



Sachstand

Finanzierungslandschaft privater regionaler Fernsehsender

Finanzierungslandschaft privater regionaler Fernsehsender

Aktenzeichen: WD 10 - 3000 - 019/16
Abschluss der Arbeit: 17. März 2016
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1.	Begriffsbestimmung /Einleitung	4
2.	Gesetzliche Regelungen zur Finanzierung privater Rundfunksender	4
3.	Rundfunkmarkt /Rundfunkwirtschaft und „Finanzierungslandschaft“	6
3.1.	Lokale und regionale Programme	6
3.2.	Wirtschaftliche Lage des lokalen Fernsehens	9
4.	Rundfunkwirtschaft und Finanzierung in einzelnen Bundesländern	11
4.1.	Baden-Württemberg	11
4.2.	Bayern	11
4.3.	Berlin/Brandenburg	12
4.4.	Hessen	13
4.5.	Niedersachsen	13
4.6.	Nordrhein-Westfalen	13
4.7.	Rheinland-Pfalz	14
4.8.	Sachsen	14
4.9.	Thüringen	15
5.	Förderprogramme des Bundes zur Finanzierung privater regionaler Fernsehsender	16
6.	Literaturverzeichnis	17

1. Begriffsbestimmung /Einleitung

Der Gesetzgeber verwendet für Radio und Fernsehen den Begriff „**Rundfunk**“. Neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt es in Deutschland den zum größten Teil werbe- oder abonnement-finanzierten (Pay-TV) privaten Rundfunk. Dieser bildet die zweite Säule des „dualen Rundfunksystems“. Für Privates Fernsehen gibt es landesweite, regionale und lokale Veranstalter.¹ Private Rundfunkveranstalter in Deutschland benötigen eine Genehmigung (Lizenz) durch eine der 14 Landesmedienanstalten (z.B. § 4 Abs. 1 Landesmediengesetz NRW).

Private Rundfunkveranstalter können natürliche Personen, juristische Personen, Personengesellschaften oder andere rechtsfähige Personengesellschaften sein. Bei den juristischen Personen gibt es die juristischen Personen des Privatrechts (GmbH oder Aktiengesellschaft oder eingetragener Verein). Juristische Personen des öffentlichen Rechts können nur ausnahmsweise und nur unter der Voraussetzung, dass sei keinem staatlichen oder kommunalen Einfluss unterliegen als private Rundfunkveranstalter zugelassen werden; in Frage kämen hier beispielsweise Sender von Hochschulen.

2. Gesetzliche Regelungen zur Finanzierung privater Rundfunksender

Der zwischen den Bundesländern geschlossene Rundfunkstaatsvertrag², Rechtsgrundlage für das duale Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland, in dem der Rundfunk in die Länderkompetenz fällt, regelt auch grundsätzlich die Finanzierung privater Veranstalter. § 43 des Rundfunkstaatsvertrages besagt, dass eine Finanzierung privater Veranstalter aus dem Rundfunkbeitrag unzulässig ist:

§ 43 Finanzierung Private Veranstalter können ihre Rundfunkprogramme durch Einnahmen aus Werbung und Teleshopping, durch sonstige Einnahmen, insbesondere durch Entgelte der Teilnehmer (Abonnements oder Einzelentgelte), sowie aus eigenen Mitteln finanzieren. Eine Finanzierung privater Veranstalter aus dem Rundfunkbeitrag ist unzulässig.
§ 40 bleibt unberührt.

Unberührt von dem Verbot nach § 43 Satz 2 bleibt folglich die Finanzierung besonderer Aufgaben der Landesmedienanstalten nach § 40 RStV. Nach § 40 Abs.1 S.3,1. Alt. RStV ist eine Förderung der Programme aus dem Beitragsaufkommen zulässig, sofern es sich um nichtkommerzielle

1 Informationen zu den landesweiten, regionalen und lokalen Veranstaltern finden sich auf den Internetseiten der jeweiligen Landesmedienanstalten unter: http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/ALM-Jahrbuch/Jahrbuch_2015/Verzeichnis_Fernsehen.pdf.

2 Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag- RStV) vom 31. August 1991 in der Fassung des Achtzehnten Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Achtzehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit 1. Januar 2016.

Veranstaltungen handelt. Es darf somit kein Erwerbsstreben mit der Rundfunkveranstaltung verbunden sein. Eine Finanzierung aus Werbung und Sponsoring ist somit ausgeschlossen³. Für die Finanzierung lokaler Sender gibt es in den einzelnen Bundesländern unterschiedliche Ansätze.

Eine besondere Regulierung findet sich in **Bayern**. Hier regelt die bayerische Verfassung, dass Rundfunk nur in öffentlicher Verantwortung und in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft betrieben werden darf (Art. 111a)⁴. Für den privaten Rundfunk allerdings ist das Bayerische Mediengesetz⁵ maßgeblich, das in seinem dritten Abschnitt (Art. 23) die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten regelt. Die öffentliche Verantwortung und die öffentlich rechtliche Trägerschaft werden allerdings von der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM) wahrgenommen (Art. 2 Abs.1 BayMG). Die BLM erhält einen Anteil der in Bayern anfallenden Rundfunkgebühren und darf diese Mittel zur Finanzierung ihrer übrigen im BayMG festgelegten Aufgaben verwenden (§ 64 RStV).

Auch der Landtag von **Sachsen** hat mit der Neufassung des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes⁶ Mitte 2014 eine Fördermöglichkeit für lokale Fernsehsender in Sachsen geschaffen. Diese können von der Sächsischen Landesmedienanstalt (SLM) unterstützt werden und zwar indem die technische Verbreitung von Fernsehprogrammen durch Entgelte der Rundfunkteilnehmer (Abonnement, Einzelentgelt) (§ 23 Nr.3 SächsPRG) gefördert wird.

In **Thüringen** können Veranstalter von lokalen Fernsehprogrammen eine Förderung für die terrestrischen und kabelgebundenen Verbreitungskosten bei der Thüringer Landesmedienanstalt beantragen⁷.

Eine besondere Situation besteht außerdem für den **nichtkommerziellen privaten Rundfunk**. Hierbei handelt es sich um die sogenannten „freien Radios“, die gemeinnützig und nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtet konzipiert sind. Für diese gibt es gesetzliche Regelungen. In § 40 Abs. 1 Nr. 2 Satz 4 Rundfunkstaatsvertrag, der die Finanzierung besonderer Aufgaben betrifft, heißt es:

3 Krone, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 3. Auflage 2015, Rn. 10-16. Zu einer weitergehenden rechtlichen Prüfung, vgl. auch WD 10 – 3000-014/16, Sachstand, Finanzierung privater regionaler Fernsehsender aus dem Rundfunkbeitrag, 17.03.2016.

4 Verfassung des Freistaates Bayern in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Dezember 1998 (GVBl. S. 991) BayRS 100-1-I Zuletzt geändert durch § 1 ÄndG vom 11.11.2013 (GVBl. S. 642).

5 Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Telemedien in Bayern (Bayerisches Mediengesetz – BayMG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Oktober 2003 (GVBl. S. 799, BayRS 2251-4-S), zuletzt geändert durch Gesetz vom 8. Dezember 2015 (GVBl. S. 434).

6 Gesetz über den privaten Rundfunk und neue Medien in Sachsen (Sächsisches Privatrundfunkgesetz – SächsPRG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. Januar 2001 (Sächs. GVBl. S. 69, 684) zuletzt geändert durch Gesetz vom 13. Dezember 2012 (SächsGVBl. S. 725), in Kraft getreten am 01.01.2013)

7 Vgl.: Förderrichtlinie Lokalfernsehen, https://beck-online.beck.de/?vpath=bibdata/komm_pdk/PdK-Th-E4Th/cont/PdK-Th-E4Th.darstellung.gl2.gl6.gl5%2Ehtm.

„Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz können aus dem Anteil nach Satz 1 aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber gefördert werden.“

Der Anteil nach Satz 1 betrifft die Höhe des Anteils der Landesmedienanstalten am Rundfunkbeitragsaufkommen. Satz 4 der Vorschrift stellt die nichtkommerzielle territorial beschränkte Rundfunkveranstaltung unter den Vorbehalt der besonderen Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber. Mit dieser Regelung soll im Falle von nichtkommerzieller territorial abgegrenzter Rundfunkveranstaltung den Anbietern, d.h. Interessengruppen, Gelegenheit zu regelmäßigen Programmverbreitungen gegeben werden.⁸ So enthält beispielsweise das Hessische Privatrundfunkgesetz mit § 40 HPRG⁹ eine entsprechende Regelung.

Für die Lizenzierung und Beaufsichtigung dieser Formen des nichtkommerziellen Rundfunks, auch als „gemeinnützige Bürgermedien“ bezeichnet, sind ebenfalls die Landesmedienanstalten zuständig.

Bereits im Jahr 2014 schlug der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten Jürgen Brautmeiner vor, bundesweit Privatsender über den Rundfunkbeitrag zu subventionieren. Wie bei den nichtkommerziellen privaten Rundfunkanbietern soll eine Förderung für diejenigen **regionalen und territorialen kommerziellen Rundfunksender** ermöglicht werden, deren Angebot im öffentlichen Interesse liegt.¹⁰

3. Rundfunkmarkt /Rundfunkwirtschaft und „Finanzierungslandschaft“

3.1. Lokale und regionale Programme

Lokale und regionale Programme werden von einer Vielzahl von Medienunternehmen bzw. Fernsehsendern angeboten. Im Jahr 2014 gab es nach Angaben der Medienanstalten 146 lokale TV-Programme inklusive Spartenanbieter ohne Berücksichtigung der landesweiten Fenster. Bei Hinzuzählung der Sender mit einer Reichweite von unter 10.000 Haushalten käme man auf knapp 200 lokale TV-Sender.¹¹

8 Hahn/Vesting, Rundfunkrecht, RSTV § 40 Rn17.

9 Gesetz über den privaten Rundfunk – Hessisches Privatrundfunkgesetz (HPRG) in der Fassung vom 25. Januar 1995 (GVBl: I S. 87ff.) zuletzt geändert durch Art. 1 des Gesetzes zur Änderung des Hessischen Privatrundfunkgesetzes und des Gesetzes über den Hessischen Rundfunk vom 5. Juni 2007 (GVBl. I S. 294ff.).

10 Vgl.: <http://www.welt.de/politik/deutschland/article124114788/Private-Sender-sollen-Gebuehren-Spritze-erhalten.html>.

11 Medienanstalten, Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 14/15, S.72.

Eine Auswertung der Verzeichnisse der einzelnen Länder zu den Themen Fernsehen, Hörfunk, Bürger- und Ausbildungsmedien sowie Medienkompetenzprojekte ergibt für 2015 insg. ca. 190 lokale TV-Sender.¹²

Land	Lokale/regionale Programme	Spartenprogramme	Lokale Programme mit Reichweite unter 10.000 HH	Sonstiges
Baden-Württemberg	12	6		1 lokales Fernsehfenster
Bayern	15	9		Lokale Progr.in kleine BK-Netze: 16 Lokale Internet-TV: 5 1 Aus- und Fortbildungskanal
Berlin-Brandenburg	15	12	4	
Bremen				2 landesweite Programme
Hamburg				4 landesweite Programme / 4 landesweite TV-Fenster / 2 lokale Internet-TV
Hessen	1			
Mecklenburg-Vorpommern	9		4	
Niedersachsen	6			
NRW	4			1 Aus- und Fortbildungs-TV
Rheinland-Pfalz	5			1 TV-Fenster

12 http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/ALM-Jahrbuch/Jahrbuch_2015/Verzeichnis_Fernsehen.pdf Stand: April 2015.

Saarland	1			
Sachsen	26		25	
Sachsen-Anhalt	10		2	
Thüringen	6		3	
Insgesamt	110	27	53	

Regionale Struktur der privaten lokalen TV-Programme 2014¹³

Bei der Anzahl der privaten Lokal-TV-Programme in Deutschland liegt Sachsen mit 29 Lokal-TV-Programmen an der Spitze, gefolgt von Berlin/Brandenburg – 28, Bayern mit 26 Programmen, Baden-Württemberg mit 19 Programmen. Weniger als zehn lokale TV-Sender gibt es in Mecklenburg-Vorpommern (9), Nordrhein-Westfalen (7), Thüringen (6), Hamburg/Schleswig-Holstein (5), Niedersachsen (4), Rheinland-Pfalz (3) und Hessen (1).

	Lokales Fernsehen	Davon: lokales Sparten-TV
Bayern	26	10
Baden-Württemberg	19	5
Berlin/Brandenburg	28	0
Bremen	0	0
Hamburg/Schleswig-Holstein	5	0
Hessen	1	0
Mecklenburg-Vorpommern	10	0
Niedersachsen	4	0
Nordrhein-Westfalen	5	0

13 Vgl.: Regionale Struktur der privaten TV-Programme 2014, in: Bericht, Goldmedia GmbH, S. 105; für die hieraufgeführte Tabelle, wurden lediglich die Zahlen für lokale TV-Programme dargestellt.

Rheinland-Pfalz	3	0
Saarland	0	0
Sachsen-Anhalt	8	0
Sachsen	29	2
Thüringen	0	6
Deutschland gesamt	146	17

3.2. Wirtschaftliche Lage des lokalen Fernsehens

Zur wirtschaftlichen Lage des Rundfunks kommt die im Auftrag der neun Landesmedienanstalten unter Federführung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erarbeiteten Studie durch Goldmedia¹⁴ zu dem Ergebnis, dass die privaten Anbieter im Jahr 2014 19,01 Mrd. Euro und damit 1,53 Mrd. Euro mehr als noch 2012 erwirtschaftet hätten. Für 2015 erwarteten die Anbieter ebenfalls ein Umsatzwachstum von rund vier Prozent. Den Zuwächsen auf der Umsatzseite stünde allerdings ein Rückgang der Rentabilität gegenüber. Trotz gestiegener Umsätze auf rund 98 Mio. Euro 2014 (2012: 97 Mio. Euro) und Ausgaben von 105 Mio. Euro erreichten die rund 146 Lokal-TV-Sender zwar einen leicht verbesserten, dennoch negativen Kostendeckungsgrad von 93 Prozent (2012: 90 Prozent)¹⁵.

Zum Kostendeckungsgrad im privaten Lokal-TV (ohne Sparten-TV) heißt es in der oben genannte Studie abschließend, dass der Gesamtertrag der Lokal-TV-Sender im Vergleich von 97,2 Mio. Euro (2012) auf 98,2 Mio. Euro (2014) leicht angestiegen sei. Die Hälfte der Einnahmen (50 Prozent bzw. 49,0 Mio. Euro) erzielten die regionalen Anbieter durch Werbung und Vermarktung, drei Viertel davon unverändert durch regionale TV-Spots. Auftragsproduktionen in Form von Spot-, Industrie- oder Imagefilmen sowie Rechteverkäufe hätten 17 Prozent der Gesamteinnahmen dargestellt (16,6 Mio. Euro), ebenso wie die Fördergelder in Höhe von 16,4 Mio. Euro.

Auf der anderen Seite sei der Aufwand der Lokal-TV-Sender in zwei Jahren um zwei Prozent: von 107,5 Mio. Euro in 2012 auf 105,5 Mio. Euro in 2014 gesunken. Der überwiegende Teil der Ausgaben (40 Prozent) sei mit 42,0 Mio. Euro für die Personalkosten veranschlagt worden. Zusammen mit den Vergütungen für freie Mitarbeiter (8,0 Mio. Euro) stellten diese damit unverändert knapp die Hälfte der Gesamtausgaben dar. Die Kosten für die Programmverbreitung hätten bei 19,4 Mio. Euro (18,4 Prozent) gelegen.

14 Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015, Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten, Bericht Goldmedia GmbH, Guido Schneider, Dr. Matthias Kurp, Leipzig

15 BLM Pressemitteilung 75/2015 vom 8.12.2015,

Die Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten lokalen Fernsehen stellt sich wie folgt dar¹⁶:

Ertragsstruktur im privaten Lokalen TV 2014	Aufwandsstruktur im privaten Lokalen TV 2014
Basis/Gesamtertrag: 98 Mio. Euro (146 Sender)	Basis/Gesamtaufwand: 105 Mio. Euro (146 Sender)
Programmverkäufe – 16,9 %	Abschreibungen / Steuern – 3,6 %
Teleshopping – 2,0 %	Kosten der Programmverbreitung – 18,4 %
Call Media - 0,2 %	Sachkosten – 30,6 %
E-Commerce/sonst. Online-Erträge - 0,2 %	Vergütungen für freie Mitarbeiter – 7,6 %
Veranstaltungen – 0,4 %	Personalkosten – 39,8 %
Fördermaßnahmen – 16,7 %	
Sonstige Erträge – 13,8 %	
Überregionale Werbespots – 5,0 %	
Regionale Werbespots - 37,0 %	
Sponsoring – 7,4 %	
Online-Werbung – 0,6 %	

Im Vergleich zu den letzten Erhebungen 2012/2013 habe sich die Zahl der Lokalsender mit einer technischen Reichweite über 10.000 Haushalte insgesamt um zwei Programme erhöht. Gleichwohl bleibe die wirtschaftliche Lage der Lokalsender insgesamt defizitär. Auch die Fluktuation habe sich erhöht. So zeigten die Geschäftsaufgaben von bspw. TV Südbaden in Baden-Württemberg, der Sendergruppe um die Ruppiner Medien GmbH in Brandenburg, der Center-TV-Sender in Nordrhein-Westfalen aber auch das gänzliche Ausbleiben neuer Bewerber in Bremen und im Saarland, dass die wirtschaftlichen Bedingungen für privates regionales und lokales Fernsehen aktuell schwieriger denn je seien.

16 Vgl.: Graphische Darstellung der prozentualen Anteile in: https://www.blm.de/files/pdf1/151210_Goldmedia_Wirtschaftliche_Lage_Deutschland_gesamt_neu2.pdf, Seite 17.

Auch eine von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) Anfang 2015 beauftragte Studie zu den Entwicklungsperspektiven des regionalen Fernsehens war zu diesem Ergebnis gekommen. Die Studie mit dem Titel „Transformationen. Regionales Privatfernsehen am Scheideweg“¹⁷ ermittelte eine jährliche Finanzierungslücke für Lokal-TV-Sender in Baden-Württemberg in Höhe von drei Mio. Euro.

Die wirtschaftliche Gesamtsituation der Lokal-TV-Sender in den einzelnen Bundesländern differiert stark. Hierbei spielt auch eine Rolle, dass die regionale Ertragsstruktur im privaten Rundfunk vor allem durch die Hauptsitze der beiden Free-TV-Häuser Pro 7 Sat 1 und RTL in Deutschland bestimmt wird. In Bayern sind zudem der Pay-TV-Marktführer Sky sowie zwei der größten deutschen Teleshopping-Anbieter zu finden. In Nordrhein-Westfalen sind neben dem Teleshopping-Marktführer QVC die größte ARD-Landesrundfunkanstalt WDR sowie Deutschlandradio ansässig. Dies sind nicht zuletzt Gründe dafür, dass 62 Prozent der Erträge des deutschen Rundfunks insgesamt allein durch die bayerische und nordrhein-westfälische Rundfunkwirtschaft erzielt werden, so Goldmedia in ihrem Gutachten.¹⁸

4. Rundfunkwirtschaft und Finanzierung in einzelnen Bundesländern

4.1. Baden-Württemberg

In Baden-Württemberg steigerten die regionalen Fernsehsender ihren Gesamtertrag 2014 auf 17,3 Mio. Euro. Gleichzeitig wuchsen aber die Kosten auf insgesamt 19,9 Mio. Euro und damit stärker als die Erträge. Dadurch ergibt sich ein negativer Kostendeckungsgrad von 87 Prozent für das Geschäftsjahr 2014.

Vor allem im Bereich der regionalen Werbung konnten die Sender höhere Erträge erzielen. Werbung ist somit Haupteinnahmequelle der lokalen TV-Sender. In Baden-Württemberg macht sie fast die Hälfte der gesamten Lokal-TV-Erträge aus. Auftrags- und Spotproduktionen sowie Rechteverkäufe beliefen sich auf rund 28 Prozent. **Fördermaßnahmen beliefen sich auf 7,2 %**. Nach Angaben der Sender sei der gestiegene Gesamtaufwand insbesondere auf gestiegene Kosten für die Programmverbreitung zurückzuführen. Für das Jahr 2015 erwarteten die Anbieter allerdings eine Verbesserung der wirtschaftlichen Situation und einen Anstieg des Kostendeckungsgrades auf 91 Prozent.

4.2. Bayern

Der bayerische lokale und landesweite TV-Markt zählt zu den größten in Deutschland. Auch die Geschäftsentwicklung weist einen positiven Trend auf. In den letzten Jahren (2013 und 2014) ging es wirtschaftlich bergauf. So konnten 2014 die Ausgaben in Höhe von 50,0 Mio. Euro mit

17 Die von Prof. Dr. Boris Alexander Kühnle im Auftrag der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) erstellte Studie ist im Internet abrufbar über die Seiten der LFK unter: http://www.lfk.de/fileadmin/media/die_lfk/Studie_Transformationen-reg-Privatfernsehen_in_BaWue_am_Scheideweg_Kuehnle-LFK.pdf.

18 Vgl.: die graphische Darstellung unter: https://www.blm.de/files/pdf1/151210_Goldmedia_Wirtschaftliche_Lage_Deutschland_gesamt_neu2.pdf, sowie S. 107 des Gutachtens.

den Erträgen in Höhe von 49,8 Mio. Euro fast gedeckt werden. Erstmals seit 2010 wurde ein Kostendeckungsgrad von 100 Prozent erreicht. Für 2015 wurde ein noch leicht verbesserter Kostendeckungsgrad prognostiziert.

Die Studie von Goldmedia weist darauf hin, dass der Medienrat der BLM Ende 2014 eine Erhöhung des Finanzierungsbeitrags beschlossen habe. Im Bayerischen Landesmediengesetz sei festgelegt, dass die Veranstalter der beiden reichweitenstärksten bundesweiten privaten Fernsehvollprogramme, Sat.1 und RTL, die Finanzierung der lokalen und landesweiten Fernsehprogramme sicherzustellen hätten. Ab 2015 seien jährlich 85 Cent pro TV-Haushalt zu entrichten, die auf die lokalen TV-Fenster und die Wochenendfenster verteilt würden. Die lokalen TV-Angebote erhielten aus dem Finanzierungsbeitrag von RTL in 2015 insgesamt 3,7 Mio. Euro (2014: 3,4 Mio. Euro).

Rund ein Drittel des lokalen und landesweiten TV-Gesamtertrags in Bayern stamme aus Werbeeinnahmen und Sponsoring, ein weiterer aus Fördermitteln. 2014 habe es einen starken Anstieg der Fördermittel auf 15,3 Mio. Euro gegeben. Durch Programmverkäufe und Auftragsproduktionen wurden 22,3 % der Gesamterträge eingenommen. Im Jahr 2014 konnten die ebenfalls gestiegenen Kosten für die TV-Anbieter in Höhe von 50,0 Mio. Euro fast gedeckt werden. Die größten Positionen seien aber die Ausgaben für feste und freie Mitarbeiter (40,0 Prozent) und die Sachmittel (38,0 Prozent) gewesen.¹⁹

Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) in einem Interview vom 10. 08. 15 zur Förderung lokaler Hörfunk- und Fernsehanbieter:

„Wir fördern in diesem Jahr bei lokalen Hörfunk- und Fernseh Anbietern insgesamt 42 ambitionierte Programmprojekte mit insgesamt mehr als 700.000 Euro. Zudem wird die Programmherstellung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach Art. 23 Bayerisches Mediengesetz gefördert. Von den dafür zur Verfügung stehenden Mitteln in Höhe von 1,7 Mio. Euro erhalten Hauptanbieter 900.000 Euro und Spartenanbieter 800.000 Euro. Für die lokalen und regionalen bayerischen Hörfunk- und Fernsehanbieter ist die Programmförderung ein wichtiger Aspekt der gesamten Fördermaßnahmen, von dem letztlich vor allem auch die Hörer und Zuschauer profitieren. Zudem erhebt die BLM einen Finanzierungsbeitrag von den reichweitenstärksten TV-Anbietern. Auf diese Weise können wir z.B. die 16 lokalen Fensterprogramme in RTL mit 3,7 Mio. fördern.“²⁰

4.3. Berlin/Brandenburg

Das Gutachten von Goldmedia kommt zu dem Ergebnis, dass lediglich 79 Prozent der Kosten in Höhe von 7,5 Mio. Euro im Jahr 2014 durch die Einnahmen gedeckt werden konnten. Dabei hätten sich die Ausgaben im Vergleich zur letzten Auswertung kaum verändert. So stellten die Kosten für Mitarbeiter mit rund vier Millionen Euro sowie die Sachkosten mit 2,6 Mio. Euro den Hauptaufwand für die lokalen TV-Veranstalter dar. **Fördermaßnahmen betragen lediglich 1,1%.**

19 Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015, S. 141.

20 <http://www.medienpolitik.net/2015/08/medienpolitik-netwir-wollen-die-lokalitat-starken-und-ausbauen/>.

Der gesamte Kostendeckungsgrad gehe besonders auf den Rückgang der regionalen Werbeerlöse zurück, die 2012 noch drei Mio. Euro betragen, 2014 jedoch nur noch 2,7 Mio. Euro.

4.4. Hessen

Die wirtschaftliche Situation der Regionalsender in Hessen war in den letzten zwei Jahren eher kritisch. Die Sender mussten in den Jahren 2013 und 2014 mit einem Kostendeckungsgrad von lediglich 93 Prozent arbeiten. Auch für 2015 wurde von den Sendern, bei leichtem Rückgang von Erträgen und Kosten, ein Kostendeckungsgrad von 93 Prozent erwartet. Vor allem durch die beiden ansässigen landesweiten Fernsehfenster liege der Anteil der durch Auftragsproduktionen erwirtschafteten Erträge bei drei Viertel der Gesamteinnahmen. Werbeeinnahmen machten die Haupterlösquelle im Lokal-TV aus. Bei den Aufwendungen würden die Kosten für festangestelltes Personal sowie freie Mitarbeiter 2014 genau die Hälfte des Gesamtaufwandes betragen.²¹ Fördermaßnahmen betragen 1 %.

4.5. Niedersachsen

Die Haupteinnahmequellen des privaten Fernsehens in Niedersachsen liegen im Bereich Tele-shopping sowie Spot- und Auftragsproduktionen. Insgesamt erzielten sie 2014 Werbeeinnahmen von 2,1 Mio. Euro. Prognosen für das Geschäftsjahr 2015 zeigten stabile Umsätze bei leicht verringerten Kosten und damit ein gewinnbringendes Geschäftsjahr.

Der Anteil der durch Auftrags- und Spotproduktionen sowie durch Programmverkäufe erwirtschafteten Erträge habe in Niedersachsen bei rund zwei Dritteln (67,9 Prozent) der Lokal-TV-Gesamteinnahmen gelegen. Die Werbeeinnahmen lagen 2014 mit 2,1 Mio. Euro in etwa auf dem Niveau von 2012 (2,4 Mio. Euro), wobei zum Zeitpunkt der Datenerhebung keines der Lokalprogramme Einnahmen aus überregionaler Werbung verzeichnen konnte. Auf der Seite der Aufwendungen wurden 2014 im Vergleich zu 2012 rund 1,5 Mio. Euro bei den Personalkosten eingespart, weswegen sich der Anteil der Ausgaben für die Mitarbeiter an den Gesamtkosten auf 43,1 Prozent verringerte (2012: 48,6 Prozent). Fördermaßnahmen betragen 0,1 %.

4.6. Nordrhein-Westfalen

Nach strukturellen Veränderungen zählte die Regional-TV-Landschaft in Nordrhein-Westfalen 2014 insgesamt vier Lokal-TV-Sender (neben zwei landesweiten TV-Fenstern und dem landesweiten Vollprogramm NRW-TV). Nachdem drei defizitäre Lokalsender ihren Fernsehbetrieb einstellen mussten, hätten die verbliebenen TV-Sender die Gewinnzone erreicht. Zwar seien die Einnahmen auf 24,0 Mio. Euro gesunken, dafür hätten sich aber die Kosten auf 22,6 Mio. Euro reduziert. Hiermit habe das Lokalfernsehen in NRW 2014 einen positiven Kostendeckungsgrad von 106 Prozent erzielt. Auch für 2015 wurde bei minimal geringerem Ertrag ein gleichbleibend positiver Kostendeckungsgrad prognostiziert.

Während der Anteil der Werbeeinnahmen und Sponsoring an den Gesamterträgen bei den Sendern im nordrhein-westfälischen Regional-TV mit 16,8 Prozent eher gering ausgefallen sei, hätten

21 Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015, S. 189.

die Sender über Programm- und Rechteverkäufe sowie Spot- und Auftragsproduktionen (47,4 Prozent) wesentlich höhere Einnahmen erzielt. Allerdings wären knapp zwei Drittel der Gesamtkosten im Bereich sonstige Sachkosten entstanden. Die Fördermaßnahmen hätten bei 0,3 % gelegen.

4.7. Rheinland-Pfalz

Das Lokal-TV in Rheinland-Pfalz verzeichnete weiterhin einen positiven Kostendeckungsgrad. Bei einem geringfügig gestiegenen Ertrag von 12,3 Mio. Euro und einem parallel leicht erhöhten Aufwand von 11,6 Mio. Euro hätten die Sender 2014 einen Kostendeckungsgrad von 106 Prozent erzielt und lägen damit entgegen dem bundesweiten Trend in der Gewinnzone.²² Auch für 2015 wurde ein gleichbleibendes Kostendeckungsverhältnis bei leicht erhöhten Einnahmen und Ausgaben erwartet.

Die Erlöse aus Auftragsproduktionen und Programmverkäufen hätten mit 77,9 Prozent den größten Anteil an den Gesamterlösen im Regional-TV ausgemacht. Regionale Werbung sei mit 20,2 Prozent eine weitere wichtige Erlösquelle gewesen. Auf der Ausgabenseite hätten die Ausgaben für freie und feste Mitarbeiter für die Sender den größten finanziellen Aufwand ausgemacht.

4.8. Sachsen

Im Bundesland Sachsen befindet sich mit 29 privaten TV-Veranstaltern die differenzierteste Lokal-TV-Landschaft Deutschlands. Unter Einbeziehung der privaten TV-Veranstalter mit einer Reichweite, die auch unter 10.000 Haushalten liegen kann, kommt man auf 55 lokale TV-Veranstalter.

Unterstützung erfahren die lokalen Fernsehveranstalter in Sachsen durch die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM). Diese setzt ihr Förderprogramm zu den Verbreitungskosten lokaler Fernsehveranstalter in Sachsen im Jahr 2016 fort: Der Medienrat der SLM bewilligte insgesamt rund 470.000 Euro Unterstützung. Ziel des Förderprogramms ist es, die Versorgung der Bevölkerung des Freistaats Sachsen mit hochwertigen lokalen und regionalen Fernsehprogrammen neben bestehenden lokalen und regionalen Angeboten des Hörfunks, der Printmedien und sonstiger elektronischer Medien sicherzustellen. Die Förderung besteht in einer finanziellen Entlastung bei den technischen Verbreitungskosten durch die die Veranstalter in die Lage versetzt werden, die Erwartungen auf eine höhere Programmqualität besser erfüllen zu können.²³

Grundlage für diese Fördermöglichkeit ist eine im Jahr 2014 verabschiedete Neufassung des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes, das die Möglichkeit schuf, zugelassene Veranstalter bei der Verbreitung des Programms finanziell zu unterstützen. Im Jahr 2015 soll die SLM laut Haushaltsplan für diese satzungsgemäße Förderung Mittel in Höhe von 600.000 Euro erhalten haben und weitere 290.000 Euro zur Förderung von Investitionskosten im Rahmen der DVB-T-Verbreitung bzw. zur Unterstützung der technischen Infrastruktur. Darüber hinaus seien mit dieser Satzung

22 Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015, S. 241.

23 Vgl.: www.slm-online.de.

diejenigen Lokalfernsehveranstalter von den Zuführungskosten zu Kabelanlagen entlastet worden, die ihr Programm im lizenzierten Verbreitungsgebiet auch digitalterrestrisch verbreiten. Darüber hinaus fordere der Bundesverband Lokal-TV (BLTV) eine Berücksichtigung der Lokal-TV-Sender bei der Verteilung der Rundfunkgebühren.²⁴

Die wirtschaftliche Lage der lokalen TV-Sender in Sachsen sei aber nach wie vor angespannt, da die Lokal-TV-Sender in ihrer Gänze noch immer nicht kostendeckend arbeiten würden. In den Jahren 2013 und 2014 habe sich aber dennoch eine leichte Verbesserung des Einnahme-Ausgabe-Verhältnisses gezeigt. Erlösen in Höhe von 8,3 Mio. Euro hätten Aufwendungen in Höhe von 8,5 Mio. Euro gegenübergestanden, was einen Kostendeckungsgrad von 98 Prozent ergeben habe. Ein leicht verschlechtertes Gesamtergebnis mit einem Kostendeckungsverhältnis von 96 Prozent wurde für das Jahr 2015 erwartet, da mit steigenden Ausgaben gerechnet wurde.

Steigende Gesamterlöse der lokalen TV-Sender seien in erster Linie auf die höheren Werbeeinnahmen zurückzuführen (6,7 Mio. Euro und damit 80 Prozent der Gesamterlöse) Da auch bei der überregionalen sowie der Online-Werbung Erträge leicht gesteigert werden konnten, hätten sich die Sender insgesamt zu 90 Prozent aus Werbung finanziert. Personalkosten bildeten mit 53,2 Prozent (4,5 Mio. Euro) den größten Anteil der Ausgaben. Die Fördermaßnahmen lagen bei 3 %.

4.9. Thüringen

Entsprechend einer Studie zum lokalen TV in Thüringen²⁵ hat sich das lokale Fernsehen in Thüringen hinsichtlich Sendevolumen der bestehenden Sender und Informationsleistung stabilisiert. Die wirtschaftliche Situation der Lokal-Sender ist allerdings angespannt. Das Kostendeckungsverhältnis der lokalen TV-Sender verschlechterte sich in den Jahren 2013 und 2014 und lag zuletzt bei 84 Prozent. Einen leicht verbesserten Kostendeckungsgrad prognostizierten die Veranstalter für 2015 durch geringfügig steigende Umsätze und einen leicht verbesserten Kostendeckungsgrad von 86 Prozent.

Finanzielle Unterstützung erhalten die lokalen TV-Sender durch eine Querfinanzierung über Einnahmen zugehöriger Produktionsfirmen, die Werbeclips oder Unternehmensporträts produzieren. Teilweise werden sie auch von Kabelnetzbetreibern als inhaltlicher Mehrwert für ihre Kunden unterstützt.

Die in Thüringen im Jahr 2014 erwirtschafteten Erträge für lokales Fernsehen von insgesamt 1,3 Mio. Euro stammen zum größten Teil aus regionaler Werbung (0,6 Mio. Euro) sowie aus Werbespotproduktionen (0,3 Mio. Euro). Bei den Aufwendungen in Höhe von insgesamt 1,6 Mio. Euro hätten die Kosten für festes Personal (0,5 Mio. Euro) und sonstige Mitarbeiter (0,3 Mio. Euro) einen erheblichen Teil der Gesamtausgaben ausgemacht.²⁶

24 Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015, S. 262.

25 Vgl.: Lokales Fernsehen in Thüringen. Eine Programmanalyse der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) August und September 2010 von Angelika Heyen und Angelika Fütting, im Internet abrufbar unter: http://www.tlm.de/tlm/radio_tv/aufsicht/programmanalysen/10LokalTV_Bericht_final2.pdf.

26 Vgl.: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015, S. 282f.

5. Förderprogramme des Bundes zur Finanzierung privater regionaler Fernsehsender

Privates regionales Fernsehen kann vom Bund aufgrund der Gesetzgebungskompetenz (Art. 70 Abs.1 GG) nur im Rahmen der Rundfunkwirtschaft gefördert werden. Die Fernsehwirtschaft ist Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft, die im Jahr 2014 einen Gesamtumsatz von 146,3 Milliarden Euro erwirtschaftete und 65,9 Milliarden Euro zur Brutto-Wertschöpfung der Bundesrepublik Deutschland beigetragen habe, so der Verband der Privaten Rundfunk- und Telemedien²⁷.

Eine Förderung könnte beispielsweise durch Programme erfolgen, die im Rahmen der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie sowie der Beauftragen der Bundesregierung für Kultur und Medien unterstützten „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung“²⁸ aufgelegt werden. Auch die Förderdatenbank des Bundes²⁹ liefert einzelne Ergebnisse der Bundesförderung im Bereich Rundfunk. Allerdings sind diese nicht speziell für lokale Fernsehsender konzipiert, d.h. ein Rundfunkunternehmen müsste entsprechend den eigenen Voraussetzungen prüfen, ob es ggf. die für solche Programme vorgesehen Bedingungen erfüllt.

27 Vgl.: <http://www.vprt.de/thema/marktentwicklung/marktdaten/content/keyfacts-fernsehen>.

28 Vgl.: <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/>. Siehe hierzu auch: InfoKreativ. Praxistipps für Kreative & Kulturschaffende, <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/Dateien/KuK/PDF/info-kreativ-rundfunkwirtschaft.property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf>.

29 Vgl.: <http://www.foerderdatenbank.de/Foerder-DB/Navigation/Foerderrecherche/suche.html?get=99646f6d7a0a8a2bec9e081f9172bf08%3Bsearch%3Bin-dex&typ=qk&act=exe&clt=Y&gbt=&brh=&brt=&art=&gbrb=1&qry=Rundfunk&execsrh=Finden&cgparam.form-Charset=ISO-8859-1>.

6. Literaturverzeichnis

CLAUB ULRICH 2014, Umstrittene Förderung. Private Sender sollen Gebühren-Spritze erhalten, Die Welt.

Die medienanstalten, Jahrbuch 2013/2014. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. ALM GbR (Hrsg.), Verantwortlich für die Herausgeberin: Dr. Jürgen Brautmeier, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), VISTAS, Berlin.

Die Rundfunkwirtschaft im Überblick, 2012/13, im Internet abrufbar unter: https://www.blm.de/files/pdf1/Rundfunkwirtschaft_2012_13_im_Ueberblick.pdf.

HEYEN, ANGELIKA, FÜTING, ANGELIKA, Thüringer Landesmedienanstalt 2010, Lokales Fernsehen in Thüringen. Eine Programmanalyse der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM), August und September 2010.

KÜHNLE, BORIS ALEXANDER 2015, Transformationen. Regionales Fernsehen in Baden-Württemberg am Scheideweg. Eine Untersuchung im Auftrag der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Stuttgart.

MARTENS, RENÉ, CSU finanziert private Fernsehsender. Zweite Rundfunkgebühr für Bayern, taz.de, 16.11.2012, im Internet abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5079312/>.

WENGENROTH, KAI (2006), Neue Erlösformen im deutschen Fernsehen. Entwicklung und Zukunft der Fernsehfinanzierung, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken.

Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015, Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten, Bericht: Goldmedia GmbH Guido Schneider und Dr. Matthias Kurp, VISTAS Verlag Leipzig.

Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14. Eine Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), Goldmedia GmbH Strategy Consulting, Prof. Dr. Klaus Goldhammer, Dr André Wiegand, Berlin.

ZÖHL, PAULA 2014, Lokale Medien, Medizin für das Lokalfernsehen, mephisto 97.6, im Internet abrufbar unter: <http://mephisto976.de/news/medizin-fuer-das-lokalfernsehen-44161>

„Kein lokales Fernsehen ohne Förderung“ Interview mit Dr. Jürgen Brautmeier, Vorsitzender der Landesmedienanstalten (DLM) und Direktor der Landesanstalt für Medien NRW, im Internet abrufbar unter: https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Reden_Positionen/Direktor/Interview_in_promedia_8-2014_28.07.2014.pdf

Medienpolitik.net. „Wir wollen die Lokalität stärken und ausbauen“, 10. 08.2015, im Internet abrufbar unter: <http://www.medienpolitik.net/2015/08/medienpolitik-netwir-wollen-die-lokalitaet-staerken-und-ausbauen/>.