

**Tabel 5: Udvikling i annonceomsætningen fra 2000 til 2015 i % (faste 2015-priser)**

Udvikling i annonceomsætningen fra 2000 til 2015 i % (faste 2015-priser)	
Årlige publikationer	-94,3%
Dagblade	-71,9%
Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter	-57,9%
Lokale og regionale ugeaviser	-43,3%
Plakat og trafik/Outdoor	-8,7%
Tv	-7,9%
Radio	17,7%
Biograf	60,7%
Internet	1380,1%

Kilde: Reklameforbrugsundersøgelsen - Det danske reklamemarked, udarbejdet af Dansk Reklameforbrugsundersøgelse, Omregning til faste priser: Danmarks Statistik, Forbrugerprisindeks (Basisår: 2015), Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen