

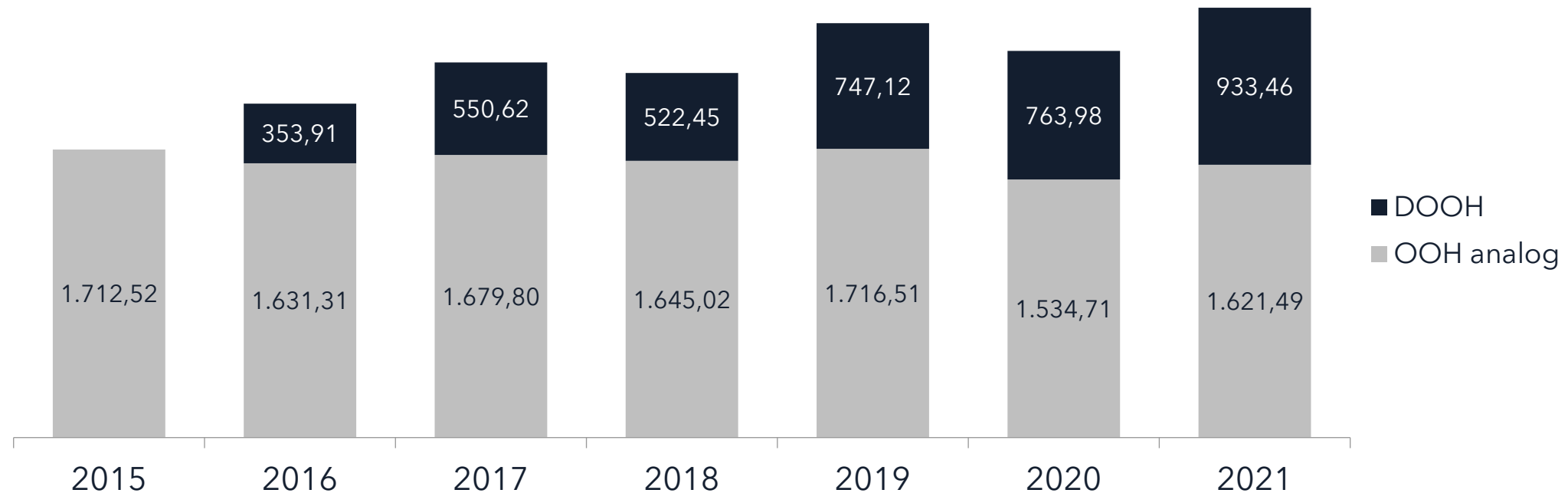
**IDOOH**

**Digital Out of Home**  
**Werbespendings 2015-2022**

# Umsätze in der Außenwerbung



2015 bis 2021 (in Mio. €)



# Inhalt

<b>1. OoH Spending Trends ab 2016</b>	<b><u>Seite 4</u></b>
<b>2. Jahresvergleich 2016 - 2021</b>	<b><u>Seite 6</u></b>
<b>3. Halbjahresvergleich 1. Hj 2020 / 1. Hj. 2021</b>	<b><u>Seite 13</u></b>
<b>4. Quartalsvergleich Q1 2021 / Q1 2022</b>	<b><u>Seite 21</u></b>
<b>5. Quartalsvergleich Q2 2020 / Q2 2021</b>	<b><u>Seite 28</u></b>
6. Quartalsvergleich Q3 2020 / Q3 2021	<u>Seite xx</u>
7. Quartalsvergleich Q4 2020 / Q4 2021	<u>Seite xx</u>
<b>8. Monatsvergleich Jan 2021 / Jan 2022</b>	<b><u>Seite 35</u></b>
<b>9. Monatsvergleich Feb 2021 / Feb 2022</b>	<b><u>Seite 43</u></b>
<b>10. Monatsvergleich Mrz 2021 / Mrz 2022</b>	<b><u>Seite 51</u></b>
<b>11. Monatsvergleich Apr 2021 / Apr 2022</b>	<b><u>Seite 59</u></b>
<b>12. Monatsvergleich Mai 2021 / Mai 2022</b>	<b><u>Seite 67</u></b>
<b>13. Monatsvergleich Juni 2020 / Juni 2021</b>	<b><u>Seite 75</u></b>
14. Monatsvergleich Juli 2020 / Juli 2021	<u>Seite xx</u>
15. Monatsvergleich August 2020 / August 2021	<u>Seite xx</u>
16. Monatsvergleich September 2020 / September 2021	<u>Seite xx</u>
17. Monatsvergleich Oktober 2020 / Oktober 2021	<u>Seite xx</u>
18. Monatsvergleich November 2020 / November 2021	<u>Seite xx</u>
19. Monatsvergleich Dezember 2020 / Dezember 2021	<u>Seite xx</u>



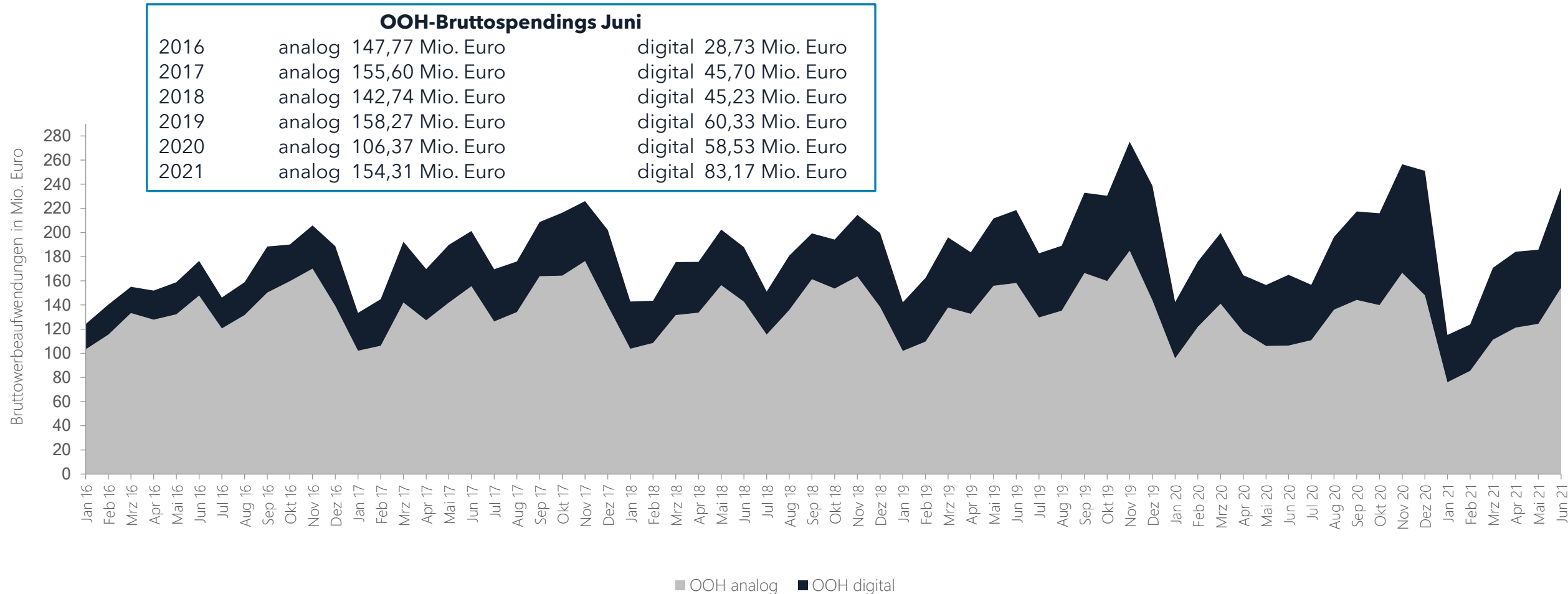
# OoH Spending Trends ab 2016

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# OOH: Spendingtrends



Bruttowerbeaufwendungen: 2016 - 2021 (in Mio. EUR)



**IDOOH**

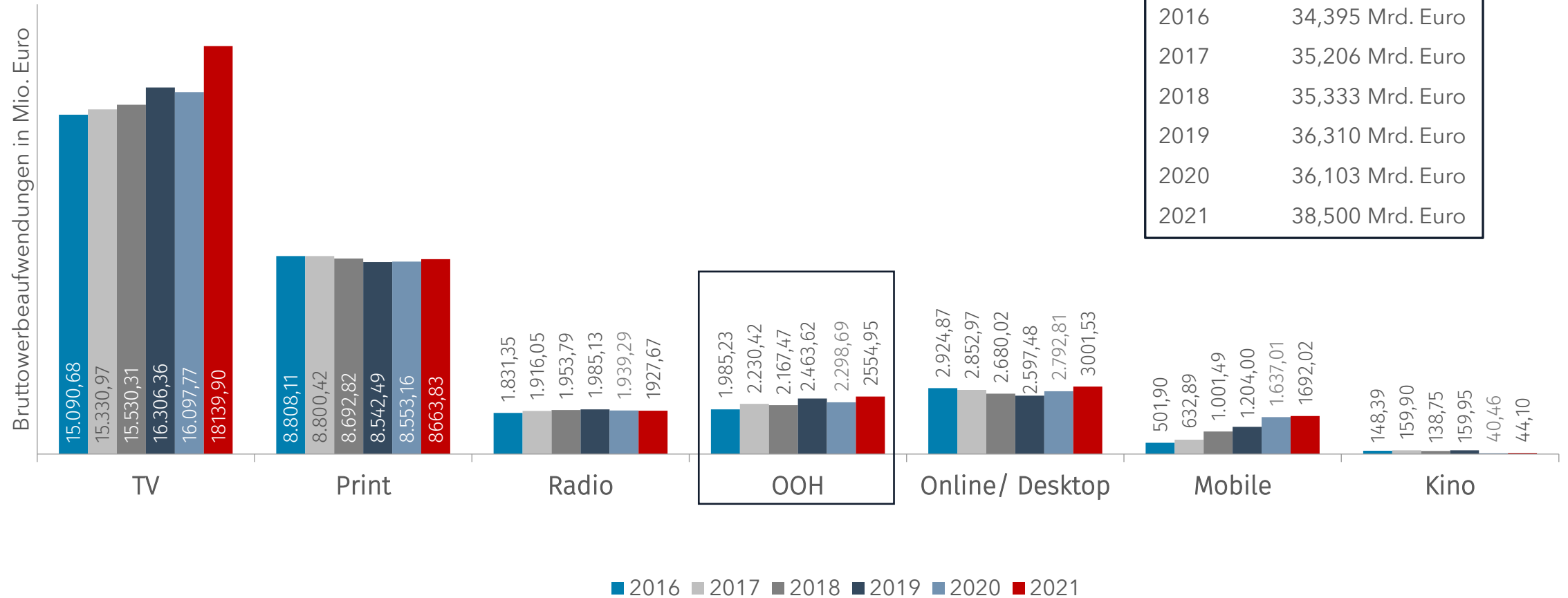
**Jahresvergleich  
2016 - 2021**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Bruttowerbeaufwendungen seit 2016

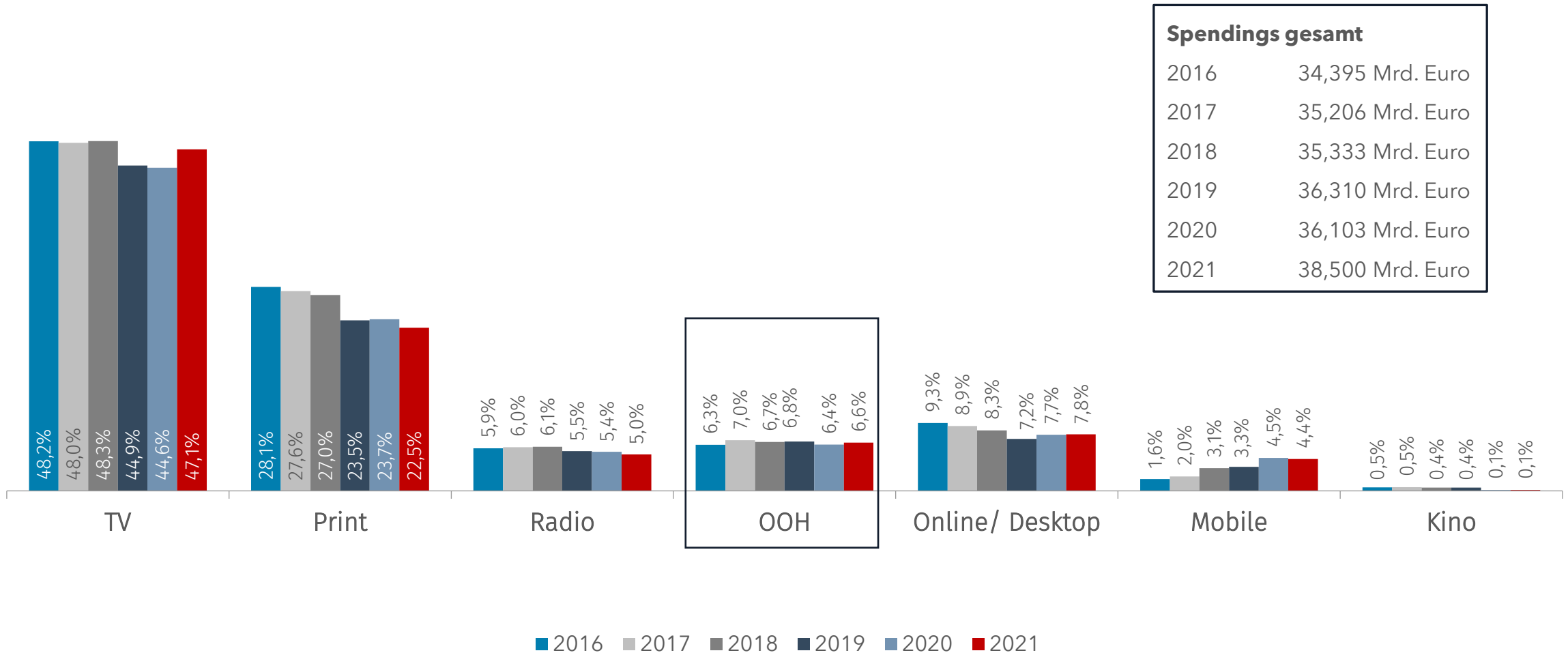


Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 2016 - 2021 im Vergleich (Jahresbrutto)



# OOH hält seine Anteile in 2021

Anteile an Gesamtspendings in %: 2016 - 2021 im Vergleich

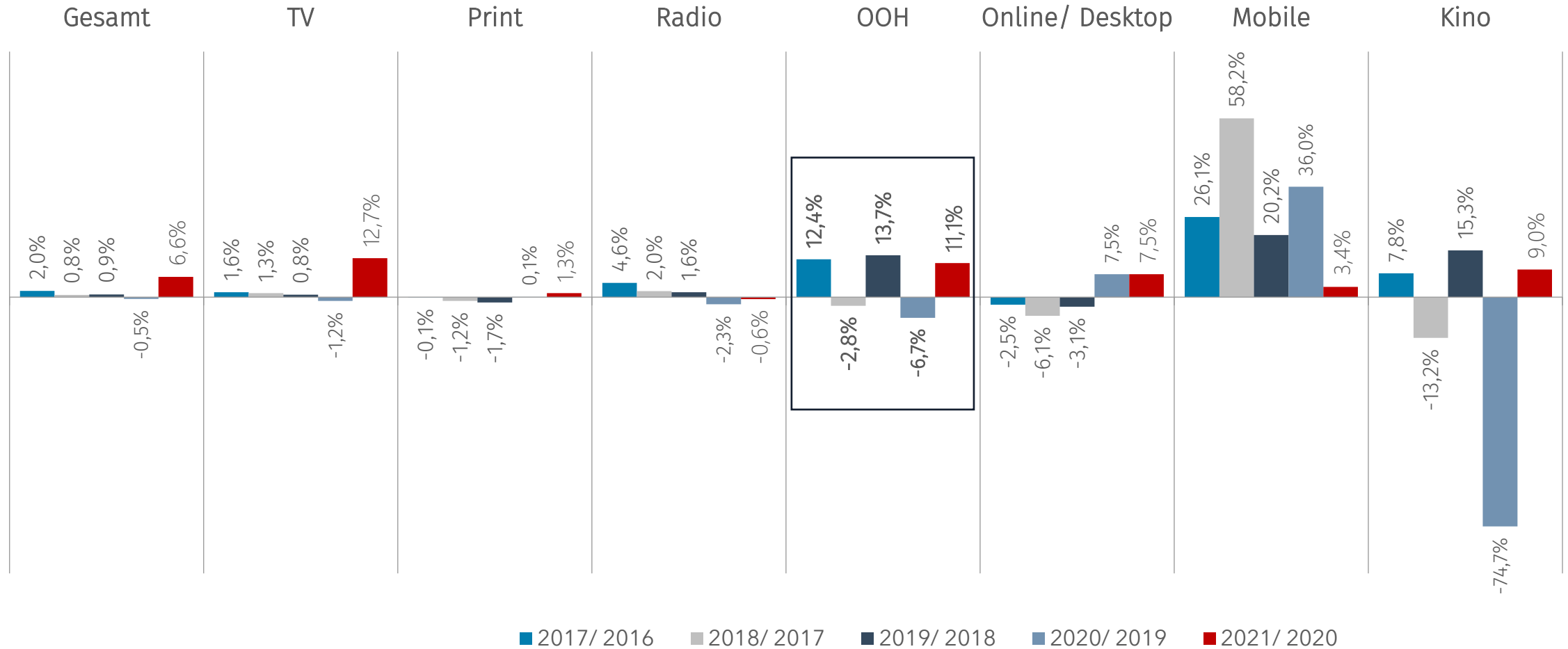




# OOH mit Plus in 2021



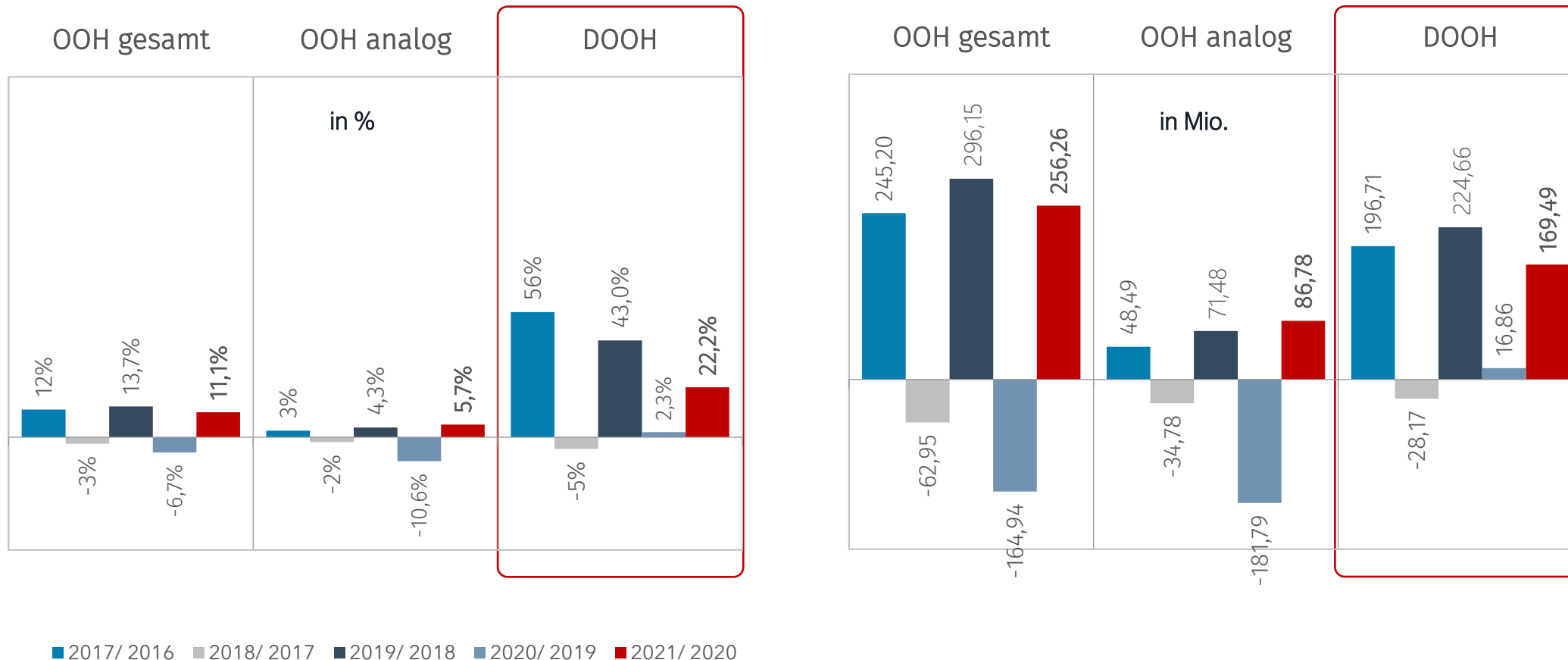
Veränderungen zu Vorjahr in %



# DOOH ist DER Wachstumstreiber in 2021

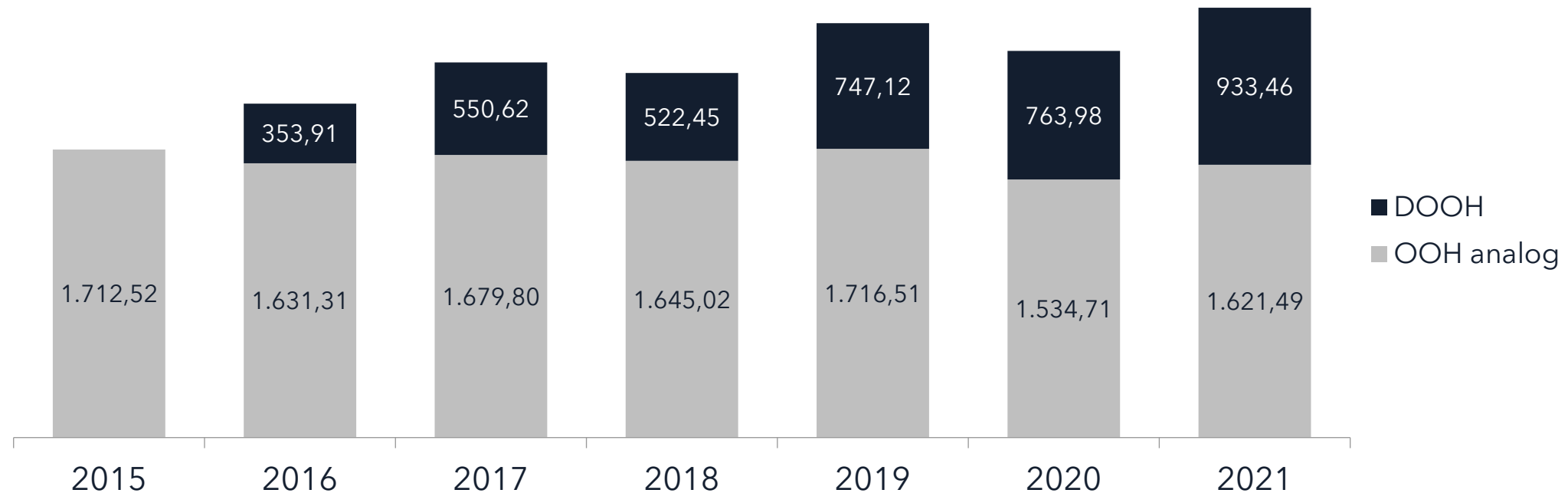


Jahresvergleiche Gewinne und Verluste (im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr)



# Umsätze in der Außenwerbung

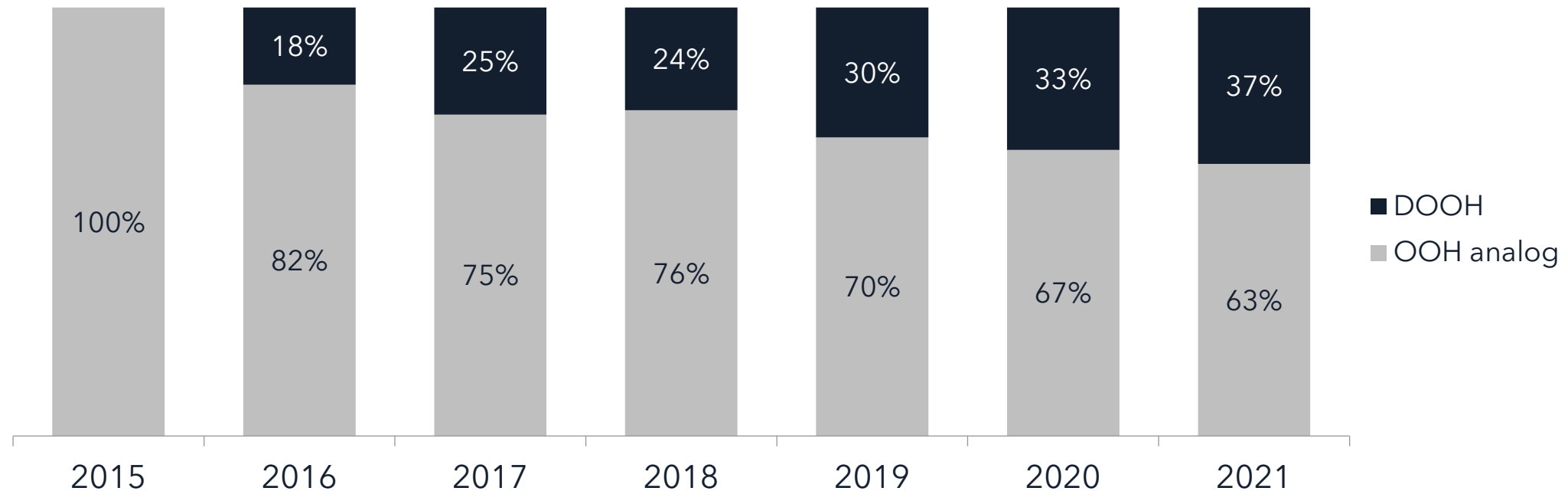
2015 bis 2021 (in Mio. €)



# Marktanteile in der Außenwerbung



2015 bis 2021 (in %)



Quelle: Nielsen Media Research. Anteile an Bruttowerbeaufwendungen in der Außenwerbung in %, Jan 2015 - Dezember 2021. Stand 2022-02-19



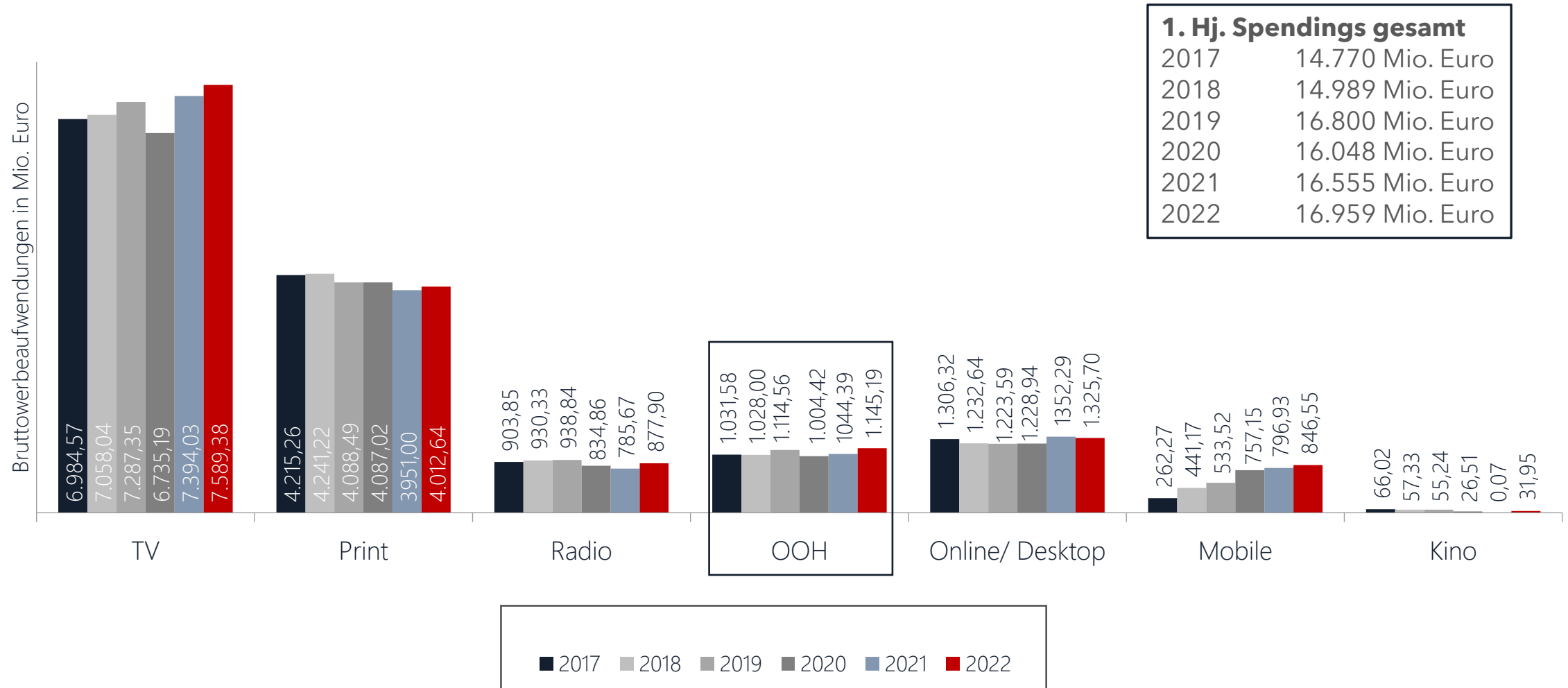
# **Halbjahresvergleich 1. Hbj. 2021 - 1.Hbj. 2022**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Steigende Spendings im 1. Halbjahr 2022



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 2017 - 2022 im Vergleich

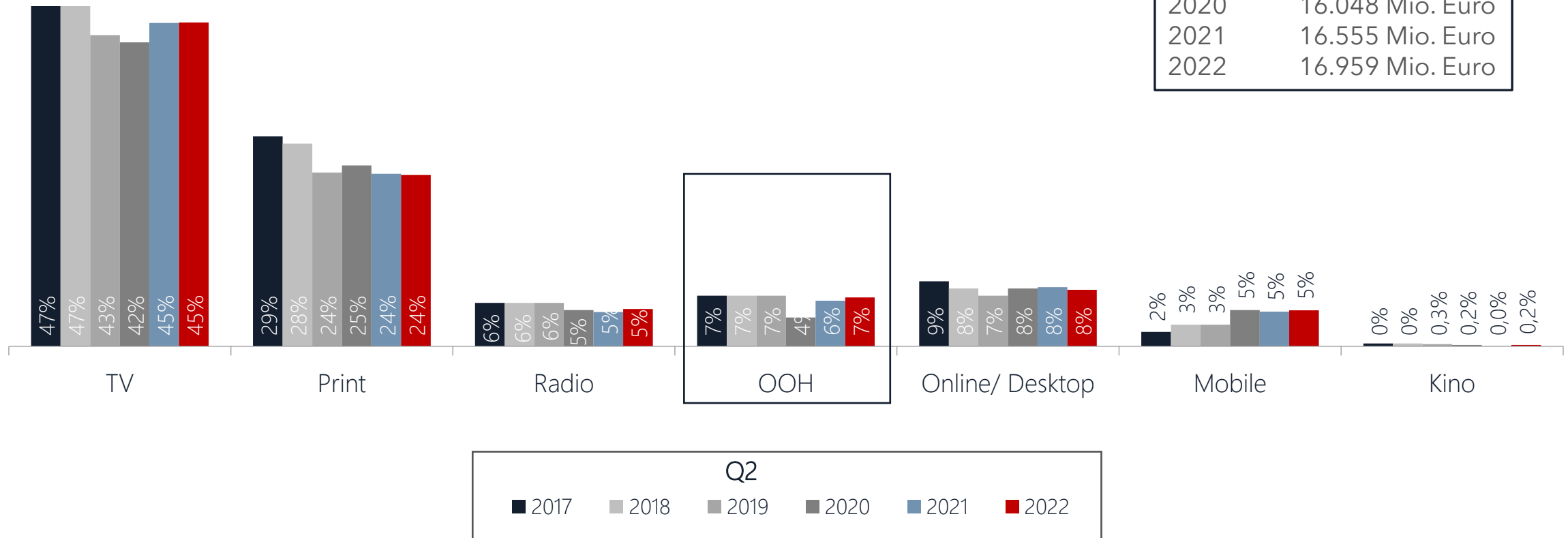


# 1. Hj. 2022: OOH steigert seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: 2017 - 2022 im Vergleich

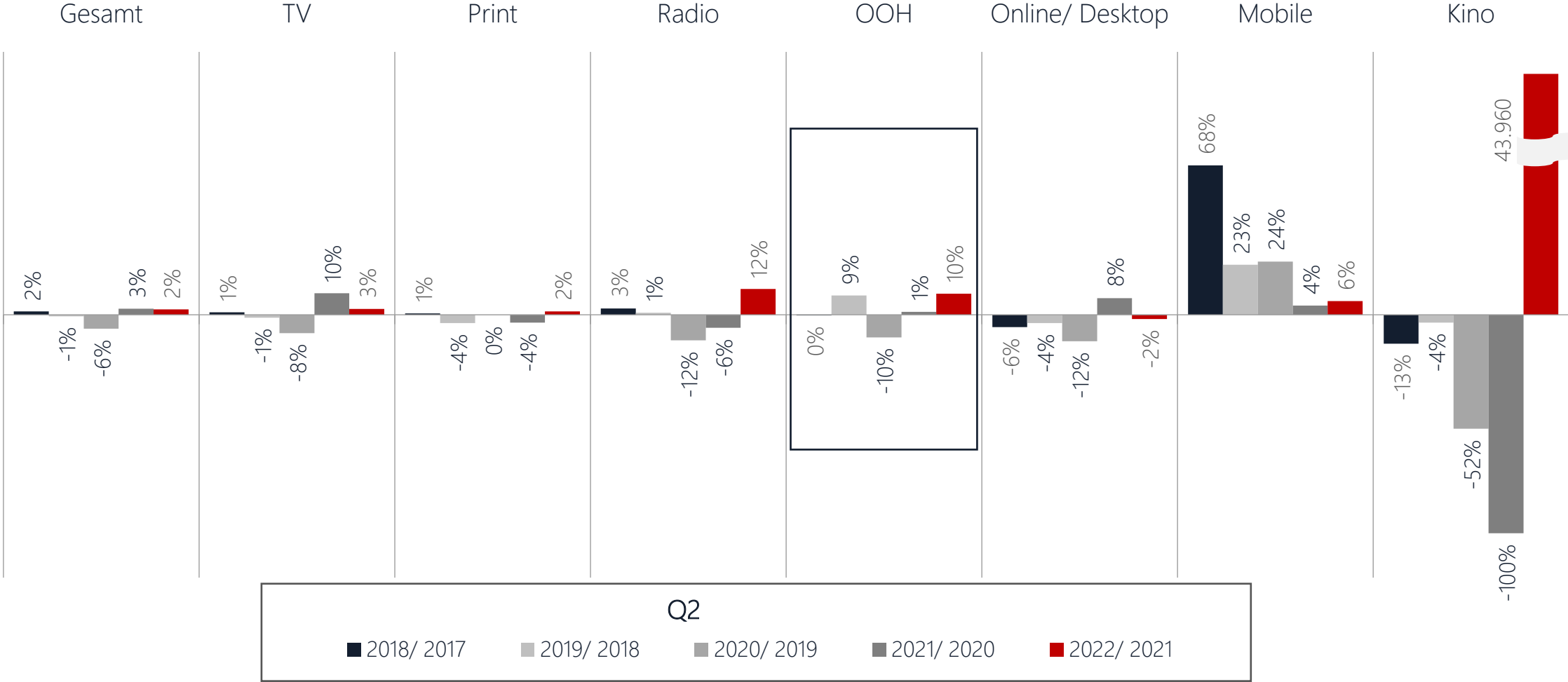
1. Hj. Spendings gesamt	
2017	14.770 Mio. Euro
2018	14.989 Mio. Euro
2019	16.800 Mio. Euro
2020	16.048 Mio. Euro
2021	16.555 Mio. Euro
2022	16.959 Mio. Euro



# OOH wächst im 1. Halbjahr 2022 um 10%



Vergleich zu Vorjahresquartal/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



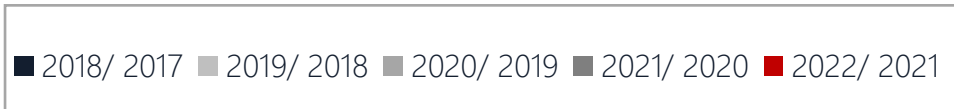
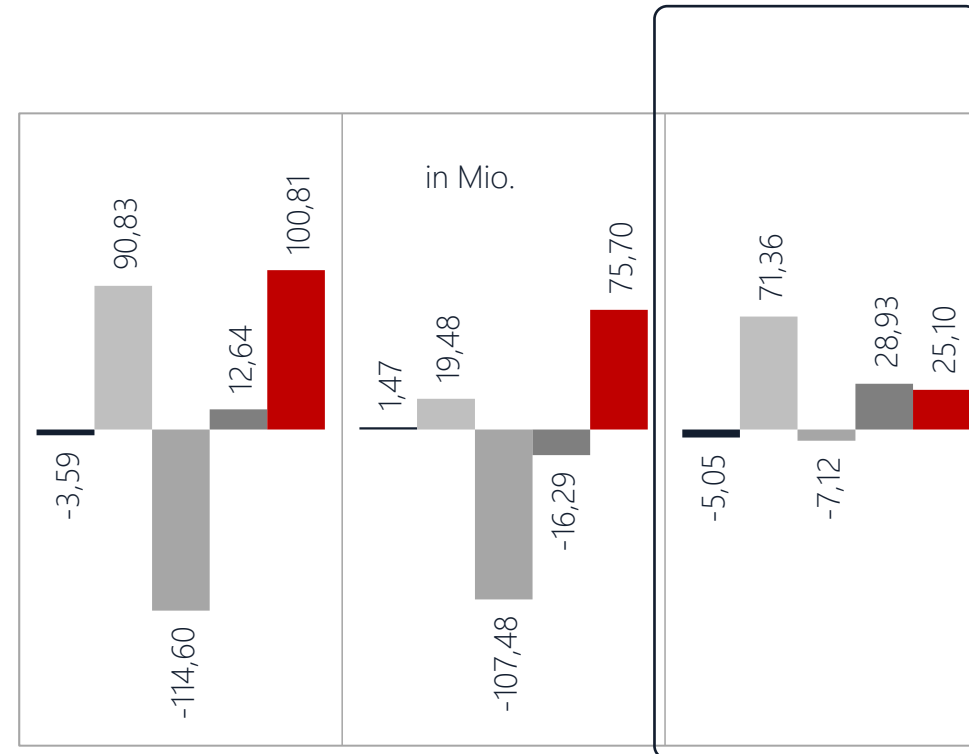
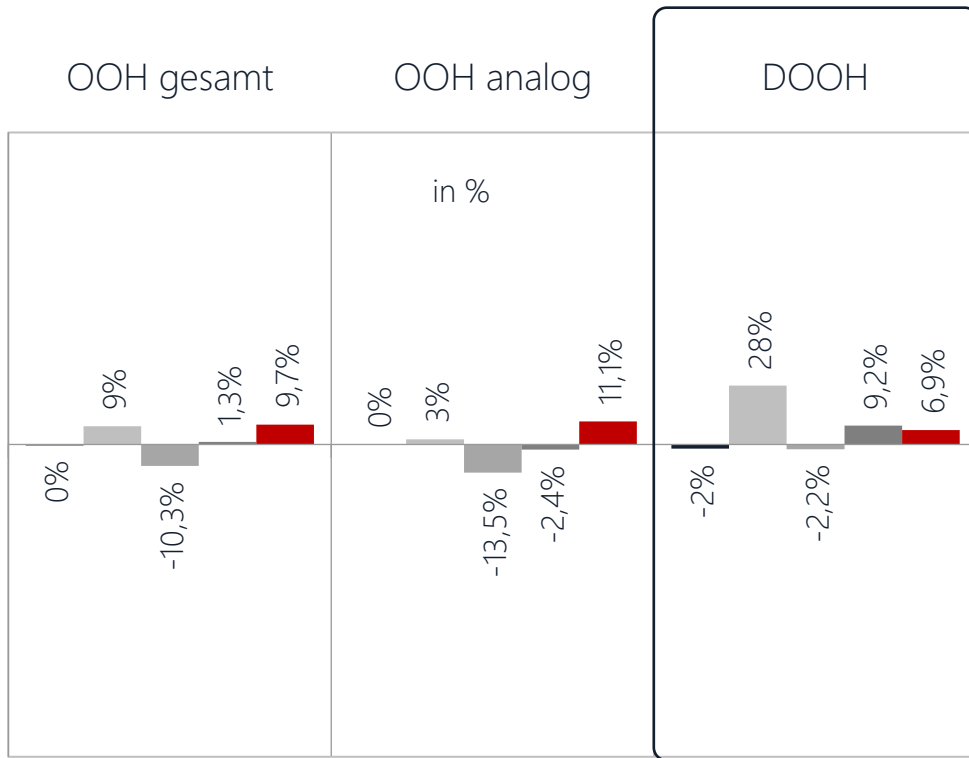
Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2017 – 2022. Stand 2022-07-19



# DOOH 7% über Vorjahr



im 1. Halbjahr 2022 - jeweils im Vergleich zu Q2 des Vorjahres

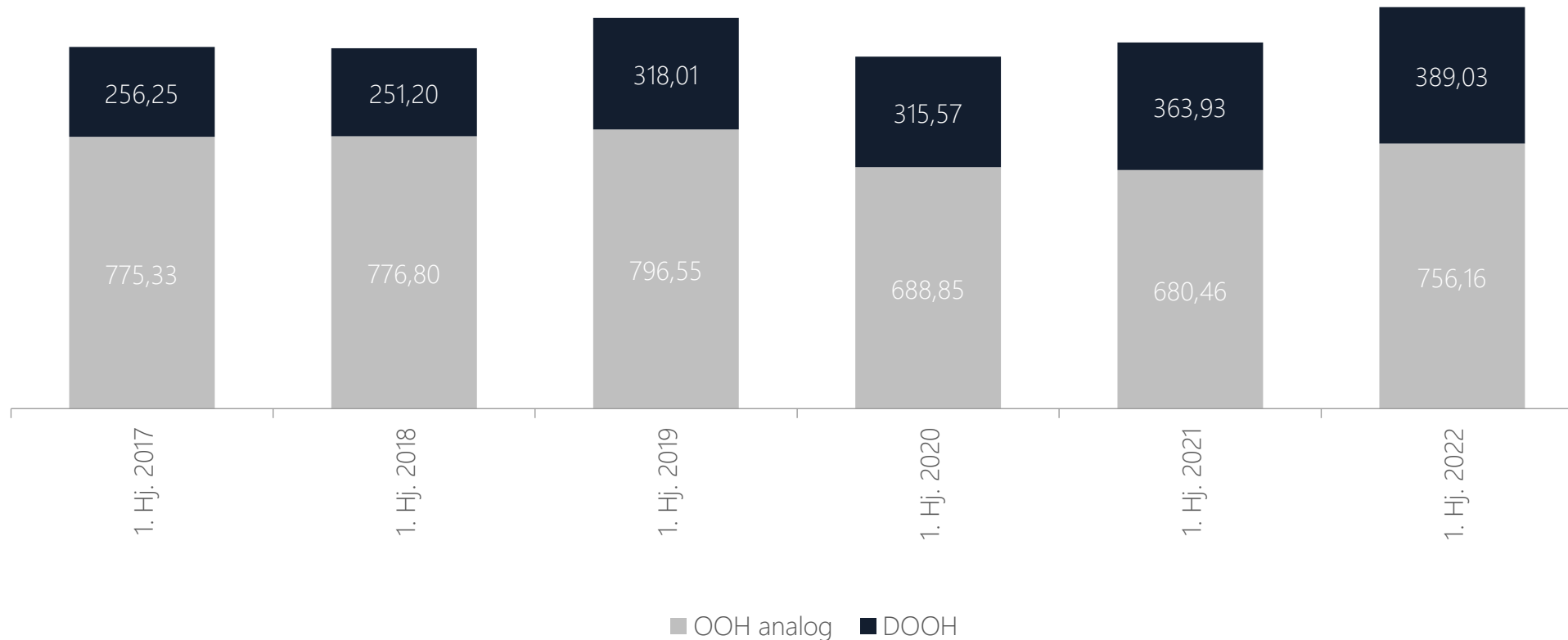


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2017 – 2022. Stand 2022-07-19

# Umsätze in der Außenwerbung



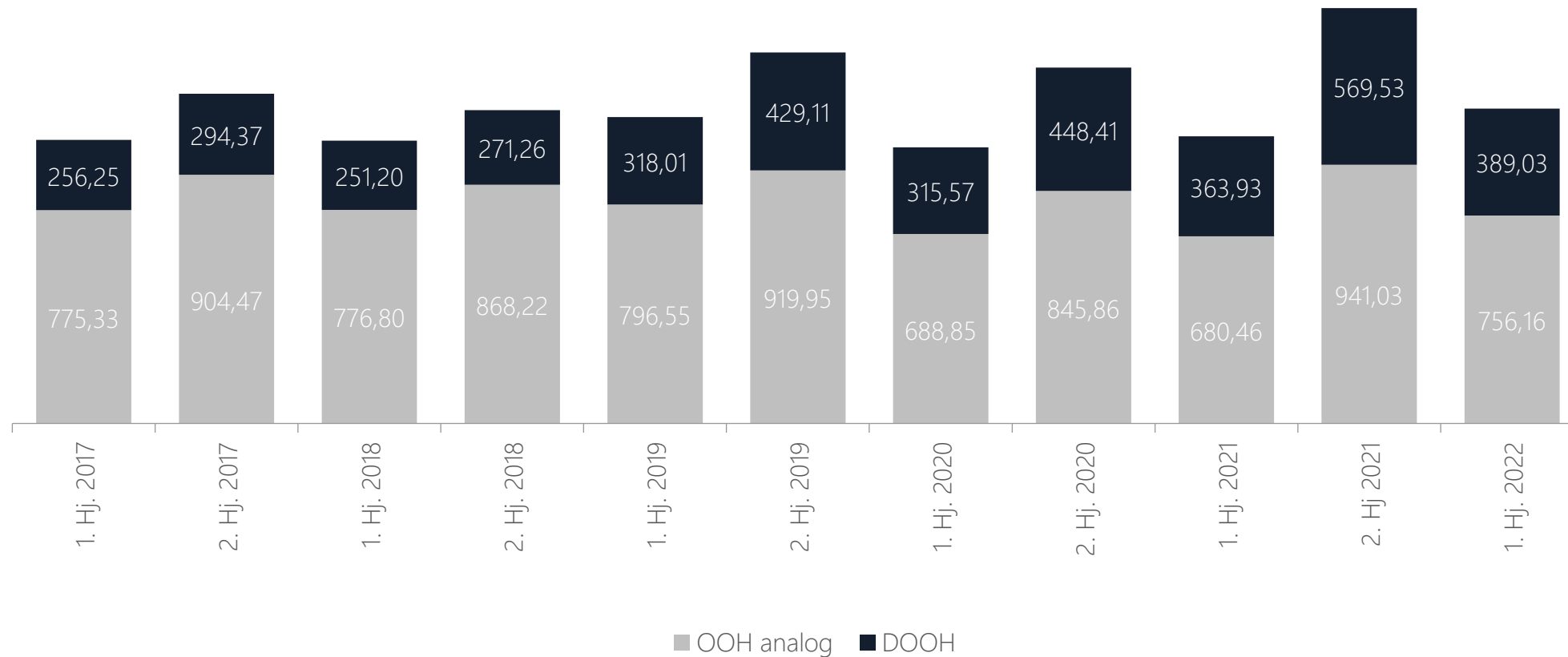
1. Halbjahre im Vergleich: 2017 - 2022 (in Mio. €)



# OOH: Spendingtrends

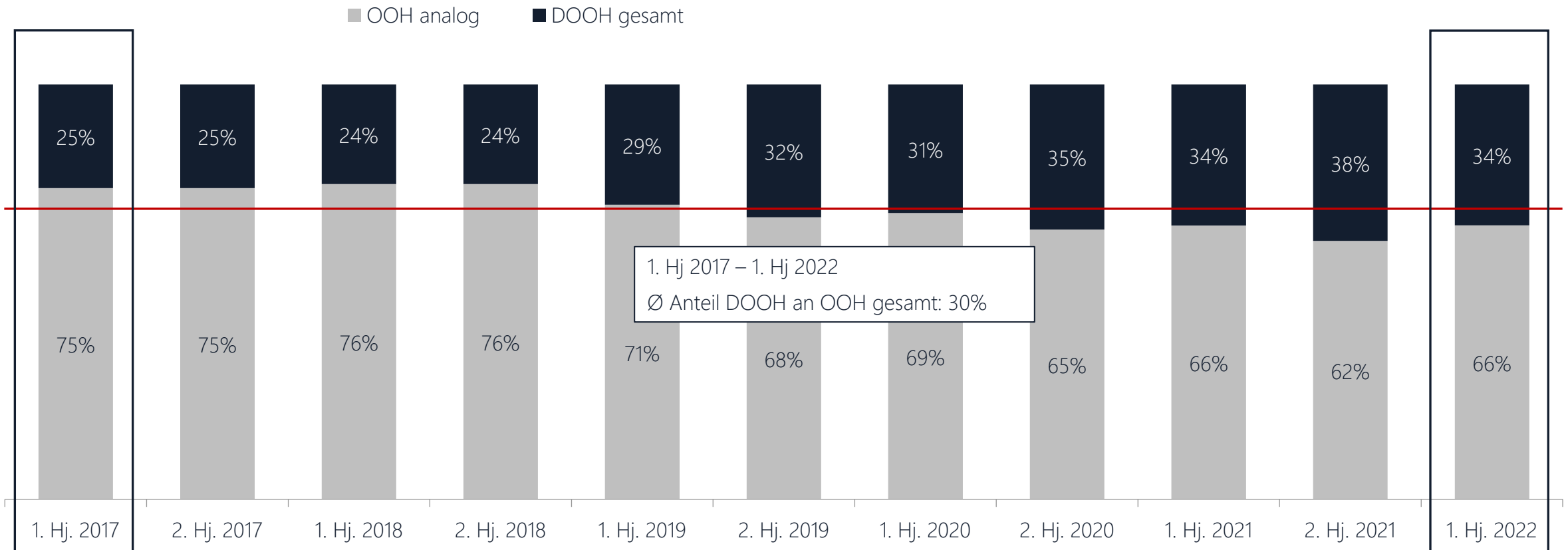


2017 - 2022 (in Mio. €)



# 1. Halbjahr 2022: DOOH-Marktanteil bei 34%

Anteil DOOH an OOH gesamt





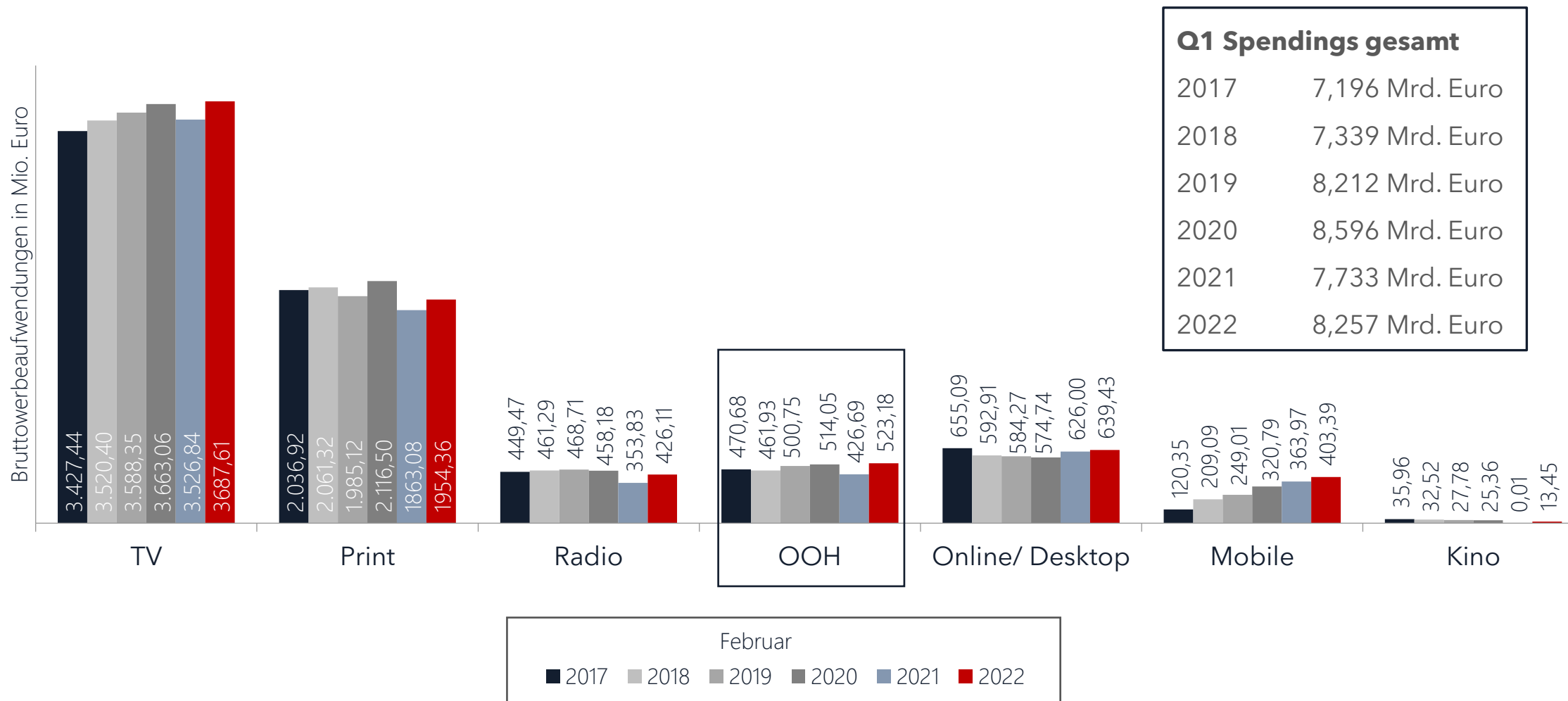
# Quartalsvergleich Q1 2021 / Q1 2022

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Steigende Spendings in Q1



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Februar 2017 - 2022 im Vergleich



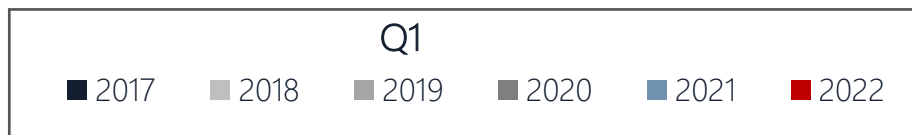
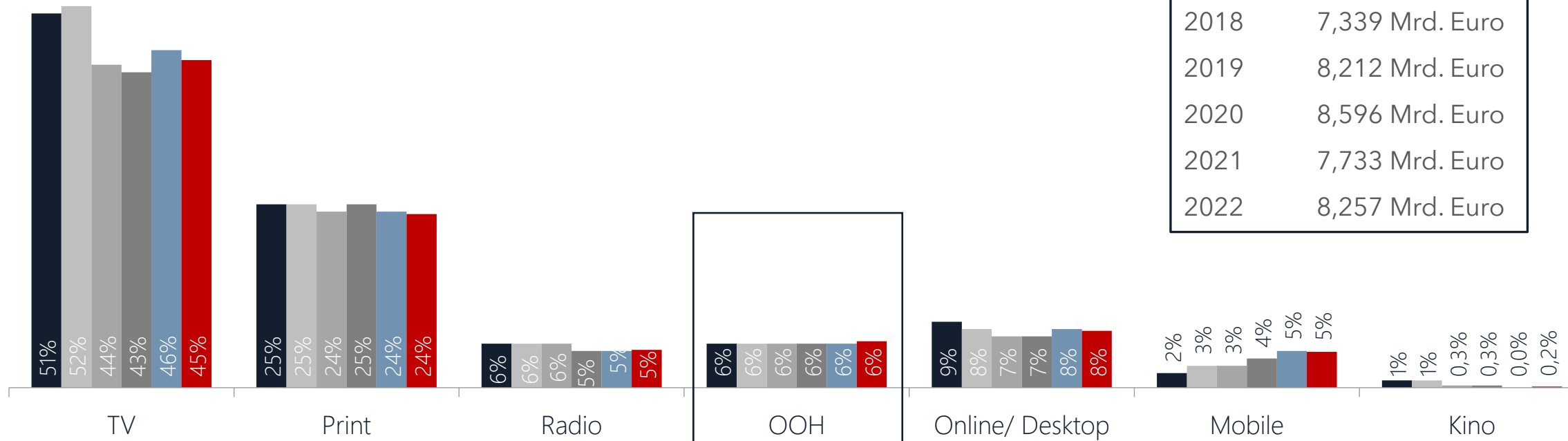
# Q1 2022: OOH hält seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: Februar 2020 - 2021 im Vergleich

## Q1 Spendings gesamt

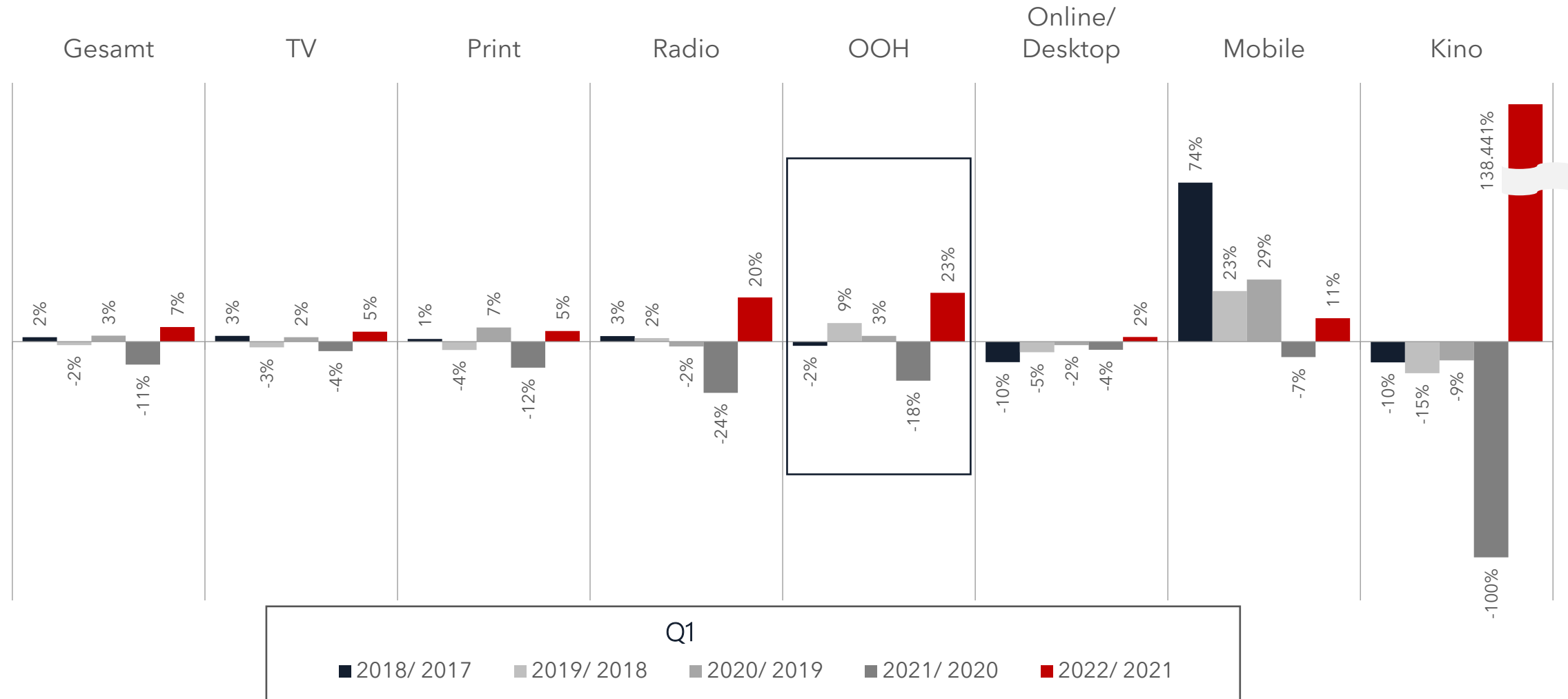
2017	7,196 Mrd. Euro
2018	7,339 Mrd. Euro
2019	8,212 Mrd. Euro
2020	8,596 Mrd. Euro
2021	7,733 Mrd. Euro
2022	8,257 Mrd. Euro



# OOH wächst in Q1 2022 um 23%



Vergleich zu Februar 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)

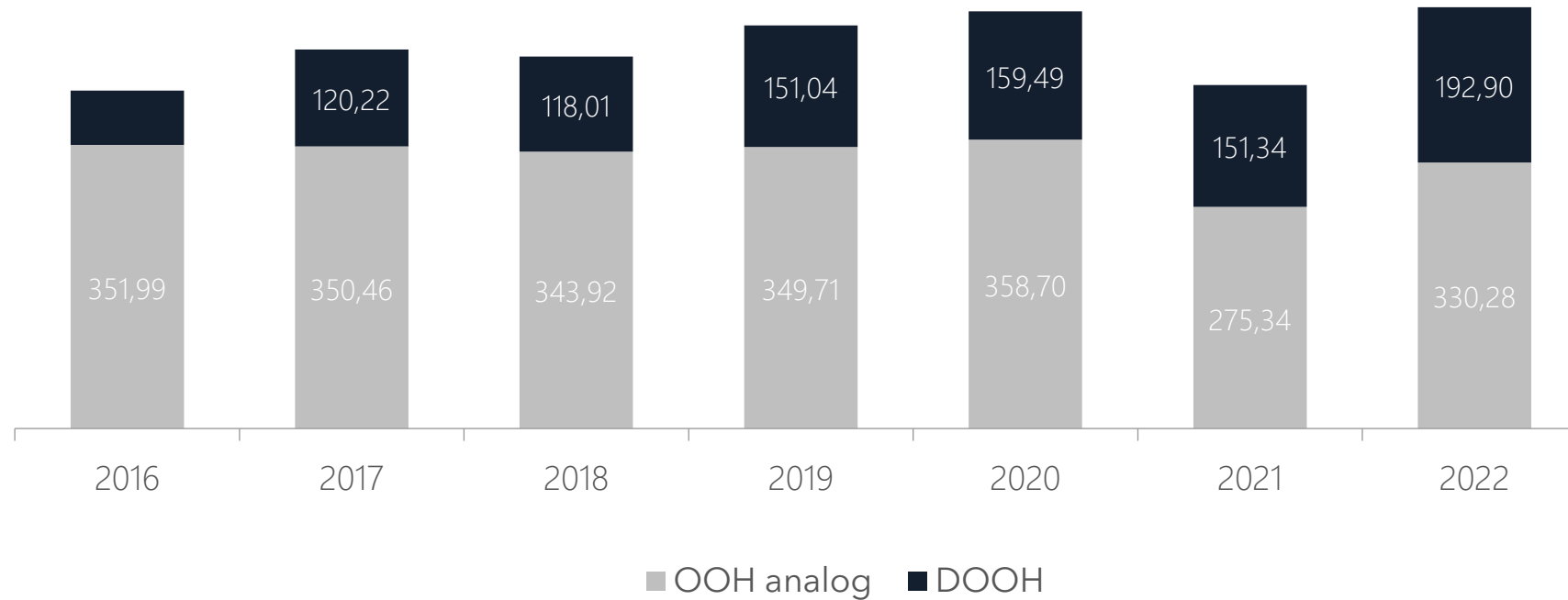




# Umsätze in der Außenwerbung

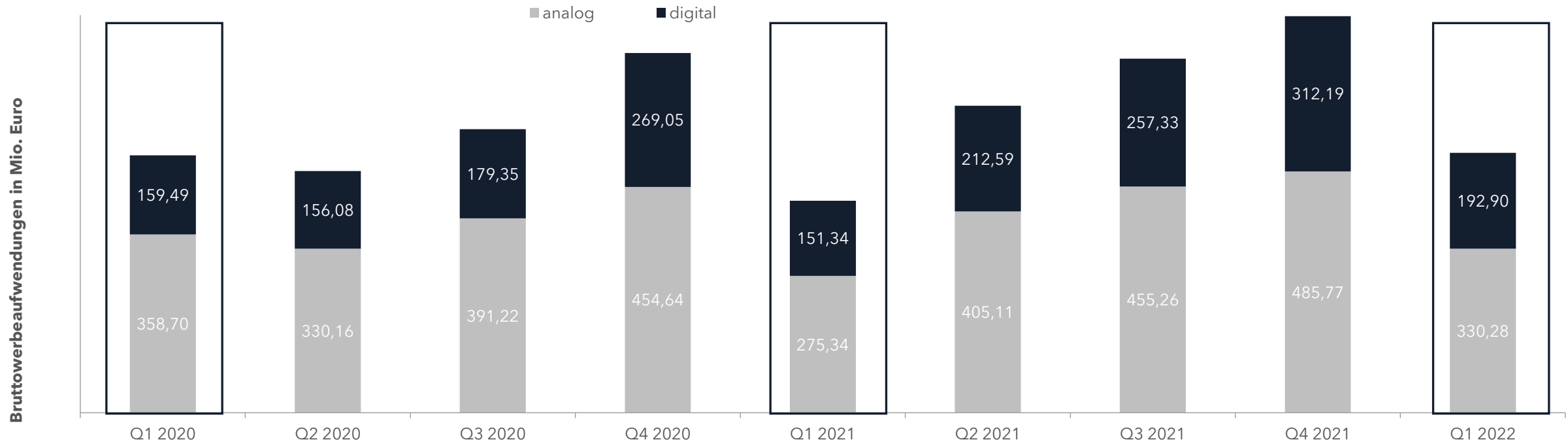


In Q1 2016 - Q1 2022 (in Mio. €)



# DOOH 27% über Vorjahr in Q1 2022

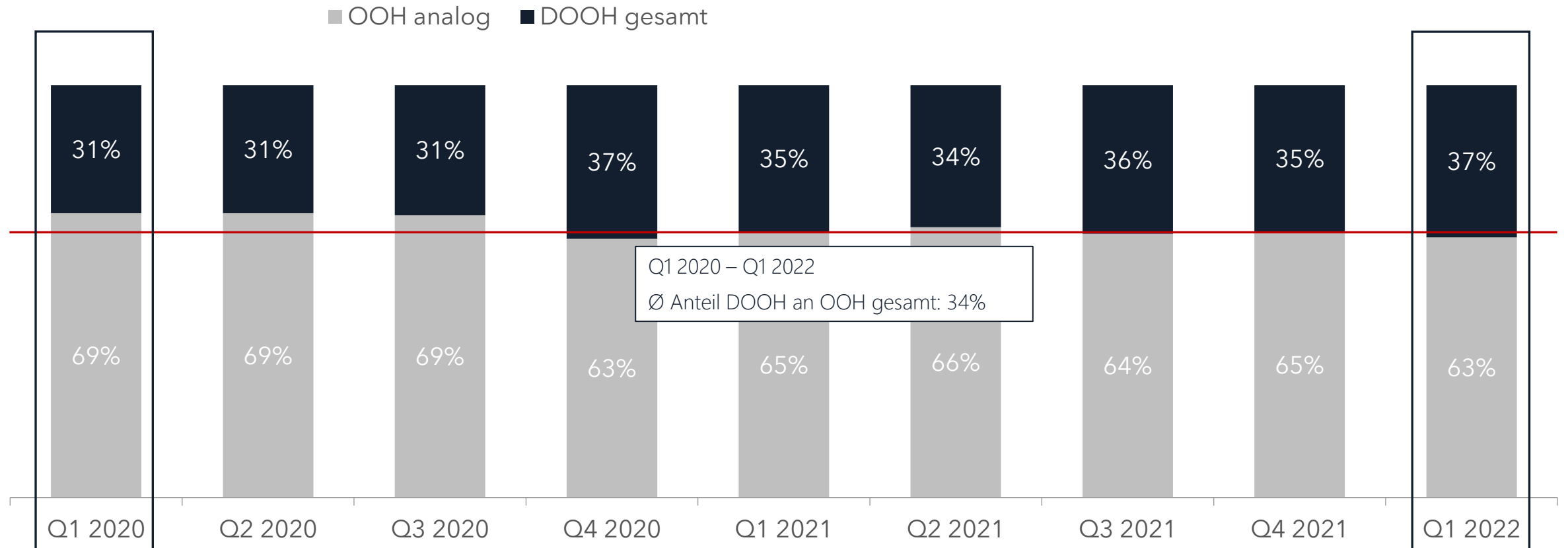
2020 - 2022: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q2 2020	Q4 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q4 2021	Q4 2021	Q1 2022
digital	-2%	15%	50%	-44%	40%	21%	21%	-38%
analog	-8%	18%	16%	-39%	47%	12%	7%	-32%
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			-5%	36%	43%	16%	27%
	analog			-23%	23%	16%	7%	20%

# Q1 2022: DOOH-Marktanteil bei 37%

Anteil DOOH an OOH gesamt





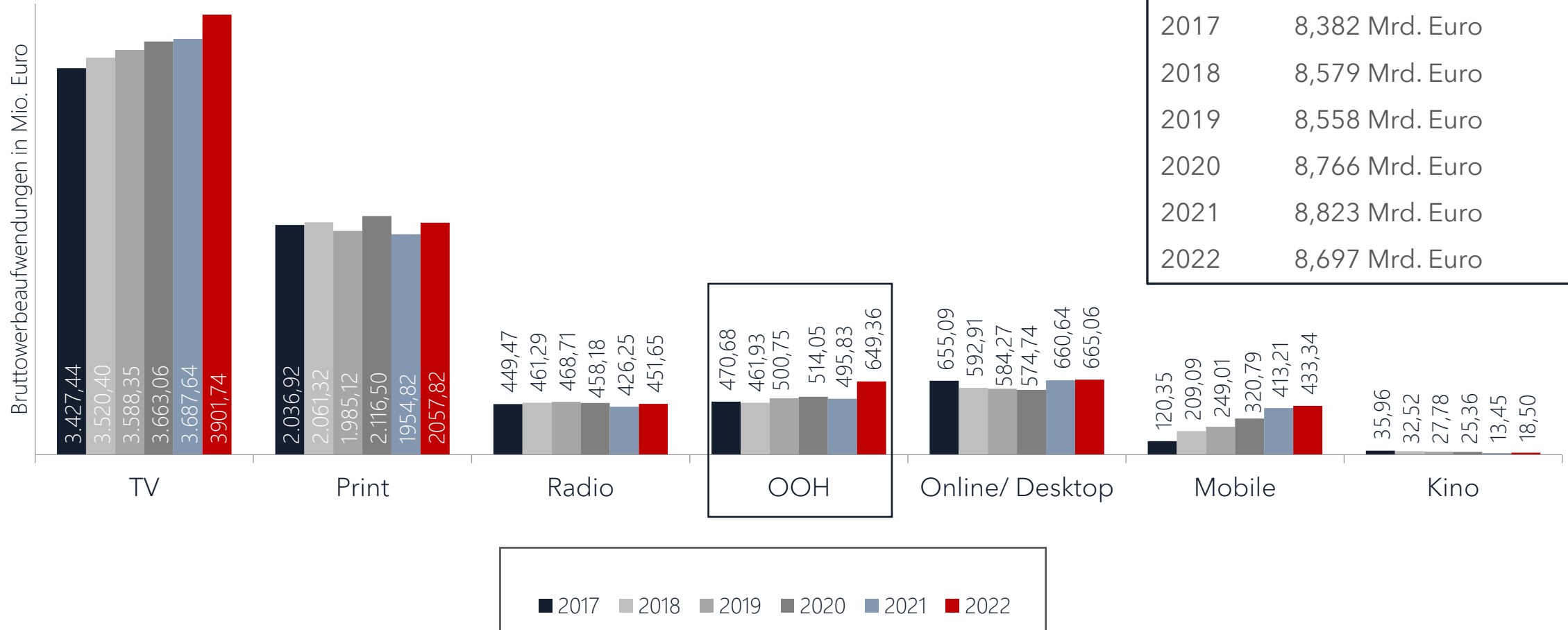
# Quartalsvergleich Q2 2021 / Q2 2022

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Steigende Spendings in Q2



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 2017 - 2022 im Vergleich



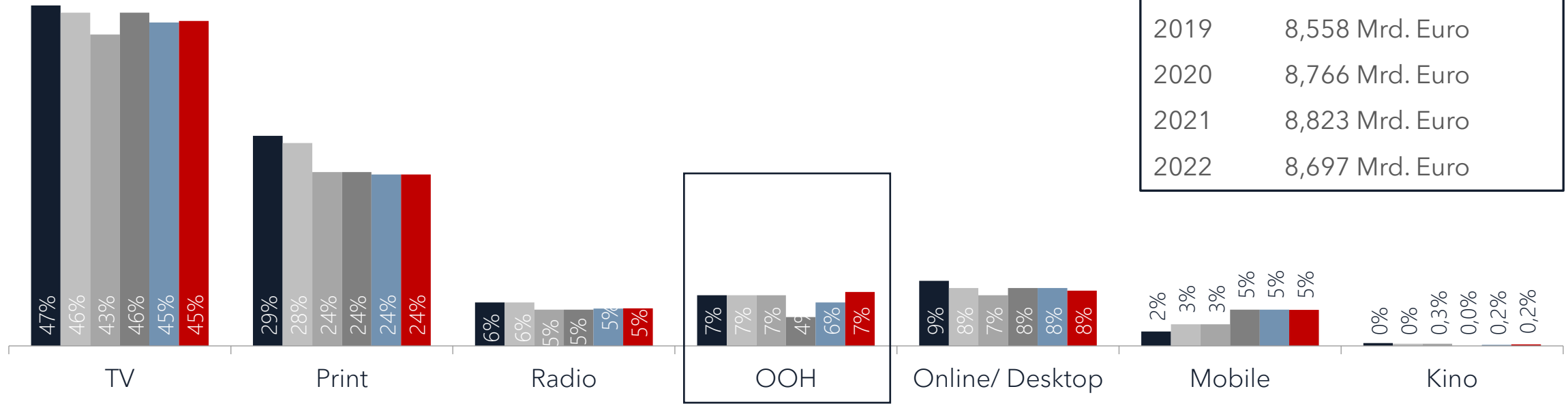
Q2 Spendings gesamt	
2017	8,382 Mrd. Euro
2018	8,579 Mrd. Euro
2019	8,558 Mrd. Euro
2020	8,766 Mrd. Euro
2021	8,823 Mrd. Euro
2022	8,697 Mrd. Euro

# Q2 2022: OOH steigert seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: 2017 - 2022 im Vergleich

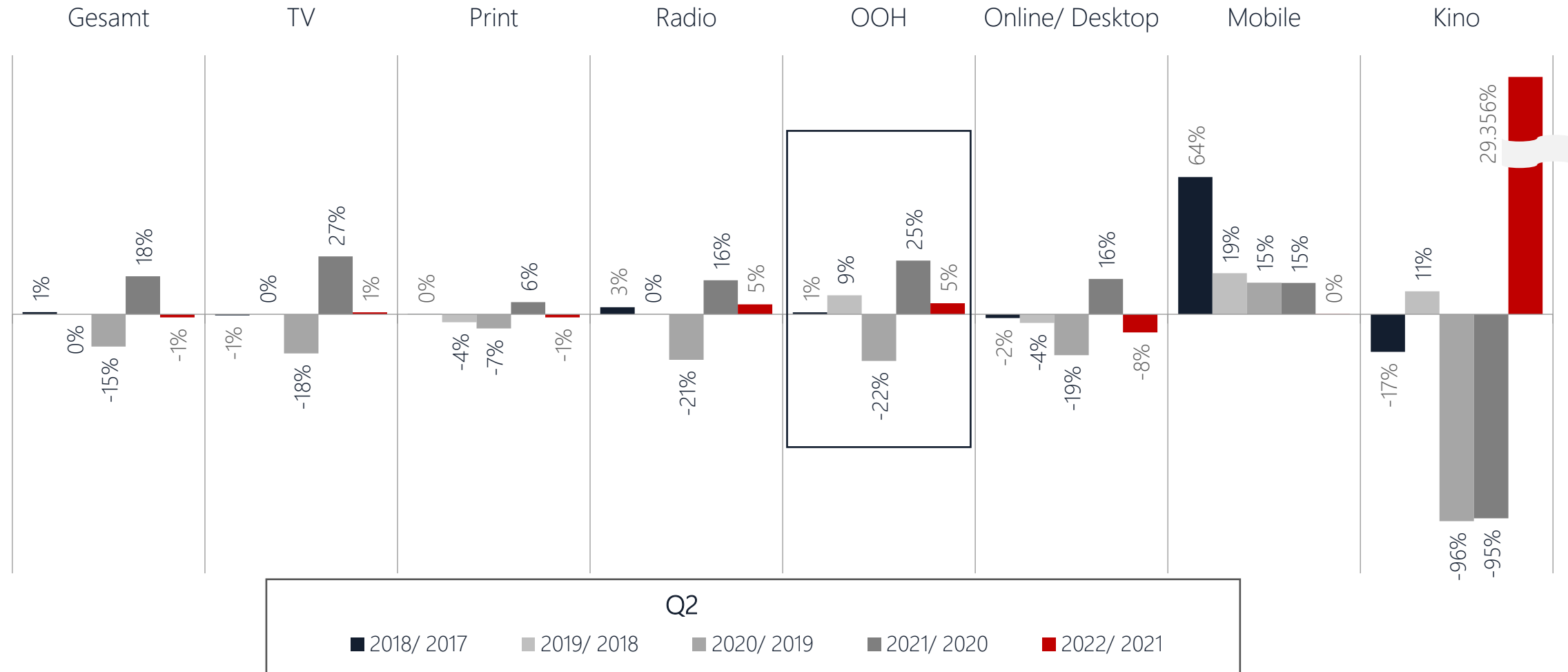
Q2 Spendings gesamt	
2017	8,382 Mrd. Euro
2018	8,579 Mrd. Euro
2019	8,558 Mrd. Euro
2020	8,766 Mrd. Euro
2021	8,823 Mrd. Euro
2022	8,697 Mrd. Euro



# OOH wächst in Q2 2022 um 5%



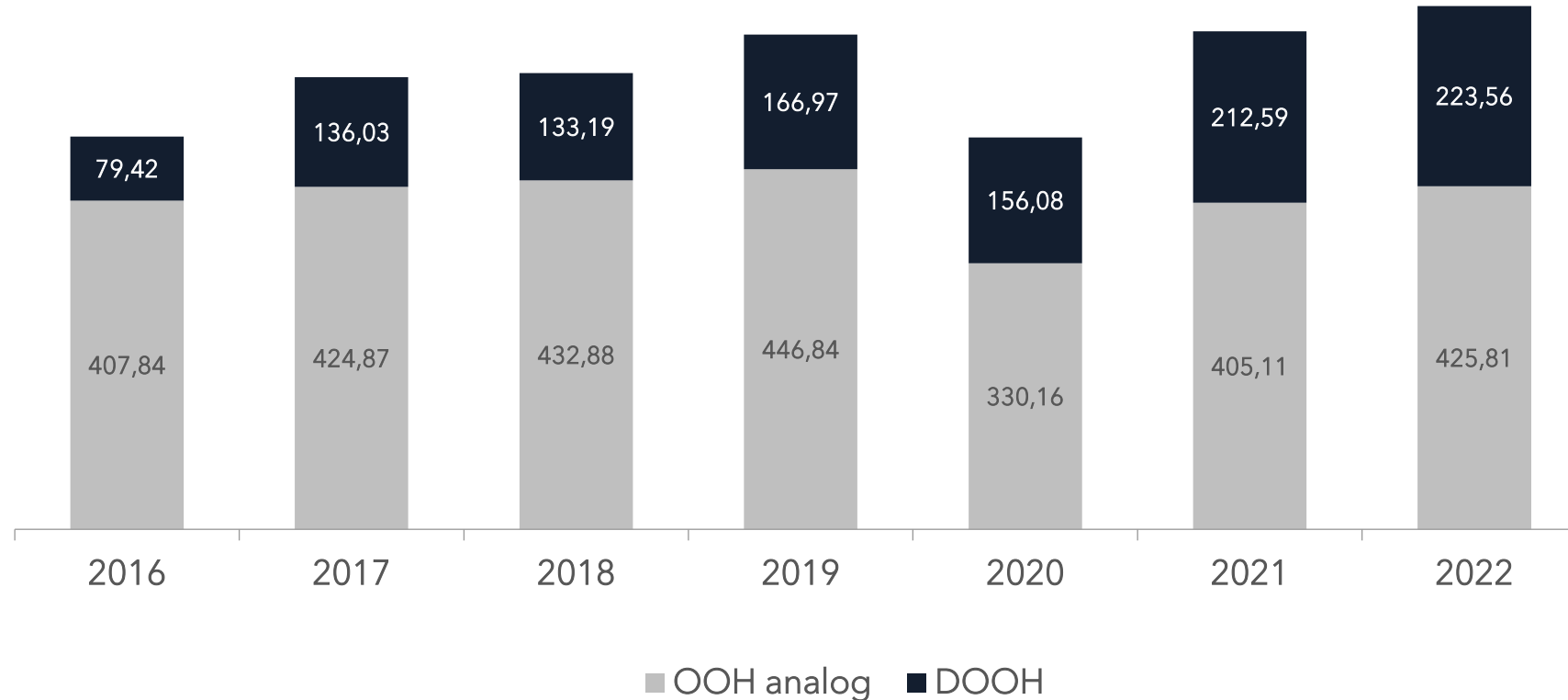
Vergleich zu Vorjahresquartal/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



# Umsätze in der Außenwerbung



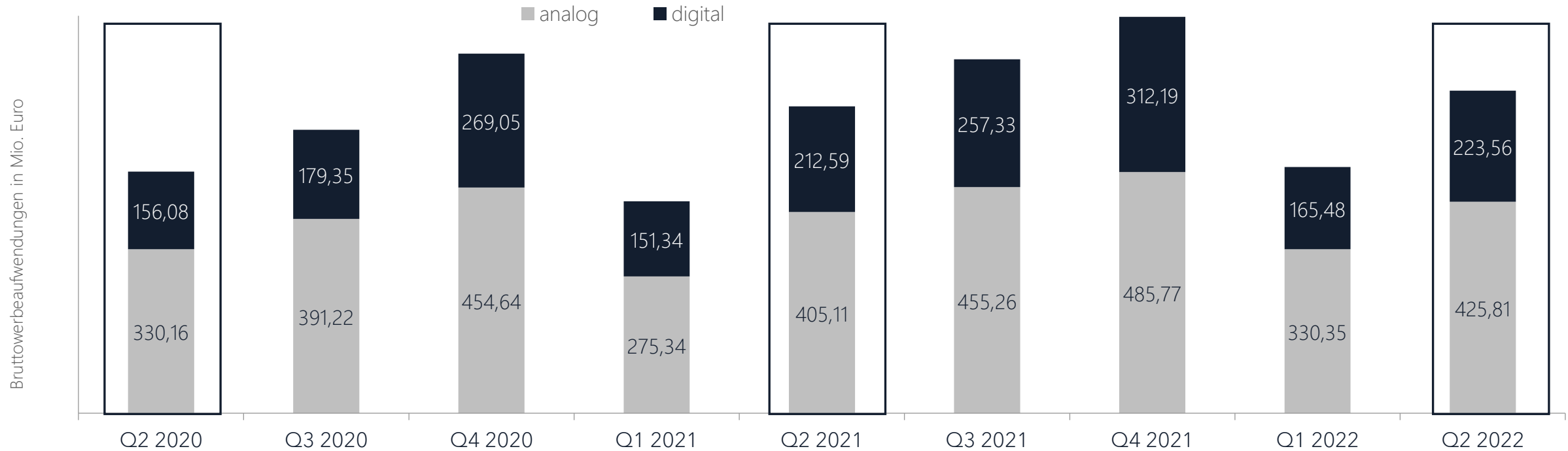
In Q2 2016 - Q2 2022 (in Mio. €)





# DOOH 5% über Vorjahr in Q2 2022

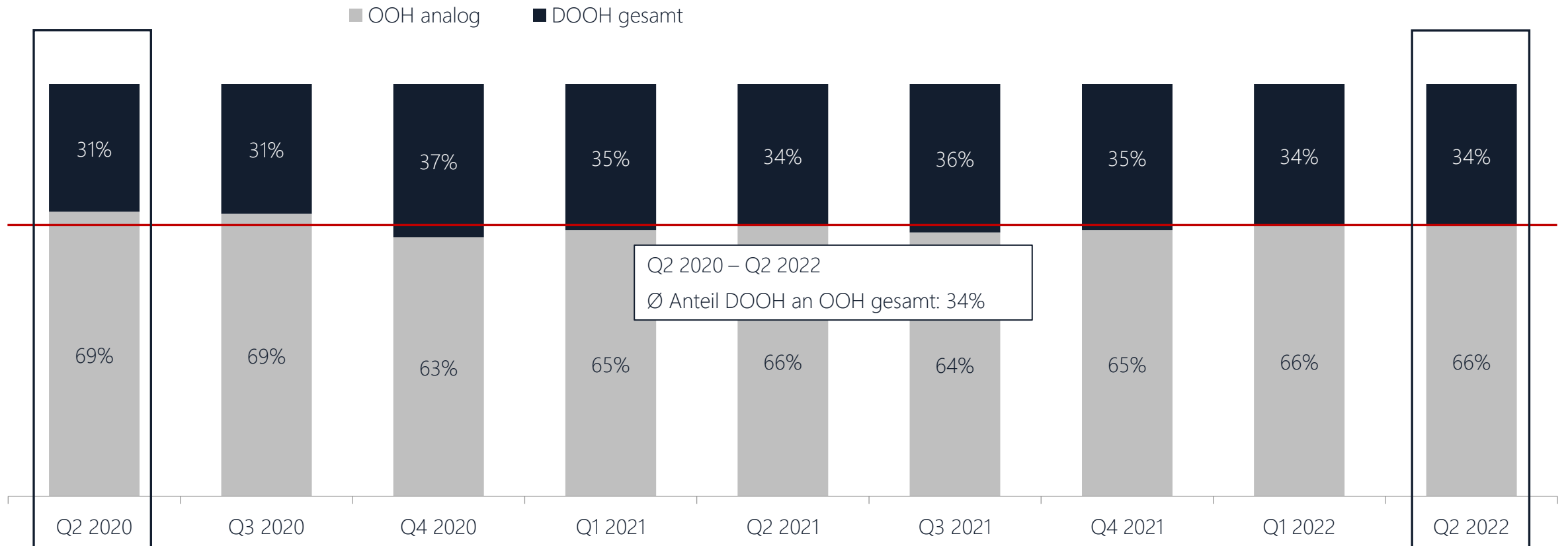
2020 - 2022: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	Q2 2022
digital	15%	50%	-44%	40%	21%	21%	-47%	35%
analog	18%	16%	-39%	47%	12%	7%	-32%	29%
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			36%	43%	16%	9%	5%
	analog			23%	16%	7%	20%	5%

# Q2 2022: DOOH-Marktanteil bei 34%

Anteil DOOH an OOH gesamt





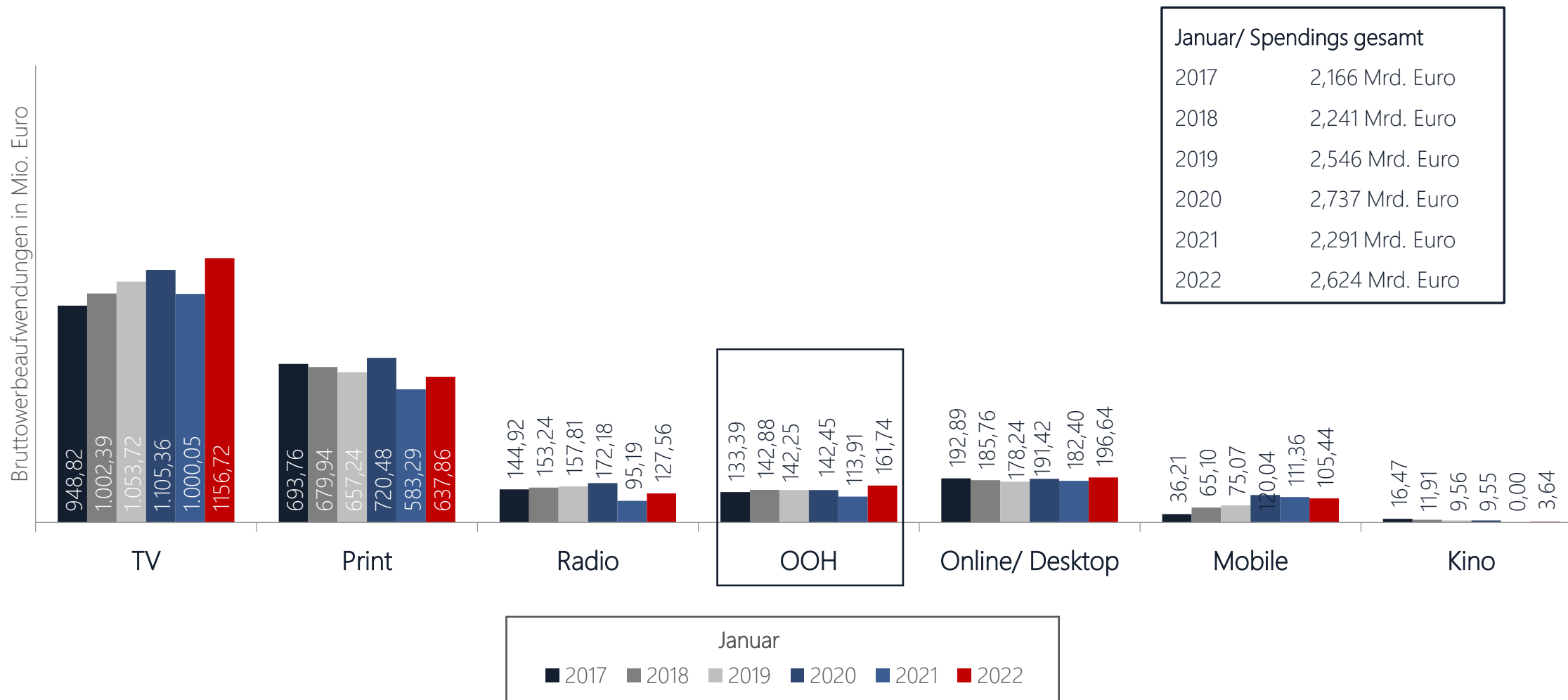
# **Monatsvergleich Jan 2021 / Jan 2022**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Steigende Spendings im Januar



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Januar 2017 - 2022 im Vergleich

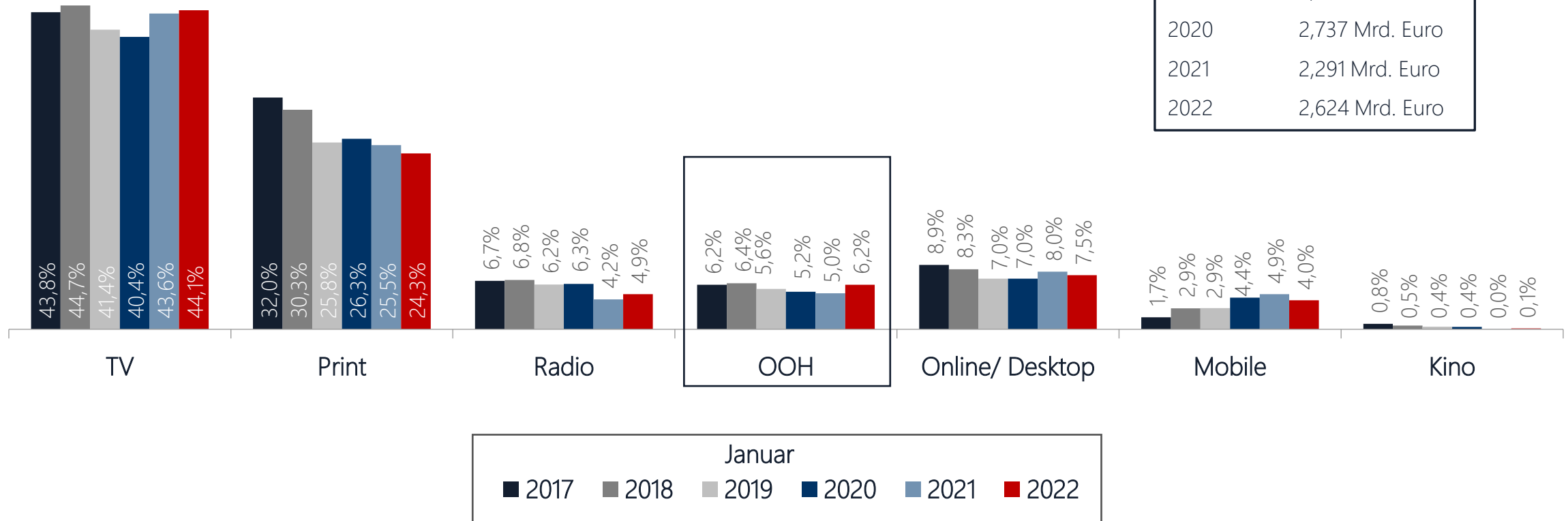


# Januar: OOH hält seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: Januar 2020 - 2022 im Vergleich

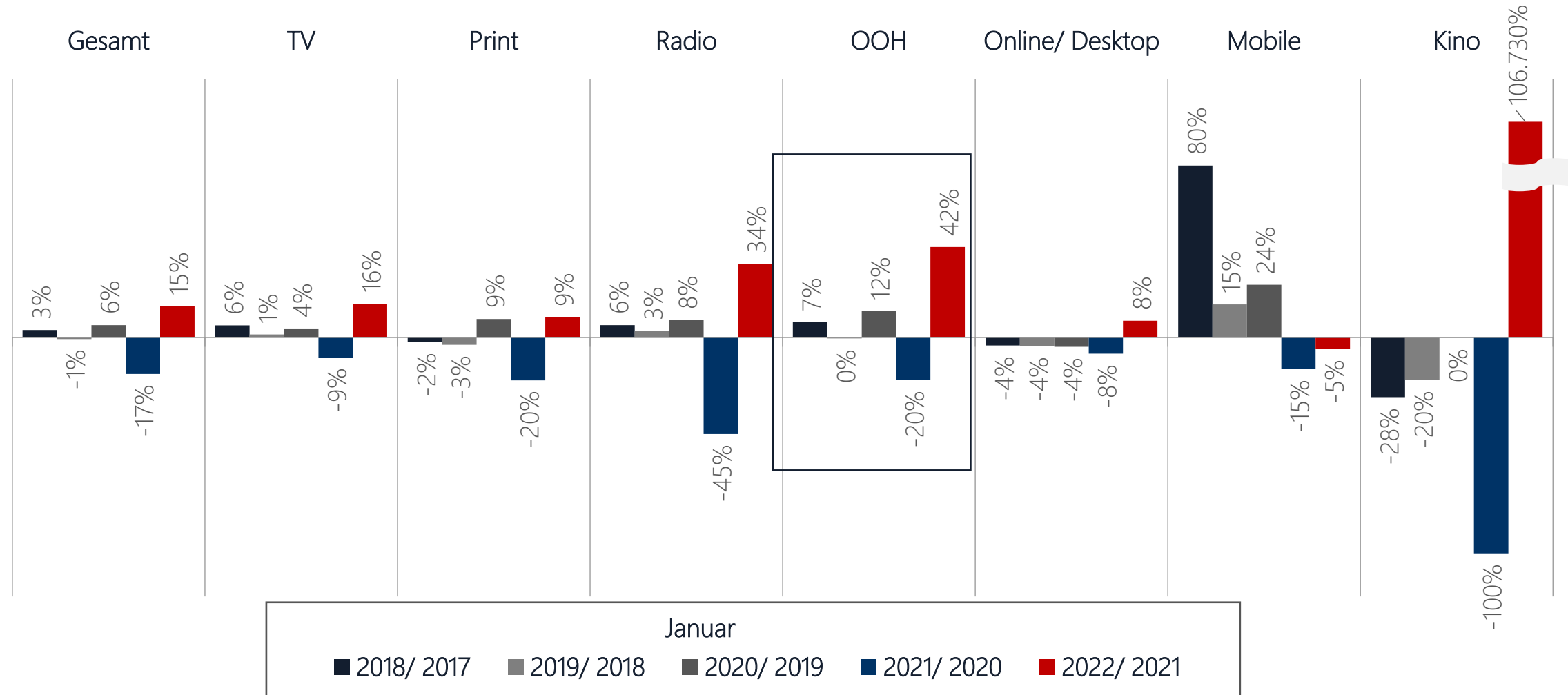
Januar/ Spendings gesamt	
2017	2,166 Mrd. Euro
2018	2,241 Mrd. Euro
2019	2,546 Mrd. Euro
2020	2,737 Mrd. Euro
2021	2,291 Mrd. Euro
2022	2,624 Mrd. Euro



# OOH wächst um 42%



Vergleich zu Januar 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)

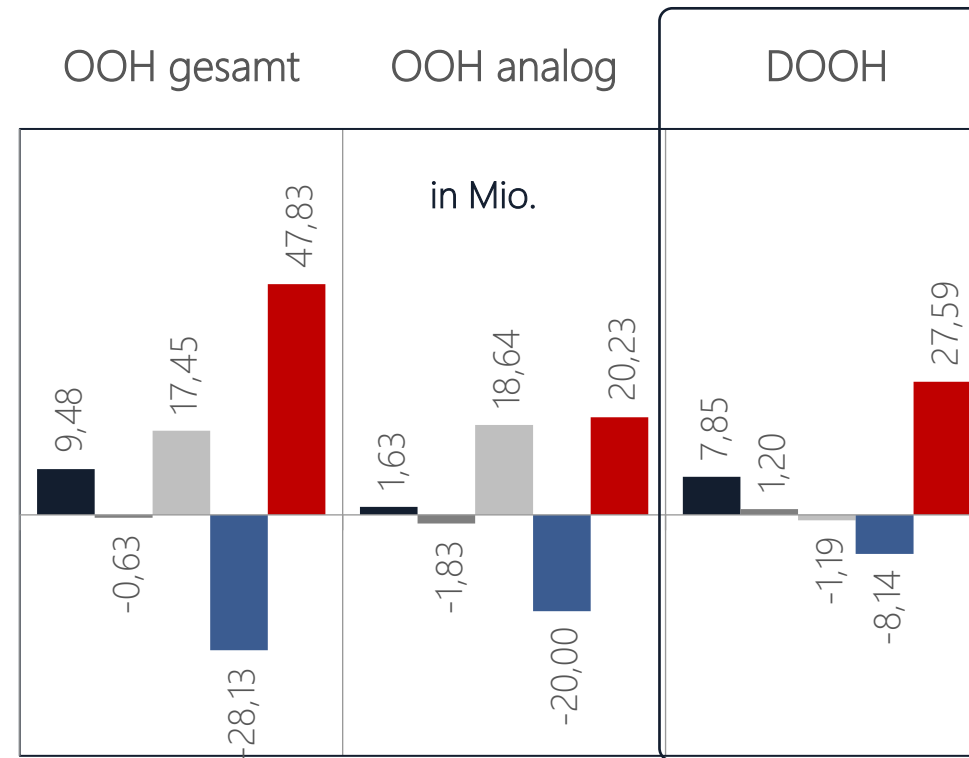
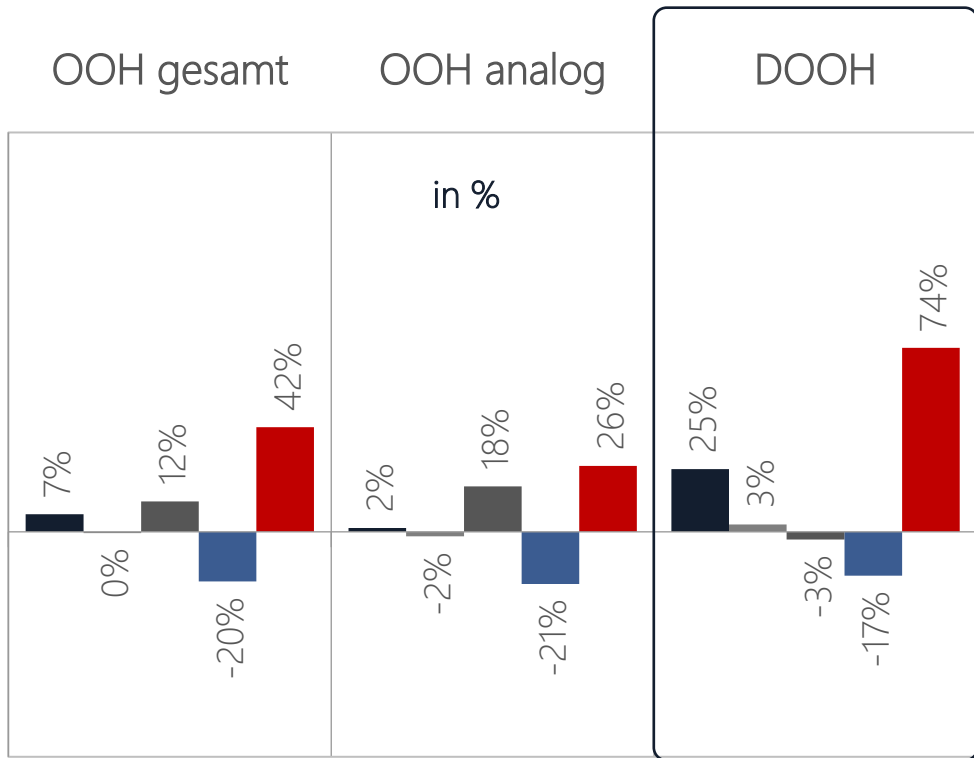


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2017 – 2022. Stand 2022-02-19

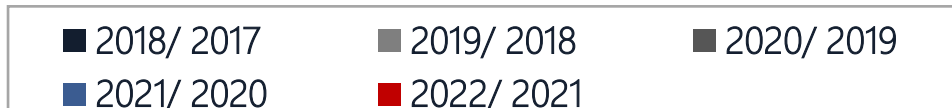
# DOOH 74% über Vorjahr



im Januar- jeweils im Vergleich zum Januar des Vorjahres

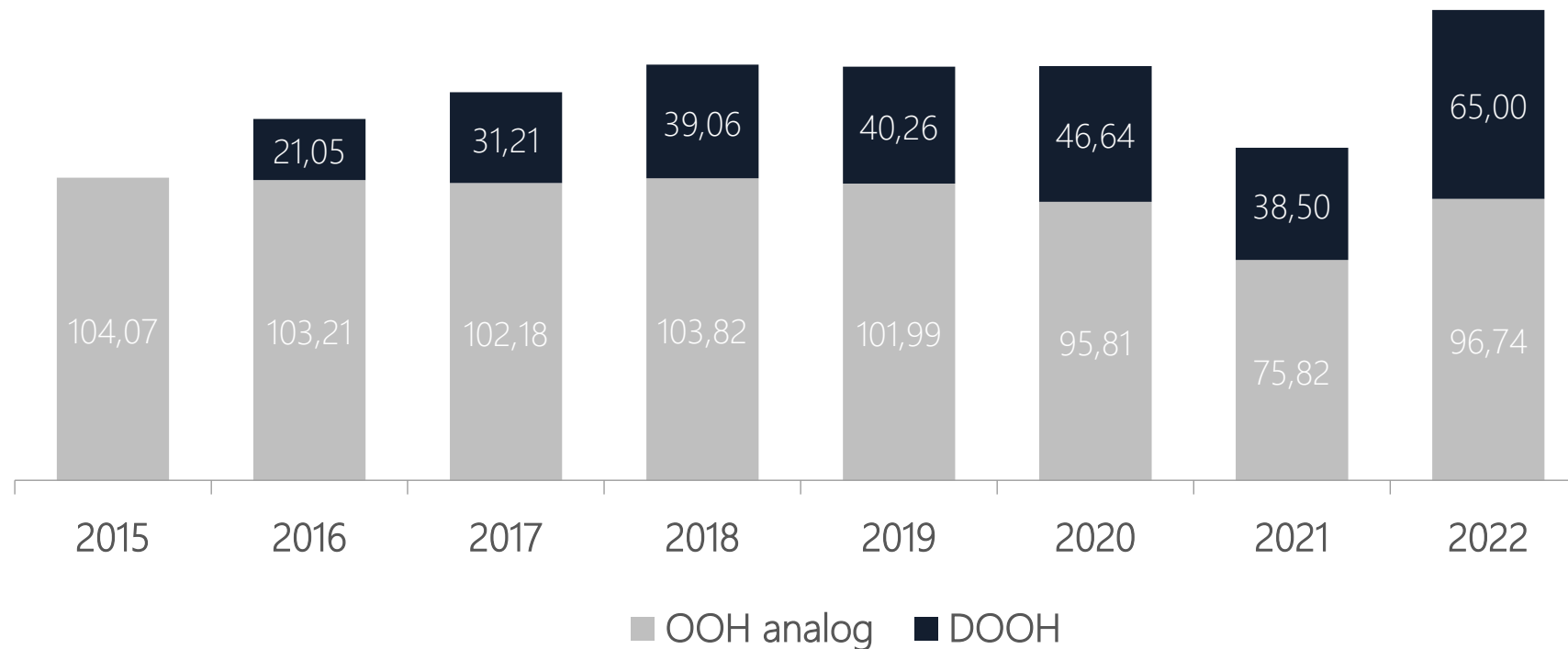


Januar



# Umsätze in der Außenwerbung

im Januar 2015 – Januar 2022 (in Mio. €)

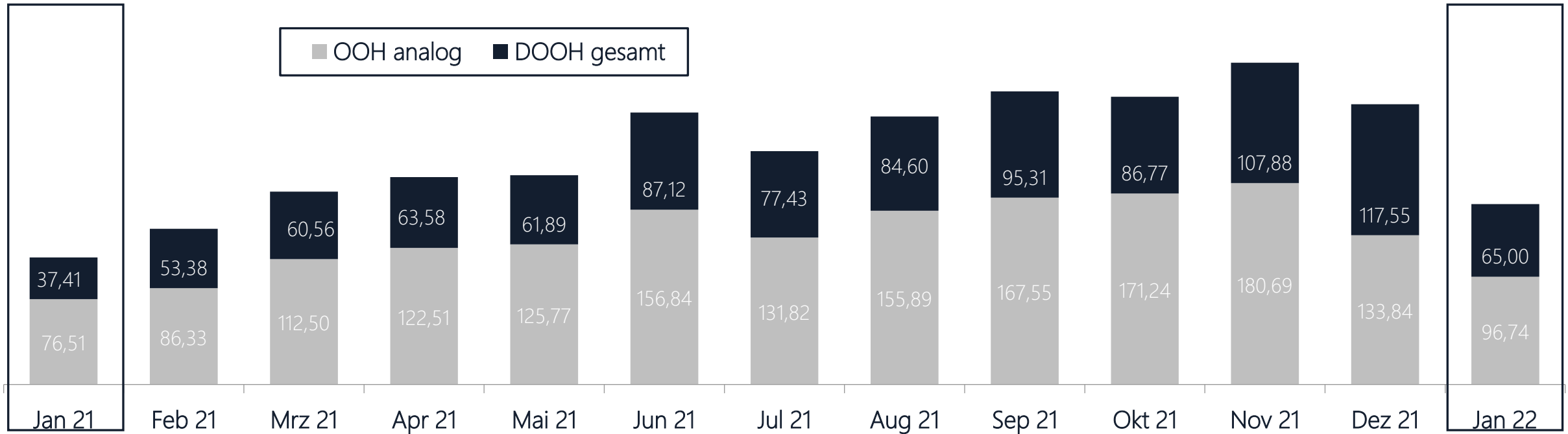




# DOOH legt 74% zu



im Januar 2022/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)

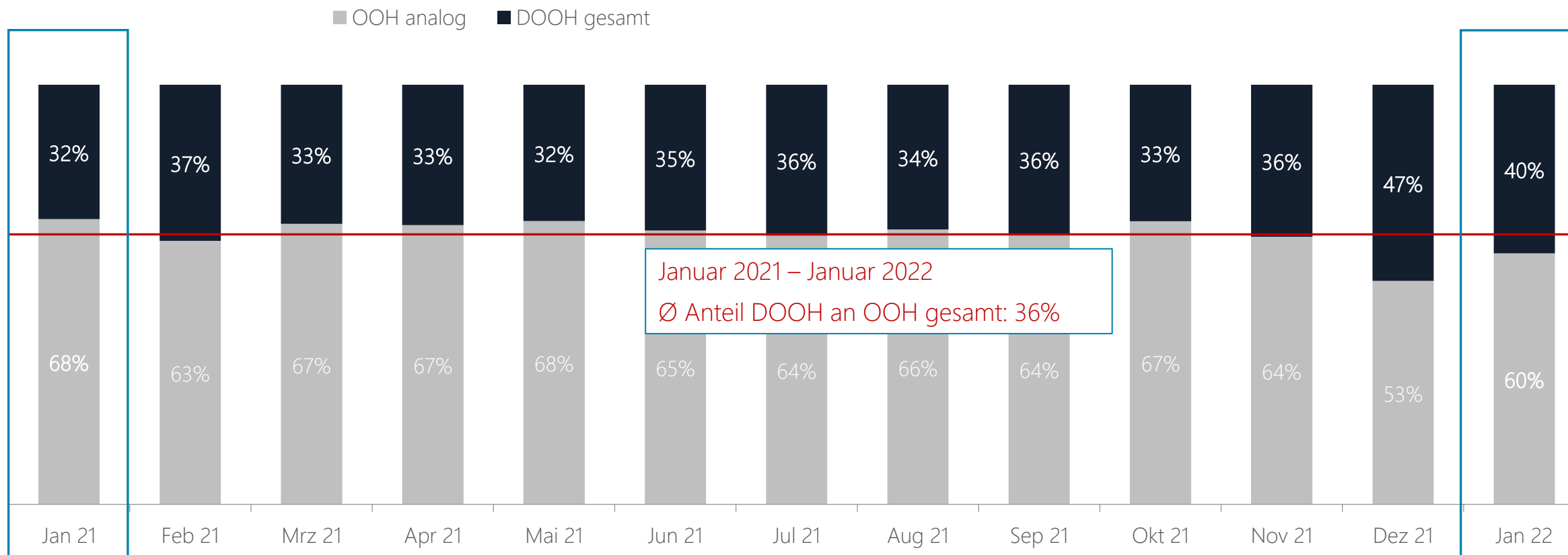


Abw. Vormonat	Feb 21	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22
digital	43	13	5	-3	41	-11	9	13	-9	24	9	-45
analog	13	30	9	3	25	-16	18	7	2	6	-26	-28
Abw. Januar 22 vs. Januar 21	digital: 74%					analog: 26%						
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Januar 21 - Januar 22	digital: 7%					analog: 4%						

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – Januar 2021. Stand 2022-02-19

# DOOH-Marktanteil bei 40%

Anteil DOOH an OOH gesamt





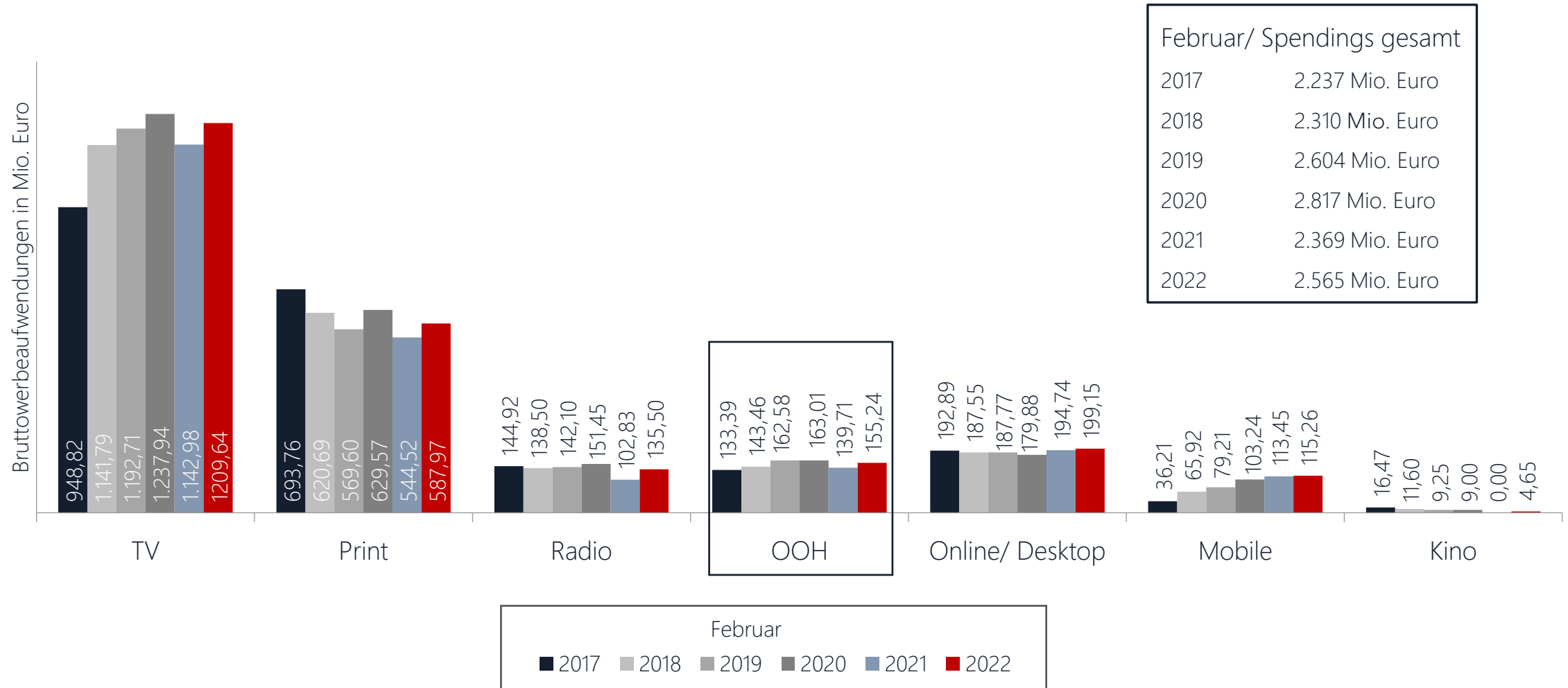
# Monatsvergleich Feb 2021 / Feb 2022

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Steigende Spendings im Februar



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Februar 2017 - 2022 im Vergleich

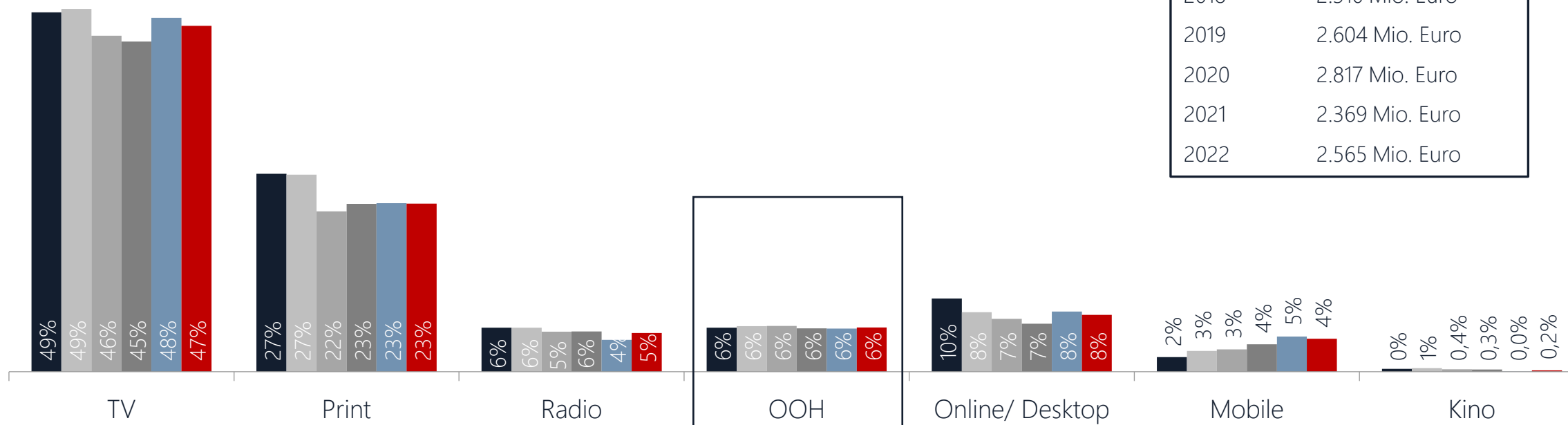


# Februar: OOH hält seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: Februar 2017 - 2022 im Vergleich

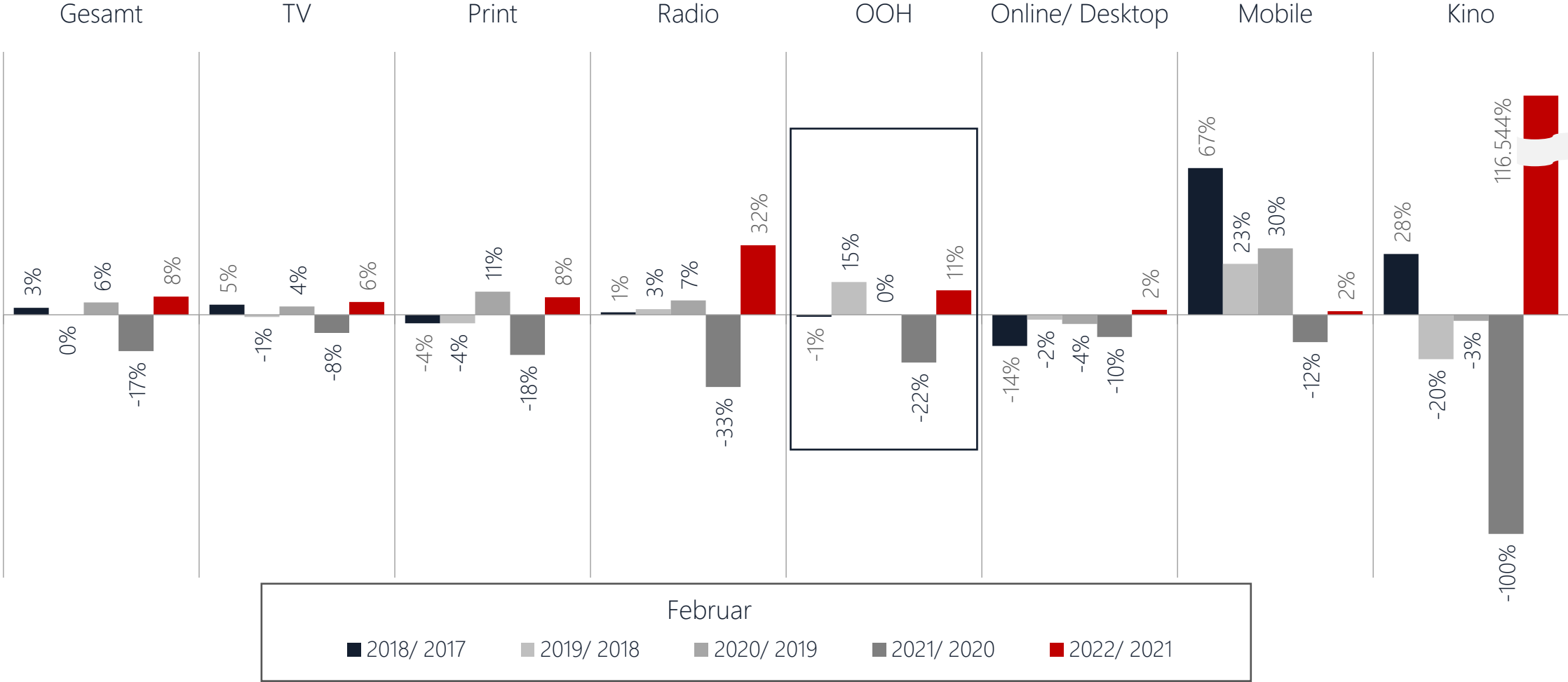
Februar/ Spendings gesamt	
2017	2.237 Mio. Euro
2018	2.310 Mio. Euro
2019	2.604 Mio. Euro
2020	2.817 Mio. Euro
2021	2.369 Mio. Euro
2022	2.565 Mio. Euro



# OOH wächst im Februar um 11%



Vergleich zu Februar 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)

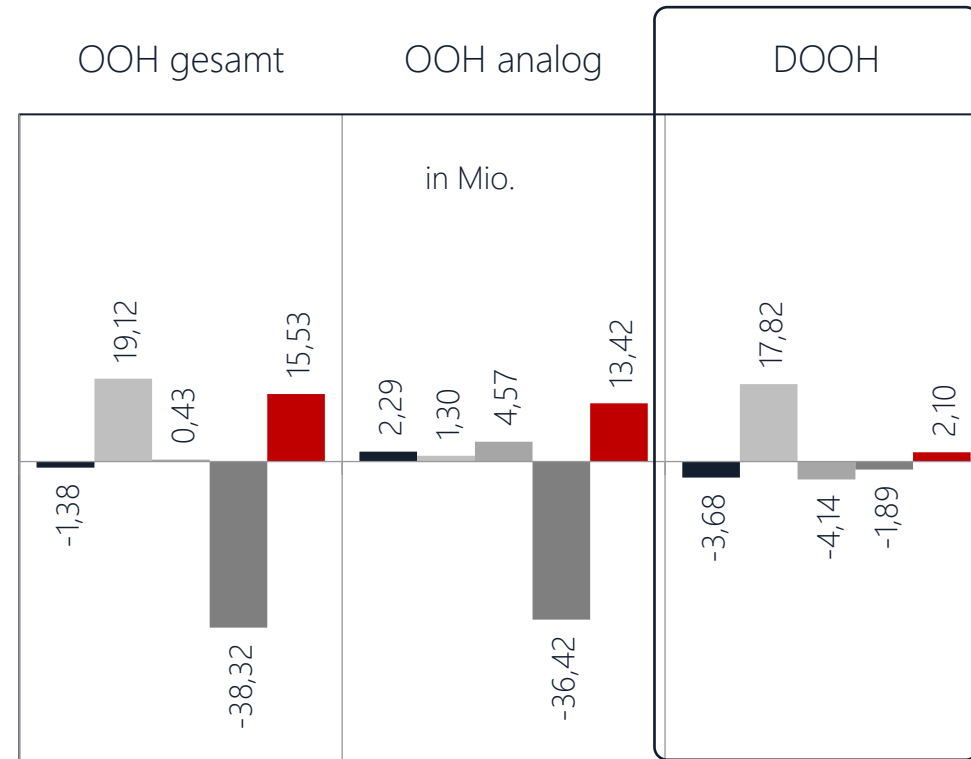
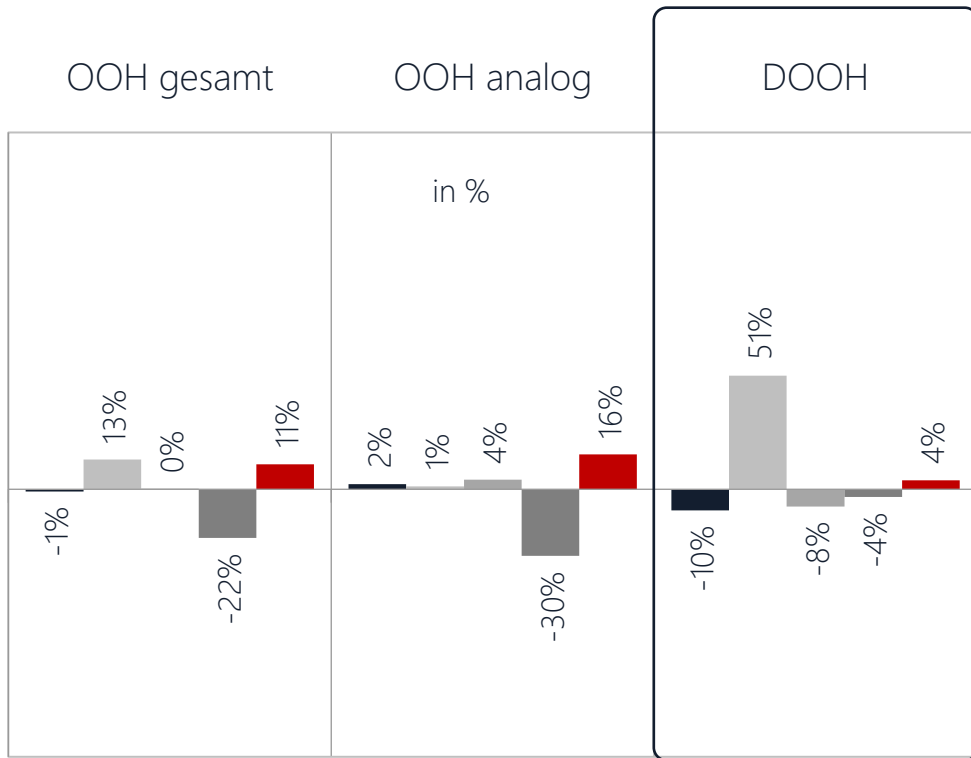


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2017 – 2022. Stand 2022-03-15

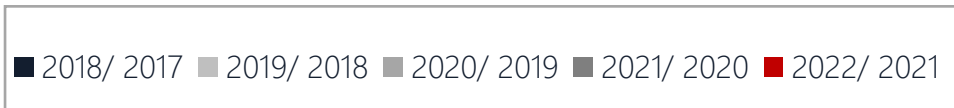
# DOOH 4% über Vorjahr



im Februar- jeweils im Vergleich zum Februar des Vorjahres

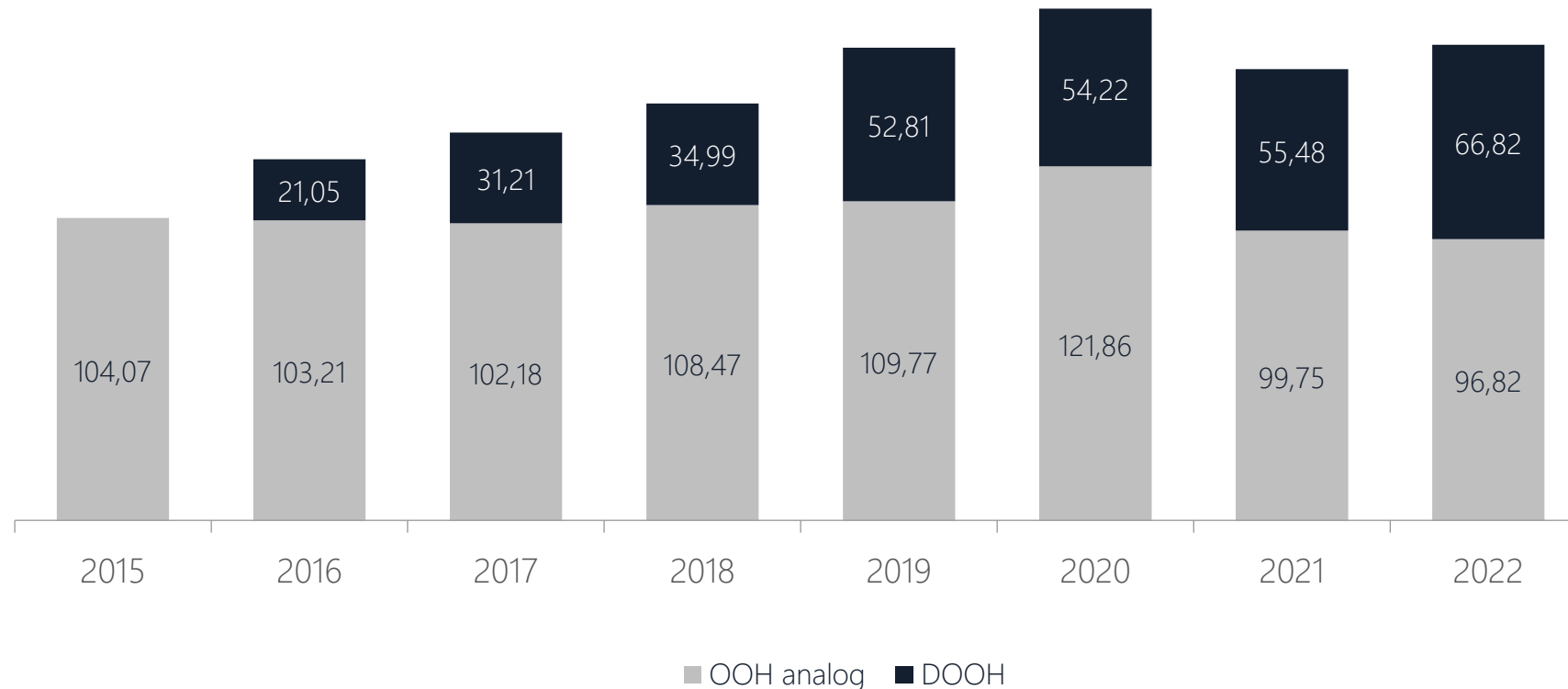


Februar



# Umsätze in der Außenwerbung

im Februar 2015 – Februar 2022 (in Mio. €)

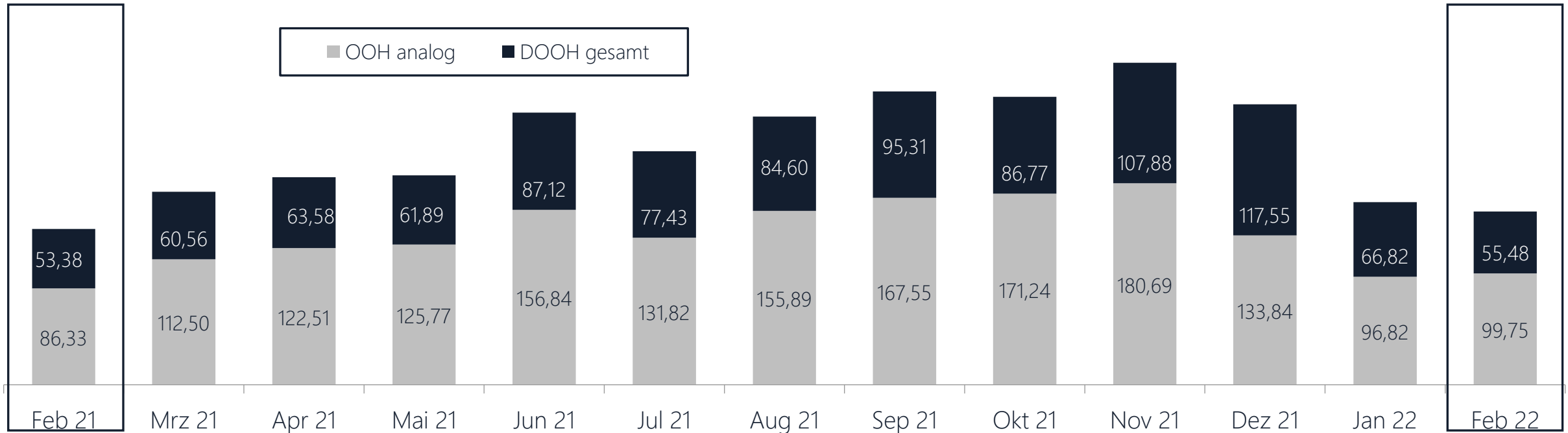




# DOOH legt 4% zu



im Februar 2022/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)

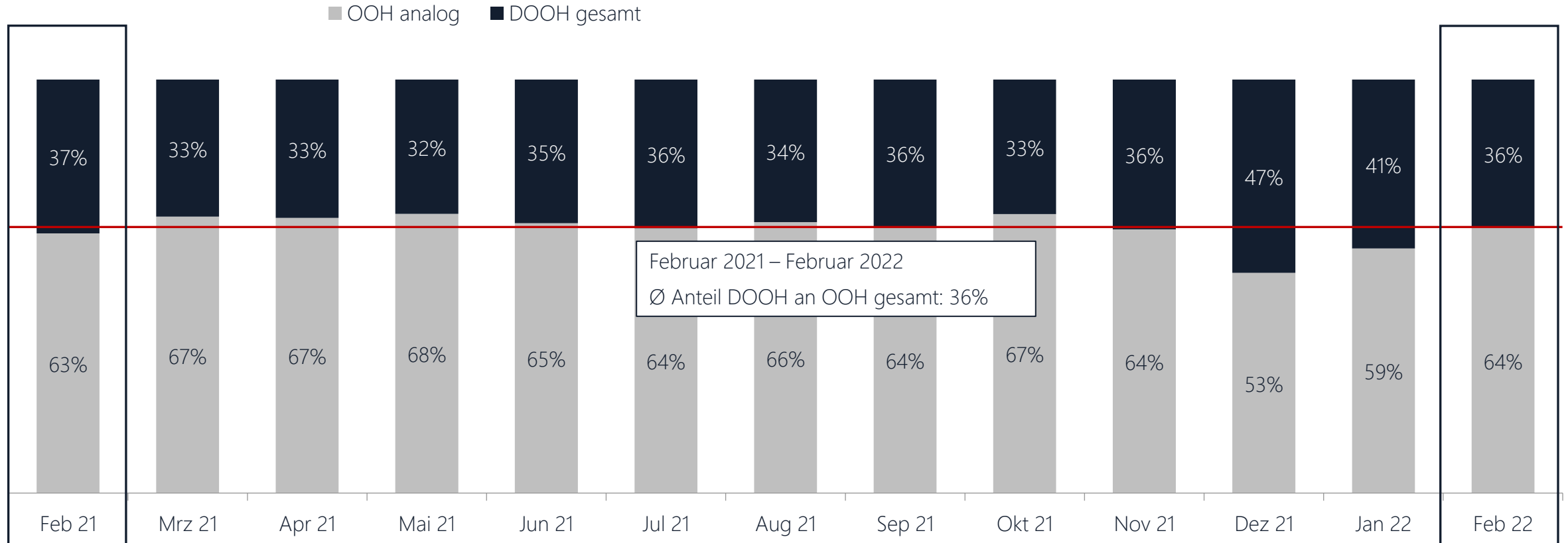


Abw. Vormonat	Mrz 21	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22
digital	13	5	-3	41	-11	9	13	-9	24	9	-43	-17
analog	30	9	3	25	-16	18	7	2	6	-26	-28	3
Abw. Februar 22 vs. Februar 21												
digital: 4%						analog: 16%						
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Februar 21 - Februar 22 digital: 3%												
analog: 3%												

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – Februar 2021. Stand 2022-03-15

# DOOH-Marktanteil bei 36%

Anteil DOOH an OOH gesamt





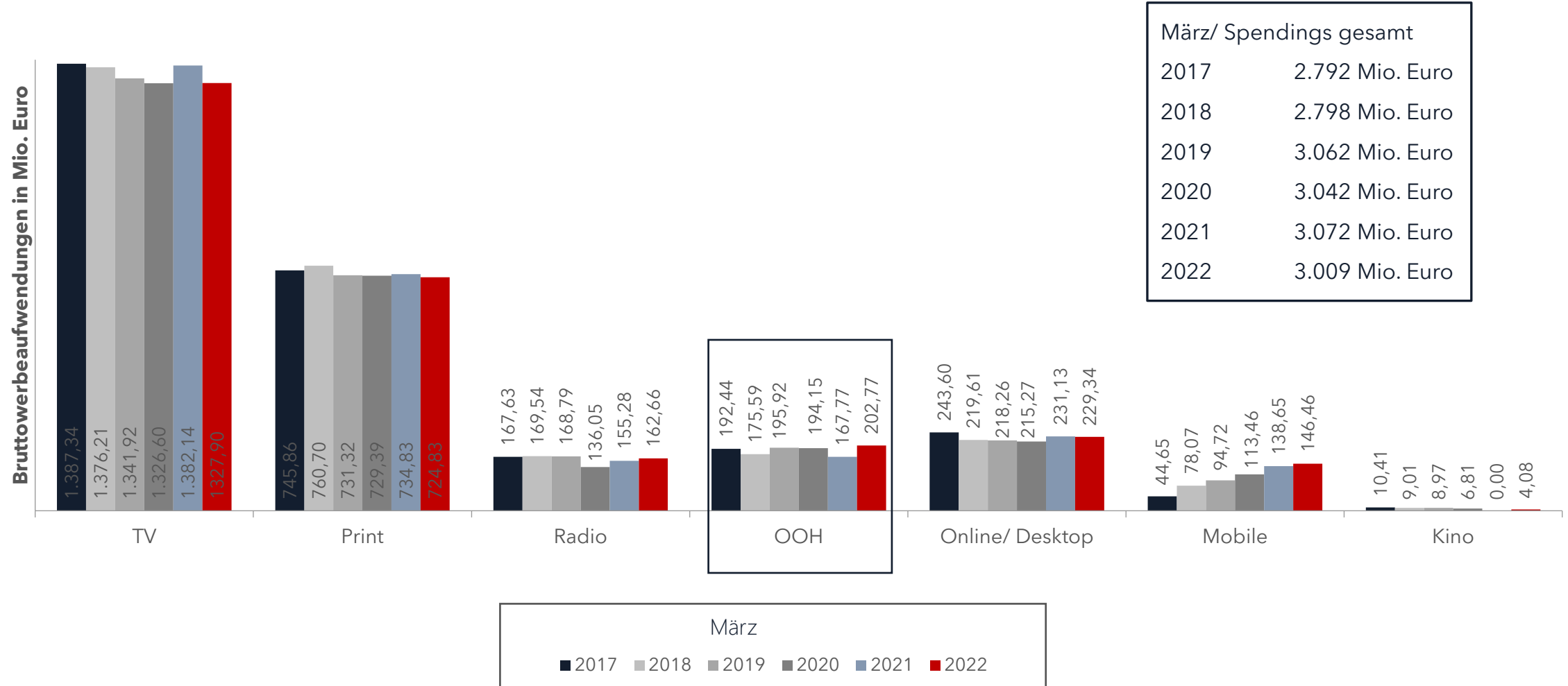
# **Monatsvergleich Mrz 2021 / Mrz 2022**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Sinkende Spendings im März



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: März 2017 - 2022 im Vergleich

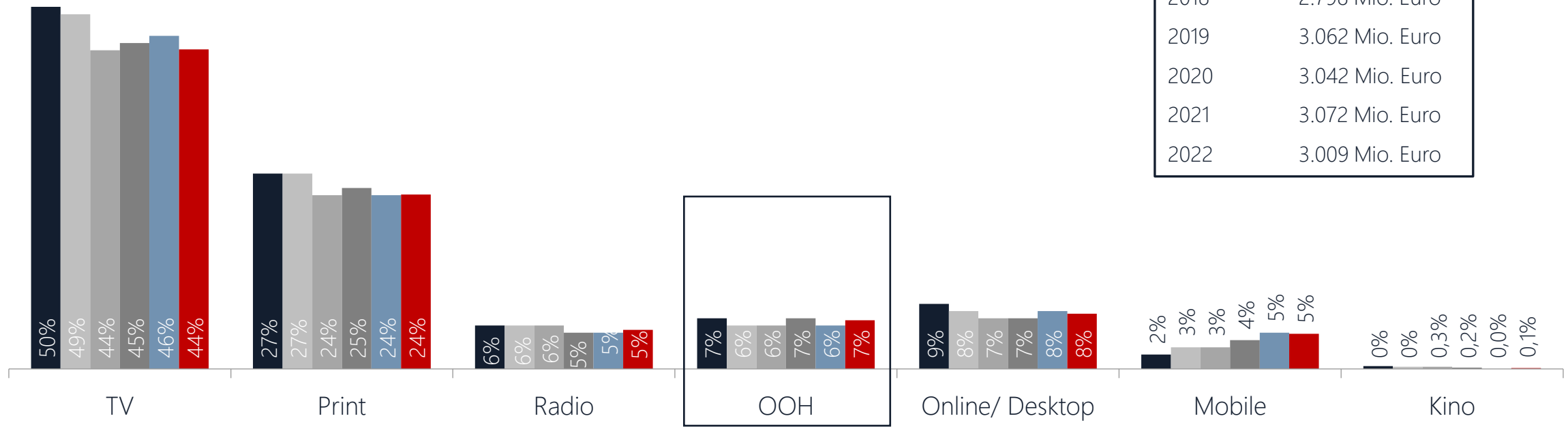


# März: OOH steigert seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: März 2017 - 2022 im Vergleich

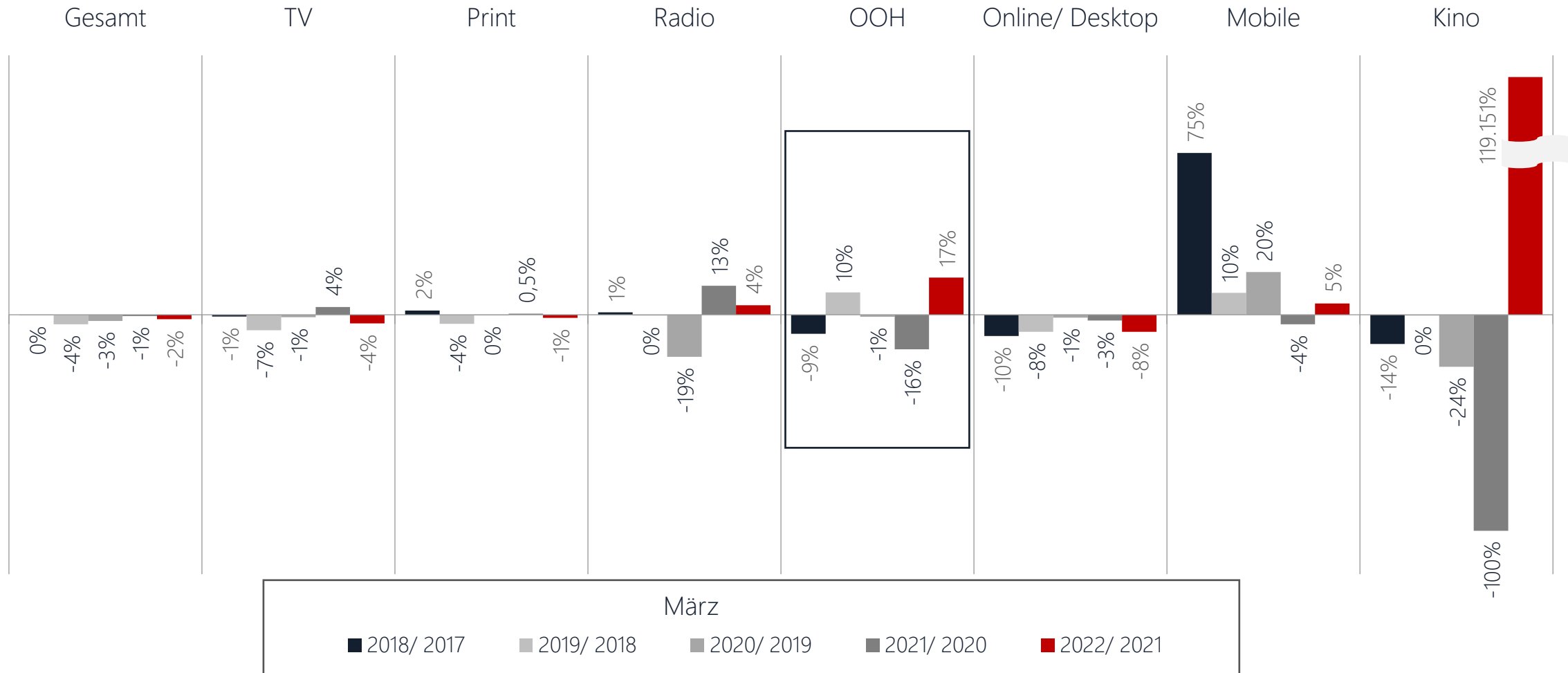
März/ Spendings gesamt	
2017	2.792 Mio. Euro
2018	2.798 Mio. Euro
2019	3.062 Mio. Euro
2020	3.042 Mio. Euro
2021	3.072 Mio. Euro
2022	3.009 Mio. Euro



# OOH wächst entgegen den Trend

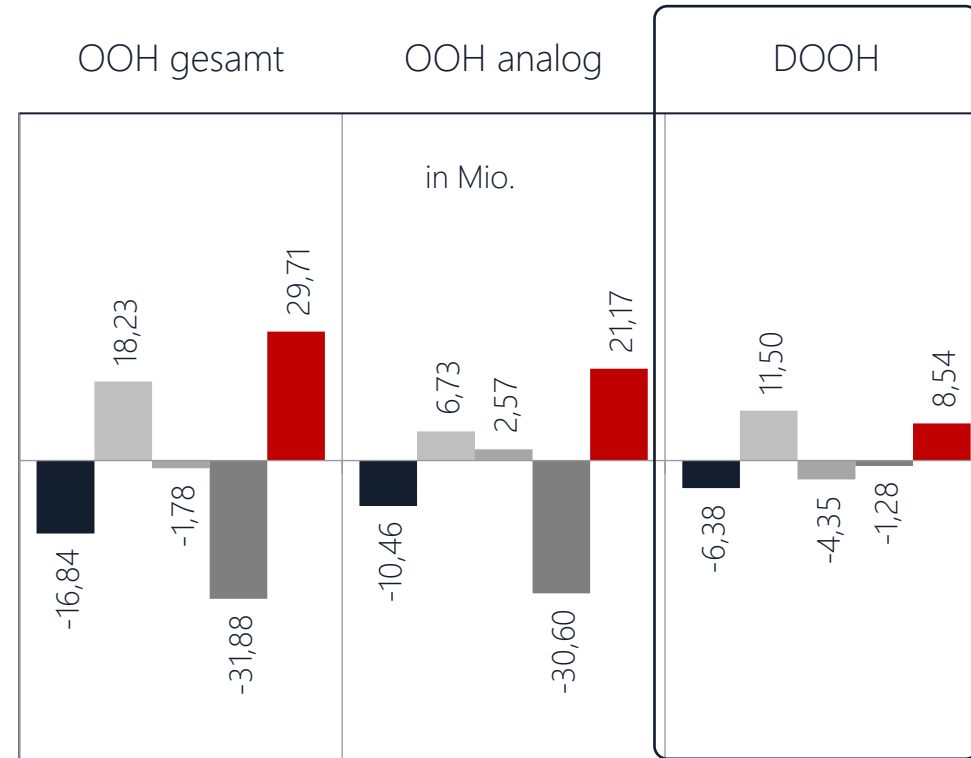
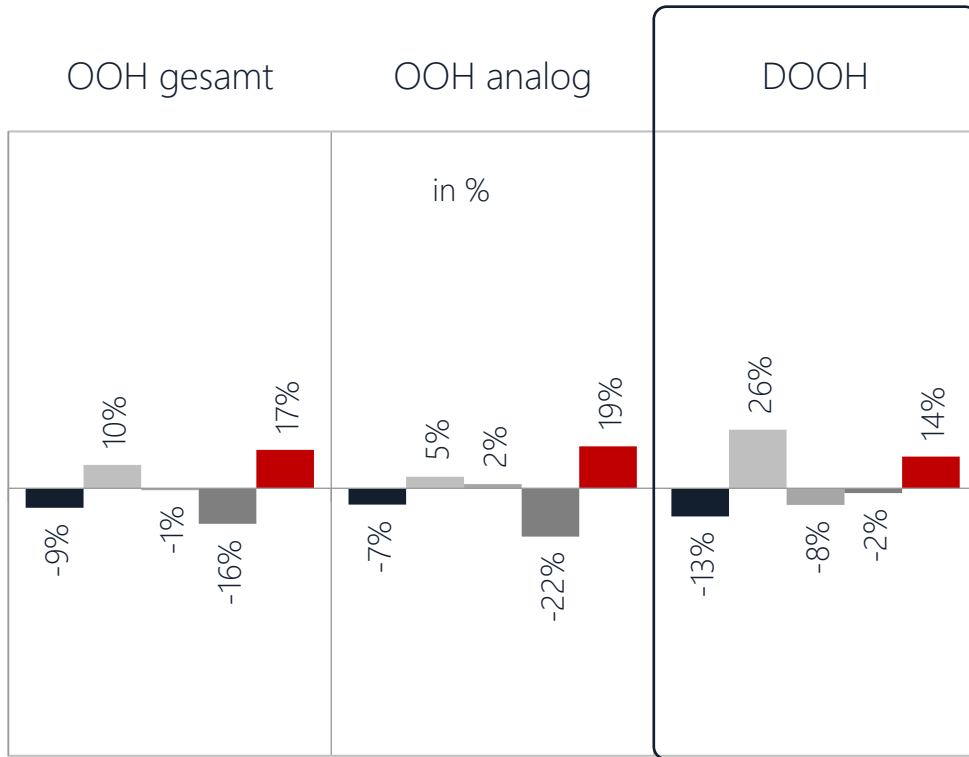


Vergleich zu März 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)

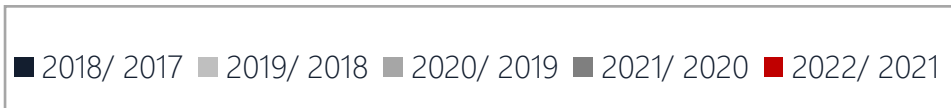


# DOOH 14% über Vorjahr

im März- jeweils im Vergleich zum März des Vorjahres

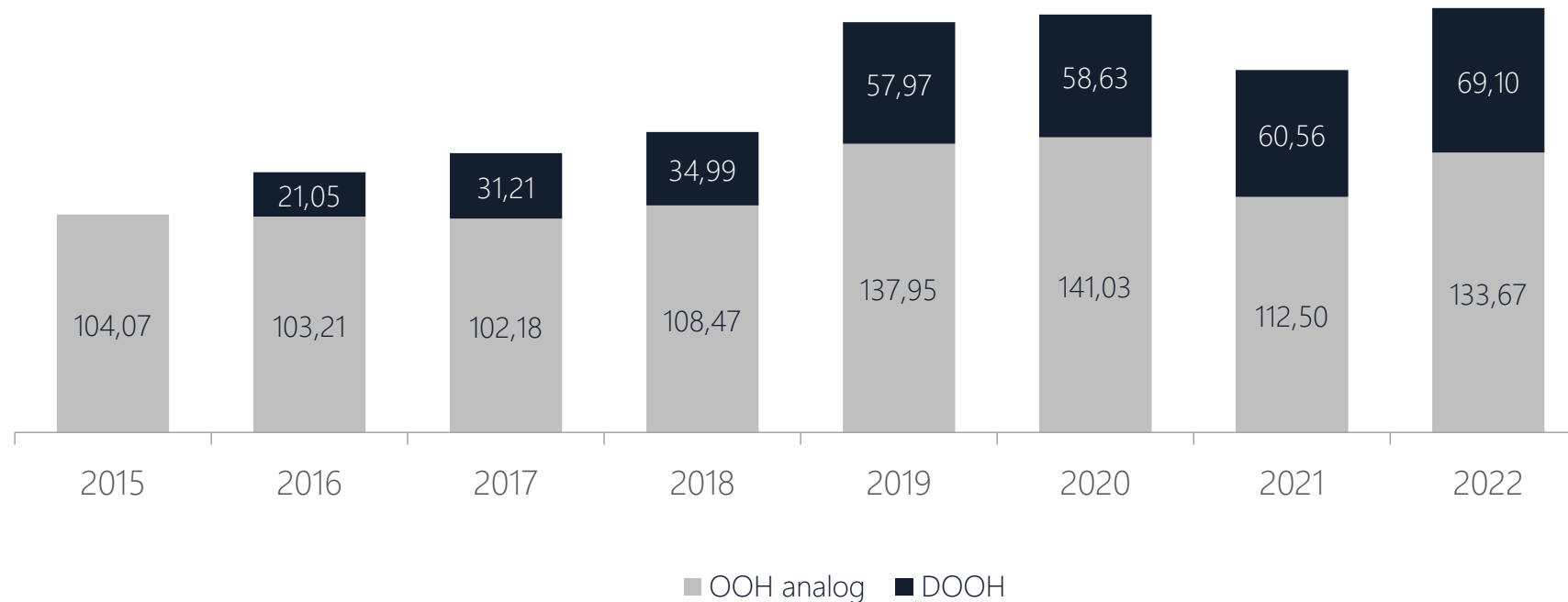


März



# Umsätze in der Außenwerbung

im März 2015 – März 2022 (in Mio. €)



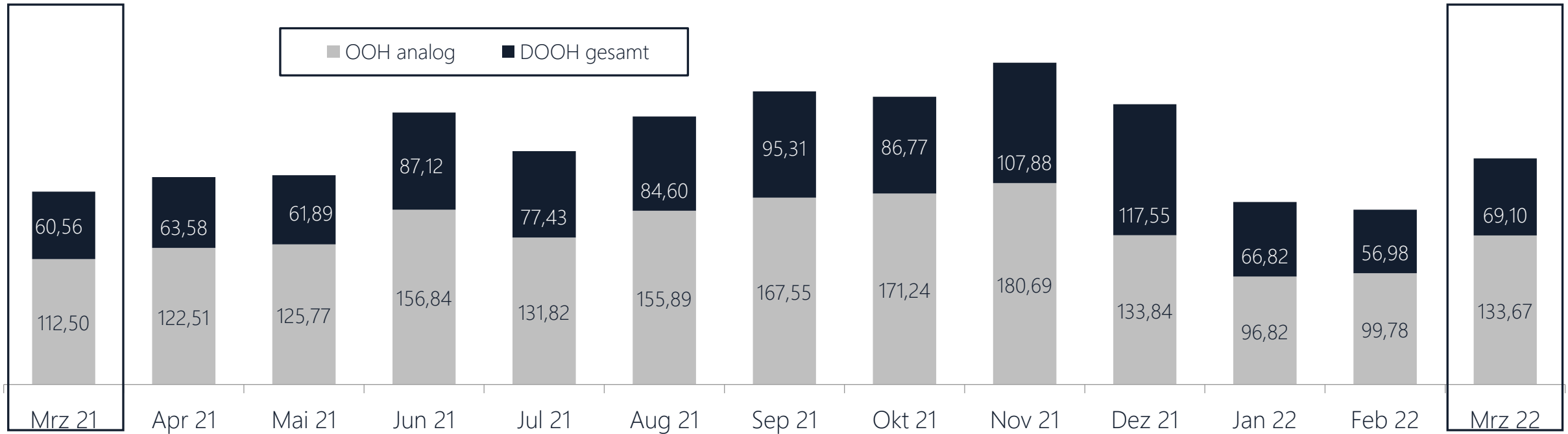
Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2015 – 2022. Stand 2022-04-20



# DOOH legt 14% zu



im März 2022 / Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)

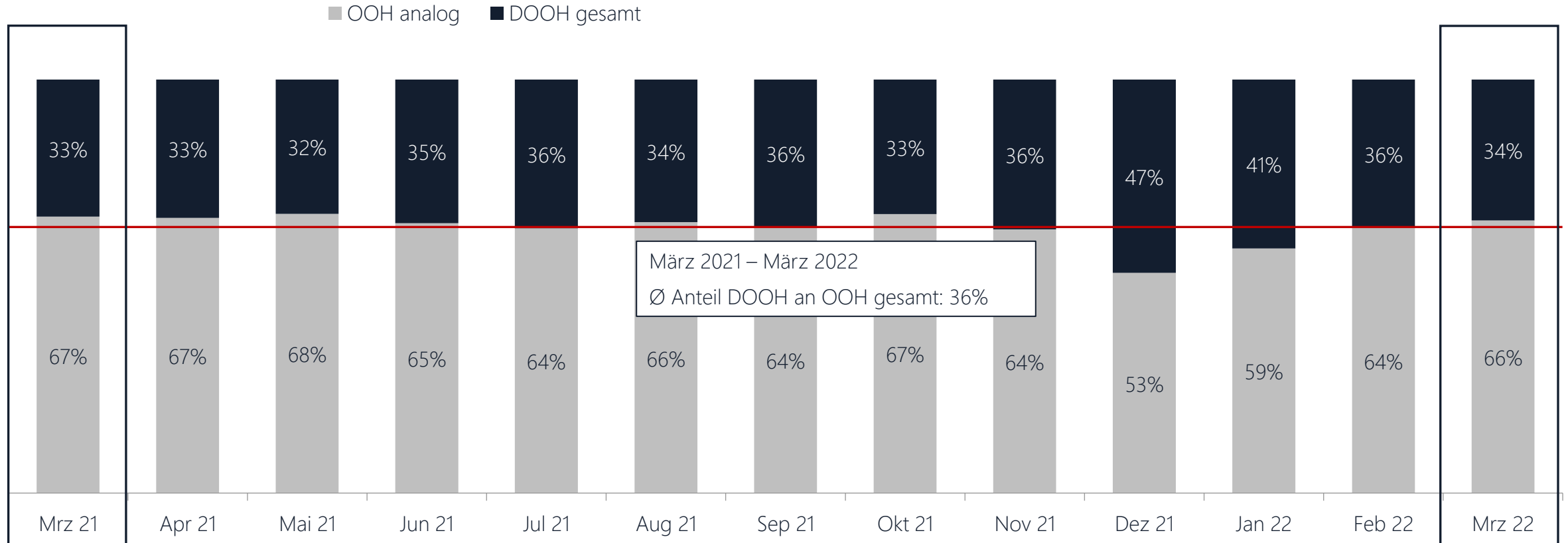


Abw. Vormonat	Apr 21	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Feb 22
digital	5	-3	41	-11	9	13	-9	24	9	-43	-15	21
analog	9	3	25	-16	18	7	2	6	-26	-28	3	34
Abw. März 22 vs. März 21			digital: 14%				analog: 19%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat März 21 - März 22			digital: 3%				analog: 3%					

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 – März 2022. Stand 2022-04-20

# DOOH-Marktanteil bei 34%

Anteil DOOH an OOH gesamt





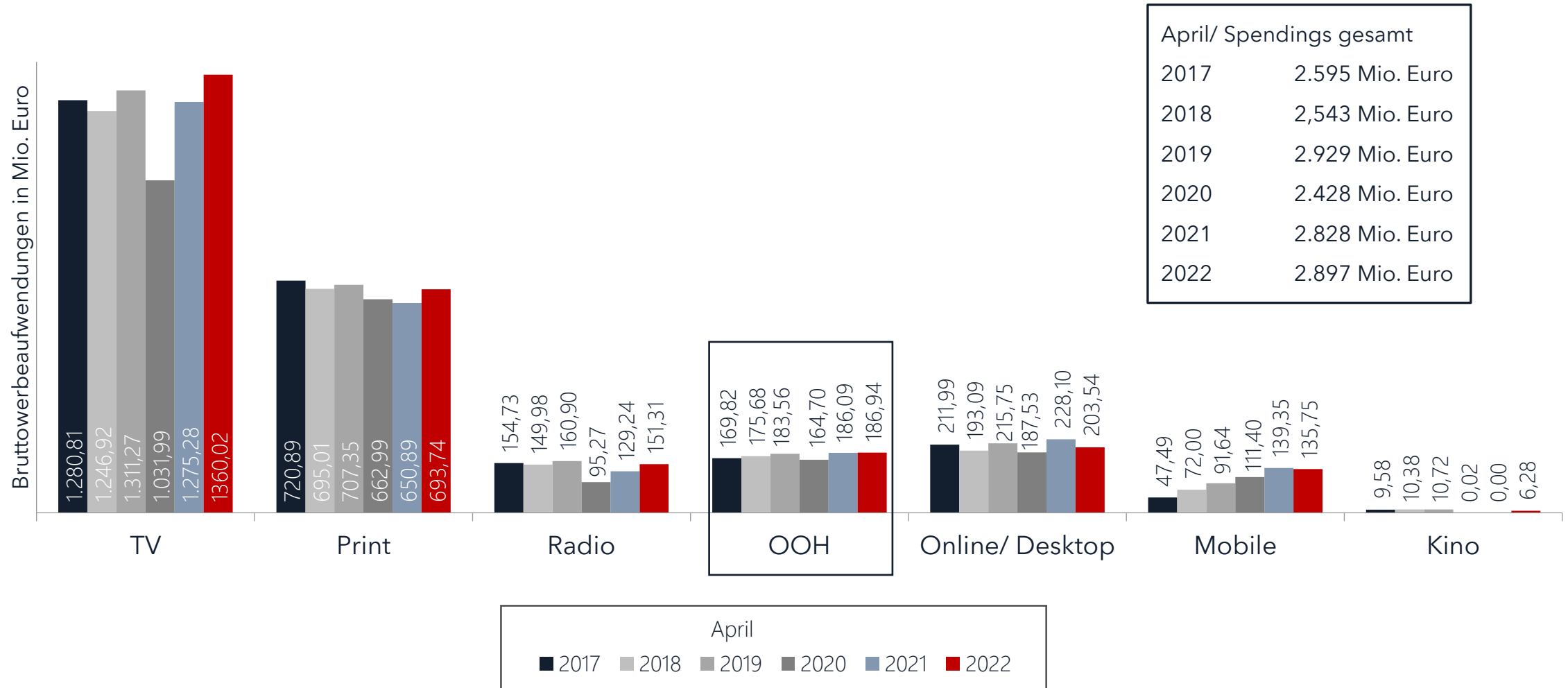
# **Monatsvergleich April 2021 / April 2022**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Steigende Spendings im April



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: April 2017 - 2022 im Vergleich

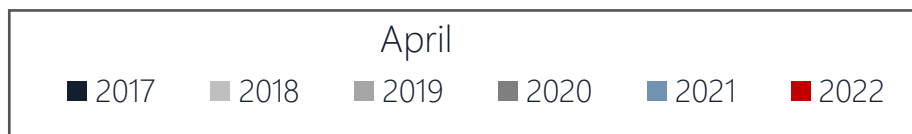
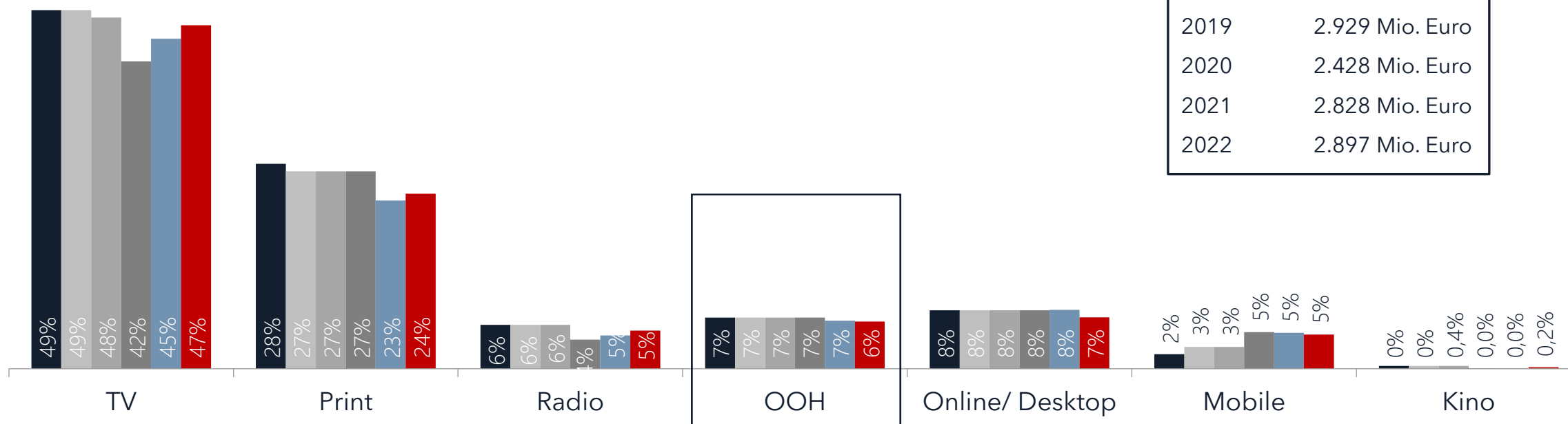


# April: OOH verliert Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: April 2020 - 2021 im Vergleich

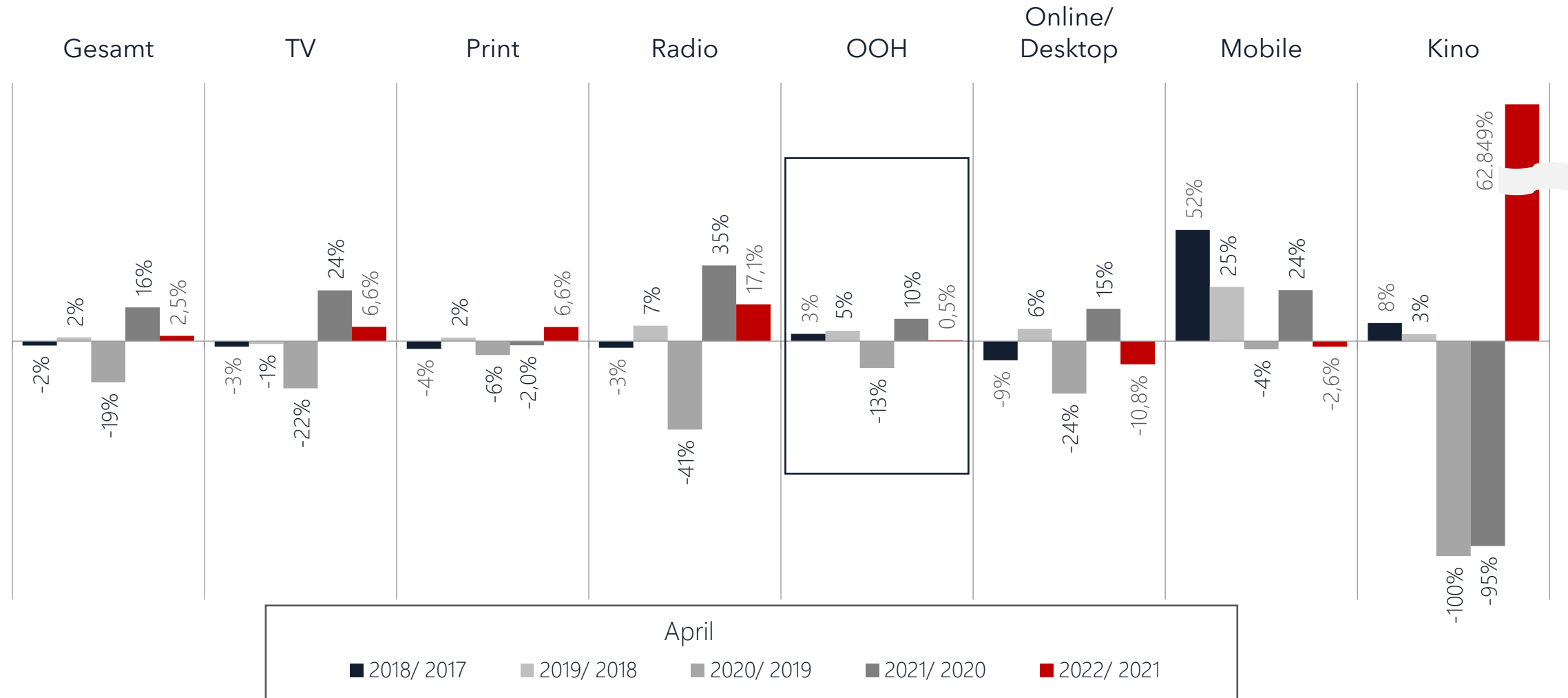
April/ Spendings gesamt	
2017	2.595 Mio. Euro
2018	2,543 Mio. Euro
2019	2.929 Mio. Euro
2020	2.428 Mio. Euro
2021	2.828 Mio. Euro
2022	2.897 Mio. Euro



# OOH legt im April 22 minimal zu



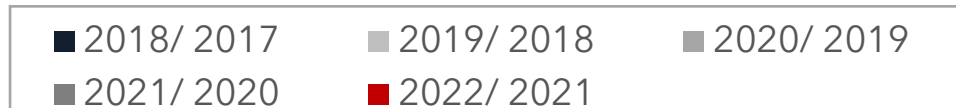
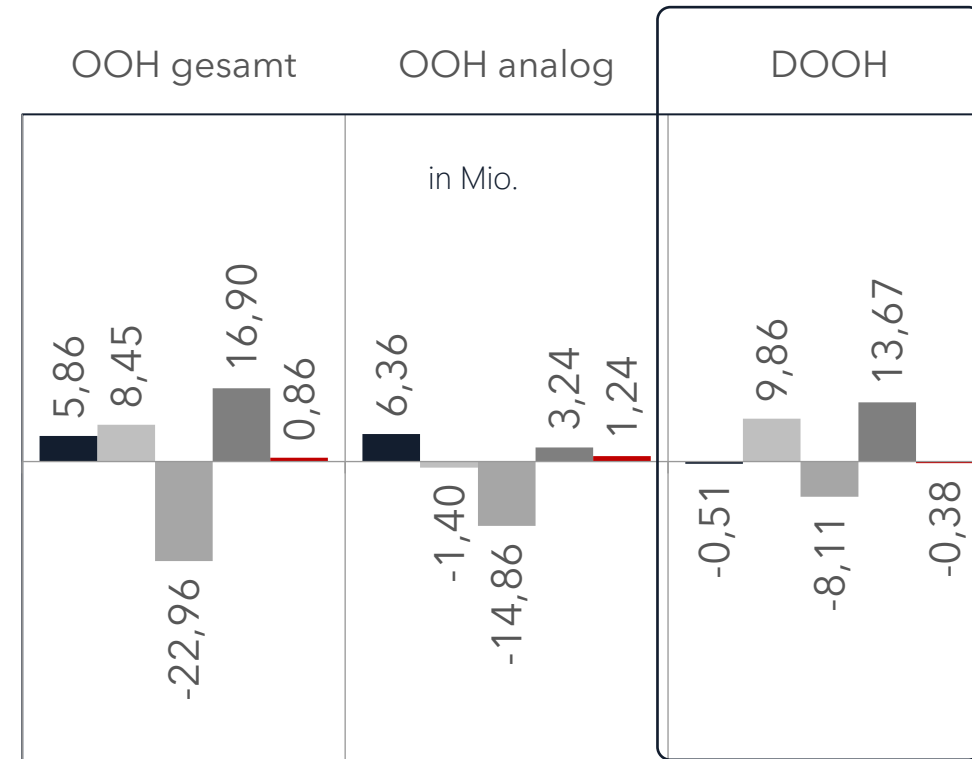
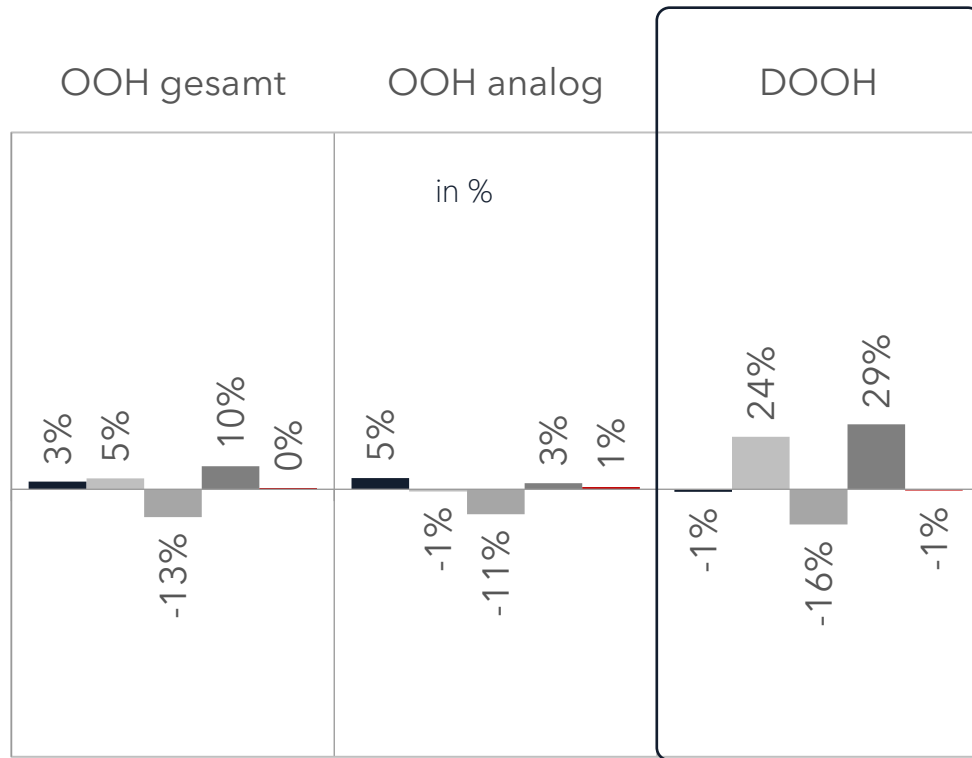
Vergleich zu April 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



# DOOH 1% unter Vorjahr

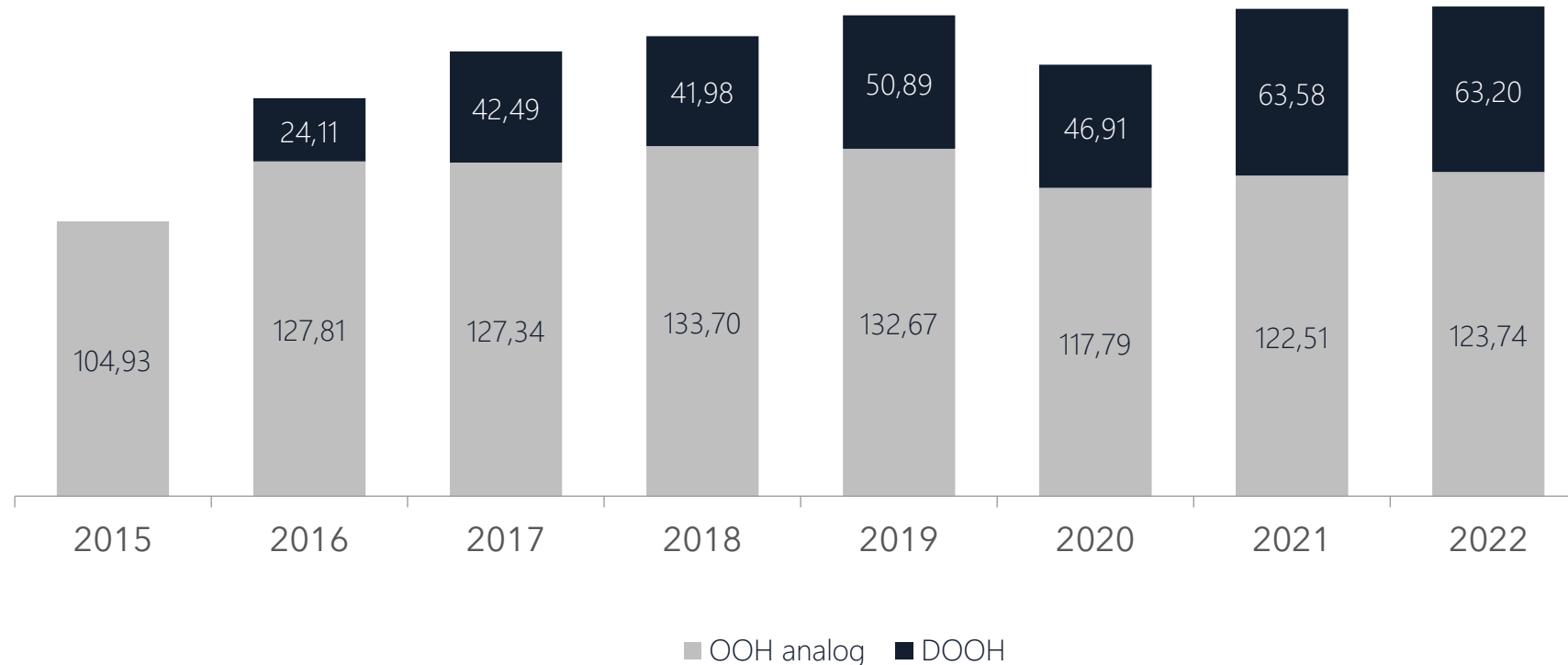


im April - jeweils im Vergleich zum April des Vorjahres



# Umsätze in der Außenwerbung

im April 2015 - April 2022 (in Mio. €)

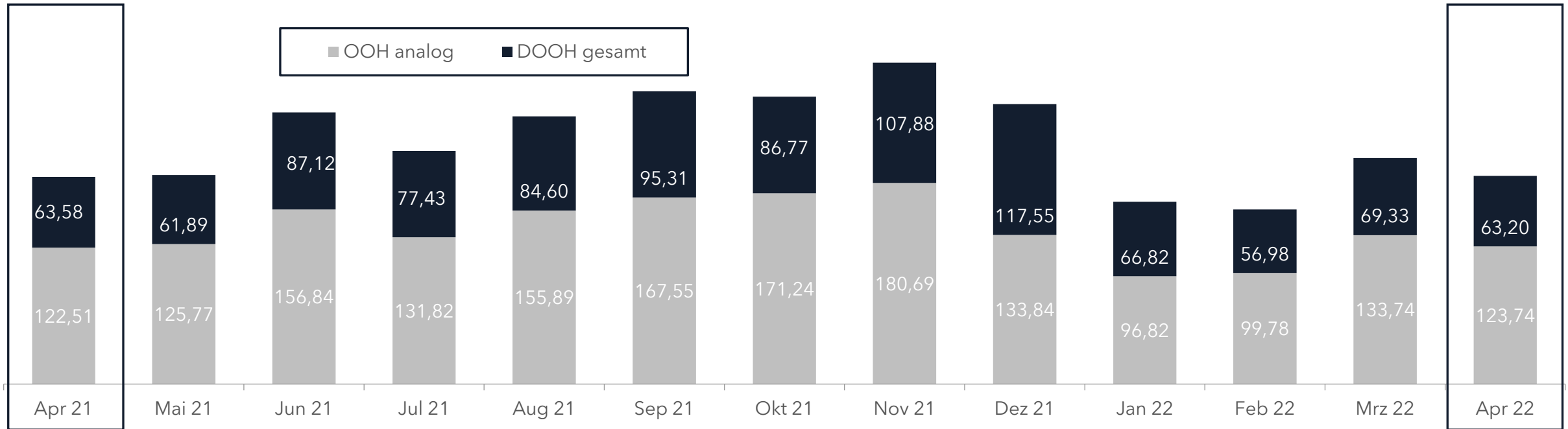


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2015 - 2022. Stand 2022-05-17



# DOOH verliert 1%

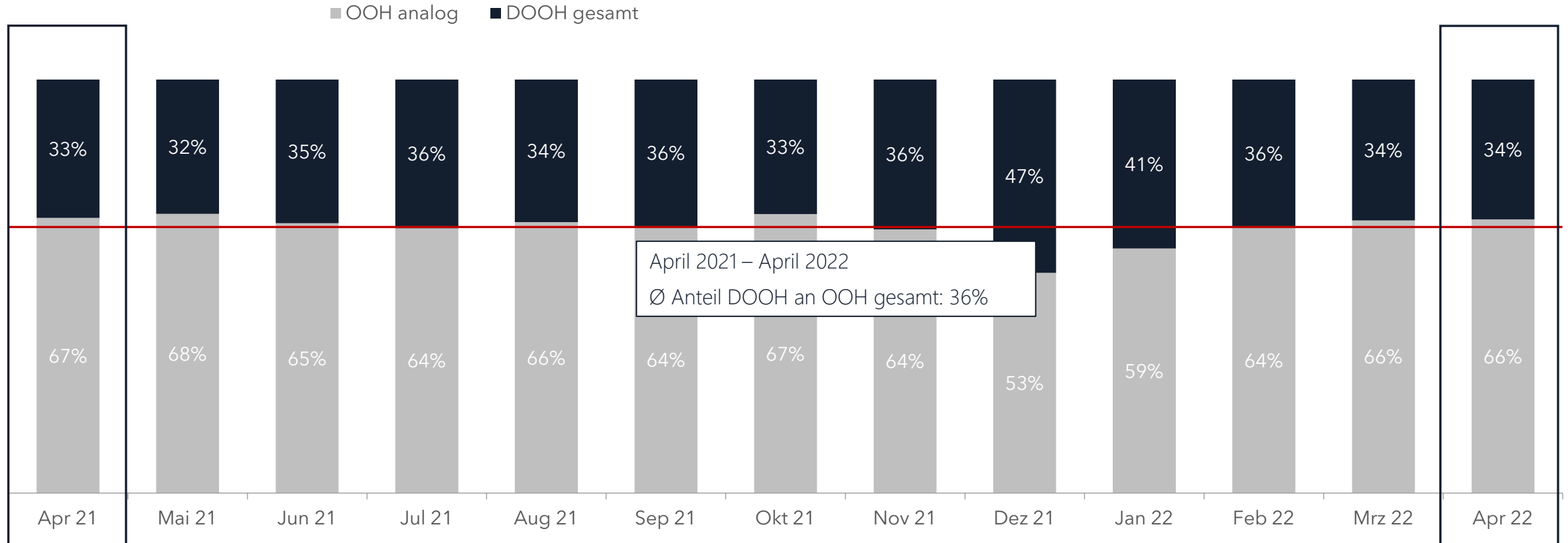
im April 2022/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Mai 21	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mrz 22	Apr 22
digital	-3	41	-11	9	13	-9	24	9	-43	-15	22	-9
analog	3	25	-16	18	7	2	6	-26	-28	3	34	-7
Abw. April 22 vs. April 21				digital: -1%				analog: 1%				
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat April 21 - April 22				digital: 2%				analog: 2%				

# April 2022: DOOH-Marktanteil bei 36%

Anteil DOOH an OOH gesamt





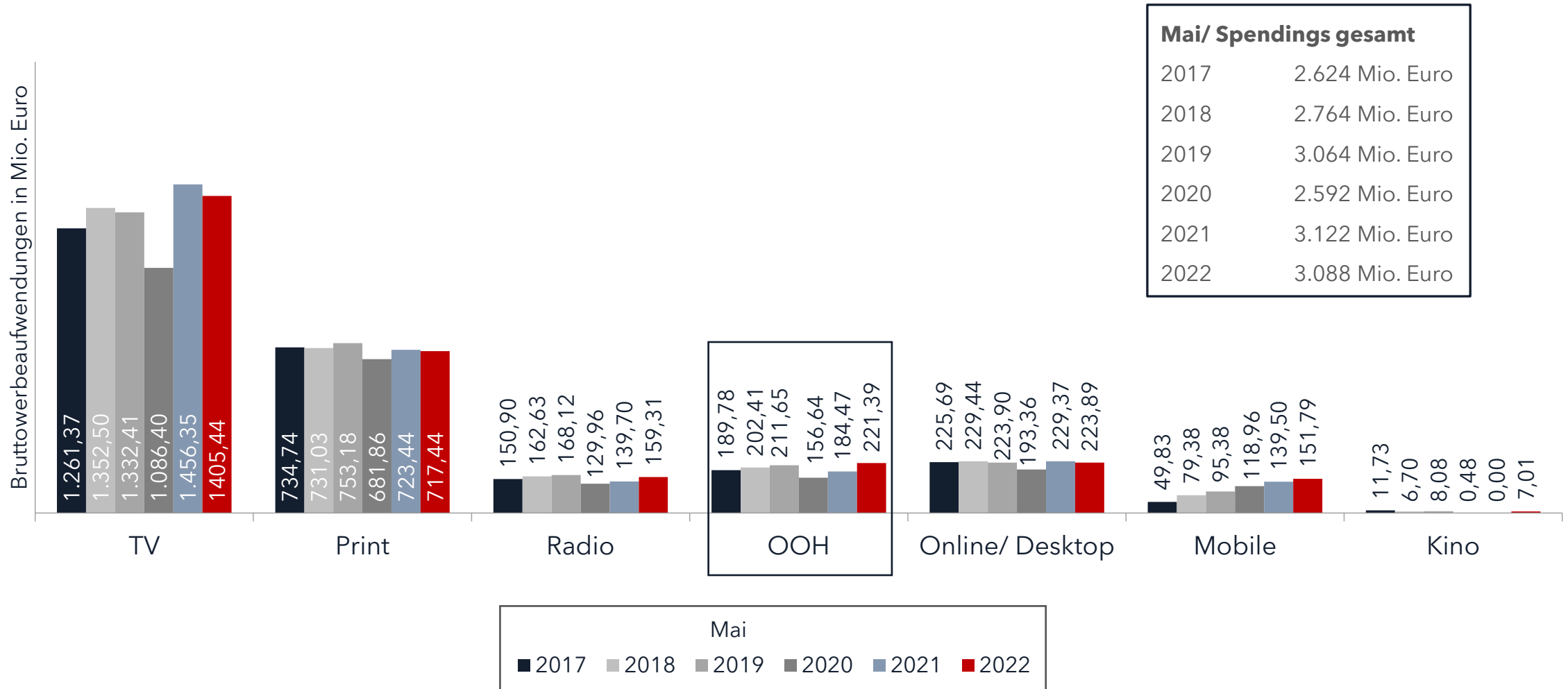
# **Monatsvergleich Mai 2021 / Mai 2022**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Sinkende Spendings im Mai



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Mai 2017 - Mai 2022 im Vergleich

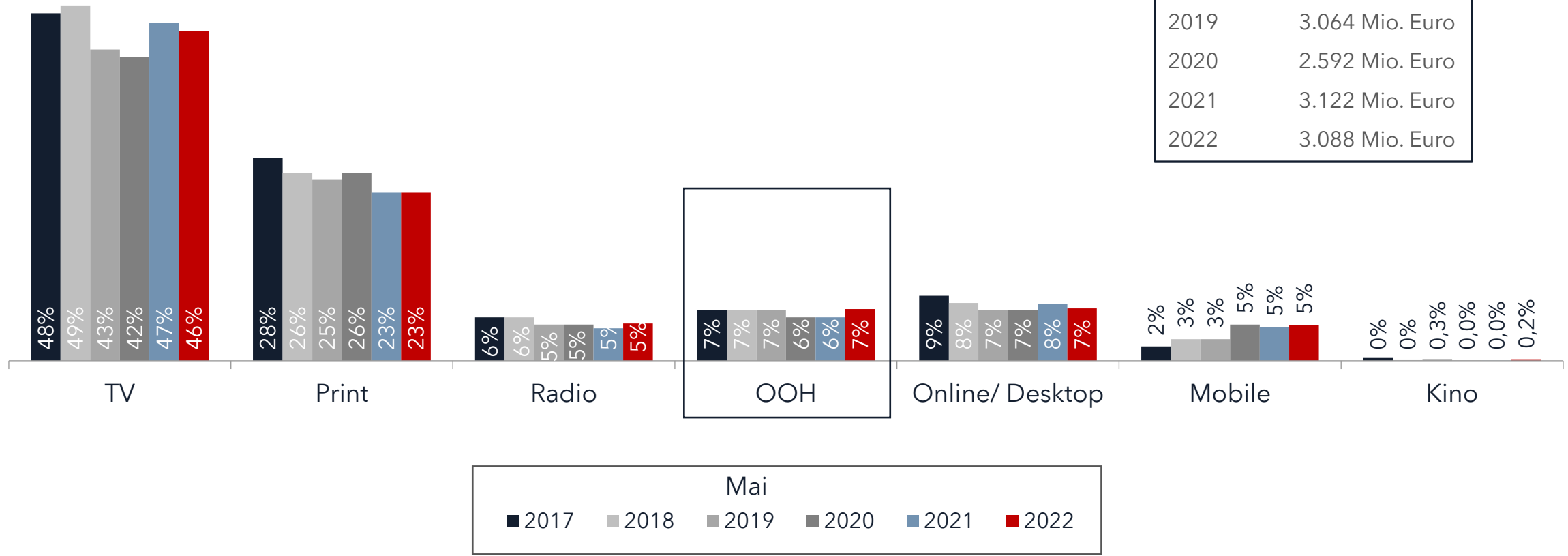


# Mai: OOH gewinnt Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: Mai 2020 - 2021 im Vergleich

Mai/ Spendings gesamt	
2017	2.624 Mio. Euro
2018	2.764 Mio. Euro
2019	3.064 Mio. Euro
2020	2.592 Mio. Euro
2021	3.122 Mio. Euro
2022	3.088 Mio. Euro

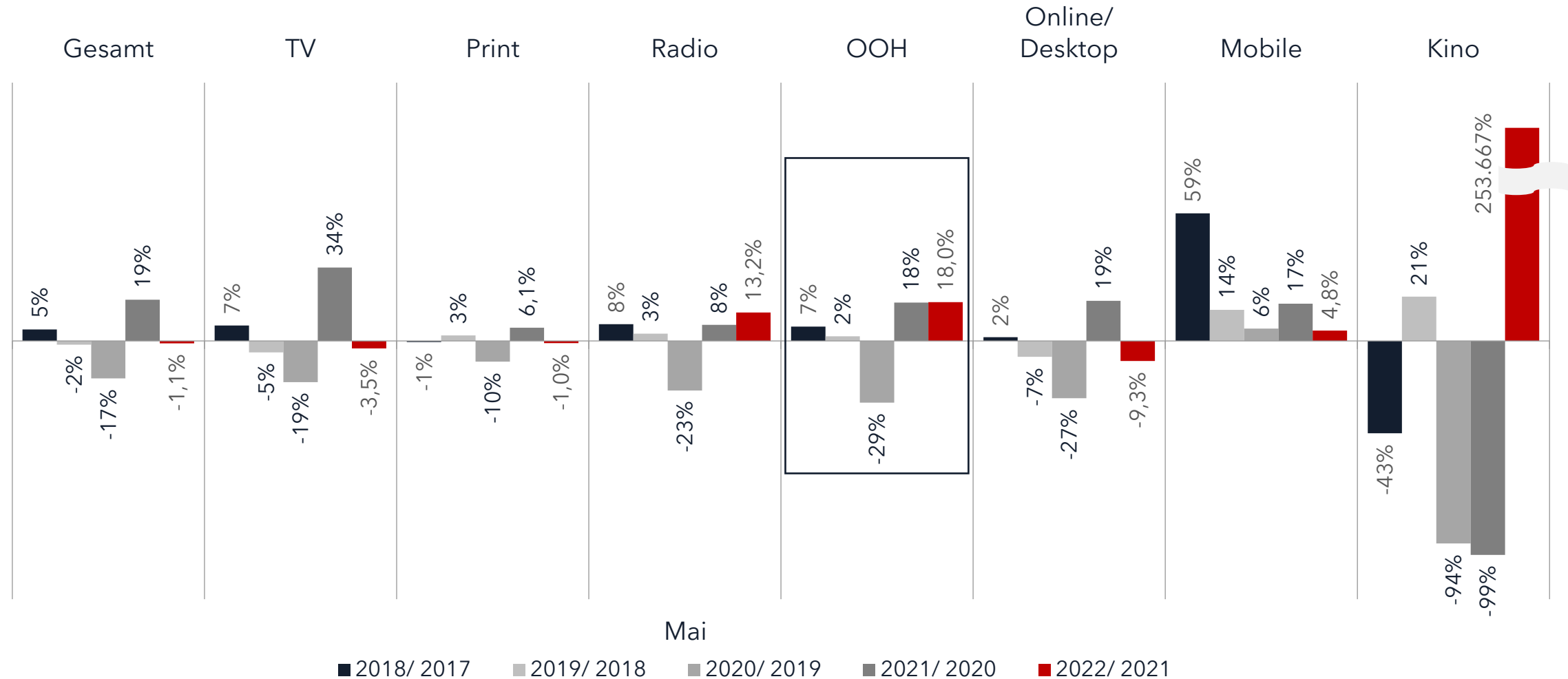


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2017 - 2022. Stand 2022-06-19

# OOH legt im Mai 22 deutlich zu



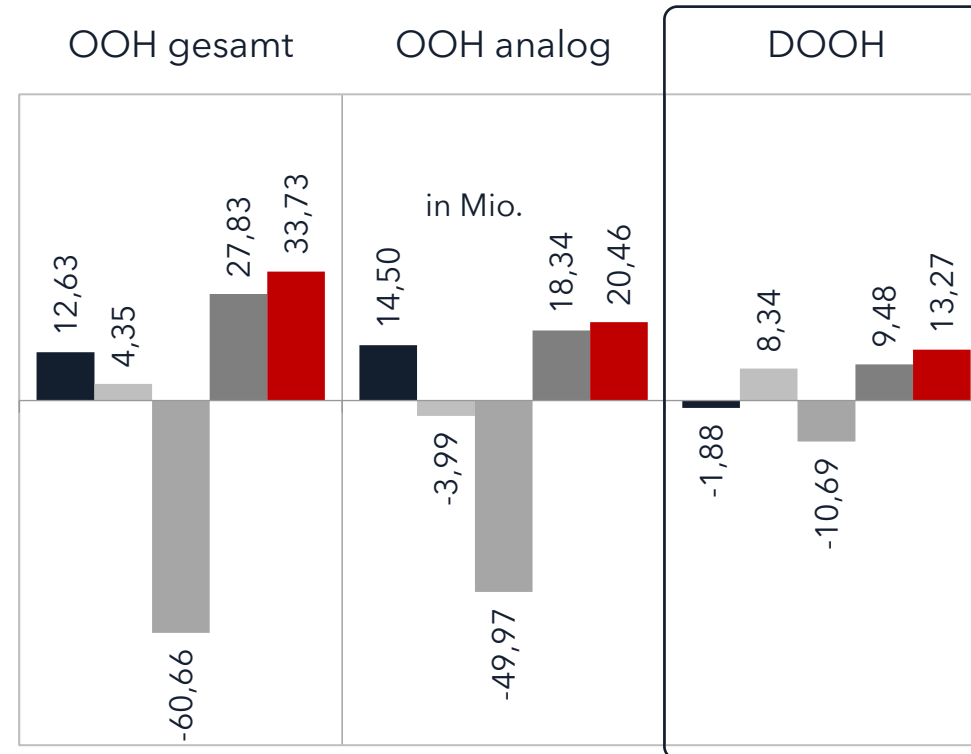
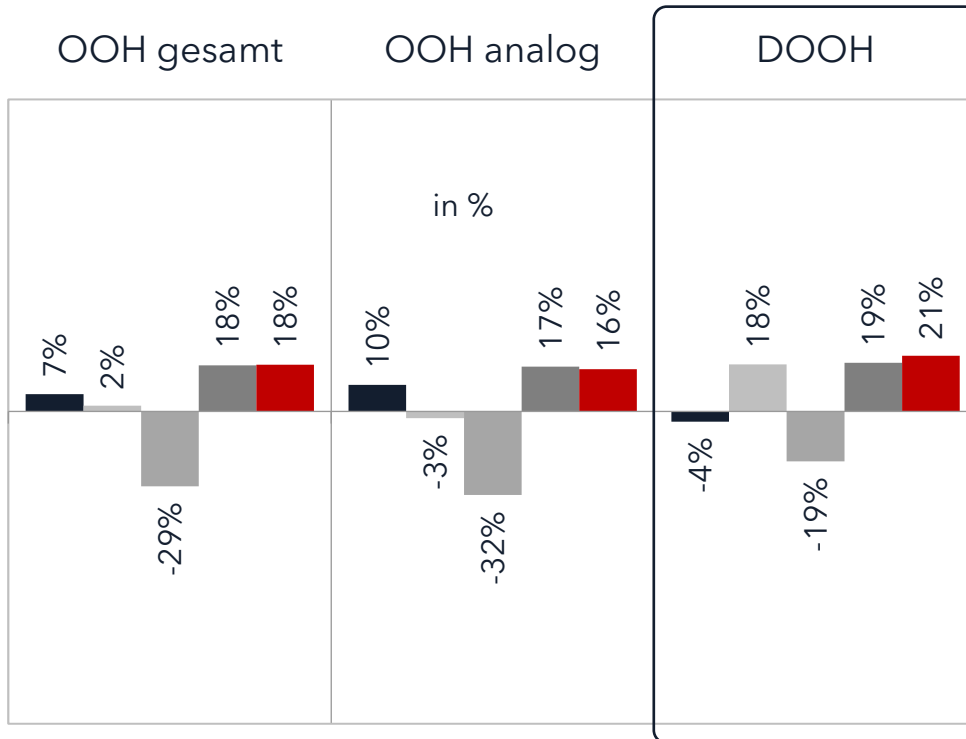
Vergleich zu Mai 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



# DOOH 21% über Vorjahr



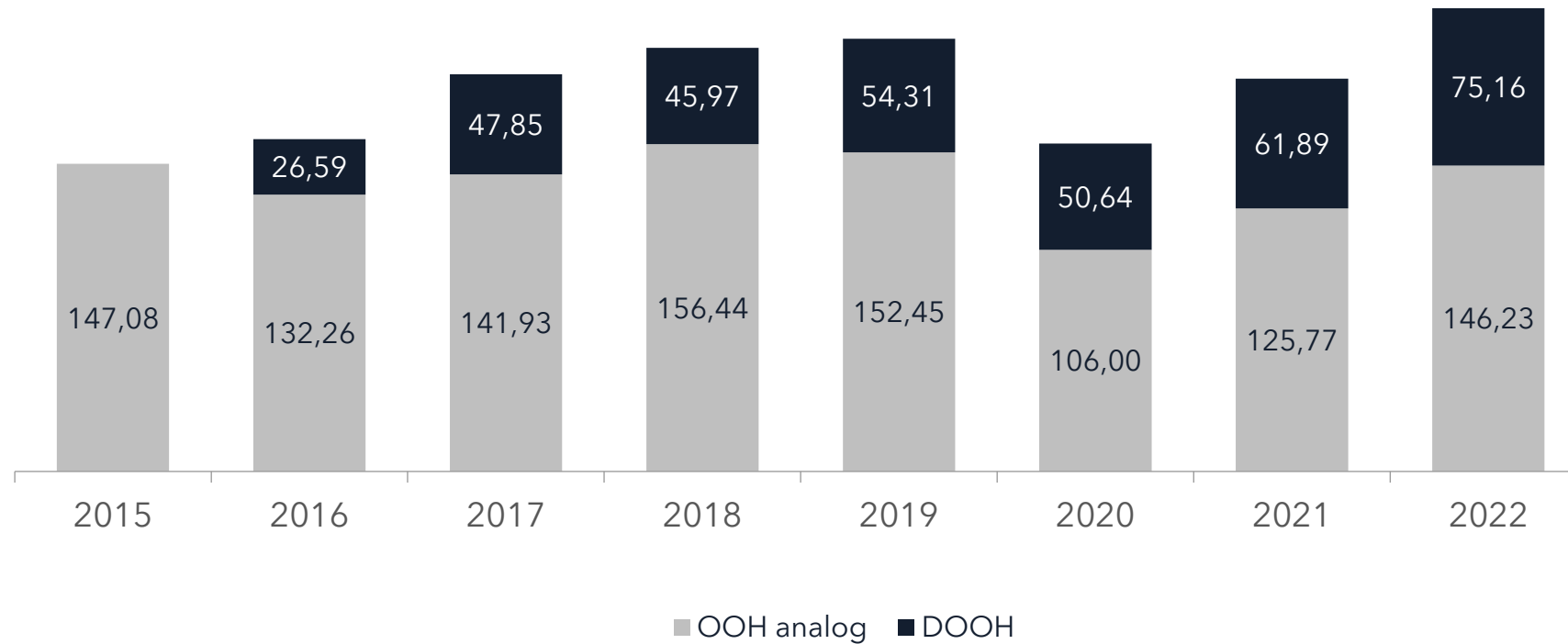
im Mai - jeweils im Vergleich zum Mai des Vorjahres



■ 2018/ 2017      ■ 2019/ 2018      ■ 2020/ 2019  
 ■ 2021/ 2020      ■ 2022/ 2021

# Umsätze in der Außenwerbung

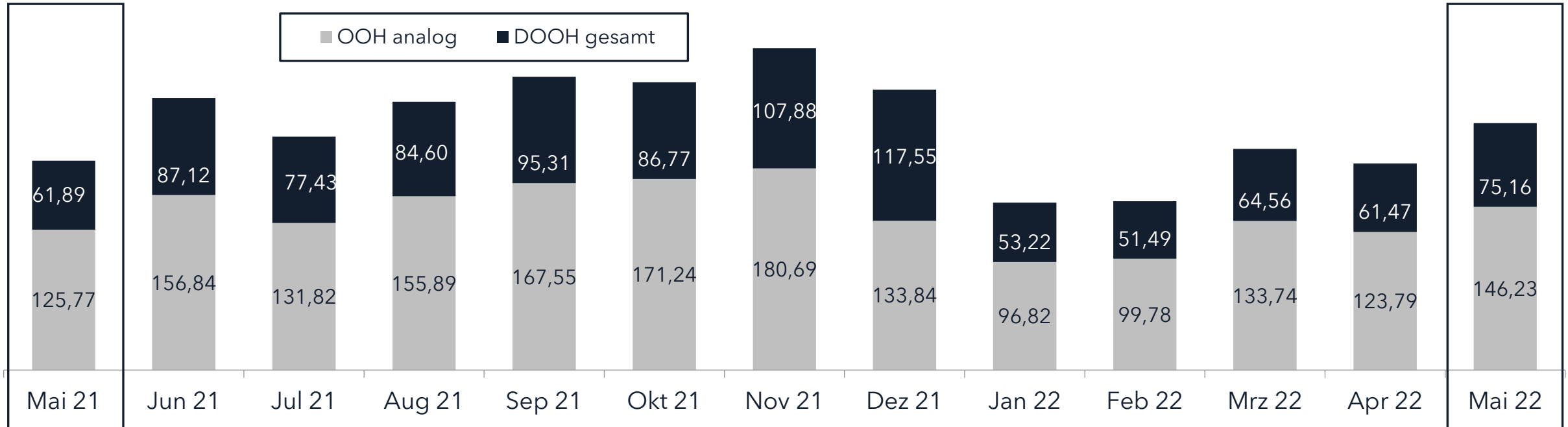
im Mai 2015 - Mai 2022 (in Mio. €)





# DOOH verliert 1%

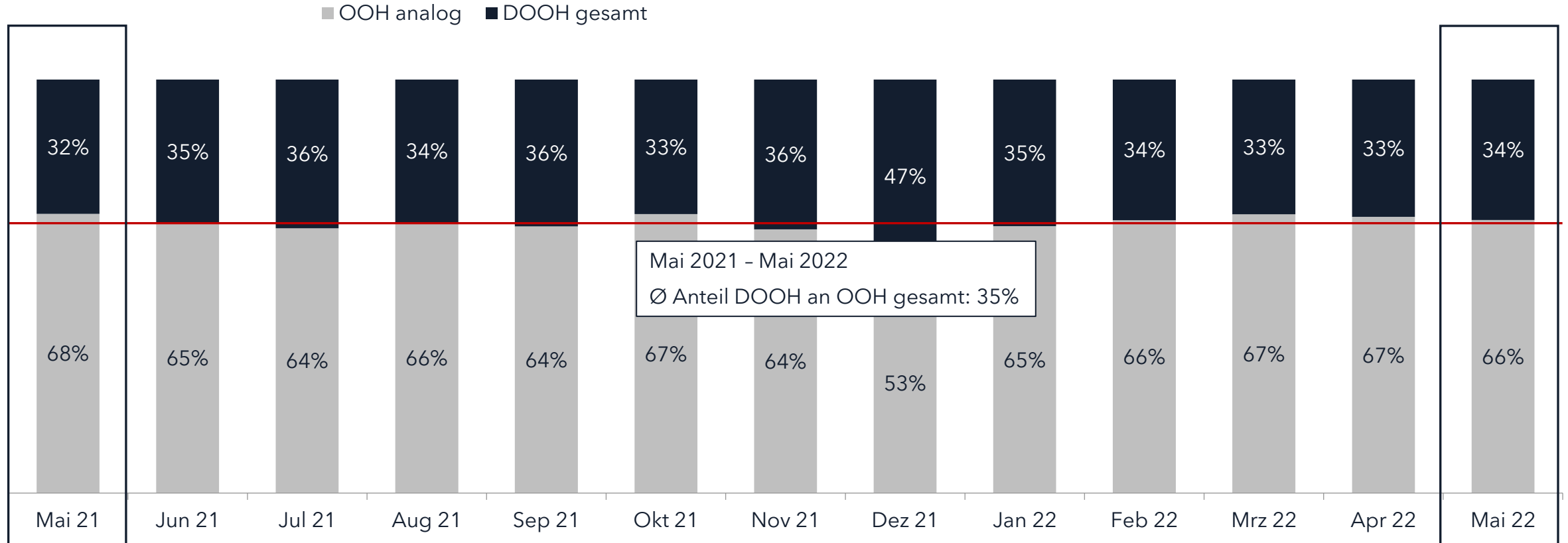
im Mai 2022/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)



Abw. Vormonat	Juni 21	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mrz 22	Apr 22	Mai 22
digital	41	-11	9	13	-9	24	9	-55	-3	25	-5	22
analog	25	-16	18	7	2	6	-26	-28	3	34	-7	18
Abw. Mai 22 vs. Mai 21	digital: 21%					analog: 18%						
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Mai 21 - Mai 22	digital: 3%					analog: 5%						

# Mai 2022: DOOH-Marktanteil bei 34%

Anteil DOOH an OOH gesamt





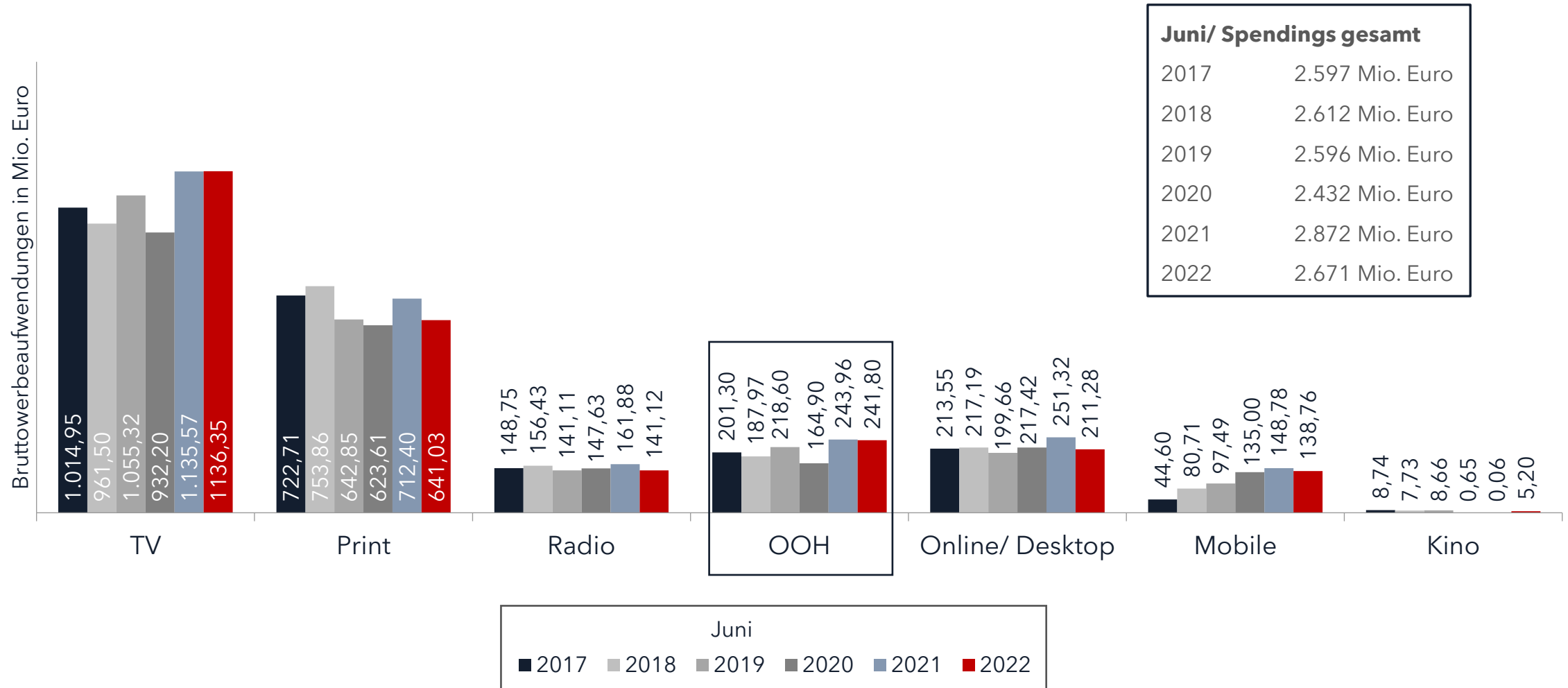
# **Monatsvergleich Juni 2021 / Juni 2022**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Sinkende Spendings im Juni



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Juni 2017 - Juni 2022 im Vergleich



# Juni: OOH gewinnt Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: Juni 2020 - 2021 im Vergleich

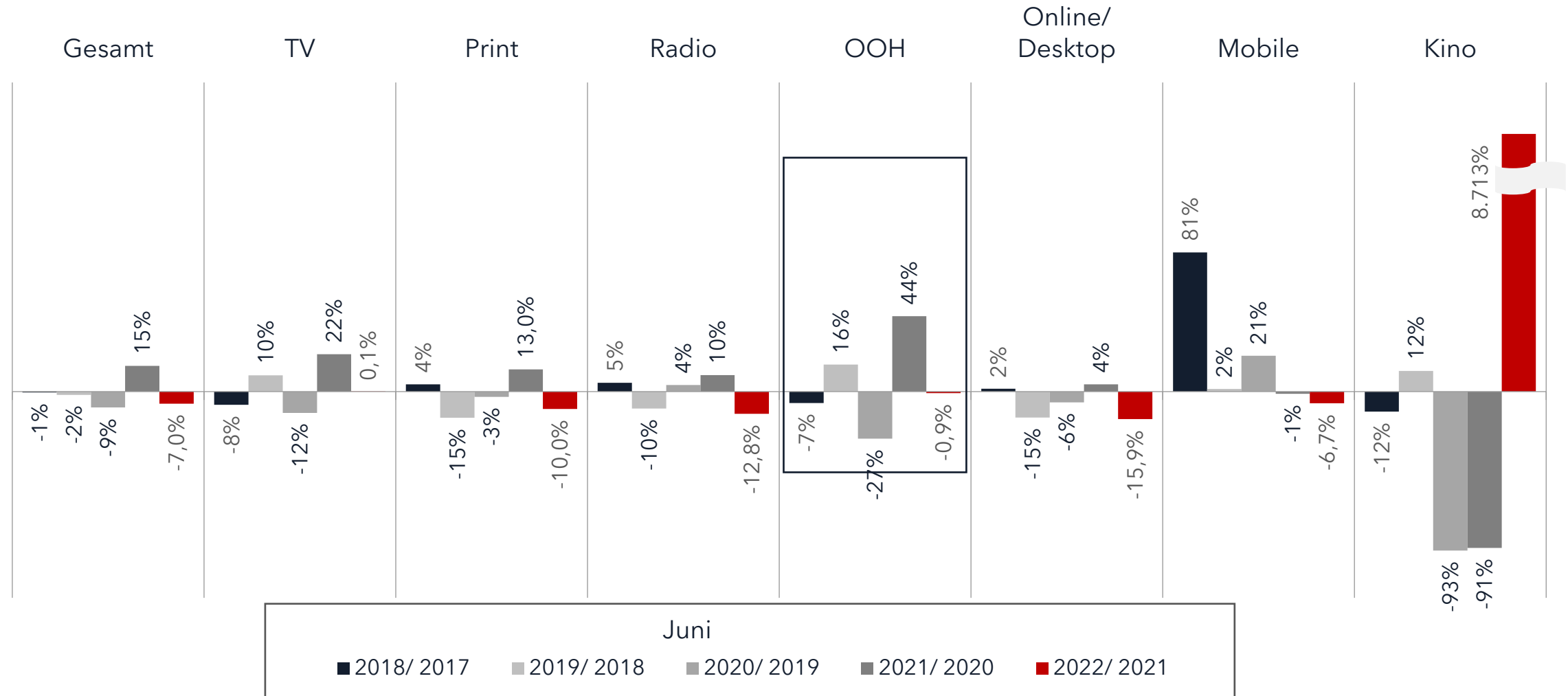
Juni/ Spendings gesamt	
2017	2.597 Mio. Euro
2018	2.612 Mio. Euro
2019	2.596 Mio. Euro
2020	2.432 Mio. Euro
2021	2.872 Mio. Euro
2022	2.671 Mio. Euro



# OOH mit leichtem Verlust in Juni 22



Vergleich zu Juni 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)

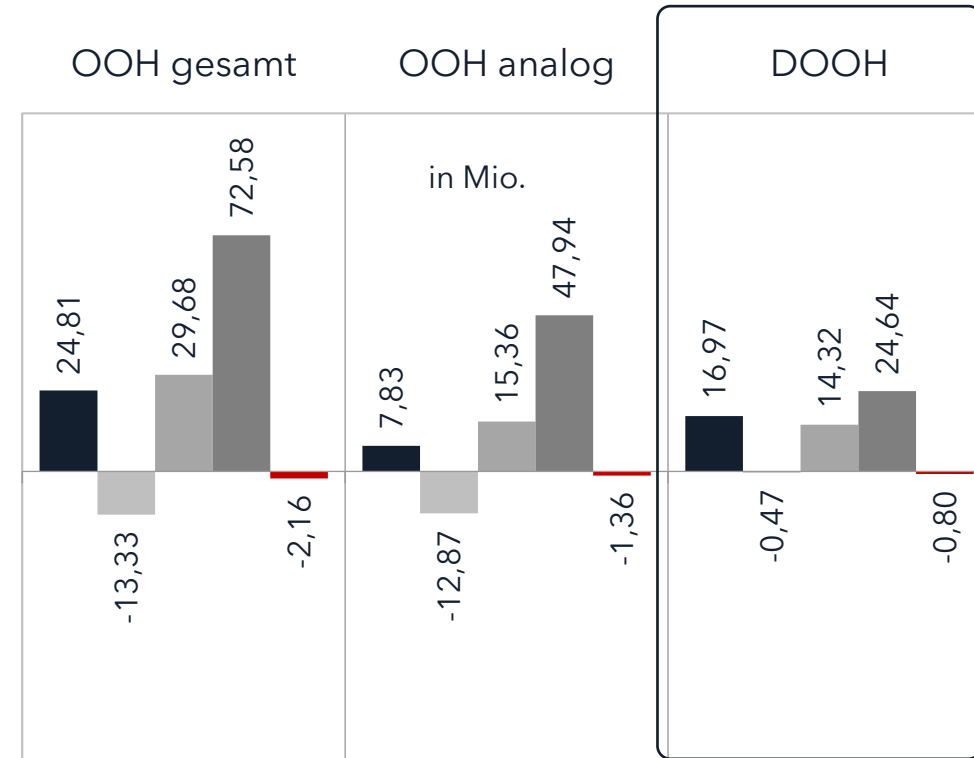
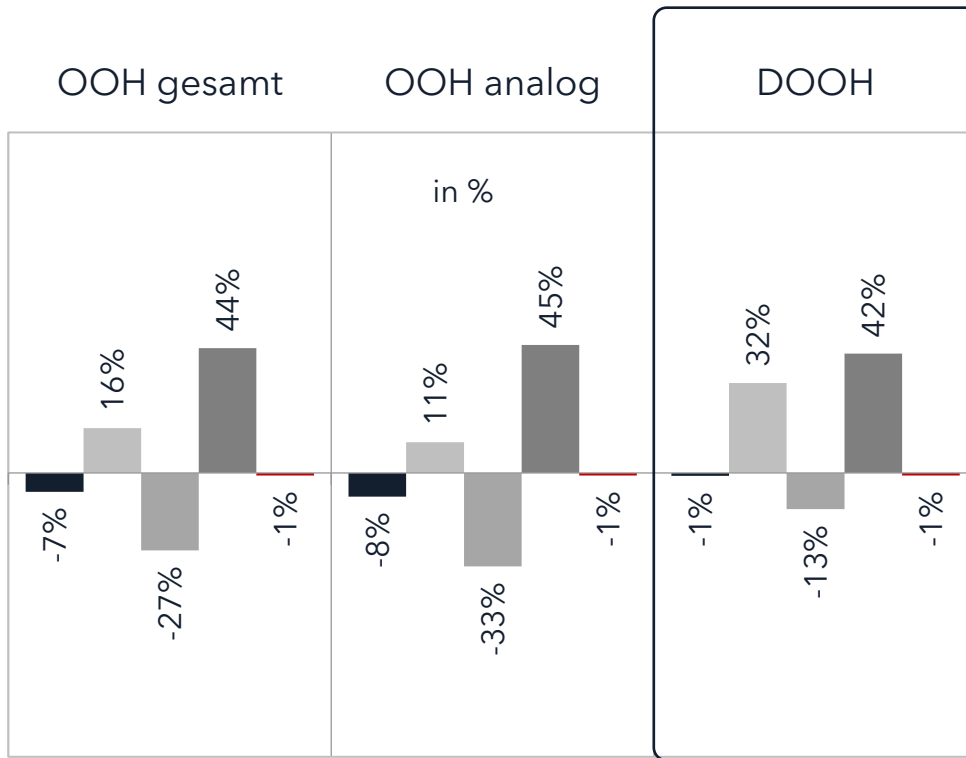


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2017 - 2022. Stand 2022-07-19

# DOOH knapp unter Vorjahr



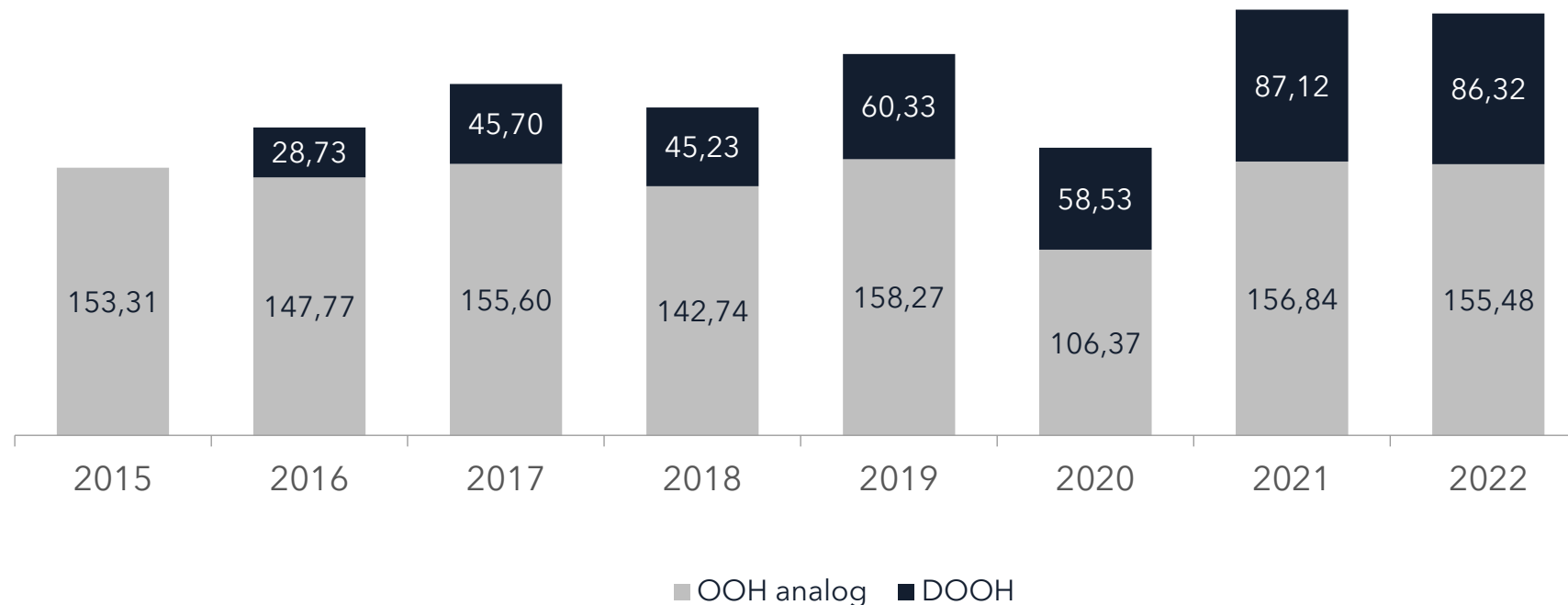
im Juni - jeweils im Vergleich zum Juni des Vorjahres



■ 2018/ 2017    ■ 2019/ 2018    ■ 2020/ 2019  
 ■ 2021/ 2020    ■ 2022/ 2021

# Umsätze in der Außenwerbung

im Juni 2015 – Juni 2022 (in Mio. €)

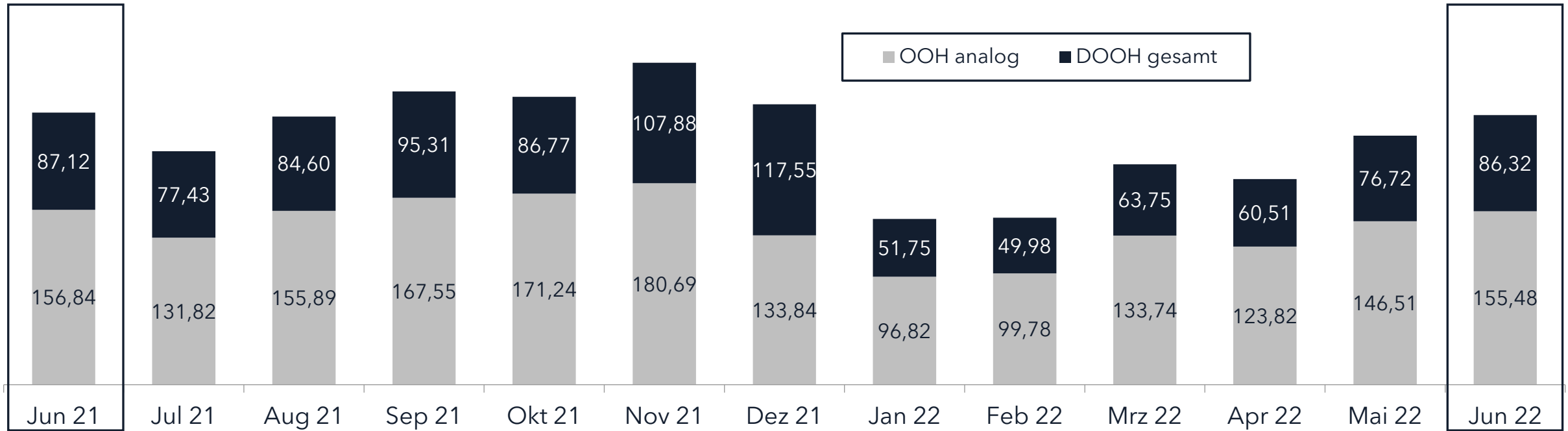


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2015 – 2022. Stand 2022-07-19



# OOH verliert 1% Umsatz

im Juni 2022/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)

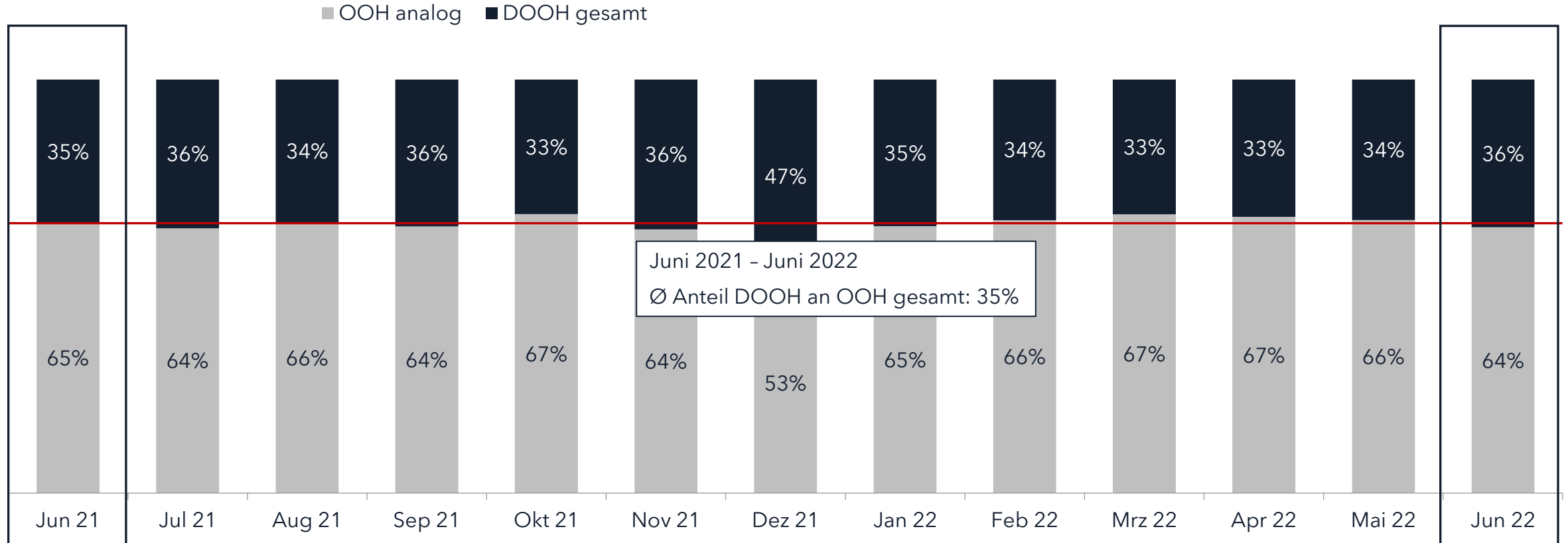


Abw. Vormonat	Juli 21	Aug 21	Sep 21	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mrz 22	Apr 22	Mai 22	Juni 22
digital	-11	9	13	-9	24	9	-56	-3	28	-5	27	13
analog	-16	18	7	2	6	-26	-28	3	34	-7	18	6
Abw. Juni 22 vs. Juni 21				digital: -1%			analog: -1%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Juni 21 - Juni 22				digital: 3%			analog: 2%					

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. Jan 2016 - Juni 2022. Stand 2022-07-19

# Juni 2022: DOOH-Marktanteil bei 36%

Anteil DOOH an OOH gesamt





Ansprechpartner: Frank Goldberg  
Institute for Digital Out of Home Media  
Theatinerstr. 11  
80333 München

[frank.goldberg@idooh.media](mailto:frank.goldberg@idooh.media)  
[www.idooh.media.com](http://www.idooh.media.com)