

## 12. REGIONAL- UND LOKAL-TV MÄRKTE IN DEN BUNDESLÄNDERN

### 12.1 Einleitung

In diesem Kapitel werden die Regional- und Lokal-TV-Märkte in den Bundesländern mit einem ausgeprägten regionalen und lokalen Fernsehmarkt analysiert. Dazu zählen die westdeutschen Bundesländer Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Bayern und Schleswig-Holstein sowie alle Bundesländer in Ostdeutschland. Im Saarland, in Hessen und in Nordrhein-Westfalen ist jeweils nur ein Ballungsraum-TV-Sender aktiv. In Niedersachsen<sup>378</sup> und Bremen findet Regional- und Lokalfernsehen zur Zeit nicht statt. Daher fallen diese Bundesländer aus der nachfolgenden Betrachtung heraus.

Im Mittelpunkt der Analyse stehen die spezifischen Marktstrukturen in den einzelnen Bundesländern: Zahl der Regional- und Lokal-TV-Sender, ihre technischen Reichweiten sowie die existierenden landesweiten und regionalen Programm- und Vermarktungsverbände. Darüber hinaus werden die Fördermaßnahmen der jeweiligen Landesmedienanstalten für regionale und lokale Fernsehsender-Sender dargestellt.

### 12.2 Rheinland-Pfalz

#### 12.2.1 Der Regional- und Lokalfernsehmarkt Rheinland-Pfalz

##### 12.2.1.1 Entwicklung des Regional- und Lokalfernsehens in Rheinland-Pfalz

Im Rahmen des ersten Kabelpilotprojektes im Jahr 1984 in Ludwigshafen startete das erste regionale Fensterprogramm unter dem Namen "Erstes Privates Fernsehen" (EPF). Das EPF war eine Gründung der Ludwigshafener Tageszeitung "Rheinpfalz" und der großen Zeitungsverleger. Das EPF strahlte Regionalsendungen im Verbund mit dem ZDF auf dem neu gegründeten Sender "3Sat" aus.<sup>379</sup> Ab 1987, nach Beendi-

<sup>378</sup> In Niedersachsen sind jedoch zwei regionale bzw. lokale Mediendienste aktiv: "regio tv – Fernsehen von hier" und "Borkum TV". Der Mediendienst regio tv sendet im Oldenburger Münsterland (Region Vechta, Cloppenburg) im Repeat-Format ein 30minütiges Programm, das aus Standbild- und Bewegtbildinhalten inkl. Textlaufbändern (Crawls) besteht. Im Standbildprogramm werden auf Bildtafeln regionale Service-Informationen (Wetter, Kleinanzeigen, Polizeinachrichten ...) präsentiert. Hinzu kommen ca. 3 Minuten Bewegtbildprogramm mit Unternehmenspräsentationen und Veranstaltungshinweisen. (Sendestart war 1999.) *Quelle: www.regiotv.de*

Borkum TV ist ein Mediendienst, der auf Schautafeln Service-Informationen wie aktuelle Veranstaltungen, Wettervorhersagen, Wetterdaten, Öffnungszeiten, Notdienste und Gezeiten ausstrahlt. Dazwischen werden Filme und Beiträgen über Borkum, sowie Werbung lokaler Gewerbetreibender gesendet. *Quelle: www.borkum.de/borkumtv*

<sup>379</sup> Am 1. Januar 1984, knapp vier Jahre nach dem Beschluss der Ministerpräsidenten zur Durchführung von Kabelpilotprojekten, wurde der erste Pilot in Ludwigshafen mit 1.200 angeschlossenen Haushalten gestartet. Grundlage für den Beginn des Versuchs war ebenfalls wieder das 1980 erlassene Gesetz über einen Versuch

gung der Kabelpilotphase, wurde die Aufnahme von Regionalfensterprogrammen bei großen nationalen Vollprogrammanbietern in das Landesrundfunkgesetz Rheinland-Pfalz (LRG) übernommen und das Regionalfenster EPF auf den Sender Sat.1 übertragen<sup>380 381</sup>. Bereits seit 1986 wird auf RTL das unabhängige regionale Fensterprogramm "RNF-Life" terrestrisch und im Kabel im Rhein-Neckar-Gebiet verbreitet. (vgl. Abschnitt 12.2.1.1 Entwicklung von Regional-Fernsehen in Baden-Württemberg)

Ende 1987 musste die Rheinpfalz das Regionalfenster "EPF" auf Sat.1 einstellen, weil über drei Jahre ein Gesamtverlust von geschätzt 30 Mio. DM aufgelaufen war.<sup>382</sup> Die Hauptursachen für diese Entwicklung waren die anfänglich mangelnde Reichweite im Kabelpilot-Gebiet (Ende 1986 lag die Reichweite bei nur 60 Tsd. Kabel-TV-Haushalten) sowie eine sehr kostenintensive Produktionsstruktur, die durch die Aufbauplanung des ZDF entstanden war.<sup>383</sup>

Das regionale Fensterprogramm auf Sat.1 wurde im Anschluss an TV IIIa, eine Tochterfirma von Sat.1, vergeben, das von Mainz aus ein Regionalprogramm für den Raum Rhein-Hessen (Rheinland-Pfalz und Hessen) produzierte ("Wir im Südwesten") und dafür ebenfalls eine Doppellizenz in beiden Bundesländern erhielt.<sup>384</sup> Im Jahr 1997 wurde TV IIIa in eine eigenständige Fernsehproduktionsgesellschaft umgewandelt, die jedoch weiterhin umfangreiche Geschäftsbeziehungen zur ProSiebenSat.1 Media AG (vorher Kirch Media AG) unterhält.

---

mit Breitbandkabel und Satellitenrundfunk. Der Versuch war auf drei Jahre begrenzt. Die Koordination der Programme und Veranstalter übernahm die "Anstalt für Kabelkommunikation" (AKK). Die Hauptprogramme, die in diesem Kabelpilotprojekt verbreitet wurden, waren der Gemeinschaftskanal der PKS mit den Großverlagen, EPF (Erstes Privates Fernsehen) zusammen mit 3Sat (ZDF) und die "musicbox".

Quelle: Prott, Jürgen: "Die zerstörte Öffentlichkeit", Göttingen, 1986, S. 28 ff

<sup>380</sup> § 11 (Vergabebedingungen), Abs. 1: "Auf einem Satellitenkanal soll vorrangig ein überregionales, täglich mindestens fünfständiges Fernsehvollprogramm angeboten werden. Es ist so zu gestalten, dass lokale und regionale Programmteile in angemessenem Umfang über die einzelnen Kabelnetze und über drahtlose Rundfunkfrequenzen verbreitet werden können; die Einzelheiten hierzu legt die LPR in der Erlaubnis fest. Auf weiteren Satellitenkanälen dürfen auch Spartenprogramme angeboten werden."

LRG § 16 (Meinungsvielfalt, Regionalprogramme), Abs. 6: "In bundesweit verbreiteten Fernsehvollprogrammen sollen in Rheinland-Pfalz Regionalfensterprogramme aufgenommen werden. Mit der Organisation der Regionalfensterprogramme ist zugleich deren Finanzierung durch die Veranstalter sicherzustellen. Die LPR stimmt die Organisation der Regionalfensterprogramme in zeitlicher und technischer Hinsicht unter Berücksichtigung der Interessen der betroffenen Veranstalter mit den anderen Landesmedienanstalten ab; dabei ist auch die Möglichkeit eines Regionalfensterprogramms für Gebiete von zwei oder mehr Ländern einzubeziehen. Die LPR kann von der Voraussetzung nach Satz 1 Befreiung erteilen, wenn das Regionalfensterprogramm von weniger als der Hälfte der Teilnehmer in Rheinland-Pfalz empfangen werden kann. Dem Regionalfensterprogrammveranstalter ist zur Sicherung der redaktionellen Unabhängigkeit vom Hauptprogrammveranstalter eine gesonderte Erlaubnis zu erteilen." Quelle: Landesrundfunkgesetz (LRG) des Landes Rheinland-Pfalz vom 28. Juli 1992 (GVBl. S. 247) in der Fassung vom 04. Juni 2002 (GVBl. S. 255)

<sup>381</sup> DLM Jahrbuch 1992: "Privater Rundfunk in Deutschland", München 1993, S. 54

<sup>382</sup> Ring, Wolf-Dieter: "Chancen und Grenzen lokalen/regionalen Fernsehens" im DLM Jahrbuch 1992, München 1993, S. 53ff

<sup>383</sup> Siegelmann Bernd: "Chancen und Grenzen von regionalen und lokalen Fernsehprogrammen" im DLM Jahrbuch 1992, München 1993, S. 61ff

<sup>384</sup> Die Sat.1-Tochterfirma TV IIIa, die das Sat.1-Regionalfenster "17:30 live aus Mainz" produziert, wurde 1997 vom Medienunternehmer Josef Buchheit aufgekauft. TV IIIa produziert das Regionalfenster seit dem als unabhängiger Dienstleister im Auftrag von Sat.1. Im Jahr 1999 ging Buchheit eine Kooperation mit der Kirch-Gruppe ein und überführte TV IIIa in das "MediaServiceCenter RM".

Als erster Lokal-TV-Sender in Rheinland-Pfalz startete 1988 der Sender MYK-TV sein Programm in der Kreisstadt Mayen und Umgebung.<sup>385</sup> Im Jahr 1991 folgte mit "Kanal 10" in Koblenz der erste größere Regional- bzw. Lokal-TV-Sender.

### 12.2.1.2 Aktuelle Marktstruktur in Rheinland-Pfalz

Neben dem Ballungsraum-TV-Sender RNF Plus sind in Rheinland-Pfalz derzeit fünf weitere mittlere und kleine Regional- bzw. Lokal-TV-Veranstalter aktiv. Zu den mittelgroßen Regional-TV-Sendern gehören Kanal 10 in Koblenz, Westerwald-Wied-TV<sup>386</sup> und Trier Plus mit Reichweiten zwischen 70 und 130 Tsd. Haushalten. Hinzu kommen die beiden kleineren Lokal-TV-Programme MYK-TV<sup>387</sup> und Rhein-Ahr-Fernsehen, die beide vom selben Veranstalter betrieben werden.<sup>388</sup> Alle Sender produzieren täglich ein 30minütiges regionales bzw. lokales Nachrichtenmagazin.

Neben diesen Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern produziert der Kulturkanal K3 ein kulturorientiertes Regionalprogramm für die Regionen Ludwigshafen, Vorderpfalz und Mainz. Dieses Programm wird halbwöchentlich aktualisiert. Die Gesamtreichweite dieses regionalen Spartenkanals umfasst ca. 1. Mio. Personen.<sup>389</sup>

---

<sup>385</sup> Geschäftsführer Fred Schwanewede war bereits 1983 im Rahmen des Ludwigshafener Kabelpilotprojektes bei der Telezeitung "Tele-Pfalz" engagiert.

<sup>386</sup> Die Verbreitungsgebiete von Kanal 10 und WW-TV ihr Programm bildeten zu diesem Zeitpunkt eine große Schnittmenge (ca. 40 Prozent des gesamten WW-TV-Sendegebietes) wo beide Sender ihr Programm auf jeweils eigenen Kabelkanälen ausstrahlten. WW-TV fürchtete, zukünftig im Wettbewerb um Werbekunden in diesem Gebiet unterlegen zu sein, wenn der Mittelrhein-Verlag als regionaler Zeitungsmonopolist die Vermarktung des Koblenzer TV-Sender Kanal 10 mit übernommen hätte.

<sup>387</sup> Das Sendegebiet von MYK-TV überschneidet sich ebenfalls mit dem von Kanal 10 in den Außenbezirken des Koblenzer Raums. Hier werden beide Sender auf eigenen Kanälen in die Netze eingespeist.

<sup>388</sup> MYK-TV wird im von der Fernsehproduktion MobilTV e.V. produziert und im lokalen Kabelnetz von Mayen und Polch verbreitet. Rhein-Ahr-TV wird von der Anbiertergemeinschaft MYK-TV e.V. und von der Westerwald Wied TV GmbH & Co. KG GbR produziert. Faktisch bedeutet dies, das die Fernsehproduktion MobilTV e.V ein tagesaktuelles Lokal-TV-Programm für das lokale Verbreitungsgebiet Bad Neuenahr/Ahrweiler/Remagen produziert, während WW-TV im Anschluss sein 30minütiges regionales Nachrichtenmagazin einspeist.

<sup>389</sup> Der Kulturkanal K3 ist im Rahmen des Ludwigshafener Kabelpilotprojektes unter dem Namen "Bürgerservice" gegründet worden. Das Programm des "Bürgerservice"-Kanals wurde damals im Wesentlichen von Veranstaltern mit gemeinnützigem Charakter sowie von Hochschulen produziert.

**Tabelle 37: Regional- und Lokal-TV-Sender in Rheinland-Pfalz**

Sender	Veranstalter	Sendestart	Sendegebiet	Technische Reichweite
Westerwald-Wied-TV (WW-TV)	Westerwald-Wied-TV GmbH & Co.KG	15.09.1994	Region Westerwald Wied	100 Tsd. HH
Kanal 10	Kanal 10 Anbietergem. GbR Koblenz	1991	Region Koblenz Mittelrhein	131 Tsd. HH
Trier Plus	BGB - Gesellschaft Lokalfernsehen Trier Plus GmbH & Co. KG und TVT 1 Regional-TV-Betriebs-GmbH	18.09.2002	BK-Netz Trier und Bitburg	44 Tsd. HH
Rhein-Ahr-Fernsehen	Anbiertergemeinschaft MYK-TV und WW-TV	01.01.2001	Bad-Neuenahr / Ahrweiler / Remagen	18 Tsd. HH
MYK-TV	Lizenz: MYK-TV e.V. Prod.: Mobil TV e.V.	01.08.1988	Mayen, Polch	12 Tsd. HH
K3 Kulturkanal	K3 Kulturkanal e.V.	01.01.1984	BK-Netze Ludwigshafen, Vorderpfalz, Mainz	210 Tsd. HH (170 Tsd. HH in der Pfalz und 40 Tsd. HH in Mainz)

Quelle: Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland Pfalz (LPR)

### 12.2.1.3 Ehemaliger Senderverbund TVT1

Ende des Jahres 2000 schlossen sich die Lokal-TV-Sender Westerwald-Wied-TV (WW-TV), Kanal 10 und MYK-TV zur Anbietergemeinschaft "TVT1" zusammen. Der Senderverbund produzierte ab 2001 ein Gemeinschaftsprogramm in einem zentralen Produktionsstudio. Die Produktion des Regional-Programms erfolgte beim Sender WW-TV, während die Sender Kanal 10 und MYK-TV die Funktion von Regionalstudios übernahmen und Sendebeträge zulieferten.

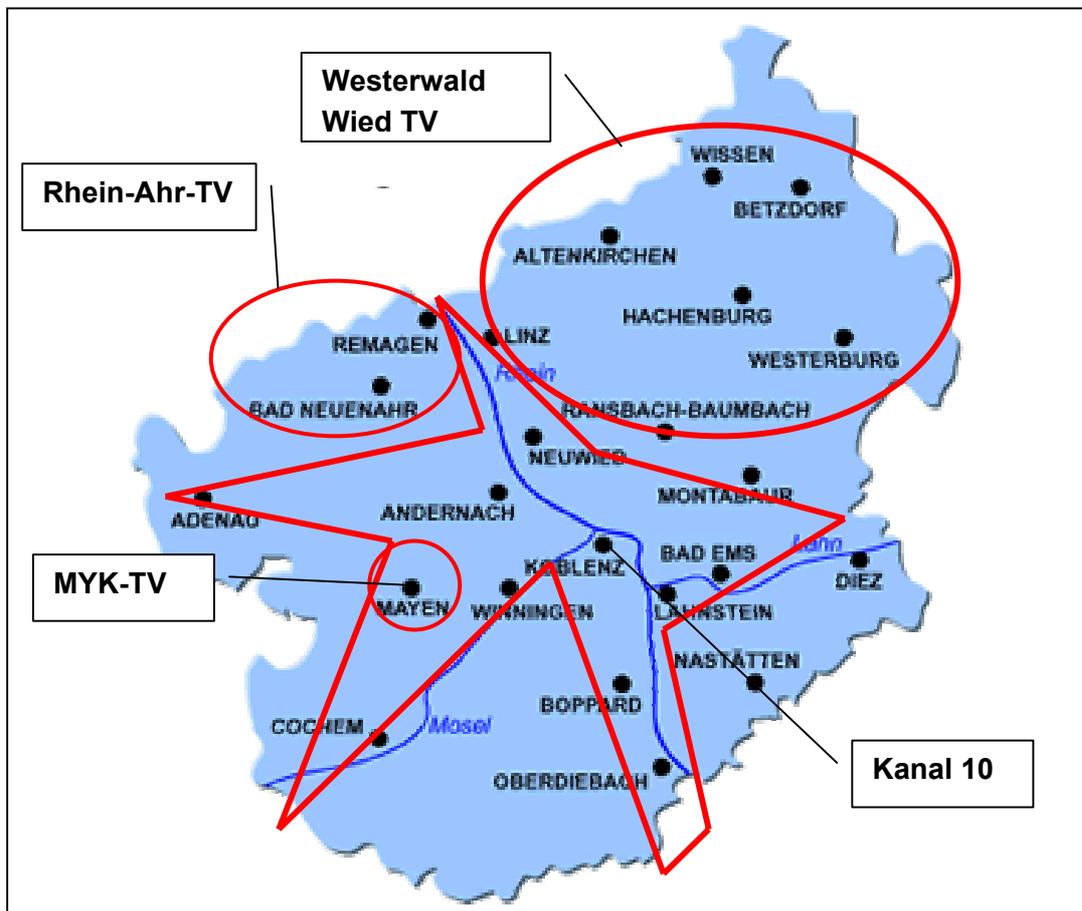
Initiiert wurde dieser Zusammenschluss durch eine Kooperation zwischen dem Mittelrheinverlag (Rhein-Zeitung) und Kanal 10, die dann zu einem großen regionalen Senderverbund erweitert wurde. Der Mittelrhein-Verlag zog sich im Jahr 2001 aus der TVT1-Kooperation zurück. Da der Senderverbund bereits errichtet war und auch ein gemeinsames Programm produziert wurde, entschied sich der Senderverbund, das Gemeinschaftsprogramm in der nun bestehenden Größe (Programmstunden und Mitarbeiterzahl waren deutlich erhöht worden) auch ohne die Unterstützung des Zeitungsverlages zu betreiben.

Bei der Vermarktung des neuen Gemeinschaftsprogramms stieß man jedoch auf hohe Akzeptanzprobleme bei Zuschauern und Werbekunden. Die Zuschauer waren an ein lokal ausgerichtetes Fernsehprogramm gewöhnt. Das nun überregionale TVT1-Nachrichtenangebot mit Nachrichten auch aus den jeweils angrenzenden Landkreisen stieß bei den Zuschauern auf weniger Interesse. Zudem verlor der Senderverbund eine Reihe lokaler Werbekunden, weil die größere Gesamtreichweite des Senderverbundes zu höheren Schaltungskosten und auch zu größeren Streuverlusten für die lokalen Werbekunden führte. Hinzu kam der generelle Wirtschaftseinbruch in den Jahren 2001 und 2002, der sich ebenfalls deutlich auf den lokalen Werbemarkt auswirkte. Auf der Ausgabenseite sorgten die hohen Produktionskosten für das mehrstündige, tagesaktuelle Programm für zusätzliche Belastungen.

Dies führte dazu, dass der Sender-Verbund TVT1 zwei Jahre nach seiner Gründung wieder aufgelöst wurde: Während MYK-TV bereits im September 2002 den Senderverbund verließ, trennten sich die beiden Veranstalter Westerwald-Wied-TV und Kanal 10 im Februar 2003 und produzieren seitdem wieder eigenständige Lokal-Programme unter ihrem alten Namen.

Jedoch bleiben die durch TVT1 geschaffenen Kooperationsstrukturen erhalten. Im Anschluss an die jeweilige 30minütige lokale Nachrichtensendung strahlen WW-TV und Kanal 10 ein 30minütiges Gemeinschaftsprogramm mit wöchentlichen Sport- und Reportagemagazinen sowie einer monatlichen Talk-Shows aus. Dieses Gemeinschaftsprogramm wird von beiden Sendern vermarktet. Zudem sind die Nachrichtensendungen beider Sender als regionale Werbekombi buchbar.

**Abbildung 23: Verbreitungsgebiet des ehem. TVT1-Verbundes**



Quelle: Kanal 10 und Westerwald-Wied-TV

## 12.2.2 Landesspezifische Fördermaßnahmen

Mit Bezug auf § 40 RStV fördert die rheinland-pfälzische Landesmedienanstalt die technische Infrastruktur sowie Investitionen in die digitale Produktions- und Übertragungsweisen der privaten regionalen und lokalen Rundfunkveranstalter, die in Rheinland-Pfalz lizenziert sind.

LRG § 69 (Förderung der LPR):

*"(1) Die LPR fördert bis zum 31. Dezember 2004:*

*1. Die landesrechtlich gebotene technische Infrastruktur zur Versorgung des Landes und 2. Projekte für neuartige Rundfunkübertragungstechniken.*

*(2) Die LPR fördert Projekte zur Förderung der Medienkompetenz."<sup>390</sup>*

Dies bedeutet konkret, dass die LPR Investitionen der einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sender in digitale Studio- und Sendetechnik (bspw. digitale Funkstrecken) finanziell unterstützt. Ob in welcher Höhe eine Förderung stattfindet, entscheidet die LPR auf jährlicher Basis.<sup>391</sup>

## 12.3 Baden-Württemberg

### 12.3.1 Der Regional- und Lokalfernsehmarkt in Baden-Württemberg

#### 12.3.1.1 Entwicklung des Regional- und Lokalfernsehens in Baden-Württemberg

Die Vorgabe von § 25 Abs. 4 im Rundfunkstaatsvertrag zur Aufnahme von regionalen Fenstern in bundesweit verbreitete Programme wurde auch im Landesmediengesetz von Baden-Württemberg (LMedienG) umgesetzt.<sup>392</sup>

Als erster privatkommerzieller Fernsehveranstalter in Baden-Württemberg startete 1986 der Zeitungsverlag Mannheimer Morgen über die Medien-Holding "Dr. Haas GmbH"<sup>393</sup> das regionale RTL-Fensterprogramm "RNF Life", das wochentäglich terrestrisch und im Kabel im Ballungsraum Rhein-Neckar verbreitet wurde. RNF Life erhielt

<sup>390</sup> Landesrundfunkgesetz (LRG) des Landes Rheinland-Pfalz vom 28. Juli 1992 (GVBl. S. 247) in der Fassung vom 04. Juni 2002 (GVBl. S. 255)

<sup>391</sup> vgl. z.B. Pressemitteilung der LPR vom 26. November 2001: "Förderung von regionalen TV- und Hörfunk-Veranstaltern beschlossen" *Quelle: www.lpr-online.de*

<sup>392</sup> Zudem müssen nach dem LMedienG bundesweite Fernsehveranstalter die Übertragungskapazitäten (terrestrisch und im Kabel) zugewiesen bekommen haben, vielfaltssichernde Maßnahmen ergreifen, wenn nicht mindestens ebenso viele weitere, meinungsrelevante Rundfunkprogramme in vergleichbarem Umfang für die Bevölkerung empfangbar sind. (vgl. LMedienG § 24, Abs. 2) Als vielfaltssichernde Maßnahmen gelten nach § 31 RStV Sendezeiten für unabhängige Dritte. Die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) schreibt hierfür eigenständig Fensterprogramme aus. (vgl. LMedienG § 27 Abs. 4)

<sup>393</sup> Die Mannheimer Holding Dr. Haas GmbH ist weiterhin an einer Reihe von Privat-Radiosendern in Baden-Württemberg beteiligt. *Quelle: Böckelmann Frank / Hesse, Kurt: "Wem gehört der private Rundfunk" in AKM-Studien Band 41, München 1996, S. 201ff*

hierfür eine Doppellizenz in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz und eine Verbreitungserlaubnis in Hessen. Ende der 80er Jahre kam das landesweite Sat.1-Regionalfenster "Wir in Baden-Württemberg - Sat.1 Regionalreport" hinzu, das von Sat.1 eigenständig produziert wurde.

Zudem wurde die Einführung privater Regional- und Lokal-TV-Veranstalter zugelassen. Als erster Regional- bzw. Lokal-TV-Sender erhielt R.TV in Böblingen 1994 eine Sendelizenz und begann 1995 mit der Ausstrahlung seines Programms. Ebenfalls im Jahr 1995 nahm der Sender B.TV Baden (DRF TV in Baden GmbH & Co. KG) des Medienunternehmers Bernd Schumacher den Sendebetrieb auf. B.TV Baden produzierte ein Regionalprogramm für Nord-Baden (Karlsruhe, Pforzheim und Baden-Baden).

Das RTL-Fensterprogramm "RNF Life", das der Mannheimer Morgen über 10 Jahre nicht in die Gewinnzone führen konnte, wurde 1996 für die symbolische Summe von zwei Mark an den jetzigen Geschäftsführer Bert Siegelmann verkauft.<sup>394</sup> Der neue Geschäftsführer baute den defizitären Fensterprogrammanbieter zu einem eigenständigen Regional-TV-Sender aus. Rhein-Neckar-Fernsehen produziert seitdem zwei Programme, das RTL-Fenster "RNF Life" und das Ballungsraum-TV-Programm "RNF Plus". Im gleichen Jahr erließ die Landesanstalt für Kommunikation in Baden-Württemberg (LfK) dem Sender Sat.1 aus Kostengründen die Auflage zur Produktion des Landesfensters.<sup>395</sup>

**Abbildung 24: Rhein-Neckar-Dreieck**



Quelle: Rhein-Neckar-Dreieck e.V. ([www.rmd.de](http://www.rmd.de))

<sup>394</sup> Medien Daten Südwest (Hrsg.): "Basisdaten Medien Baden-Württemberg 2003", S. 22

<sup>395</sup> ALM (Hrsg.): "Jahrbuch der Landesmedienanstalten - Privater Rundfunk in Deutschland – 1995/96", München 1996, S. 309

Im Jahr 1998 startete Bernd Schumacher den zweiten B.TV-Sender "B.TV Württemberg" für den Ballungsraum Stuttgart. In den darauffolgenden Jahren trieb Schumacher die Expansion der B.TV-Senderkette weiter voran. Sein Ziel war es, in weiteren Bundesländern B.TV-Sender zu eröffnen und ein nationales B.TV-Programm über Satellit zu verbreiten. Im Juli 2000 erhielt Schumacher die Lizenz, auch ein landesweites Fernsehprogramm in Baden-Württemberg unter dem Namen "B.TV" zu veranstalten. Das Programm wurde seitdem national über einen analogen Astra-Satelliten-Transponder verbreitet.<sup>396</sup> Vor allem die hohen Mietkosten für den Astra-Transponder (ca. 5 Mio. Euro im Jahr) sowie zu geringe Werbeeinnahmen zwangen Schumacher jedoch Ende 2002 zur Aufgabe der B.TV-Senderkette.

Während die Lizenz für B.TV Baden neu ausgeschrieben wurde, übernahm der Unternehmer Thomas Hornauer den Sender B.TV Württemberg und wandelte ihn unter dem Namen "B.TV 4" in einen national ausgerichteten Unterhaltungssender um. Viele Programmformate von BTV 4 finanzieren sich mittlerweile vornehmlich über Telefonmehrwertdienste.<sup>397 398</sup> (vgl. Abschnitt 14.4.4 Telefon-/SMS-Mehrwertdienste)

### 12.3.1.2 Aktuelle Marktstruktur in Baden-Württemberg

Derzeit sind in Baden-Württemberg neben dem großen Ballungsraum-TV-Sender RNF Plus drei größere Regional-TV-Veranstalter auf Sendung: TV Südbaden in Freiburg<sup>399</sup>, Euro 3 in Friedrichshafen und seit September 2003 R.TV Karlsruhe.<sup>400</sup> Zwei kleinere Regional-TV-Sender verbreiten in Böblingen (R.TV) sowie im Verbreitungsgebiet Reutlingen und Tübingen (RTF.1) ihr Programm. Die Sender R.TV und RTF.1 produzieren reine Repeat-Formate. Das 30-minütige Nachrichtenmagazin wird im Anschluss an die Erstaussstrahlung um 18 Uhr bis in die Nacht bzw. bis zum nächsten Tag wiederholt.

Hinzu kommt der Sender L-TV, der ein 30minütiges Wochenprogramm für den Remms-Murr-Kreis produziert. Das Programm wird zeitpartagiert auf dem Mediendienste-Kabelkanal S19 im Remms-Murr-Kreis verbreitet. (vgl. Abschnitt 12.2.4 Regionale Mediendienste) Zusätzlich hat der Veranstalter Sendezeit beim Mediendienst R.TV Plus eingekauft und ist damit in der Lage, sein Programm auch in den Regionen Stuttgart, Esslingen und Ludwigsburg zu distribuieren.

<sup>396</sup> B.TV Baden und B.TV Württemberg übernahmen das nationale Programm und sendeten in verschiedenen Zeitfenstern regionale Nachrichten. Im Jahr 2001 erhielt Schumacher zudem eine Lizenz für ein Regional-Fernsehprogramm in Niedersachsen, das nach dem gleichen Prinzip wie in Baden-Württemberg betrieben werden sollte.

<sup>397</sup> Medien Daten Südwest (Hrsg.): "Basisdaten Medien Baden-Württemberg 2003", S. 22

<sup>398</sup> Da B.TV4 nicht mehr als Regional-TV-Sender eingestuft ist, verliert er seinen "Must-Carry-Status" in den Kabelnetzen, wird derzeit jedoch weiterhin flächendeckend in Baden-Württemberg eingespeist. Die alte B.TV-Württemberg-Lizenz für den Raum Stuttgart wurde mittlerweile erneut ausgeschrieben. B.TV4 bewirbt sich neben weiteren Antragstellern um diese Lizenz.

<sup>399</sup> Der geschäftsführende Gesellschafter Dr. Manfred Kross betreibt zudem in Freiburg den lokalen Radiosender FR 1 (Radio Freiburg FR 1 GmbH) mit einer technischen Reichweite von 1,45 Mio. Personen.

<sup>400</sup> R.TV Karlsruhe ist ein Franchise-Projekt des Senders R.TV Böblingen. Der Geschäftsführer von R.TV Böblingen Fred Dohmen bemüht sich, das Senderkonzept und Know-How von R.TV, das als 30-Minuten-Repeat-Format betrieben wird, an andere Regional-TV-Veranstalter im Sinne einer Franchise-Vereinbarung zu vermarkten.

Die Studie "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" ergab, dass die Kostendeckung der Lokal-TV-Sender R.TV und RTF.1 und L-TV Ende 2000 bei 84 Prozent lag. Der Kostendeckungsgrad der Ballungsraum-TV-Sender RNF und B.TV (B.TV Baden und B.TV Württemberg) lag nach Angaben der Sender im Jahr 2000 durchschnittlich bei 41 Prozent. Dies hing mit den hohen Investitions- und Vorlaufkosten des damaligen Ballungsraum-TV-Senders B.TV zusammen, der im Sommer 2000 mit einer nationalen Satellitenverbreitung über einen analogen Astra-Transponder begonnen hatte.<sup>401</sup> Die Sender RNF und R.TV arbeiten nach eigenen Angaben (mittlerweile) mit Gewinn.

**Tabelle 38: Regional- und Lokal-TV-Sender in Baden-Württemberg**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
RNF Plus	16.09.1986	Rhein-Neckar-Dreieck (Nordbaden/Vorder-, Südpfalz/Südhessen (Kreis Bergstraße))	1,2 Mio. Personen 650 Tsd. HH	Eigener Kabelkanal
R.TV Karlsruhe	01.09.2003	Mittelbaden/Südpfalz, Karlsruhe, Bruchsal, Landau (Südpfalz), Rastatt, Baden-Baden, Pforzheim (Enzkreis)	550 Tsd. Personen	Eigener Kabelkanal
TV Südbaden	15.09.2001	Breisgau-Hochschwarzwald, Emmendingen, Ortenaukreis, einschließlich der Stadtkreise Freiburg, Lörrach, Waldshut	421 Tsd. Personen 175 Tsd. HH	Eigener Kabelkanal
Euro 3	08.05.2001	Bodenseekreis, Hegau, Oberschwaben, Württembergisches Allgäu	400 Tsd. Personen ca.: 182 Tsd. HH	Eigener Kabelkanal
R.TV Böblingen	15.01.1995	Landkreis Böblingen und angrenzende Gebiete	Terrestrik: 25 Tsd. HH Kabel: 86 Tsd. HH	Eigener Kabelkanal
RTF.1	01.11.1999	Landkreise Reutlingen und Tübingen	253 Tsd. Personen 105 Tsd. HH	Eigener Kabelkanal
L-TV Rems-Murr	01.09.2000	Landkreise Rems-Murr, Göppingen, Esslingen, Ludwigsburg und Stadt Stuttgart	180 Tsd. Personen im Rems-Murr-Kreis Gesamt: 1,2 Mio. HH	Zeitpartagiert auf Kanal S 19, 3 x tägl. 30 Min.

Quelle: Landeszentrale für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK)

### 12.3.2 Landesspezifische Fördermaßnahmen

Nach § 47 des Landesmediengesetzes (Finanzierung besonderer Aufgaben) fördert die LfK Projekte für neuartige digitale Rundfunkübertragungstechniken sowie für Formen nichtkommerzieller Veranstaltung des lokalen und regionalen Rundfunks.<sup>402</sup> Darüber besteht nach den Förderrichtlinien die Möglichkeit, dass die LfK auf Antrag auch die laufenden Kosten für die technische Infrastruktur der kommerziellen Regional- und Lokal-TV-Veranstalter fördert.

<sup>401</sup> Quelle: DIW/Hans-Bredow-Institut Hamburg/Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Bd. 24, S. 138

<sup>402</sup> vgl. Landesmediengesetz Baden-Württemberg (LMedienG) vom 19.12.2000: § 47 (Finanzierung besonderer Aufgaben), Abs. 1

Dazu zählen die folgenden Leitungs- und Übertragungskosten:

- Einspeisung in die Breitbandverteilnetze
- Zuführungen vom Studio zur Einspeisestelle für die Breitbandverteilnetze
- Sender mit einfacher Betriebssicherheit und erhöhtem Betriebsaufwand
- Zuführungen vom Studio zum Sender (Signalübertragung) oder
- Zuführung zwischen Sendern für die Signalübertragung<sup>403</sup>

Dies bedeutet, dass die Regional- und Lokal-TV-Sender ihre Zuführungskosten zu den Kabelkopfstellen bzw. den übergeordneten Verstärkerstellen bezuschusst bekommen. Hinsichtlich der Zuführungsleitungen werden die AGB-Entgelte der Deutschen Telekom AG für eine 34 MBit-Leitung (R34D) als Obergrenze zugrunde gelegt. Zusätzlich werden die Durchleitungskosten bezuschusst.

Die monatlichen Leitungskosten werden bis zu einem Höchstsatz von 30 Prozent gefördert. Eine einmal bewilligte Förderung wird bislang über fünf Jahre mit abgestuften Quoten fortgesetzt (1. und 2. Jahr 100%, 3. Jahr 70%, 4. Jahr 50%, 5. Jahr 30%)<sup>404</sup>.<sup>405</sup> Die Förderung erfolgt kostenbelastungsabhängig. Dies bedeutet, dass Regional- und Lokal-TV-Veranstalter, die einen höheren technischen bzw. finanziellen Aufwand haben, um 1.000 Einwohner zu erreichen, im Verhältnis zu Sendern mit geringeren Zuführungskosten entsprechend stärker gefördert werden.<sup>406</sup>

Eine weitere, für Regional- und Lokal-TV-Veranstalter in Baden-Württemberg relevante, Förderungsmöglichkeit findet sich unter Punkt 7.4 der Förderrichtlinien.

Förderrichtlinien der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, Punkt 7 Förderung von Infrastruktur-Einzelprojekten (Impuls- bzw. Anschubfinanzierung) im Bereich des analogen und digitalen Rundfunks, 7.4 Förderung von sonstigen Einzelprojekten:

*"(7.4.1) Eine Zuwendung erfolgt dann, wenn und soweit der Zuwendungsempfänger und die von ihm in Aussicht genommene Maßnahme geeignet erscheint, einen Beitrag zur Verbesserung der technischen Infrastruktur zur Versorgung von Baden-Württemberg mit Rundfunk zu gewährleisten.*

*(7.4.2) Die Landesanstalt kann dazu einmalige oder laufende Zuwendungen zur Verbesserung der technischen Infrastruktur zur Versorgung von Baden-Württemberg im Bereich des analogen und digitalen Rundfunks gewähren."*

---

<sup>403</sup> vgl. Förderrichtlinien der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg vom 9. Dezember 2002, gültig ab 1. Januar 2003, Ziffer 5.7.3

<sup>404</sup> vgl. Förderrichtlinien der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg vom 9. Dezember 2002, gültig ab 1. Januar 2003, Ziffer 5.5 bis 5.7

<sup>405</sup> Diese Förderung soll jedoch auf eine gleichmäßige Förderung über 5 Jahre umgestellt werden.

<sup>406</sup> vgl. Förderrichtlinien der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg vom 9. Dezember 2002, gültig ab 1. Januar 2003, Ziffer 5.7.3

Die Möglichkeit, Infrastruktur-Einzelprojekte zu fördern, lässt auch Anschubfinanzierungen für den Aufbau eines Sendestudios sowie die Förderung von Einmal-Investitionen wie die Errichtung von Richtfunkstrecken zu.<sup>407</sup>

In Punkt 8 der Förderrichtlinien wird die in § 47 des LmedienG festgeschriebene Förderung neuartiger Rundfunkübertragungstechniken konkretisiert.<sup>408</sup> Auf dieser Basis wird derzeit der Aufbau einer DVB-S-Plattform unter dem Namen "DVB-S-Projekt Südwest" vorangetrieben. Hierbei handelt es sich um eine Kooperation der Landesmedienanstalten Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Saarland und Hessen. Derzeit sind folgende Regional-TV-Sender für die gemeinschaftliche Programmverbreitung über zwei DVB-S-Kanäle eingeplant: RNF Plus, TV Südbaden (Freiburg), Euro-3 (Friedrichshafen), Saar-TV, Rhein-Main-TV und K3-Fernsehen (Ludwigshafen) und R.TV Nordbaden. Hinzu kommt im Jahr 2004 noch ein neu zu lizenzierender Ballungsraum-TV-Sender in Stuttgart. Die Aufgaben des Regiezentrams für die Zusammenführung der Programme übernimmt das Rhein-Neckar-Fernsehen (RNF).

### 12.3.3 Regionale Mediendienste in Baden-Württemberg

Die Landesanstalt für Kommunikation (LfK) in Baden-Württemberg startete 1997 ein Pilotprojekt für regionale Mediendienste. Der Pilot erhielt den Namen "Projekt S19", weil dafür der Kabelplatz S19 im baden-württembergischen Kabelnetz reserviert wurde. Zusammen mit der Kabel Baden-Württemberg GmbH & Co. KG und dem Teleshopping-Anbieter "Home Shopping Europe" (damals H.O.T.), der auf diesem Kanal sendet, einigte man sich, in verschiedenen Netzen zeitpartagiert regionale Mediendienste einzuspeisen. Das Pilotprojekt wurde 1999 in den Regelbetrieb überführt.<sup>409</sup>

Gegenwärtig werden in Baden-Württemberg zwei regionale Mediendienste verbreitet: "Finanz- und Immo-TV" (FI.T) und "Hamlet-TV". Bei diesen Mediendiensten handelt es sich um 15- bis 30-Minuten-Formate, die in bestimmten Kabelnetzen mehrmals täglich zu festen Sendezeiten auf dem analogen Kanal von HSE (S19) ausgestrahlt werden. Die Mediendienste übernehmen anteilig auch die Durchleitungskosten im Kabelnetz.

**Finanz- und Immo-TV (FI.T)** vermarktet in Filmbeiträgen Produkte und Dienstleistungen internationaler Finanzdienstleister (z.B. Fonds-Gesellschaften). Darüber hinaus werden in Slide-Shows (Bildschirmtafeln) Immobilienangebote regionaler Makler prä-

---

<sup>407</sup> Dies ist z.B. im Fall von Euro 3 in Friedrichshafen geschehen.

<sup>408</sup> Förderrichtlinien der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, Punkt 8 Förderung neuartiger Rundfunkübertragungstechniken, 8.2 "Gegenstand der Zuwendung können Projekte mit neuartigen Rundfunkübertragungstechniken sein, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der Übertragung von Rundfunk stehen. Sie müssen der Erprobung und Einführung von Rundfunkübertragungstechniken dienen, die gegenwärtig jedenfalls noch nicht weit verbreitet sind, deren Anwendung aber im Interesse von Rundfunkteilnehmern, Rundfunkveranstaltern oder des Medienstandortes Baden-Württemberg liegen kann. Dazu können unter anderem Projekte zur Erschließung der digitalen Satellitentechnik zur Heranführung lokaler und regionaler Fernsehprogramme in Baden-Württemberg gehören."

<sup>409</sup> Landesanstalt für Kommunikation (LfK) ([www.lfk.de](http://www.lfk.de))

sentiert.<sup>410</sup> FI.T wird von der IMMO-MEDIA Immobilien Medien Marketing GmbH<sup>411</sup> produziert. Die Immo-Media GmbH verfügt jedoch über keine eigenen Kabelsendeplätze, sondern muss Sendezeiten bei dem Mediendienst "R.TV Plus" einkaufen.

Der Mediendienst R.TV Plus wird vom Regional-TV-Veranstalter R.TV in Böblingen betrieben, der sich im Anschluss an das S-19-Pilotprojekt eine Zulassung für die zeitpartagierte Einspeisung regionaler Mediendienste in den Kabelnetzregionen Böblingen, Reutlingen/Tübingen, Stuttgart, Ludwigsburg und Göppingen gesichert hat. R.TV Plus verfügt jedoch derzeit über keine eigenen Programmangebote, sondern verkauft die Sendezeiten an den Mediendienst FI.T sowie an den Lokal-TV-Sender L-TV weiter.

Bis Mitte 2003 produzierte der Regional-TV-Sender Euro-3 das regionale DRTV-Format "**Bodensee Homeshopping**". In Kooperation mit Spezialversendern wurden hier 15minütige DRTV-Sendungen für verschiedene Produkte aufgezeichnet und in der Nachtschiene von Euro 3 als Programmschleife ausgestrahlt. Das Business-Modell sah vor, dass die jew. Spezialversender einen Kostendeckungsbeitrag für die Produktion der Sendung übernehmen und Euro 3 bei Ausstrahlung einen Provisionsanteil für die über den Sender generierten Umsätze erhält. Jedoch reichten die regional generierbaren Umsätze nicht aus, um diesen Mediendienst wirtschaftlich rentabel zu betreiben.

Ebenfalls eingestellt wurde der Mediendienst "**Welcom.e**" der TV-Produktionsgesellschaft Prima Vista.<sup>412</sup> Dieser Mediendienst produzierte bis Ende 2002 ein 30-Minuten-Format mit Ratgeber- und Service-Informationen, die von regionalen Verbänden (z.B. Handwerkskammern), Dienstleistern (z.B. Krankenkassen) und diversen Produktanbietern finanziert wurden. Themenbeispiele waren: Bauen, Wohnen, Garten, Haushalt, Ernährung, Gesundheit, Fitness, Hobby, Freizeit, Auto, Reisen, Tiere, Mode, Beauty, Aktuelles. Im Rahmen einer redaktionell aufbereiteten Ratgebersendung wurden die Produkte und Dienstleistungen dieser Anbieter ausführlich präsentiert. Welcom.e stellte damit eine Mischung aus Service-TV, Business-TV und Branchen-TV dar. Verbreitet wurde der Dienst über eigene Kabelsendeplätze sowie über R.TV Plus. Die technische Reichweite dieses Dienstes betrug 2,2 Mio. Haushalte (ca. 5 Mio. Zuschauer).

Im Jahr 2003 übernahm der Spezial-Vesandhändler **Hamlet-TV** den Sender Welcom.e. Hamlet-TV hatte im Jahr 2002 bereits regionale Teleshopping-Sendungen auf Welcom.e produzieren lassen. Seit September 2003 produziert Hamlet-TV eigenständig ein regional eingefärbtes Teleshopping-Programm mit Haushalts- und Heimwerkerprodukten sowie mit weiteren Produkten aus der Region. Die neue Lizenz für den Mediendienst gilt jedoch bislang nur für ein begrenztes Verbreitungsgebiet in der Region Frei-

---

<sup>410</sup> Die Immo-Media unterhält ein eigenes Call-Center, in dem über die vorgestellten Produkte und Dienstleistungen weitere Auskünfte erteilt werden. Die Immo-Media finanziert sich durch Deckungsbeiträge der Immobilien- und Finanzdienstleister sowie über eine Cost-per-Interest bzw. Cost-per-Order-Beteiligung.

<sup>411</sup> [www.finanz-und-immo-tv.de](http://www.finanz-und-immo-tv.de)

<sup>412</sup> Prima Vista ist eine Tochtergesellschaft der RPIGAB Presse- und Brancheninformationsdienst Bert Schnitzler GmbH. Die PRIBAG ist ein Medienunternehmen mit den Bereichen Print, Hörfunk und TV. Das Hauptgeschäft der Pirbag ist das Fachmagazin "Der Wirtschaftsredakteur". Quelle: [www.pribag.de](http://www.pribag.de)

burg und Ulm. Hamlet-TV plant jedoch einen deutlichen Reichweiten-Ausbau im Jahr 2004.

Als Spezialversender kauft die Firma Hamlet-TV seit 8 Jahren international Heimwerker- und Haushaltsprodukte ein und vermarktet diese vornehmlich an Baumarktketten und Einzelhändler. Zusätzlich werden diese Produkte über die Heimwerkersendungen von Home Shopping Europe und QVC und über das Internet vermarktet.<sup>413</sup>

**Tabelle 39: Regionale Mediendienste in Baden-Württemberg**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
R.TV-plus	1998	Netzen Backnang, Lauterstein, Ludwigsburg, Reutlingen/Tübingen, Schorndorf und Stuttgart	460 Tsd. HH	6 x 30 Min. auf dem Kanal S19 in Böblingen 3 x 30 Min. auf dem Kanal S19 in Stuttgart, Ludwigsburg und Göppingen (Lauterstein) Kanalsharing mit HSE
FINANZ UND IMMO TV	1998	Ludwigsburg, Heilbronn, Schwarzwald und Schwäbische Alb, Stuttgart, Esslingen und Böblingen	945 Tsd. HH	Sendezeit auf R.TV Plus und eigene Kabelsendeplätze Kanalsharing mit HSE
Hamlet TV	31.09.2003	Verteilsterne Freiburg und Ulm	30 Tsd. HH	Kanalsharing mit HSE

Quelle: Landeszentrale für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) und Senderangaben

## 12.4 Bayern

### 12.4.1 Der Regional- und Lokalfernsehmarkt in Bayern

#### 12.4.1.1 Entwicklung des Regional- und Lokalfernsehens in Bayern

Bayern gehört ebenfalls zu den Pionieren des regionalen und lokalen Fernsehens. Direkt im Anschluss an die Einführung des Gesetzes über die Erprobung und Entwicklung neuer Rundfunkangebote und anderer Medienangebote in Bayern (MEG) 1984 ging in München der erste große Ballungsraum-TV-Sender "tv weiß-blau" auf Sendung.<sup>414</sup> Nach der Übernahme des Senders durch Thomas Kirch im Jahr 1995 wurde der Sender in "tv.münchen überführt".<sup>415</sup>

<sup>413</sup> [www.hamlet-tv.com](http://www.hamlet-tv.com)

<sup>414</sup> Begleitforschung des INdes Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund Bd. 14: "Kosten und Finanzierung von Programmangeboten des lokalen Rundfunks", Düsseldorf 1989, S.19 ff

<sup>415</sup> In Bayern gründete 1985 Georg Strauß, Sohn von Franz Josef Strauß, den Sender "tv weiß-blau". Der Sender konnte in 10 Jahren nicht in die Gewinnzone geführt werden. Im Jahr 1995 übernahm Thomas Kirch den Sender und überführte ihn in "tv.münchen". Bis zum Juli 2000 teilte sich dann tv.münchen die Frequenz mit einem weiteren Münchner Lokalsender namens "M1", der den Münchner Lokal-Zeitungen "Münchner Merkur" und "TZ" gehörte und täglich ein zweistündiges Programm sendete. Im Juli 2000 übernahm dann tv.münchen M1 und sendete rund um die Uhr. Im Anschluss daran wurde beantragt, dass die Kirch Beteiligungs GmbH den Sender tv.münchen zu 100 Prozent übernimmt. Die BLM stimmt der Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse zu. Die Übernahme wurde jedoch nicht vollzogen.

Im Mai 2002 wurde der Sender tv.münchen durch den österreichischen Baukonzern Soravia übernommen und in die Kanal 1 Fernsehbetriebs GmbH eingegliedert. Soravia übernahm im Oktober 2002 auch TV.Berlin. In

Zudem sollten nach dem Willen der Staatsregierung unabhängige regionale Fensterprogrammangebote in die bundesweit verbreiteten privaten Vollprogramme integriert werden.<sup>416</sup> Aufgrund der negativen Erfahrungen aus den Kabelpilotprojekten und dem wirtschaftlichen Scheitern von EPF und der Telezeitung<sup>417</sup> gab die BLM 1988 ein Gutachten bei der Prognos AG in Auftrag, worin untersucht wurde, unter welchen Umständen regionales und lokales Fernsehen in Bayern wirtschaftlich tragfähig gestaltet werden könnte. Anhand der Kriterien "Reichweite" und "Homogenität der Verbreitungsgebiete" wurden im Rahmen dieser Studie 18 regionale Planungsregionen als Versorgungsgebiete für regionales und lokales Fernsehen definiert.<sup>418</sup>

Auf Basis dieses Gutachtens erarbeitete die BLM das sog. "TV-Fensterkonzept", das ab 1989 umgesetzt wurde: Sat.1 bekam zur Auflage, wochentäglich einen Sendeplatz für ein landesweites Regionalprogramm zur Verfügung zu stellen. Dieses landesweite Fensterprogramm wurde damals unter dem Namen "Bayern Aktuell – Sat.1 Regionalreport" unter Beteiligung unabhängiger Filmproduzenten sowie der Bayerischen Tageszeitungen und Zeitschriftenverlage produziert. Mittlerweile fand eine Umbenennung der Sat.1-Regionalfenster in "17:30 Live" statt. Das Sat.1-Fenster befindet sich mittlerweile wieder mehrheitlich im Besitz der ProSiebenSat.1 Media AG.<sup>419</sup>

Zusätzlich wurde eine weitere Lizenz für ein landesweites Wochenendmagazin vergeben, das unter dem Namen "Bayern Journal" mehrheitlich von der Firma C.A.M.P.-TV produziert und auf RTL ausgestrahlt wurde. Im Jahr 1994 wurde die Lizenz für einen weiteren Sendeplatz des Magazins auf Sat.1 erweitert.<sup>420</sup>

Während Sat.1 wochentäglich ein landesweites Regionalmagazin ausstrahlen muss, wurde RTL (damals RTL Plus) dazu verpflichtet, Sendezeit für regionale und lokale Fensterprogrammangebote zur Verfügung zu stellen.

In den Jahren 1985 bis 1989 waren bereits einzelne Regional- und Lokal-TV-Sender in Bayern gestartet. Mit Beginn der Lizenzierung der regionalen Fensterprogramme stieg die Zahl regionaler und lokaler Fernsehveranstalter in Bayern stark an. In vielen Fällen

---

München ist die Kanal 1 GmbH mit 40 Prozent beteiligt. Thomas Kirch hat seinen ursprünglichen Anteil von 40 auf 60 Prozent erhöht. Die Geschäftsführung liegt jedoch in der Hand von Kanal 1. *Quelle: Promedia 9/02, S. 27*

<sup>416</sup> BayMG Art. 3 (Programme) Abs. 3: "*Mindestens in den zwei bundesweiten Fernsehprogrammen mit der größten technischen Reichweite sind unabhängig von der Art ihrer Verbreitung im Rahmen der technischen Möglichkeiten landesweite und regionale oder lokale Fensterprogramme zu schalten, deren Finanzierung durch die Anbieter der bundesweiten Programme sicherzustellen ist.*"

<sup>417</sup> Die "Telezeitung" war ein Kabeltextangebot der Medienbetriebsgesellschaft bayerischer Tageszeitungen, das im Rahmen des Münchner Kabelpilotprojektes gestartet wurde und aufgrund mangelnder Refinanzierung Ende 1986 wieder eingestellt werden musste.

<sup>418</sup> Folgende Voraussetzungen mussten für die einzelnen Versorgungsgebiete erfüllt sein:

- die technische Reichweite muss ein hinreichendes Zuschauerpotential gewährleisten
- die Sendezeiten müssen vom Volumen ausreichend und flexibel zu gestalten sein
- das Sendegebiet sollte sozio-kulturell zusammenhängend sein und hinsichtlich der Wirtschaftsstruktur einen werberelevanten Raum darstellen

*Quelle: BLM Jahrbuch 92 – Privater Rundfunk in Bayern, München 1993, S. 322*

<sup>419</sup> Die Produktionsfirma Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG befindet sich zu 52% im Besitz von tv weiß-blau. tv weiß-blau ist eine 100prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media AG. *Quelle: BLM (www.blm.de)*

<sup>420</sup> Das Magazin "Bayern Journal" läuft samstags auf Sat.1 und sonntags auf RTL.

erhielten die regionalen und lokalen Kabel-TV-Sender auch die Lizenz für das regionale RTL-Fenster. Teilweise wurden aber auch verschiedene Veranstaltergruppen für das Fensterprogramm auf RTL und das lokale Kabel-TV-Angebot lizenziert. Diese Programmveranstalter traten im lokalen Werbemarkt als Wettbewerber auf. Im Jahr 1992 waren in den 18 von Prognos definierten Versorgungsgebieten 25 kommerziell orientierte Regional- und Lokal-TV-Veranstalter (Kabel-TV-Sender und RTL-Fensterprogrammveranstalter) aktiv.<sup>421</sup>

Diese Doppellizenzen wurden jedoch in den vergangenen Jahren deutlich reduziert, weil eine Refinanzierung von zwei TV-Programmen in einem lokalen Werbemarkt nicht zu realisieren war. Mit Ausnahme der Region München<sup>422</sup> sowie in den Kabelnetzen der Landkreise Altöttingen und Mühldorf werden mittlerweile in allen Verbreitungsgebieten Regional- und Lokal-TV-Sender und RTL-Fensterprogramme gemeinsam von einer Veranstaltergruppe produziert.<sup>423</sup>

#### 12.4.1.2 Aktuelle Marktstruktur in Bayern

Mittlerweile sind in Bayern nur noch 19 Regional- und Lokal-TV-Veranstalter aktiv, wovon 18 Sender ein RTL-Fensterprogramm produzieren.<sup>424</sup> Zu den Veranstaltern gehören die zwei Ballungsraum-TV-Sender "tv.münchen" und "Franken TV",<sup>425</sup> sowie 15

<sup>421</sup> Böckelmann Frank / Hesse, Kurt: "Wem gehört der private Rundfunk" in AKM-Studien Band 41, München 1996, S. 236ff

<sup>422</sup> In München wird das RTL Fenster "RTL München Live" nicht vom Ballungsraum-TV-Sender tv.münchen, sondern vom Programmveranstalter "RTL München Live" produziert. In den Landkreisen Altöttingen und Mühldorf wird das RTL-Fenster vom Lokal-TV-Sender Inn-Salzach-Welle produziert. Gleichzeitig werden in dieser Region jedoch auch die Lokal-TV-Sender Regionalfernsehen Rosenheim und Chiemgau-TV verbreitet.

<sup>423</sup> Im Rahmen der Neuorganisation der lokalen Fernsehangebote für die Region München hat die BLM im Oktober 2001 für München noch eine zweite Ballungsraum-TV-Lizenz ausgeschrieben, weil die Lizenz für den Info-Kanal CityInfo TV auslief. Dieses Ballungsraum-TV-Programm wollte man mit der Lizenz für das RTL-Fensterprogramm ausstatten, dessen Lizenz bereits ausgelaufen ist. *Quelle: Ausschreibung der Nutzung von Übertragungskapazitäten für ein regionales Kabelfernsehprogramm und Fernsehfensterprogramm für die Planungsregion 14 München und 17 Oberland der Bayerischen Landesanstalt für Neue Medien (BLM) vom 03.01.2002, S.1*

Mittlerweile wird jedoch die Einführung eines zweiten Ballungsraum-TV-Senders nicht mehr in Betracht gezogen. Man arbeitet jetzt eher auf eine Vereinigung des RTL-Fensters mit tv.münchen hin. Zudem soll auch die Lizenz für Freising im Bild nicht mehr verlängert werden, um tv.münchen die Chance auf größere Werbeumsätze einzuräumen.

<sup>424</sup> In der Planungsregion München ist derzeit neben dem Ballungsraum-TV-Sender tv.münchen in der angrenzenden Stadt Freising noch ein kleinerer Lokal-TV-Sender (Freising im Bild) aktiv, der kein RTL-Fensterprogramm produziert.

<sup>425</sup> In Erlangen startete Dietmar Straube 1991 mit der bereits in den frühen 80er Jahren gegründeten Franken Funk- und Fernsehen GmbH das RTL-Regionalfenster für den Großraum Nürnberg/Ansbach. Im Jahr 1994 gründete Straube zusammen mit dem Geschäftsführer der Nürnberger Textilkaufhaus-Kette Wöhrl, Rudolf Wöhrl, unter dem Dach der Gesellschaft Neue Medien Franken den Regional-TV-Sender "Franken-Fernsehen" mit eigenen Regionalfenstern für Fürth, Erlangen und Nürnberg. An beiden Produktionsfirmen beteiligte Straube die Investment-Firmen Central European Media (CEDC) und Central European Media Enterprise (CME), die als europäische Medien-Holding des New Yorker Kosmetikproduzenten Ronald S. Lauder in mehreren Ländern Europas an TV-Stationen beteiligt waren. Weil Straube die Beteiligung der Bayerischen Landesanstalt für neue Medien nicht rechtzeitig angezeigt hatte, wurde ihm 1995 seine Lizenz für das Regionalfenster auf RTL nicht verlängert. Das Regionalfenster wird seitdem unter dem Namen "RTL Franken-Life" von einer Anbietergemeinschaft mit Beteiligung der bereits im Hörfunk engagierten Nürnberger Presse, der Gong Gruppe und des Telefonbuchverlegers Oschmann produziert.

Ende 1997 zog sich die CME aus Deutschland zurück. Dietmar Straube hatte als Geschäftsführer der CME den Berliner Sender "Puls-TV" gekauft und "Sachsen-Fernsehen" gegründet. Bei allen Sendern waren mittlerweile

mittlere Regional- und Lokal-TV-Veranstalter mit Reichweiten zwischen 100.000 und 500.000 Einwohnern und zwei Sendern mit Reichweiten über 50 Tsd. Einwohnern.<sup>426</sup>

### **Reichweite**

Annähernd 93 Prozent der bayerischen Kabelhaushalte sind mittlerweile in der Lage, ein Regional- bzw. Lokal-TV-Programm zu empfangen. Ein regionales bzw. lokales RTL-Fensterprogramm kann von 98 Prozent der 2,47 Mio. Kabel-TV-Haushalte in Bayern empfangen werden. Darüber hinaus werden die RTL-Fensterprogramme sowie die regionalen und lokalen Fernsehprogramme in Abhängigkeit von der örtlichen Frequenzsituation auch terrestrisch verbreitet. Damit sind in Bayern eine Vielzahl von Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern in der Lage, auch die Sat-TV-Haushalte im Verbreitungsgebiet zu erreichen.

Annähernd 40 Prozent der Bevölkerung können die RTL-Regionalfenster terrestrisch empfangen. Damit liegt die Empfangbarkeit der RTL-Fensterprogramme bei insgesamt 2,7 Mio. TV-Haushalten (2,42 Mio. Kabel-TV-Haushalte plus 279 Tsd. Sat- bzw. Terrestrik-Haushalte).

Von den 19 Regional- und Lokal-TV-Sendern verfügen 12 Sender auch über eine eigene terrestrische Frequenz. Damit liegt die Gesamtreichweite der Regional- und Lokal-TV-Sender bei ca. 63 Prozent der 4,82 Mio. TV-Haushalte. (Das entspricht 2,29 Mio. Kabel-TV-Haushalten zzgl. 745 Tsd. Sat- bzw. Terrestrik-Haushalten.)<sup>427</sup>

### **Programm**

Das Programm dieser Sender besteht im Wesentlichen aus dem 30minütigen Nachrichtenprogramm, das für das RTL-Fenster produziert wird. Dieses Programm wird auf dem Regional- bzw. Lokal-TV-Sender ab 18 Uhr mehrmals wiederholt. Hinzu kommen je nach Sendergröße weitere Informations- und Unterhaltungsprogramme.

---

erhebliche Verluste aufgelaufen. Als Ende 1997 die Zahlungsunfähigkeit des Senders Franken-Fernsehen absehbar wurde, beendete die CME ihr Engagement und übernahm von den Gesamtschulden in Höhe von 22,4 Mio. DM ca. 20 Mio. DM. Fast schuldenfrei konnte Straube dann Anfang 1998 mit dem Sender FrankenFernsehen neu starten. Jedoch war auch der Werbemarkt in Nürnberg/Erlangen für zwei Regional-TV-Anbieter zu klein. Das RTL-Fensterprogramm dominierte den lokalen Werbemarkt und Straube musste Ende 2002 den Sender FrankenFernsehen aufgrund der erneut angehäuften Verluste aufgeben. Seitdem wird der Sender unter dem Namen "Franken TV" von der "RTL Franken Life"-Veranstaltergruppe produziert.

*Quellen: Sturm, Robert und Zirbik, Jürgen: "Die Fernseh-Station - Ein Leitfaden für das Lokal- und Regionalfernsehen", Konstanz 1998, S.48ff / Der Spiegel, 3/95, S. 55 / epd medien, Nr. 38, 20. Mai 1998*

<sup>426</sup> Ein weiterer Regional-TV-Sender ist für das Versorgungsgebiet Bad-Tölz, Weilheim, Garmisch-Partenkirchen geplant.

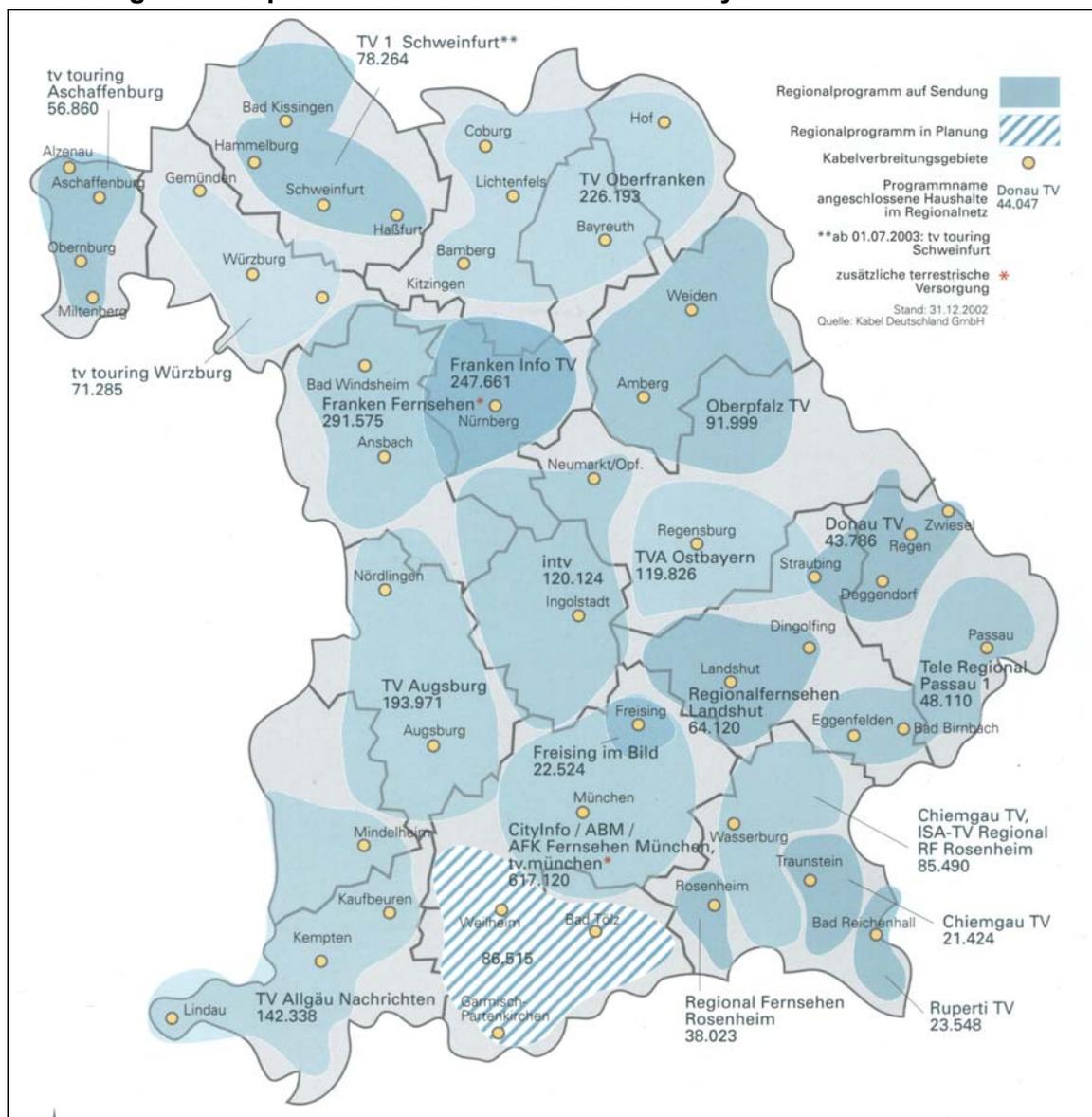
<sup>427</sup> BLM (Hrsg.): "Wellenspiegel 2003 – Das technische Sende- und Verbreitungsverzeichnis für private Rundfunkangebote in Bayern" und NFO Infrates MediaResearch: "Funkanalyse Bayern 2003"

**Tabelle 40: Regional- und Lokal-TV-Sender in Bayern**

Sender	Sendestart	Sendegebiet	Technische Reichweite
tv.münchen	18.11.1985	Ballungsraum München	617 Tsd. HH
Franken TV	28.02.1994	Mittelfranken	292 Tsd. HH
RTL Franken Life TV	01.11.1995	Nürnberg, Fürth, Erlangen, Neumarkt, Neustadt/ Aisch, Lauf, Schwabach, Ansbach, Gunzenhausen, Rothenburg, Dinkelsbühl	329 Tsd. HH
TV Augsburg	06.09.1995	Nord- Mittelschwaben, Augsburg und Nördlingen	192 Tsd. HH
TV Augsburg Aktuell	16.03.1994	LK Augsburg, LK Aichach/Friedberg, Stadt Augsburg, Nord- und Westschwaben	194 Tsd. HH
TV Oberfranken	15.11.1996	Oberfranken	226 Tsd. HH
Chiemgau TV (KS: RF Rosenheim, ISW-TV)	26.10.1992	LK Traunstein, Altötting, Mühldorf, Teile der Land- kreise Rosenheim, Berchtesgadener Land, Schnait- see	107 Tsd. HH
TV Allgäu Nachrichten	15.05.2000	Kaufbeuren, Kempten, Mindelheim, Lindau/ Lindenberg	142 Tsd. HH
TVA Ostbayern Regionalfernsehen Regensburg	01.04.1996	Regensburg, Straubing, Kelheim	120 Tsd. HH
intv-der infokanal	01.07.1986	Ingolstadt und Landkreise Pfaffenhofen, Eichstätt, Neuburg/Schrobenhausen, Neumarkt, Weißenburg	120 Tsd. HH
Oberpfalz TV	01.03.1996	Nördliche Oberpfalz (Amberg, Weiden, Neustadt, Tirschenreuth, Schwandorf)	92 Tsd. HH
ISW TV Inn-Salzach- Welle Fernsehen (KS: RF Rosenheim, Chiemgau TV)	01.10.1986	LK Altötting und Mühldorf	86 Tsd. HH
TV TOURING WÜRZBURG	17.02.1988	Unterfranken/Mainfranken, Würzburg	71 Tsd. HH
TV TOURING SCHWEINFURT	01.10.1990	Unterfranken:Schweinfurt und Main/Rhön	78 Tsd. HH
TV TOURING ASCHAFFENBURG	05.11.1990	Unterfranken: Aschaffenburg und Untermain	57 Tsd. HH
Tele Regional Passau 1	14.03.1985	Passau, Bayerischer Wald, Rottal	48 Tsd. HH
Donau TV	01.06.1995	LK Deggendorf, Straubing-Bogen, Regen-Zwiesel, Dingolfing-Landau	44 Tsd. HH
Regionalfernsehen Rosenheim (RFR) (KS: Chiemgau TV ISW-TV)	15.09.1987	Stadt Rosenheim und LK Rosenheim, Altötting, Mühldorf, Traunstein KS: Schnaitsee und Traunstein	124 Tsd. HH
Regionalfernsehen Landshut, Drehscheibe Niederbayern	15.10.1989	Rosenheim, Freising, Regensburg, Landshut (jeweils & Umgebung), Dingolfing	64 Tsd. HH
Ruperti TV	02.06.2000	Bad Reichenhall	24 Tsd. HH
F.i.B-Freising im Bild	01.11.1982	Freising und Umland	23 Tsd. HH

Quelle: BLM

Abbildung 25: Frequenzkarte: Lokal-TV-Sender in Bayern



Quelle: BLM (Hrsg.): "Wellenspiegel 2002 – Das technische Sende- und Verbreitungsverzeichnis für private Rundfunkangebote in Bayern"

### Beteiligungsverhältnisse

Die Regional- und Lokal-TV-Sender in Bayern sind überwiegend im Besitz regionaler Medienunternehmer. In mehreren Fällen halten ortsansässige Radiosender und regionalen Zeitungsverlage wesentliche Anteile an den Regional- und Lokal-TV-Sendern. Einer der bedeutendsten Anteilseigner ist der Nürnberger Telefonbuch- und Anzeigenblattverleger Günter Oschmann. Über die Radiogruppen Gong und Neue Welle hält Oschmann große Anteile an acht Lokal-TV-Sendern (u.a. TV Touring Gruppe, Franken TV, TVA Regensburg, Oberfranken TV).<sup>428</sup> Ein weiterer Medienunternehmer mit Betei-

<sup>428</sup> Die Oschmann-Gruppe hält 17 direkte und 13 indirekte Hörfunkbeteiligungen in Bayern, Baden-Württemberg (FR-TV), Sachsen (Sachsenfernsehen-Holding), Hessen und Mecklenburg-Vorpommern. *Quelle: Studie der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), Projektleitung: Dr. Frank Böckelmann: "Wirtschaftliche Verflechtungen und Konkurrenz der Medien in Bayern - Eine Bestandsaufnahme", BLM-Schriftenreihe Bd. 66, München 2001*

ligungen an vier Regional-TV-Sendern in Bayern ist Hans Wabbel (Regionalfernsehen Landshut, Regionalfernsehen Rosenheim, Oberpfalz-TV, Freising i.B.).<sup>429</sup>

### 12.4.1.3 Weitere regionale und lokale Fernsehprogramme

#### 12.3.1.3.1 Bildungs- und Kulturkanäle

Zusätzlich zu den Regional- und Lokal-TV-Programmen sind in Bayern noch weitere regionale Spartenprogramme aktiv: Dazu zählen zum einen sechs Spartenprogramme, die einmal oder mehrmals im Monat in Programmfenstern der Regional- und Lokal-TV-Sender, sowie teilweise auch als TV-Angebot unabhängiger Dritter auf nationalen Fernsehsendern ausgestrahlt werden.

**Tabelle 41: Regionale und lokale Sparten-TV-Programme in Bayern**

Spartenkanal	Inhalt	Verbreitungsgebiet
Flott-TV Kulturkanal	Kultur und Unterhaltung	Raum Augsburg und Nordschwaben terrestrisch/Kabel: 482.000 Personen
Ensemble am Chiemsee	Kultur und Unterhaltung	Rosenheim, Traunstein
Point Umwelt / Point Reportage Nürnberg	Sozialpolitik, Kultur, Umwelt	Großraum Nürnberg
ABM - Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V.	Behindertenfortbildung	DSF, 3Sat und Kabel 1 sowie auf tvn und CityInfo und lokal in Ingostadt auf intv
Medienwerkstatt Franken e.V.	Ausbildungskanal	Mittelfranken terrestrisch/Kabel: 810.000 Personen ab 14 Jahre
AFK TV Aus- und Fortbildungs-GmbH für elektronische Medien	Ausbildungskanal	München

Quelle: BLM

#### 12.3.1.3.2 Informations- und Servicekanäle (ISK)

Außerdem sind in Bayern z.Zt. zwei Informations- und Servicekanäle (ISK) aktiv: "City-Info TV" in München und "Franken Info TV" in Nürnberg. Diese Kanäle senden ihr Programm im Split-Screen-Format aus. In einem Video-Fenster werden Kino-Trailer und Unterhaltungsformate (Film-News, Lifestyle) gezeigt. In den umgebenen Textflächen werden Wetterinformationen, Werbehinweise und Horoskope präsentiert. Zusätzlich werden am unteren Bildrand auf Textlaufbändern (Ticker) internationale und nationale Nachrichten sowie regionale und lokale Veranstaltungshinweise ausgestrahlt.<sup>430 431</sup>

Die ISK-Lizenz schreibt vor, dass höchstens 50 Prozent der Bildschirm-Fläche mit Bewegtbild ausgefüllt sein darf. Die übrigen 50 Prozent müssen mit Textflächen, bzw.

<sup>429</sup> vgl. die Studie der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM), Projektleitung: Dr. Frank Böckelmann: "Wirtschaftliche Verflechtungen und Konkurrenz der Medien in Bayern - Eine Bestandsaufnahme", BLM-Schriftenreihe Bd. 66, München 2001

<sup>430</sup> [www.cityinfotv.de](http://www.cityinfotv.de)

<sup>431</sup> [www.frankeninfotv.de](http://www.frankeninfotv.de)

Standbildern belegt werden. Die BLM hat diese Lizenz-Vorschrift erlassen, damit sich die ISKs inhaltlich von den lizenzierten Regional-TV-Sendern in München und Nürnberg unterscheiden und es zu keiner zusätzlichen Verschärfung der Wettbewerbssituation in diesen Verbreitungsgebieten kommt.

### **12.3.1.3.3 Lokalfernsehen in privaten Kabelnetzen**

Darüber hinaus wird in 11 lokalen Kabelnetzen noch sog. "Lokalfernsehen in privaten Kabelnetzen" betrieben. Dabei handelt es sich zum einen um kleine Info-Kanäle, die lediglich Bildschirmtafeln aussenden und zum anderen um Lokal-TV-Sender mit wenigen Stunden Bewegtbildprogramm pro Woche. Diese Programme werden i.d.R. von den Kabelnetzbetreibern oder von Antennengemeinschaften (nicht kommerzielle Vereine) betrieben und ohne Ausschreibung von der BLM lizenziert.<sup>432</sup>

## **12.4.2 Landesspezifische Fördermaßnahmen**

### **12.4.2.1 Öffentlich-rechtliche Trägerschaft des lokalen Rundfunks**

Nach Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 der Bayerischen Verfassung darf in Bayern auch der private Rundfunk nur in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft veranstaltet werden. Dementsprechend hat der Gesetzgeber mit dem Bayerischen Mediengesetz ein spezifisches Organisationsmodell geschaffen. Unter dem Dach der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) wird die Beteiligung privater Rundfunkanbieter an der Veranstaltung von Rundfunk ermöglicht und gleichzeitig die von der Verfassung geforderte öffentlich-rechtliche Trägerschaft sichergestellt.<sup>433</sup> Die BLM tritt als Trägerin und Kontrollorgan des Rundfunks auf und fungiert wie eine Rundfunkanstalt ohne finanzielle Verantwortung. Ihr obliegt die Programmverantwortung, während die wirtschaftlichen Risiken allein bei den Programmveranstaltern liegen.<sup>434 435</sup>

In Bayern war von Beginn an eine landesweite Versorgung mit regionalen und lokalen Fernsehangeboten politisch ausdrücklich gewünscht. Um die Entwicklung eines Lokal-TV-Marktes voranzutreiben, wurden umfangreiche Fördermaßnahmen eingeleitet.

---

<sup>432</sup> Fernsehsetzung (FSS) § 10 Abs. 3: "Für die Organisation lokaler Kabelfernsehprogramme kann auf die Durchführung einer Ausschreibung verzichtet werden, wenn private Kabelanlagenbetreiber die Genehmigung eines Programmangebots von bis zu zwei Stunden originärem Bewegtbildangebot pro Woche oder im Wesentlichen mit Serviceangeboten oder einem mindestens hälftigen Textbildangebot für Kabelanlagen mit bis zu 5.000 angeschlossenen Wohneinheiten beantragen oder wenn weniger als 1.000 Wohneinheiten an der Kabelanlage angeschlossen und noch mindestens zwei Kabelfernsehkkanäle verfügbar sind."

<sup>433</sup> Dieser Sonderweg der öffentlich-rechtlichen Trägerschaft des Privat-Rundfunks in Bayern ist auch im Rundfunkstaatsvertrag als letzter Paragraph verankert: vgl. RStV § 55 (Regelung für Bayern)

<sup>434</sup> Sturm, Robert und Zirbik, Jürgen: "Die Fernsehstation. Ein Leitfaden für das Lokal- und Regionalfernsehen - Reihe Praktischer Journalismus", Band 31, Konstanz 1998, S. 15.

<sup>435</sup> BayMG Art. 2 (Öffentlich-rechtliche Trägerschaft, Organisation, Weiterverbreitung):

"(1) Rundfunk im Rahmen dieses Gesetzes wird in öffentlicher Verantwortung und in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (Landeszentrale) betrieben.

(2) <sup>1</sup> Im Rahmen dieses Gesetzes organisiert die Landeszentrale Rundfunkprogramme aus von Rundfunkanbietern (Anbieter) gestalteten Beiträgen. <sup>2</sup> Dabei ist auf eine qualitätsvolle Programmgestaltung hinzuwirken."

Die finanzielle Förderung der Lokal-TV-Veranstalter in Bayern basiert auf vier Säulen. Die Fördermittel lassen sich unterteilen nach Fördergeldern die für die Regional- und Lokal-TV-Programme zur Verfügung stehen und Fördergeldern, die direkt für die RTL-Fensterprogramme bestimmt sind. Da jedoch fast alle Regional- und Lokal-TV-Veranstalter ein RTL-Fensterprogramm betreiben und dieses Programm wiederum den Kernbestandteil des jeweiligen Regional- bzw. Lokal-TV-Senders darstellt, ist diese Unterscheidung in der Praxis kaum von Relevanz.

**Tabelle 42: Vier Säulen der Lokal-TV-Förderung in Bayern**

Fördergelger für Regional- und Lokal-TV-Sender	Fördergelder für RTL-Fensterprogramme
Fördergeldern aus Mitteln der BLM (Rundfunkgebühren)	Finanzierungsbeitrag terrestrisch verbreiteter bundesweiter Privat-TV-Veranstalter
Teilnehmerentgelt	Ablösesumme für eine RTL-Werbeschiene nach 20:00 Uhr

Quelle: Eigene Darstellung

#### 12.4.2.2 Fördergelder der Landesmedienanstalt

Wie alle Landesmedienanstalten stellt die bayerische Landesmedienanstalt auf Basis von § 40 des Rundfunkstaatsvertrages aus den Finanzmitteln, die sie über die Rundfunkgebühren erhalten, Fördermittel für den privaten Rundfunk zur Verfügung. Als öffentlich-rechtlicher Träger der Privat-Rundfunkveranstalter darf die BLM im Unterschied zu den anderen Landesmedienanstalten diese Mittel auch zur Finanzierung weiterer, im BayMG festgelegter, Aufgaben verwenden und ist nicht an die in § 40 RStV vorgegebenen Begrenzungen gebunden.<sup>436</sup>

Die BLM setzt die ihr zur Verfügung stehenden Gelder u.a. zur Förderung von Technik und zur Finanzierung von Rundfunk-Sendern ein, die als eingetragener Verein Medienausbildung betreiben. Darüber hinaus fördert die BLM im Einzelfall Programme der bayerischen Privat-Rundfunkveranstalter.

Für diese Programmförderung wurde auf Basis von Art. 2 Abs. 9 des bayerischen Mediengesetzes<sup>437</sup> die Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogrammangebote nach dem Bayerischen Mediengesetz (Programmförderungs-Richtlinie; PFR) erlassen. Mit dieser Förderung soll ein Beitrag zur Verbesserung der Programmqualität kleiner und mittelständischer TV-Anbieter geleistet werden. Gefördert werden können einerseits Programmangebote, die auf Dauer angelegt sind und regelmäßig gesendet werden. Außerdem können auch einzelne Sendungen und einmalige Programmbeiträge finanziell unterstützt werden, die wegen herausragender kultureller, kirchlicher, sozialer und wirtschaftlicher Bedeutung besonders förderungswürdig sind.<sup>438</sup>

<sup>436</sup> vgl. RStV § 55 (Regelung für Bayern)

<sup>437</sup> Bay MG Art. 2 (Aufgaben), Abs. 9: "sie (die BLM) fördert unter Beachtung der Grundsätze des Art. 25 Abs. 3 die Vielfalt und die Qualität der Rundfunkprogramme einschließlich der technischen Voraussetzungen für ihre Verbreitung; gemeinnützige Anbieter und Zulieferer sind dabei besonders zu berücksichtigen,"

<sup>438</sup> vgl. Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogrammangebote nach dem Bayerischen Mediengesetz – BayMG (Programmförderungs-Richtlinie; PFR), Satz 2 (Gegenstand der Förderung)

**Tabelle 43: BLM-Haushalt in 2002 und 2003**

Einnahmen <sup>1) 2)</sup> in Tsd. Euro	Ausgaben in Tsd. Euro					Mitarbeiter lt. Stellenplan
	Aufgabenbereich	Zulassung u. Aufsicht	Medienkompetenz, Ausbildung	Programm <sup>3)</sup>	Forschung	
2003: 19.747,0	13.890,8	1.700	5.095,2	950	2.400,0	74,5
2002: 19.399,5	12.620,3	1.549	4.924,8	1.022,6	1.891,8	68

1) Einnahmen aus dem Zwei-Prozent-Anteil an der einheitlichen Rundfunkgebühr ohne Kosten für GEZ.

Der Gesamtetat der BLM beträgt 2003 26,35 Mio. €.

2) Hinzu kommen Einnahmen bzw. Ausgaben aus dem Sonderhaushalt Teilnehmerentgelt in Höhe von 16,18 Mio. €.

3) In diesem Posten sind die Programmförderung, die Fernsehproduktionsförderung und die Finanzierungsbeiträge von TV-Fensterprogrammen erhalten.

Quelle: Bayerische Anstalt für neue Medien (BLM)

### 12.4.2.3 Teilnehmerentgelt

Seit Ende 1986 wird in Bayern ein sog. "Teilnehmerentgelt" zur Förderung des lokalen Fernsehens erhoben. Es handelt sich dabei um eine Abgabe der Kabelnetzbetreiber an die BLM. Das Teilnehmerentgelt wird bei allen bayerischen Kabelnetzbetreibern erhoben, die ein gefördertes Regional- oder Lokal-TV-Programm einspeisen. Das Teilnehmerentgelt von derzeit 60 Cent pro Haushalt wird von den Netzbetreibern auf die monatliche Kabelgebühr aufgeschlagen und somit von den einzelnen Kabel-TV-Haushalten finanziert.<sup>439</sup> Dieses Teilnehmerentgelt wird daher auch "Kabelgroschen" genannt.<sup>440</sup>

Die rechtliche Grundlage dieses Teilnehmerentgelts liefert ebenfalls die öffentlich-rechtliche Trägerschaft des privaten Rundfunks durch die bayerische Landesmedienanstalt: Auf Basis von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 des Grundgesetzes (Rundfunkfreiheit) hat sich der Bayerische Staat mit Artikel 2 des Bayerischen Mediengesetzes selbst den verfassungsrechtlichen Auftrag zur Organisation und Gestaltung eines funktionsfähigen Rundfunks erteilt. Um diesem Auftrag nachkommen zu können, wurde das Teilnehmerentgelt eingeführt. Das Teilnehmerentgelt ist demnach eine Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG.<sup>441 442</sup>

<sup>439</sup> BayMG Art. 33 (Betrieb von Kabelanlagen, Teilnehmerentgelt), Abs. 6, Satz 1: "Die Landeszentrale erhebt aufgrund der Vereinbarung nach Absatz 3 ein Entgelt (Teilnehmerentgelt). Die Höhe des Teilnehmerentgelts bemisst sich nach der Zahl der vom Inhaber des Kabelanschlusses oder vom Betreiber der Kabelanlage versorgten Wohneinheiten und beträgt je Wohneinheit und Monat bis zu 0,60 Euro vom 1. Januar 2003 bis zum 31. Dezember 2004, [...]"

<sup>440</sup> Das Teilnehmerentgelt wurde 1986 mit 1,69 DM pro Haushalt für die Aufbauarbeit der lokalen Fernsehsender eingeführt. Diese Anschubfinanzierung sollte es den Lokal-TV-Sendern ermöglichen, die nötige Sendetechnik zu erwerben und bis zum Ausbau einer eigenen Vermarktungsstruktur einen Teil der laufenden Betriebskosten zu subventionieren.

<sup>441</sup> vgl. dazu ausführlich: Ossenbühl, Univ.-Prof. Dr. jur. Fritz: "Rechtsfragen des Teilnehmerentgelts nach bayerischem Medienrecht", BLM Schriftenreihe Band 73, Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München Februar 2003

<sup>442</sup> In der Untersuchung "Rechtsfragen des Teilnehmerentgelts nach bayerischem Medienrecht" von Univ.-Prof. Dr. jur. Fritz Ossenbühl wird weiterhin deutlich herausgestellt, warum die Erhebung des Teilnehmerentgelts sowohl mit der Bayerischen Verfassung als auch mit dem Grundgesetz vereinbar ist: Das Teilnehmerentgelt ist verfassungsrechtlich unbedenklich, weil sich weder aus Art. 11a BV noch aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG Einwände ergeben, die die Konzeption des bayerischen Modells im Kern berühren. Das Teilnehmerentgelt ist mit dem Grundgesetz vereinbar, weil es als rundfunkspezifische Finanzierung ein institutionelle Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit darstellt, es außerhalb der staatlichen Finanzierungsinstrumente steht, weil es der Finanzierung staatsfremder Aufgaben dient und nicht mit Steuereinnahmen zu vergleichen ist, es keine Subvention privater Unter-

Die Erhebung des Teilnehmerentgelts sollte lt. dem alten Bayerischen Mediengesetz ursprünglich am 31.12.2002 enden, weil man davon ausgegangen war, dass bis zu diesem Zeitpunkt die Lokal-TV-Sender in der Lage seien, sich zu 100 Prozent selbst zu finanzieren.<sup>443</sup>

Die Bayerische Staatsregierung hat jedoch im Rahmen der Neufassung des Bayerischen Mediengesetzes, des Gesetzes über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Mediendienste in Bayern (BayMG) am 14. März 2002 das Teilnehmerentgelt bis 2008 verlängert, weil ohne die Teilnehmerentgeltfinanzierung die derzeitige Lokal-TV-Struktur in Bayern sowie der Umfang der Programmproduktion nicht aufrecht erhalten werden könnten.

Der neue Tarif von 60 Cent pro Wohneinheit und Monat, ist günstiger als der bisher niedrigste Tarif in der Mengenstaffel des Teilnehmerentgelts. Diese Gebühr soll innerhalb des Verlängerungszeitraums in zwei Stufen abgesenkt werden: im Jahr 2005 auf 45 Cent und im Jahr 2007 auf 30 Cent.<sup>444</sup>

### **Verteilung der Fördergelder**

Die Förderung der laufenden Betriebskosten ist in der "Teilnehmerentgeltsatzung" geregelt.<sup>445</sup> Sie umfasst eine Programmförderung, eine Förderung der Kosten für die technischen Verbreitung (Heranführung und Verbreitung in Kabelnetzen) und eine Förderung technischer Innovationen.<sup>446</sup>

An erster Stelle steht dabei die vollständige Förderung der Zuleitungs- und Durchführungskosten der Lokal-TV-Sender. Diese Kosten sind je nach Verbreitungsgebiet und Nähe des Senders zu den Einspeisepunkten sehr unterschiedlich. Während die Kosten für die Zuführung bei einigen Sendern nur auf wenige zehntausend Euro pro Jahr betragen, liegen die Kosten bei anderen Sendern über hunderttausend Euro. Die Übernahme der Distributionskosten hat zum Ziel, dass alle Sender ihr Programm unter möglichst gleichen Grundvoraussetzungen erstellen können. Insgesamt werden für die Finanzierung der Programmzuleitung und Durchführung in die Kabelnetze jährlich ca. 8 Mio. Euro an die Kabelnetzbetreiber gezahlt.

Die Programmförderung wird für regionale Nachrichten- und Kulturprogramme verwendet. Die BLM stellt die Verteilung der Programmfördergelder lt. Teilnehmerentgeltsatzung auf zwei Faktoren ab: Zuerst wird eine Werbepotenzialschätzung der einzelnen

---

nehmen darstellt, weil die privaten Anbieter ein integraler Bestandteil des bayerischen Rundfunksystems sind und es als sog. "Vielfaltsabgabe" ein Mittel zur Finanzierung der Gesamtveranstaltung des Rundfunks darstellt, ohne konkret-individuelle Gegenleistungen vorauszusetzen.

Quelle: Ossenbühl, Univ.-Prof. Dr. jur. Fritz: "Rechtsfragen des Teilnehmerentgelts nach bayerischem Medienrecht", BLM Schriftenreihe Band 73, Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München Februar 2003

<sup>443</sup> vgl. Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Mediendienste in Bayern (Bayerisches Mediengesetz - BayMG) vom 24. November 1992 (GVBl S. 584, BayRS 2251-4-K) in der Fassung vom 27.12.1997

<sup>444</sup> vgl. BayMG Art. 33 (Betrieb von Kabelanlagen, Teilnehmerentgelt), Abs. 6

<sup>445</sup> vgl. BayMG Art. 33 (Betrieb von Kabelanlagen, Teilnehmerentgelt), Abs. 6, Satz 6

<sup>446</sup> vgl. Satzung über Teilnehmerentgelte nach dem Bayerischen Mediengesetz (Teilnehmerentgeltsatzung –TES) der Bayerischen Landesanstalt für neue Medien vom 25. Juli 2002

Verbreitungsgebiete vorgenommen. Danach wird der Anteil der maximal zuschussfähigen Programmminuten pro Woche für die einzelnen Verbreitungsgebiete errechnet. Nach dieser Regelung erhalten jene Regional-TV-Sender die größten Anteile am Teilnehmerentgelt, die ihr Programm in einem Verbreitungsgebiet mit hohem Werbepotenzial ausstrahlen und einen hohen Anteil regionaler Inhalte in ihrem Programm ausweisen.<sup>447</sup>

Die durchschnittliche Anzahl zuschussfähiger Programmminuten für Regional- und Lokal-TV-Sender in Bayern beträgt 270 Minuten pro Woche. Der Ballungsraum München verfügt pro Sender über 630 zuschussfähige Programmminuten pro Woche. Ländliche Regionen, wie z.B. die Region Rosenheim, verfügen nur über 150 Minuten zuschussfähigen Programms pro Woche.<sup>448</sup>

### **Auflagen und Pflichten der Lokal-TV-Veranstalter**

Nach der Vorgabe durch die Bayerische Fernsehsetzung (FSS) müssen die Regional- und Lokal-TV-Veranstalter in ihren Programmen eine Reihe von Themen angemessen berücksichtigen:

Fernsehsetzung § 8 Programm, Abs. 2:

*"<sup>1</sup>Das Gesamtprogramm einschließlich der integrierten Spartenangebote und Zulieferungen soll einen angemessenen Anteil an Beiträgen mit kulturellen, kirchlichen, sozialen und wirtschaftlichen Inhalten enthalten. <sup>2</sup>Die Informationen müssen in angemessener Weise auf das von der Landeszentrale festgesetzte Versorgungsgebiet bezogen sein. <sup>3</sup>Das Gesamtprogramm soll auch kulturelle und unterhaltende Elemente mit auf das Versorgungsgebiet bezogenem Charakter enthalten."<sup>449 450</sup>*

Um an den Fördermitteln partizipieren zu können, die aus dem Teilnehmerentgelt für die Programmförderung zur Verfügung stehen, müssen die Regional- und Lokal-TV-Veranstalter der BLM den Anteil originärer regionaler und lokaler Informations- und Kulturbeiträge am Gesamtprogramm mitteilen. Dies geschieht in Form kodierter Tabellen, die den prozentualen Anteil an kulturellen, kirchlichen, sozialen und wirtschaftlichen Inhalten darstellen. Diese Tabellen werden täglich über das Internet an die BLM übermittelt.

---

<sup>447</sup> Diese Form der Verteilung des Teilnehmerentgelts nach dem regionalen Werbepotenzial und dem Anteil der regionalen Berichterstattung steht in der Kritik des Verbandes Bayerischer Lokalrundfunk, weil dadurch die großen Ballungsraum-Sender tv.münchen und FrankenFernsehen gegenüber den mittleren und kleinen Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern begünstigt werden, obwohl diese teilweise wesentlich höhere Zuschauerreichweiten erzielen. *Quelle: Stellungnahme des VBL (Verband Bayerischer Lokalrundfunk) zum Entwurf der Satzung über Teilnehmerentgelte nach dem Bayerischen Mediengesetz (Teilnehmerentgeltsatzung – TES) (www.v-b-l.de)*

<sup>448</sup> vgl. Satzung über Teilnehmerentgelte nach dem Bayerischen Mediengesetz (Teilnehmerentgeltsatzung – TES) der Bayerischen Landesanstalt für neue Medien vom 25. Juli 2002

<sup>449</sup> Satzung über die Nutzung von Fernsehkanälen in Bayern nach dem Bayerischen Mediengesetz (Fernsehsetzung - FSS) Vom 17. Dezember 1998 (StAnz. Nr. 53, ber. Nr. 7/99) zuletzt geändert durch Satzung vom 17. Mai 2002 (StAnz. Nr. 21)

<sup>450</sup> vgl. auch Fernsehsetzung (FSS) §20 (Programminhalte der lokalen/regionalen Fensterprogramme): *"Die lokalen/regionalen Fensterprogramme bestehen im wesentlichen aus Informationsangeboten einschließlich kultureller, kirchlicher, sozialer und wirtschaftlicher Angebote, die auf das Versorgungsgebiet bezogen sind (lokale/regionale Informationsprogramme)."*

Weitere Pflichten sind neben der Aufzeichnungspflicht die Offenlegung der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Jahresabschlussbilanzen.<sup>451</sup> Damit soll gewährleistet werden, dass die Landesmedienanstalt als Träger des privaten Rundfunks nicht nur die inhaltliche Ausrichtung der Sender, sondern auch ihre Wirtschaftlichkeit und die jeweilige Unternehmensführung überprüfen kann. Schließlich hat die finanzielle Förderung weiterhin das Ziel, die Regional- und Lokal-TV-Sender in die Lage zu versetzen, zukünftig auch ohne Fördergelder wirtschaftlich rentabel zu arbeiten.

#### 12.4.2.4 Finanzierungsbeitrag terrestrisch verbreiteter bundesweiter Privat-TV-Sender

Nach § 25 RStV müssen die nationalen Fernsehveranstalter die Finanzierung der regionalen Fensterprogramme sicherstellen. In Bayern ist aufgrund der Vielzahl lokaler Fensterprogramme keine direkte Finanzierung der einzelnen Programme, sondern ein sog. "Finanzierungsbeitrag" der terrestrisch verbreiteten nationalen TV-Programme festgelegt worden. Die Sender zahlen diesen Beitrag als Gegenleistung für die Möglichkeit, in Bayern terrestrisch verbreitet zu werden, um damit auch die 8 Prozent der TV-Haushalte zu erreichen, die nur über einen terrestrischen Fernsehempfang verfügen. Zu diesen Sendern gehören in Bayern Sat.1, Pro Sieben, RTL, RTL II und N 24.

Der zu zahlende Anteil der einzelnen nationalen TV-Anbieter richtet sich nach ihren nationalen Marktanteilen und nach dem Anteil des terrestrischen Empfangs in Bayern.

Bayerische Fernsehsetzung Art. 23 (Finanzierungsbeitrag für die Fensterprogramme) Abs. 2 und 3:

„[...] (2) Bemessungsgrundlage für die Ermittlung des Finanzierungsbeitrags sind die auf der Grundlage der terrestrischen Verbreitung in Bayern erzielten technischen Netto-Reichweiten und die bundesweit erreichten Zuschauermarktanteile.

(3) Der Finanzierungsbeitrag beträgt für jeden terrestrisch erreichten Haushalt bei einem Programm mit einem Zuschauermarktanteil von weniger als 10 v. H. € 1,65, von weniger als 14 v. H. € 2,20 und mit 14 v. H. oder mehr € 2,75 pro Jahr. [...]“<sup>452</sup>

<sup>451</sup> Teilnehmerentgeltsatzung (TES) § 14 (Meldepflichten der Anbieter):

“(1) <sup>1</sup>Die Anbieter von Fernsehprogrammen übermitteln der Landeszentrale bis spätestens Mitte des Monats ihre Sendeabläufe für den Vormonat in elektronisch gespeicherter Form gemäß den Vorgaben der Landeszentrale. <sup>2</sup>Die Anbieter von Hörfunkprogrammen und Textbildprogrammen sind verpflichtet, auf Verlangen der Landeszentrale einen Nachweis gemäß Satz 1 zu erbringen.

(2) <sup>1</sup>Die Anbieter sind verpflichtet, jährlich spätestens bis zum 30. September die Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Bilanz des Vorjahres und einen Stellenplan aufgeschlüsselt nach den Bereichen Programm/Produktion, Vermarktung, Technik und Verwaltung vorzulegen. <sup>2</sup>Zur Feststellung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der Angebote, insbesondere der Effizienz der Vermarktung, kann die Landeszentrale vom Anbieter weitere Unterlagen anfordern. <sup>3</sup>Lehnt der Anbieter die Vorlage der Unterlagen ab, kann die Landeszentrale bis zur Erteilung der Auskunft die Auszahlung der programmfördernden Zuschüsse aussetzen.

(3) Wird festgestellt, dass eine Meldung des Anbieters zu Beiträgen im Rahmen der zuschussfähigen Sendezeit unrichtig ist, wird vermutet, dass auch dem vorangehenden Zeitraum des Abrechnungsjahres insoweit unrichtige Meldungen zu Grunde liegen.“ Quelle: Satzung über Teilnehmerentgelte nach dem Bayerischen Mediengesetz (Teilnehmerentgeltsatzung – TES) der Bayerischen Landesanstalt für neue Medien vom 25. Juli 2002

<sup>452</sup> Satzung über die Nutzung von Fernsehkanälen in Bayern nach dem Bayerischen Mediengesetz (Fernsehsetzung - FSS) vom 17. Dezember 1998 (StAnz. Nr. 53, ber. Nr. 7/99) zuletzt geändert durch Satzung vom 17. Mai 2002 (StAnz. Nr. 21)

Derzeit sind ca. 2,4 Mio. bayerische TV-Haushalte technisch in der Lage, über die normale Hausantenne die Fernsehprogramme Sat.1 und RTL terrestrisch zu empfangen.<sup>453</sup> Die Zuschauermarktanteile von RTL lagen im Jahr 2002 bundesweit bei 14,8 Prozent. Der Marktanteil von Sat.1 lag bei 10,1 Prozent.<sup>454</sup> Dies bedeutet, dass RTL und Sat.1 zusammen jährlich annähernd 12 Mio. Euro an die BLM zahlen müssen, die diese Geldmittel an die landesweiten Fensterprogramm-Anbieter "Privatfernsehen in Bayern" (Sat.1 17:30 Live für Bayern) und "C.A.M.P-TV" sowie an die lokalen Fensterprogramm-Anbieter weiterleitet.

#### 12.4.2.5 Ablösesumme für eine RTL-Werbeschiene nach 20:00 Uhr

Um die wirtschaftliche Tragfähigkeit der aufwendig produzierten lokalen RTL-Fenster zu verbessern steht den lokalen Fensterprogrammveranstaltern in Bayern per Gesetz eine weitere Viertelstunde Sendezeit auf RTL in der Prime-Time zwischen 20 und 22:30 Uhr zur Verfügung.<sup>455</sup>

Weil RTL jedoch in der Prime-Time keine lokalen Fensterprogramme mehr ausstrahlen will, hat man sich darauf verständigt, dass RTL den Fensterprogrammveranstaltern eine Ablösesumme für die Werbeinsel zahlt, die die Lokal-TV-Sender in diesen 15 sonst eigenständig vermarkten könnten.<sup>456</sup>

Konkret bedeutet dies, dass RTL den lokalen Fensterprogrammen die Werbeerlöse überlässt, die der Sender in der ersten Werbeschiene nach 20:00 Uhr erzielt. Dabei handelt es sich um einen auf das Bundesland Bayern heruntergerechneten Anteil. Dieser Anteil wird auf die einzelnen lokalen Fensterprogramme aufgeteilt.

### 12.4.3 Wirtschaftlichkeit der Regional- und Lokal-TV-Sender

Die Fortführung des Teilnehmerentgeltes war ein Ergebnis der Studie "Wirtschaftliche Situation des lokalen Fernsehens in Bayern – Status Quo und Perspektiven", welche die Prognos AG im Jahr 2001 im Auftrag der bayerischen Staatsregierung erstellt hat. Ziel der bayerischen Staatsregierung war es, ein Jahr vor dem geplanten Ende der Förderung regionale und lokale Fernsehveranstalter durch das Teilnehmerentgelt einen tieferen Einblick in die finanzielle Situation der regionalen und lokalen Programmveranstalter zu bekommen. Prognos hat dafür sämtliche Lokal-TV-Anbieter in Bayern zu ihrer derzeitigen wirtschaftlichen Situation befragt.<sup>457</sup>

<sup>453</sup> BLM (Hrsg.): "Wellenspiegel 2003 – Das technische Sende- und Verzeichnis für private Rundfunkangebote in Bayern"

<sup>454</sup> ARD Sales & Services ([www.ard-werbung.de](http://www.ard-werbung.de))

<sup>455</sup> Fernsehgesetz (FVG) § 21 (Sendezeit für Fensterprogramme), Abs. 1, Satz 3: "*Zur Sicherung der Programmvielfalt und zur Verbesserung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit lokaler/regionaler Informationsprogramme können in den bundesweiten Programmen grundsätzlich an einem festen Sendeplatz am Abend zwischen 20 Uhr und ca. 22:30 Uhr bis zu 15 Minuten Programmleistung der bayerischen Fensterprogramme vorgesehen werden.*"

<sup>456</sup> Bericht der Staatsregierung zur wirtschaftlichen Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern vom 4. Juli 2001 ([http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien\\_und\\_luK/Medien/010620.html](http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien_und_luK/Medien/010620.html))

<sup>457</sup> ebenda

Ein Hauptergebnis der Prognos-Studie war, dass im Jahr 2000 der Kostendeckungsanteil der regionalen und lokalen TV-Anbieter in Bayern durch unternehmerische Tätigkeit bei ca. 49 Prozent lag und dies, obwohl die Gesamtkosten seit 1997 (vor allem bei den Ballungsraumsendern) um 18 Prozent gesenkt wurden und die Werbeeinnahmen um 31 Prozent gesteigert werden konnten. Der Kostendeckungsgrad aller Regional- und Lokal-TV-Sender in Bayern lag inkl. aller Fördergelder im Jahr 2000 bei 78,6 Prozent. Dies bedeutet, dass über 20 Prozent (12,2 Mio. Euro) der für die Programmproduktion und Verbreitung entstandenen Kosten im Jahr 2000 weder durch Eigenfinanzierung noch durch Fördergelder (Teilnehmerentgelt und sonstige Fördergelder) gedeckt waren und als Verlust verbucht werden mussten. Bei einer Einstellung der Förderung durch das Teilnehmerentgelt würde sich dieser Verlust verdoppeln.

Dieser geringe Kostendeckungsbeitrag wurde jedoch im Wesentlichen durch die Ballungsraum-TV-Sender tv.münchen und FrankenFernsehen verursacht. Der Kostendeckungsgrad der Ballungsraumsender tv.münchen und FrankenFernsehen blieb inkl. aller Fördergelder mit 51,4 Prozent im Jahr 2000 extrem niedrig. Ohne das Teilnehmerentgelt lag der Kostendeckungsgrad bei etwas über 45 Prozent.<sup>458</sup> Der Kostendeckungsbeitrag der übrigen Regional- und Lokal-TV-Sender lag in 2000 inkl. aller Fördergelder sogar bei 101,5 Prozent. Das Teilnehmerentgelt machte jedoch hier über 20 Prozent der Gesamteinnahmen aus.

Ohne die Mittel aus dem Teilnehmerentgelt würde sich der Kostendeckungsbeitrag der mittleren und kleinen Regional- und Lokal-TV-Sender auf 80,5 Prozent verringern. Da die Regional- und Lokal-TV-Veranstalter nicht über den finanziellen Spielraum der Ballungsraum-TV-Sender verfügen, wären die meisten Programmanbieter ohne Zuflüsse aus dem Teilnehmerentgelt nicht in der Lage, ihr Programm weiter zu produzieren.

Zu einem ähnlichen Ergebnis kam die Studie "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000". Die Studie ergab für das Jahr 1999 bei den Ballungsraumsendern inkl. aller Fördergelder einen Kostendeckungsgrad von 84 Prozent. Der Kostendeckungsgrad der kleineren Regional- und Lokal-TV-Veranstalter lag laut dieser Studie im Jahr 1999 bei 102 Prozent. Im Jahr 2000 hat sich nach dieser Untersuchung die Situation der bayerischen Regional- und Lokal-TV-Veranstalter jedoch verschlechtert. Hier weist die Studie nur noch einen Kostendeckungsgrad von 73 Prozent für die beiden Ballungsraum-TV-Sender bzw. von 94 Prozent für die mittleren und kleinen Regional- und Lokal-TV-Sender aus.<sup>459</sup>

Der bayerische Staat, der aus Gründen der regionalen Medien-Vielfalt die geschaffene Lokal-TV-Struktur erhalten will, sah sich daher Ende 2001 zu weiterer Aufbauarbeit veranlasst.<sup>460</sup> Es wurde entschieden, die Erhebung des Teilnehmerentgeltes bis 2008

---

<sup>458</sup> Dies bedeutet, dass die Ballungsraumsender am gesamten Teilnehmerentgelt im Jahr 2000 nur noch mit 11,9% ihrer gesamten Einnahmen partizipierten.

<sup>459</sup> DIW/Hans-Bredow-Institut Hamburg/Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Bd. 24, S. 148

<sup>460</sup> Bericht der Staatsregierung zur wirtschaftlichen Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern vom 4. Juli 2001 ([http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien\\_und\\_luK/Medien/010620.html](http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien_und_luK/Medien/010620.html))

fortzuführen, da die regionalen und lokalen Fernsehveranstalter ohne zusätzliche Subventionen nicht überlebensfähig sind.<sup>461</sup>

Der Gesamtumsatz der bayerischen Lokal-TV-Sender belief sich im Jahr 2002 auf ca. 41 Mio. Euro. Diese Einnahmen setzten sich wie folgt zusammen: Die Werbeeinnahmen stellten nur knapp 40 Prozent des Gesamtumsatzes der Sender dar. Weitere 18,4 Prozent wurden durch Produktionsaufträge und Programmverkäufe (Sonderwerbformen) generiert. Dies bedeutet dass weniger als 60 Prozent der Einnahmen aus eigener unternehmerischer Tätigkeit stammen. Mehr als 40 Prozent der Einnahmen werden aus den oben beschriebenen Fördergeldern gespeist.<sup>462</sup>

**Tabelle 44: Einnahmestruktur der Bayerischen Lokal-TV-Sender 2002**

Einnahmequelle	Prozentualer Anteil
Werbeeinnahmen	40,3
Sonstige Erträge (Programmverkauf, Auftragsproduktionen)	18,4
Finanzierungsbeitrag terrestrisch verbreiteter bundesweiter Privat-TV-Veranstalter	3,3
Ablösesumme für die RTL-Werbeschiene nach 20:00 Uhr	6,4
Teilnehmerentgelt	31,6

Quelle: Tendenz 2/2003 (Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien)

Die geplante Absenkung des Teilnehmerentgelts wird dazu führen, dass ab 2005 kaum noch Mittel für die Programmförderung zur Verfügung stehen. Die dann noch erhobene Gebührensumme wird lediglich ausreichen, um die Distributionskosten der Sender zu decken. Die Regional- und Lokal-TV-Sender sehen dies mit Besorgnis, weil niemand davon ausgeht, dass sich die wirtschaftliche Situation in Bayern kurzfristig verbessern wird. Die Sender erwarten, dass sich mit der Einstellung der Programmförderung das Programm der bayerischen Regional- und Lokal-TV-Sender verändern wird. Die Inhalte müssten dann nach Einschätzung der Veranstalter wesentlich kommerzieller ausgerichtet werden, um den Wegfall der Fördergelder zu kompensieren. Die derzeitigen Programmquoten für kulturelle, kirchliche, soziale und wirtschaftliche Inhalte können dann ihrer Ansicht nach nicht mehr aufrecht erhalten werden.

Jedoch gibt es bereits neue Vorschläge von Seiten der CSU, um einem Absinken der Fördergelder und damit auch der Programmqualität entgegenzuwirken. Der Vorschlag lautet, den Anteil den die Landesmedienanstalten von den in Bayern erhobenen Rundfunkgebühren erhalten und der im Rundfunkstaatsvertrag auf 2 Prozent festgeschrieben ist, für Bayern auf 3 Prozent anzuheben. Die dadurch erzielten zusätzlichen Finanzmittel können für die Förderung der Regional- und Lokal-TV-Sender eingesetzt werden.<sup>463</sup>

<sup>461</sup> ebenda

<sup>462</sup> Tendenz 2/2003 (Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien)

<sup>463</sup> Pressemitteilung der BLM vom 03.06.2003: "BLM-Präsident Ring kündigt weiterführendes Lokalradio-Konzept an"

#### 12.4.4 Programm- und Vermarktungsverbund TV Bayern

In Bayern existieren zwei Verbände zur Vertretung des privaten Rundfunks. Zum einen gibt es den "Verband Bayerischer Lokalrundfunk" (VBL) in dem die Mehrzahl der Radioveranstalter und 11 der 19 Regional- und Lokal-TV-Veranstalter in Bayern organisiert ist. Der VBL stellt die politische Interessenvertretung der landesweiten, regionalen und lokalen Rundfunkveranstalter in Bayern dar.<sup>464</sup>

Im Jahr 1998 wurde zusätzlich die Arbeitsgemeinschaft bayerischer Lokalfernseh-anbieter (ABF) gegründet, die seitdem unter dem Namen "TV Bayern" für die landesweite Vermarktung von derzeit 15 bayerischen Lokal-TV-Sendern zuständig ist.<sup>465</sup> TV Bayern stellt seinen Mitgliedern zum einen kostenlos zusätzliche Programmformate (vor allem Barter-Syndication-Programme und verkaufte Magazine) wie "Mo's grüne Welt", "Immer wieder sonntags" und "gesundheit regional" zur Verfügung. Die Mehrzahl dieser Magazine wird auf Initiative von TV Bayern produziert und vermarktet.

Darüber hinaus ist TV Bayern bestrebt, mit einem eigenen Verkäuferteam Werbespots zu akquirieren, die landesweit bei den Mitgliedssendern ausgestrahlt werden. Neben der Akquise klassischer Werbespots ist TV Bayern vor allem als Vermarkter für eine Reihe von Sonderwerbeformen tätig. Dazu gehören z.B. klassisches Sendungssponsoring der von TV Bayern zugelierten Sendungen oder speziell auf den Werbekunden zugeschnittene Veranstaltungen, wie bspw. ein Golfturnier ("Bayern Cup"). Hinzu kommen Imageportraits, Dauerwerbesendungen, Splitscreen-Werbung, Gewinnspiele, Events oder Patronatssendungen.

Neben der landesweiten Vermarktung wird zusätzlich eine separate Spotschaltung für die Landesteile Nord-Bayern und Süd-Bayern angeboten. Jedoch ist der Vermarktungsverbund auf die Kooperation der einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sender angewiesen. Unternehmen, die im Vermarktungsgebiet der einzelnen Regional- und Lokal-TV-Veranstalter liegen, sollen direkt von den Sendern auf eine mögliche landesweite Werbeeinbuchung angesprochen werden, um Doppelansprachen und Kanibalisierungseffekte zu vermeiden.

TV Bayern finanziert sich aus den Provisionserträgen für die vermittelten Werbeumsätze. Werden landesweite Werbeeinbuchungen von einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sender akquiriert, erhalten diese dafür ebenfalls eine entsprechende Provision. Die akquirierten Werbespots und Sponsoring-Formate werden über Satellit (MPEG-2) aus München an die einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sender übertragen. Als technischer Dienstleister wird die Deutsche Fernsehnachrichten Agentur (DFA) genutzt, die im selben Gebäude wie TV Bayern ein Produktionsstudio mit Satelliten-Uplink betreibt.

Der TV Bayern-Verbund ist bestrebt, eine harmonisierte Programmstruktur herbeizuführen, um zielgruppenspezifischere Programmumfelder anbieten zu können. Bislang ist diese Programmharmonisierung, die besonders auf die Zeitschiene zwischen 20 und 21 Uhr abzielt, nur ansatzweise umgesetzt. Das Programmschema der einzelnen

---

<sup>464</sup> Dominiert wird dieser Verband durch die Oschmann-Gruppe sowie durch die Fantasy-Radio-Gruppe.

<sup>465</sup> TV Bayern – ABF ([www.TV.Bayern.de](http://www.TV.Bayern.de))

Regional- und Lokal-TV-Sender ist weiterhin sehr heterogen. Daher kann TV Bayern den Werbekunden im Rahmen der landesweiten Vermarktung zur Zeit nur eine garantierte Anzahl an Spot-Ausstrahlungen aber kein bestimmtes Programmumfeld anbieten. Das nachfolgende Programmschema stellt demnach nur eine Orientierungshilfe für die Werbekunden dar.

**Tabelle 45: Programmschema TV Bayern**

Uhrzeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
06:00 10:00	Bloomberg TV						
10:00 14:00	RTL Shop						
14:00 16:00	Bloomberg TV						
16:00 17:00	Bloomberg TV					Sonderformate	Kirchenmagazin
17:00 18:00	Nachrichtenmagazin im Stundenrhythmus und Sonderproduktionen					Gesundheit Tourismus VDK	
18:00 19:00	Nachrichtenmagazin im Stundenrhythmus und Sonderproduktionen					Wochenrückblick	Wochenrückblick
ab ca. 20:00	Sport	Talk	Kino / Boulevard	Ratgeber	Wirtschaft Politik	Reg. Programm	Reg. Programm
	News und Regionalprogramm - Wiederholungen						
ab 22:00	News und Regionalprogramm - Wiederholungen						

Quelle: TV Bayern – ABF

TV Bayern konnten bislang größere und kleinere Getränkehersteller (u.a. Diebels und Müller), Möbler (u.a. Ikea), Versicherungen (u.a. die Hamburg Mannheimer), Banken und Krankenkassen (u.a. AOK, Bay. Volks- und Reifeisenbank) sowie weitere national werbungstreibende Unternehmen (u.a. E.ON, Gillette, Henkel, Wöhr, Media-Markt/Saturn) als Werbekunden gewinnen. Darüber hinaus wird der TV-Bayern-Verbund im Rahmen des AK Ballungsraumfernsehen auch überregional und national vermarktet.<sup>466</sup> (vgl. Abschnitt 13.2.3.4 Entwicklung der nationalen Vermarktung der Ballungsraum-TV-Sender in Deutschland)

Eine wesentliche Bedeutung für die Umsätze der einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sender in Bayern hat der TV Bayern-Verbund bislang jedoch nicht. Dies liegt z.T. auch daran, dass er nicht von allen Mitgliedern die volle Unterstützung erhält. Die einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sender sind in erster Linie bestrebt, Werbeumsätze für den eigenen Sender zu generieren, da es zum einen schwieriger ist, den Werbekunden für eine kostenintensivere, landesweite Werbeschaltung zu bewegen und darüber hinaus besteht das Risiko, dass man als Sender bei einer landesweiten Werbeschaltung des Kunden aufgrund der rabattierten Preise weniger Umsatz generiert, als wenn man nur die eigenen Werbeflächen vermarktet.

Hier ist zu anzumerken, dass es bereits im Jahr 1998, bei der Gründung des Verbandes unter der Führung von Andreas Werner (Tele Regional Passau), Widerstand bei

<sup>466</sup> TV Bayern – ABF (www.TV Bayern.de)

einzelnen Regional- und Lokal-TV-Sendern gab, an dem Verbund teilzunehmen. Die Bayerische Landesregierung erkannte in diesem Zusammenschluss jedoch eine Möglichkeit, die Wirtschaftlichkeit der Regional- und Lokal-TV-Sender zu verbessern und damit mittelfristig auf das Ziel einer vollständigen Eigenfinanzierung der Sender hinzuwirken. Daher wurde im Jahr 2001 die Teilnahme am Vermarktungsverbund TV Bayern – ABF als Verpflichtung für die Regional- und Lokal-TV-Sender in das Bayerische Mediengesetz aufgenommen.<sup>467</sup> Weigert sich ein Sender, am Programm- und Vermarktungsverbund teilzunehmen, kann das Teilnehmerentgelt für den Sender drastisch gekürzt werden.<sup>468</sup>

## 12.4.5 DVB-S-Projekte in Bayern: Optimierung der Wirtschaftlichkeit durch Steigerung der Reichweite

### 12.4.5.1 Berechnungsgrundlage für die DVB-S-Projekte

Eine weitere Aufgabe der Prognos AG war es, im Rahmen der Studie "Wirtschaftliche Situation des lokalen Fernsehens in Bayern – Status Quo und Perspektiven" anhand von Modellrechnungen einzuschätzen, ob und unter welchen Bedingungen regionale und lokale TV-Sender wirtschaftlich rentabel werden.

Prognos erkannte als wesentliche Ursache für die schlechte wirtschaftliche Lage der Regional- und Lokal-TV-Sender ihre geringe Reichweite. Prognos geht von dem einfachen Ansatz aus, dass mit größerer Reichweite entsprechend mehr Werbeumsätze generiert werden können.

Die regionale bzw. lokale Reichweite der einzelnen Sender ist im bayerischen Kabelnetz kaum noch zu steigern, weil die Flächenverkabelung im Bundesland an seine wirtschaftlichen Grenzen gestoßen ist. Der naheliegende Lösungsansatz, Sendelizenzen zusammenzulegen, so dass weniger TV-Sender in größeren Verbreitungsgebieten operieren, führt nach Ansicht von Prognos nicht zu den erwünschten Ergebnissen. Wenn man die Verbreitungsgebiete vergrößert, verringert sich die Akzeptanz der Zuschauer, weil diese nur an lokalen Inhalten aus ihrer Region interessiert sind. Die Hete-

<sup>467</sup> vgl. BayMG Art. 33 (Betrieb von Kabelanlagen, Teilnehmerentgelt), Abs. 6, Satz 6

<sup>468</sup> TES § 13 (Kürzung des Teilnehmerentgelts):

*"(1) Das auf den jeweiligen Anbieter entfallende Teilnehmerentgelt wird angemessen, jedoch höchstens bis zur Hälfte gekürzt, wenn*

- 1. der Anbieter nicht in zumutbarer Weise an Kooperationsmaßnahmen zur Förderung der Wirtschaftlichkeit, insbesondere an einer Abwicklung der Programme aus einem gemeinsamen Sendestudio, einer gemeinsamen Vermarktung, einer gemeinsamen Techniknutzung, einem Programmaustausch mit anderen Anbietern mitwirkt oder sich an Forschungsprojekten der Landeszentrale, insbesondere an der Funkanalyse, beteiligt,*
- 2. der Anbieter des lokalen Fernsehprogramms und der Anbieter des lokalen Fensterprogramms sich nicht in zumutbarer Weise zu einer gemeinsamen Anbietergesellschaft oder -gemeinschaft zusammenschließen,*
- 3. der Anbieter an Maßnahmen der Landeszentrale zur Verbesserung des Zuschnitts der jeweiligen Verbreitungsgebiete nicht in zumutbarer Weise mitwirkt,*
- 4. der Anbieter zumutbare Maßnahmen zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit, insbesondere zur Steigerung der Werbeeinnahmen, unterlässt.*

*(2) 1Im Fall von Absatz 1 Nr. 2 erhält den Kürzungsbetrag der Anbieter, der sich dem Zusammenschluss zu einer Anbietergesellschaft oder -gemeinschaft nicht verweigert. 2In den Fällen von Absatz 1 Nrn. 1, 3 und 4 wird der Kürzungsbetrag zur Verteilung nach § 9 Absatz 2 Satz 2 in die Folgejahre übertragen.*

rogenität großer Verbreitungsgebiete würde dazu führen, dass die tatsächliche Reichweite nicht parallel zur technischen Reichweite der vergrößerten Verbreitungsgebiete wächst.

Eine Programmkooperation zwischen den Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern mit dem Ziel, Kosten einzusparen, gelangt aus dem gleichen Grund ebenfalls schnell an ihre Grenzen: Erstens sind Kosteneinsparungen gering, weil eine Standortpräsenz aufrechterhalten werden muss (d.h. die Mitarbeiter eines Regional-Senders könnten im Rahmen von Programmkooperationen höchstens auf Kurzarbeit gesetzt werden). Zweitens sind die Zuschauer nach Ansicht von Prognos an Regionalinhalten aus anderen Regionen Bayerns weniger interessiert. Die einzelnen Sender würden dadurch ebenfalls an Reichweite verlieren.

Daher setzte Prognos bei der Vergrößerung der regionalen Zuschauerreichweite auf die Verbreitung der Bayerischen Regional- und Lokal-TV-Programme via digitaler Satellitenverbreitung. Damit soll regionales und lokales Fernsehen zukünftig für alle TV-Haushalte mit Satellitenempfang zugänglich gemacht werden. Die derzeitige terrestrische Programmverbreitung erreicht nur eine Gesamtabdeckung von 63 Prozent der bayerischen TV-Haushalte. (vgl. Abschnitt 12.3.1.2 Aktuelle Marktstruktur in Bayern) Ziel ist eine zukünftige Vollabdeckung der bayerischen TV-Haushalte mit regionalem bzw. lokalem Fernsehen.

In der langfristigen Perspektive bis 2010 geht man in Bayern von einem weiteren Rückgang des terrestrischen TV-Empfangs und einer entsprechenden Zunahme an Kabel- und Sat-TV-Haushalten aus. Im Jahr 2000 lag der Anteil der Haushalte mit ausschließlich terrestrischem Fernsehempfang in Bayern noch bei 14 Prozent und damit weit über dem Bundesdurchschnitt, der Ende 2000 bei 10,5 Prozent lag.<sup>469</sup> Der Sat-Empfang wurde im Jahr 2000 erst von sieben Prozent aller TV-Haushalte in Bayern genutzt. Prognos koppelt seine Berechnungen für die tatsächlichen Reichweitenzuwächse an eine von SES-Astra prognostizierte Entwicklung des digitalen Satelliten-Empfangs in Deutschland. Bis zum Ende des Jahres 2003 wird hier jedoch bereits eine Steigerung des Sat-TV-Anteils auf 24 Prozent erwartet. Im Jahr 2010 soll der Anteil der Sat-TV-Haushalte in Bayern auf 48 Prozent ansteigen. Nach Annahme von Prognos ist zu diesem Zeitpunkt die überwiegende Mehrzahl der Satellitenhaushalte für den digitalen Empfang ausgerüstet.<sup>470</sup>

Neben der Steigerung der Zuschauermarktanteile durch Vergrößerung der technischen Reichweite beruht die Prognos-Analyse auf bestimmten Steigerungen der TV-Werbeumsätze. Nach Annahme von Prognos steigen die Gesamt-Werbeumsätze in Bayern ab 2003 jährlich um 6,1 Prozent.<sup>471</sup>

---

<sup>469</sup> AGF/GFK Fernsehforschung

<sup>470</sup> Bericht der Staatsregierung zur wirtschaftlichen Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern vom 4. Juli 2001 ([http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien\\_und\\_luK/Medien/010620.html](http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien_und_luK/Medien/010620.html))

<sup>471</sup> ebenda

Auf dieser Basis errechnete Prognos zusätzliche Werbeumsätze der Regional- und Lokal-TV-Sender, die durch die zusätzlich vermarktbar Reichweite generiert werden können. Diese zusätzlichen Einnahmen bestimmen die Höhe der jährlich notwendigen Subventionierung durch die fortgeführte Erhebung des Teilnehmerentgeltes. Prognos unterteilt dabei in eine Förderung für die Aufrechterhaltung der derzeitigen analogen Programmleistung und einen zusätzlichen Finanzierungsbedarf für die Umrüstung auf die digitale Verbreitung sowie die damit verbundenen laufenden Kosten. Für die digitale Satellitenverbreitung aller regionalen und lokalen TV-Angebote hat die Prognos AG Zusatzkosten von jährlich 6 Mio. Euro errechnet.<sup>472</sup>

Hier kommt der Faktor zum Tragen, dass Investitionen und laufende Betriebskosten für die digitale Satellitenverbreitung sofort anfallen, die positiven Wirkungen auf der Erlösseite dagegen abhängig von der Zunahme der digitalen Sat-Haushalte erst nach mehreren Jahren eintreten. Nach den Prognos-Berechnungen übersteigen die Kosten ab 2009 die durch die Reichweitzuwächse erzielten Werbeeinnahmen, sodass zu diesem Zeitpunkt die Subvention durch das Teilnehmerentgelt entfallen kann.

**Tabelle 46: Szenario Digitale Migration: Kosten und Finanzierungsbedarf**

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Kosten insgesamt in Mio. Euro								
15,9	14,3	12,8	10,7	8,7	7,2	6,1	6,1	6,1
Verbreitungskosten Kabel in Mio. Euro								
4,6	3,6	2,6	1,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Verbreitungskosten digitaler Satellit in Mio. Euro								
6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1
Programmförderung in Mio. Euro								
5,1	4,6	4,1	3,1	2,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Zusätzliche Werbeeinnahmen in Mio. Euro								
0,0	0,1	0,3	0,9	1,8	3,2	5,1	7,3	10,0
Finanzierungsbedarf pro Jahr in Mio. Euro								
15,9	14,2	12,5	9,9	6,9	3,9	1,1	(1,2)	(3,8)
Finanzierungsbedarf kumuliert in Mio. Euro								
15,9	30,1	42,5	52,4	59,3	63,2	64,2	(63,0)	(59,2)

Quelle: Prognos AG: "Wirtschaftliche Situation des lokalen Fernsehens in Bayern – Status Quo und Perspektiven"

#### 12.4.5.2 Kritik an der Prognos-Studie

Die Ergebnisse der Prognos-Studie wurden sowohl von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien als auch von den Oppositions-Parteien in Bayern stark kritisiert. Nach Meinung der Kritiker sind die Annahmen der Studie zu optimistisch. Die BLM geht in den nächsten Jahren nur von einem fünfprozentigen Wachstum des lokalen Werbemarktes aus.<sup>473</sup> Eine Zunahme der digitalen Sat-TV-Haushalte, wie von Prognos angenommen, wird ebenfalls bezweifelt, weil in Bayern derzeit die Verkabelung weiter

<sup>472</sup> ebenda

<sup>473</sup> Bericht der Staatsregierung zur wirtschaftlichen Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern vom 4. Juli 2001 ([http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien\\_und\\_luK/Medien/010620.html](http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien_und_luK/Medien/010620.html))

vorangetrieben wird.<sup>474</sup> Zudem sind nach Ansicht der Kritiker die Kosten für die Digitalisierung des Programms und die Distribution über Astra zu niedrig eingestuft, sodass eine Wirtschaftlichkeit der Lokal-TV-Sender auch längerfristig nicht wahrscheinlich ist.<sup>475</sup>

Darüber hinaus kritisieren die bayerischen Kabelnetzbetreiber (vor allem die ewt/tss-Gruppe), dass die digitale Sat-Ausstrahlung durch das Medienentgelt finanziert wird, das ausschließlich die Kabel-TV-Haushalte zusätzlich zu den monatlichen Kabelgebühren belastet. Damit finanzieren die Kabel-TV-Haushalte zusätzliche, kostenlose TV-Angebote der Sat-TV-Empfänger.<sup>476</sup>

### 12.4.5.3 Umsetzung der DVB-S-Projekte

Auf Grundlage der Prognos-Studie hat die bayerische Staatsregierung beschlossen, das Teilnehmerentgelt mit einem geringeren Satz weiter zu erheben und einen größeren Teil für die Subventionierung der Verbreitungswege und der technischen Innovationen zu verwenden. Damit soll den regionalen und lokalen TV-Veranstaltern ermöglicht werden, ihr Programm zu digitalisieren und in Satelliten-Kooperationsgemeinschaften über Astra-Transponder zu verbreiten. Die degressive Entwicklung der dafür notwendigen Gesamtsumme des Teilnehmerentgelts wurde in Art. 33 BayMG berücksichtigt.

Das Projekt läuft unter dem Namen "DVB-S Projekt Bayern". Im Rahmen dieses Projekts werden räumlich benachbarte Regional- und Lokal-TV-Sender zu einer Satellitenkooperationsgemeinschaft zusammengeführt. Die technischen Aspekte dieser DVB-S-Projekte wurden bereits in Abschnitt 10.2.4.1.1 (DVB-S-Projekt in Bayern) beschrieben. Mittlerweile wurden zwei DVB-S-Projekte realisiert:

#### DVB-S-Projekte in Bayern

- Jahr 2002: ON-TV (Oberpfalz/Niederbayern) mit den Sendern Regionalfernsehen Regensburg (Regiezentrum), Donau TV, Oberpfalz TV (Amberg), Regionalfernsehen Landshut, Tele Regional Passau,
- Jahr 2003: Franken-SAT mit den Sendern TV Franken (Nürnberg, Regiezentrum), TV Oberfranken (Hof, Bayreuth...), TV Touring Würzburg, TV Touring Aschaffenburg, TV Touring Schweinfurt

In einem der Sender ist das Regiezentrum untergebracht, wo die Programme der jeweiligen Satellitenkooperationsgemeinschaften zu einem Gesamtprogramm verbunden und zum Satelliten-Uplink weitergeleitet werden. Zusätzlich wird hier ein 15minütiges Gemeinschaftsprogramm als Kopfprogramm produziert, das aus ausgesuchten Nachrichtenblöcken der jeweiligen Kooperationspartner besteht. Dieses 15-Minuten-Programm wird mittlerweile von den Kooperationspartnern auch im Kabel vor dem Be-

---

<sup>474</sup> Dürr, Sepp: "Die lokale Fernsehlandschaft neu ordnen - Kabelgroschen besser nutzen" *Quelle: Grünen Fraktion Bayern* ([www.gruene-fraktion-Bayern.de/rsvgn/rs:dok/0"10421,00.htm](http://www.gruene-fraktion-Bayern.de/rsvgn/rs:dok/0))

<sup>475</sup> Bericht der Staatsregierung zur wirtschaftlichen Situation des lokalen und regionalen Fernsehens in Bayern vom 4. Juli 2001 ([http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien\\_und\\_luK/Medien/010620.html](http://text.bayern.de/Wirtschaftsstandort/Medien_und_luK/Medien/010620.html))

<sup>476</sup> [www.set-top-box.de/news/print.php?id=1556](http://www.set-top-box.de/news/print.php?id=1556) (Nachricht vom 17.06.2002)

ginn der 18 Uhr-Nachrichten-Sendung (die auch auf RTL verbreitet wird) ausgestrahlt. Die einzelnen Programmbeiträge ergeben ein Gesamtprogramm von 3 Stunden, das ab 18 Uhr über den digitalen Astra-Fernsehsatelliten sequentiell nach einer festgelegten Reihenfolge ausgestrahlt und im Anschluss noch einmal wiederholt wird. Die Gesamtsendezeit beträgt 6 Stunden (18 bis 24 Uhr).<sup>477</sup>

Der weitere Ausbau von DVB-S-Kooperationen in Bayern ist derzeit ungewiss, weil die Gelder für die dafür notwendigen Investitionen fehlen. Derzeit geht die Bayerische Landeszentrale für neue Medien davon aus, dass von den neun weiteren Regional- und Lokal-TV-Sendern höchstens noch für TV Augsburg und INTV (Ingolstadt) eine digitale Satellitenübertragung eingerichtet wird.

## 12.5 Sachsen

### 12.5.1 Der Regional- und Lokalfernsehmarkt in Sachsen

#### 12.5.1.1 Entwicklung des Regional- und Lokalfernsehens in Sachsen

In Sachsen sind direkt nach der Wende eine Vielzahl kleinerer Stadtkanäle entstanden. Mit der Gründung der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) wurden alle lokalen Fernsehveranstalter Anfang 1992 aufgefordert, für ihre Programmangebote Lizenzen zu beantragen.

Die Grundstruktur bei der Entstehung des Lokal-TV-Marktes in Sachsen bilden die in der DDR-Zeit entstandenen Antennengemeinschaftsanlagen, die nach der Wende von privaten Unternehmen übernommen wurden. Derzeit gibt es in Sachsen ca. 1.440 privat betriebene lokale Kabelnetze in Größenordnungen von unter 1.000 Wohneinheiten bis hin zu 22 Tsd. Wohneinheiten technischer Reichweite. Diese Struktur bildete im Rahmen der Lizenzierung auch die Grundlage bei der Zuteilung der Verbreitungsgebiete. Der erste größere Regional-TV-Sender, der auch terrestrisch verbreitet wurde, startete Ende 1992 unter dem Namen "eRtv - euro-Regional tv" in Görlitz.<sup>478</sup>

Neben der sich eigenständig entwickelnden Lokal-TV-Struktur war die Sächsische Regierung auch bestrebt, günstige Voraussetzungen für größere Regional-TV-Angebote in Sachsen zu schaffen. Dafür wurde im Sächsischen Privatrundfunkgesetz festgeschrieben, dass bundesweite Fernsehveranstalter, die ihre Programme in Sachsen terrestrisch verbreiten wollen, regionale Fensterprogramme ausstrahlen sollen. Diese

---

<sup>477</sup> Beim ON-TV-Projekt besteht das Gemeinschaftsprogramm aus einem einfachen Zusammenschritt der Sendebeiträge. Die einzelnen Sender vermarkten nicht das gesamte ON-TV-Programm sondern jeweils nur die eigene Sendezeit innerhalb dieser Programmschleife.

Bei Franken-SAT wird das Gemeinschaftsprogramm moderiert und neben den eigenen Sendezeiten nutzen die Kooperationspartner dieses Gemeinschaftsprogramms auch zu einer gemeinschaftlichen regionalen Vermarktung. Der Grund für diese Zusammenarbeit liegt darin, dass sich alle Sender im Teilbesitz der Oschmanngruppe befinden.

Das Gemeinschaftsprogramm der ON-TV-Gruppe wird nicht für eine gemeinschaftliche Vermarktung genutzt, weil die einzelnen Sender zu verschiedenen Gesellschaftergruppen (Oschmann und Wabbel) gehören.

<sup>478</sup> Quelle: SLM

Fensterprogramme sollten von unabhängigen Programmveranstaltern produziert und von den jeweiligen nationalen Fernsehsendern finanziert werden. Im Jahr 1993 wurden terrestrische Frequenzen an RTL, Sat.1 und VOX vergeben. Innerhalb des nächsten Jahres entstanden regionale Fensterprogramme in Dresden, Leipzig und Chemnitz. Die Produktion dieser Fensterprogramme übernahm ab 1994 die B.I.S. (Ballungsraumfernsehen in Sachsen), an der u.a. Dietmar Straube (FrankenFernsehen) beteiligt war.<sup>479</sup> Die Regionalfensterprogramme wurden seitdem als "Drehscheibe Leipzig", "Drehscheibe Dresden" und "Drehscheibe Chemnitz" vermarktet.

Da sowohl RTL als auch Sat.1 ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkamen, wurde diesen Sendern 1995 die Lizenz zur terrestrischen Programmverbreitung in Sachsen wieder entzogen. Die Frequenzen gingen im Anschluss an VOX und Kabel 1.<sup>480</sup>

Ende 1994 begann die SLM weitere Frequenzen für terrestrisch verbreitete Regional-TV-Sender zu vergeben, die aufgrund der Mediengesetzgebung automatisch auch einen Platz im Kabel zugewiesen bekamen. Im Februar 1995 startete VRF Vogtland Regionalfernsehen und im April 1995 ging Zwickau TV auf Sendung.<sup>481</sup>

Im Juni 1995 erhielt die Anbietergemeinschaft Sachsen Fernsehen GmbH & Co. Fernsehbetriebs KG, bestehend aus Sachsen Funk und Fernsehen mit den Hauptgesellschaftern Dietmar Straube und CME (vgl. Abschnitt 12.3.1.2 Aktuelle Marktsituation Bayern), Neue Welle Sachsen GmbH (Oschmann-Gruppe) und Axtmann Beteiligungs GmbH, Lizenzen für Ballungsraum-TV-Sender in Leipzig und Dresden. Diese Lizenz umfasste die Programmverbreitung im Kabel und über Terrestrik. Im April 1996 startete mit TV 3 in Plauen ein weiterer größerer, terrestrisch verbreiteter Regional-TV-Sender.

Ab Mai 1996 gehen "Dresden Fernsehen" und "Leipzig Fernsehen" der Sachsen Fernsehen GmbH & Co. KG auf Sendung. Im Juli 1999 startet Sachsen Fernsehen den Sender "Chemnitz Fernsehen". Ab diesem Zeitpunkt produziert Sachsen Fernsehen drei Ballungsraum-TV-Programme mit einheitlichem Programm in den Nebenzeiten und eigenständigem Lokalprogramm in der Hauptsendezeit. Wesentlicher Programmbestandteil war das 30minütige Drehscheiben-Programm, das von der Anbietergemeinschaft B.I.S. produziert wurde und in Chemnitz auf Kabel 1 und in Dresden und Leipzig auf VOX verbreitet wurde.<sup>482</sup>

---

<sup>479</sup> "Zehn Jahre SLM – Eine Chronik" in themen und frequenzen 4/2001, S. 16ff

<sup>480</sup> Der Programmveranstalter VOX zahlte von Juli 1993 bis Juli 1999 Programmkostenzuschüsse für die Produktion der Regionalfenster. Zuschüsse durch den Veranstalter Kabel1 sind dagegen nicht erfolgt.

Quelle: SLM

<sup>481</sup> "Zehn Jahre SLM – Eine Chronik" in themen und frequenzen 4/2001, S. 16ff

<sup>482</sup> "Zehn Jahre SLM – Eine Chronik" in themen und frequenzen 4/2001, S. 16ff

**Tabelle 47: Übersicht: Ballungsraum-Fenster-Programme der ehem. Sachsen Funk und Fernsehen GmbH**

Programmname	Zeitfenster	Verbreitung
Sachsen Fernsehen – Ballungsraum Chemnitz		
Drehscheibe Chemnitz	18:00 Uhr – 18:30 Uhr	Terrestrisch und über Kabel auf Kabel 1
Sachsen Fernsehen – Ballungsraum Dresden		
Drehscheibe Dresden	18:00 Uhr – 18:30 Uhr	Terrestrisch und über Kabel auf VOX
Sachsen Fernsehen – Ballungsraum Leipzig		
Drehscheibe Leipzig	18:00 Uhr – 18:30 Uhr	Terrestrisch auf VOX über Kabel auf Kabel 1

Quelle: SLM

Ende des Jahres 2002 entschied sich der Hauptgesellschafter von Sachsen Fernsehen, die Oschmann-Gruppe, die im Laufe der letzten Jahre die Anteile des Gesellschafters Dietmar Straube<sup>483</sup> in mehreren Schritten übernommen hatte, aus Kostengründen, den Sendebetrieb einzustellen und allen Mitarbeitern zu kündigen.<sup>484</sup> Darüber hinaus kündigte KABEL 1 an, ab 2003 auf die terrestrische Verbreitung in Sachsen zu verzichten. Damit entfiel die Möglichkeit, ein Fensterprogramm in Chemnitz auf einem nationale Vollprogramm auszustrahlen.

Sachsen Fernsehen behielt jedoch die Lizenz und suchte nach einer Möglichkeit, die Sender unterzuvermieten. Anfang 2003 wurden Verträge mit den Chefredakteuren der drei Sender geschlossen, die seitdem das Programm in Eigenregie produzieren und vermarkten. Die Sachsen Fernsehen GmbH & Co. KG fungiert nur noch als Holding, die den drei Sendern Räume und Technik zur Verfügung stellt und als Entgelt Werbeslots erhält, die sie im Rahmen der "Ballungsraumfernsehen in Deutschland Programm- und Vermarktungsgesellschaft mbH" landes- und bundesweit vermarktet. (vgl. Abschnitt 13.2.3.4 Entwicklung der nationalen Vermarktung der Ballungsraum-TV-Sender in Deutschland)

Derzeit produzieren die drei Sender Leipzig Fernsehen, Dresden Fernsehen und Chemnitz Fernsehen ihre Programme unabhängig voneinander. Chemnitz Fernsehen hat den Namen "Sachsen Fernsehen" beibehalten. Als einziges Fensterprogramm ist das VOX-Fenster in Dresden geblieben, da VOX seine Lizenz für die terrestrische Frequenz im Raum Dresden bis Ende 2009 verlängert hat.<sup>485</sup>

### 12.5.1.2 Aktuelle Marktstruktur in Sachsen

Neben den Ballungsraum-TV-Sendern in Leipzig, Dresden und Chemnitz gibt es in Sachsen 82 Regional- und Lokal-TV-Sender, die in 452 Kabelnetzen Programme mit

<sup>483</sup> Straube war mit dem Sender "FrankenFernsehen" in finanzielle Schwierigkeiten geraten und musste daher die Anteile an Sachsen Fernsehen verkaufen. (vgl. Abschnitt 1.3.1.2 Aktuelle Marktsituation Bayern)

<sup>484</sup> Dabei lag der Sachsen Fernsehen Verbund mit einem Kostendeckungsgrad von 75 Prozent im Jahr 2001 deutlich über den Ergebnissen der großen Ballungsraum-TV-Sender TV.Berlin, tv.münchen und Hamburg 1. *Quelle: Friedheim, Daniel: "Ballungsraumfernsehen in Deutschland: Partizipationsmöglichkeiten, Wirtschaftlichkeitschancen und ordnungsrechtliche Regelungsprobleme" Dokument Nr. 6439 aus den Wissensarchiven von GRIN (www.grin.de)*

<sup>485</sup> Pressemitteilung der SLM vom 26.05.2003

Bewegtbildanteilen verbreiten.<sup>486</sup> Davon verfügen 22 Sender über eine Reichweite von mehr als 10 Tsd. Haushalten. Davon produzieren jedoch nur vier Sender ein tagesaktuelles Programm.

**Tabelle 48: Sendergrößen der Regional- und Lokal-TV-Sender in Sachsen**

Reichweite	Anzahl TV-Sender	Technische Reichweite	Anzahl TV-Sender
über 10.000 HH	22	1.000 bis 5.000 HH	28
5.000 bis 10.000 HH	12	bis 1.000 HH <sup>487</sup>	20

Quelle: SLM

Zu den größten Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern, die in Sachsen auch terrestrisch verbreitet werden, gehören neben den Sendern des ehem. Sachsenfernsehen-Verbundes die Sender eRTV-euro-Regional und Vogtland Regional Fernsehen (VRF). Weitere größere Kabel-TV-Sender sind das KabelJournal aus Beiersdorf, MEF Mittel-Erzgebirgs Fernsehen, R3-RegionalTV (Freital) und Elsterwelle TV (Hoyerswerda).

Die Studie "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" ergab, dass die Kostendeckung der sechs größten Regional- und Lokal-TV-Sender mit Reichweiten über 50 Tsd. Haushalte ohne den Sachsenfernsehen-Verbund Ende 2000 bei 95 Prozent lag. Der Kostendeckungsgrad der Regional- und Lokal-TV-Sender mit Reichweiten unterhalb von 50 Tsd. Haushalten lag bei nur 75 Prozent.<sup>488</sup>

<sup>486</sup> Weitere vier Veranstalter strahlen lediglich Kabeltext bzw. Bildtafel-Programme aus.

<sup>487</sup> Das Gesetz über den privaten Rundfunk und neue Medien in Sachsen enthält, wie die anderen Landesmediengesetze auch, eine Reihe von Auflagen und Pflichten, welchen die lizenzierten Rundfunkveranstalter nachkommen müssen. Dazu zählen besonders Vorgaben zur Programmgestaltung, wie die Einhaltung journalistischer Grundsätze und die Ausgewogenheit des Programms. Allerdings gibt es in Sachsen einige sehr kleine TV-Veranstalter, die auf geringem Niveau Spartenprogramme produzieren und ihr Programm z.B. nur in einer Antennengemeinschaftsanlage verbreiten. Diese Veranstalter (i.d.R. Vereine) können die Auflagen des Sächsischen Landesmediengesetzes nicht einhalten. Darum gilt das Sächsische Landesmediengesetz erst für Lokal-TV-Veranstalter mit einer Reichweite, die größer ist als 100 Wohneinheiten. Quelle: vgl. SächsPRG §1 (Anwendungsbereich) Abs. 2, Satz 2a

<sup>488</sup> DIW/Hans-Bredow-Institut Hamburg/Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM)(2000): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Bd. 24, S. 195

**Tabelle 49: Übersicht Regional- und Lokal-TV-Sender in Sachsen mit Reichweiten über 10 Tsd. Haushalte**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
Leipzig Fernsehen	15.05.1996	Großraum Leipzig	265 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Dresden Fernsehen/ Drehscheibe Dresden	15.05.1996	Großraum Dresden	730 Tsd. Personen* ca. 331 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Sachsen Fernsehen (Chemnitz Fernsehen)	01.07.1999	Großraum Chemnitz	160 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
KabelJournal	01.06.1992	Landkreise: Aue-Schwarzenberg, Chemnitzer Land, Annaberg ...	217.Tsd. Personen ca. 104 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
eRTV-euro-Regional tv	01.10.1992	Görlitz, Niesky, Rothenburg	203.Tsd. Personen ca. 97 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
VRF Vogtland Regional Fernsehen	15.02.1995	Vogtland-Kreis und Stadt Plauen	ca. 67.Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Erzgebirge-Regional tv (E-R tv)	01.04.1994	Mittleres Erzgebirgskreis	37 Tsd. HH	14tägig aktuelles Programm
MEF Mittel-Erzgebirgs Fernsehen	30.07.1998	Mittleres Erzgebirgskreis	34 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Punkt.1 Oberlausitz TV	15.11.1994	Bautzen, Löbau, Zittau	33 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Elsterwelle TV/Fernsehen (ehem. HOY-TV)	15.12.1992	Hoyerswerda, Kamenz	23 Tsd. HH	Zweitägige Programmaktualisierung
Burgstädter Kabelzeitung (RG Regional-TV)	01.05.2000	Burgstädt Lunzenau Außenbezirk von Chemnitz ...	22 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
eff 3	01.04.1994	Freiberg	20 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Prohlis TV	15.11.1994	Dresden	18 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Kanal Eins	11.12.2000	Stollberg mit OT Ober- und Mitteldorf	17 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Nordsachsen TV	15.02.1995	Delitzsch Eilenburg...	17 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Waldheim TV	5/2002	Waldheim, Kriebeltahl, Hartha, Döbeln	16 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Radio WSW	15.09.1992	Weißwasser	15 Tsd. HH	Aktualisierung zwei mal pro Woche
R3-RegionalTV	01.08.2000	Freital	15 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Regio TV	01.09.1997	Borna Neukieritzsch ...	14 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Riesa TV	04.02.2002	Riesa	14 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Muldental TV	15.12.1998	Muldental	11 Tsd. HH	
Kanal Erzgebirge	01.08.1997	Brand-Erbisdorf	10 Tsd. HH	
Mittelsachsen TV	01.11.1999	Mittweida	10 Tsd. HH	
TV Zwönitztal /tele journal	01.02.1990	Zwönitz u. Umgeb.	10 Tsd. HH	
Regio TV Oberland	01.05.2000	Gaußig, Großpostwitz, Neustadt, ...	10 tsd. HH	

\* inkl. Reichweite des Fensterprogramms "Drehscheibe Dresden" auf VOX

Quelle. SLM, ARiS, Senderangaben

## 12.5.2 Programm- und Vermarktungsverbände

### 12.5.2.1 ARiS

Anfang 1995 gründeten einige lokale Fernsehveranstalter in Sachsen eine Interessengemeinschaft, die später in der "Arbeitsgemeinschaft Regionalfernsehveranstalter in Sachsen" (ARiS) mündete. Wesentliche Ziele der ARiS sind die Schaffung effektiver Bedingungen zur Vermarktung der Lokalfernsehprogramme sowie die Koordination der technischen Weiterentwicklung der Sende- und Distributionstechnik der Regional- und Lokal-TV-Veranstalter in Sachsen.

Mittlerweile besteht die ARiS aus 23 aktiven Mitgliedern deren Lokalprogramme von insgesamt ca. 1,2 Millionen Menschen gesehen werden. Mit der Geschäftsführung wurde die KabelJournal GmbH in Beiersdorf beauftragt.<sup>489</sup>

#### Vermarktung

Bereits 1996 erhielt die Sächsische Rundfunk Werbe Agentur (SARA) von der ARiS den Auftrag für die regionale, nationale und internationale Vermarktung der Regional- und Lokal-TV-Sender in Sachsen.<sup>490</sup> Die 23 sächsischen Regional- und Lokal-TV-Sender werden gemeinschaftlich über das Kabeljournal und die SARA vermarktet. Hinzu kommen die Ballungsraum-TV-Sender Dresden Fernsehen, Leipzig Fernsehen und Sachsen Fernsehen (Chemnitz Fernsehen), deren Reichweiten über die ARiS mitvermarktet werden. Zudem können weitere Sender aus Sachsen-Anhalt, Brandenburg und Thüringen über die ARiS gebucht werden.<sup>491</sup>

Neben der klassischen Spotwerbung vermarktet die ARiS die Gemeinschaftsproduktion "Sächsischer Bilderbogen". Dabei handelt es sich um ein moderiertes Monatsformat mit festen Sendeterminen, das aus ausgewählten Beiträgen der regionalen und lokalen Nachrichtensendungen der beteiligten Regional- und Lokal-TV-Veranstalter besteht. Jeder Sender strahlt dieses Monatsmagazin mindestens einmal pro Woche aus.

#### Technische Weiterentwicklung

In den Jahren 2002/2003 führte die ARiS ein Pilotprojekt in Dresden zur Vernetzung der Lokal-TV-Sender mit den umliegenden Kabelkopfstellen über Satellit durch. Das Projekt "Kopfstellenvernetzung" sieht vor, Lokal-TV-Inhalte als Datensatz über einen Kommunikationssatelliten zu distribuieren. Die Daten-Files werden auf lokalen Sendeabwicklungen in den einzelnen Kabelkopfstationen gespeichert, zu Video-Files zusammengesetzt und nach einer Playlist ausgestrahlt. Dieses Projekt basiert im Wesentlichen auf einem Zentralleitrechner, auf dem die Inhalte verschiedener Lokal-TV-Sender abgespeichert sind. Diese Inhalte sind zuvor über Internetverbindungen zugespielt worden. Darüber hinaus müssen alle beteiligten Sender über ein bestimmtes Content-Management-System verfügen, das diesen Austausch von Videodaten ermöglicht. (vgl. Abschnitt 10.2.4.1.3 Projekt "Kabelkopfstellenvernetzung" der ARiS)

---

<sup>489</sup> [www.lokalfernsehen.de](http://www.lokalfernsehen.de)

<sup>490</sup> Medien Cooperative Audioscop ([www.audioscop.de](http://www.audioscop.de))

<sup>491</sup> ARiS ([www.lokalfernsehen.de](http://www.lokalfernsehen.de))

Das Projekt der Kopfstellenvernetzung über Satellit wird im Jahr 2004 in Sachsen umgesetzt werden. Bisher wollen ca. zehn Lokal-TV-Veranstalter diese Form der Signalführung nutzen.<sup>492</sup>

Seit dem Jahr 2003 wird in der Region Aue/Schwarzenberg darüber hinaus ein Pilotprojekt zur Echtzeit-Zuspielung von Videoinhalten zu Kabelkopfstationen über DAB durchgeführt. (vgl. Abschnitt 10.2.2.8 Digitale Zuführung über DAB/DMB) Beide Pilotprojekte werden hauptsächlich von der SLM im Rahmen der im Sächsischen Privatrundfunkgesetz (SächsPRG) vorgesehenen Technikförderung finanziert.<sup>493</sup> Eine direkte Förderung von Sendetechnik für mittlere und kleine Regional- und Lokal-TV-Sender durch die SLM findet in Sachsen nicht statt.

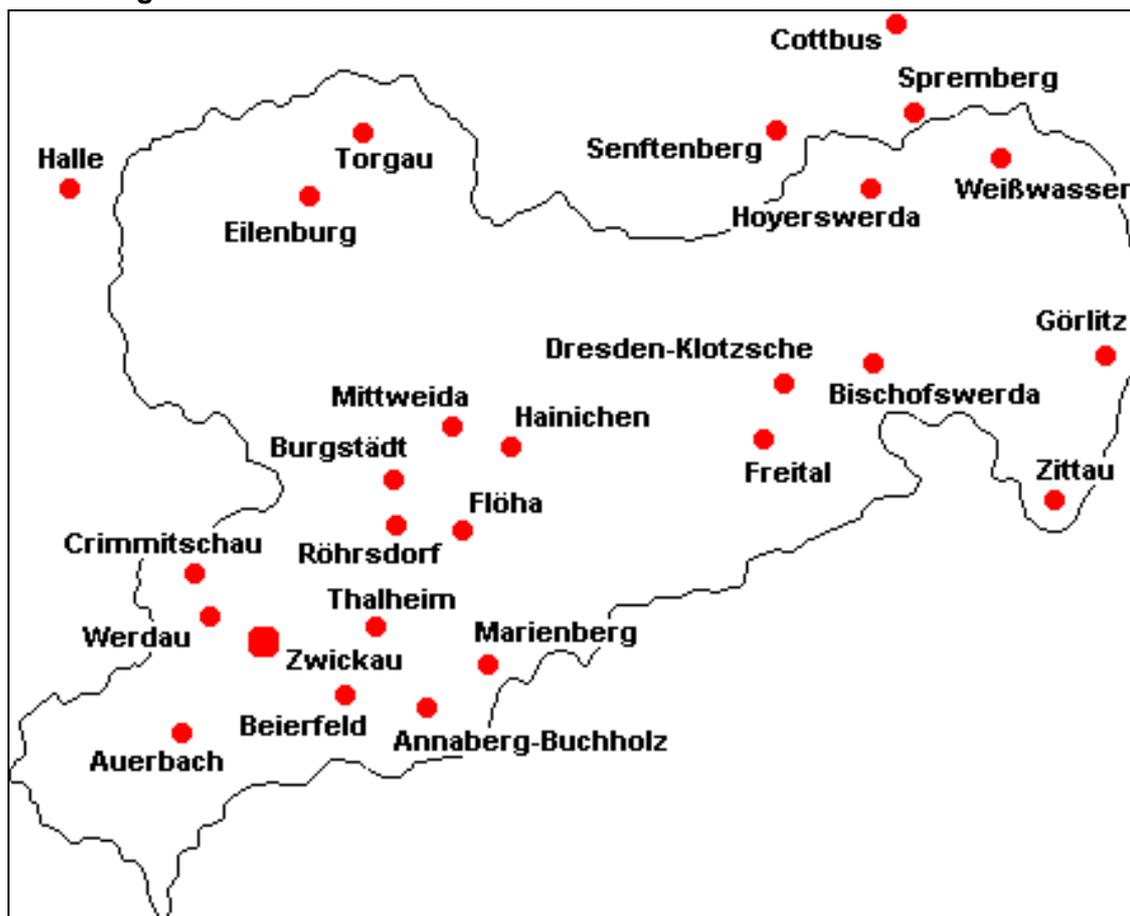
---

<sup>492</sup> Lokal-TV-Sender, die nur eine geringe Anzahl von Kopfstationen bedienen müssen, können die Daten auch als FTP-Download über einen Download per DSL-Verbindung vom Multicast-Server abrufen und sparen sich damit die Kosten für die Satelliten-Übertragung.

<sup>493</sup> SächsPRG §2, Abs. 3: *"1Die Landesanstalt fördert, neben ihrer Aufgabe der Zulassung und Aufsicht über Veranstalter nach diesem Gesetz, die Voraussetzungen für die Veranstaltung und Verbreitung sowie Weiterverbreitung von Rundfunk und Mediendiensten, insbesondere durch Maßnahmen zur Förderung der technischen Infrastruktur zur Versorgung des gesamten Landes und zur Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken.*

<sup>2</sup>*Sie trägt zur Förderung und Entwicklung des Medienstandortes Sachsen bei und wirkt insbesondere darauf hin, dass die Meinungsvielfalt, vor allem kulturelle, kirchliche und soziale Anliegen, gefördert und die Beteiligung neuer mittelständischer Veranstalter sowie die programmliche, technische und wirtschaftliche Entwicklung der in Sachsen zugelassenen und produzierenden Veranstalter unterstützt werden.* <sup>3</sup>*Die Landesanstalt kann mit den für private Veranstalter zuständigen Stellen vor allem auch benachbarter Länder zusammenarbeiten mit dem Ziel, die Bedingungen für die Veranstaltung und Verbreitung von privatem Rundfunk aufeinander abzustimmen, und mit ihnen gemeinsame Zulassungsverfahren durchführen."*

Abbildung 26: Standorte der sächsischen Lokal-TV-Sender im ARiS-Verbund



Quelle: ARiS

### 12.5.2.2 Werbeverbund der Regionalfernsehveranstalter Nordsachsen- Südbrandenburg (Regio-TV)

Neben dem großen Lokal-TV-Senderverbund der ARiS (SARA) existiert in Sachsen noch ein weiterer kleiner Vermarktungsverbund unter dem Namen "Regio-TV". In diesem Vermarktungsverbund haben sich vier räumlich benachbarte Sender aus Nordsachsen und ein Sender aus Südbrandenburg zusammengefunden, um über die lokale Vermarktung der eigenen Programme größeren Werbekunden auch ein regionales Werbeangebot mit größerer Reichweite anbieten zu können.<sup>494</sup>

Tabelle 50: Vermarktungsverbund Regio-TV

Sender	Reichweite
Torgau TV	8.000
Oschatz TV	10.000
Heide TV	2.500
TV Laußig	2.500
Elster TV (Brandenburg)	23.000

Quelle: Regio-TV

<sup>494</sup> www.regio-tv.de

## 12.6 Berlin und Brandenburg

### 12.6.1 Der Regional- und Lokalfernsehmarkt in Berlin und Brandenburg

Der Regional- und Lokal-TV-Markt in Berlin und Brandenburg lässt sich unterteilen in die zwei kommerziellen Ballungsraum-TV-Sender "TV.Berlin" und "FAB" (Fernsehen aus Berlin) und einer Vielzahl sog. "Stadtkanäle" im Land Brandenburg. Darüber hinaus ist in Berlin auch ein sog. "Mischkanal" unter dem Namen "Spreekanal" aktiv. Dieser Mischkanal ist eine bundesweit einmalige Einrichtung. Hier teilen sich 26 eigenständige Veranstalter, jeweils mit eigener Lizenz, den Sonderkanal 10 des Berliner Kabelnetzes, um ein werbefinanziertes Spartenprogramm für Kultur und Minderheiten auszustrahlen.

#### 12.6.1.1 Entwicklung der Ballungsraum-TV-Sender in Berlin

##### **12.5.1.1.1 Regionale Fensterprogramme**

Als 1992 der Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg (MStV) geschlossen wurde, verpflichtete die neugegründete Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) den in Berlin/Brandenburg lizenzierten Sender SAT.1 zur Ausstrahlung eines Regionalfensterprogramms als Gegenleistung für die terrestrische Verbreitung in Berlin und Brandenburg. Das Fenster wurde von Sat.1 selbst produziert. Im Zuge der Lizenzverlängerung im Jahr 1995 wurde Sat.1 jedoch von der Auflage zur Produktion eines Regionalfensters entbunden.

Bereits 1991 hatte der Ballungsraum-TV-Sender FAB von der Berliner Landesmedienanstalt die befristete Lizenz für ein Fensterprogramm auf RTL erhalten. Mit der Zuweisung eigener terrestrischer Übertragungskapazitäten im Jahr 1992 wurde das FAB-Fenster auf RTL eingestellt. (siehe unten)<sup>495</sup>

##### **12.5.1.1.2 Entwicklung von FAB und TV.Berlin**

###### **FAB**

Nachdem alle im Berliner Kabel-Pilotprojekt gestarteten Regional-TV-Sender während der Pilotphase wieder eingestellt worden waren, startete 1991 mit "FAB - Fernsehen aus Berlin" der erste Ballungsraum-TV-Sender im Berliner Kabel. FAB war 1990 als Verbund mittelständischer Fernseh- und Filmproduzenten (u.a. Stefan Aust, dessen Spiegel-TV auf FAB startete) gegründet worden. Im Mai 1991 erhielt FAB eine befristete Sendererlaubnis für ein Fensterprogramm auf RTL Plus, das unter dem Namen "Fenster aus Berlin" ausgestrahlt wurde. Ende Oktober 1992 erhielt FAB dann eine eigene terrestrische Frequenz und das Fensterprogramm auf RTL wurde eingestellt.

Die FAB-Veranstaltergemeinschaft war von Beginn an bestrebt, die Kosten für die Programmproduktion so gering wie möglich zu halten. Man setzte auf günstig produzierte,

<sup>495</sup> ALM (Hrsg.): "Jahrbuch der Landesmedienanstalten – Rundfunk in Deutschland 1995/96", S. 308ff

eigene Inhalte, die mehrfach am Tag in unterschiedlicher Reihenfolge wiederholt wurden. Zeitweise wurde auch das RTL-Mantelprogramm "City-TV" ausgestrahlt. (vgl. Abschnitt 8.2.3.2 Mantelprogramm) Mittlerweile wird mit Programmwiederholungen ein 24-Stunden-Programm ohne Mantel gesendet. Eine eigene tägliche Nachrichtensendung produziert FAB erst seit dem Jahr 2002. Vorher wurden nur die Reportagen und Magazine der Gesellschafter ausgestrahlt.

Der Gesellschafterkreis hat sich seit Gründung von ursprünglich 18 auf inzwischen 22 Gesellschafter erweitert, die das FAB-Programm zu ca. 70 Prozent herstellen. Diese im deutschen Fernsehmarkt einzigartige Struktur der Veranstaltergemeinschaft ermöglicht es FAB, den Sender mit nur 25 Mitarbeitern zu betreiben, weil die übrigen Mitarbeiter (ca. 110 Personen) bei den beteiligten Produktionsfirmen beschäftigt sind. Diese Produktionsfirmen vermarkten ihre Beiträge eigenständig. Vielfach werden die Beiträge auch auf weiteren Regional- und Lokal-TV-Sendern ausgestrahlt.<sup>496</sup>

### **TVB**

Der Ballungsraum-TV-Sender TV.Berlin existiert seit 1993 unter verschiedenen Namen und mit unterschiedlichen Lizenznehmern. Gestartet war der Ballungsraum-TV-Sender unter dem Namen "1A Fernsehen Brandenburg" auf Initiative von Ulrich Schamoni, der bereits mit einem anderen Sendekonzept am Berliner Kabelpilotprojekt teilgenommen hatte. Finanziert wurde der Sender durch Time Warner (damals auch an HH1 beteiligt), George Soros und der Medien-Holding CME von Ronald S. Lauder.<sup>497</sup> Anfang 1996 wurde der Sender mit einer Schuldenlast von 140 Mio. DM in Puls TV umbenannt. Nach insgesamt drei Konzeptänderungen des Programms, die von sieben Geschäftsführern in vier Jahren (zuletzt Dietmar Straube von FrankenFernsehen) durchgeführt wurden, meldete der Sender 1997 Konkurs an. Thomas Kirch, der 1995 bereits tv.münchen aufgekauft hatte, übernahm den Sender und überführte ihn in TV.Berlin.<sup>498</sup>

Zusammen mit tv.münchen und dem Sender Hamburg 1, der im Jahr 2000 von der Kirch Media AG übernommen wurde, produzierte TV.Berlin bis Ende 2000 ca. 50 Mio. Euro Schulden. Ein Grund für die hohen Programmkosten waren laut Aussage der letzten Programm-Chefs Christian Böhmer u.a. die Kosten für die Serien und Spielfilme, die aus den Beständen der Kirch Media AG eingekauft werden mussten.<sup>499</sup> In den nächsten beiden Jahren kamen bei TV.Berlin weitere 15 Millionen Euro Schulden hinzu. Insgesamt produzierten die drei Ballungsraum-TV-Sender von Thomas Kirch und der Kirch Media AG zwischen 1995 und Ende 2002 mehr als 100 Millionen Euro Verlust.<sup>500</sup>

---

<sup>496</sup> FAB Fernsehen aus Berlin GmbH ([www.fab.de](http://www.fab.de))

<sup>497</sup> CME war zu diesem Zeitpunkt auch an FrankenFernsehen und Sachsen Fernsehen beteiligt.

<sup>498</sup> Geschäftsführer wurde Georg Gafron, der in der Folgezeit auch noch die Geschäftsführung des Berliner Radiosenders 100,6 (100% Thomas Kirch) und den Posten des Chefredakteurs bei der Berliner Kaufzeitung "B.Z." übernahm.

<sup>499</sup> Kurp, Mathias: "Fernsehen im Nahraum – Lokal- und Regionalfernsehen zwischen Krise und Konsolidierung" in Funkkorrespondenz 2/2003 (S. 3-10)

<sup>500</sup> Kurp, Mathias: "Fernsehen im Nahraum – Lokal- und Regionalfernsehen zwischen Krise und Konsolidierung" in Funkkorrespondenz 2/2003 (S. 3-10)

Im Rahmen der Kirch-Insolvenz gingen die Sender tv.münchen und TV.Berlin Ende 2002 mehrheitlich in den Besitz des österreichischen Baukonzerns Soravia über, der die beiden Sender in die Medien-Holding Kanal 1 Fernsehbetriebs GmbH eingliederte.<sup>501</sup> Seit Januar 2003 sind TV.Berlin und tv.münchen auch digital über Astra zu empfangen.

**Tabelle 51: Übersicht Ballungsraum-TV-Sender in Berlin**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Verbreitung
FAB Fernsehen aus Berlin	01.02.1991	Berlin und Teile von Brandenburg	3,8 Mio. Personen ca. 1,77 Mio. HH	Analoger Kabelplatz DVB-T
TV.Berlin	15.11.2002 (Neustart)	Großraum Berlin	3,6 Mio. Personen 1,67 Mio. HH	Analoger Kabelplatz Digital über Satellit

Quelle: MABB, Senderangaben

### 12.6.1.2 Die brandenburgischen Stadtkanäle

#### 12.5.1.2.1 Entwicklung und aktuelle Marktstruktur in Brandenburg

In Brandenburg wurden seit 1993 Lizenzen für Lokal-TV-Sender durch die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) vergeben. Derzeit sind 32 Lokal-TV-Sender von der MABB lizenziert und werden als "Brandenburger Stadtkanäle" geführt. Die Stadtkanäle erreichen insgesamt knapp 500 Tsd. Kabel-TV-Haushalte. Zwei Sender werden als Jugendfördervereine ohne kommerzielle Ausrichtung betrieben. Ein Sender operiert als reiner Info-Kanal, ohne Bewegtbildprogramm. Die übrigen 29 Kanäle produzieren in unterschiedlichem Umfang ein kommerziell orientiertes Bewegtbildprogramm. Davon haben 20 Sender eine Reichweite über 10.000 Haushalte. Der größte brandenburgische TV-Sender "Potsdam TV"<sup>502</sup> erreicht technisch über 60 Tsd. Haushalte. Zwei weitere Stadtkanäle mit überdurchschnittlich hohen technischen Reichweiten sind "TV Angermünde" und "LTV Lausitz". Der kleinste Sender mit Bewegtbildprogramm ist der "NIK Neupetershainer Informations- und Kulturkanal" mit ca. 600 angeschlossenen Fernsehhaushalten. Geografisch befinden sich die meisten Kabelnetze und damit auch die meisten Sender im Südosten Brandenburgs.<sup>503 504</sup>

<sup>501</sup> TV.BERLIN NEU Produktionsgesellschaft mbH (www.tvb.de)

<sup>502</sup> Ende Juli 2003 ging das Potsdamer Stadtfernsehen (PSF) als größter Regional-TV-Sender in Brandenburg zum dritten Mal in Insolvenz. Die Ursprünge des Potsdamer Stadtfernsehens gehen zurück auf eine lokale Medieninitiative aus dem Jahre 1995. Der Sender war damals von einigen ehemaligen Defa-Mitarbeitern als eine Art Stadtteilprojekt unter dem Namen "Pplus" gegründet worden. Nach der ersten Insolvenz übernahm der Berliner Medienunternehmer Andreas Pieroth den Sender. Pieroth verlor nach eigenen Angaben mit diesem Engagement jedes Jahr „ein kleines Eigenheim“. Im Jahr 2002 übernahm der Uckermarker Unternehmer Ronald Mundzeck die Lizenz. Mundzeck ist zu einem Drittel an den beiden Lokalsendern "TV Angermünde Lokal" und "TV Eberswalde" im Nordosten Brandenburgs beteiligt. Aus Protest gegen dessen Programmkonzepte kündigte jedoch die komplette Belegschaft von PSF zum Jahresbeginn 2003. Mundzeck musste daraufhin den Sendebetrieb ohne lokale Kompetenz aufnehmen und scheiterte damit nach 6 Monaten Sendebetrieb. Neuer Eigentümer des Senders, der jetzt unter dem Namen "Potsdam TV" auftritt, ist Dieter Resch, der in Brandenburg bereits zwei Lokal-TV-Sender betreibt: "Ruppın TV" und "Prignitz TV". Minderheitseigentümer sind die Geschäftsführer von Oskar TV und Teltowkanal. *Quelle: DJF Medieninfo Juli/August 2003*

<sup>503</sup> Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB)

<sup>504</sup> Liepelt, Klaus: "Lokale TV-Veranstalter in Brandenburg – Märkte, Programme, Technik", Schriftenreihe der MABB Medienanstalt Berlin-Brandenburg (Hrsg.) Band 11, Berlin 2001

Der jährliche Werbeumsatz der Regional- und Lokal-TV-Sender in Brandenburg betrug im Jahr 1999 zwischen 30 Tsd. und 495 Tsd. Euro. Durchschnittlich erwirtschafteten die Lokal-TV-Sender damit 175 Tsd. Euro pro Jahr.<sup>505</sup> Die Studie "Beschäftigung und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" ergab, dass die Kostendeckung der Brandenburger Stadtkanäle Ende 2000 bei ca. 86 Prozent lag.<sup>506</sup>

**Tabelle 52: Übersicht Regional- und Lokal-TV-Sender in Brandenburg mit Reichweiten über 20 Tsd. Haushalte**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
TV Angermünde Lokal (TVAL)*	10.05.1993	Stadt Angermünde und Umland	82 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Potsdam TV	01.12.1997	Potsdam und Umgebung	68 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
LTV Lausitz /Cottbus	1993	Cottbus, Gallinchen, Groß Gaglow, ...	59 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
SKB Stadtfernsehen	1996	Brandenburg an der Havel	39 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
FF Frankfurt Fernsehen	01.11.1998	Frankfurt/Oder	38 Tsd. HH	Aktualisierung 2-mal pro Woche
OSR Fernsehen	02.12.1994	Boblitz, Calau, Lübben, Lübbenau, Vetschau ...	35 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
teltOwKanal/ tv lu	1995	Teltow und Umgebung	29 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Oberhavel TV	01.09.1996	Birkenwerder, Glienicke, Hennigsdorf, Oranienburg ...	28 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Ruppiner TV**	1995	Ruppiner, Wittstock	32 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Prignitzer TV**	1995	Prignitz	26 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
H-TV Havelländisches Fernsehen	01.07.2002	Nauen, Rathenow	23 Tsd. HH	k.A.
OSF Oder-Spree-Fernsehen	1994	Eisenhüttenstadt, Neuzelle	23 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
OSKAR TV	1995	Fürstenwalde	21 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
WMZ TV Senftenberg	1995	Senftenberg, Lauchhammer ...	21 Tsd. HH	Aktualisierung 2-mal pro Woche
Elster TV	01.09.1996	Elsterwerda	20 Tsd. HH	Aktualisierung alle 2 Wochen

\* Die Betreibergesellschaft von TVAL produziert auch den kleinen Stadtkanal TVE Fernsehen für Eberswalde (Reichweite 16. Tsd. HH)

<sup>505</sup> Liepelt, Klaus: "Lokale TV-Veranstalter in Brandenburg – Märkte, Programme, Technik", Schriftenreihe der MABB Medienanstalt Berlin-Brandenburg (Hrsg.) Band 11, Berlin 2001

<sup>506</sup> Quelle: DIW/Hans-Bredow-Institut Hamburg/Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Bd. 24, S. 155

### **12.5.1.2.2 Vermarktungskoooperation BFN**

Anfang 1998 gründeten die lokalen Kabelfernsehveranstalter in Brandenburg das "Brandenburgische FernsehNetz e.V." (BFN). Zur Zeit sind 16 der 29 lokalen Fernsehveranstalter in Brandenburg Mitglied im BFN (u.a. FAB Fernsehen aus Berlin). Das BFN wirkt sowohl als medienpolitische Interessenvertretung der Brandenburger Regional- und Lokalfernsehsender als auch als (über-)regionaler Vermarktungsverbund. Zu diesem Zweck wurde die Agentur BFN-Media-Pool GmbH gegründet. Aufgrund der unterschiedlichen Programmformate werden bei der Vermarktung der Sendezeit keine konkreten Uhrzeiten definiert. Den Werbekunden wird jedoch garantiert, dass jeder Werbespot pro Tag zur Prime Time zwischen 18 bis 22 Uhr mindestens viermal geschaltet wird.

Als Gemeinschaftsprogramm wird das 30minütige "Brandenburg Journal" produziert. Das Brandenburg Journal ist ein 14tägig aktualisiertes Magazin, das in unterschiedlicher Häufigkeit auf 14 der BFN-Mitgliedssender ausgestrahlt wird. Die angeschlossenen Regional- und Lokal-TV-Veranstalter übersenden innerhalb dieser Zeit ausgesuchte Beiträge zum Lokal-TV-Sender Oskar-TV in Fürstenwalde, wo die Beiträge zu einem Magazin zusammengeführt werden. Oskar-TV akquiriert für diese Magazinsendung jeweils ein Sponsor-Unternehmen (häufig Hotels), das in der Rahmenmoderation präsentiert wird.

Derzeit erwirtschaftet das Brandenburg Journal als gemeinschaftliche Vermarktungsfläche noch keine wesentlichen Erträge für die beteiligten Lokal-TV-Sender. Zukünftig sollen jedoch weitere Magazinformate entwickelt werden, um der werbungstreibenden Wirtschaft weitere Programmflächen für überregionale TV-Werbung anbieten zu können.<sup>507</sup>

Hierfür wird eine digitale Sendervernetzung über Satellit angestrebt, um sowohl den Programmaustausch als auch die Programmzuführung zu den Kabelkopfstationen in Echtzeit realisieren zu können und damit einer größeren Anzahl von Sendern eine tagesaktuelle Programmproduktion zu ermöglichen. Dieses Projekt wird ausführlich in Abschnitt 10.2.2.1.2 (Kabelkopfstellennetz über dezentrale Satellitenplattformen) dargestellt. Die Realisierung des Projekts ist jedoch von einer Finanzierung durch die Medienanstalt Berlin-Brandenburg abhängig. Ob die MABB die Investitionskosten für dieses Projekt trägt, ist derzeit ungewiss.

## **12.6.2 Landesspezifische Fördermaßnahmen**

Bislang hat die Medienanstalt Berlin-Brandenburg ihre finanzielle Förderung auf die Umstellung privater Rundfunkveranstalter auf digitale Produktion und Verbreitung von Programmen sowie für den DAB- und DVB-T-Sendernetzaufbau verwendet. Nach Maßgabe des Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg (MStV) findet die Förderung jedoch unter Berücksichtigung der tatsächlichen

---

<sup>507</sup> Ein weiteres Magazin, das auf mehreren Lokal-TV-Sendern ausgestrahlt wird, ist das "Lausitz-Magazin" des Lokal-TV-Senders OSR. OSR ist gleichzeitig Gesellschafter bei FAB, daher läuft das Magazin auch hier. Zudem wird das Lausitz-Magazin auch auf L-TV übertragen.

Reichweite digitaler Übertragungsformen statt.<sup>508</sup> Dies bedeutet, dass erst bei einer entsprechenden Marktreife und damit verbundenen Reichweite Fördergelder für die digitale Verbreitung gewährt werden. Bei der Auswahl der zu fördernden Unternehmen ist das jeweilige medienwirtschaftliche Engagement in der Region Berlin-Brandenburg (z.B. Schaffung von Arbeitsplätzen) besonders zu berücksichtigen.<sup>509</sup> Diese Vorgaben ließen eine direkte Förderung der Lokal-TV-Sender in Brandenburg bislang nicht zu. Es wurden lediglich vereinzelte Fortbildungs- und Schulungsmaßnahmen für die Lokal-TV-Sender durchgeführt sowie mehrere Marktstudien in Auftrag gegeben.

---

<sup>508</sup> vg. MStV§ 46 (Erprobung neuer Nutzungsformen), Abs. 3

<sup>509</sup> vg. MStV§ 46 (Erprobung neuer Nutzungsformen), Abs. 5

## 12.7 Thüringen

### 12.7.1 Der Regional- und Lokalfernsehmarkt in Thüringen

#### 12.7.1.1 Entwicklung und aktuelle Marktstruktur des Regional- und Lokalfernsehens in Thüringen

In Thüringen wurde erst 1996 die gesetzliche Grundlage geschaffen, Lizenzen für Lokalfernsehen in Kabelanlagen zu erteilen. Davor war in Thüringen lediglich der Betrieb von Infokanälen mit Kabeltext- und Bildtafelangeboten möglich. Zur Zeit sind 17 Lokal-TV-Sender mit Reichweiten zwischen 5.600 Haushalten und 110 Tsd. Haushalten aktiv. Davon verfügen 12 Sender über eine Reichweite von über 10 Tsd. Haushalten. Die Sender K28 (Sendegebiet um den Kyffhäuser Berg) und Werra TV werden zudem terrestrisch verbreitet. Ein weiterer größerer Lokal-TV-Sender, K4 in Weimar, mit einer Reichweite von 25.400 Haushalten, musste Ende 2002 aus finanziellen Gründen den Sendebetrieb einstellen.

**Tabelle 53: Übersicht Regional- und Lokal-TV-Sender in Thüringen mit Reichweiten über 10 Tsd. Haushalte**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
K28	01.10.2002	Region um den Kyffhäuser Thüringen u. Sachsen-Anhalt	110 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
erfurt.tv	01.03.1998	Erfurt, Arnstadt	77 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
plus.tv / SÖM-TV	12.08.2002	Gera und Umgebung und Sömmerda	58 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Jena TV	01.06.1998	Jena und Stadtroda	33 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
TV Südthüringen (TV.S)	01.12.1997	Suhl, Oberhof, Dietzhausen, Zella-Mehlis ...	33 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Werra TV	14.11.1997	Wartburgkreis, LK Schmalkalden-Meiningen, Eisenach ...	29 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Gotha TV	01.06.1999	Gotha, Georgenthal und Umgebung	25 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
TV-Altenburg	01.06.1998	Altenburg, Meuselwitz	18 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
MK TV	01.05.2001	Mühlhausen, Bad Langensalza	16 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Rudolstadt TV	01.05.2002	Rudolstadt, Kirchhasel	12 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Sonnenberger Regionalfernsehen (SRF)	01.05.1999	Sonneberg, Mengersgereuth-Hämmern ...	12 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Saale-Info-Kanal	01.11.1997	Saalfeld, Rudolstadt	13 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm

Quelle: TLM und Senderangaben

Im Rahmen der Studie "Beschäftigung und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" wurde die Wirtschaftlichkeit von 6 Lokal-TV-Sendern in Thüringen erhoben. Die Befragung ergab, dass der durchschnittliche Kostendeckungsgrad der erfassten Sender Ende 2000 bei 67 Prozent lag. Hier gilt jedoch zu berücksichtigen,

gen, dass eine Vielzahl der Sender zu diesem Zeitpunkt erst ein oder zwei Jahre im Betrieb waren und sich damit noch in der Anlaufphase befanden.<sup>510</sup>

### 12.7.1.2 Vermarktungsverbund AG Plus TV

In Thüringen hat der Lokal-TV-Sender "Plus TV"<sup>511</sup> einen Vermarktungsverbund unter dem Namen "AG Plus TV" gegründet, an dem die Mehrzahl der in Thüringen aktiven Lokal-TV-Sender beteiligt ist oder zumindest auf Projektbasis bei den bislang nur vereinzelt akquirierten, landesweiten Werbespot-Buchungen kooperiert. Vermarktet wird das Gesamtpaket von den Verkäufern der einzelnen Lokal-TV-Sender sowie über einzelne regionale Werbeagenturen.

Für die gemeinschaftliche Vermarktung wurde eine einheitliche Preisliste entwickelt. Der Sender, der die Werbung akquiriert hat, erhält eine Provisionszulage. Einzige Voraussetzung für die Teilnahme am Werbeverbund ist, dass jeder Sender die Werbespots mindestens achtmal täglich ausstrahlt, davon mindestens zweimal in der Prime Time (18 bis 20 Uhr).

## 12.7.2 Landesspezifische Fördermaßnahmen

Die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) fördert die Kosten der terrestrischen und der kabelgebundenen Verbreitung der Regional- und Lokal-TV-Sender in Thüringen. In jedem Haushaltsjahr ist dafür ein Höchstbetrag von 200 Tsd. Euro vorgesehen. Bislang ist geplant, die Förderung Ende 2004 einzustellen.

Mit der Förderung der Leitungs- und Einspeisungskosten sind jedoch programmliche und technische Mindestvoraussetzungen verbunden: Zum einen müssen Sender, die eine Förderung beantragen, an mindestens drei Tagen pro Woche Originärprogramm ausstrahlen und die wöchentliche Gesamtsendezeit von mindestens 90 Minuten darf nicht unterschritten werden. Darüber hinaus werden nur Sender gefördert, die über eine Mindestreichweite von 10 Tsd. Haushalten verfügen.

Für die Förderung von Signalzuführungs- und Durchleitungskosten im Kabel kann jeder Regional- und Lokal-TV-Veranstalter nur die Einspeisungskosten in ein Kabelnetz geltend machen. Die Förderung der terrestrischen Verbreitung der Sender K 28 und Werra-TV wurde 2002 auf jährlich sinkende Festbeträge umgestellt: Im Jahr 2002 40 Tsd. Euro, im Jahr 2003 25 Tsd. Euro und im Jahr 2004: 30 Tsd. Euro.<sup>512</sup>

---

<sup>510</sup> DIW/Hans-Bredow-Institut Hamburg/Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Bd. 24, S. 155

<sup>511</sup> Plus TV wird von der Firma Desotron Design Software Elektronik GmbH in Sömmerda produziert. ([www.ag-plus.tv](http://www.ag-plus.tv))

<sup>512</sup> Richtlinie für die Förderung der terrestrischen und kabelgebundenen Verbreitung von lokalen Fernsehprogrammen (Förderrichtlinie Lokalfernsehen) vom 26. März 2001 in der Fassung vom 29. Oktober 2002

## 12.8 Sachsen-Anhalt

### 12.8.1 Der Regional- und Lokalfernsehmarkt in Sachsen-Anhalt

#### 12.8.1.1 Entwicklung und aktuelle Marktstruktur des Regional- und Lokalfernsehens in Sachsen-Anhalt

Die Einführung von Lokalfernsehen fand in Sachsen-Anhalt erst relativ spät statt. Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) initiierte im Jahr 1997 das Pilotprojekt "Kommerzielles Fernsehen in ausgewählten Kabelnetzen".

Die Programmveranstalter erhielten hier zunächst zeitlich befristete Lizenzen zur Veranstaltung von Regional- und Lokal-TV-Programmen sowie von Videotext- und Kabelzeitungsangeboten. Die Größe der einzelnen Kabelnetze unterschied sich dabei deutlich voneinander. Neben größeren kommerziellen Veranstaltern, die zum Teil bereits Mitarbeiter einstellten, lizenzierte die MSA auch Sender mit sehr kleiner Reichweite, die ihr Programm auf ehrenamtlicher, unentgeltlicher Basis produzieren.

Gegen Ende der Projektphase hatten die im Rahmen des Pilotprojekts zugelassenen lokalen Anbieter die Möglichkeit, einen Antrag auf Zulassung für den "Regelbetrieb" zu stellen. Diese Möglichkeit nutzten fast alle Teilnehmer, so dass zur Zeit 16 kleinere und größere lokale, kommerzielle Fernsehveranstalter in Sachsen-Anhalt zugelassen sind. Davon verfügen acht Sender über eine Reichweite von mehr als 10 Tsd. Haushalten. Drei Sender erreichen in ihren Ortschaften weniger als 100 Haushalte. Sie strahlen nur sporadisch bzw. überhaupt kein Bewegtbildprogramm aus.<sup>513</sup>

Die Analyse der Wirtschaftlichkeit der Regional- und Lokal-TV-Sender in Brandenburg durch das DIW im Rahmen der Studie "Beschäftigung und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" ergab, dass die Kostendeckung der 10 erfassten regionalen und lokalen Kabel-TV-Sender in Sachsen-Anhalt im Jahr 2000 bei 92 Prozent lag.<sup>514</sup>

<sup>513</sup> Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA)

<sup>514</sup> Quelle: DIW/Hans-Bredow-Institut Hamburg/Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Bd. 24, S. 202

**Tabelle 54: Übersicht Regional- und Lokal-TV-Sender in Sachsen-Anhalt mit Reichweiten über 10 Tsd. Haushalte**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
MDF.1	01.12.1997	Magdeburg, Stendal ...	130 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
TV Halle	05.04.1998	Stadt Halle und Umland	117 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
WSF Welle Süd	Jan. 1998	Weissenfels, Zeitz Merseburg, Leuna ...	80 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
RFH	03.10.1997	Aschersleben, Blankenburg, Quedlinburg, Halberstadt, Wernigerode ...	70 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
TV Dessau	02.02.1998	Dessau, Aken, Rosslau	47 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Bitterfeld RBW	01.10.1997	Köthen, Bitterfeld, Wolfen	38 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
PUNKTum Fernsehen	01.12.1997	Hettstedt, Lutherstadt Eisleben, Sangerhausen, ...	35 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Schönebecker Elbkanal	29.10.1998	Schönebeck, Calbe	20 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm

Quelle: MSA, Senderangaben

### 12.8.1.2 Programm- und Vermarktungsverbund FSA

Seit 1999 existiert in Sachsen-Anhalt ein Programm- und Vermarktungsverbund unter dem Namen "Fernsehen aus Sachsen-Anhalt" (FSA). In diesem Vermarktungsverbund sind die größeren Regional- und Lokal-TV-Sender aus Sachsen-Anhalt vertreten: MDF.1, TV Halle, WSF – Welle Süd Fernsehen, TV Dessau, PUNKTum Fernsehen. Hinzu kommen die kleinen Stadtkanäle TV Dittfurt und SKB (Blankenburg).

Diese Sender haben sich zu einer "Sachsen-Anhalt-Kombi" zusammengeschlossen. Dies bedeutet, dass jeder Sender seinen Kunden nach Möglichkeit neben den eigenen Werbekapazitäten auch die Werbemöglichkeiten der Kombi anbietet. Diese Sachsen-Anhalt-Kombi ist auch über den thüringischen Vermarktungsverbund AG Plus.TV buchbar. (vgl. 12.6.1.2 Vermarktungsverbund AG Plus TV)

Darüber hinaus produziert dieser Vermarktungsverbund unter der Leitung von MDF.1 in Magdeburg ein monatliches, moderiertes Regionalmagazin mit dem Namen "Regionalzeit FSA", in dem ausgewählte Beiträge der beteiligten Sender zusammengeführt werden. Die Vermarktung dieses Magazins wird derzeit vornehmlich durch MDF.1 realisiert.

### 12.8.2 Landesspezifische Fördermaßnahmen

Die Sender, die in der Pilotphase ihren Sendebetrieb aufnahmen, erhielten von der MSA finanzielle Unterstützung, die jedoch gem. des Landesmediengesetzes zeitlich

auf maximal zwei Jahre begrenzt war.<sup>515</sup> Eine weiterführende, direkte finanzielle Förderung der kommerziellen Regional- und Lokal-TV-Sender durch die MSA findet in Sachsen-Anhalt zur Zeit nicht statt.

Im Rahmen des DAB Pilotprojektes führt das Projektbüro Digitaler Rundfunk der MSA ein Pilotprojekt zur Übertragung von digitalen Fernsehsignalen über DAB durch. Ziel dieses speziellen DAB-Pilotprojektes ist es, den DAB-Sender für die Signalzuführung hochkomprimierter MPEG-4-Videodaten in Echtzeit zu einzelnen Kabelkopfstationen zu nutzen. Erprobt wird diese Technologie derzeit in Weißwasser (in der Nähe von Halle) zusammen mit dem Lokal-TV-Sender Welle Südfernsehen. (vgl. Abschnitt 10.2.2.8 Digitale Zuführung über DAB/DMB)

Die gesetzliche Basis hierfür stellt § 44 MedienG LSA (Pilotprojekte und Medienforschung) dar, wonach die Förderung von Pilotprojekten zur Erprobung neuer Übertragungstechniken, neuer Rundfunkangebote und neuer Mediendienste durch die MSA ermöglicht wird.

## 12.9 Mecklenburg-Vorpommern

In Mecklenburg-Vorpommern wurden nach der Novelle des Landesmediengesetzes im Jahre 1994 im Rahmen eines Pilotprojektes für regionales Fernsehen zwei terrestrische Frequenzen ausgeschrieben. Nach Beendigung der fünfjährigen Projektlaufzeit stellten jedoch beide Pilotsender ihren Sendebetrieb wieder ein, weil der Sendebetrieb ohne zusätzliche Fördermittel für die terrestrische Signalübertragung nicht aufrecht erhalten werden konnte.<sup>516</sup>

Mit Einführung des aktuellen Mediengesetzes des Landes Sachsen-Anhalt (MedienG LSA) im Jahr 2000 wurden die ersten regionalen und lokalen Kabel-TV-Veranstalter lizenziert. Im Vorfeld hatten sich einige Veranstalter bereits im gesetzlich eng begrenzten Veranstaltungfernsehen (zeitlich begrenzte Fernsehlicenzen für die Übertragung von Veranstaltungen) betätigt.<sup>517</sup>

Mittlerweile werden in Mecklenburg-Vorpommern 18 Regional- und Lokal-TV-Programme produziert, die in ca. 50 Ortschaften verbreitet werden. Davon verfügen 11 kommerzielle Sender über eine technische Reichweite von mehr als 10 Tsd. Haushalten. Die Sender mit der größten Reichweite sind "tv.rostock" und "SN TV" in Schwerin. Die kleineren Sender werden häufig von den ortsansässigen Kabelnetzbetreibern produziert.

<sup>515</sup> vgl. MedienG LSA § 44, Abs. 1

<sup>516</sup> Altrogge, Michael et. al.: "Lokal-TV zwischen Heimat- und Regionalfernsehen – Anbieter und Nutzer des privaten Lokalfernsehen in Sachsen", Schriftenreihe der SLM, Berlin 1999, S. 16 ff

<sup>517</sup> Faktor Wirtschaft 7, 2002, S.5 ff

SN.TV ging im März 2003 als letzter größerer Regional-TV-Sender in Mecklenburg-Vorpommern auf Sendung, nachdem die Lizenz aufgrund konkurrierender Lizenzbewerber und fehlender Übertragungskapazitäten im Kabel bereits seit dem Jahr 2000 ausgeschrieben war.<sup>518</sup>

Im Jahr 2002 wurde die "Landesgemeinschaft für lokales Fernsehen in Mecklenburg-Vorpommern" neu gegründet. Sie stellt jedoch im Augenblick lediglich eine Interessensgemeinschaft der regionalen und lokalen Kabel-TV-Sender dar.

Eine finanzielle Förderung der regionalen und lokalen Kabel-TV-Programme durch die Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ) findet derzeit nicht statt.<sup>519</sup>

**Tabelle 55: Übersicht Regional- und Lokal-TV-Sender in Mecklenburg-Vorpommern mit Reichweiten über 10 Tsd. Haushalte**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
tv.rostock	01.03.2001	Rostock	100 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
SN.TV	04.03.2003	Schwerin	53 Tsd. HH	Tagesaktuelles Programm
Peene TV	12.05.01	Loitz, Demmin, Stavenhagen	85 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Harlekin TV	05.04.2002	Neubrandenburg Neustrelitz	30 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Greifswald TV	01.01.2001	Greifswald	25 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Info 3 Fernsehen aus Wismar	21.05.2001	Wismar	20 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
GIK TV (GESIKO mbH)	10.07.2001	Pasewalk	27 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Hallo Güstrow	01.02.2002	Güstrow	15 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
Wolgast TV	29.11.2000	Usedom, Wolgast	13 Tsd. HH	Dreimal wöchentlich aktualisiertes Programm
FAS Fernsehen am Stralsund / Grimmen TV	27.11.2000 01.08.2003	Stralsund, Grimmen	mehr als 10 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm
RÜGEN campus e.V.	30.05.01	Insel Rügen	mehr als 10 Tsd. HH	Wochenaktuelles Programm

Quellen: LRZ, Senderangaben

<sup>518</sup> Schweriner Volkszeitung 28.12.2002: "Lokalfernsehen flimmert wieder"

<sup>519</sup> Faktor Wirtschaft 7, 2002, S.5 ff

## 12.10 Schleswig-Holstein

### Regionale Fensterprogramme

Nach dem schleswig-holsteinischen Landesrundfunkgesetz (LRG) sollen bundesweit verbreitete Fernsehprogramme, die in Schleswig-Holstein terrestrisch verbreitet werden, regionale Fensterprogramme ausstrahlen.<sup>520</sup> Dementsprechend veranstalten RTL und SAT 1 mit "Guten Abend RTL" und "SAT.1 17:30 live" regionale Fensterprogramme für Schleswig-Holstein. Das Sat.1-Fenster ist ein Gemeinschaftsprogramm für Hamburg und Schleswig-Holstein und wird in Hamburg produziert.<sup>521</sup>

Neben RTL und SAT 1 ist auch NEUN LIVE über eine terrestrische Frequenz im südlichen Schleswig-Holstein und in Hamburg über Hausantenne zu empfangen und strahlt ebenfalls ein regionales Fensterprogramm aus.<sup>522</sup> Dieses Fensterprogramm wird von der Firma TVIN Television in Schleswig-Holstein GmbH unter dem Namen "Die Woche in Schleswig-Holstein" produziert und einmal in der Woche, am Sonntagnachmittag, gesendet. TVIN ist eine Tochtergesellschaft der a+m Mediengruppe, die auch das regionale Fernsehprogramm für Kiel und Umgebung "R24" produziert.<sup>523</sup>

### Kabelpilotprojekt Kiel

Nachdem im Jahr 1999 eine sog. "Versuchsklausel" in das schleswig-holsteinische Landesrundfunkgesetz (LRG) aufgenommen worden war, ist die Veranstaltung privater regional-lokaler Fernsehprogramme in Form von Pilotprojekten in Schleswig-Holstein zulässig.<sup>524</sup>

Anfang Februar 2002 ging in Kiel das erste schleswig-holsteinische Kabelpilotprojekt für werbefinanziertes regional-lokales Fernsehen unter der Dachmarke "KIEL+TV" auf Sendung. Die auf drei Jahre begrenzte Pilotlizenz für ein regional-lokales Fernsehpro-

<sup>520</sup> LRG § 15 (Inhalt der Zulassung), Abs. 3: " In bundesweit verbreitete Fernsehvollprogramme sollen bei drahtloser Verbreitung durch erdgebundene Sender in Schleswig-Holstein Fensterprogramme aufgenommen werden, die aktuell die Ereignisse des politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens in Schleswig-Holstein darstellen. Mit der Organisation der Fensterprogramme ist zugleich deren Finanzierung durch die bundesweiten Veranstalter sicherzustellen. Die Landesanstalt stimmt die Organisation der Fensterprogramme in zeitlicher und technischer Hinsicht unter Berücksichtigung der Interessen der betroffenen Veranstalter mit den anderen Landesmedienanstalten ab."

<sup>521</sup> Durch detaillierte Zulassungsaufgaben wird dabei gewährleistet, dass jeweils ein speziell auf Schleswig-Holstein ausgerichtetes Nachrichtenfenster ausgestrahlt wird und der Umfang der Schleswig-Holstein-bezogenen Berichterstattung in der übrigen Sendezeit den der sonstigen Berichterstattung nicht unterschreitet. *Quelle: Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR)*

<sup>522</sup> Da NEUN LIVE kein Vollprogramm ist, findet § 15 Abs. 3 LRG auf dieses Programm im Prinzip keine Anwendung. Dennoch hat sich NEUN LIVE (damals TM3) im Zulassungsverfahren dazu verpflichtet, ein regionales Fensterprogramm zu veranstalten.

<sup>523</sup> Die a+m Mediengruppe erstellt für Sat.1, RTL, und ProSieben als Dienstleister eine Reihe von Auftragsproduktionen. *Quelle: www.tvsh.com*

<sup>524</sup> LRG § 74 (Pilotprojekte, Betriebsversuche): "(1) Die Durchführung zeitlich befristeter und regional begrenzter Pilotprojekte sowie Betriebsversuche mit neuen Techniken, Programmen und Mediendiensten sind zulässig. Im Rahmen von Pilotprojekten und Betriebsversuchen gelten die Vorschriften dieses Gesetzes unter Berücksichtigung der in der Ausschreibung genannten Versuchsziele entsprechend.

(2) Die Landesanstalt soll von den Veranstaltern und Anbietern in angemessenen zeitlichen Abständen einen Erfahrungsbericht über die laufenden Pilotprojekte und Betriebsversuche sowie nach deren Abschluss eine jeweilige Auswertung verlangen."

gramm wurde an die Anbietergemeinschaft, bestehend aus der Firma "LOKAL SH-TV GmbH" (LOKAL TV)<sup>525</sup> und der Firma "24sieben Produktionen-TV-Service- und Redaktionsgesellschaft mbH" (R24)<sup>526</sup>, vergeben. LOKAL TV und R24 wurden zunächst täglich von 18:20 Uhr bis 19:30 Uhr ausgestrahlt und am Folgetag zwischen 10 und 11 Uhr wiederholt. In der übrigen Zeit verbreitete "Euronews" sein Programm auf dem Kabelplatz (Kanal-Sharing).

Nachdem eine im Auftrag der Unabhängigen Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) von dem Forschungsinstitut EMNID durchgeführte Nutzungs- und Akzeptanzuntersuchung<sup>527</sup> zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für das Kieler Kabelpilotprojekt u. a. eine Sendezeitausweitung empfohlen hatte, beschloss der ULR-Medienrat im Februar 2003, die Sendezeit für das Kieler Kabelpilotprojekt auf acht Stunden (16 bis 24 Uhr) pro Tag zu verlängern.

Seit Januar 2003 musste LOKAL TV jedoch aufgrund der in einem Jahr aufgelaufenen Kosten und der schwierigen Refinanzierungslage das Programmangebot auf zwei Stunden pro Woche reduzieren. Es wurden 9 der 13 Mitarbeiter entlassen.<sup>528</sup> Im Juli 2003 änderte der ULR-Medienrat die Zulassung für das Kieler Kabelpilotprojekt. Rückwirkend zum 15.06.2003 wurde alleinige Lizenznehmerin die Firma 24sieben TV-Service- und Redaktionsgesellschaft mbH. Diese wurde verpflichtet, einmal wöchentlich, jeweils donnerstags von 20:15 Uhr bis 22:15 Uhr, das zweistündige Fensterprogramm der LOKAL SH-TV GmbH auszustrahlen.<sup>529</sup>

R24 produziert mittlerweile ein regional-lokales Nachrichten- und Informationsprogramm, das im Split-Screen-Modus gesendet wird. Das Videoprogramm besteht aus Zwanzig-Minuten-Blöcken und wird im Anschluss wiederholt, wobei einzelne Programmbestandteile mehrmals täglich ausgetauscht bzw. aktualisiert werden.<sup>530</sup> Parallel zum Fernsehprogramm strahlt R24 über Banner und Laufbänder Zusatzinformationen und Werbung aus.

---

<sup>525</sup> [www.lokal-tv-kiel.de](http://www.lokal-tv-kiel.de)

<sup>526</sup> [www.region24.tv](http://www.region24.tv)

<sup>527</sup> vgl. Horstmann, Reinhold (TNS Emnid): "Kieler Kabelpilotprojekt – Nutzungs- und Akzeptanzuntersuchung von KIEL+TV", Schriftenreihe der ULR "Themen.Thesen.Theorien" Bd. 21, Kiel 2003

<sup>528</sup> epd medien Nr. 2 vom 11.1.2003

<sup>529</sup> Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) ([www.ulr.de](http://www.ulr.de))

<sup>530</sup> Das Programm besteht aus einem Zehn-Minuten-Block mit lokalen Nachrichten, Sportergebnissen und Wetterinformationen. Zusätzlich werden Kinotrailer, Gesundheitstips, Service-Informationen etc. ausgestrahlt. *Quelle: R24*

**Kabelpilotprojekt Norderstedt**

Im Juli 2002 wurde im Kabelnetz der Firma wilhelm.tel GmbH in Norderstedt (bei Hamburg) das zweite Kabelpilotprojekt für regional-lokales Fernsehen in Kombination mit auf die Region bezogenen Mediendiensten gestartet. Für die im Rahmen dieses Kabelpilotprojekts zur Verfügung stehende analoge und eine digitale Übertragungskapazität erhielten insgesamt drei Anbieter eine Zulassung:

- on air new media GmbH für das Programm NOA4 (analog und digital),
- 24sieben TV-Service- und Redaktionsgesellschaft mbH für das Programm R22 (analog und digital), und
- APF AKTUELL Presse-Fernsehen GmbH & Co.KG für den Mediendienst NORDERSTEDT.TV (digital).

Bislang hat lediglich NOA4 den Sendebetrieb auf dem analogen Kanal aufgenommen und sendet dort täglich in der Zeit von 18:30 Uhr bis 12 Uhr und 12:30 Uhr bis 18 Uhr. In der übrigen Zeit soll ab 2004 R22 auf Sendung gehen. NOA4 wird von der on air new media GmbH veranstaltet, einer 100prozentigen Tochter der ATKON AG, die u.a. eine Reihe von Unternehmens-TV-Sendungen wie "Bahn-TV", "Wella-TV", "Daimler Chrysler TV" u.a. produziert.<sup>531</sup>

Eine direkte finanzielle Förderung dieser Pilotprojekte durch Landesmedienanstalt findet nicht statt.

**Tabelle 56: Übersicht Regional- und Lokal-TV-Sender in Schleswig-Holstein**

Sender	Sendestart	Verbreitungsgebiet	Technische Reichweite	Programm
R24 24sieben produktionen gmbh	Februar 2002	K.E.R.N.-Gebiet Kiel, Eckernförde, Rendsburg, Neumünster	360 Tsd. Personen 174 Tsd. HH	20 Min. Split-Screen-Format mehrmals tägl. aktualisiert Kanal-Sharing mit Euro-Sport
Lokal-TV Kiel	Februar 2002	Kiel, Eckernförde, Rendsburg, Neumünster	360 Tsd. Personen 174 Tsd. HH	2-stündiges Fensterprogramm einmal wöchentlich bei R24
NOA4	Juli 2002	Norderstedt	20 Tsd. HH	Tagesaktuelles 30-Minuten-Format

Quelle: Senderangaben