

# Nettoumsätze der OOH-Medien 2018 / 2017

Basis: Nettowerbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger

	Umsatz 2018	Umsatz 2017	Veränderung	Anteil an OOH gesamt
Mediengruppe	in Mio. €	in Mio. €	in %	in %
<b>Out of Home Gesamt</b>	<b>1.164,1</b>	<b>1.150,8</b>	<b>1,2</b>	<b>100,0</b>
City-Light-Poster	265,8	285,2	-6,8	22,8
Großflächen	238,1	246,7	-3,5	20,5
City-Light-Boards / Mega-Lights	16,0	117,7	-1,4	1,4
Ganzsäulen	26,0	28,5	-9,0	2,2
Allgemeinstellen	25,1	28,7	-12,9	2,2
<b>Plakat gesamt</b>	<b>571,0</b>	<b>706,9</b>	<b>-19,2</b>	<b>49,1</b>
Digital Out of Home*	186,5	164,3	13,5	16,0
Medien an Flughäfen	92,0	90,0	2,2	7,9
Ambient, Dauerwerbung, Klein- und Spezialstellen	118,8	82,7	43,6	10,2
Verkehrsmedien	65,6	65,2	0,7	5,6
Riesenposter	30,3	41,8	-27,5	2,6

\* erstmals inkl. der Nettoumsätze der Unternehmen,  
die im Digital Media Institut organisiert sind