

Stichprobe

Für Werbemaßnahmen in deutschen TV-Programmen und Publikumszeitschriften wurden in der Kalenderwoche 39 knapp 350 Millionen Euro investiert, was eine Reduzierung um 11,8 Prozent gegenüber der Vorjahreswoche bedeutet. Das Fernsehen hatte ein Plus von 16,4 Prozent auf 180 Millionen Euro zu verzeichnen, die Zeitschriften ein Minus von 29,8 Prozent. Das Marktforschungsunternehmen Nielsen Media Research hat auch die drei aktuell größten Investoren ermittelt: T-Com (2,19 Millionen für Call+Surf Comfort) vor Saturn (2,18 Mio.) und Opel (1,94 Mio. für den verabscheuungswürdigen Corsa).

(ots/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/74780.stichprobe.html>