

Grundlagen der Werbung: ZAW



PD Dr. Christian Schicha

schicha@t-online.de

www.schicha.net

SoSe 2007

Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland in Mio Euro

1.	<i>Tageszeitungen</i>	4532,90
2.	<i>Fernsehen</i>	4114,26
3.	<i>Werbung per Post</i>	3318,87
4.	<i>Anzeigenblätter</i>	1943,00
5.	<i>Publikumszeitsch.</i>	1855,89
6.	<i>Verzeichnismed.</i>	1198,60
7.	<i>Fachzeitschriften</i>	956,00

Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland in Mio Euro

<i>8. Außenwerbung</i>	<i>787,43</i>
<i>9. Hörfunk</i>	<i>680,48</i>
<i>10. Online-Angebote</i>	<i>495,00</i>
<i>11. Wochen/Sonntags- zeitungen</i>	<i>260,20</i>
<i>12. Filmtheater</i>	<i>117,48</i>
<i>13. Zeitungssupplem.</i>	<i>89,90</i>

Werbestärkste Branchen in Deutschland 2006

1. *Handelns-Organisationen*
2. *Auto-Markt*
3. *Zeitungen*
4. *Spezial-Versender*
5. *Telekommunikation*
6. *Publikumszeitschriften*
7. *Finanzdienstleistungen*

Werbestärkste Branchen in Deutschland 2006

8. *Medien/Verlage*

9. *Arzneimittel*

10. *Schokolade und Zuckerwaren*

11. *Fernsehen*

12. *Gross-Versender*

13. *Haarpflege*

14. *Telefon und Faxdienste*

Werbestärkste Branchen in Deutschland 2006

15. Bier

16. Versicherungen

17. Möbel

18. Milchprodukte

19. Unternehmens-Werbung

20. Online-Dienstleistungen

Werbestärkste Unternehmen in Deutschland 2006

<i>1. Media-Markt/Saturn</i>	<i>454,4 Mio.</i>
<i>2. Lidl</i>	<i>359,1 Mio.</i>
<i>3. Unilever Deutschland</i>	<i>325,6 Mio</i>
<i>4. Procter & Gamble</i>	<i>304,1 Mio</i>
<i>5. Albrecht (Aldi)</i>	<i>275,7 Mio.</i>
<i>6. L'Oreal</i>	<i>275,4 Mio.</i>
<i>7. Axel Springer Verlag</i>	<i>242,8 Mio</i>

Werbestärkste Unternehmen in Deutschland 2006

<i>8. Ferrero</i>	<i>242,4 Mio.</i>
<i>9. Gruner & Jahr</i>	<i>184,2 Mio.</i>
<i>10. T-Com</i>	<i>169,7 Mio</i>
<i>11. VW</i>	<i>168,6 Mio.</i>
<i>12. Danone</i>	<i>168,0 Mio</i>
<i>13. Beiersdorf</i>	<i>163,7 Mio.</i>
<i>14. C&A</i>	<i>152,6 Mio.</i>

Werbestärkste Unternehmen in Deutschland 2006

<i>15. Deutscher Sparkassen und Giro-Verband</i>	<i>145,4 Mio.</i>
<i>16. Opel</i>	<i>145,3 Mio.</i>
<i>17. Toyota</i>	<i>139,5 Mio.</i>
<i>18. Reckitt Benckiser</i>	<i>137,8 Mio.</i>
<i>19. Daimler Chrysler</i>	<i>133,0 Mio.</i>
<i>20. McDonald</i>	<i>127,1 Mio.</i>

Werbestärkste Unternehmen in Deutschland 2006

Es folgen auf den Plätzen 21-50:

- *T-Mobile, Schlecker, E-Plus, Renault-Nissan, Masterfoods (Viersen), Audi AG, Ford, Peugeot, Gillette, Coca-Cola, O2, Citroen, Jamba, Kraft-Food, WAZ-Mediengruppe, Henkel-Waschmittel, Tschibo, Schwarzkopf und Henkel, Vodafone D2, BMW, Dr. Oetker, Edeka, Karstadt, Volksbanken/Raiffeisenbanken, Heinrich Bauer-Verlag, Müller Molkerei, Penny, Glaxo Smith Kline, Rewe, ING-DIBA*

Interesse an Rubriken in Anzeigenblättern

- | | |
|---|------|
| 1. <i>Sonderangebote des Einzelhandels</i> | 88% |
| 2. <i>Anzeigen von Lebensmittelgeschäften</i> | 83% |
| 3. <i>Anzeigen von Kauf-Warenhäusern und Supermärkten</i> | 83% |
| 4. <i>Anzeigen für Kleidung, Schuhe, Wäsche</i> | 64 % |
| 5. <i>Reisen</i> | 61 % |
| 6. <i>Private Kleinanzeigen</i> | 57 % |
| 7. <i>Bau- und Hobbyartikel</i> | 54 % |

Werbende Branchen in dt. Publikumszeitschriften

1.	<i>Publikumszeitschriften</i>	646 Mio.
2.	<i>Auto-Markt</i>	285 Mio.
3.	<i>Pharmazie</i>	228,4 Mio.
4.	<i>Rubriken-Werbung</i>	225,7 Mio.
5.	<i>TV-Werbung</i>	225,7 Mio.
6.	<i>Telekommunikation</i>	120,6 Mio.
7.	<i>Special-Versender</i>	119 Mio.
8.	<i>Finanzdienstleistungen</i>	112,7 Mio.
9.	<i>Unternehmenswerbung</i>	103,7 Mio.

Werbende Branchen in dt. Publikumszeitschriften

Es folgen auf den Plätzen 10-20

- *Gesichtspflege, Oberbekleidung, Medien/Verlage, Computer, Versicherung, Haarpflege, Parfüm und Duftprodukte, Uhren und Schmuck, Finanzanlagen, Möbel, Handels-Organisationen*

Netto-Umsätze des Werbefernsehens 2006 in Mio Euro

- *Private TV-Veranstalter* 3812,18
- *ARD* 176,20
- *ZDF* 125,28

Werbeaufkommen nach Produktgruppen im TV 2006 in Mio Euro

1.	<i>Automarkt</i>	569,5
2.	<i>Schokolade/Zuckerwaren</i>	529,8
3.	<i>Telekommunikation</i>	526,1
4.	<i>Haarpflege</i>	343,3
5.	<i>Telefon und Faxdienste</i>	341,9
6.	<i>Pharmazie</i>	322,2
7.	<i>Milchprodukte</i>	314,6
8.	<i>Handelsorganisationen</i>	240,9
9.	<i>Finanzdienstleistungen</i>	240,3

Werbeaufkommen nach Produktgruppen im TV 2006 in Mio Euro

Es folgen auf den Plätzen 10-25

- *Bier, TV-Werbung, Putz- und Pflegemittel, Alkoholfreie Getränke, Sonstige Medien/Verlage, Publikumszeitschriften-Werbung, Gesichtspflege, Kaffee/Tee/Kakao, Online-Dienstleistungen, Versicherungen, Mundpflege, Nahrungsmittel, Waschmittel, Unternehmenswerbung, Konserven/Fleisch/Fisch, Hotels und Gastronomie*

Werbefinanzierte TV-Sender 2006 (Öffentlich-Rechtlich)

- *Vollprogramme ARD und ZDF*
- *Dritte Programme: keine Werbung*
- *Spartenprogramme ohne Werbung:*
- *3sat, Arte, Kika, Phoenix*
- *Digitalprogramme ohne Werbung:*
- *ARD Digital, ZDFvision*

Werbefinanzierte TV-Sender 2006 (Privat-Kommerziell)

- *Vollprogramme:*
- *Sat1, Pro7, RTL, RTL2, Kabel 1, Vox*
- *Spartenprogramme:*
- *U.a. 9Live, Astro TV, Bibel TV, Das Vierte, Super-RTL, Tele 5, Nick, VIVA*
- *Pay-TV:*
- *U.a. Premiere, Arena, beate-uhse.tv,*
- *Teleshopping-Sender:*
- *U.a.: 1-2-3.tv, HSE 24, RTL-Shop, Travel Shop*

Sonderwerbformen im TV

- *Programmsponsering:*
- *Opener, Reminder, Closer:*
- *Trailer bis sieben Sekunden Länge*
- *Titelponsering:*
- *Marke ist Teil des Sendertitels*
- *Gewinnspiel:*
- *Auslobung eines Preises des Kooperationspartners*

Sonderwerbformen im TV

- *Crawl:*
- *Werbebotschaft im Laufband integriert (z.B. n-tv)*
- *Cut-In:*
- *5-10 Sekünder über dem laufenden Programm eingeblendet*
- *Single Split:*
- *Ein Spot als Überleitung zwischen zwei Programmen*

Sonderwerbformen im TV

- *Abspannsplit:*
- *Spot im Abspann mit Informationen zur vorausgegangenen Sendung*
- *Newscountdown/Best Minute:*
- *Werbung z.B. kurz vor der Tagesschau*

Die meistgenutzten Internetangebote

- *T-Online*
- *Yahoo!*
- *Mobile.de*
- *MSN.de*
- *MyVideo*
- *Bild.T-Online*
- *ProSieben.de*
- *AOL*

Mitglieder Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V.

- *Werbetreibende:*
- *u.a. Deutscher Sparkassen und Giroverband*
- *Werbeberufe und Marktforschung*
- *Werbeagenturen*
- *Werbedurchführende und Werbemittelhersteller:*
- *U.a. Bundesverband Deutscher Zeitschriftenverleger, ProSiebenSat. 1 Media AG, ZDF*

Arbeitsgruppen ZAW

- *Werberecht*
- *Rundfunkwerbung*
- *Lebensmittelwerbung*
- *Tabakwerbung*
- *Alkohol und Werbung*
- *Sponsoring*
- *Datenschutz*

*Quelle: Zentralverband der Deutschen
Werbewirtschaft (Hrsg.): Werbung in
Deutschland 2007. Berlin 2007*

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
Gibt es noch Fragen

