

Anteile am Meinungsmarkt in Deutschland 2013 und 2012 im Vergleich

		Anteil am Meinungsmarkt 2. Halbjahr 2012	Anteil am Meinungsmarkt 2. Halbjahr 2013	Veränderung 2. Hj. 13 - 2. Hj. 12 (Prozentpunkte)
1	ARD	22,4%	22,4%	+0,0%
2	Bertelsmann	13,9%	12,8%	-1,1%
3	Springer	8,5%	9,3%	0,8%
4	ProSiebenSat.1	8,7%	7,9%	-0,8%
5	ZDF	7,5%	7,3%	-0,2%
6	Bauer	2,9%	3,0%	0,1%
7	Südwest Presse	2,6%	2,5%	-0,1%
8	Burda	2,2%	2,5%	0,3%
9	FUNKE MEDIENGRUPPE (WAZ)	1,9%	2,2%	0,3%
10	Tele München	2,2%	2,0%	-0,2%
11	United Internet	1,6%	1,7%	0,1%
12	DuMont Schauberg	2,0%	1,7%	-0,3%
13	Madsack	1,5%	1,6%	0,1%
14	Telekom	1,5%	1,5%	+0,0%
15	Münchener Zeitungsverlag	1,1%	1,2%	0,1%