

## Zur Darstellung von Zeit in frühen Graphiken des Medienpublikums

In seinem Aufsatz „Die Evidenz der Gesellschaft“ hat Felix Keller gezeigt, dass statistische Diagramme in gewisser Hinsicht einem sprachlichen Diskurs überlegen sind bzw. anderes leisten können. Sie sind in der Lage, eine 'symbolische Einheit' 'jenseits von Raum und Zeit' herzustellen und so der Gesellschaft eine 'zeitlose Form' zu geben. Dies gelingt statistischen Graphiken durch ihre Fähigkeit zur 'Verräumlichung von Zeit'.<sup>1</sup>

Ich möchte hieran anknüpfen, um einige Fragen zur Variable 'Zeit' in frühen Diagrammen des Medienpublikums zu stellen. 'Zeit' ist eine Größe, die zentral für die statistische Messung ist, zumindest in gängigen statistischen Lehrbüchern wird sie aber unhinterfragt vorausgesetzt und nicht weiter reflektiert.<sup>2</sup> Statistiken des Medienpublikums lassen sich aber durchaus hinsichtlich ihrer Konzeptualisierung von Zeit befragen: Wie wird der zahlenmäßige Anstieg von Rundfunk- und Fernsehteilnehmern dargestellt und welche visuelle Formen erhält die zu bestimmten Tages- oder Jahreszeiten ansteigende und wieder abfallende Mediennutzung? Als erste Annäherung an diese Fragen werde ich im folgenden einige frühe statistische Darstellungen des Medienpublikums zur Diskussion stellen. Zunächst werde ich Graphiken aus der Hörerforschung in der Weimarer Republik ins Zentrum stellen und im Anschluss einen Ausblick auf den weiteren Verlauf der Publikumsforschung geben.

Das Radiopublikum wird in der Frühzeit des Mediums noch nicht systematisch vermessen. Statt dessen werten die Sendeanstalten Programmbeurteilungen ihrer Hörer aus, die ihnen in Briefen oder Telefonanrufen mitgeteilt werden. Neben spontanen Hörerreaktion auf ein bestimmtes Programm oder auf einzelne Sendungen hin, fordern Funk- und Programmzeitschriften die Hörer gezielt dazu auf, schriftlich ihre Wünsche zum Radioprogramm zu äußern.<sup>3</sup>

Die Zeitschrift *Der Deutsche Rundfunk* initiiert unter dem Titel „Was wollen Sie vom Rundfunk hören?“ die erste Aktion dieser Art. Der ganzseitige Aufruf (Abb. 1), der von bildlichen Darstellungen einzelner Programmtypen umrahmt ist, wird im Mai und Juni 1924 viermal abgedruckt. Die Zeitschrift stellt zwei Fragen: 1. „Wie wünschen Sie den weiteren Ausbau der Programme?“ und 2. „Welche Zeiteinteilung für die Programme wünschen Sie?“ Für die Beantwortung der ersten Frage, wird der Hörer gebeten, die aufgelisteten Programmtypen – Zeitangaben, Börsenberichte, Wetterdienst, Sportnachrichten etc. nach einer Scala von 0-5 zu bewerten, je nachdem, ob er keinerlei Interesse an dem Programm hat, es in größeren Zeitabständen hören will, es mindestens einmal wöchentlich, mehrmals wöchentlich oder täglich hören will oder ob er es generell für einen wichtigen Bestandteil des Programms hält. In den Antwortmöglichkeiten, mit denen der Hörer das Programm beurteilen soll, geben vier der sechs Optionen bereits eine zeitliche Strukturierung seines Nutzungsverhaltens vor. Die Frage ‚Was wollen Sie vom Rundfunk hören?‘ wird umformuliert in die erweiterte Frage ‚Was wollen Sie wie oft vom Rundfunk hören?‘ Hörerwünsche werden in Nutzungshäufigkeiten messbar gemacht.

# AUERUF

Was wollen Sie vom Rundfunk hören?

**TAGESNEUIGKEITEN**

**SPORTNACHRICHTEN**

**WETTERNACHRICHTEN**

**ZEITANGABEN**

**UNTERSCHIEDLICHE VORTRÄGE**

**UNTERSCHIEDLICHE VORTRÄGE**

**Die Zukunft des deutschen Rundfunk**

Seit Monaten haben wir den deutschen Rundfunk in dieser Zeit waren Darbietungen der verschiedensten Art zu hören. Erste Aufgabe des Sendedienstes ist es jetzt, die Programme den allgemeinen Wünschen anzupassen. Aus vereinzelt Zuschriften läßt sich ein Gesamtbild der Wünsche der Rundfunkteilnehmer nicht gewinnen. Es wird deshalb an ALLE die Frage gestellt:

**Was soll der Rundfunk bringen?**

Kein Funkfreund darf diese Frage unbeantwortet lassen. Teilen Sie uns mit, welches Ihre Wünsche sind.

**ERSTE FRAGE:**

**Wie würden Sie den weiteren Ausbau der Programme?**

Die Beantwortung bitten wir mit Hilfe nachstehender Zahlen vorzunehmen . . . . . Es bedeutet:

0: Keinerlei Interesse	3: Mehrmals wöchentlich
1: In größeren Zeitabständen erwünscht	4: Täglich
2: Mindestens einmal wöchentlich	5: Wichtigster Bestandteil des Programms

Jede Art der Darbietungen darf nur eine Nummer tragen. Besondere Wünsche sind in einer Anlage aufzuführen. Desgleichen können in dieser Weise nicht angeführte Darbietungen berücksichtigt werden.

**Vortragsthemen:**

Zeitangaben	Humor	.....
Börsenberichte	Unterricht	.....
Wetterdienst	Sprachkurse	.....
Sportnachrichten	Mode	.....
Tagesneuigkeiten	Schauspiel	.....
Politische Nachrichten	Oper	.....
Wissenschaftliche Vorträge	Operette	.....
Politische Vorträge	Kammermusik	.....
Unterhaltende Vorträge	Tanzmusik	.....
Jugend-Vorträge	Chormusik	.....
Märchen	Gemischtes Konzert	.....
Predigten	Kabarett	.....

**ZWEITE FRAGE:**

**Welche Zeiteinteilung für die Programme wünschen Sie?**

Die Zeitschrift „DER DEUTSCHE RUNDFUNK“ wird das Material sammeln und anschließend daran das Ergebnis der Rundfragen und ein Musterprogramm veröffentlichen. — Alle Zuschriften sind bis spätestens 30. Juni 1924 an die Schriftleitung des „Deutschen Rundfunk“, Berlin S 43, Prinzenstraße 98, mit der Aufschrift „RUNDFRAGE“ zu richten

**UNTERHALTUNGSMUSIK**

**OPERAUFFÜHRUNGEN**

**OPERETTENAUFFÜHRUNGEN**

**KAMMERMUSIK**

**TANZMUSIK**

**SPRACHUNTERRICHT**

**BÖRSEN-NACHRICHTEN**

Abb. 1: Der Deutsche Rundfunk, 1924.

In seiner Ausgabe vom 31.08.1924 publiziert *Der Deutsche Rundfunk* dann die Ergebnisse seiner Aktivierung, auf die – nach Angabe der Zeitschrift – etwa 8000 Hörer geantwortet haben. Allerdings wird die zeitliche Komponente, die der ersten Fragestellung implizit ist, nicht aufgenommen, wenn die Antworten visuell aufbereitet werden.



Abb. 2: Der Deutsche Rundfunk, 1924.

Auf diese Graphik (Abb. 2) verweist nur die knappe Bemerkung: "Die zahlenmäßige Zusammenstellung findet sich inmitten des Bildes."<sup>4</sup> Bei der Ergebnisdarstellung werden die in Prozentzahlen den Programmtypen zugeordnet und so entsteht eine Rangliste der gewünschten Programme. Die bildliche Rahmung der Ergebnisdarstellung ist nun dominant geworden. Sie scheint von den Fragen, die das Ergebnis aufwirft, ablenken zu wollen.

Noch rätselhafter erscheint die Form, in der die Ergebnisse auf die zweite Frage, die ohne vorgegebene Antwortoptionen auf die gewünschte Zeiteinteilung der Programme zielte, visualisiert werden.

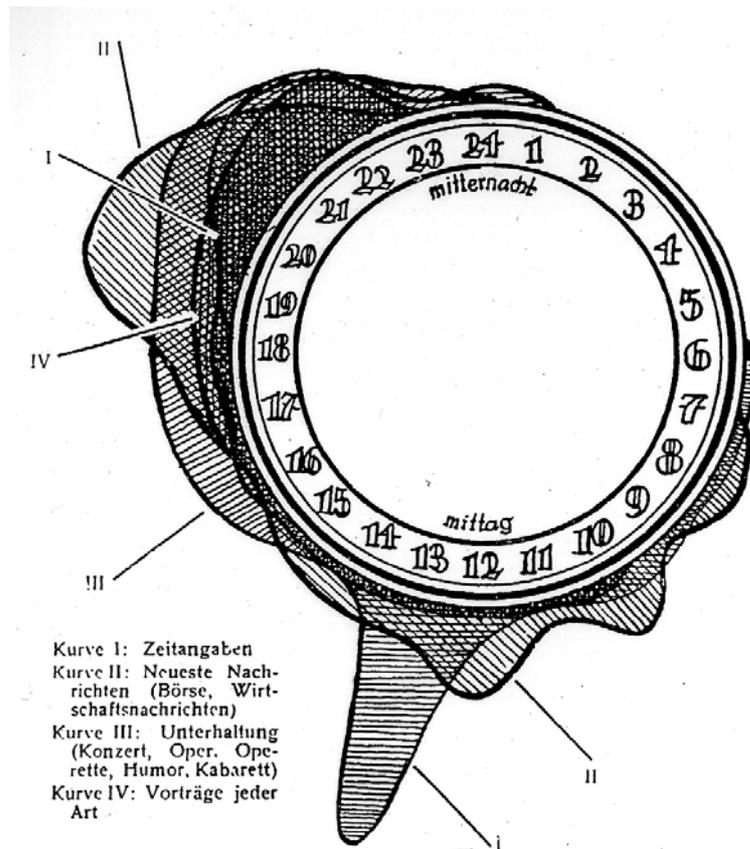


Abb. 3: *Der Deutsche Rundfunk*, 1924.

*Der Deutsche Rundfunk* beschreibt diese Grafik (Abb. 3) ebenso knapp und verlässt sich auf ihre Kompetenz zur 'visuellen Persuasion', die allerdings explizit postuliert werden muss: "Die oben um die Uhr gezogenen Kurven erübrigen jeden weiteren Kommentar."<sup>5</sup> Es handelt sich hier um eine erste und äußerst skurrile Darstellung einer zeitlichen Strukturierung von Mediennutzung. Sinnigerweise erfolgt hier die graphische Verräumlichung von Zeit durch ihr Messinstrument, die Uhr.

Die Kurven, die um die Uhr herum verlaufen, stellen dar, zu welchen Zeiten sich die Hörer welchen Programmtyp wünschen. Kurve 3 gibt zum Beispiel Wünsche nach Unterhaltungsprogrammen an. Es fällt hierbei zunächst auf, dass die dargestellten Hörerwünsche einen weitaus größeren Zeitraum abdecken, als das 1924 gesendete Programm. Dieses macht nur ein Drittel der gewünschten Zeit aus, die von 6.00-1.00 Uhr reicht. Auffällig ist aber auch, dass bereits – als Wünsche formulierte – erste Gipfelzeiten der Mediennutzung dargestellt werden: Etwa steigt am Abend der Wunsch nach 'neuesten Nachrichten' an und auch um die Mittagszeit findet sich ein auffälliger Kurvengipfel, der eine zeitliche Strukturierung von Mediennutzung vorausdeutet. Es handelt sich hier um eine Verdopplungsfigur der zeitlichen Strukturierung, denn Kurve I bezeichnet das Programm 'Zeitangaben'.<sup>6</sup>

Aus dieser Verdopplungsfigur lassen sich einige Überlegungen zur Verräumlichung von Zeit anstellen. Der Scheitelpunkt der Kurve liegt bei 13 Uhr und bezieht sich vermutlich auf das so genannte 'Nauener Zeitzeichen', das schon vor der Einführung des Unterhaltungsrundfunk zur Zeitsynchronisation zum Einsatz kommt und seit Februar 1924 von den Sendeanstalten übernommen wird. Texte in zeitgenössischen Rundfunkzeitschriften messen dieser und anderen Zeitangaben im Weimarer Rund-

funk oder der bloßen Abfolge des Radioprogramms einen bedeutenden Stellenwert zur Strukturierung des Alltagslebens bei.<sup>7</sup>

Neben dieser diskursiven Zuschreibung, die eine Formierung des Mediennutzers über die Strukturierung seines Zeitbudgets vornimmt, scheint die graphische Darstellung ein weiteres Verfahren dieser Formierung zu sein. Die räumliche Darstellung von Zeit, die hier vorgenommen wird, macht es darüber hinaus möglich, den Tagesablauf des Radiohörers mit statistischen Darstellungen eines anwachsenden Publikums in Verbindung zu bringen.

Parallel zu Bemühungen, die Hörer sichtbar zu machen, indem sie gebeten werden, ihre Wünsche zu äußern spielt allmählich ein anderes Verfahren eine wichtige Rolle: Die statistische Erhebung von Teilnehmer- oder Hörerzahlen, also die rein quantitative Erfassung des Medienpublikums. Erste Teilnehmerzahlen für den Rundfunk veröffentlicht das *Statistische Jahrbuch für das Deutsche Reich* 1925. Parallel dazu beschäftigt sich die Reichs-Rundfunk-Gesellschaft, in ihrer eigens hierfür eingerichteten statistischen Abteilung mit der zahlenmäßigen Erfassung des Mediennutzers.<sup>8</sup> In ihrem Jahrbuch des Jahres 1929 kann sie schon ein Jubiläum des Wachstums feiern: „Fünf Jahre deutsche Hörerzahlen“ (Abb. 4).



Abb. 4: *Rundfunk Jahrbuch*, 1929.

Ein Jahr später findet sich im Jahrbuch der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft eine noch genauere Differenzierung von Hörerzahlen in der Zeit: Ein Kurvendiagramm (Abb. 5) soll den Betrachter davon überzeugen, dass die Hörerzahlen insgesamt anwachsen, auch wenn im Verlauf eines Jahres die Zahlen in einigen Monaten rückläufig sind. Die Sendeanstalten und die Rundfunkindustrie haben zu dieser Zeit mit Schwankungen der Hörerzahlen zu kämpfen.<sup>9</sup> Die statistische Aufbereitung dieses Zusammenhangs lässt sich als Kompensation dieser Schwankungen verstehen. 'Einzelne Stimmen', so das Jahrbuch, hätten in dem Rückgang der Hörerzahlen im Sommer 1929 nachlassendes Interesse am Rundfunk vermutet. Hierauf versucht der Artikel zu reagieren. Die Gegenargumentation erinnert fast an das Erstaunen früher Demographen wie John Graunt und Johann Peter Süßmilch, die in ihren Diagrammen eine innere Ordnung der Gesellschaft zu entdecken glaubten.<sup>10</sup>

Je umfangreicher der Zahlenstoff über die Hörerzugänge in Deutschland wird, umso deutlicher erweist sich, daß die gesamte Teilnehmerbewegung eine soziologische Erscheinung ist, deren Verlauf – neben den äußerlich nachweislichen Einflüssen – auch gewissen inneren Gesetzmäßigkeiten unterliegt. Schon die auffällig gleichgerichteten Bewegungen in den Kurven unseres Schaubilds können das beweisen. Man erkennt aus ihnen, daß der Rundfunk seinen Aufstieg in ganz bestimmten, von Jahr zu Jahr wiederkehrenden Perioden vollzogen hat.<sup>11</sup>

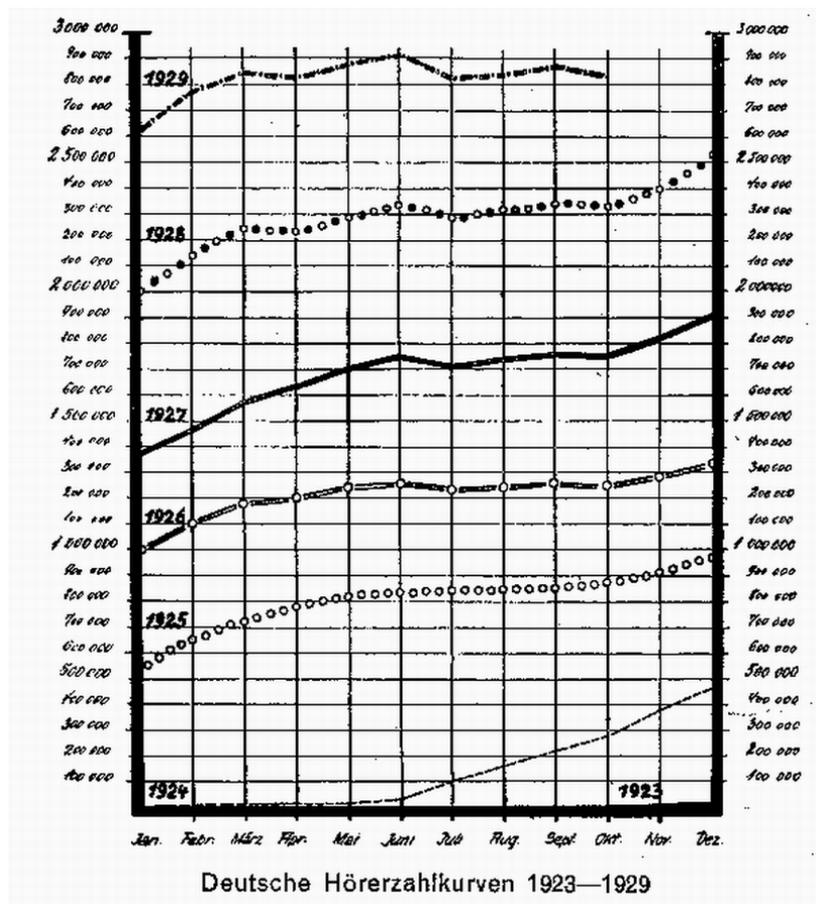


Abb. 5: Rundfunk Jahrbuch, 1930.

Diese Entdeckung von Gesetzmäßigkeiten geht aber gleichzeitig mit einer Formierung von Mediennutzung einher, die hier noch in der recht allgemeinen Aussage besteht, dass im Winter viel und im Sommer wenig Radio gehört wird. Doch es handelt sich auch hier schon um eine statistische Herstellung des Nutzers über die Implementierung des Mediums in seinen Alltag.

Die zeitliche Strukturierung der Mediennutzung wird in statistischen Graphiken im Laufe der 1930er Jahre weiter ausdifferenziert. Im *Rundfunk Jahrbuch* 1932 findet sich ein ganzes Dossier mit dem Titel 'Statistisches über den Rundfunk'. Es enthält eine Reihe von graphischen Darstellung, die völlig ohne textliche Erklärung abgebildet werden. Die Diagramme sollen vermutlich für sich selbst sprechen.

Eine Darstellung visualisiert mit Hilfe eines Magneten den weiteren Teilnehmeranstieg (Abb. 6). In einem magnetischen Feld zusammengepfert erscheint das zu

einer großen Zahl angewachsene Medienpublikum. Der präzisen Anzahl von 3.731.948 Teilnehmern wird ein präziser Zeitpunkt der Messung zugeordnet: am 1. Oktober 1931.

## STATISTISCHES ÜBER DEN RUNDFUNK

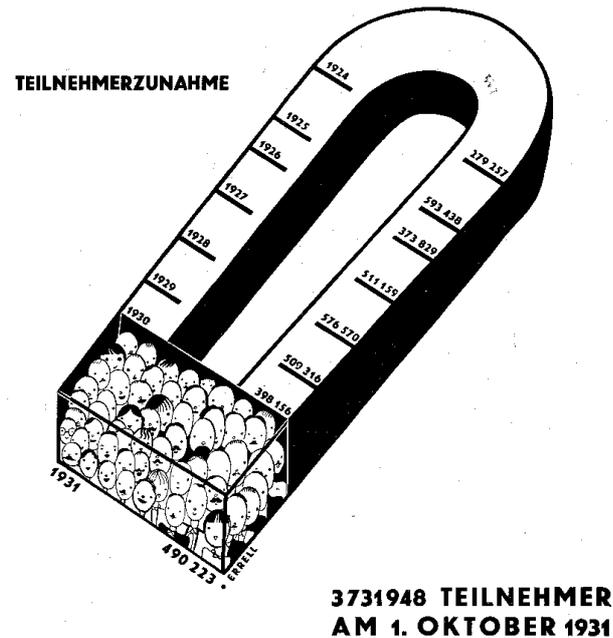


Abb. 6: *Rundfunk Jahrbuch*, 1932.

In diesem Jahrbuch findet sich auch eine Graphik, die zentral für die Frage nach der räumlichen Darstellung von Zeit ist. Es handelt sich um eine erste der so genannten Tagesablaufkurven.

Dieser Darstellung von den „Hauptabhörzeiten der Rundfunkteilnehmer“ geht wie bei der Initiative des *Deutschen Rundfunks* eine Befragung der Hörer voraus. Hier wurden die Hörer aber nicht nach ihren Wünschen, sondern nach ihren Hörgewohnheiten befragt. Das Ergebnis dieser Umfrage sind die gezeigten Gipfel der Hörfunknutzung (Abb. 7): Zwischen 7.00 und 8.00 Uhr und zwischen 12.00 und 13.00 Uhr. Der höchste Gipfel mit der durchschnittlichen Hörbeteiligung von 86 Prozent liegt zwischen 20 und 21 Uhr.<sup>12</sup>

## HAUPTABHÖRZEITEN DER RUNDFUNKTEILNEHMER

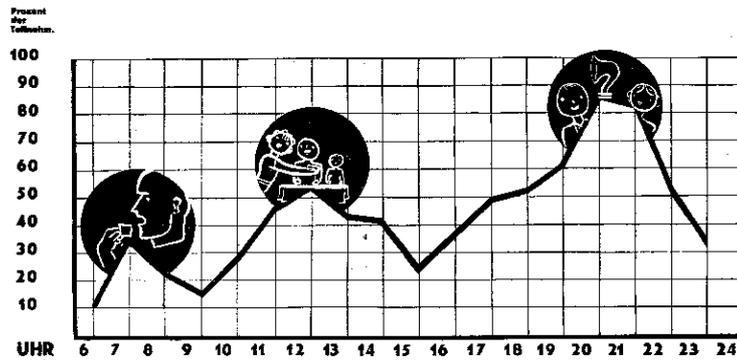


Abb. 7: Rundfunk Jahrbuch, 1932.

Diese Drei-Gipfel-Landschaft, die hier noch bildliche Anleitungen darüber enthält, welche Tätigkeiten der Hörer zu jeder Gipfelzeit auszuführen hat, bleibt bis zur Einführung des Fernsehens für die statistische Sichtbarmachung des Mediennutzers kennzeichnend.

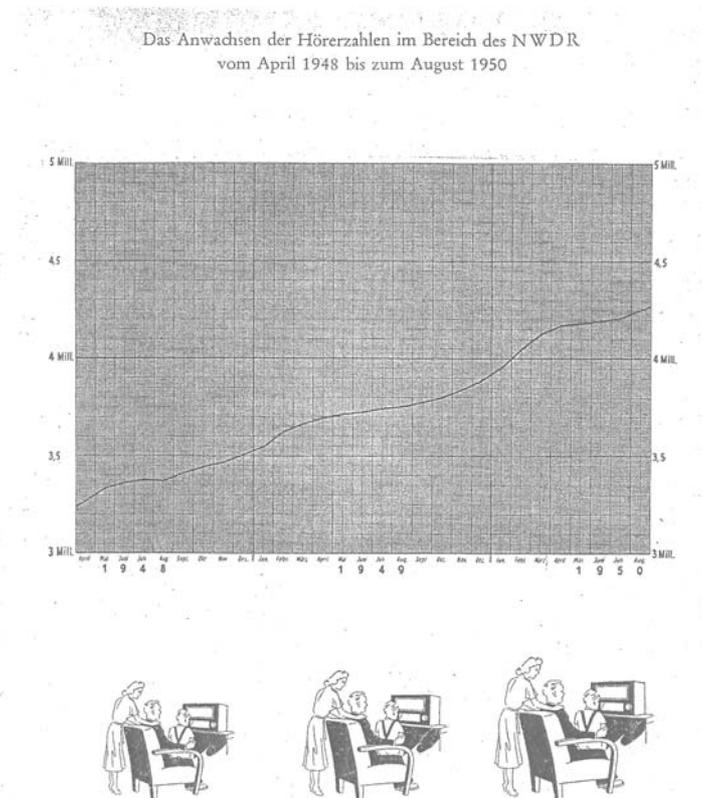


Abb. 8: Jahrbuch des NWDR, 1949-1950.

Mit dieser Darstellung einer graduell wachsenden Miniatur-Hörerfamilie (Abb. 8) – die sich ebenfalls ohne textliche Einbindung im ersten Jahrbuch des Nordwestdeutschen Rundfunks findet – möchte ich nun kurz einen weiteren historischen Einsatzpunkt der Forschung streifen. Für die Zeit nach 1945 spricht man von einem Neuanfang der empirischen Sozialforschung in Deutschland, nachdem in der Zeit des Nationalsozialismus die methodische Entwicklung der Forschung stillgestellt war. Nach dem Zweiten Weltkrieg haben die westlichen Besatzungsmächte einen großen Einfluss auf die Hörerforschung in der Bundesrepublik. Insbesondere die US-amerikanische Demoskopie und das Modell der BBC Audience Research haben die methodischen Ausdifferenzierungen entscheidend geprägt.<sup>13</sup>

In den einzelnen Sendeanstalten des neu organisierten, nun öffentlich-rechtlichen Rundfunks bilden sich Abteilungen zur Hörerforschung. Auffällig ist, dass sich trotz der nun immer ausgefeilteren Methoden, die graphischen Formen aus der Zeit der Weimarer Republik wiederfinden, wie hier in einer Graphik der SDR-Hörerforschung.

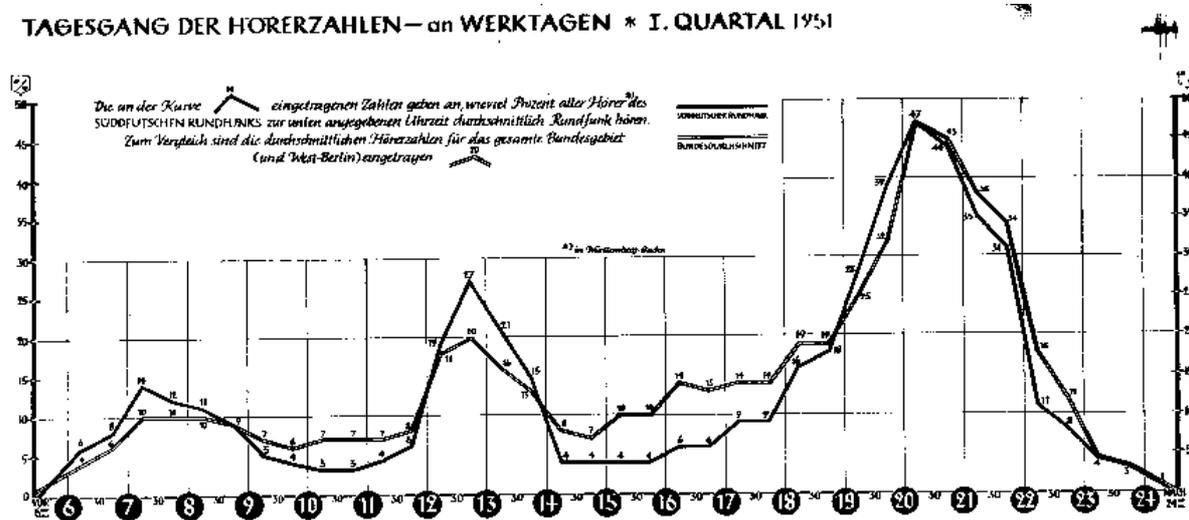


Abb. 9: SDR Hörerbefragung, 1951.

Hier zeigt sich wieder die Drei-Gipfel-Landschaft der Radionutzung, der eine Befragung des Allensbacher Instituts für Demoskopie zu Grunde liegt (Abb. 9). In der Befragung sollte der Hörer seinen gestrigen Tagesablauf mittels vorgegebener Tätigkeitskategorien rekonstruieren. Auf diese Weise wird der durchschnittliche 'Tagesgang der Hörerzahlen an Werktagen' errechnet.<sup>14</sup>

Die Figur der Drei-Gipfel-Kurve ändert sich mit der Einführung des Fernsehens. Es finden sich auch für dieses Medium viele signifikante Darstellungen des anwachsenden Publikums. Zwei Graphiken, die sich 1957 und 1958 im Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* finden, seien exemplarisch angeführt:

Die eine Graphik (Abb. 10) begleitet ein Artikel mit dem Titel 'Die Lawine'. Er beschreibt – wie schon das *Rundfunk Jahrbuch* zur Zeit der frühen Hörerforschung – die eigentümlichen Gesetzmäßigkeiten des wachsenden Fernsehpublikums. Hier geht es um die – laut *Spiegel* – erstaunliche Übereinstimmung zwischen deutscher und englischer Medienentwicklung.<sup>15</sup>

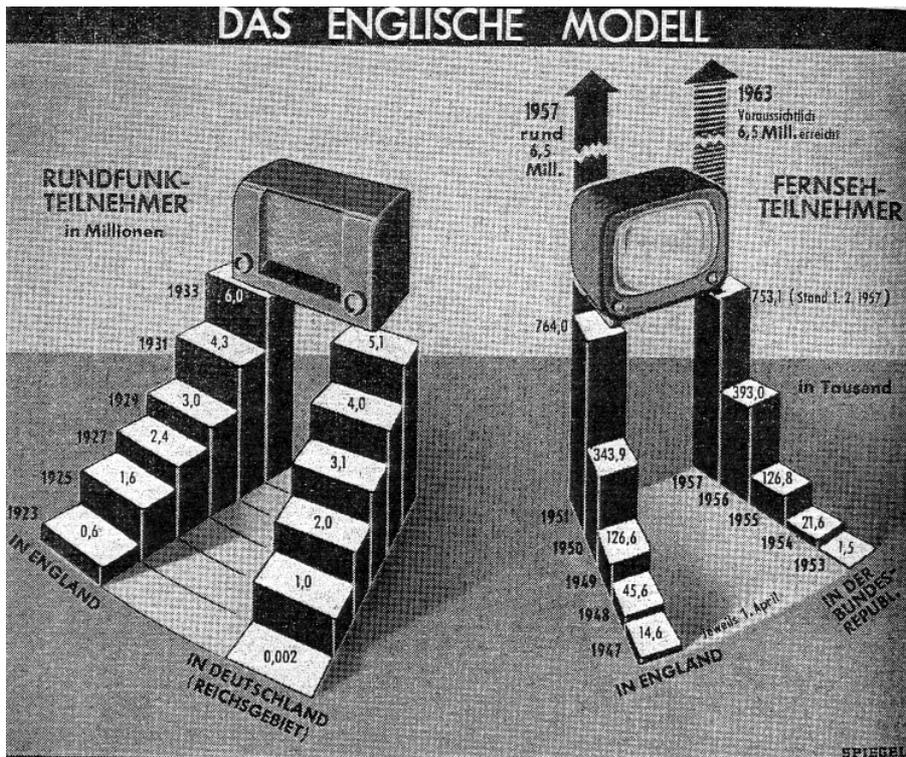


Abb. 10: Der Spiegel, 1957.

Die zweite Graphik (Abb. 11) zeigt die Fernsehentwicklung in Konkurrenz zum Medium Kino.

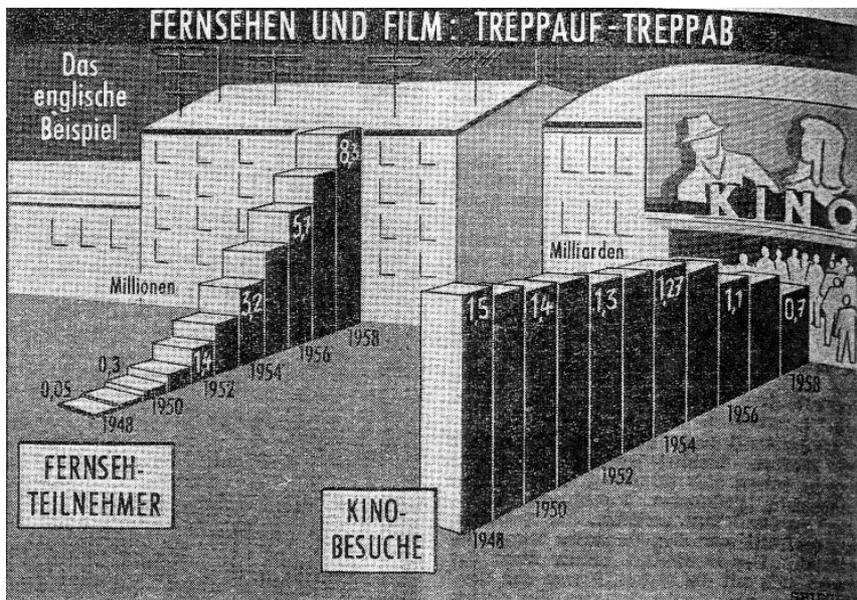


Abb. 11: Der Spiegel, 1958.

Die Graphik veräumlicht eine zeitliche Entwicklung und verbindet sie mit spezifischen Orten der Mediennutzung: Treppauf in das Wohnzimmer des Fernsehzuschauers, treppab in den immer spärlicher gefüllten Kinosaal.

Das neue Medium verändert die Wettbewerbslage. Man könnte soweit gehen zu sagen, dass diese Entwicklung auch Einfluss auf die graphische Darstellung des Medienpublikums gewinnt. Das Fernsehen kappt den abendlichen Nutzungsgipfel der Tageshörerkurve und verändert so ihre Ästhetik. Was der Neubeginn der empirischen Forschung nach 1945 und die Umstellung auf Methoden der Demoskopie nicht verändert hat, scheint das Wachstum eines neuen Mediums zu ändern.

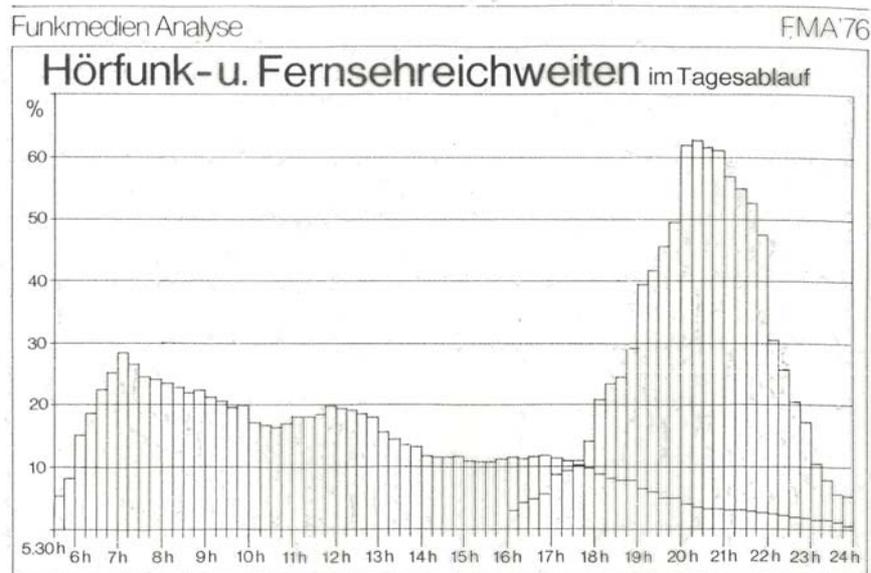


Abb. 12: Funkmedien Analyse, 1976.

Wie dieser Graphik aus dem Jahr 1976 zu entnehmen ist, flacht die Kurve der Radionutzung im Laufe des Tages ab, während die Fernsehkurve den alten Abendgipfel der Radionutzung übernimmt.

Abschließend wäre zu sagen, dass Tagesablaufkurven bis heute ein prominentes Modell in der Publikumsforschung sind. In Deutschland ist daran maßgeblich die Langzeitstudie 'Massenkommunikation' beteiligt, die seit 1964 im Auftrag von ARD und ZDF durchgeführt wird. Seit 40 Jahren macht diese Studie also sichtbar, wie sich die jeweils neuen Medien in den Tagesablauf des Nutzers einfügen. 2005 wurde die neunte Erhebungswelle der Langzeitstudie durchgeführt. Die Ergebnisse finden u.a. in diesen vier Kurven der Fernseh-, Radio-, Zeitungs- und Internetnutzung eine Darstellung (Abb. 13).

Abb. 5 Mediennutzung im Tagesverlauf 2005, Montag bis Sonntag

BRD gesamt, 5.00-24.00 Uhr, Pers. ab 14 J., in %

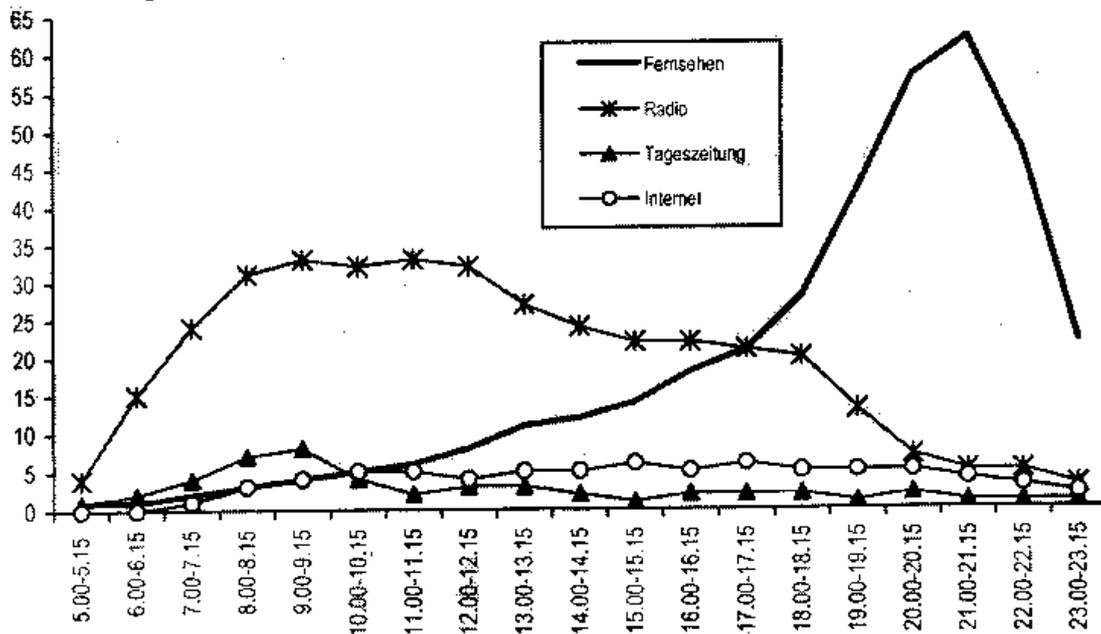


Abb. 13: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

- (1) Vgl. Felix Keller: Die Evidenz der Gesellschaft, in: Michael Cuntz/Barbara Nitsche/Marc Spaniol/Isabell Otto (Hg.): Die Listen der Evidenz, Köln 2006, S. 214.
- (2) Vgl. Klaus Voy: Raum und Zeit als grundlegende Kategorien der Statistik. Materialien aus Naturphilosophie, Geographie und Statistik, in: Berliner Statistik. Statistische Monatschrift 7–12 (2000), S. 248–263.
- (3) Vgl. hierfür und für das Folgende: Hansjörg Bessler: Hörer- und Zuschauerforschung. Rundfunk in Deutschland, hg. v. Hans Bausch. Bd. 5, München 1980, S. 17–21.
- (4) N.N.: Unser Aufruf, in: Der Deutsche Rundfunk 3/35 (1924), S. 1953–1955 (hier: S. 1954).
- (5) Ebd.
- (6) Vgl. Winfried B. Lerg: Die Entstehung des Rundfunks in Deutschland. Herkunft und Entwicklung eines publizistischen Mittels, Frankfurt/M. 1965, S. 272–274.
- (7) Vgl. Carsten Lenk: Die Erscheinung des Rundfunks. Einführung und Nutzung eines neuen Mediums 1923–1932, Opladen 1997, S. 213 f.
- (8) Vgl. Bessler: Hörer- und Zuschauerforschung (Anm. 2), S. 32.
- (9) Ebd.
- (10) Vgl. Felix Keller: Ikonen der Moderne. Diagramme und die Ästhetik der Sichtbarkeit, in: Walter Grond/Beat Mazenauer (Hg.): Das Wahre, Falsche, Schöne. Reality Show, Innsbruck 2005, S. 93–101.
- (11) Herbert Antoine: Rundfunk in Zahlen, in: Rundfunk Jahrbuch 1930, hg. v. der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft, S. 359–370, hier: S. 365.
- (12) Vgl. Bessler: Hörer- und Zuschauerforschung (Anm. 2), S. 26.
- (13) Vgl. Michael Meyen: Die Anfänge der empirischen Medien- und Meinungsforschung in Deutschland, in: ZA-Information 50 (Mai 2002), S. 59–80.
- (14) Vgl. Renate Schumacher: Zur Geschichte der Hörfunkforschung, in: Joachim-Felix Leonhard u.a. (Hg.), Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen [=Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, 15]. Bd. 2, Berlin/New York 2001, S. 1445–1459, hier: S. 1449.
- (15) Vgl. N.N.: Die Lawine. Entwicklung, in: Der Spiegel 11/9 (27.02.1957), S. 50.

## Abbildungsnachweise

- Abb. 1: Der Deutsche Rundfunk 2/20 (1924), S. 1031.
- Abb. 2: N.N.: Unser Aufruf, in: Der Deutsche Rundfunk 3/35 (1924), S. 1953–1955 (hier: S. 1955).
- Abb. 3: N.N.: Unser Aufruf, in: Der Deutsche Rundfunk 3/35 (1924), S. 1953–1955 (hier: S. 1954).
- Abb. 4: Rundfunk Jahrbuch 1929, hg. v. der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft Berlin, S. 31.
- Abb. 5: Rundfunk Jahrbuch 1930, hg. v. der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft Berlin, S. 364.
- Abb. 6: Rundfunk Jahrbuch 1932, hg. v. der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft Berlin, S. 135.
- Abb. 7: Rundfunk Jahrbuch 1932, hg. v. der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft Berlin, S. 138.
- Abb. 8: Jahrbuch 1949–1950, hg. vom Nordwestdeutsche Rundfunk, S. 85.
- Abb. 9: Institut für Demoskopie, Allensbach: Süddeutscher Rundfunk. Hörer-Befragung Frühjahr 1951, zit. nach: Hansjörg Bessler: Hörer- und Zuschauerforschung. Rundfunk in Deutschland, hg. v. Hans Bausch. Bd. 5, München 1980, S. 27.
- Abb. 10: N.N.: Die Lawine. Entwicklung, in: Der Spiegel 11/9 (27.02.1957), S. 50.
- Abb. 11: N.N.: Das Kino-Sterben. Fernseh-Konkurrenz, in: Der Spiegel 12/48 (26.11.1958), S. 76–79 (hier: S. 76).
- Abb. 12: Funkmedien Analyse 1976, zit. nach: Hansjörg Bessler: Hörer- und Zuschauerforschung. Rundfunk in Deutschland, hg. v. Hans Bausch. Bd. 5, München 1980, S. 28.
- Abb. 13: Birgit von Eimeren/Christa-Maria Ridder: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2005. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in: Media Perspektiven 10 (2005), S. 490–504 (hier: S. 500).