

die medienanstalten-Pressemitteilung 05/2013 ▪ Berlin, 25.06.2013

Medienanstalten legen Jahrbuch 2012/2013 mit Daten und Fakten zum privaten Rundfunk in Deutschland vor

Anhaltendes Senderwachstum im privaten Rundfunk

Privatsender setzen verstärkt auf Nischenfernsehen –
Privatradios auf DAB+

Die Programmangebote im privaten Fernsehen und Hörfunk in Deutschland sind im Jahr 2012 trotz des strukturellen Wandels im Medienbereich weiter angestiegen.

Die großen deutschen TV-Sendergruppen richten ihr Programmangebot mit dem Start zusätzlicher Spartenprogramme verstärkt auf spezielle Zielgruppen und Nischen aus. Gleichzeitig entwickeln sich kostenpflichtige Onlinevideoangebote zu einem immer wichtigeren Standbein für alle Inhalteanbieter. Der gesamte Umsatz mit kostenpflichtigen Onlinevideoangeboten durchbrach 2012 erstmals die 100 Mio. € Marke und wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 57 Prozent auf 123 Mio. Euro. Beide Entwicklungen verdeutlichen den Paradigmenwechsel weg von der streng formatierten TV-Angeboten für die werberelevante Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen hin zu diversifizierten Inhalteanbietern und individualisierter Mediennutzung.

Vor diesem Hintergrund ist die Anzahl der bundesweiten Sparten- und Pay-TV-Programme auf 122 (Vorjahr: 112) angestiegen. Inklusive TV-Vollprogrammen und der lokalen TV-Sender, deren Anzahl leicht abgenommen hat, gibt es insgesamt 421 Programme im deutschen Fernsehen (Vorjahr: 416). Die Anzahl der Privatradios steigt dank der zunehmenden Digitalisierung des Hörfunks ebenfalls weiter an auf 270 Programme (Vorjahr: 255).

Dies sind einige zentrale Entwicklungen, die aus dem „Jahrbuch 2012/2013 – Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in

Mitglieder:

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (**LfK**) • Bayerische Landeszentrale für neue Medien (**BLM**) • Medienanstalt Berlin-Brandenburg (**mabb**) • Bremische Landesmedienanstalt (**brema**) • Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (**MA HSH**) • Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (**LPR Hessen**) • Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (**MMV**) • Niedersächsische Landesmedienanstalt (**NLM**) • Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (**LfM**) • Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (**LMK**) • Landesmedienanstalt Saarland (**LMS**) • Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (**SLM**) • Medienanstalt Sachsen-Anhalt (**MSA**) • Thüringer Landesmedienanstalt (**TLM**)



Deutschland“ hervorgehen, das am heutigen Dienstag, 25. Juni 2013, erscheint.

Angesichts der stetig wachsenden Informationsflut wird der kompetente Umgang mit den digitalen Medien für alle Alters- und Bevölkerungsgruppen und die Medienkompetenzförderung als Arbeitsschwerpunkt der Landesmedienanstalten zunehmend wichtiger. Im Jahrbuch 2012/2013 wird diesem Thema deshalb deutlich mehr Platz eingeräumt und die vielfältigen Projekte der 14 Landesmedienanstalten erstmals ausführlich in Länderberichten dargestellt.

Anschaulich und mit einer Fülle von Daten und Fakten skizziert es die Herausforderungen der medialen Zukunft und dokumentiert nicht nur die Arbeit der Medienanstalten in den Bundesländern, sondern auch die übergreifende Zusammenarbeit in den gemeinsamen Organen und Einrichtungen wie ZAK (Kommission für Zulassung und Aufsicht), DLM (Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten), GVK (Gremienvorsitzendenkonferenz), KEK (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich) und KJM (Kommission für Jugendmedienschutz).

Das „Jahrbuch 2012/2013 – Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland“ wird herausgegeben von der ALM GbR. Es erscheint im Vistas-Verlag und ist zum Preis von 25,00 Euro im Buchhandel erhältlich oder unter diesem [Link bestellbar](#) (ISBN 978-3-89158-588-7). Eine PDF-Version ist [hier abrufbar](#).

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Dr. Peter Widlok

Telefon: +49 (0)30 2064690-22

Mobil: +49 (0)175 2623457

presse@die-medienanstalten.de ▪ www.die-medienanstalten.de