

Bruttowerbeaufwendungen und Werbevolumen in den klassischen Werbemedien*Produkte und Dienstleistungen bis zum II. Quartal 2003*

Werbeträger	Aufwendungen in 1000 Euro		Mengenvolumen Seiten/Stellen/Minuten	
	Jan.-Juni 2003	Jan.-Juni 2002	Jan.-Juni 2003	Jan.-Juni 2002
Zeitungen	2 009 642	1 855 945	95 125	91 540
Publikumszeitschriften	1 822 595	1 960 319	121 369	129 547
Fachzeitschriften	203 647	212 126	32 002	35 255
Presse gesamt	4 035 884	4 028 390	248 496	256 343
Plakat	270 367	242 065	2 563 014	2 501 779
Fernsehen	3 539 060	3 549 290	470 929	492 655
Hörfunk	443 900	463 442	388 741	386 886
Elektron. Medien gesamt	3 982 960	4 012 732	859 670	879 541
Gesamt	8 289 211	8 283 187	-	-

Quelle: Nielsen Media Research.

Anteile der klassischen Medien an den Werbeumsätzen*Januar bis August 2003*

Medien	Anteil in %
Fernsehen	42,1
Hörfunk	5,4
Zeitungen	24,6
Publikumszeitschriften	22,2
Fachzeitschriften	2,5
Plakat	3,3
Gesamt	100,0 ¹⁾

1) 100 % = 10,5 Mrd Euro.

Quelle: Nielsen Media Research.

Umsatzentwicklung im Videomarkt 1998 bis 2002

in Mio Euro

	1998	1999	2000	2001	2002
VHS-Verleih ¹⁾	326	340	341	316	218
DVD-Verleih	-	-	-	41	141
VHS-Verkauf ²⁾	536	478	423	383	328
DVD-Verkauf	-	42	170	407	713
Gesamtumsatz aus VHS- und DVD-Verleih und -Verkauf	862	860	934	1 146	1 400

1) Bis 2000 VHS- und DVD-Verleih.

2) Bis 1998 VHS- und DVD-Verkauf.

Quellen: Bundesverband Audiovisuelle Medien; Filmstatistisches Jahrbuch 2003.

Haushalte mit VCR- bzw. DVD-Player in Deutschland 1999 bis 2002

	1999	2000	2001	2002
Haushalte mit VHS-Recorder				
in Mio	24,9	25,7	25,7	25,7
in %	69,9	72,0	72,0	72,0
Haushalte mit DVD-Player				
in Mio	0,3	1,1	2,7	7,0
in %	0,9	3,1	8,2	21,0

Quellen: GfK im Auftrag des Bundesverbands Audiovisuelle Medien; Filmstatistisches Jahrbuch 2003.