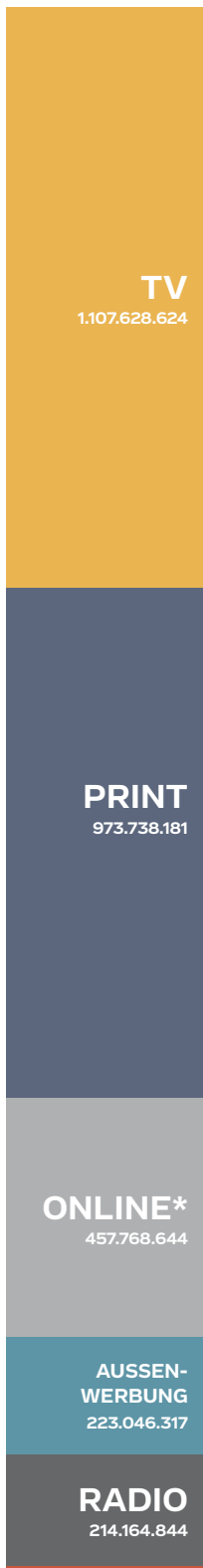


GESAMT
 2.986.687.856

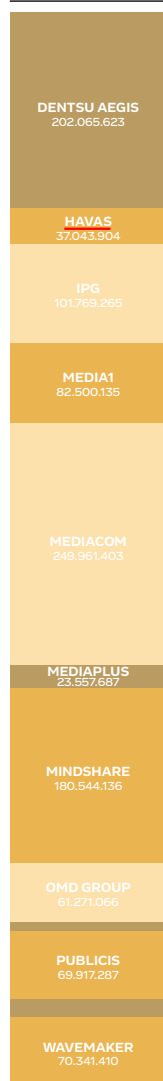
Das heimische Media-Business im Überblick

Die von den Mediaagenturen verantworteten
 Volumina nach Mediengattung sowie der
 Bruttowerbedruck laut Focus für das Jahr 2019.

Überblick von **Alexandra O'Neill** und **Christina Locher**

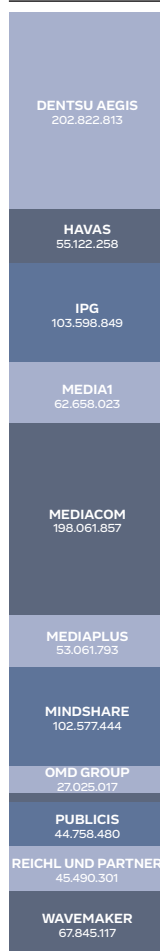


TV
 1.107.628.624



**SONSTIGE
 AGENTUREN UND
 DIREKTKUNDEN**
 105.001.376

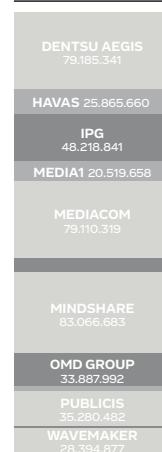
PRINT
 973.738.181



**SONSTIGE
 AGENTUREN UND
 DIREKTKUNDEN**
 993.851.819

PHD 10.716.230

ONLINE*
 457.768.644



MEDIAPLUS 15.632.308
 PHD 5.241.654
 REICHL UND PARTNER 3.364.827

* GESAMTSUMME INKL.
 ONLINEWERBUNG-
 EIGENANGABEN, DAHER
 KEIN VERGLEICH MIT
 GESAMTMARKT MÖGLICH

* Gesamtsomme inkl. Online-
 Werbung-Eigenangaben, daher kein
 Vergleich mit Gesamtmarkt möglich

ERKLÄRUNG

Focus Media Research erhebt anhand der österreichischen Medien, der darin platzierten Werbung und der Tariflisten der Medienvermarkter die Bruttowerbeaufwendungen für jedes Jahr. Diese werden dann jenen Agenturen zugeordnet, die ihre Auftraggeber an Focus Media Research melden. Daraus lässt sich der Marktanteil errechnen, den eine Mediaagentur am Bruttowerbedruck erreicht hat.

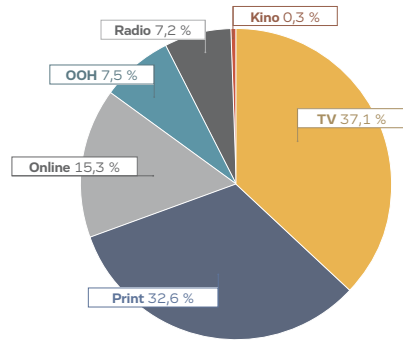
Der Anteil des Volumens, der keinen Agenturen zugeordnet werden kann oder direkt über Kunden geschaltet wurde, findet in der vorliegenden Grafik keinen Eingang und

steht als Wert am Ende der Angaben zu den jeweiligen Werbeformen.

Die Reihung der Agenturen in der Grafik erfolgt in alphabetischer Form. Mit den vorliegenden Daten und deren Visualisierungen lassen sich die Anteile einzelner Agenturen in den jeweiligen Mediengattungen bestimmen.

In den Steckbriefen der jeweiligen Unternehmen (Seiten 25 bis 32) finden sich die Anteile der unterschiedlichen Mediengattungen im Portfolio einzelner Agenturen. Alle Angaben in Euro-Bruttowerbewertung beziehungsweise Prozent davon.

MEDIA-MIX DER MEDIAAGENTUR-VOLUMINA



AUSSENWERBUNG 223.046.317

DENTSU AEGIS 49.298.747	HAVAS 7.711.008
IPG 28.784.158	MEDIA1 12.978.345
MEDIACOM 34.805.499	MEDIAPLUS 5.897.302
MINDSHARE 30.521.458	PHD 1.625.352
OMD GROUP 20.310.835	PUBLICIS 10.243.732
	REICHL UND PARTNER 2.471.317
	WAVEMAKER 18.398.565

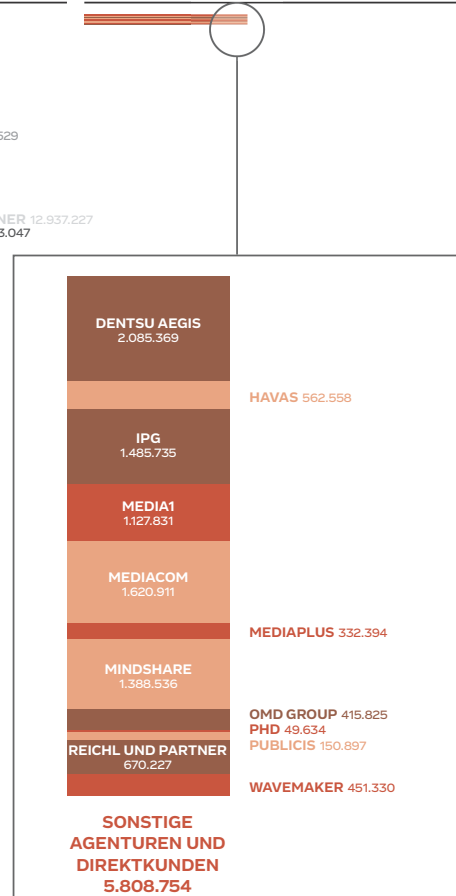
**SONSTIGE
AGENTUREN UND
DIREKTKUNDEN
86.633.683**

RADIO 214.164.844

DENTSU AEGIS 34.554.279	HAVAS 5.069.759
MEDIACOM 43.298.691	IPG 18.512.910
MINDSHARE 36.253.713	MEDIA1 14.844.868
OMD GROUP 15.402.607	MEDIAPLUS 12.188.529
	PHD 3.934.458
	PUBLICIS 6.924.756
	REICHL UND PARTNER 12.937.227
	WAVEMAKER 10.243.047

**SONSTIGE
AGENTUREN UND
DIREKTKUNDEN
39.515.156**

KINO 10.341.247



Der Gesamtmarkt im Überblick

Laut Marktforscher Focus Media Research war der Gesamtwerbemarkt 2019 insgesamt 4,4 Milliarden Euro schwer. Das ist ein Plus von 2,9 Prozent im Vergleich zum Jahr 2018. Hierfür listet das Institut die Bruttowerbewerte aus den Gattungen Print, TV, Online, Radio, Außenwerbung und Kino auf. Von den angeführten zwölf Mediaagenturen wurde Werbung im Bruttowert von 2,9 Milliarden Euro verantwortet. Der Rest entfällt auf sonstige Agenturen, die ihre Kunden Focus nicht meldeten – somit wurden deren Werte nicht erhoben. Dies gilt auch für Direktkunden und -einbuchungen.

Etwa 45 Prozent des Gesamtwerbemarktes vereinnahmt Print. Laut Focus stagniert die Entwicklung und bleibt mit einem Zuwachs von einem

halben Prozent im Vergleich zu 2018 beinahe ident. Print macht 32,6 Prozent im Geschäft der angeführten Mediaagenturen aus, Fernsehen führt mit 37,1 Prozent der von den Mediaagenturen verantworteten Volumina, wobei die Gattung 27,5 Prozent am Gesamtwerbemarkt für sich beansprucht. Das ist gut ein Viertel des Bruttowerbeaufkommens.

Die Zahlen zum Onlinemarkt sind bedingt vergleichbar, da die Angaben der Mediaagenturen deren gesamte Tätigkeit umfassen – und Spendings in Search und (internationale) Ad-Networks wie Google sowie Social Media beinhalten.

Die Focus-Zahlen zum Gesamtwerbemarkt bilden nur österreichische Vermarkter beziehungsweise Site-Betreiber ab.