

Nettoumsätze der OOH-Medien 2017 / 2016

Basis: Nettowerbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger

	Umsatz 2017	Umsatz 2016	Veränderung	Anteil an OOH gesamt
Mediengruppe	in Mio. €	in Mio. €	in %	in %
Out of Home Gesamt	1.150,8	1.033,0	11,4	100,0
City-Light-Poster	285,2	257,2	10,9	24,8
Großflächen	246,7	242,8	1,6	21,4
City-Light-Boards / Mega-Lights	117,7	107,9	9,0	10,2
Ganzsäulen	28,5	27,5	3,6	2,5
Allgemeinstellen	28,7	26,8	7,3	2,5
Plakat gesamt	706,9	662,2	8,7	61,4
Digital Out of Home*	164,3	96,2	70,7	14,3
Medien an Flughäfen	90,0	90,0	0,0	7,8
Ambient, Dauerwerbung, Klein- und Spezialstellten	82,7	84,2	-1,7	7,2
Verkehrsmedien	65,2	64,0	1,8	5,7
Riesenposter	41,8	36,4	14,7	3,6

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

Quelle: FAW / ZAW Jahrbuch 2018