

*WILA  
RUNDFUNK*

# Wirtschaftliche Lage

des Rundfunks in Deutschland



18  
19

# Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/2019

## **Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten**

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)

Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)

Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)

Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK)

Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)

Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

## **Bericht**

Goldmedia GmbH

Guido Schneider

## **Datenerhebung**

Goldmedia GmbH

# Impressum

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

## **Projektleitung**

Regina Deck, Tabe Jeen Schneider  
Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)  
Heinrich-Lübke-Straße 27, 81737 München

## **Datenerhebung**

Goldmedia GmbH

## **Bericht**

Goldmedia GmbH  
Guido Schneider

Trotz großer Sorgfalt bei Recherche und Redaktion des Zahlen- und Datenmaterials können Autoren, Herausgeber und Verlag keine Gewähr für die Angaben übernehmen.

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

**Umschlaggestaltung, Layout und Grafikerstellung** Mellon Design, Augsburg

**Druck** Walch Druck, Augsburg

## **Vertrieb**

VISTAS Verlag  
Judith Zimmermann & Thomas Köhler GbR  
Lößniger Straße 60B  
04275 Leipzig  
Tel.: 0341/69 90 81 36  
E-Mail: [medienverlag@vistas.de](mailto:medienverlag@vistas.de)  
Internet: [www.vistas.de](http://www.vistas.de)

ISBN 978-3-89158-658-7

# Vorwort

Die private Radio- und Fernsehlandschaft in Deutschland ist vielfältig und erfolgreich – nicht ohne Grund werden wir in vielen Ländern Europas darum beneidet. Unsere privaten Anbieter erreichen mit der richtigen Mischung aus Unterhaltung und Public-Value-Inhalten auch in Zeiten der digitalen Transformation tagtäglich Millionen – auch junge – Menschen. Damit das so bleibt, sind neue Inhalte und neue Geschäftsmodelle erforderlich. Nur wer sich weiterentwickelt und mitgestaltet, wird auf Dauer im digitalen und globalen Wettbewerb um Hörer, Zuschauer und Nutzer bestehen.

Die aktuelle Untersuchung zur wirtschaftlichen Lage des Rundfunks in Deutschland macht deutlich: Unser privatwirtschaftlicher Hörfunk- und TV-Markt stellt sich den veränderten Rahmenbedingungen einer digitalen Medienlandschaft. Dabei geht es aber nicht nur um neue Geschäftsmodelle. Sondern genauso darum, der Flut der Inhalte im Netz, die leider auch von Phänomenen wie Fake News, Filterblasen oder Datenskandalen geprägt sind, etwas entgegenzusetzen. Guter und verlässlicher Content ist in digitalen Zeiten ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal unserer Rundfunklandschaft. Er ist nicht zuletzt Garant für ihren wirtschaftlichen Erfolg.

Die Studie liefert ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft für die Jahre 2017 und 2018 und ermöglicht die Analyse ihrer Entwicklung. Zudem wurden die Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2019 abgefragt. Eigene Länderkapitel stellen die wirtschaftliche Lage des Rundfunks in der Zuständigkeit der beteiligten Landesmedienanstalten dar.

Die vorliegende Veröffentlichung wurde bereits zum 13. Mal im Auftrag von acht Landesmedienanstalten durchgeführt. Beteiligt waren die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen), die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM), die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) und die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM).

Die Erhebung basiert auf einer Primärdatenerhebung bei allen deutschen privaten Fernseh- und Hörfunkveranstaltern. Mit der Datenerhebung und der Erstellung des Endberichts war die Goldmedia GmbH beauftragt.



*Siegfried Schneider*

Präsident der Bayerischen Landeszentrale  
für neue Medien (BLM)

# Inhalt

I	Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland	11
1	Der Rundfunkmarkt im Überblick	12
1.1	Entwicklungen des Programmangebots	12
1.2	Wirtschaftliche Entwicklung im dualen Rundfunksystem	15
1.3	Beschäftigung im dualen Rundfunksystem	22
1.4	Die Rundfunkwirtschaft in Deutschland im Überblick	24
2	Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens	26
2.1	Fernsehen gesamt	26
2.2	Bundesweites Free- und Pay-TV	29
2.3	Teleshopping	38
2.4	Landesweite TV-Fenster	44
2.5	Lokal-TV	49
2.6	Online-Video	56
3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	61
3.1	Hörfunk gesamt	61
3.2	DAB+-Hörfunk	78
3.3	Online-Audio	84

II	Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in den Ländern	89
4	Regionale Struktur der deutschen Rundfunkwirtschaft	90
5	Der Rundfunk in Baden-Württemberg	97
5.1	Entwicklung des Rundfunks	97
5.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	101
5.3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	106
5.4	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	113
6	Der Rundfunk in Bayern	116
6.1	Entwicklung des Rundfunks	116
6.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	120
6.3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	127
6.4	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	135
7	Der Rundfunk in Berlin und Brandenburg	138
7.1	Entwicklung des Rundfunks	138
7.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	142
7.3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	147
7.4	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	155

8	Der Rundfunk in Hessen	158
8.1	Entwicklung des Rundfunks	158
8.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	162
8.3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	166
8.4	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	173
9	Der Rundfunk in Niedersachsen	176
9.1	Entwicklung des Rundfunks	176
9.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	180
9.3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	183
9.4	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	191
10	Der Rundfunk in Rheinland-Pfalz	194
10.1	Entwicklung des Rundfunks	194
10.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	198
10.3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	202
10.4	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	209
11	Der Rundfunk in Sachsen	212
11.1	Entwicklung des Rundfunks	212
11.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	216
11.3	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	219
11.4	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	226

12	Der Rundfunk in Thüringen	229
12.1	Entwicklung des Rundfunks	229
12.2	Wirtschaftliche Lage des privaten regionalen Fernsehens	232
12.3	Die Rundfunkwirtschaft im Überblick	236
III	Methodischer Anhang	239
	Methodik der Datenerhebung	240
	Erhebungsbogen: Hörfunk 2018 (beispielhaft)	247
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	252



# Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland



# 1 Der Rundfunkmarkt im Überblick

## 1.1 Entwicklungen des Programmangebots

Der deutsche Rundfunkmarkt zeichnet sich durch seine hohe Programmvierfalt aus. Das duale System, in welchem der öffentlich-rechtliche Rundfunk und eine große Zahl privater Anbieter aktiv sind, umfasste 2018 insgesamt 644 Rundfunkkanäle. Davon wurden 2018 insgesamt 273 Hörfunk- und 294 TV-Programme von kommerziellen Anbietern produziert. Das Angebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten umfasst 57 Radio- und 20 TV-Kanäle. Darüber hinaus existiert ein umfangreicher Markt für Radio- und TV-Angebote im Internet, der sowohl nutzungsseitig als auch ökonomisch immer bedeutsamer wird. Hier wurden insgesamt 625 Web-TV-Kanäle sowie 2.375 Webradios gezählt.

Die Zahl der Rundfunkangebote liegt insgesamt auf nahezu gleichem Niveau wie bei der letzten Erhebung zur wirtschaftlichen Lage des Rundfunks zwei Jahre zuvor, in den einzelnen Segmenten gab es jedoch unterschiedliche Entwicklungen. So ging die Zahl im privaten bundesweiten Fernsehen um fünf zurück, während sie im Regional-TV (lokales und landesweites Fernsehen) um vier stieg. Die Angebotszahl im privaten Hörfunk wuchs ebenfalls um vier.

Bei der Zahl der Webradios sowie insbesondere bei den Web-TV-Kanälen ist eine deutliche Konsolidierung zu verzeichnen. Dies erklärt sich vor allem dadurch, dass im Rahmen der Erhebung nur Angebote mit eigener Online-Präsenz gezählt werden. Eine zunehmende Zahl von Anbietern konzentriert sich jedoch auf die Distribution über YouTube bzw. über Radio-Aggregatoren.

T 1.1

## Anzahl privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunkprogramme 2008–2018

	2008	2010	2012	2014	2016	2018	Veränderung 2008/2018
<b>Privates bundesweites Fernsehen</b>	125	144	144	149	156	151	26
davon Free-TV	49	56	54	54	52	48	-1
davon Pay-TV	61	72	73	78	84	84	23
davon Teleshopping	15	16	17	17	20	19	4
<b>Privates regionales Fernsehen</b>	138	149	151	154	139	143	5
davon landesweite TV-Fenster	10	10	10	10	10	10	0
davon Lokal-TV	111	116	133	127	116	117	6
davon Lokales Sparten-TV	16	16	11	17	13	16	0
<b>Web-TV<sup>1</sup></b>	-	1.275	1.424	1.184	866	625	
<b>Privater Hörfunk</b>	210	237	257	270	269	273	63
davon bundesweiter Hörfunk	14	16	17	20	15	13	-1
davon landesweiter Hörfunk	57	60	63	54	52	56	-1
davon lokaler Hörfunk	131	161	164	172	169	163	32
davon DAB+-Only <sup>2</sup>	8	-	21	24	33	41	33
<b>Webradios<sup>1</sup></b>	1.600	2.681	3.005	2.670	2.453	2.375	775
<b>Öffentlich-rechtliches Fernsehen<sup>3</sup></b>	22	22	22	22	22	20	-2
<b>Öffentlich-rechtlicher Hörfunk<sup>4</sup></b>	56	56	56	56	56	57	1

(1) Anzahl der Online-Angebote mit eigenem Webauftritt (inkl. Öffentlich-Rechtliche). Ausweisung 2018 = Web-TV Stand: Mitte 2019, Webradio Stand: Mitte 2017. Quelle: Webradiomonitor 2017, Web-TV-Monitor 2019

(2) Die Ausweisung der DAB+ Only Programme erfolgt hier nicht nach bundes-, landesweit und lokal.

(3) Ohne Deutsche Welle

(4) UKW-Angebote, ohne Deutsche Welle und reine Digitalangebote  
Quellen: Goldmedia; ARD/ZDF

## Öffentlich-Rechtliche Angebote

Von den neun in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) sowie dem Deutschlandradio wurden 2018 insgesamt 77 TV- und Hörfunkprogramme produziert.

Im Fernsehen sind dies die Hauptprogramme von ARD (Das Erste) und ZDF sowie die acht Dritten Programme der ARD-Landesrundfunkanstalten. Zusätzlich sendet RadioBremen für die Region Bremen und Bremerhaven zwischen 18 und 20 Uhr ein regionalisiertes TV-Programm im NDR. Der Bayerische Rundfunk verbreitet außerdem ein bundesweites Bildungsangebot, seit 2014 als ARD-alpha. Als Gemeinschaftsprogramme produzieren ARD und ZDF den Kinderkanal KiKA sowie den Ereignis- und Dokumentationskanal Phoenix. Zudem arbeiten beide mit dem Österreichischen Rundfunk (ORF) und dem Schweizer Fernsehen (SF) bei 3sat zusammen. Die ARD-Anstalten wie auch das ZDF liefern darüber hinaus dem deutsch-französischen Kulturkanal arte Programmteile zu. Die Wirtschaftsdaten der öffentlich-rechtlichen Gemeinschaftsprogramme sind in denen der anderen Anstalten enthalten.

Außerdem produzieren die Öffentlich-Rechtlichen vier zusätzliche digital empfangbare TV-Kanäle (One, tagesschau24, ZDFneo, ZDFinfo). Die beiden digitalen Spartensender EinsPlus und ZDFkultur wurden im September 2016 zugunsten des jungen Angebots Funk eingestellt. Dieses startete am 1. Oktober 2016 ausschließlich im Internet.

Die öffentlich-rechtlichen Anstalten verbreiten darüber hinaus 57 UKW-Hörfunkprogramme in ihrem jeweiligen Sendegebiet. WDR, rbb und Radio Bremen produzieren gemeinsam das Programm COSMO (bis Ende 2016 Funkhaus Europa). Im August 2016 erfolgte für das bis dahin ausschließlich via Internet und DAB+ empfangbare Hörfunkprogramm Bremen Next, das v.a. für jüngere Zuhörer zwischen 15 und 25 Jahren ausgestrahlt wird, die Umschaltung auf UKW.

Das Deutschlandradio strahlt seine beiden UKW-Programme Deutschlandfunk und Deutschlandfunk Kultur (früher Deutschlandradio Kultur) bundesweit aus. Das 2010 gestartete DRadio Wissen – heute Deutschlandfunk Nova – wird, zusammen mit zwölf zusätzlichen Hörfunkprogrammen, ausschließlich digital verbreitet.

Der Auslandsrundfunk der Bundesrepublik Deutschland, die Deutsche Welle, wird überwiegend durch Steuern finanziert. Zu den von der Deutschen Welle produzierten TV-Programmen zählen das Hauptprogramm DW-TV in englischer Sprache, die Programme in spanischer und arabischer Sprache sowie zwei deutschsprachige TV-Programme. Hinzu kommen 30 Radioprogramme in verschiedenen Sprachen.

## 1.2 Wirtschaftliche Entwicklung im dualen Rundfunksystem

Die Rundfunkanbieter in Deutschland erzielten 2018 Gesamterträge in Höhe von rund 21,53 Mrd. Euro. Damit wuchs der Markt seit 2009 kontinuierlich an, wobei sich das Wachstum 2018 gegenüber den Vorjahren deutlich verlangsamte. Von den Erträgen entfielen 11,39 Mrd. Euro auf den privaten Rundfunk und 9,72 Mrd. Euro auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Hinzu kamen die Erträge der vorwiegend steuerfinanzierten Deutschen Welle von 417 Mio. Euro.

Der private Rundfunk arbeitete in der Gesamtschau kostendeckend und konnte im Jahr 2017 einen Kostendeckungsgrad von 114 Prozent erreichen, der sich 2018 auf 109 Prozent reduzierte. Während die Erlöse 2018 um rund 224 Mio. stiegen, erhöhten sich die Aufwendungen deutlicher um über 600 Mio. Euro. Die Veränderungen von Umsatz und Kosten waren fast ausschließlich bei den bundesweiten TV-Anbietern zu verzeichnen. Demgegenüber gab es im Lokal-TV und bei den landesweiten Fenstern sowie im privaten Hörfunk nur geringe Veränderungen bei den Gesamterträgen sowie -aufwendungen. Die Lokal-TV-Anbieter arbeiteten damit in Summe weiterhin defizitär, wobei sich der Kostendeckungsgrad in den Jahren 2017 und 2018 auf 97 Prozent leicht verbesserte. 2016 lag er noch bei 95 Prozent. Im bundesweiten Free- und Pay-TV, im Teleshopping sowie bei den landesweiten Fenstern wurden dagegen in allen Segmenten positive Betriebsergebnisse erreicht. Dies galt auch für den privaten Hörfunk, der einen Kostendeckungsgrad von 114 Prozent erzielte.

Die Erträge im öffentlich-rechtlichen Rundfunk lagen 2018 mit 9,72 Mrd. Euro deutlich unter dem Vorjahr. Der Ertragsrückgang ist vor allem auf gesunkene sonstige Erträge der Rundfunkanstalten zurückzuführen. Allein beim WDR fielen diese 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 130,7 Mio. Euro geringer aus. 2017 sorgten dort Einmaleffekte wie die Auflösung von Rückstellungen für die Alters- und Hinterbliebenenversorgung für deutlich höhere Erträge. Gleichzeitig stiegen die Aufwendungen mit 10,26 Mrd. Euro in Summe erstmals über die 10-Milliarden-Grenze. Bei den meisten Landesrundfunkanstalten der ARD sowie beim ZDF und Deutschlandradio lagen 2018 die Gesamtkosten über den Erträgen.

## Geschäftsentwicklung im dualen Rundfunk 2008–2018 in Mio. Euro

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Rundfunk gesamt</b>											
Erträge	16.573	16.448	17.098	17.274	17.654	18.045	19.007	19.412	20.398	21.459	21.533
Aufwendungen	16.014	15.808	16.005	16.042	16.600	17.482	18.406	18.616	19.222	19.958	21.105
Kostendeckungsgrad in Prozent	103	104	107	108	106	103	103	104	106	108	102
<b>Privater Rundfunk gesamt</b>											
Erträge	7.956	7.564	8.126	8.347	8.767	9.094	9.480	10.189	10.693	11.167	11.392
Aufwendungen	7.240	7.031	7.093	7.234	7.449	8.365	8.820	9.147	9.453	9.819	10.425
Kostendeckungsgrad in Prozent	110	108	115	115	118	109	107	111	113	114	109
<b>Privates Fernsehen gesamt</b>											
Erträge	7.333	6.923	7.482	7.695	8.102	8.410	8.801	9.505	9.993	10.450	10.672
Aufwendungen	6.707	6.461	6.524	6.672	6.871	7.782	8.231	8.548	8.842	9.190	9.791
Kostendeckungsgrad in Prozent	109	107	115	115	118	108	107	111	113	114	109
<b>Bundesweites Free- und Pay-TV</b>											
Erträge	5.733	5.326	5.783	5.915	6.304	6.616	6.958	7.504	7.914	8.286	8.367
Aufwendungen	5.143	4.929	4.947	5.107	5.281	6.073	6.496	6.696	6.912	7.196	7.688
Kostendeckungsgrad in Prozent	111	108	117	116	119	109	107	112	115	115	109
<b>Teleshopping</b>											
Erträge	1.448	1.447	1.546	1.617	1.638	1.628	1.679	1.842	1.920	2.009	2.150
Aufwendungen	1.406	1.377	1.422	1.397	1.422	1.533	1.566	1.690	1.769	1.840	1.947
Kostendeckungsgrad in Prozent	103	105	109	116	115	106	107	109	109	109	110
<b>Landesweite TV-Fenster</b>											
Erträge	61	60	61	62	63	65	66	67	66	67	67
Aufwendungen	59	58	59	60	61	64	64	64	63	64	65
Kostendeckungsgrad in Prozent	103	103	102	104	103	103	103	105	105	104	103
<b>Lokal-TV</b>											
Erträge	91	90	92	101	97	101	98	92	93	88	88
Aufwendungen	99	96	95	108	107	113	105	98	98	90	91
Kostendeckungsgrad in Prozent	92	94	97	93	90	89	93	94	95	97	97
<b>Privater Hörfunk gesamt</b>											
Erträge	623	641	644	652	665	684	679	683	700	717	720
Aufwendungen	533	571	570	562	577	582	589	599	611	629	634
Kostendeckungsgrad in Prozent	117	112	113	116	115	117	115	114	115	114	114
<b>Bundesweiter privater Hörfunk</b>											
Erträge	43	52	50	55	57	55	57	54	58	63	63
Aufwendungen	44	55	54	56	57	54	53	50	53	56	56
Kostendeckungsgrad in Prozent	98	94	93	98	101	102	107	108	110	111	111
<b>Landesweiter privater Hörfunk</b>											
Erträge	382	394	399	395	398	413	405	405	415	418	417
Aufwendungen	319	332	334	321	329	328	330	340	348	356	358
Kostendeckungsgrad in Prozent	120	119	119	123	121	126	123	119	119	117	117
<b>Lokaler privater Hörfunk</b>											
Erträge	198	195	195	203	210	215	217	223	228	237	240
Aufwendungen	170	183	181	185	191	200	205	208	210	216	219
Kostendeckungsgrad in Prozent	116	106	108	109	110	108	106	107	109	110	109
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk<sup>1</sup></b>											
Erträge	8.318	8.593	8.681	8.623	8.587	8.633	9.199	9.263	9.603	9.912	9.724
Aufwendungen	8.479	8.471	8.609	8.538	8.845	8.794	9.260	9.472	9.667	9.771	10.263
<b>Deutsche Welle</b>											
Erträge	300	291	291	303	300	317	328	351	375	379	417
Aufwendungen	295	305	302	270	307	323	326	353	371	368	418

(1) Für 2018 tlw. Fortschreibung der Geschäftszahlen aus 2017, da zum Redaktionsschluss nicht alle Geschäftsberichte der ARD-Sendeanstalten veröffentlicht waren. 2015/2016: Abweichung zur vorherigen Publikation aufgrund neuer Quellenlage. Quelle: Goldmedia; ARD/ZDF/DLR; KEF

Der Anteil des bundesweiten Free- und Pay-TV an den Gesamterträgen der deutschen Rundfunkwirtschaft von rund 21,53 Mrd. Euro lag bei 39 Prozent. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk machte 45 Prozent aus, die Deutsche Welle weitere zwei Prozent. Die Teleshopping-Anbieter erwirtschafteten zehn Prozent der Umsätze. Der Anteil des lokalen Fernsehens lag nur bei 0,4 Prozent, der der landesweiten TV-Fenster bei 0,3 Prozent. Der private Hörfunk machte rund drei Prozent der Gesamterträge aus.

1.1

### Verteilung der Gesamterträge im dualen Rundfunksystem 2018 in Prozent

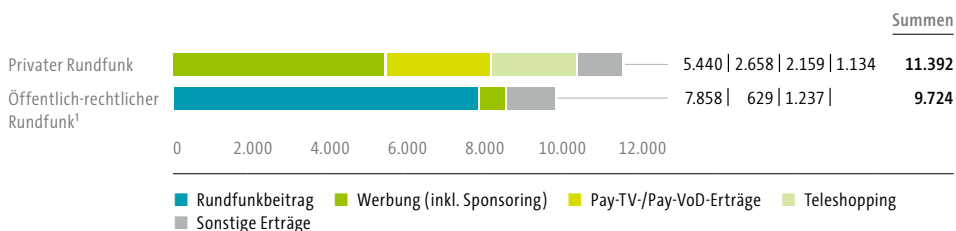
Gesamtertrag 21.533 Mio.Euro



(1) Für 2018 tlw. Fortschreibung der Geschäftszahlen aus 2017, da zum Redaktionsschluss nicht alle Geschäftsberichte der ARD-Sendeanstalten veröffentlicht waren.

Die Erlösstruktur der öffentlich-rechtlichen Veranstalter und der privaten Rundfunkanbieter unterscheidet sich substantiell. Der private Rundfunk finanziert sich vornehmlich aus Werbung (5,44 Mrd. Euro 2018), aus Pay-TV-Erträgen (2,66 Mrd. Euro) und Teleshopping (2,16 Mrd. Euro) sowie sonstigen Einnahmen, etwa aus Programm- und Rechteverkäufen (insgesamt rund 1,13 Mrd.). Bei den Öffentlich-Rechtlichen machen hingegen die Erlöse aus Rundfunkgebühren mit 7,86 Mrd. Euro den größten Teil der Gesamterträge von 9,72 Mrd. Euro aus, die Werbeerlöse (inkl. Sponsoring) lagen 2018 hingegen nur bei 629 Mio. Euro, sonstige Einnahmen, bspw. aus Zins- und Finanzerträgen sowie Beteiligungen, betragen 1,24 Mrd. Euro.

## Zusammensetzung der Gesamterträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ohne Deutsche Welle) 2018 in Mio. Euro



(1) Vor Abzug der Kosten für die ARD-Werbetöchter. Für 2018 tlw. Fortschreibung der Geschäftszahlen aus 2017, da zum Redaktionsschluss nicht alle Geschäftsberichte der ARD-Sendeanstalten und Werbetöchter veröffentlicht waren.

Die Werbeerlöse im privaten Rundfunk lagen 2018 mit 48 Prozent erstmals bei weniger als der Hälfte der Gesamterträge. An Bedeutung gewannen hingegen die Erträge aus Pay-VoD und Pay-TV sowie die Teleshoppingerlöse, die einen Anteil von 23 bzw. 19 Prozent am Umsatz ausmachten.

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk machten die Erlöse aus dem Rundfunkbeitrag 81 Prozent der Gesamterträge aus. Die 629 Mio. Euro Werbung (inkl. Sponsoring) spiegeln sechs Prozent der Gesamterträge, die „sonstigen Einnahmen“ 13 Prozent wider.



### Verteilung der Gesamterträge im privaten Rundfunk vs. öffentlich-rechtlichem Rundfunk (ohne Deutsche Welle) 2018 in Prozent

#### Privater Rundfunk



#### Öffentlich-rechtlicher Rundfunk<sup>1</sup>

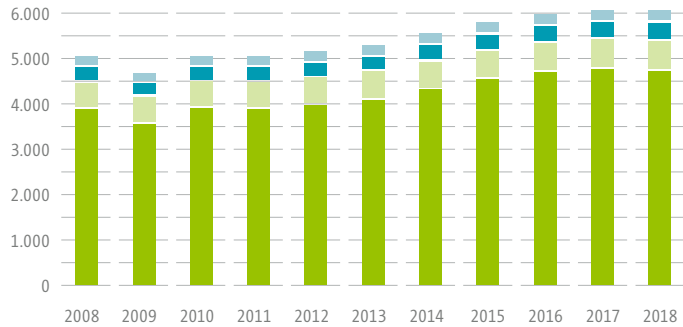


(1) Vor Abzug der Kosten für die ARD-Werbetöchter. Für 2018 tlw. Fortschreibung der Geschäftszahlen aus 2017, da zum Redaktionsschluss nicht alle Geschäftsberichte der ARD-Sendeanstalten und Werbetöchter veröffentlicht waren.

Die von allen Rundfunkunternehmen erwirtschafteten Nettowerbeeinnahmen sind zwischen 2009 und 2017 kontinuierlich gestiegen. Zwischen 2017 und 2018 gab es allerdings erstmals seit 2009 einen leichten Rückgang von 6,04 auf 6,02 Mrd. Euro. Der Anteil der privaten Anbieter am Werbemarkt liegt bei rund 90 Prozent, wobei 80 Prozent durch die privaten TV-Anbieter Erlöst werden.

Im TV-Werbemarkt liegt der Anteil der Privaten bei 93 Prozent, die öffentlich-rechtlichen TV-Anbieter hatten einen Marktanteil von sieben Prozent. Bei der Hörfunkwerbung ist der Anteil der Öffentlich-Rechtlichen mit 27 Prozent deutlich höher. Die privaten Anbieter generieren hier knapp drei Viertel der Werbeeinnahmen.

## Nettowerbeerträge im dualen Rundfunksystem 2008–2018 in Mio. Euro



■ Private TV-Werbung	4007	3652	3998	3981	4070	4186	4428	4673	4820	4868	4828
■ Private Hörfunk-Werbung	546	559	560	565	575	592	583	583	598	616	612
■ Öffentlich-rechtliche TV-Werbung <sup>1</sup>	287	248	273	276	275	268	306	307	326	334	361
■ Öffentlich-rechtliche Hörfunk-Werbung <sup>1</sup>	184	177	188	195	208	207	220	216	216	223	223

Summen

**5.024 4.635 5.019 5.017 5.128 5.253 5.537 5.779 5.960 6.041 6.024**

(1) Vor Abzug der Kosten für die ARD-Werbetöchter und exkl. Sponsoring (Sponsoring-Umsätze liegen nicht getrennt nach TV und Hörfunk vor; Gesamtdaten siehe Tabelle 1.5). Für 2018 tlw. Fortschreibung der Werbeumsätze aus 2017, da zum Redaktionsschluss nicht alle Geschäftszahlen der ARD-Werbetöchter veröffentlicht waren.

1.5

---

## Verteilung der Nettowerbeerträge im dualen Rundfunksystem 2018 in Mio. Euro/Prozent

**TV-Werbung: Gesamtertrag 5.189 Mio. Euro**

7% Öffentlich-Rechtliche<sup>1</sup>



93% Private

**Hörfunk-Werbung: Gesamtertrag 835 Mio. Euro**

27% Öffentlich-Rechtliche<sup>1</sup>



73% Private

---

(1) Vor Abzug der Kosten für die ARD-Werbetöchter und exkl. Sponsoring (Sponsoring-Umsätze liegen nicht getrennt nach TV und Hörfunk vor; Gesamtangaben siehe Tabelle 1.5). Für 2018 tlw. Fortschreibung der Werbeumsätze aus 2017, da zum Redaktionsschluss nicht alle Geschäftszahlen der ARD-Werbetöchter veröffentlicht waren.

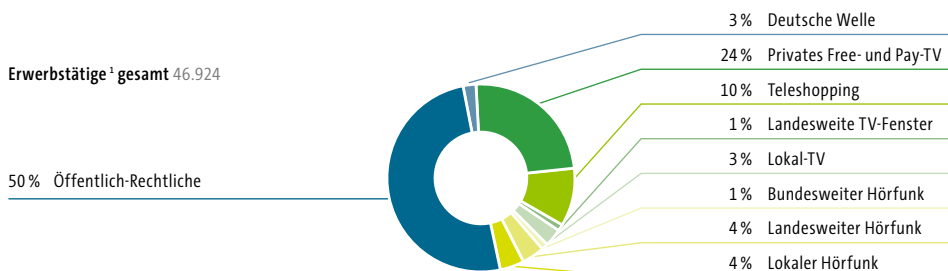
## 1.3 Beschäftigung im dualen Rundfunksystem

In der deutschen Rundfunkwirtschaft waren 2018 insgesamt 46.924 Mitarbeiter erwerbstätig. Diese Zahl umfasst die 22.162 Festangestellten im privaten Rundfunk und die insgesamt 24.762 besetzten Planstellen der Öffentlich-Rechtlichen sowie der Deutschen Welle. Im privaten Fernsehen sind insgesamt 17.711 Personen fest angestellt, hinzu kommen 2.430 freie und sonstige Mitarbeiter, sodass insgesamt 20.141 Personen beschäftigt sind. Im privaten Hörfunk waren es 4.451 Festangestellte sowie 2.567 sonstige Mitarbeiter und damit insgesamt 7.018 Beschäftigte.

Insgesamt sind 50 Prozent der festangestellten Beschäftigten (bzw. besetzten Planstellen) bei den Öffentlich-Rechtlichen tätig, knapp drei Prozent Prozent bei der Deutschen Welle. Im privaten Free-TV und Pay-TV sind es 24 Prozent, zehn beim Teleshopping, drei Prozent im Lokal-TV, ein Prozent bei den landesweiten Fenstern sowie insgesamt neun Prozent im privaten Hörfunk.

1.6

### Beschäftigte im dualen Rundfunksystem 2018



(1) Privater Rundfunk: Festangestellte, öffentlich-rechtlicher Rundfunk/Deutsche Welle: besetzte Planstellen

T 1.3

## Beschäftigte im dualen Rundfunksystem 2008–2018

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Rundfunk gesamt</b> (Festangestellte/ besetzte Planstellen)	43.926	44.408	44.287	44.296	44.433	46.996	47.952	47.095	46.982	47.125	46.924
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b> (besetzte Planstellen) <sup>1</sup>	24.392	24.327	24.296	24.164	24.145	24.087	23.963	23.871	23.742	23.713	23.593
<b>Deutsche Welle</b> (besetzte Planstellen) <sup>2</sup>	1.229	1.226	1.261	1.256	1.243	1.193	1.190	1.181	1.160	1.169	1.169
<b>Privater Rundfunk gesamt</b>											
Gesamtbeschäftigung	23.827	24.591	24.687	24.631	24.864	26.807	27.977	27.334	27.342	27.244	27.159
Festangestellte	18.305	18.855	18.730	18.876	19.045	21.716	22.799	22.043	22.080	22.243	22.162
Sonstige Mitarbeiter	5.522	5.737	5.957	5.755	5.819	5.092	5.178	5.291	5.262	5.001	4.997
<b>Privates Fernsehen gesamt</b>											
Gesamtbeschäftigung	17.689	17.729	17.869	18.057	18.241	20.173	21.292	20.470	20.407	20.333	20.141
Festangestellte	14.529	14.662	14.601	14.857	14.980	17.513	18.581	17.810	17.787	17.869	17.711
Sonstige Mitarbeiter	3.160	3.067	3.268	3.200	3.261	2.660	2.711	2.660	2.620	2.464	2.430
<b>Bundesweites Free- und Pay-TV</b>											
Gesamtbeschäftigung	9.210	9.533	9.462	9.490	9.887	12.076	13.221	12.758	12.742	12.679	12.516
<b>Teleshopping</b>											
Gesamtbeschäftigung	5.585	5.250	5.345	5.590	5.424	5.134	5.255	5.083	5.028	5.108	5.145
<b>Landesweite TV-Fenster</b>											
Gesamtbeschäftigung	435	391	373	393	418	488	481	537	537	536	522
<b>Lokal-TV</b>											
Gesamtbeschäftigung	2.459	2.555	2.689	2.584	2.512	2.475	2.335	2.092	2.100	2.010	1.958
<b>Privater Hörfunk gesamt</b>											
Gesamtbeschäftigung	6.070	6.575	6.636	6.574	6.623	6.634	6.686	6.864	6.935	6.911	7.018
Festangestellte	3.698	4.032	3.959	4.019	4.065	4.203	4.218	4.233	4.293	4.374	4.451
Sonstige Mitarbeiter	2.372	2.543	2.677	2.555	2.558	2.431	2.467	2.631	2.642	2.537	2.567
<b>Bundesweiter privater Hörfunk</b>											
Gesamtbeschäftigung	554	633	647	597	570	663	620	562	552	551	565
<b>Landesweiter privater Hörfunk</b>											
Gesamtbeschäftigung	2.393	2.526	2.493	2.392	2.405	2.300	2.355	2.439	2.468	2.464	2.493
<b>Lokaler privater Hörfunk</b>											
Gesamtbeschäftigung	3.123	3.416	3.496	3.585	3.648	3.671	3.710	3.864	3.915	3.896	3.960

(1) ohne Planstellen der ausgegliederten ARD-Gemeinschaftsaufgaben, ohne eigene Rechtspersönlichkeit

(2) inkl. Planstellen im Ausland

# 1.4 Die Rundfunkwirtschaft in Deutschland im Überblick

T 1.4

## Ertrag, Aufwand und Ergebnis im dualen Rundfunk 2008–2018

	2008	2010	2012	2014	2016	2018
<b>Rundfunk gesamt</b>	Ertrag in Mio. Euro					
Gesamtertrag	16.633	17.197	17.654	19.007	20.398	21.533
davon						
Rundfunkbeitrag	7.060	7.342	7.262	7.890	7.730	7.858
Werbung gesamt <sup>1</sup>	4.822	4.801	4.871	5.274	5.629	5.597
Sponsoring <sup>1</sup>	199	198	199	170	174	177
Online-Werbung	–	–	–	125	198	296
Sonstige Erträge	4.553	4.856	5.322	5.548	6.667	7.605
	Ergebnis in Mio. Euro					
Betriebsergebnis <sup>2</sup>	557	1.078	1.053	600	1.176	427
	Kostendeckungsgrad in Prozent					
Kostendeckungsgrad <sup>3</sup>	103	107	106	103	106	102
	Aufwand in Mio. Euro					
Gesamtaufwand	16.076	16.118	16.601	18.406	19.222	21.105
<b>Privater Rundfunk gesamt</b>	Ertrag in Mio. Euro					
Gesamtertrag	8.016	8.225	8.767	9.480	10.693	11.392
davon						
Werbung gesamt <sup>1</sup>	4.351	4.339	4.388	4.748	5.087	5.013
Sponsoring <sup>1</sup>	148	146	151	136	133	131
Online-Werbung	–	–	–	125	198	296
Pay-TV-/Pay-VoD-Erträge	881	1.115	1.479	1.870	2.377	2.658
Programm-/Rechteverkäufe/Spot-/Auftragsproduktionen	371	457	531	513	528	698
Teleshopping	1.447	1.585	1.673	1.690	1.932	2.159
Sonstige Erträge	819	583	544	397	439	436
	Ergebnis in Mio. Euro					
Betriebsergebnis <sup>2</sup>	713	1.018	1.318	660	1.241	967
	Kostendeckungsgrad in Prozent					
Kostendeckungsgrad <sup>3</sup>	110	114	118	107	113	109
	Aufwand in Mio. Euro					
Gesamtaufwand	7.303	7.207	7.449	8.820	9.453	10.425
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (inkl. Deutsche Welle)</b>	Ertrag in Mio. Euro					
Gesamtertrag	8.618	8.972	8.887	9.527	9.978	10.141
davon						
Werbung gesamt <sup>1</sup>	471	462	483	525	556	584
Sponsoring	51,0	52,3	47,7	34,6	41,1	45,3
Rundfunkbeitrag	7.060	7.342	7.262	7.890	7.709	7.858
Programm-/Rechteverkäufe/Spot-/Auftragsproduktionen	65,7	88,6	120,7	120,6	k.A.	k.A.
Bundesmittel (Deutsche Welle)	300	291	300	328	375	417
Sonstige Erträge	670	737	674	629	1.297	1.237
	Ergebnis in Mio. Euro					
Betriebsergebnis <sup>2</sup>	–156	60	–265	–59	–65	–540
	in Prozent					
Kostendeckungsgrad <sup>3</sup>	98	101	97	99	99	95
	in Mio. Euro					
Gesamtaufwand	8.774	8.912	9.152	9.586	9.769	10.681

(1) Nettowerbeumsätze nach Abzug von Rabatten und Agenturhonoraren

(2) Ertrag abzüglich Aufwand (ohne Finanztransaktionen)

(3) Ertrag durch Aufwand mal 100

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

T 1.5

### Beschäftigte im privaten Rundfunk gesamt 2008–2018

	2008	2010	2012	2014	2016	2018
	Beschäftigte am Jahresende Anzahl					
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	23.827	24.687	24.864	27.977	27.342	27.159
<b>Festangestellte</b>	18.305	18.730	19.045	22.799	22.080	22.162
davon						
Vollzeitbeschäftigte	11.216	11.482	11.705	14.729	14.519	14.320
Teilzeitbeschäftigte	5.740	5.882	6.061	6.665	6.256	6.558
Auszubildende/Volontäre	1.349	1.366	1.279	1.407	1.305	1.284
davon						
im Programmbereich	5.847	6.781	7.306	7.374	8.579	8.210
<b>Sonstige Mitarbeiter</b>	5.522	5.957	5.819	5.178	5.262	4.998
davon						
Praktikanten	1.624	1.708	1.516	1.298	1.256	1.103
Feste freie Mitarbeiter	2.744	3.188	3.210	2.640	2.733	2.549
Sonstige freie Mitarbeiter	1.154	1.061	1.093	1.241	1.273	1.346
davon						
im Programmbereich	3.457	2.521	2.594	2.155	2.864	2.629

Quellen: 2008: TNS Infratest, 2010–2018: Goldmedia