

① **Bruttowerbeaufwendungen und Werbevolumen in den klassischen Werbemedien<sup>1)</sup>**

*Produkte und Dienstleistungen mit regionaler und überregionaler Bedeutung im III. Quartal 1998*

Werbeträger	Aufwendungen in TDM		Mengen-Volumen Seiten/1000 Sek./1000 Stellen	
	III/1998	III/1997	III/1998	III/1997
Zeitungen <sup>2)</sup>	1 590 790	1 310 546	50 344	44 318
Publikumszeitschriften	1 481 828	1 375 407	47 334	45 654
Fachzeitschriften	199 468	192 140	18 538	18 835
Presse gesamt	3 272 086	2 878 093	108 808	116 215
Fernsehen	2 581 666	2 433 786	11 227,1	9 839,1
Hörfunk	378 379	352 867	10 729,8	11 076,9
Plakat	214 598	186 796	1 361,5	1 284,6
Gesamt <sup>3)</sup>	6 446 728	5 851 542	-	-

1) Zur Erfassungsmethode vgl. MP 5/1975, S. 24f. und MP 10/1980, S. 71f; 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.