

Die 10 wichtigsten werbungstreibenden Branchen 2022

| Produktgruppe | Bruttowerbeaufwand | | Anteile der Medien in % | | | | | |
|-----------------------------|--------------------|-------|-------------------------|-------|-------|-------------|----------|------|
| | in Mio Euro | in % | TV | Radio | Print | Out-of-Home | Internet | Kino |
| Medien | 4.901,8 | 0,6 | 27,2 | 3,6 | 57,8 | 6,0 | 4,6 | 0,2 |
| Handel | 4.737,2 | -6,3 | 26,4 | 11,5 | 18,8 | 5,6 | 6,4 | 0,1 |
| Dienstleistungen | 3.572,1 | -10,0 | 53,6 | 5,5 | 12,8 | 15,1 | 10,2 | 0,3 |
| sonstige Werbung | 2.797,2 | 13,7 | 12,6 | 2,1 | 9,3 | 9,5 | 63,3 | 0,4 |
| Körperpflege | 2.467,7 | -16,3 | 87,5 | 0,1 | 5,9 | 1,3 | 4,6 | 0,0 |
| Gesundheit und Pharmazie | 2.352,4 | -0,1 | 53,9 | 2,2 | 34,3 | 2,5 | 4,6 | 0,0 |
| Ernährung | 2.347,6 | -9,0 | 83,5 | 1,7 | 3,0 | 6,2 | 4,5 | 0,2 |
| Haus- und Gartenausstattung | 1.782,3 | -0,6 | 44,8 | 10,8 | 24,0 | 3,4 | 3,7 | 0,0 |
| Finanzen | 1.533,8 | -2,5 | 54,5 | 4,2 | 10,1 | 5,8 | 20,3 | 0,4 |
| Telekommunikation | 1.485,5 | -3,4 | 68,0 | 4,7 | 4,6 | 8,0 | 12,5 | 0,9 |

Quelle: Nielsen (Stand: Januar 2023); MP 13/2023 Heffler; Moebus: Werbemarkt 2022. Der Werbemarkt im Multikrisen-Modus.