

Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland 2014 bis 2017

Werbeträger	2014	Veränderung zum Vorjahr	2015	Veränderung zum Vorjahr	2016	Veränderung zum Vorjahr	2017	Veränderung zum Vorjahr
Fernsehen ¹	4.292,16	4,0 %	4.421,85	3,0 %	4.559,70	3,1 %	4.591,10	0,7 %
Tageszeitungen ²	2.840,20	-2,8 %	2.651,38	-6,6 %	2.529,89	-4,6 %	2.386,19	-5,7 %
Anzeigenblätter ³	1.847,00	-4,4 %	1.811,00	-1,9 %	1.917,00	5,9 %	1.856,75	-3,1 %
Online und Mobile ⁴	1.344,22	6,6 %	1.424,74	6,0 %	1.517,35	6,5 %	1.638,76	8,0 %
Außenwerbung ⁵	926,33	3,9 %	1.005,44	8,5 %	1.033,01	2,7 %	1.150,78	11,4 %
Publikumszeitschriften ⁶	1.190,00	-3,6 %	1.075,00	-9,7 %	1.015,00	-5,6 %	965,00	-4,9 %
Fachzeitschriften ⁷	868,55	-2,3 %	861,60	-0,8 %	864,53	0,3 %	834,27	-3,5 %
Verzeichnismedien ⁸	970,10	-4,8 %	891,52	-8,1 %	845,16	-5,2 %	790,22	-6,5 %
Hörfunk ⁹	737,66	-1,1 %	742,80	0,7 %	767,55	3,3 %	784,46	2,2 %
Wochenzeitungen Sonntagszeitungen ²	154,20	-15,2 %	154,54	0,2 %	144,04	-6,8 %	137,71	-4,4 %
Kino ¹⁰	80,59	0,6 %	95,14	18,1 %	88,28	-7,2 %	92,84	5,2 %
Zeitungssupplements ¹¹	79,30	0,0 %	79,30	0,0 %	79,30	0,0 %	79,30	0,0 %
Gesamt	15.330,31	-0,2 %	15.214,31	-0,8 %	15.360,81	1,0 %	15.307,38	-0,3 %

Angaben in Mio. Euro, netto: nach Abzug von Mengen- und Malrabatten sowie Mittlerprovisionen, sofern nicht anders bezeichnet vor Skonti, ohne Produktionskosten

Quellen:

- 1 ARD-Werbung SALES & SERVICES, ZDF-Werbefernsehen, Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT)
- 2 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), vorläufiges Ergebnis für 2017
- 3 Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA)
- 4 Daten: Fremdwerbung in Online-Diensten, ohne Suchwort- und Affiliatevermarktung; gemeinsame Hochrechnung der Verbände BDZV, VDZ, VPRT auf Basis der vom BVDW/OVK erfassten Netto-Werbeumsätze für Online- und Mobile-Display (2014: 1.581 Mio. Euro, 2015: 1.676 Mio. Euro, 2016: 1.785 Mio. Euro, 2017: 1.928 Mio. Euro, Werte gerundet). Basis der gemeinsamen Hochrechnung ist die ZAW-Netto-Definition. Basis der BVDW/OVK-Erfassung ist die international gängige Netto-Definition des IAB (Netto 1). In den Daten enthalten sind Display Ads, Social Media-Werbung, Online Video Ads, Native Advertising, In-App- sowie In-Game-Werbung.
- 5 Fachverband Aussenwerbung (FAW), geänderte Basis in 2017
- 6 Fachverband Die Publikumszeitschriften im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
- 7 Deutsche Fachpresse
- 8 [vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien, Erhebung bei Mitgliedern und Hochrechnung nach Skonti, vor Mehrwertsteuer, inklusive rund 10 Prozent Mehrwertsteuer
- 9 AS&S Radio GmbH, RMS Radio Marketing Service GmbH, Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT)
- 10 FDW Werbung im Kino, Erhebung bei Mitgliedern
- 11 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), bis 2015; derzeit keine Umsatzmeldung, fortgeschriebene Werte