

Rundfunk: Programmangebot und Empfangssituation

TV-Haushalte nach Empfangsebenen in Deutschland 2011	4
Empfangspotenzial der deutschen Fernsehsender 2011	4

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Erträge/Leistungen

Angemeldete Hörfunk- und Fernsehgeräte	6
Rundfunkgebühren	6
Rundfunkgebührenerträge	7
Werbefunkumsätze der ARD-Werbung	7
Werbefernsehumsätze von ARD und ZDF	7
Programmleistung der ARD 2010: Erstes Fernsehprogramm	8
Programmleistung von ARD und ZDF für KIKA und Phoenix 2010	8
Programmleistung von ARD und ZDF für Arte 2010	9
Programmleistung des ZDF 2010	9
Programmleistung von 3sat 2010	10
Programmleistung von Deutschlandradio 2010	10
Programmleistung der Deutschen Welle 2010	11
Programmleistung der ARD 2010: Hörfunk	11

Privater Rundfunk: Erträge/Leistungen

Werbeumsätze privater Hörfunkanbieter	12
Bruttowerbeumsätze privater Fernsehanbieter	12
Programmleistung von RTL 2010	13
Programmleistung von ProSieben 2010	14
Programmleistung von Sat.1 2010	14
Programmleistung von Super RTL 2010	15
Programmleistung von VOX 2010	15
Programmleistung von RTL II 2010	16
Programmleistung von Tele 5 2010	16
Programmleistung von kabel eins 2010	17
Programmleistung von Sport1 2010	17

Programmprofile im dualen Rundfunksystem

Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben	18
Programmstruktur 2010: Sparten und Formen von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben	20
Themenstruktur der wichtigsten Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1	23
Themenkategorien und ausgewählte Sachgebiete 2010 in den wichtigsten Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1	25

Medienkonzerne: Beteiligungen

Beteiligungsverhältnisse im privaten Fernsehen 2011	28
RTL Group: Fernsehbeteiligungen 2011	29
RTL Group: Hörfunkbeteiligungen 2011	30
RTL Group: Beteiligungen an Produktions- und Internetfirmen 2011	31
Bertelsmann-Konzern: Beteiligungen an Printmedien im deutschsprachigen Raum 2011	32
Bertelsmann-Konzern: Printbeteiligungen im Ausland 2011	33
ProSiebenSat.1 Media AG: Medienbeteiligungen 2011	34
ProSiebenSat.1 Media AG: Beteiligungen im Ausland 2011	35
Burda-Konzern: Beteiligungen an Printmedien und Internetfirmen 2011	36
Burda-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2011	37

<i>Fortsetzung</i>	Seite
Springer-Konzern: Beteiligungen an Printmedien 2011	38
Springer-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2011	39
Springer-Konzern: Internetbeteiligungen 2011	40
Holtzbrinck-Konzern: Medienbeteiligungen 2011	41
Dieter von Holtzbrinck: Medienbeteiligungen 2011	41
WAZ-Konzern: Printmedien-Beteiligungen im deutschsprachigen Raum 2011	42
WAZ-Konzern: Rundfunk- und Internetbeteiligungen 2011	43
WAZ-Konzern: Beteiligungen im Ausland 2011	44
Bauer Media: Beteiligungen an Zeitungen und Zeitschriften 2011	45
Bauer Media: Rundfunkbeteiligungen 2011	46
Presse	
Pressewesen: Titelzahl und Auflagen von Zeitungen und Zeitschriften	47
Tagespresse: Statistik im Überblick	47
Tagespresse: Publizistische Einheiten nach Ländern	48
Tagespresse: Publizistische Einheiten, Ausgaben u. Auflagen nach Vertriebsformen	48
Tagespresse: Umsätze regionaler Abonnementzeitungen	49
Tagespresse: Durchschnittliche Bezugspreise	49
Tagespresse: Die zehn größten Verlagsgruppen 2010	50
Konzentrationsgrad des Tageszeitungsmarktes	54
Anzeigenblätter: Marktstruktur 2011	55
Anzeigenblätter: Netto-Anzeigenumsatz	55
Publikumspresse: Konsolidierte Marktanteile der fünf bzw. vier größten Verlage/Konzerne	56
Publikumspresse: IVW-Titelzahl der fünf größten Verlage/Konzerne	57
Publikumspresse: Auflagenentwicklung der fünf größten Verlage/Konzerne	57
Publikumspresse: Entwicklung der IVW-Titelzahlen	58
Buch	
Buchtitelproduktion	59
Titelproduktion 2010 nach Sachgebieten	59
Kino/Film und Video/DVD	
Filmtheater: Anzahl und Sitzplätze	60
Filmtheater: Besucher und Einnahmenentwicklung	60
Multiplexe: Leinwände, Besucher und Einnahmenentwicklung	60
Film: Verleihumsatz nach Herstellungsländern	61
Neue Spielfilme nach Herstellungsländern	61
Erstaufgeführte Filme nach Genres	62
Videomarkt: Umsätze	62
Kino- und Videomarkt im Vergleich: Umsätze	62
Theater	
Theaterstatistik 2010	63
Unterhaltungselektronik, Tonträger	
Absatz und Umsatz physischer und digitaler Musikmedien	64
Umsatzanteile des physischen und des digitalen Tonträgermarktes	65
Unterhaltungselektronik: Geräteausstattung	65
Unterhaltungselektronik: Gerätebesitz Jugendlicher 2011	66

<i>Fortsetzung</i>	Seite
Mediennutzung	
Bindung an die tagesaktuellen Medien	67
Reichweite und Nutzungsdauer der tagesaktuellen Medien	67
Entwicklung der Mediennutzung	67
Zeitaufwand für allgemeine Tätigkeiten und Nutzung tagesaktueller Medien in und außerhalb der Freizeit	68
Direktvergleich: Nutzungsmotivation tagesaktuelle Medien	68
Direktvergleich: Images der tagesaktuellen Medien	69
Direktvergleich: Images öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme	69
Direktvergleich: Nutzungsmotivation öffentlich-rechtliche und private Fernsehprogramme	70
Direktvergleich: Leistungen öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme 2010	70
Zeitbudget für audiovisuelle Medien	71
Fernsehen	
Fernsehnutzung im Überblick	72
Spartenangebot und -nutzung im deutschen Fernsehen	73
Spartennutzung nach Zielgruppen 2010	73
Sehdauer pro Tag in Deutschland West und Ost	74
Unentbehrlichkeit, Beliebtheit und Qualitätsbewertung der Fernsehsender	74
Zuschauer und Marktanteile der Fernsehnachrichten	75
Fernsehnutzung und Marktanteile nach Programmen pro Tag	76
Teletext: Nutzungsverhalten	77
Hörfunk	
Hörfunknutzung der ARD-Programme 2011	78
Hörfunknutzung der privaten Programme 2011	79
Radio hören und Tätigkeiten nach soziodemografischen Gruppen 2011	80
Hörfunknutzung nach Soziodemografie	80
Presse	
Pressennutzung: Leser pro Ausgabe 2011	82
Internet	
Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland	82
Onlinenutzer: Soziodemografische Struktur	83
Onlineanwendungen im Zeitvergleich	83
Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Hörfunk und Internet	84
Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung	84
Abruf von Video- und Audiodateien	84
Nutzung von zeitversetzten Fernsehsendungen	85
Offline: Soziodemografische Struktur	85
Werbung	
Anteile der Above-the-line-Medien an der Werbung	86
Werbeumsätze der Medien	86
Entwicklung des Werbeträgers Fernsehen	87
Gesamtwerbeinvestitionen	87
Allgemeine Daten	
Bevölkerungsdaten 2011	88