

Private Rundfunkwirtschaft weiter auf Wachstumskurs:

Erträge von Fernsehen und Hörfunk um 4,1 Prozent auf 6,7 Mrd. gestiegen

Die privaten Fernseh- und Hörfunkunternehmen erzielten mit Einnahmen von rund 6,7 Mrd. Euro einen Zuwachs von 4,1 Prozent in 2006. Damit hat sich die wirtschaftliche Erholung der Vorjahre weiter fortgesetzt. Gegenüber dem Tiefpunkt der Werbekrise 2003 konnte der private Rundfunk seine Erträge inzwischen wieder um 20 Prozent steigern, wenn auch das Einnahmenniveau des Boomjahres 2000 noch nicht wieder erreicht werden konnte. Da parallel zur gestiegenen Ertragslage die Kosten nur moderat gewachsen sind, hat sich die wirtschaftliche Lage der 340 untersuchten Fernseh- und Hörfunkunternehmen deutlich verbessert. Sowohl die Fernsehunternehmen mit einem Kostendeckungsgrad von 116 Prozent als auch der Hörfunk mit einem Kostendeckungsgrad von 117 Prozent erzielten im Durchschnitt Gewinne. Auch für das Jahr 2007 wird sich der wirtschaftliche Aufschwung des Privatfunks nach der Mehrheit der Unternehmen fortsetzen.

Diese Feststellungen gehören zu den wichtigsten Ergebnissen einer Untersuchung von TNS Infratest (Daten-Erhebung) in Kooperation mit der Universität Jena (Bericht) im Auftrag der acht Landesmedienanstalten aus Bayern (BLM), Baden-Württemberg (LFK), Berlin-Brandenburg (MABB), Hessen (LPR), Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH), Nordrhein-Westfalen (LFM), Rheinland-Pfalz (LMK) und Sachsen (SLM).

Finanzierungsstruktur im dualen Rundfunksystem

Die betrieblichen Erträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten addierten sich im Jahr 2006 auf 8,5 Mrd. Euro, von denen 84 Prozent aus Gebühren (7,15 Mrd. Euro) und 6 Prozent (547 Mio. Euro) aus Werbung stammen. Der öffentliche Rundfunk befindet sich somit trotz der gestiegenen Umsätze des privaten Rundfunks nach wie vor in einer sehr komfortablen Wettbewerbsposition. Mit 56 Prozent der Gesamt-Einnahmen des Rundfunks in Höhe von 15,2 Mrd. Euro verfügen ARD, ZDF und Deutschlandradio über die höchste Finanzkraft im dualen Rundfunksystem.

Beim privaten Rundfunk entfällt mit rund 6 Mrd. Erlösen der größte Anteil auf das Fernsehen (Free-TV: 4,88 Mrd. Euro und Pay-TV: 1,12 Mrd. Euro) während der private Hörfunk Gesamterlöse von 678 Mio. Euro erzielte. Mit einem Anteil von 69 Prozent erzielen die klassische Spotwerbung und das Sponsoring den Hauptteil an den Erträgen der Rundfunkwirtschaft. 16 Prozent der Einnahmen entfallen auf Pay-

TV und drei Prozent auf Telefon-Mehrwertdienste. Die im Rahmen der Studie mit erhobenen Teleshoppingunternehmen kommen zudem auf einen Umsatz von 1,6 Mrd. Euro.

Werbefinanzierung dominiert – neue Erlösmodelle fehlen

Die Abhängigkeit der Free-TV- und Hörfunk-Sender von der Werbefinanzierung ist immer noch sehr hoch. Im freien Fernsehen beträgt der Erlös-Anteil aus Werbung 85 Prozent und im Privatfunk 84 Prozent. Die Absicht der privaten Rundfunkunternehmen sich vom konjunkturanfälligen Werbegeschäft unabhängiger zu machen, ist bisher nur in Ansätzen gelungen. Es fehlen weiterhin auch attraktive Erlösformen für die Finanzierung neuer digitale Angebote. Bisher ist kein Geschäftsmodell erkennbar, das den privaten Sendern nennenswerte Erlöse aus Cross Media-Angeboten erschließt. Die Einnahmen aus Call Media sanken nach dem rasanten Wachstum der Vorjahre auf rund 200 Mio. Euro.

Beschäftigung im Rundfunk um 0,9 Prozent gestiegen

Ende 2006 waren zusammen genommen 71.456 Beschäftigte (fest angestellte Erwerbstätige und freie Mitarbeiter) im Rundfunk tätig. Davon waren 42.614 Mitarbeiter als Erwerbstätige beschäftigt, 29.143 im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, 9.436 bei den privaten Fernsehveranstaltern (ohne Teleshopping) und 4.035 bei den privaten Hörfunkunternehmen. Während im Vergleich zu 2004 die Zahl der festen Mitarbeiter beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk um 0,9 Prozent zurückgegangen ist, ist beim privaten Rundfunk eine Zunahme der Beschäftigung von 4,1 Prozent zu verzeichnen. Die Zahl der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft hat insgesamt um 0,9 Prozent zugenommen (Gesamtwirtschaft 0,6 Prozent). Mit einem Rückgang von 0,5 Prozent auf 22.768 Beschäftigte ist die Anzahl der freien Mitarbeiter beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk ebenfalls leicht rückläufig, während beim privaten Rundfunk die Anzahl der freien Mitarbeiter wieder auf 6.074 Beschäftigte gewachsen ist (+ 13 Prozent).

Die Teleshopping-Anbieter beschäftigten zusätzlich 3.791 Mitarbeiter.

Wirtschaftlichkeit des privaten Rundfunks im Durchschnitt positiv

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich 2006 die wirtschaftliche Situation der privaten Rundfunkunternehmen insgesamt weiter verbessert. Bei Betrachtung der einzelnen Veranstaltertypen zeigt sich allerdings ein differenziertes Bild:

Privates Fernsehen

- Die privaten TV-Veranstalter erwirtschafteten zusammen einen Überschuss von 1,093 Mrd. Euro (Vorjahr 961 Mio. Euro).

- Die Gruppe der 8 bundesweiten werbefinanzierten Vollprogramme erwirtschaftete 2006 zusammen ein Betriebsergebnis von 1,07 Mrd. Euro; dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 135 Prozent.
- Die Gruppe der 21 bundesweiten Free-TV-Spartenprogramme und 2 bundesweiten Fensterprogramme wirtschaftete dagegen mit einem Kostendeckungsgrad von 95 Prozent und einem Fehlbetrag von 29 Mio. Euro insgesamt defizitär.
- Die 37 Pay-TV-Programme hatten 2006 Überschüsse in Höhe von 46 Mio. Euro zu verzeichnen und erzielten einen Kostendeckungsgrad von 104 Prozent.
- Die 10 Teleshopping-Kanäle erwirtschafteten 2006 bei einem Gesamtumsatz von 1,6 Mrd. Euro ein Defizit von 46 Mio. Euro. Der Kostendeckungsgrad erreichte 97 Prozent.
- Die 17 landesweiten TV-Fensterprogramme erzielten im Jahr 2006 bei Erträgen in Höhe von 51 Mio. Euro ein ausgeglichenes Ergebnis, nachdem sie in 2005 noch einen Kostendeckungsgrad von 116 Prozent erwirtschaftet hatten.
- Die 117 Anbieter von Lokal- und Ballungsraum-TV konnten bei Gesamtumsätzen von 71 Mio. Euro einen Kostendeckungsgrad von 97 Prozent erreichen.

Privater Hörfunk

- Die privaten Hörfunkveranstalter erzielten 2006 mit einem Überschuss von 97 Mio. Euro bei Gesamterträgen in Höhe von 678 Mio. Euro ebenfalls ein positives Betriebsergebnis. Der Kostendeckungsgrad erreichte 122 Prozent.
- Sehr positiv ist die wirtschaftliche Lage bei den 56 landesweiten Programmen, die zusammen einen Überschuss von 74 Mio. Euro erwirtschaften konnten. Im Durchschnitt erzielten diese Programme einen Kostendeckungsgrad von 123 Prozent.
- Die 140 Lokalradios haben zusammengenommen mit einem Kostendeckungsgrad von durchschnittlich 113 Prozent und Gesamterträgen von 182 Mio. Euro ein positives Betriebsergebnis von 21 Mio. Euro aufzuweisen.
- Die 21 bundesweiten Programme haben bei einem Kostendeckungsgrad von 89 Prozent einen Verlust von 4 Mio. Euro zu verzeichnen.
- Verluste bestehen weiterhin bei digitalen terrestrischen Radios. Die 7 befragten landesweiten DAB-Anbieter kamen zusammen auf einen Kostendeckungsgrad von 58 Prozent.

Eine ausführliche Zusammenfassung der Ergebnisse ist abrufbar unter www.blm.de. Der vollständige Ergebnisbericht der Untersuchung mit detaillierten Länderberichten erscheint voraussichtlich im Januar 2008 unter dem Titel "Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2006" im VISTAS Verlag Goltzstraße 11, 10781 Berlin.

Diese Informationen finden Sie auch im Internet unter: www.blm.de

>> Kontakt: Dr. Wolfgang Flieger, Tel. (089) 63 808-313, wolfgang.flieger@blm.de