

## **5. UMSÄTZE UND WIRTSCHAFTLICHKEIT REGIONALER U. LOKALER FERNSEH- SENDER**

### **5.1 Umsätze regionaler und lokaler Fernsehsender in Deutschland**

Im Rahmen der für diese Untersuchung durchgeführten Telefonbefragung von 106 Regional- und Lokal-TV-Veranstaltern wurden die Sender nach ihren Gesamtumsätzen im Jahr 2002 befragt. Weil viele Sender keine konkreten Angaben zu ihren Umsätzen machen wollten, wurden die Umsätze in Gruppen erfasst. Dadurch konnten insgesamt 69 Sender zu Umsatz-Angaben bewegt werden.

Das Ergebnis dieser Befragung zeigt, dass die Mehrzahl der Sender mit Reichweiten unter 10 Tsd. Haushalte und auch eine Vielzahl der Sender mit Reichweiten zwischen 10 und 50 Tsd. Haushalten im Jahr 2002 kaum nennenswerte Umsätze generiert hat. Erst ab einer Reichweite von ca. 50 Tsd. Haushalten werden substantielle Einnahmen ab 200 Tsd. Euro pro Jahr generiert.<sup>88</sup> Die Sender in diesen Größenklassen, die hier Einnahmen unter 10 Tsd. Euro angegeben haben, befinden sich derzeit noch in der Aufbau- bzw. Anlaufphase.

---

<sup>88</sup> Lokal-TV-Befragung durch Goldmedia GmbH und Freie Universität Berlin im Auftrag der Landeszentrale für Private Rundfunkveranstalter Rheinland Pfalz (LPR) 7/2003

**Tabelle 12: Umsätze der Regional- und Lokal-TV-Sender in den einzelnen Größenklassen im Jahr 2002**

Einnahmegruppen in Euro	Größenklassen der Regional- und Lokal-TV-Sender (Haushaltsreichweiten)				
	unter 10 Tsd. HH	10-50 Tsd. HH	50-200 Tsd. HH	200 Tsd. +	Gesamt
bis 9.999	61,9%	50,0%	13,3%	14,3%	42,0%
10.000 - 49.999	14,3%	7,7%	6,7%		8,7%
50.000 - 99.999	9,5%	7,7%			5,8%
100.000 - 199.999	4,8%	11,5%			5,8%
200.000 - 499.999	4,8%	15,4%	13,3%	14,3%	11,6%
500.000 - 999.999		7,7%	26,7%	14,3%	10,1%
1 Mio. – 2 Mio.			26,7%	42,9%	10,1%
mehr als 2 Mio.	4,8%		13,3%	14,3%	5,8%
<b>Anzahl der Angaben</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>69</b>
keine Angabe	12 (36,4%)	14 (35%)	4 (21%)	7 (50%)	37 (34,9%)
Gesamt	33	40	19	14	106

Frage: Wie hoch waren die Einnahmen des Senders 2002?

Grundgesamtheit: 184 Regional- und Lokal-TV-Sender, Ausschöpfung/Basis: n = 106 Regional- und Lokal-TV-Sender

Quelle: Telefonbefragung, 7/2003 LPR Lokal-TV-Studie

Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) hat in Kooperation mit dem Hans-Bredow-Institut und der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) in den Jahren 1999/2000 im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) zum wiederholten Mal die Studie "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland" durchgeführt. Im Rahmen dieser Studie wurden auch die Umsätze der Regional- und Lokal-TV-Veranstalter erhoben. Hierbei wurde eine Unterscheidung in "Ballungsraum-TV-Sendern",<sup>89</sup> "Lokal-TV-Sendern" und "TV-Anbietern in Kabelanlagen unter 50 Tsd. Wohneinheiten" vorgenommen. Die Studie ergab einen Gesamtumsatz der Regional- und Lokal-TV-Sender in Deutschland von ca. 211 Mio. DM, dies entspricht ca. 108 Mio. Euro.

Die Studie hat insgesamt 11 Ballungsraum-TV-Sender, 36 Lokal-TV-Anbieter (Reichweite über 50 Tsd. Haushalte) sowie 22 Kabel-TV-Sender mit Reichweiten von weniger als 50 Tsd. Haushalten erfasst. Dies bedeutet, dass von den insgesamt über 200 Regional- und Lokal-Veranstaltern in Deutschland nur die Umsätze von 69 Veranstaltern erhoben werden konnten.

Eine Reihe von Sendern hat keine Angaben gemacht. Dazu zählen neben vielen ost-deutschen Lokal-TV-Sendern alle vier Regional- und Lokal-TV-Sender in Rheinland-Pfalz sowie die Ballungsraum-TV-Sender "Hamburg 1" und "Saar TV". Die Ballungsraum-TV-Sender in Nordrhein-Westfalen und Hessen waren zum Zeitpunkt der Erhe-

<sup>89</sup> Die Unterscheidung zwischen Regional-/Ballungsraum-TV-Sendern und Lokal-TV-Sendern wurde in der DIW-Studie nicht nach Reichweiten und Programmumfang, sondern nach der Region getroffen, in der die Sender ihr Programm verbreiten. Dies bedeutet, dass jeweils die größten Regional-TV-Sender in einem Bundesland als Ballungsraum-TV-Sender definiert wurden, obwohl bspw. die Ballungsraum-TV-Sender in Sachsen ähnlich große Verbreitungsgebiete haben wie Lokal-TV-Veranstalter in Bayern.

bung noch nicht aktiv. Das gleiche gilt für die meisten Regional- und Lokal-TV-Veranstalter in Mecklenburg-Vorpommern.

**Tabelle 13: Umsatz der Regional- und Lokal-TV-Sender im Jahr 2000**  
lt. DIW-Studie in Mio. DM

Bundesland	Gesamtumsatz	Ballungsraum-TV	Lokal-TV RW > 50 Tsd. HH	Lokal-TV RW < 50 Tsd. HH
Bayern	100,9	53,5	47,4	-
Baden-Württemberg	37	28	8	-
Rheinland-Pfalz	k.A.	k.A.	k.A.	-
Saarland	k.A.	k.A.	-	-
Hessen	-	-	-	-
Hamburg	k.A.	k.A.	-	-
Nordrhein-Westfalen	-	-	-	-
Berlin/Brandenburg	23,3	14,2		9,1
Sachsen	37	6	3,4	27,6
Sachsen-Anhalt	8,5	-	-	8,5
Thüringen	4,7	-	-	4,7
Mecklenburg-Vorpommern	-	-	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>211,4</b>	<b>101,7</b>	<b>58,8</b>	<b>49,9</b>

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, Berlin 2000

## 5.2 Wirtschaftlichkeit regionaler und lokaler Fernsehsender in Deutschland

### 5.2.1 Aktueller Stand der Wirtschaftlichkeit

Die Wirtschaftlichkeit sowohl der Ballungsraum-TV-Sender als auch der mittleren und kleinen Regional- und Lokal-TV-Sender ist derzeit in allen Bundesländern verbesserungsfähig. Ein Großteil der subnationalen TV-Veranstalter arbeitet nicht kostendeckend, d.h. sie erwirtschaften Verluste.

Die Frage nach dem Grad der Kostendeckung wurde von 92 der 106 befragten Sender beantwortet. Davon gaben 82,6 Prozent an, im Jahr 2002 einen Verlust produziert zu haben. Von den 16 Sendern, die angaben, im Jahr 2002 eine ausgeglichene oder positive Kostendeckung erzielt zu haben (Kostendeckung 100 Prozent oder darüber), gehören 10 Sender zur Größenklasse 10 bis 50 Tsd. Haushalte. Dabei handelt es sich häufig um inhabergeführte TV-Sender, die weder über Gesellschafter- noch über

Bankkredite verfügen und entsprechend gezwungen sind, kostendeckend zu arbeiten.<sup>90</sup>

**Tabelle 14: Kostendeckungsgrad der Regional- und Lokal-TV-Sender nach Größenklassen**

Kostendeckung in Prozent von v.H.	Größenklassen der Regional- und Lokal-TV-Sender (Haushaltsreichweiten)				
	< 10 Tsd. HH	10-50 Tsd. HH	50-200 Tsd. HH	> 200 Tsd. HH	Gesamt
unter 100	92,6%	73,7%	76,5%	100,0%	82,6%
100	3,7%	23,7%	11,8%		13,0%
über 100	3,7%	2,6%	11,8%		4,3%
<b>Anzahl der Angaben</b>	<b>27</b>	<b>38</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>92</b>
keine Angabe	6 (18,2%)	2 (5%)	2 (10,5%)	4 (28,6%)	14 (13,2%)
Gesamt	33	40	19	14	106

Frage: Wie hoch war der prozentuale Kostendeckungsbeitrag des Senders im Jahr 2002?

Grundgesamtheit: 184 Regional- und Lokal-TV-Sender, Ausschöpfung/Basis: n = 106 Regional- und Lokal-TV-Sender

Quelle: Telefonbefragung, 7/2003 LPR Lokal-TV-Studie

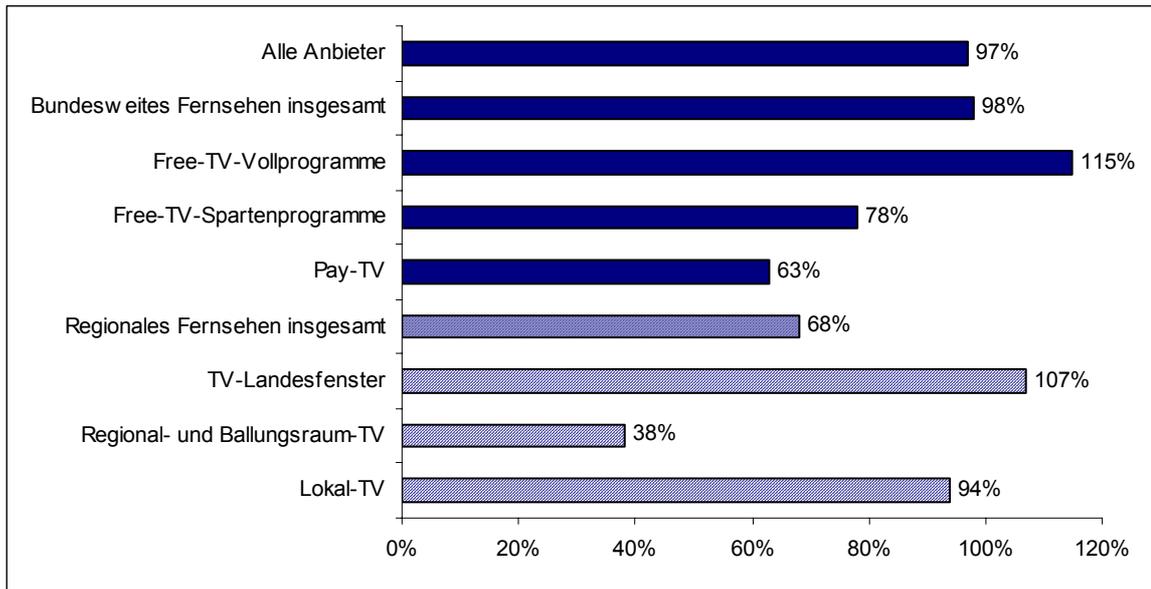
Wie schwierig eine Refinanzierung lokaler TV-Programme über regionale und lokale Werbeerträge zu realisieren ist, zeigt auch die Studie "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000". Im Ergebnis erzielten die Lokal-TV-Anbieter im Jahr 2000 einen Kostendeckungsgrad von 94 Prozent. Der Kostendeckungsgrad der Ballungsraum-TV-Sender lag im Jahr 2000 bei nur 38 Prozent.<sup>91</sup> Im Jahr 1995 waren es sogar nur 36 Prozent.<sup>92</sup>

<sup>90</sup> Lokal-TV-Befragung durch Goldmedia GmbH und Freie Universität Berlin im Auftrag der Landeszentrale für Private Rundfunkveranstalter Rheinland Pfalz (LPR) 7/2003

<sup>91</sup> Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung in Kooperation mit dem Hans-Bredow-Institut und der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000", Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Berlin, 2002, S. 88 ff

<sup>92</sup> Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung in Kooperation mit dem Hans-Bredow-Institut und der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM): "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1995/1996", Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Berlin, 1996, S. 88ff

**Abbildung 2: Kostendeckungsgrad privater Fernsehveranstalter in Deutschland im Jahr 2000**



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, Berlin 2000 S. 34

**Anmerkung zur DIW-Studie**

Ostdeutsche Lokal-TV-Sender mit einer Reichweite unter 50 Tsd. Haushalten wurden als "TV-Anbieter in Kabelanlagen unter 50 Tsd. Wohneinheiten" separat befragt und sind nicht in der Kostendeckungsgrad-Quote für Lokal-TV enthalten.

Der sehr geringe Kostendeckungsgrad bei den 11 Ballungsraum-TV-Sendern erklärt sich durch die extrem hohen Verluste der Sender, die zur Kirchgruppe gehörten: TV.Berlin, tv.münchen und Hamburg 1 (HH1). Die Sender hatten im Jahr 2001 zusammen einen Verlust von 30 Mio. Euro pro Jahr produziert. Ein wesentlicher Kostenfaktor war u.a. die Filmware, die Kirch an die Ballungsraumsender verkaufte (z.B. Spielfilme am Samstagabend), um damit größere Umsätze für die Taurus Lizenz GmbH & Co. KG und die Beta Film GmbH & Co. KG ausweisen zu können.<sup>93</sup>

Die nachfolgende Tabelle zeigt die im Rahmen der Studie "Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000" erhobenen Kostendeckungsgrade im Jahr 2000 für die Regional- und Lokal-TV-Märkte in den einzelnen Bundesländern ohne Fördermittel. Die Tabelle ist entsprechend der DIW-Analyse unterteilt in Ballungsraum-TV-Sender, Lokal-TV-Sender und kleine Kabel-TV-Sender in Ostdeutschland mit Reichweiten unterhalb von 50 Tsd. Haushalten.

<sup>93</sup> DigiTV vom 12.3.2002 ([www.digitv.de/news/viewnews.cgi?newsid1015970266,41949](http://www.digitv.de/news/viewnews.cgi?newsid1015970266,41949))

**Tabelle 15: Kostendeckungsgrad der Regional- und Lokal-TV-Sender nach Bundesländern im Jahr 2000**

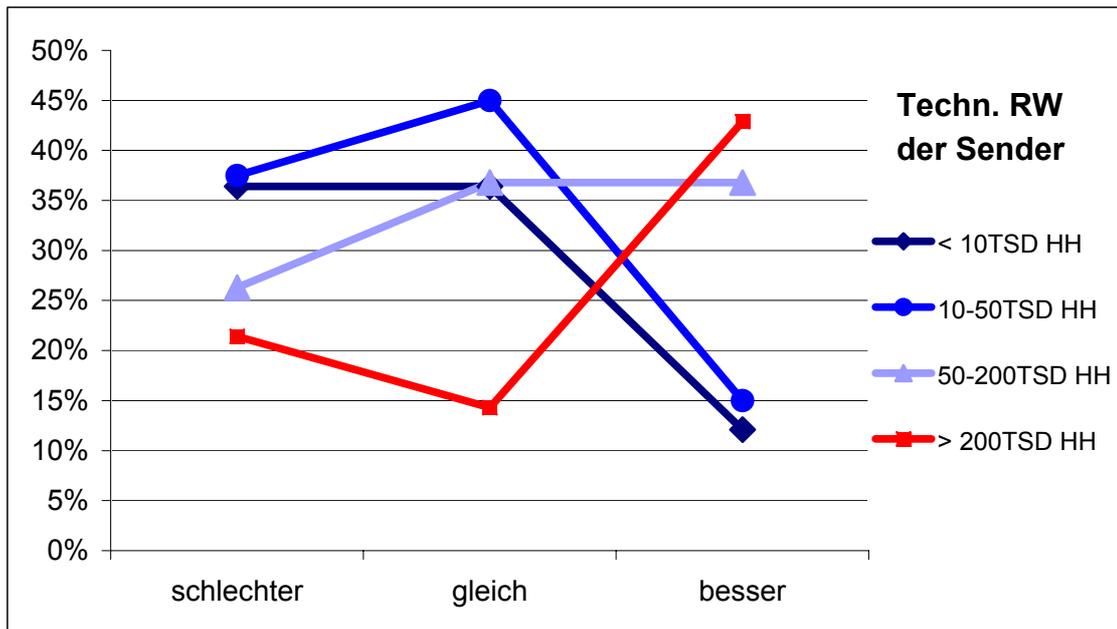
Bundesland	Kostendeckungsgrad ohne Fördermittel in Prozent		
	Ballungsraum-TV-Sender	Lokal-TV-Anbieter	Lokal-TV-Sender in Kabelanlagen mit weniger als 50 Tsd. HH Reichweite
Baden-Württemberg	40	82	
Bayern	60	62	
Berlin-Brandenburg	28		70
Sachsen	44	53	53
Sachsen-Anhalt			83
Thüringen			55

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, Berlin 2000

## 5.2.2 Erwartete Entwicklung im Jahr 2003

Die im Rahmen dieser Untersuchung – Optimierung der Wirtschaftlichkeit regionaler und lokaler Fernsehsender – durchgeführte telefonische Befragung ergab, dass lediglich die Ballungsraum-TV-Sender (Reichweiten über 200 Tsd. HH) im Jahr eine Verbesserung der wirtschaftlichen Lage erwarten. Die übrigen Regional- und Lokal-TV-Veranstalter schätzen ihre wirtschaftliche Entwicklung für das Jahr 2003 überwiegend ähnlich oder schlechter ein als im Jahr 2002.

**Abbildung 3: Erwartete ökonomischen Entwicklung der Regional- und Lokal-TV-Sender im Jahr 2003**



Frage 11: Glauben Sie, dass sich Ihre ökonomische Situation in 2003 insgesamt ... entwickelt?  
 Grundgesamtheit: 184 Regional- und Lokal-TV-Sender, Ausschöpfung/Basis: n = 106 Regional- und Lokal-TV-Sender  
 Quelle: Telefonbefragung, 7/2003 LPR Lokal-TV-Studie

Die Gründe für die seit Jahren anhaltende, geringe Wirtschaftlichkeit der Regional- und Lokal-TV-Veranstalter in Deutschland werden in den nachfolgenden Kapiteln analysiert.