

# Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

**Eine Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale  
für neue Medien (BLM)**

**München/Berlin, 25.11.2014**

**Goldmedia GmbH  
Strategy Consulting**

**Prof. Dr. Klaus Goldhammer  
Dr. André Wiegand**

Oranienburger Str. 27  
10117 Berlin-Mitte

Tel.: 030-246 266-0

Fax: 030-246 266-66

Klaus.Goldhammer@Goldmedia.de

Andre.Wiegand@Goldmedia.de

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>2</b>
1.1	Zielsetzung .....	2
1.2	Methodik und Ausschöpfung .....	2
<b>2</b>	<b>Wirtschaftliche Lage der privaten lokalen und landesweiten Fernsehanbieter in Bayern .....</b>	<b>9</b>
2.1	Gesamtentwicklung der lokalen und landesweiten Fernsehanbieter .....	9
2.2	Entwicklung der lokalen Fernsehanbieter .....	12
2.3	Ausblick der lokalen und landesweiten Fernsehanbieter .....	15
2.4	Lokales und landesweites Fernsehen in Bayern im Überblick .....	17
<b>3</b>	<b>Wirtschaftliche Lage der privaten Hörfunkanbieter in Bayern.....</b>	<b>19</b>
3.1	Gesamtentwicklung der privaten Hörfunkanbieter .....	19
3.2	Entwicklung der lokalen Hörfunkanbieter .....	23
3.3	Ausblick der privaten Hörfunkanbieter .....	27
3.4	Sonderauswertung DAB+ .....	29
3.5	Private Hörfunkanbieter in Bayern im Überblick .....	31

# 1 Einleitung

## 1.1 Zielsetzung

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) erhebt als Trägerin und Kontrollorgan der privaten Rundfunkangebote in Bayern mittels einer Anbieterbefragung regelmäßig die Beschäftigungssituation sowie die wirtschaftliche Lage der landesweiten und lokalen Rundfunkanbieter in Bayern.

Die Goldmedia GmbH wurde am 08. Juni 2014 von der BLM beauftragt, die Daten dieser Anbieter zur Beschäftigung und zur wirtschaftlichen Situation für das Jahr 2013 zu erheben. Goldmedia hat diese Anbieterbefragung im Zeitraum vom 26. Juni bis zum 30. August 2014 durchgeführt.

## 1.2 Methodik und Ausschöpfung

Die Befragung stellt eine Vollerhebung aller in Bayern ansässigen landesweiten und lokalen privaten Rundfunkanbieter dar. Im Hörfunkbereich wurden zudem auch die in Bayern ansässigen Anbieter bundesweiter oder in mehreren Bundesländern verbreiteten Programme befragt.

Die Erhebung der Daten erfolgte mittels einer schriftlichen Anbieterbefragung mit jeweils getrennten Fragebögen für Fernseh- und Hörfunkanbieter. Die Fragebögen entsprachen in Form und Inhalt im Wesentlichen dem Fragenkatalog, der bereits in den vergangenen Jahren für die Anbieterbefragung zum Einsatz kam.

Der Fragebogen für die Hörfunkanbieter wurde dabei um Einschätzungen zur DAB+-Verbreitung von Hörfunkprogrammen ergänzt und die Grundgesamtheit um alle in Bayern ansässigen Programmanbieter erweitert.

Die Fragebögen wurden per Post und E-Mail versendet. Die Antworten konnten per Post, E-Mail oder Fax zurückgesandt werden.

Anbieter, die den Fragebogen nicht innerhalb des genannten Zeitraums von 14 Tagen beantwortet hatten, wurden in mehrfachen telefonischen Nachfassaktionen um die Teilnahme gebeten. Der Erhebungszeitraum dauerte insgesamt vom 15 Juni bis 30. August 2014.

Von den 26 landesweiten und lokalen TV-Anbietern mit insgesamt 27 Sendern bzw. Fenster- und Spartenprogrammen hat Goldmedia von 24 Anbietern eine Antwort erhalten. Dies entspricht einer Ausschöpfungsquote von 92 Prozent.

Von den 60 befragten bundesweiten, landesweiten und lokalen Hörfunkanbietern mit insgesamt 88 Sendern/Programmen haben 56 Anbieter (84 Programme) an der Befragung teilgenommen. Dies entspricht einer Ausschöpfungsquote von 95 Prozent.

Die Senderdaten der Anbieter, die nicht an der Befragung teilnehmen wollten, wurden von Goldmedia in Kooperation mit der BLM anhand vergleichbarer Sender bzw. der vorliegenden Daten aus den letzten Jahren geschätzt, um das vollständige Marktvolumen in Bayern abbilden zu können. Die Aufstellung des Fördermitteleinsatzes 2013 für die landesweiten und lokalen Fernsehsender wurde von der BLM zugeliefert.

### 1.1.1 Grundgesamtheit der landesweiten und lokalen Fernseh-anbieter in Bayern

Der subnationale Fernsehmarkt in Bayern bestand Ende des ersten Quartals 2014 aus 2 landesweiten Fensterprogrammen, die auf Sat.1 bzw. RTL ausgestrahlt werden, 16 Lokal-TV-Sendern und 9 lokalen Spartenprogrammanbietern.

**Tab. 1: In Bayern ansässige private Anbieter landesweiter und lokaler Fernsehprogramme (Stand Q1 2014)**

Sender / Programmfenster	Anbieter	Standort
<b>Landesweite Fernsehangebote</b>		
17:30 Sat.1 Bayern	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG	München
TV Bayern live/Plenum TV	TV Bayern Programmgesellschaft mbH	München
<b>Lokale Fernsehangebote</b>		
münchen.tv München/RTL München Live/München 2	München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG	München
Franken Fernsehen	TVF Fernsehen in Franken Programm GmbH	Nürnberg
Oberpfalz TV	Oberpfalz TV Nord GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Amberg
main.tv	Neue Welle Antenne Aschaffenburg Hörfunk- und Fernsehanbieter GmbH	Aschaffenburg
a.tv	a.tv GmbH & Co. KG	Augsburg
DONAU TV	DONAU TV Regionalfernsehen GmbH & Co. Programmanbieter KG	Deggendorf
tvo	TV Oberfranken GmbH & Co. KG	Hof
intv	intv Regional Fernsehen GmbH & Co. oHG	Ingolstadt
TVA Nachrichten	Allgäu-TV GmbH & Co. KG	Kempten
Isar TV	Regional-Fernsehen-Landshut Programmanbieter GmbH	Landshut
TRP1	Tele Regional Passau 1 GbR	Passau
TVA	TVA Ostbayern Fernsehprogramm GmbH & Co. Studiobetriebs-KG	Regensburg
RFO	RFO Regional Fernsehen Oberbayern GmbH	Rosenheim
TV touring Schweinfurt	TV touring Fernsehgesellschaft mbH & Co	Sennfeld
Regio TV Schwaben	Regio TV Schwaben GmbH & Co. KG	Ulm
TV touring Würzburg	TV touring Fernsehgesellschaft mbH & Co	Würzburg
<b>Lokale Spartenangebote</b>		
ISW Fernsehen	Inn-Salzach Welle GmbH	Burgkirchen
ABM München	ABM Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V.	München
afk tv	afk Fernsehverein München e.V.	München
Das Münchner Kirchenfernsehen	Sankt Michaelsbund Diözesanverband e.V.	München
KidsNews/nec.TV	Arbeitsgemeinschaft Neustadter Fernsehsender e.V.	Neustadt bei Coburg
Medienwerkstatt	Medienwerkstatt Franken e.V.	Nürnberg
Point Umwelt/ Point Reportage	Medien Praxis e.V.	Nürnberg
Polaris	Medienzentrum Parabol e.V.	Nürnberg
Kirche in Bayern	Kirche in Bayern c/o Medienhaus der Diözese Würzburg	Würzburg

Quelle: BLM

Die lokalen Spartenprogramme sind zum Großteil als gemeinnützige Vereine organisiert oder werden von der Kirche betrieben und verfolgen i.d.R. keine kommerziellen Interessen. Die Vereine haben keine Angaben zu ihren Umsätzen und Kosten gemacht. Das bedeutet: Die in Tab. 5 in der Kategorie „Lokale Spartenprogramme“ dargestellten Daten zur Beschäftigung sind vollständig, die Angaben zu Einnahmen und Kosten bilden jedoch nur

Seite 3

einen Teil der in diesem Segment anfallenden Summen ab. Aus diesem Grund eignen sich die abgebildeten Wirtschaftskennziffern der Angebotskategorie „Lokale Spartenprogramme“ nicht für eine getrennte Auswertung.

### 1.1.2 Grundgesamtheit der Hörfunkanbieter in Bayern

Ende des ersten Quartals 2014 waren in Bayern in Summe 61 private Hörfunkanbieter ansässig, die insgesamt 90 Sender bzw. Spartenprogramme produzieren. Die Hörfunkangebote verteilen sich dabei wie folgt:

**Tab. 2: Angebotskategorien und Zahl der Angebote der in Bayern ansässigen Hörfunkanbieter**

Angebotskategorie	Anzahl der Sender/Programme
Bundesweite Hörfunkangebote über Satellit	4
Landesweite UKW-Hörfunkangebote	3*
Lokale UKW-Hörfunkangebote	57
<i>Mehrfrequenzstandorte</i>	12
<i>Zweifrequenzstandorte</i>	33
<i>Einfrequenzstandorte</i>	12
Eigenständige landesweite DAB+-Angebote der UKW-Sender	3
Eigenständige lokale DAB+-Angebote der UKW-Sender	3
Eigenständige landesweite DAB+-Angebote ohne UKW-Sender	2
Eigenständige lokale DAB+-Angebote ohne UKW-Sender	6
Eigenständige lokale Kabelangebote der UKW-Sender	2
Eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender	3
Lokale Spartenangebote	7
<b>Summe</b>	<b>90</b>

\* Inkl. Nachrichtendienstleister BLR Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme mbH & Co. KG  
Quelle: Goldmedia Analyse auf Basis von BLM-Angaben

In der vorliegenden Erhebung wurden nicht erfasst

- der lokale UKW-Sender Radio Galaxy in Kulmbach sowie
- das lokale DAB+-Programm PN1.

Beide Sender haben ihren Sendebetrieb erst im Oktober 2013 aufgenommen.

**Tab. 3: In Bayern ansässige private Anbieter bundesweiter, landesweiter und lokaler Hörfunkprogramme (Stand Q1 2014)**

Sender	Rundfunk-Verbreitung	Anbieter	Standort
<b>Bundesweite Hörfunkangebote über Satellit</b>			
Klassik Radio	SAT, DAB+, UKW/Kabel-Stützfrequenzen Bayern: Augsburg, München, Nürnberg, Regensburg, Würzburg	Klassik Radio GmbH & Co. KG/ Landesstudio Bayern	Augsburg
Radio Horeb Radio Horeb München	SAT, DAB+ und UKW/Kabel-Stützfrequenzen: Augsburg, München, Nürnberg, Regensburg und Würzburg	ICR e.V./Internationale Christliche Rundfunkgemeinschaft e.V.	Balderschwang
egoFM	SAT, DAB+, UKW/Kabel-Stützfrequenzen: München, Augsburg, Nürnberg, Regensburg, Straubing	Radio Next Generation GmbH & Co. KG	München
89 HitFM	SAT	HIT FM Media Ltd. & Co. KG	München
<b>Landesweite UKW-Hörfunkangebote</b>			
Antenne Bayern	UKW, SAT, DAB+	Antenne Bayern GmbH & Co. KG	Ismaning
Rock Antenne	UKW, SAT, DAB+	Rock Antenne GmbH & Co. KG	Ismaning
BLR	Programmlieferer	Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme mbH & Co. KG	München
<b>Lokale UKW-Hörfunkangebote</b>			
<b>Mehrfrequenzstandorte</b>			
95.5 Charivari	UKW, DAB+	Radio 95.5 Charivari	München
Radio Arabella	UKW, DAB+	Radio Arabella Studiobetriebsgesellschaft mbH	München
Radio Gong 96,3	UKW, DAB+	Radio Gong 2000 GmbH & Co. KG	München
Energy München	UKW, DAB+	Radio 93,3 MHz München GmbH	München
radio 2Day 89,0 München	UKW, DAB+	radio 2Day Rundfunkveranstaltungs GmbH	München
Das neue Charivari 98,6	UKW, DAB+	Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs GmbH	Nürnberg
Energy Nürnberg	UKW, DAB+	ENERGY Nürnberg	Nürnberg
Hit Radio N1	UKW, DAB+	Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs GmbH	Nürnberg
Radio F 94,5	UKW, DAB+	Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs GmbH	Nürnberg
Radio Gong 97,1	UKW, DAB+	Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs GmbH	Nürnberg
STAR FM	UKW, DAB+	STAR FM Nürnberg GmbH & Co. KG	Nürnberg
Vilradio	UKW, DAB+	vilradio premium musik	Nürnberg
<b>Zweifrequenzstandorte</b>			
Radio 8	UKW	Frequenzgemeinschaft Radio 8 GbR	Ansbach
Radio Galaxy Ansbach	UKW	Frequenzgemeinschaft Radio 8 GbR	Ansbach
Radio Galaxy Aschaffenburg	UKW	Funkhaus Aschaffenburg GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Aschaffenburg

Radio Primavera Aschaffenburg	UKW	Funkhaus Aschaffenburg GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Aschaffenburg
hitradio.rt1	UKW, DAB+	hitradio.rt1 augsburg GmbH	Augsburg
Radio Fantasy	UKW, DAB+	Radio Fantasy GmbH	Augsburg
Radio Bamberg	UKW	Bamberger Rundfunk GmbH & Co. Studiobetriebs KG Radio Bamberg	Bamberg
Radio Galaxy Bamberg	UKW	Bamberger Rundfunk GmbH & Co. Studiobetriebs KG Radio Bamberg	Bamberg
Radio Galaxy Bayreuth	UKW	Radio Bayreuth GmbH & Co. Mainwelle KG	Bayreuth
Radio Mainwelle	UKW	Radio Bayreuth GmbH & Co. Mainwelle KG	Bayreuth
Radio Eins	UKW	Funkhaus Coburg GmbH & Co. KG	Coburg
Radio Galaxy Coburg	UKW	Funkhaus Coburg GmbH & Co. KG	Coburg
Radio Euroherz (Frequenzteilung mit extra Radio)	UKW	Neue Welle „Antenne Hof“ GmbH	Hof/Saale
Radio Galaxy Hof	UKW	Neue Welle „Antenne Hof“ GmbH	Hof/Saale
extra radio (Frequenzteilung mit Radio Euroherz)	UKW	extra radio Rundfunkprogramm GmbH	Hof/Saale
Radio Galaxy Ingolstadt	UKW	Funkhaus Ingolstadt GmbH & Co. KG	Ingolstadt
Radio IN	UKW, DAB+	Funkhaus Ingolstadt GmbH & Co. KG	Ingolstadt
„Das neue“ RSA Radio	UKW	RSA Radio GmbH & Co. KG/ Funkhaus Kempten	Kempten
Radio Galaxy Kempten	UKW	RSA Radio GmbH & Co. KG/ Funkhaus Kempten	Kempten
Radio Plassenburg	UKW	Radio Plassenburg Studiobetriebs- und Werbegesellschaft mbH Hörfunksender KG	Kulmbach
Radio Galaxy Kulmbach (Sendestart Okt. 2013)	UKW	Radio Plassenburg Studiobetriebs- und Werbegesellschaft mbH Hörfunksender KG	Kulmbach
Radio Galaxy Landshut	UKW	Funkhaus Landshut GmbH & Co. KG	Landshut
Radio Trausnitz	UKW	Funkhaus Landshut GmbH & Co. KG	Landshut
Radio Galaxy Passau	UKW	Funkhaus Passau GmbH & Co. KG	Passau
unserRadio	UKW	Funkhaus Passau GmbH & Co. KG	Passau
gong fm	UKW	Funkhaus Regensburg GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Regensburg
Radio Charivari Regensburg	UKW	Funkhaus Regensburg GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Regensburg
Radio Charivari Rosenheim	UKW	Radio Charivari Rosenheim Programmanbieter GmbH	Rosenheim
Radio Galaxy Rosenheim	UKW	Radio Galaxy Rosenheim Programmanbieter GmbH	Rosenheim
Radio Galaxy Amberg-Weiden	UKW	Radio Ramasuri Rundfunkprogramm GmbH & Co. KG	Weiden
Radio Ramasuri	UKW	Radio Ramasuri Rundfunkprogramm GmbH & Co. KG	Weiden
Radio Charivari Würzburg	UKW	Funkhaus Würzburg Studiobetriebs GmbH	Würzburg
Radio Gong Würzburg	UKW	Funkhaus Würzburg Studiobetriebs GmbH	Würzburg
<b>Einfrequenzstandorte</b>			
Radio Alpenwelle	UKW	Radio Alpenwelle Programmanbieter GmbH	Bad Tölz
Radio ISW (ehem. Inn-	UKW	Hörfunk Burgkirchen-Mühldorf GmbH	Burgkirchen

Salzach-Welle)			
unserRadio Deggendorf	UKW	unserRadio Programmanbieter GmbH & Co. KG	Deggendorf
hitradio.rt1 nordschwaben	UKW	HITRADIO RT1 Nordschwaben OHG	Donauwörth
Rock Antenne _ Erding, Freising, Ebersberg	UKW	Rock Antenne Lokalradio GmbH & Co. KG Studio Erding	Erding
Bayernwelle SüdOst	UKW	Lokalradio Berchtesgadener Land & Chiemgau GmbH	Freilassing
106.4 TOP FM	UKW	Amper Welle GmbH	Fürstenfeldbruck
Radio Oberland	UKW	Radio Oberland Programmanbieter GmbH & Co. Vermarktungs KG	Garmisch-Partenkirchen
hitradio.rt1 südschwaben	UKW	hitradio.rt1 südschwaben GmbH	Memmingen
Radio PrimaTon	UKW	Schweinfurter Rundfunk GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Schweinfurt
Radio AWN	UKW	Radio Aktuelle Welle GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Straubing
Donau 3 FM	UKW	M.O.R.E. Lokalfunk Baden-Württemberg GmbH & Co. KG	Ulm
<b>Eigenständige landesweite DAB+-Angebote der UKW-Sender</b>			
Antenne Info	DAB+	Antenne Bayern GmbH & Co. KG	Ismaning
Antenne Top 40	DAB+	Antenne Bayern GmbH & Co. KG	Ismaning
Radio Galaxy	DAB+	Digitale Rundfunk Bayern GmbH & Co. KG	Regensburg
<b>Eigenständige lokale DAB+-Angebote der UKW-Sender</b>			
Digital Classix - BE4 Classic Rock	DAB+	Radio 2DAY Rundfunkveranstaltungs GmbH	München
Gong Mobil	DAB+	Radio Gong 2000 GmbH & Co. KG	München
Pirate Gong	DAB+	Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs-GmbH	Nürnberg
<b>Eigenständige landesweite DAB+-Angebote ohne UKW-Sender</b>			
Absolut HOT	DAB+ (Bayern, Hessen)	Die Neue Welle Rundfunkverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Nürnberg
Absolut Relax	DAB+ (bundesweit)	Die Neue Welle Rundfunkverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Nürnberg
<b>Eigenständige lokale DAB+-Angebote ohne UKW-Sender</b>			
MEGA RADIO Bayern – Regionen Augsburg, Ingolstadt, München, Nürnberg	DAB+	MEGA Radio Bayern GmbH	Augsburg
Radio Augsburg	DAB+	Digital Radio Augsburg GmbH/ c/o St. Ulrich-Verlag GmbH	Augsburg
Smart Radio	DAB+	Auge und Ohr GmbH	Augsburg
Coolradio	DAB+	Matthias Bäumlner Studioteknik	Eichstätt
Coolradio Jazz	DAB+	Matthias Bäumlner Studioteknik	Eichstätt
PN1 (Sendestart Okt. 2013)	DAB+	PN Medien GmbH	Ingolstadt
<b>Eigenständige lokale Kabelangebote der UKW-Sender</b>			
RSA2	Kabel	Radio RSA / Funkhaus Kempten	Kempten
RSA3	Kabel	Radio RSA / Funkhaus Kempten	Kempten

<b>Eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender</b>			
Radio Lechtal	Kabel	Sabine Duswald	Kaufering
Hitradio MS One	Kabel	Hitradio MS One Programmanbieter GmbH	Neusäß
Allgäu Hit	Kabel	Baumann & Häuslinger GbR	Sonthofen
<b>Lokale Spartenangebote</b>			
Radio ND1	UKW, DAB+	Anbiatergemeinschaft Radio ND1	Ingolstadt
afk m 94,5_München	UKW, DAB+	afk-Verein-Hörfunk München e.V.	München
LORA München	UKW, DAB+	Radio LORA Programmanbieter GmbH	München
Radio Feierwerk	UKW, DAB+	Radio Feierwerk e.V.	München
afk max	UKW, DAB+	afk-Verein-Hörfunk München e.V.	Nürnberg
92.4 Christliches Radio München	UKW, DAB+	Christliche Medien München e.V.	München
Radio Z	UKW, DAB+	Rundfunk-Aktionsgemeinschaft demokratischer Initiativen und Organisationen (R.A.D.I.O.) e.V.	Nürnberg

Quelle: BLM

Die Auswertung der Hörfunkdaten erfolgt grundsätzlich nach den in Tab. 2 dargestellten Angebotskategorien. Hierbei muss Folgendes berücksichtigt werden: Die Ergebnisse der eigenständigen DAB+-Angebote, der UKW-Sender sowie die eigenständigen lokalen Kabelangebote der UKW-Sender können nicht separat ausgewiesen werden, da die Anbieter keine gesonderten Angaben für den DAB+-Bereich gemacht haben. Zudem können die eigenständigen landesweiten DAB+-Angebote ohne UKW-Sender (nur 1 Anbieter mit 2 Programmen) aus Datenschutzgründen nicht getrennt ausgewiesen werden. Daher werden die erfassten Daten nach folgendem Schema ausgewiesen:

- Bundesweiter Hörfunk
- Landesweiter Hörfunk
- Lokaler Hörfunk
  - Mehrfrequenzstandorte
  - Zweifrequenzstandorte
  - Einfrequenzstandorte
- Eigenständige DAB-Angebote ohne UKW-Sender
- Sonstige Hörfunkangebote

In die Kategorie „Sonstige Hörfunkangebote“ fallen eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender, lokale Spartenprogramme sowie weitere nicht-kommerzielle Hörfunkanbieter. Auch die lokalen Spartenprogramme sind mit Ausnahme von ND1<sup>1</sup> als gemeinnützige Vereine organisiert oder werden von der Kirche betrieben und verfolgen i.d.R. keine kommerziellen Interessen. Die Vereine haben keine Angaben zu ihren Umsätzen und Kosten gemacht. Das bedeutet: Die in Tab. 4 in der Kategorie „Sonstige Hörfunkangebote“ dargestellten Daten zur Beschäftigung sind vollständig, die Angaben zu Einnahmen und Kosten bilden jedoch nur einen Teil der in diesem Segment anfallenden Summen ab. Aus diesem Grund eignen sich die Wirtschaftskennziffern der Angebotskategorie „Sonstige Hörfunkangebote“ nicht für eine getrennte Auswertung.

<sup>1</sup> Radio ND1 ist ein lokales Programmfenster auf Radio In für den Landkreis Neuburg-Schrobenhausen und wird auch von der Funkhaus Ingolstadt GmbH & Co. KG produziert. Die Daten für ND1 sind in den Daten von Funkhaus Ingolstadt enthalten.

## 2 Wirtschaftliche Lage der privaten lokalen und landesweiten Fernsehanbieter in Bayern

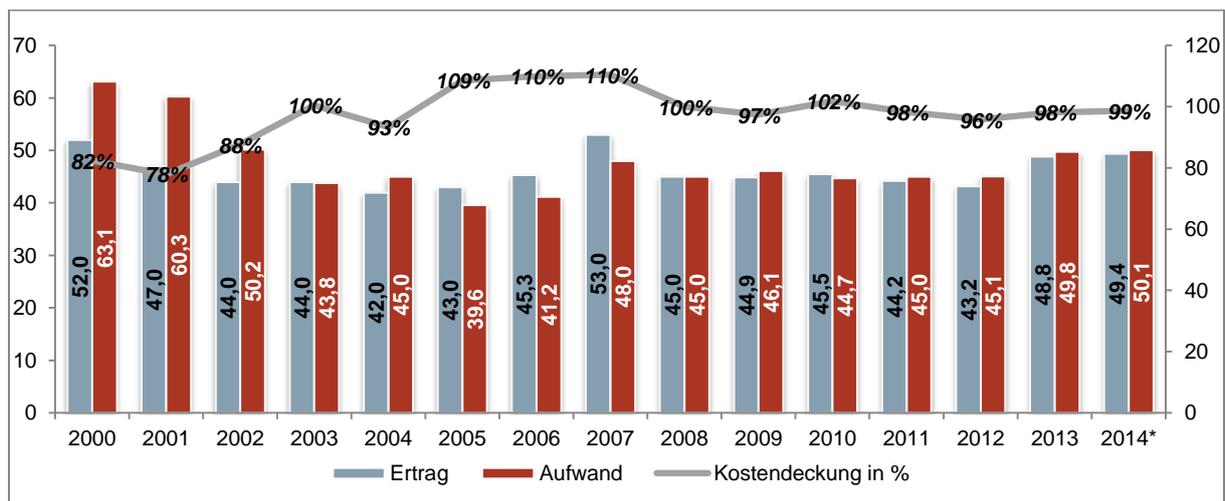
### 2.1 Gesamtentwicklung der lokalen und landesweiten Fernsehanbieter

Die Gesamtentwicklung des privaten lokalen und landesweiten Fernsehens in Bayern wird zum einen bestimmt durch die Verträge, die für die Erstellung der landesweiten Programmfenster 17:30 Sat.1 Bayern und TV Bayern live mit Sat.1 bzw. RTL abgeschlossen werden. Zum anderen bestimmen die lokalen Werbeeinnahmen und verfügbaren Fördermittel die Wirtschaftlichkeit der Branche in Bayern.

Im Jahr 2013 erzielten die privaten lokalen und landesweiten TV-Anbieter in Bayern in Summe einen Gesamtumsatz von 48,8 Mio. Euro. Der Sprung von +5,6 Mio. Euro ggü. 2012 ist im Wesentlichen auf die höhere Förderung der Verbreitungskosten der lokalen Fernsehanbieter zurückzuführen.

Seit Dezember 2012 nutzen die 16 lokalen Fernsehanbieter in Bayern insgesamt 10 statt bislang nur 4 digitale ASTRA-Satellitenkanäle.<sup>2</sup> Die damit verbundenen höheren Übertragungskosten werden durch die BLM gefördert. Entsprechend sind auch die Gesamtaufwendungen der Lokal-TV-Anbieter gestiegen. Allerdings konnte die Hälfte der Lokal-TV-Anbieter in 2013 auch deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen, die über der sonstigen Kostensteigerung (unabhängig von der Satellitenverbreitung) lagen. Damit konnte der Gesamtkostendeckungsgrad der Branche in Bayern im Jahr 2013 gegenüber dem Vorjahr leicht verbessert werden, blieb jedoch mit 99 Prozent immer noch knapp in der Verlustzone.

**Abb. 1: Geschäftsentwicklung der lokalen und landesweiten TV-Anbieter in Bayern 2000-2014\* (Angaben in Mio. EUR)**



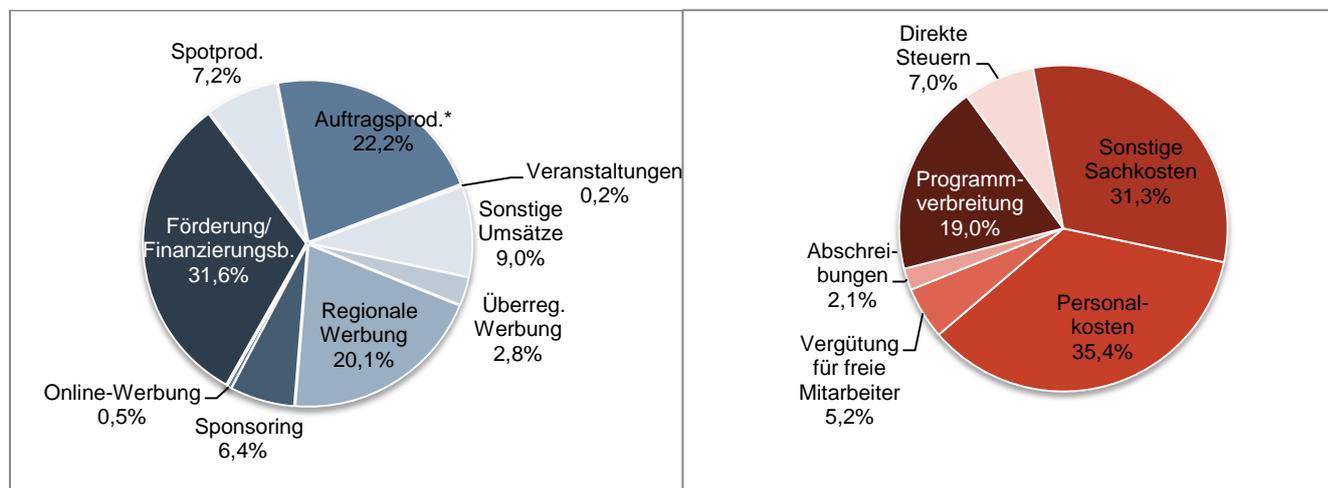
\*2014: Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

<sup>2</sup> Seit Dezember 2012 stehen insgesamt 7 24-Stunden-Kanäle und 3 6-Stunden-Kanäle für alle 16 bayerischen Sender zur Verfügung. Diese Restrukturierung ermöglicht nun die Bereitstellung jeweils eines 24-Stunden-Kanals für alle 7 Regierungsbezirke in Bayern.

Die prozentuale Verteilung der Erträge und Kosten entspricht grundsätzlich den Vorjahren. Allerdings zeigt sich auch hier der gestiegene Anteil der Verbreitungskosten und dessen Förderung auf der Einnahmen- wie auch auf der Ausgabenseite.

**Abb. 2: Ertrags-/Aufwandsstruktur der lokalen und landesweiten TV-Anbieter in Bayern 2013 / Umsatz ges.: 48,8 Mio. EUR – Aufwand ges.: 49,8 Mio. EUR**



\* Inkl. Programm- und Rechteverkäufe

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Mit Blick auf die Personalentwicklung lässt sich feststellen, dass erstmals seit 2008 die Mitarbeiterzahlen bei den lokalen und landesweiten TV-Anbietern wieder angestiegen sind. Mitte 2014 kam es zwar bereits wieder zu einem leichten Rückgang. Jedoch liegen die Beschäftigungszahlen immer noch über dem Niveau von 2012.

Hierbei ist jedoch zu beachten, dass sich das Wachstum der *festangestellten* Mitarbeiter vor allem aus einer Erweiterung der Grundgesamtheit bei den lokalen Spartenprogrammanbietern speist. Statt 6 Spartenprogrammanbietern wie 2012 waren 2013 nun 9 Spartenprogrammanbieter in der Erhebung enthalten.

Bei den kommerziellen Lokal-TV-Sendern ging die Zahl der festangestellten Mitarbeiter leicht zurück (vgl. Kap. 2.2). Allerdings stieg die Zahl der freien Mitarbeiter in allen Anbietergruppen 2013 deutlich an. Bis Mitte 2014 kam es zwar wieder zu einem leichten Rückgang. Jedoch liegen die Beschäftigungszahlen in Summe immer noch über dem Niveau von 2012.

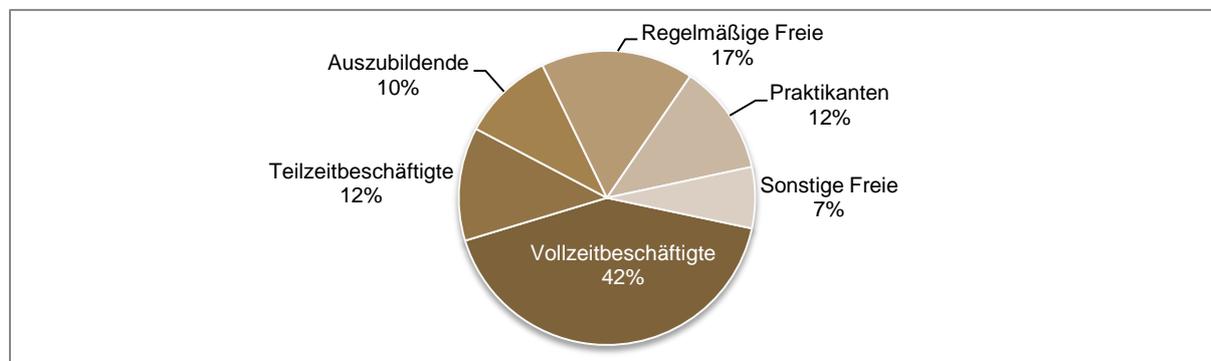
**Abb. 3: Beschäftigte im lokalen und landesweiten Fernsehen in Bayern 2000 bis Mitte 2014 nach Status der Beschäftigung**



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Prozentual betrachtet ist im Jahr 2013 der Anteil der festangestellten Kräfte mit 64 Prozent um rund 9 Prozentpunkte ggü. 2012 zurückgegangen. Dies liegt jedoch vor allem daran, dass die Zahl der freien Kräfte deutlich stärker gewachsen ist. Die Veränderung ist damit wachstumsinduziert und basiert nur in geringem Maße auf einem Austausch von Festangestellten durch freie Mitarbeiter. Die Zahl der Mitarbeiter, die unmittelbar dem Programmbe- reich zuzuordnen sind, lag Ende des Jahres 2013 bei rund 60 Prozent.

**Abb. 4: Beschäftigungsstruktur im lokalen und landesweiten Fernsehen in Bayern 2013 in Prozent / Beschäftigte gesamt: 834**



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

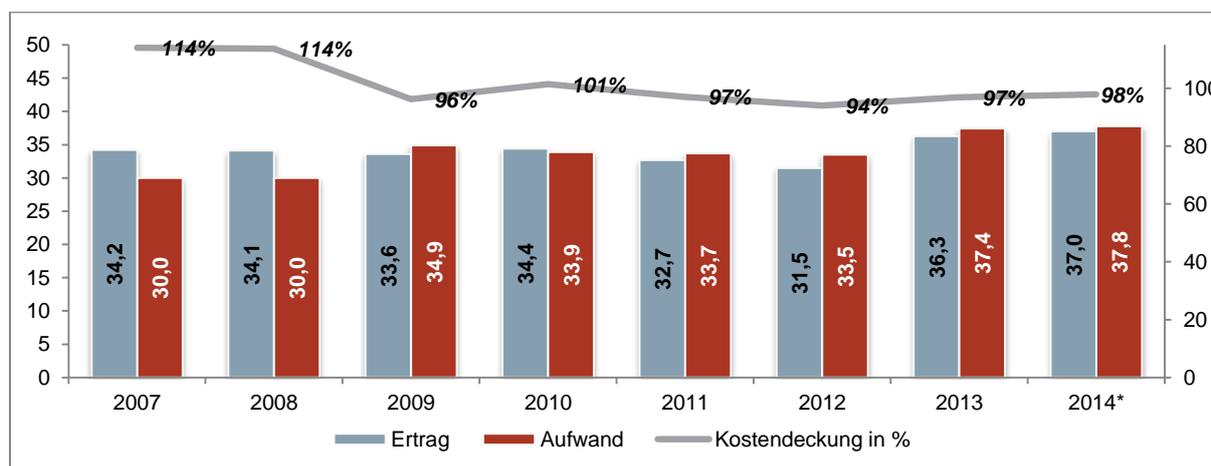
## 2.2 Entwicklung der lokalen Fernsehanbieter

Im Jahr 2013 konnte im lokalen Fernsehmarkt in Bayern nach zwei Jahren mit Umsatzrückgängen durch einen Umsatzanstieg von 4,7 Mio. Euro eine Kehrtwende erzielt werden (vgl. Abb. 5). Rund 3,7 Mio. Euro der Mehreinnahmen speisen sich aus den zusätzlichen Fördermitteln, welche die Lokal-TV-Sender für die Satellitenverbreitung ihrer Programme erhalten. Rund 1 Mio. Euro Mehreinnahmen wurden aus eigener Kraft erwirtschaftet. Davon entfallen rund 400 Tsd. Euro auf zusätzlich erwirtschaftete lokale Werbeeinnahmen. Bereits 2012 konnten die Werbeeinnahmen in ähnlicher Höhe gesteigert werden (vgl. Abb. 6).

Hier zeigen sich möglicherweise erste Auswirkungen der verbesserten Empfangbarkeit der Programme über Satellit. Die erweiterten Satellitenkapazitäten für die 16 lokalen Fernsehanbieter in Bayern führen nicht nur zu einer besseren digitalen Versorgung der bayerischen Fernsehhaushalte mit lokalen/regionalen TV-Programmen. Auch die Vermarktungsmöglichkeiten des lokalen Fernsehens in Bayern werden durch die vollständige Erschließung dieses wichtigen Übertragungskanals verbessert. Nun können (potenzielle) Werbekunden die lokalen Programme direkt über einen Satellitenkanal empfangen. Damit verbessert sich auch das Image der Sender. Unterstützt wurde die Entwicklung in 2013 vermutlich auch durch die in der Funkanalyse 2012 gemessenen leichten Reichweitzuwächse der Lokal-TV-Sender.<sup>3</sup>

Mit dem Umsatzwachstum von rund 4,7 Mio. Euro konnte der Gesamt-Kostendeckungsgrad der Lokal-TV-Branche in Bayern 2013 von 94 Prozent im Jahr 2012 auf 97 Prozent gesteigert werden. Für 2014 wird ein weiterer Umsatzanstieg erwartet, der den Kostendeckungsgrad der Branche in Bayern weiter Richtung 100 Prozent bringt.

**Abb. 5: Geschäftsentwicklung der lokalen Fernsehanbieter in Bayern 2007-2014\* (Angaben in Mio. EUR)**

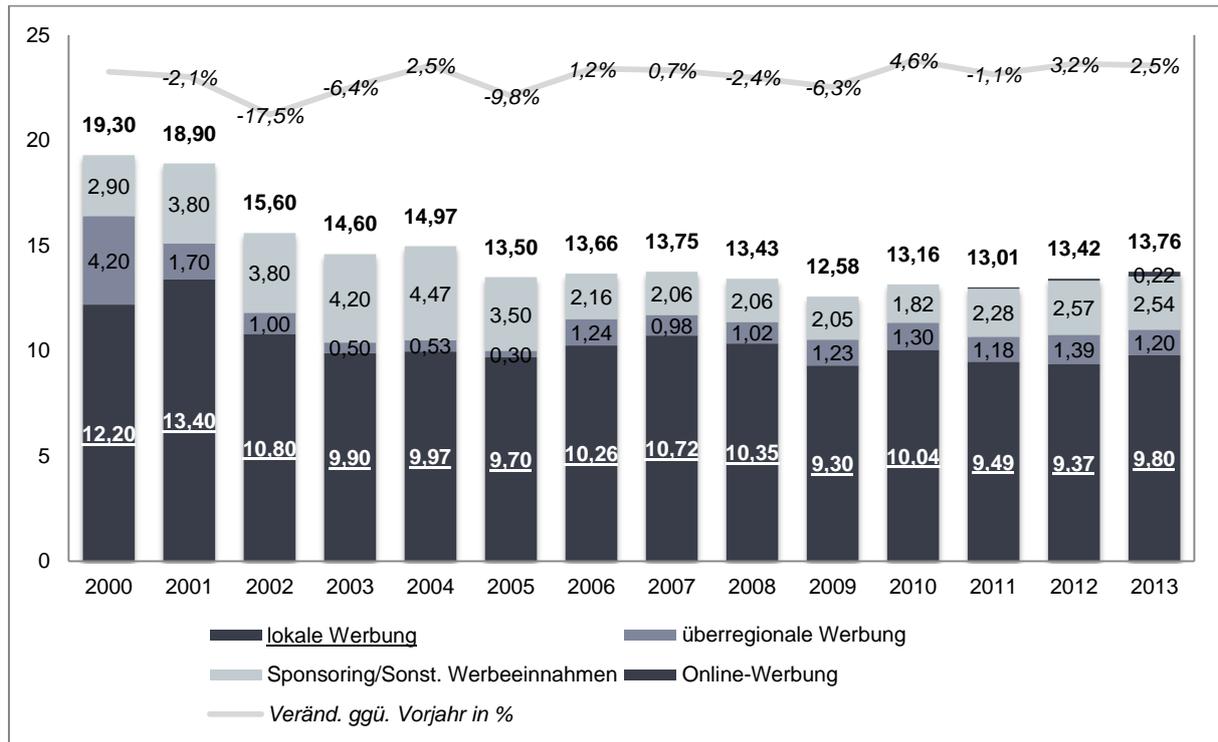


\*2014: Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

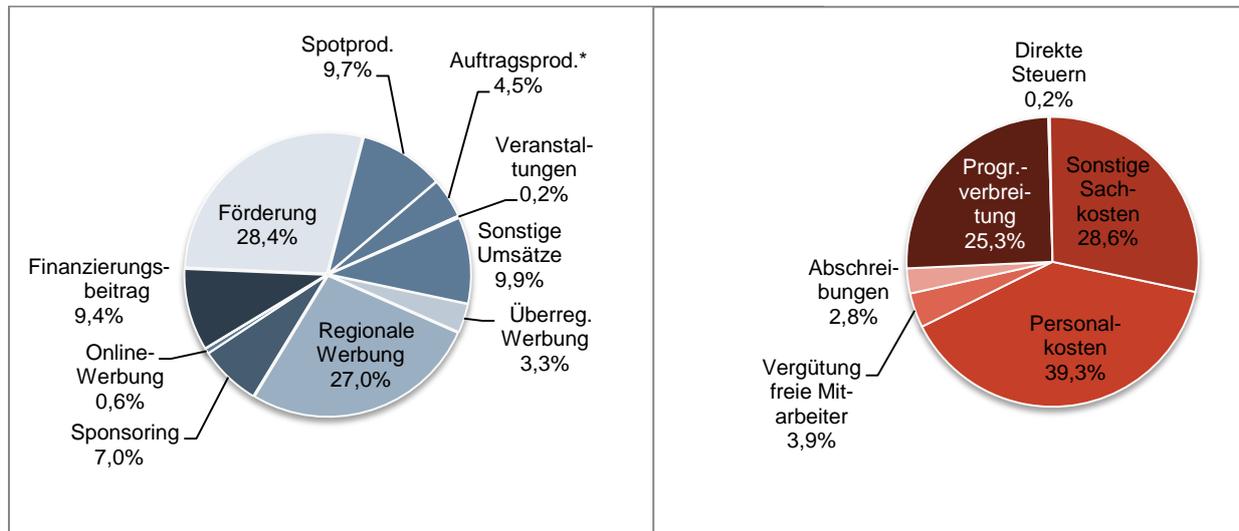
<sup>3</sup> Beispielsweise wies die Funkanalyse Bayern im Jahr 2012 für die Lokal-TV-Programme ein Wachstum von 0,5 Prozentpunkten auf 8,1 Prozent bei der Tagesreichweite in der Zielgruppe der Personen ab 14 Jahre in Bayern aus. Quelle: Funkanalyse Bayern 2012

**Abb. 6: Entwicklung der Werbeeinnahmen der lokalen Fernsehanbieter in Bayern 2000-2013 (Angaben in Mio. EUR)**



Für die Jahre 2000 bis 2010 sind die Online-Werbeumsätze unter sonstige Werbeeinnahmen zusammengefasst.  
Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

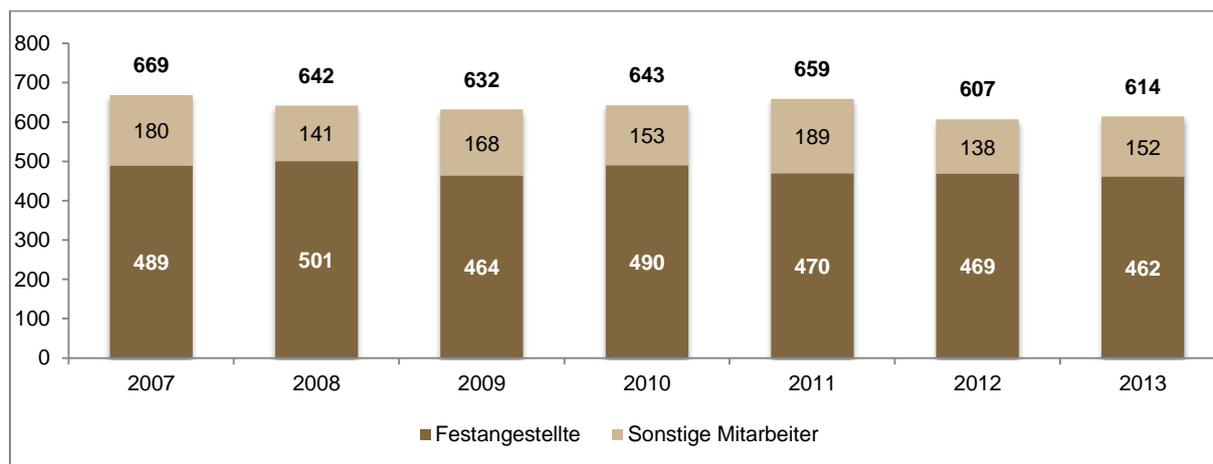
**Abb. 7: Ertrags-/Aufwandsstruktur der lokalen Fernsehanbieter in Bayern 2013  
Umsatz gesamt: 36,3 Mio. EUR – Aufwand gesamt: 37,4 Mio. EUR**



\* Inkl. Programm- und Rechteverkäufe  
Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

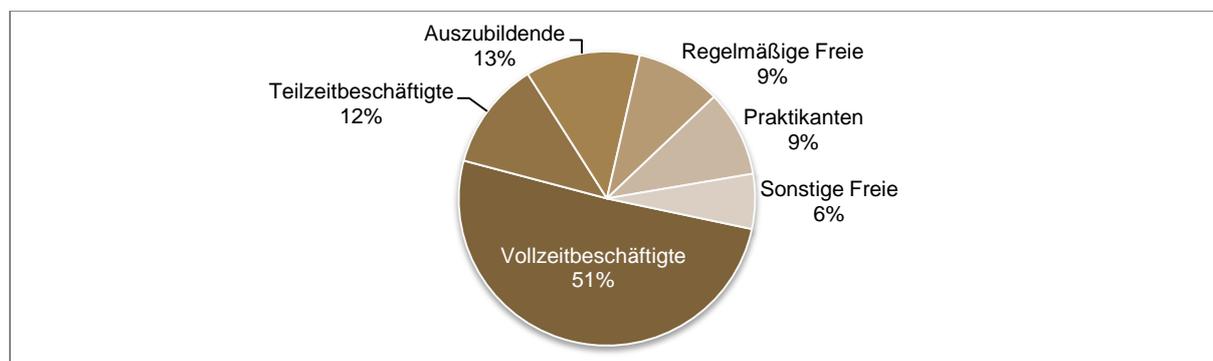
Der Umsatzanstieg wirkte sich auch positiv auf die Beschäftigungssituation aus. Hier wurden eine Reihe neuer Kräfte auf freier Basis eingestellt. Im Vergleich zum landesweiten Fernsehen fällt auf, dass der Anteil der festangestellten Mitarbeiter mit insgesamt 75 Prozent weiter deutlich über dem Anteil der Festangestellten bei den landesweiten Programmfenstern (48%) liegt. Der Anteil der direkt mit der Programmerstellung betrauten Mitarbeiter liegt mit 55 Prozent hingegen deutlich unter dem Anteil bei den landesweiten Programmfenstern (69%). Die Begründung ist, dass bei den lokalen Fernsehsendern in Summe mehr Personen im Verwaltungs- und Vertriebsbereich tätig sind.

**Abb. 8: Beschäftigte im lokalen Fernsehen in Bayern 2007 bis 2013 nach Status der Beschäftigung**



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

**Abb. 9: Beschäftigungsstruktur im lokalen Fernsehen in Bayern 2013 in Prozent / Beschäftigte gesamt: 614**



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

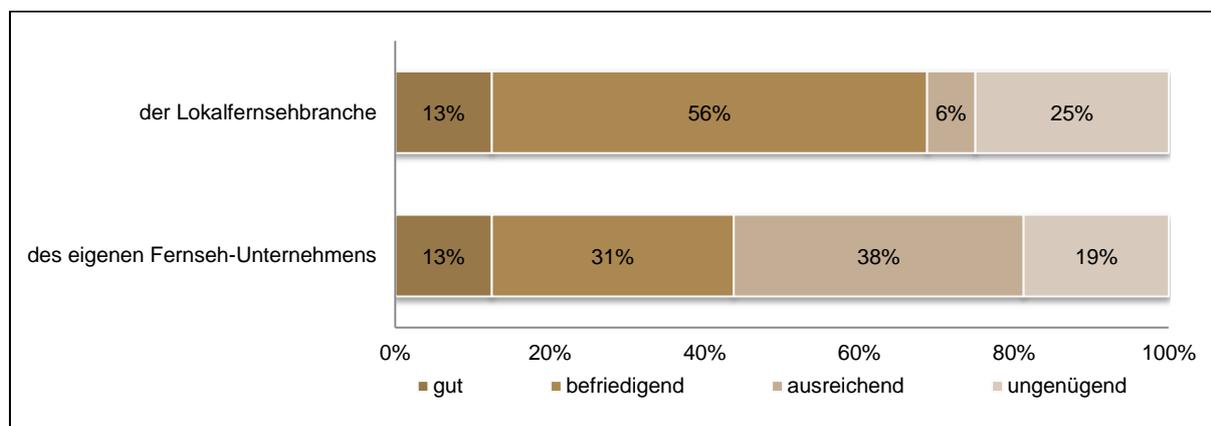
## 2.3 Ausblick der lokalen und landesweiten Fernsehanbieter

### Beurteilung der wirtschaftlichen Lage

Trotz verschiedener finanzieller Förderbereiche sowie dem Start vielversprechender Projektinitiativen in den Jahren 2012 und 2013 zur Steigerung des wirtschaftlichen Erfolgs durch die ansässige Landesmedienanstalt schätzten die privaten lokalen und landesweiten Fernsehanbieter die wirtschaftliche Lage der Branche weiterhin nur als „befriedigend“ oder schlechter ein.

Mit Blick auf die eigene Unternehmenssituation vergeben die lokalen und landesweiten Fernsehanbieter für 2014 jedoch deutlich bessere Noten als für das Jahr 2013. Hier hat sich der Anteil der Sender, die ihre eigene Situation als „gut“ einstufen, leicht erhöht (von 9% für 2013 auf 13% für 2014). Deutlich verringert hat sich der Anteil der Sender, die ihre eigene Situation als „ungenügend“ einstufen (von 30% für 2013 auf 19% für 2014). Dies stimmt mit der für 2014 weiter steigenden Umsatzerwartung überein (vgl. Abb. 1 und Abb. 5).

**Abb. 10: Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage 2014 aus Sicht der privaten lokalen und landesweiten TV-Anbieter in Bayern in Prozent**



n=16

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

### Entwicklung im Bereich Online-Werbung und E-Commerce

Die Entwicklung im Bereich E-Commerce sowie im Bereich der Online-Werbung (inkl. mobiler Werbung) schätzen die lokalen Fernsehanbieter inzwischen sehr verhalten ein. Es hat sich gezeigt, dass sich die Erlösanteile in diesen Segmenten in den letzten Jahren nur in geringem Umfang steigern ließen. Sie liegen aktuell weiterhin unter einem Prozent der Gesamteinnahmen. Die Mehrzahl der befragten Fernsehanbieter hat diesen Fragekomplex in der aktuellen Erhebung gar nicht oder nur unvollständig ausgefüllt, sodass auf eine konkrete Ausweisung der Einschätzung verzichtet wurde. Auf Nachfrage wurde angegeben, dass man als lokaler Fernsehanbieter nicht die Online-Reichweiten erzielen kann, die für lokale Werbekunden einen Gegenwert für eine kostenpflichtige Werbeschaltung darstellen. Daher wird die Einbindung der TV-Werbepartner in die Homepage des Senders in der Regel als kostenfreies Zusatzangebot zur Werbekundenbindung eingesetzt.

Für eine Vermarktung der Webseiten über Affiliate Networks sind die Reichweiten ebenfalls zu klein. Eine Vermarktung des eigenen Web-TV-Contents über nationale Videowerber-

markter wie Captain-Ad, Tremor-Media oder andere Multi-Channel-Networks wäre theoretisch möglich, bringt jedoch ebenfalls kaum Erlöse und irritiert die bestehenden TV-Werbekunden. Am wenigsten Aufwand bereitet die Vermarktung von Display-Werbung auf der Website über Google AdSense. Dies bringt den Unternehmen jedoch oftmals nur wenige hundert Euro im Jahr ein.

Die befragten lokalen TV-Anbieter gehen zwar grundsätzlich davon aus, dass v.a. der Anteil der Online-Werbeinnahmen in den nächsten Jahren auf einen Anteil im einstelligen Prozentbereich anwachsen wird. Es werden jedoch aus Sicht der Anbieter mittelfristig bis 2018 keine wesentlichen Deckungsbeiträge über die Online-Vermarktung erwirtschaftet. Entsprechend sind derzeit auch nur rund 2 Prozent der Mitarbeiter bei den lokalen und landesweiten Fernseh Anbietern in Bayern direkt dem Bereich Online zugeordnet.

## 2.4 Lokales und landesweites Fernsehen in Bayern im Überblick

**Tab. 4: Beschäftigung im privaten lokalen und landesweiten Fernsehen  
in Bayern 2013**

	Gesamtmarkt	Lokal-TV ohne Sparten- programme	Sparten- programme
<b>Programme Ende Quartal I 2014</b>			
<b>Erfasste Programme*</b>	27	16	9
<b>Festangestellte 2012</b>	522	469	
<b>Festangestellte 2013</b>	538	462	38
Vollzeitbeschäftigte	350	312	12
Teilzeitbeschäftigte	104	73	23
Auszubildende/ Volontäre	84	77	3
Mitarbeiter in Führungspositionen	56	43	7
<b>Sonstige Mitarbeiter 2012</b>	190	138	
<b>Sonstige Mitarbeiter 2013</b>	296	152	102
Praktikanten/Hospitanten	101	58	39
Feste freie Mitarbeiter	139	57	53
Sonstige freie Mitarbeiter	56	37	10
<b>Gesamtbeschäftigung 2012</b>	<b>712</b>	<b>607</b>	
<b>Gesamtbeschäftigung 2013</b>	<b>834</b>	<b>614</b>	<b>140</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Mitte 2014</b>	<b>822</b>	<b>600</b>	<b>142</b>
Festangestellte und Feste Freie im Programmbereich	374	274	49
Sonst. Freie/Hosp./Prak. im Programmbereich	124	64	56
<i>Anteil Mitarbeiter Programm an Gesamtbeschäftigung</i>	60%	55%	75%
Festangestellte und Feste Freie im Bereich Online/Mobile/Smart-TV	9	8	1
Sonst. Freie/Hosp./Prak. im Bereich Online/Mobile/Smart-TV	7	5	2
<i>Anteil Mitarbeiter Online/Mobile an Gesamtbeschäftigung</i>	2%	2%	2%

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

**Tab. 5: Wirtschaftliche Lage der privaten lokalen und landesweiten Fernsehanbieter in Bayern 2013**

	Gesamtmarkt	Lokal-TV ohne Spartenprogramme	Spartenprogramme
<b>Erträge 2012</b>	<b>43,2</b>	<b>31,5</b>	
<b>Erträge 2013</b>	<b>48,8</b>	<b>36,3</b>	<b>1,7</b>
Werbung insgesamt	14,6	13,8	0,1
überregionale Werbung	1,4	1,2	0,0
regionale Werbung	9,8	9,8	0,0
Sponsoring	3,1	2,5	0,0
Online-Werbung	0,2	0,2	0,0
Telefonische Mehrwertdienste/Call Media	0,0	0,0	0,0
Teleshopping	0,0	0,0	0,0
E-Commerce	0,0	0,0	0,0
Fördermaßnahmen	15,5	13,7	0,8
Produktionskostenförderung	2,0	1,2	0,6
Verbreitungskostenförderung	9,0	9,0	0,0
Finanzierungsbeitrag	4,2	3,4	0,0
BLM Programmförderung	0,2	0,0	0,2
(Sonstige) Fördermaßnahmen	0,1	0,1	0,0
Spotproduktion	3,5	3,5	0,0
Programmverkäufe/ Auftragsproduktion	10,8	1,6	0,2
Veranstaltungen	0,1	0,1	0,0
Sonstige Erträge	4,4	3,6	0,6
<b>Aufwand 2012</b>	<b>45,1</b>	<b>33,5</b>	
<b>Aufwand 2013</b>	<b>49,8</b>	<b>37,4</b>	<b>1,7</b>
Personalkosten	17,6	14,7	0,7
Vergütungen für freie Mitarbeiter	2,6	1,4	0,5
Abschreibungen/Steuern	1,1	1,0	0,0
Verbreitungskosten	9,5	9,5	0,0
Geförderte Verbreitungskosten	9,0	9,0	0,0
Sonstige Kosten Programmverbreitung	0,5	0,5	0,0
Direkte Steuern	3,5	0,1	0,0
Sonstige Sachkosten	15,6	10,7	0,5
<b>Kostendeckungsgrad 2012</b>	<b>96</b>	<b>94</b>	
<b>Kostendeckungsgrad 2013</b>	<b>98</b>	<b>97</b>	<b>101</b>
Investitionen in Auftragsproduktionen	0,0	0,0	0,0
Sonstige Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0
Investitionen in erworbene und selbsterstellte Sachanlagen	0,9	0,8	0,0

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

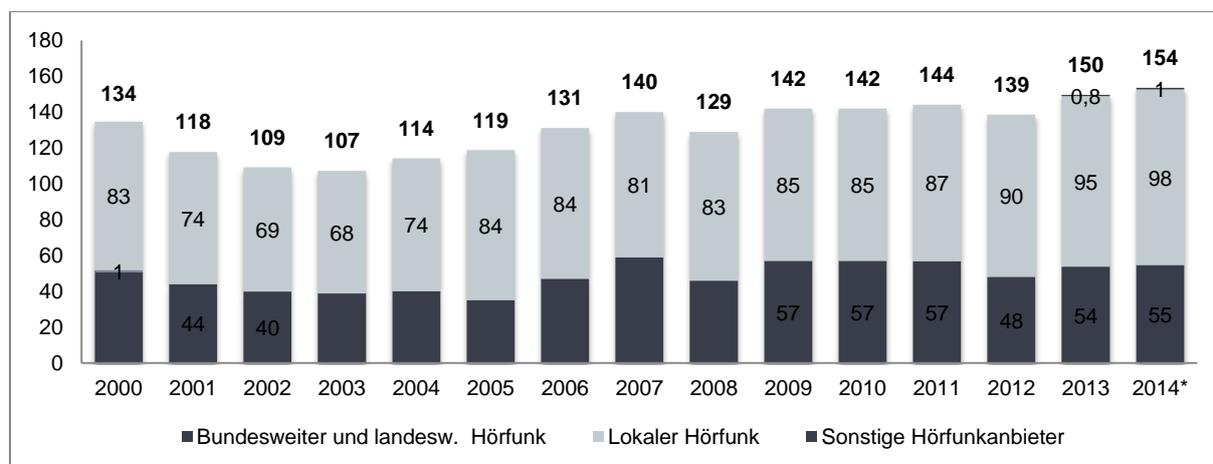
## 3 Wirtschaftliche Lage der privaten Hörfunkanbieter in Bayern

### 3.1 Gesamtentwicklung der privaten Hörfunkanbieter

Die privaten Hörfunkanbieter erwirtschafteten im Jahr 2013 Gesamteinnahmen in Höhe von 150 Mio. Euro und damit ein deutliches Umsatzplus von rund 10 Mio. Euro ggü. 2012. Das entspricht einem Jahreswachstum von rund 7 Prozent. Damit wurde seit dem Jahr 2000 ein Höchststand erreicht. Der deutlichste Umsatzsprung von 9 Mio. Euro wurde durch die überregionalen Hörfunkanbieter erwirtschaftet. Damit partizipierten v.a. die landesweiten Anbieter überproportional am Werbeumsatzwachstum der Hörfunkbranche im Jahr 2013. Aber auch die lokalen Hörfunkanbieter in Bayern konnten ihren Gesamtumsatz um 5 Mio. Euro steigern. Das Umsatzwachstum wurde wiederum befördert durch Reichweitensteigerungen der Privatradios in der ma 2012 Radio II ggü. dem Vorjahr.<sup>4</sup> Auch die Funkanalyse Bayern wies für 2012 Reichweiten- und Marktanteilssteigerungen für die lokalen UKW-Radios v.a. an den Mehrfrequenz- und Zweifrequenzstandorten aus.<sup>5</sup>

Für das Jahr 2014 erwarten vor allem die lokalen Hörfunkanbieter in Bayern ein weiteres Wachstum der Einnahmen, sodass der Gesamtumsatz 2014 einen weiteren Höchststand erreichen könnte.

**Abb. 11: Ertrag der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2000-2014\* in Mio. Euro**

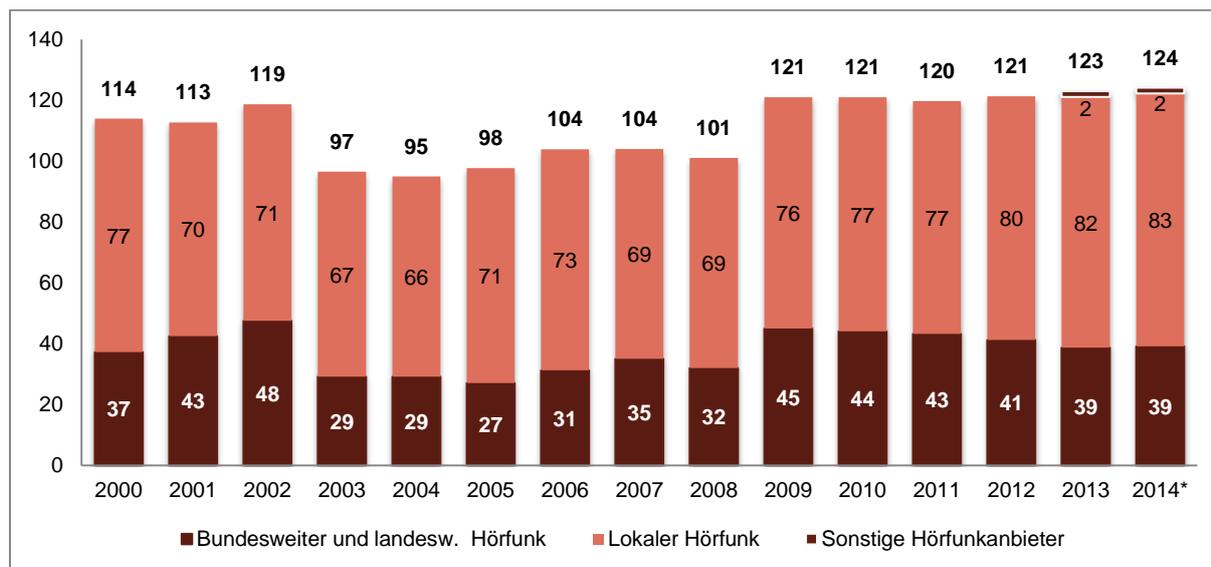


Bundesweiter, landesweiter und lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+-Programme und Kabelprogramme  
 Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme /\*2014 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr  
 Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Parallel zur Umsatzsteigerung stiegen auch die Kosten der landesweiten und lokalen Hörfunkanbieter leicht um 1,6 Prozent. Die bundesweiten Hörfunkanbieter haben hingegen auf den Umsatzeinbruch im Jahr 2013 reagiert und ihre Kosten gesenkt. Damit konnte der Kostendeckungsgrad der Branche mit 122 Prozent im Jahr 2013 über das Niveau des Jahres 2011 gehoben werden. Im Jahr 2014 könnte nach den Prognosen der Anbieter durch das weitere Umsatzwachstum v.a. bei den lokalen Hörfunkanbietern der Gesamtkostendeckungsgrad weiter verbessert werden.

<sup>4</sup> Zum Beispiel: Steigerung bei den Privatradios von 0,5 Prozentpunkten auf 15,3 Prozent Reichweite bei den Hörern 10+ pro Ø-Stunde Mo-Fr, Quelle: ma 2012 Radio II Update

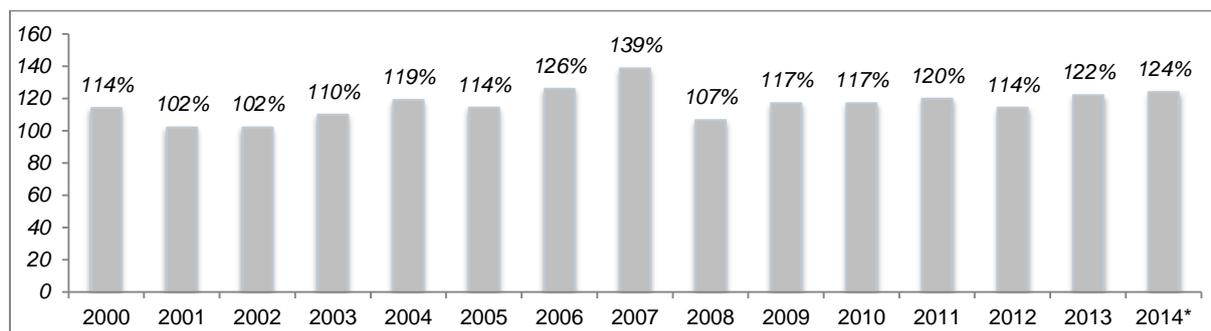
<sup>5</sup> Vgl. Funkanalyse Bayern 2012

**Abb. 12: Aufwand der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2000-2014\* in Mio. Euro**

Bundesweiter, landesweiter und lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+-Programme und Kabelprogramme  
 Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

\*2014 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

**Abb. 13: Kostendeckungsgrad aller privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2000-2014\* in Prozent**

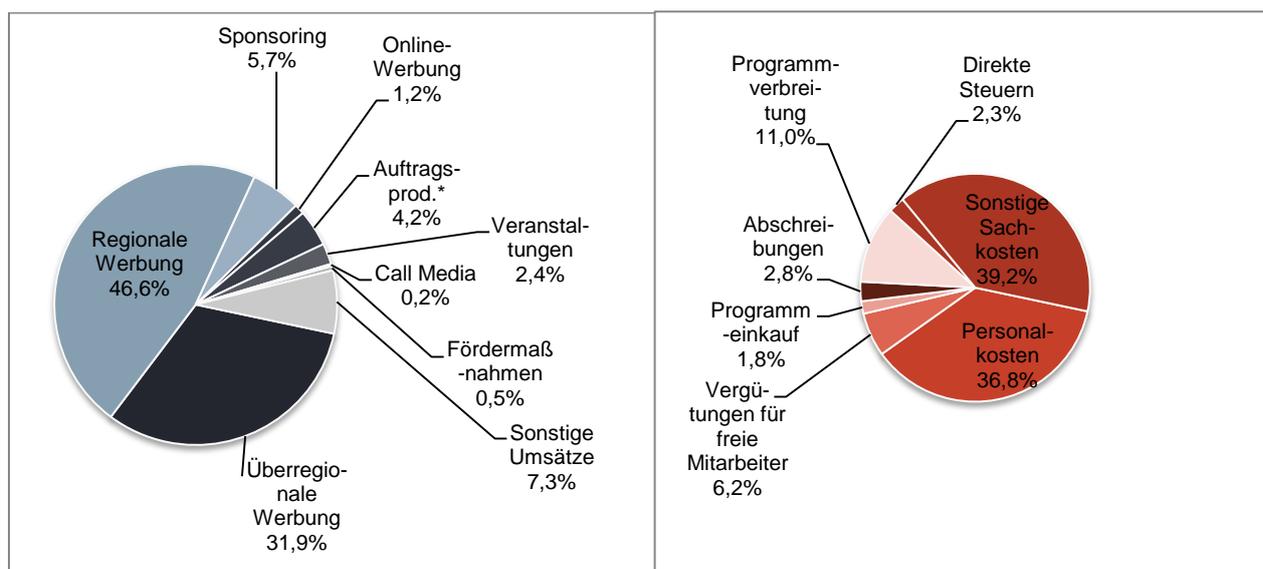
Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme / \*2014 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Die Verteilung der Gesamtumsätze und -kosten im Jahr 2013 zeigt keine Auffälligkeiten ggü. den Vorjahren. Der Anteil der überregionalen Werbeeinnahmen bei den landesweiten Hörfunkanbietern ist im Jahr 2013 auf 58 Prozent angewachsen (52,5% im Jahr 2012).

Bei den lokalen Hörfunkanbietern bilden die lokalen Werbeerlöse mit einem Umsatzanteil von rund 58 Prozent weiterhin die tragende Säule des Geschäftsmodells (vgl. Kap. 3.2). Dies führt in der Gesamtbetrachtung dazu, dass die regionalen/lokalen Werbeumsätze mit über 46 Prozent Umsatzanteil weiterhin die stärkste Erlösquelle im bayerischen Hörfunkmarkt darstellen.

**Abb. 14: Ertrags-/Aufwandsstruktur der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2013**  
**Umsatz gesamt: 150 Mio. EUR / Aufwand gesamt: 123 Mio. EUR**



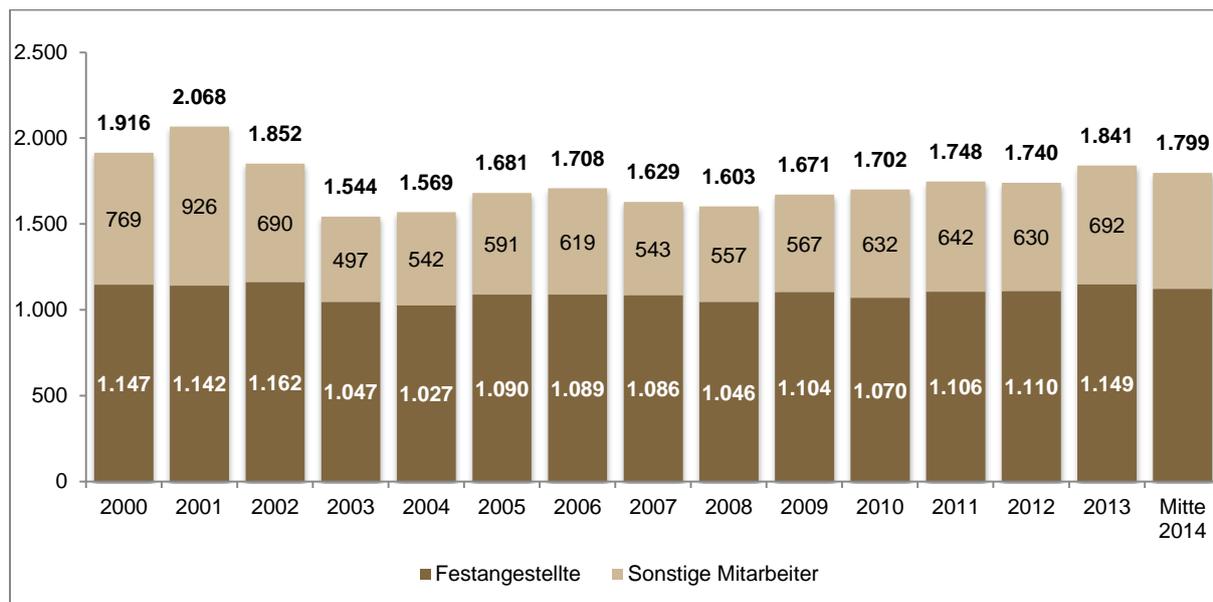
\* Inkl. Programm- und Rechteverkäufe

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Der Umsatzanstieg im privaten Hörfunk in Bayern ist jedoch nicht ausschlaggebend für das Wachstum der Beschäftigtenzahlen im Jahr 2013. Zwar weist die diesjährige Erhebung sowohl bei den Festangestellten als auch bei den freien Mitarbeitern Zuwächse aus. Dieser Zuwachs ist jedoch ausschließlich den Spartenprogramm-Anbietern und nicht-kommerziellen Hörfunkanbietern zuzurechnen. Hinzu kommt, dass in diesem Segment die Grundgesamtheit um eigenständige DAB+-Angebote und eigenständige lokale Kabelangebote erweitert wurde.

Die bundesweiten Hörfunkanbieter haben im Jahr 2013 ihr Personal deutlich reduziert, während die Personaldecke beim landesweiten Hörfunk in Summe stabil blieb. Beim lokalen Hörfunk ist zu beachten, dass die nicht-kommerziellen Hörfunkanbieter an den Standorten München und Nürnberg in der aktuellen Auswertung mit unter die „Sonstigen Hörfunkanbieter“ gefasst wurden. Würde man diese Mitarbeiter wie in den Vorjahren dem lokalen Hörfunk hinzurechnen, so würde man hier ein leichtes Plus von 9 Mitarbeitern verzeichnen. Damit lässt sich zusammenfassen, dass die Beschäftigungszahlen im landesweiten und lokalen privaten Hörfunk stabil bleiben, während beim bundesweiten Hörfunk Personal abgebaut wurde.

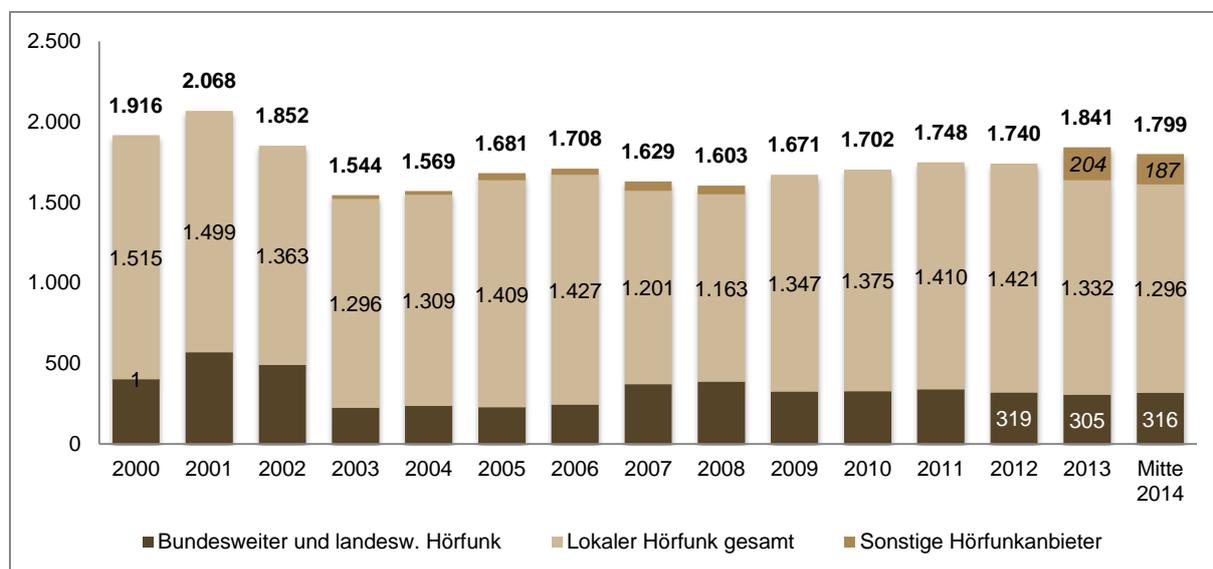
**Abb. 15: Beschäftigte im privaten Hörfunk in Bayern 2000 bis Mitte 2014 nach Status der Beschäftigung**



Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

**Abb. 16: Beschäftigte im privaten Hörfunk in Bayern 2000 bis Mitte 2014 nach Anbietergruppen**



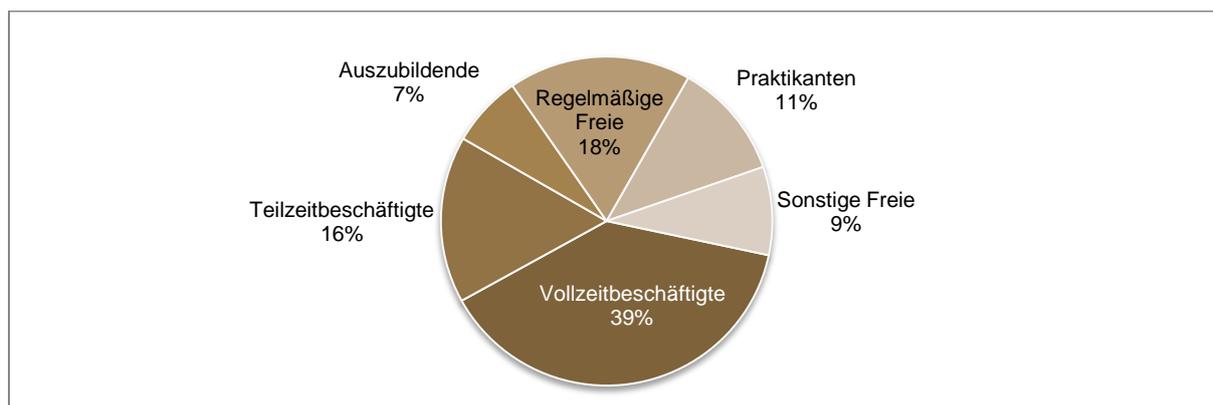
Bundesweiter, landesweiter und lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+-Programme und Kabelprogramme

Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Rund 62 Prozent der Mitarbeiter waren Ende des Jahres 2013 festangestellte Mitarbeiter im privaten Hörfunk in Bayern. Damit liegt die Festangestellten-Quote auf dem Niveau des Vorjahres (64% in 2012). Der leichte prozentuale Abfall bei den Festangestellten ist wachstumsinduziert, da besonders im nicht-kommerziellen Bereich ein Wachstumsanstieg bei den sonstigen freien Mitarbeitern zu verzeichnen war.

**Abb. 17: Beschäftigungsstruktur im privaten Hörfunk in Bayern 2013  
in Prozent / Beschäftigte gesamt: 1.841**

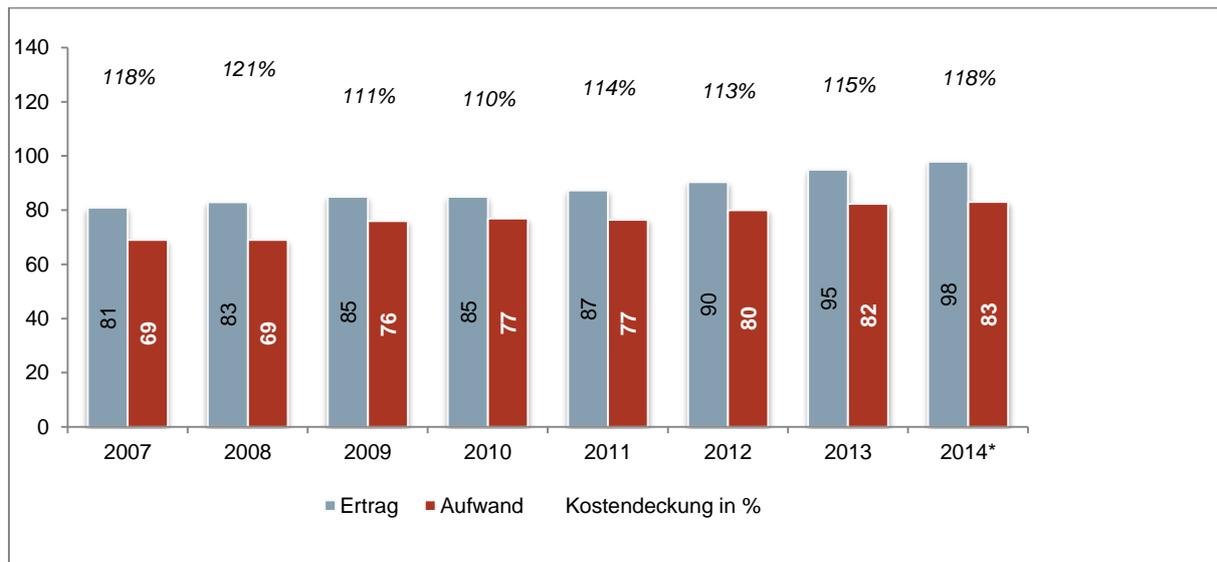


Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

### 3.2 Entwicklung der lokalen Hörfunkanbieter

Der Umsatz der 57 lokalen kommerziellen UKW-Angebote in Bayern entwickelte sich auch im Jahr 2013 positiv. Der Gesamtumsatz von 95 Mio. Euro bedeutet ein weiteres Umsatzplus von 5 Prozent. Damit ist das seit 2007 anhaltende Umsatzwachstum ungebrochen. Da die Kosten nicht in gleichem Maße mitgestiegen sind, konnte der Kostendeckungsgrad der lokalen kommerziellen UKW-Sender auf 115 Prozent gesteigert werden.

**Abb. 18: Geschäftsentwicklung der lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern 2007-2014\* (Angaben in Mio. EUR)**



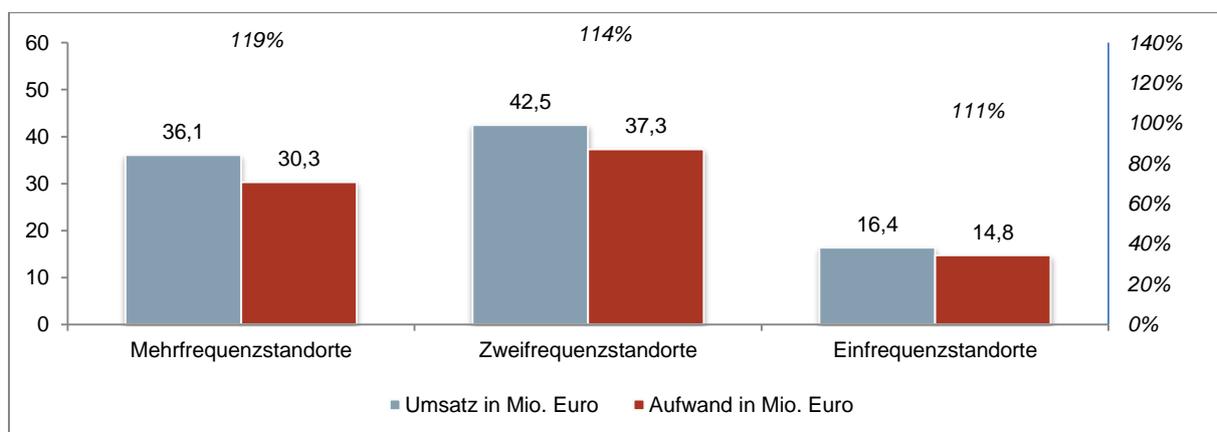
Lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme, exkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

\*2014 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Die Differenzierung nach Standorten zeigt das gewohnte Bild. Die Hörfunkanbieter an den Mehrfrequenzstandorten (Großstadregionen Nürnberg/Fürth/Erlangen und München) erwirtschaften den höchsten Kostendeckungsgrad (119%), gefolgt von den Anbietern an Zweifrequenzstandorten (114%). Die Lokalradios an den Einfrequenzstandorten weisen mit 111 Prozent den geringsten Kostendeckungsgrad auf. Umsätze und Kostendeckung konnten von allen 3 Anbietergruppen gesteigert werden, sodass man von einer flächendeckenden positiven Marktentwicklung sprechen kann, die sich im laufenden Geschäftsjahr 2014 nach Einschätzung der Anbieter weiter verbessern wird.

**Abb. 19: Wirtschaftliche Kennzahlen der lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern: Vergleich der Anbietergruppen 2013 (Umsatz, Kosten, Kostendeckung in %)**



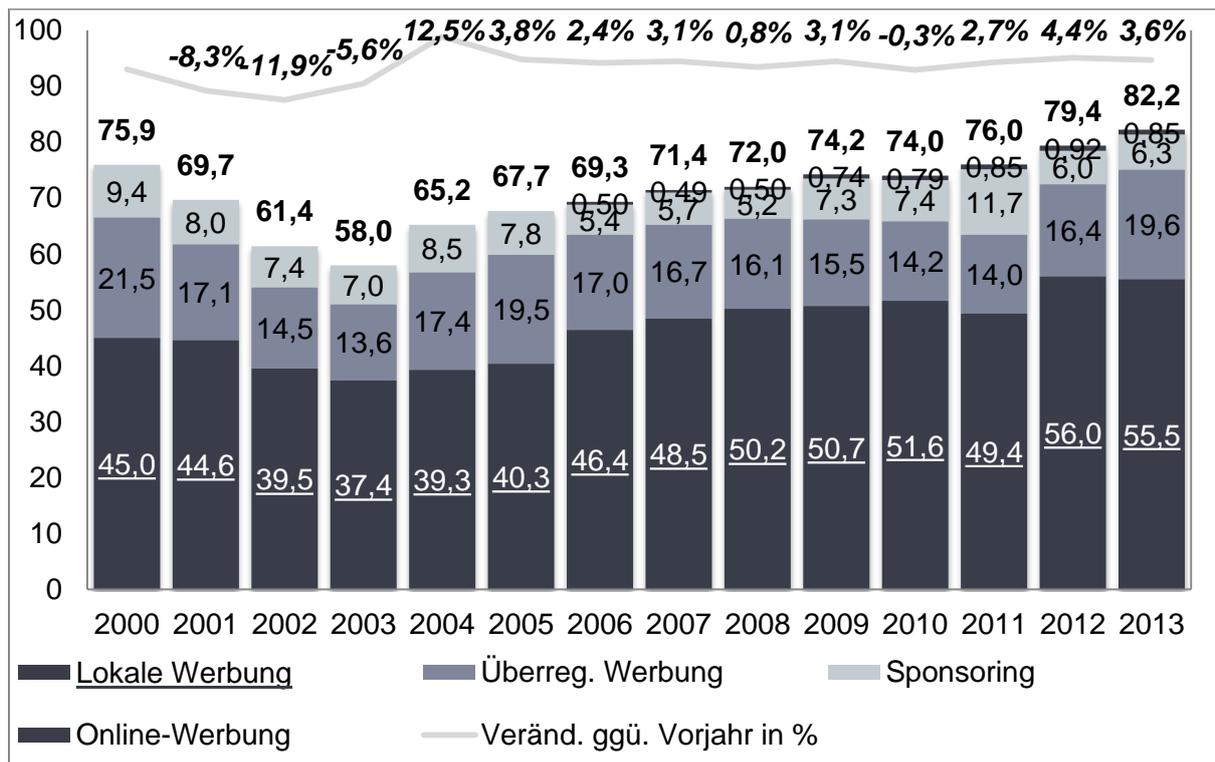
Lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme, exkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

\*2014 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Mit Blick auf die Verteilung der Einnahmen und Kosten (vgl. Abb. 21) ist festzustellen, dass mit 20,6 Prozent (2012: 18,2%) der Anteil der überregionalen Werbeeinnahmen, d.h. der Einnahmen, die über nationale Vermarkter (vgl. Bayern Funkpaket bei RMS und Gong) generiert werden, gestiegen ist. Damit konnten auch die lokalen Hörfunkanbieter am generellen Wachstum der überregionalen Hörfunkwerbeumsätze partizipieren (vgl. Abb. 20).

**Abb. 20: Entwicklung der Werbeeinnahmen der lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern 2000-2013 (Angaben in Mio. EUR)**

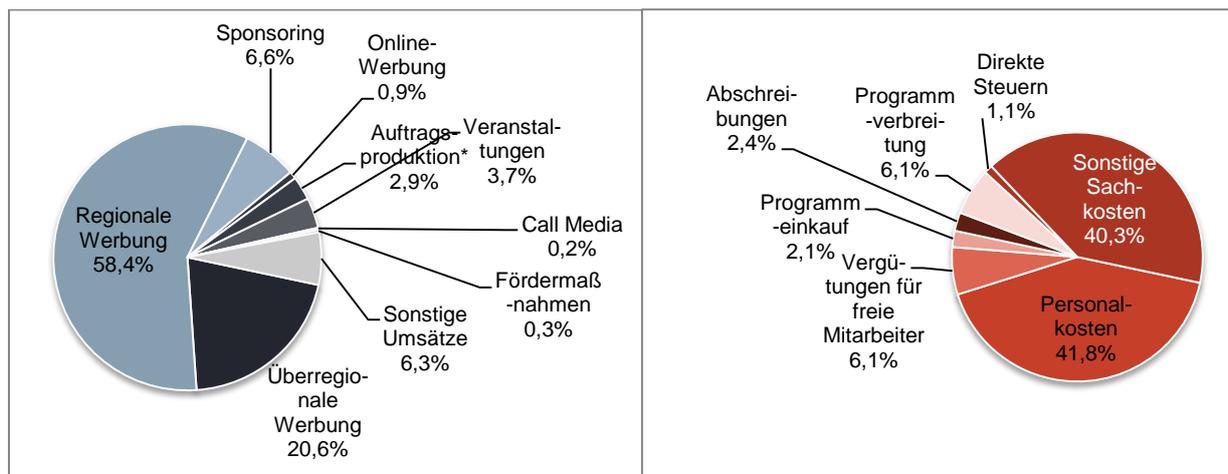


Lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme, exkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme  
 Bis einschl. 2005 wurden Online-Werbeumsätze nicht erfasst.  
 Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

Auf der Kostenseite fällt auf, dass der Anteil der Personalkosten mit 41,8 Prozent leicht gestiegen ist (2012: 39,0%), obwohl die Zahl der festangestellten Mitarbeiter 2013 im Vergleich zum Vorjahr stagnierte.<sup>6</sup> Dies lässt auf Gehaltssteigerungen in der Branche schließen.

<sup>6</sup> Beim lokalen Hörfunk ist zu beachten, dass die nicht-kommerziellen Hörfunkanbieter an den Standorten München und Nürnberg in der aktuellen Auswertung mit unter die „Sonstigen Hörfunkanbieter“ gefasst wurden. Würde man diese Mitarbeiter wie in den Vorjahren dem lokalen Hörfunk hinzurechnen, so würde man hier ein leichtes Plus von 9 Mitarbeitern verzeichnen.

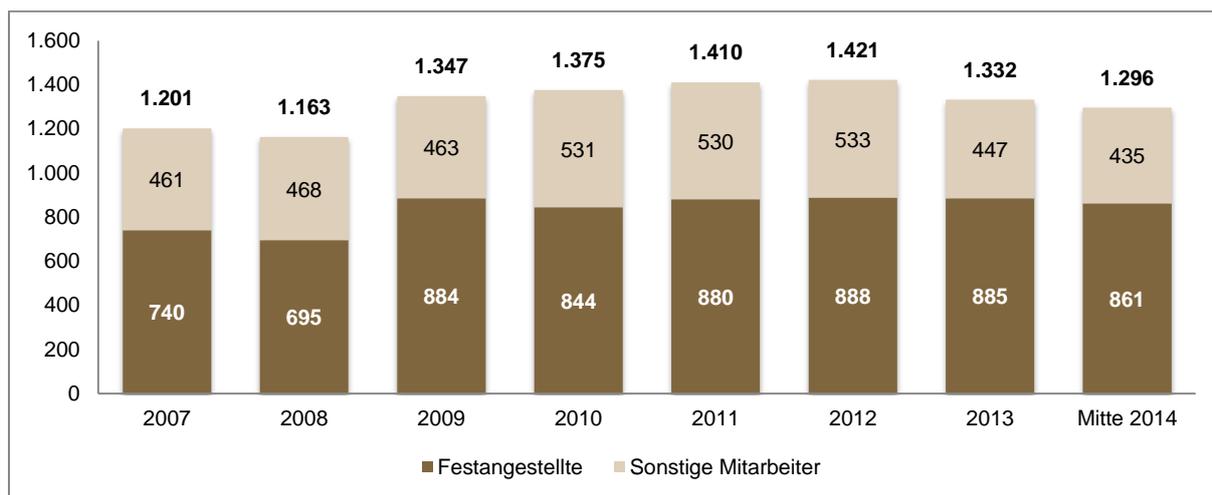
**Abb. 21: Ertrags-/Aufwandsstruktur der lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern 2013**  
 Umsatz gesamt: 95 Mio. EUR / Aufwand gesamt: 82 Mio. EUR



\* Inkl. Programm- und Rechteverkäufe

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

**Abb. 22: Beschäftigte im lokalen UKW-Hörfunk in Bayern 2007 bis Mitte 2014**



Lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme, exkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

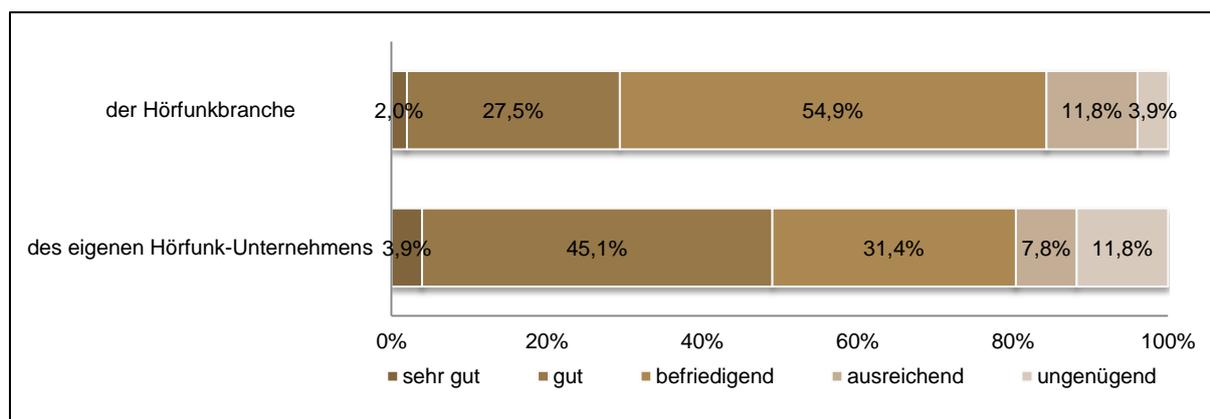
### 3.3 Ausblick der privaten Hörfunkanbieter

#### Beurteilung der wirtschaftlichen Lage

Die Einschätzung der Anbieter zur Marktsituation und zur Lage des eigenen Unternehmens ist von Optimismus gekennzeichnet. Derzeit stufen 49 Prozent der privaten Hörfunkanbieter in Bayern ihre wirtschaftliche Situation als „sehr gut“ oder „gut“ ein. Dies stimmt mit der für 2014 weiter steigenden Umsatzerwartung überein (vgl. Abb. 11, Abb. 13 und Abb. 18).

Mit Blick auf die Branche ist die Einschätzung etwas verhaltener. Hier dominiert mit 55 Prozent die Einschätzung „befriedigend“.

**Abb. 23: Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage 2014 aus Sicht aller privaten Hörfunkanbieter in Bayern in Prozent**



n=51

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

#### Entwicklung im Bereich Online-Werbung und E-Commerce

Mit Blick auf das Online-Geschäft stellen sich die Marktsituation sowie die mögliche Marktentwicklung für die Hörfunkanbieter besser dar, als für die lokalen Fernsehanbieter. Hier generieren die Online-Werbeumsätze mit 1,2 Prozent Umsatzanteil schon messbare Deckungsbeiträge. Im Bereich der Online-Werbung gehen die Hörfunkanbieter davon aus, dass der Umsatz bis zum Jahr 2018 um rund 140 Prozent auf 2,4 Mio. Euro steigen wird. Entsprechend liegt der Personalanteil, der explizit für den Online-Bereich eingesetzt wird, mit 3 Prozent etwas höher als beim Lokalfernsehen.

Ein zentraler Grund könnte die positive Entwicklung im Bereich der Online-Hörfunknutzung sein: Laut Funkanalyse Bayern lag der Anteil der bayerischen Bevölkerung ab 10 Jahre, der regelmäßig (mindestens einmal wöchentlich) Radioprogramme online hört, 2014 bereits bei 17,6 Prozent.<sup>7</sup> Der von Goldmedia regelmäßig im Auftrag der BLM (2014 erstmals in Kooperation mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft) erhobene Webradiomonitor bezeugt die gute Stimmung in der Branche: 71 Prozent aller kommerziellen Online-Audio-Anbieter sind zufrieden oder sehr zufrieden mit ihren Zugriffszahlen.<sup>8</sup>

Vermarktungsseitig profitieren die Anbieter von einer zunehmenden Professionalisierung in der Branche. 2014 wurden wichtige Schritte hin zu einer einheitlichen Reichweitenmessung

<sup>7</sup> Quelle: Funkanalyse Bayern 2014

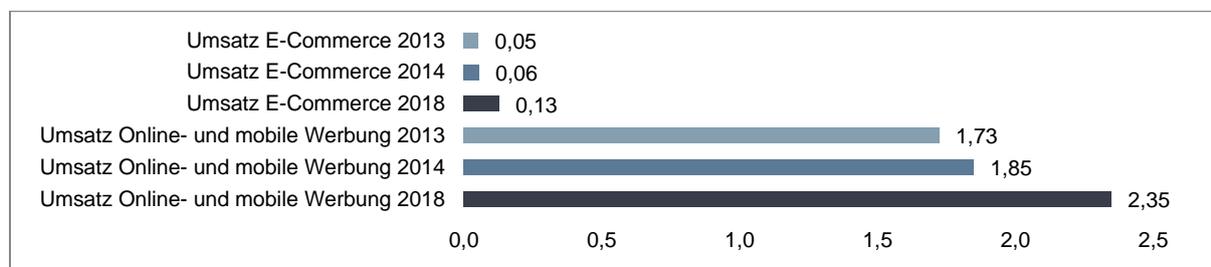
<sup>8</sup> Webradiomonitor 2014

unternehmen. So beteiligt sich eine zunehmende Zahl von Publishern (zuletzt 29 mit 185 Kanälen, Stand: September 2014) an der IP Audio, einer technischen Messung der agma.<sup>9</sup>

Die positiven Einschätzungen der Anbieter zu den Online-Werbeinnahmen in der vorliegenden Erhebung beziehen sich jedoch nicht auf In-Stream-Werbespots. Die Streaming-Reichweiten werden zukünftig in der Media Analyse über eine Audio-Konvergenzdatei den normalen Netto-Stundenreichweiten der Sender zugerechnet.

Bei den Online-Erlösen handelt es sich v.a. um Umsätze, die über Display- und ggf. Video-Werbung generiert werden. Die Hörfunksender setzen darauf, dass durch eine weiter steigende Online-Nutzung auch die Abrufe der eigenen Websites weiter steigen werden und damit auch im lokalen Bereich zusätzliche Werbe- und ggf. auch E-Commerce-Umsätze generiert werden können. Der geplante gemeinsame Radioplayer der Radiobranche<sup>10</sup> wird für die Hörfunkanbieter eine zusätzliche Online-Plattform für die Monetarisierung von Display-Werbung bieten.

**Abb. 24: Umsatzerwartungen im Online-Geschäft für die Jahre 2014 und 2018 aus Sicht aller privaten Hörfunkanbieter in Bayern in Mio. Euro**



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

<sup>9</sup> <http://www.agma-mmc.de/presse/pressemitteilungen/details/artikel/ma-2014-ip-audio-iii-veroeffentlicht.html>

<sup>10</sup> vgl. <http://www.radioszene.de/69891/privatsender-planen-deutschen-radioplayer.html>

### 3.4 Sonderauswertung DAB+

Bayern liegt in der prozentualen Verbreitung von DAB+-Geräten mit 9,5 Prozent der Personen ab 14 Jahre in Deutschland auf Platz 1 aller Bundesländer.<sup>11</sup> In Bayern sind Stand Ende des ersten Quartals 2014 zusätzlich zu den öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogrammen und den im Bundes-DAB+-Ensemble vertretenen Privatradios 10 bayerische Privatradioprogramme landesweit bzw. in mehreren Regionen empfangbar. Von den 57 kommerziellen Lokalradios werden derzeit 15 im Simulcast-Betrieb auch über DAB+ ausgestrahlt. Hinzu kommen weitere eigenständige lokale DAB+-Programme. In Summe werden derzeit 24 lokale Programme über DAB+ verbreitet.

Die Wirtschaftlichkeit dieser Programme ist für die Anbieter bislang jedoch in höchstem Maße unbefriedigend, weil die über DAB+ erzielten Reichweiten zu gering sind, um damit kostendeckende Werbeeinnahmen zu generieren. Vielfach erzielen die DAB+-Programme gar keine direkten Deckungsbeiträge, da über die Media-Analyse keine zusätzlichen Nutzer erfasst werden. Daher scheut die Mehrzahl der UKW-Lokalradios die Kosten von rund 800 bis 1.000 Euro pro Monat, die für eine lokale Verbreitung von DAB+-Programmen anfallen (Preisschätzung bezieht sich auf DAB+-Only-Verbreitung ohne parallele UKW-Ausstrahlung).

Daher wird auch der Personalstamm, der für die Produktion und Sendeabwicklung von DAB+-Programmen eingesetzt wird, derzeit so niedrig wie möglich gehalten. Nach Angaben der Anbieter sind derzeit nur 1,6 Prozent aller im privaten Hörfunk tätigen Mitarbeiter in Bayern direkt den DAB+-Programmen zuzuordnen.

Die im Rahmen dieser Erhebung befragten UKW-Sender, die ihre Programme im Simulcast-Verfahren auch über DAB+ ausstrahlen, haben keine Angaben zu den Kostenanteilen gemacht, die ihnen für die DAB+-Verbreitung entstehen. Damit kann eine Einschätzung der Wirtschaftlichkeit nur auf Basis der Anbieter erfolgen, die ihre Programme ausschließlich über DAB+ verbreiten. Nach Angaben dieser Anbieter liegt der durchschnittliche Kostendeckungsgrad der in Bayern verbreiteten privaten DAB+-Programme nur bei 10 Prozent.

Die privaten Lokalradios, die ihre Programme bislang ausschließlich über UKW verbreiten, zeigen aktuell daher kaum Interesse an einer zusätzlichen DAB+-Verbreitung (Simulcast-Verbreitung) oder digitalen Zusatzprogrammen. Eine zukünftige digitale Verbreitung des bestehenden lokalen UKW-Programms sowie weiterer eigenständiger Programme ist nach Angaben der Anbieter konkret nur von fünf Anbietern geplant.

Die Frage danach, welche prozentuale Marktdurchdringung mit DAB+-Empfängern in Bayern gegeben sein müsste, um UKW-Programme auch über DAB+ zu verbreiten oder eigenständige digitale Hörfunkprogramme anzubieten, ergab folgendes Ergebnis: Für die Ausstrahlung des bestehenden UKW-Programms über DAB+ (Simulcast-Verbreitung) müsste die Marktdurchdringung mit DAB+-Empfängern in Bayern bei über 40 Prozent liegen. Damit weitere eigenständige digitale Programme gestartet werden können, müsste die Marktdurchdringung bei über 50 Prozent liegen.

<sup>11</sup> Quelle: Die Medienanstalten: „Digitalisierungsbericht 2014“

**Tab. 6: Einschätzung aller privaten Hörfunkanbieter in Bayern: Notwendige Marktdurchdringung mit DAB+-Empfängern in Bayern für weitere DAB+-Simulcast- und DAB+-Only-Programme**

Anbieterkategorie	Notwendige Marktdurchdringung für Simulcast-Verbreitung	Notwendige Marktdurchdringung für eigenständige Digital-Programme
Gesamter Hörfunk	42,7	52,5
Bundesweiter Hörfunk	-	k.A.
Landesweiter Hörfunk	-	-
Lokaler Hörfunk	40,7	52,1
Mehrfrequenzstandorte	-	70,0
Zweifrequenzstandorte	38,0	49,1
Einfrequenzstandorte	43,4	51,9
Eigenständige DAB-Angebote ohne UKW	-	60,0

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

### 3.5 Private Hörfunkanbieter in Bayern im Überblick

**Tab. 7: Beschäftigung im privaten Hörfunk in Bayern 2013**

	Gesamtmarkt	Bundesweiter und landesw. Hörfunk inkl. zugehöriger DAB+-Programme	Lokaler UKW-Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme	Eigenständiger DAB+-Hörfunk ohne UKW-Sender	Sonstige Hörfunkangebote
<b>Programme Ende Quartal I 2014</b>	90	10	62	8	10
<b>Erfasste Programme</b>	88	10	61	7	10
<b>Festangestellte 2012</b>	<b>1.110</b>	<b>222</b>	<b>888</b>		
<b>Festangestellte 2013</b>	<b>1.149</b>	<b>217</b>	<b>885</b>	<b>10</b>	<b>37</b>
Inhaber	18	0	13	2	3
Vollzeitbeschäftigte	704	127	563	7	7
Teilzeitbeschäftigte	299	73	205	0	21
Auszubildende/ Volontäre	128	17	104	1	6
Mitarbeiter in Führungspositionen	130	30	94	2	4
		<b>0</b>			
<b>Sonstige Mitarbeiter 2012</b>	<b>630</b>	<b>97</b>	<b>533</b>		
<b>Sonstige Mitarbeiter 2013</b>	<b>692</b>	<b>88</b>	<b>447</b>	<b>12</b>	<b>145</b>
Feste freie Mitarbeiter	325	60	203	7	55
Praktikanten/Hospitanten	209	17	162	1	29
Sonstige freie Mitarbeiter	158	11	82	4	61
		<b>0</b>			
<b>Gesamtbeschäftigung 2012</b>	<b>1.740</b>	<b>319</b>	<b>1.421</b>		
<b>Gesamtbeschäftigung 2013</b>	<b>1.841</b>	<b>305</b>	<b>1.332</b>	<b>22</b>	<b>182</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Mitte 2014</b>	<b>1.799</b>	<b>316</b>	<b>1.296</b>	<b>17</b>	<b>170</b>
Festangestellte und Feste Freie im Programmbereich	<b>741</b>	164,0	<b>554</b>	<b>4</b>	<b>19</b>
Sonst. Freie/Hosp./Prak. im Programmbereich	258	23,0	139	2	94
<i>Anteil Mitarbeiter Programm an Gesamtbeschäftigung</i>	<i>54,3%</i>	<i>61,3%</i>	<i>52,0%</i>	<i>27,3%</i>	<i>62,1%</i>
Festangestellte und Feste Freie im Bereich Online/Mobile	48	7,0	33	2	6
Sonst. Freie/Hosp./Prak. im Bereich Online/Mobile	7	2,0	2	3	0
<i>Anteil Mitarbeiter Online/Mobile an Gesamtbeschäftigung</i>	<i>3,0%</i>	<i>3,0%</i>	<i>2,6%</i>	<i>22,7%</i>	<i>3,3%</i>
Feste Mitarbeiter/Freie DAB+	26	6,0	9	17	0
Sonst. Freie Hosp. Praktik. DAB+	3	0,0	0	5	0
<i>Anteil Mitarbeiter DAB+ an Gesamtbeschäftigung</i>	<i>1,6%</i>	<i>2,0%</i>	<i>0,7%</i>	<i>100,0%</i>	<i>0,0%</i>

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14

**Tab. 8: Wirtschaftliche Lage der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2013**

	Gesamtmarkt	Bundesweiter und landesw. Hörfunk inkl. zugehöriger DAB+-Programme	Lokaler UKW-Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme	Eigenständiger DAB+-Hörfunk ohne UKW-Sender	Sonstige Hörfunkangebote
<b>Erträge 2012</b>	<b>138,6</b>	<b>48,2</b>	<b>90,4</b>		
<b>Erträge 2013</b>	<b>149,7</b>	<b>53,9</b>	<b>95,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>
Werbung insgesamt	127,83	45,4	82,19	0,00	0,21
überregionale Werbung	47,80	28,1	19,56	0,00	0,10
regionale Werbung	69,74	14,2	55,52	0,00	0,04
Sponsoring	8,57	2,3	6,28	0,00	0,01
Online-Werbung	1,73	0,8	0,85	0,00	0,06
Programmverkäufe/ Auftragsproduktion	6,27	3,5	2,74	0,00	0,01
Veranstaltungen	3,59	0,1	3,50	0,00	0,03
Telefonische Mehrwertdienste/Call Media	0,34	0,2	0,19	0,00	0,00
E-Commerce	0,05	0,0	0,05	0,00	0,00
Fördermaßnahmen	0,74	0,1	0,29	0,13	0,21
Sonstige Erträge	10,86	4,7	6,03	0,00	0,18
<b>Aufwand 2012</b>	<b>121,3</b>	<b>41,3</b>	<b>80,0</b>		
<b>Aufwand 2013</b>	<b>122,9</b>	<b>38,6</b>	<b>82,4</b>	<b>1,3</b>	<b>0,5</b>
Personalkosten	45,20	10,3	34,45	0,21	0,24
Vergütungen für freie Mitarbeiter	7,63	2,4	5,07	0,00	0,11
Kosten für Programmeinkauf/Syndikation	2,17	0,4	1,74	0,05	0,01
Abschreibungen	3,39	1,4	1,98	0,02	0,01
Kosten der Programmverbreitung	13,48	7,7	5,03	0,70	0,04
Direkte Steuern	2,82	1,9	0,90	0,00	0,00
Sonstige Sachkosten	48,24	14,5	33,26	0,33	0,13
<b>Kostendeckungsgrad 2012</b>	<b>114</b>	<b>117%</b>	<b>113</b>		
<b>Kostendeckungsgrad 2013</b>	<b>122</b>	<b>140%</b>	<b>115</b>	<b>10</b>	<b>122</b>
Investitionen in Auftragsproduktionen	1,58	0,5	1,08	0,00	0,01
Investitionen immaterielle Vermögenswe	0,54	0,2	0,36	0,00	0,00
Investitionen Sachanlagen 2013	2,89	0,7	2,14	0,01	0,00

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14