

Bruttowerbeaufwendungen und Werbevolumen in den klassischen Werbemedien¹⁾

Produkte und Dienstleistungen mit regionaler und überregionaler Bedeutung im IV. Quartal 1999

Werbeträger	Aufwendungen in TDM		Mengen-Volumen	
	IV/1999	IV/1998	Seiten/1000 Sek./1000 Stellen IV/1999	IV/1998
Zeitungen ²⁾	2 127 833	1 999 828	61 688	63 134
Publikumszeitschriften	2 160 539	2 035 019	64 744	62 997
Fachzeitschriften	235 137	223 450	18 719	19 610
Presse gesamt	4 523 511	4 258 297	145 152	145 740
Fernsehen	4 238 340	3 933 199	13 787,1	11 642,9
Hörfunk	565 690	494 011	15 496,4	13 834,1
Plakat	193 562	204 477	1 192,1	1 255,0
Gesamt ³⁾	9 521 103	8 889 984	-	-

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: Nielsen Werbeforschung S+P.