

	Seite
<b>Rundfunk: Programmangebot und Empfangssituation</b>	
TV-Haushalte nach Empfangsebenen in Deutschland 2013	4
Empfangspotenzial der deutschen Fernsehsender 2013	4
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Erträge/Leistungen</b>	
Angemeldete Hörfunk- und Fernsehgeräte	6
Rundfunkgebühren/Rundfunkbeitrag	6
Rundfunkgebührenerträge	7
Werbefunkumsätze der ARD-Werbung	7
Werbefernsehumsätze von ARD und ZDF	7
Programmleistung der ARD 2012: Erstes Fernsehprogramm	8
Programmleistung von ARD und ZDF für KiKA und Phoenix 2012	8
Programmleistung von ARD und ZDF für Arte 2012	9
Programmleistung des ZDF 2012	9
Programmleistung von 3sat 2012	10
Programmleistung von Deutschlandradio 2012	10
Programmleistung der Deutschen Welle 2012	11
Programmleistung der ARD 2012: Hörfunk	11
<b>Privater Rundfunk: Erträge/Leistungen</b>	
Werbeumsätze privater Hörfunkanbieter	12
Bruttowerbeumsätze privater Fernsehanbieter	12
Programmleistung von RTL 2012	13
Programmleistung von ProSieben 2012	14
Programmleistung von Sat.1 2012	14
Programmleistung von VOX 2012	14
Programmleistung von Super RTL 2012	15
Programmleistung von RTL II 2012	15
Programmleistung von kabel eins 2012	16
Programmleistung von Sport1 2012	16
<b>Programmprofile im dualen Rundfunksystem</b>	
Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2010 bis 2012	17
Programmstruktur 2012: Sparten und Formen von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben	19
Themenstruktur der wichtigsten Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1	22
Themenkategorien und ausgewählte Sachgebiete 2012 in den wichtigsten Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1	24
<b>Medienkonzerne: Beteiligungen</b>	
Beteiligungsverhältnisse im privaten Fernsehen 2013	27
RTL Group: Fernsehbeteiligungen 2013	28
RTL Group: Hörfunk- und Internetbeteiligungen 2013	29
RTL Group: Beteiligungen an Produktionsfirmen 2013	30
Bertelsmann-Konzern: Beteiligungen an Printmedien im deutschsprachigen Raum 2013	31
Bertelsmann-Konzern: Printbeteiligungen im Ausland 2013	32
ProSiebenSat.1 Media AG: Medienbeteiligungen 2013	33
ProSiebenSat.1 Media AG: Beteiligungen im Ausland 2013	34
Burda-Konzern: Beteiligungen an Printmedien und Internetfirmen 2013	35
Burda-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2013	36

---

<i>Fortsetzung</i>	Seite
Springer-Konzern: Beteiligungen an Printmedien 2013	37
Springer-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2013	38
Springer-Konzern: Internetbeteiligungen 2013	39
WAZ-Konzern: Beteiligungen an Printmedien in Deutschland 2013	40
WAZ-Konzern: Rundfunk- und Internetbeteiligungen 2013	41
WAZ-Konzern: Beteiligungen im Ausland 2013	42
Bauer Media: Beteiligungen an Printmedien und Internetfirmen in Deutschland 2013	43
Bauer Media: Rundfunkbeteiligungen 2013	44
Bauer Media: Beteiligungen an Printmedien im Ausland 2013	45
<hr/>	
<b>Presse</b>	
Pressewesen: Titelzahl und Auflagen von Zeitungen und Zeitschriften	46
Tagespresse: Statistik im Überblick	46
Tagespresse: Publizistische Einheiten nach Ländern	47
Tagespresse: Publizistische Einheiten, Ausgaben u. Auflagen nach Vertriebsformen	47
Tagespresse: Umsätze regionaler Abonnementzeitungen	48
Tagespresse: Durchschnittliche Bezugspreise	48
Tagespresse: Die zehn größten Verlagsgruppen 2012	49
Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes	53
Anzeigenblätter: Marktstruktur 2013	54
Anzeigenblätter: Netto-Anzeigenumsatz	54
Publikumspresse: Konsolidierte Marktanteile der fünf bzw. vier größten Verlage/Konzerne	55
Publikumspresse: IWW-Titelzahl der fünf größten Verlage/Konzerne	56
Publikumspresse: Auflagenentwicklung der fünf größten Verlage/Konzerne	56
Publikumspresse: Entwicklung der IWW-Titelzahlen	57
<hr/>	
<b>Buch</b>	
Buchtitelproduktion	58
Titelproduktion 2012 nach Sachgebieten	58
<hr/>	
<b>Kino/Film und Video/DVD</b>	
Filmtheater: Anzahl und Sitzplätze	59
Filmtheater: Besucher und Einnahmenentwicklung	59
Multiplexe: Leinwände, Besucher und Einnahmenentwicklung	59
Film: Verleihumsatz nach Herstellungsländern	60
Neue Spielfilme nach Herstellungsländern	60
Erstaufgeführte Filme nach Genres	61
Videomarkt: Umsätze	61
Kino- und Videomarkt im Vergleich: Umsätze	61
<hr/>	
<b>Theater</b>	
Theaterstatistik 2012	62
<hr/>	
<b>Unterhaltungselektronik, Musikmedien</b>	
Absatz und Umsatz physischer und digitaler Musikmedien	63
Umsatz des physischen und des digitalen Tonträgermarktes	64
Unterhaltungselektronik: Geräteausstattung	64
Unterhaltungselektronik: Gerätebesitz Jugendlicher 2013	65

---

<i>Fortsetzung</i>	<i>Seite</i>
<b>Mediennutzung</b>	
Bindung an die tagesaktuellen Medien	66
Reichweite und Nutzungsdauer der tagesaktuellen Medien	66
Entwicklung der Mediennutzung	66
Zeitaufwand für allgemeine Tätigkeiten und Nutzung tagesaktueller Medien in und außerhalb der Freizeit	67
Direktvergleich: Nutzungsmotivation tagesaktuelle Medien	67
Direktvergleich: Images der tagesaktuellen Medien	68
Direktvergleich: Images öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme	68
Direktvergleich: Nutzungsmotivation öffentlich-rechtliche und private Fernsehprogramme	69
Direktvergleich: Leistungen öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme 2010	69
Zeitbudget für audiovisuelle Medien	70
<b>Fernsehen</b>	
Fernsehnutzung im Überblick	71
Spartenangebot und -nutzung im deutschen Fernsehen	72
Spartennutzung nach Zielgruppen 2012	72
Sehdauer pro Tag in Deutschland West und Ost	73
Unentbehrlichkeit, Beliebtheit und Qualitätsbewertung der Fernsehsender	73
Zuschauer und Marktanteile der Fernsehnachrichten	74
Fernsehnutzung und Marktanteile nach Programmen pro Tag	75
Teletext: Nutzungsverhalten	76
<b>Hörfunk</b>	
Hörfunknutzung der ARD-Programme 2013	77
Hörfunknutzung der privaten Programme 2013	78
Radio hören und Tätigkeiten nach soziodemografischen Gruppen 2013	79
Hörfunknutzung nach Soziodemografie	79
<b>Presse</b>	
Pressenutzung: Leser pro Ausgabe 2013	81
<b>Internet</b>	
Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland	82
Onlinenutzer: Soziodemografische Struktur	82
Onlineanwendungen im Zeitvergleich	83
Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung	83
Abruf von Video- und Audiodateien	84
Nutzung von Communitys 2008 bis 2013	84
Nutzung von zeitversetzten Fernsehsendungen	85
Offliner: Soziodemografische Struktur	85
<b>Werbung</b>	
Anteile der Above-the-line-Medien an der Werbung	86
Werbeumsätze der Medien	86
Entwicklung des Werbeträgers Fernsehen	87
Gesamtwerbeinvestitionen	87
<b>Allgemeine Daten</b>	
Bevölkerungsdaten 2013	88