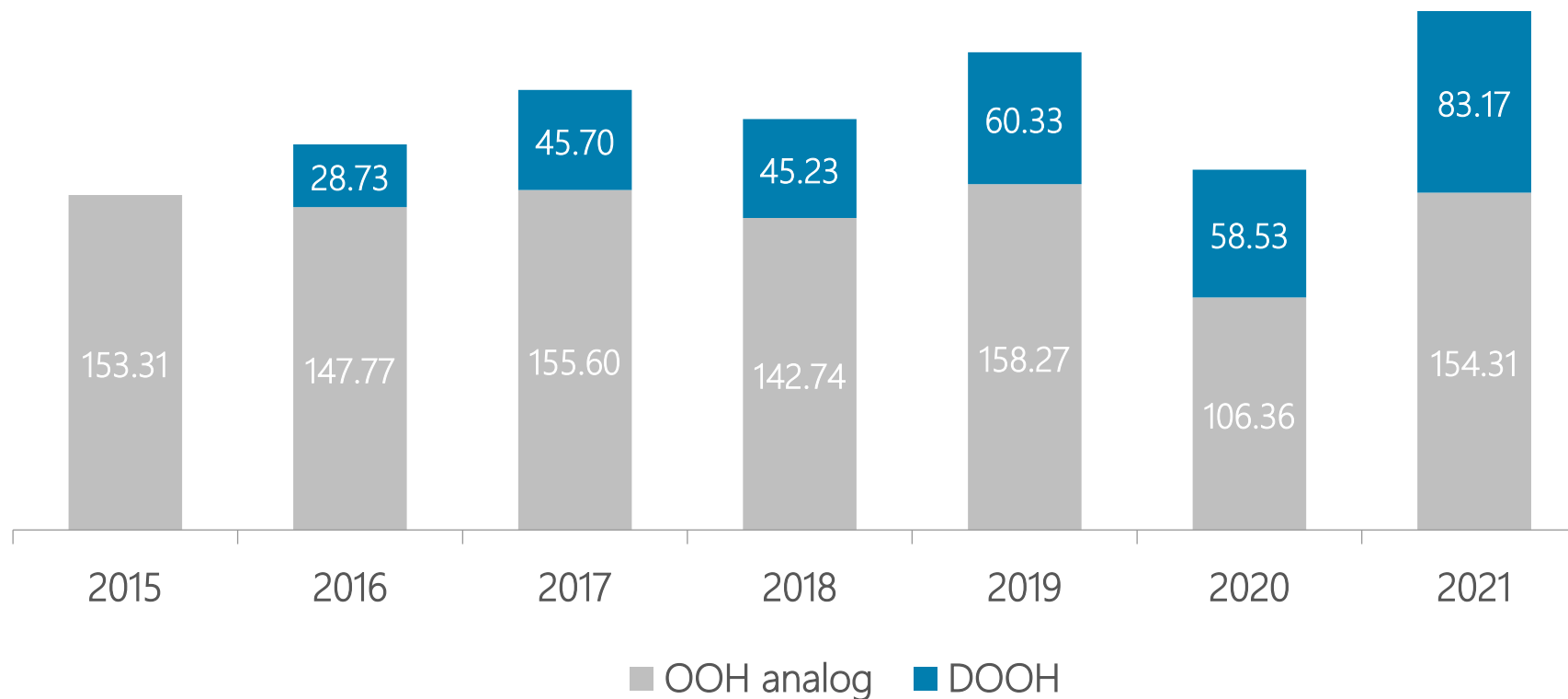
im Juni – jeweils im Vergleich zum Juni des Vorjahres





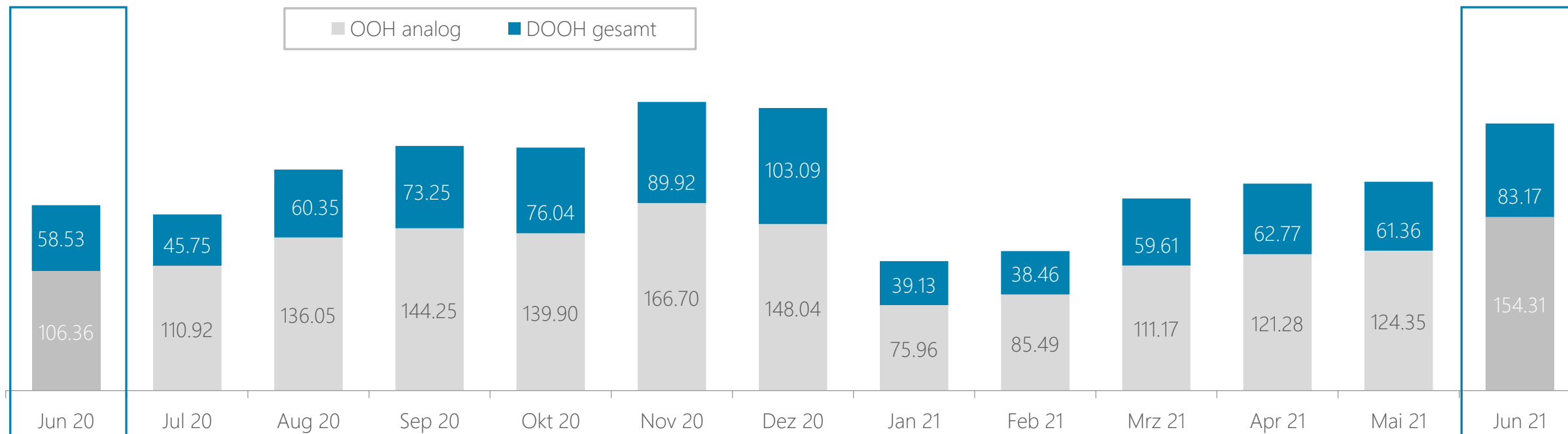
# Umsätze in der Außenwerbung

im Juni 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# OOH legt wieder zu

im Juni 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

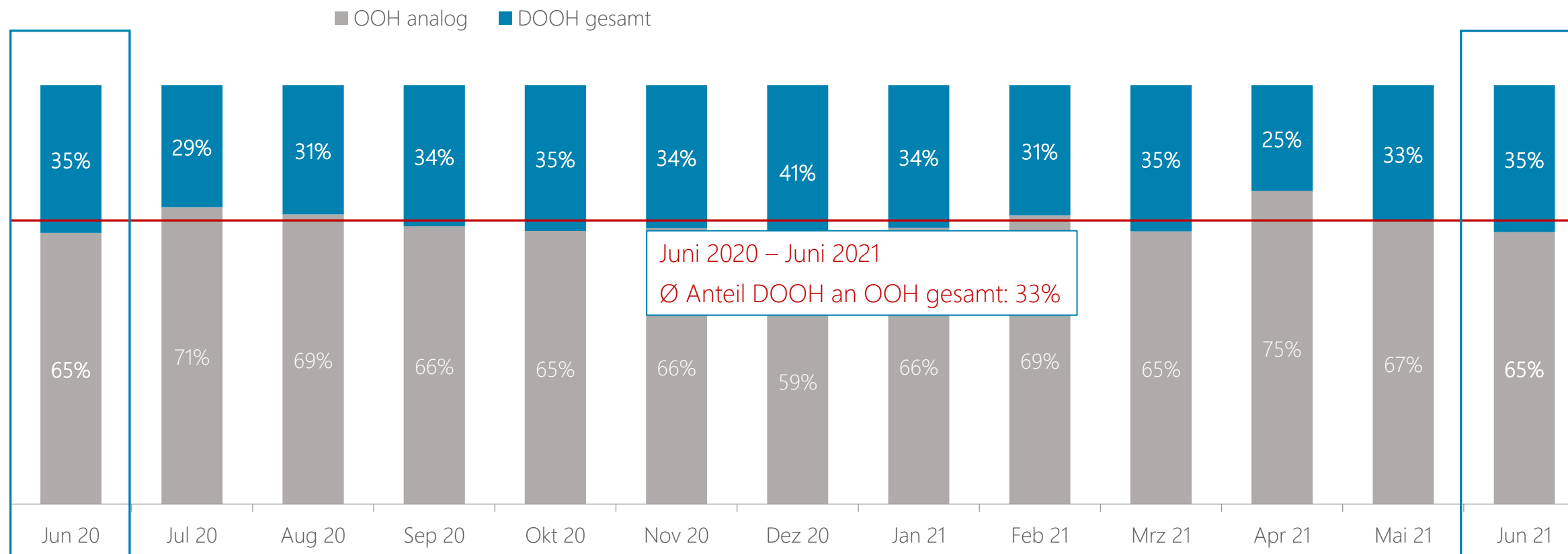


Abw. Vormonat	Jul 20	Aug 20	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21
digital	-22	32	21	4	18	15	-62	-2	55	5	-2	36
analog	4	23	6	-3	19	-11	-49	13	30	9	3	24
Abw. Juni 21 vs. Juni 20	digital: 42%					analog: 45%						
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Juni 20 - Juni 21	digital: 8%					analog: 6%						

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – Juni 2021. Stand 2021-07-15

# Juni 2021: DOOH-Marktanteil bei 35%

Anteil DOOH an OOH gesamt



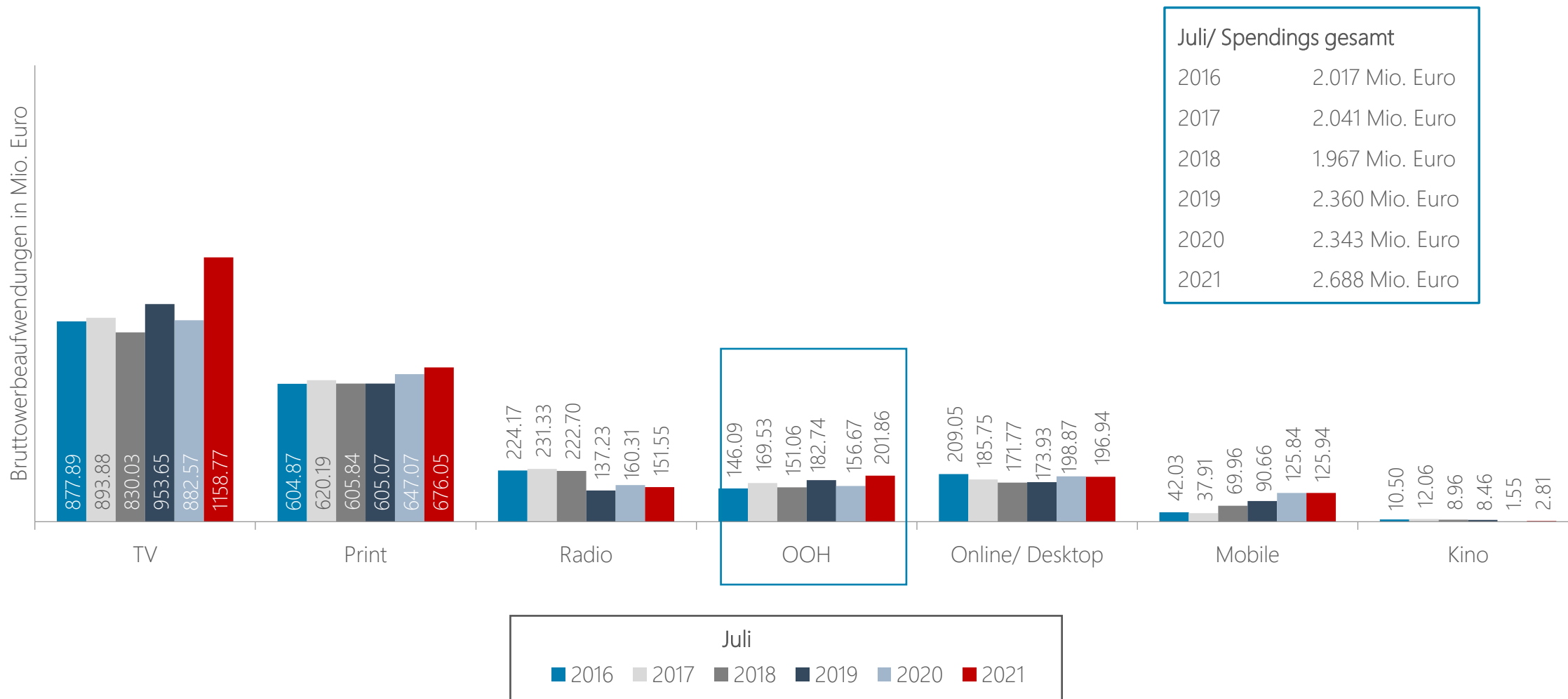


# Monatsvergleich Juli 2020 / Juli 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Juli 2021: TV und OOH legen zu

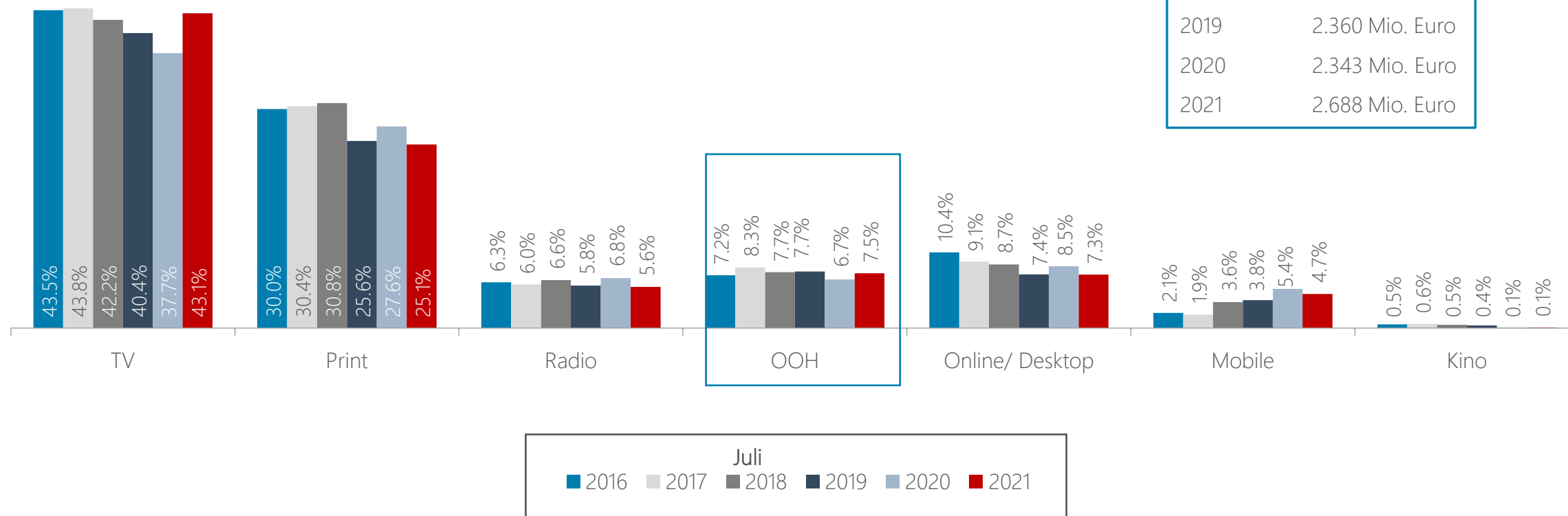
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Juli 2016 - 2021 im Vergleich



# Juli 2021: OOH gewinnt Marktanteile hinzu

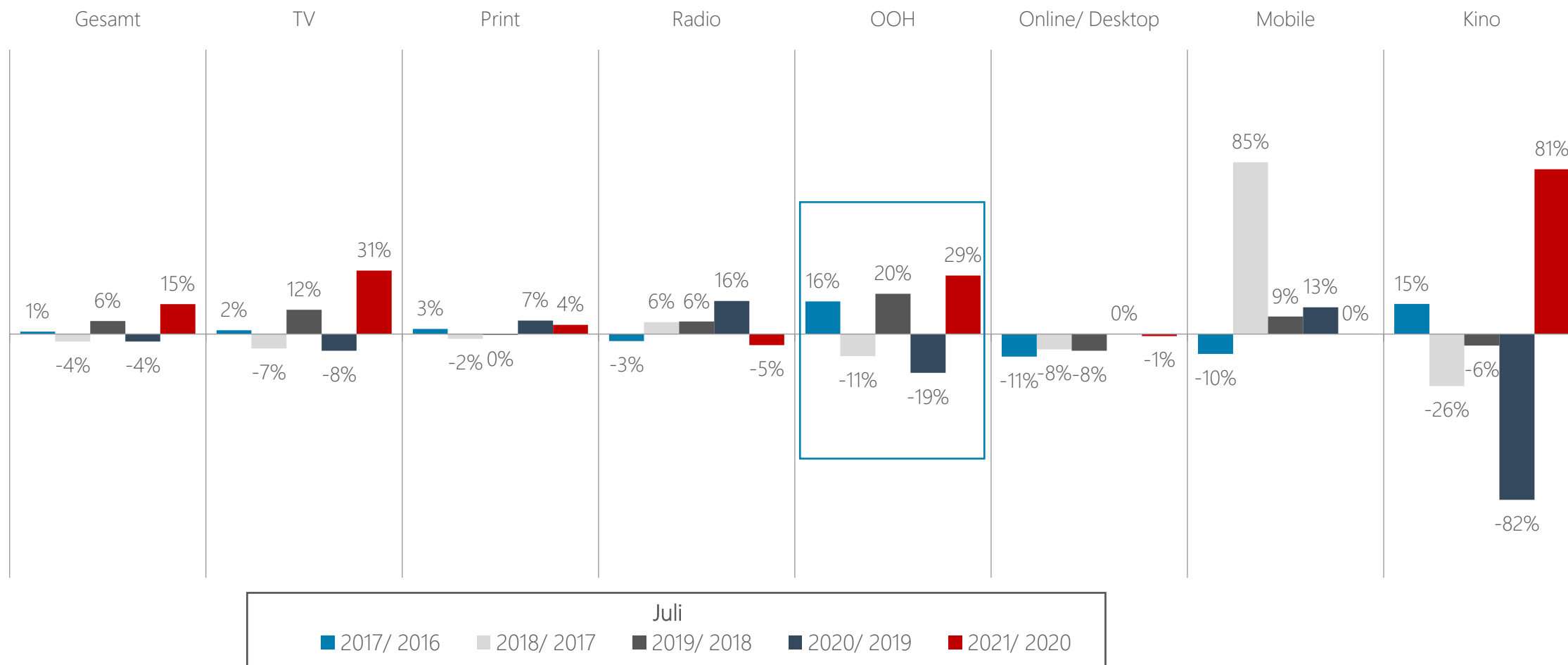
Anteile an Gesamtspendings in %: Juli 2016 - 2021 im Vergleich

Juli/ Spendings gesamt	
2016	2.017 Mio. Euro
2017	2.041 Mio. Euro
2018	1.967 Mio. Euro
2019	2.360 Mio. Euro
2020	2.343 Mio. Euro
2021	2.688 Mio. Euro



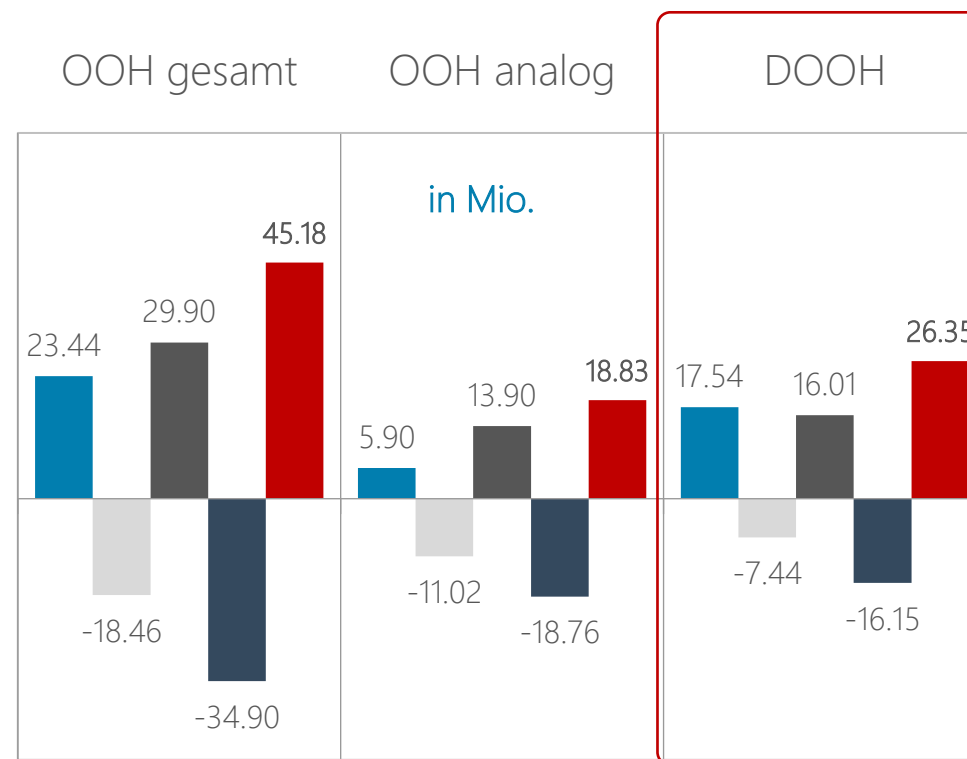
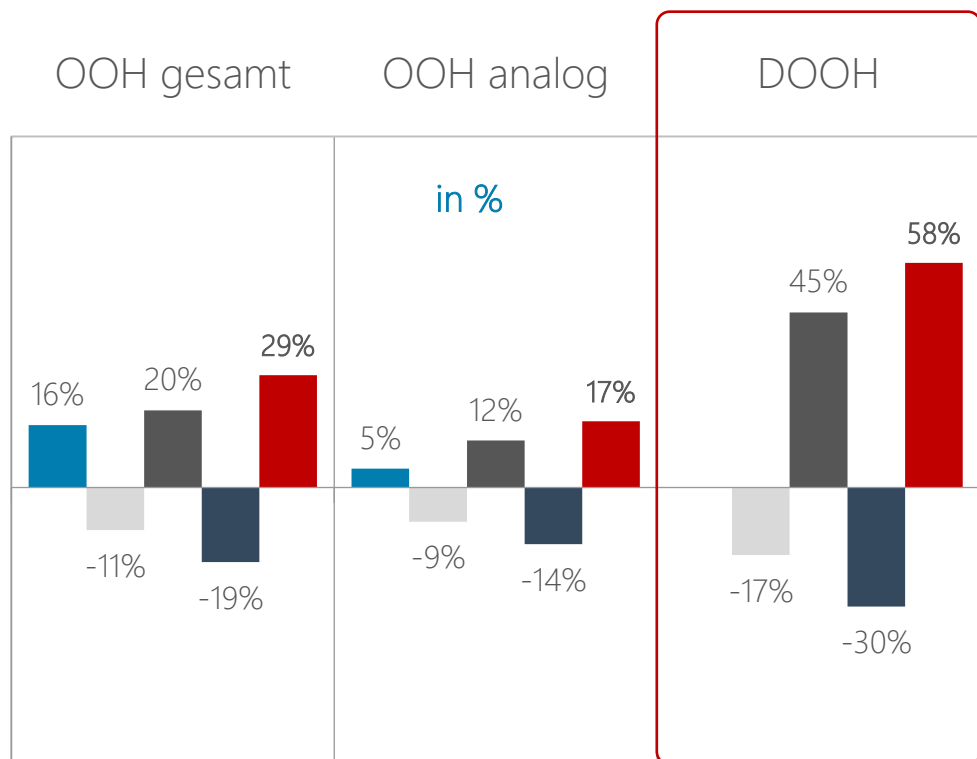
# OOH gewinnt im Juli 2021 29% Umsatz

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# Wachstumstreiber DOOH

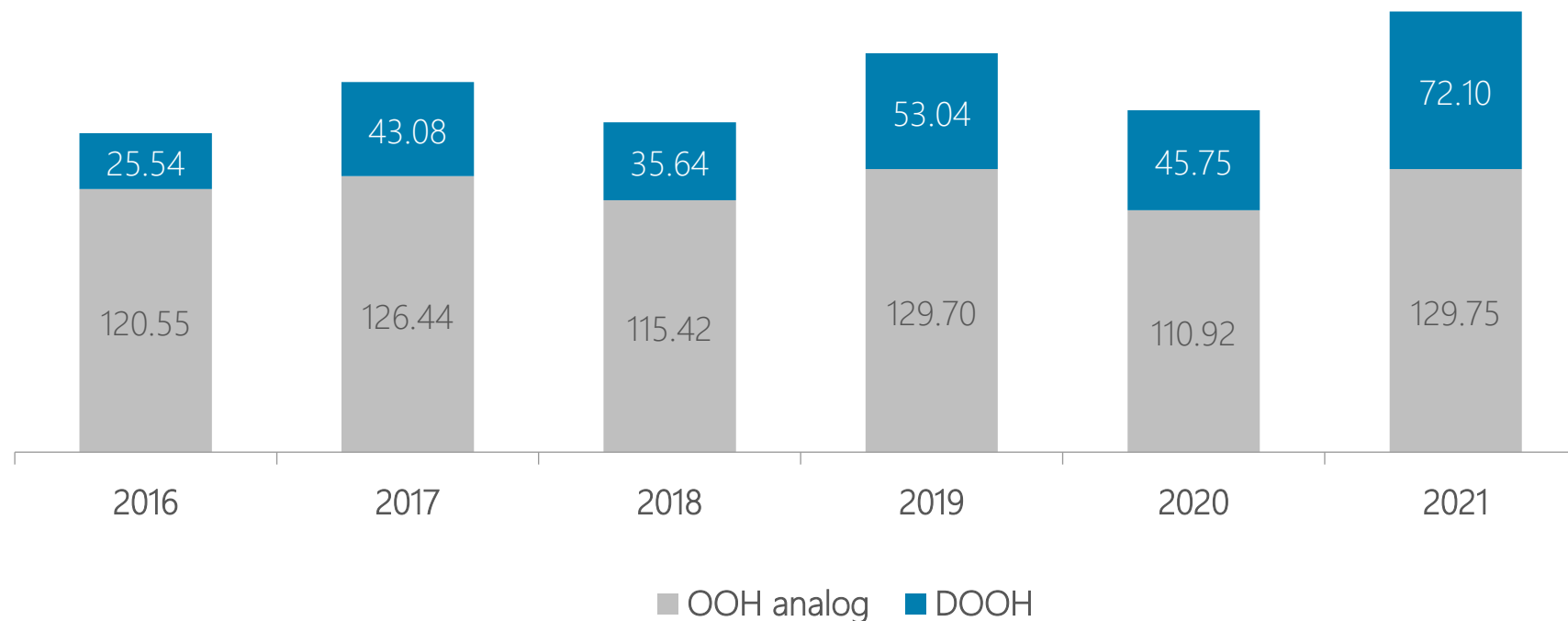
im Juli– jeweils im Vergleich zum Juli des Vorjahres





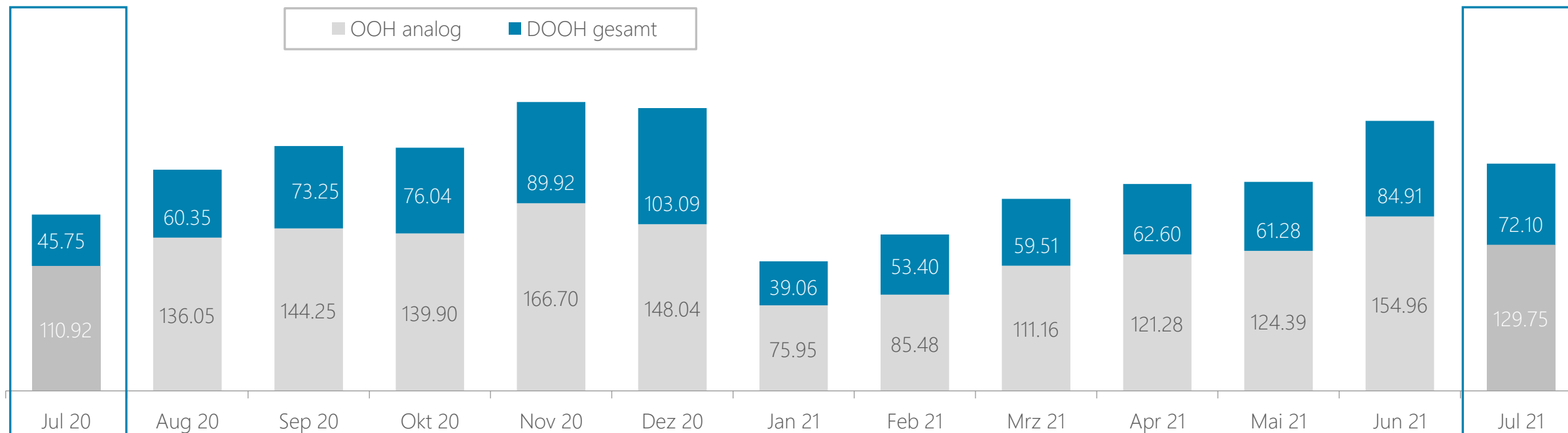
# Umsätze in der Außenwerbung

im Juli 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt 58% zu

im Juli 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

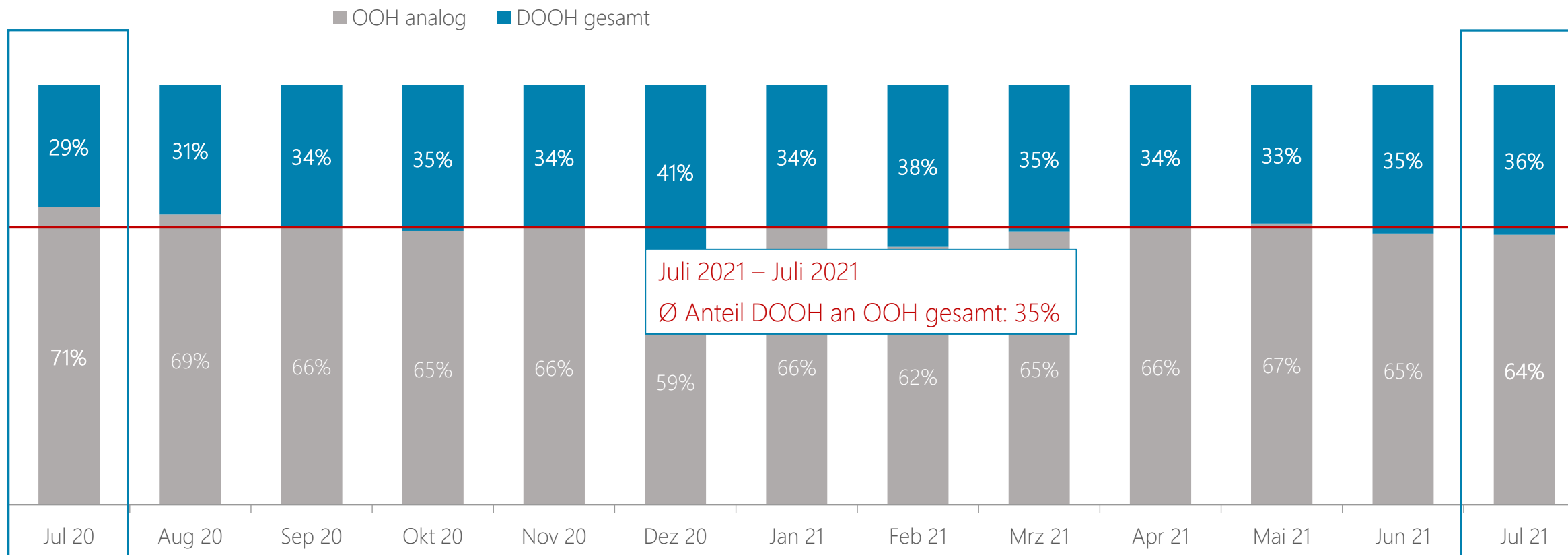


Abw. Vormonat	Aug 20	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21
digital	32	21	4	18	15	-62	37	11	5	-2	39	-15
analog	23	6	-3	19	-11	-49	13	30	9	3	25	-16
Abw. Juli 21 vs. Juli 20	digital: 58%					analog: 17%						
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Juli 20 - Juli 21	digital: 9%					analog: 4%						

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – Juli 2021. Stand 2021-08-17

# Juli 2021: DOOH-Marktanteil bei 36%

Anteil DOOH an OOH gesamt



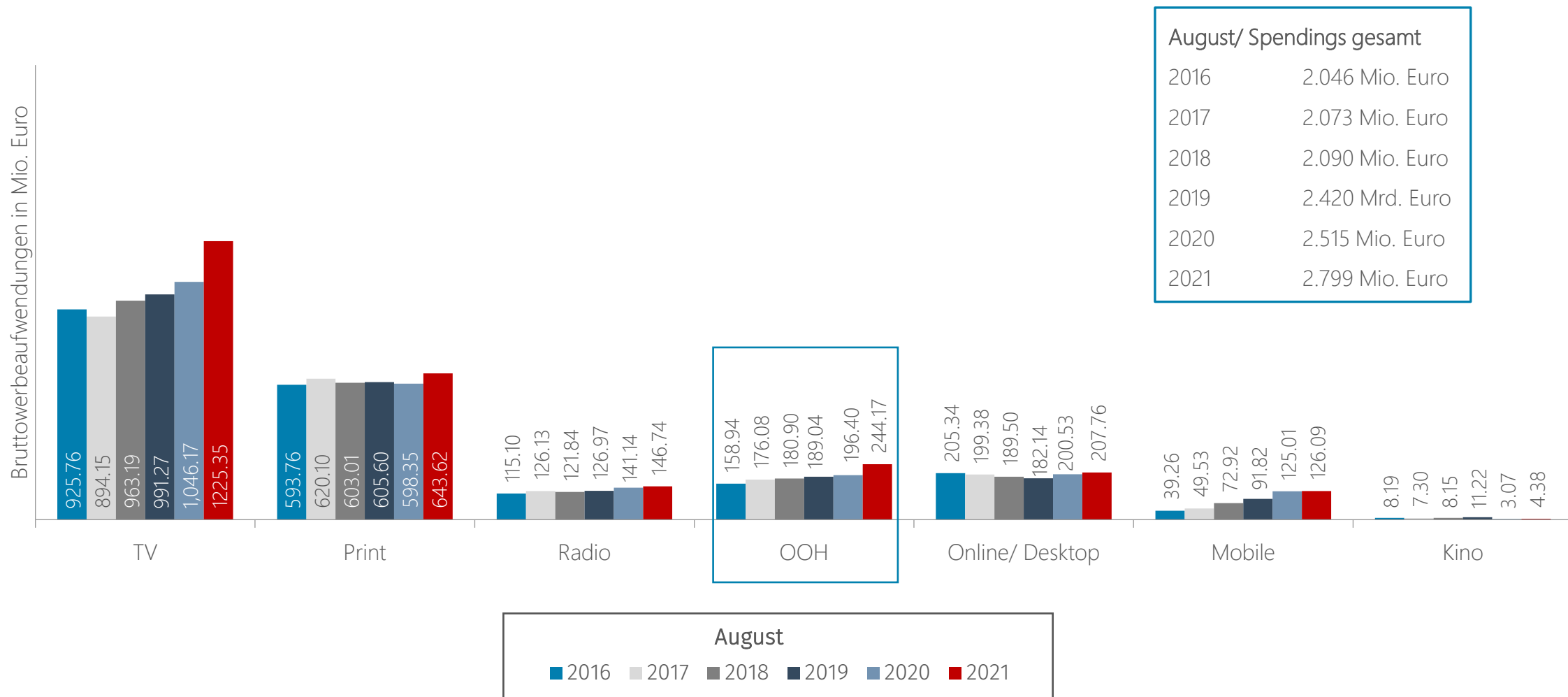


# Monatsvergleich Aug 2020 / Aug 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# August 2021: Starker Zuwachs für OOH

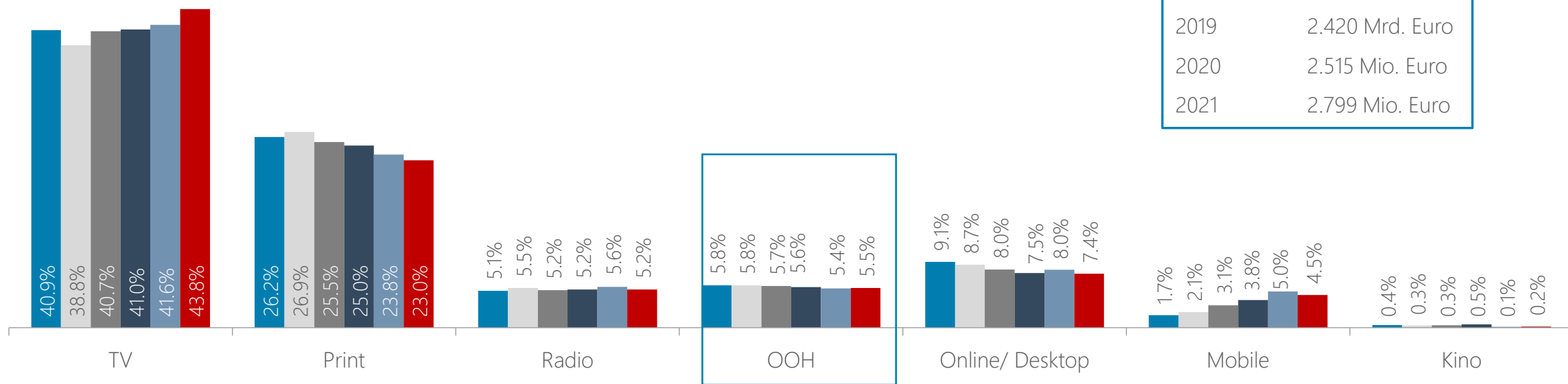
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: August 2016 - 2021 im Vergleich



# August 2021: TV hält Anteile

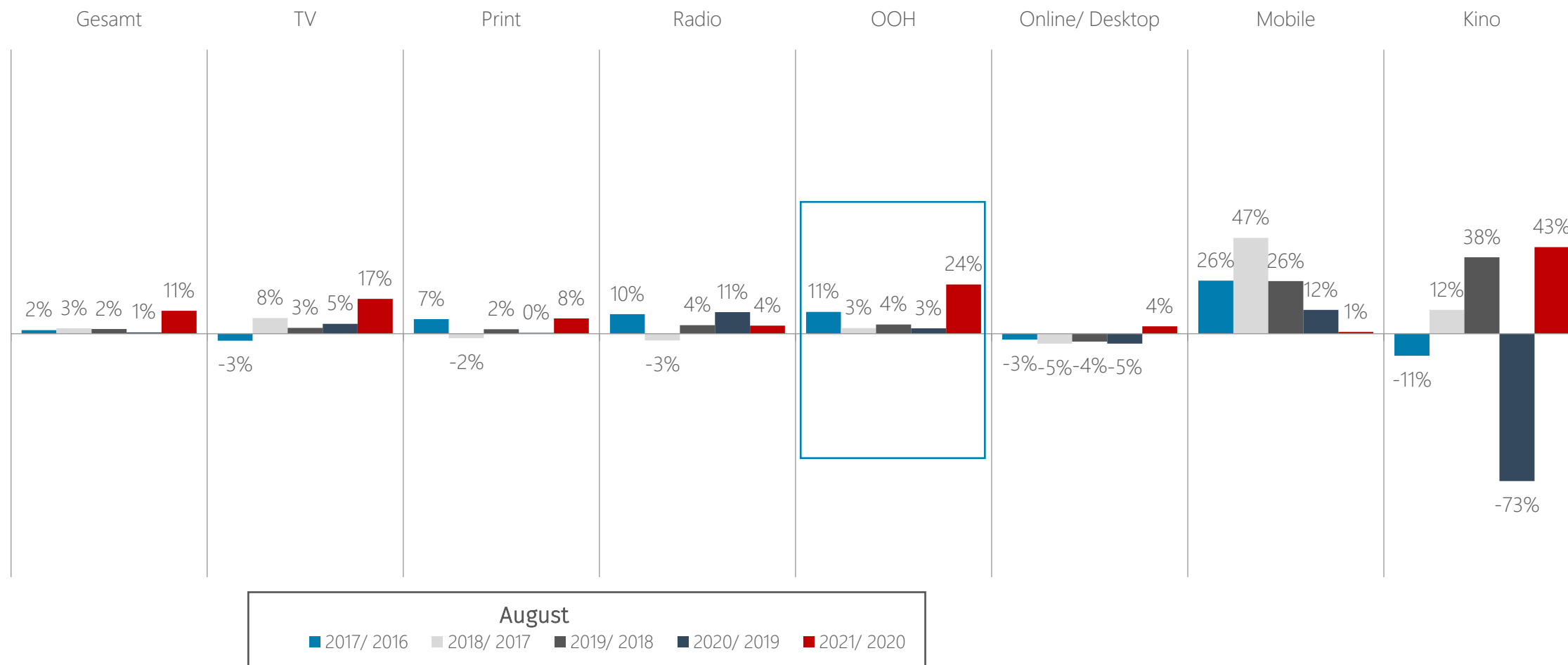
Anteile an Gesamtspendings in %: August 2016 - 2021 im Vergleich

August/ Spendings gesamt	
2016	2.046 Mio. Euro
2017	2.073 Mio. Euro
2018	2.090 Mio. Euro
2019	2.420 Mrd. Euro
2020	2.515 Mio. Euro
2021	2.799 Mio. Euro



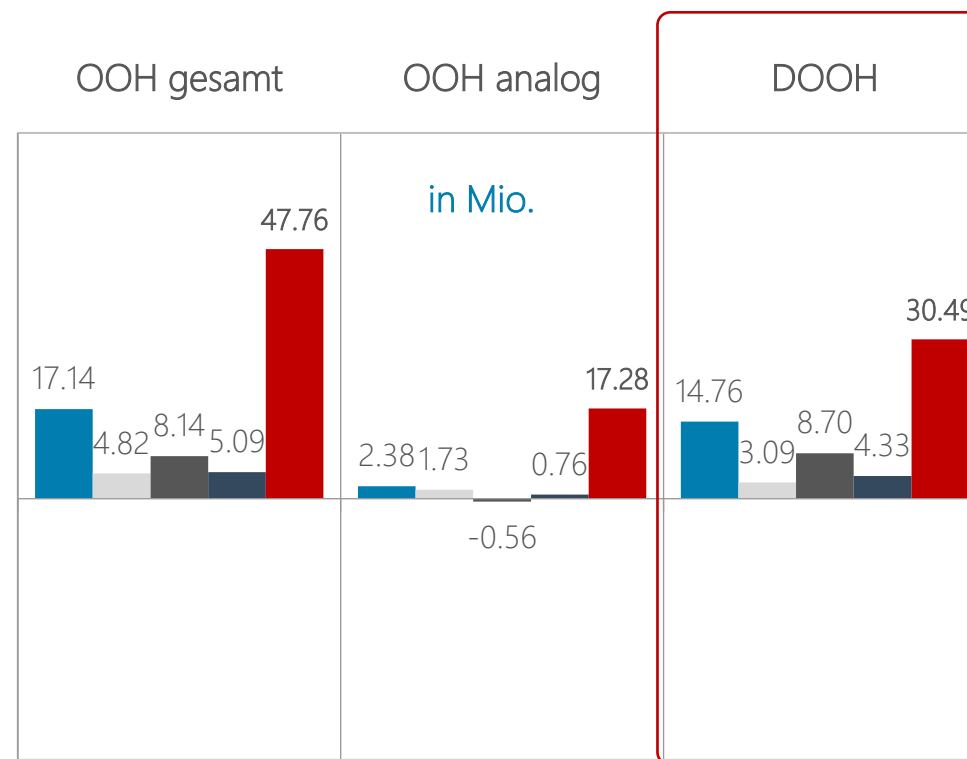
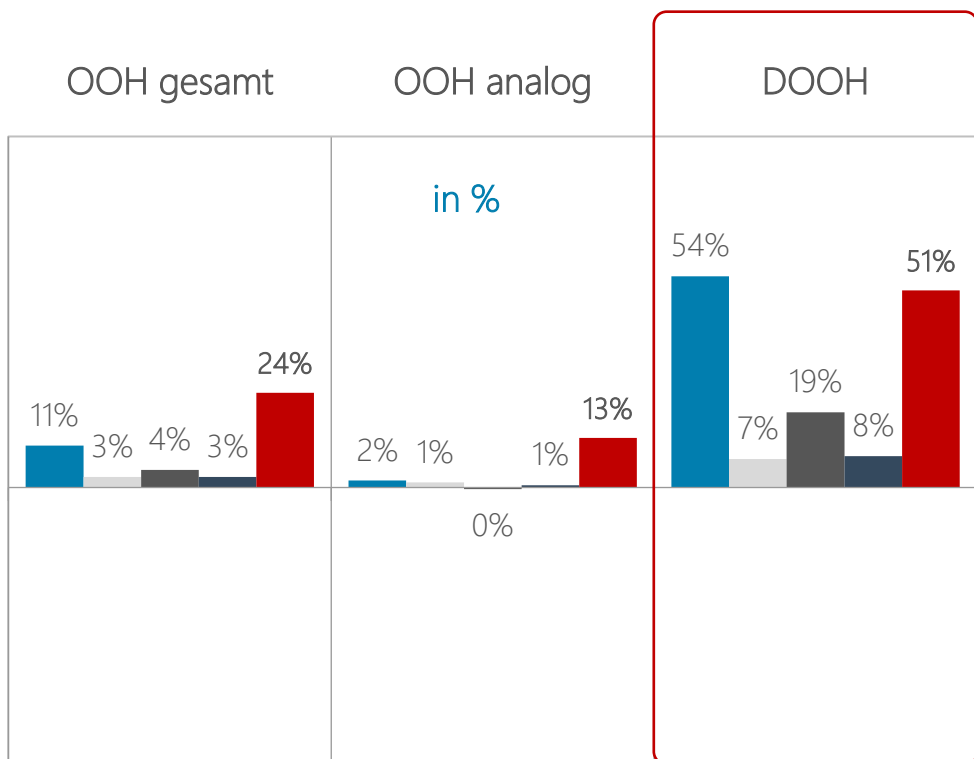
# OOH liegt im August 2021 24% über Vorjahr

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 51% über Vorjahr

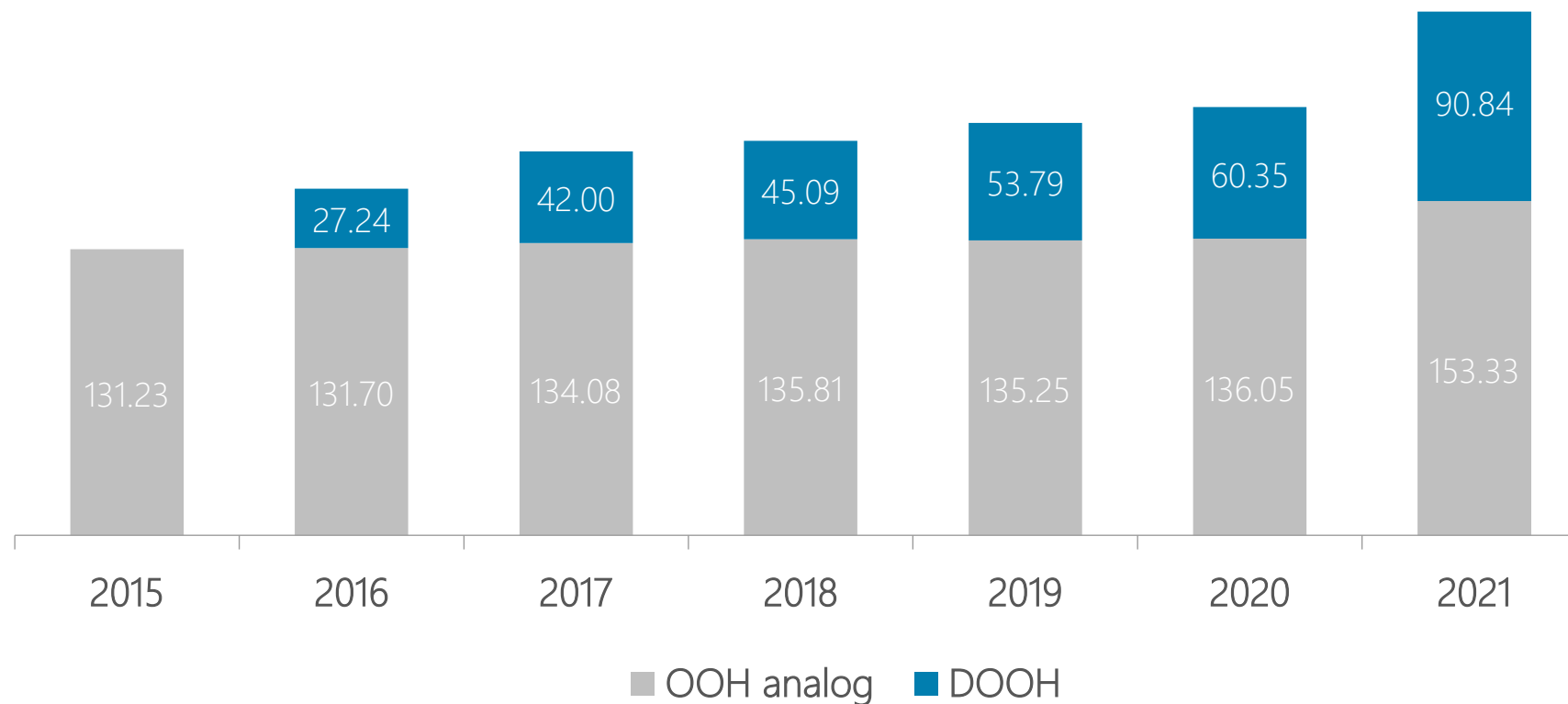
im August– jeweils im Vergleich zum August des Vorjahres





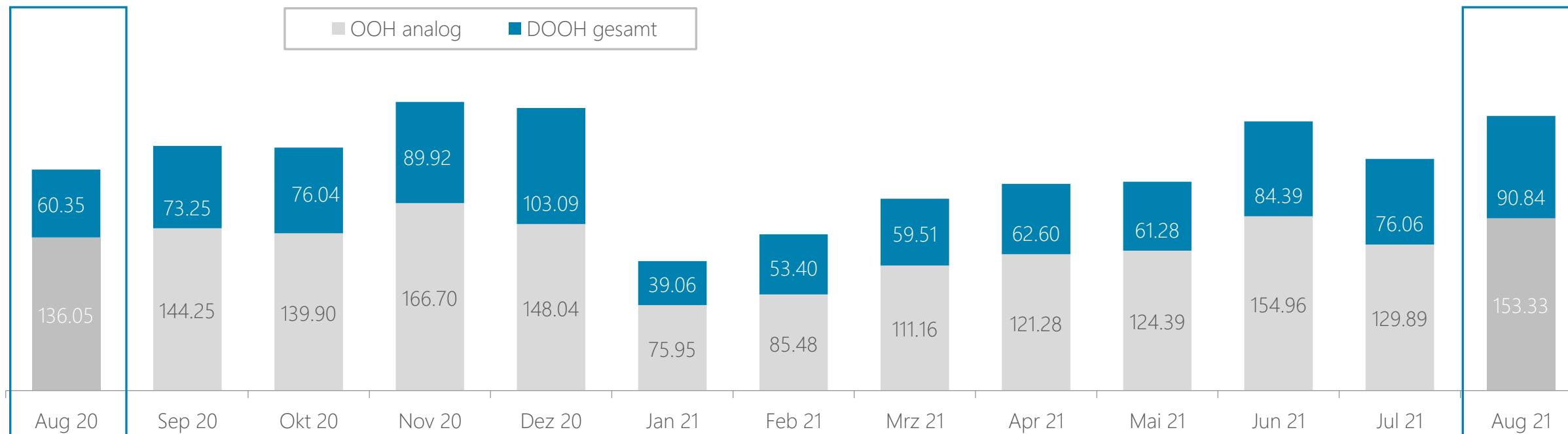
# Umsätze in der Außenwerbung

im August 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt 51% zu

im August 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

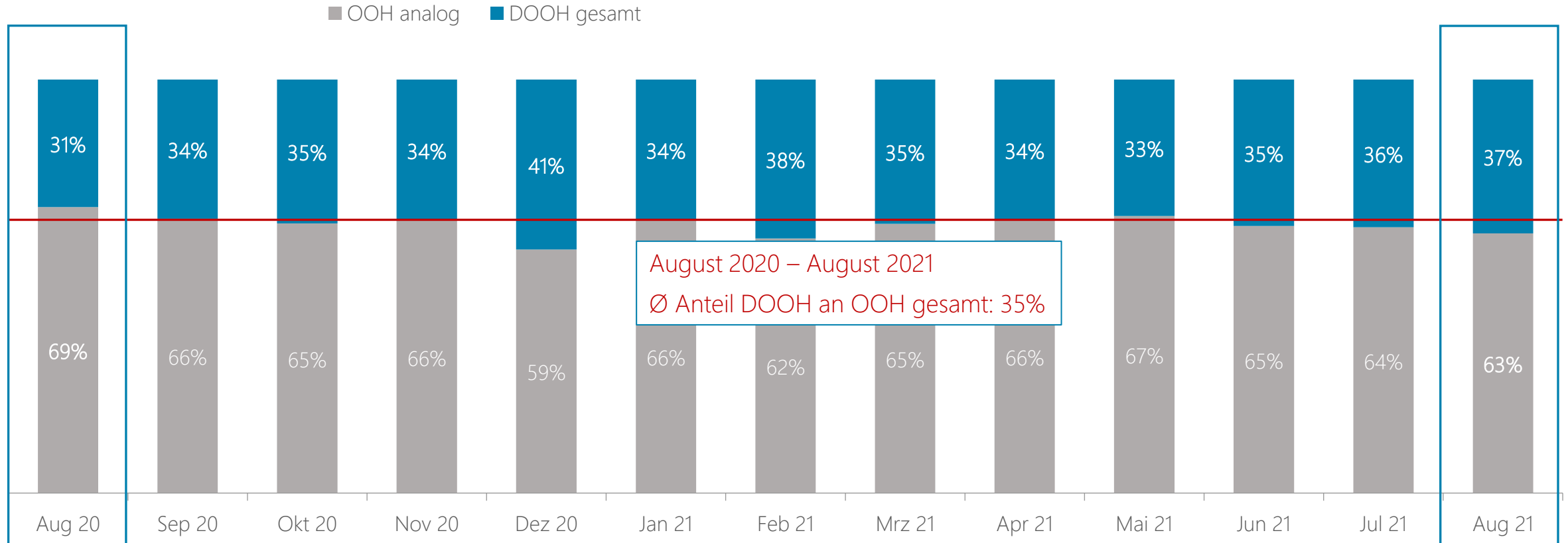


Abw. Vormonat	Sep 20	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21
digital	21	4	18	15	-62	37	11	5	-2	38	-10	19
analog	6	-3	19	-11	-49	13	30	9	3	25	-16	18
Abw. August 21 vs. August 20						digital: 51%			analog: 13%			
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat August 20 - August 21						digital: 8%			analog: 4%			

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – August 2021. Stand 2021-09-17

# August 2021: DOOH-Marktanteil bei 37%

Anteil DOOH an OOH gesamt



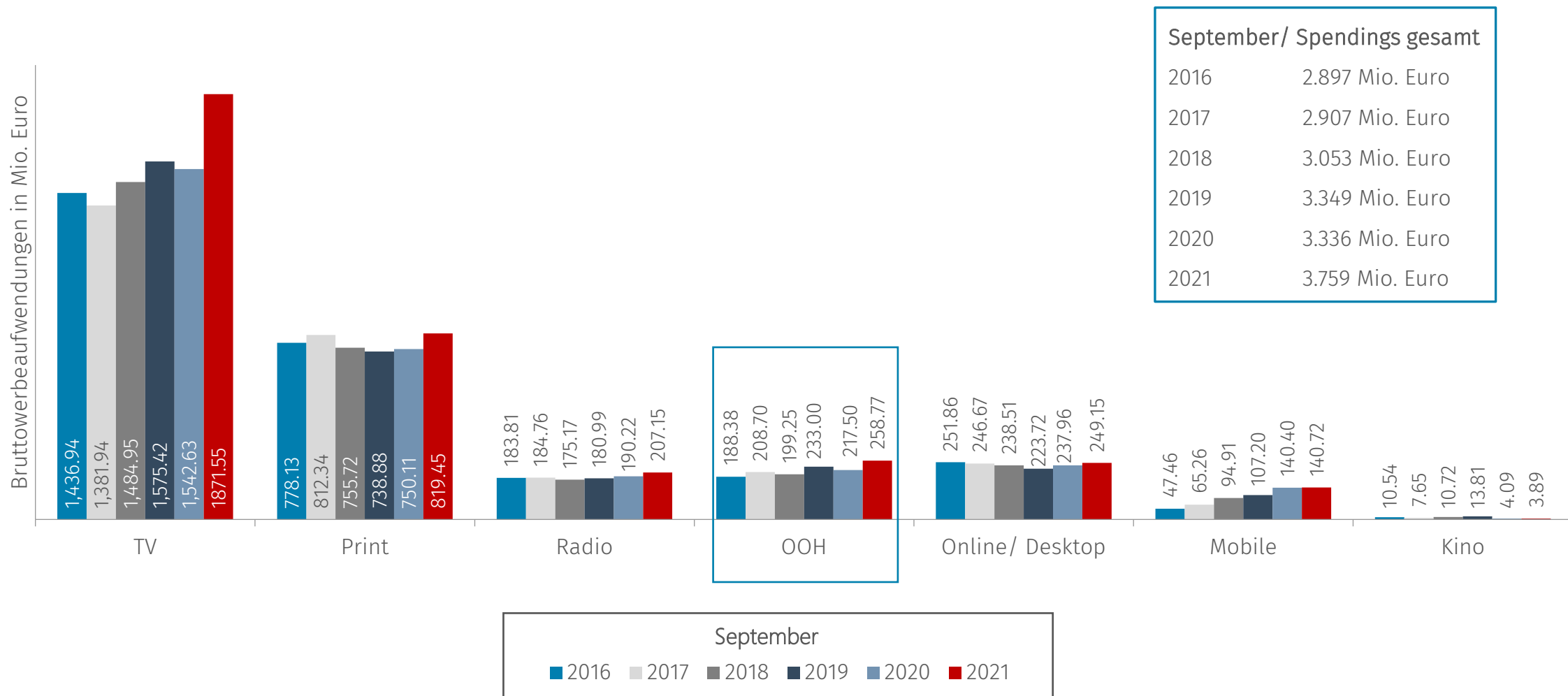


# Monatsvergleich Sep 2020 / Sep 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# September 2021: OOH und TV legen zu

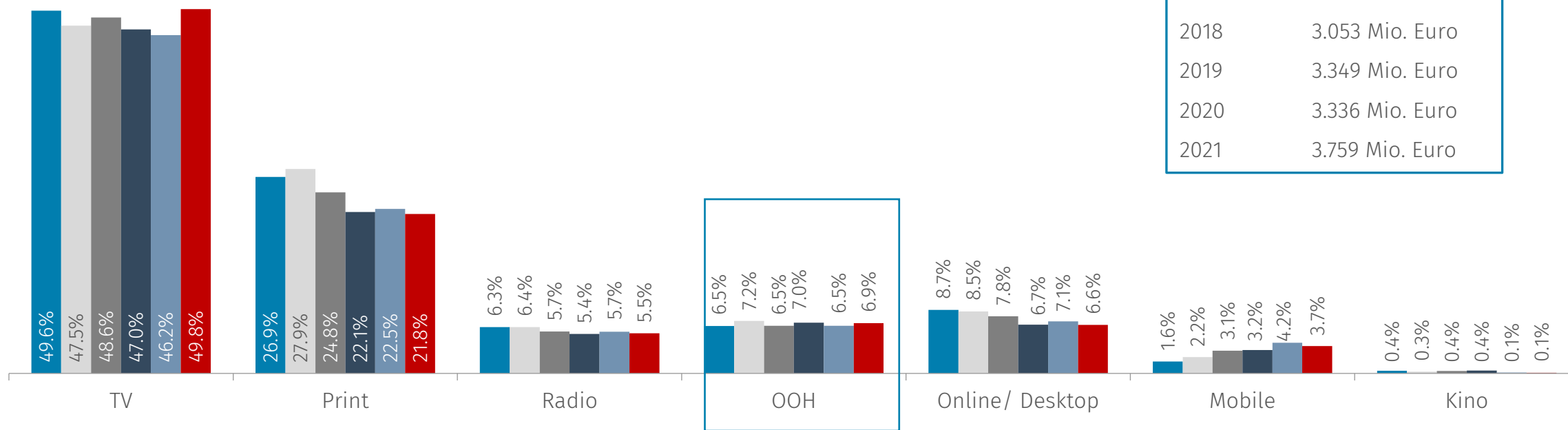
Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: September 2015 - 2021 im Vergleich



# September 2021: OOH hält Anteile

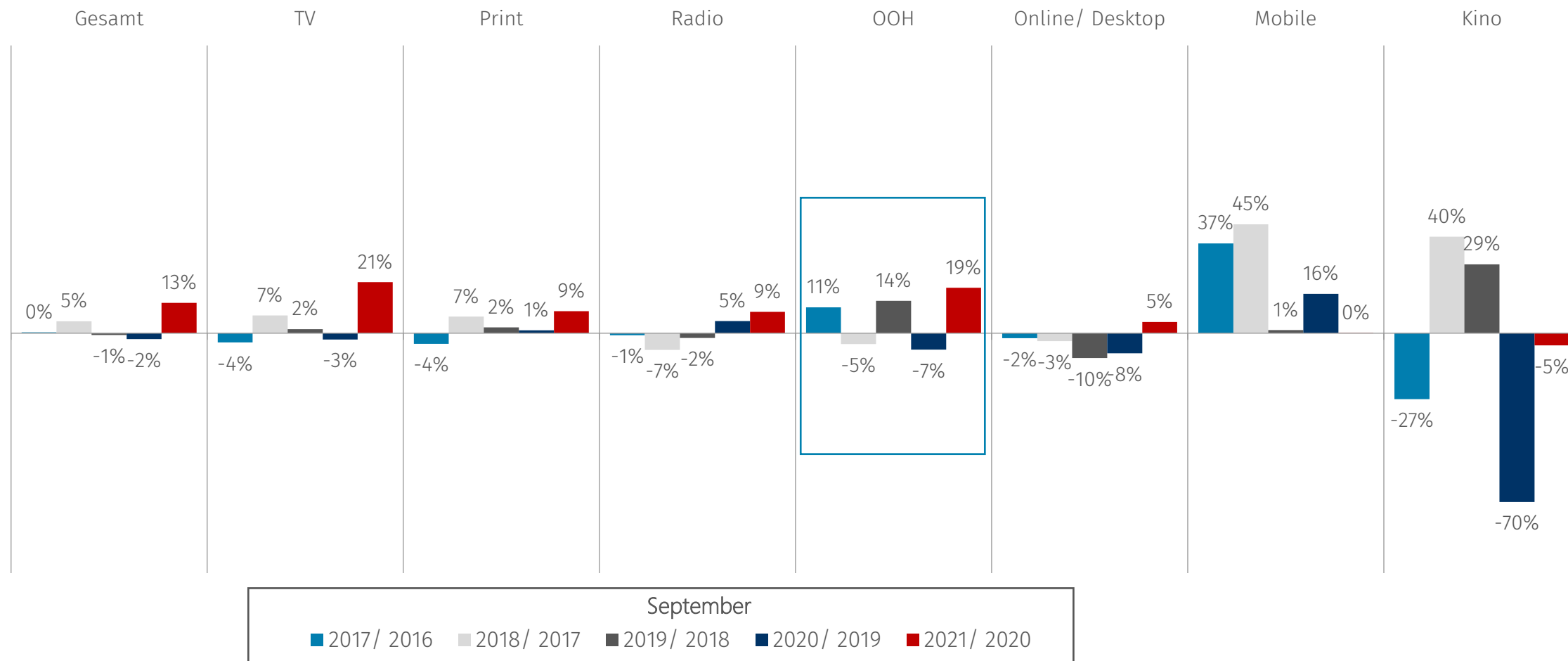
Anteile an Gesamtspendings in %: September 2015 - 2021 im Vergleich

September/ Spendings gesamt	
2016	2.897 Mio. Euro
2017	2.907 Mio. Euro
2018	3.053 Mio. Euro
2019	3.349 Mio. Euro
2020	3.336 Mio. Euro
2021	3.759 Mio. Euro



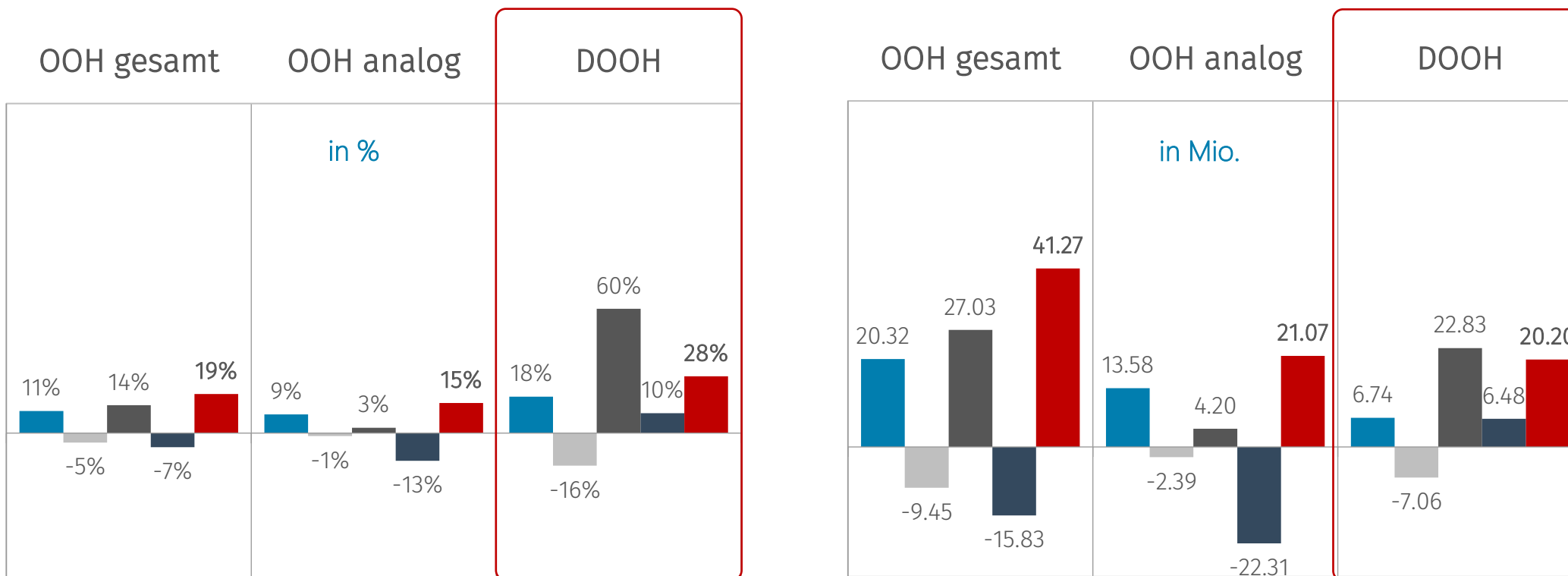
# OOH liegt im September 19% über Vorjahr

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 28% über Vorjahr

im September– jeweils im Vergleich zum September des Vorjahres



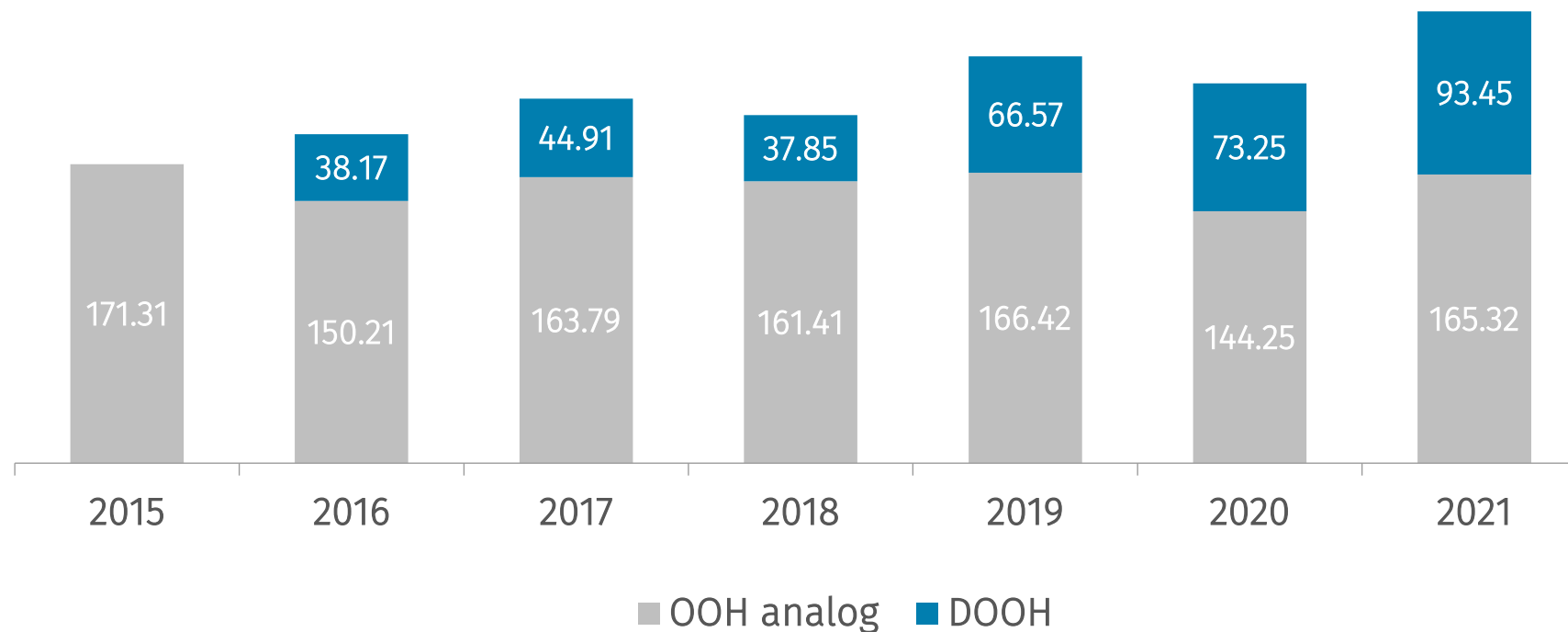
September

■ 2017/ 2016 ■ 2018/ 2017 ■ 2019/ 2018 ■ 2020/ 2019 ■ 2021/ 2020



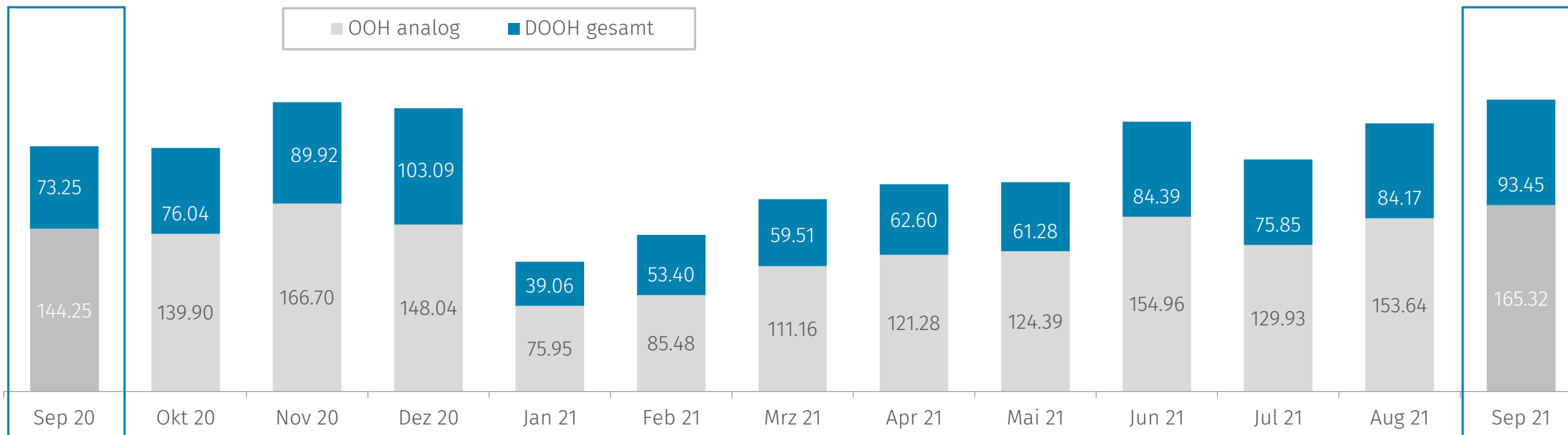
# Umsätze in der Außenwerbung

im September 2015 / 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt 28% zu

im September 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

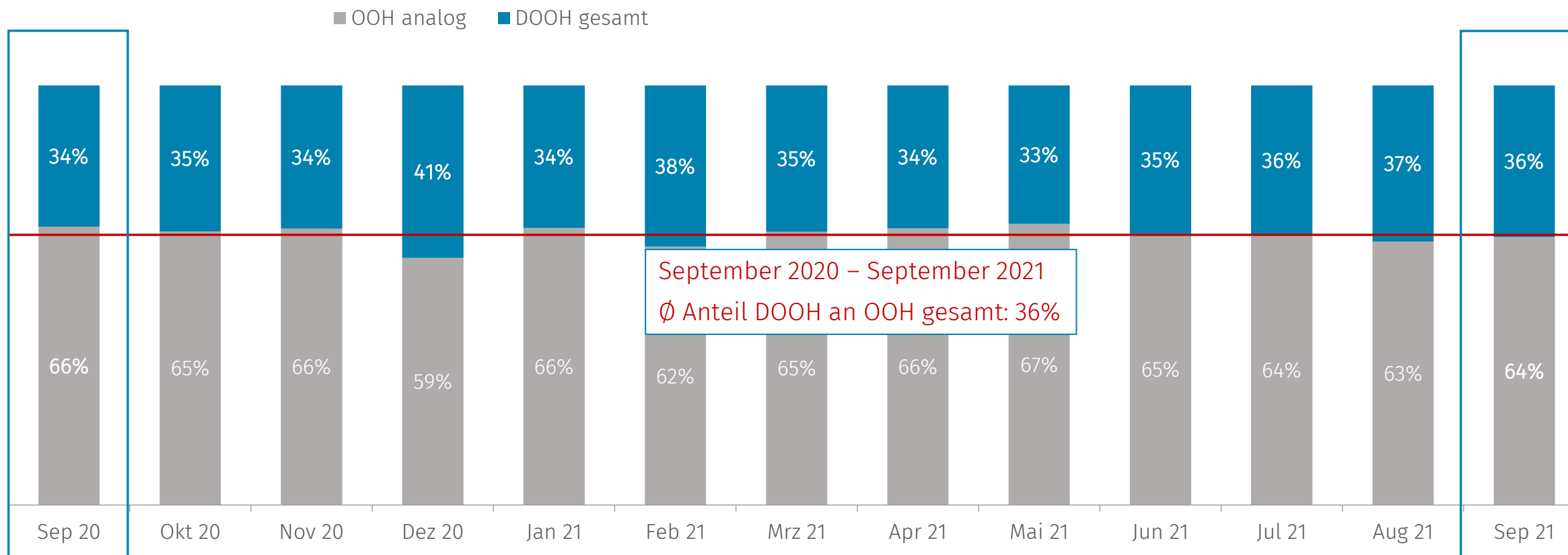


Abw. Vormonat	Okt 20	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21
digital	4	18	15	-62	37	11	5	-2	38	-10	11	11
analog	-3	19	-11	-49	13	30	9	3	25	-16	18	8
Abw. September 21 vs. September 20						digital: 28%			analog: 15%			
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat September 20 - September 21						digital: 8%			analog: 4%			

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – September 2021. Stand 2021610-15

# September 2021: DOOH-Marktanteil bei 36%

Anteil DOOH an OOH gesamt



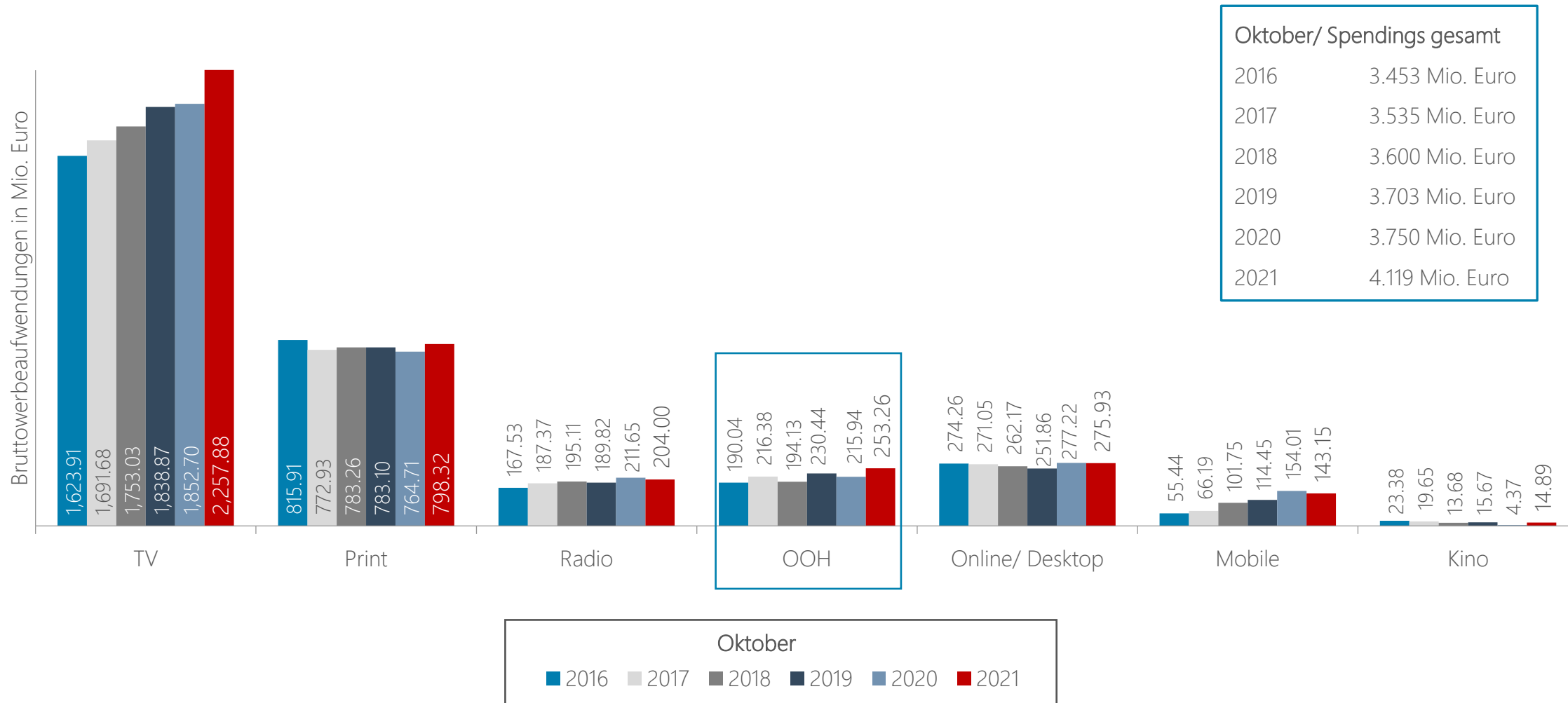


# Monatsvergleich Okt 2020 / Okt 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

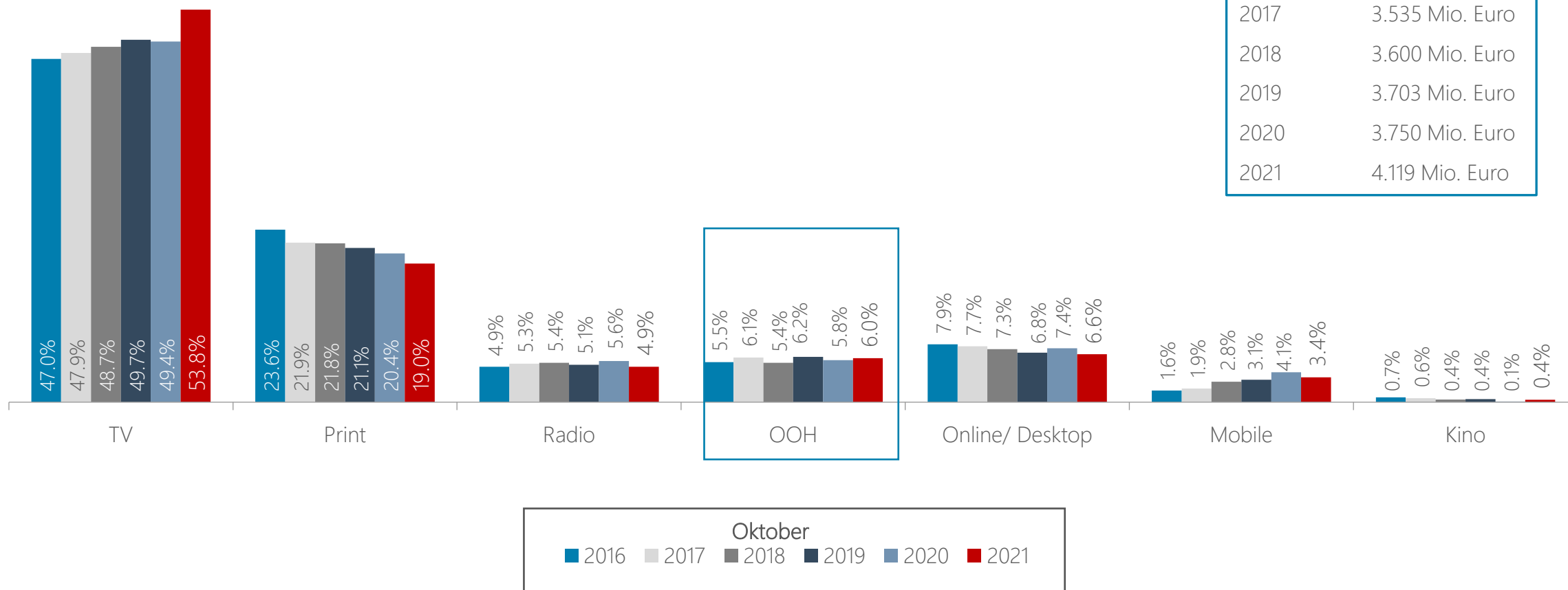
# Oktober 2021: OOH und TV legen zu

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Oktober 2015 - 2021 im Vergleich



# Oktober 2021: Online verliert Anteile

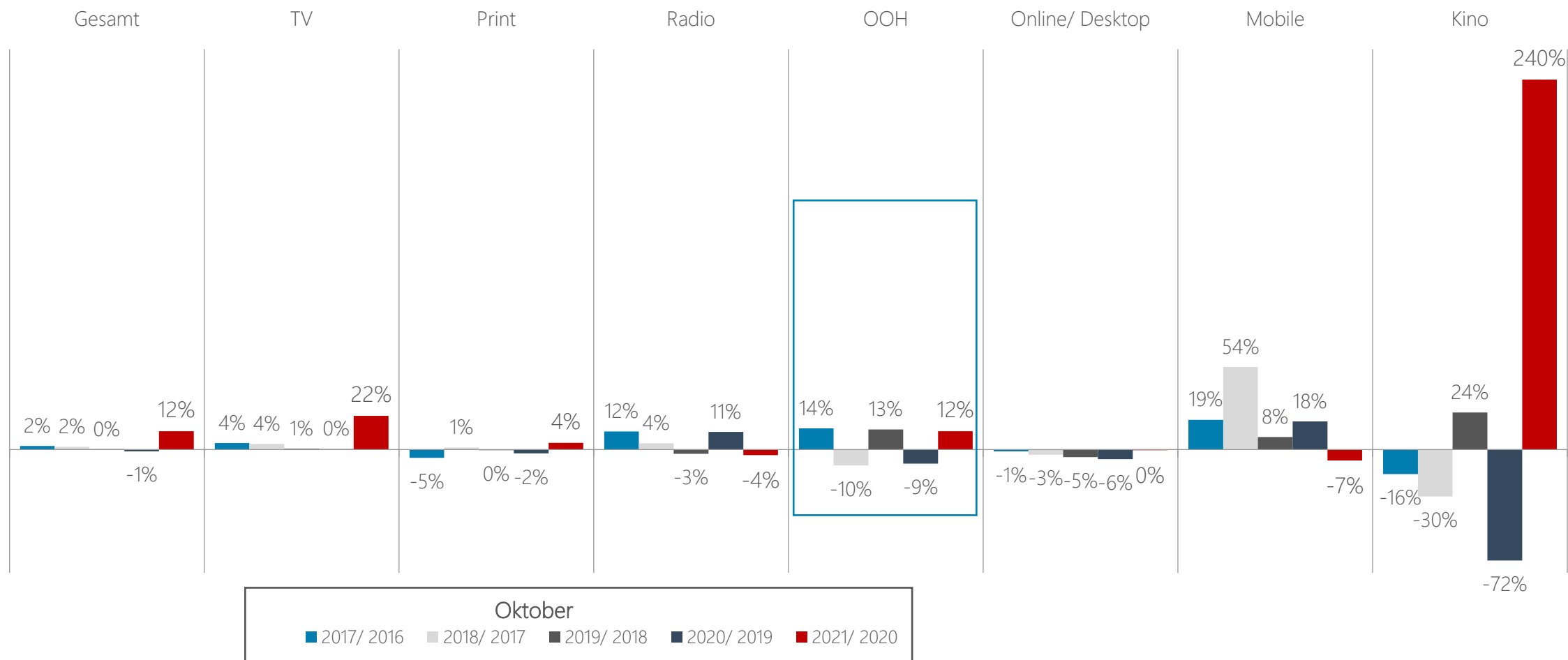
Anteile an Gesamtspendings in %: Oktober 2015 - 2021 im Vergleich



Oktober/ Spendings gesamt	
2016	3.453 Mio. Euro
2017	3.535 Mio. Euro
2018	3.600 Mio. Euro
2019	3.703 Mio. Euro
2020	3.750 Mio. Euro
2021	4.119 Mio. Euro

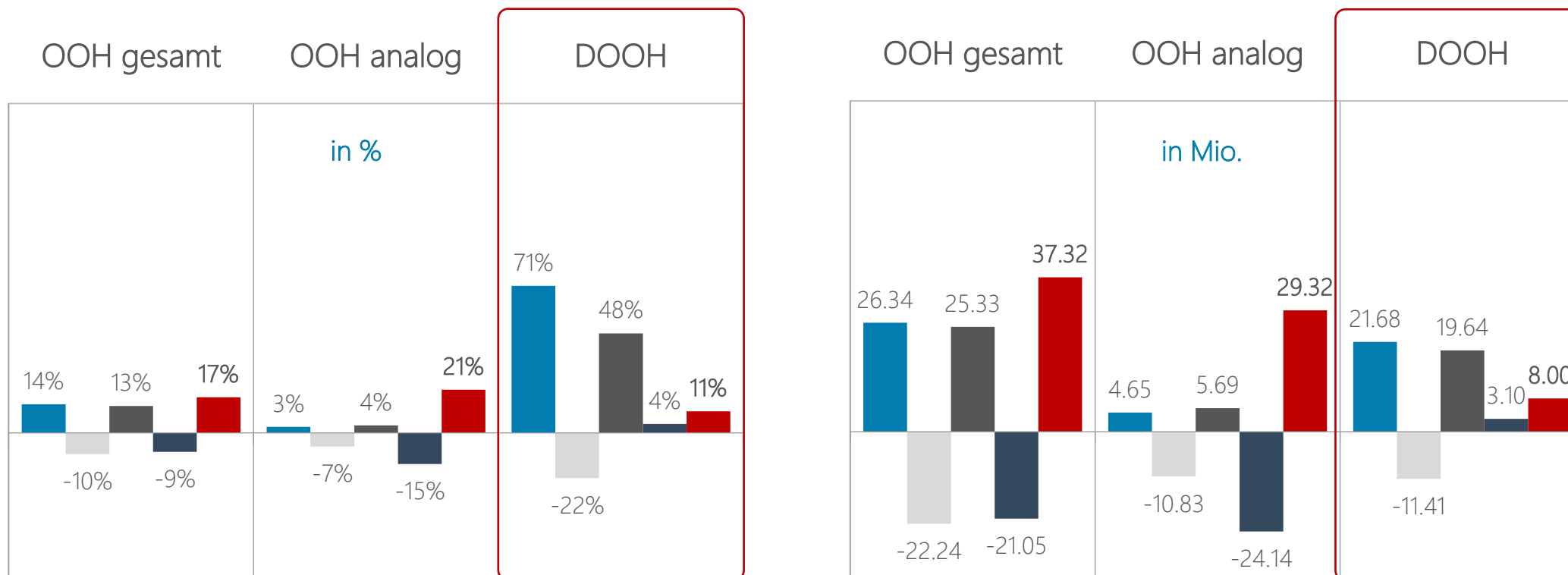
# OOH gewinnt im Oktober 2021 12% Umsatz

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 11% über Vorjahr

im Oktober– jeweils im Vergleich zum Oktober des Vorjahres



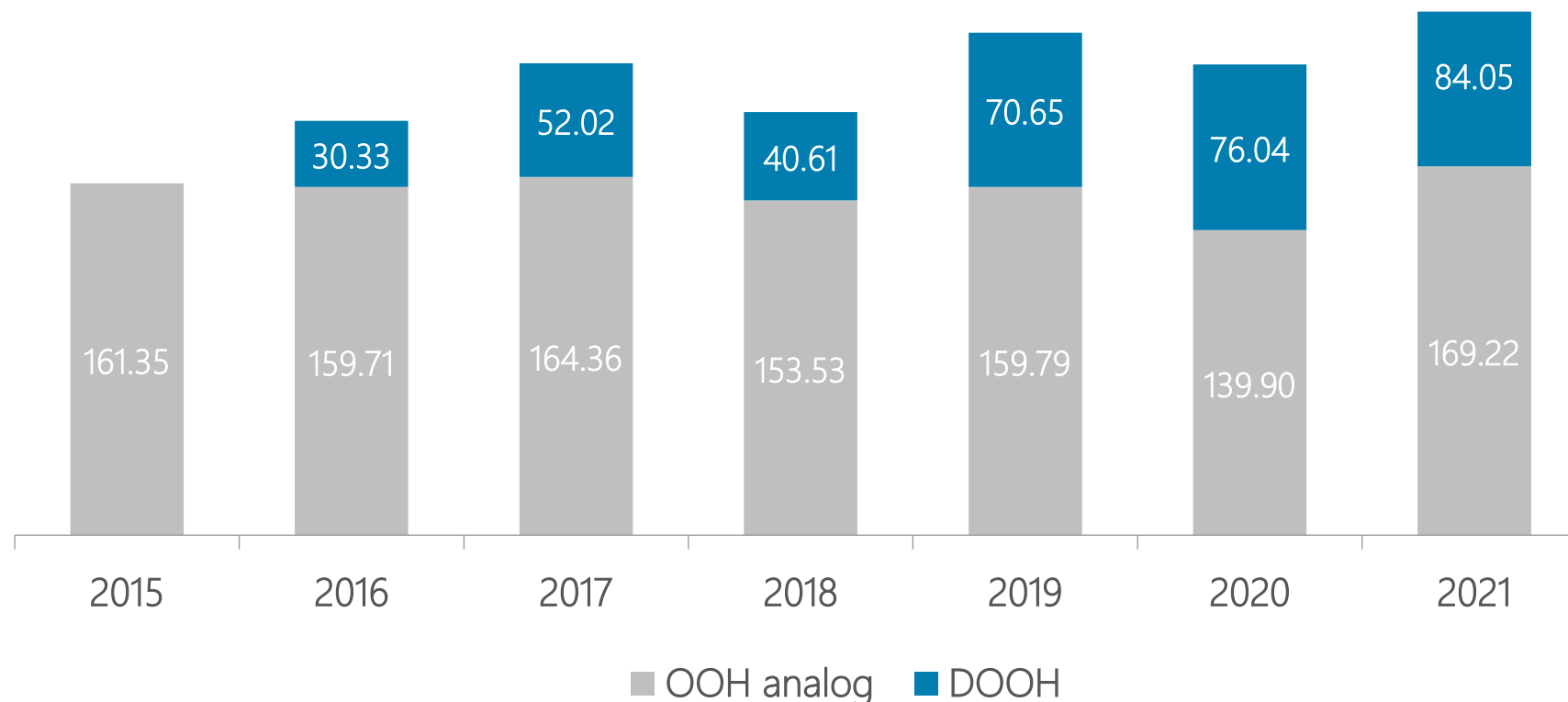
Oktober

■ 2017/ 2016 ■ 2018/ 2017 ■ 2019/ 2018 ■ 2020/ 2019 ■ 2021/ 2020



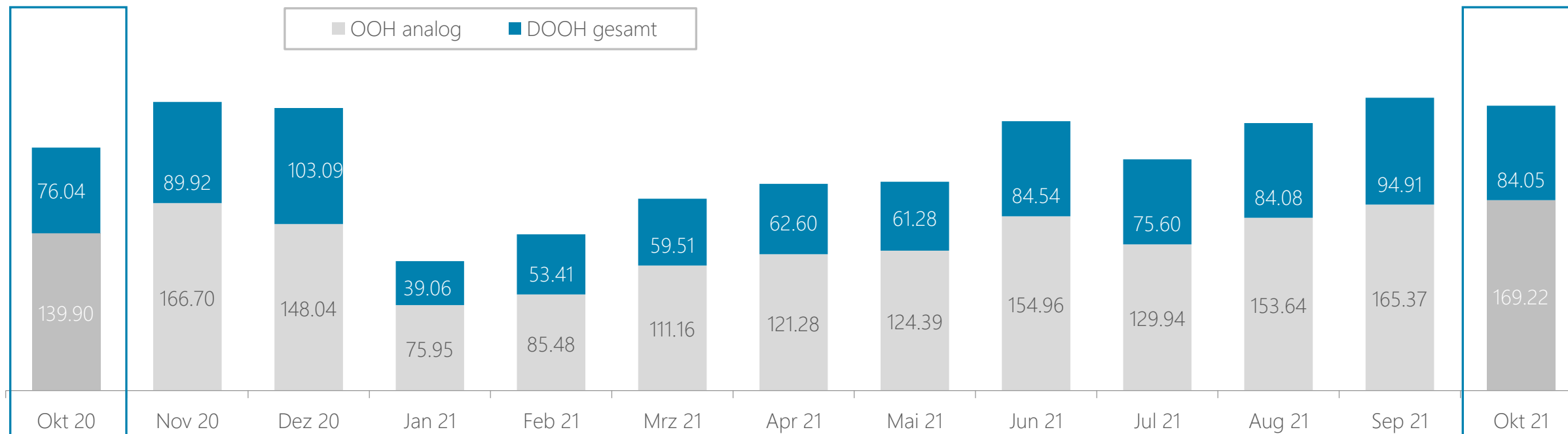
# Umsätze in der Außenwerbung

im Oktober 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt 11% zu

im Oktober 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

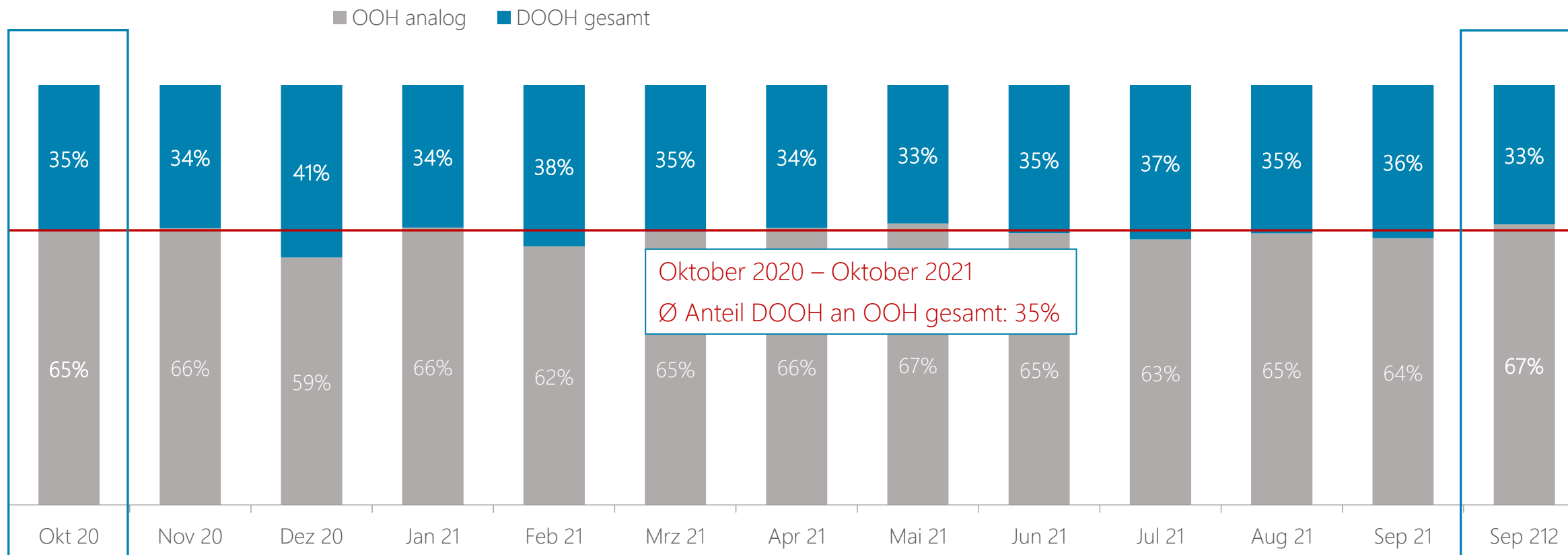


Abw. Vormonat	Nov 20	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21
digital	18	15	-57	37	11	5	-2	38	-11	11	13	-11
analog	19	-11	-54	13	30	9	3	25	-16	18	8	2
Abw. Oktober 21 vs. Oktober 20					digital: 11%				analog: 21%			
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Oktober 20 - Oktober 21					digital: 5%				analog: 4%			

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – Oktober 2021. Stand 2021610-15

# Oktober 2021: DOOH-Marktanteil bei 33%

Anteil DOOH an OOH gesamt



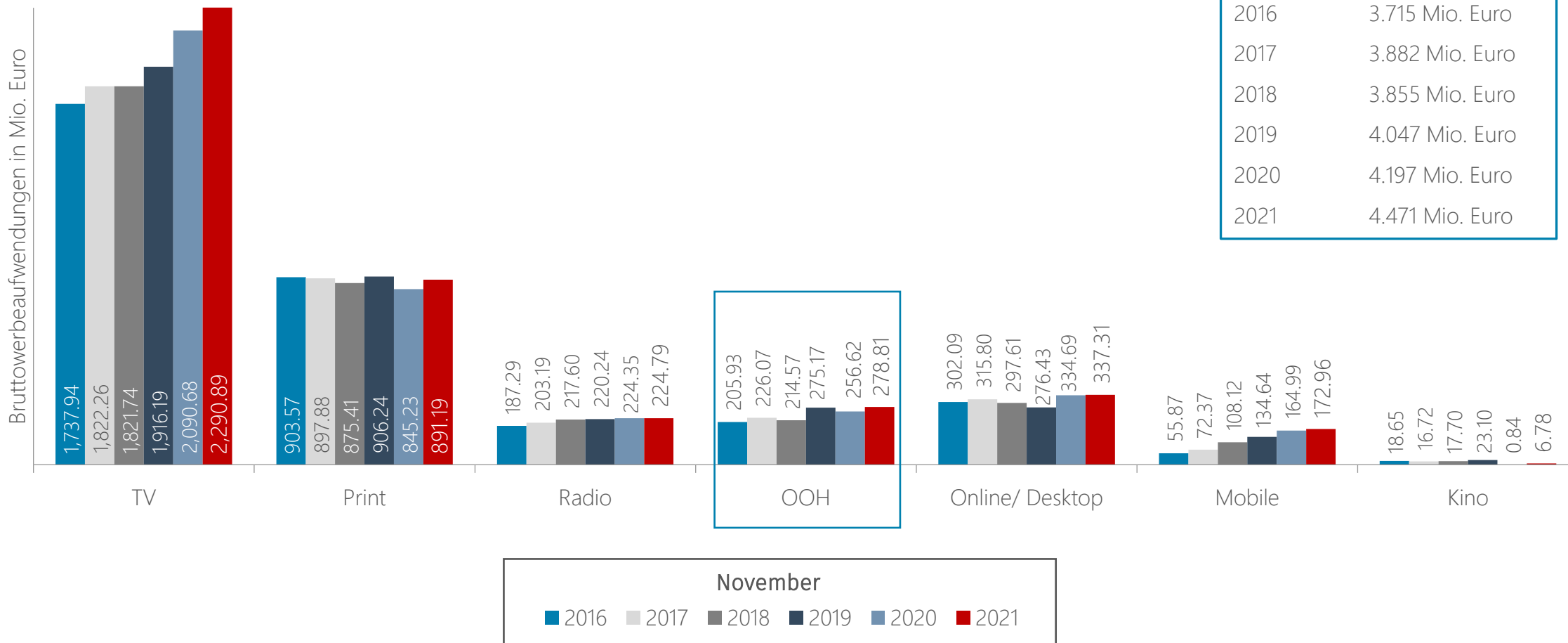


# Monatsvergleich Nov 2020 / Nov 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

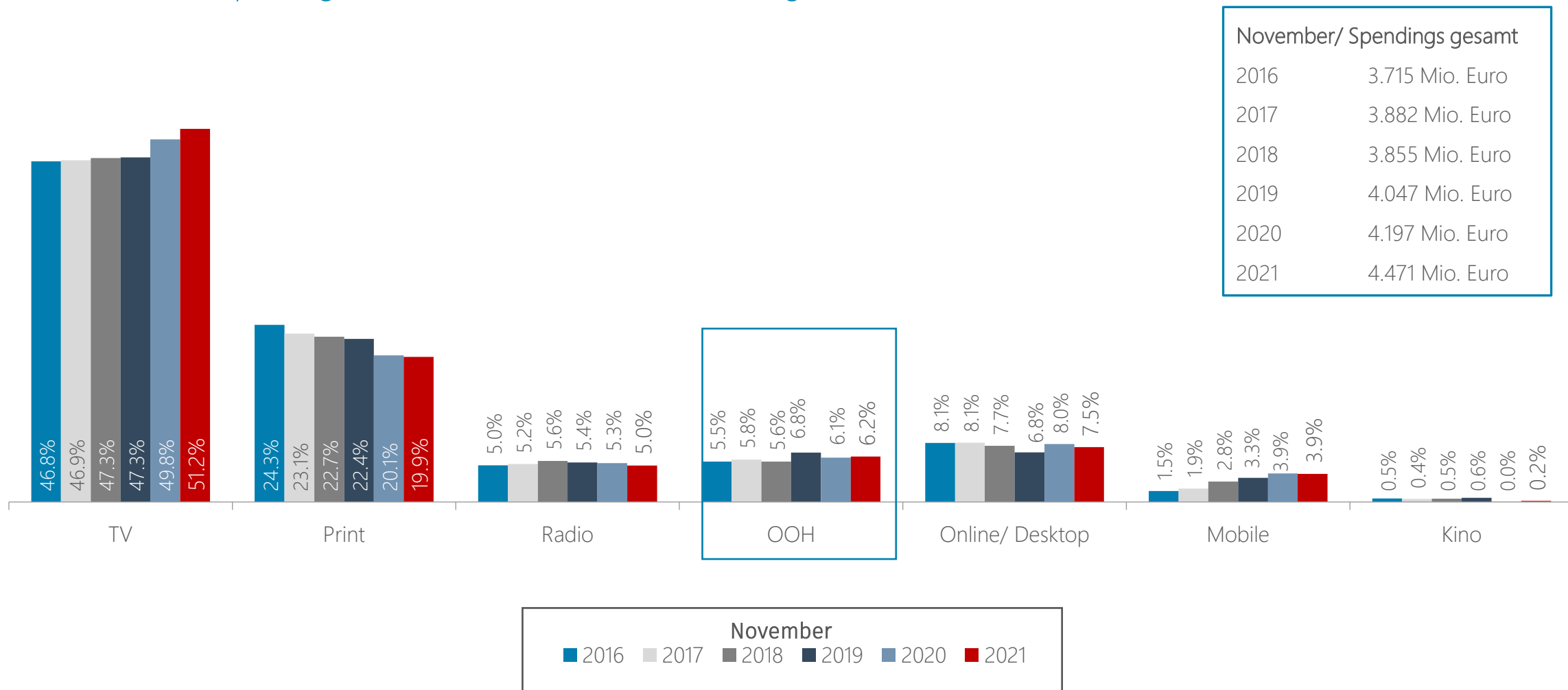
# November 2021: TV & OOH mit Gewinnen

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: November 2015 - 2021 im Vergleich



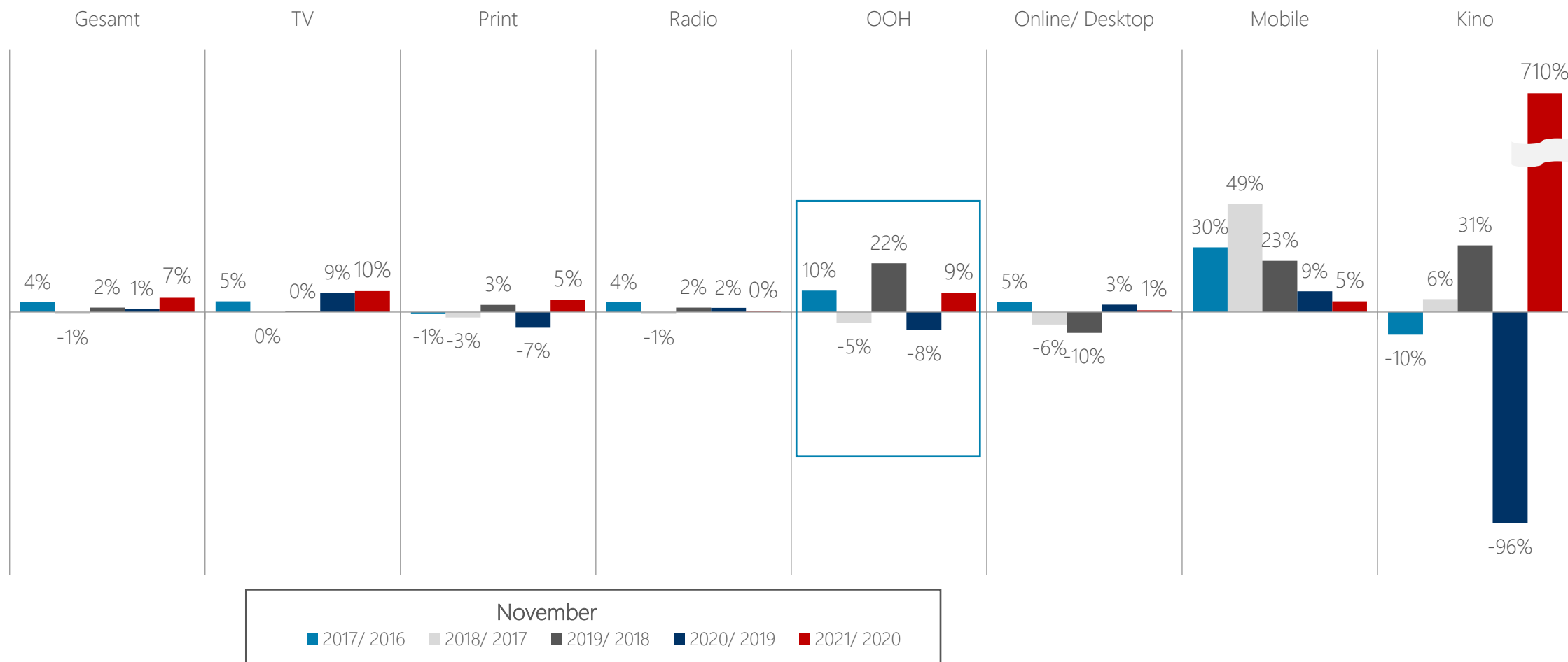
# November 2021: TV gewinnt Anteile

Anteile an Gesamtspendings in %: November 2015 - 2021 im Vergleich



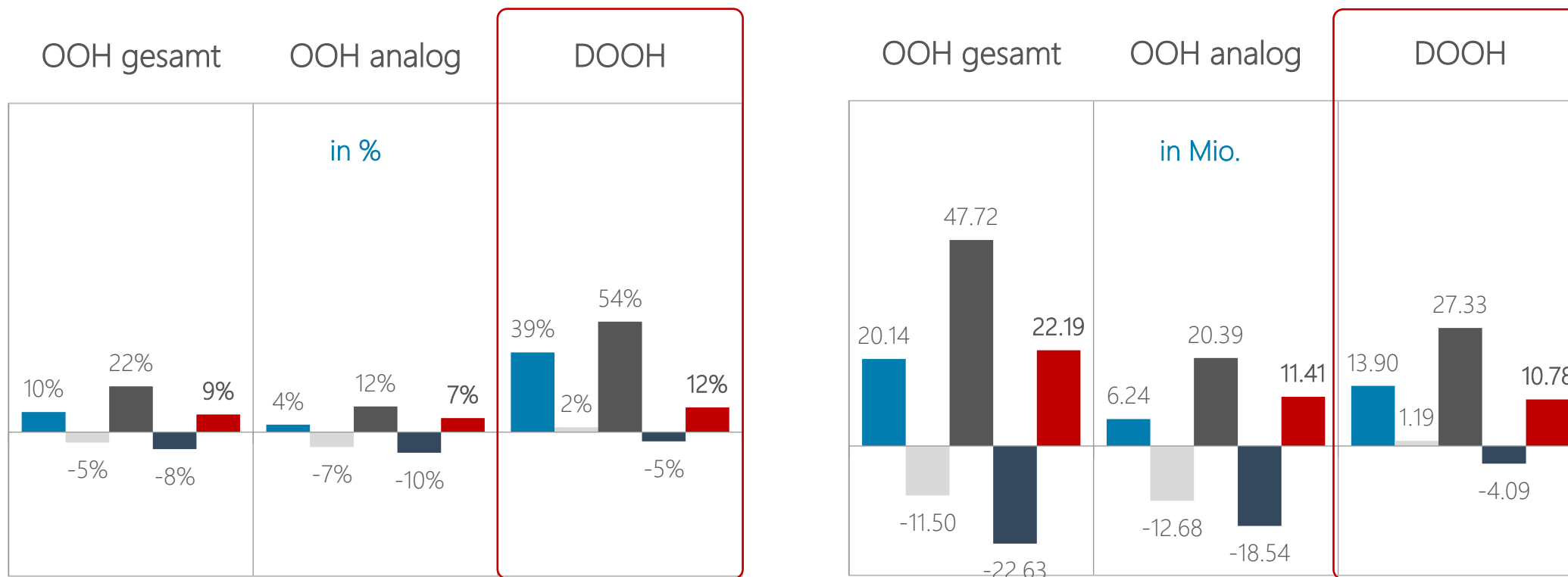
# Kino versiebenfacht Umsätze im November

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH 12% über Vorjahr

im November – jeweils im Vergleich zum November des Vorjahres



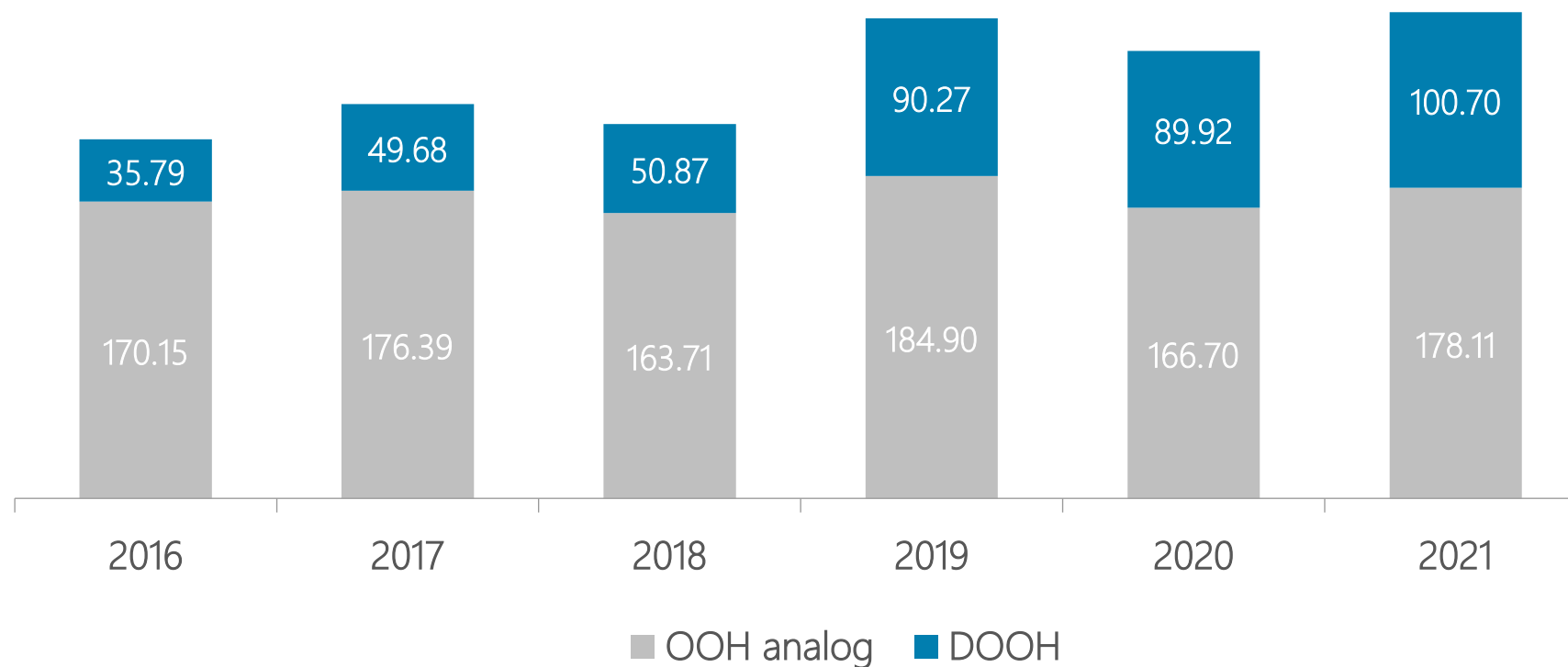
November

■ 2017/ 2016 ■ 2018/ 2017 ■ 2019/ 2018 ■ 2020/ 2019 ■ 2021/ 2020



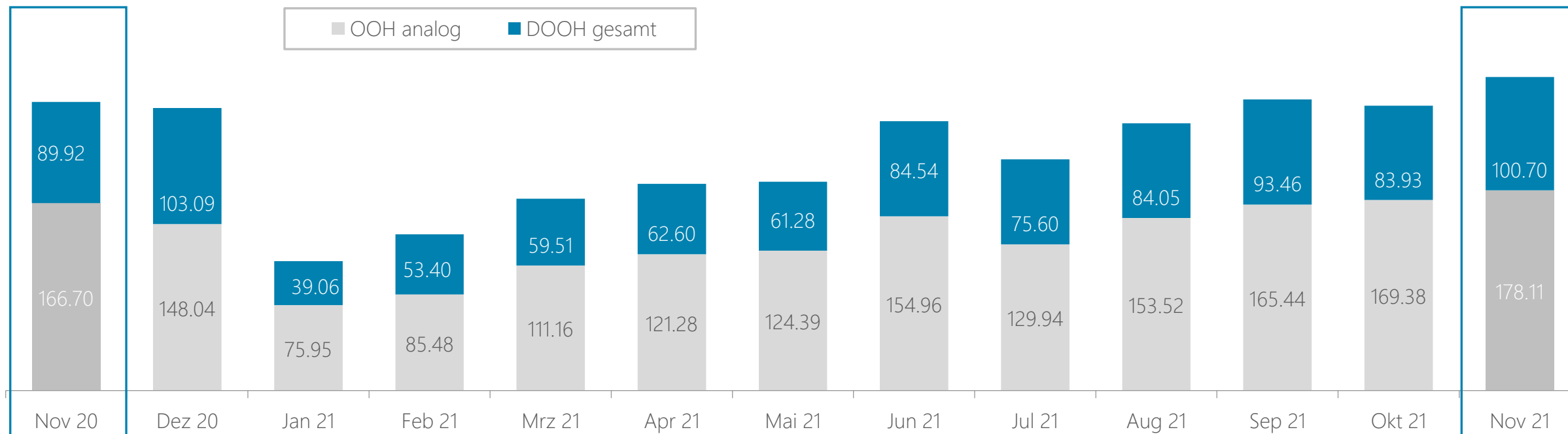
# Umsätze in der Außenwerbung

im November 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt 12% zu

im November 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

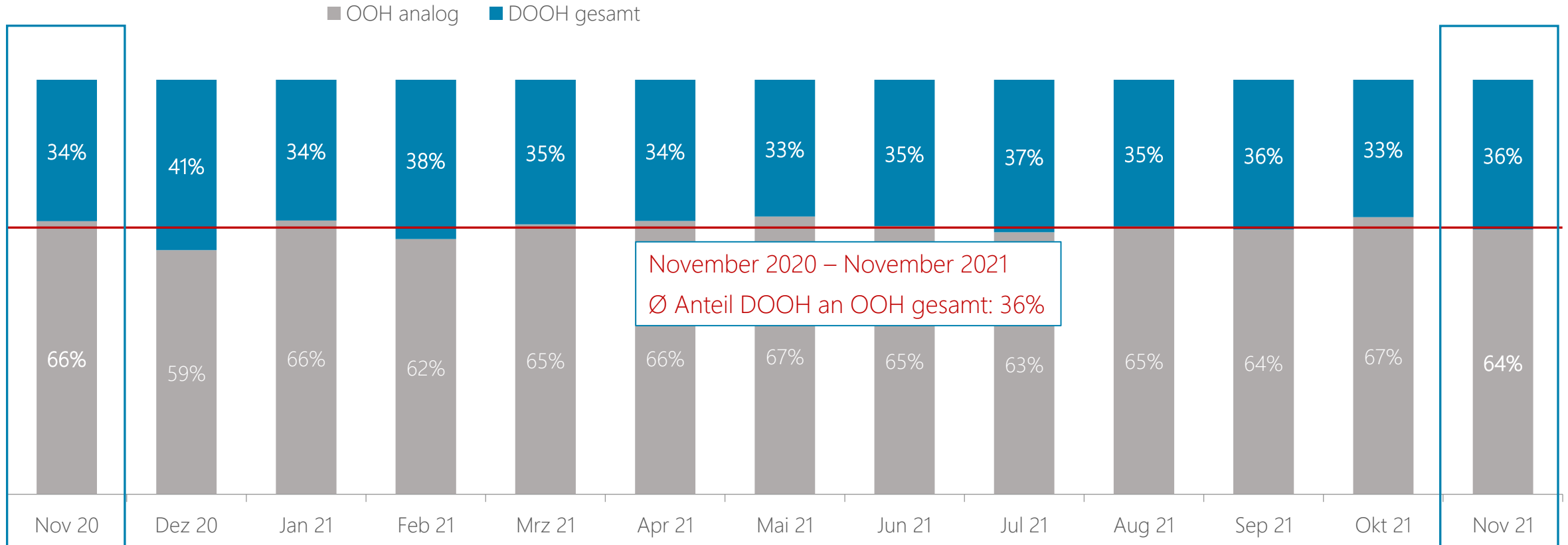


Abw. Vormonat	Dez 20	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21
digital	15	-62	37	11	5	-2	38	-11	11	11	-10	20
analog	-11	-49	13	30	9	3	25	-16	18	8	2	5
Abw. November 21 vs. November 20	digital: 12%						analog: 7%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat November 20 - November 21	digital: 5%						analog: 3%					

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – November 2021. Stand 20211610-15

# November 2021: DOOH-Marktanteil bei 36%

Anteil DOOH an OOH gesamt



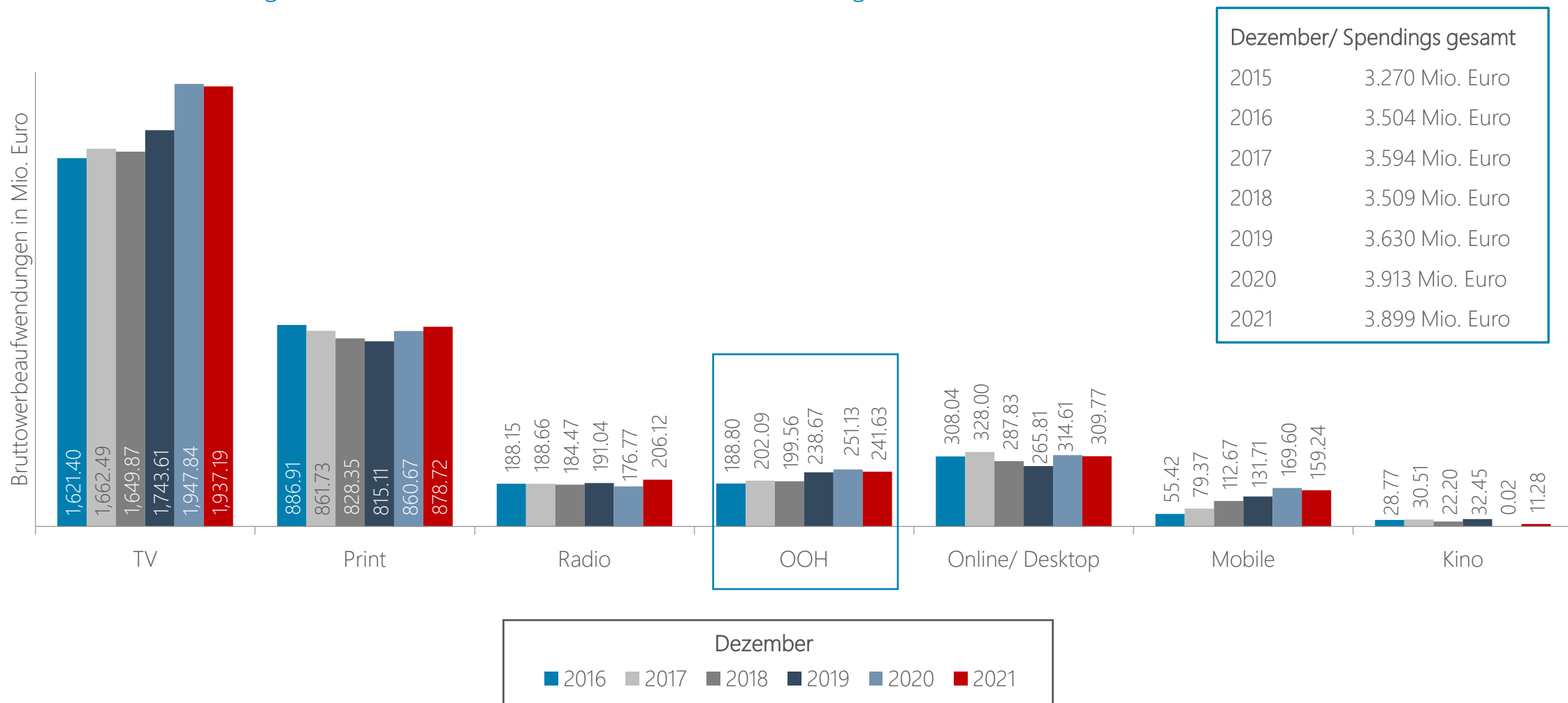


# Monatsvergleich Dez 2020 / Dez 2021

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

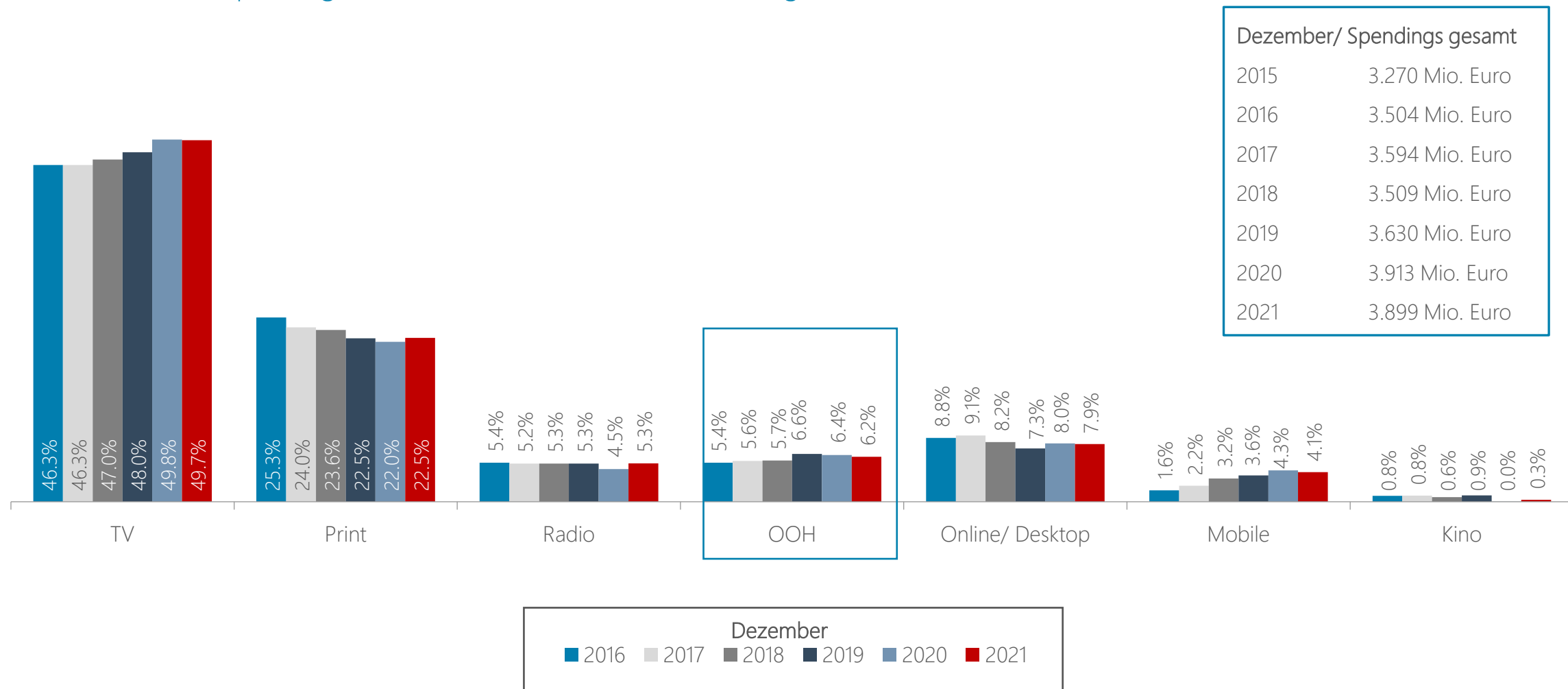
# Dezember 2021: OOH verliert leicht

Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Dezember 2016 - 2021 im Vergleich



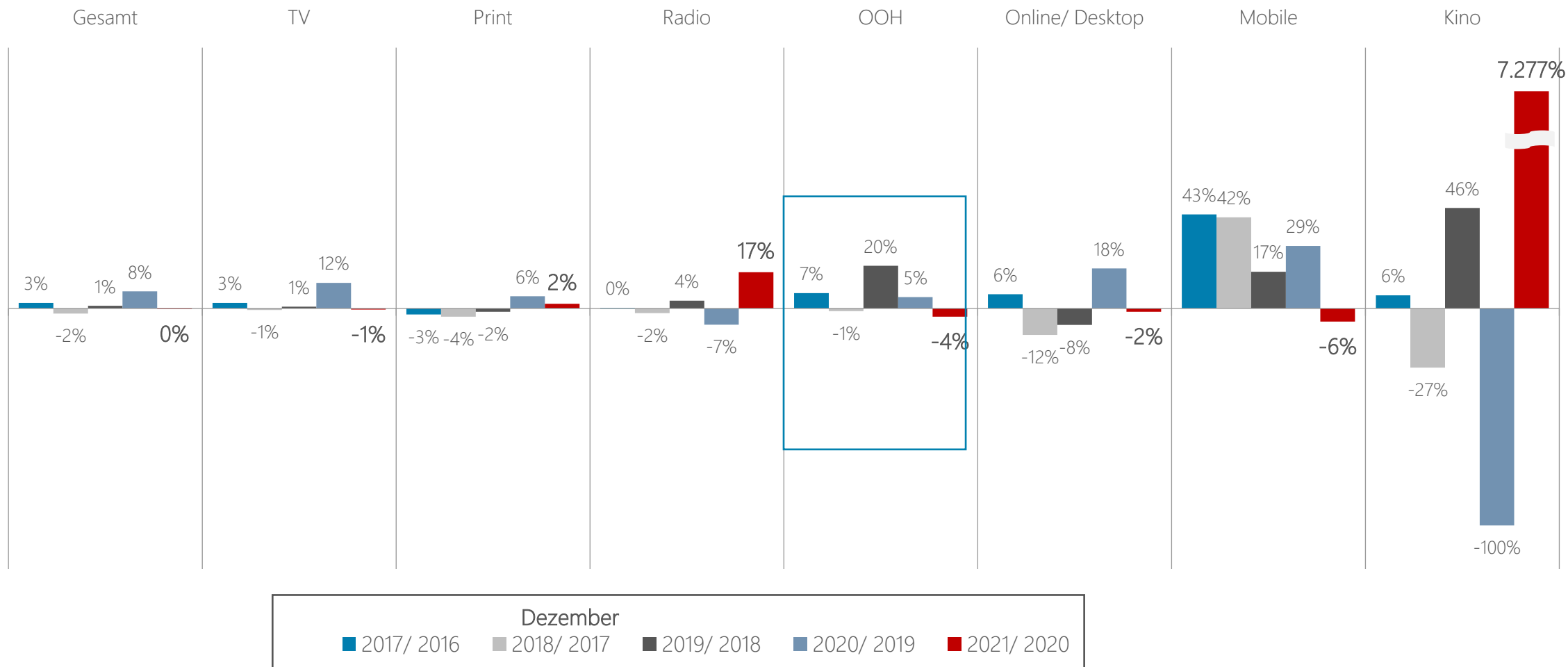
# 12/2021: OOH-Anteile leicht rückläufig

Anteile an Gesamtspendings in %: Dezember 2016 - 2021 im Vergleich



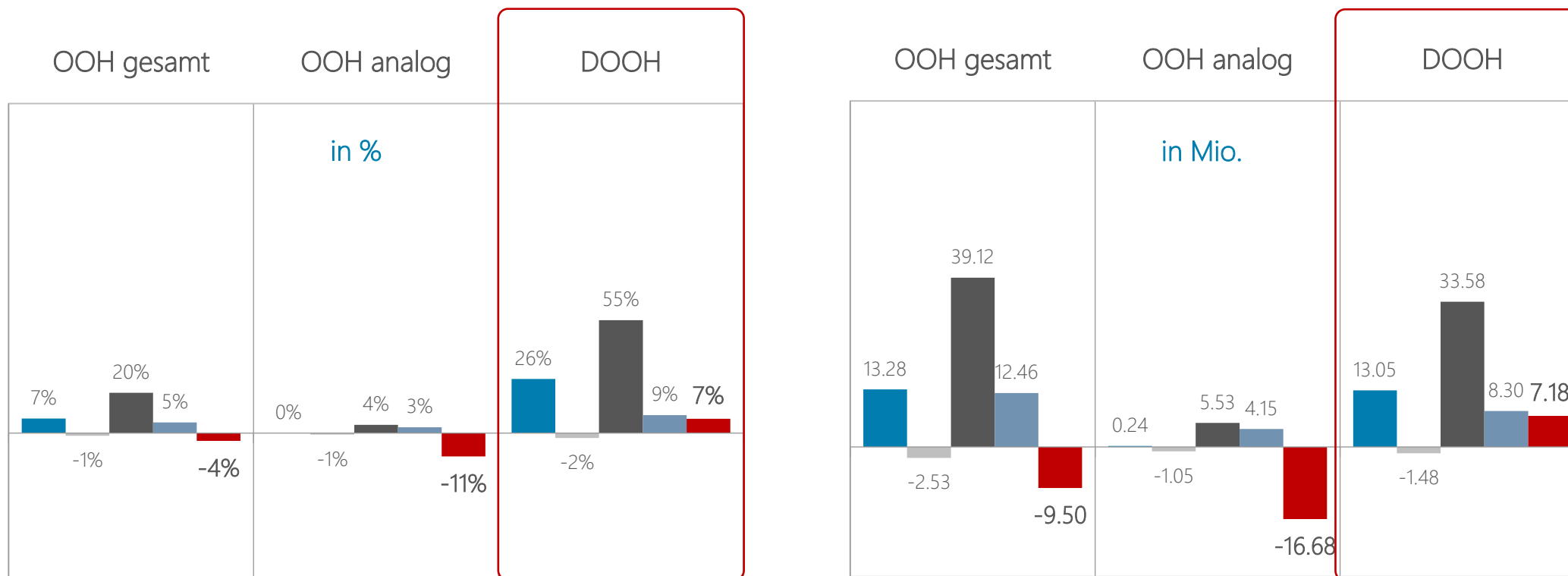
# OOH verliert im Dezember 2021 4%

Veränderungen zu Vorjahresmonat in %



# DOOH gesamt 7% über Vorjahr

im Dezember– jeweils im Vergleich zum Dezember des Vorjahres



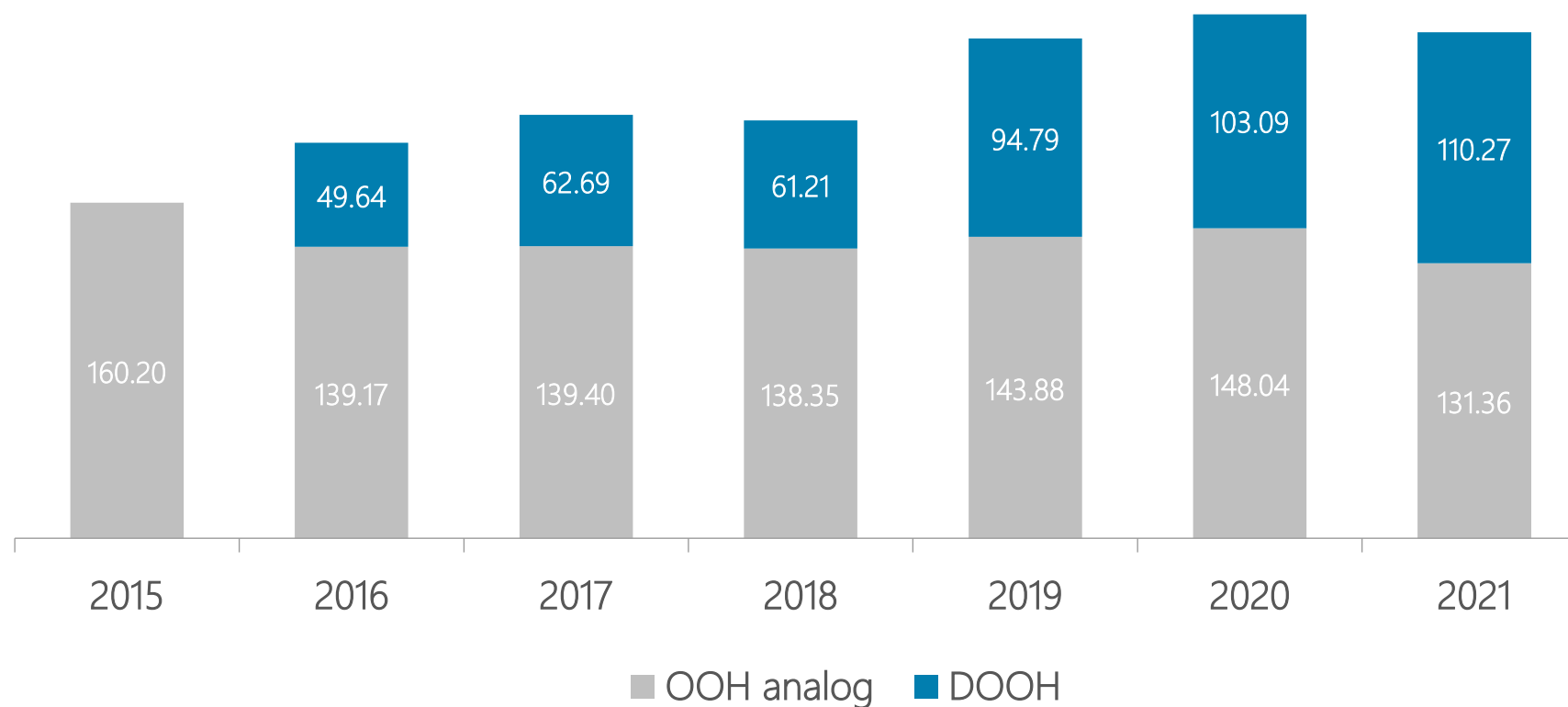
Dezember

■ 2017/ 2016 ■ 2018/ 2017 ■ 2019/ 2018 ■ 2020/ 2019 ■ 2021/ 2020



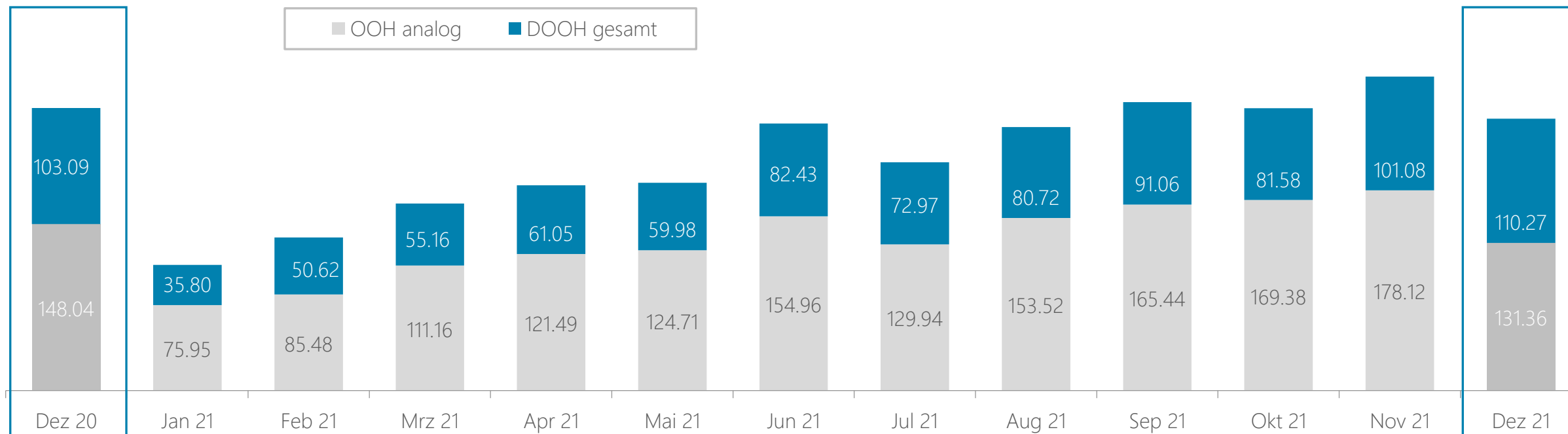
# Umsätze in der Außenwerbung

im Dezember 2016 / 2017 / 2018 / 2019 / 2020 / 2021 (in Mio. €)



# DOOH legt 7% zu

im Dezember 2021/ Bruttowerbeaufwendungen\* OOH (in Mio. EUR)

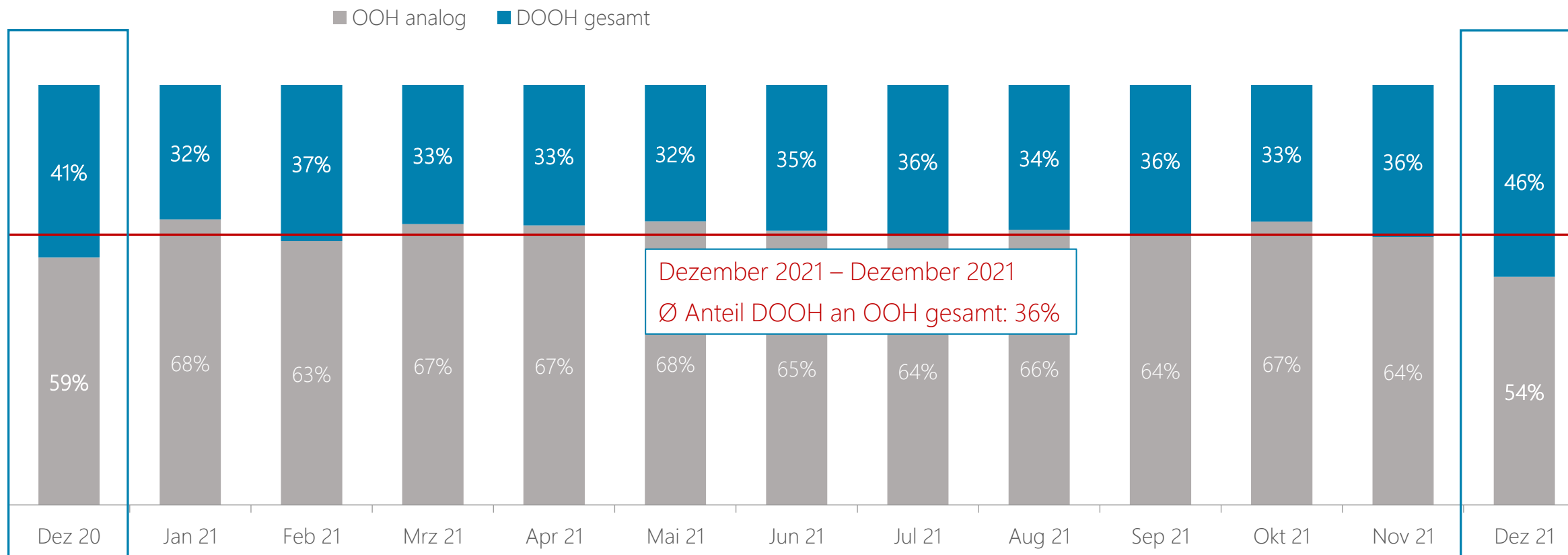


Abw. Vormonat	Jan 21	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21
digital	-62	41	9	11	-2	37	-11	11	13	-10	24	9
analog	-49	13	30	9	3	24	-16	18	8	2	5	-26
Abw. Dezember 21 vs. Dezember 20						digital: 7%			analog: -11%			
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Dezember 20 - Dezember 21						digital: 5%			analog: 2%			

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – Dezember 2021. Stand 2021610-15

# Dez 2021: DOOH-Marktanteil bei 46%

Anteil DOOH an OOH gesamt





Ansprechpartner:

Frank Goldberg  
Digital Media Institute  
Maximilianstr. 13  
80539 München

[frank.goldberg@dmi-org.com](mailto:frank.goldberg@dmi-org.com)  
[www.dmi-org.com](http://www.dmi-org.com)