

Nettoumsätze der OOH-Medien 2015 / 2014

Basis: Nettowerbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger

	Umsatz 2015	Umsatz 2014	Veränderung	Anteil an OOH gesamt
Mediengruppe	in Mio. €	in Mio. €	in %	in %
Out of Home Gesamt	1.005,4	926,3	8,5	100,0
City-Light-Poster	261,9	234,0	11,9	26,0
Großflächen (inkl. Superposter)	236,3	217,5	8,6	23,5
City-Light-Boards / Mega-Lights	99,8	93,9	6,3	9,9
Ganzsäulen	29,6	28,6	3,3	2,9
Allgemeinstellen	25,0	26,1	-4,5	2,5
Plakat gesamt	652,6	600,1	8,7	64,9
Medien an Flughäfen (inkl. DOOH)	90,0	86,0	4,7	8,9
Digital Out of Home	84,3	76,3	10,4	8,4
Ambient, Dauerwerbung, Klein- und Spezialstellen	80,1	72,5	10,4	8,0
Verkehrsmedien	61,6	57,0	8,2	6,1
Riesenposter	36,9	34,4	7,2	3,7