

**Bruttowerbeaufwendungen in den Above-the-line-Medien**

Produkte und Dienstleistungen bis zum II. Quartal 2018

Werbeträger	Jan.-Juni 2017		Jan.-Juni 2018		+/- in %	+/- in 1 000 Euro
	in 1 000 Euro	Anteil an Gesamt in %	in 1 000 Euro	Anteil an Gesamt in %		
Print gesamt	4 214 069	28,5	4 177 993	28,1	-0,9	-36 077
Zeitungen	2 380 664	16,1	2 402 579	16,2	0,9	21 915
Publikumszeitschriften	1 631 047	11,0	1 583 382	10,7	-2,9	-47 665
Fachzeitschriften	202 359	1,4	192 032	1,3	-5,1	-10 327
Out-of-home	1 031 584	7,0	1 028 239	6,9	-0,3	-3 344
Fernsehen	6 984 567	47,3	6 977 643	47,0	-0,1	-6 924
Hörfunk	903 851	6,1	930 313	6,3	2,9	26 462
Internet	1 568 591	10,6	1 682 285	11,3	7,2	113 694
Kino	66 016	0,4	57 333	0,4	-13,2	-8 683
Gesamt	14 768 677	100,0	14 853 805	100,0	0,6	85 129

Quelle: Nielsen.

**Glaubwürdigkeit von Medienangeboten**

in %

Es haben Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Informationen durch...	
öffentlich-rechtliches Fernsehen	70
Lokalzeitungen	64
öffentlich-rechtliche Radiosender	64
überregionale Tageszeitungen	61
Fachzeitschriften	55
Nachrichtenmagazine wie Der Spiegel, Focus	53
Wochenzeitungen	42
Wirtschaftszeitungen und -zeitschriften	37
Onlineangebote von Zeitungen	26
Onlineangebote von Zeitschriften (Spiegel.de, Stern.de)	20
Privatfernsehen (RTL, Sat.1 usw.)	15
Onlineangebote von Radio- oder Fernsehsendern	14
Internetseiten von Onlinediensten	8
Blogs, Internetforen	8
soziale Netzwerke	7

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahren.

Quelle: AWA 2018.