

Bruttowerbeumsätze privater Fernsehanbieter

	in Mio Euro		Veränderung in %	in Min.		Veränderung in %
	2021	2022		2021	2022	
Seven.One Media	6.815,0	6.313,3	-7,4%	526.386	524.437	-0,4%
Ad Alliance	6.357,1	6.223,4	-2,1%	514.340	536.815	4,4%
RTL	3.456,4	3.303,7	-4,4%	86.316	84.712	-1,9%
ProSieben	2.697,1	2.368,2	-12,2%	83.107	81.624	-1,8%
Sat.1	2.143,8	2.020,1	-5,8%	80.243	79.140	-1,4%
RTL ZWEI	1.158,5	986,9	-14,8%	91.935	93.279	1,5%
Super RTL	347,9	355,1	2,1%	169.368	177.499	4,8%
Kabel eins	1.160,3	1.101,9	-5,0%	81.973	82.386	0,5%
VOX	1.939,0	1.952,9	0,7%	83.222	84.434	1,5%
n-tv	174,4	146,9	-15,7%	48.817	46.420	-4,9%
Welt	306,0	266,2	-13,0%	73.820	62.432	-15,4%
Sport1	398,5	452,2	13,5%	271.839	266.887	-1,8%
Tele 5	303,2	298,3	-1,6%	233.484	224.372	-3,9%
Nick	43,4	37,0	-14,6%	40.153	43.944	9,4%
Disney Channel	203,9	181,3	-11,1%	163.385	163.580	0,1%
Comedy Central	194,4	164,0	-15,7%	68.164	49.456	-27,4%
DMAX	454,3	433,7	-4,5%	125.143	124.294	-0,7%

Quelle: Möbus, Pamela/Michael Heffler: Werbemarkt 2021 (Teil 1): Der Werbemarkt im Pandemiejahr. Entwicklungen auf Basis der Brutto-Werbestatistik. In: Media Perspektiven 3/2022 bzw. Nielsen (Stand: Januar 2022)