

**Werbeumsätze der Medien 1994 bis 1998**

Netto-Werbeeinnahmen erfaßbarer Werbeträger ohne Produktionskosten <sup>1)</sup>

Werbeträger	in Mio DM					Veränderung 98/97 in %
	1994	1995	1996	1997	1998	
Tageszeitungen	10 336,4	10 721,7	10 678,7	10 869,7	11 477,4	+ 5,6
Publikumszeitschriften	3 306,5	3 505,4	3 416,6	3 509,4	3 655,4	+ 4,2
Direktwerbung	4 551,6	5 251,4	5 717,2	5 926,0	6 806,7	+ 14,9
Fernsehwerbung	5 630,4	6 342,0	6 896,9	7 438,2	7 904,9	+ 6,3
Anzeigenblätter	2 819,2	2 917,4	3 011,0	3 278,8	3 446,0	+ 5,1
Fachzeitschriften	2 051,4	2 211,4	2 110,0	2 162,0	2 205,0	+ 2,0
Adreßbuchwerbung	2 195,0	2 265,0	2 299,0	2 302,0	2 343,0	+ 1,8
Hörfunkwerbung	1 100,7	1 127,7	1 153,2	1 176,0	1 182,7	+ 0,6
Außenwerbung	956,7	1 001,6	1 038,2	1 002,4	1 100,8	+ 9,8
Wochen- und Sonntagszeitungen	416,3	448,9	439,4	472,3	487,6	+ 3,2
Zeitungssupplements	256,6	252,2	225,7	211,5	180,5	- 14,7
Filmtheaterwerbung	276,5	295,8	299,9	305,4	323,6	+ 6,0
<b>Gesamt</b>	<b>33 927,3</b>	<b>36 338,5</b>	<b>37 285,8</b>	<b>38 653,7</b>	<b>41 113,6</b>	<b>+ 6,4</b>
Veränderung gesamt zum Vorjahr in %	+ 6,3	+ 7,1	+ 2,6	+ 3,7	+ 6,4	

1) Netto - nach Abzug von Mengen- und Malrabatten sowie Mittlerprovision, sofern nicht anders bezeichnet.

Quelle: ZAW: Werbung in Deutschland 1999 und eigene Berechnungen.

**Entwicklung des Werbeträgers Fernsehen <sup>1)</sup>**

Jahr	Medien gesamt	Fernsehen	Veränderung in %	Anteil am Werbemarkt in %
	Werbeeinnahmen <sup>2)</sup> in Mio DM	Werbeeinnahmen <sup>2)</sup> in Mio DM		
1989	22 554,6	2 256,8	+ 23,0	10
1990	24 613,2	2 764,2	+ 22,5	11
1991	28 347,0	3 704,6	+ 34,0	13
1992	31 255,0	4 328,2	+ 16,8	14
1993	31 917,9	4 827,4	+ 11,5	15
1994	33 927,5	5 630,4	+ 16,6	17
1995	36 338,5	6 342,0	+ 12,6	17
1996	37 285,8	6 896,9	+ 8,7	18
1997	38 653,7	7 438,2	+ 7,8	19
1998	41 113,6	7 904,9	+ 6,3	19

1) Ab 1990 inkl. neuer Bundesländer.

2) Netto-Werbeeinnahmen erfaßbarer Medien bzw. Fernsehen.

Quelle: ZAW: Werbung in Deutschland 1998.