

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>Europa</b>	<b>13</b>
<b>Bevölkerung</b>	<b>13</b>
Länder	15
Fläche	16
Bevölkerung, 1990	17
Bevölkerungsdichte, 1990	18
Altersstruktur: Bevölkerung, 1990	19
Geschlecht, 1990	20
Altersstruktur: Männer, 1989	21
Altersstruktur: Frauen, 1989	22
Zahl der Haushalte, 1990	23
Haushaltsgröße, 1989	24
<b>Bevölkerungsentwicklung</b>	
Europäische Länder, 1990–2025	25
Europa, USA, Japan:	
Jährliche Wachstumsrate, 1990–2025	26
Welt, Industrie- und Entwicklungsländer:	
Jährliche Wachstumsrate, 1990–2025	27
Anteil 65 Jahre und älter, 1991–2020	28
<b>Soziale Indikatoren</b>	
Geburtenüberschuß 1950, 1990	29
Lebenserwartung, 1989	30
Eheschließungen 1960, 1990	31
Ehescheidungen 1960, 1989	32
Scheidungsquote 1960, 1989	33
Jahresurlaub, 1991	34
Pkw-Dichte, 1990	35
<b>Kulturelle Unterschiede</b>	
Fremdsprachenkenntnisse, 1991	36
Hauptreligionen, 1990	45

<b>Foreword</b>	<b>9</b>
<b>Europe</b>	<b>13</b>
<b>Population</b>	<b>13</b>
Countries	15
Area	16
Population, 1990	17
Population density, 1990	18
Age structure: Population, 1990	19
Sex, 1990	20
Age structure: Men, 1989	21
Age structure: Women, 1989	22
Number of households, 1990	23
Size of households, 1989	24
<b>Population development</b>	
European countries, 1990–2025	25
Europe, USA, Japan:	
Annual growth rate, 1990–2025	26
World, industrial and developing countries:	
Annual growth rate, 1990–2025	27
Share 65 years and older, 1991–2020	28
<b>Social indicators</b>	
Surplus of births 1950, 1990	29
Life expectancy, 1989	30
Marriages 1960, 1990	31
Divorces 1960, 1989	32
Divorce rate 1960, 1989	33
Annual holidays, 1991	34
Car density, 1990	35
<b>Cultural differences</b>	
Knowledge of foreign languages, 1991	36
Major religions, 1990	45

<b>Avant-propos</b>	<b>9</b>
<b>Europe</b>	<b>13</b>
<b>Population</b>	<b>13</b>
Pays	15
Superficie	16
Population, 1990	17
Densité démographique, 1990	18
Groupes d'âge: Population, 1990	19
Sexe, 1990	20
Groupes d'âge: Hommes, 1989	21
Groupes d'âge: Femmes, 1989	22
Nombre de ménages, 1990	23
Taille des ménages, 1989	24
<b>Evolution démographique</b>	
Pays européens, 1990–2025	25
Europe, Etats-Unis, Japon:	
Taux annuel de croissance, 1990–2025	26
Monde, pays industrialisés, pays en voie de développement:	
Taux annuel de croissance, 1990–2025	27
65 ans et plus, 1991-2020	28
<b>Indicateurs sociaux</b>	
Excédent des naissances 1950, 1990	29
Espérance de vie, 1989	30
Mariages 1960, 1990	31
Divorces 1960, 1989	32
Taux de divorce 1960, 1989	33
Congés annuels, 1991	34
Densité du parc automobile, 1990	35
<b>Différences culturelles</b>	
Connaissance de langues étrangères, 1991	36
Principales religions, 1990	45

<b>Wirtschaft</b>	<b>47</b>
<b>Bruttosozialprodukt</b>	
Gesamt und pro Kopf, 1990	49
Jährliche Wachstumsrate, 1985–1991	50
<b>Bruttoinlandsprodukt</b>	
Verwendung, 1990	51
<b>Import/Export</b>	
Volumen, 1990	52
Anteile am BSP, 1990	53
Jährliche Wachstumsrate, 1985–1991	54
<b>Staatsverschuldung/- überschüsse</b>	
Gesamt und pro Kopf, 1990	55
Jährliche Wachstumsrate, 1985–1991	56
<b>Privater Konsum</b>	
Anteil am BSP, 1990	57
Jährliche Wachstumsrate, 1985–1991	58
<b>Erwerbstätigkeit</b>	
Wirtschaftssektoren, 1990	59
Erwerbsquote, Arbeitslosenquote, 1990	60
Ausländische Erwerbstätige, 1990	61
Ausländeranteile, 1990	62
<b>Einkommen</b>	
Jahresarbeitszeit	
der Industriearbeiter, 1992	68
Bruttostundenverdienst	
der Gewerbearbeiter, Lohnindex 1990	69
Arbeitskosten pro Arbeiterstunde	
in der Industrie, 1992	70
Lebenshaltungskosten, Preisindex 1991	71

<b>Economy</b>	<b>47</b>
<b>Gross National Product</b>	
Total and per capita, 1990	49
Annual growth rate, 1985–1991	50
<b>Gross Domestic Product</b>	
Use, 1990	51
<b>Imports/Exports</b>	
Volume, 1990	52
Shares of GNP, 1990	53
Annual growth rate, 1985–1991	54
<b>Government deficit/surplus</b>	
Total and per capita, 1990	55
Annual growth rate, 1985–1991	56
<b>Private Consumption</b>	
Share of GNP, 1990	57
Annual growth rate, 1985–1991	58
<b>Gainful employment</b>	
Sectors of economy, 1990	59
Employment rate, unemployment rate, 1990	60
Gainfully employed foreigners, 1990	61
Foreign population, 1990	62
<b>Income</b>	
Annual working hours	
of industrial workers, 1992	68
Gross hourly wages	
of factory workers, wage index 1990	69
Labour costs per worker's hour	
in industry, 1992	70
Cost of living, Price index 1991 1	71

## **Economie** **47**

### **Produit national brut**

Global et par habitant, 1990	49
Taux annuel de croissance, 1985–1991	50

### **Produit intérieur brut**

Utilisation, 1990	51
-------------------	----

### **Importations/Exportations**

Volume, 1990	52
En % du PNB, 1990	53
Taux annuel de croissance, 1985–1991	54

### **Déficit ou excédent budgétaire**

Global et par habitant, 1990	55
Taux annuel de croissance, 1985–1991	56

### **Consommation des ménages**

En % du PNB, 1990	57
Taux annuel de croissance, 1985–1991	58

### **Population active**

Par secteur économique, 1990	59
Taux d'activité, taux de chômage, 1990	60
Etrangers actifs, 1990	61
Population étrangère, 1990	62

### **Revenu**

Durée annuelle du travail des ouvriers de l'industrie, 1992	68
Salaire horaire brut dans l'industrie, Indice de salaires 1990	69
Charges salariales par heure de travail dans l'industrie, 1992	70
Coût de la vie, Indice des prix 1991	71

<b>Medien</b>	<b>73</b>
<b>Besitz</b>	
TV-Geräte: Besitz, 1991	75
TV-Zusatzausrüstung: Besitz, 1991	76
<b>Werbeaufwand</b>	
Gesamt, 1991	77
Zeitungen, Zeitschriften, TV:	
Marktanteile, 1991	78
Mediagattungen: Marktanteile, 1991	79
Zeitungen, Zeitschriften, TV:	
Marktanteile, Index 1991	80
Werbeinvestitionen, Bruttosozialprodukt:	
Jährliche Wachstumsrate, 1985–1991	81
<b>Umfang des Medienangebots</b>	
Anzahl der Zeitungen, Zeitschriften, 1991	82
Anzahl der TV-Sender,	
Hörfunksender, 1991	83
Anzahl der Kinos und Screens, 1991	84
<b>Reichweite</b>	
Zeitungen, Zeitschriften, TV, 1991	85
<b>TV-Nutzung</b>	
Durchschnittliche	
Sehdauer pro Tag, 1990	86
<b>TOP-Titel in Westeuropa</b>	
TOP 30 Zeitungstitel: Auflage, 1991	87
TOP 40 Zeitschriftentitel: Auflage, 1991	88
<b>Nationale Titel</b>	
Zeitungen, Zeitschriften:	
Auflage, Reichweite, 1991	89
<b>Media-Untersuchungen in Europa</b>	<b>111</b>

<b>Media</b>	<b>73</b>
<b>Ownership</b>	
TV sets: Ownership, 1991	75
Additional TV equipment: Ownership, 1991	76
<b>Advertising expenditure</b>	
Total, 1991	77
Newspapers, magazines, TV:	
Market shares, 1991	78
Media classes: Market shares, 1991	79
Newspapers, magazines, TV:	
Market shares, Index 1991	80
Advertising investment, Gross National Product:	
Annual growth rate, 1985–1991	81
<b>Volume of media</b>	
Number of newspapers, magazines, 1991	82
Number of TV channels, radio stations, 1991	83
Number of cinemas and screens, 1991	84
<b>Coverage</b>	
Newspapers, magazines, TV, 1991	85
<b>TV: Use</b>	
Average daily viewing hours, 1990	86
<b>TOP titles in Western Europe</b>	
TOP 30 newspaper titles: Circulation, 1991	87
TOP 40 magazine titles: Circulation, 1991	88
<b>National titles</b>	
Newspapers, magazines: Circulation, coverage, 1991	89
<b>Media research surveys in Europe</b>	<b>111</b>



<b>Médias</b>	<b>73</b>
<b>Possession</b>	
Téléviseurs: Taux d'équipement, 1991	75
Périphériques télé: Taux d'équipement, 1991	76
<b>Investissement publicitaire</b>	
Ensemble, 1991	77
Quotidiens, magazines, télé:	
Répartition par média, 1991	78
Grands médias: Répartition, 1991	79
Quotidiens, magazines, télé:	
Répartition, Indice 1991	80
Investissement publicitaire, Produit national brut:	
Taux annuel de croissance, 1985–1991	81
<b>Volume des publicitaires/médias</b>	
Nombre de quotidiens et de magazines, 1991	82
Nombre de chaînes télé	
et de stations radio, 1991	83
Cinéma: nombre de salles et d'écrans, 1991	84
<b>Pénétration</b>	
Quotidiens, magazines, télé, 1991	85
<b>Télé: Utilisation</b>	
Durée moyenne	
d'utilisation quotidienne, 1990	86
<b>TOP titres en Europe de l'Ouest</b>	
TOP 30 titres de journaux: Diffusion 1991	87
TOP 40 titres de magazines: Diffusion, 1991	88
<b>Titres nationales</b>	
Journaux, magazines:	
Diffusion, pénétration, 1991	89
<b>Etudes de médias en Europe</b>	<b>111</b>

<b>Deutschland</b>	117
<b>Medien</b>	<b>117</b>
<b>Werbeaufwand</b>	
Mediagattungen, 1980–1992	119
<b>Reichweite</b>	
Mediagattungen, 1985–1992	120
<b>Tageszeitungen</b>	
Auflage, Reichweite, 1985–1992	121
<b>Zeitschriften</b>	
Auflage, Reichweite, 1985–1992	122
<b>Zeitungen/Zeitschriften</b>	
Verkaufte Auflage, Reichweite, 1993	123
<b>Wirtschaftspresse</b>	
Verkaufte Auflage, 1985–1992	124
<b>TV</b>	
Durchschnittliche Sehdauer pro Tag, 1985–1992	125
Marktanteile der TV-Sender, 1991	126
Einstellungen der Deutschen zu ausländischen Produkten	127
<b>Made in Denmark</b>	
Markenbekanntheit: Spirituosen, Bier	129
<b>Made in France</b>	
Einstellungen zur Damenmode	130
Einstellungen zur Herrenmode	131
Einstellungen zu Duftwässern	132
Einstellungen zu Pkw	133
Markenbekanntheit: Champagner	134
Markenbekanntheit: Mineralwasser	135
Markenbekanntheit: Spirituosen	136

<b>Germany</b>	<b>117</b>
<b>Media</b>	<b>117</b>
<b>Advertising expenditure</b>	
Media classes, 1980–1992	119
<b>Coverage</b>	
Media classes, 1985–1992	120
<b>Daily newspapers</b>	
Circulation, coverage, 1985–1992	121
<b>Magazines</b>	
Circulation, coverage, 1985–1992	122
<b>Newspapers/magazines</b>	
Net paid circulation, coverage, 1993	123
<b>Business press</b>	
Net paid circulation, 1985–1992	124
<b>TV</b>	
Average daily viewing hours, 1985–1992	125
Market shares of TV channels, 1991	126
<b>Attitudes of the Germans to foreign products</b>	<b>127</b>
<b>Made in Denmark</b>	
Awareness of brands: Spirits, beer	129
<b>Made in France</b>	
Attitudes to women's fashion	130
Attitudes to men's fashion	131
Attitudes to fragrances	132
Attitudes to cars	133
Awareness of brands: Champagne	134
Awareness of brands: Mineral water	135
Awareness of brands: Spirits	136

<b>Allemagne</b>	<b>117</b>
<b>Médias</b>	<b>117</b>
<b>Investissement publicitaire</b>	
Grands médias, 1980–1992	119
<b>Pénétration</b>	
Grands médias, 1985–1992	120
<b>Quotidiens</b>	
Diffusion, pénétration, 1985–1992	121
<b>Magazines</b>	
Diffusion, pénétration, 1985–1992	122
<b>Quotidiens/magazines</b>	
Diffusion payée, pénétration, 1993	123
<b>Presse économique</b>	
Diffusion payée, 1985–1992	124
<b>Télé</b>	
Durée moyenne d'utilisation quotidienne, 1985–1992	125
Chaînes de télévision: Répartition, 1991	126
<b>Attitudes des Allemands envers les produits étrangers</b>	<b>127</b>
<b>Made in Denmark</b>	
Notoriété des marques: Spiritueux, bière	129
<b>Made in France</b>	
Attitudes envers la mode féminine	130
Attitudes envers la mode masculine	131
Attitudes envers parfums et eaux de toilette	132
Attitudes envers les automobiles	133
Notoriété des marques: Champagne	134
Notoriété des marques: Eaux minérales	135
Notoriété des marques: Spiritueux	136

### **Made in Great Britain**

Einstellungen zur Damenmode	137
Einstellungen zur Herrenmode	138
Einstellungen zu Pkw	139
Markenbekanntheit: Gin	140
Markenbekanntheit: Spirituosen	141

### **Made in Italy**

Einstellungen zur Damenmode	142
Einstellungen zur Herrenmode	143
Einstellungen zu Sportkleidung	144
Einstellungen zu Schuhen	145
Einstellungen zu Lederwaren/Reisegepäck	146
Einstellungen zu Pkw	147
Markenbekanntheit: Spirituosen	148

### **Made in Ireland**

Markenbekanntheit: Spirituosen, Bier	149
--------------------------------------	-----

### **Made in Japan**

Einstellungen zu Armbanduhren	150
Einstellungen zu Pkw	151

### **Made in Korea**

Einstellungen zu Pkw	152
----------------------	-----

### **Made in Spain**

Markenbekanntheit: Spirituosen, Sekt	153
--------------------------------------	-----

### **Made in Sweden**

Einstellungen zu Pkw	154
----------------------	-----

### **Made in Switzerland**

Einstellungen zu Armbanduhren	155
-------------------------------	-----

### **Made in USA**

Einstellungen zu Sportkleidung	156
Einstellungen zu Sportartikeln	157
Einstellungen zu Pkw	158
Markenbekanntheit: Spirituosen	159

---

<b>Made in Great Britain</b>	
Attitudes to women's fashion	137
Attitudes to men's fashion	138
Attitudes to cars	139
Awareness of brands: Gin	140
Awareness of brands: Spirits	141
<b>Made in Italy</b>	
Attitudes to women's fashion	142
Attitudes to men's fashion	143
Attitudes to sports clothes	144
Attitudes to shoes	145
Attitudes to leather goods/luggage	146
Attitudes to cars	147
Awareness of brands: Spirits	148
<b>Made in Ireland</b>	
Awareness of brands: Spirits, Beer	149
<b>Made in Japan</b>	
Attitudes to wristwatches	150
Attitudes to cars	151
<b>Made in Korea</b>	
Attitudes to cars	152
<b>Made in Spain</b>	
Awareness of brands: Spirits, sparkling wine	153
<b>Made in Sweden</b>	
Attitudes to cars	154
<b>Made in Switzerland</b>	
Attitudes to wristwatches	155
<b>Made in USA</b>	
Attitudes to sports clothes	156
Attitudes to sports articles	157
Attitudes to cars	158
Awareness of brands: Spirits	159

## **Made in Great Britain**

Attitudes envers la mode féminine	137
Attitudes envers la mode masculine	138
Attitudes envers les automobiles	139
Notoriété des marques: Gin	140
Notoriété des marques: Spiritueux	141

## **Made in Italy**

Attitudes envers la mode féminine	142
Attitudes envers la mode masculine	143
Attitudes envers les vêtements de sport	144
Attitudes envers les chaussures	145
Attitudes envers maroquinerie et bagages	146
Attitudes envers les automobiles	147
Notoriété des marques: Spiritueux	148

## **Made in Ireland**

Notoriété des marques: Spiritueux, bière	149
--	-----

## **Made in Japan**

Attitudes envers les montres-bracelets	150
Attitudes envers les automobiles	151

## **Made in Korea**

Attitudes envers les automobiles	152
----------------------------------	-----

## **Made in Spain**

Notoriété des marques: Spiritueux, mousseux	153
---	-----

## **Made in Sweden**

Attitudes envers les automobiles	154
----------------------------------	-----

## **Made in Switzerland**

Attitudes envers les montres-bracelets	155
--	-----

## **Made in USA**

Attitudes envers les vêtements de sport	156
Attitudes envers les articles de sport	157
Attitudes envers les automobiles	158
Notoriété des marques: Spiritueux	159