

10 Der Rundfunk in Rheinland-Pfalz

10.1 Entwicklung des Rundfunks in Rheinland-Pfalz

Die in Rheinland-Pfalz ansässigen privaten Rundfunkanbieter produzierten im Jahr 2016 insgesamt neun TV- und 16 Hörfunkprogramme.

Zum bundesweiten Free-TV zählen die Vollprogramme Khatereh (vormals PDF-Channel) und Mohajer International Television (MITV; Lizenzende 12/2016) sowie die Spartenkanäle Iran Beauty und Iran Music, letzterer war nur bis März 2016 aktiv. Bis September 2014 zählte zum bundesweiten Fernsehen auch der Drittsendeplatz-Anbieter News and Pictures, der zwei wöchentlich ausgestrahlte nationale Sendeformate im Programm von Sat.1 ausstrahlte. Nachdem das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz entschieden hatte, dass die Vergabe der Drittsendezeiten 2013 rechtswidrig war und Sat.1 deshalb vorerst gar keine Programmflächen für Drittanbieter zur Verfügung stellen müsste, nahm Sat.1 die von News and Pictures produzierten Formate sofort aus dem Programm. Die Folge war das Aus des Drittsendeplatz-Anbieters, der zu Ende 2014 seinen Betrieb einstellen musste.

Bundesweites TV-Programm DRF1 via Entertain empfangbar

Im Februar 2015 startete das bundesweite Free-TV-Programm DRF1, welches regionale Informationen aus allen 16 Bundesländern ausstrahlt. Nachdem das Programm nicht mehr im digitalen Kabelnetz von Vodafone verfügbar war, ist es seit Oktober 2016 wieder bundesweit über Telekom Entertain empfangbar. Zudem ist das Programm online zu sehen. Veranstalter ist die Deutschland Fernsehen GmbH, die in Rheinland-Pfalz bereits das lokale Programm TV Mittelrhein betreibt. Auf regionaler Ebene sendeten 2016 zudem das TV-Fenster 17:30 Sat.1 Live und die lokalen Programme wwtv und rheinahr TV. Das RNF Rhein-Neckar Fernsehen hat seinen Sitz in Mannheim und wird deshalb dem Bundesland Baden-Württemberg zugeordnet. In Rheinland-Pfalz werden zusätzlich 32 private Web-TV-Programme produziert.

Radio Group stellt Sendebetrieb von Radio Wittlich ein

Landesweit waren 2016 die Radiostationen RPR1, Rockland Radio und bigFM Hot Music Radio sowie das DAB+-Programm bigFM WorldBeats auf Sendung. Anstelle des digitalen Angebots bigFM WorldBeats sendet bigFM seit Ende 2016 sein Hauptprogramm über DAB+. Weitere Veränderungen gab es auch im Lokalhörfunk. Die Radio Group stellte im August 2015 den Sendebetrieb von Radio Wittlich ein. Der Anbieter ist jedoch mit neun Lokalradios weiterhin stark in der Region vertreten. Den kommerziellen lokalen Hörfunk komplementieren die Programme Antenne Mainz und All Audio. Zusätzlich wurden in Rheinland-Pfalz 91 Webradios von privaten Anbietern produziert.

Zu den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern in Rheinland-Pfalz zählten das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) sowie die ausschließlich digital verbreiteten ZDF-Kanäle (ZDFinfo, ZDFneo und ZDFkultur). 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

Anzahl der privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramme in Rheinland-Pfalz 2006–2016¹

	2006	2008	2010	2012	2014	2016	Veränderung 2006/2016
	Anzahl						
Privates Fernsehen gesamt	8	12	13	9	9	9	1
Bundesweites Free-TV	1	4	5	5	5	5	4
Pay-TV	1	2	2	–	–	–	–1
Teleshopping	–	–	–	–	–	–	–
Landesweite TV-Fenster	1	1	1	1	1	1	0
Lokal-TV	5	5	5	3	3	3	–2
Lokales Sparten-TV	–	–	–	–	–	–	–
Privates Web-TV²					36	32	
Privater Hörfunk gesamt	6	5	15	17	18	16	10
davon							
DAB+-Only				1	1	1	1
Bundesweit	–	–	–	–	–	–	–
Landesweit	4	3	3	4	4	4	0
Lokal	2	2	12	13	14	12	10
Privates Webradio²					91	91	
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk³	10	10	10	10	10	10	0
TV-Programme	5	5	5	5	5	5	0
Hörfunk-Programme	5	5	5	5	5	5	0
davon							
reine Digitalprogramme	1	1	1	1	1	1	0
Öffentlich-rechtliches Web-TV²					4	4	
Öffentlich-rechtliches Webradio²					1	1	

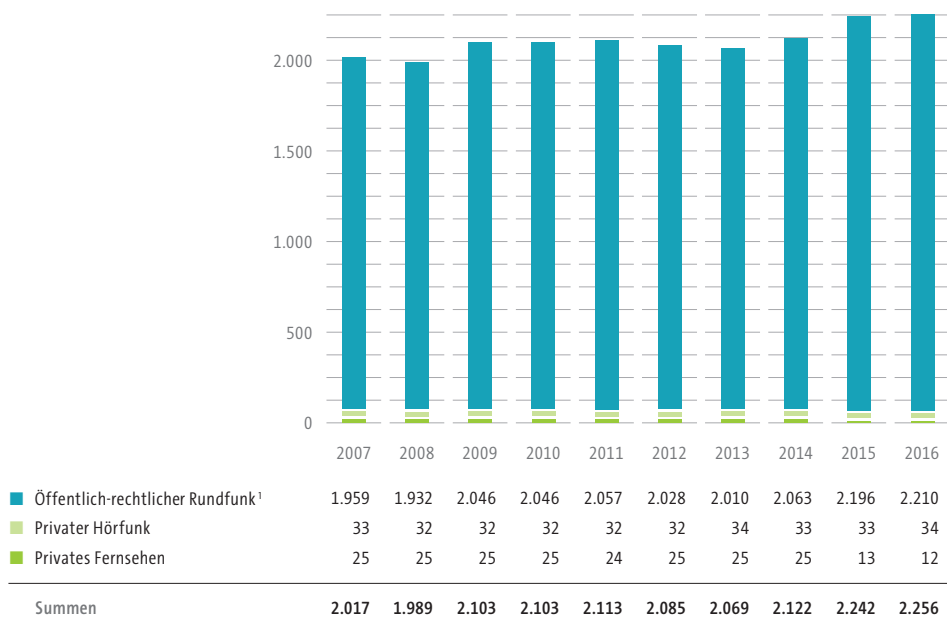
(1) 2006 Anzahl der erfassten Rundfunkanbieter; (2) Seit 2014 ausgewiesen; (3) Öffentlich-rechtlicher Rundfunk besteht aus den Programmen des ZDF und des SWR. Wirtschaftlich wird der SWR auf Grund seines Hauptsitzes dem Bundesland Baden-Württemberg zugerechnet.

Quellen: 2006: TNS Infratest; 2008: Goldmedia/TNS Infratest; 2010–2016: Goldmedia

Die Rundfunkanbieter in Rheinland-Pfalz erwirtschafteten 2016 insgesamt 2,26 Mrd. Euro. Der Großteil der Erträge entfiel mit 2,21 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 für einen deutlichen Ertragsrückgang im Vergleich zu den Vorjahren. 2016 sanken die Erträge leicht um 0,8 Mio. auf insgesamt 11,9 Mio. Euro. Die privaten Hörfunkanbieter konnten ihre Erträge hingegen leicht steigern, 2016 lagen diese bei 33,7 Mio. Euro.

10.1

Gesamterträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rheinland-Pfalz 2007–2016 in Mio. Euro



(1) Angaben inkl. sämtlicher Erträge des ZDF

Insgesamt erzielten die Rundfunkanbieter in Rheinland-Pfalz Werbeeinnahmen in Höhe von 181,1 Mio. Euro. Das ZDF konnte bei den Vermarktungserlösen wie in den Vorjahren wachsen. 2016 wurden 150,0 Mio. Euro Erlöse erzielt, dies waren 7,2 Mio. Euro mehr als im Vorjahr. Die privaten Rundfunkanbieter konnten 2016 weiterhin stabile Werbeeinnahmen verzeichnen. Die Einnahmen durch Werbung und Sponsoring lagen unverändert auf dem Niveau des Vorjahres.

10.2

Werbeerträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rheinland-Pfalz 2007–2016¹ in Mio. Euro



(1) Angaben inkl. sämtlicher Erträge des ZDF

Der Stellenabbau im öffentlich-rechtlichen Rundfunk setzte sich auch 2016 fort. Zuletzt waren dort 3.654 Planstellen besetzt – 98 weniger als im Vorjahr. Bei den Beschäftigten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rheinland-Pfalz wurden auch die entsprechenden Planstellen des SWR berücksichtigt. Die Beschäftigtenzahl im privaten Rundfunk zeigte sich 2016 im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert. Insgesamt standen dort 185 Mitarbeiter im Fernsehen und 255 Mitarbeiter im Hörfunk auf den Gehaltslisten.

T 10.2

Beschäftigte im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rheinland-Pfalz 2006–2016

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Anzahl										
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk¹	3.908	3.826	3.722	3.835	3.820	3.910	3.887	3.854	3.829	3.751	3.654
Privates Fernsehen gesamt	384	245	242	221	228	225	231	242	243	187	185
Feste Mitarbeiter	319	186	179	171	177	167	168	162	163	115	113
Sonstige Mitarbeiter	65	59	63	50	51	58	63	80	80	72	72
Privater Hörfunk gesamt	243	227	224	257	230	263	275	260	271	253	255
Feste Mitarbeiter	152	141	135	161	159	182	189	174	172	167	166
Sonstige Mitarbeiter	91	86	89	96	71	81	86	86	99	86	89

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

10.2 Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens in Rheinland-Pfalz

Neben dem landesweiten Fernsehprogramm von Sat.1 waren 2016 weiterhin drei lokale Programme in Rheinland-Pfalz beheimatet, wobei es laut Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) auf Gesellschafterebene wie im Programm keine genehmigungspflichtigen Änderungen gab.

Gleichwohl dauert der Rechtsstreit um das Regionalfensterprogramm „17:30 Sat.1 Live“ der Mainzer Firma TV Illa an. Sat.1 hält an seiner Absicht fest, die Lizenzverlängerungen der zuständigen Landesmedienanstalten in Hessen und Rheinland-Pfalz juristisch anzufechten – aus Sat.1-Sicht eine Grundsatzfrage, sieht der Sender doch in den Fensterprogrammen einen unzulässigen Eingriff in die Rundfunkfreiheit. Im Oktober 2017 entschied das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz, dass Sat.1 Dritten Sendezeit anbieten und deren Formate ausstrahlen muss. Nach einem vorangegangenen anderslautenden Gerichtsbescheid hatte Sat.1 zwei Formate aus dem Programm genommen.

Als bundesweites Angebot, das regionale Informationen aus ganz Deutschland bietet, wurde durch die LMK DRF1 (Deutsches Regionalfernsehen 1) lizenziert. Das Programm aus dem Medienhaus des DRF in Urbar bei Koblenz ist das erste Fernsehprogramm in Deutschland, das regionale Inhalte aus allen Bundesländern auf einem Sender vereint. Unter diesem Dach werden das seit 1994 sendende Westerwald TV (wwtv) sowie der 2006 gestartete Lokalsender TV Mittelrhein ausgestrahlt. Beide hatten sich 2013 zu einer Sendegemeinschaft zusammengeschlossen und werden seit 2015 vom DRF betrieben.

Außerdem sendet mit Firmensitz in Koblenz RLPTV, der regionale private Kanal mit dem größten Sendegebiet in Rheinland-Pfalz. Darin ging der 2005 von der LMK lizenzierte Sender Rheinahr.TV für den Kreis Ahrweiler im Januar 2016 auf.

Eine Co-Lizenzierung mit Baden-Württemberg erfolgte durch die LMK für das länderübergreifende Ballungsraumfernsehen RNF, das aus dem Rhein-Neckar-Dreieck mit den Großstädten Ludwigshafen, Mannheim und Heidelberg berichtet. Beide Landesmedienanstalten erteilten außerdem dem Regionalfensterprogramm für die Region Rhein-Neckar im Programm von RTL, RON TV, eine Zulassung. Das wird seit Mitte 2017 durch die Ludwigshafener Produktionsfirma Zone 7 erstellt. Vorausgegangen war allerdings eine Kontroverse nach Ablauf der Sendelizenz für das Regionalfenster an das Rhein-Neckar-Fernsehen, das politische Unterstützung in Baden-Württemberg erfuhr. Beide Anbieter wurden aufgrund des Hauptsitzes in Baden-Württemberg nicht mit ihren wirtschaftlichen Kennzahlen für Rheinland-Pfalz erfasst.

Positionierungsuntersuchung: Social-Media-Kanäle zunehmend wichtig

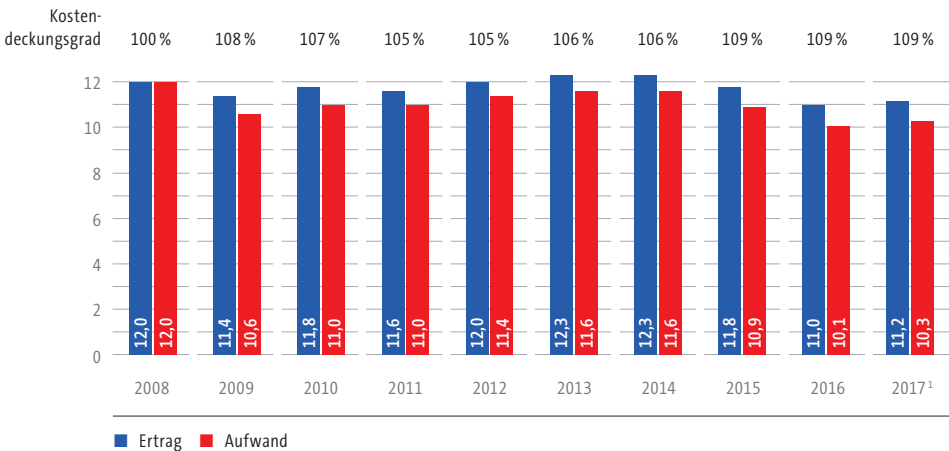
Die LMK sieht in den regionalen Informationen einen guten Grund, einen der vier Regional-sender RLPTV, wwtv, TV Mittelrhein und RNF einzuschalten. Die Ergebnisse der im September 2017 vom ifak-Institut vorgelegten Positionierungsuntersuchung zeigten, dass mit zunehmender Digitalisierung die Erreichbarkeit über Mediatheken und eine Social-Media-Präsenz ein zunehmend wichtiger Distributionsweg sind. Je nach Sender nutzten bis zu zwei Drittel der Zuschauer der rheinland-pfälzischen Lokalprogramme die Möglichkeit, einzelne Videos oder ganze Sendungen über das Internet zu sehen. Von Jüngeren würden insbesondere Videos oder Teasings über Facebook wahrgenommen, wodurch auch das klassische Fernsehen gewinnt: Bis zu drei Viertel der Personen, die sich online Ausschnitte ansehen, schalten daraufhin auch wieder ins „klassische“ Fernsehprogramm.

Regionales Fernsehen erwirtschaftet weiter Gewinne

Das landesweite und lokale Fernsehen in Rheinland-Pfalz präsentiert sich stabil und arbeitet kostendeckend. Trotz leicht gesunkener Erträge 2016 blieb der Kostendeckungsgrad durch den ebenfalls leicht gesenkten Aufwand von 10,1 Mio. Euro bei 109 Prozent. Auch für 2017 wird ein gleichbleibendes Verhältnis erwartet.

10.3

Geschäftsentwicklung im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2008–2017 in Mio. Euro



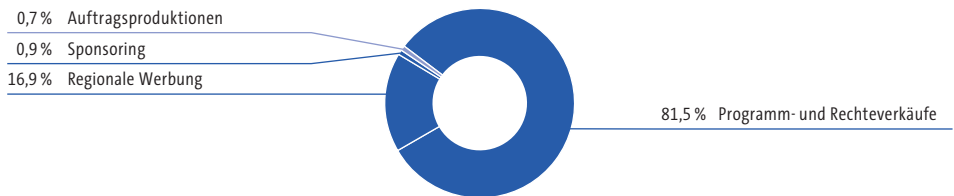
(1) Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr

An der guten Ertragslage hatten v.a. auch aufgrund des Regionalfensters von Sat.1 die Programm- und Rechteverkäufe einen außerordentlich hohen Anteil im Vergleich zur Ertragsverteilung beim Großteil der deutschen Lokal-TV-Sender. Sie machten 82 Prozent der Gesamterträge aus. Regionale Werbung stellt mit einem Anteil von 17 Prozent eine weitere wichtige, wenn auch verhältnismäßig kleine Erlösquelle dar. Auf der Seite der Ausgaben sind es – wie auch im Regional-TV der anderen Bundesländer üblich – die Kosten für feste und freie Mitarbeiter, die für die Sender den größten finanziellen Aufwand darstellen.

10.4

Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2016 in Prozent

Gesamtertrag 11,0 Mio. Euro



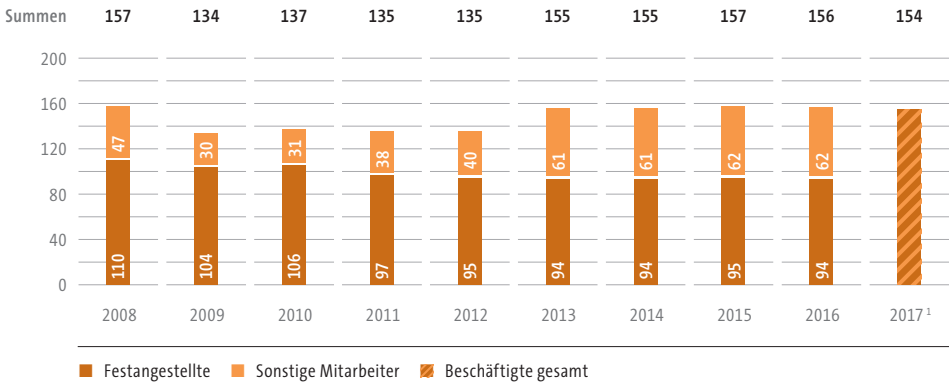
Gesamtaufwand 10,1 Mio. Euro



Die Beschäftigtenzahl bei den Lokalsendern in Rheinland-Pfalz zeigt seit Jahren ein stabiles Niveau. Ende 2016 waren dort 156 Mitarbeiter beschäftigt, davon 60 Prozent in einer Festanstellung. Für die Programmerstellung waren 64 Prozent der Mitarbeiter verantwortlich. Der Online-Bereich spielt bei den Lokalanbietern hingegen keine Rolle: Weniger als ein Prozent der Beschäftigten wurde 2016 dort eingesetzt.

10.5

Beschäftigte im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2008–2017

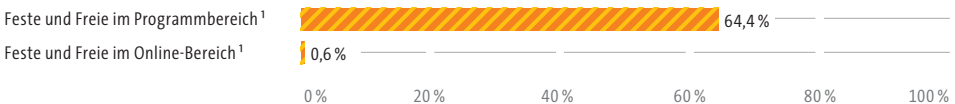


(1) Angaben der Anbieter für Mitte 2017

10.6

Beschäftigtenstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2016 in Prozent

Gesamtbeschäftigung 156



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

10.3 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks in Rheinland-Pfalz

Die Radiomacher in Rheinland-Pfalz zählen zu den Pionieren des deutschen Privathörfunks und haben seit den 1980er-Jahren in ihrem Markt leistungsstarke Programme, die landesweit oder lokal senden und mit den sechs Programmen des beitragsfinanzierten Südwestrundfunks (SWR) um Hörer und Werbekunden konkurrieren. In dieser Studie sind insgesamt 16 Privatstationen aus Rheinland-Pfalz mit ihren wirtschaftlichen Eckdaten erfasst. Dazu zählen die vier landesweiten Programme bigFM Hot Music Radio und sein Schwesterangebot bigFM WorldBeats, der bigFM-Muttersender RPR1. sowie Rockland Radio. Hinzu kommen zwölf lokale Angebote, darunter neun Programme von The Radio Group aus Kaiserslautern sowie All Audio aus Bodenheim, Studio Nahe und Antenne Mainz.

Schwache Erlösentwicklung im Lokalfunk

Im Jahr 2016 sind die Erträge der rheinland-pfälzischen Privatradios auf 33,8 Mio. Euro gestiegen, das war gegenüber den beiden Vorjahren eine geringfügige Erhöhung etwas unter dem Bundesdurchschnitt. Dass die Privatsender aus Rheinland-Pfalz ihre Einnahmen nur unterdurchschnittlich steigern konnten, lag an der mäßigen Entwicklung des Lokalradios. Erlösten die örtlichen Sender 2014 noch 5,6 Mio. Euro, sanken die Erträge in den beiden Folgejahren auf nur noch jeweils 4,6 Mio. Euro ab. Ein wichtiger Grund für den Rückgang war im Konsolidierungskurs von The Radio Group zu finden. Das Unternehmen musste Standorte schließen und sah sich aufgrund von finanziellen Engpässen gezwungen, mit seinen Gläubigern Vereinbarungen über deren offene Forderungen zu treffen. Die wirtschaftlichen Probleme von The Radio Group hatten auch negative Folgen für das Lokalradio im regionalen Werbemarkt; dort sanken die Erlöse zwischen 2014 und 2016 von 3,8 Mio. auf 2,7 Mio. Euro. Auch die überregionale Werbespotvermarktung warf mit 0,9 Mio. Euro zuletzt weniger ab.

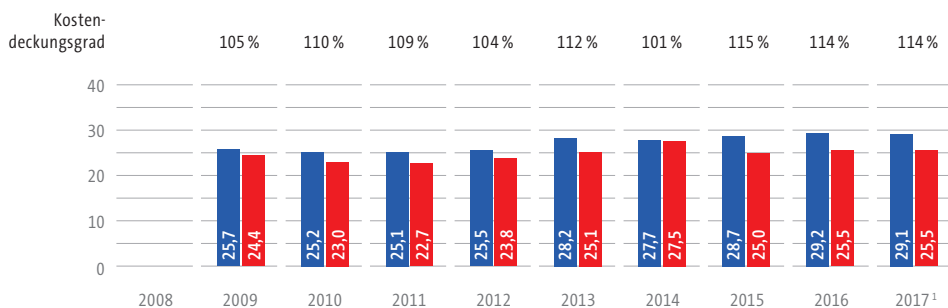
Auf die Rückgänge im überregionalen und regionalen Werbegeschäft reagierten die Lokalradios mit Kostensenkungen: 2016 fielen ihre Ausgaben leicht gegenüber dem Vorjahr auf 4,5 Mio. Euro, während die lokalen Radioanbieter gemäß dem Bundestrend mehr für den Programm- und Sendebetrieb aufwenden mussten. Die rheinland-pfälzischen Lokalradios kürzten bei ihren festangestellten Mitarbeitern, fuhren aber auch ihre Sachkosten zurück. Zudem mussten sie weniger für die Ausstrahlung ihrer Programme aufwenden. Dank der Einsparungen blieben die Lokalsender 2016 knapp in den schwarzen Zahlen. Ihr Kostendeckungsgrad (Erlöse in Relation zu Ausgaben) belief sich auf 103 Prozent und lag leicht über dem Vorjahr (101 Prozent).

Geschäftsentwicklung im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2008–2017 in Mio. Euro

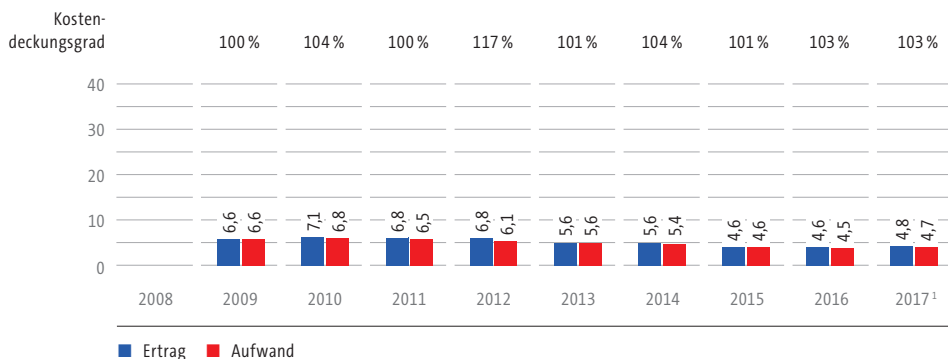
Landesweiter und lokaler Hörfunk



Landesweiter privater Hörfunk



Lokaler privater Hörfunk



(1) 2017 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr; 2008 sind die Daten des landesweiten und lokalen Rundfunks zusammengefasst

Ertragszuwachs im landesweiten Hörfunk

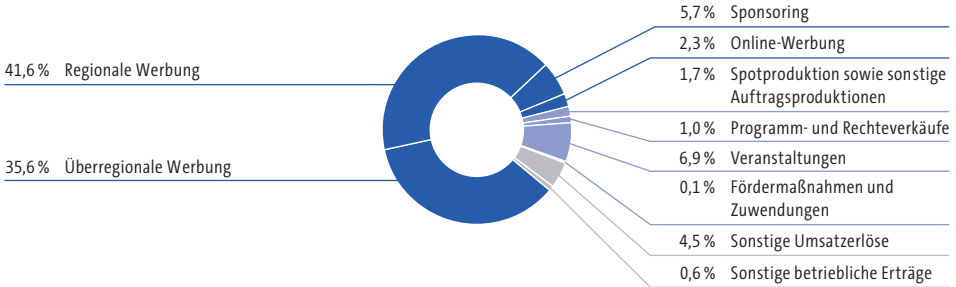
Die landesweiten Privatradios entwickelten sich besser als der Lokalfunk. Ihre Erlöse stiegen 2016 gegenüber dem Vorjahr leicht auf 29,2 Mio. Euro. Der Zuwachs resultierte aus höheren Einnahmen im regionalen Spotverkauf, den die landesweiten Sender verstärkt haben. Im Jahr 2016 erlösten sie im eigenen Sendegebiet 12,1 Mio. Euro, während ihre überregionale Vermarktung nur 10,4 Mio. Euro einbrachte und ebenso stagnierte wie das Sponsoring (1,7 Mio. Euro). Dafür konnten die landesweiten Programmveranstalter mehr Umsatz mit Auftragsproduktionen und Rechteverkäufen erzielen.

Online-Werbung spielt nur Nebenrolle

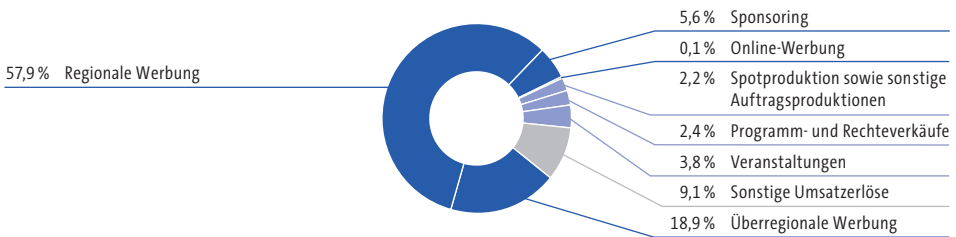
Die Online-Werbung steuerte im Jahr 2016 rund 0,7 Mio. Euro zum Gesamtertrag der privaten Hörfunkunternehmen in Rheinland-Pfalz bei, das entsprach 2,4 Prozent der Erlöse. Im deutschen Privatradiobereich belief sich der Online-Werbeanteil hingegen nur auf 1,1 Prozent. Die niedrigen Internet-Umsätze zeigen zugleich, wie stark der private Hörfunk auch in Rheinland-Pfalz auf die klassische UKW-Vermarktung angewiesen ist und wie schwer er sich in der Web-Vermarktung tut. Zwar haben speziell RPR1 und bigFM ihr Engagement im Web intensiviert. Doch viele Kunden wollen die Online-Ads und Online-Audio-Spots nur buchen, wenn sie diese hoch rabattiert im Paket mit UKW-Werbung erhalten. Außerdem erschweren die geringen Internet-Reichweiten der Radioangebote die Vermarktung. Dieser Umstand erklärt auch, weshalb die landesweiten Anbieter der Online-Werbung keine absolut großen Wachstumssprünge zutrauen. So rechnen sie damit, im Jahr 2022 rund 900.000 Euro mit Online-Ads und Audiowerbung im Web zu Erlösen, das wären nur 200.000 Euro mehr als 2016. Unterdessen sprudelten die Einnahmen aus Veranstaltungen, die für den landesweiten Hörfunk in Rheinland-Pfalz traditionell eine besondere Bedeutung haben, nicht mehr so üppig wie früher. Im Jahr 2016 erzielten die Sender mit Events nur noch 2,2 Mio. Euro, gut ein Viertel weniger als bei der letzten Erhebung 2014. Dies lag vermutlich auch daran, dass RPR1 im Jahr 2015 als Veranstalter des Musikfestivals „Rheinland-Pfalz Open Air“ ausgestiegen war.

Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2016 in Prozent

Landesweiter privater Hörfunk Gesamtertrag 29,2 Mio. Euro



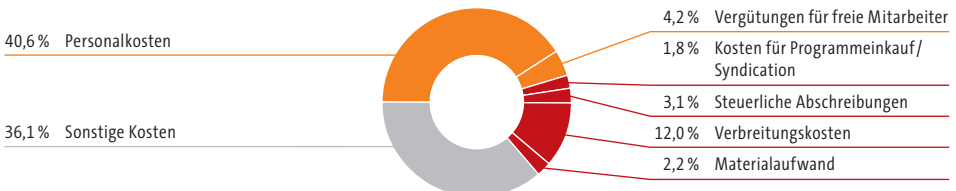
Lokaler privater Hörfunk Gesamtertrag 4,6 Mio. Euro



Landesweiter privater Hörfunk Gesamtaufwand 25,5 Mio. Euro



Lokaler privater Hörfunk Gesamtaufwand 4,5 Mio. Euro



Landesweite kürzen Sachkosten

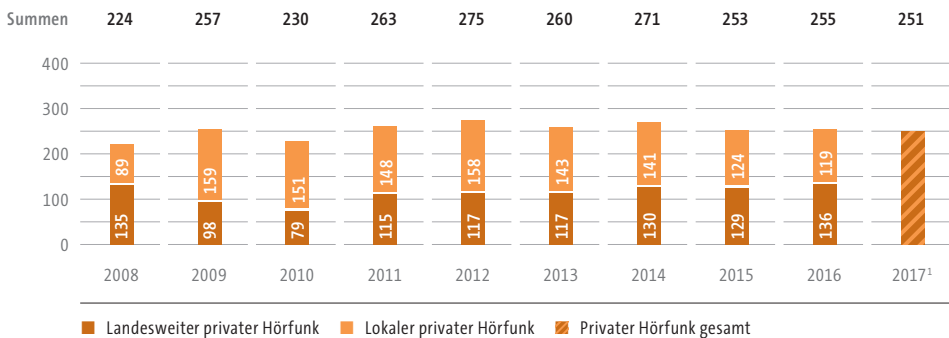
Dem Ertragszuwachs des landesweiten Hörfunks stand 2016 ein Anstieg der Kosten auf 25,5 Mio. Euro gegenüber. Im Vergleich zu 2014 sanken die Ausgaben jedoch, was hauptsächlich auf die rückläufigen Sachkosten (u.a. Ausgaben für PR und Werbung, Materialaufwand) zurückzuführen war. Die Aufwendungen für das festangestellte Personal, die Vergütungen für die freien Mitarbeiter sowie Kosten für Programmeinkauf und Syndikation stiegen hingegen. Unter dem Strich gelang es den landesweiten Anbietern jedoch, ihren Kostendeckungsgrad von 101 Prozent im Jahr 2014 auf zuletzt 114 Prozent deutlich zu steigern. Mit Blick auf 2017 rechnen sie – ebenso wie der Lokalfunk – mit stabilen Erträgen und Ausgaben, sodass von einem konstanten Kostendeckungsgrad auszugehen ist.

Lokalhörfunk mit weniger Mitarbeitern

Die Beschäftigung ist im rheinland-pfälzischen Privatrado 2016 im Vergleich zu den Vorjahren gefallen. Zum Jahresende 2016 arbeiteten noch 255 Mitarbeiter bei den privaten Sendern. Der Rückgang betraf jedoch nur das Lokalradio, das von mehreren Senderschließungen betroffen war. Ende 2016 beschäftigten die ortsnahen Radiostationen nur noch 119 Personen, 2015 waren es 124. Im landesweiten Hörfunk stieg die Beschäftigung hingegen leicht an. Allerdings änderte sich die Struktur der sonstigen Mitarbeiter (feste und sonstige Freie, Praktikanten). Im Jahr 2016 reduzierten die Sender die Zahl ihrer Praktikanten von 36 auf 14, während die Zahl der festen Freien von 19 auf 39 stieg. Der Abbau von Praktikantenstellen, der auch im Lokalfunk zu beobachten war, lag wohl am 2015 eingeführten Mindestlohn, der auch für diese Mitarbeiter gilt. Da Praktikanten somit teurer wurden, entschieden sich die Sender offenbar, einen Teil von ihnen als feste Freie weiterzubeschäftigen.

10.9

Beschäftigte im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2008–2017



(1) 2017 = Angaben der Anbieter für Mitte 2017

Beschäftigtenstruktur im privaten Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2016 in Prozent

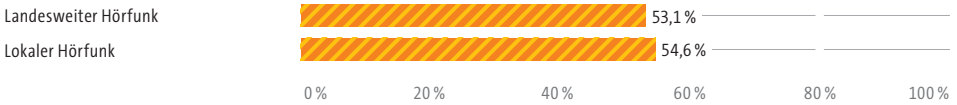
Landesweiter privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 136



Lokaler privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 119



Feste und Freie im Programmbereich ¹



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

10.4 Die Rundfunkwirtschaft in Rheinland-Pfalz im Überblick

T 12.3

Entwicklung der Rundfunkwirtschaft in Rheinland-Pfalz 2004–2014

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Gesamtwirtschaftliche Daten des Bundeslandes in Tausend											
Bevölkerung	4.055	4.049	4.039	4.021	4.005	3.991	3.990	3.991	3.996	4.019	4.064
Erwerbstätige	1.865	1.915	1.923	1.900	1.920	1.931	1.956	1.966	1.986	1.999	2.055
Milliarden Euro											
Bruttoinlandsprodukt	101	105	108	102	108	115	118	124	128	135	139
Kennziffern Rundfunkwirtschaft ¹ insgesamt Anzahl											
Festgestellte	4.379	4.153	4.036	4.167	4.156	4.259	4.244	4.189	4.164	4.033	3.933
Sonstige Mitarbeiter	156	145	152	146	122	139	149	166	179	158	161
Gesamtbeschäftigung	4.535	4.298	4.188	4.313	4.278	4.397	4.393	4.355	4.343	4.191	4.093
Millionen Euro											
Erträge gesamt	2.073	2.017	1.989	2.103	2.103	2.113	2.085	2.069	2.122	46	46
darunter											
Rundfunkgebühren	1.742	1.669	1.662	1.768	1.753	1.742	1.719	1.732	1.767	1.917	1.905
TV-Werbung ²	124	118	123	113	128	129	128	120	141	145	152
Hörfunkwerbung ²	22	25	24	23	22	25	25	29	29	29	29
Aufwand gesamt	2.016	1.923	2.047	2.025	2.094	2.037	2.197	2.075	2.215	2.167	2.359
Kennziffern Privater Rundfunk ¹ insgesamt Anzahl											
Festgestellte	471	327	314	332	336	349	357	336	335	282	279
Sonstige Mitarbeiter	156	145	152	146	122	139	149	166	179	158	161
Gesamtbeschäftigung	627	472	466	478	458	487	506	502	514	440	440
Millionen Euro											
Erträge gesamt	53	58	57	58	58	56	57	59	58	46	46
Aufwand gesamt	49	51	54	55	53	52	53	55	57	41	41
Privater Hörfunk Anzahl											
Programme (Jahresende)	6	5	5	15	15	17	17	18	18	16	16
Festgestellte	152	141	135	161	159	182	189	174	172	167	166
Sonstige Mitarbeiter	91	86	89	96	71	81	86	86	99	86	89
Gesamtbeschäftigung	243	227	224	257	230	262	275	260	271	253	255
Millionen Euro											
Erträge gesamt	29	33	32	32	32	32	32	34	33	33	34
Aufwand gesamt	26	29	29	31	30	29	30	31	33	30	30
Privates Fernsehen Anzahl											
Programme (Jahresende)	8	12	12	13	13	9	9	9	9	9	9
Festgestellte	319	186	179	171	177	167	168	162	163	115	113
Sonstige Mitarbeiter	65	59	63	50	51	58	63	80	80	72	72
Gesamtbeschäftigung	384	245	242	221	228	225	231	242	243	187	185
Millionen Euro											
Erträge gesamt	24	25	25	25	25	24	25	25	25	13	12
Aufwand gesamt	23	22	25	24	23	23	24	24	24	12	11

(1) Rundfunkunternehmen mit Hauptsitz im Bundesland; (2) ARD: Nettowerbeerlöse vor Abzug der Kosten der Werbetöchter

Quellen: 2006: TNS Infratest; 2007–2008: Goldmedia/TNS Infratest; 2009–2016: Goldmedia; Gesamtwirtschaftliche Daten: Statistisches Bundesamt

Privates Fernsehen in Rheinland-Pfalz 2015/2016

	Bundesweites Fernsehen	Regionales Fernsehen	Fernsehen insgesamt
	Anzahl		
Programme 2016	5	4	9
Festangestellte 2015	20	95	115
Festangestellte 2016	19	94	113
Vollzeitbeschäftigte	12	70	82
Teilzeitbeschäftigte	4	10	14
Volontäre	3	9	12
Auszubildende	0	5	5
Sonstige Mitarbeiter 2015	10	62	72
Sonstige Mitarbeiter 2016	10	62	72
Feste freie Mitarbeiter	9	15	24
Praktikanten/Hospitanten	1	34	35
Sonstige freie Mitarbeiter	0	14	14
Gesamtbeschäftigung 2015	30	157	187
Gesamtbeschäftigung 2016	29	156	185
Gesamtbeschäftigung Mitte 2017	29	154	183
	in Millionen Euro		
Erträge 2015	0,9	11,8	12,7
Erträge 2016	0,9	11,0	11,9
Werbung/Sponsoring insgesamt 2015	0,5	2,0	2,5
Werbung/Sponsoring insgesamt 2016	0,5	2,0	2,4
davon			
überregionale Werbung	0,4	0,0	0,4
regionale Werbung	0,0	1,9	1,9
Sponsoring	0,1	0,1	0,2
Online-Werbung	0,0	0,0	0,0
Pay-TV/Pay-VoD gesamt	0,0	0,0	0,0
davon			
Pay-TV-Umsätze	0,0	0,0	0,0
Pay-VoD-Umsätze	0,0	0,0	0,0
Teleshopping (inkl. Online-Bestellungen)	0,1	0,0	0,1
Telefonische Mehrwertdienste/Call Media	0,0	0,0	0,0
E-Commerce	0,0	0,0	0,0
Auftragsproduktionen	0,1	0,1	0,1
Programm- und Rechteverkäufe	0,0	9,0	9,0
Veranstaltungen	0,0	0,0	0,0
Fördermaßnahmen und Zuwendungen	0,0	0,0	0,0
Sonstige Online-Erlöse	0,0	0,0	0,0
Sonstige Umsatzerlöse	0,3	0,0	0,3
Sonstige (betriebliche) Erträge	0,0	0,0	0,0
Aufwand 2015	0,7	10,9	11,6
Aufwand 2016	0,7	10,1	10,8
Personalkosten	0,2	4,3	4,5
Vergütungen für freie Mitarbeiter	0,0	1,2	1,2
Kosten für Promotion, PR und Werbung	0,0	0,0	0,0
Verbreitungskosten	0,4	2,5	2,9
Materialaufwand	0,0	0,0	0,0
Steuerliche Abschreibungen	0,0	0,0	0,0
Sonstige Kosten	0,1	2,1	2,3
	in Prozent		
Kostendeckungsgrad 2015	124	109	110
Kostendeckungsgrad 2016	122	109	110

T 10.5

Privater Hörfunk in Rheinland-Pfalz 2015/2016

	Bundesweiter Hörfunk	Landesweiter Hörfunk	Lokaler Hörfunk	Hörfunk insgesamt
Anzahl				
Programme 2016	–	4	12	16
davon				
UKW-Programme		3	11	14
DAB+-Programme (inkl. Simulcast)		2	1	3
Webradio-Programme ¹				28
Festangestellte 2015		75	92	167
Festangestellte 2016		79	87	166
Vollzeitbeschäftigte		61	63	124
Teilzeitbeschäftigte		7	8	15
Volontäre		10	10	20
Auszubildende		2	6	8
Sonstige Mitarbeiter 2015		54	32	86
Sonstige Mitarbeiter 2016		57	32	89
Feste freie Mitarbeiter		39	22	61
Praktikanten/Hospitanten		14	8	22
Sonstige freie Mitarbeiter		4	2	6
Gesamtbeschäftigung 2015		129	124	253
Gesamtbeschäftigung 2016		136	119	255
Gesamtbeschäftigung Mitte 2017		134	117	251
in Millionen Euro				
Erträge 2015		28,7	4,6	33,3
Erträge 2016		29,2	4,6	33,8
Werbung/Sponsoring insgesamt 2015		24,8	3,8	28,6
Werbung/Sponsoring insgesamt 2016		24,8	3,8	28,6
davon				
überregionale Werbung		10,4	0,9	11,2
regionale Werbung		12,1	2,7	14,8
Sponsoring		1,7	0,3	1,9
Online-Werbung		0,7	0,0	0,7
Spotproduktion sowie sonstige Auftragsproduktionen		0,5	0,1	0,6
Programm- und Rechteverkäufe		0,3	0,1	0,4
Veranstaltungen		2,0	0,2	2,2
telefonische Mehrwertdienste/Call Media		0,0	0,0	0,0
Sonstige E-Commerce-Erlöse inkl. Vermittlungsprovisionen		0,0	0,0	0,0
Fördermaßnahmen und Zuwendungen		0,0	0,0	0,0
Sonstige Umsatzerlöse		1,3	0,4	1,7
Sonstige (betriebliche) Erträge		0,2	0,0	0,2
Gesamtkosten 2015		25,0	4,6	29,5
Gesamtkosten 2016		25,5	4,5	30,0
Personalkosten		9,2	1,8	11,0
Vergütungen für freie Mitarbeiter		1,9	0,2	2,1
Kosten für Promotion, PR und Werbung		3,1	0,0	3,1
Kosten für Programmeinkauf/Syndication		0,5	0,1	0,6
Abschreibungen		0,4	0,1	0,5
Verbreitungskosten		2,5	0,5	3,1
Materialaufwand		3,6	0,1	3,7
Sonstige Kosten		4,2	1,6	5,9
in Prozent				
Kostendeckungsgrad 2015		115	101	113
Kostendeckungsgrad 2016		114	103	113

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

Quelle: Goldmedia