WERBETREND

NIELSEN WERBEMARKTDATEN
SEPTEMBER 2026

ARD MEDIA

WERBETREND SEPTEMBER 2026

AKTUELLE ENTWICKLUNG IM MONAT SEPTEMBER 2026

- Im Monat September liegen die Bruttoumsätze im deutschen Werbemarkt mit einer Veränderung von +1,1% leicht über dem Vorjahresniveau.
- Der TV-Markt entwickelt sich positiv mit +1,3% im Vergleich zum September 2025.

  Die ARD weist hierbei einen Zuwachs von +11,2% auf, das ZDF verliert -12,8%.
- Die Bruttospendings im Radio liegen im September 2026 mit -2,3% unter dem Vorjahresmonat.

  Der Gesamt-Bruttoumsatz der Sender der ARD MEDIA verändert sich um +6,9%, der Bruttoumsatz der RMS-Sender weist eine Veränderung von -5,2% auf. Bereinigt um Eigenwerbung verändert sich ARDM um +6,3%, die RMS um -8,0%.
- Die Umsätze der von Nielsen im Werbetrend ausgewiesenen Online-Angebote zeigen im September 2026 im Vergleich zum Vorjahr einen Zuwachs um +6,2%. (Umsatzmeldung durch den OVK, vorläufige Daten).
- Die Bruttoumsätze der Printmedien liegen im Einzelmonat September um -3,6% unter dem Vorjahr (PZ -6,2%, TZ -2,5%).
- Out-of-Home wächst im September um +5,4%. Aufgrund von Nachlieferungen der Vermarkter kann es hier nachträglich zu Veränderungen der Bruttoumsätze kommen.
- Kino schrumpft im September 2026 im Vergleich zum Vorjahresmonat mit einer Veränderung von -13,9%.

Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

AKTUELLE ENTWICKLUNG IM ZEITRAUM JANUAR- SEPTEMBER 2026

- Die Bruttoumsätze im deutschen Werbemarkt liegen im Zeitraum Januar- September 2026 mit einer Veränderung von +1,6% über Vorjahresniveau.
- Der TV-Markt zeigt dabei im Januar- September 2026 einen Rückgang um -1,8%.

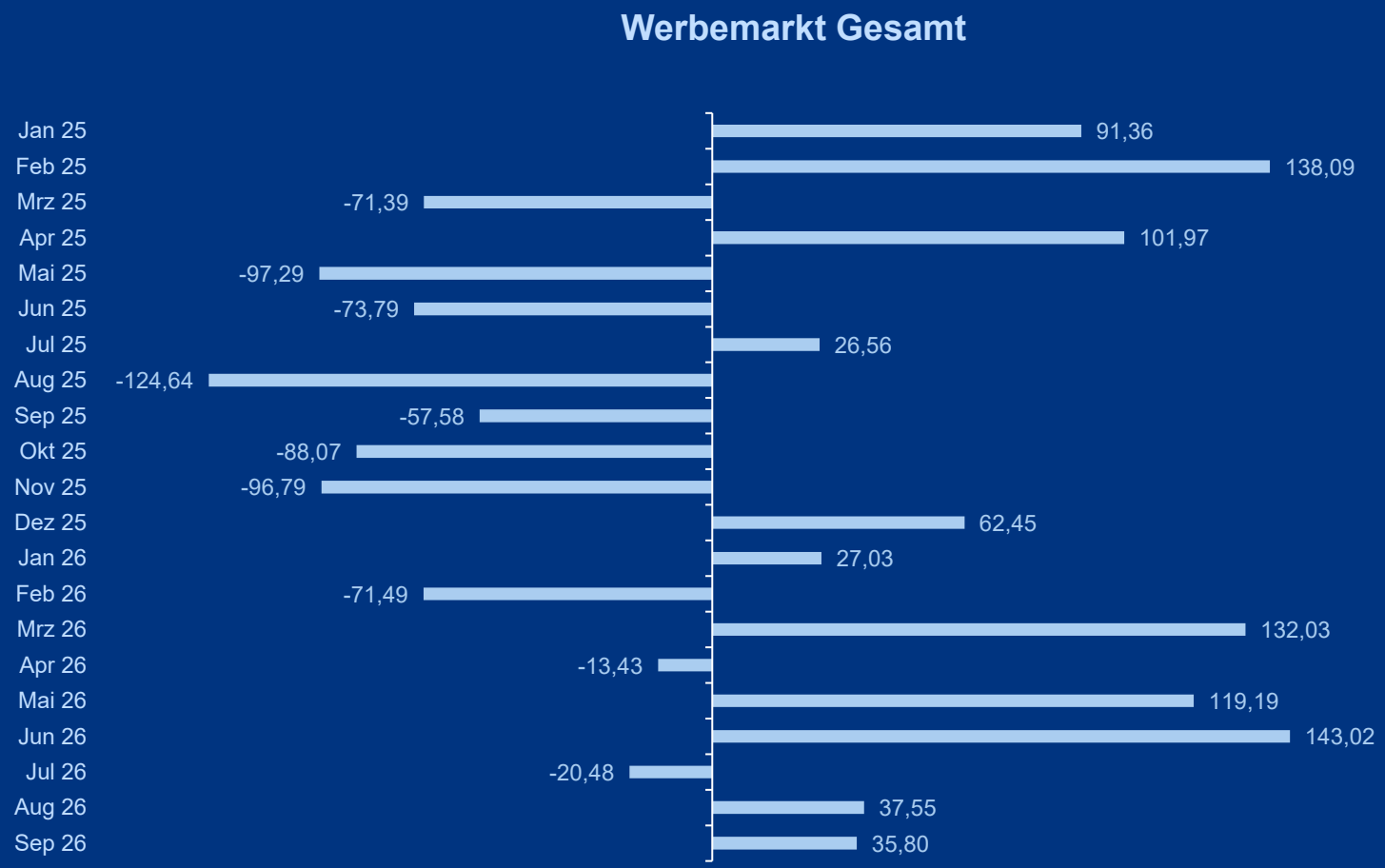
  Die ARD wächst hierbei um +6,7% auf, das ZDF verringert sich um -5,2%.
- Die Bruttospendings im Radio sinken im Zeitraum Januar- September 2026 im Vergleich zum Vorjahresmonat um -1,2%.

  Der Gesamt-Bruttoumsatz der Sender der ARD MEDIA verändert sich um -4,2%, der Bruttoumsatz der RMS-Sender weist eine Veränderung von -0,2% auf.
- Die Umsätze der von Nielsen im Werbetrend ausgewiesenen Online-Angebote zeigen im Januar- September 2026 im Vergleich zum Vorjahr eine Veränderung von +16,0%. (Umsatzmeldung durch den OVK, vorläufige Daten).
- Die Bruttoumsätze der Printmedien liegen im Betrachtungszeitraum um -1,8% unter Vorjahr (PZ -4,3%, TZ -0,9%).
- Out-of-Home verändert sich im Zeitraum Januar- September 2026 um +5,8%. Aufgrund von Nachlieferungen der Vermarkter kann es hier nachträglich zu Veränderungen der Bruttoumsätze kommen.
- Kino wächst im Januar- September 2026 im Vergleich zum Vorjahr um +18,3%.

Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

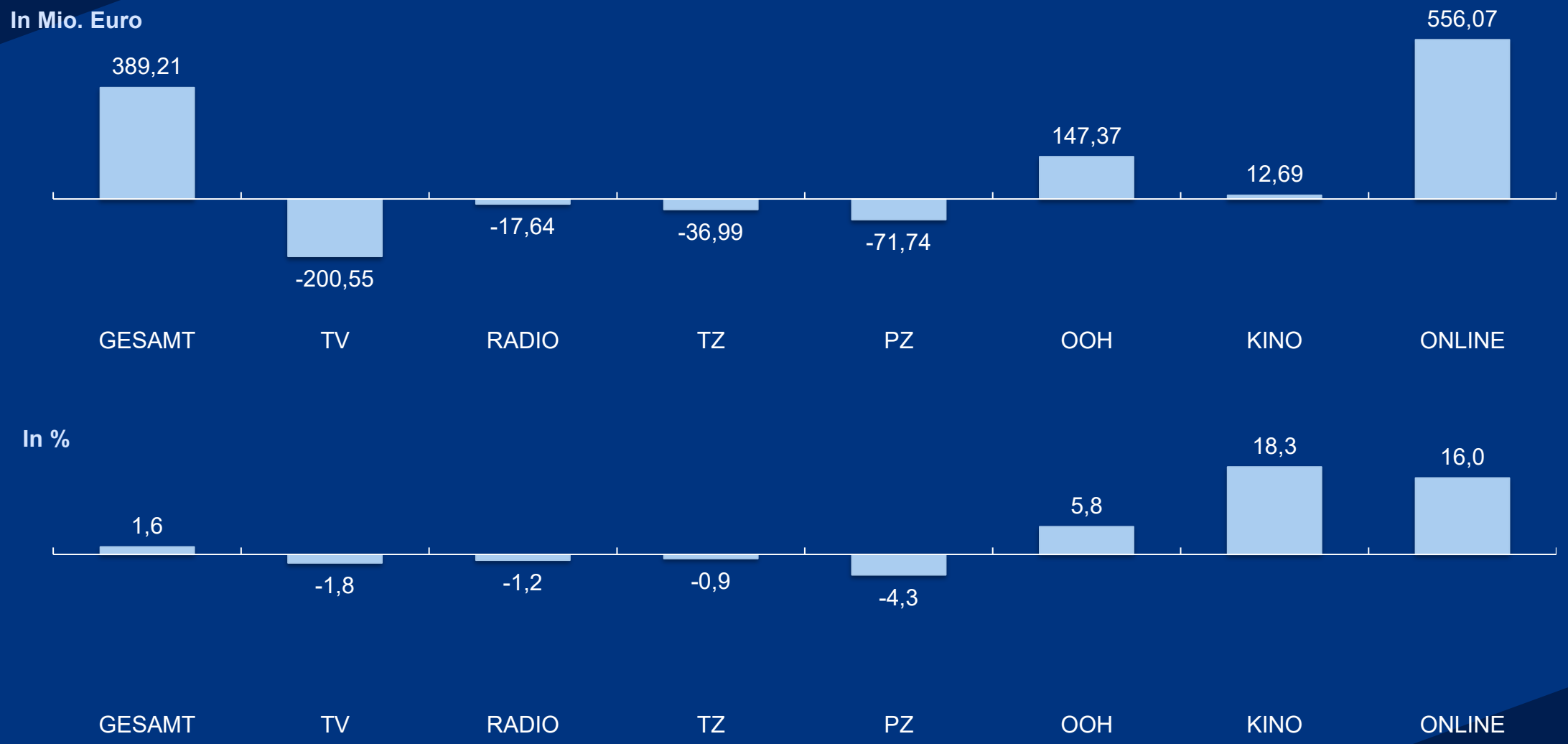
VERÄNDERUNG ZUM VJ IN MIO. EURO



Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

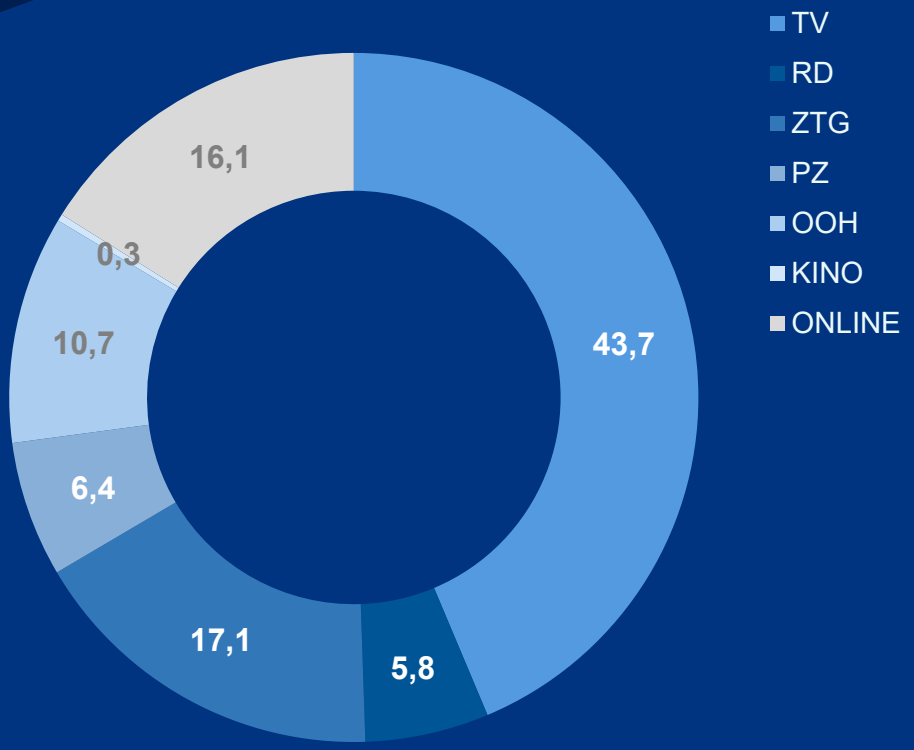
VERÄNDERUNG ZUM VJ; JANUAR- SEPTEMBER 2026



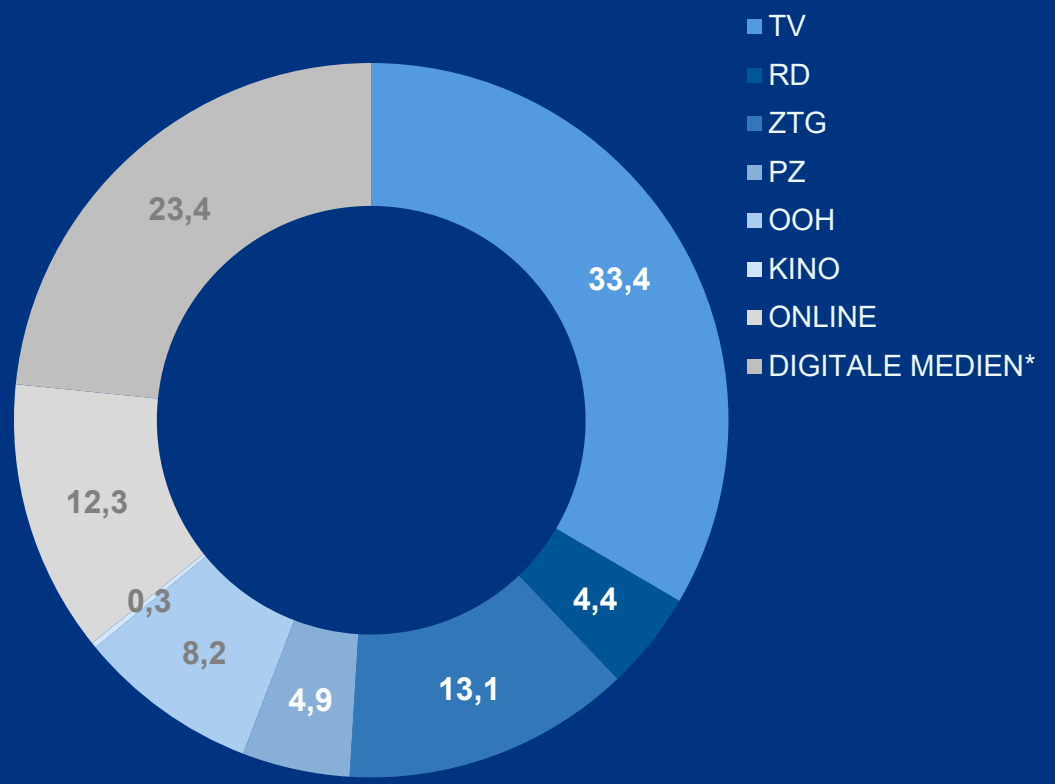
Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ANTEIL DER MEDIEN AM GESAMTMARKT IN %; JANUAR- SEPTEMBER 2026



25,046 Mrd. = 100%
Januar- September 2026

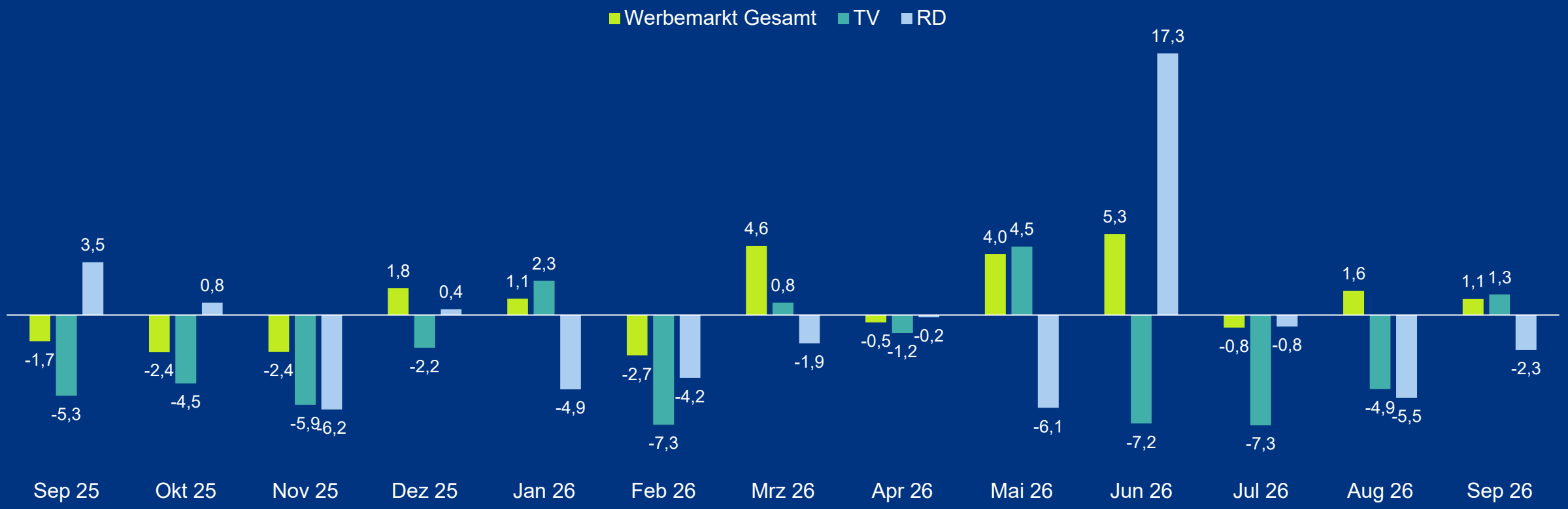


32,694 Mrd. = 100%
Januar- September 2026

Quelle: Nielsen; *enthält Search, Social, Retail Media, Video Streaming, im veröffentlichten Werbetrend nicht enthalten

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ENTWICKLUNG DER WERBEUMSÄTZE IN %; JANUAR- SEPTEMBER 2026



Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

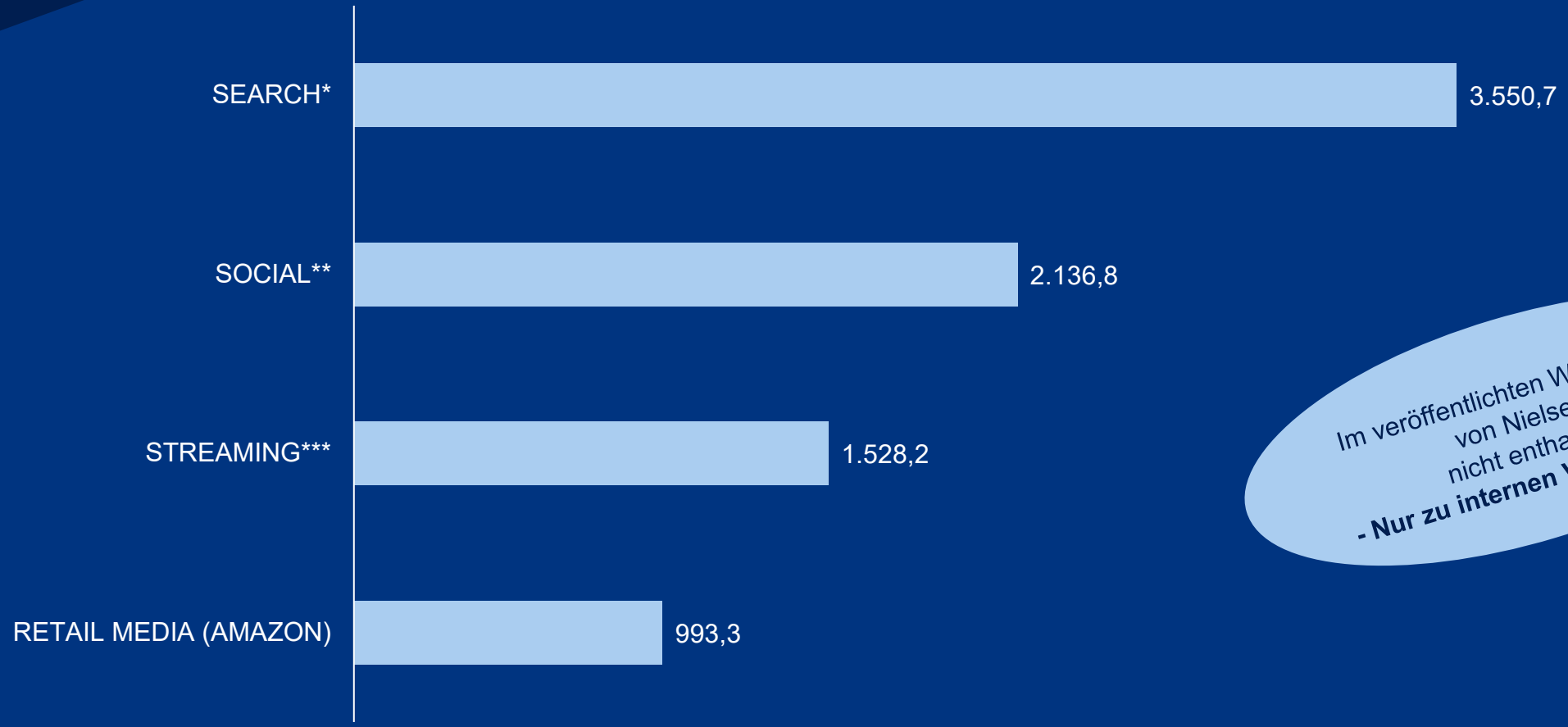
ÜBERSICHT MEDIEN BEREINIGTER WERBETREND VON NIELSEN IN MIO. EURO; JANUAR- SEPTEMBER 2026

	2026	2025	+/- MEUR	+/- %
GESAMTMARKT	25.046,01	24.656,79	389,21	1,6 %
PRINT	5.866,10	5.974,84	-108,73	-1,8 %
ZEITUNGEN	4.272,91	4.309,90	-36,99	-0,9 %
PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN	1.593,20	1.664,94	-71,74	-4,3 %
OUT OF HOME	2.678,17	2.530,80	147,37	5,8 %
FERNSEHEN	10.934,50	11.135,05	-200,55	-1,8 %
RADIO	1.454,63	1.472,27	-17,64	-1,2 %
ONLINE	4.030,52	3.474,44	556,07	16,0 %
KINO	82,08	69,39	12,69	18,3 %

Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

UMSATZVOLUMEN WEITERER DIGITALER MEDIEN IN MIO. €, JANUAR- SEPTEMBER 2026

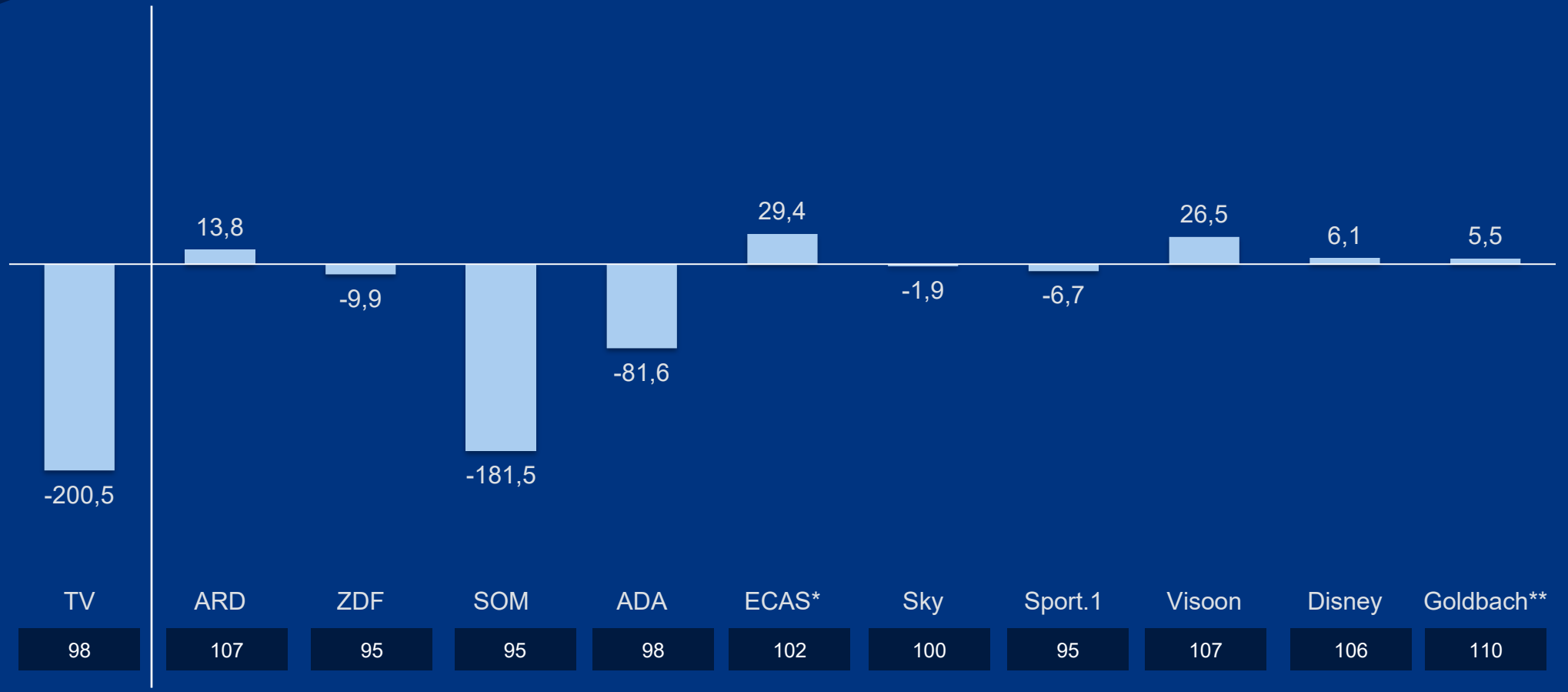


Im veröffentlichten Werbetrend von Nielsen nicht enthalten
- Nur zu internen Verwendung-

Quelle: Nielsen;
*rückwirkende Änderung der Erfassung und Bewertung führen zu deutlichen Veränderungen;
**beinhaltet Facebook, Instagram, X (ehemals Twitter), Linkedin, Pinterest, Reddit, TikTok, Youtube (Desktop+ Mobile)
***beinhaltet DAZN, DisneyPlus, Joyn, Netflix, Paramount Plus, RTL Plus, Pluto, Prime Video, Sky.de, Waipu, WOW TV und Youtube TV

WERBETREND SEPTEMBER 2026

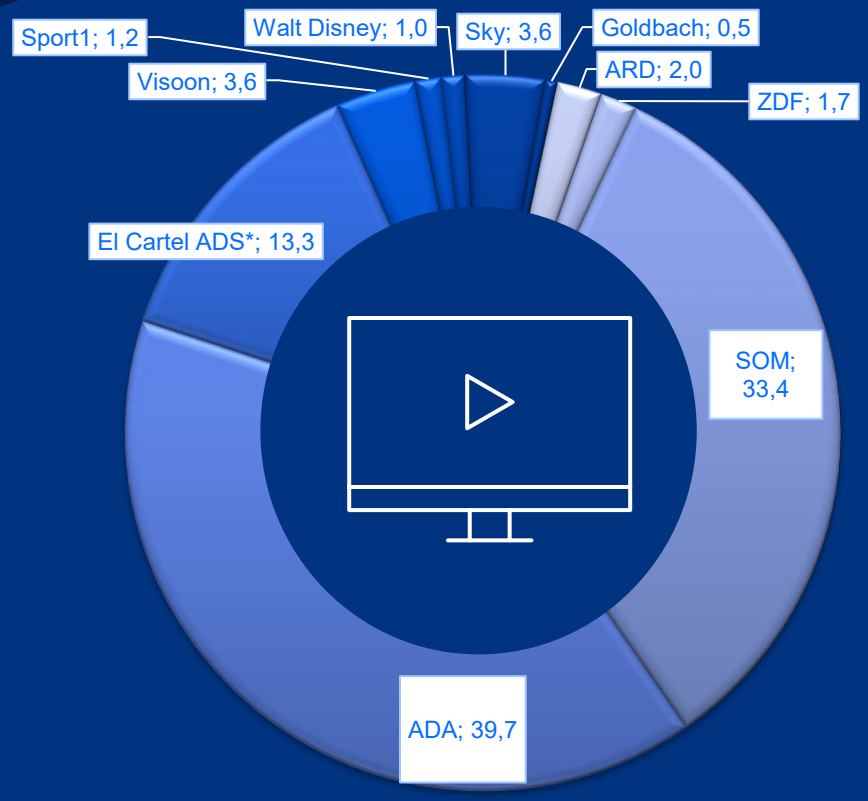
VERÄNDERUNG DER TV VERMARKTER ZUM VJ IN MIO. EURO; JANUAR- SEPTEMBER 2026



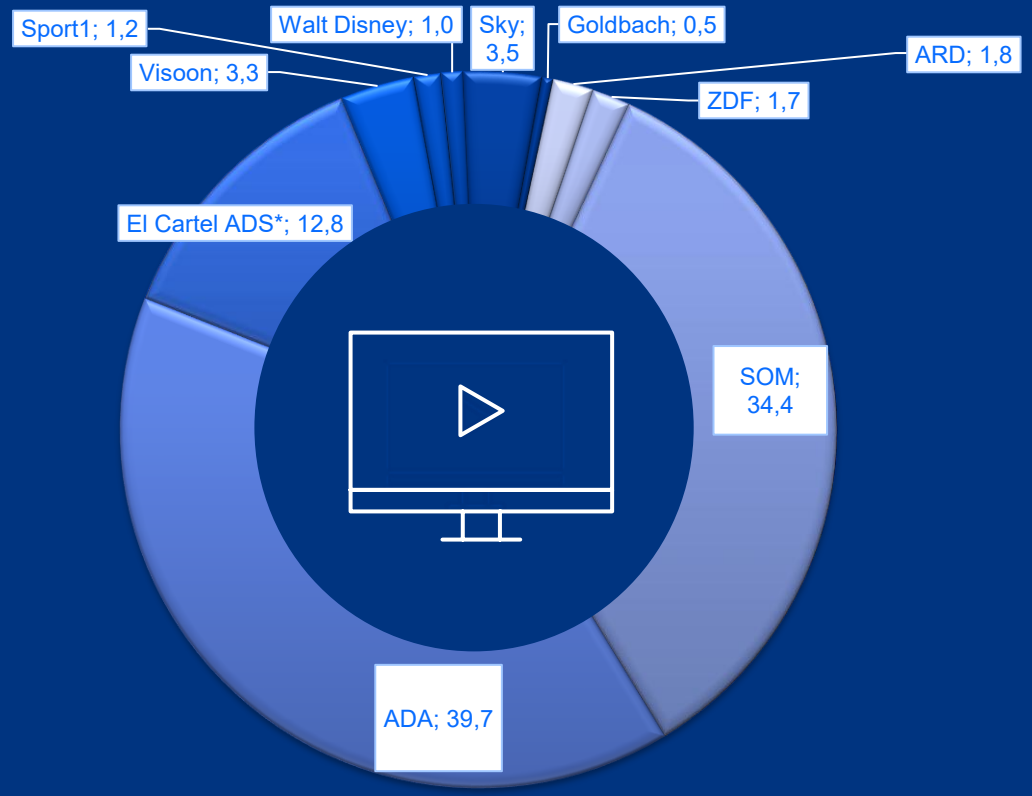
Quelle: Nielsen; *El Cartel AD Sales – Zusammenschluss von El Cartel und Discovery; **Erfassung ab April

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ANTEIL DER VERMARKTER AN TV GESAMT IN %; JANUAR- SEPTEMBER 2026



10,935 Mrd. = 100%
Januar- September 2026

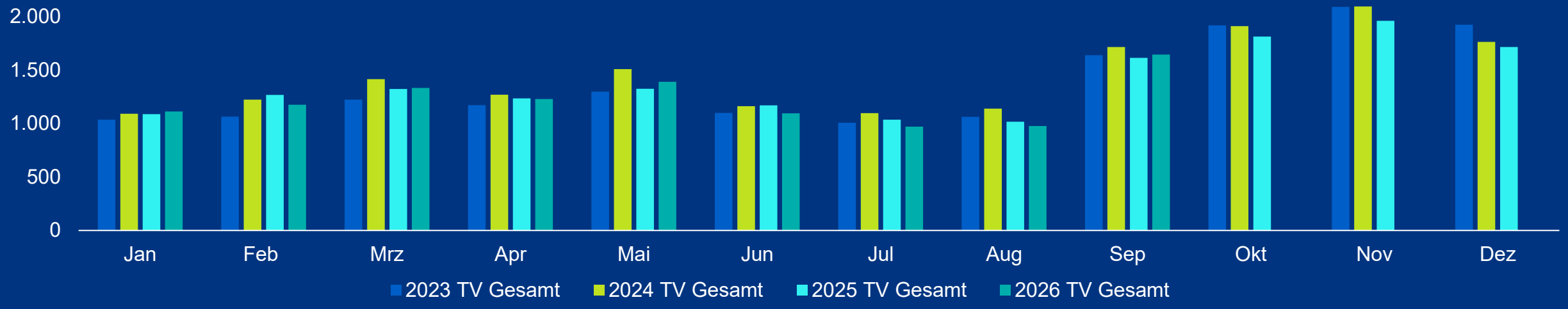


11,135 Mrd. = 100%
Januar- September 2025

Quelle: Nielsen; *El Cartel AD Sales – Zusammenschluss von El Cartel und Discovery

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ENTWICKLUNG TV IN MIO. €; INKL. SPONSORING

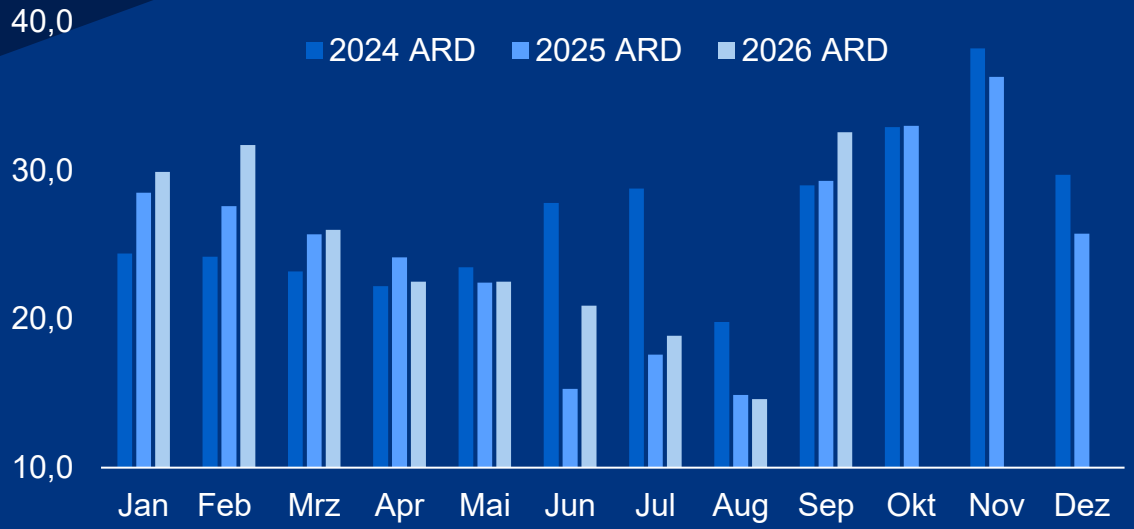


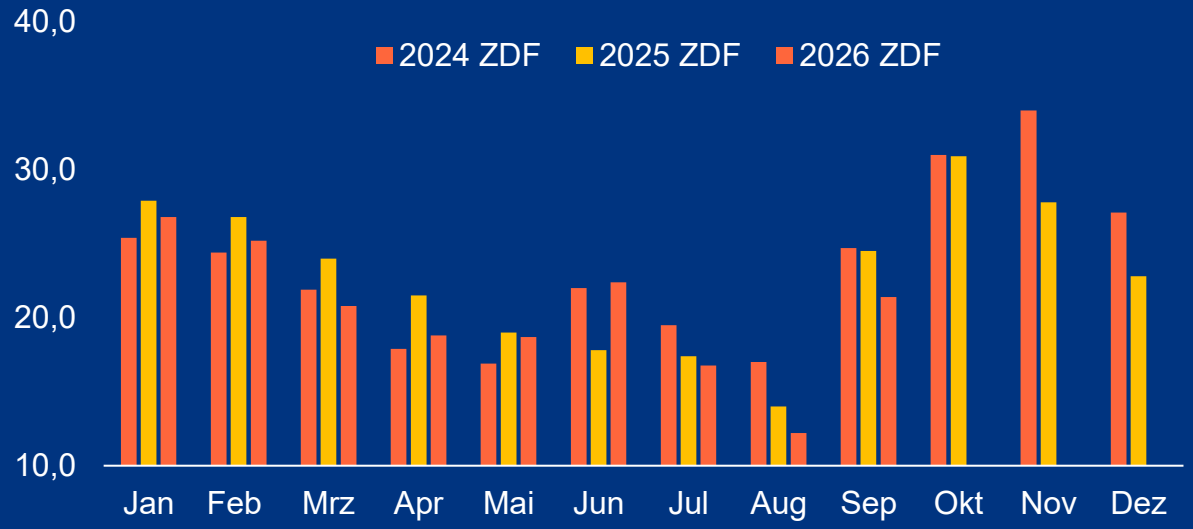
+/- IN %	JAHR	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	Ø-GES
TV GESAMT	2023 VS. VJ	-9,8	-11,9	-7,8	-13,7	-7,6	-3,1	-0,5	-8,8	-2,0	-0,2	4,0	8,8	-3,5
TV GESAMT	2024 VS. VJ	5,4	14,9	15,7	8,3	16,2	5,7	9,1	7,2	4,6	-0,3	0,2	-8,4	5,2
TV GESAMT	2025 VS. VJ	0,2	4,1	-6,0	-2,1	-11,8	1,2	-4,5	-9,8	-5,3	-4,5	-5,9	-2,2	-4,2
TV GESAMT	2026 VS. VJ	2,3	-7,3	0,8	-1,2	4,5	-7,2	-7,3	-4,9	1,3				-1,8

Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ENTWICKLUNG TV IN MIO. €; INKL. SPONSORING



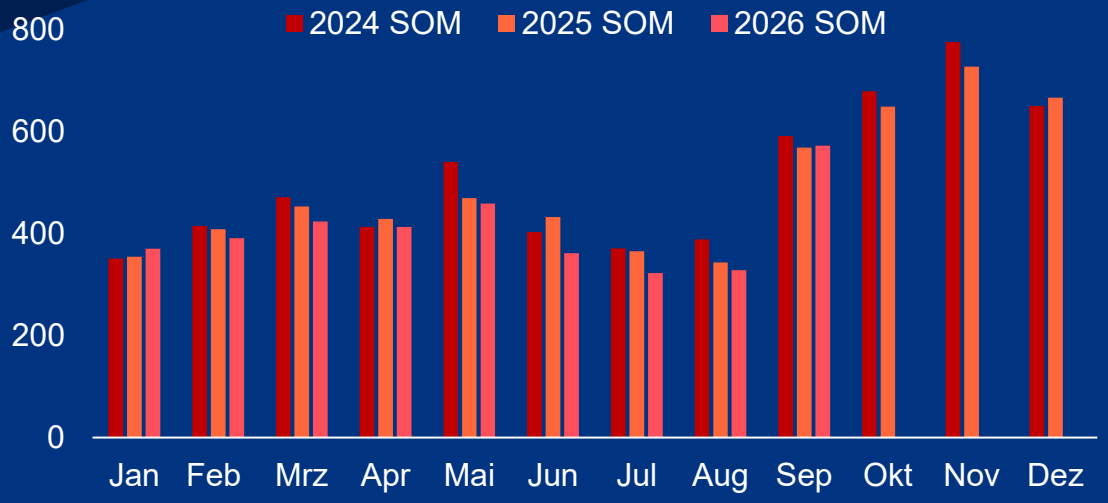


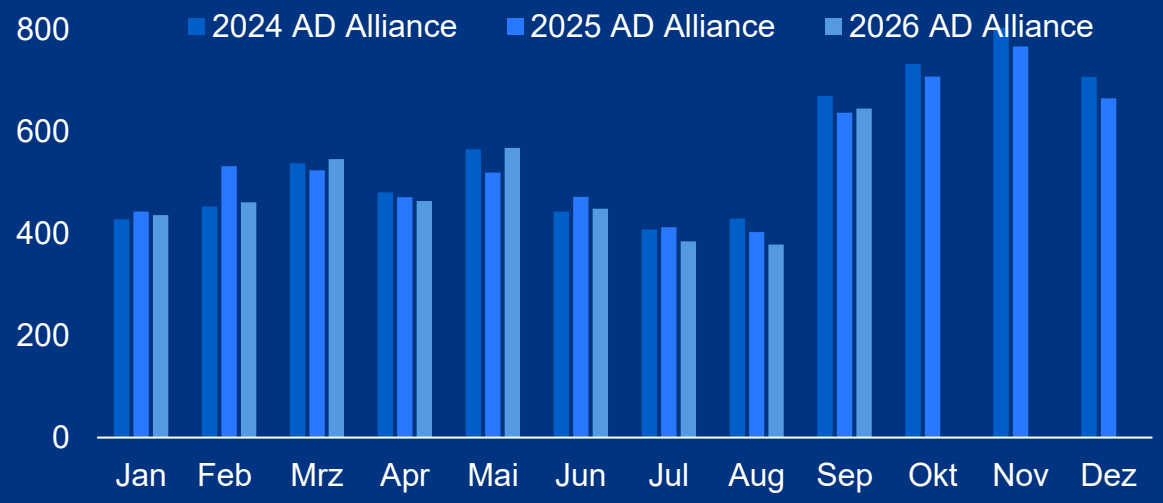
+/- IN %	JAHR	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	Ø-GES
ARD	2024 VS. VJ	12,2	12,9	-4,8	-13,3	-11,7	70,8	138,6	26,8	0,2	-2,9	1,1	-6,0	9,4
ARD	2025 VS. VJ	16,7	14,2	10,7	9,0	-4,5	-45,1	-38,7	-24,6	1,2	0,2	-5,1	-13,2	-7,1
ARD	2026 VS. VJ	5,0	14,6	1,3	-7,0	0,3	36,7	6,9	-2,2	11,2				6,7
ZDF	2024 VS. VJ	13,4	2,9	-19,6	-15,8	-15,5	35,1	61,8	23,2	14,6	13,6	10,4	-2,8	6,6
ZDF	2025 VS. VJ	9,8	9,9	9,7	20,0	12,5	-19,0	-10,8	-17,6	-0,9	-0,3	-18,1	-16,0	-2,6
ZDF	2026 VS. VJ	-3,9	-6,0	-13,5	-12,5	-1,3	25,8	-3,8	-13,3	-12,8				-5,2

Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ENTWICKLUNG TV IN MIO. €; INKL. SPONSORING



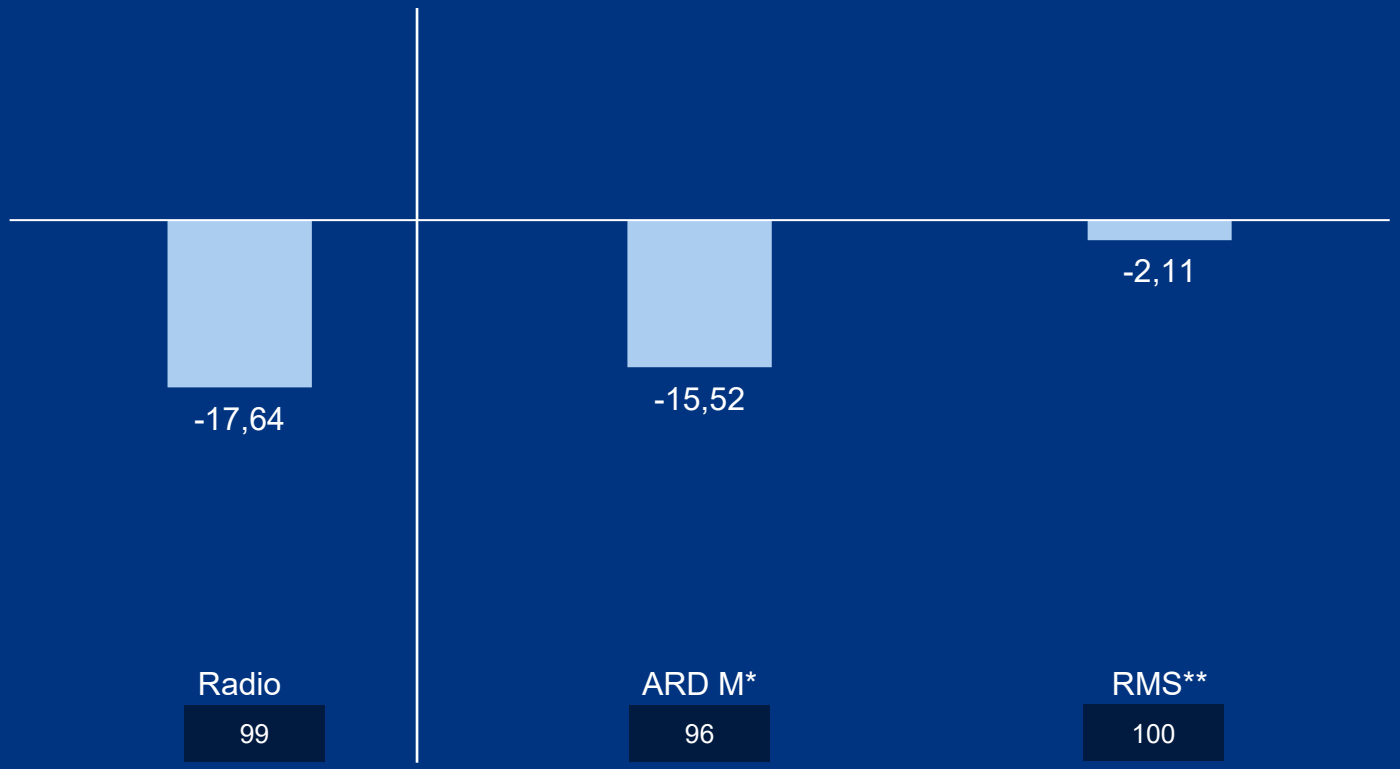


+/- IN %	JAHR	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	Ø-GES
SOM	2024 VS. VJ	-0,8	17,5	17,1	6,0	21,4	-7,2	3,4	8,9	1,9	1,1	-1,2	-14,3	2,7
SOM	2025 VS. VJ	1,0	-1,6	-3,9	3,8	-13,1	7,3	-1,6	-11,6	-3,8	-4,5	-6,2	2,5	-3,0
SOM	2026 VS. VJ	4,3	-4,3	-6,4	-3,6	-2,2	-16,4	-11,6	-4,4	0,7				-4,7
AD ALLIANCE	2024 VS. VJ	4,7	13,7	17,8	14,5	14,4	13,4	8,8	7,1	10,4	-0,9	5,3	3,1	8,5
AD ALLIANCE	2025 VS. VJ	3,6	17,5	-2,5	-2,0	-8,1	6,4	1,0	-6,2	-4,9	-3,4	-4,5	-6,0	-1,6
AD ALLIANCE	2026 VS. VJ	-1,6	-13,3	4,2	-1,6	9,3	-4,9	-6,6	-6,0	1,3				-1,8

Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

NIELSEN-BRUTTOUMSÄTZE RADIO I VERÄNDERUNG ZUM VJ IN MIO. EURO I JANUAR- SEPTEMBER 2026



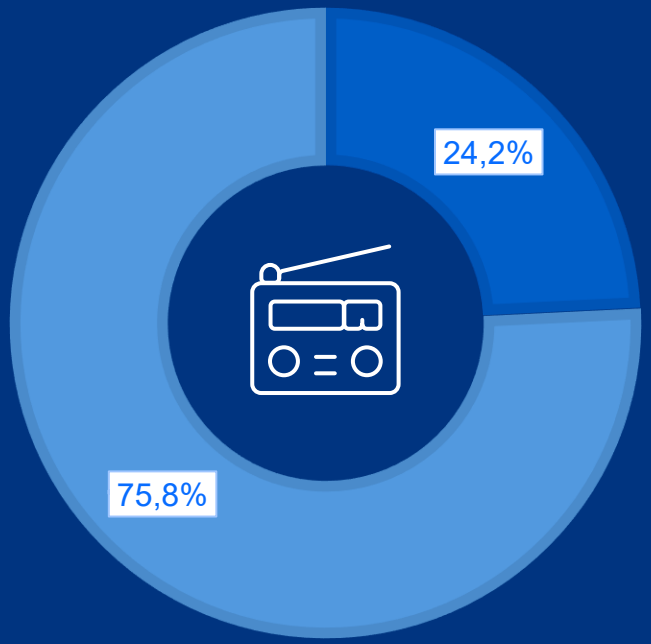
- **Radiomarkt** bereinigt um Eigenwerbung -2,5% (RMS -1,8%; ARDM -4,4%)

Index VJ

Quelle: Nielsen; *Gesamtumsatz der Radio-Sender (inkl. regionaler Umsätze), die von ARD MEDIA national bzw. in Kombis vermarktet werden;
** Inkl. regionaler Umsätze der RMS Sender (Ausnahme: Energy Sender nur nationale Schaltungen der RMS)

WERBETREND SEPTEMBER 2026

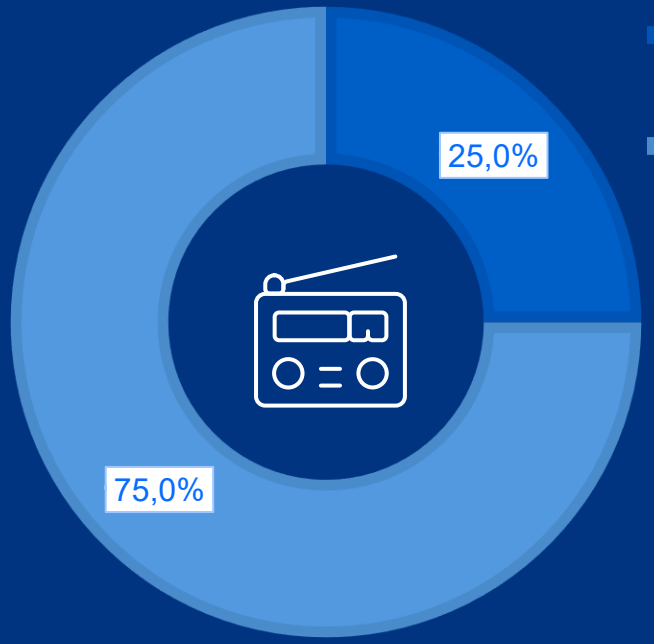
ANTEIL DER WERBEUMSÄTZE IM RD IN %; JANUAR- SEPTEMBER 2026



ARD/ARD MEDIA*

RMS**

1,455 Mrd. = 100%
Januar- September 2026



ARD/ARD MEDIA*

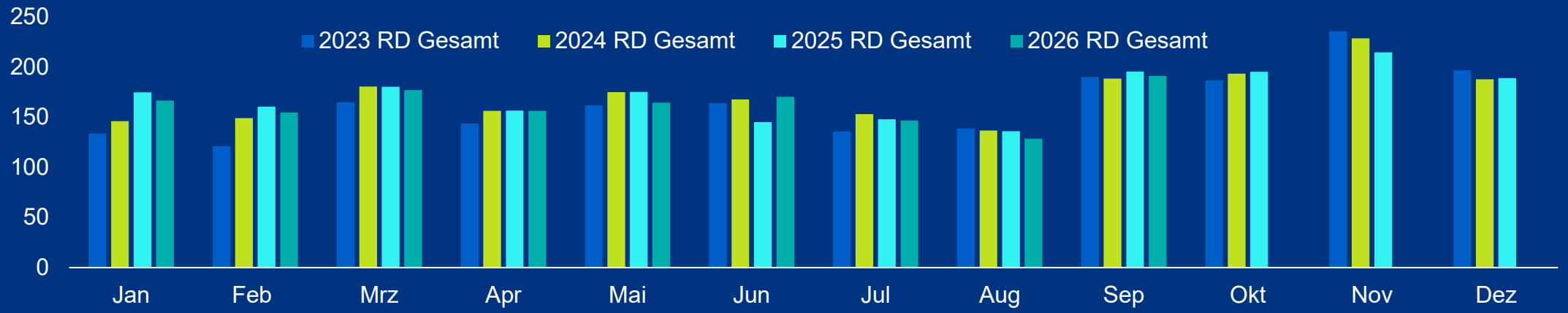
RMS**

1,472 Mio. = 100%
Januar- September 2025

Quelle: Nielsen; *Gesamtumsatz der Radio-Sender (inkl. regionaler Umsätze), die von ARD MEDIA national bzw. in Kombis vermarktet werden;
** Inkl. regionaler Umsätze der RMS Sender (Ausnahme: Energy Sender nur nationale Schaltungen der RMS)

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ENTWICKLUNG RD IN MIO. € JANUAR- SEPTEMBER 2026

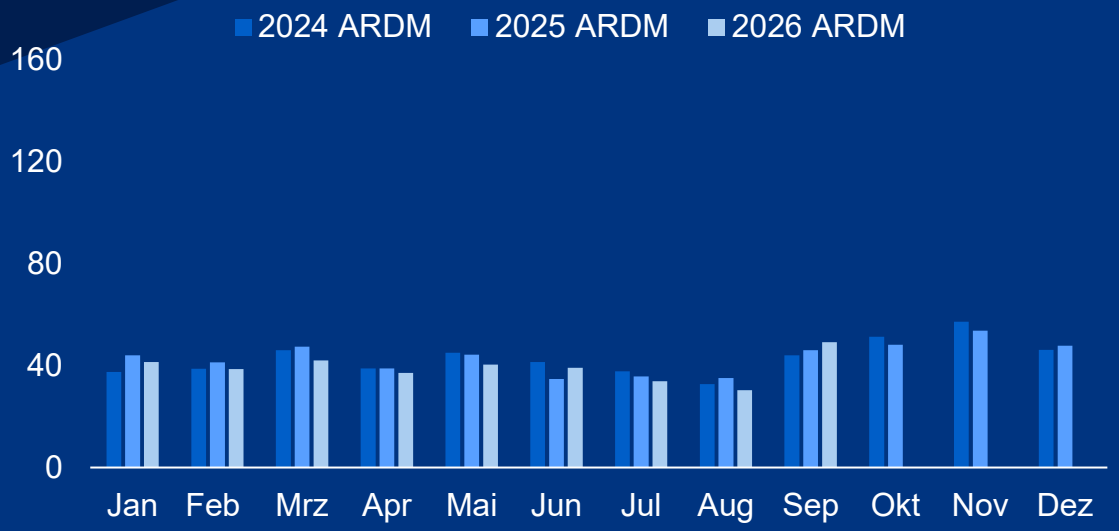


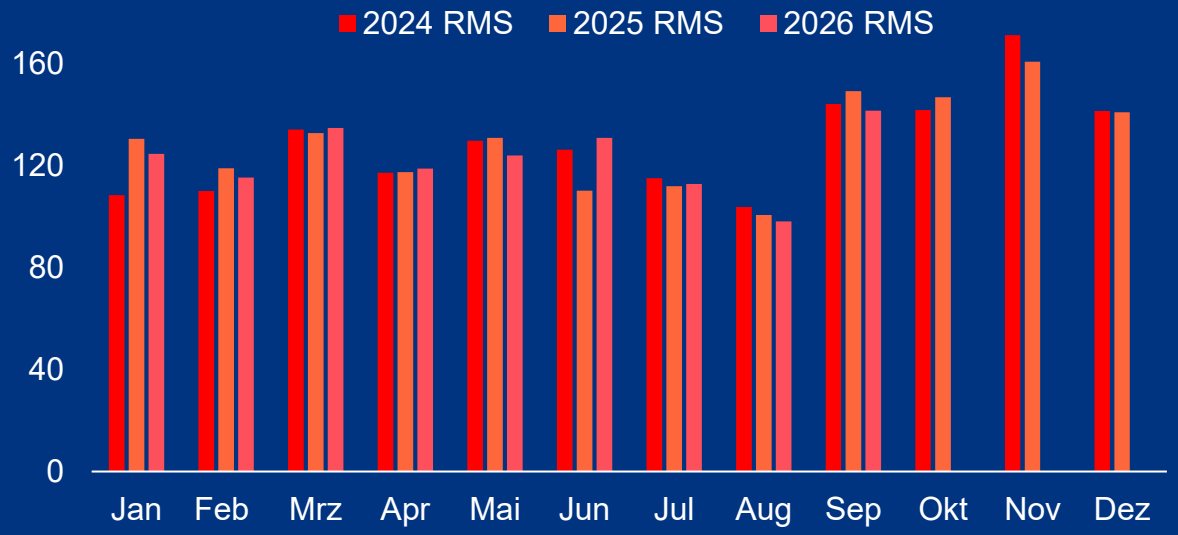
+/- IN %	JAHR	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	Ø-GES
RADIO	2023 VS. VJ	4,6	-10,7	1,2	-5,1	1,6	16,2	-0,6	4,5	1,7	-1,9	15,1	5,0	2,9
RADIO	2024 VS. VJ	10,4	24,6	11,0	10,4	9,8	3,6	14,4	0,1	1,0	5,9	-0,9	-2,1	6,4
RADIO	2025 VS. VJ	19,4	7,7	-0,1	0,2	0,3	-13,5	-3,5	-0,6	3,5	0,7	-6,3	0,4	0,3
RADIO	2026 VS. VJ	-4,9	-4,2	-1,9	-0,2	-6,1	17,3	-0,8	-5,5	-2,3				-1,2

Quelle: Nielsen

WERBETREND SEPTEMBER 2026

ENTWICKLUNG RD IN MIO. € JANUAR- SEPTEMBER 2026





+/- IN %	JAHR	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	Ø-GES
ARD/ARD MEDIA*	2024 VS. VJ	13,6	31,4	7,1	12,2	10,1	8,2	16,8	-2,1	-8,0	11,5	-7,3	-6,0	5,5
ARD/ARD MEDIA*	2025 VS. VJ	17,3	6,4	3,0	0,1	-1,6	-15,9	-5,1	7,6	4,5	-6,2	-6,2	3,5	0,1
ARD/ARD MEDIA*	2026 VS. VJ	-6,1	-6,4	-11,3	-4,4	-8,8	12,6	-5,4	-13,7	6,9				-4,2
RMS**	2024 VS. VJ	9,4	22,4	12,4	9,8	9,7	2,2	13,6	0,9	4,1	4,0	1,4	-0,8	6,6
RMS**	2025 VS. VJ	20,2	8,2	-1,1	0,2	0,9	-12,7	-3,0	-3,2	3,0	3,2	-6,3	-0,6	0,4
RMS**	2026 VS. VJ	-4,5	-3,4	1,5	1,3	-5,2	18,8	0,7	-2,6	-5,2				-0,2

Quelle: Nielsen
*Gesamtumsatz der Radio-Sender (inkl. regionaler Umsätze), die von ARD MEDIA national bzw. in Kombis vermarktet werden;
** Inkl. regionaler Umsätze der RMS Sender (Ausnahme: Energy Sender ab 2024 nur nationale Schaltungen der RMS)