

Stabile Werbemarktanteile der Medien

Monetäre Medienanteile am Werbegeschäft in %, gerundet

<u>Werbemedium</u>	<u>1998</u>	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>
Fernsehen	19	20	20	21	20	20	20	20	20	20	20	20	21
Tageszeitungen	28	28	28	26	25	23	23	23	22	22	21	20	19
Werbung per Post	15	15	15	15	17	17	17	17	16	16	16	17	16
Anzeigenblätter	8	8	8	8	8	9	9	10	10	10	10	11	11
Publikumszeitschriften	9	9	10	10	10	10	9	9	9	9	8	8	8
Verzeichnis-Medien	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Fachzeitschriften	6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
Online-Angebote	-	-	-	1	1	1	1	2	2	3	4	4	5
Außenwerbung	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Hörfunk	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Wochen/Sonntagszeitungen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Filmtheater	1	1	1	1	1	1	1	<1	1	1	<1	<1	<1
Zeitungssupplements	-	-	-	-	-	-	-	<1	<1	<1	<1	<1	<1

Quelle: ZAW