

Rundfunk: Programmangebot und Empfangssituation

| | |
|--|---|
| TV-Haushalte nach Empfangsebenen in Deutschland 2012 | 4 |
| Empfangspotenzial der deutschen Fernsehsender 2012 | 4 |

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Erträge/Leistungen

| | |
|--|----|
| Angemeldete Hörfunk- und Fernsehgeräte | 6 |
| Rundfunkgebühren/Rundfunkbeitrag | 6 |
| Rundfunkgebührenerträge | 7 |
| Werbefunkumsätze der ARD-Werbung | 7 |
| Werbefernsehumsätze von ARD und ZDF | 7 |
| Programmleistung der ARD 2011: Erstes Fernsehprogramm | 8 |
| Programmleistung von ARD und ZDF für KIKA und Phoenix 2011 | 8 |
| Programmleistung von ARD und ZDF für Arte 2011 | 9 |
| Programmleistung des ZDF 2011 | 9 |
| Programmleistung von 3sat 2011 | 10 |
| Programmleistung von Deutschlandradio 2011 | 10 |
| Programmleistung der Deutschen Welle 2011 | 11 |
| Programmleistung der ARD 2011: Hörfunk | 11 |

Privater Rundfunk: Erträge/Leistungen

| | |
|---|----|
| Werbeumsätze privater Hörfunkanbieter | 12 |
| Bruttowerbeumsätze privater Fernsehanbieter | 12 |
| Programmleistung von RTL 2011 | 13 |
| Programmleistung von ProSieben 2011 | 14 |
| Programmleistung von Sat.1 2011 | 14 |
| Programmleistung von VOX 2011 | 14 |
| Programmleistung von Super RTL 2011 | 15 |
| Programmleistung von RTL II 2011 | 15 |
| Programmleistung von kabel eins 2011 | 16 |
| Programmleistung von Sport1 2011 | 16 |

Programmprofile im dualen Rundfunksystem

| | |
|---|----|
| Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben | 17 |
| Programmstruktur 2011: 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 2011 in den wichtigsten Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 | 24 |

Medienkonzerne: Beteiligungen

| | |
|--|----|
| Beteiligungsverhältnisse im privaten Fernsehen 2012 | 27 |
| RTL Group: Fernsehbeteiligungen 2012 | 28 |
| RTL Group: Hörfunk- und Internetbeteiligungen 2012 | 29 |
| RTL Group: Beteiligungen an Produktionsfirmen 2012 | 30 |
| Bertelsmann-Konzern: Beteiligungen an Printmedien im deutschsprachigen Raum 2012 | 31 |
| Bertelsmann-Konzern: Printbeteiligungen im Ausland 2012 | 32 |
| ProSiebenSat.1 Media AG: Medienbeteiligungen 2012 | 33 |
| ProSiebenSat.1 Media AG: Beteiligungen im Ausland 2012 | 34 |
| Burda-Konzern: Beteiligungen an Printmedien und Internetfirmen 2012 | 35 |
| Burda-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2012 | 36 |

| <i>Fortsetzung</i> | Seite |
|---|-------|
| Springer-Konzern: Beteiligungen an Printmedien 2012 | 37 |
| Springer-Konzern: Rundfunkbeteiligungen 2012 | 38 |
| Springer-Konzern: Internetbeteiligungen 2012 | 39 |
| WAZ-Konzern: Printmedien-Beteiligungen im deutschsprachigen Raum 2012 | 40 |
| WAZ-Konzern: Rundfunk- und Internetbeteiligungen 2012 | 41 |
| WAZ-Konzern: Beteiligungen im Ausland 2012 | 42 |
| Bauer Media: Medienbeteiligungen in Deutschland 2012 | 43 |
| Bauer Media: Rundfunkbeteiligungen 2012 | 44 |
| Bauer Media: Beteiligungen an Printmedien im Ausland 2012 | 45 |
| Presse | |
| 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 2012 | 54 |
| Anzeigenblätter: Netto-Anzeigenumsatz | 54 |
| Publikumspresse: Konsolidierte Marktanteile der fünf bzw. vier 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 2011 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 2011 | 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 2012 | 65 |

| <i>Fortsetzung</i> | Seite |
|---|-------|
| 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 2011 | 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 der ARD-Programme 2012 | 77 |
| Hörfunknutzung der privaten Programme 2012 | 78 |
| Radio hören und Tätigkeiten nach soziodemografischen Gruppen 2012 | 79 |
| Hörfunknutzung nach Soziodemografie | 79 |
| Presse | |
| Pressennutzung: Leser pro Ausgabe 2012 | 81 |
| Internet | |
| Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland | 82 |
| Onlinenutzer: Soziodemografische Struktur | 82 |
| Onlineanwendungen im Zeitvergleich | 83 |
| Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Hörfunk und Internet | 83 |
| 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 2012 | 88 |