

	Seite
Rundfunk: Programmangebot und Empfangssituation	
TV-Haushalte nach Empfangsebenen in Deutschland 2014	4
Empfangspotenzial der deutschen Fernsehsender 2014	4
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Erträge/Leistungen	
Rundfunkgebühren/Rundfunkbeitrag	6
Erträge aus der Rundfunkgebühr bzw. dem Rundfunkbeitrag	7
Werbefunkumsätze der ARD-Werbung	7
Werbefernsehumsätze von ARD und ZDF	7
Programmleistung der ARD 2013: Erstes Fernsehprogramm	8
Programmleistung von ARD und ZDF für KiKA und Phoenix 2013	8
Programmleistung von ARD und ZDF für Arte 2013	9
Programmleistung des ZDF 2013	9
Programmleistung von 3sat 2013	10
Programmleistung von Deutschlandradio 2013	10
Programmleistung der Deutschen Welle 2013	11
Programmleistung der ARD 2013: Hörfunk	11
Privater Rundfunk: Erträge/Leistungen	
Werbeumsätze privater Hörfunkanbieter	12
Bruttowerbeumsätze privater Fernsehanbieter	12
Programmleistung von RTL 2013	13
Programmleistung von ProSieben 2013	14
Programmleistung von Sat.1 2013	14
Programmleistung von VOX 2013	14
Programmleistung von Super RTL 2013	15
Programmleistung von RTL II 2013	15
Programmleistung von kabel eins 2013	16
Programmleistung von Sport1 2013	16
Programmprofile im dualen Rundfunksystem	
Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013	17
Programmstruktur 2013: 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 2013 in den wichtigsten Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1	24
Medienkonzerne: Beteiligungen	
Beteiligungsverhältnisse im privaten Fernsehen 2014	27
RTL Group: Fernsehbeteiligungen 2014	28
RTL Group: Hörfunk- und Internetbeteiligungen 2014	29
RTL Group: Beteiligungen an Produktionsfirmen 2014	30
Bertelsmann-Konzern: Beteiligungen an Printmedien im deutschsprachigen Raum 2014	31
Bertelsmann-Konzern: Printbeteiligungen im Ausland 2014	32
ProSiebenSat.1 Media AG: Medienbeteiligungen 2014	33
ProSiebenSat.1 Media AG: Beteiligungen im Ausland 2014	34
Burda-Konzern: Beteiligungen an Printmedien und Internetfirmen 2014	35
Burda-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2014	36

<i>Fortsetzung</i>	Seite
Springer-Konzern: Beteiligungen an Printmedien 2014	37
Springer-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2014	38
Springer-Konzern: Internetbeteiligungen 2014	39
Funke Mediengruppe (ehem. Verlagsgruppe WAZ): Beteiligungen an Printmedien in Deutschland 2014	40
Funke Mediengruppe (ehem. Verlagsgruppe WAZ): Rundfunk- und Internetbeteiligungen 2014	41
Funke Mediengruppe (ehem. Verlagsgruppe WAZ): Beteiligungen im Ausland 2014	42
Verlagsgesellschaft Madsack: Beteiligungen an Zeitungen 2014	43
Verlagsgesellschaft Madsack: Beteiligungen im privaten Hörfunk und Fernsehen 2014	44
Bauer Media: Beteiligungen an Printmedien und Internetfirmen in Deutschland 2014	45
Bauer Media: Rundfunkbeteiligungen 2014	46
Bauer Media: Beteiligungen an Printmedien im Ausland 2014	47

Presse	
Pressewesen: Titelzahl und Auflagen von Zeitungen und Zeitschriften	48
Tagespresse: Umsätze regionaler Abonnementzeitungen	48
Tagespresse: Durchschnittliche Bezugspreise	48
Tagespresse: Die zehn größten Verlagsgruppen 2014	49
Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes	53
Anzeigenblätter: Marktstruktur 2014	54
Anzeigenblätter: Netto-Anzeigenumsatz	54
Publikumspresse: Konsolidierte Marktanteile der fünf größten Verlage/Konzerne	55
Publikumspresse: IVW-Titelzahl der fünf größten Verlage/Konzerne	56
Publikumspresse: Auflagenentwicklung der fünf größten Verlage/Konzerne	56
Publikumspresse: Entwicklung der IVW-Titelzahlen	57

Buch	
Buchtitelproduktion	58
Titelproduktion 2013 nach Sachgebieten	58

Kino/Film und Video/DVD	
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

Theater	
Theaterstatistik 2013	62

Unterhaltungselektronik, Musikmedien	
Absatz und Umsatz physischer und digitaler Musikmedien	63
Umsatz des physischen und des digitalen Tonträgermarktes	64
Unterhaltungselektronik: Geräteausstattung	64
Unterhaltungselektronik: Gerätebesitz Jugendlicher 2014	65

<i>Fortsetzung</i>	<i>Seite</i>
Mediennutzung	
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
Fernsehen	
Fernsehnutzung im Überblick	71
Spartenangebot und -nutzung im deutschen Fernsehen	72
Spartennutzung nach Zielgruppen 2013	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
Hörfunk	
Hörfunknutzung 2014: ARD-Programme	77
Hörfunknutzung 2014: Private Programme	78
Radio hören und Tätigkeiten nach soziodemografischen Gruppen 2014	79
Hörfunknutzung nach Soziodemografie	79
Presse	
Pressenutzung: Leser pro Ausgabe 2014	81
Internet	
Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland	82
Onlinenutzer: Soziodemografische Struktur	82
Onlineanwendungen im Zeitvergleich	83
Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung	83
Häufigkeit und Dauer der Onlinenutzung nach Art des Internetzugangs 2014	84
Abruf von Video- und Audiodateien	84
Internetnutzung unterwegs	85
Offliner: Soziodemografische Struktur	85
Werbung	
Anteile der Above-the-line-Medien an der Werbung	86
Werbeumsätze der Medien	86
Die 20 wichtigsten werbungstreibenden Branchen 2013	87
Bruttoinlandsprodukt und Werbeinvestitionen	87
Allgemeine Daten	
Bevölkerungsdaten 2014	88