

Netto-Werbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger

Werbeträger	in Mio Euro		Veränderung 2021/2022 in %
	2021	2022	
Fernsehen/Bewegtbild	5.487,0	5.321,2	-3,0
lineares Fernsehen	4.341,0	4.018,2	-7,4
In-Stream Video ^{2,3}	1.146,0	1.303,0	+13,7
Radio/Audio	790,7	813,6	+2,9
lineares Radio	706,7	717,0	+1,5
In-Stream Audio ³⁾	84,0	96,6	+15,0
Print	7.650,7	7.553,1	-1,3
Tageszeitungen	1.782,5	1.683,3	-5,6
Fachzeitschriften	1.349,0	1.355,0	+0,4
Anzeigenblätter	1.198,0	1.263,0	+5,4
Publikumszeitschriften	710,0	632,6	-10,9
Verzeichnismedien	353,3	279,8	-20,8
Wochen- und Sonntagszeitungen	114,8	103,0	-10,3
Print Digital ^{3,4} (inkl. Kleinanzeigen, Display Ads, Native Advertising)	2.143,1	2.236,6	+4,4
Internet ¹⁾	11.616,4	11.824,3	+1,8
Search	5.170,5	5.350,0	+3,5
Display Ads ²⁾³⁾	5.120,0	5.178,0	+1,1
davon In-Stream Video ²⁾³⁾	1.146,0	1.303,0	+13,7
Classifieds (Kleinanzeigen) ³⁾	1.241,9	1.199,7	-3,4
In-Stream Audio ³⁾	84,0	96,6	+15,0
Postalische Direktwerbung	2.566,8	2.604,5	+1,5
Außenwerbung	1.071,7	1.156,9	+7,9
davon digitale Außenwerbung	287,9	348,7	+21,1
Kino	22,9	50,2	+119,6
Gesamt	25.833,1	25.687,7	-0,6

1) Summe ohne In-Stream Video, da bereits in Display Ads enthalten

2) inklusive: Social Network Sites

3) keine doppelte Berücksichtigung für Gesamtwertberechnung

4) ausgenommen Anzeigenblätter und Publikumszeitschriften

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW): Werbung in Deutschland 2022