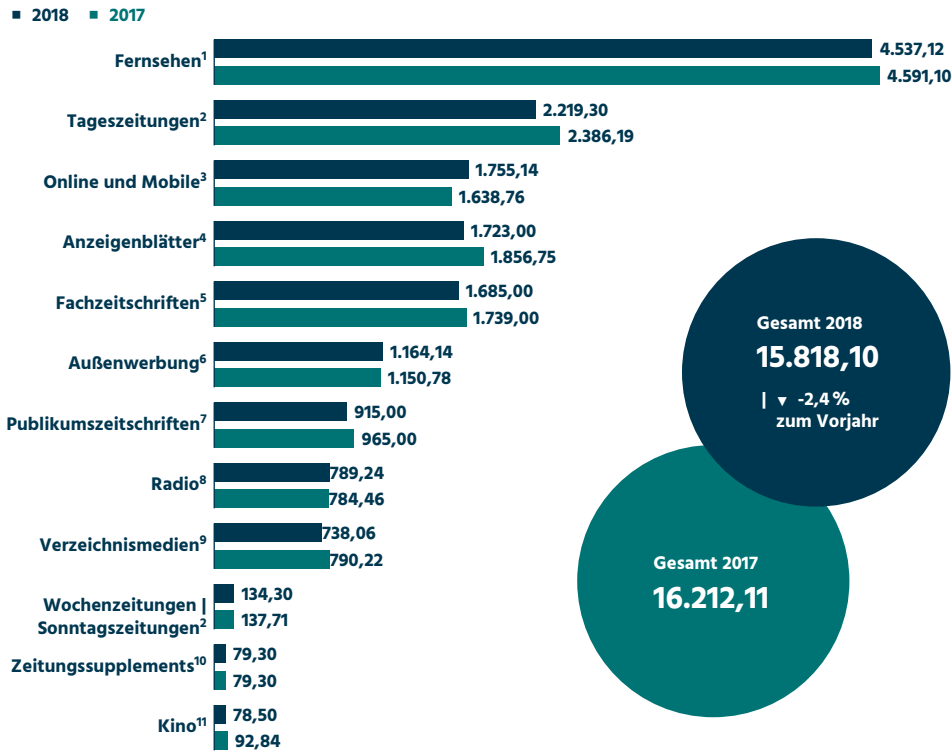


## Vergleich der Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland 2017 und 2018



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, VAUNET | Verband Privater Medien e.V.
- 2 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), vorläufiges Ergebnis für 2018
- 3 Daten: Fremdwerbung in Online-Diensten, ohne Suchwort- und Affiliatevermarktung; gemeinsame Hochrechnung der Verbände BDZV, VDZ, VAUNET auf Basis der vom BVDW/OVK erfassten Netto-Werbeumsätze für Online- und Mobile-Display (2015: 1.676 Mio. Euro, 2016: 1.785 Mio. Euro, 2017: 1.928 Mio. Euro, 2018: 2.065 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.
- 4 Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA)
- 5 Deutsche Fachpresse | ab 2017 neue Erhebungsmethode
- 6 Fachverband Aussenwerbung (FAW), geänderte Basis in 2017
- 7 Fachverband Die Publikumszeitschriften im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
- 8 AS&S Radio GmbH, RMS Radio Marketing Service, VAUNET | Verband Privater Medien e.V.
- 9 [vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien, Erhebung bei Mitgliedern und Hochrechnung nach Skonti, vor Mehrwertsteuer, inklusive rund 10 Prozent Mehrwertsteuer
- 10 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), bis 2015; derzeit keine Umsatzmeldung, fortgeschriebene Werte
- 11 FDW Werbung im Kino, Erhebung bei Mitgliedern, Schätzung für 2018