

Anbieterzahl 2006

In Bayern verbreiteten Ende 2006 insgesamt 56 private Fernseh- und 79 private Hörfunkanbieter ihre Programme. Das regionale Angebot des Bayerischen Rundfunks besteht aus 5 Hörfunkprogrammen und einem III. Fernsehprogramm. Der BR produziert zudem als einzige ARD-Anstalt ein eigenes bundesweites TV-Programm *BR Alpha*.

Aktuelle wirtschaftliche Lage des Privaten Rundfunks

Die privaten bundesweiten und regionalen Fernsehanbieter in Bayern arbeiteten 2005 und 2006 insgesamt sehr profitabel. Im Privaten Hörfunk in Bayern waren dagegen nur die landesweiten und lokalen Hörfunkanbieter in der Gewinnzone. Die bundesweiten Anbieter produzierten wie in den Vorjahren Defizite.

Für das Jahr 2007 erwarten die privaten Fernsehanbieter in der Summe Gewinne von über 1 Mrd. Euro, die privaten Hörfunkanbieter von 30 Mio. Euro.

Aktuelle Beschäftigungssituation

Die Beschäftigtenzahl in der Rundfunkwirtschaft in Bayern ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen und lag 2006 bei über 13.000. Sowohl im Privaten Fernsehen als auch im Privaten Hörfunk hat es einen Zuwachs um jeweils 120 Beschäftigte gegeben.

Im Jahr 2007 hat insbesondere das Private Fernsehen über 200 Stellen abgebaut.

Entwicklungstrends seit 1996

Der Private Hörfunk in Bayern erwirtschaftete seit 1996 mit Ausnahme des Jahres 2002 im Durchschnitt Gewinne. Das Private Fernsehen erzielte insgesamt erstmals 2003 Überschüsse.

Die Zahl der Erwerbstätigen ist seit 1996 im gesamten Rundfunk Bayerns um 50 Prozent gestiegen. Vor allem im Privaten Fernsehen hat sie stark zugenommen. Die Zahl der Sonstigen Mitarbeiter ist seit 2000 rückläufig, liegt aber noch deutlich über dem Wert von 1996.

Duales System

Der Bayerische Rundfunk erzielte 2006 nur ein Drittel der Erträge des Privaten Rundfunks in Bayern. Diese Relation ist im Vergleich zu allen anderen Bundesländern einmalig.

13.1 Zahl der Rundfunkanbieter

Privater Rundfunk

Die in Bayern bestehende Anbieterdichte des privaten lokalen Hörfunks und des bundesweiten und regionalen Privatfernsehens wird von keinem anderen Bundesland übertroffen. Ende 2006 hatten über ein Viertel aller privaten Fernsehanbieter und ein Drittel aller privaten Hörfunkanbieter ihren Sitz in Bayern. Eine Übersicht über die Entwicklung der Anbieterzahl des Privaten Rundfunks zeigt Tabelle 13.1.1.

Wie aus der Tabelle 13.1.1 hervorgeht, hat es von 1996 bis 2006 eine starke Zunahme der Zahl der bayerischen privaten Fernsehanbieter um über 50 Prozent gegeben. Dies ist auf steigende Anbieterzahlen sowohl im bundesweiten Fernsehen als auch im regionalen Fernsehen zurückzuführen.

Die Zahl der Anbieter, die ihre Fernsehprogramme in Bayern produzieren und bundesweit verbreiten, ist in den letzten zehn Jahren kontinuierlich gestiegen. Ende 2006 hatten in Bayern insgesamt 25 bundesweite TV-Anbieter ihren Sitz: 6 Veranstalter von Free-TV-Vollprogrammen, 4 von Free-TV-Spartenprogrammen, 13 von Pay-TV- und 2 von Teleshoppingprogrammen. Damit produziert ein Drittel aller bundesweiten Fernsehanbieter ihre Programme in Bayern.

Abbildung 13.1.1 Lokale Hörfunkanbieter in Einfrequenzstandorten in Bayern 2006



Tabelle 13.1.1 Anzahl privater Rundfunkanbieter in Bayern 1996–2006

	1996	1998	2000	2002	2004	2006	Veränderung 1996/2006
	Anzahl						
Privates Fernsehen gesamt	36	42	45	47	43	56	+20
Bundesweites Free-TV	4	7	8	10	10	10	+ 6
Pay-TV ¹	1	1	6	8	11	15	+14
Teleshopping	2	2	2	2	2	2	0
Landesweite TV-Fenster	4	3	3	3	3	2	- 2
Lokal-TV und Ballungsraum-TV	25	29	26	26	19	20	- 5
Lokales Sparten-TV ²						9	+ 9
Privater Hörfunk gesamt	57	57	75	79	69	79	+22
Bundesweit	1	2	2	3	2	5	+ 4
Landesweit	2	2	2	3	2	1	- 1
Lokal	54	53	52	56	62	65	+11
DAB und Webradio	k. A.	k. A.	19	17	3	8	-

¹ Darunter ein Anbieter mit 16 Kanälen ² Bis 2004 nicht getrennt ausgewiesen

Quellen: 1996–2004: DLM-Studien; 2005/2006: TNS Infratest

FSU Jena

Abbildung 13.1.2 Lokale Hörfunkanbieter in Zwei- und Mehrfrequenzstandorten in Bayern 2006



Ausschließlich an ein bayerisches Publikum richtete sich das private Fernsehangebot von 31 Anbietern: 2 Anbieter von landesweiten TV-Fenstern, 20 von Lokal- und Ballungsraum-TV sowie 9 lokale Sparten-TV-Anbieter. Gut ein Fünftel aller Anbieter regionaler privater TV-Programme produziert seine Programme in Bayern. Aufgrund der Restrukturierung im Lokal- und Ballungsraum-TV hat sich deren Zahl von 29 im Jahr 1998 auf 20 im Jahr 2006 reduziert.

Die Zahl der bayerischen Hörfunkanbieter hat sich seit 1996 kontinuierlich von 57 auf 79 erhöht. Bayern verfügt damit weiterhin über das größte private Hörfunkangebot aller Bundesländer. Landesweite UKW-Verbreitung hatte im Jahr 2006 nur ein Anbieter. Bundesweit wurden 5 in Bayern produzierte Programme verbreitet, ein Viertel aller bundesweiten privaten Hörfunkanbieter. Insgesamt 65 lokale UKW-Programme wurden Ende 2006 ausgestrahlt, dies war nahezu die Hälfte aller lokalen Hörfunkanbieter Deutschlands. Von den 65 lokalen Hörfunkanbietern senden 17 in Einfrequenzstandorten (Abbildung 13.1.1). In Zweifrequenzstandorten senden 31 in Mehrfrequenzstandorten 17 lokale Hörfunkanbieter (Abbildung 13.1.2).

Öffentlich-rechtliche Rundfunkprogramme

Das regionale Angebot des öffentlich-rechtlichen Bayerischen Rundfunks (BR) besteht aus 5 Hörfunkprogrammen (*Bayern 1, Bayern2Radio, Bayern 3, Bayern 4 Klassik, B5 aktuell*) und einem III. Fernsehprogramm (*Bayerisches Fernsehen*). Der bayerische Rundfunk ist zudem die einzige öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt, die ein eigenes TV-Programm bundesweit ausstrahlt (*BR-Alpha*).

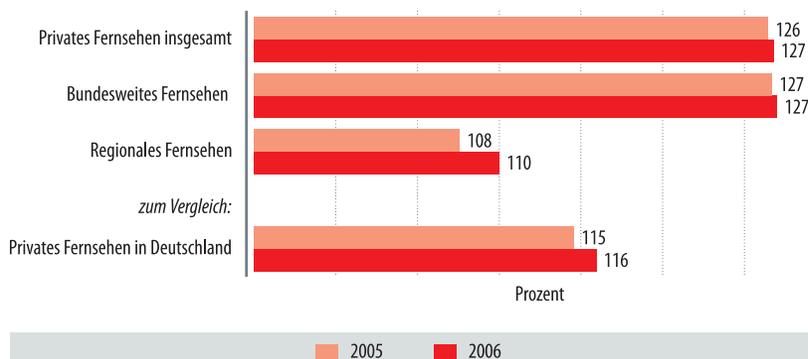
13.2 Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Bayern

13.2.1 Wirtschaftliche Lage des Privaten Fernsehens im Jahr 2006

Kostendeckungsgrad

Die privaten Fernsehanbieter in Bayern arbeiteten im Jahr 2006 insgesamt sehr profitabel. Ein Vergleich zeigt, dass die bayerischen Anbieter im gleichen Jahr im Durchschnitt

Abbildung 13.2.1 Kostendeckung im Privaten Fernsehen in Bayern 2005/2006

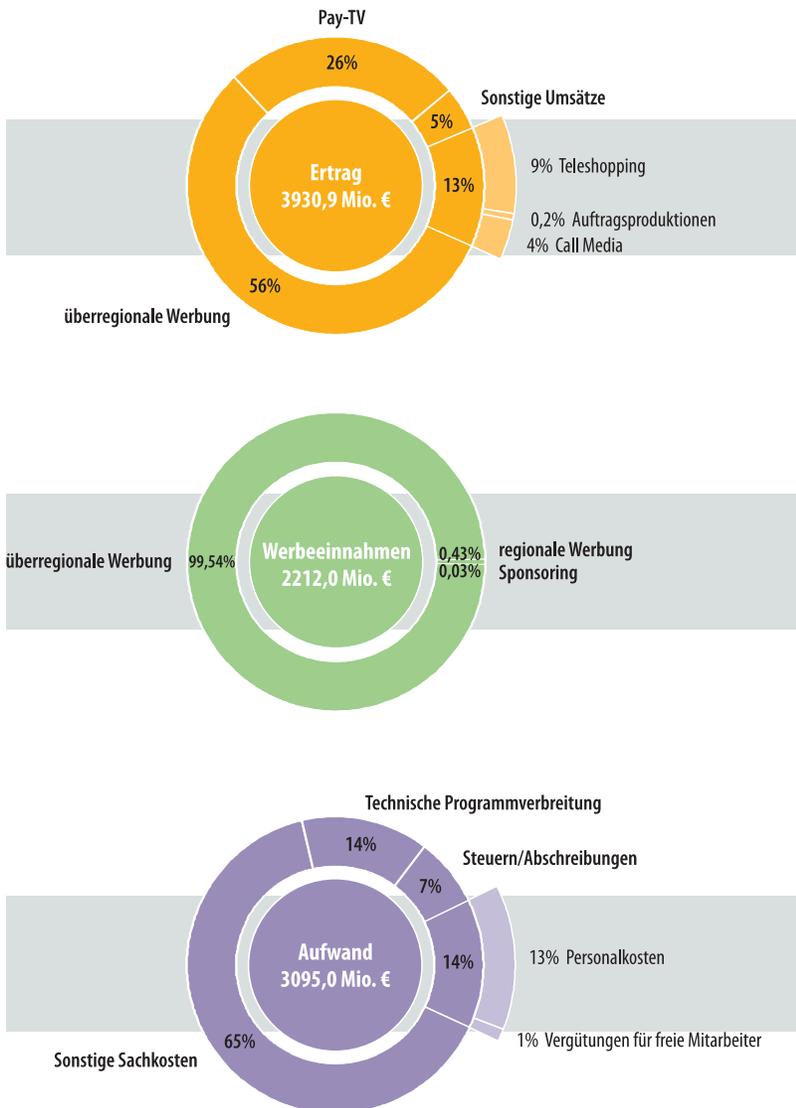


rentabler waren als das Private Fernsehen in Deutschland insgesamt. Bayern gehört zu den wenigen Ländern, in denen sogar das sonst wirtschaftlich eher schwache regionale Fernsehen in der Summe Gewinne macht (Abbildung 13.2.1).

Ertrags- und Aufwandsstruktur

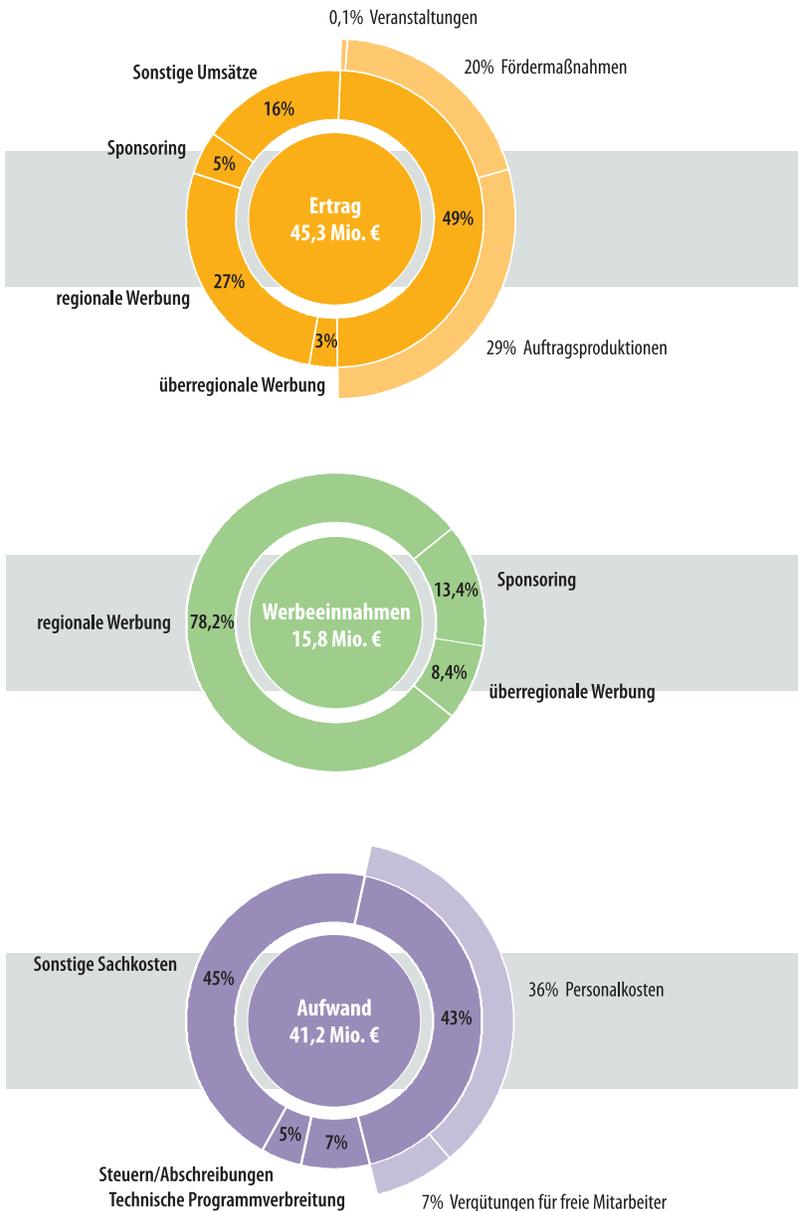
Die Anbieter von privatem bundesweiten Fernsehen in Bayern finanzierten sich 2006 zu mehr als der Hälfte über Einnahmen aus überregionalen Werbespots. Regionale Werbe-

Abbildung 13.2.2 Ertrags- und Aufwandsstruktur im bundesweiten Privaten Fernsehen in Bayern 2006



einnahmen und Sponsoring spielten demgegenüber so gut wie keine Rolle. Die Pay-TV-Erträge erreichten einen Anteil von einem Viertel, auf Teleshopping entfielen knapp ein Zehntel und auf Call-Media-Einnahmen knapp 4 Prozent der Gesamterträge. Für Personalkosten einschließlich Vergütungen wurden nur ein Achtel der Gesamtaufwendungen

Abbildung 13.2.3 Ertrags- und Aufwandsstruktur im regionalen Privaten Fernsehen in Bayern 2006



aufgewendet, ebenso viel wie für die technische Programmverbreitung (Abbildung 13.2.2).

Etwas mehr als ein Drittel der Gesamteinnahmen im regionalen Fernsehen Bayerns stammte 2006 aus regionalen und überregionalen Werbespots, sowie Sponsoring. Insgesamt 29 Prozent der Erträge resultierten auf Auftragsproduktionen, die auch die finanziellen Beiträge der bundesweiten Anbieter an die Fensterprogramme beinhalten. Einen hohen Anteil von einem Fünftel haben Fördermittel. 45 Prozent der Aufwendungen entfällt auf das Personal, einschließlich der Vergütungen für freie Mitarbeiter. Für die technische Programmverbreitung wurden 7 Prozent aufgewendet (Abbildung 13.2.3).

13.2.2 Wirtschaftliche Lage des Privaten Hörfunks im Jahr 2006

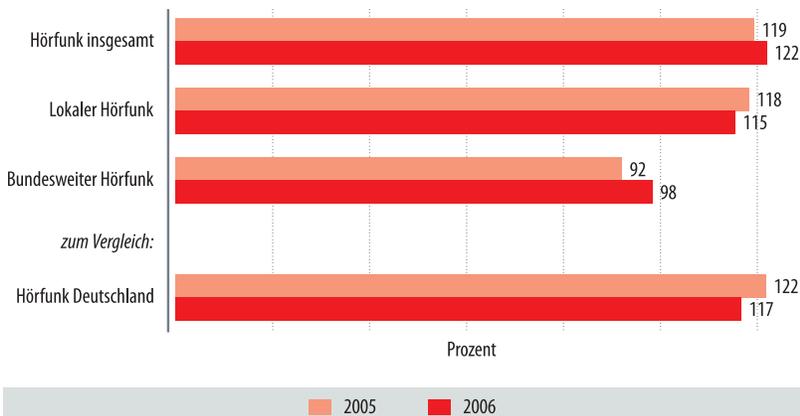
Kostendeckungsgrad

Der Private Hörfunk in Bayern arbeitete in den Jahren 2005 und 2006 in der Summe rentabler als der Hörfunk in Deutschland insgesamt. Allerdings gilt dies nur für den lokalen Hörfunk. Dagegen erreichten die bayerischen Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme auch 2006 insgesamt keine Kostendeckung. Jedoch wirtschafteten sie weniger defizitär als die Gesamtheit dieses Anbietertyps in Deutschland (Abbildung 13.2.4).

Ertrags- und Aufwandsstruktur

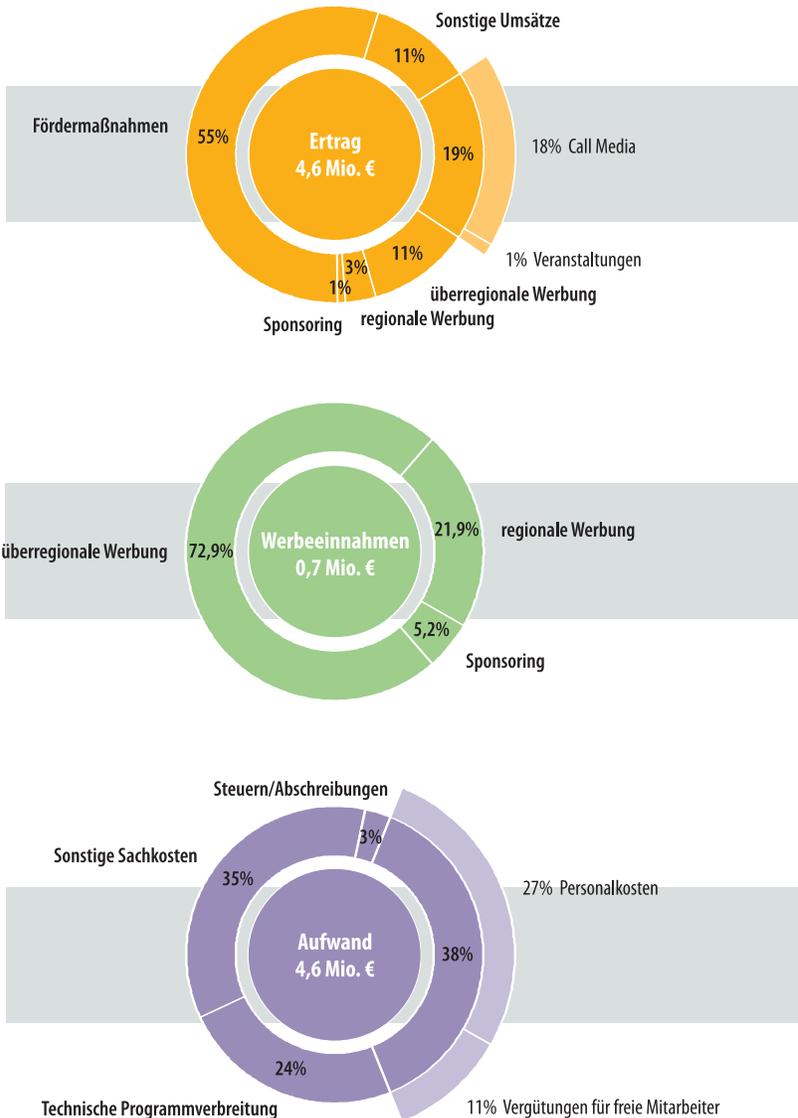
Ein Grund für die vergleichsweise hohe Kostendeckung der bayerischen Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme liegt darin, dass über die Hälfte der Gesamteinnahmen im Jahr 2006 aus Fördermaßnahmen stammte. Ein weiteres knappes Fünftel waren Einnahmen aus Call Media. Dagegen betrug der Anteil der Werbeerträge nur 14 Prozent. Rund zwei Fünftel des Gesamtaufwandes entfiel auf Personalkosten, einschließlich Vergütungen. Für die technische Programmverbreitung wurde mit fast einem Viertel vergleichsweise viel aufgewendet (Abbildung 13.2.5).

Abbildung 13.2.4 Kostendeckung im Privaten Hörfunk in Bayern 2005/2006



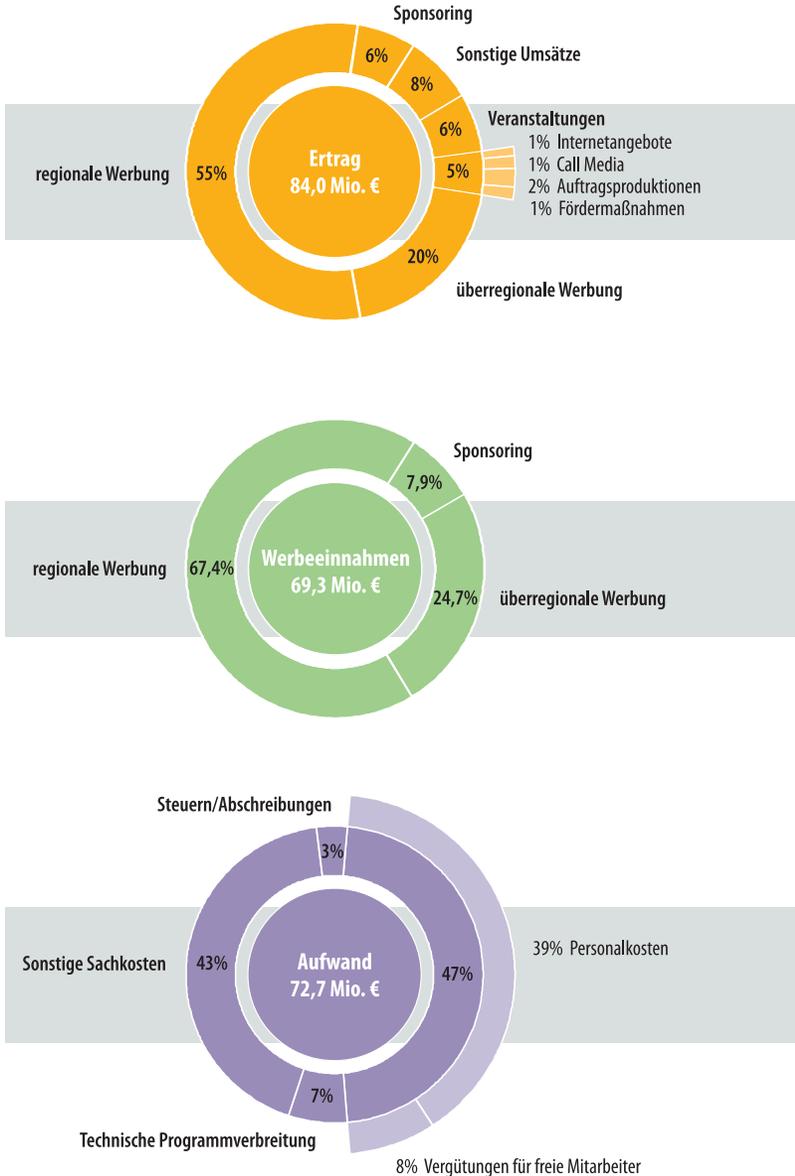
Die privaten lokalen Hörfunkanbieter in Bayern finanzierten sich 2006 zu über der Hälfte aus regionaler und zu einem Fünftel aus überregionaler Werbung. Zudem stammen 5 Prozent aus Sponsoring. Nahezu die Hälfte der Gesamtaufwendungen entfiel 2006 auf Personalkosten und Mitarbeitervergütungen. Für die technische Programmverbreitung wurden 7 Prozent aufgewendet (Abbildung 13.2.6).

Abbildung 13.2.5 Ertrags- und Aufwandsstruktur im bundesweiten Privaten Hörfunk in Bayern 2006



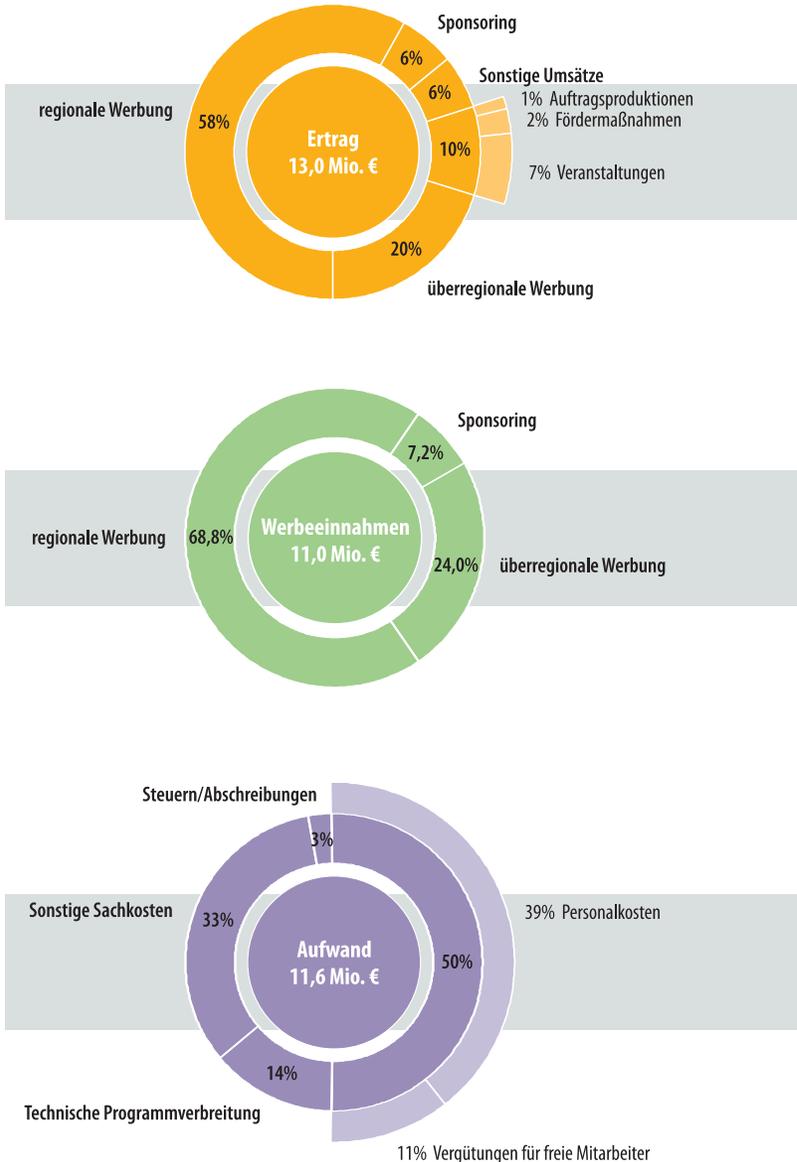
Etwa ein Viertel aller Programme des bayerischen lokalen Hörfunks gehört zu den Standorten in Bayern, in denen nur ein Lokalprogramm zu empfangen ist, so genannte Einfrequenzstandorte. Mit 112 Prozent erwirtschafteten die Lokalprogramme dort einen vergleichsweise hohen Kostendeckungsgrad. Sie finanzierten sich 2006 zu 84 Prozent aus regionaler und überregionaler Werbung sowie Sponsoring. Sie hatten damit einen

Abbildung 13.2.6 Ertrags- und Aufwandsstruktur im lokalen Privaten Hörfunk in Bayern 2006



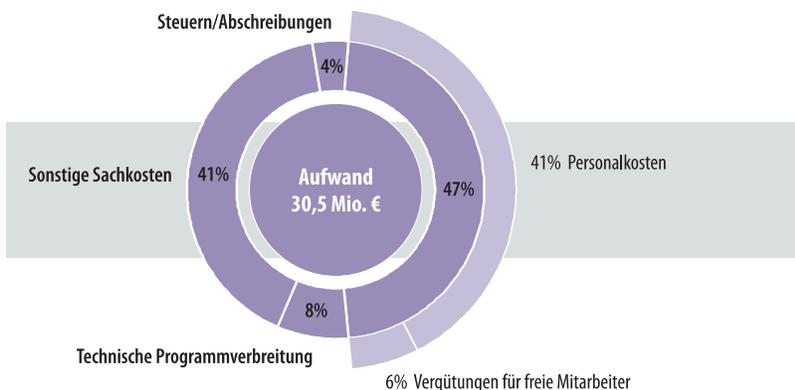
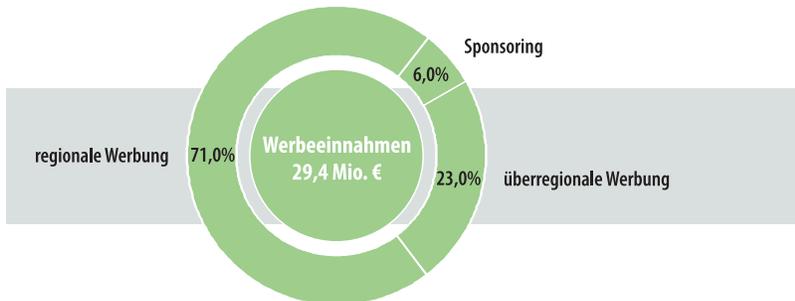
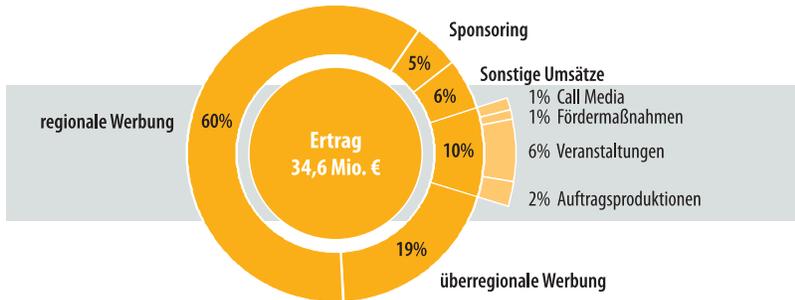
geringfügigen höheren Werbefinanzierungsanteil als der lokale Hörfunk insgesamt. Im Gesamtertrag ebenso wie im gesamten bayerischen lokalen Hörfunk, entfällt rund die Hälfte der Gesamtaufwendungen auf Personalkosten und Mitarbeitervergütungen. Mit 14 Prozent wird relativ viel für die technische Programmverbreitung aufgewendet (Abbildung 13.2.7).

Abbildung 13.2.7 Ertrags- und Aufwandsstruktur Privater Lokalradios in Bayern 2006 – Einfrequenzstandorte



Die Hälfte aller Programme des bayerischen lokalen Hörfunks sendet in Standorten in Bayern, in denen zwei Lokalprogramme zu empfangen sind. Mit 114 Prozent erwirtschafteten diese Programme einen vergleichsweise hohen Kostendeckungsgrad. Auf Werbeerträge einschließlich Sponsoring entfielen 2006 mit fast 30 Mio. Euro 85 Prozent der Gesamteinnahmen. Die Zweifrequenzsender haben einen deutlich niedrigeren Kosten-

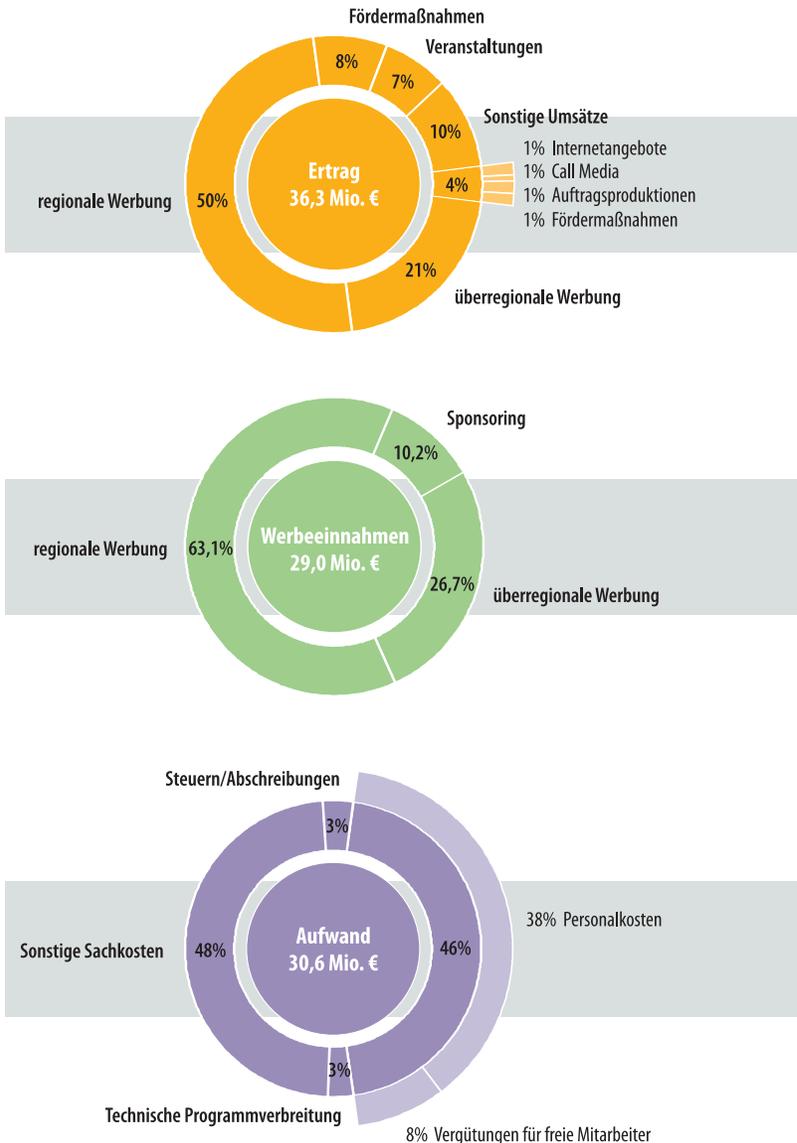
Abbildung 13.2.8 Ertrags- und Aufwandsstruktur Privater Lokalradios in Bayern 2006 – Zweifrequenzstandorte



anteil für die technische Programmverbreitung als die Sender an Einfrequenzstandorten (Abbildung 13.2.8).

Rund ein Viertel aller bayerischen lokalen Hörfunkprogramme senden in den beiden Mehrfrequenzstandorten München und Nürnberg/Erlangen. Mit 119 Prozent hatten diese Programme im Durchschnitt einen deutlich höheren Kostendeckungsgrad als der gesamte lokale Hörfunk in Deutschland. Im Jahr 2006 erzielten sie zusammen über

Abbildung 13.2.9 Ertrags- und Aufwandsstruktur Privater Lokalradios in Bayern 2006 – Mehrfrequenzstandorte

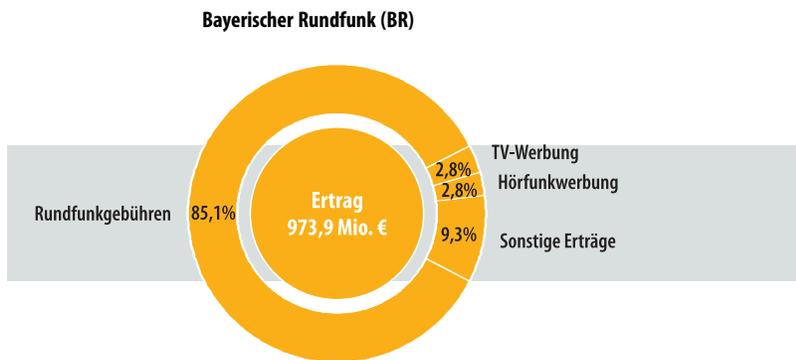


29 Mio. Euro Werbeerlöse einschließlich Sponsoring. Der Anteil der Kosten für die technische Programmverbreitung liegt mit 3 Prozent noch niedriger als bei den Anbietern in Zweifrequenzstandorten (Abbildung 13.2.9).

13.2.3 Wirtschaftliche Lage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Jahr 2006

Der Ertrag des Bayerischen Rundfunks betrug 2006 rund 975 Mio. Euro und entsprach damit einem Viertel der Gesamteinnahmen aller Rundfunkveranstalter mit Sitz in Bayern. Den überwiegenden Anteil daran hatten mit 85 Prozent Einnahmen aus Rundfunkgebühren (Abbildung 13.2.10).

Abbildung 13.2.10 Ertragsstruktur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Bayern 2006



13.2.4 Veränderung der wirtschaftlichen Lage seit 1996

Kostendeckungsgrad

Die privaten Rundfunkanbieter in Bayern arbeiteten bis 2002 in der Summe defizitär. Erst seit 2003 können sie Überschüsse vorweisen, die insbesondere in den Jahren 2005 und 2006 stark angestiegen sind. Dabei lag der Private Hörfunk außer im Jahr 2002 immer in der Gewinnzone. Beim Privaten Fernsehen ist dies in der Summe erst nach 2003 der Fall (Abbildung 13.2.11).

Werbeerträge im Hörfunk

Um die Werbeeinnahmen aus überregionalen Hörfunk-Werbekampagnen stehen die bayerischen privaten Anbieter mit dem Bayerischen Rundfunk im Wettbewerb. Dagegen sind bei der regionalen und lokalen Hörfunkwerbung die regionalen Pressemedien sowie das lokale private Fernsehen die Hauptkonkurrenten.

Im Vergleich zu 1996 haben sich die Erträge des Privaten Hörfunks aus regionaler Hörfunkwerbung um ein Fünftel auf knapp 60 Mio. Euro erhöht, wobei es auch hier von

Abbildung 13.2.11 Kostendeckung im Privaten Rundfunk in Bayern 1996–2006

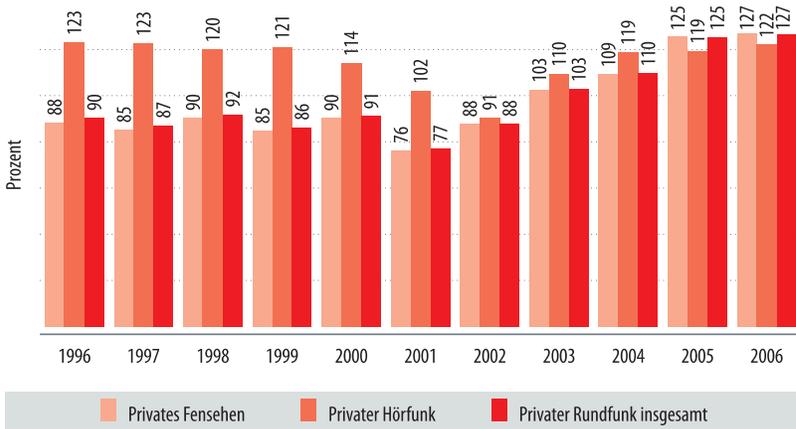
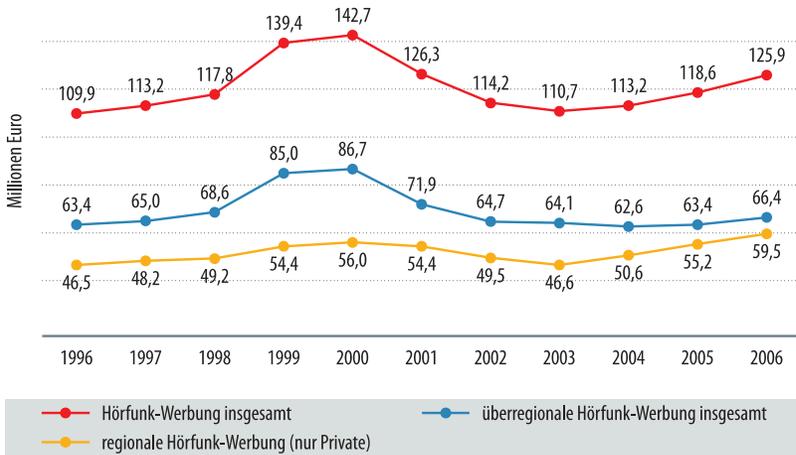


Abbildung 13.2.12 Nettowerbeerträge im Hörfunk in Bayern 1996–2006

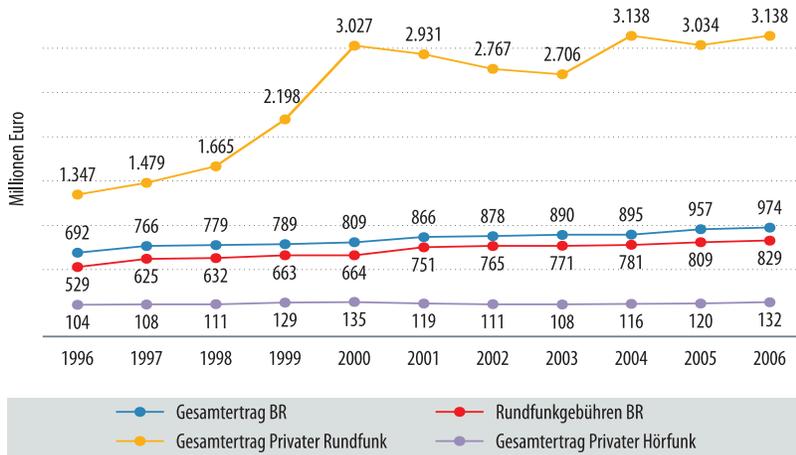


2000 bis 2003 einen konjunkturbedingten Rückgang gegeben hat. Dieser ist bei der überregionalen Hörfunkwerbung sogar noch stärker ausgeprägt. Dort wurde das Ertragsniveau von 2000 auch im Jahr 2006 noch nicht wieder erreicht (Abbildung 13.2.12).

178 Ertragsentwicklung im dualen System

Vergleicht man die Ertragsentwicklung des Bayerischen Rundfunks für den Zeitraum ab 1996 mit der des Privaten Rundfunks, so zeigt sich die besondere Dynamik des Privaten Rundfunks in Bayern. Dessen Gesamtertrag ist mittlerweile mehr als dreimal so hoch als

Abbildung 13.2.13 Erträge im Rundfunk in Bayern 1996–2006



der des Bayerischen Rundfunks. Dies ist fast ausschließlich auf die Expansion des bundesweiten privaten Fernsehens zurückzuführen (Abbildung 13.2.13).

13.3 Wirtschaftliche Erwartungen für das Jahr 2007

Mit der gegenwärtigen wirtschaftlichen Lage der Fernseh- und Hörfunkbranche in Deutschland sind die bayerischen Rundfunkanbieter überwiegend zufrieden. Die Lage der Fernsehbranche in Deutschland wird von zwei Fünftel der befragten Fernsehanbieter in Bayern mit gut oder sehr gut beurteilt. Die Situation des eigenen Fernsehunternehmens wird etwas skeptischer betrachtet. Ein Drittel schätzt die eigene Unternehmenssituation als gut ein, fast ein Fünftel nur als ausreichend oder ungenügend.

Abbildung 13.3.1 Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage im Privaten Rundfunk in Bayern 2007 (TV: n=45, HF: n=56)

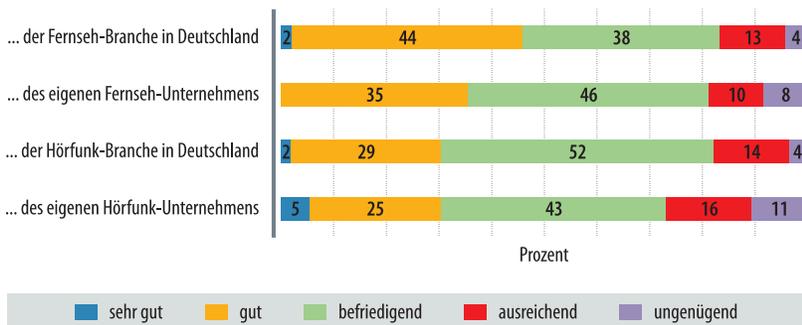
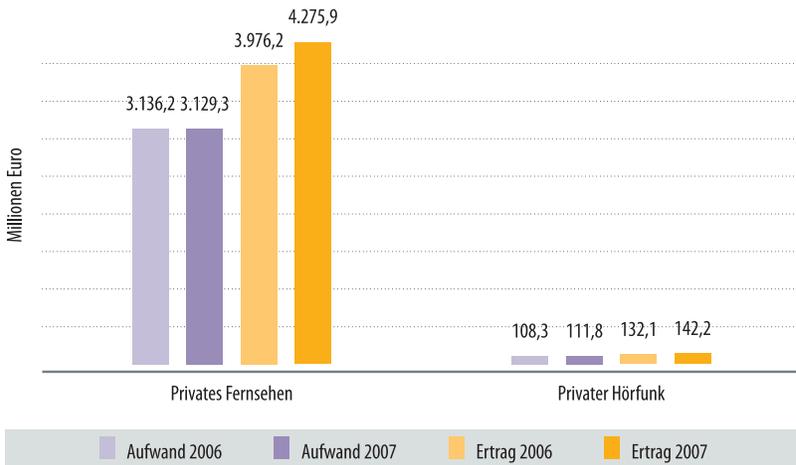


Abbildung 13.3.2

Erwartete Geschäftsentwicklung im Privaten Rundfunk in Bayern für 2007

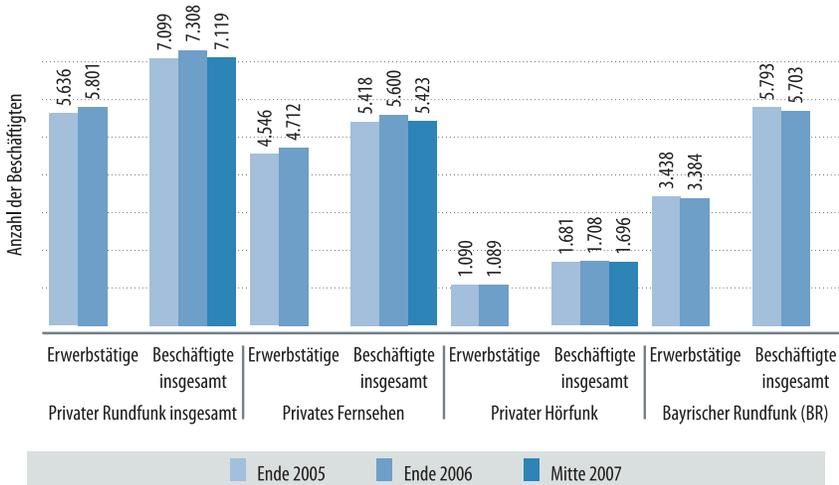


Im Vergleich dazu fällt die Einschätzung der bayerischen Hörfunkanbieter weniger positiv aus. Knapp ein Drittel bezeichnet die Lage der Hörfunkbranche in Deutschland als gut oder sehr gut, aber knapp ein Fünftel lediglich als ausreichend oder ungenügend. Die Situation des eigenen Unternehmens wird von den Hörfunkanbietern in Bayern sogar noch kritischer eingeschätzt. Ebenfalls 30 Prozent der Befragten bezeichnet die eigene Unternehmenslage als gut oder sehr gut. Über ein Viertel sieht sie aber nur als ausreichend oder ungenügend an (Abbildung 13.3.1).

Die Rundfunkanbieter in Bayern erwarten insgesamt eine relativ stabile Umsatz- und Kostenentwicklung für das Geschäftsjahr 2007. Die Hälfte der Befragten geht von einem unveränderten Umsatz aus ein Drittel erwartet steigende Umsätze. Vergleicht man dies mit der Gesamtheit aller Fernsehanbieter in Deutschland, so sind die bayerischen Fernsehanbieter weniger optimistisch. Das gleiche Bild ergibt sich für die Hörfunk-Branche. Während die Mehrheit der bayerischen Hörfunkanbieter konstante Umsätze erwartet, geht die Gesamtheit der Hörfunkanbieter in Deutschland überwiegend von einer Umsatzsteigerung aus – ein Drittel erwartet steigende Umsätze. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Hälfte der bayerischen Rundfunkanbieter gleich bleibende Kosten, knapp zwei Fünftel eine Kostenzunahme.

Bezieht man diese Angaben auf die Umsatz- und Kostendaten von 2006, so errechnen sich allerdings vergleichsweise hohe Gewinne. Das Private Fernsehen rechnet in der Summe mit über 1 Mrd. Euro Gewinn, bei Umsätzen von 4,75 Mrd. Euro. Auch der Private Hörfunk erwartet insgesamt einen Gewinn von 30 Mio. Euro bei Gesamterträgen von 142 Mio. Euro (Abbildung 13.3.2).

Abbildung 13.4.1 Beschäftigte im Rundfunk in Bayern 2005/2006



13.4 Beschäftigtenentwicklung in Bayern

13.4.1 Aktuelle Entwicklung seit 2005

Die Beschäftigtenzahl des gesamten Rundfunks in Bayern hat von 2005 auf 2006 nur einen geringen Zuwachs auf rund 13.000 zu verzeichnen. Während die Gesamtbeschäftigung im Privaten Rundfunk Bayerns um 3 Prozent zunahm, ging sie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Bayerns um 2 Prozent zurück (Abbildung 13.4.1). Bis Mitte 2007 hat insbesondere das bundesweite private Fernsehen über 700 Beschäftigte abgebaut. Auch die Zahl der Beschäftigten im Privaten Hörfunk ist, wenn auch nur leicht, zurückgegangen.

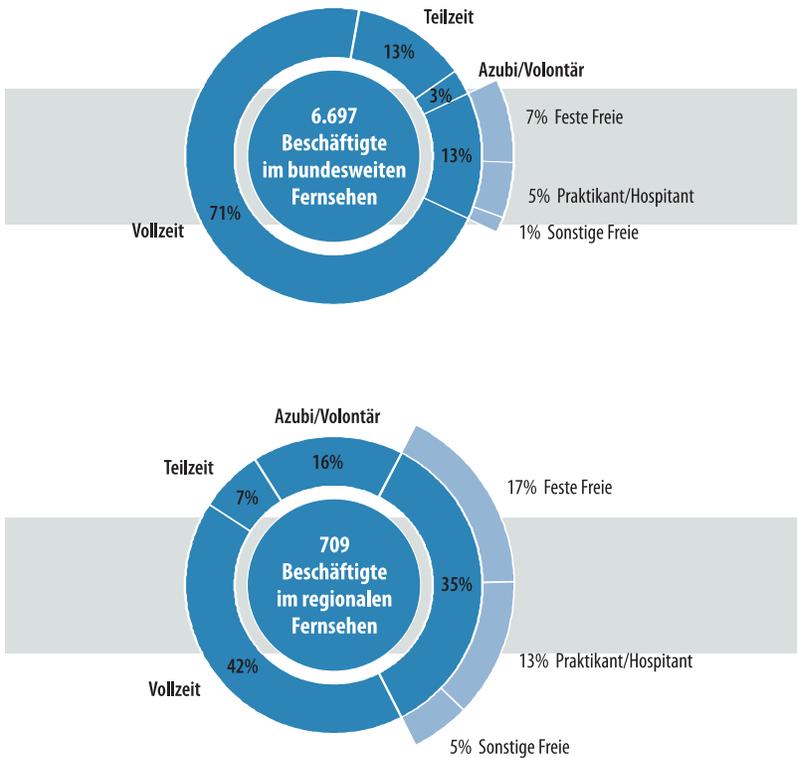
13.4.2 Beschäftigtenstruktur im Rundfunk in Bayern 2006

Privates Fernsehen

Fast 90 Prozent der knapp 6.700 Mitarbeiter im bundesweiten privaten Fernsehen in Bayern sind fest angestellt, darunter 41 Prozent in Vollzeit. Von den Sonstigen Mitarbeitern arbeiten über die Hälfte als feste Freie. Weit mehr als 50 Prozent aller Beschäftigten im bundesweiten Fernsehen ist im Programmbereich tätig.

Im regionalen Fernsehen ist ein weitaus geringerer Teil der rund 710 Mitarbeiter als Festangestellte beschäftigt, darunter ein hoher Anteil an Auszubildenden und Volontären (Abbildung 13.4.2). Etwa zwei Drittel aller Beschäftigten des regionalen Fernsehens arbeitete 2006 in Bayern im Programmbereich.

Abbildung 13.4.2 Beschäftigtenstruktur im Privaten Fernsehen in Bayern 2006

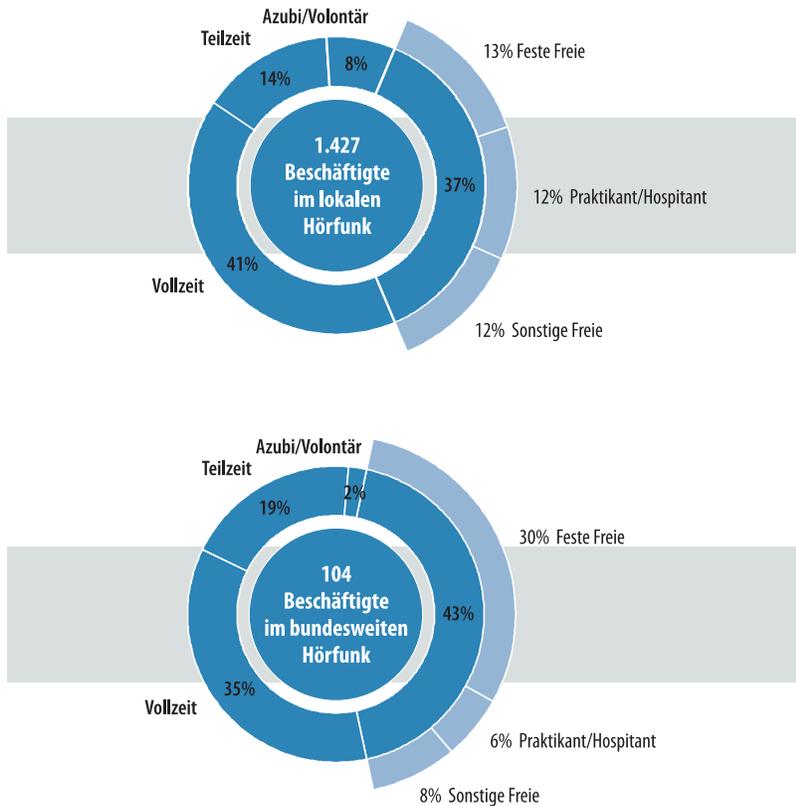


Privater Hörfunk

Im bayerischen lokalen Hörfunk sind etwa zwei Drittel der über 1.400 Beschäftigten in Festanstellung, darunter 41 Prozent in Vollzeit. Unter den Sonstigen Mitarbeitern beträgt der Anteil der festen Freien Mitarbeiter 13 Prozent. Im Programmbereich sind hiervon über 90 Prozent tätig.

Dagegen sind nur gut zwei Fünftel der über 100 Mitarbeiter im bundesweiten Hörfunk in Bayern fest angestellt. Feste Freie Mitarbeiter haben mit 30 Prozent einen sehr hohen Anteil (Abbildung 13.4.3). Mit über 90 Prozent arbeiteten 2006 fast alle Beschäftigten des bundesweiten Hörfunks im Programmbereich.

Abbildung 13.4.3 Beschäftigtenstruktur im Privaten Hörfunk in Bayern 2006



13.4.3 Beschäftigtenentwicklung seit 1996

Verglichen mit 1996 hat die Zahl der Erwerbstätigen im gesamten Rundfunk in Bayern um knapp 50 Prozent zugenommen. Allerdings erreichen auch hier die Erwerbstätigenzahlen des Jahres 2006 noch nicht ihren Höchststand aus dem Jahr 2001 (Abbildung 13.4.4). Während die Zahl der Festangestellten im Privaten Hörfunk im gesamten Zeitraum nur geringe Schwankungen zeigt, lässt sich im Privaten Fernsehen zunächst von 1998 bis 2001 eine starke Zunahme feststellen, der konjunkturbedingt dann bis 2004 ein Rückgang um 15 Prozent folgte. Erst seit 2005 gibt es wieder einen Zuwachs.

Die Daten der Sonstigen Mitarbeiter zeigen einen ähnlichen Verlauf, wobei insbesondere der Bayerische Rundfunk von 1996 bis 2003 für diese Gruppe der Beschäftigten einen kontinuierlichen Zuwachs aufweist. Dagegen hat sich die Zahl der Sonstigen Mitarbeiter sowohl im Privaten Fernsehen als auch im Privaten Hörfunk nach 2000 bis 2001 jeweils um ein Drittel verringert (Abbildung 13.4.5).

Abbildung 13.4.4 Erwerbstätige im Rundfunk in Bayern 1996–2006

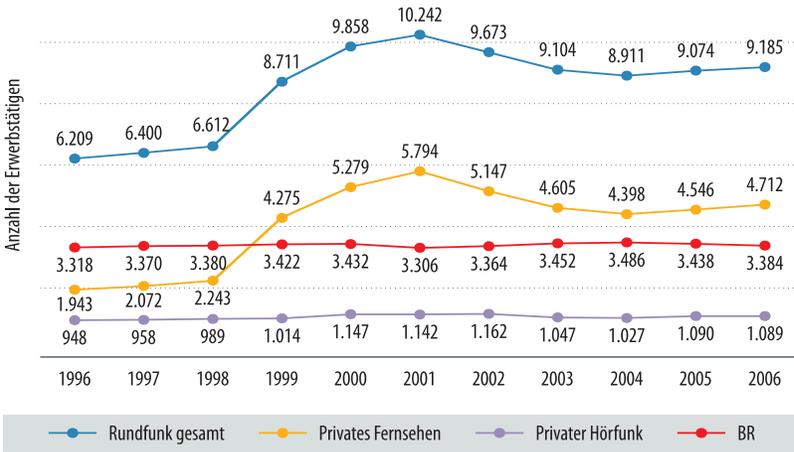
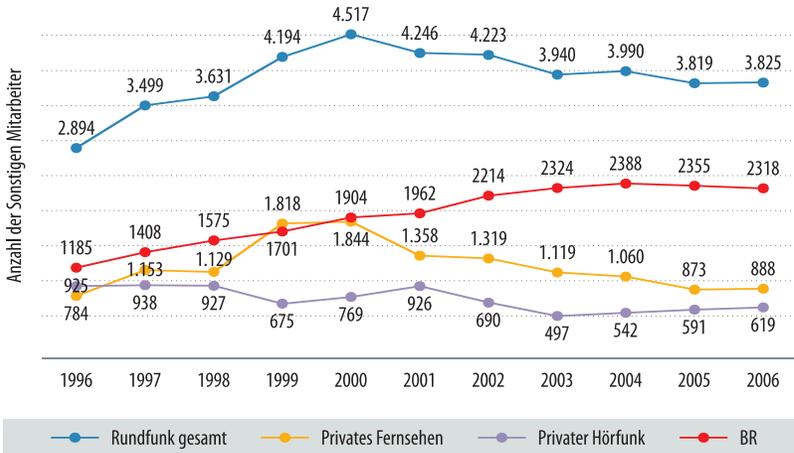


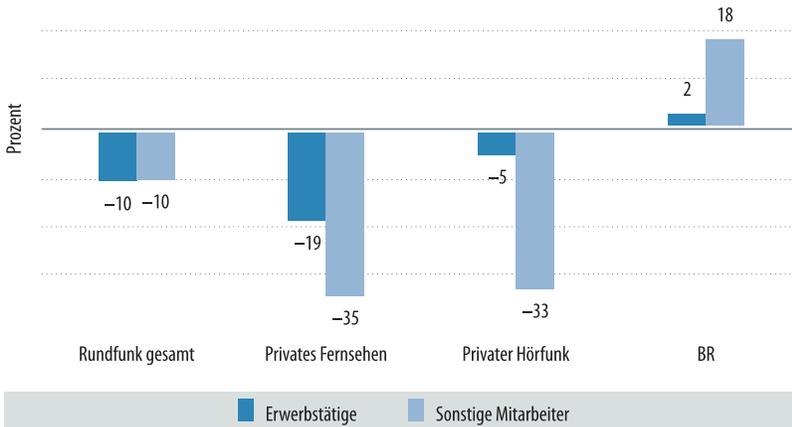
Abbildung 13.4.5 Sonstige Mitarbeiter im Rundfunk in Bayern 1996–2006



Betrachtet man allein die Entwicklung ab 2001, d. h. nach dem konjunkturbedingten Rückgang der Erträge des Privaten Rundfunks, so zeigt sich Folgendes (Abbildung 13.4.6):

- In der Rundfunkwirtschaft insgesamt haben die Beschäftigtenzahlen um 10 Prozent abgenommen,
- im öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat sie bei den Erwerbstätigen leicht, bei den Sonstigen Mitarbeitern um fast ein Fünftel zugenommen,
- im Privaten Fernsehen war der Abbau bei den Festangestellten mit einem Fünftel sehr viel höher als im Privaten Hörfunk (minus 5 Prozent).

Abbildung 13.4.6 Beschäftigtenentwicklung im Rundfunk in Bayern 2001/2006



13.5 Die Rundfunkwirtschaft in Bayern im Überblick

Gemessen an den Erwerbstätigenzahlen hatte Bayern 2006 einen Anteil von 20 Prozent an der gesamten deutschen Rundfunkwirtschaft. Betrachtet man nur den Privaten Rundfunk, so lag der Anteil sogar bei 34 Prozent. Diese Werte liegen jeweils weit über den Bevölkerungs- und BIP-Anteilen des Landes. Dabei ist Bayern im Bundesvergleich als Standort für das Private Fernsehen noch etwas bedeutsamer als für den Privaten Hörfunk. Die Entwicklung der wichtigsten wirtschaftlichen Kennziffern der Rundfunkwirtschaft und des Privaten Rundfunks seit 1996 kann den Tabellen 13.5.1 bis 13.5.3 entnommen werden.

Tabelle 13.5.1 Entwicklung der Rundfunkwirtschaft in Bayern 1996–2006

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Anteil am Bund
Gesamtwirtschaftliche Daten des Bundeslandes												
	Tausend											Prozent
Bevölkerung	12.016	12.056	12.069	12.117	12.188	12.280	12.358	12.398	12.429	12.455	12.478	15,2
Erwerbstätige	5.976	5.981	6.104	6.200	6.324	6.402	6.378	6.316	6.332	6.355	6.409	16,4
	Milliarden Euro											
Bruttoinlandsprodukt	311,3	319,2	332,7	344,2	359,4	369,5	379,0	381,6	393,2	398,5	409,5	17,7
Kennziffern Rundfunkwirtschaft¹ insgesamt												
	Anzahl											Prozent
Erwerbstätige	6.209	6.400	6.612	8.711	9.858	10.242	9.673	9.104	8.911	9.074	9.185	19,8
Sonstige Mitarbeiter	2.894	3.499	3.631	4.194	4.517	4.246	4.223	3.940	3.990	3.819	3.825	13,3
Gesamtbeschäftigung	9.103	9.899	10.197	11.205	14.375	14.488	13.896	13.044	12.901	12.892	13.010	17,3
	Millionen Euro											
Erträge insgesamt	2.039,4	2.245,8	2.443,7	2.986,8	3.835,9	3.797,2	3.644,3	3.596,1	4.032,8	3.990,8	4.112,4	24,2
<i>darunter:</i>												
Rundfunkgebühren	529,4	624,8	632,0	663,0	663,6	751,2	765,0	770,8	780,7	809,1	828,7	11,6
TV-Werbung ²	1.155,5	1.224,6	1.318,9	1.478,1	1.646,4	1.376,4	1.234,1	1.159,1	1.356,1	1.379,9	1.412,0	31,2
Hörfunkwerbung ²	109,9	113,2	117,8	139,4	142,7	126,3	114,2	110,7	113,2	118,6	125,9	16,6
<i>darunter:</i>												
regionale Hörfunkwerbung	46,5	48,2	49,2	54,4	56,0	54,4	49,5	46,6	50,6	55,2	59,5	22,6
Aufwand insgesamt	2.182,6	2.396,1	2.600,5	3.401,1	4.178,0	4.662,3	4.023,9	3.483,6	3.748,5	3.313,8	3.418,9	22,0
Kennziffern Privater Rundfunk¹ insgesamt												
	Anzahl											Prozent
Erwerbstätige	2.891	3.030	3.232	5.289	6.426	6.936	6.309	5.652	5.425	5.636	5.801	33,6
Sonstige Mitarbeiter	1.709	2.091	2.056	2.493	2.613	2.284	2.009	1.616	1.602	1.464	1.507	24,8
Gesamtbeschäftigung	4.600	5.121	5.242	7.782	9.039	9.220	8.318	7.268	7.027	7.099	7.308	31,4
	Millionen Euro											
Erträge insgesamt	1.347,2	1.479,5	1.665,1	2.197,6	3.026,7	2.931,2	2.766,8	2.705,8	3.137,5	3.034,0	3.138,5	37,9
Aufwand insgesamt	1.490,9	1.699,2	1.811,2	2.546,8	3.322,6	3.800,6	3.153,3	2.630,6	2.863,2	2.424,6	2.479,6	34,7
Privater Hörfunk												
	Anzahl											Prozent
Anbieter (Jahresende)	57	57	57	56	75	90	91	65	69	71	71	30,2
Erwerbstätige	948	958	989	1.014	1.147	1.142	1.162	1.047	1.027	1.090	1.089	27,0
Sonstige Mitarbeiter	925	938	927	675	769	926	690	497	542	591	619	22,7
Gesamtbeschäftigung	1.873	1.896	1.916	1.689	1.916	2.068	1.852	1.544	1.569	1.681	1.708	25,3
	Millionen Euro											
Erträge insgesamt	104,3	107,7	111,4	129,4	135,3	118,7	110,6	108,3	115,6	119,7	132,1	19,5
Aufwand insgesamt	84,7	87,8	92,9	107,0	118,6	116,3	122,1	98,9	97,3	100,2	108,3	18,6
Privates Fernsehen												
	Anzahl											Prozent
Anbieter (Jahresende)	34	42	42	46	46	50	52	40	43	56	56	26,2
Erwerbstätige	1.943	2.072	2.243	4.275	5.279	5.794	5.147	4.605	4.398	4.546	4.712	35,6
Sonstige Mitarbeiter	784	1.153	1.129	1.818	1.844	1.358	1.319	1.119	1.060	873	888	26,5
Gesamtbeschäftigung	2.727	3.225	3.326	6.093	7.123	7.152	6.466	5.724	5.458	5.418	5.600	33,9
	Millionen Euro											
Erträge insgesamt	1.243,0	1.371,7	1.553,7	2.068,2	2.891,4	2.812,5	2.656,2	2.597,5	3.021,9	2.914,3	3.006,4	39,5
Aufwand insgesamt	1.406,3	1.611,4	1.718,3	2.439,8	3.204,1	3.684,3	3.031,2	2.531,8	2.765,9	2.324,4	2.371,3	36,1
7 Rundfunkunternehmen mit Hauptsitz im Bundesland 2 ARD: Nettowerbeerlöse der Werbetöchter												
Quellen: 1996–2004: DLM-Studien; 2005/2006: TNS Infratest; Statistisches Bundesamt												FSU Jena

Tabelle 13.5.2 Privates Fernsehen in Bayern 2005/2006

	Bundesweites Fernsehen ¹	Regionales Fernsehen	Fernsehen insgesamt	Anteil am Bund
	Anzahl			Prozent
Anbieterzahl Ende 2006	25	31	56	24,3
Erwerbstätige 2005	4.026	520	4.546	32,6
Erwerbstätige 2006	4.251	461	4.712	35,6
Vollzeitbeschäftigte	3.609	296	3.905	36,5
Teilzeitbeschäftigte	603	49	652	36,1
Auszubildende	39	116	155	21,1
Sonstige Mitarbeiter 2005	619	254	873	26,2
Sonstige Mitarbeiter 2006	640	248	888	26,5
Praktikanten	155	88	243	24,6
Feste freie Mitarbeiter	281	122	403	20,0
Sonstige freie Mitarbeiter	204	38	242	70,3
Gesamtbeschäftigung 2005	4.645	774	5.419	31,3
Gesamtbeschäftigung 2006	4.891	709	5.600	33,8
	Millionen Euro			Prozent
Erträge 2005	2.871,6	42,7	2.914,3	40,2
Erträge 2006	2.961,1	45,3	3.006,4	39,5
Werbespots insgesamt	1.383,1	13,6	1.396,7	33,7
<i>davon:</i>				
überregionale Werbung	1.383,1	1,3	1.384,4	34,2
regionale Werbung	0,0	12,3	12,3	13,0
Sponsoring	0,6	2,1	2,7	8,7
Internetangebote	0,4	0,0	0,4	0,8
Auftragsproduktionen für Dritte/Programmverkauf	20,3	13,3	33,6	17,2
Veranstaltungen	0,0	0,2	0,2	30,7
Teleshopping	352,1	0,1	352,2	22,8
Call Media	143,8	0,0	143,8	80,8
Fördermaßnahmen	0,0	8,8	8,8	67,8
Sonstige Erträge	1.097,6	7,2	1.104,8	73,7
Ertrag je Programm	118,4	1,5	53,7	162,3
Aufwand 2005	2.284,8	39,6	2.324,4	162,3
Aufwand 2006	2.330,1	41,2	2.371,3	36,1
Personalkosten	306,2	14,6	320,8	43,0
Vergütungen	23,6	3,0	26,6	26,1
Sachkosten	399,7	18,6	418,3	8,3
Abschreibungen/Steuern	46,6	1,9	48,5	6,9
Aufwand je Programm	93,2	1,3	42,3	148,4
	Prozent			
Kostendeckungsgrad 2005	125,7	107,6	125,4	109,4
Kostendeckungsgrad 2006	127,1	110,0	126,8	109,3

1 Ohne SAT.1

Quelle: TNS Infratest

FSU Jena

Tabelle 13.5.3 Privater Hörfunk in Bayern 2005/2006

	UKW-Hörfunk			Digitaler Hörfunk	Hörfunk insgesamt	Anteil am Bund
	Bundesweit	Landesweit	Lokal			
	Anzahl			Prozent		
Anbieterzahl Ende 2006	5	1	65	8	79	23,8
Erwerbstätige 2005			897	29	1.090	27,6
Erwerbstätige 2006			894	25	1.089	27,0
Vollzeitbeschäftigte			580	17	699	26,6
Teilzeitbeschäftigte			206	7	265	27,9
Auszubildende			108	1	125	27,1
Sonstige Mitarbeiter 2005			512	15	591	22,5
Sonstige Mitarbeiter 2006			533	12	619	22,7
Praktikanten			172	1	186	29,0
Feste freie Mitarbeiter			190	11	251	18,5
Sonstige freie Mitarbeiter			171	0	182	25,1
Gesamtbeschäftigung 2005			1.409	44	1.681	25,6
Gesamtbeschäftigung 2006			1.427	37	1.708	25,3
	Millionen Euro			Prozent		
Erträge 2005			83,6	0,9	119,7	18,4
Erträge 2006			84,0	1,0	132,1	19,5
Werbespots insgesamt			63,3	0,6	99,0	18,7
<i>davon:</i>						
überregionale Werbung			17,0	0,2	39,5	14,9
regionale Werbung			46,4	0,4	59,5	22,6
Sponsoring			5,4	0,0	6,9	18,6
Internetangebote			0,5	0,0	0,9	41,0
Auftragsproduktionen für Dritte/ Programmverkauf			1,4	0,0	1,5	24,8
Veranstaltungen			5,4	0,0	5,5	26,2
Call Media			0,5	0,2	7,8	38,8
Fördermaßnahmen			1,0	0,1	3,6	45,1
Sonstige Erträge			6,3	0,1	7,0	12,4
Ertrag je Programm			1,3	0,1	1,7	57,9
Aufwand 2005			70,6	2,5	100,2	18,8
Aufwand 2006			72,7	4,4	108,3	18,6
Personalkosten			28,6	1,1	37,7	24,3
Vergütungen			5,7	0,2	7,9	23,4
Sachkosten			35,9	2,9	55,7	15,3
Abschreibungen/Steuern			2,5	0,2	6,9	26,5
Aufwand je Programm			1,1	0,3	1,3	51,3
	Prozent			Prozent		
Kostendeckungsgrad 2005			118	37	119	98,0
Kostendeckungsgrad 2006			115	23	122	104,3
Quelle: TNS Infratest						FSU Jena