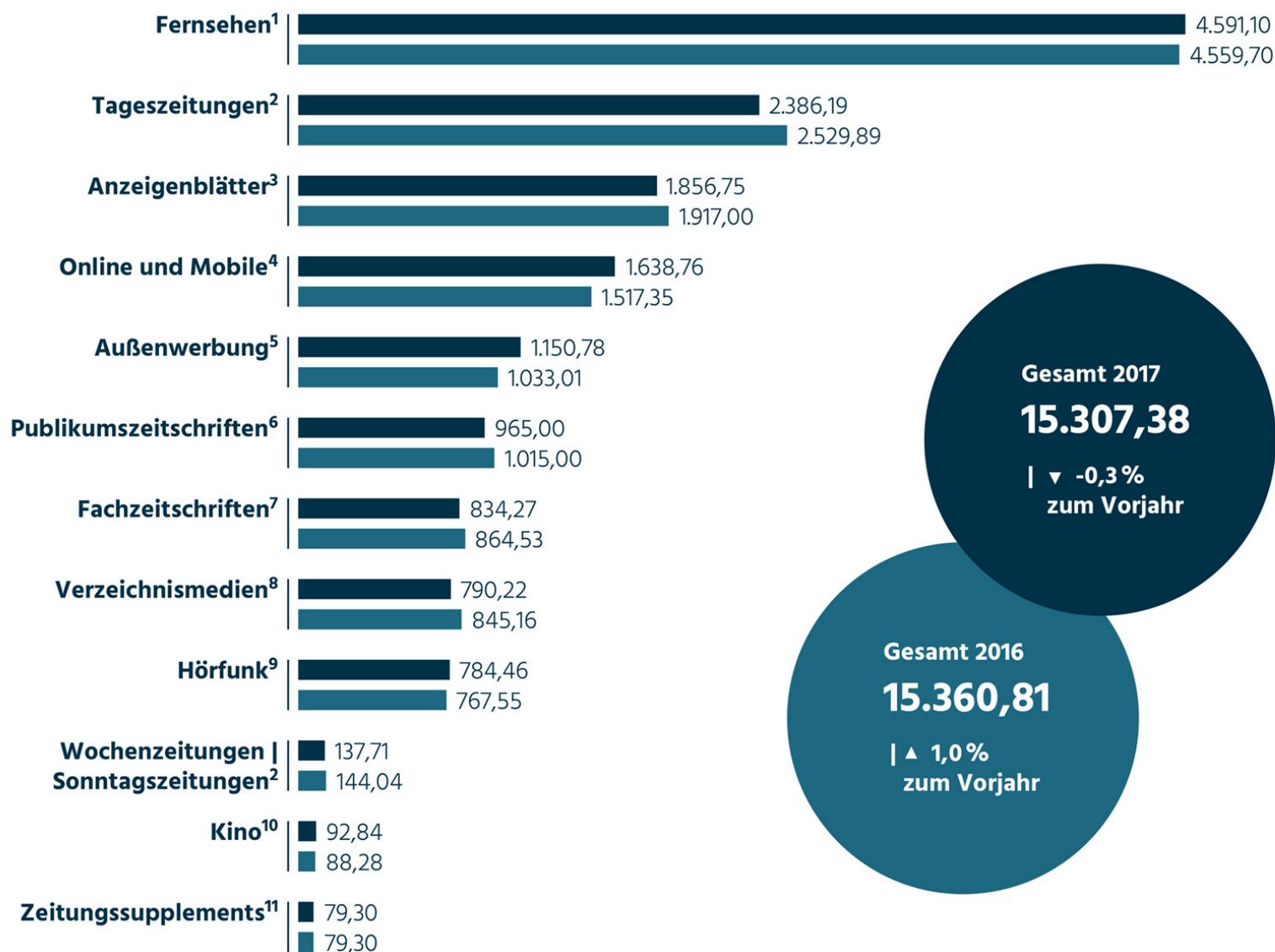


Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland 2016 und 2017

■ 2017 ■ 2016



Angaben in Mio. Euro, netto: nach Abzug von Mengen- und Malrabatten sowie Mittlerprovisionen, sofern nicht anders bezeichnet vor Skonti, ohne Produktionskosten

Quellen:

- 1 ARD-Werbung SALES & SERVICES, ZDF-Werbefernsehen, Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT)
- 2 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), vorläufiges Ergebnis für 2017
- 3 Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA)
- 4 Daten: Fremdwerbung in Online-Diensten, ohne Suchwort- und Affiliatevermarktung; gemeinsame Hochrechnung der Verbände BDZV, VDZ, VPRT auf Basis der vom BVDW/OVK erfassten Netto-Werbeumsätze für Online- und Mobile-Display (2016: 1.785 Mio. Euro, 2017: 1.928 Mio. Euro, Werte gerundet). Basis der gemeinsamen Hochrechnung ist die ZAW-Netto-Definition. Basis der BVDW/OVK-Erfassung ist die international gängige Netto-Definition des IAB (Netto 1). In den Daten enthalten sind Display Ads, Social Media-Werbung, Online Video Ads, Native Advertising, In-App- sowie In-Game-Werbung.
- 5 Fachverband Aussenwerbung (FAW), geänderte Basis in 2017
- 6 Fachverband Die Publikumszeitschriften im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
- 7 Deutsche Fachpresse
- 8 [vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien, Erhebung bei Mitgliedern und Hochrechnung nach Skonti, vor Mehrwertsteuer, inklusive rund 10 Prozent Mehrwertsteuer
- 9 AS&S Radio GmbH, RMS Radio Marketing Service GmbH, Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT)
- 10 FDW Werbung im Kino, Erhebung bei Mitgliedern
- 11 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), bis 2015; derzeit keine Umsatzmeldung, fortgeschriebene Werte