



Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

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

München/Berlin, 30.09.2016

**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

1	Einleitung	2
1.1	Zielsetzung	2
1.2	Methodik und Ausschöpfung	2
2	Wirtschaftliche Lage der privaten lokalen und landesweiten Fernsehanbieter in Bayern	9
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
3	Wirtschaftliche Lage der privaten Hörfunkanbieter in Bayern	19
3.1	Gesamtentwicklung der privaten Hörfunkanbieter	19
3.2	Entwicklung der lokalen Hörfunkanbieter	23
3.3	Ausblick der privaten Hörfunkanbieter	26
3.4	Sonderauswertung DAB+	27
3.5	Private Hörfunkanbieter in Bayern im Überblick	30

1 Einleitung

1.1 Zielsetzung

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

Am 12. Mai 2016 wurde die Goldmedia GmbH von der BLM beauftragt, die Daten der Anbieter bezüglich der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Situation für das Jahr 2015 zu erheben. Diese Anbieterbefragung wurde im Zeitraum vom 04. Juli bis zum 04. September 2016 von Goldmedia durchgeführt.

1.2 Methodik und Ausschöpfung

Im Zuge der Befragung wurden Daten zu allen in Bayern ansässigen landesweiten sowie lokalen Anbietern von privaten Rundfunkangeboten erhoben. Im Bereich des Hörfunks wurden zudem auch in Bayern ansässige Anbieter befragt, die ihre Programme 2015 bundesweit oder in mehreren Bundesländern verbreiteten.

Die Datenerhebung erfolgte mittels einer schriftlichen Anbieterbefragung mit unterschiedlichen Fragebögen für Fernseh- und Hörfunkanbieter. Die Fragebögen entsprachen in Form und Inhalt im Kern dem Fragenkatalog, der bereits in den vergangenen Jahren für die Anbieterbefragung zum Einsatz kam. Zusätzlich wurde der Fragebogen in der diesjährigen Erhebung für die Fernseh- und Hörfunkanbieter um Fragen zu einer detaillierteren Beschäftigtenstruktur nach Unternehmensabteilungen (Programm, Marketing, Technik etc.) erweitert. Darüber hinaus erfolgte eine Abfrage nach Chancen und Risiken bei den Lokal-TV-Programmen.

Die Fragebögen wurden per Post und E-Mail versendet. Die Antworten konnten per Post, E-Mail oder Fax zurückgesandt werden. Falls Anbieter den Fragebogen nicht innerhalb eines Zeitraums von 14 Tagen beantworteten, wurden sie durch mehrfache telefonische Nachfassungen nochmals zur Teilnahme aufgefordert. Der Nachfass-Zeitraum dauerte insgesamt vom 18. Juli bis 04. September 2016.

Von den 26 landesweiten und lokalen TV-Anbietern mit insgesamt 27 Sendern bzw. Fenster- und Spartenprogrammen hat Goldmedia von 23 Anbietern eine Antwort erhalten. Dies entspricht einer Ausschöpfungsquote von 89 Prozent.

Von den 61 bundesweiten, landesweiten und lokalen Hörfunkanbietern mit insgesamt 86 Sendern/Programmen haben 55 Anbieter (81 Programme) an der Befragung teilgenommen. Dies entspricht einer Ausschöpfungsquote von 94 Prozent.

Falls Anbieter nicht an der Befragung teilnehmen wollten oder ihren Sendebetrieb im Laufe des aktuellen Geschäftsjahres 2016 einstellten, wurden deren Senderdaten für 2015 anhand vergleichbarer Sender bzw. vorliegender Daten der vergangenen Jahre von Goldmedia in Kooperation mit der BLM geschätzt. So konnte das vollständige Marktvolumen in Bayern abgebildet werden. Die Aufstellung des Fördermitteleinsatzes 2015 für die landesweiten und lokalen Fernsehsender wurde von der BLM zugeliefert.

1.1.1 Grundgesamtheit der landesweiten und lokalen Fernsehanbieter in Bayern

Ende des ersten Quartals 2016 bestand der subnationale private Fernsehmarkt in Bayern 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 2016)

Sender / Programmfenster	Anbieter	Standort
Landesweite Fernsehangebote		
17:30 Sat.1 Bayern	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG	München
TV Bayern live/Plenum TV	TV Bayern Programmgesellschaft mbH	München
Lokale Fernsehangebote		
RTL München Live/München TV, München2	München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG	München
Franken Fernsehen	TVF Fernsehen in Franken Programm GmbH	Nürnberg
a.tv Augsburg	a.tv GmbH & Co. KG	Augsburg
a.tv Kempten	Allgäu-TV GmbH & Co. KG	Kempten
Donau TV	DONAU TV Regionalfernsehen GmbH & Co. Programmanbieter KG	Deggendorf
intv	intv Regional Fernsehen GmbH & Co. oHG	Ingolstadt
Isar TV	Regional-Fernsehen-Landshut Programmanbieter GmbH	Landshut
main.tv	Neue Welle „Antenne Aschaffenburg“ Hörfunk und Fernseh-anbieter GmbH	Aschaffenburg
Oberpfalz TV	Oberpfalz TV Nord GmbH & Co. Studiobetriebs KG	Amberg
Regio TV Schwaben	Regio TV Schwaben GmbH & Co. KG	Ulm
RFO	RFO Regional Fernsehen Oberbayern GmbH	Rosenheim
TRP1	Tele Regional Passau 1 GbR	Passau
TV touring Würzburg	TV touring Fernsehgesellschaft mbH & Co	Würzburg
TV touring Schweinfurt	TV touring Fernsehgesellschaft mbH & Co	Sennfeld
TVA	TVA Ostbayern Fernsehprogramm GmbH & Co. Studiobetriebs-KG	Regensburg
tvo	TV Oberfranken GmbH & Co. KG	Hof
Lokale Spartenangebote		
ABM München	ABM Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V.	München
afk tv	afk Fernsehverein München e.V.	München
ISW Fernsehen	Inn-Salzach Welle GmbH	Burgkirchen
KidsNews/nec.TV	nec tv e.V.	Neustadt bei Coburg
Kirche in Bayern	AG Kirchenmagazin im bayerischen Privatfernsehen GbR c/o Medienhaus der Diözese Würzburg	Würzburg
Medienwerkstatt	Medienwerkstatt Franken e.V.	Nürnberg

Point	Medien Praxis e.V.	Nürnberg
Polaris	Medienzentrum Parabol e.V.	Nürnberg
Plenum.TV	TV Bayern Programmgesellschaft mbH	München

Quelle: BLM

Da die lokalen Spartenprogramme größtenteils als gemeinnützige Vereine organisiert oder von der Kirche betrieben werden, verfolgen diese im Normalfall keine kommerziellen Interessen. Von den betroffenen Vereinen wurden keine Angaben zu ihren Erträgen gemacht. Infolgedessen muss bei Tab. 5 in der Kategorie „Lokale Spartenprogramme“ beachtet werden, dass die Daten bezüglich der Beschäftigung zwar vollständig sind, die Angaben zu Einnahmen und Kosten jedoch nur einen Teil der anfallenden Summen abbilden. Daher 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 2016 waren in Bayern in Summe 61 private Hörfunkanbieter ansässig, die insgesamt 86 Sender bzw. Spartenprogramme produzieren. Die Hörfunkangebote verteilen sich wie folgt:

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

Angebotskategorie	Anzahl der Sender/Programme
Bundesweite Hörfunkangebote über Satellit	3
Landesweite UKW-Hörfunkangebote*	4
Lokale UKW-Hörfunkangebote	56
<i>Mehrfrequenzstandorte</i>	11
<i>Zweifrequenzstandorte</i>	33
<i>Einfrequenzstandorte</i>	12
Eigenständige landesweite DAB+-Angebote der UKW-Sender	1
Eigenständige lokale DAB+-Angebote der UKW-Sender	2
Eigenständige landesweite DAB+-Angebote ohne UKW-Sender	3
Eigenständige lokale DAB+-Angebote ohne UKW-Sender	5
Eigenständige lokale Kabelangebote der UKW-Sender	2
Eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender	2
Lokale Spartenangebote	8
Summe	86

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

Tab. 3: In Bayern ansässige private Anbieter bundesweiter, landesweiter und lokaler Hörfunkprogramme (Stand Q1 2016)

Sender	Rundfunk-Verbreitung	Anbieter	Standort
Bundesweite Hörfunkangebote über Satellit			
egoFM	SAT, DAB+, UKW/Kabel-Stützfrequenzen: München, Augsburg, Nürnberg, Regensburg, Straubing	Radio Next Generation GmbH & Co. KG	München
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	Internationale Christliche Rundfunkgemeinschaft e.V. (ICR)	Balderschwang
Landesweite UKW-Hörfunkangebote			
Antenne Bayern	UKW, SAT, DAB+	Antenne Bayern GmbH & Co. KG	Ismaning
Rock Antenne	UKW, SAT, DAB+	Rock Antenne GmbH & Co. KG	Ismaning
BLR	Programmszulieferer	Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme mbH & Co. KG	München
Radio Galaxy Bayern	UKW, DAB+	Digitaler Rundfunk Bayern GmbH & Co. KG	Nürnberg
Lokale UKW-Hörfunkangebote			
Mehrfrequenzstandorte			
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 München	UKW, DAB+	radio 2Day Rundfunkveranstaltungs GmbH	München
Energy Nürnberg	UKW, DAB+	ENERGY Nürnberg	Nürnberg
Das neue Charivari 98,6	UKW, DAB+	Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs GmbH	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
Zweifrequenzstandorte			
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/	Kempten
Radio Galaxy Kempten	UKW	RSA Radio GmbH & Co. KG	Kempten
Radio Plassenburg	UKW	Radio Plassenburg Studiobetriebs- und Werbegesellschaft mbH & Co. Hörfunksender KG	Kulmbach
Radio Galaxy Kulmbach	UKW	Radio Plassenburg Studiobetriebs- und Werbegesellschaft mbH & Co. 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
Einfrequenzstandorte			
Radio Alpenwelle	UKW	Radio Alpenwelle Programmanbieter GmbH	Bad Tölz
Radio ISW (ehem. Inn- Salzach-Welle)	UKW	Hörfunk Burgkirchen-Mühldorf GmbH	Burgkirchen

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
Eigenständige landesweite DAB+-Angebote der UKW-Sender			
Radio Galaxy	DAB+	Digitale Rundfunk Bayern GmbH & Co. KG	Regensburg
Eigenständige lokale DAB+-Angebote der UKW-Sender			
Digital Classix - BE4 Classic Rock	DAB+	Digital Classix Rock be4 GmbH	München
Pirate Gong	DAB+	Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs-GmbH	Nürnberg
Eigenständige landesweite DAB+-Angebote ohne UKW-Sender			
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
kultradio.fm	Digitalradio	Kultradio.fm UG	Bayreuth
Eigenständige lokale DAB+-Angebote ohne UKW-Sender			
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
PN1	DAB+	PN Medien GmbH	Pfaffenhofen
Radio Ilmwelle	DAB+	PN Medien GmbH	Pfaffenhofen
Eigenständige lokale Kabelangebote der UKW-Sender			
RSA2	Kabel	RSA Radio GmbH Co. KG	Kempten
RSA3	Kabel	RSA Radio GmbH Co. KG	Kempten
Eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender			
Hitradio MS One	Kabel	Hitradio MS One Programmanbieter GmbH	Neusäß
Allgäu Hit	Kabel	Baumann & Häuslinger GbR	Sonthofen

Lokale Spartenangebote			
Radio ND1*	UKW, DAB+	Anbietersgemeinschaft Radio ND1	Ingolstadt
afk m 94,5_München	UKW, DAB+	Aus- und Fortbildungsradio München e.V.	München
LORA München	UKW, DAB+	Radio LORA Programmanbieter GmbH	München
Radio Feierwerk	UKW, DAB+	Feierwerk e.V.	München
afk max	UKW, DAB+	Aus- und Fortbildungsradio Nürnberg 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
Münchner Kirchenradio	DAB+	Sankt Michaelsbund Mediendienste e.V.	München

* 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.
Quelle: BLM

Grundsätzlich erfolgt die Auswertung der Hörfunkdaten nach den Angebotskategorien, die in Tab. 2 dargestellt sind. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass die Ergebnisse der eigenständigen DAB+-Angebote, der UKW-Sender sowie die eigenständigen lokalen Kabelangebote der UKW-Sender nicht separat ausgewiesen werden können, da die Anbieter keine gesonderten Angaben für den DAB+-Bereich gemacht haben. Zudem können die eigenständigen landesweiten DAB+-Angebote ohne UKW-Sender (nur 2 Anbieter mit 3 Programmen) aus Datenschutzgründen nicht getrennt ausgewiesen werden. Daher werden die erfassten Daten nach folgendem Schema ausgewiesen:

- Bundes- und 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 hier ist zu beachten, dass die lokalen Spartenprogramme (mit Ausnahme von ND1) als gemeinnützige Vereine organisiert sind oder von der Kirche betrieben werden und i.d.R. keine kommerziellen Interessen verfolgen. Infolgedessen sind auch bei Tab. 4 die in der Kategorie „Sonstige Hörfunkangebote“ dargestellten Daten zur Beschäftigung vollständig, die Angaben in Tab. 5 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.

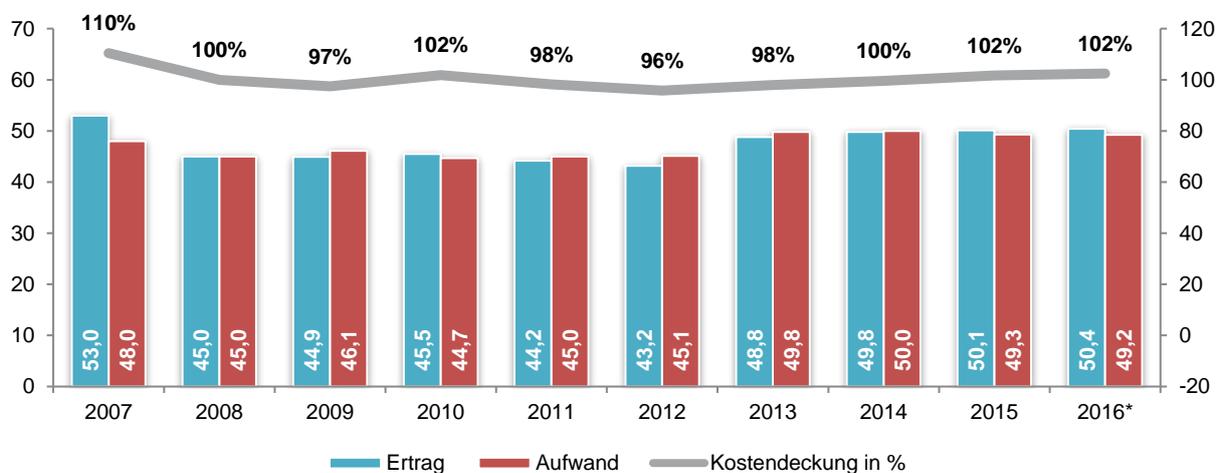
2 Wirtschaftliche Lage der privaten lokalen und landesweiten Fernsehanbieter in Bayern

2.1 Gesamtentwicklung der lokalen und landesweiten Fernsehanbieter

Wesentlich für die Gesamtentwicklung des privaten lokalen und landesweiten Fernsehens in Bayern sind zwei Faktoren: zum einen 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 haben die lokalen Werbeeinnahmen und verfügbaren Fördermittel eine wichtige Rolle und beeinflussen die Wirtschaftlichkeit der Branche in Bayern.

Im Jahr 2015 erwirtschafteten die privaten regionalen TV-Anbieter in Bayern in Summe einen Ertrag von 50,1 Mio. Euro. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen leichten Zuwachs des Gesamtertrages von 0,3 Mio. Euro. Hinzu kommt, dass die Gesamtaufwendungen der Anbieter um 0,7 Mio. Euro gesunken sind. Dies führte erneut zu einem positiven Gesamtergebnis für die bayerischen TV-Anbieter, sie erreichten 2015 einen Gesamtkostendeckungsgrad von 102 Prozent.

Abb. 1: Geschäftsentwicklung der privaten lokalen und landesweiten TV-Anbieter in Bayern 2007-2016*, in Mio. EUR, Kostendeckung in Prozent

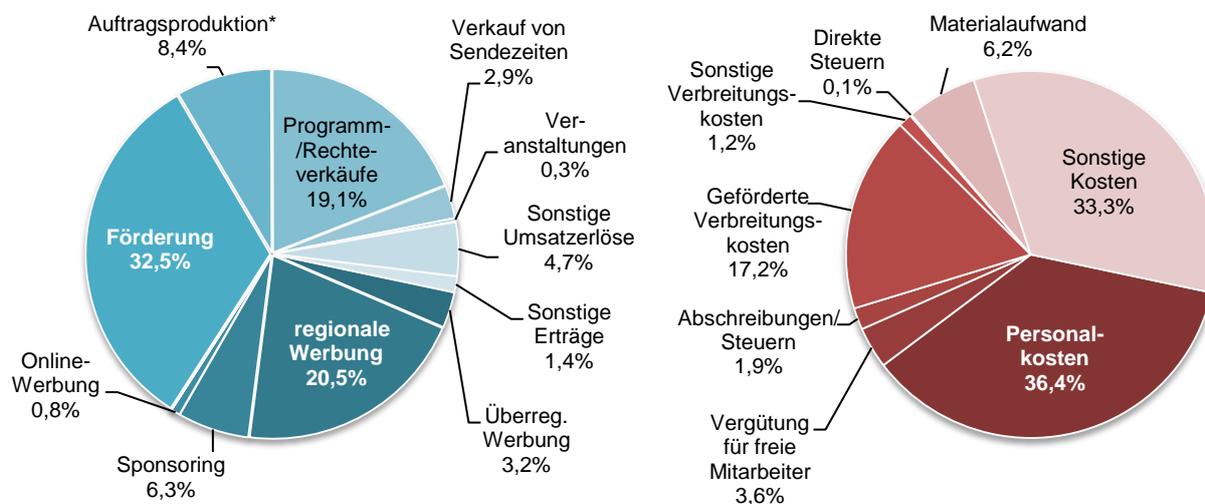


*2016: Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Die prozentuale Verteilung der Erträge und Kosten ist grundsätzlich ähnlich wie in den Vorjahren. Während die Personalkosten prozentual zum Vorjahr leicht gestiegen sind (2014: 35,3%), zeigt sich ein zum Vorjahr gesunkener Anteil der sonstigen Kosten (38,0% im Jahr 2014) in den Gesamtkosten.

Abb. 2: Ertrags-/Aufwandsstruktur der privaten lokalen und landesweiten TV-Anbieter in Bayern 2015, in Prozent
Gesamtertrag: 50,1 Mio. EUR – Gesamtaufwand: 49,3 Mio. EUR



* Inkl. Image-/Industriefilme, Spotproduktionen

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Ebenfalls eine positive Entwicklung zeichnete sich bei der kumulierten Personalentwicklung über alle Angebote ab: Nach einem leichten Rückgang der Mitarbeiterzahlen bei den lokalen und landesweiten TV-Anbietern 2014 erfolgte 2015 wieder ein leichter Anstieg auf insgesamt 785 Beschäftigte. Während die Zahl der festangestellten Mitarbeiter dabei 2015 jedoch leicht gesunken ist, stieg die Zahl der freien Mitarbeiter über alle Anbietergruppen deutlich an.

Nach Angaben der bayerischen TV-Anbieter verzeichneten sie bis Mitte 2016 zwar wieder einen leichten Rückgang der Beschäftigung, jedoch liegen die Beschäftigungszahlen in Summe immer noch über dem Niveau von 2014.

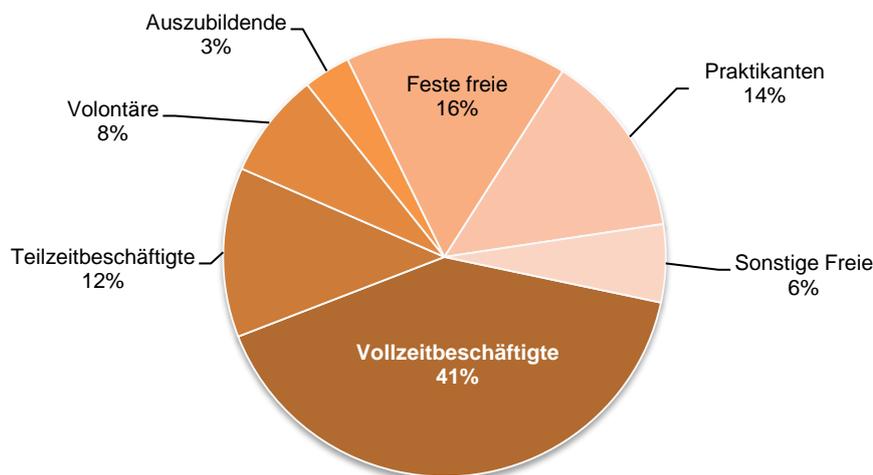
Abb. 3: Beschäftigte im privaten lokalen und landesweiten Fernsehen in Bayern 2007 bis Mitte 2016 nach Status der Beschäftigung



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

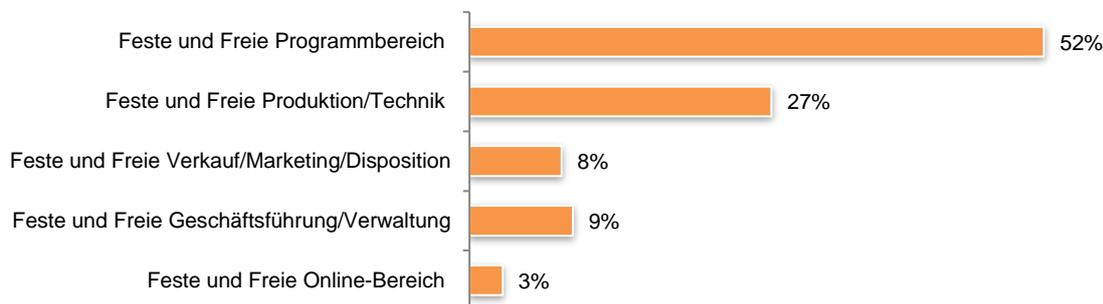
Prozentual betrachtet, ist im Jahr 2015 der Anteil der festangestellten Kräfte an den Beschäftigten mit 64 Prozent um rund drei Prozentpunkte gegenüber 2014 zurückgegangen. Während die Zahl der Festangestellten mit 506 Beschäftigten im Vergleich zu 2014 (509 Beschäftigte) stabil blieb, beschäftigten die TV-Anbieter 2015 insgesamt 279 sonstige Mitarbeiter und damit 28 Beschäftigte mehr als noch 2014. Die Zahl der Mitarbeiter, die unmittelbar dem Programmbereich zuzuordnen sind, lag Ende des Jahres 2015 bei rund 52 Prozent. Außerdem arbeiteten von den insgesamt 785 Beschäftigten 27 Prozent im Bereich Produktion und Technik.

Abb. 4: Beschäftigungsstruktur im privaten lokalen und landesweiten Fernsehen in Bayern 2015, in Prozent / Beschäftigte gesamt: 785



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Abb. 5 Beschäftigungsstruktur im privaten lokalen und landesweiten Fernsehen in Bayern 2015 nach Tätigkeitsbereich, in Prozent / Beschäftigte gesamt: 785



Mehrfachnennung möglich. Mitarbeiter können auch mehreren Bereichen zugeordnet sein.

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

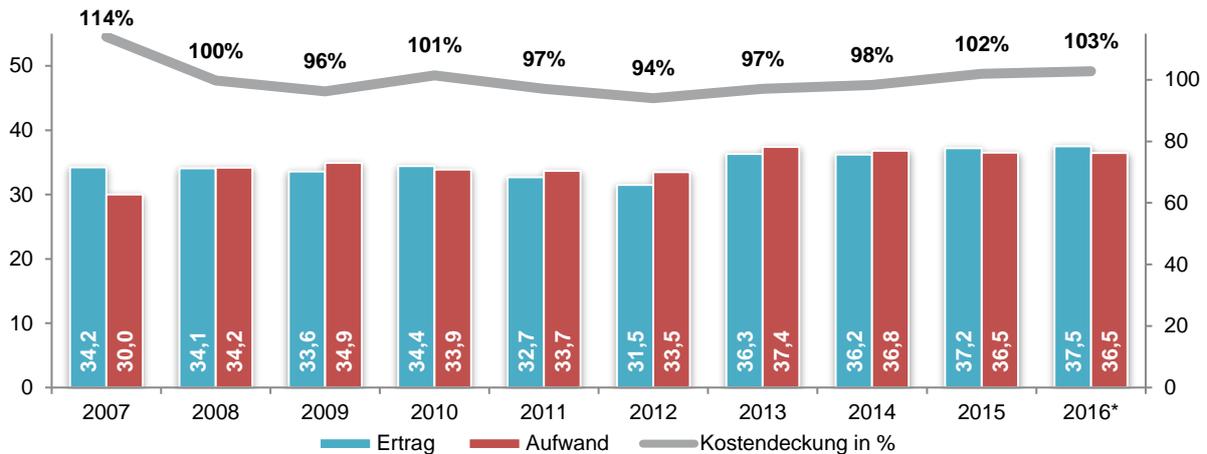
2.2 Entwicklung der lokalen Fernsehanbieter

Das lokale Fernsehangebot in Bayern umfasst die beiden Ballungsraumsender RTL München Live in München und Franken Fernsehen in Nürnberg sowie 14 weitere Lokal-TV-Stationen in Amberg, Aschaffenburg, Augsburg, Deggendorf, Hof, Ingolstadt, Kempten, Landshut, Passau, Rosenheim, Regensburg, Schweinfurt, Ulm und Würzburg.

Seit April 2015 können die bayerischen Lokal-TV-Sender über die IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom empfangen werden. Damit ist Bayern das erste Bundesland in Deutschland, dessen Lokal-TV-Sender nahezu komplett bei Entertain verbreitet werden. Mit dieser Einspeisung wurden die Sender rund 2,5 Millionen Kunden zugänglich gemacht. Dies bedeutet für die lokalen Fernsehsender eine weitere Verbesserung der technischen Reichweite und die vollständige Verfügbarkeit in nahezu allen Fernsehhaushalten in Bayern.

Das Ergebnis der Verhandlungen über die IPTV-Einspeisung in das Portal der Deutschen Telekom war somit ein wichtiger Erfolg für die bayerischen Lokal-TV-Sender. Dies spiegelte sich auch in den wirtschaftlichen Kennzahlen wider. Nach einem minimalen Ertragsrückgang des lokalen Fernsehmarkts in Bayern 2014 stieg der Ertrag im Jahr 2015 wieder um rund eine Mio. Euro an und brachte die Branche erstmalig seit 2010 wieder in eine positive Kostendeckungssituation. Der Kostendeckungsgrad stieg von 98 Prozent im Jahr 2014 auf 102 Prozent 2015.

Abb. 6: Geschäftsentwicklung der privaten lokalen TV-Anbieter in Bayern 2007-2016*, in Mio. EUR, Kostendeckung in Prozent

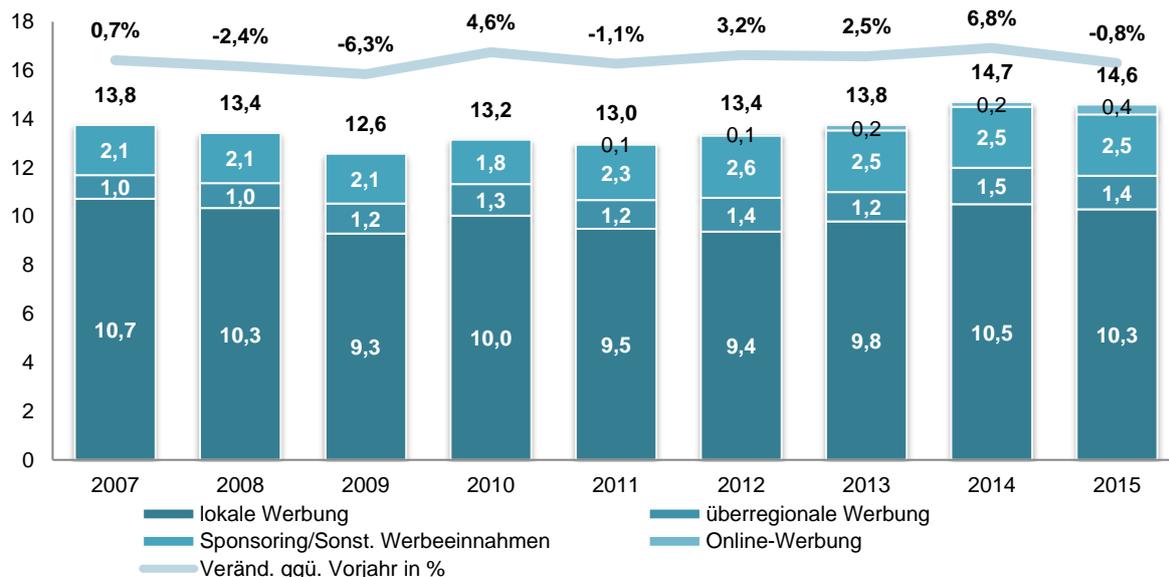


*2016: Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Die wirtschaftliche Entwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern hat sich 2015 weiter verbessert. Bei Gesamteinnahmen von 37,5 Mio. Euro und Kosten von 36,5 Mio. Euro hat sich der Kostendeckungsgrad um vier Prozentpunkte auf 102 Prozent erhöht. Zum positiven Ergebnis beigetragen hat die Erhöhung der Einnahmen aus dem Finanzierungsbeitrag von RTL. Die Werbeeinnahmen waren dagegen leicht rückläufig. Gegenüber dem Vorjahr gingen sie im Jahr 2015 um 0,8 Prozent bzw. um rund 110 Tsd. Euro zurück. Insgesamt wurden durch Werbung 14,6 Mio. Euro erwirtschaftet. Davon entfallen rund 10,3 Mio. Euro auf lokale Werbeeinnahmen. Hier war ein Rückgang um rund 210 Tsd. Euro im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen.

Abb. 7: Entwicklung der Werbeeinnahmen der privaten lokalen TV-Anbieter in Bayern 2007-2015, in Mio. EUR, Veränderung ggü. Vorjahr in Prozent

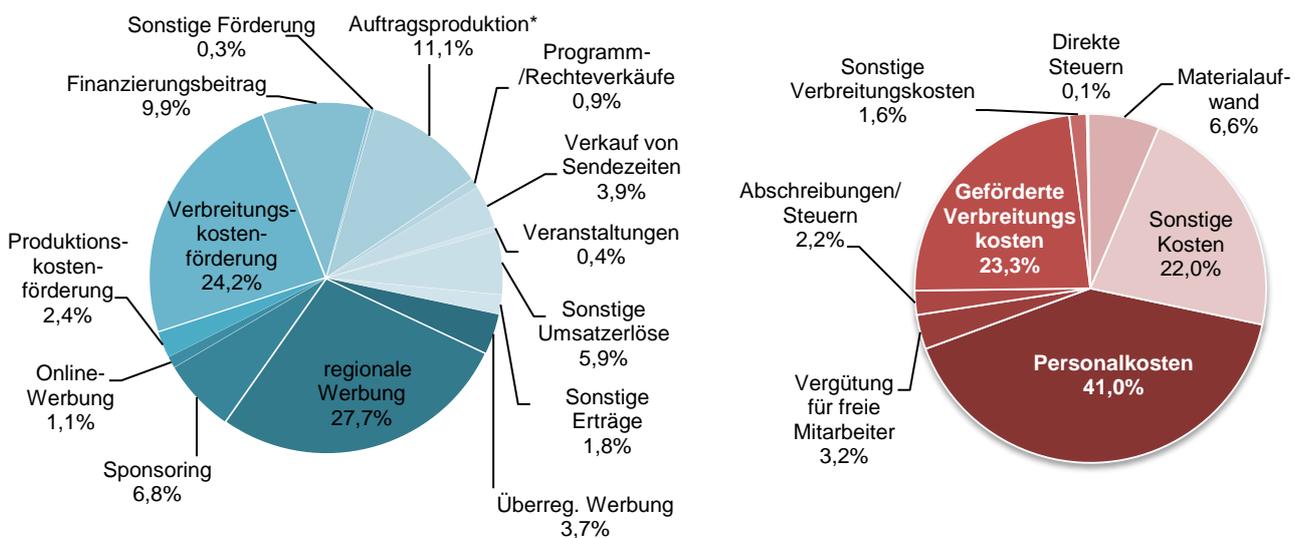


Für die Jahre 2000 bis 2010 sind die Online-Werbeinnahmen unter sonstige Werbeeinnahmen zusammengefasst.

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Die bereits 2014 durch den Medienrat der BLM beschlossene Erhöhung des Finanzierungsbeitrages trat 2015 in Kraft. Für die Veranstalter der beiden reichweitenstärksten bundesweiten privaten Fernsehvollprogramme, Sat.1 und RTL, ist im Bayerischen Landesmediengesetz festgesetzt, dass sie die Finanzierung der lokalen und landesweiten Fensterprogramme sicherstellen müssen und seit 2015 jährlich 85 Cent pro TV-Haushalt zu entrichten haben, die auf die lokalen TV-Fenster und die Wochenendfenster aufgeteilt werden. Die lokalen TV-Angebote erhielten aus dem Finanzierungsbeitrag von RTL 2015 insgesamt 3,7 Mio. Euro (2014: 3,4 Mio. Euro).

Abb. 8: Ertrags-/Aufwandsstruktur der privaten lokalen TV-Anbieter in Bayern 2015
Gesamtertrag: 37,2 Mio. EUR – Gesamtaufwand gesamt: 36,5 Mio. EUR

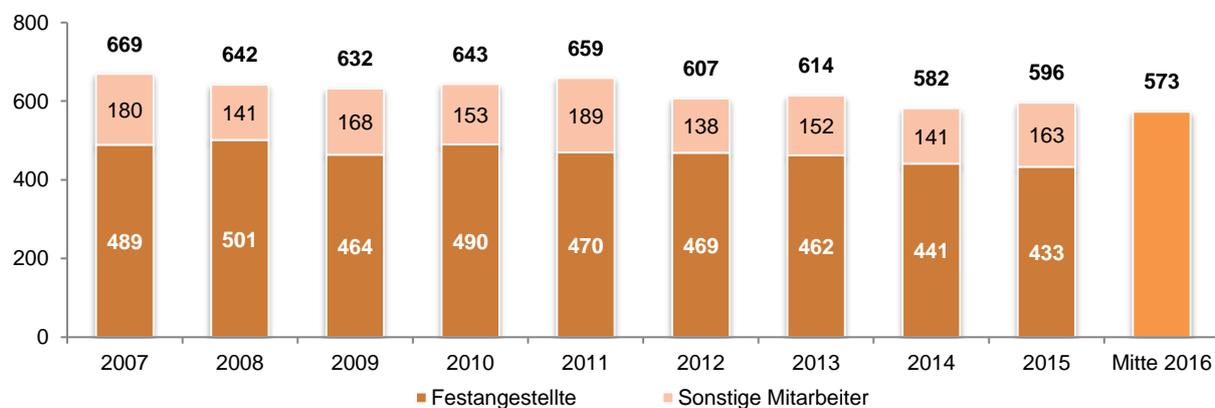


* Inkl. Image-/Industriefilme, Spotproduktionen

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

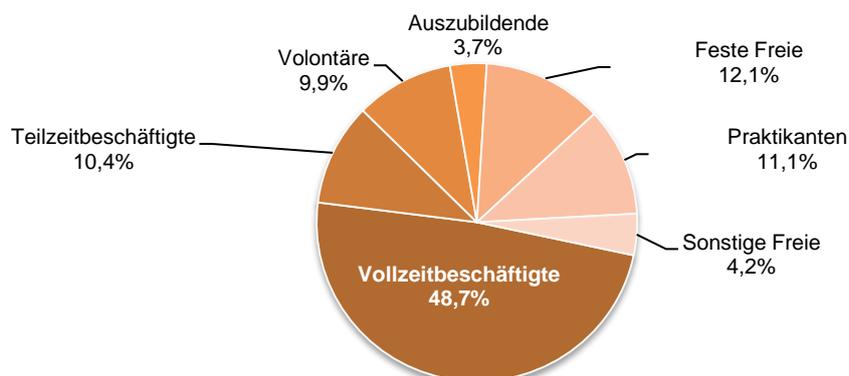
Die Beschäftigungssituation profitierte vom Ertragswachstum: 2015 konnten insgesamt plus 14 Stellen im Vergleich zu 2014 gezählt werden. Die bayerischen Lokal-TV-Sender beschäftigten 2015 damit 596 Mitarbeiter, insgesamt 73 Prozent waren dabei festangestellt (Vollzeit, Teilzeit, Volontäre/Auszubildende). 2016 ist die Beschäftigung jedoch wieder rückläufig.

Abb. 9: Beschäftigte im privaten lokalen Fernsehen in Bayern 2007 bis Mitte 2016 nach Status der Beschäftigung



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

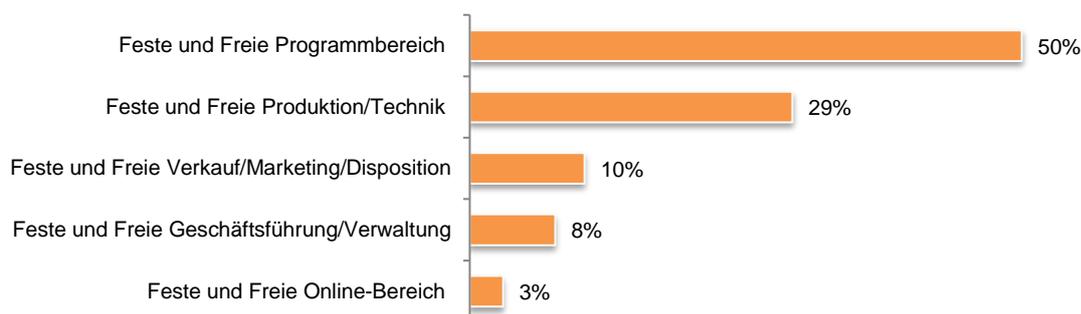
Abb. 10: Beschäftigungsstruktur im privaten lokalen Fernsehen in Bayern 2015 in Prozent / Beschäftigte gesamt: 596



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Der Anteil der direkt mit der Programmerstellung betrauten Mitarbeiter liegt im bayerischen Lokal-TV bei 50 Prozent, 29 Prozent arbeiten im Bereich Produktion und Technik, 10 Prozent entfallen auf den Bereich Verkauf/Marketing/Disposition. Im Online-Bereich der Sender arbeiten drei Prozent der Beschäftigten.

Abb. 11 Beschäftigungsstruktur im privaten lokalen Fernsehen in Bayern 2015 nach Tätigkeitsbereich, in Prozent / Beschäftigte gesamt: 596



Mehrfachnennung möglich. Mitarbeiter können auch mehreren Bereichen zugeordnet sein.

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

2.3 Ausblick der lokalen und landesweiten Fernsehanbieter

Entwicklung im Bereich Online- und mobile Werbung sehr verhalten

Bei den Einschätzungen zur Entwicklung des Online- und Mobile-Geschäfts halten sich die lokalen und landesweiten Fernsehanbieter in Bayern weiter zurück. In den vergangenen Jahren ließen sich die Erlöse dieser Segmente nur minimal steigern. Aktuell liegen sie unter einem Prozent der Gesamteinnahmen. In der aktuellen Befragung wurden zu diesen Bereichen größtenteils keine Angaben gemacht, weswegen auf eine detaillierte Aufschlüsselung an dieser Stelle verzichtet wird.

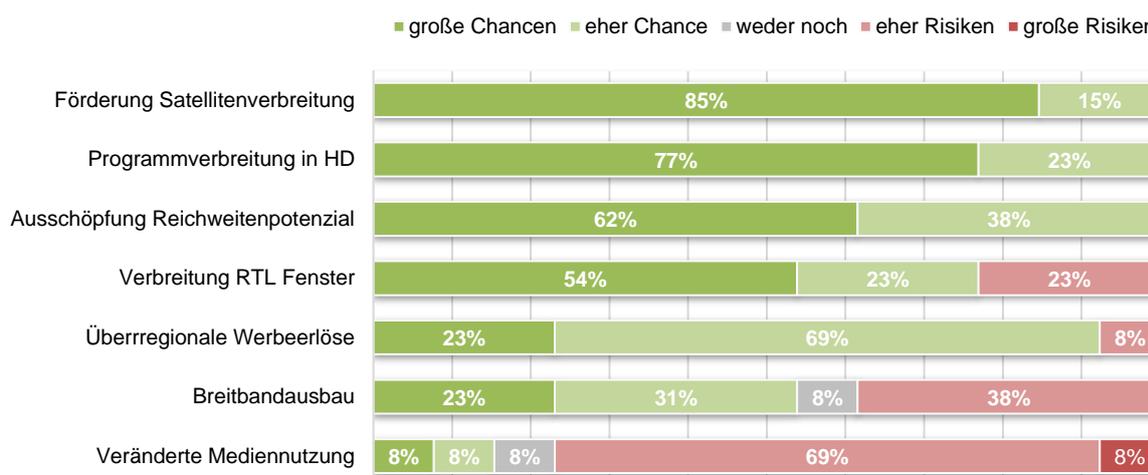
Bayerische Lokal-TV-Anbieter setzen auf Programmverbreitung über Satellit und in HD

Einen relativ hohen Anteil an den Kosten der Lokal-TV-Anbieter haben v.a. auch die Aufwendungen für die technische Programmverbreitung. Insbesondere die Kosten der vergleichsweise teuren Satellitenverbreitung können aktuell von den Lokalsendern allein aber nicht refinanziert werden. Dennoch ist dieser Verbreitungsweg für die lokalen TV-Anbieter in Bayern unverzichtbar, denn mehr als die Hälfte der Bevölkerung nutzt dort für den TV-Empfang bereits Satellit. Bei einer Umstellung auf HD ist mit einer weiteren Erhöhung der Verbreitungskosten zu rechnen.

Um die lokale Programmvielfalt und die reguläre technische Verbreitung der Programme sicherzustellen, übernahm der Freistaat Bayern bisher einen Großteil der technischen Verbreitungskosten über Fördergelder, die er den Sendern zur Verfügung stellte. 2015 konnten die Sender so von Fördermitteln in Höhe von insgesamt neun Mio. Euro profitieren. Im September 2016 beschloss der bayerische Landtag, diese Verbreitungskostenförderung für die 16 Lokal-TV-Stationen um weitere vier Jahre bis 2020 zu verlängern und sprach sich damit parteiübergreifend erneut für die Wichtigkeit und Sicherstellung der lokalen TV-Berichterstattungsvielfalt aus. Mit Hilfe dieser Gelder soll weiterhin die Verbreitung über Satellit sichergestellt sowie zukünftig eine schrittweise Umrüstung der lokalen TV-Programme auf HD vollzogen werden.

Auch in den Befragungsergebnissen dieser Erhebung spiegeln sich diese Entwicklungen wider. Bei der Frage nach Chancen und Risiken für lokale Fernsehprogramme in Bayern sahen 85 Prozent der Lokal-TV-Anbieter in der Förderung der Verbreitungskosten über Satellit eine sehr große Chance, 77 Prozent sahen dies auch für die HD-Programmverbreitung. Dagegen stehen viele Lokal-TV-Anbieter dem Breitbandausbau skeptisch gegenüber und auch die veränderte Mediennutzung wird eher als Risiko wahrgenommen.

Abb. 12: Chancen und Risiken für das eigene Lokal-TV-Programm aus Sicht der privaten lokalen TV-Anbieter in Bayern Mitte 2016, in Prozent



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

2.4 Lokales und landesweites Fernsehen in Bayern im Überblick

**Tab. 4: Beschäftigung im privaten lokalen und landesweiten Fernsehen
in Bayern 2015/2016**

	Gesamtmarkt	Lokal-TV ohne Sparten- programme	Sparten- programme
	Anzahl		
Programme 2015	28	17	9
Festangestellte 2015	506	433	37
Vollzeitbeschäftigte	320	290	10
Teilzeitbeschäftigte	98	62	22
Volontäre	61	59	0
Auszubildende	27	22	5
Sonstige Mitarbeiter 2015	279	163	90
Feste freie Mitarbeiter	127	72	40
Praktikanten/Hospitanten	107	66	35
Sonstige freie Mitarbeiter	45	25	15
Gesamtbeschäftigung 2015	785	596	127
Gesamtbeschäftigung Mitte 2016	762	573	128
Feste Programmbereich	35%	37%	26%
Feste Produktion/Technik	20%	24%	15%
Feste Verkauf/Marketing/Disposition	8%	10%	1%
Feste Geschäftsführung/Verwaltung	8%	8%	8%
Feste Online-Bereich	3%	3%	2%
Freie Programmbereich	17%	13%	28%
Freie Produktion/Technik	7%	5%	14%
Freie Verkauf/Marketing/Disposition	1%	1%	1%
Freie Geschäftsführung/Verwaltung	1%	0%	4%
Freie Online-Bereich	0%	0%	1%

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Tab. 5: Wirtschaftliche Lage der privaten lokalen und landesweiten Fernsehanbieter in Bayern 2015, in Mio. EUR

	Gesamtmarkt	Lokal-TV ohne Spartenprogramme	Spartenprogramme
Erträge 2015	50,1	37,2	1,8
Werbung insgesamt	15,4	14,6	0,0
überregionale Werbung	1,6	1,4	0,0
regionale Werbung	10,3	10,3	0,0
Sponsoring	3,1	2,5	0,0
Online-Werbung	0,4	0,4	0,0
Telefonische Mehrwertdienste/Call Media	0,0	0,0	0,0
Teleshopping	0,0	0,0	0,0
Fördermaßnahmen	15,6	13,6	0,9
Produktionskostenförderung	1,7	0,9	0,6
Verbreitungskostenförderung	9,0	9,0	0,0
Finanzierungsbeitrag	4,7	3,7	0,1
BLM Programmförderung	0,2	0,0	0,2
(Sonstige) Fördermaßnahmen	0,7	0,1	0,6
Spotproduktion/ sonst. Auftragsproduktion	4,2	4,2	0,1
Programm-/ Rechteverkäufe	9,6	0,3	0,1
Verkauf von Sendezeiten	1,4	1,4	0,0
Veranstaltungen	0,1	0,1	0,0
E-Commerce/ andere Online-Erträge	0,0	0,0	0,0
Sonstige Umsatzerlöse	2,4	2,2	0,1
Sonstige (betriebliche) Erträge	0,7	0,7	0,0
Aufwand 2015	49,3	36,5	1,8
Personalkosten	17,9	15,0	0,7
Vergütungen für freie Mitarbeiter	1,8	1,2	0,6
Abschreibungen/Steuern	0,9	0,8	0,0
Geförderte Verbreitungskosten	8,5	8,5	0,0
Sonstige Verbreitungskosten	0,6	0,6	0,0
Direkte Steuern	0,1	0,1	0,0
Materialaufwand	3,1	2,4	0,0
Sonstige Kosten	16,4	8,0	0,4
Kostendeckungsgrad 2015, in Prozent	102	102	101
Investitionen in Auftragsproduktionen	0,1	0,0	0,1
Sonstige Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0
Investitionen in erworbene und selbsterstellte Sachanlagen	0,3	0,3	0,0

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

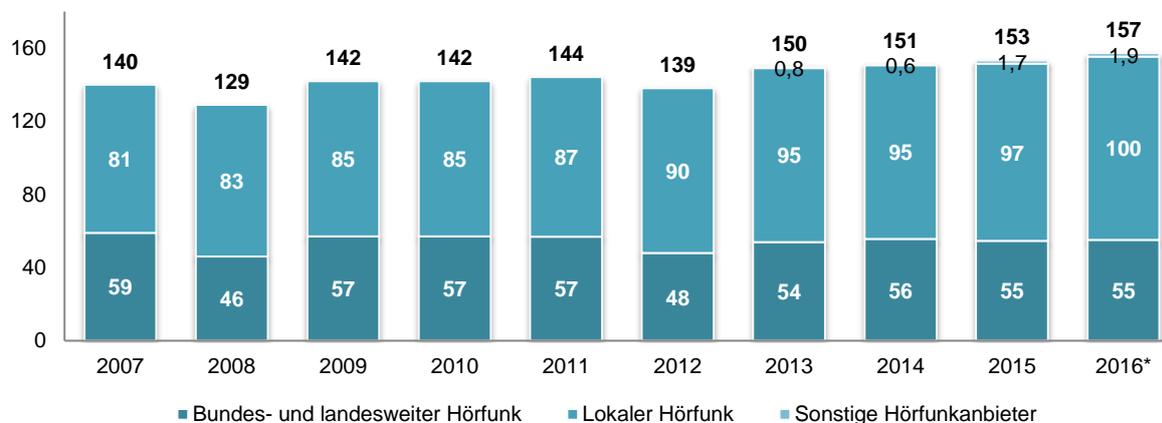
3 Wirtschaftliche Lage der privaten Hörfunkanbieter in Bayern

3.1 Gesamtentwicklung der privaten Hörfunkanbieter

Insgesamt hat sich die wirtschaftliche Situation der Hörfunkanbieter in Bayern 2015 kaum verändert. 2015 erwirtschafteten die privaten Hörfunkanbieter Gesamteinnahmen von 153 Mio. Euro – ein Höchststand innerhalb der zurückliegenden zehn Jahre. Während im bundes- und landesweiten Hörfunk die Einnahmen zwischen 2014 bis 2015 um rund eine Mio. Euro sanken, legten die lokalen Hörfunkanbieter um ca. zwei Mio. Euro und die sonstigen Hörfunkanbieter um etwas mehr als eine Mio. Euro zu.

Für das laufende Geschäftsjahr 2016 erwarten die überregionalen Hörfunkanbieter keinen Zuwachs ihrer Einnahmen, sodass diese voraussichtlich auf dem Niveau von 2015 mit 55 Mio. Euro bleiben werden. Die lokalen Hörfunkanbieter in Bayern wiederum prognostizieren für 2016 ein Erlöswachstum um rund drei Mio. Euro und damit einen Gesamtertrag in Höhe von rund 100 Mio. Euro. Und auch die sonstigen Hörfunkanbieter rechnen mit einer positiven Entwicklung. Demnach könnte 2016 ein neues Erfolgswort für den bayerischen Hörfunk werden.

Abb. 13: Ertrag der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2007-2016*, in Mio. EUR



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

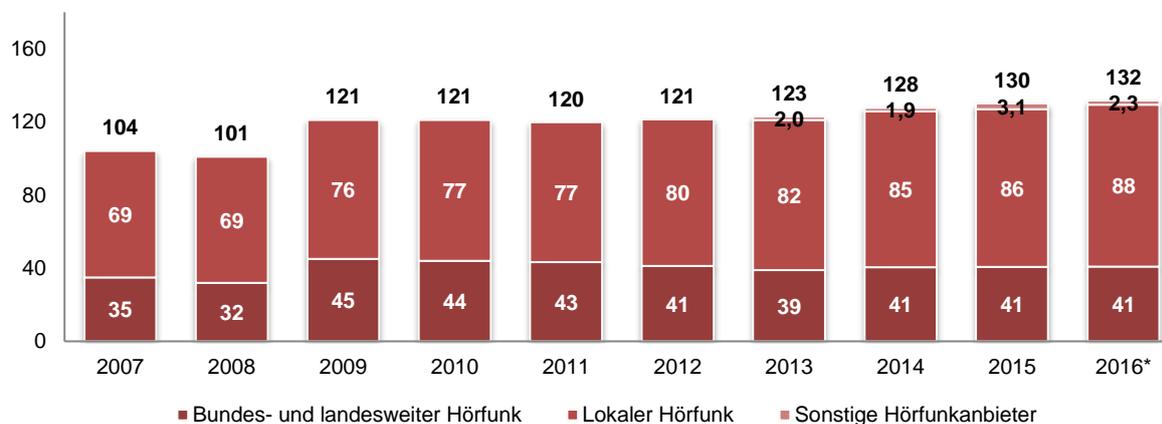
*2016= Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Auch die Aufwendungen stiegen für die bayerischen Hörfunkanbieter gegenüber dem Vorjahr um etwa zwei Mio. Euro. Insgesamt lagen die Gesamtkosten bei 130 Mio. Euro im Jahr 2015, sodass sich ein unverändert positiver Kostendeckungsgrad von 118 Prozent ergibt. Die Kosten im lokalen Hörfunk stiegen gegenüber dem Vorjahr leicht von 85 auf 86 Mio. Euro an. Die sonstigen Hörfunkanbieter verzeichneten einen Kostenanstieg um rund eine Mio. Euro, was zum Teil auch mit der steigenden Anzahl von Anbietern zusammenhängt.

Für die bundes- und landesweiten Hörfunkanbieter veränderte sich das Kostenniveau 2015 nicht und blieb stabil bei 41 Mio. Euro. Für 2016 erwarten alle Anbieter zusammen einen Anstieg der Kosten um rund zwei Mio. Euro. Bei gleichzeitig erwartetem Ertragsplus von rund vier Mio. Euro ergibt sich ein voraussichtliches Kostendeckungsverhältnis von 120 Prozent.

Abb. 14: Aufwand der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2007-2016* in Mio. EUR

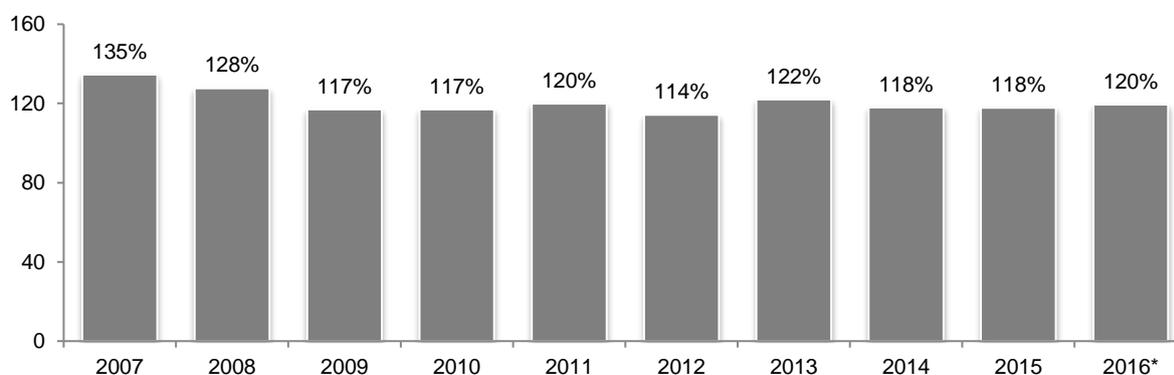


Bundesweiter, landesweiter und lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+-Programme und Kabelprogramme
Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

*2016 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Abb. 15: Kostendeckungsgrad aller privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2007-2016* in Prozent



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

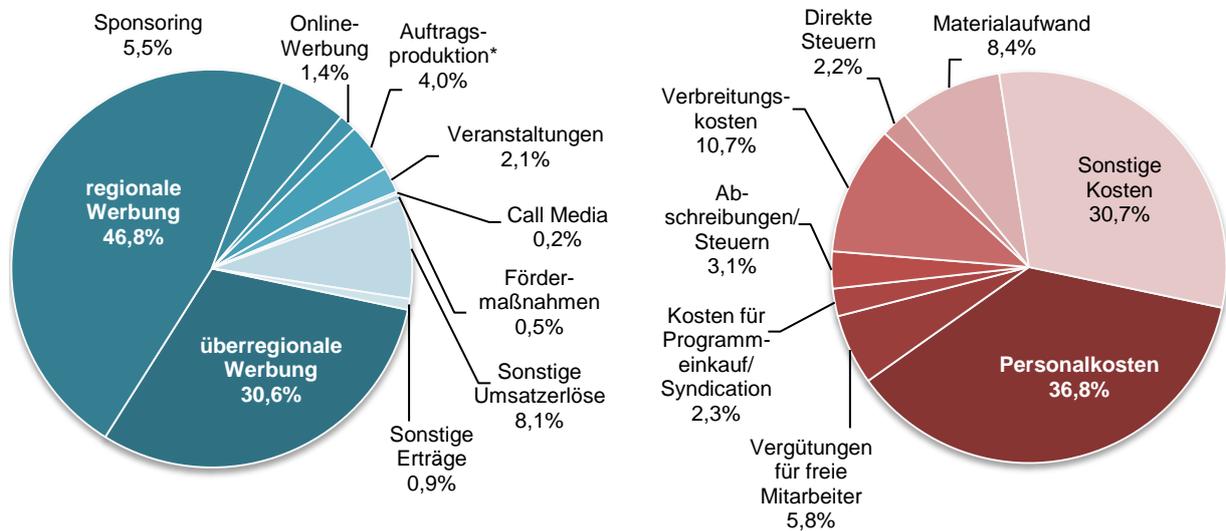
*2016 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Die Erlös- und Kostenstruktur im Jahr 2015 ähnelt der Strukturen der Vorjahre. Mit 46,8 Prozent an den Gesamteinnahmen stellt die regionale Werbung die größte Einnahmequelle und fast die Hälfte der Erträge der privaten Hörfunkanbieter dar. Überregionale Werbeeinnahmen machen 30,6 Prozent der Erträge aus.

Demgegenüber stehen mit 36,8 Prozent des Gesamtaufwandes die Personalkosten und mit 30,7 Prozent die sonstigen Kosten als größte Posten unter den verschiedenen Aufwendungen.

Abb. 16: Ertrags-/Aufwandsstruktur der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2015, in Prozent / Gesamtertrag: 153 Mio. EUR / Gesamtaufwand: 130 Mio. EUR

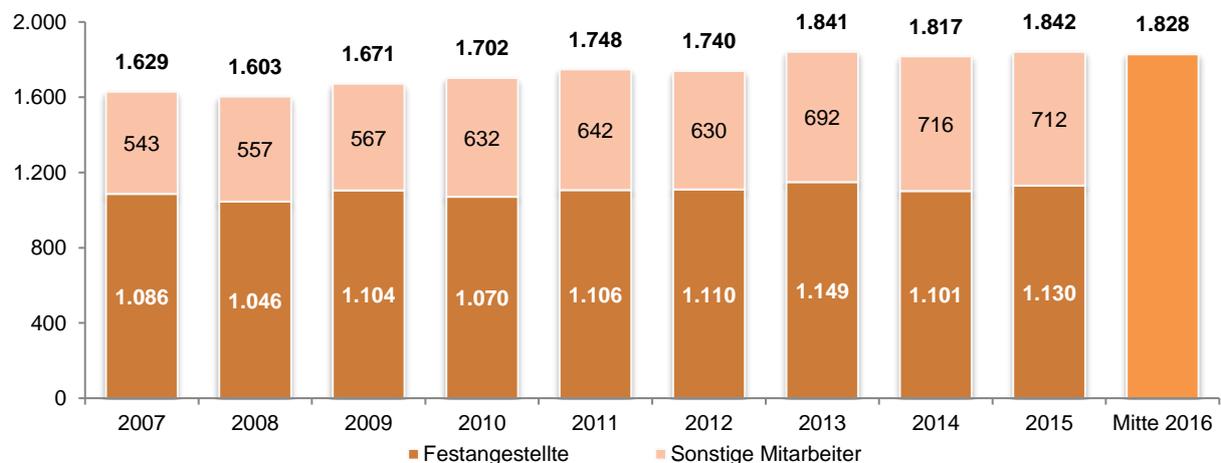


* Inkl. Programm- und Rechteverkäufe

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Die Beschäftigungssituation entwickelte sich bei den bayerischen Hörfunkanbietern 2015 positiv. Plus 25 Mitarbeiter konnten gezählt werden, sodass Ende 2015 insgesamt 1.842 Personen bei den privaten Radios in Bayern beschäftigt waren. Dabei stieg die Zahl der Festangestellten um 29 Stellen, demgegenüber ging die Zahl der sonstigen Mitarbeiter um vier zurück.

Abb. 17: Beschäftigte im privaten Hörfunk in Bayern 2007 bis Mitte 2016 nach Status der Beschäftigung



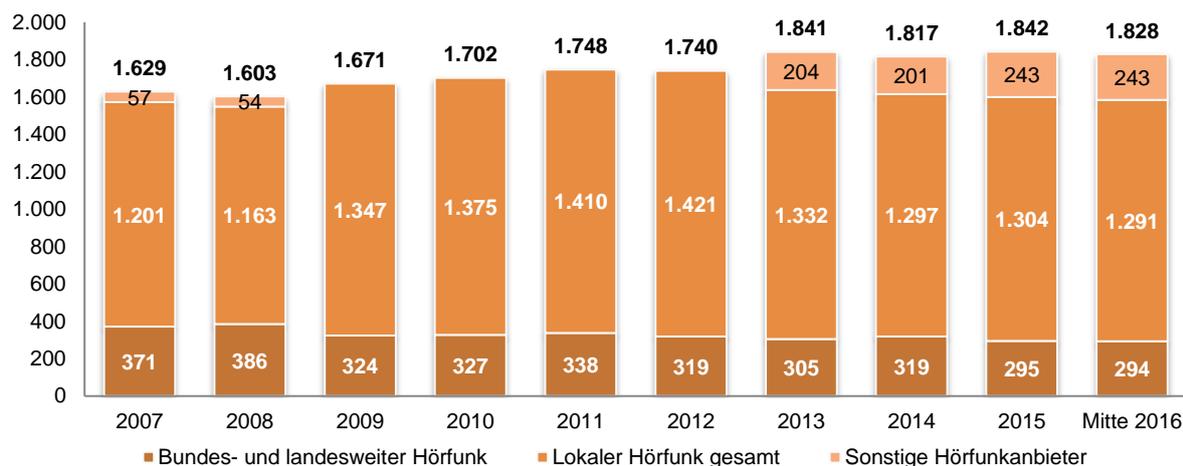
Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Beim Blick auf die einzelnen Anbietergruppen fällt auf, dass bei den bundes- und landesweiten Hörfunkanbietern 2015 im Vergleich zum Vorjahr Personal abgebaut wurde, während es beim lokalen Hörfunk leicht anstieg. Doch den entscheidenden Anstieg verursachten die sonstigen Hörfunkanbieter von 201 in 2014 auf 243 Beschäftigte Ende 2015.

Mitte 2016 verzeichnete der bayerische Hörfunk insgesamt wieder einen leichten Rückgang der Beschäftigtenzahl auf 1.828 Mitarbeiter.

Abb. 18: Beschäftigte im privaten Hörfunk in Bayern 2007 bis Mitte 2016 nach Anbietergruppen

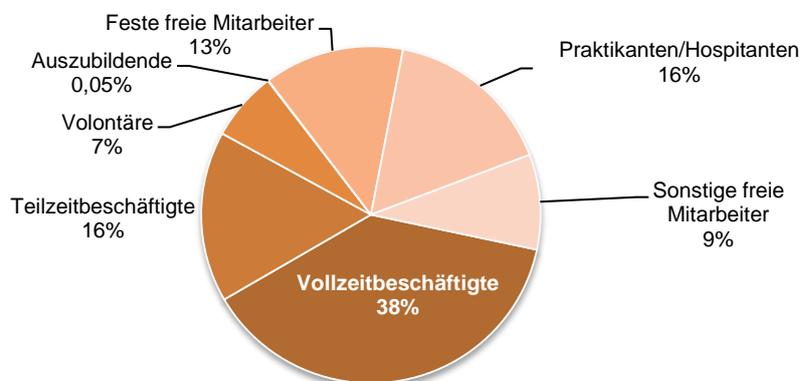


Bundesweiter, landesweiter und lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+-Programme und Kabelprogramme
Ab 2013: Inkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Rund 61 Prozent der Mitarbeiter waren Ende des Jahres 2015 fest angestellt (in Voll- oder Teilzeit, Auszubildende oder Volontäre) im privaten Hörfunk in Bayern. Damit liegt die Festangestellten-Quote auf dem Niveau des Vorjahres.

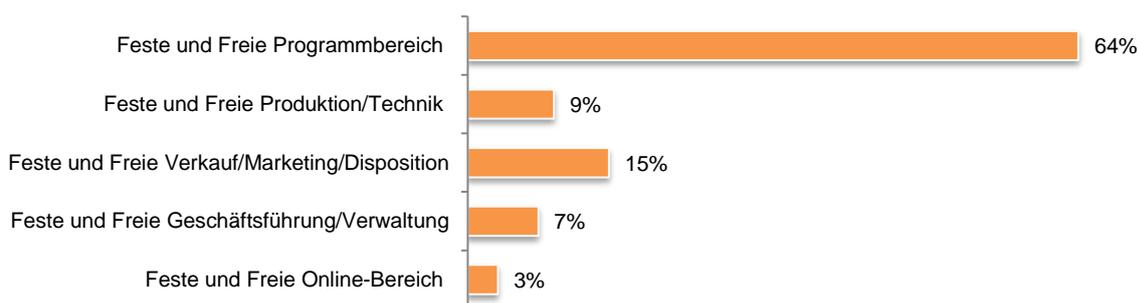
**Abb. 19: Beschäftigungsstruktur im privaten Hörfunk in Bayern 2015, in Prozent
Beschäftigte gesamt: 1.842**



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Im Programm arbeiteten 64 Prozent aller Beschäftigten im privaten Hörfunk, neun Prozent entfallen auf Produktion und Technik. Für die Gestaltung des Online-Angebotes sind rund drei Prozent der Mitarbeiter verantwortlich. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass im Gegensatz zum privaten Lokal-TV in Bayern die Mitarbeiter im bayerischen Privat-Hörfunk in mehreren Bereichen tätig sind. Dies resultiert in erster Linie aus den Strukturen bei den sonstigen privaten Hörfunkangeboten. Bei diesen oft kleineren, z.T. nicht kommerziellen Sendern übernehmen die Mitarbeiter neben der Programmerstellung auch andere Tätigkeiten bspw. in der Produktion oder im Vertrieb.

Abb. 20 Beschäftigungsstruktur im privaten Hörfunk in Bayern 2015 nach Tätigkeitsbereich, in Prozent / Beschäftigte gesamt: 1.842



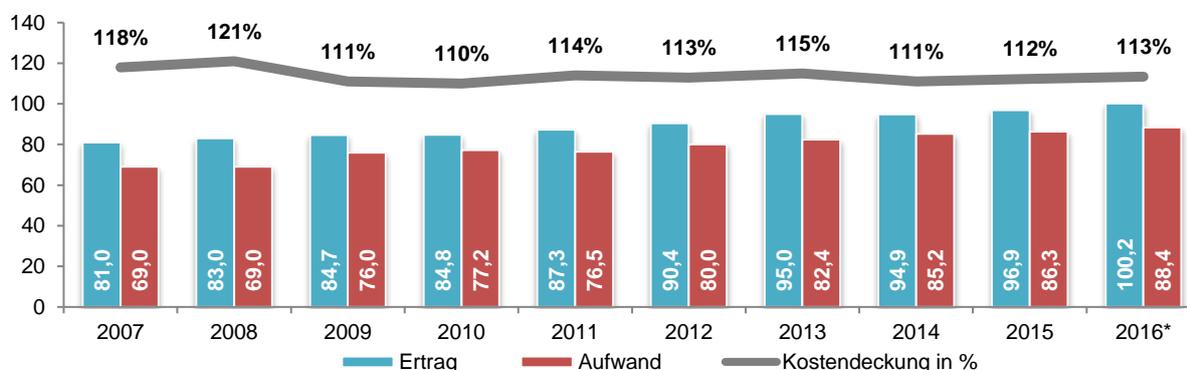
Mehrfachnennung möglich. Mitarbeiter können auch mehreren Bereichen zugeordnet sein.

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

3.2 Entwicklung der lokalen Hörfunkanbieter

Die Ertragslage der kommerziellen lokalen UKW-Angebote in Bayern verbesserte sich im Jahr 2015 weiter. Die Anbieter erwirtschafteten einen Gesamtertrag von 96,9 Mio. Euro, dies entspricht einem Anstieg von rund zwei Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr. Im gleichen Zeitraum stiegen jedoch auch die Kosten um etwa eine Mio. Euro auf insgesamt 86,3 Mio. Euro, sodass sich der Kostendeckungsgrad nur leicht um einen Prozentpunkt auf 112% verbesserte.

Abb. 21: Geschäftsentwicklung der privaten lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern 2007-2016*, in Mio. EUR, Kostendeckung in Prozent



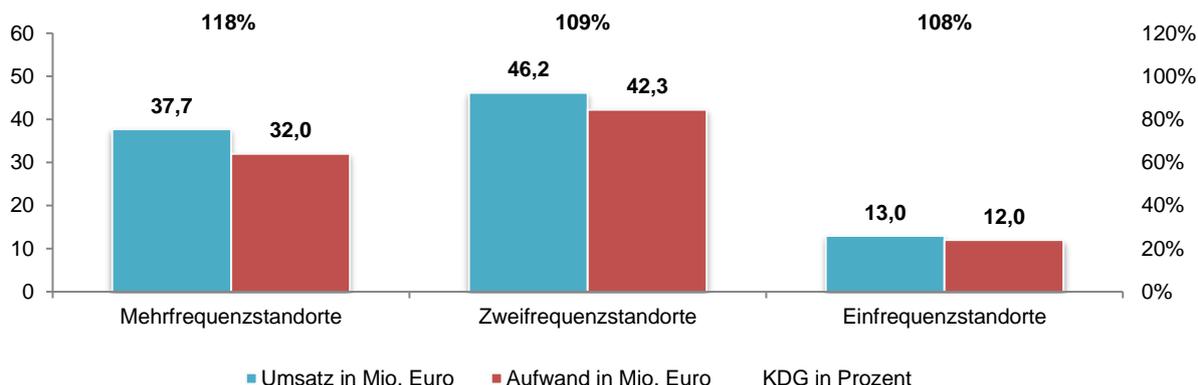
Lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme, exkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme

*2016 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Die Differenzierung nach Standorten, zeigt dass die Hörfunkanbieter an den Mehrfrequenzstandorten (Großstadtregionen Nürnberg/Fürth/Erlangen und München) auch 2015 den höchsten Kostendeckungsgrad (118 Prozent) erwirtschaften. Bei den Anbietern an Zweifrequenzstandorten sank der Kostendeckungsgrad auf 109 Prozent (2014: 114%), die Lokalradios an den Einfrequenzstandorten erreichten einen Kostendeckungsgrad von 108 Prozent.

Abb. 22: Wirtschaftliche Kennzahlen der privaten lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern 2015 nach Anbietergruppen, in Mio. EUR, Kostendeckung in Prozent

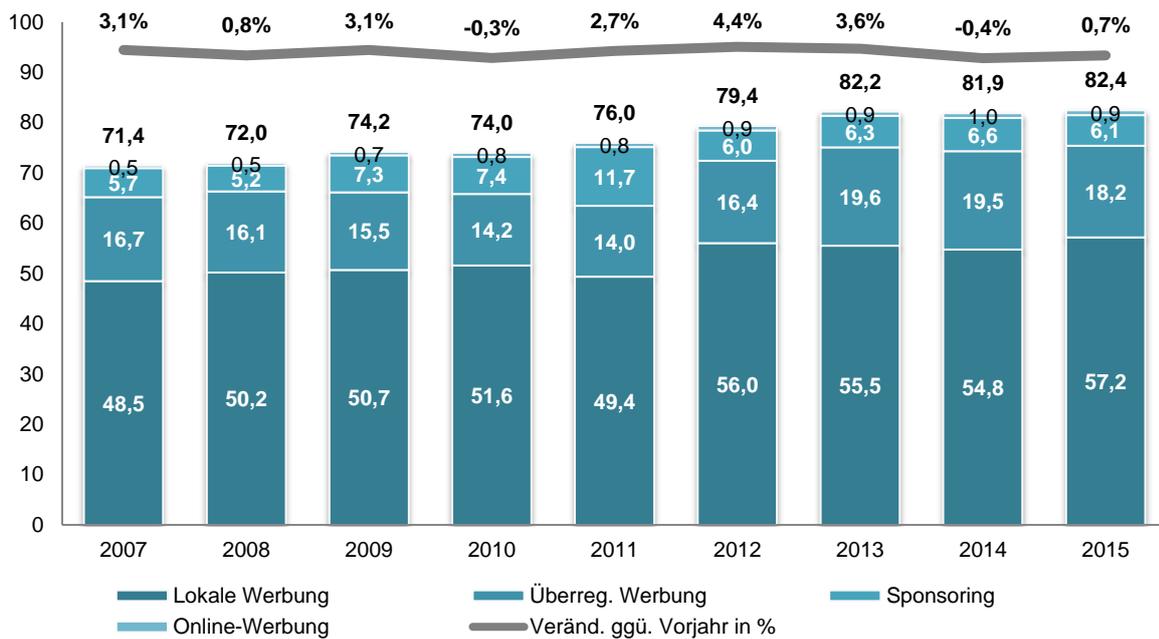


Lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme, exkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme
Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Mit Blick auf die Verteilung der Einnahmen und Kosten ist festzuhalten, dass mit 18,2 Mio. Euro (2014: 19,5 Mio. Euro) der Anteil der überregionalen Werbeeinnahmen, d.h. der Einnahmen, die über nationale Vermarkter (vgl. Bayern Funkpaket bei RMS und Gong) generiert werden, an den gesamten Werbeeinnahmen zurückgegangen ist, während die regionalen Werbeerlöse 2015 um über zwei Mio. Euro gestiegen sind.

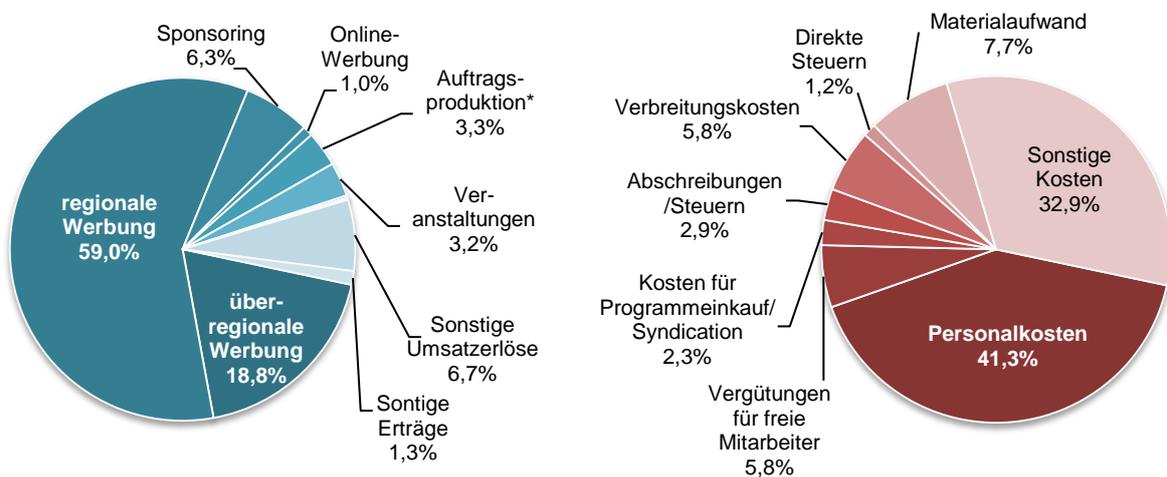
Damit bleibt die regionale Werbung mit 59,0 Prozent auch insgesamt bedeutendster Teil der Gesamteinnahmen bei den lokalen UKW-Hörfunkanbieter. Die Personalkosten bilden mit 41,3 Prozent demgegenüber den größten Aufwand für sie. Diese sind im Vergleich zum Vorjahr anteilig leicht gestiegen (2014: 39 Prozent). Da sich die Zahl der festangestellten Mitarbeiter jedoch kaum verändert hat, könnte dies ein Anzeichen dynamischer Gehälter in der Branche sein.

Abb. 23: Entwicklung der Werbeeinnahmen der privaten lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern 2007-2015, in Mio. EUR, Veränderung ggü. Vorjahr in Prozent



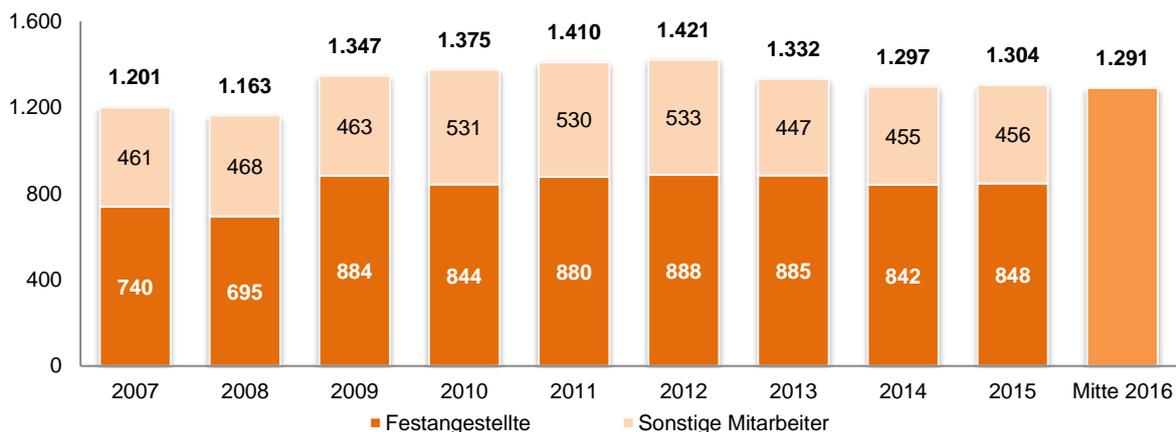
Lokaler privater Hörfunk inkl. zugehörige DAB+- und Kabelprogramme, exkl. eigenständige DAB-Anbieter ohne UKW-Sender, eigenständige lokale Kabelangebote ohne UKW-Sender und lokale Spartenprogramme
 Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Abb. 24: Ertrags-/Aufwandsstruktur der privaten lokalen UKW-Hörfunkanbieter in Bayern 2015 / Gesamtertrag: 96,9 Mio. EUR, Gesamtaufwand: 86,3 Mio. EUR



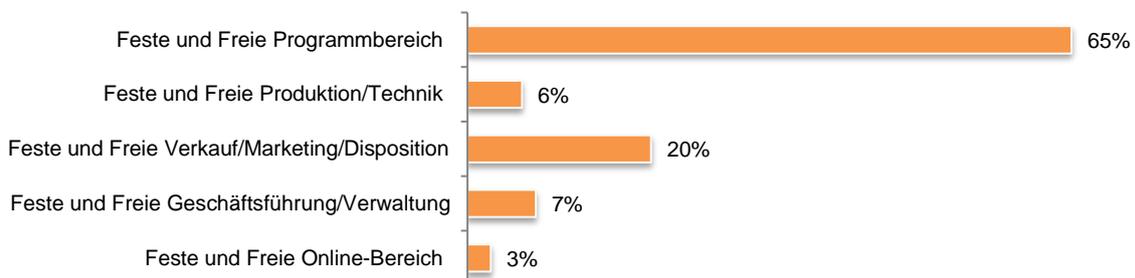
* Inkl. Programm- und Rechteverkäufe

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Abb. 25: Beschäftigte im privaten lokalen UKW-Hörfunk in Bayern 2007 bis Mitte 2016

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 2015/16

Im privaten lokalen Hörfunk sind die Beschäftigten maßgeblich mit dem Programmbereich verbunden. 65 Prozent der festen und freien Mitarbeiter sind mit der Erstellung und Bearbeitung des Programms beschäftigt. Mit 20 Prozent umfasst der Bereich Verkauf, Marketing und Disposition den zweitgrößten Anteil an der Gesamtbeschäftigung.

Abb. 26 Beschäftigungsstruktur im privaten lokalen Hörfunk in Bayern 2015 nach Tätigkeitsbereich, in Prozent / Beschäftigte gesamt: 1.304

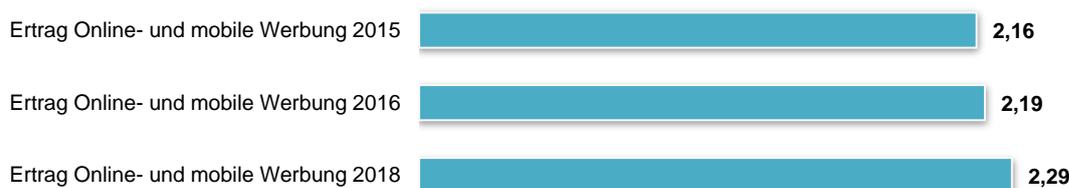
Mehrfachnennung möglich. Mitarbeiter können auch mehreren Bereichen zugeordnet sein.
Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

3.3 Ausblick der privaten Hörfunkanbieter

Leichte, aber positive Entwicklung des Online- und Mobile-Geschäfts

Grundsätzlich stellen sich die Marktsituation sowie die mögliche Marktentwicklung für die privaten Hörfunkanbieter in Bayern im Online-/Mobile-Geschäft besser dar, als für die lokalen Fernsehanbieter. Hier wurden 2015 immerhin 1,4 Prozent (2014: 1,2 Prozent) des Gesamttrages generiert. Allerdings gehen die Hörfunkanbieter von einer nur mäßigen Entwicklung in den nächsten zwei Jahren aus. Im Jahr 2018 sollen rund 2,3 Mio. Euro durch Online- oder Mobile-Erlöse generiert werden.

Abb. 27: Ertrag im Online-/Mobile-Geschäft 2015 und Prognose für 2016 und 2018 aus Sicht aller privaten Hörfunkanbieter in Bayern, in Mio. EUR



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Online-Simulcast Programme stützen klassische Audio-Spot-Umsätze

Zwar scheinen die Online-/Mobile-Umsätze der privaten Hörfunkanbieter in Bayern derzeit noch nicht sehr stark ausgeprägt zu sein. Dennoch befindet sich der Webradiomarkt im Aufwind. Laut Webradiomonitor 2016¹ verzeichneten die Online-Audio-Anbieter in Deutschland jüngst erst starkes Wachstum bei Nutzung und Werbeumsätzen. Kernergebnis der Studie war, dass sich eine Verlagerung der Radio- und Musiknutzung unter den Online-Audio-Hörern zunehmend von der Offline-Nutzung hin zur Online- und Mobile-Audio-Nutzung vollzieht. Dabei spielten die Live-Streaming-Angebote der UKW-Sender im Internet aktuell die wichtigste Rolle: Online-Simulcast-Programme wurden 2016 von 76 Prozent der Online-Audio-Hörer mindestens gelegentlich genutzt und sind damit derzeit die beliebteste Online-Audio-Nutzungsform. In Bayern wurden laut Webradiomonitor 2016 insgesamt 341 Online-Audio-Angebote verbreitet. Davon wurden 51 Programme von klassischen UKW-Sendern im Internet verbreitet. So kann von einer erheblichen Webradionutzung der UKW-Marken in Bayern ausgegangen werden. In Deutschland werden die allgemeinen Reichweiten für den Hörfunk jedoch ermittelt, ohne nach dem tatsächlichen Empfangsgerät zu fragen. So baut ein bspw. über ein Onlineradio oder per App auf dem Smartphone gehörter UKW-Sender innerhalb des erinnerungsgestützten Telefoninterviews zusätzliche UKW-Reichweite auf. So können sich über die Online-nutzung klassischer UKW-Sender positive Effekte auf die Umsätze durch herkömmliche Radio-Werbespots ergeben. Die Einnahmen fließen damit nicht in den Online-Bereich der Sender, sondern in die Umsätze aus regionaler und überregionaler Spotvermarktung.

3.4 Sonderauswertung DAB+

Steigende Anzahl von lokalen DAB+-Programmen

Bei der regionalen DAB+-Verbreitung in Deutschland ist Bayern nach Sachsen das Bundesland mit der zweithöchsten prozentualen Abdeckung von DAB+-Geräten in den Haushalten. 15 Prozent aller Haushalte in Bayern besitzen mindestens ein DAB+-Gerät². Dies liegt v.a. auch daran, dass Bayern eines der größten Digitalradio-Programmangebote hat. Insgesamt wurden in Bayern Stand Ende des ersten Quartals 2016 zusätzlich zu den öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogrammen und den im Bundes-DAB+-Ensemble vertretenen Privatradios acht bayerische Privatradioprogramme landesweit bzw. in mehreren Regionen angeboten. Darüber

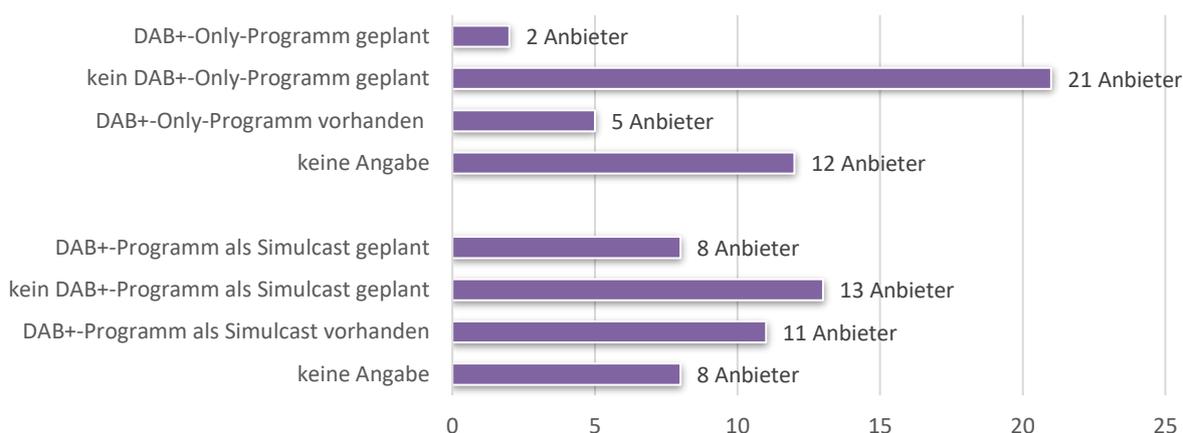
¹ https://www.blm.de/infotehek/pressemitteilungen/2016.cfm?object_ID=6536

² Quelle: Die Medienanstalten: Digitalisierungsbericht 2016“

hinaus waren in Bayern Anfang 2016 insgesamt 37 kommerzielle Lokalhörfunkprogramme über DAB+ empfangbar, davon 27 im Simulcast-Betrieb zum UKW-Programm. Anfang 2014 belief sich diese Zahl noch auf 24 lokale DAB+-Programme.

Von den lokalen UKW-Hörfunkanbietern gaben innerhalb der Befragung acht an, zukünftig ihr bestehendes Programm zusätzlich über DAB+ verbreiten zu wollen (DAB+-Simulcast), ein neues originäres Digitalprogramm (DAB+-Only) planen nur zwei lokale Anbieter.

Abb. 28: Planung von DAB+-Programmen bis Ende 2017 bei den lokalen UKW-Hörfunkanbietern in Bayern



Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Für diejenigen lokalen UKW-Hörfunkanbieter, die ihr Programm bislang nicht über DAB+ verbreiten, müsste den Anbieterangaben zufolge eine Marktdurchdringung mit DAB+-Empfängern in Bayern von 52,3 Prozent vorliegen, dies ist ein deutlich höherer Wert als noch zwei Jahre zuvor. (Wünschenswerte Marktdurchdringung in Bayern Mitte 2014: 40,7 Prozent). Für weitere DAB+-Only-Programme lag dieser Wert Mitte 2016 etwas niedriger bei 41,7 Prozent.

Tab. 6: Einschätzung der lokalen UKW-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 DAB+-Only-Programme
Lokaler Hörfunk	52,3	41,7
Mehrfrequenzstandorte	65,0	52,5
Zweifrequenzstandorte	30,0	36,4
Einfrequenzstandorte	60,3	50,3

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Kostendeckung bei DAB+-Only leicht gestiegen, aber noch immer stark defizitär

Die Wirtschaftlichkeit dieser Programme ist nach wie vor für die Anbieter in höchstem Maße unbefriedigend, weil die über DAB+ erzielten Reichweiten zu gering sind, um damit kostendeckende Werbeeinnahmen zu generieren. Sie werden i.d.R. über den UKW-Sendebetrieb subventioniert. Unverändert lückenhaft bleiben die Angaben der UKW-Hörfunkanbieter zum eigenen DAB+-Betrieb innerhalb der vorliegenden Erhebung. Damit kann auch 2016 eine Einschätzung der Wirtschaftlichkeit nur auf Basis der Anbieter erfolgen, die ihre Programme ausschließlich über DAB+ verbreiten. Nach Angaben dieser Anbieter lag der durchschnittliche Kostendeckungsgrad der in Bayern verbreiteten privaten DAB+-Programme (landesweit und lokal) 2015 nur bei 16 Prozent, immerhin eine Steigerung um sechs Prozentpunkte seit 2013. Damals lag die Kostendeckung dieser Hörfunkanbieter bei 10 Prozent.

3.5 Private Hörfunkanbieter in Bayern im Überblick

Tab. 7: Beschäftigung im privaten Hörfunk in Bayern 2015/2016

	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
Programme 2015	88	8	60	10	10
Festangestellte 2015	1.130	207	848	22	53
Vollzeitbeschäftigte	705	128	546	16	15
Teilzeitbeschäftigte	302	56	207	6	33
Volontäre	122	23	94	0	5
Auszubildende	1	0	1	0	0
Sonstige Mitarbeiter 2015	712	88	456	27	141
Feste freie Mitarbeiter	246	52	188	1	5
Praktikanten/Hospitanten	298	23	195	13	67
Sonstige freie Mitarbeiter	168	13	73	13	69
Gesamtbeschäftigung 2015	1.842	295	1.304	49	194
Gesamtbeschäftigung Mitte 2016	1.828	294	1.291	49	194
Feste Programmbereich	44%	61%	44%	41%	30%
Feste Produktion/Technik	6%	12%	5%	3%	6%
Feste Verkauf/Marketing/Disposition	13%	2%	18%	7%	0%
Feste Geschäftsführung/Verwaltung	7%	10%	7%	7%	2%
Feste Online-Bereich	3%	6%	2%	3%	2%
Feste digitales Programm	1%	0%	0%	-	3%
Freie Programmbereich	20%	9%	21%	33%	29%
Freie Produktion/Technik	3%	0%	1%	0%	23%
Freie Verkauf/Marketing/Disposition	2%	0%	2%	5%	1%
Freie Geschäftsführung/Verwaltung	1%	0%	0%	0%	3%
Freie Online-Bereich	0%	1%	0%	0%	1%
Freie digitales Programm	1%	0%	0%	-	0%

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16

Tab. 8: Wirtschaftliche Lage der privaten Hörfunkanbieter in Bayern 2015, in Mio. EUR

	Gesamtmarkt	Bundesweiter und landesw. Hörfunk inkl. zugehöriger DAB+ Programme	Lokaler UKW-Hörfunk inkl. zugehöriger DAB+ und Kabel-Programme	Eigenständiger DAB+ Hörfunk ohne UKW-Sender	Sonstige Hörfunkangebote
Gesamterträge 2015	153,2	54,6	96,9	0,3	1,4
Werbung insgesamt	126,9	46,5	80,2	0,1	0,1
überregionale Werbung	46,9	28,6	18,2	0,0	0,0
regionale Werbung	71,7	14,4	57,2	0,1	0,1
Sponsoring	8,4	2,3	6,1	0,0	0,0
Online-Werbung	2,2	1,2	0,9	0,0	0,0
Spotproduktion	2,2	0,3	1,9	0,0	0,0
Sonst. Auftragsproduktionen/ Programmverkäufe	4,0	2,6	1,3	0,0	0,0
Veranstaltungen	3,2	0,1	3,1	0,0	0,0
Telefonische Mehrwertdienste/ Call Media	0,3	0,1	0,2	0,0	0,0
Sonst. E-Commerce-Erträge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Fördermaßnahmen	0,8	0,2	0,2	0,1	0,3
Sonstige Umsatzerlöse	12,4	4,8	6,5	0,0	1,0
Sonstige (betriebliche) Erträge	1,3	0,1	1,2	0,0	0,0
Gesamtkosten 2015	130,1	40,7	86,3	1,7	1,4
Personalkosten	47,9	10,7	35,6	0,4	1,1
Vergütungen für freie Mitarbeiter	7,6	2,4	5,0	0,0	0,1
Kosten für Programmeinkauf/ Syndication	3,0	0,9	2,0	0,1	0,0
Abschreibungen/ Steuern	4,0	1,4	2,5	0,0	0,0
Verbreitungskosten	13,9	7,9	5,0	0,8	0,1
Direkte Steuern	2,9	1,8	1,0	0,0	0,0
Materialaufwand	11,0	4,2	6,7	0,0	0,0
Sonstige Kosten	40,0	11,2	28,4	0,3	0,1
Kostendeckungsgrad 2015, in Prozent	118	134	112	16	99
Investitionen in Auftragsproduktionen	1,3	0,6	0,7	0,0	0,0
Sonstige Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	0,2	0,1	0,2	0,0	0,0
Investitionen in erworbene und selbsterstellte Sachanlagen	2,8	0,7	2,1	0,0	0,0

Quelle: Erhebung Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16