

Bruttowerbeaufwendungen und Werbevolumen in den klassischen Werbemedien ¹⁾

Produkte und Dienstleistungen mit regionaler und überregionaler Bedeutung im I. Quartal 1998

Werbeträger	Aufwendungen in TDM		Mengen-Volumen	
	I/1998	I/1997	Seiten/1000 Sek./1000 Stellen I/1998	I/1997
Zeitungen ²⁾	1 576 581	1 355 300	50 832	45 154
Publikumszeitschriften	1 513 594	1 467 534	50 507	49 240
Fachzeitschriften	225 866	215 388	22 040	22 379
Presse gesamt	3 316 042	3 038 222	123 379	116 773
Fernsehen	3 074 861	2 812 034	9 994,0	9 414,3
Hörfunk	357 184	387 264	10 020,3	11 154,9
Plakat	165 507	127 979	1 009,6	859,1
Gesamt ³⁾	6 913 594	6 365 499	-	-

1) Zur Erfassungsmethode vgl. MP 5/1975, S. 24f. und MP 10/1980, S. 710; Rundungsdifferenzen möglich.

2) Einschließlich Werbung für Kauf- und Warenhäuser sowie Handelsketten, ohne Lokal- und Rubrikenwerbung. Die von Nielsen Werbeforschung S+P beobachteten Zeitungen sind für die Gruppen überregionale Zeitungen, Kaufzeitungen, Wirtschaftszeitungen und Sonntagszeitungen vollständig in die Auswertung einbezogen. Für die regionalen Abonnementzeitungen werden repräsentativ die Hauptausgaben bzw. in Gemeinschaften die wichtigsten Titel in die Auswertung einbezogen.

3) Gesamtaufwendungen nur für die Produktgruppen der Nielsen Werbeforschung S+P-Marktsystematik in den beobachteten Organen.

Quelle: ARD-Werbung.