

# 8 Der Rundfunk in Hessen

## 8.1 Entwicklung des Rundfunks in Hessen

In Hessen wurden 2018 von den dort ansässigen privaten Rundfunkanbietern insgesamt 13 TV-Kanäle sowie acht Hörfunkprogramme verbreitet. Außerdem wurden im Bundesland 39 Web-TV-Angebote und 162 Webradios durch private Anbieter produziert.

Zu den TV-Veranstaltern am Medienstandort Hessen zählten 2018 der bundesweite Pay-TV-Anbieter Kinowelt Television GmbH (Kinowelt.tv) sowie die Spartenanbieter Stimme der Hoffnung e. V. (HOPE Channel Fernsehen), ERF Medien (ERF Fernsehen), ClipMyHorse.TV Deutschland GmbH (ClipMyHorse.TV) und die Itep Pictures GmbH (MC EU, ehemals mctv/Mobility Channel). Im Mai 2017 startete zudem das Spartenangebot Health.tv, das vom TV-Veranstalter German health tv GmbH (Eigentümer: Asklepios Kliniken) produziert wird. Weiterhin gibt es in Hessen die Teleshopping-Anbieter AR Media Service GmbH (Aristo TV) und Genius GmbH, die neben GeniusPlusTV seit Mitte 2018 mit Nicer Dicer TV einen weiteren Shopping-Sender betreibt.

Für die regionale Berichterstattung haben sich die beiden landesweiten Fenster RTL Hessen und 17:30 SAT.1 LIVE etabliert, die durch das regionale Programm rheinmaintv für das Rhein-Main-Gebiet und das lokale Programm OF-TV über das Geschehen in der Stadt und im Kreis Offenbach ergänzt werden. Das Sat.1 Regionalmagazin hat seinen Hauptsitz jedoch in Rheinland-Pfalz, deshalb werden die wirtschaftlichen Daten dem Nachbarbundesland zugeordnet. Die im Land für das Unternehmen tätigen Mitarbeiter wurden aber für Hessen berücksichtigt.

Die Anbieterstruktur auf dem Hörfunkmarkt zeigte sich 2018 unverändert: Hier senden die bundesweiten Programme ERF Plus, ERF Pop, HOPE Channel Radio und Radio BOB!. Im Bereich des landesweiten Hörfunks hat sich die Radio/Tele FFH mit drei Programmen positioniert: Hit Radio FFH, planet radio und harmony.fm. Ergänzt wird der landesweite Hörfunk durch Antenne Frankfurt, das mehrheitlich zur lokalen Hörfunkkette von The Radio Group Holding GmbH gehört.

Die acht Privatradios konkurrieren mit dem gebührenfinanzierten Hessischen Rundfunk (hr). Er strahlt insgesamt sechs Programme aus (hr1, hr2-kultur, hr3, hr4, hr-info und You FM). Außerdem produziert der Hessische Rundfunk das Dritte Fernsehprogramm hr-Fernsehen.

T 8.1

## Zahl der privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramme in Hessen 2008–2018

|  | 2008 | 2010 | 2012 | 2014 | 2016 | 2018             | Veränderung 2008/2018 |
|--|------|------|------|------|------|------------------|-----------------------|
| <b>Privates Fernsehen gesamt</b>                   | 8    | 13   | 14   | 13   | 12   | 13               | 5                     |
| Bundesweites Free-TV                               | 3    | 6    | 8    | 8    | 5    | 5                | 2                     |
| Pay-TV   | 1    | 2    | 2    | 1    | 1    | 1                | 0                     |
| Teleshopping                                       | 2    | 2    | 1    | 1    | 2    | 3                | 1                     |
| Landesweite TV-Fenster <sup>1</sup>                | 1    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2                | 1                     |
| Lokal-TV   | 1    | 1    | 1    | 1    | 2    | 2                | 1                     |
| Lokales Sparten-TV                                 | –    | –    | –    | –    | –    | –                |                       |
| <b>Privates Web-TV<sup>2</sup></b>                 |      |      |      | 62   | 56   | 39 <sup>3</sup>  |                       |
| <b>Privater Hörfunk gesamt</b>                     | 6    | 7    | 8    | 8    | 8    | 8                | 2                     |
| davon  |      |      |      |      |      |                  |                       |
| DAB-Only   | –    | –    | –    | –    | –    | –                |                       |
| Bundesweit   | 1    | 2    | 4    | 4    | 4    | 4                | 3                     |
| Landesweit   | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4                | –1                    |
| Lokal  | –    | –    | –    | –    | –    | –                |                       |
| <b>Privates Webradio<sup>2</sup></b>               |      |      |      | 153  | 177  | 162 <sup>3</sup> |                       |
| <b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>             | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7                | 0                     |
| TV-Programme                                       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1                | 0                     |
| Hörfunk-Programme                                  | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6                | 0                     |
| <b>Öffentlich-rechtliches Web-TV<sup>2</sup></b>   |      |      |      | 3    | 3    | 3                |                       |
| <b>Öffentlich-rechtliches Webradio<sup>2</sup></b> |      |      |      | 9    | 9    | 9                |                       |

(1) Die Daten eines landesweiten TV-Fensters in Hessen mit Sitz in Rheinland-Pfalz werden hier nicht ausgewiesen.

(2) Seit 2014 ausgewiesen

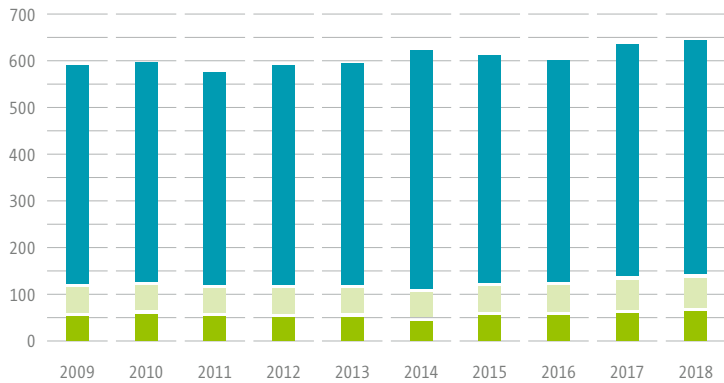
(3) Web-TV Stand: Mitte 2019, Webradio Stand: Mitte 2017

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

Der Großteil der in Hessen erwirtschafteten Rundfunkerträge wird vom öffentlich-rechtlichen Hessischen Rundfunk generiert. Der Anstieg der Rundfunkbeiträge sorgte dort 2017 für ein Ertragsplus von rund 23 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr. 2018 legten die Erträge um weitere rund fünf Mio. Euro zu. Und auch die privaten Rundfunkanbieter können auf zwei erfolgreiche Geschäftsjahre zurückblicken: Die TV-Anbieter steigerten 2018 ihre Umsätze um rund fünf Mio. Euro auf insgesamt 65,7 Mio. Euro, bereits 2017 betrug das Plus rund vier Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr. Zwischen 2016 und 2017 erzielten auch die privaten Hörfunkanbieter deutliche Mehreinnahmen von sieben Mio. Euro. Mit insgesamt 63,8 Mio. Euro in 2018 waren die Erträge zuletzt jedoch wieder leicht rückläufig.

8.1

**Gesamterträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Hessen 2009–2018**  
in Mio. Euro



|                                   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| ■ Öffentlich-rechtlicher Rundfunk | 481  | 482  | 467  | 482  | 487  | 524  | 500  | 487  | 509  | 515  |
| ■ Privater Hörfunk                | 55,3 | 54,6 | 54,0 | 55,0 | 54,6 | 54,6 | 56,0 | 58,2 | 65,2 | 63,8 |
| ■ Privates Fernsehen              | 54,5 | 58,8 | 53,0 | 52,0 | 52,4 | 43,5 | 55,6 | 56,0 | 60,3 | 65,7 |
| Summen                            | 591  | 596  | 574  | 589  | 594  | 622  | 612  | 601  | 635  | 644  |

Die hessischen Rundfunkanbieter erzielten 2018 Werbeerträge in Höhe von 81,3 Mio. Euro. Nach einem deutlichen Anstieg 2017 gingen die Einnahmen durch den Verkauf von Werbespots, Sponsoring und Online-Werbung demnach wieder leicht zurück. Dafür verantwortlich zeigte sich in erster Linie der private Hörfunk, der 2017 sieben Mio. Euro mehr und 2018 wiederum zwei Mio. Euro weniger an Werbeeinnahmen generierte. Die privaten Fernsehanbieter mussten bereits 2017 einen leichten Rückgang um 0,6 Mio. Euro verzeichnen, konnten ihre Umsätze 2018 jedoch stabil halten. Aufgrund der Fernsehmarktstruktur in Hessen mit seinen Teleshopping- und Pay-TV-Anbietern, spendenfinanzierten Programmen und den landesweiten TV-Fenstern, die sich überwiegend durch Auftragsproduktionen finanzieren, machen die Werbeeinnahmen hier nur einen geringen Anteil an den Gesamterträgen des privaten Fernsehens aus.

8.2

**Werbeerträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Hessen 2009–2018**  
in Mio. Euro



Im hessischen Privatfernsehen gab es zuletzt einen Beschäftigungsanstieg: 2018 waren dort insgesamt 1.010 Mitarbeiter angestellt, davon über 90 Prozent in einer Festanstellung. Der Mitarbeiterzuwachs ist vor allem bei den Teleshopping-Anbietern im Bundesland zu sehen; im lokalen Fernsehen war die Beschäftigtenzahl sogar leicht rückläufig. Außerdem fließen hier die zumeist festangestellten Mitarbeiter des QVC Call-Centers in Kassel mit in die hessische Beschäftigtenstatistik. Im privaten Hörfunk zeigt sich die Beschäftigung mit insgesamt 477 Mitarbeitern weiterhin äußerst stabil. Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk waren 2018 mit 1.602 wieder mehr Planstellen besetzt als noch vor zwei Jahren.

T 8.2

### Beschäftigte im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Hessen 2009–2018

|  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk<sup>1</sup></b> | 1.727 | 1.696 | 1.666 | 1.626 | 1.590 | 1.568 | 1.568 | 1.565 | 1.610 | 1.602 |
| <b>Privates Fernsehen gesamt</b>                   | 1.112 | 1.167 | 1.165 | 1.185 | 1.297 | 1.176 | 993   | 970   | 993   | 1.010 |
| Feste Mitarbeiter                                  | 1.039 | 1.083 | 1.061 | 1.075 | 1.189 | 1.084 | 910   | 882   | 916   | 932   |
| Sonstige Mitarbeiter                               | 73    | 84    | 104   | 110   | 108   | 92    | 83    | 88    | 77    | 78    |
| <b>Privater Hörfunk gesamt</b>                     | 469   | 470   | 461   | 456   | 532   | 503   | 483   | 471   | 480   | 477   |
| Feste Mitarbeiter                                  | 387   | 383   | 362   | 359   | 418   | 406   | 386   | 375   | 384   | 383   |
| Sonstige Mitarbeiter                               | 82    | 87    | 99    | 97    | 114   | 97    | 97    | 96    | 96    | 94    |

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

## 8.2 Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens in Hessen

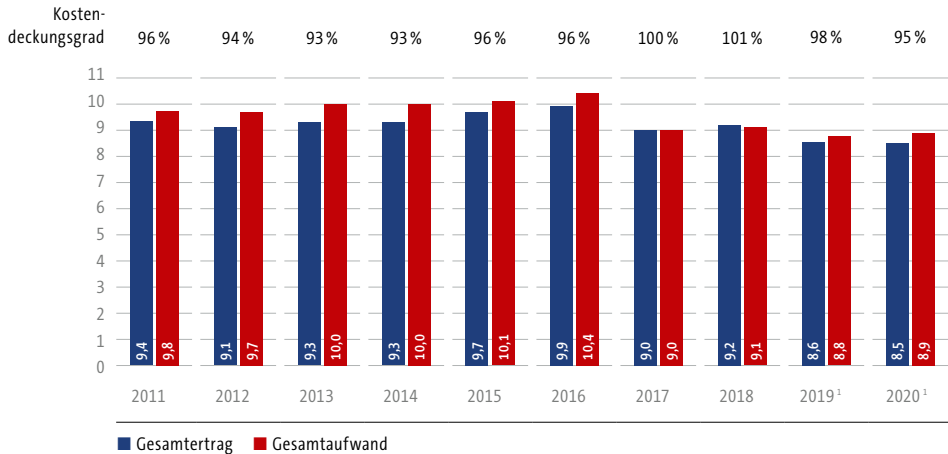
Das regionale Angebot in Hessen umfasst die landesweiten Fensterprogramme RTL Hessen und 17:30 SAT.1 LIVE sowie die lokalen TV-Programme rheinmaintv, das seit 2003 für Frankfurt und das erweiterte Rhein-Main-Gebiet sendet, und OF-TV, das über Offenbach und die Region berichtet und seit 2016 auch über EntertainTV (jetzt MagentaTV) verbreitet wird.

### Regionale TV-Angebote erstmals mit positivem Ergebnis

Nachdem das regionale Fernsehen in Hessen in der Vergangenheit leicht defizitär arbeitete, erreichten die Anbieter erstmals seit 2011 ein positives Ergebnis: Den Einnahmen von insgesamt 9,2 Mio. Euro standen Aufwendungen von 9,1 Mio. Euro gegenüber. Für 2019 rechnen die Anbieter allerdings bereits wieder mit Einnahmeverlusten, denen nicht in gleichem Maße durch Kosteneinsparungen entgegengewirkt werden kann, sodass sie bis 2020 einen negativen Kostendeckungsgrad von 95 Prozent erwarten.

8.3

### Geschäftsentwicklung im privaten regionalen Fernsehen in Hessen 2011–2020 in Mio. Euro

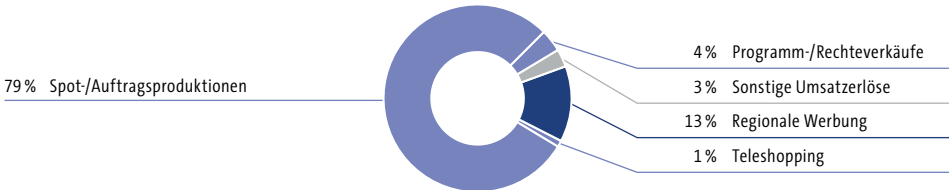


(1) 2019/2020 = Prognose der Anbieter

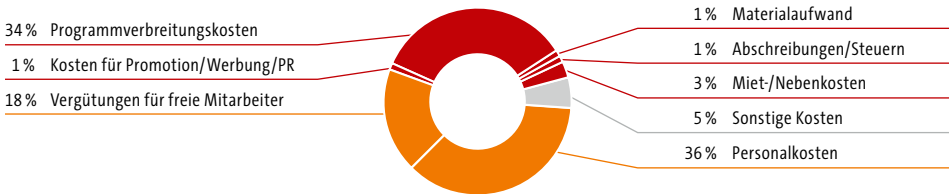
Durch die beiden landesweiten Fernsehfensteranbieter werden die Einnahmen im regionalen privaten Fernsehen in Hessen vor allem durch Auftragsproduktionen generiert. Diese haben 2018 weiter an Bedeutung gewonnen und machten einen Anteil von 79 Prozent an den Gesamterträgen aus – 2016 waren es noch rund 70 Prozent. Die Einnahmen durch Werbung und Sponsoring waren mit 1,2 Mio. Euro leicht rückläufig (2016: 1,3 Mio.) und standen für 13 Prozent der Erträge. Die größte Kostenposition für die regionalen TV-Anbieter in Hessen stellen die Aufwendungen für die festangestellten sowie freien Mitarbeiter dar. Im Vergleich zu 2016 sind diese zwar um 0,3 Mio. Euro auf 4,9 Mio. Euro gesunken, mit 54 Prozent ist ihr Anteil an den Gesamtkosten jedoch um vier Prozentpunkte gewachsen. Außerdem haben die regionalen TV-Anbieter 0,7 Mio. weniger steuerliche Abschreibungen vorgenommen als noch vor zwei Jahren. Auch die sonstigen Kosten (zuvor inkl. Miet- und Nebenkosten, Fahrzeugkosten, Kosten für Programmrechte und Lizenzen) wurden um rund eine Mio. Euro reduziert.

## Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Hessen 2018 in Prozent

**Gesamtertrag** 9,2 Mio. Euro



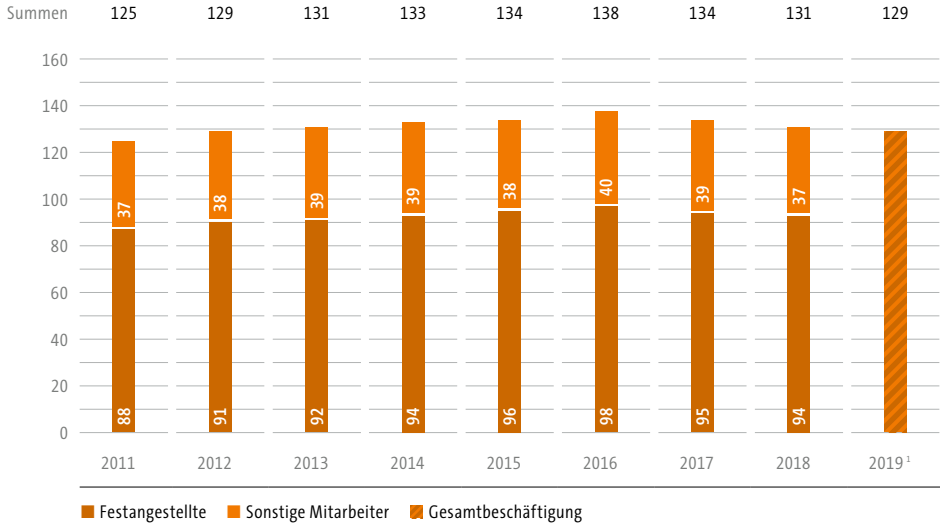
**Gesamtaufwand** 9,1 Mio. Euro



Die Beschäftigtenzahl in Hessen ist leicht rückläufig. 2018 waren insgesamt 133 Mitarbeiter bei den TV-Anbietern angestellt. Im Vergleich zu 2016 wurden damit sieben Stellen abgebaut. Unverändert waren insgesamt 71 Prozent der Mitarbeiter in den Fernsehproduktionsbetrieben fest angestellt (Vollzeit-, Teilzeitbeschäftigte und Auszubildende/Volontäre). Im Programmbereich waren 80 Prozent der Mitarbeiter beschäftigt, im Online-Bereich wurden fünf Prozent der festen und freien Mitarbeiter eingesetzt.

8.5

### Beschäftigte im privaten regionalen Fernsehen in Hessen 2011–2019

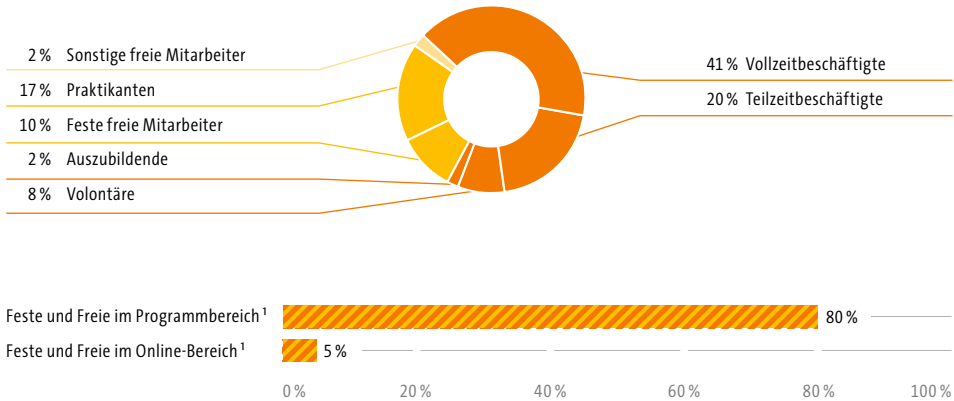


(1) Angaben der Anbieter für Mitte 2019

8.6

### Beschäftigtenstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Hessen 2018 in Prozent

Gesamtbeschäftigung 133



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



## 8.3 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks in Hessen

Hessen zählt mit seinen starken Privatradioveranstaltern und seiner zentralen Lage zu den Schlüsselmärkten im deutschen Hörfunk. Überdies ist der Markt von großer Vielfalt und einem intensiven Wettbewerb durch heimische und einstrahlende Programme geprägt. Trotz der großen Konkurrenz – auch durch die sechs Wellen des beitragsfinanzierten Hessischen Rundfunks – haben sich die Privatsender einen festen Hörerstamm erarbeiten können. Ihre gute Position wird auch in dieser Studie deutlich, die die wirtschaftlichen Rahmendaten von acht Angeboten berücksichtigt hat. Dazu zählten vier bundesweite Programme, darunter die religiös-evangelikalen Angebote der Wetzlarer ERF Medien, ERF Plus Radio und ERF Pop, der protestantisch ausgerichtete Hope Channel aus Alsbach-Hähnlein sowie die Kasseler Rockstation Radio Bob!, die von der Leipziger Radioholding Regiocast betrieben wird. Hinzu kamen vier weitere Programme des landesweiten und regionalen Hörfunks. Zu ihnen gehörten der Marktführer Hit Radio FFH, das Junge-Leute-Programm planet Radio sowie harmony.fm, die alle drei unter dem Dach der Radio/Tele FFH in Bad Vilbel senden. Zudem gingen die Rahmendaten des regionalen Wirtschaftsprogramms Antenne Frankfurt 95,1 der Radio Group aus Kaiserslautern in diese Studie ein.

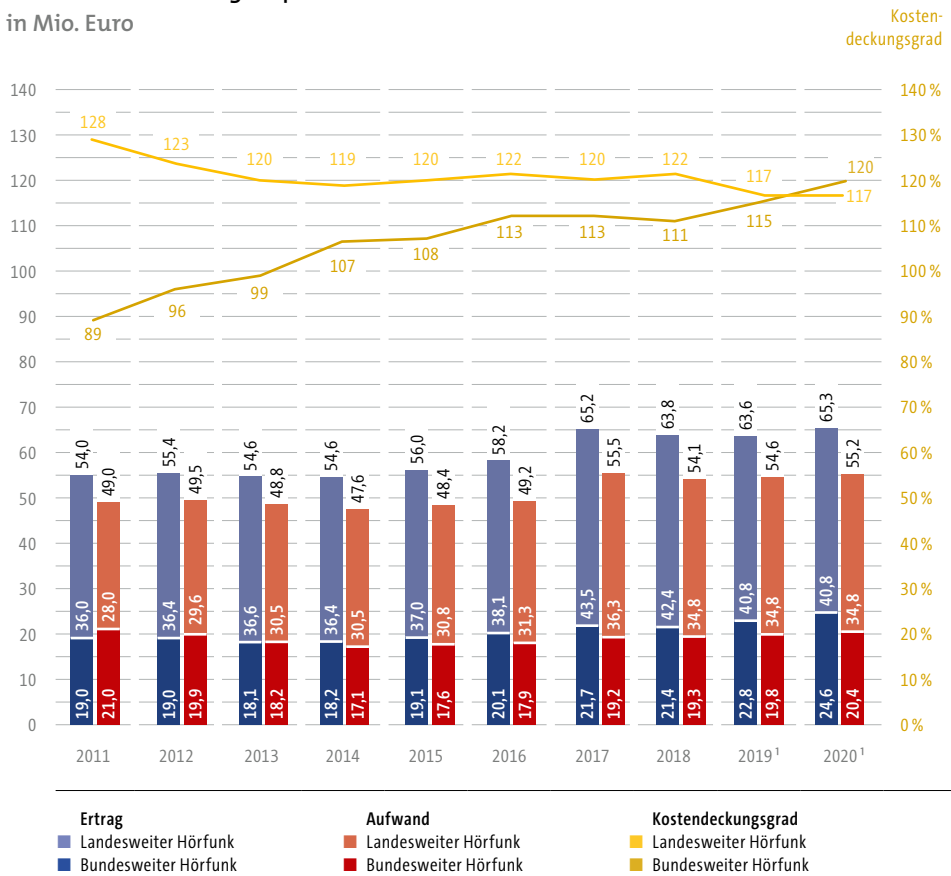
### **Erträge im hessischen Privatrado sinken leicht**

Im Jahr 2018 verzeichneten die hessischen Privatradios allerdings einen leicht rückläufigen Ertrag. Insgesamt nahmen sie 63,8 Mio. Euro ein, das waren rund zwei Prozent weniger als im Vorjahr; bundesweit legte der Privathörfunk im gleichen Zeitraum um 0,3 Prozent zu. Gegenüber 2016 entwickelten sich die Erträge der hessischen Sender mit einem Plus von gut zehn Prozent jedoch positiv. Gleiches gilt für ihre mittelfristige Entwicklung, denn seit 2013/14 steigen die Erträge der hessischen Privatradios tendenziell an und haben inzwischen ein Hochplateau erreicht. Für 2019 gehen die Anbieter von einer stabilen Entwicklung ihrer Einnahmen aus, und 2020 sollen diese dann – getrieben von steigenden Umsätzen im bundesweiten Hörfunk – auf 65,3 Mio. Euro steigen.

8.7

### Geschäftsentwicklung im privaten Hörfunk in Hessen 2011–2020

in Mio. Euro



(1) 2019/2020 = Prognose der Anbieter

Dass die Erträge in den Jahren 2016 bis 2018 schwankten, lag an der Entwicklung der Werbe- und Sponsoring-Einnahmen. Diese stiegen von 40,2 Mio. Euro im Jahr 2016 auf 45,2 Mio. Euro im Jahr 2018 und erreichten 2017 sogar 47,2 Mio. Euro. Grund für das Hoch 2017 waren zweistellige Steigerungen eines bundesweiten Anbieters, der nach Reichweitengewinnen seine Werbepreise deutlich erhöhte und zudem öfter gebucht wurde. Auch die landesweiten und regionalen Sender verbesserten ihre Werbeerlöse. Zusammen mit den bundesweiten Programmen erlösten sie mehr Geld mit überregionaler und regionaler Werbung sowie mit Online-Audio, Video- und Display-Ads. Die internetbasierte Werbung wuchs im landesweiten und regionalen Hörfunk gegenüber 2016 sogar um das Vierfache auf 1,6 Mio. Euro und stand bereits für rund vier Prozent der Einnahmen dieses Angebotstyps.

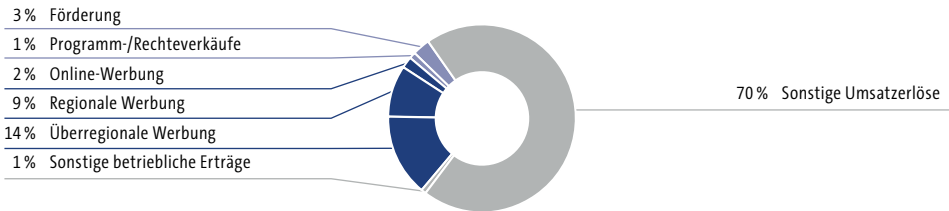
### Werbung bleibt wichtigste Einnahmequelle der Sender

Ähnlich wie in den Vorjahren blieben Werbung und Sponsoring die mit Abstand bedeutendste Ertragsart im hessischen Privatrado. Insgesamt entfielen auf sie rund 71 Prozent aller Einnahmen; das waren jedoch deutlich weniger als im gesamten deutschen Privatrado (85 Prozent). Der Grund für den vergleichsweise niedrigen Werbeanteil ist im bundesweiten Hörfunk zu finden. Drei Programme dieses Angebotstyps, ERF Plus Radio, ERF Pop und Hope Channel, finanzierten sich zum überwiegenden Teil aus Spenden. Diese wurden von den Anbietern als sonstige Umsatzerlöse verbucht und machten 2018 rund 70 Prozent der Erträge aus. Im landesweiten und regionalen Hörfunk lag der Anteil der sonstigen Umsätze hingegen nur bei vier Prozent, dafür entfielen bei ihnen 93 Prozent auf Werbung und Sponsoring.

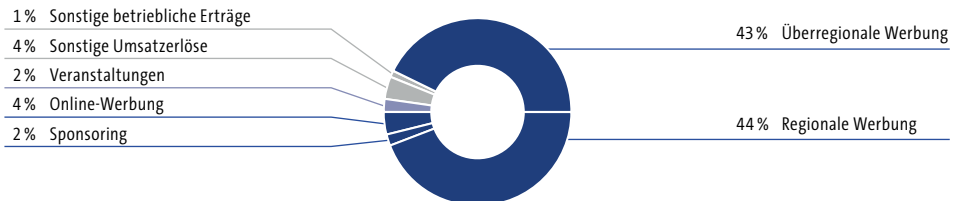
8.8

### Ertragsstruktur im privaten Hörfunk in Hessen 2018 in Prozent

Bundesweiter privater Hörfunk Gesamtertrag 21,4 Mio. Euro



Landesweiter privater Hörfunk Gesamtertrag 42,4 Mio. Euro



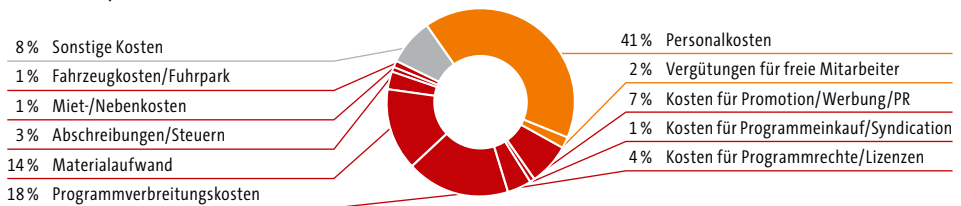
### Vorübergehende Kostensenkung im Jahr 2018

Die Ausgaben der hessischen Privatradoanbieter sind 2018 parallel zu den Erträgen gesunken. Gegenüber dem Vorjahr fielen sie um 1,4 Mio. auf 54,1 Mio. Euro, weil die landesweiten und regionalen Sender weniger für ihren Programm- und Sendebetrieb aufwandten. Die Kosten im bundesweiten Hörfunk blieben nahezu unverändert. Im Vergleich zu 2016 sind die Aufwendungen im gesamten hessischen Privatrado allerdings um ein Zehntel gestiegen. Der deutliche Zuwachs resultierte aus höheren Materialkosten (von 6,2 auf 9,0 Mio. Euro) und PR- und Werbeausgaben (von 3,2 auf 3,7 Mio. Euro). Hinzu kamen gestiegene Personalkosten im landesweiten Hörfunk (von 8,8 auf 9,9 Mio. Euro) sowie höhere sonstige Aufwendungen (inkl. Miet- und Nebenkosten, Fahrzeugkosten sowie Kosten für Programmrechte und Lizenzen) der bundesweiten Anbieter (von 1,4 auf 2,7 Mio. Euro). Die Vergütungen der Sender für ihre sonstigen Mitarbeiter, darunter feste und sonstige Freie sowie Praktikanten, gingen dagegen über alle Angebotstypen hinweg von 3,1 auf 2,5 Mio. Euro zurück.

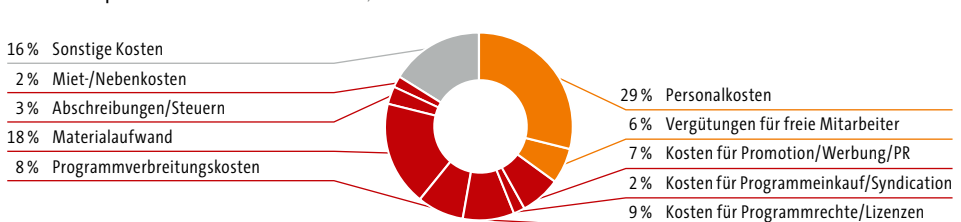
8.9

### Aufwandsstruktur im privaten Hörfunk in Hessen 2018 in Prozent

Bundesweiter privater Hörfunk Gesamtaufwand 19,3 Mio. Euro



Landesweiter privater Hörfunk Gesamtaufwand 34,8 Mio. Euro



### **Privatradios wirtschaften weiter kostendeckend**

Da die Erträge und die Kosten des hessischen Privatradios zuletzt in etwa gleichem Umfang gefallen sind, haben die Anbieter ihren Kostendeckungsgrad stabil gehalten. Zudem wirtschafteten sie in der Summe weiterhin gewinnbringend. So lagen ihre Einnahmen im Jahr 2018 um rund 18 Prozent über den Ausgaben, was einem Kostendeckungsgrad von 118 Prozent entsprach. Zum Vergleich: Im gesamten deutschen Privatradio erreichte die Kostendeckung nur 114 Prozent. Der landesweite und regionale Hörfunk Hessens erzielte sogar 122 Prozent und übertraf damit ebenfalls den Bundesdurchschnitt für diesen Angebotstyp um 5 Prozentpunkte.

### **Bundesweite Anbieter schreiben seit 2014 schwarze Zahlen**

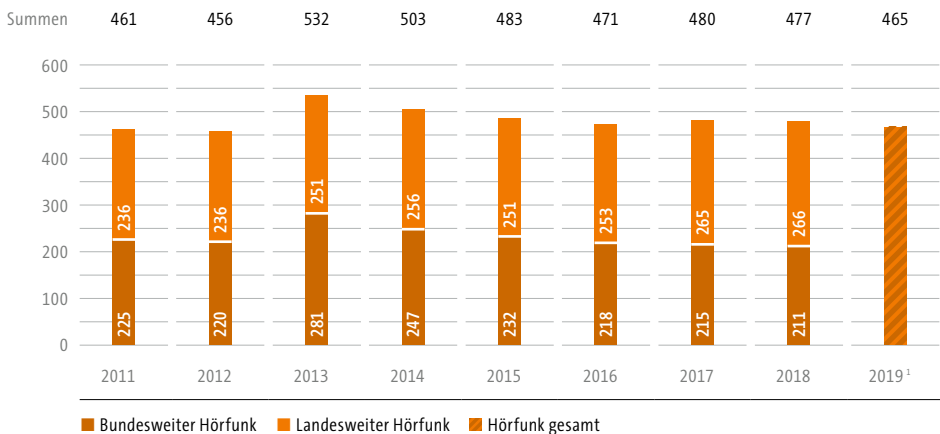
Mit ihren soliden Wirtschaftsdaten schrieben die hessischen Sender 2018 einen jahrelangen Trend fort, wobei die Entwicklung der bundesweiten Anbieter besonders erfreulich ist, denn sie konnten ihre Kostendeckung kontinuierlich verbessern und schreiben seit 2014 in der Summe schwarze Zahlen. Sie rechnen 2019/2020 gegenüber 2018 mit deutlichen Steigerungen ihrer Wirtschaftlichkeit um vier bzw. neun Prozentpunkte. Beim landesweiten und regionalen Hörfunk wird es hingegen nach Einschätzung der Anbieter eine leichte Abwärtsbewegung auf 117 Prozent geben.

### Mitarbeiterzahlen bleiben stabil

Die Beschäftigung ist im hessischen Privatrado zuletzt stabil geblieben. Ende 2018 arbeiteten insgesamt 477 Personen bei den Sendern des bundesweiten, landesweiten und regionalen Hörfunks, das waren drei weniger als im Jahr zuvor und sechs mehr als 2016. Die Mitarbeiterzahl reicht aber nicht mehr an das Niveau von 2013 (532) und 2014 (503) heran, zur Jahresmitte 2019 war sie auf 465 gefallen. Die Entwicklung unterscheidet sich aber zwischen den verschiedenen Angebotstypen. Während die landesweiten und regionalen Programme die Zahl ihrer Mitarbeiter von 2013 bis 2018 um sechs Prozent auf 266 erhöhten, arbeitete bei den bundesweiten Programmen fast ein Viertel weniger als 2013. Der typische Mitarbeiter eines hessischen Privatradios ist übrigens fest angestellt. Im Jahr 2018 waren 383 oder 80 Prozent der Beschäftigten in dieser Position, 238 von ihnen waren Vollzeitkräfte. Zum Vergleich: Deutschlandweit betrug der Anteil der Festangestellten im Privatrado nur 63 Prozent, und 41 Prozent wirkten in Vollzeit. Die Zahl der sonstigen Mitarbeiter verharrte mit 94 und einem Anteil von 20 Prozent auf vergleichsweise niedrigem Niveau; im gesamten deutschen Privatrado waren 37 Prozent als feste und sonstige Freie oder als Praktikanten tätig.

8.10

### Beschäftigte im privaten Hörfunk in Hessen 2011 – 2020<sup>1</sup>



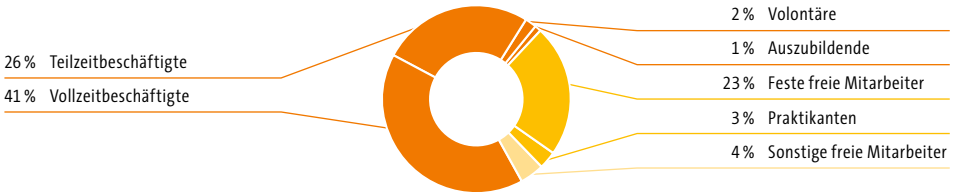
(1) Angaben der Anbieter für Mitte 2019

## Beschäftigtenstruktur im privaten Hörfunk in Hessen 2018 in Prozent

### Bundesweiter privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 211



### Landesweiter privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 266



### Feste und Freie im Programmbereich<sup>1</sup>



### Feste und Freie im Online-Bereich<sup>1</sup>



0 %      20 %      40 %      60 %      80 %      100 %

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

## 8.4 Die Rundfunkwirtschaft in Hessen im Überblick

T 8.3

### Entwicklung der Rundfunkwirtschaft in Hessen 2008–2018

|  | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Gesamtwirtschaftliche Daten des Bundeslandes in Tausend      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Bevölkerung  | 6.065 | 6.062 | 6.067 | 5.994 | 6.016 | 6.045 | 6.094 | 6.176 | 6.213 | 6.243 | 6.266 |
| Erwerbstätige  | 3.165 | 3.174 | 3.177 | 3.223 | 3.261 | 3.272 | 3.306 | 3.336 | 3.378 | 3.431 | 3.478 |
| Milliarden Euro  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Bruttoinlandsprodukt   | 231   | 219   | 227   | 236   | 238   | 244   | 254   | 262   | 273   | 281   | 292   |
| Kennziffern Rundfunkwirtschaft <sup>1</sup> insgesamt Anzahl |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Festangestellte  | 2.984 | 3.153 | 3.162 | 3.089 | 3.060 | 3.197 | 3.058 | 2.864 | 2.822 | 2.910 | 2.917 |
| Sonstige Mitarbeiter   | 186   | 155   | 171   | 203   | 207   | 222   | 189   | 180   | 184   | 173   | 172   |
| Gesamtbeschäftigung  | 3.170 | 3.308 | 3.333 | 3.292 | 3.267 | 3.419 | 3.246 | 3.044 | 3.006 | 3.083 | 3.089 |
| Millionen Euro   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Gesamtertrag   | 570   | 591   | 599   | 574   | 590   | 594   | 622   | 612   | 601   | 635   | 644   |
| darunter   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Rundfunkgebühren   | 392   | 407   | 405   | 402   | 400   | 408   | 443   | 430   | 421   | 419   | 419   |
| TV-Werbung <sup>2</sup>                                      | 13,7  | 14,2  | 15,5  | 15,7  | 16,1  | 15,3  | 16,7  | 15,0  | 15,7  | 16,1  | 16,1  |
| Hörfunkwerbung <sup>2</sup>                                  | 55,2  | 67,3  | 70,8  | 56,1  | 58,1  | 59,9  | 59,0  | 58,9  | 59,2  | 67,2  | 65,2  |
| Gesamtaufwand  | 584   | 583   | 596   | 587   | 592   | 593   | 622   | 653   | 558   | 696   | 687   |
| Kennziffern Privater Rundfunk <sup>1</sup> insgesamt Anzahl  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Festangestellte  | 1.243 | 1.426 | 1.466 | 1.423 | 1.434 | 1.607 | 1.490 | 1.296 | 1.257 | 1.300 | 1.315 |
| Sonstige Mitarbeiter   | 186   | 155   | 171   | 203   | 207   | 222   | 189   | 180   | 184   | 173   | 172   |
| Gesamtbeschäftigung  | 1.429 | 1.581 | 1.637 | 1.626 | 1.641 | 1.829 | 1.679 | 1.476 | 1.441 | 1.473 | 1.487 |
| Millionen Euro   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Gesamtertrag   | 105   | 110   | 113   | 107   | 108   | 107   | 98,1  | 112   | 114   | 125   | 130   |
| Gesamtaufwand  | 106   | 104   | 106   | 102   | 100   | 100   | 90,6  | 99,2  | 101   | 110   | 114   |
| Privater Hörfunk Anzahl                                      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Programme (Jahresende)                                       | 6     | 7     | 7     | 8     | 8     | 8     | 8     | 8     | 8     | 8     | 8     |
| Festangestellte  | 440   | 387   | 383   | 362   | 359   | 418   | 406   | 386   | 375   | 384   | 383   |
| Sonstige Mitarbeiter   | 132   | 82    | 87    | 99    | 97    | 114   | 97    | 97    | 96    | 96    | 94    |
| Gesamtbeschäftigung  | 572   | 469   | 470   | 461   | 456   | 532   | 503   | 483   | 471   | 480   | 477   |
| Millionen Euro   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Gesamtertrag   | 53,9  | 55,3  | 54,6  | 54,3  | 55,5  | 54,6  | 54,6  | 56,0  | 58,2  | 65,2  | 63,8  |
| Gesamtaufwand  | 47,0  | 49,6  | 49,4  | 48,6  | 49,5  | 48,8  | 47,6  | 48,4  | 49,2  | 55,5  | 54,1  |
| Privates Fernsehen Anzahl                                    |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Programme (Jahresende)                                       | 8     | 13    | 13    | 14    | 14    | 13    | 13    | 12    | 12    | 13    | 13    |
| Festangestellte  | 803   | 1.039 | 1.083 | 1.061 | 1.075 | 1.189 | 1.084 | 910   | 882   | 916   | 932   |
| Sonstige Mitarbeiter   | 54    | 73    | 84    | 104   | 110   | 108   | 92    | 83    | 88    | 77    | 78    |
| Gesamtbeschäftigung  | 857   | 1.112 | 1.167 | 1.165 | 1.185 | 1.297 | 1.176 | 993   | 970   | 993   | 1.010 |
| Millionen Euro   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Gesamtertrag   | 50,7  | 54,5  | 58,8  | 52,5  | 52,2  | 52,4  | 43,5  | 55,6  | 56,0  | 60,3  | 65,7  |
| Gesamtaufwand  | 59,0  | 54,3  | 56,4  | 53,3  | 51,0  | 51,4  | 43,0  | 50,7  | 51,8  | 54,6  | 59,7  |

(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 Hessen 2017/2018

|  | Bundesweites<br>Fernsehen | Regionales<br>Fernsehen | Fernsehen<br>gesamt |
|--|---------------------------|-------------------------|---------------------|
|  | Anzahl                    |                         |                     |
| <b>Programme 2018</b>                    | 9                         | 4                       | 13                  |
| <b>Festangestellte 2017</b>              | 820                       | 96                      | 916                 |
| <b>Festangestellte 2018</b>              | 837                       | 95                      | 932                 |
| Vollzeitbeschäftigte                     | 437                       | 55                      | 492                 |
| Teilzeitbeschäftigte                     | 387                       | 27                      | 414                 |
| Volontäre                                | 5                         | 11                      | 16                  |
| Auszubildende                            | 8                         | 2                       | 10                  |
| <b>Sonstige Mitarbeiter 2017</b>         | 41                        | 36                      | 77                  |
| <b>Sonstige Mitarbeiter 2018</b>         | 40                        | 38                      | 78                  |
| Feste freie Mitarbeiter                  | 22                        | 13                      | 35                  |
| Praktikanten                             | 4                         | 22                      | 26                  |
| Sonstige freie Mitarbeiter               | 14                        | 3                       | 17                  |
| <b>Gesamtbeschäftigung 2017</b>          | 861                       | 132                     | 993                 |
| <b>Gesamtbeschäftigung 2018</b>          | 877                       | 133                     | 1.010               |
| <b>Gesamtbeschäftigung Mitte 2019</b>    | 882                       | 131                     | 1.013               |
|  | in Millionen Euro         |                         |                     |
| <b>Gesamtertrag 2017</b>                 | 51,2                      | 9,0                     | 60,3                |
| <b>Gesamtertrag 2018</b>                 | 56,6                      | 9,2                     | 65,7                |
| Werbung/Sponsoring gesamt 2017           | 0,9                       | 1,3                     | 2,1                 |
| Werbung/Sponsoring gesamt 2018           | 0,9                       | 1,2                     | 2,1                 |
| davon                                    |                           |                         |                     |
| Überregionale Werbung                    | 0,8                       | 0,0                     | 0,8                 |
| Regionale Werbung                        | 0,0                       | 1,2                     | 1,2                 |
| Sponsoring                               | 0,1                       | 0,0                     | 0,1                 |
| Online-Werbung                           | 0,1                       | 0,0                     | 0,1                 |
| Pay-TV-/Pay-VoD-Erträge                  | 6,5                       | 0,0                     | 6,5                 |
| Pay-TV-Umsätze                           | 6,5                       | 0,0                     | 6,5                 |
| Pay-VoD-Umsätze                          | 0,0                       | 0,0                     | 0,0                 |
| Paid-Access-Erlöse                       | 0,0                       | 0,0                     | 0,0                 |
| Teleshopping (inkl. Online-Bestellungen) | 46,5                      | 0,1                     | 46,6                |
| Telefonische Mehrwertdienste/Call Media  | 0,0                       | 0,0                     | 0,0                 |
| E-Commerce/Sonstige Online-Erlöse        | 0,0                       | 0,0                     | 0,0                 |
| Spot-/Auftragsproduktionen               | 0,8                       | 7,2                     | 8,0                 |
| Programm-/Rechteverkäufe                 | 0,2                       | 0,4                     | 0,6                 |
| Veranstaltungen                          | 0,0                       | 0,0                     | 0,0                 |
| Förderung                                | 1,6                       | 0,0                     | 1,6                 |
| Sonstige Umsatzerlöse                    | 0,0                       | 0,3                     | 0,3                 |
| Sonstige betriebliche Erträge            | 0,0                       | 0,0                     | 0,0                 |
| <b>Gesamtaufwand 2017</b>                | 45,6                      | 9,0                     | 54,6                |
| <b>Gesamtaufwand 2018</b>                | 50,6                      | 9,1                     | 59,7                |
| Personalkosten                           | 6,9                       | 3,3                     | 10,1                |
| Vergütungen für freie Mitarbeiter        | 1,1                       | 1,7                     | 2,8                 |
| Kosten für Promotion/Werbung/PR          | 1,4                       | 0,0                     | 1,5                 |
| Programmverbreitungskosten               | 6,8                       | 3,1                     | 9,9                 |
| Kosten für Programmrechte/Lizenzen       | 1,1                       | 0,1                     | 1,1                 |
| Materialaufwand                          | 18,5                      | 0,1                     | 18,6                |
| Abschreibungen/Steuern                   | 0,6                       | 0,1                     | 0,7                 |
| Miet-/Nebenkosten                        | 0,0                       | 0,3                     | 0,3                 |
| Fahrzeugkosten/Fuhrpark                  | 0,1                       | 0,0                     | 0,1                 |
| Sonstige Kosten                          | 14,1                      | 0,5                     | 14,6                |
|  | in Prozent                |                         |                     |
| <b>Kostendeckungsgrad 2017</b>           | 112                       | 100                     | 110                 |
| <b>Kostendeckungsgrad 2018</b>           | 112                       | 101                     | 110                 |

Quelle: Goldmedia

T 8.5

## Privater Hörfunk in Hessen 2017/2018

|   | Bundesweiter Hörfunk | Landesweiter und regionaler Hörfunk | Hörfunk gesamt |
|---|----------------------|-------------------------------------|----------------|
|   | Anzahl               |                                     |                |
| <b>Programme 2018</b>                   | <b>4</b>             | <b>4</b>                            | <b>8</b>       |
| davon                                   |                      |                                     |                |
| UKW Programme                           | 1                    | 4                                   | 5              |
| DAB+-Simulcast-Programme                | 3                    | 3                                   | 6              |
| DAB+-Only-Programme                     | 0                    | 0                                   | 0              |
| Webradio-Programme <sup>1</sup>         | 21                   | 22                                  | 43             |
| <b>Festangestellte 2017</b>             | <b>199</b>           | <b>185</b>                          | <b>384</b>     |
| <b>Festangestellte 2018</b>             | <b>196</b>           | <b>187</b>                          | <b>383</b>     |
| Vollzeitbeschäftigte                    | 128                  | 110                                 | 238            |
| Teilzeitbeschäftigte                    | 62                   | 70                                  | 132            |
| Volontäre                               | 5                    | 5                                   | 10             |
| Auszubildende                           | 1                    | 2                                   | 3              |
| <b>Sonstige Mitarbeiter 2017</b>        | <b>16</b>            | <b>80</b>                           | <b>96</b>      |
| <b>Sonstige Mitarbeiter 2018</b>        | <b>15</b>            | <b>79</b>                           | <b>94</b>      |
| Feste freie Mitarbeiter                 | 1                    | 62                                  | 63             |
| Praktikanten                            | 3                    | 7                                   | 10             |
| Sonstige freie Mitarbeiter              | 11                   | 10                                  | 21             |
| <b>Gesamtbeschäftigung 2017</b>         | <b>215</b>           | <b>265</b>                          | <b>480</b>     |
| <b>Gesamtbeschäftigung 2018</b>         | <b>211</b>           | <b>266</b>                          | <b>477</b>     |
| <b>Gesamtbeschäftigung Mitte 2019</b>   | <b>207</b>           | <b>258</b>                          | <b>465</b>     |
|   | in Millionen Euro    |                                     |                |
| <b>Gesamtertrag 2017</b>                | <b>21,7</b>          | <b>43,5</b>                         | <b>65,2</b>    |
| <b>Gesamtertrag 2018</b>                | <b>21,4</b>          | <b>42,4</b>                         | <b>63,8</b>    |
| Werbung/Sponsoring gesamt 2017          | 5,4                  | 41,7                                | 47,2           |
| Werbung/Sponsoring gesamt 2018          | 5,3                  | 39,8                                | 45,2           |
| davon                                   |                      |                                     |                |
| Überregionale Werbung                   | 2,9                  | 18,4                                | 21,3           |
| Regionale Werbung                       | 2,0                  | 18,8                                | 20,8           |
| Sponsoring                              | 0,0                  | 1,1                                 | 1,1            |
| Online-Werbung                          | 0,4                  | 1,6                                 | 2,0            |
| Spot-/Auftragsproduktionen              | 0,0                  | 0,0                                 | 0,0            |
| Programm-/Rechteverkäufe                | 0,2                  | 0,0                                 | 0,2            |
| Veranstaltungen                         | 0,0                  | 0,7                                 | 0,7            |
| Telefonische Mehrwertdienste/Call Media | 0,0                  | 0,0                                 | 0,0            |
| E-Commerce/Sonstige Online-Erträge      | 0,0                  | 0,0                                 | 0,0            |
| Förderung                               | 0,7                  | 0,0                                 | 0,7            |
| Sonstige Umsatzerlöse                   | 15,1                 | 1,5                                 | 16,6           |
| Sonstige betriebliche Erträge           | 0,1                  | 0,3                                 | 0,4            |
| <b>Gesamtaufwand 2017</b>               | <b>19,2</b>          | <b>36,3</b>                         | <b>55,5</b>    |
| <b>Gesamtaufwand 2018</b>               | <b>19,3</b>          | <b>34,8</b>                         | <b>54,1</b>    |
| Personalkosten                          | 7,9                  | 9,9                                 | 17,8           |
| Vergütungen für freie Mitarbeiter       | 0,4                  | 2,2                                 | 2,5            |
| Kosten für Promotion/Werbung/PR         | 1,3                  | 2,4                                 | 3,7            |
| Kosten für Programmeinkauf/Syndication  | 0,2                  | 0,6                                 | 0,8            |
| Kosten für Programmrechte/Lizenzen      | 0,8                  | 3,0                                 | 3,8            |
| Programmverbreitungskosten              | 3,6                  | 3,0                                 | 6,5            |
| Materialaufwand                         | 2,7                  | 6,3                                 | 9,0            |
| Abschreibungen/Steuern                  | 0,6                  | 1,0                                 | 1,7            |
| Miet-/Nebenkosten                       | 0,2                  | 0,7                                 | 0,8            |
| Fahrzeugkosten/Fuhrpark                 | 0,2                  | 0,1                                 | 0,2            |
| Sonstige Kosten                         | 1,5                  | 5,7                                 | 7,2            |
|   | in Prozent           |                                     |                |
| <b>Kostendeckungsgrad 2017</b>          | <b>113</b>           | <b>120</b>                          | <b>117</b>     |
| <b>Kostendeckungsgrad 2018</b>          | <b>111</b>           | <b>122</b>                          | <b>118</b>     |

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