

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Ziel und Aufbau der Studie	13
2 Der Mediensektor in institutioneller Abgrenzung	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
3 Die Entwicklung des Mediensektors seit 1982	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 elektronische 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

	Seite
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
 4 Die Medien in funktionaler Abgrenzung	 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
 5 Die Entwicklung der Medienmärkte in Deutschland seit 1982	 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

	Seite
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 für Zeitschriften	128
5.4.3 Angebots- und Nachfrageentwicklung auf dem Teilmarkt für Publikumszeitschriften	131
5.4.4 Angebots- und Nachfrageentwicklung auf dem Teilmarkt 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

	Seite
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 Spielfilmnachfrage 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 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
6 Entwicklung von Mediensektor und Medienmärkten in den neuen Bundesländern	184
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 im Jahr 1992	190
6.4 Die Medienproduktion in Ostdeutschland im Jahr 1992	193

	Seite
7 Zusammenfassende Darstellung der wirtschaftlichen Entwicklung der Medien in den Jahren 1982 bis 1992	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 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 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 und elektronischen Medien	214
Anhang 1: Gesamtwirtschaftliche Produktionskennziffern	219
Anhang 2: Zur Berechnung von Tausender-Preisen	222
Anhang 3: Verzeichnis der verwendeten amtlichen Statistiken	224
Anhang 4: Übersicht über die verwendeten nicht-amtlichen Quellen	226
Anhang 5: Einbezogene wissenschaftliche Studien mit Primärdatenerhebung	227
Tabellenanhang: Entwicklung der Medienmärkte von 1970 bis 1981	230

Verzeichnis der Tabellen und Schaubilder im Text

	Seite
<i>Tabellen</i>	
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 des Mediensektors 28
3.1.1 d	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in einzelnen Teilbereichen 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 44 insgesamt
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 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 der neuen Bundesländer 68

	Seite
3.3.1	Außenhandel mit Medienprodukten in der amtlichen Statistik: Ausfuhr 71
3.3.2	Außenhandel mit Medienprodukten in der amtlichen Statistik: Einfuhr 72
3.3.3	Außenhandel mit Medienprodukten in der amtlichen Statistik: 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 1982 bis 1992 84
3.6.2	Entwicklung der Endverbraucherpreise für Medienprodukte 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 Medienprodukte 1982 bis 1992 95
5.1.3	Reichweite und Zeitaufwand für die Mediennutzung 1980 bis 1992 98
5.1.4	Nettowerbeumsätze der Medien und anderer Werbeträger 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: Zeitungen insgesamt 107
5.2.1 b	Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes: Tageszeitungen 108
5.2.1 c	Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes: Wochenzeitungen 109

	Seite
5.2.1 d Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes: Abonnementszeitungen	110
5.2.1 e Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebotes: 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: 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: 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 und Filmverleih	163
5.8.1 Kennziffern zum Umfang und zur Struktur des Angebots: 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- und Unterhaltungselektronik	182
6.2.1 Kennziffern zu Medienproduktion und Mediennachfrage in der DDR 1988/89	187
7.2.1 Wirtschaftliche Entwicklung des Mediensektors 1982 bis 1992	199
7.2.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Mediensektors 1982 bis 1992	201
7.2.3 Verhältnis von Druckmedien und elektronischen Medien 1982 bis 1992	202
7.3.1 Entwicklung der inländischen Nachfrage nach Medienprodukten 1982 bis 1992 (Mrd. DM)	204
7.3.2 Entwicklung der inländischen Nachfrage nach Medienprodukten 1982 bis 1992 (1982 = 100)	206
7.3.3 Entwicklung der Anteile einzelner Medienprodukte an der inländischen Nachfrage 1982 bis 1992	207

	Seite
7.4.1	Entwicklung des Außenhandels mit Medienprodukten 1982 bis 1992 210
<i>Schaubilder</i>	
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 einzelner Medienmärkte 90
5.1.1	Werbeumsätze: Begriffsdefinitionen 100
A 1.1	Das Produktionskonto in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung 220