

Bruttowerbeaufwendungen Januar bis Dezember 2022

Bereinigter Werbetrend

| Werbeträger | 2021 in TEUR | Anteil 2021 in % | 2022 in TEUR | Anteil 2022 an Gesamt in % | +/- in % | +/- in TEUR |
|------------------------|-----------------|---------------------|-----------------|-------------------------------|----------|-------------|
| Gesamtmarkt | 38 017 936 | 100,0 | 36 714 083 | 100,0 | -3,4 | -1 303 853 |
| Print gesamt | 8 200 575 | 21,6 | 7 892 216 | 21,5 | -3,8 | -308 360 |
| Zeitungen | 5 305 004 | 14,0 | 5 067 930 | 13,8 | -4,5 | -237 074 |
| Publikumszeitschriften | 2 895 572 | 7,6 | 2 824 286 | 7,7 | -2,5 | -71 286 |
| Out-of-home | 2 554 950 | 6,7 | 2 608 644 | 7,1 | 2,1 | 53 694 |
| Fernsehen | 18 139 899 | 47,7 | 17 146 374 | 46,7 | -5,5 | -993 525 |
| Radio | 1 927 673 | 5,1 | 1 916 011 | 5,2 | -0,6 | -11 662 |
| Online | 4 674 676 | 12,3 | 4 493 753 | 12,2 | -3,9 | -180 923 |
| Kino | 44 102 | 0,1 | 96 498 | 0,3 | 118,8 | 52 396 |
| Werbesendungen | 2 476 061 | 6,5 | 2 560 588 | 7,0 | 3,4 | 84 527 |

Quelle: Nielsen.