

Aussenwerbung gewinnt kontinuierlich hinzu

Entwicklung der Marktanteile 2000 - 2014; Basis: Bruttowerbeaufwendungen

	2000	2005	2010	2014
Mediengruppe	in %	in %	in %	in %
Fernsehen	43,7	42,1	43,6	44,7
Print	48,1	48,6	37,3	32,0
Internet	n.e.	n.e.	9,4	11,5
Radio	5,7	6,1	5,5	5,9
Out of Home	2,6	3,2	3,9	5,5
Kino	n.e.	n.e.	0,3	0,4

Quelle: FAW / Nielsen, Februar 2015