

# Inhaltsverzeichnis

Seite

|          |  |    |
|----------|--|----|
| <b>1</b> | <b>Ziel und Aufbau der Studie</b>  | 13 |
| <b>2</b> | <b>Der Mediensektor in institutioneller Abgrenzung</b>   | 16 |
| 2.1      | Zur Definition eines Mediensektors   | 16 |
| 2.2      | Zuordnung von Wirtschaftszweigen zu einem institutionell abgegrenzten Mediensektor                 | 17 |
| 2.3      | Produktions- und Strukturkennziffern zur Bestimmung der gesamtwirtschaftlichen Position der Medien | 19 |
| 2.4      | Statistische Grundlagen  | 20 |
| <b>3</b> | <b>Die Entwicklung des Mediensektors seit 1982</b>   | 23 |
| 3.1      | <i>Entwicklung von Produktion und Beschäftigung</i>  | 24 |
| 3.1.1    | Gesamtentwicklung des Mediensektors  | 24 |
| 3.1.1.1  | Entwicklung in Westdeutschland 1982 bis 1990   | 24 |
| 3.1.1.2  | Veränderung von 1990 bis 1992  | 26 |
| 3.1.2    | Entwicklung von Druckmedienproduktion und -distribution  | 30 |
| 3.1.2.1  | Abgrenzung des Teilbereichs Druckmedien  | 30 |
| 3.1.2.2  | Entwicklung in Westdeutschland 1982 bis 1990   | 33 |
| 3.1.2.3  | Veränderung von 1990 bis 1992  | 42 |
| 3.1.3    | Entwicklung der elektronischen Medien  | 42 |
| 3.1.3.1  | Abgrenzung des Teilbereichs elektronische Medien   | 42 |
| 3.1.3.2  | Entwicklung in Westdeutschland 1982 bis 1990   | 43 |
| 3.1.3.3  | Veränderung von 1990 bis 1992  | 55 |
| 3.1.4    | Entwicklung der Unterhaltungselektronik  | 56 |
| 3.1.4.1  | Abgrenzung des Bereichs Unterhaltungselektronik  | 56 |
| 3.1.4.2  | Entwicklung in Westdeutschland von 1982 bis 1990   | 57 |
| 3.1.4.3  | Veränderung von 1990 bis 1992  | 61 |
| 3.1.5    | Produktion von Medienprodukten in den übrigen Sektoren der Volkswirtschaft                         | 61 |

|          |   |     |
|----------|---|-----|
| 3.2      | <i>Regionale Verteilung von Produktion und Beschäftigung</i>  | 63  |
| 3.2.1    | Schwerpunkte der Medienproduktion in den alten Bundesländern  | 63  |
| 3.2.2    | Medienproduktion in West- und Ostdeutschland im Jahr 1992   | 67  |
| 3.3      | <i>Außenwirtschaftliche Verflechtung des Mediensektors</i>  | 69  |
| 3.3.1    | Außenhandel mit Medienprodukten   | 69  |
| 3.3.2    | Export- und Importquoten des Mediensektors im Jahre 1988  | 75  |
| 3.4      | <i>Verflechtung mit anderen inländischen Sektoren im Jahr 1988</i>                                  | 76  |
| 3.5      | <i>Umweltaspekte der Medienproduktion</i>   | 80  |
| 3.6      | <i>Preisentwicklung</i>   | 82  |
| <b>4</b> | <b>Die Medien in funktionaler Abgrenzung</b>  | 86  |
| 4.1      | Definition einzelner Medienmärkte   | 86  |
| 4.2      | Kennziffern zur Beschreibung der Angebots- und Nachfrageentwicklung auf den einzelnen Medienmärkten | 88  |
| 4.3      | Statistische Grundlagen   | 89  |
| <b>5</b> | <b>Die Entwicklung der Medienmärkte in Deutschland seit 1982</b>                                    | 91  |
| 5.1      | <i>Entwicklung der Gesamtnachfrage nach Medienprodukten</i>   | 91  |
| 5.1.1    | Medien als Teil des privaten Verbrauchs   | 91  |
| 5.1.2    | Medien im Zeitbudget der privaten Haushalte   | 96  |
| 5.1.3    | Medien als Werbeträger  | 99  |
| 5.2      | <i>Der Markt für Zeitungen</i>  | 105 |
| 5.2.1    | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung   | 105 |
| 5.2.2    | Entwicklung des Zeitungsangebotes   | 106 |
| 5.2.3    | Umsätze, Auflagen- und Preisentwicklung   | 112 |
| 5.2.4    | Vertriebsstruktur   | 119 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 5.2.5 | Anbieterkonzentration . . . . .  | 121 |
| 5.3   | <i>Der Markt für Anzeigenblätter</i> . . . . .   | 124 |
| 5.3.1 | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung . . . . .                                  | 124 |
| 5.3.2 | Entwicklung des Angebots an Anzeigenblättern . . . . .                                       | 125 |
| 5.3.3 | Umsatz-, Auflagen- und Preisentwicklung . . . . .  | 125 |
| 5.4   | <i>Der Markt für Zeitschriften</i> . . . . .   | 128 |
| 5.4.1 | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung . . . . .                                  | 128 |
| 5.4.2 | Angebots- und Nachfrageentwicklung auf dem Gesamtmarkt<br>für Zeitschriften . . . . .        | 128 |
| 5.4.3 | Angebots- und Nachfrageentwicklung auf dem Teilmarkt<br>für Publikumszeitschriften . . . . . | 131 |
| 5.4.4 | Angebots- und Nachfrageentwicklung auf dem Teilmarkt<br>für Fachzeitschriften . . . . .      | 134 |
| 5.4.5 | Vertriebsstruktur von Publikums- und Fachzeitschriften . . . . .                             | 137 |
| 5.4.6 | Anbieterkonzentration . . . . .  | 139 |
|       | Exkurs: Elektronische Informationsdienste . . . . .  | 139 |
| 5.5   | <i>Der Buchmarkt</i> . . . . .   | 143 |
| 5.5.1 | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung . . . . .                                  | 143 |
| 5.5.2 | Entwicklung des Buchangebots . . . . .   | 143 |
| 5.5.3 | Entwicklung von Buchnachfrage und Vertriebsstruktur . . . . .                                | 145 |
| 5.6   | <i>Der Tonträgermarkt</i> . . . . .  | 147 |
| 5.6.1 | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung . . . . .                                  | 147 |
| 5.6.2 | Entwicklung des Tonträgerangebots . . . . .  | 147 |
| 5.6.3 | Entwicklung der Tonträgernachfrage . . . . .   | 149 |
| 5.6.4 | Vertriebsstruktur und Anbieterkonzentration . . . . .  | 151 |
| 5.7   | <i>Die Märkte für Kinofilme und Videoprogramme</i> . . . . .                                 | 152 |

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| 5.7.1    | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung . . . . .                                    | 152        |
| 5.7.2    | Entwicklung des Kinofilmmarktes . . . . .  | 154        |
| 5.7.3    | Entwicklung des Videomarktes . . . . .   | 158        |
| 5.7.4    | Spieldynamiknachfrage des Fernsehens . . . . .   | 160        |
| 5.7.5    | Wirtschaftliche Konzentration und Filmförderung . . . . .                                      | 162        |
| 5.8      | <i>Der Fernsehmarkt</i> . . . . .  | 164        |
| 5.8.1    | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung . . . . .                                    | 164        |
| 5.8.2    | Entwicklung des Fernsehangebots . . . . .  | 166        |
| 5.8.3    | Entwicklung der Fernsehnachfrage . . . . .   | 168        |
| 5.8.4    | Entwicklung von technischer Reichweite<br>und Anbieterkonzentration . . . . .                  | 170        |
| 5.9      | <i>Der Hörfunkmarkt</i> . . . . .  | 173        |
| 5.9.1    | Kennziffern zur Beschreibung der Marktentwicklung . . . . .                                    | 173        |
| 5.9.2    | Entwicklung des Hörfunkangebots . . . . .  | 174        |
| 5.9.3    | Entwicklung der Hörfunknachfrage . . . . .   | 176        |
| 5.10     | <i>Der Unterhaltungselektronikmarkt</i> . . . . .  | 180        |
| <b>6</b> | <b>Entwicklung von Mediensektor und Medienmärkten in den<br/>neuen Bundesländern</b> . . . . . | <b>184</b> |
| 6.1      | Analysebasis und Vorgehensweise . . . . .  | 184        |
| 6.2      | Die Medien in der DDR vor ihrer Umstrukturierung . . . . .                                     | 185        |
| 6.3      | Die Nachfrage nach Medienprodukten in Ostdeutschland<br>im Jahr 1992 . . . . .                 | 190        |
| 6.4      | Die Medienproduktion in Ostdeutschland im Jahr 1992 . . . . .                                  | 193        |

|  |   |     |
|--|---|-----|
| <b>7</b>   | <b>Zusammenfassende Darstellung der wirtschaftlichen Entwicklung<br/>der Medien in den Jahren 1982 bis 1992 . . . . .</b> | 196 |
| 7.1  | <i>Wesentliche Entwicklungstrends . . . . .</i>   | 196 |
| 7.2  | <i>Entwicklung der Produktionsleistung des Mediensektors . . . . .</i>  | 197 |
| 7.2.1  | Statistische Grundlagen zur Beschreibung des Mediensektors . . . . .  | 197 |
| 7.2.2  | Entwicklung von Produktion und Produktionsfaktoren . . . . .  | 198 |
| 7.2.3  | Gesamtwirtschaftliches Gewicht des Mediensektors . . . . .  | 200 |
| 7.2.4  | Relative Bedeutung von Druckmedien- und elektronischer<br>Medienproduktion . . . . .                                      | 201 |
| 7.3  | <i>Entwicklung der inländischen Nachfrage nach Medienprodukten . . . . .</i>  | 202 |
| 7.3.1  | Statistische Grundlagen für Nachfrageanalysen . . . . .   | 202 |
| 7.3.2  | Finanzierung der Medien durch Werbungtreibende<br>und Mediennutzer . . . . .  | 205 |
| 7.3.3  | Nachfrage nach Druckmedien und elektronischen Medien . . . . .  | 208 |
| 7.4  | <i>Entwicklung des Außenhandels mit Medienprodukten . . . . .</i>   | 208 |
| 7.5  | <i>Technikentwicklung und Perspektiven der Medien . . . . .</i>   | 209 |
| 7.5.1  | Technik als Faktor der Medienentwicklung . . . . .  | 209 |
| 7.5.2  | Wesentliche technische Innovationen im Untersuchungszeitraum . . . . .  | 212 |
| 7.5.3  | Techniktrends und Entwicklungsperspektiven von Druckmedien<br>und elektronischen Medien . . . . .                         | 214 |
| <b>Anhang 1: Gesamtwirtschaftliche Produktionskennziffern . . . . .</b>                  |   | 219 |
| <b>Anhang 2: Zur Berechnung von Tausender-Preisen . . . . .</b>                          |   | 222 |
| <b>Anhang 3: Verzeichnis der verwendeten amtlichen Statistiken . . . . .</b>             |   | 224 |
| <b>Anhang 4: Übersicht über die verwendeten nicht-amtlichen Quellen . . . . .</b>        |   | 226 |
| <b>Anhang 5: Einbezogene wissenschaftliche Studien mit Primärdatenerhebung . . . . .</b> |   | 227 |
| <b>Tabellenanhang: Entwicklung der Medienmärkte von 1970 bis 1981 . . . . .</b>          |   | 230 |

# **Verzeichnis der Tabellen und Schaubilder im Text**

Seite

## **Tabellen**

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 3.1.1 a  | Produktion und Beschäftigung: Mediensektor insgesamt .....  | 25 |
| 3.1.1 b  | Produktionswerte der einzelnen Teilbereiche des Mediensektors .....   | 27 |
| 3.1.1 c  | Bruttowertschöpfung der einzelnen Teilbereiche<br>des Mediensektors .....                                     | 28 |
| 3.1.1 d  | Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in einzelnen Teilbereichen<br>des Mediensektors .....               | 29 |
| 3.1.2    | Produktion und Beschäftigung: Druckmedien insgesamt .....   | 34 |
| 3.1.3    | Produktion und Beschäftigung: Zeitungsverlage .....   | 36 |
| 3.1.4    | Produktion und Beschäftigung: Zeitschriftenverlage .....  | 37 |
| 3.1.5    | Produktion und Beschäftigung: Buch- und sonstige Verlage .....  | 39 |
| 3.1.6    | Produktion und Beschäftigung: Druckereien, Buchbindereien .....   | 41 |
| 3.1.7    | Produktion und Beschäftigung: Elektronische Medien ..<br>insgesamt .....                                      | 44 |
| 3.1.8    | Produktion und Beschäftigung: Musikproduktion .....   | 47 |
| 3.1.9    | Produktion und Beschäftigung: Filmwirtschaft .....  | 49 |
| 3.1.10 a | Produktion und Beschäftigung: Rundfunk insgesamt .....  | 53 |
| 3.1.10 b | Produktion und Beschäftigung: Privater Rundfunk .....   | 54 |
| 3.1.11 a | Produktion und Beschäftigung: U-Elektronik insgesamt .....  | 58 |
| 3.1.11 b | Produktion und Beschäftigung: U-Elektronik-Produktion .....   | 59 |
| 3.1.11 c | Produktion und Beschäftigung: U-Elektronik-Distribution .....   | 60 |
| 3.2.1    | Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte des Mediensektors<br>in den alten Bundesländern 1982 und 1992 ..... | 64 |
| 3.2.2    | Beschäftigte des Mediensektors in den alten Bundesländern 1987 .....  | 65 |
| 3.2.3    | Produktion und Beschäftigung im Mediensektor<br>der neuen Bundesländer .....                                  | 68 |

|         |  |     |
|---------|--|-----|
| 3.3.1   | Außenhandel mit Medienprodukten in der amtlichen Statistik:<br>Ausfuhr . . . . .                 | 71  |
| 3.3.2   | Außenhandel mit Medienprodukten in der amtlichen Statistik:<br>Einfuhr . . . . .                 | 72  |
| 3.3.3   | Außenhandel mit Medienprodukten in der amtlichen Statistik:<br>Saldo . . . . .                   | 73  |
| 3.4.1   | Verflechtung des Mediensektors: Outputstruktur 1988 - Mrd. DM - . . . . .                        | 77  |
| 3.4.2   | Verflechtung des Mediensektors: Outputstruktur 1988 - vH - . . . . .                             | 78  |
| 3.4.3   | Verflechtung des Mediensektors: Inputstruktur 1988 - Mrd. DM - . . . . .                         | 79  |
| 3.4.4   | Verflechtung des Mediensektors: Inputstruktur 1988 - vH - . . . . .                              | 80  |
| 3.5.1   | Altpapiereinsatzquoten von 1985 bis 1992 . . . . .   | 81  |
| 3.6.1   | Entwicklung der Erzeugerpreise für Medienprodukte<br>1982 bis 1992 . . . . .                     | 84  |
| 3.6.2   | Entwicklung der Endverbraucherpreise für Medienprodukte<br>1982 bis 1992 . . . . .               | 85  |
| 5.1.1   | Anteil der Medien am Privaten Verbrauch 1982 bis 1992 . . . . .                                  | 93  |
| 5.1.2   | Jährliche Ausgaben der privaten Haushalte für einzelne<br>Medienprodukte 1982 bis 1992 . . . . . | 95  |
| 5.1.3   | Reichweite und Zeitaufwand für die Mediennutzung<br>1980 bis 1992 . . . . .                      | 98  |
| 5.1.4   | Nettowerbeumsätze der Medien und anderer Werbeträger<br>1982 bis 1992 . . . . .                  | 102 |
| 5.1.5   | Bruttowerbeumsätze ausgewählter Medien 1982 bis 1992 . . . . .                                   | 104 |
| 5.2.1 a | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes:<br>Zeitungen insgesamt . . . . .          | 107 |
| 5.2.1 b | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes:<br>Tageszeitungen . . . . .               | 108 |
| 5.2.1 c | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes:<br>Wochenzeitungen . . . . .              | 109 |

|         |  |     |
|---------|--|-----|
| 5.2.1 d | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes:<br>Abonnementszeitungen . . . . .     | 110 |
| 5.2.1 e | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes:<br>Straßenverkaufszeitungen . . . . . | 111 |
| 5.2.2 a | Kennziffern zur Marktentwicklung: Zeitungen insgesamt . . . . .                              | 113 |
| 5.2.2 b | Kennziffern zur Marktentwicklung: Tageszeitungen . . . . .                                   | 114 |
| 5.2.2 c | Kennziffern zur Marktentwicklung: Wochenzeitungen . . . . .                                  | 115 |
| 5.2.2 d | Kennziffern zur Marktentwicklung: Abonnementszeitungen . . . . .                             | 116 |
| 5.2.2 e | Kennziffern zur Marktentwicklung: Straßenverkaufszeitungen . . . . .                         | 117 |
| 5.2.3   | Vertriebsstruktur: Zeitungen . . . . .   | 120 |
| 5.2.4   | Kennziffern zur Anbieterkonzentration: Zeitungen . . . . .                                   | 123 |
| 5.3.1   | Kennziffern zur Marktentwicklung: Anzeigenblätter . . . . .                                  | 126 |
| 5.4.1   | Kennziffern zur Marktentwicklung: Zeitschriften insgesamt . . . . .                          | 130 |
| 5.4.2   | Kennziffern zur Marktentwicklung: Publikumszeitschriften . . . . .                           | 132 |
| 5.4.3   | Kennziffern zur Marktentwicklung: Fachzeitschriften insgesamt . . . . .                      | 135 |
| 5.4.4   | Vertriebsstruktur: Zeitschriften . . . . .   | 138 |
| 5.4.5   | Kennziffern zur Anbieterkonzentration: Zeitschriften . . . . .                               | 140 |
| 5.4.6   | Entwicklung des Bildschirmtext-Dienstes 1984 bis 1992 . . . . .                              | 142 |
| 5.5.1   | Kennziffern zur Angebotsentwicklung: Buch . . . . .  | 144 |
| 5.5.2   | Kennziffern zur Nachfrageentwicklung und zur Vertriebsstruktur:<br>Buch . . . . .            | 146 |
| 5.6.1   | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebots: Tonträger . . . . .                    | 148 |
| 5.6.2   | Kennziffern zur Marktentwicklung: Tonträger . . . . .  | 150 |
| 5.7.1   | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebots:<br>Kinofilme . . . . .                 | 155 |
| 5.7.2   | Kennziffern zur Marktentwicklung: Kinofilme . . . . .  | 157 |

|        | Seite   |     |
|--------|---|-----|
| 5.7.3  | Kennziffern zur Marktentwicklung: Videoprogramme . . . . .  | 159 |
| 5.7.4  | Spielfilme im Fernsehen . . . . .   | 161 |
| 5.7.5  | Kennziffern zur Anbieterkonzentration bei Filmherstellung<br>und Filmverleih . . . . .                    | 163 |
| 5.8.1  | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebots:<br>Fernsehen . . . . .                              | 167 |
| 5.8.2  | Kennziffern zur Marktentwicklung: Fernsehen . . . . .   | 169 |
| 5.8.3  | Technische Empfangbarkeit: Fernsehen . . . . .  | 171 |
| 5.8.4  | Kennziffern zur Anbieterkonzentration: Fernsehen . . . . .  | 172 |
| 5.9.1  | Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebots: Hörfunk . . . . .                                   | 175 |
| 5.9.2  | Kennziffern zur Marktentwicklung: Hörfunk . . . . .   | 178 |
| 5.9.3  | Marktanteilsentwicklung in einzelnen Bundesländern: Hörfunk . . . . .                                     | 179 |
| 5.10.1 | Kennziffern zur Marktentwicklung: Unterhaltungselektronik . . . . .                                       | 181 |
| 5.10.2 | Haushaltsausstattung mit ausgewählter Kommunikations-<br>und Unterhaltungselektronik . . . . .            | 182 |
| 6.2.1  | Kennziffern zu Medienproduktion und Mediennachfrage in<br>der DDR 1988/89 . . . . .                       | 187 |
| 7.2.1  | Wirtschaftliche Entwicklung des Mediensektors 1982 bis 1992 . . . . .                                     | 199 |
| 7.2.2  | Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Mediensektors<br>1982 bis 1992 . . . . .                              | 201 |
| 7.2.3  | Verhältnis von Druckmedien und elektronischen Medien<br>1982 bis 1992 . . . . .                           | 202 |
| 7.3.1  | Entwicklung der inländischen Nachfrage nach Medienprodukten<br>1982 bis 1992 (Mrd. DM) . . . . .          | 204 |
| 7.3.2  | Entwicklung der inländischen Nachfrage nach Medienprodukten<br>1982 bis 1992 (1982 = 100) . . . . .       | 206 |
| 7.3.3  | Entwicklung der Anteile einzelner Medienprodukte an der<br>inländischen Nachfrage 1982 bis 1992 . . . . . | 207 |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 7.4.1 | Entwicklung des Außenhandels mit Medienprodukten<br>1982 bis 1992 . . . . . | 210 |
|-------|---|-----|

*Schaubilder*

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 1.1.1 | Institutionelle und funktionale Abgrenzung des Medienbereichs . . . . .          | 14  |
| 2.1.1 | Institutionelle Abgrenzung des Mediensektors . . . . .                           | 18  |
| 3.1.1 | Distributionswege für Druckmedien in Deutschland . . . . .                       | 32  |
| 3.1.2 | Finanzströme innerhalb der Musikwirtschaft . . . . .                             | 46  |
| 4.1.1 | Überblick über die untersuchten Medienmärkte . . . . .                           | 87  |
| 4.2.1 | Kennziffern zur wirtschaftlichen Entwicklung<br>einzelner Medienmärkte . . . . . | 90  |
| 5.1.1 | Werbeumsätze: Begriffsdefinitionen . . . . .                                     | 100 |
| A 1.1 | Das Produktionskonto in der volkswirtschaftlichen<br>Gesamtrechnung . . . . .    | 220 |