

Die 50 größten Medienkonzerne der Welt 2012*

Ranking nach Umsatz

Rang		in Mrd Euro
1	Comcast/NBCUniversal, LLC (USA)	40,116
2	The Walt Disney Company (USA)	29,377
3	Google Inc. (USA)	27,231
4	News Corp. Ltd. (USA)	23,998
5	Viacom Inc./CBS Corp. (USA)	20,948
6	Time Warner Inc. (USA)	20,815
7	Sony Entertainment (J)	16,750
8	Bertelsmann AG (D)	15,253
9	Vivendi S.A. (F)	12,486
10	Cox Enterprises Inc. (USA)	10,560
11	Dish Network Corporation (USA)	10,092
12	Thomson Reuters Corporation (USA)	9,919
13	Liberty Media Corp./Liberty Interactive (USA)	9,080
14	Rogers Comm. (CDN)	9,031
15	Lagardère Media (F)	7,657
16	Reed Elsevier PLC (GB)	6,902
17	Pearson plc (GB)	6,754
18	Nippon Hoso Kyokai (Tokyo / Japan)	6,405
19	ARD (D)	6,221
20	BBC (GB)	5,584
21	Fuji Media Holdings, Inc. (J)	5,490
22	Bloomberg L.P. (USA)	5,460
23	Charter Comm. Inc. (USA)	5,175
24	Cablevision Systems Corp. (USA)	4,814
25	Globo Comunicação e Participações S.A. (BR)	4,728
26	Advance Publications (USA)	4,705
27	The McGraw-Hill Comp. Inc. (USA)	4,487
28	Clear Channel Comm. (USA)	4,426
29	Mediaset SpA (I)	4,250
30	The Nielsen Company (NL)	3,974
31	Gannett Co. Inc. (USA)	3,764
32	Grupo Televisa (MEX)	3,620
33	Yahoo! Inc. (USA)	3,580
34	The Naspers Group (ZA)	3,446
35	Shaw Communications (CDN)	3,445
36	Wolters Kluwer nv (NL)	3,354
37	Bonnier AB (S)	3,302
38	Tokyo Broadcasting System Holdings, Inc. (J)	3,205
39	Axel Springer AG (D)	3,185
40	France Télévisions S.A. (F)	3,140
41	Discovery Communications (USA)	3,042
42	The Washington Post Company (USA)	3,028
43	RAI Radiotelevisione Italiana Holding S.p.A. (I)	3,012
44	Quebecor Inc. (CDN)	2,930
45	ITV plc (GB)	2,802
46	ProSiebenSat.1 (D)	2,756
47	Sanoma Group (FIN)	2,746
48	The Hearst Corporation (USA)	2,730
49	Grupo PRISA (E)	2,714
50	TF1 S.A. (F)	2,620

* Für folgende Konzerne lagen die Umsatzzahlen von 2011 bei der Publikation des Rankings im April 2012 noch nicht vor: Sony Entertainment, Cox Enterprises, Nippon Hoso Kyokai, BBC, Fuji Media Holdings, The Naspers Group, France Televisions, Tokyo Broadcasting Systems, RAI. In diesen Fällen wurden die Umsatzzahlen des vorherigen Geschäftsjahrs als Grundlage genommen.

Quelle: Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (www.medialab.eu/rankings/intl-medienkonzerne-2012.html; 30.5.2012).

Bruttowerbeaufwendungen in den Above-the-line Medien

Produkte und Dienstleistungen im I. Quartal 2012

Werbeträger	Bruttowerbeaufwendungen		in 1 000 Euro Jan.-März 2012	Anteil an Gesamt in %	+/- in %	+/- in 1 000 Euro
	in 1 000 Euro Jan.-März 2011	Anteil an Gesamt in %				
Zeitungen	1 290 305	22,2	1 241 485	20,7	-3,8	-48 820
Publikumszeitschriften	874 298	15,1	842 348	14,0	-3,7	-31 950
Fachzeitschriften	106 747	1,8	105 914	1,8	-0,8	- 832
Print gesamt	2 271 350	39,1	2 189 748	36,5	-3,6	-81 602
Out-of-home	274 370	4,7	262 930	4,4	-4,2	-11 440
Fernsehen	2 381 913	41,0	2 566 333	42,8	7,7	184 420
Hörfunk	325 635	5,6	347 167	5,8	6,6	21 532
Internet	533 812	9,2	611 784	10,2	14,6	77 972
Kino	17 593	0,3	18 353	0,3	4,3	760
Gesamt	5 804 673	100,0	5 996 315	100,0	3,3	191 642

Quelle: Nielsen Media Research.