

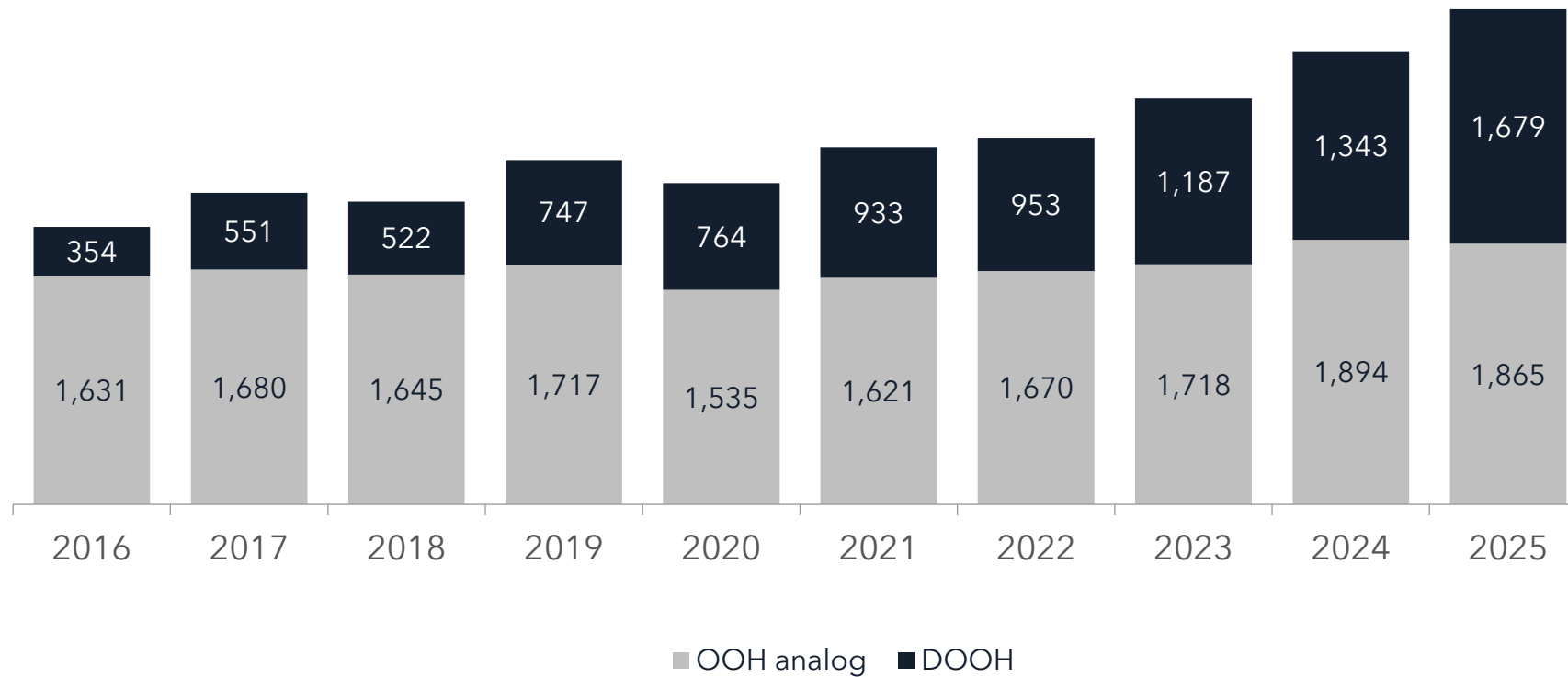
IDOOH

Digital Out of Home
Werbespendings 2016-2025

Umsätze in der Außenwerbung



2016 - 2025 (in Mio. €)



Inhalt

1. OoH Spending Trends ab 2016	<u>Seite 4</u>
2. Jahresvergleich 2020 - 2025	<u>Seite 7</u>
3. Halbjahresvergleich 1. Hj 2024 / 1. Hj. 2025	Seite_xx
4. Quartalsvergleich Q1 2025 / Q1 2026	<u>Seite 14</u>
5. Quartalsvergleich Q2 2024 / Q2 2025	Seite_xx
6. Quartalsvergleich Q3 2024 / Q3 2025	Seite_xx
7. Quartalsvergleich Q4 2024 / Q4 2025	Seite_xx
8. Monatsvergleich Januar 2025 / Januar 2026	<u>Seite 22</u>
9. Monatsvergleich Februar 2025 / Februar 2026	<u>Seite 30</u>
10. Monatsvergleich März 2025 / März 2026	<u>Seite 38</u>
11. Monatsvergleich April 2025 / April 2026	<u>Seite 46</u>
12. Monatsvergleich Mai 2024 / Mai 2025	Seite_xx
13. Monatsvergleich Juni 2024 / Juni 2025	Seite_xx
14. Monatsvergleich Juli 2024 / Juli 2025	Seite_xx
15. Monatsvergleich August 2024 / August 2025	Seite_xx
16. Monatsvergleich September 2024 / September 2025	Seite_xx
17. Monatsvergleich Oktober 2024 / Oktober 2025	Seite_xx
18. Monatsvergleich November 2024 / November 2025	Seite_xx
19. Monatsvergleich Dezember 2024 / Dezember 2025	Seite_xx



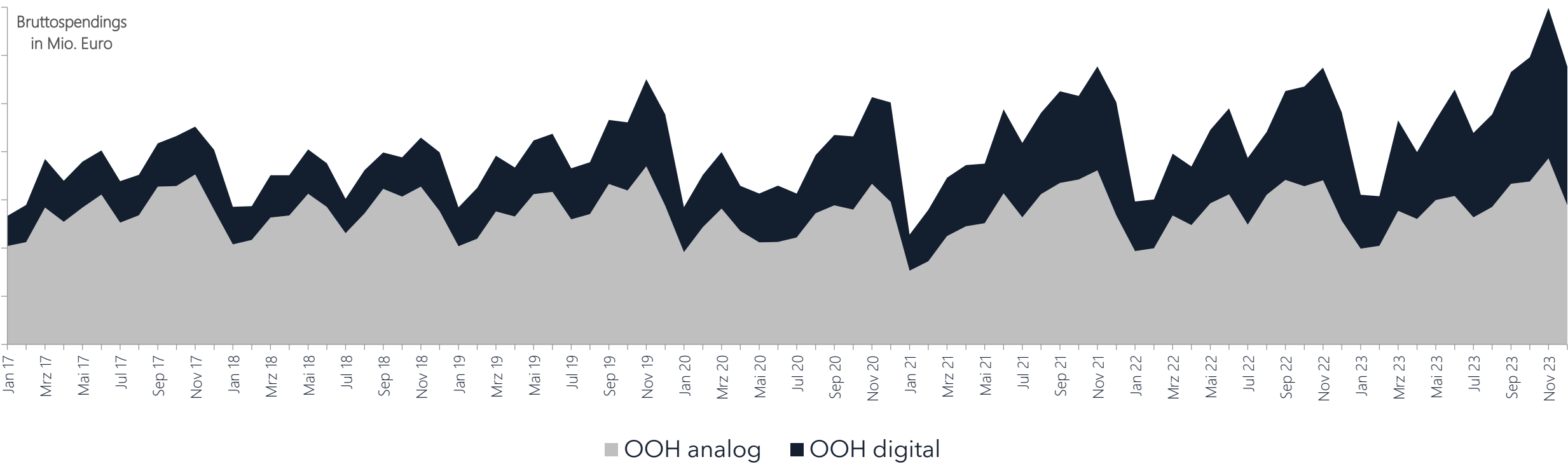
OoH Spending Trends ab 2016

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

OOH: Spendingtrends



Bruttowerbeaufwendungen: 2016 - 2023 (in Mio. EUR)

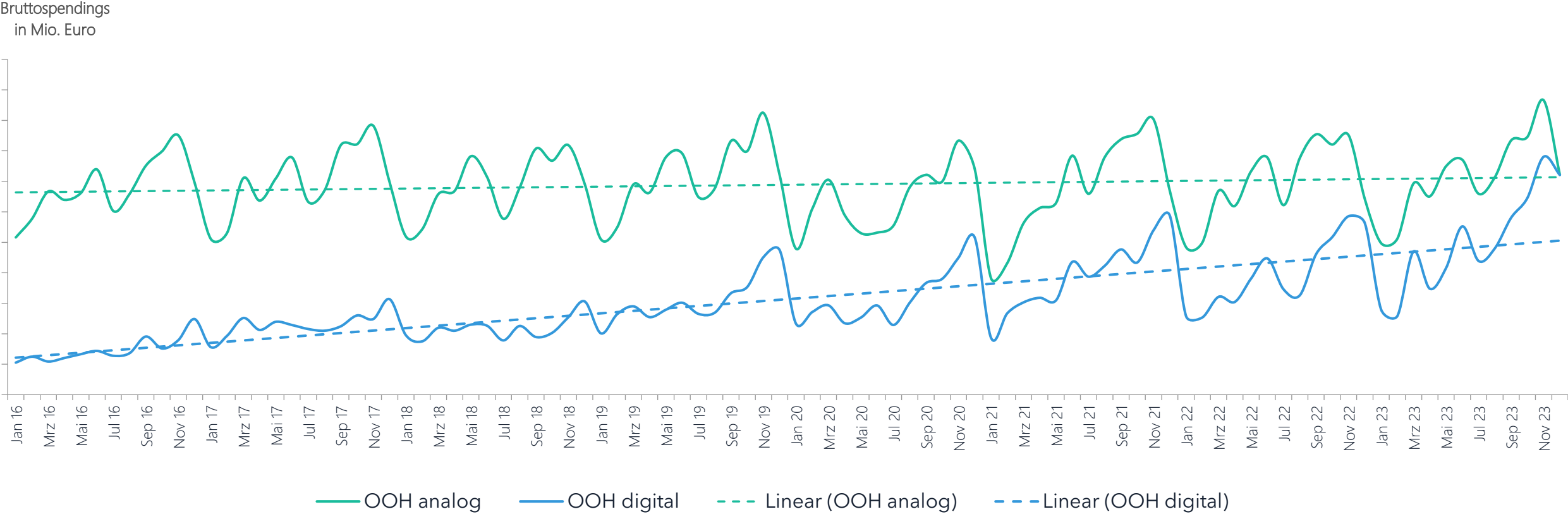


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2016 - 2023. Stand 2024-01-30

OOH: Spendingtrends



Bruttowerbeaufwendungen: 2017 - 2023 (in Mio. EUR)



Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2016 - 2023. Stand 2024-01-30

IDOOH

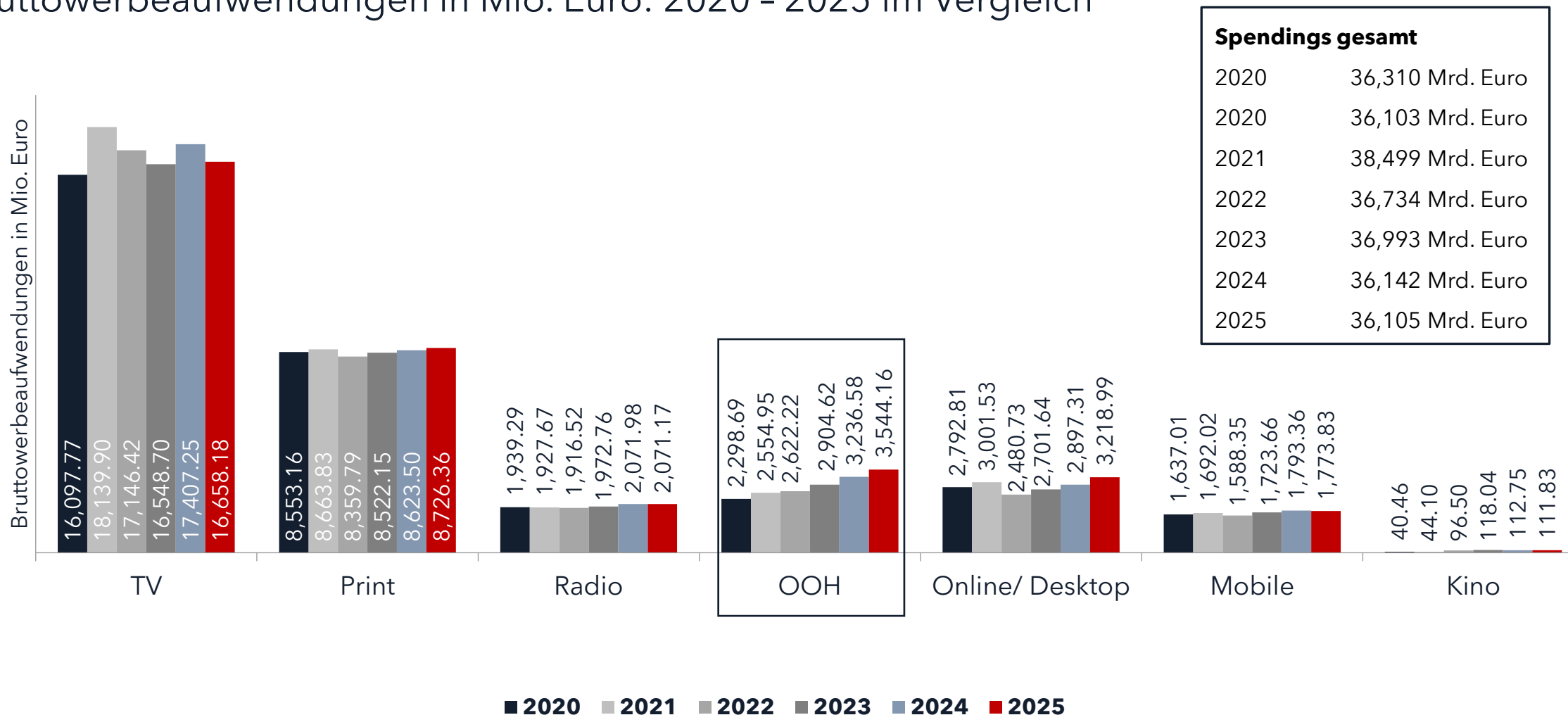
**Jahresvergleich
2020 - 2025**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

2025: OOH wächst deutlich



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 2020 - 2025 im Vergleich



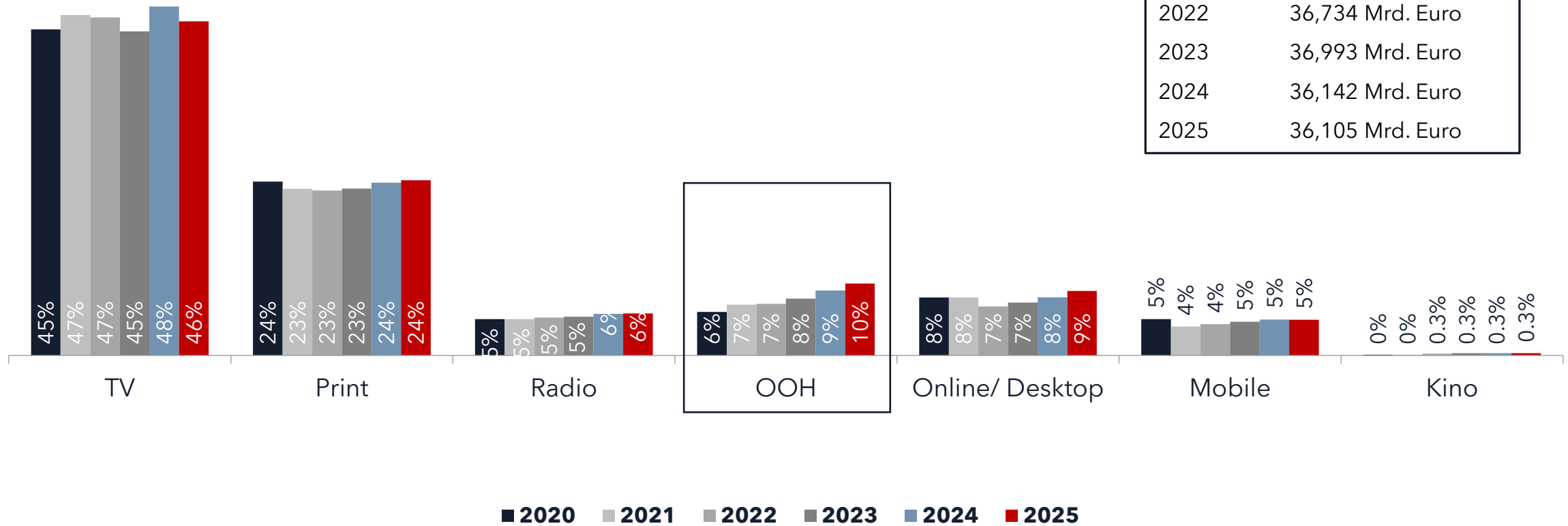
Spendings gesamt	
2020	36,310 Mrd. Euro
2020	36,103 Mrd. Euro
2021	38,499 Mrd. Euro
2022	36,734 Mrd. Euro
2023	36,993 Mrd. Euro
2024	36,142 Mrd. Euro
2025	36,105 Mrd. Euro

2025: OOH steigert weiter seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: 2020 - 2025 im Vergleich

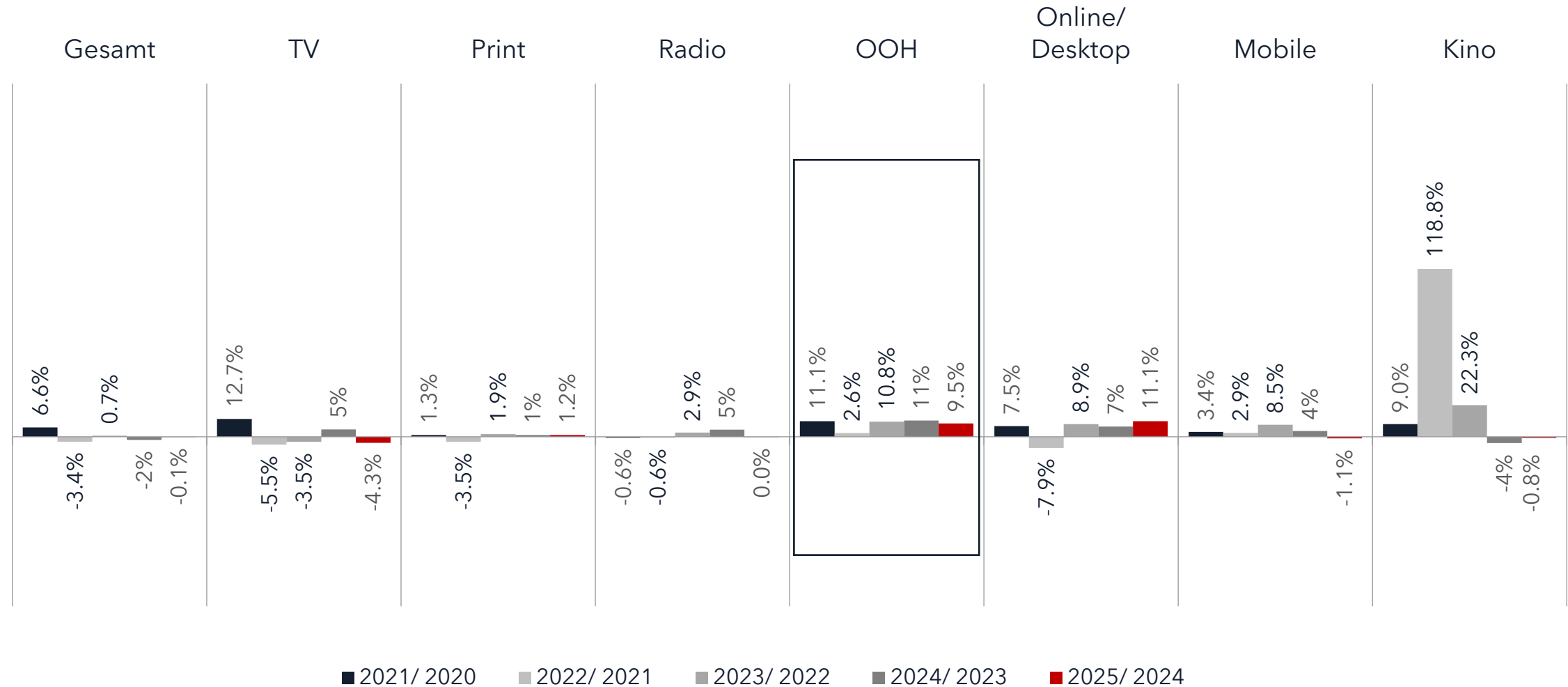
Spendings gesamt	
2020	36,310 Mrd. Euro
2020	36,103 Mrd. Euro
2021	38,499 Mrd. Euro
2022	36,734 Mrd. Euro
2023	36,993 Mrd. Euro
2024	36,142 Mrd. Euro
2025	36,105 Mrd. Euro



2025: OOH mit dem größten Zuwachs



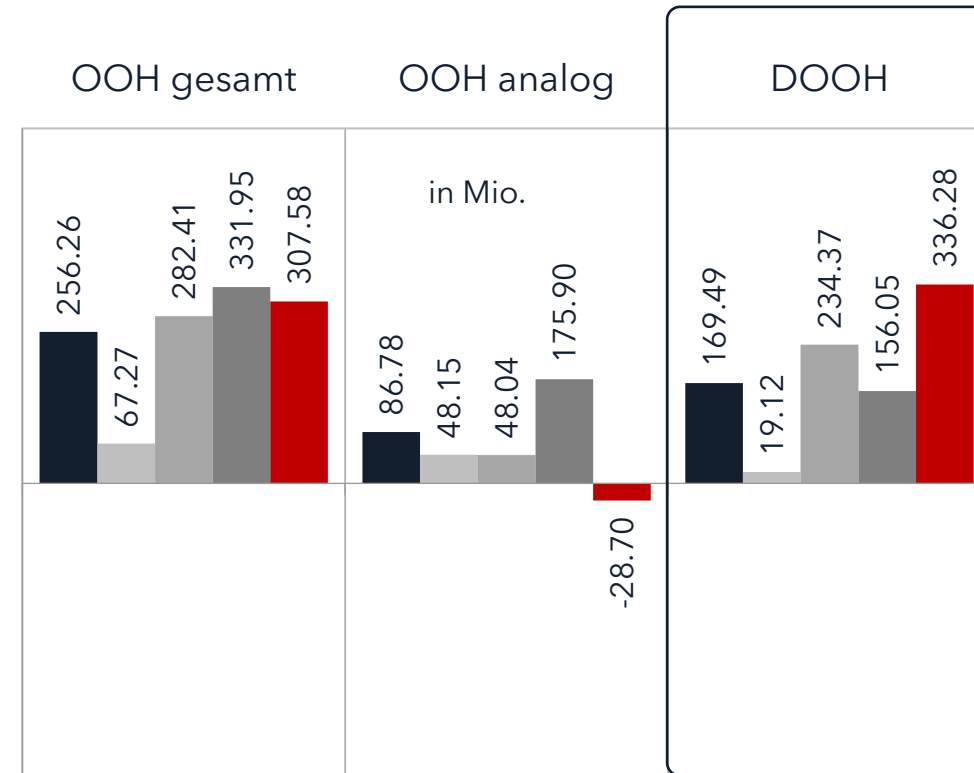
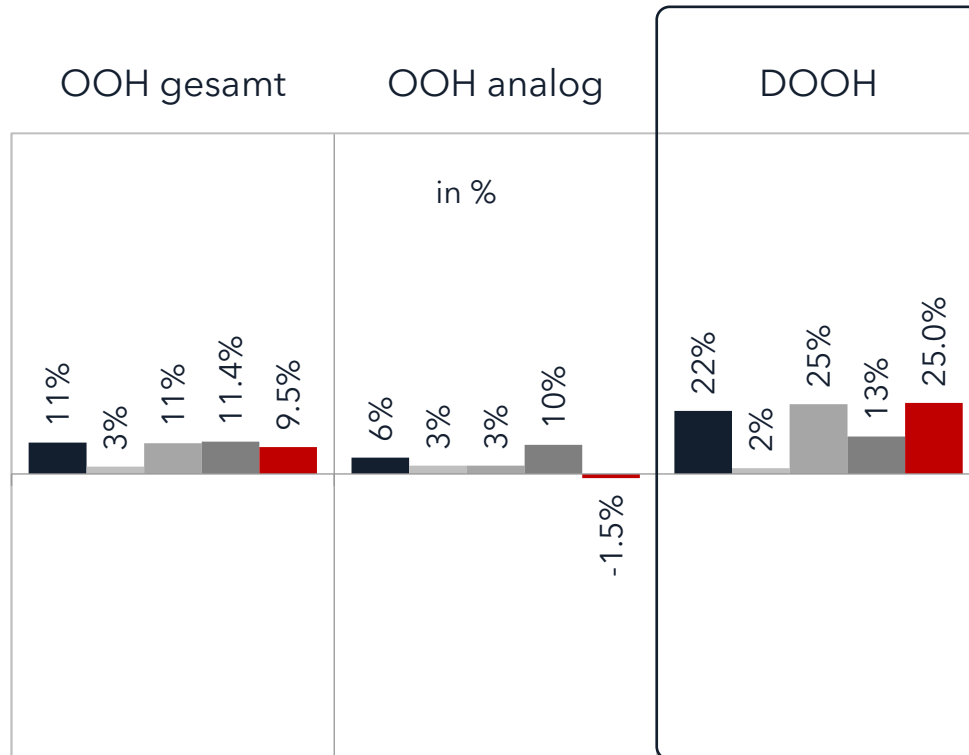
Vergleich: 2020 - 2025/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



Wachstumstreiber DOOH: 25% mehr Umsatz



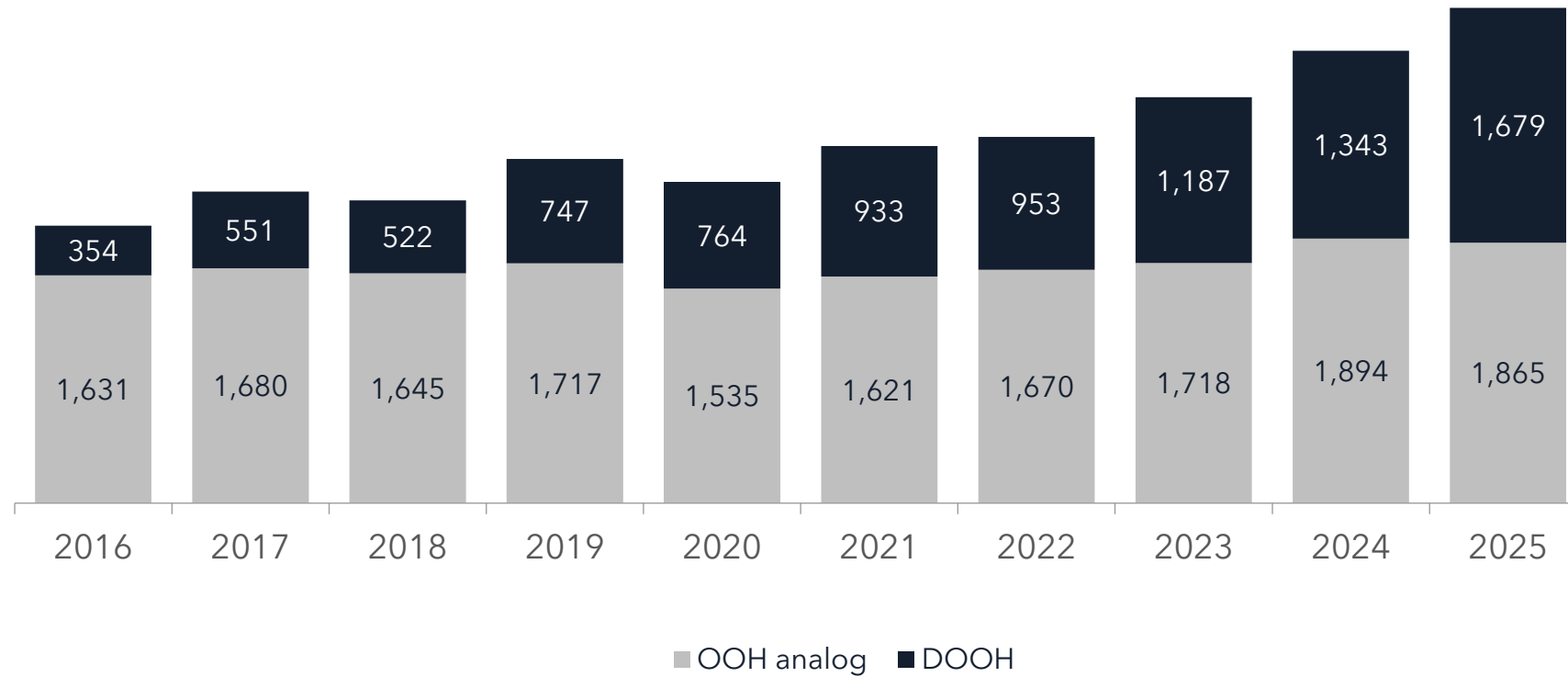
in 2025 - jeweils im Vergleich zum Vorjahr



2021/ 2020
 2022/ 2021
 2023/ 2022
 2024/ 2023
 2025/ 2024

Umsätze in der Außenwerbung

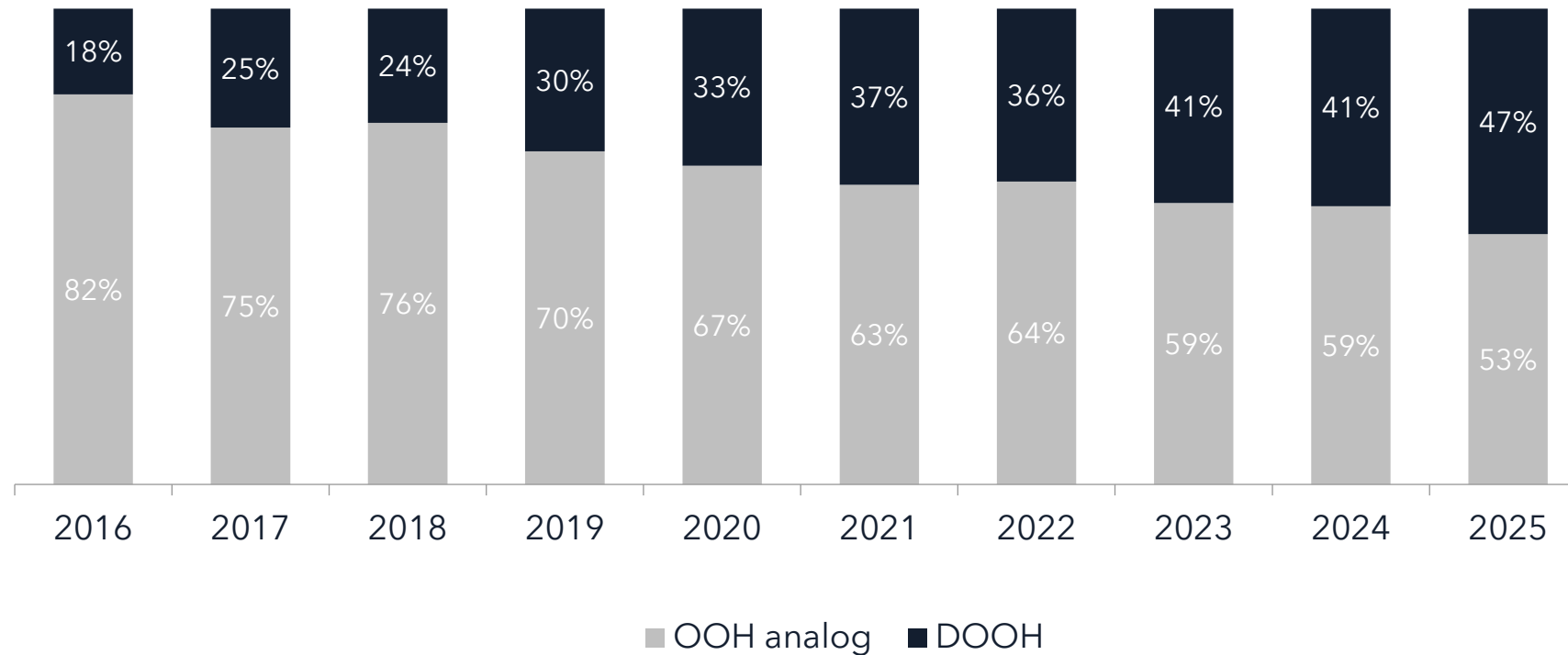
2016 - 2025 (in Mio. €)



Marktanteile in der Außenwerbung



2016 - 2025





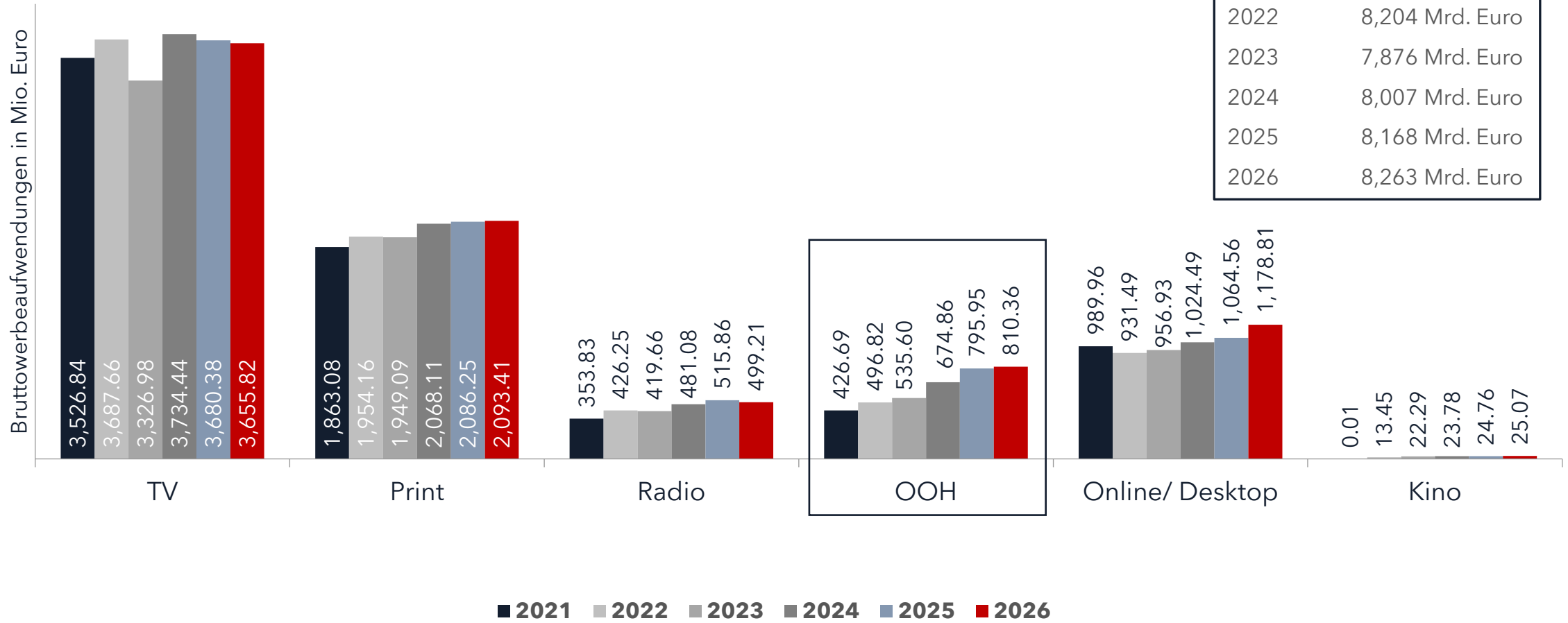
Quartalsvergleich Q1 2025 / Q1 2026

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Steigende Spendings in Q1 / 2026



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: 2021 - 2026 im Vergleich

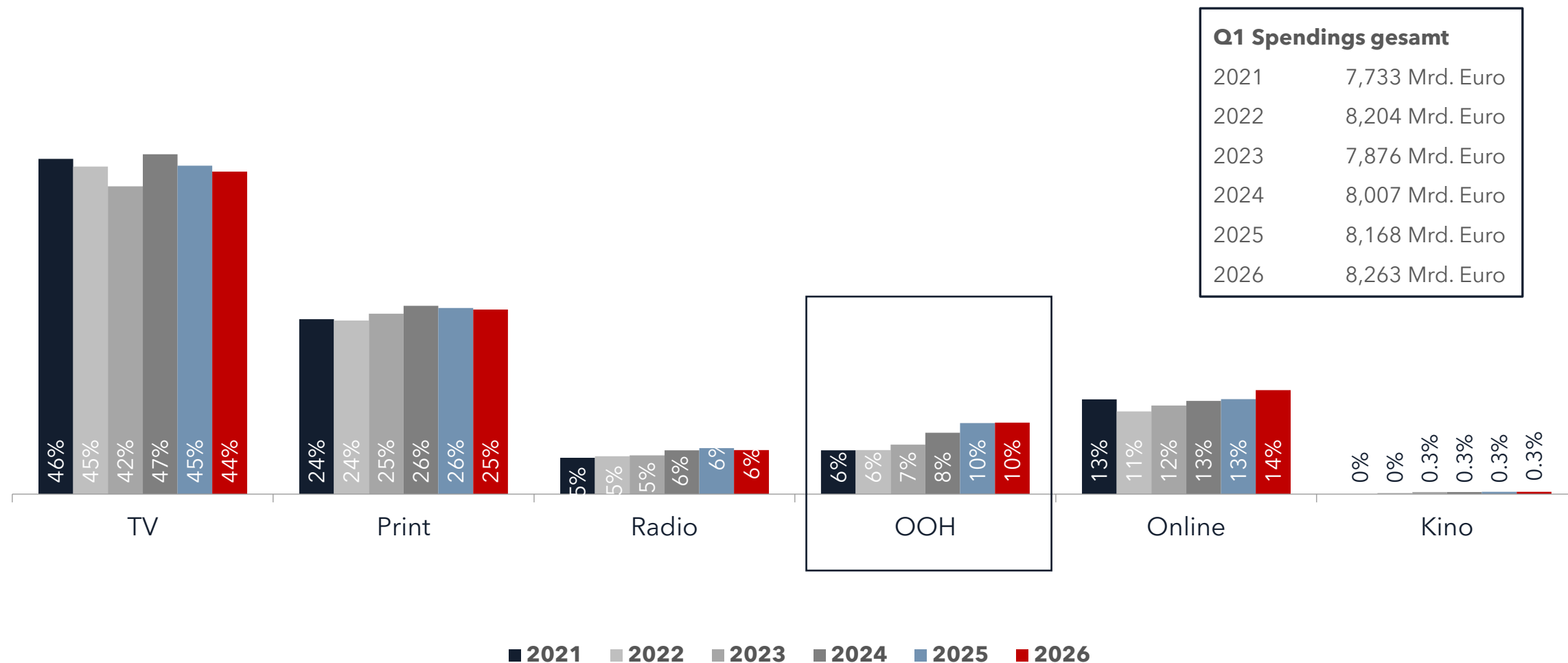


Q1 Spendings gesamt	
2021	7,733 Mrd. Euro
2022	8,204 Mrd. Euro
2023	7,876 Mrd. Euro
2024	8,007 Mrd. Euro
2025	8,168 Mrd. Euro
2026	8,263 Mrd. Euro

Q1 2026: OOH hält seine Anteile



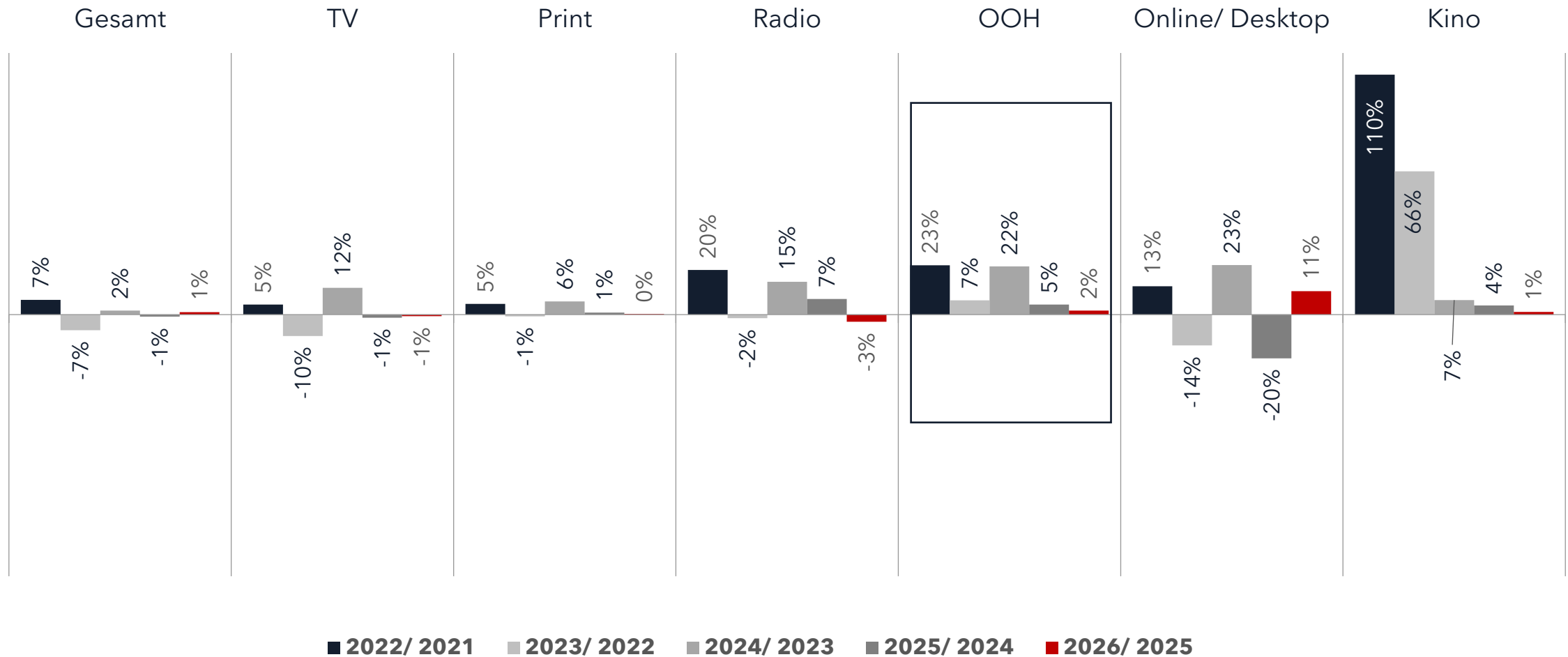
Anteile an Gesamtspendings in %: 2021 - 2026 im Vergleich



OOH wächst in Q1 2026 um 2%



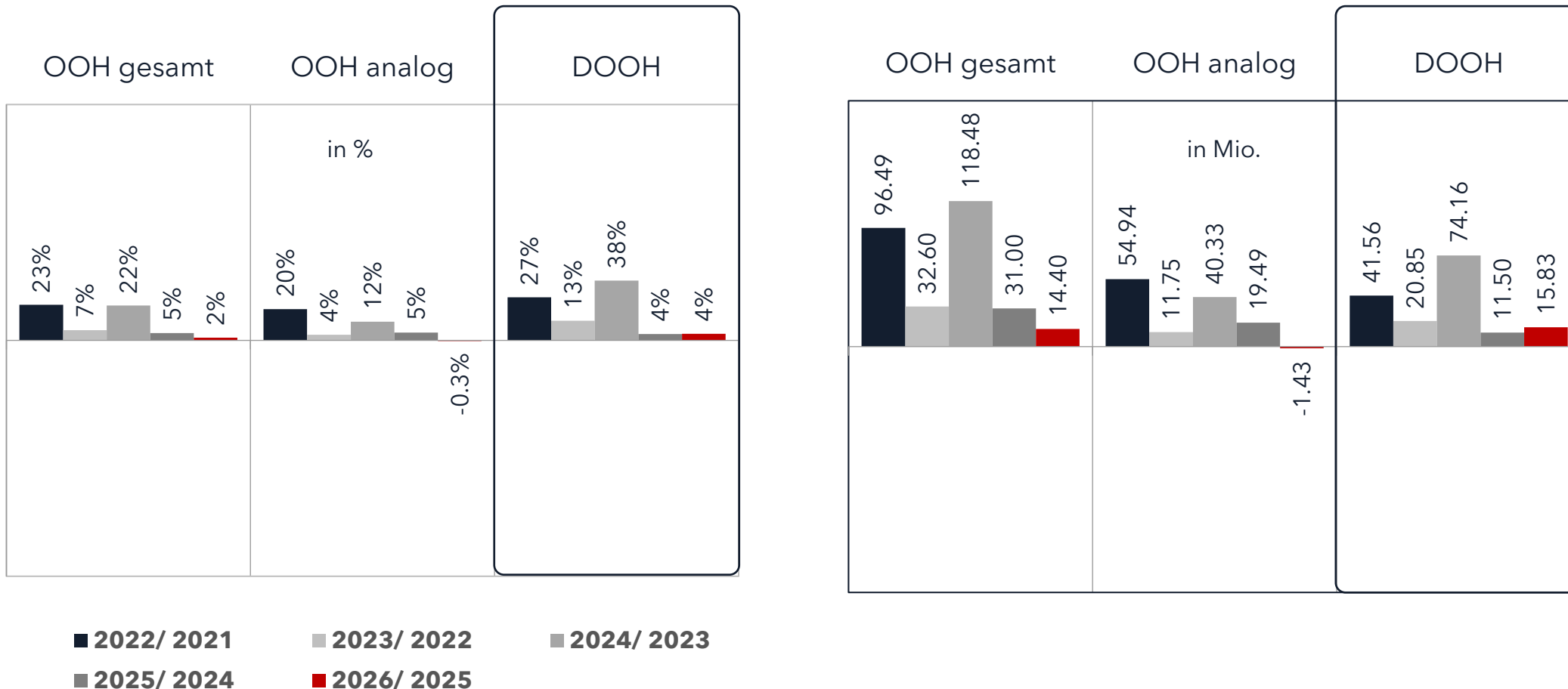
Vergleich zu Q1 2025/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



DOOH legt um 4% zu

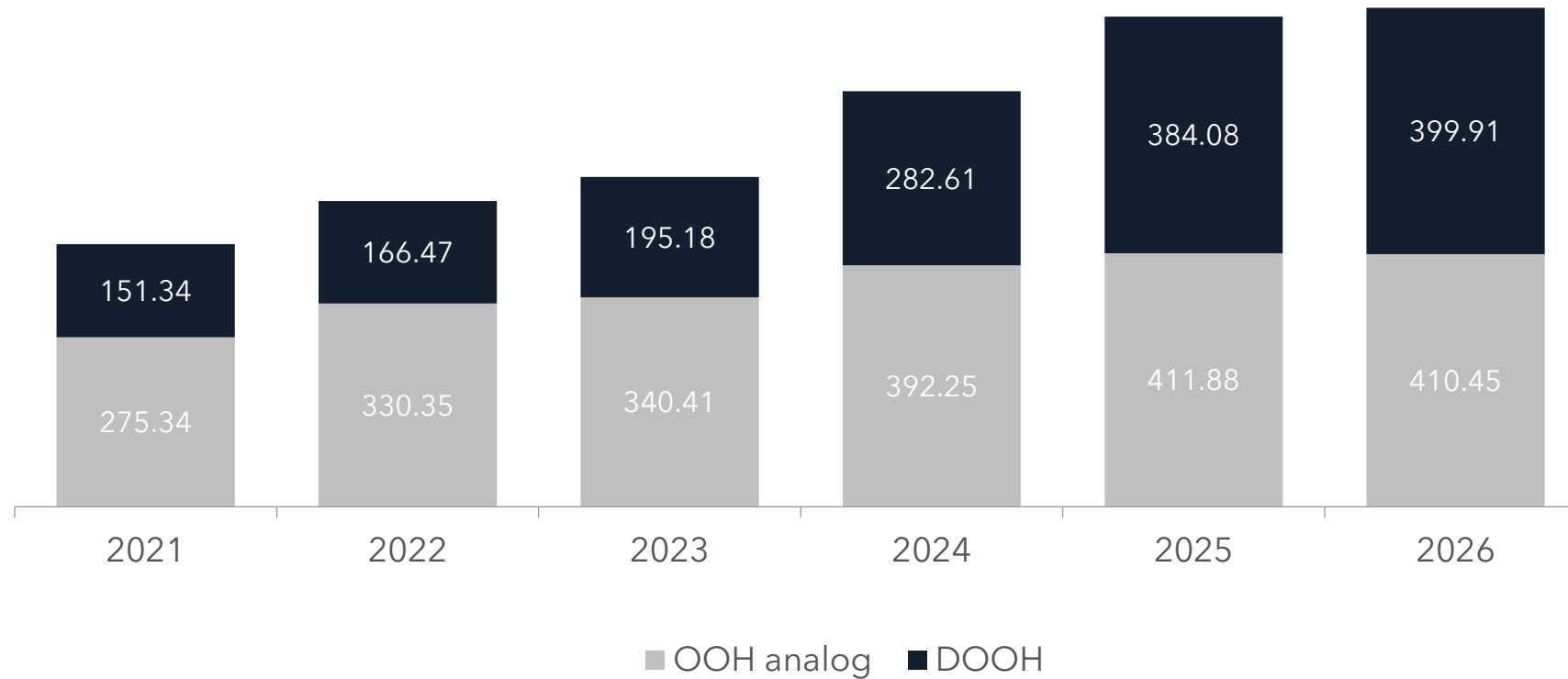


in Q1 2026 – jeweils im Vergleich zu Q1 des Vorjahres



Umsätze in der Außenwerbung

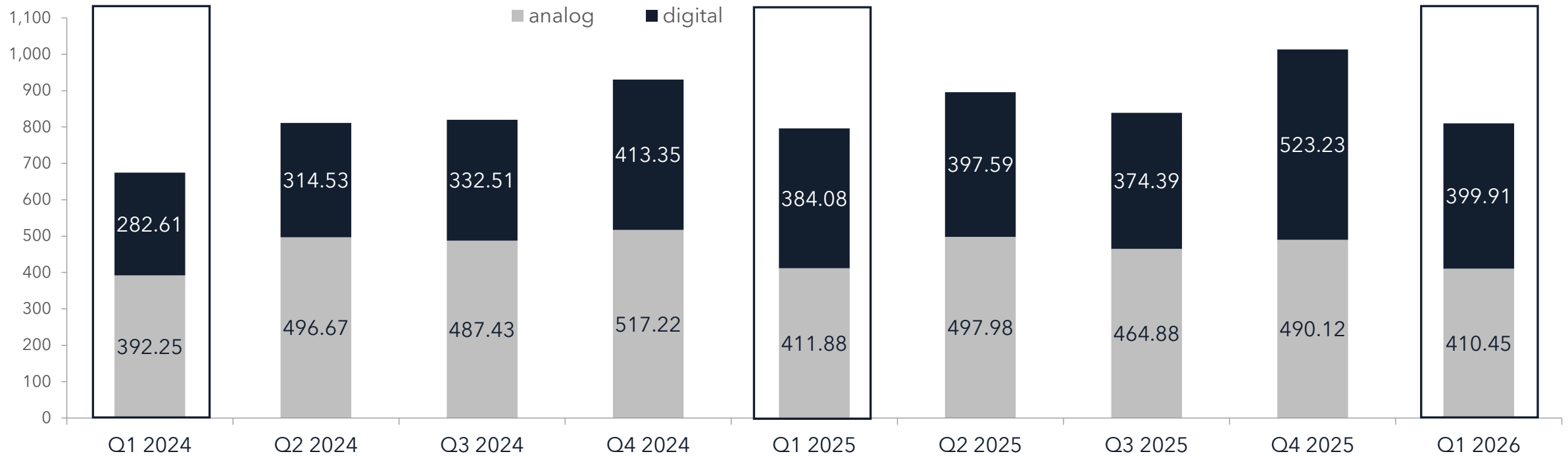
In Q1 2021 - Q1 2026 (in Mio. €)



2026: DOOH in Q1 4% über Vorjahresniveau



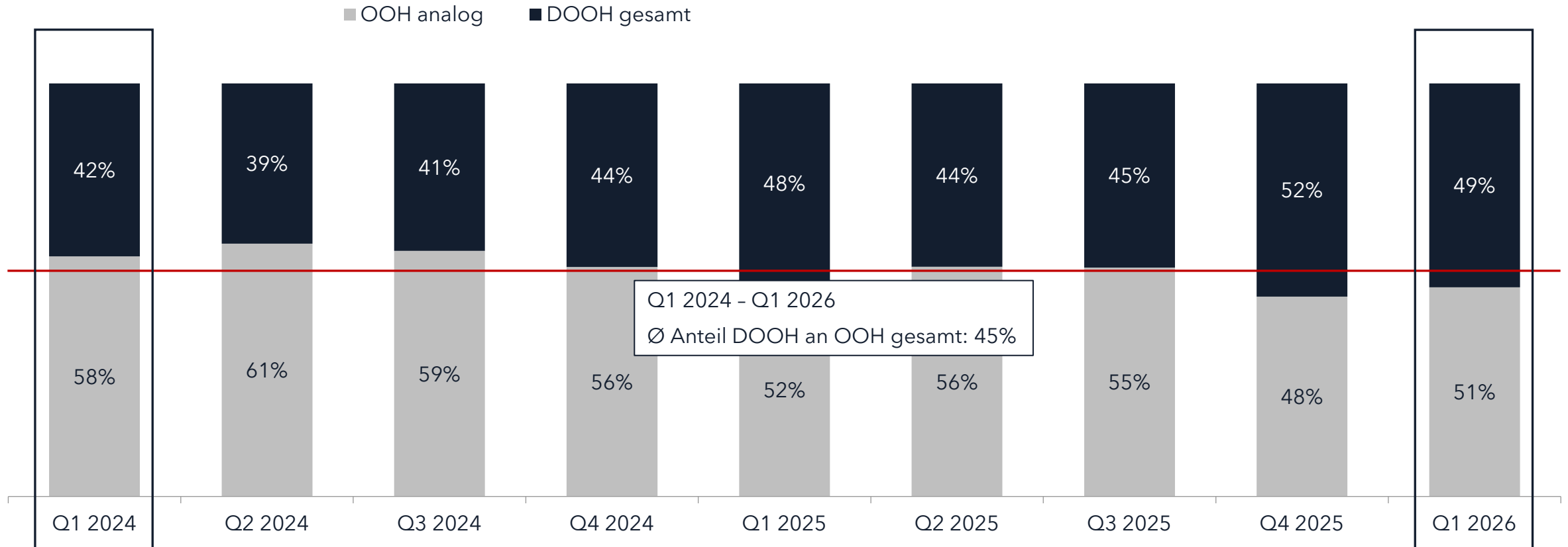
2024 - 2026: Bruttowerbespendings nach Quartalen (Mio. EUR)



Abw. Vorquartal	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	Q1 2026
digital	11%	6%	24%	-7%	4%	-6%	40%	-24%
analog	27%	-2%	6%	-20%	21%	-7%	5%	-16%
Abw. zum jeweiligen Vorjahresquartal	digital			36%	26%	13%	27%	4%
	analog			5%	0%	-5%	-5%	0,3%

Q1 2026: DOOH-Marktanteil bei 49%

Anteil DOOH an OOH gesamt





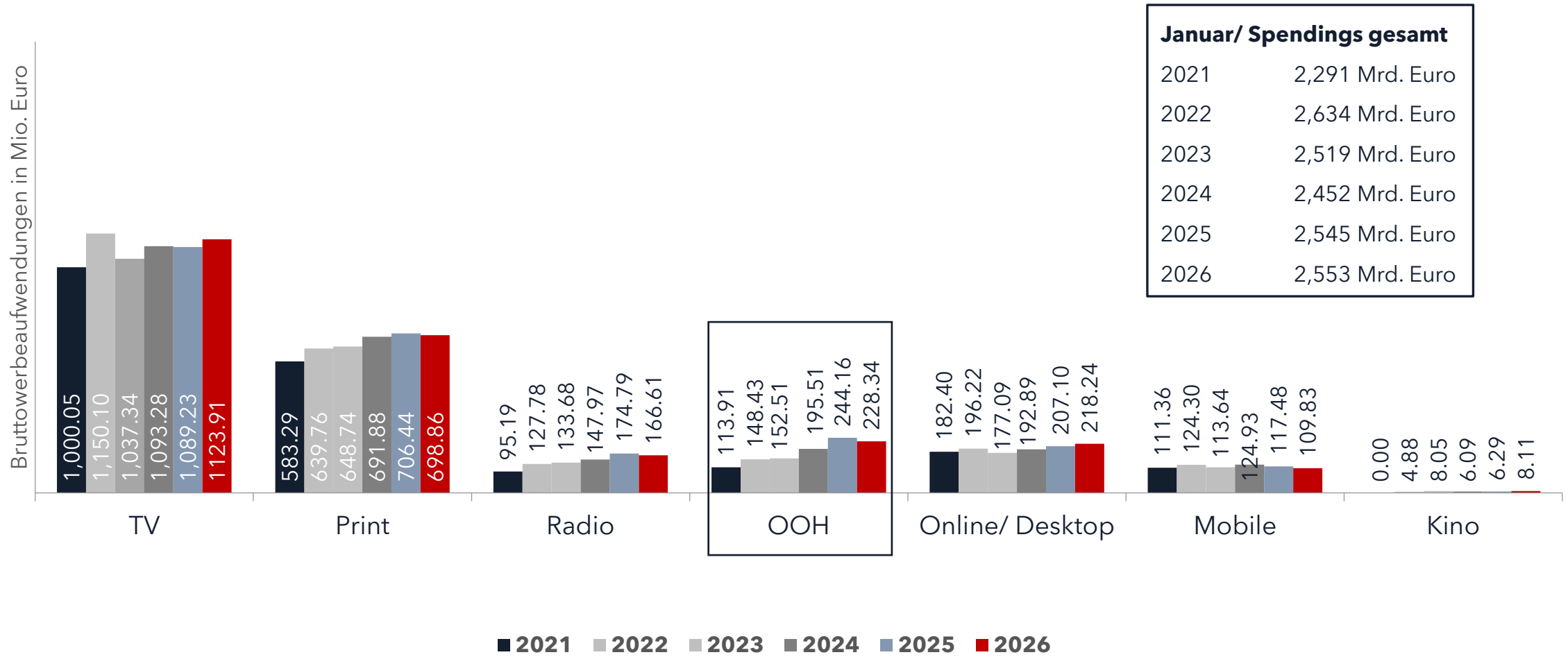
Monatsvergleich Januar 2025 / Januar 2026

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Steigende Gesamtspendings im Januar



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Januar 2021 - 2026 im Vergleich



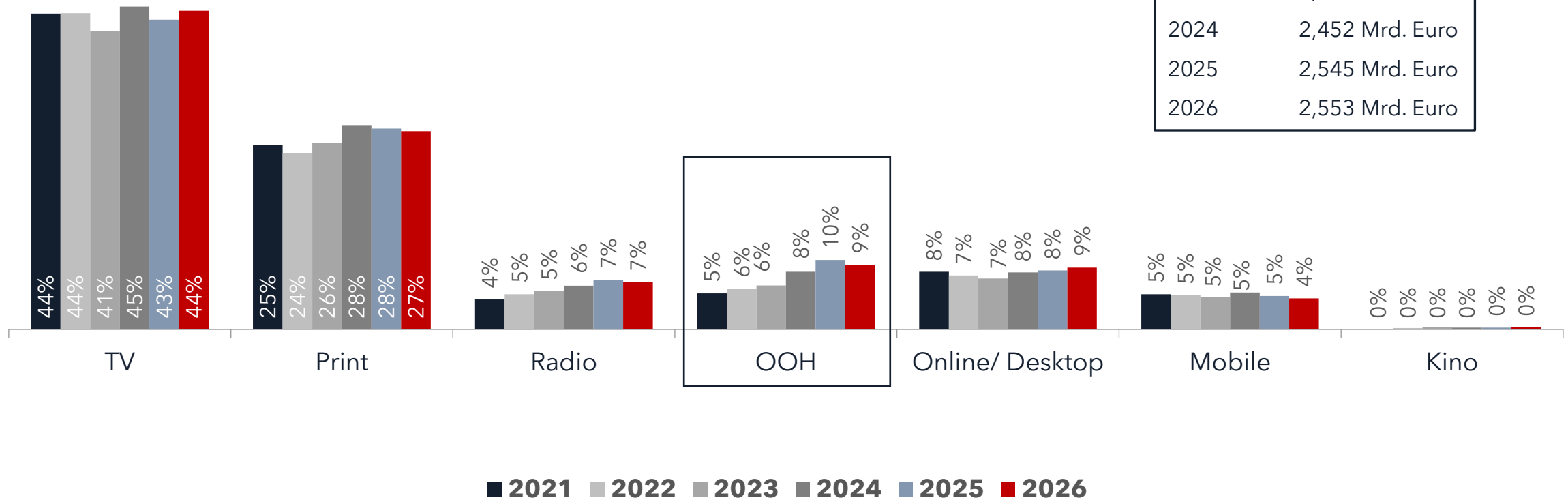
Januar/ Spendings gesamt	
2021	2,291 Mrd. Euro
2022	2,634 Mrd. Euro
2023	2,519 Mrd. Euro
2024	2,452 Mrd. Euro
2025	2,545 Mrd. Euro
2026	2,553 Mrd. Euro

Januar: OOH steigert seine Anteile leicht



Anteile an Gesamtspendings in %: Januar 2021 - 2026 im Vergleich

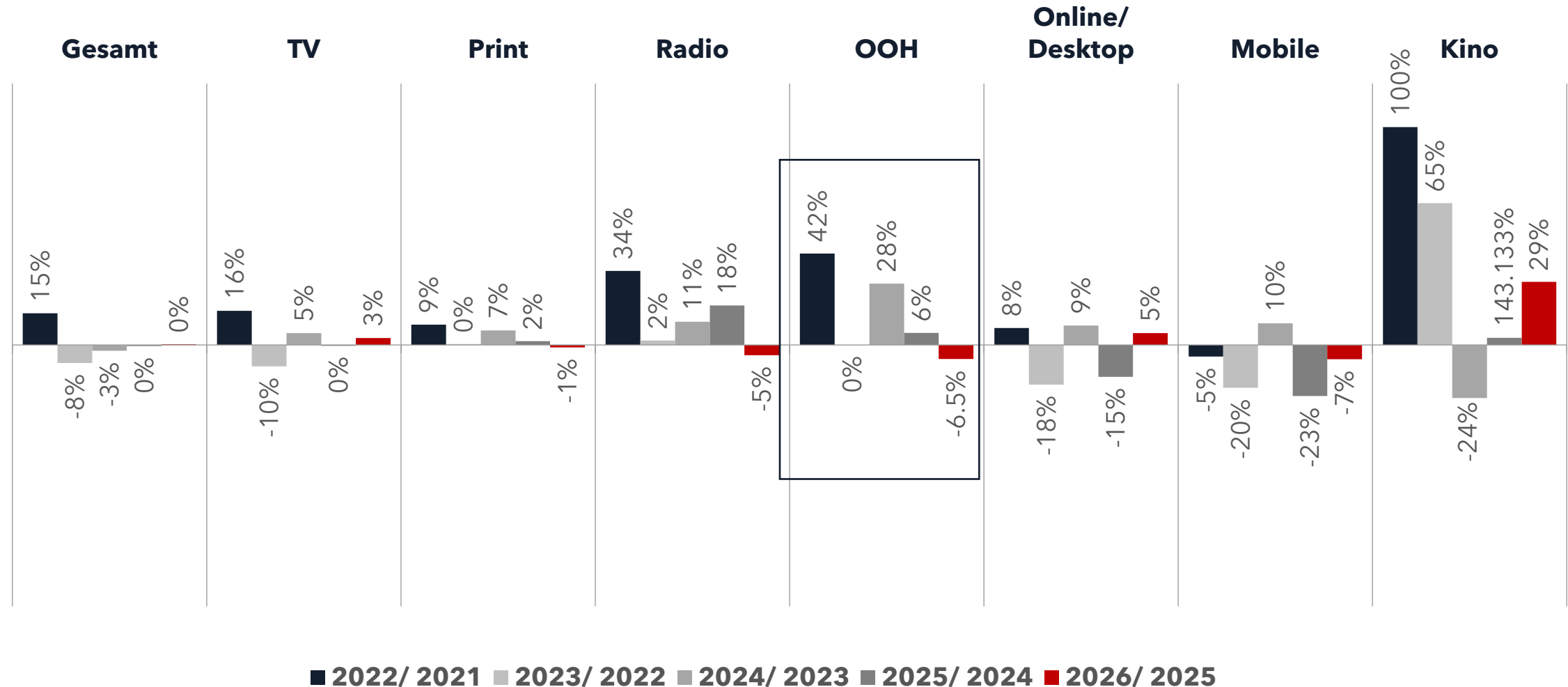
Januar/ Spendings gesamt	
2021	2,291 Mrd. Euro
2022	2,634 Mrd. Euro
2023	2,519 Mrd. Euro
2024	2,452 Mrd. Euro
2025	2,545 Mrd. Euro
2026	2,553 Mrd. Euro



OOH mit Verlusten im Januar 2026



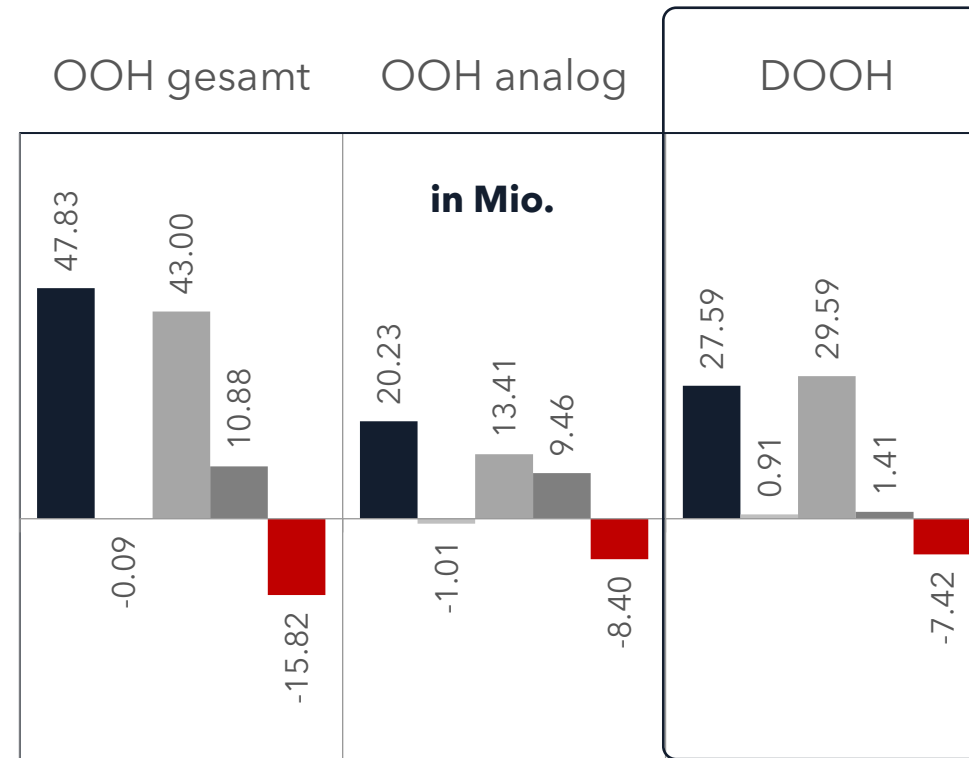
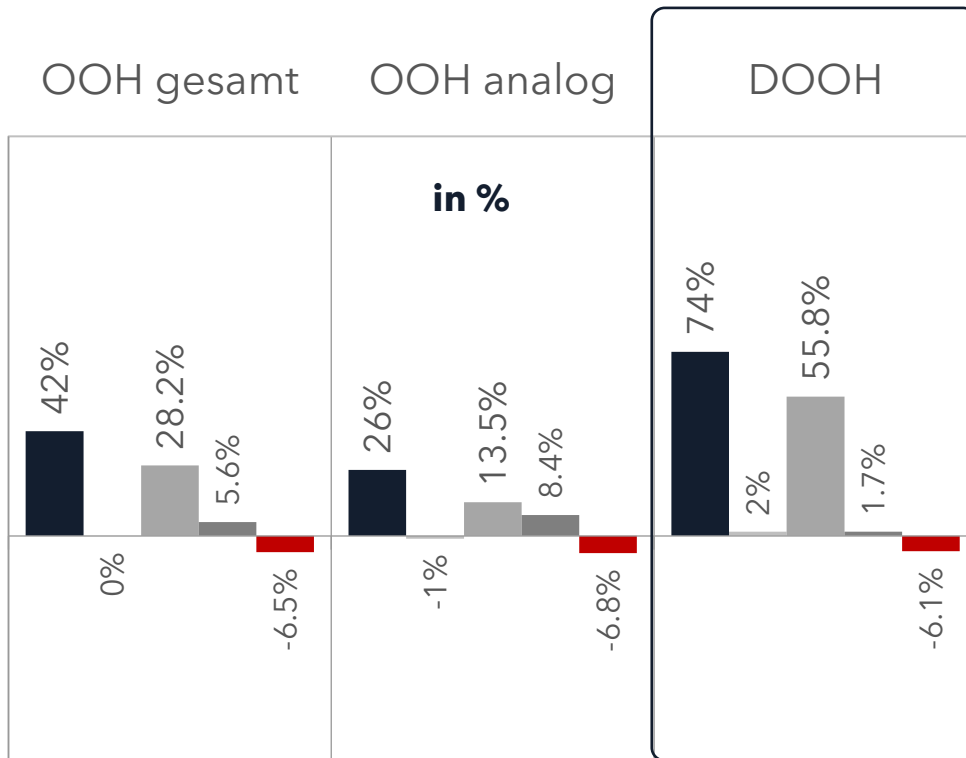
Vergleich zu Januar 2023/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



DOOH 6% unter Vorjahr



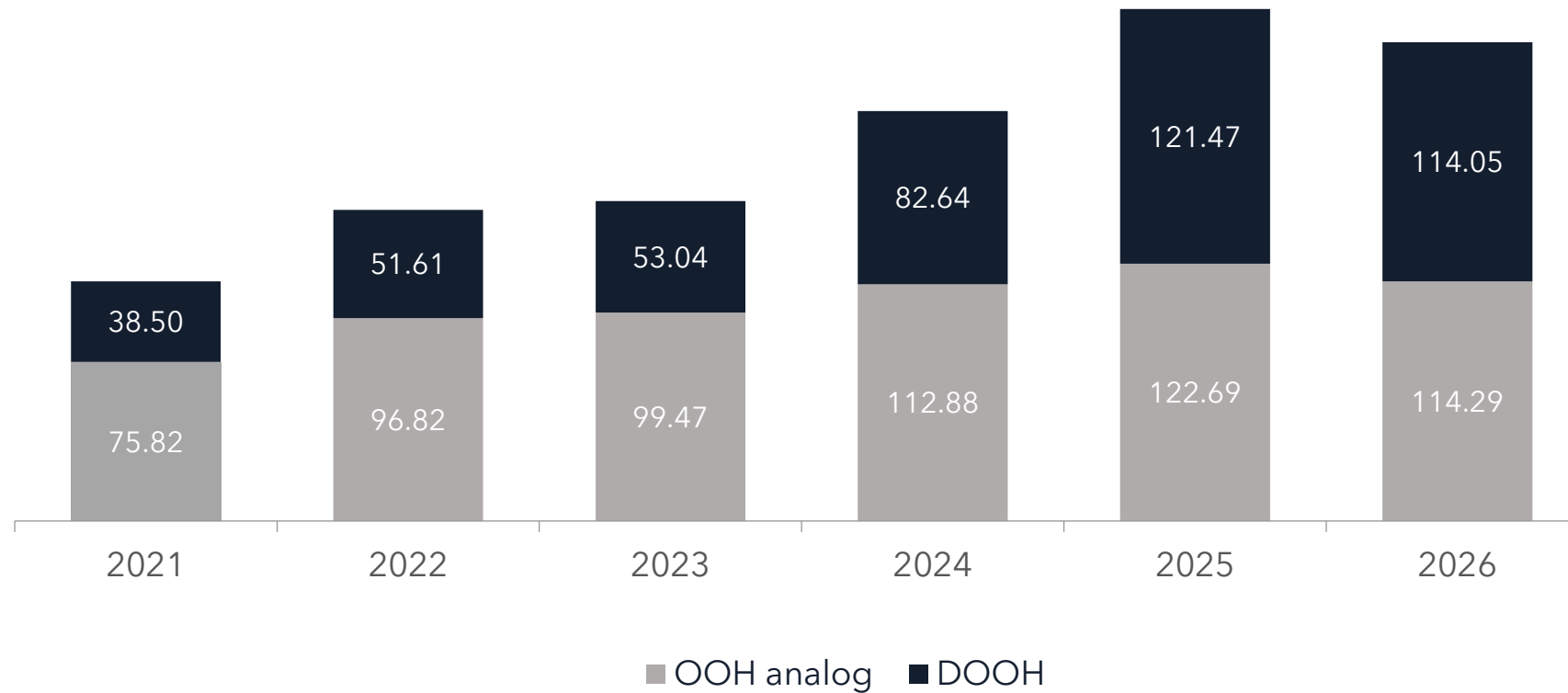
im Januar- jeweils im Vergleich zum Januar des Vorjahres



2022/ 2021
 2023/ 2022
 2024/ 2023
 2025/ 2024
 2026/ 2025

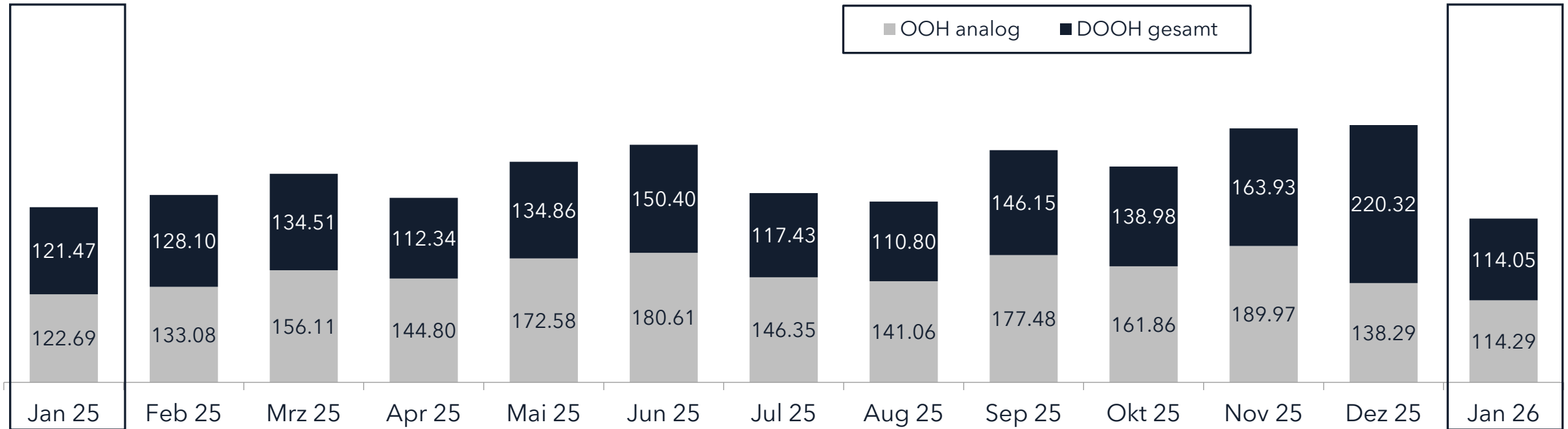
Umsätze in der Außenwerbung

im Januar 2021 – Januar 2026 (in Mio. €)



Verluste für DOOH

im Januar 2026/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)

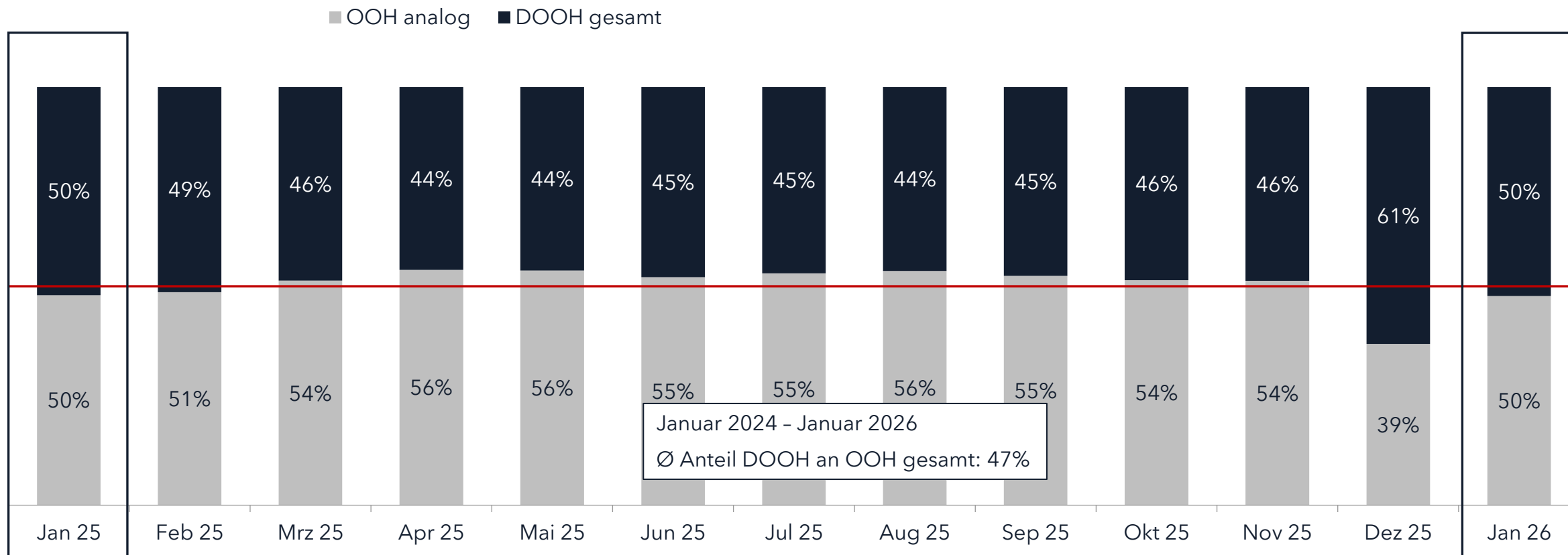


Abw. Vormonat	Feb 25	Mrz 25	Apr 25	Mai 25	Jun 25	Jul 25	Aug 25	Sep 25	Okt 25	Nov 25	Dez 25	Jan 26
digital	5	5	-16	20	12	-22	-6	32	-5	18	34	-48
analog	8	17	-7	19	5	-19	-4	26	-9	17	-27	-17
Abw. Jan 26 vs. Jan 25					digital: -6%				analog: -7%			
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Jan 26 / Jan 25					digital: 2%				analog: 1%			

DOOH-Marktanteil im Dezember 2026 bei 50%



Anteil DOOH an OOH gesamt





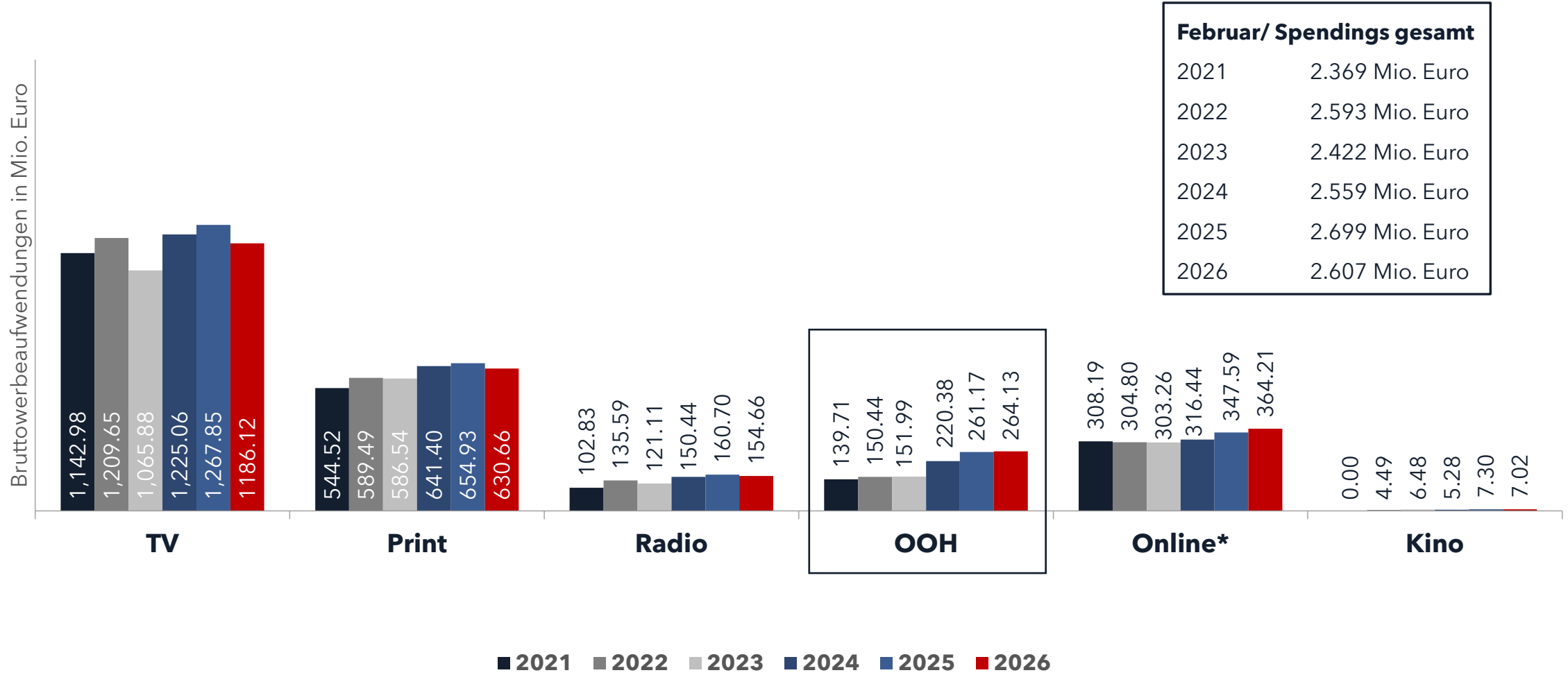
Monatsvergleich Februar 2025 / Februar 2026

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Sinkende Spendings im Februar



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: Februar 2026 - 2026 im Vergleich



Februar/ Spendings gesamt	
2021	2.369 Mio. Euro
2022	2.593 Mio. Euro
2023	2.422 Mio. Euro
2024	2.559 Mio. Euro
2025	2.699 Mio. Euro
2026	2.607 Mio. Euro

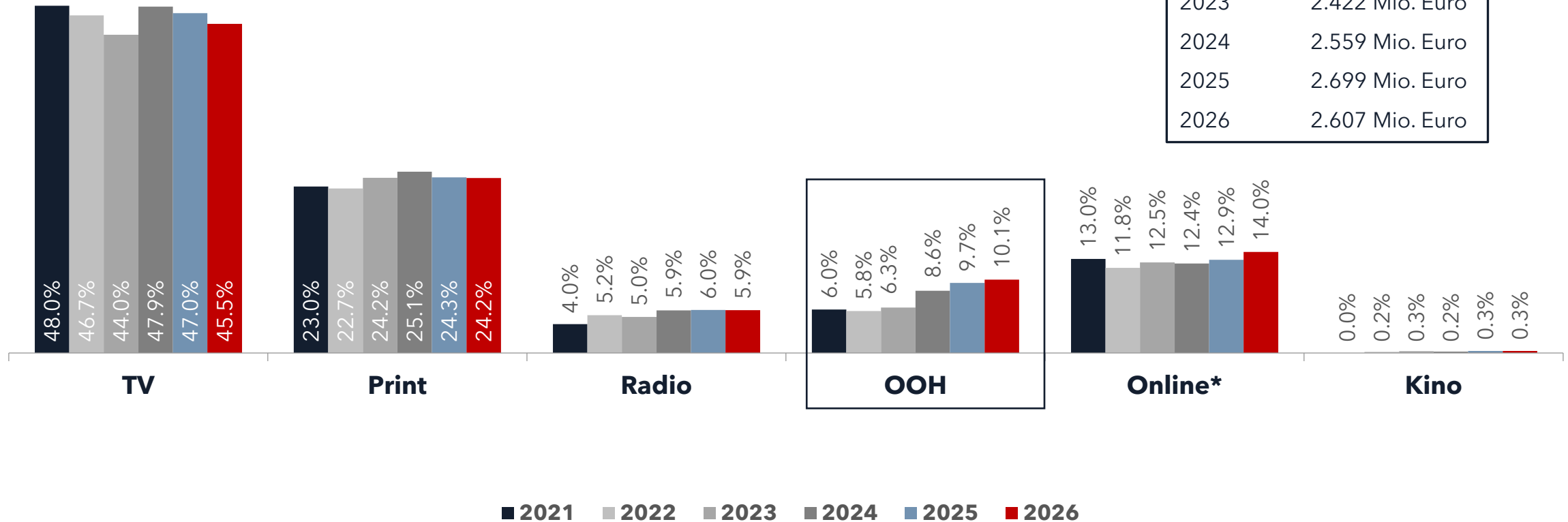
Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2020 - 2026. Stand 2026-03-16. *Online Desktop und Mobile werden nicht mehr getrennt ausgewiesen. Seit Jan 2026 inkl. Spendings in Smart-TV

Februar: OOH steigert seine Anteile



Anteile an Gesamtspendings in %: Februar 2021 - 2026 im Vergleich

Februar/ Spendings gesamt	
2021	2.369 Mio. Euro
2022	2.593 Mio. Euro
2023	2.422 Mio. Euro
2024	2.559 Mio. Euro
2025	2.699 Mio. Euro
2026	2.607 Mio. Euro

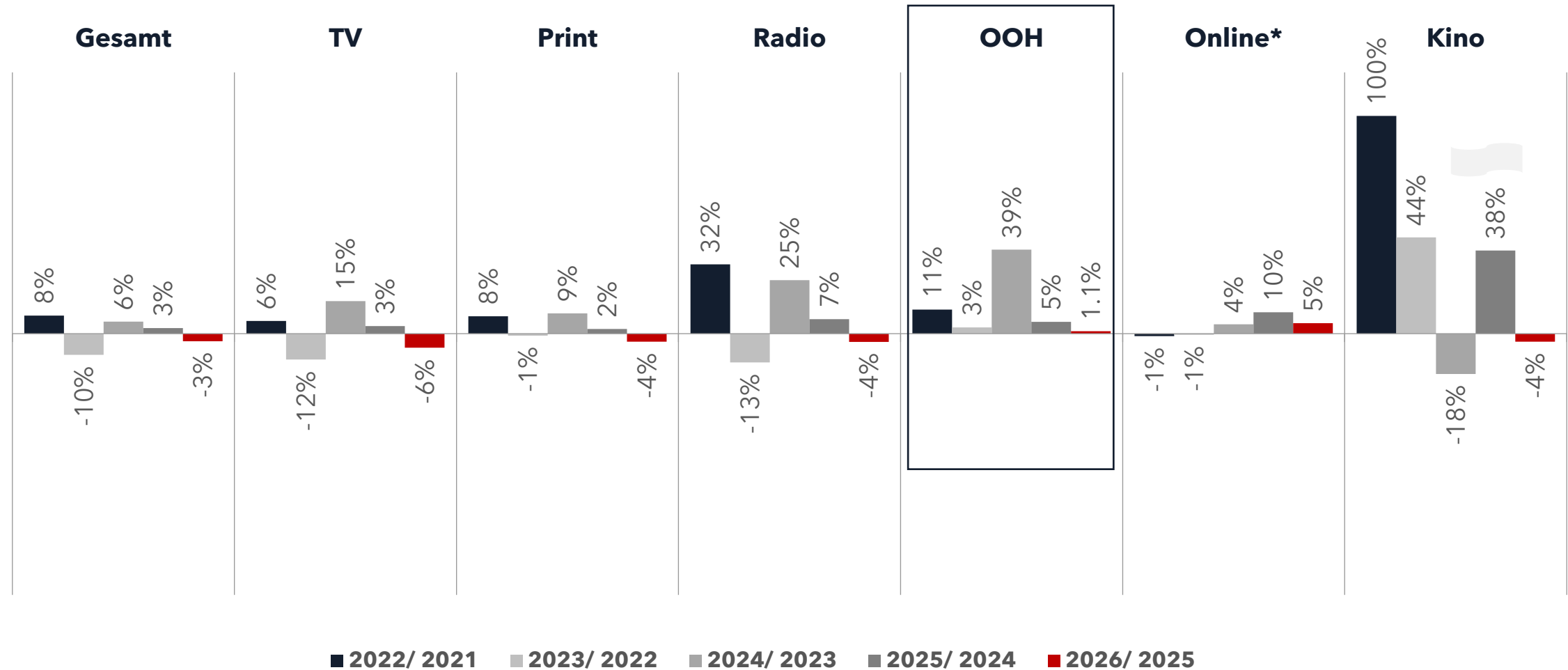


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2020 - 2026. Stand 2026-03-16. *Online Desktop und Mobile werden nicht mehr getrennt ausgewiesen. Seit Jan 2026 inkl. Spendings in Smart-TV

Februar 2026: OOH wächst um 1 Prozent



Vergleich zum Vorjahresmonat/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)

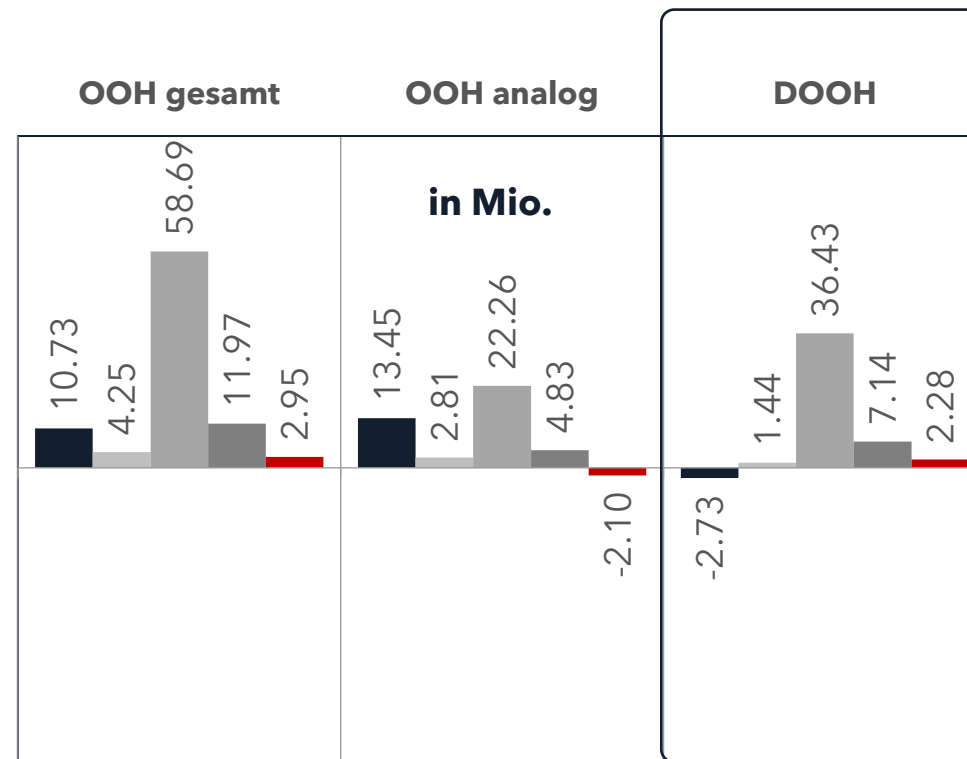
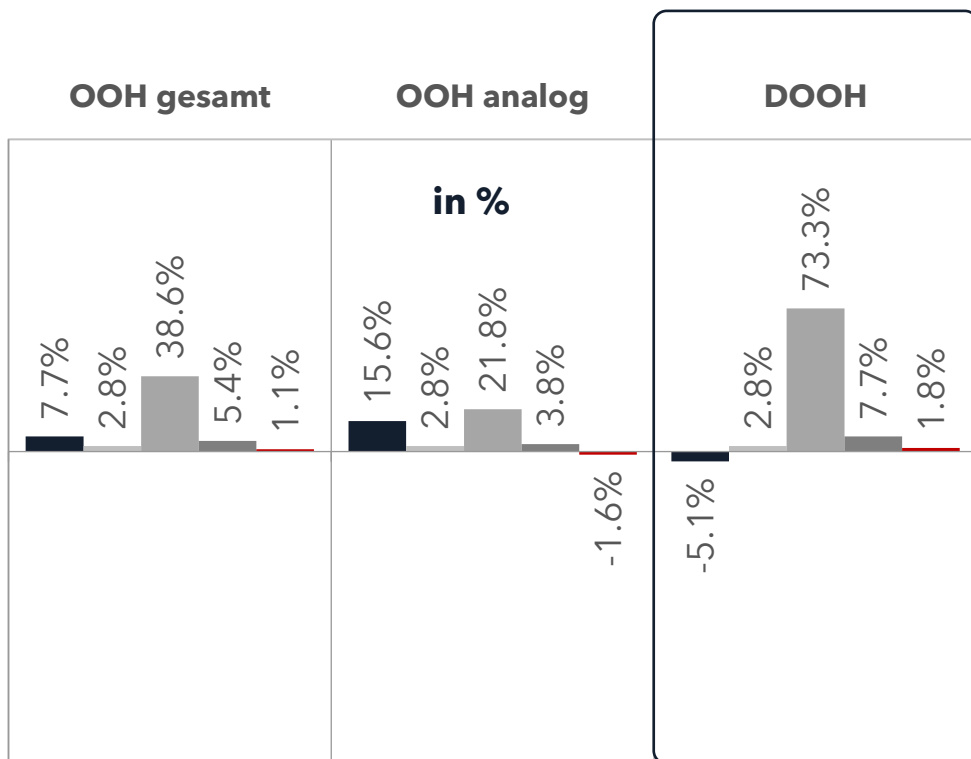


Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2020 - 2026. Stand 2026-03-16. *Online Desktop und Mobile werden nicht mehr getrennt ausgewiesen. Seit Jan 2026 inkl. Spendings in Smart-TV

DOOH knapp 2% über Vorjahr



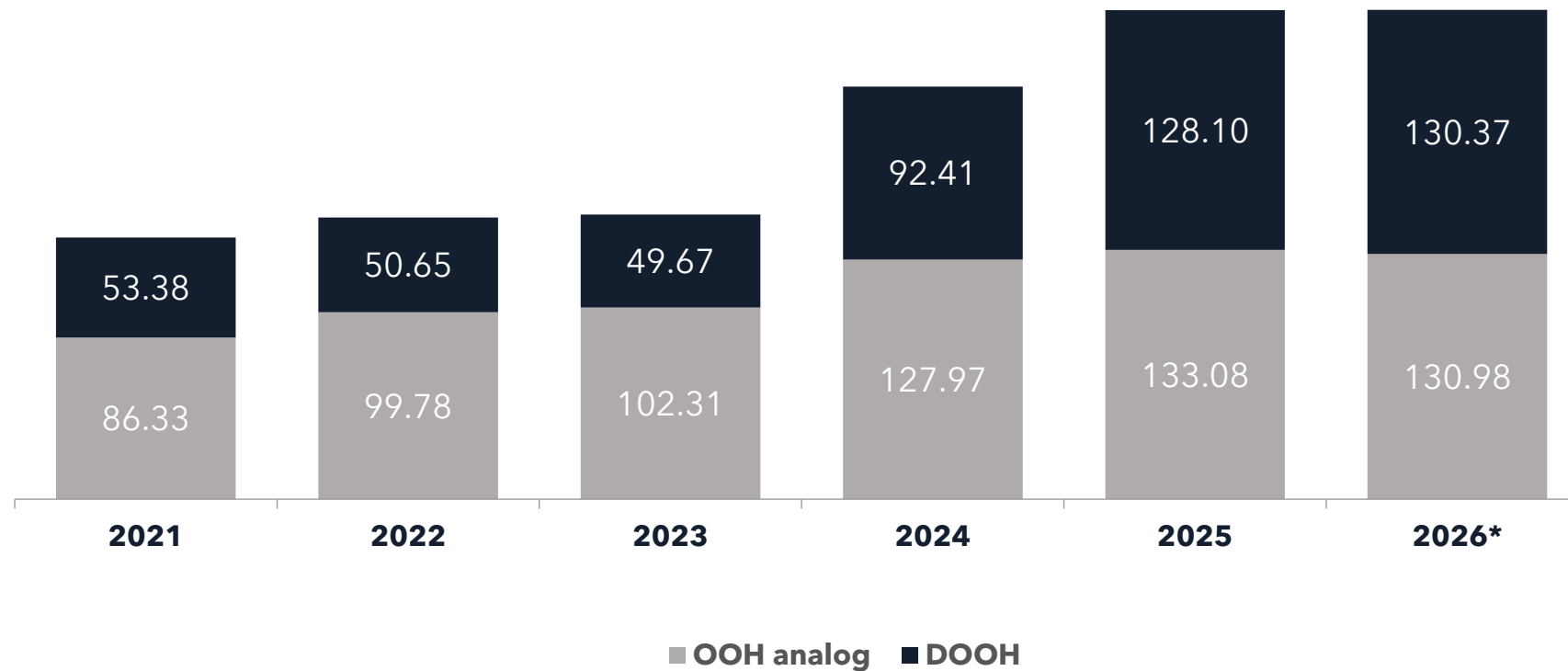
im Februar- jeweils im Vergleich zum Februar des Vorjahres



2022/ 2021
 2023/ 2022
 2024/ 2023
 2025/ 2024
 2026/ 2025

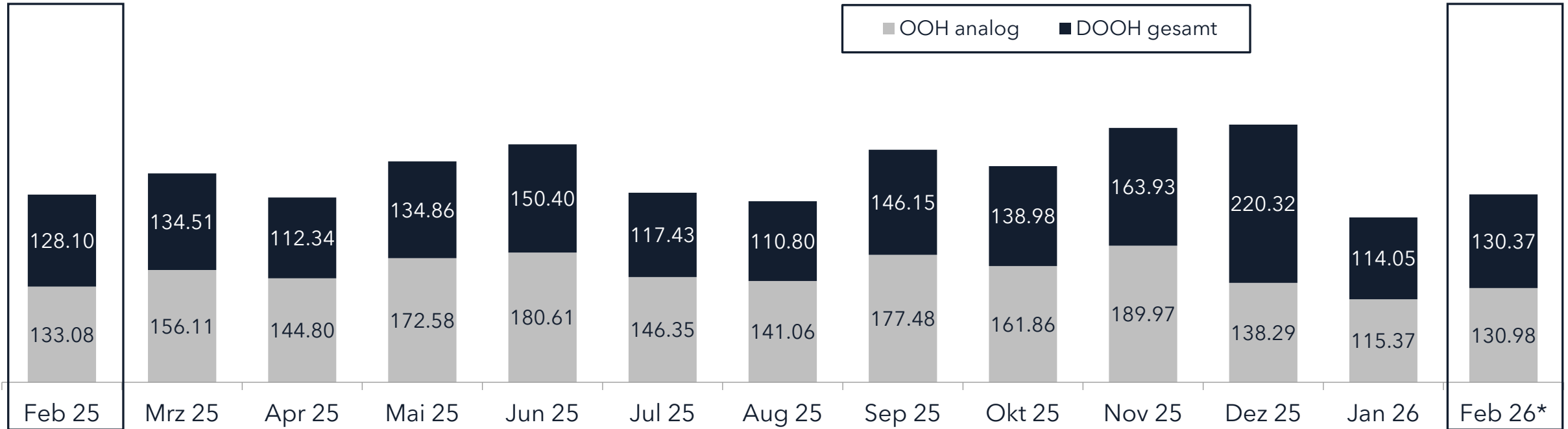
Umsätze in der Außenwerbung

im Februar 2021 – Februar 2026 (in Mio. €)



Gewinne für DOOH

im Februar 2026/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)



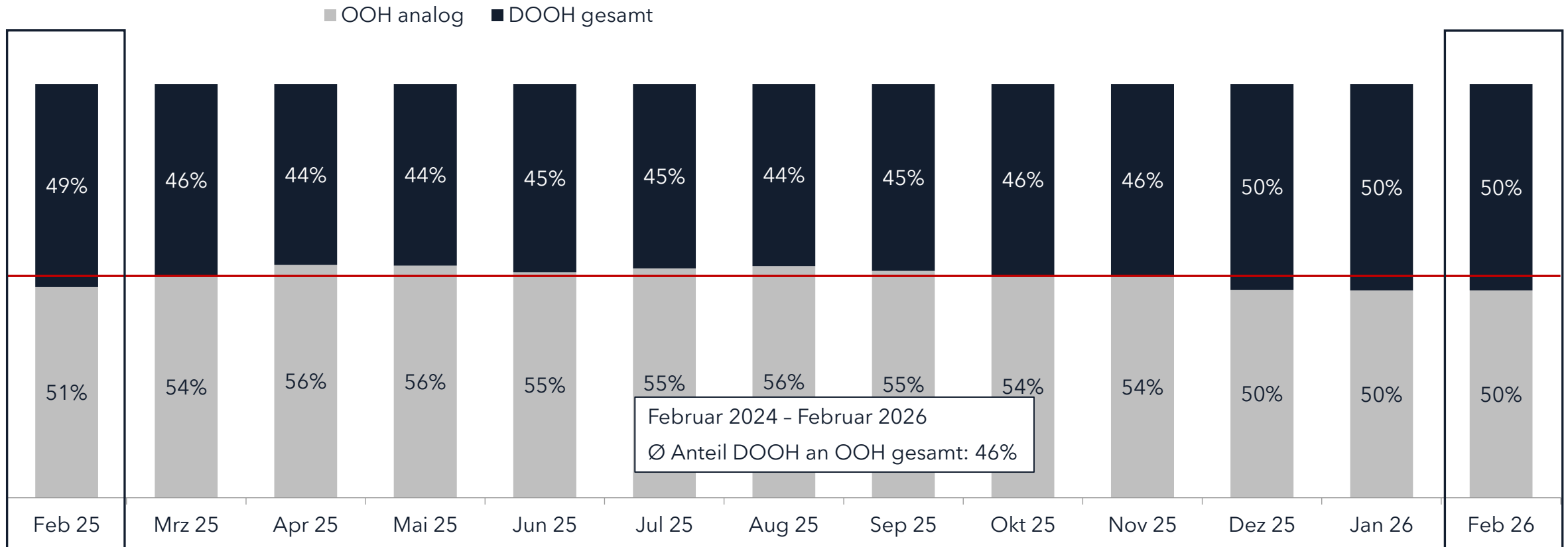
Abw. Vormonat	Mrz 25	Apr 25	Mai 25	Jun 25	Jul 25	Aug 25	Sep 25	Okt 25	Nov 25	Dez 25	Jan 26	Feb 26
digital	5	-16	20	12	-22	-6	32	-5	18	34	-48	14
analog	17	-7	19	5	-19	-4	26	-9	17	-27	-17	14
Abw. Feb 26 vs. Feb 25						digital: 1,8%			analog: -1,6%			
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Feb 26 / Feb 25						digital: 3%			analog: 1%			

Quelle: Nielsen Media Research. Bruttowerbeaufwendungen in Mio. EUR. 2016 - 2026. Stand 2026-03-16. *exkl. 2,8 Mio. Euro, die noch nicht digital bzw. analog zugeordnet werden konnten.

DOOH-Marktanteil im Februar 2026 bei 50%



Anteil DOOH an OOH gesamt





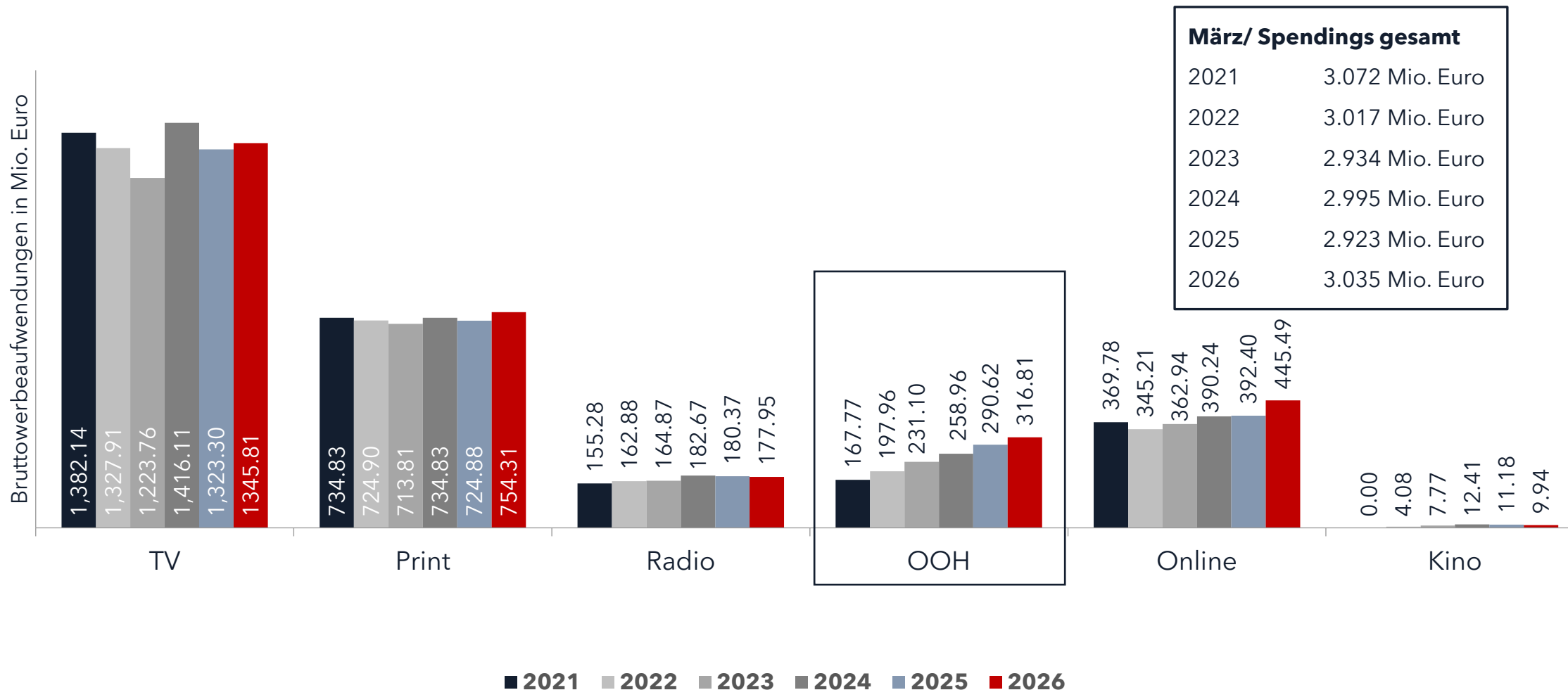
Monatsvergleich März 2025 / März 2026

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Steigende Spendings im März



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: März 2021 - 2026 im Vergleich



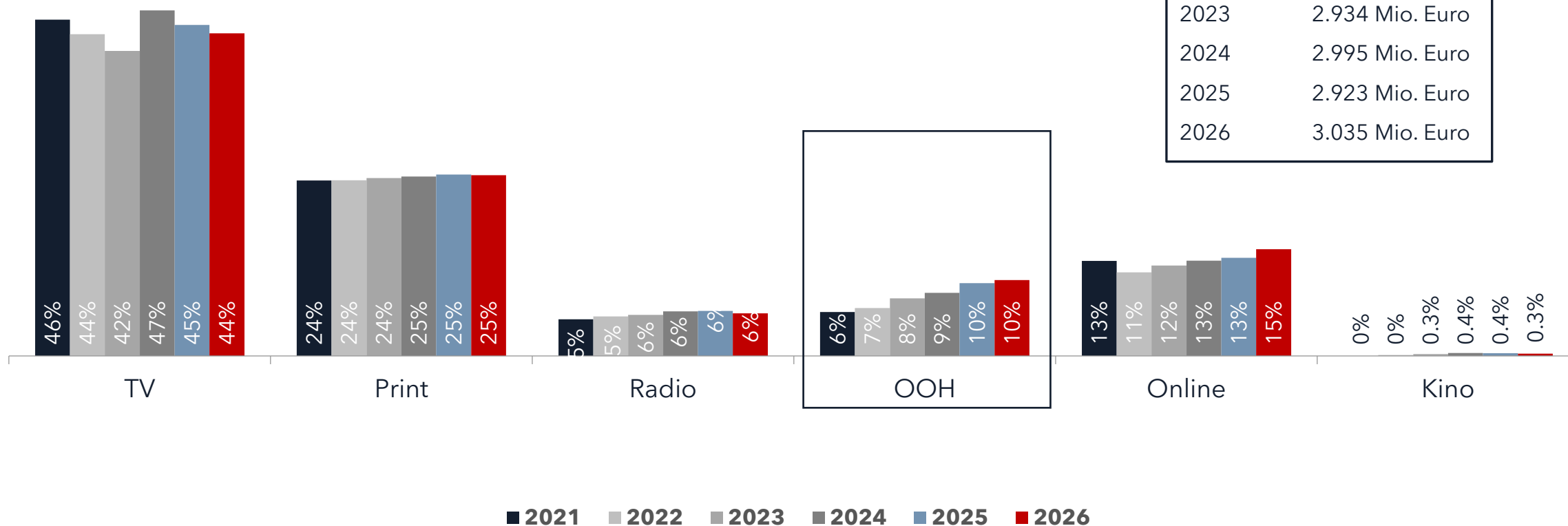
März: OOH steigert seine Anteile leicht



Anteile an Gesamtspendings in %: März 2021 - 2026 im Vergleich

März/ Spendings gesamt

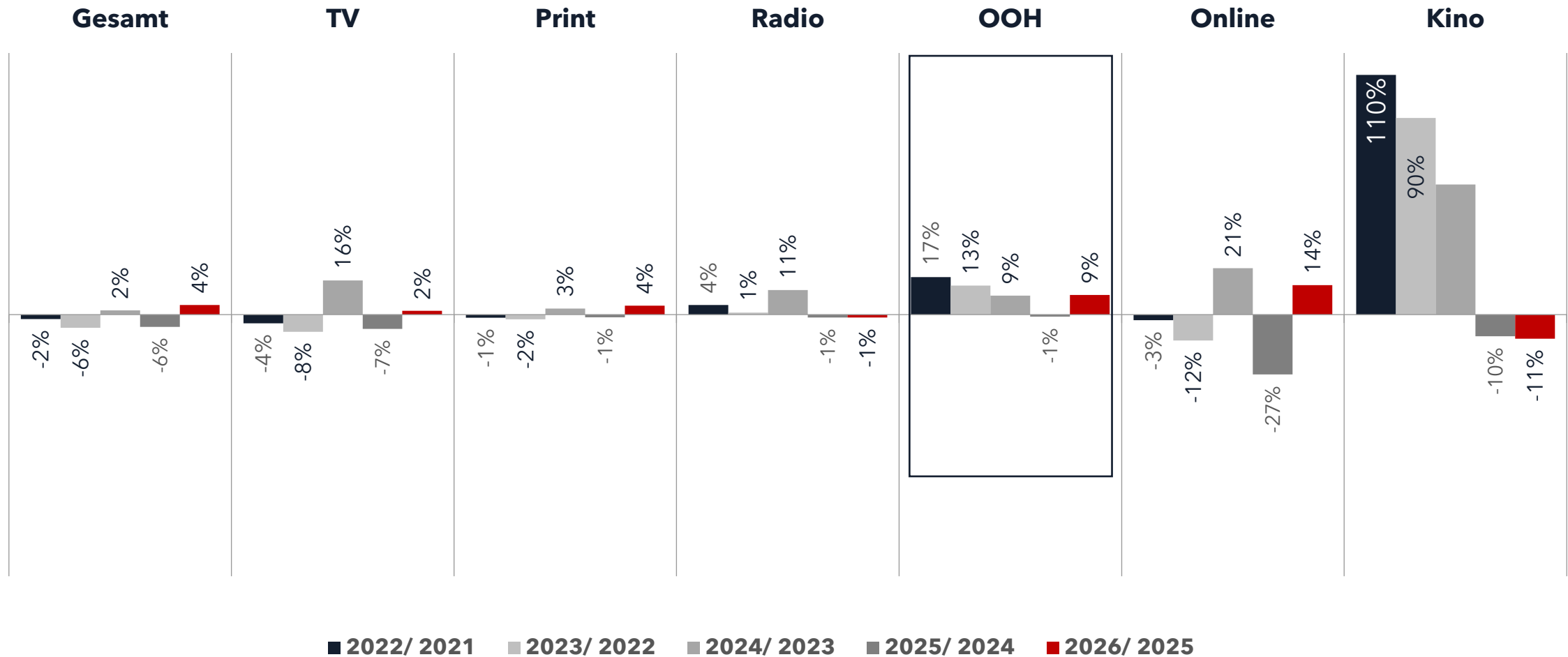
2021	3.072 Mio. Euro
2022	3.017 Mio. Euro
2023	2.934 Mio. Euro
2024	2.995 Mio. Euro
2025	2.923 Mio. Euro
2026	3.035 Mio. Euro



OOH gewinnt im März 26 um 9% Umsatz



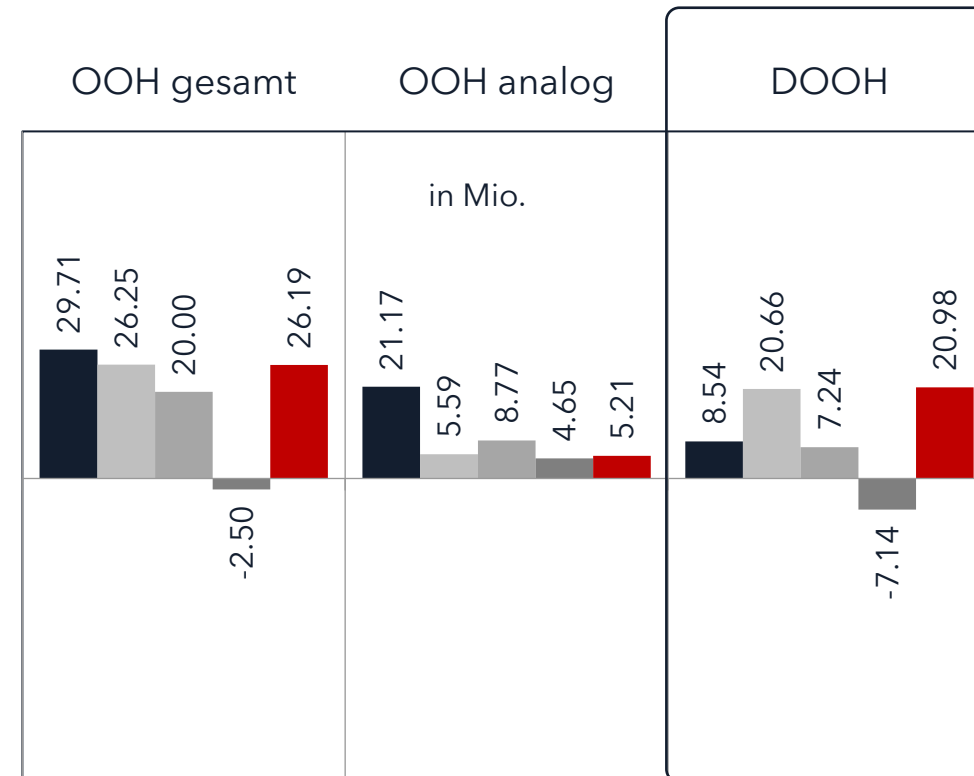
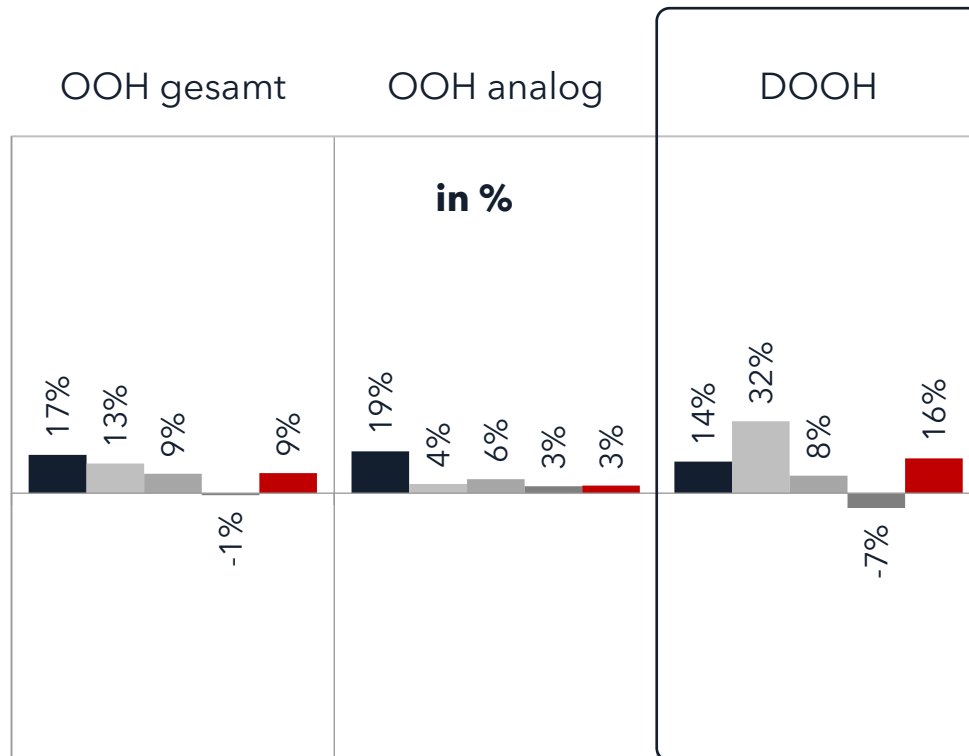
Vergleich zu März 2024/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



Wachstumstreiber DOOH



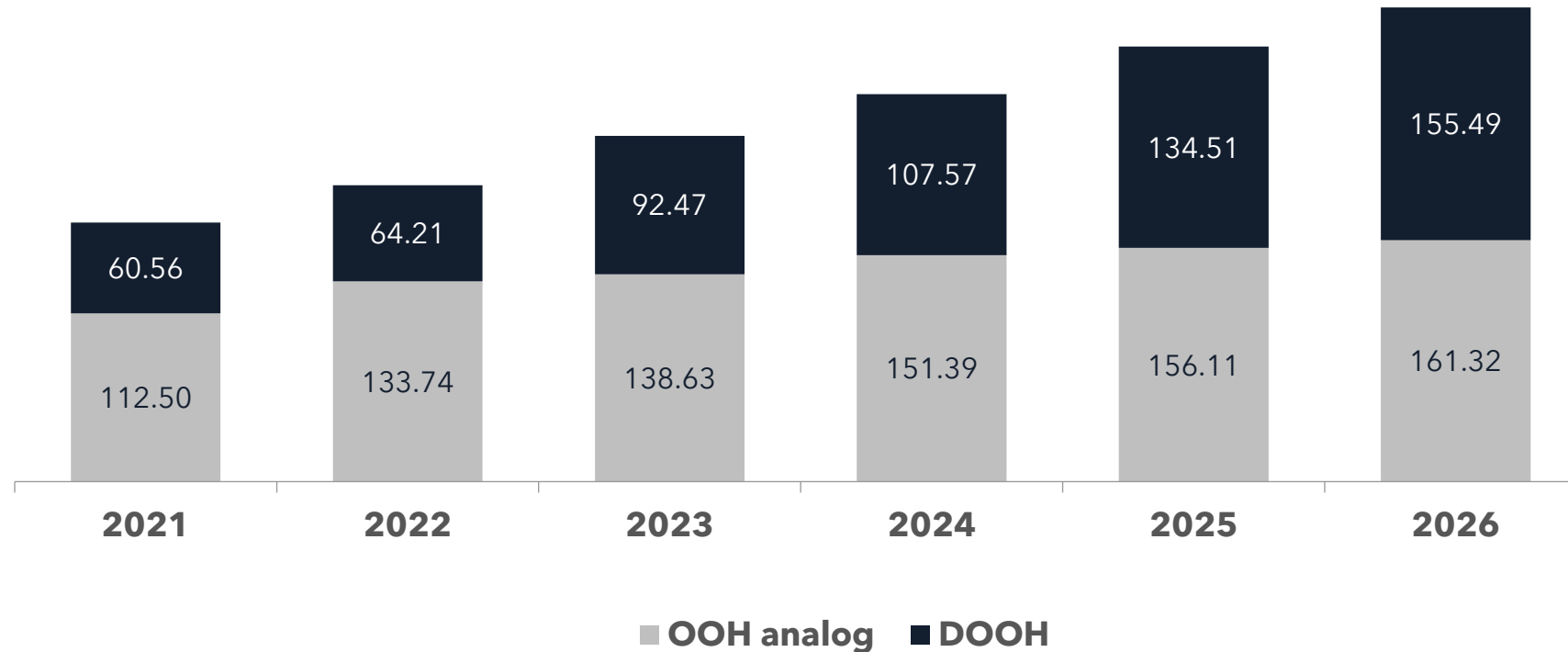
im März - jeweils im Vergleich zum März des Vorjahres



2022/ 2021
 2023/ 2022
 2024/ 2023
 2025/ 2024
 2026/ 2025

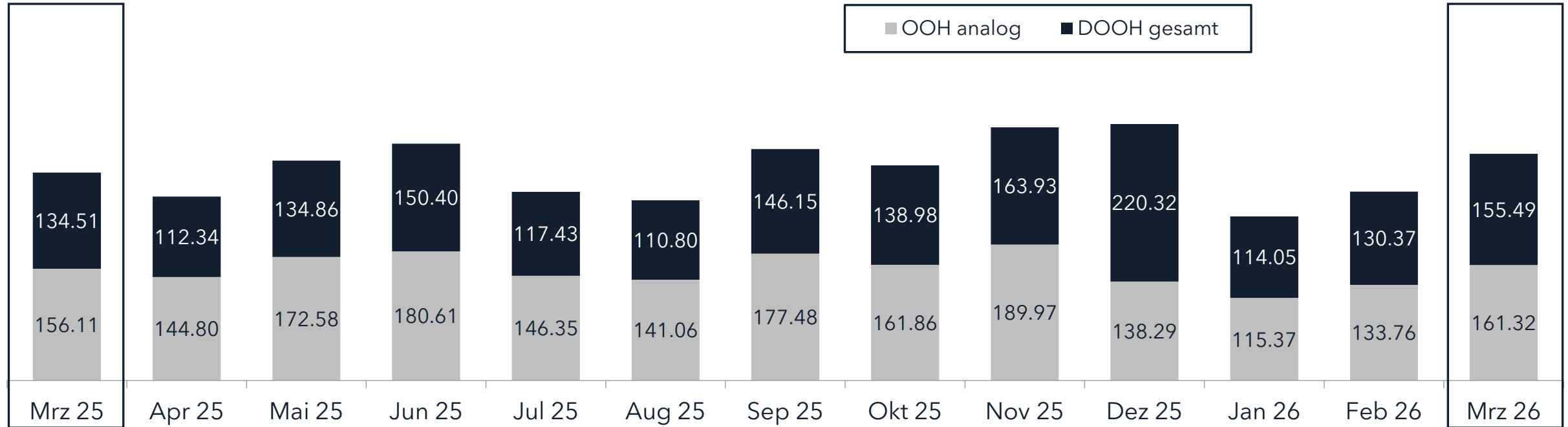
Umsätze in der Außenwerbung

im März 2021 – März 2026 (in Mio. €)



Gewinne für DOOH

im März 2026/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)

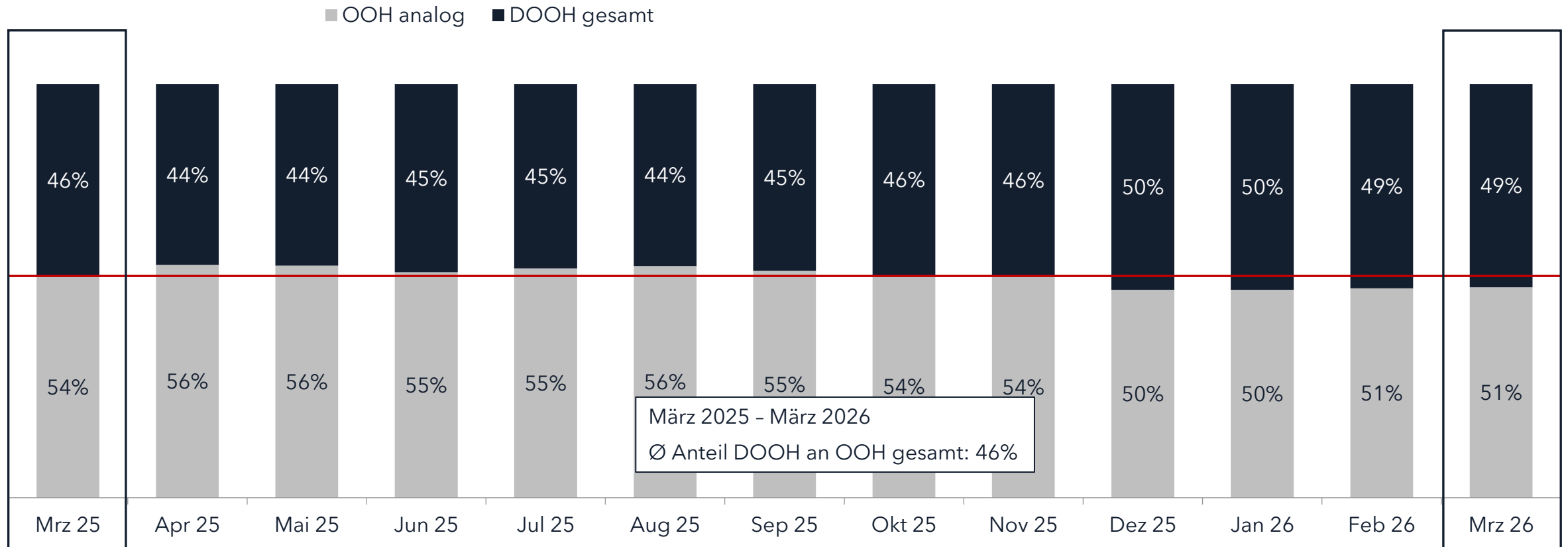


Abw. Vormonat	Apr 25	Mai 25	Jun 25	Jul 25	Aug 25	Sep 25	Okt 25	Nov 25	Dez 25	Jan 26	Feb 26	Mrz 26
digital	-16	20	12	-22	-6	32	-5	18	34	-48	14	19
analog	-7	19	5	-19	-4	26	-9	17	-27	-17	16	21
Abw. Feb 26 vs. Mrz 25						digital: 4%	analog: 2%					
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Mrz 26 / Mrz 25						digital: 15%	analog: 3%					

DOOH-Marktanteil im März 2026 bei 49%



Anteil DOOH an OOH gesamt





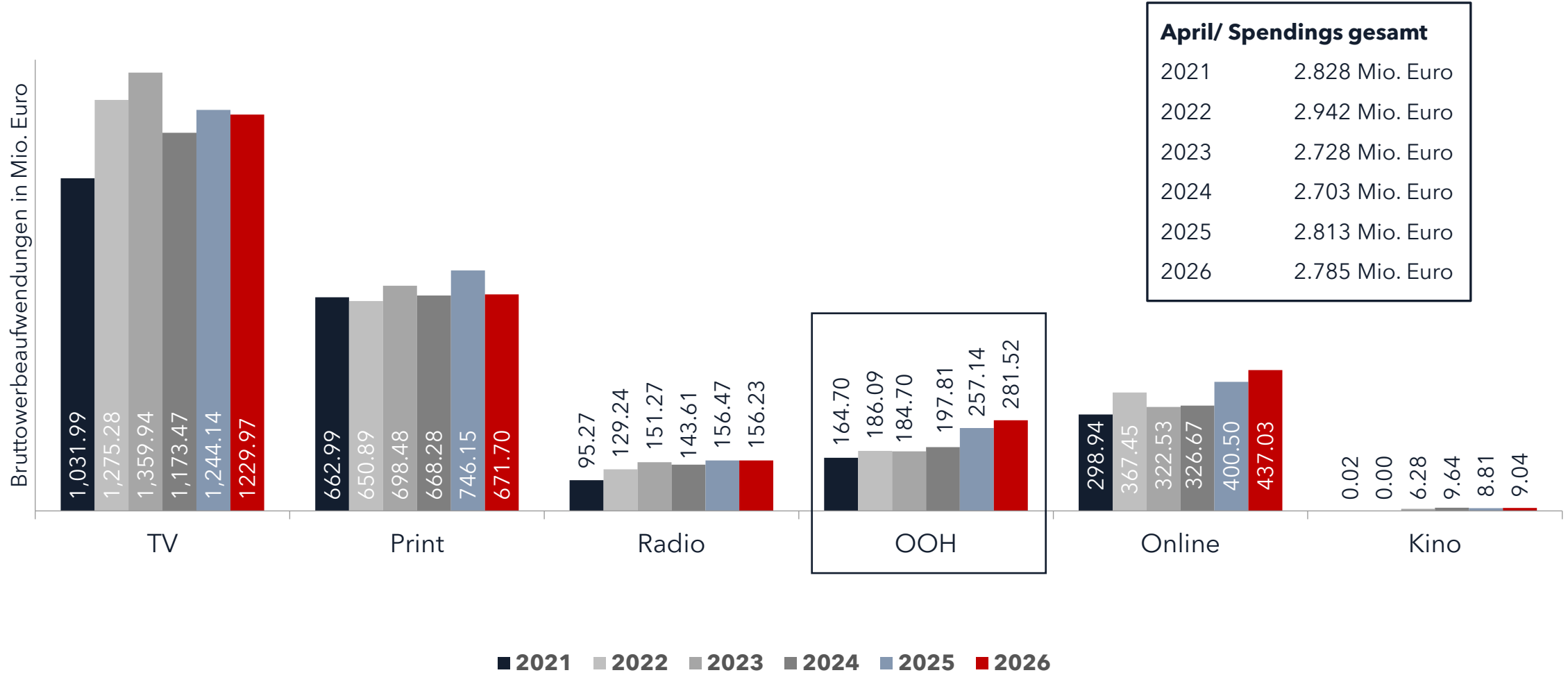
Monatsvergleich April 2025 / April 2026

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

April: Sinkende Gesamt-Spendings



Bruttowerbeaufwendungen in Mio. Euro: April 2021 - 2026 im Vergleich

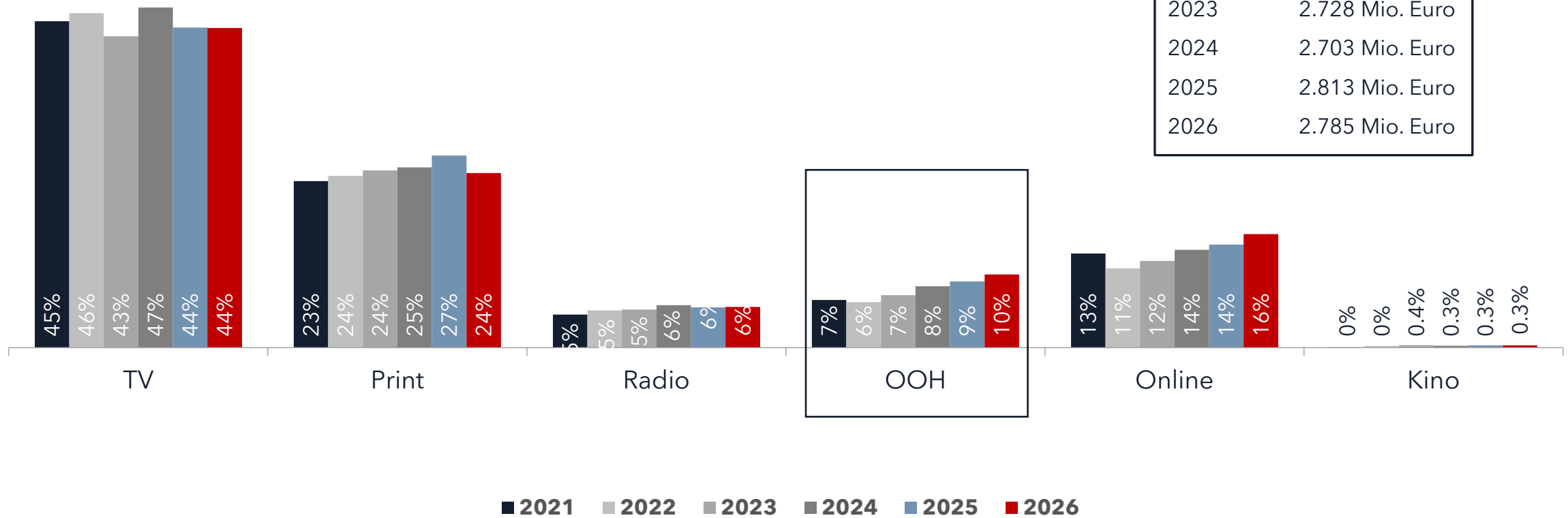


April: OOH steigert weiter Anteile am Gesamtmarkt



Anteile an Gesamtspendings in %: April 2021 - 2026 im Vergleich

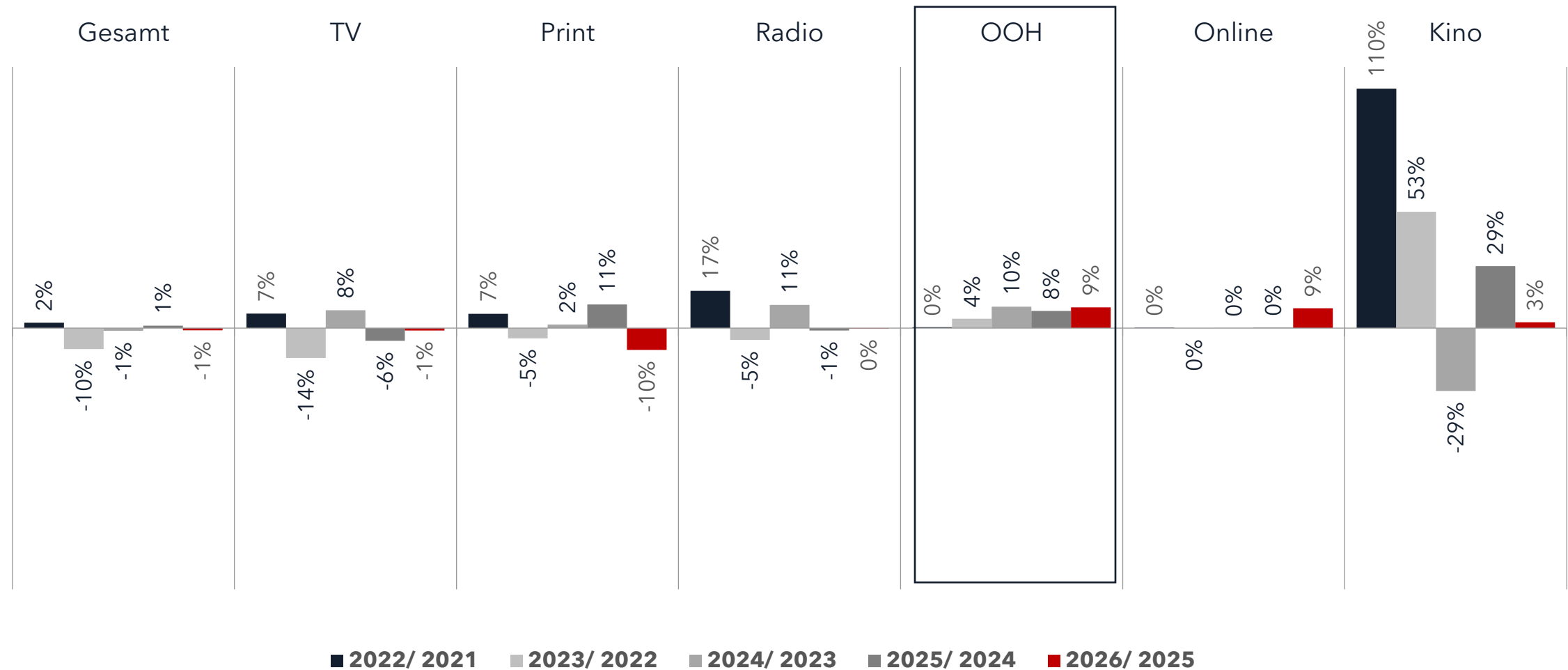
April/ Spendings gesamt	
2021	2.828 Mio. Euro
2022	2.942 Mio. Euro
2023	2.728 Mio. Euro
2024	2.703 Mio. Euro
2025	2.813 Mio. Euro
2026	2.785 Mio. Euro



OOH legt im April 2026 um 9% zu



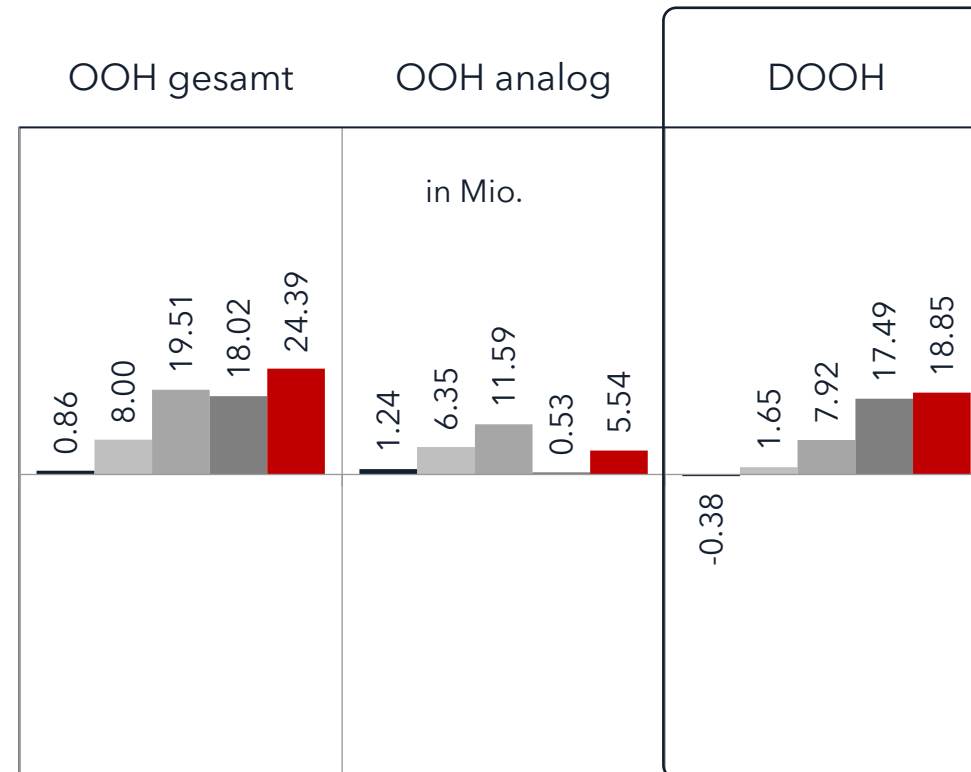
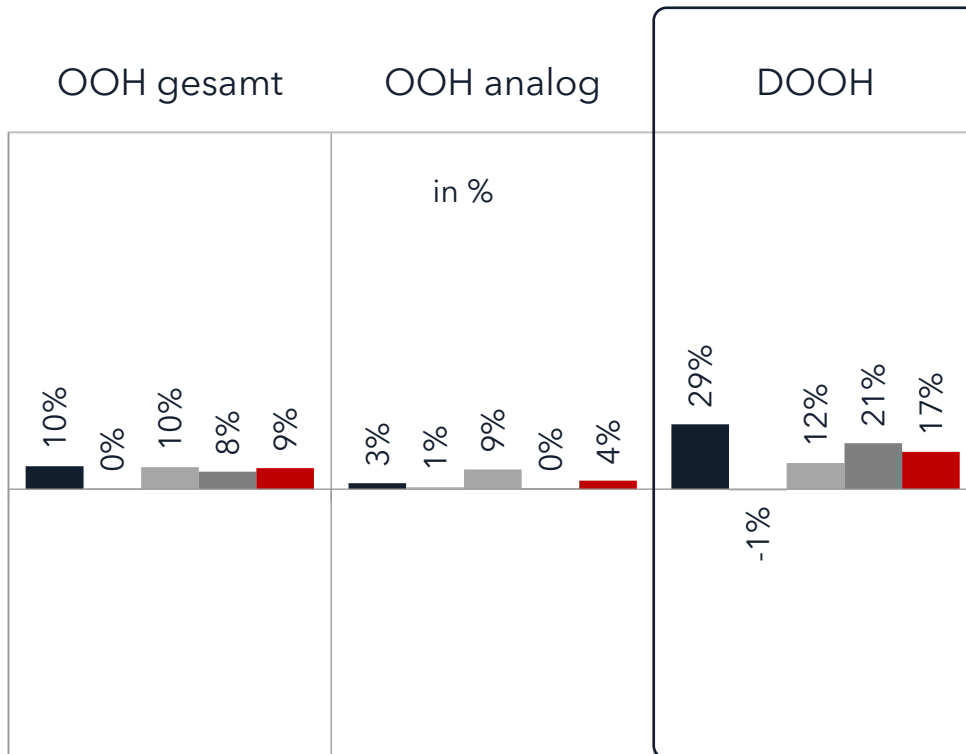
Vergleich zu April 2021/ Bruttowerbeaufwendungen (in Mio. EUR)



DOOH 17% über Vorjahr



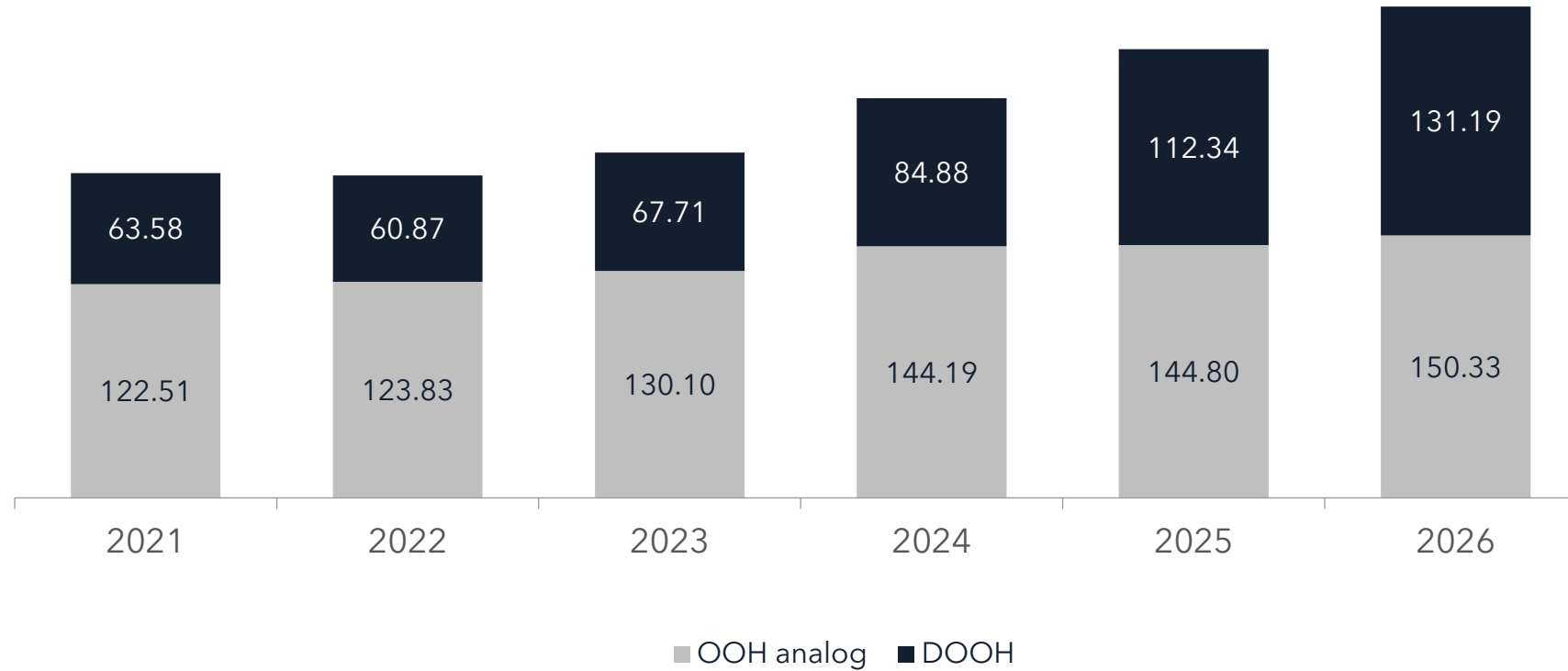
im April - jeweils im Vergleich zum April des Vorjahres



■ 2022/ 2021 ■ 2023/ 2022 ■ 2024/ 2023
 ■ 2025/ 2024 ■ 2026/ 2025

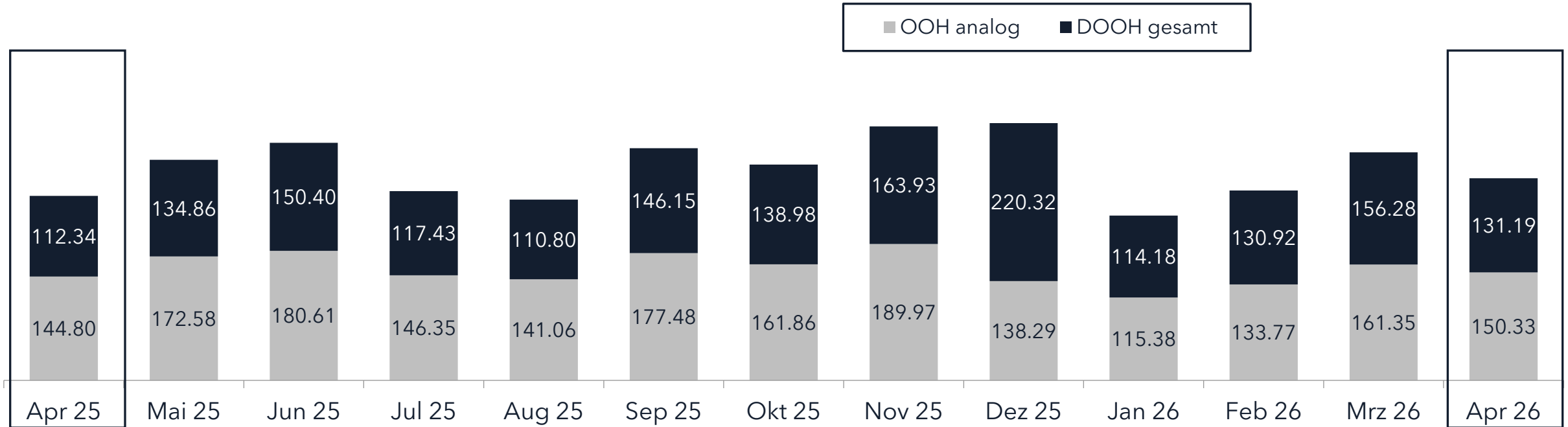
Umsätze in der Außenwerbung

im April 2021 - April 2026 (in Mio. €)



Gewinne für DOOH

im April 2026/ Bruttowerbeaufwendungen OOH (in Mio. EUR)

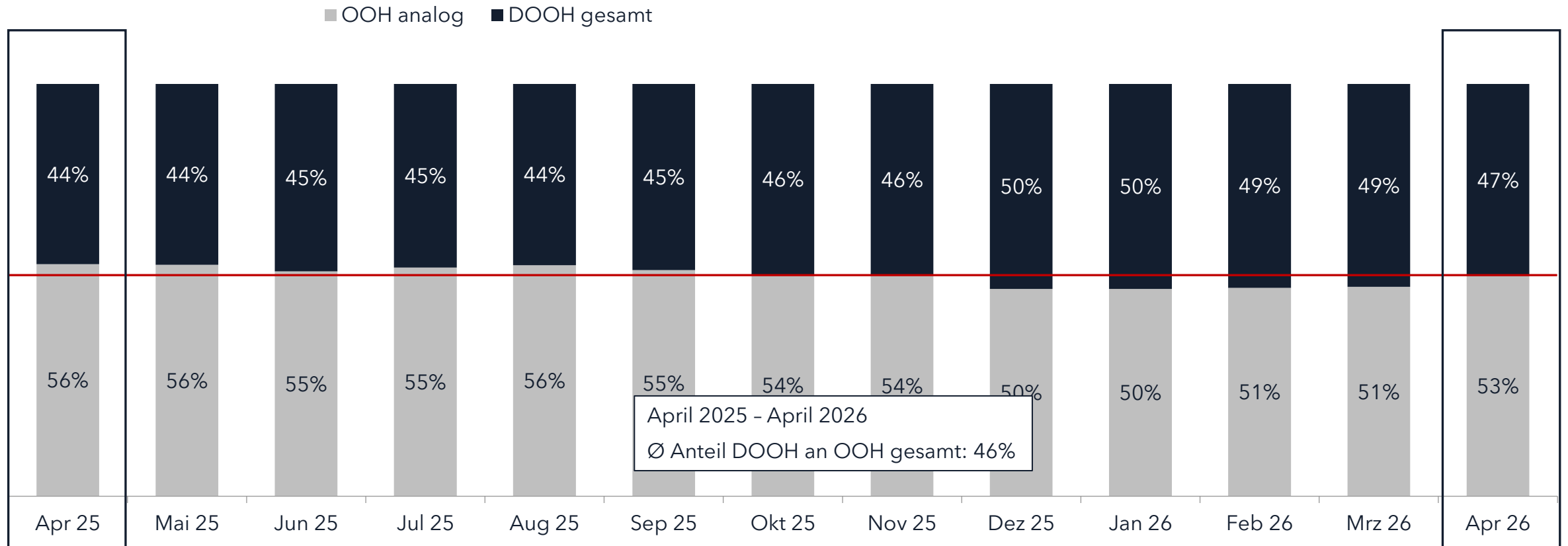


Abw. Vormonat	Mai 25	Jun 25	Jul 25	Aug 25	Sep 25	Okt 25	Nov 25	Dez 25	Jan 26	Feb 26	Mrz 26	Apr 26
digital	20	12	-22	-6	32	-5	18	34	-48	14	19	-16
analog	19	5	-19	-4	26	-9	17	-27	-17	16	21	-7
Abw. Apr 26 vs. Apr 25						digital: 17%			analog: 4%			
Ø Gewinne/ Verluste pro Monat Apr 26 / Apr 25						digital: 4%			analog: 2%			

DOOH-Marktanteil im April 2026 bei 49%



Anteil DOOH an OOH gesamt





[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

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

frank.goldberg@idooh.media
www.idooh.media.com