

10 Der Rundfunk in Rheinland-Pfalz

10.1 Entwicklung des Rundfunks in Rheinland-Pfalz

2018 verbreiteten die in Rheinland-Pfalz ansässigen privaten Rundfunkanbieter insgesamt fünf TV- und 15 Hörfunkprogramme. Zusätzlich wurden im Bundesland 23 Web-TV-Angebote und 102 Webradios produziert, die jedoch wirtschaftlich nicht berücksichtigt wurden. Die Fernsehlandschaft in Rheinland-Pfalz hat sich in den beiden Jahren 2017 und 2018 deutlich verändert. Die fremdsprachigen bundesweiten Vollprogramme Khatereh und Mohajer International Television sowie die Spartenkanäle Iran Beauty und Iran Music sind nicht mehr aktiv. Zu den im Bundesland erfassten Fernsehprogrammen zählen das bundesweit über MagentaTV empfangbare DRF1, welches regionale Informationen aus allen 16 Bundesländern ausstrahlt, sowie die lokalen Programme Westerwald-Wied TV (WW-TV), TV Mittelrhein und RLP.TV (vorher rheinahr TV). Veranstalter der Programme DRF1, WW-TV und TV Mittelrhein ist die Deutschland Fernsehen Produktions GmbH & Co. KG. Auf landesweiter Ebene sendete 2018 zudem das TV-Fenster 17:30 SAT.1 LIVE. Das RNF Rhein-Neckar Fernsehen hat seinen Sitz in Mannheim und wird deshalb dem Bundesland Baden-Württemberg zugeordnet.

Im privaten landesweiten Hörfunkmarkt sind weiterhin die Radiostationen RPR1 und bigFM Hot Music Radio (beide veranstaltet von der Rheinland-Pfälzischen Rundfunk GmbH) sowie Rockland Radio aktiv. Anstelle des digitalen Angebots bigFM WorldBeats, das nur noch via Livestream zu hören ist, sendet bigFM seit Ende 2016 sein Hauptprogramm über DAB+. Das lokale Hörfunkangebot besteht aus neun Radiostationen der Radio Group sowie den kommerziellen Programmen Antenne Mainz und 100% Rheinhessen.

Zu den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern in Rheinland-Pfalz zählten das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) sowie die ausschließlich digital verbreiteten ZDF-Kanäle (ZDFinfo und ZDFneo). Der Digital-Kanal ZDFkultur wurde im September 2016 zugunsten des Online-Angebots „Funk“ eingestellt. Außerdem ist die Zwei-Länder-Anstalt Südwestrundfunk (SWR) hier mit eigenen Studios aktiv, weshalb die rheinland-pfälzischen Beschäftigten auch entsprechend im Bundesland berücksichtigt werden. Der SWR sendet in der Region das Dritte Fernsehprogramm SWR sowie die Landeswelle SWR 1 und insgesamt fünf weitere Hörfunkangebote. Für die Programmzählung nicht berücksichtigt wird die Landeswelle SWR 4 (Baden-Württemberg).

T 10.1

Zahl der privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramme in Rheinland-Pfalz 2008 – 2018

	2008	2010	2012	2014	2016	2018	Veränderung 2008/2018
Privates Fernsehen gesamt	12	13	9	9	9	5	-7
Bundesweites Free-TV	4	5	5	5	5	1	-3
Pay-TV	2	2	-	-	-	-	-2
Teleshopping	-	-	-	-	-	-	
Landesweite TV-Fenster	1	1	1	1	1	1	0
Lokal-TV	5	5	3	3	3	3	-2
Lokales Sparten-TV	-	-	-	-	-	-	
Privates Web-TV¹				36	32	23 ³	
Privater Hörfunk gesamt	5	15	17	18	16	15	10
davon							
DAB-Only			1	1	1	-	
Bundesweit	-	-	-	-	-	-	
Landesweit	3	3	4	4	4	3	0
Lokal	2	12	13	14	11	11	9
Privates Webradio¹				91	91	102 ³	
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk²	10	10	10	10	10	9	-1
TV-Programme	5	5	5	5	5	4	-1
Hörfunk-Programme	5	5	5	5	5	5	0
davon							
reine Digitalprogramme	1	1	1	1	1	1	0
Öffentlich-rechtliches Web-TV¹				4	4	3	
Öffentlich-rechtliches Webradio¹				1	1	1	

(1) Seit 2014 ausgewiesen

(2) Öffentlich-rechtlicher Rundfunk besteht aus den Programmen des ZDF und des SWR.

Wirtschaftlich wird der SWR aufgrund seines Hauptsitzes dem Bundesland Baden-Württemberg zugerechnet.

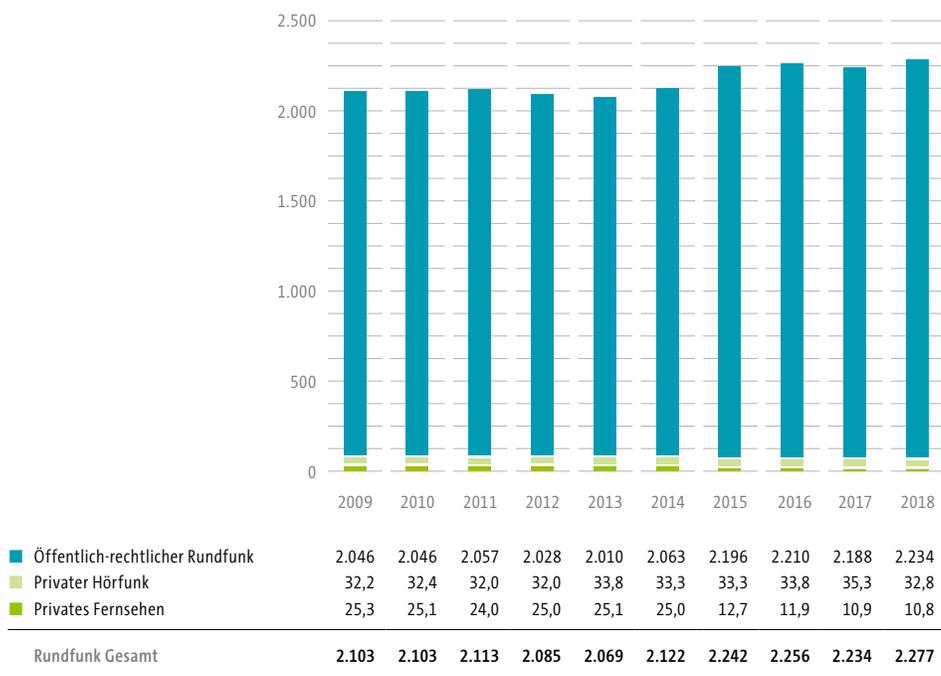
(3) Web-TV Stand: Mitte 2019, Webradio Stand: Mitte 2017

Quellen: 2008: Goldmedia/TNS Infratest; 2010 – 2018: Goldmedia

2018 erwirtschafteten die Rundfunkanbieter in Rheinland-Pfalz insgesamt 2,28 Mrd. Euro. Der Großteil der Erträge entfiel mit 2,23 Mrd. Euro auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, da mit dem ZDF inkl. seiner digitalen Spartenkanäle eine der größten öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten Europas ihren Sitz im Bundesland hat. Die Betriebsaufgabe des Anbieters News and Pictures sorgte im privaten Fernsehmarkt zwischen 2014 und 2015 für einen deutlichen Ertragsrückgang. 2018 blieben die Erträge mit 10,8 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert, seit 2015 mussten die Anbieter jedoch Umsatzeinbußen von rund zwei Mio. Euro hinnehmen. Die privaten Hörfunkanbieter verzeichneten 2017 hingegen mit 35,3 Mio. Euro einen Einnahmerekord. 2018 waren die Erträge jedoch wieder um 2,4 Mio. Euro gesunken.

10.1

Gesamterträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rheinland-Pfalz 2009 – 2018 in Mio. Euro



(1) Angaben inkl. sämtlicher Erträge des ZDF

Insgesamt erzielten die Rundfunkanbieter in Rheinland-Pfalz Werbeeinnahmen in Höhe von 209 Mio. Euro. Der Großteil der Werbeeinnahmen wurde vom ZDF generiert, das 2018 mit 179 Mio. Euro die höchsten Werbeeinnahmen in seiner Geschichte verzeichnete. Die privaten Hörfunkveranstalter verdienten 2018 mit Werbung und Sponsoring 27,8 Mio. Euro und damit knapp zwei Mio. Euro weniger als im Vorjahr, die Erträge im privaten Fernsehen sanken ebenfalls um 0,3 Mio. auf 1,7 Mio. Euro.

10.2

Werbeerträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rheinland-Pfalz 2009 – 2018¹ in Mio. Euro



(1) Angaben inkl. sämtlicher Erträge des ZDF

Nach dem anhaltenden Stellenabbau im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zwischen 2011 und 2016 waren dort zuletzt mit 3.720 wieder mehr Planstellen besetzt. Hierunter fallen auch die entsprechenden Planstellen des SWR. Im privaten Rundfunk konnte der Abwärtstrend der Mitarbeiterzahlen bisher nicht aufgehoben werden. Hier fiel die Zahl der Beschäftigten im Fernsehen – unter anderem bedingt durch die Einstellung von vier bundesweiten TV-Sendern – seit 2014 auf 156 Personen und im Hörfunk auf 233.

T 10.2

Beschäftigte im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rheinland-Pfalz 2009 – 2018

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk¹	3.835	3.820	3.910	3.887	3.854	3.829	3.751	3.654	3.698	3.720
privates Fernsehen gesamt	221	228	225	231	242	243	187	185	159	156
Feste Mitarbeiter	171	177	167	168	162	163	115	113	90	88
sonstige Mitarbeiter	50	51	58	63	80	80	72	72	69	68
privater Hörfunk gesamt	257	230	263	275	260	271	253	255	239	233
Feste Mitarbeiter	161	159	182	189	174	172	167	166	164	158
Sonstige Mitarbeiter	96	71	81	86	86	99	86	89	75	75

(1) Anzahl der besetzten Planstellen (ZDF, SWR)

10.2 Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens in Rheinland-Pfalz

Das regionale Fernsehen in Rheinland-Pfalz besteht aus dem Regionalfensterprogramm „17.30 SAT.1 LIVE“ der Mainzer Firma TV IIIa sowie den drei lokalen Programmen WW-TV, TV Mittelrhein (beide unter dem Dach von DRF Deutschland Fernsehen Produktions GmbH) und RLP.TV.

Neben den beiden lokalen Programmen produziert DRF noch das bundesweite Angebot DRF1 (Deutsches Regionalfernsehen 1), das regionale Informationen aus ganz Deutschland bietet und u.a. über MagentaTV verbreitet wird. Die wirtschaftlichen Rahmendaten dieses Senders fließen auch in die regionale Marktbetrachtung in Rheinland-Pfalz ein, da vom Anbieter DRF keine getrennten Auskünfte vorliegen.

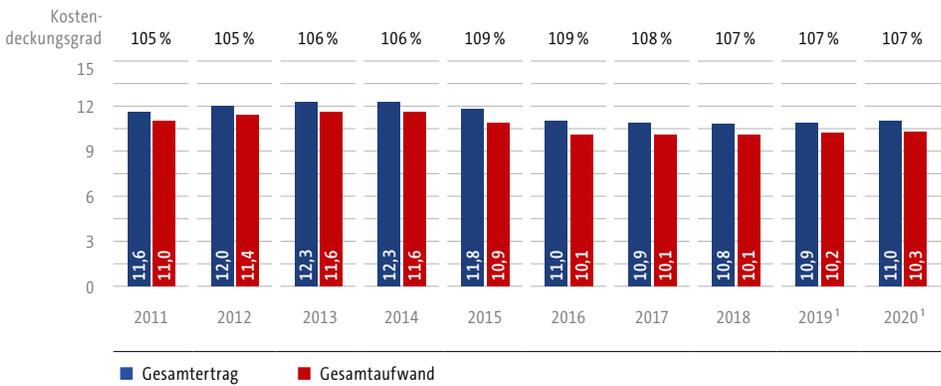
Eine Co-Lizenzierung mit Baden-Württemberg erfolgte durch die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) für das länderübergreifende Ballungsraumfernsehen RNF, das 2019 Insolvenz anmelden musste. Beide Landesmedienanstalten erteilten außerdem dem Regionalfensterprogramm für die Region Rhein-Neckar im Programm von RTL, RON TV, eine Zulassung. Dieses wird seit Mitte 2017 durch die Mannheimer Produktionsfirma Zone 7 erstellt. Beide Anbieter wurden aufgrund des Hauptsitzes in Baden-Württemberg nicht mit ihren wirtschaftlichen Kennzahlen für Rheinland-Pfalz erfasst.

Regionales Fernsehen mit Umsatzrückgang

Die regionalen Fernsehanbieter erwirtschafteten 2018 Erträge von 10,8 Mio. Euro. Der TV-Markt zeigte sich zwar im Vergleich zum Vorjahr stabil, in der Trendbetrachtung sind die Erträge seit 2014 jedoch insgesamt rückläufig. Dennoch arbeiten die Anbieter wirtschaftlich erfolgreich: Mit Aufwendungen von 10,1 Mio. Euro erreichten sie weiterhin einen Kostendeckungsgrad von 107 Prozent und rechnen auch für 2019 und 2020 bei wieder leicht steigenden Erträgen mit einem ähnlichen Verhältnis.

10.3

Geschäftsentwicklung im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2011–2020 in Mio. Euro

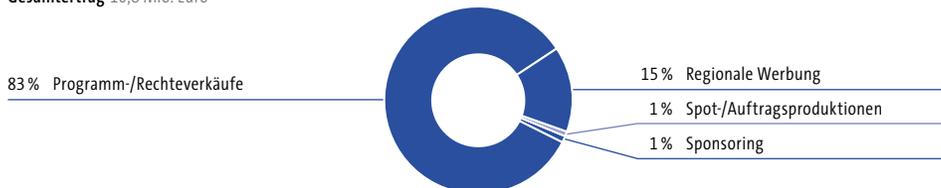


(1) 2019/2020 = Prognose der Anbieter

Strukturbedingt machten in Rheinland-Pfalz 2018 vor allem die Erträge aus Programm- und Rechteverkäufen mit 83 Prozent den Großteil der Gesamterträge aus. Die Einnahmen aus der Vermarktung von regionalen Werbespots standen für 15 Prozent der generierten Erträge, ihr Anteil lag 2016 noch zwei Prozentpunkte höher. Andere Erlösarten spielten in Rheinland-Pfalz kaum eine Rolle. Über die Hälfte der Ausgaben (52 Prozent) setzten die TV-Anbieter für das Personal und die freien Mitarbeiter ein, die Verbreitungskosten standen für 25 Prozent der Gesamtkosten.

Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2018 in Prozent

Gesamtertrag 10,8 Mio. Euro



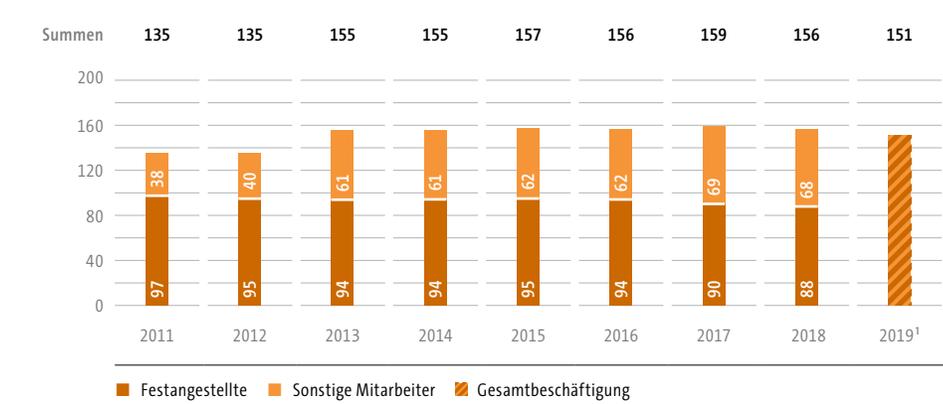
Gesamtaufwand 10,1 Mio. Euro



Im regionalen Fernsehen waren Ende 2018 insgesamt 156 Mitarbeiter beschäftigt, davon über die Hälfte in einer Festanstellung. Während es bei der Beschäftigtenzahl in den vergangenen Jahren kaum Veränderungen gab, waren mit 44 Prozent anteilmäßig etwas mehr freie Mitarbeiter und Praktikanten angestellt als 2016 (40 Prozent). Für die Programmerstellung waren 54 Prozent der Mitarbeiter verantwortlich. Der Online-Bereich spielte bei den Lokalanbietern hingegen keine Rolle: Gerade mal ein Prozent der Beschäftigten war hier 2018 tätig.

10.5

Beschäftigte im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2011 – 2019

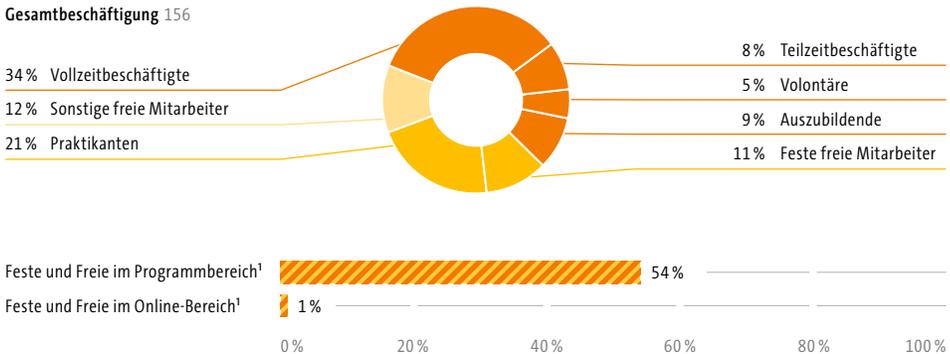


(1) Angaben der Anbieter für Mitte 2019

10.6

Beschäftigtenstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2018 in Prozent

Gesamtbeschäftigung 156



(1) Mehrfachnennung möglich. Mitarbeiter können auch mehreren Bereichen zugeordnet sein.

10.3 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks in Rheinland-Pfalz

Rheinland-Pfalz zählt zu den Pionieren des privaten Hörfunks und verfügt heute über eine vielfältige und wettbewerbsintensive Radiolandschaft, die seit den 1980er Jahren gewachsen ist und starke Anbieter hervorgebracht hat. Zu ihnen zählen drei landesweite Programme: der Mainstream-Sender RPR1. und die Junge-Leute-Marke bigFM Hot Music Radio, deren beider Programme von der Rheinland-Pfälzischen Rundfunk GmbH & Co. KG, Ludwigshafen, veranstaltet werden. Hinzu kommt Rockland Radio aus Mainz, das der Radio Rockland-Pfalz GmbH gehört. Alle drei Programme gingen mit ihren wirtschaftlichen Rahmendaten in diese Studie ein. Auch die elf Angebote des werbefinanzierten Lokalfunks sind in dieser Untersuchung berücksichtigt. Zu ihnen zählen Antenne Mainz, 100% Rheinhessen im Gebiet der Verbandsgemeinde Bodenheim und Mommenheim sowie neun Programme der in Kaiserslautern beheimateten The Radio Group. Sie betreibt in Rheinland-Pfalz folgende Stationen: Antenne Bad Kreuznach, Antenne Idar-Oberstein, Antenne Kaiserslautern, Antenne Koblenz, Antenne Landau, Antenne Pfalz, Antenne Pirmasens, City-Radio Trier und Antenne Zweibrücken. Die privaten Veranstalter konkurrieren mit den sechs Programmen des öffentlich-rechtlichen Südwestrundfunks (SWR).

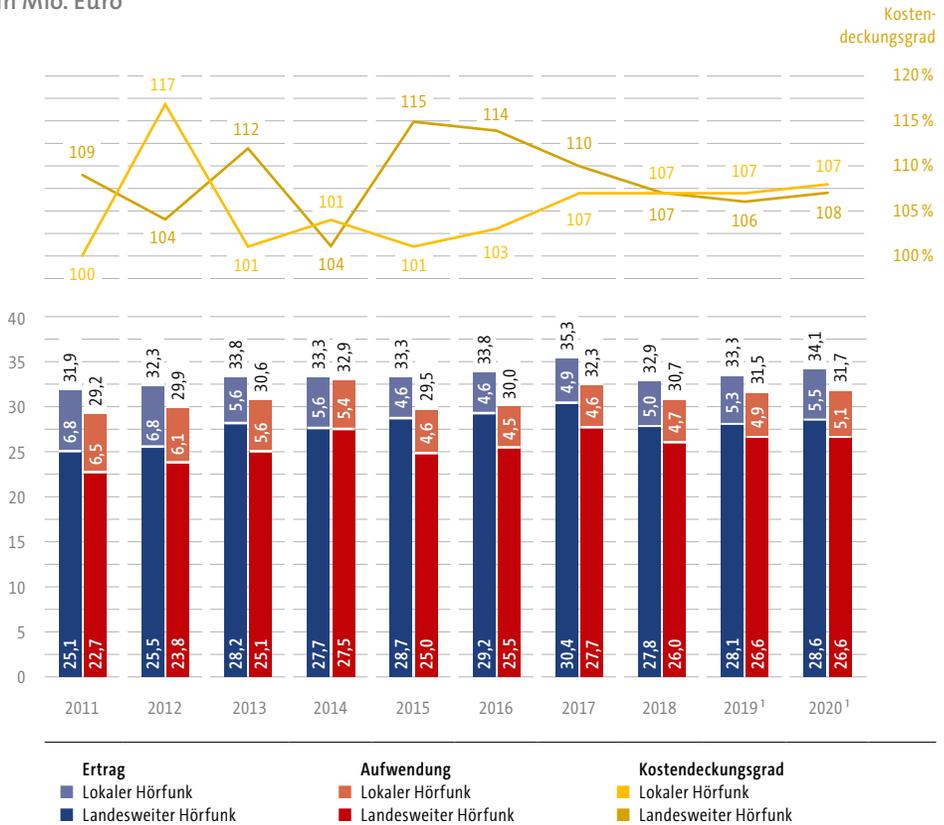
Schwäche der landesweiten Privatradios lässt Erträge sinken

In wirtschaftlicher Hinsicht mussten die privaten Hörfunkprogramme im Jahr 2018 einen Rückschlag hinnehmen. Ihre Erträge sanken gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Mio. auf 32,9 Mio. Euro. Das entsprach einem Minus von 6,8 Prozent, während das Privatradio in ganz Deutschland um 0,3 Prozent zulegen konnte. Auch im mittelfristigen Vergleich fielen die Einnahmen im rheinland-pfälzischen Privathörfunk enttäuschend aus und lagen 2018 auf dem tiefsten Stand seit 2012 (32,3 Mio. Euro). Im Vergleich zu 2016 (33,8 Mio. Euro) entwickelten sich die Erträge ebenfalls leicht fallend.

Ursächlich dafür waren in erster Linie rückläufige Werbe- und Sponsoringeinnahmen der landesweiten Anbieter. Diese sanken im Vergleich zum Vorjahr um 1,8 Mio. auf 23,6 Mio. Euro, gegenüber 2016 betrug der Rückgang 1,2 Mio. Euro. Dabei schrumpften vor allem die Werbeumsätze im regionalen Markt; gegenüber 2016 gaben diese von 12,1 auf 10,5 Mio. Euro nach, während die überregionale Werbung um 0,4 Mio. auf 10,8 Mio. Euro zulegte. Das Minus im regionalen Werbemarkt war auch dem Umstand geschuldet, dass einige größere Werbekunden, die bislang regional bei den Sendern eingebucht hatten, ihre Kampagnen nun über den nationalen Vermarkter geschaltet haben. Dass die überregionale Werbung dennoch nicht stärker zulegen konnte, lag daran, dass die landesweiten Sender gegenüber 2016 Reichweite verloren haben und daraufhin teilweise ihre Werbepreise senken oder höhere Nachlässe gewähren mussten. Auch die Einnahmen aus dem Sponsoring gingen 2018 im Vergleich zu 2016 um 0,4 Mio. auf 1,3 Mio. Euro zurück.

10.7

Geschäftsentwicklung im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2011–2020
in Mio. Euro



(1) 2019/2020 = Prognose der Anbieter

Online kann Minus bei klassischer Werbung teilweise kompensieren

Dafür gelang es den landesweiten Anbietern, ihre Einnahmen aus der Online-Audio-, Display- und Videowerbung von 0,7 auf 1,0 Mio. Euro zu steigern. Damit machte diese Ertragsart 2018 bereits 3,6 Prozent der Gesamtumsätze aus und konnte einen Teil der Werbeeinbußen im klassischen Geschäft kompensieren. Zum Vergleich: Im gesamten deutschen Privatrado stand die Online-Werbung 2018 nur für 1,6 Prozent aller Erträge. Zum wirtschaftlichen Überleben sind die landesweiten Anbieter aber weiterhin auf die regionale und überregionale Spotwerbung angewiesen, die 2018 rund 77 Prozent des Gesamtertrags ausmachte.

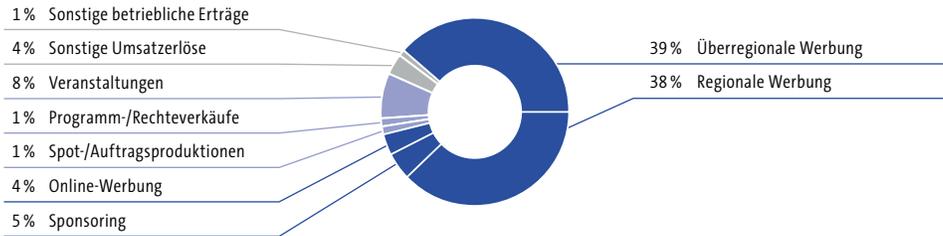
Erträge der Lokalradios ziehen wieder an

Die Lokalradios sind ebenfalls von der überregionalen und regionalen Werbung abhängig. Sie erwirtschafteten 2018 insgesamt rund vier Mio. Euro aus diesen beiden Ertragsarten, was einem Anteil von 79 Prozent entsprach. Die Gesamterträge zogen im Lokalfunk seit 2016 wieder an und erreichten in den beiden Folgejahren 4,9 bzw. 5,0 Mio. Euro. Im Mittelfristvergleich blieben die lokalen Sender allerdings hinter dem Umsatzniveau der Jahre 2011 bis 2014 zurück, als sie zwischen 5,6 und 6,8 Mio. Euro erwirtschafteten. Dass es für die Lokalsender 2018 wieder bergauf ging, war hauptsächlich deren überregionalem und regionalem Spotverkauf zu verdanken, der gegenüber 2016 um 0,4 Mio. Euro anzog.

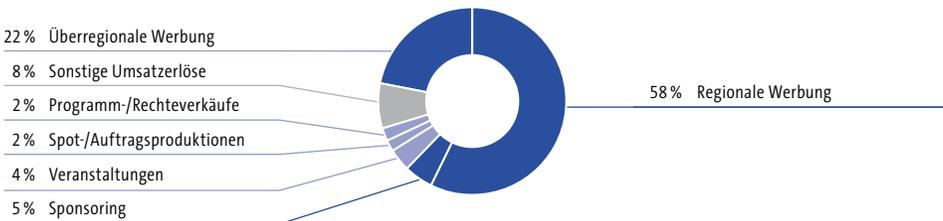
10.8

Ertragsstruktur im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2018 in Prozent

Landesweiter privater Hörfunk Gesamtertrag 27,8 Mio. Euro



Lokaler privater Hörfunk Gesamtertrag 5,0 Mio. Euro



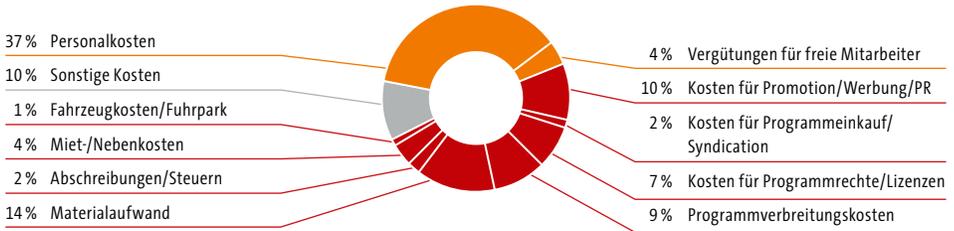
Ausgaben steigen tendenziell

Die Kostensituation der rheinland-pfälzischen Privatradios stellte sich 2018 – ebenso wie die der Erträge – differenziert dar. So reagierten die landesweiten Anbieter auf den Rückgang ihrer Einnahmen mit einer Kürzung der Ausgaben. Insgesamt wandten sie nur noch 26,0 Mio. Euro für ihren Programm- und Sendebetrieb auf, das waren 1,7 Mio. Euro weniger als 2017. Im Vergleich zu 2016 erhöhten sich die Ausgaben der landesweiten Sender hingegen leicht um eine halbe Million Euro.

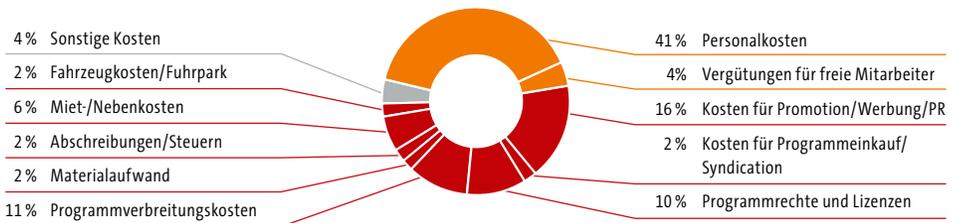
10.9

Aufwandsstruktur im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2018 in Prozent

Landesweiter privater Hörfunk Gesamtaufwand 26,0 Mio. Euro



Lokaler privater Hörfunk Gesamtaufwand 4,7 Mio. Euro



Größter Einzelposten waren dabei die Personalkosten, die gegenüber 2016 um 0,3 Mio. auf 9,5 Mio. Euro stiegen und für 37 Prozent aller Ausgaben standen. Im Gegenzug senkten die landesweiten Sender die Vergütungen für ihre freien Mitarbeiter von 1,9 auf 1,1 Mio. Euro. Der Rückgang ging auf einen Anbieter zurück, der feste Freie abgebaut und stattdessen neue Jobs für sonstige Freie geschaffen hat. Ferner wandte der landesweite Hörfunk weniger für Materialkosten auf und reduzierte seine Ausgaben für Promotion, PR und Werbung. Die Verbreitungskosten sind leicht auf 2,4 Mio. Euro gefallen, weil einige Anbieter zu einem günstigeren Sendernetzbetreiber gewechselt sind. Dafür mussten die landesweiten Programme mehr sonstige Ausgaben (Programmrechte und Lizenzen, Miet- und Nebenkosten, Fahrzeugkosten sowie sonstige Kosten) schultern, diese stiegen von 4,2 auf 5,9 Mio. Euro.

Im Lokalradio stiegen die Ausgaben 2018 gegenüber dem Vorjahr um rund zwei Prozent auf 4,7 Mio. Euro, auch im Vergleich zu 2016 (4,5 Mio. Euro) lagen sie etwas höher. Dafür waren leichte Kostensteigerungen beim Personal sowie höhere Aufwendungen für Promotion, PR und Werbung verantwortlich. Die sonstigen Sachkosten fielen hingegen von 1,6 auf 1,1 Mio. Euro.

Wirtschaftlichkeit im landesweiten Hörfunk gesunken

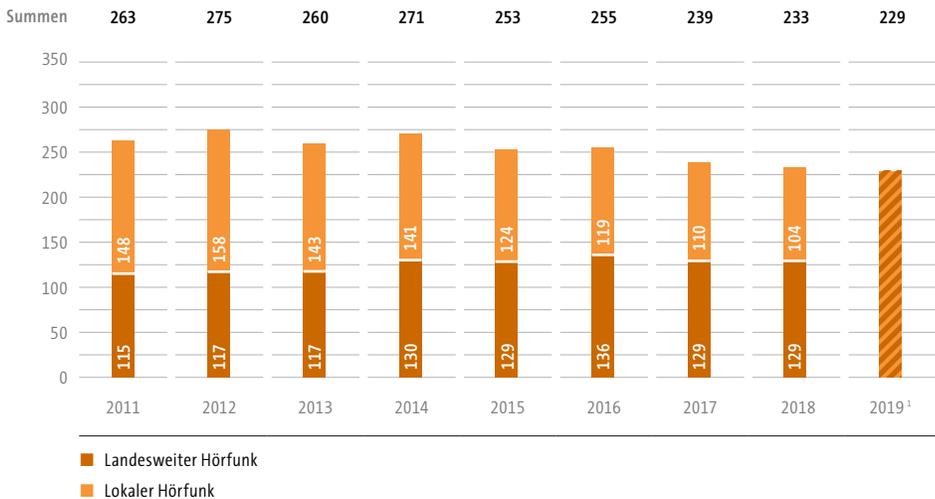
Da die Ausgaben im rheinland-pfälzischen Privatrado stärker gestiegen sind als die Erträge, hat sich ihr Kostendeckungsgrad zuletzt verschlechtert. Im Jahr 2018 lagen die Einnahmen der Sender nur noch um sieben Prozent über den Ausgaben. Vor allem die Kostendeckung der landesweiten Anbieter war seit 2015 rückläufig. Im Jahr 2018 lag sie bei 107 Prozent und damit auf dem gleichen Niveau wie der Lokalfunk, der sich im Gegensatz zu den Landesweiten seit 2015 von 101 auf 107 Prozent verbessern konnte. Für 2019 und 2020 rechnen lokale wie landesweite Anbieter mit einer stabilen Kostendeckung auf dem Niveau von 2018.

Weniger Jobs im Privatradio

Die Zahl der Mitarbeiter ist im rheinland-pfälzischen Privatradio gegen den bundesweiten Trend leicht gesunken. Ende 2018 wirkten 233 Personen bei den Sendern, das waren sechs weniger als 2017 und 22 weniger als 2016; im gesamten deutschen Privatradio ist die Beschäftigung zwischen 2017 und 2018 dagegen gestiegen. Das Minus in den Jahren 2017/18 ging allein auf das Konto des Lokalradios, das seine Beschäftigung auch in der Mittelfristbetrachtung reduzierte. Verdienten 2012 noch 158 Personen bei den lokalen Sendern ihr Geld, so waren es 2018 nur noch 104. Im gleichen Zeitraum stieg die Mitarbeiterzahl bei den Landesweiten von 117 auf 129. Beide Angebotstypen beschäftigten 2018 etwas weniger Vollzeitkräfte als 2016, sie reduzierten aber auch die Zahl der festen Freien von 61 auf 36 und schufen im Gegenzug mehr Jobs für sonstige Freie (von 6 auf 18). Bemerkenswert ist noch eine andere Zahl: Im landesweiten Privatradio waren 2018 bereits 18 Prozent der Mitarbeiter mit Online-Aktivitäten beschäftigt, im Lokalradio waren es sechs Prozent. Diese Zahlen zeigen, dass sich die Sender verstärkt um den Ausbau ihrer digitalen Aktivitäten kümmern und damit die Weichen für die Zukunft stellen wollen.

10.10

Beschäftigte im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2011 – 2019



(1) Angaben der Anbieter für Mitte 2019

Beschäftigtenstruktur im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2018 in Prozent

Landesweiter privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 129



(1) Mehrfachnennung möglich. Mitarbeiter können auch mehreren Bereichen zugeordnet sein.

Lokaler privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 82



(1) Mehrfachnennung möglich. Mitarbeiter können auch mehreren Bereichen zugeordnet sein.

10.4 Die Rundfunkwirtschaft in Rheinland-Pfalz im Überblick

T 10.3

Entwicklung der Rundfunkwirtschaft in Rheinland-Pfalz 2008–2018

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gesamtwirtschaftliche Daten des Bundeslandes in Tausend											
Bevölkerung	4.028	4.013	4.004	3.990	3.990	3.994	4.012	4.053	4.066	4.074	4.085
Erwerbstätige	1.908	1.906	1.908	1.931	1.947	1.954	1.967	1.987	2.002	2.021	2.040
Milliarden Euro											
Bruttoinlandsprodukt	111	108	114	120	123	125	130	137	140	144	149
Kennziffern Rundfunkwirtschaft ¹ insgesamt Anzahl											
Festangestellte	4.036	4.167	4.156	4.259	4.244	4.189	4.164	4.033	3.933	3.952	3.965
Sonstige Mitarbeiter	152	146	122	139	149	166	179	158	161	144	143
Gesamtbeschäftigung	4.188	4.313	4.278	4.397	4.393	4.355	4.343	4.191	4.093	4.095	4.108
Millionen Euro											
Gesamtertrag	1.989	2.103	2.103	2.113	2.085	2.069	2.122	2.242	2.256	2.234	2.277
darunter											
Rundfunkgebühren	1.662	1.768	1.753	1.742	1.719	1.732	1.767	1.917	1.905	1.895	1.994
TV-Werbung ²	123	113	128	129	128	120	141	145	152	156	181
Hörfunkwerbung ²	24,2	22,9	22,3	24,9	25,3	29,4	28,6	28,6	28,6	29,5	27,8
Gesamtaufwand	2.047	2.025	2.094	2.037	2.197	2.075	2.215	2.167	2.359	2.334	2.423
Kennziffern Privater Rundfunk ¹ insgesamt Anzahl											
Festangestellte	314	332	336	349	357	336	335	282	279	254	246
Sonstige Mitarbeiter	152	146	122	139	149	166	179	158	161	144	143
Gesamtbeschäftigung	466	478	458	487	506	502	514	440	440	398	389
Millionen Euro											
Gesamtertrag	57,0	57,5	57,5	56,3	57,0	58,9	58,3	46,0	45,7	46,3	43,7
Gesamtaufwand	53,9	54,6	53,2	52,5	53,5	54,6	56,9	41,1	40,8	42,4	40,8
Privater Hörfunk Anzahl											
Programme (Jahresende)	5	15	15	17	17	18	18	16	16	15	15
Festangestellte	135	161	159	182	189	174	172	167	166	164	158
Sonstige Mitarbeiter	89	96	71	81	86	86	99	86	89	75	75
Gesamtbeschäftigung	224	257	230	262	275	260	271	253	255	239	233
Millionen Euro											
Gesamtertrag	32,1	32,2	32,4	31,9	32,2	33,8	33,3	33,3	33,8	35,3	32,9
Gesamtaufwand	29,4	31,0	29,9	29,2	29,8	30,6	32,9	29,5	30,0	32,3	30,7
Privates Fernsehen Anzahl											
Programme (Jahresende)	12	13	13	9	9	9	9	9	9	5	5
Festangestellte	179	171	177	167	168	162	163	115	113	90	88
Sonstige Mitarbeiter	63	50	51	58	63	80	80	72	72	69	68
Gesamtbeschäftigung	242	221	228	225	231	242	243	187	185	159	156
Millionen Euro											
Gesamtertrag	24,9	25,3	25,1	24,4	24,8	25,1	25,0	12,7	11,9	10,9	10,8
Gesamtaufwand	24,5	23,6	23,3	23,3	23,6	24,0	24,0	11,6	10,8	10,1	10,1

(1) Rundfunkunternehmen mit Hauptsitz im Bundesland

(2) ARD: Nettowerbeerlöse vor Abzug der Kosten der Werbetöchter

Quellen: 2008: Goldmedia/TNS Infratest; 2009–2018: Goldmedia; Gesamtwirtschaftliche Daten: Statistisches Bundesamt

Privates Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2017/2018

	Bundesweites Fernsehen	Regionales Fernsehen	Fernsehen gesamt
	Anzahl		
Programme 2018	1	4	5
Festangestellte 2017		90	90
Festangestellte 2018		88	88
Vollzeitbeschäftigte		53	53
Teilzeitbeschäftigte		13	13
Volontäre		8	8
Auszubildende		14	14
Sonstige Mitarbeiter 2017		69	69
Sonstige Mitarbeiter 2018		68	68
Feste freie Mitarbeiter		17	17
Praktikanten		33	33
Sonstige freie Mitarbeiter		18	18
Gesamtbeschäftigung 2017		159	159
Gesamtbeschäftigung 2018		156	156
Gesamtbeschäftigung Mitte 2019		151	151
	in Millionen Euro		
Gesamtertrag 2017		10,9	10,9
Gesamtertrag 2018		10,8	10,8
Werbung/Sponsoring gesamt 2017		2,0	2,0
Werbung/Sponsoring gesamt 2018		1,7	1,7
davon			
Überregionale Werbung		0,0	0,0
Regionale Werbung		1,6	1,6
Sponsoring		0,1	0,1
Online-Werbung		0,0	0,0
Pay-TV-/Pay-VoD-Erträge		0,0	0,0
Pay-TV-Umsätze		0,0	0,0
Pay-VoD-Umsätze		0,0	0,0
Paid-Access-Erlöse		0,0	0,0
Teleshopping (inkl. Online-Bestellungen)		0,0	0,0
Telefonische Mehrwertdienste/Call Media		0,0	0,0
E-Commerce/Sonstige Online-Erlöse		0,0	0,0
Spot-/Auftragsproduktionen		0,1	0,1
Programm-/Rechteverkäufe		9,0	9,0
Veranstaltungen		0,0	0,0
Förderung		0,0	0,0
Sonstige Umsatzerlöse		0,0	0,0
Sonstige betriebliche Erträge		0,0	0,0
Gesamtaufwand 2017		10,1	10,1
Gesamtaufwand 2018		10,1	10,1
Personalkosten		4,3	4,3
Vergütungen für freie Mitarbeiter		1,0	1,0
Kosten für Promotion/Werbung/PR		0,0	0,0
Programmverbreitungskosten		2,5	2,5
Kosten für Programmrechte/Lizenzen		0,0	0,0
Materialaufwand		0,0	0,0
Abschreibungen/Steuern		0,0	0,0
Miet-/Nebenkosten		0,0	0,0
Fahrzeugkosten/Fuhrpark		0,1	0,1
Sonstige Kosten		2,1	2,1
	in Prozent		
Kostendeckungsgrad 2017		108	108
Kostendeckungsgrad 2018		107	107

Quelle: Goldmedia

T 10.5

Privater Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2017/2018

	Bundesweiter Hörfunk	Landesweiter Hörfunk	Lokaler Hörfunk	Hörfunk gesamt
	Anzahl			
Programme 2018	–	3	12	15
davon				
UKW-Programme		3	12	15
DAB+-Simulcast-Programme		2	1	3
DAB+-Only-Programme		0	0	0
Webradio-Programme ¹		46	11	57
Festangestellte 2017		83	81	164
Festangestellte 2018		78	80	158
Vollzeitbeschäftigte		58	57	115
Teilzeitbeschäftigte		8	6	14
Volontäre		7	12	19
Auszubildende		5	5	10
Sonstige Mitarbeiter 2017		46	29	75
Sonstige Mitarbeiter 2018		51	24	75
Feste freie Mitarbeiter		20	16	36
Praktikanten		17	4	21
Sonstige freie Mitarbeiter		14	4	18
Gesamtbeschäftigung 2017		129	110	239
Gesamtbeschäftigung 2018		129	104	233
Gesamtbeschäftigung Mitte 2019		132	97	229
	in Millionen Euro			
Gesamtertrag 2017		30,4	4,9	35,3
Gesamtertrag 2018		27,8	5,0	32,9
Werbung/Sponsoring gesamt 2017		25,4	4,1	29,5
Werbung/Sponsoring gesamt 2018		23,6	4,3	27,8
davon				
Überregionale Werbung		10,8	1,1	11,9
Regionale Werbung		10,5	2,9	13,4
Sponsoring		1,3	0,3	1,6
Online-Werbung		1,0	0,0	1,0
Spot-/Auftragsproduktionen		0,4	0,1	0,5
Programm-/Rechteverkäufe		0,4	0,1	0,5
Veranstaltungen		2,1	0,2	2,3
Telefonische Mehrwertdienste/Call Media		0,0	0,0	0,0
E-Commerce/Sonstige Online-Erträge		0,0	0,0	0,0
Förderung		0,0	0,0	0,0
Sonstige Umsatzerlöse		1,0	0,4	1,4
Sonstige betriebliche Erträge		0,3	0,0	0,3
Gesamtaufwand 2017		27,7	4,6	32,3
Gesamtaufwand 2018		26,0	4,7	30,7
Personalkosten		9,5	1,9	11,4
Vergütungen für freie Mitarbeiter		1,1	0,2	1,3
Kosten für Promotion/Werbung/PR		2,5	0,8	3,2
Kosten für Programmeinkauf/Syndication		0,4	0,1	0,5
Kosten für Programmrechte/Lizenzen		1,9	0,5	2,4
Programmverbreitungskosten		2,4	0,5	3,0
Materialaufwand		3,5	0,1	3,6
Abschreibungen/Steuern		0,6	0,1	0,7
Miet-/Nebenkosten		1,0	0,3	1,3
Fahrzeugkosten/Fuhrpark		0,3	0,1	0,4
Sonstige Kosten		2,7	0,2	2,9
	in Prozent			
Kostendeckungsgrad 2017		110	107	109
Kostendeckungsgrad 2018		107	107	107

(1) nur die von den erfassten UKW/DAB+-Programmanbietern verbreiteten Webradioprogramme
Quelle: Goldmedia