

Die 25 größten Medienkonzerne der Welt 2016* nach Umsatz

Rang				Land	Umsatz 2015 in Mrd Euro
2016	2005	1995			
1.			Alphabet Inc. (Mountain View)	US	67,588
2.	6.	23.	Comcast (Philadelphia)	US	67,156
3.	2.	3.	The Walt Disney Company (Burbank)	US	47,287
4.	4.	5.	News Corp. Ltd. / 21st Century Fox (New York)	US	33,907
5.			AT&T Entertainment Group (DirecTV) (El Segundo)	US	31,811
6.	1.	1.	Time Warner Inc. (New York)	US	25,343
7.	3.	4.	Viacom Inc./CBS Corp. (New York)	US	24,474
8.	7.	6.	Sony Entertainment (Tokyo)	JP	22,917
9.			Apple Inc. (Cupertino)	US	17,944
10.			Altice Group (Amsterdam)	NL	17,495
11.	5.	2.	Bertelsmann SE & Co. KGaA (Gütersloh)	DE	17,141
12.	12.	30.	Cox Enterprises Inc. (Atlanta)	US	16,314
13.			Facebook, Inc. (Palo Alto)	US	16,159
14.	14.	12.	Liberty Media Corp./Liberty Interactive/Starz (Englewood, CO)	US	14,857
15.			Tencent Holdings Ltd. (Shenzen)	CN	14,765
16.	17.		Dish Network Corporation (Englewood, CO)	US	13,582
17.	23.	17.	Thomson Reuters Corporation (New York)	US	11,004
18.	9.	7.	Vivendi S.A. (Paris)	FR	10,762
19.	31.	37.	The Hearst Corporation (New York)	US	9,644
20.	28.		Rogers Comm. (Toronto)	CA	9,263
21.			Baidu Inc. (Beijing)	CN	9,237
22.			Microsoft Corporation (Redmond)	US	9,178
23.	25.		Charter Comm. Inc. (St. Louis)	US	8,791
24.	13.	13.	RELX Group (London)	GB	8,226
25.	41.		Bloomberg L.P. (New York)	US	8,112

* Für Advance Publications und Shanghai Media Group lagen die Umsatzzahlen für das Geschäftsjahr 2015 bei Redaktionsschluss noch nicht vor. In diesen Fällen wurde der letztmalig publizierte Jahresumsatz als Grundlage genommen.

Quelle: Hachmeister, Lutz/Till Wäscher: Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medien- und Wissenskonzerne der Welt. Köln 2017, S. 11-12.

Zeitaufwand für die Nutzung tagesaktueller Medien in und außerhalb der Freizeit 2015

Personen ab 14 Jahren, Mo–So, 5.00–24.00 Uhr, in Min./Tag

	Zeitung lesen ...		Radio hören ...		Fernsehen ...		Internet ...	
	in der Freizeit	außerhalb	in der Freizeit	außerhalb	in der Freizeit	außerhalb	in der Freizeit	außerhalb
Gesamtbevölkerung	13	10	40	135	178	31	66	42
Männer	16	10	41	137	174	28	83	51
Frauen	11	9	40	133	182	35	49	33
14–19 Jahre	2	3	26	60	114	20	154	44
20–29 Jahre	7	5	46	129	128	24	112	72
30–39 Jahre	8	4	33	142	132	29	80	65
40–49 Jahre	8	7	36	159	169	31	60	48
50–59 Jahre	13	13	39	151	199	38	53	53
60 J. u. älter	25	16	48	132	230	36	27	9
14–49 Jahre	7	5	36	131	141	27	93	58
20–59 Jahre	9	8	38	147	161	31	73	58
50–64 Jahre	15	14	42	150	203	39	50	45
65 J. u. älter	27	17	48	126	235	34	23	4
14–29 Jahre	5	4	38	101	122	22	129	61
30–49 Jahre	8	6	34	151	153	30	69	56
50 J. u. älter	21	15	45	139	219	36	37	25
Bildung ¹⁾								
niedrig	15	11	41	140	211	36	61	24
mittel	13	8	44	146	176	32	63	39
hoch	12	12	34	113	131	23	77	73
berufstätig	8	9	38	159	152	30	66	64
nicht berufstätig	18	11	42	112	203	33	65	22
politisches Interesse ²⁾								
niedrig	6	7	45	133	189	31	74	33
mittel	10	8	36	137	165	32	69	48
hoch	20	13	40	135	180	31	59	44

1) Bildungsgruppen: niedrig = Volksschule ohne/mit Lehre, Hauptschule; mittel = weiterführende Schule ohne Abitur, Mittlere Reife; hoch = Abitur, (Fach-)Hochschulreife, Studium.

2) Politisches Interesse: hoch: bis 2000 = sehr stark/ziemlich stark, ab 2005 = sehr; mittel: bis 2000 = durchschnittlich, ab 2005 = etwas; niedrig: bis 2000 = weniger/überhaupt nicht, ab 2005 = weniger/gar nicht.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.