

Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Chartbericht/Ergebnispräsentation

Berlin, 13. Dezember 2017



Ergebnisse: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2016/2017

Inhalt

1	Ziele und Methodik	2
2	Überblick Rundfunkmarkt	4
3	Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens	12
4	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	18
5	Beschäftigte	23
6	Ausblick	26

Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2016/2017: Hintergrund, Ziele und Methodik der Erhebung

Auftraggeber und Hintergrund

- Auftraggeber: acht Landesmedienanstalten
- Aggregierte Situationsanalyse für den priv. Rundfunk in Dt. sowie Darstellungen über die regionalen Aufsichtsgebiete der Anstalten als Grundlage zur Entscheidungsfindung bei medienpolitischen Fragestellungen.
- Für die Arbeit der LMAs ist die Kenntnis der Marktsituation und ein Überblick über die aktuelle wirtschaftliche Lage der Rundfunksender in Deutschland erforderlich.

Projektziele

- Wesentliches Ziel ist die Erfassung und Analyse von möglichst differenzierten ökonomisch relevanten Daten zur
 - wirtschaftlichen Lage
 - Beschäftigungssituation und
 - möglichen Entwicklungsperspektiven und Einschätzungen
- aller lokalen, regionalen, landes- u. bundesweiten Rundfunkunternehmen, Web-TV und Webradios in Deutschland

Vorgehen

- Primärdatenerhebung bei allen privaten Rundfunkanbietern (n=564) mittels standardisiertem Fragebogen (online & offline) inkl. umfangreicher telefonischer Nachfassaktion
- Sekundärdatenanalyse: ARD-Finanz- und Werbestatistiken, ZDF-Jahrbücher und ZDF-Haushaltsplan sowie Angaben der KEF, Bundesanzeiger, Geschäftsberichte sowie Web-TV- und Webradio-Monitor 2016/2017
- Zeitraum: Juni - November 2017
- Rücklauf: 459 von 564 TV- und Hörfunksendern füllten den Fragebogen aus (= 81%)

Autoren

- Goldmedia GmbH (Datenerhebung/ Datenauswertung; Analyse TV & Rundfunk gesamt)
- Grace Pönitz (Texte/Analyse TV)
- Guido Schneider (Texte/Analyse Hörfunk)

Ergebnisse

Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2016/2017

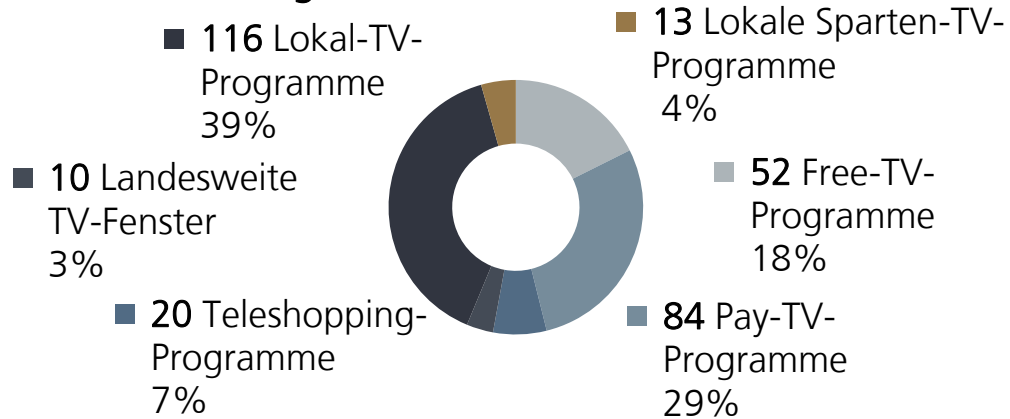
Inhalt

1	Ziele und Methodik	2
2	Überblick Rundfunkmarkt	4
3	Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens	12
4	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	18
5	Beschäftigte	23
6	Ausblick	26

Zahl der lokalen Angebote im TV und Radio rückläufig – mehr/neue Angebote entstehen v.a. im Pay-TV und durch DAB+

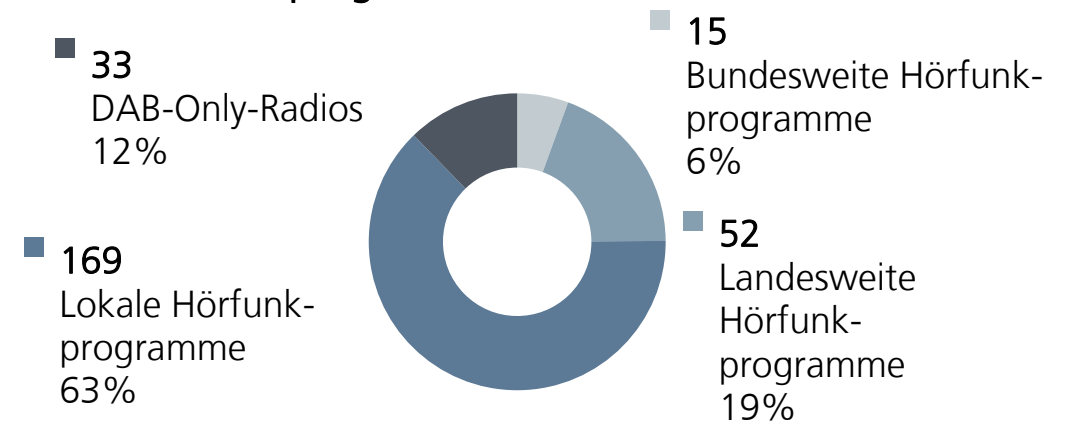
Fernsehprogramme in Deutschland, 2016

Basis: 295 TV-Programme*

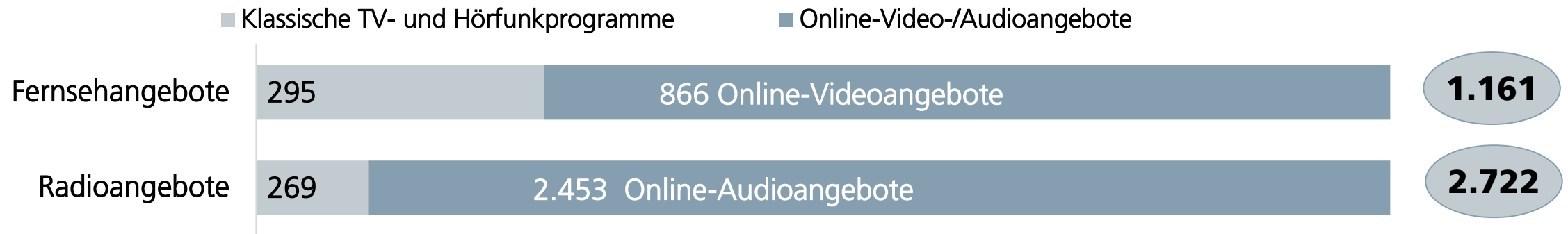


Hörfunkprogramme in Deutschland, 2016

Basis: 269 Hörfunkprogramme*



Zahl der Fernseh- und Radioprogramme incl. Web-TV und Webradio in Deutschland, 2016

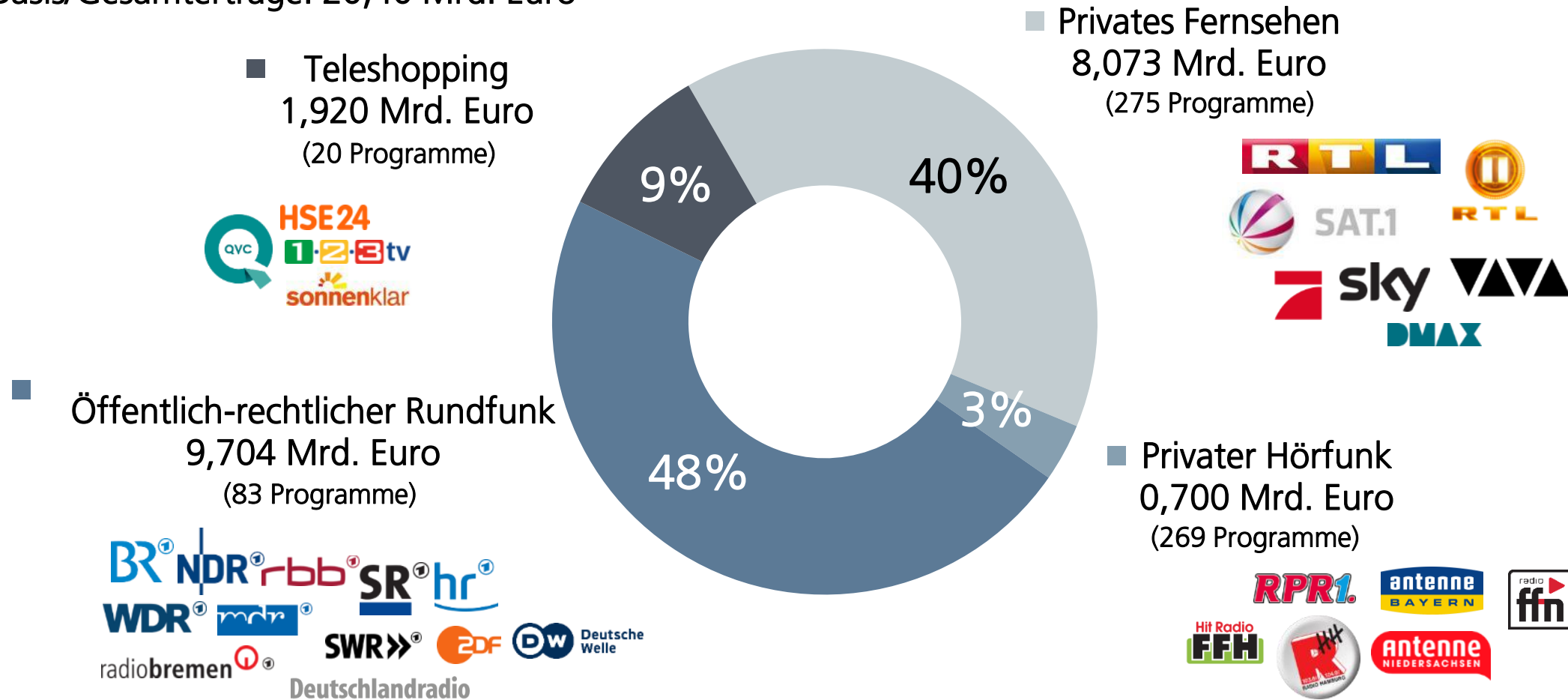


* Grundgesamtheit der Erhebung: alle Anbieter eines o. mehrerer Radio- o. TV-Programme, die 2015 oder 2016 im Besitz einer Landesmedienanstalten-Lizenz sowie zum Zeitpunkt der Befragung wirtschaftlich aktiv waren. Nicht erfasst wurden Programme in lokalen Kabelanlagen oder Gemeinschaftsantennenanlagen mit einer techn. Reichweite unter 10.000 angeschlossenen Haushalten sowie nichtkommerzielle und rein spendenfinanzierte Anbieter.
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Private TV- und Hörfunkunternehmen erzielten 2016 rund 10,69 Mrd. Euro in Deutschland (inkl. Teleshopping)

Gesamterträge im dualen Rundfunk 2016 in Deutschland, in Mrd. Euro*

Basis/Gesamterträge: 20,40 Mrd. Euro

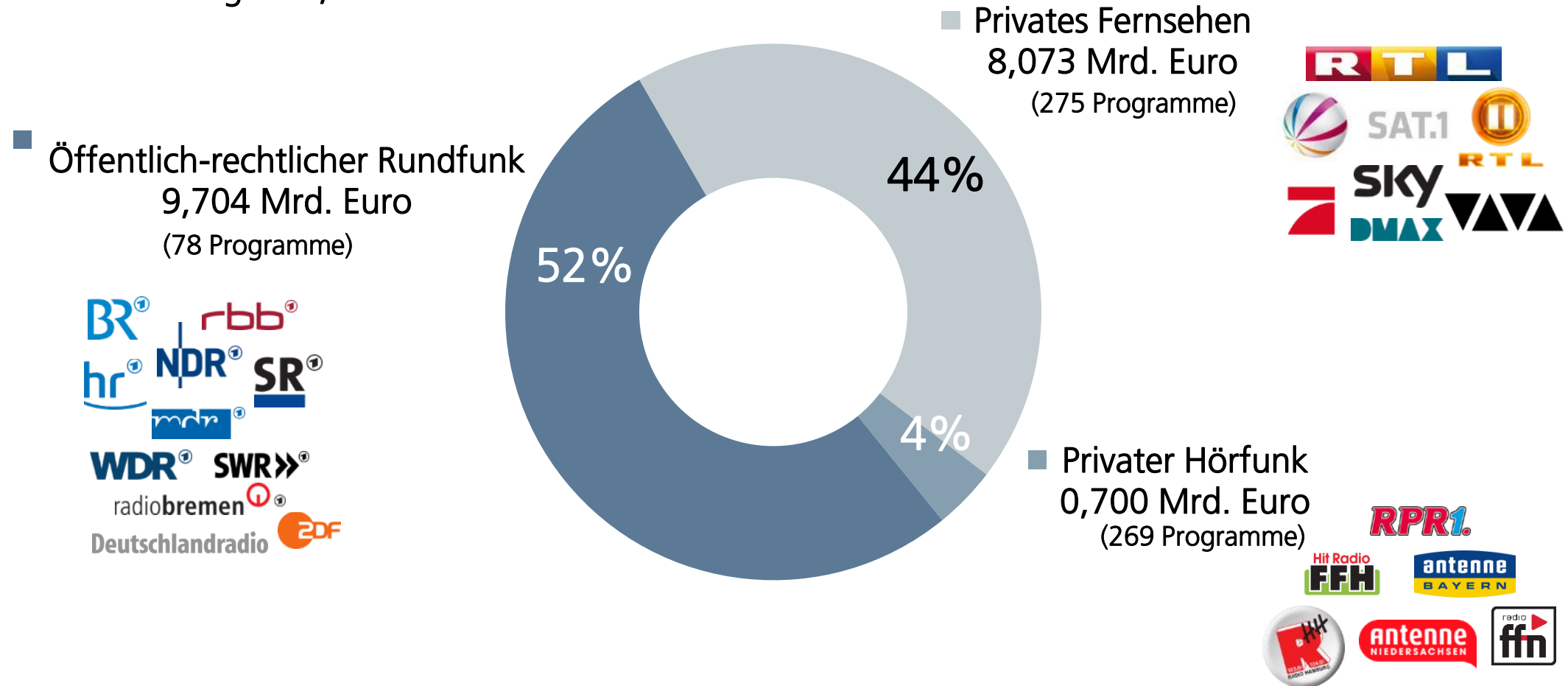


* ohne Webradio und Web-TV; öffentlich-rechtlicher Rundfunk inkl. DW-TV
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017. Darstellung der Senderlogos beispielhaft

Private TV- und Hörfunkunternehmen erzielten 2016 rund 8,77 Mrd. Euro in Deutschland (ohne Teleshopping)

Gesamterträge im dualen Rundfunk 2016 in Deutschland, in Mrd. Euro*

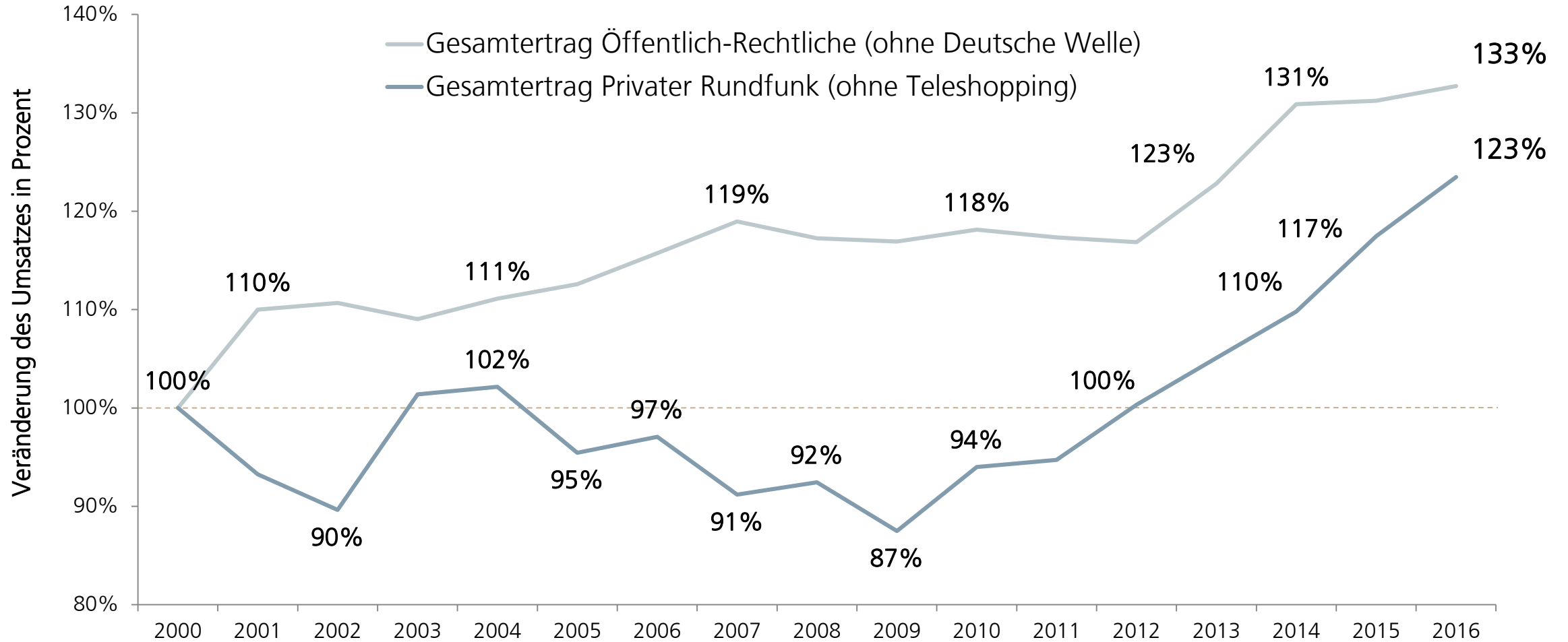
Basis/Gesamterträge: 18,48 Mrd. Euro



* Ohne Teleshopping-Programme, ohne Deutsche Welle, ohne Webradio und Web-TV
 Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017. Darstellung der Senderlogos beispielhaft

Öffentlich-rechtlich Erträge steigen u.a. durch Einführung des Rundfunkbeitrags (ab 2013) auf Rekordniveau

Veränderung der Erträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk, in Prozent (Indexiert, 2000 = 100%)



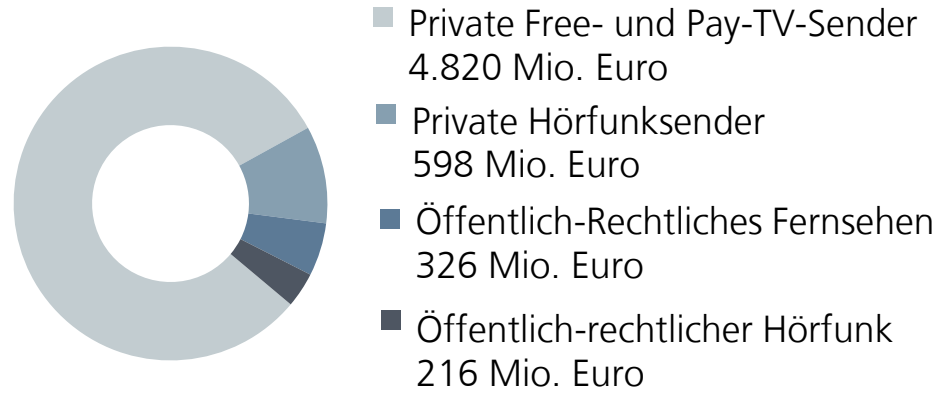
Die erhöhten Erträge der öffentlich-rechtlichen Sender im Jahr 2014 enthalten einmalige Effekte aus der sog. Direktanmeldung von Beitragszahlern, die in den Jahren 2013 und 2014 durchgeführt wurde.

Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Anstieg der Werbeeinnahmen im gesamten Rundfunk: Private Anbieter erzielten 5,42 Mrd. Euro 2016

Verteilung der Werbeerträge im Hörfunk und Fernsehen in Deutschland 2016 (netto)*

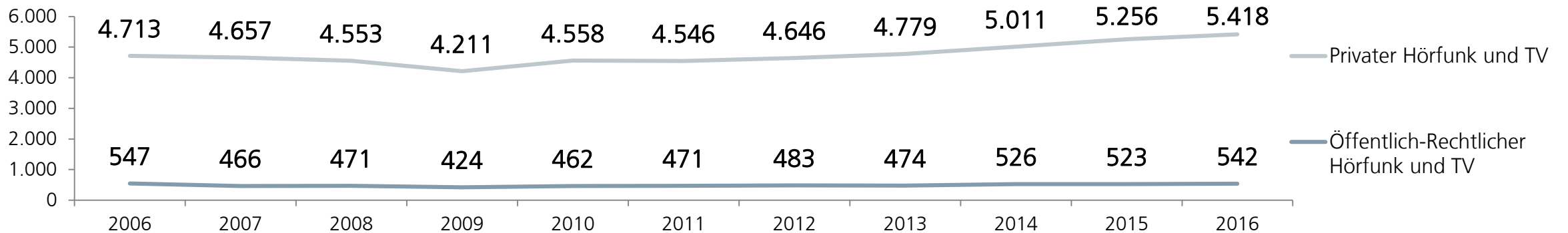
Basis/Gesamterträge: 5.960 Mio. Euro



Fakten

- Insbesondere die bundesweiten Free-TV-Anbieter konnten in ihrem Kerngeschäft (Vermarktung von Spotwerbung) seit 2014 Zuwächse von neun Prozent verzeichnen
- Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk unterliegt strengen Restriktionen (z.B. beschränkt sich TV-Werbung auf ARD und ZDF auf max. 20 Minuten pro Tag, Werbeverbot nach 20 Uhr und an Feiertagen)

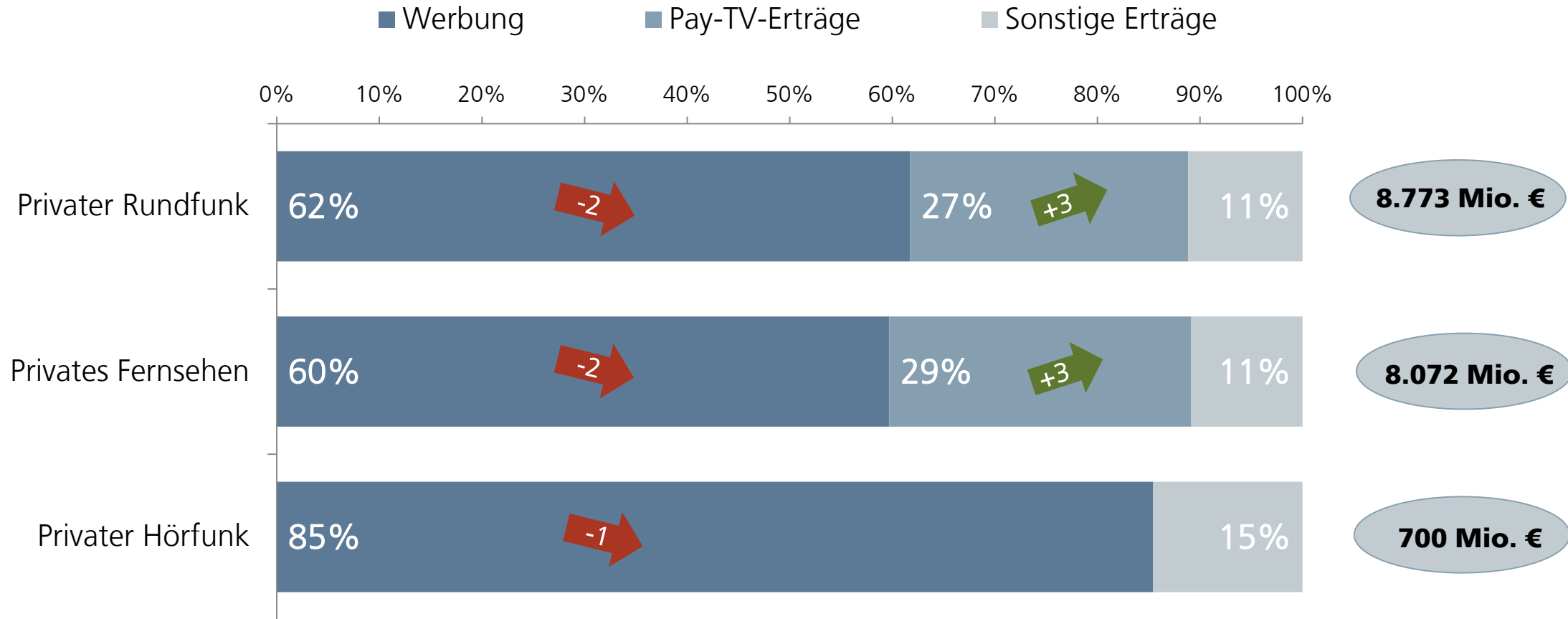
Netto-Werbeerträge im privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunk und TV* 2006-2016, in Mio. Euro



* Ohne Teleshopping-Programme und ohne Deutsche Welle, vor Abzug der Kosten für ARD-Werbetöchter
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Privater Rundfunk erlöst weiterhin knapp zwei Drittel seiner Einnahmen aus Werbung, Pay-TV Erlöse wachsen

Umsatzanteile im privaten Rundfunk* in Prozent;
Veränderung der Umsatzanteile am Gesamtumsatz 2016 im Vgl. zu 2014 (Werte in Pfeilen in Prozentpunkten)

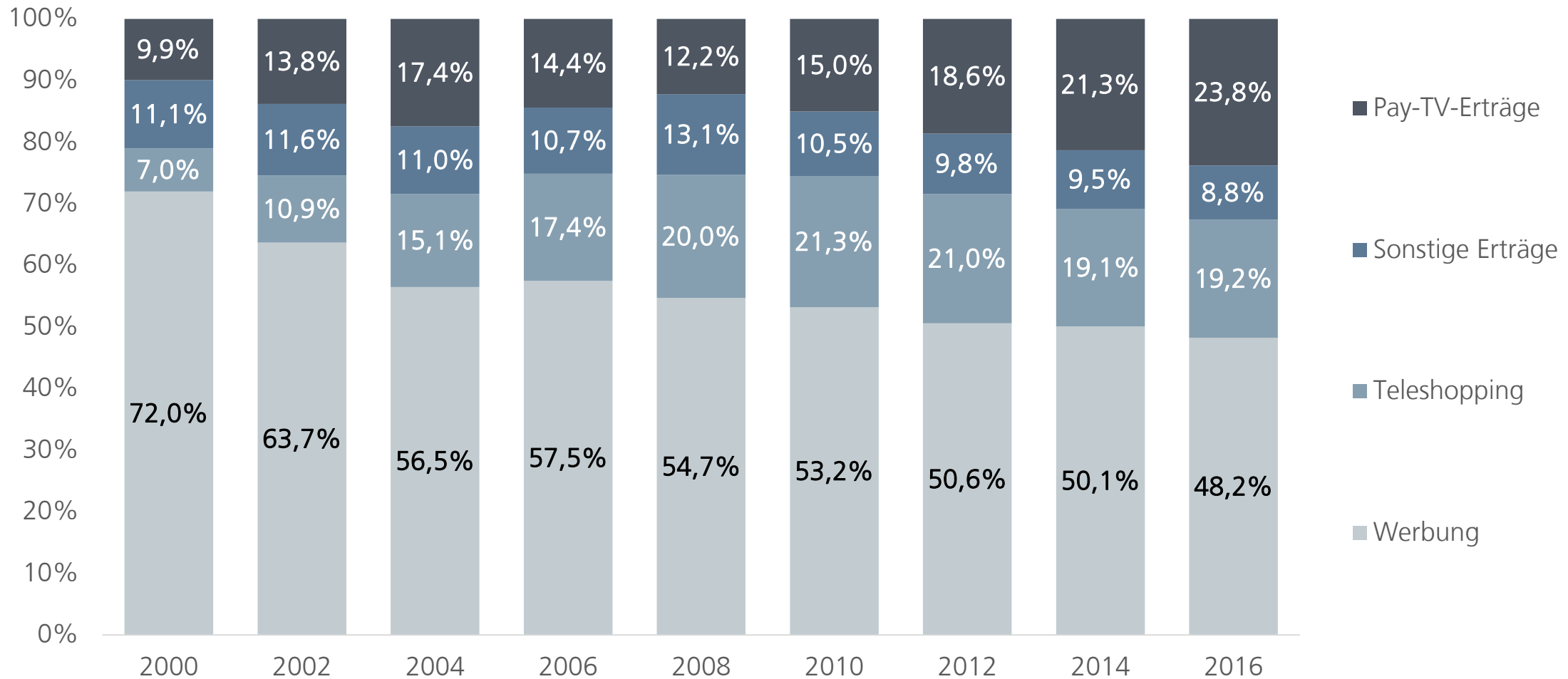


* Ohne Teleshopping-Programme

Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Werbeerlöse machten 2016 erstmals weniger als 50% an den Gesamterträgen aus; dafür hat sich der Pay-TV-Anteil seit 2008 verdoppelt

Anteile an den Gesamterträgen im privaten TV-Markt in Deutschland 2000-2016, in Prozent



Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, Basis: 9.993 Mio. EUR für privates TV zzgl. Teleshopping

Ergebnisse

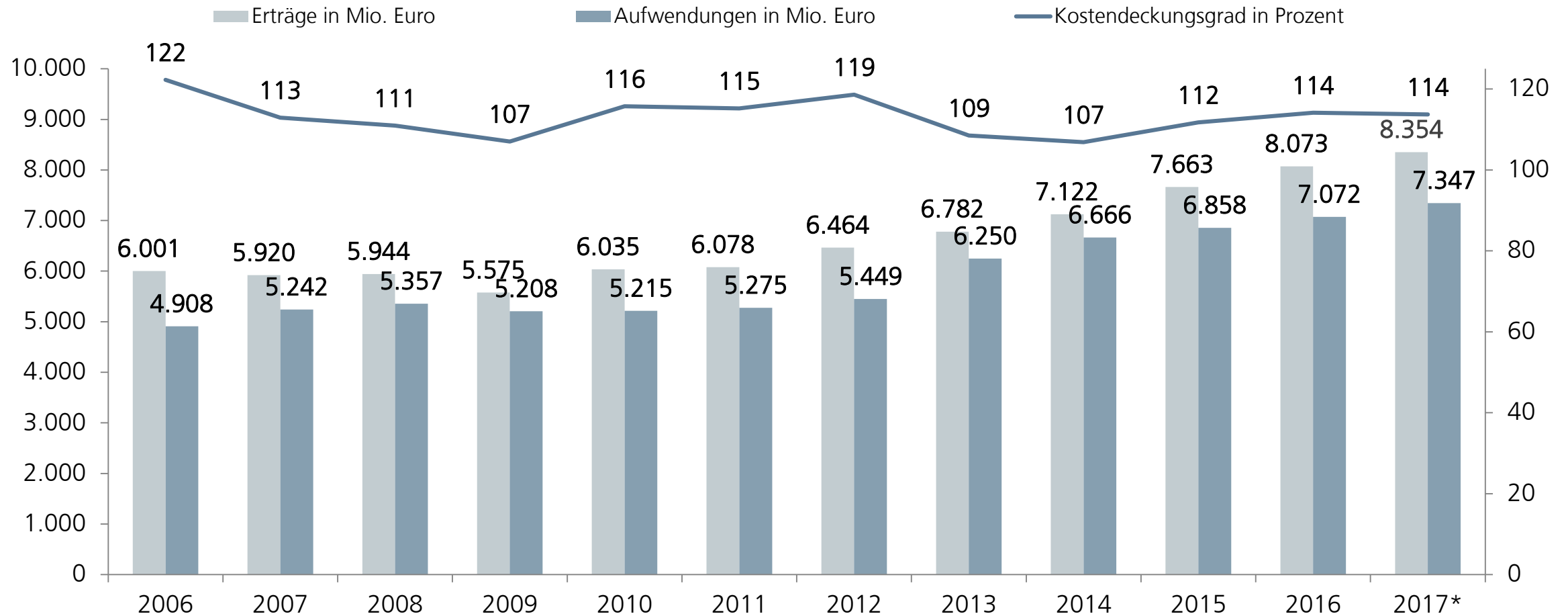
Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2016/2017

Inhalt

1	Ziele und Methodik	2
2	Überblick Rundfunkmarkt	4
3	Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens	12
4	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	18
5	Beschäftigte	23
6	Ausblick	26

Steigende Rentabilität 2016: Bei Erträgen in Höhe von 8,07 Mrd. EUR erreichten private TV-Sender eine Kostendeckung von 114 Prozent

Geschäftsentwicklung im privaten Fernsehen in Deutschland 2006-2017*, in Mio. € bzw. Kostendeckungsgrad in Prozent



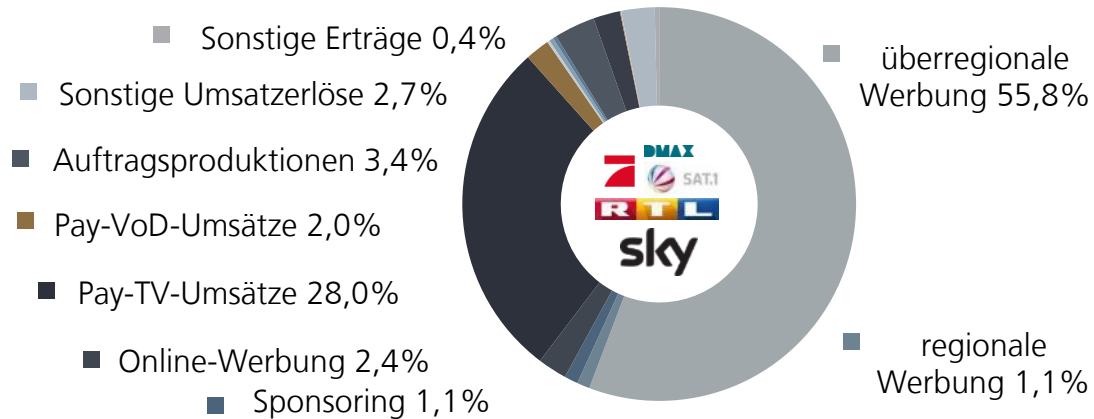
Ohne Teleshopping-Programme, inkl. aller privaten regionalen und bundesweiten Free-TV- und Pay-TV Sender
 * 2017 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr. Kostendeckungsgrad = Umsatz durch Aufwand * 100
 Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Bundesweite Free- u. Pay-TV-Anbieter (ohne Teleshopping-Programme) mit starkem Gewinn: Eine Mrd. Euro 2016, Kostendeckungsgrad bei 115%

Ertragsstruktur im bundesweiten Free- und Pay-TV, 2016

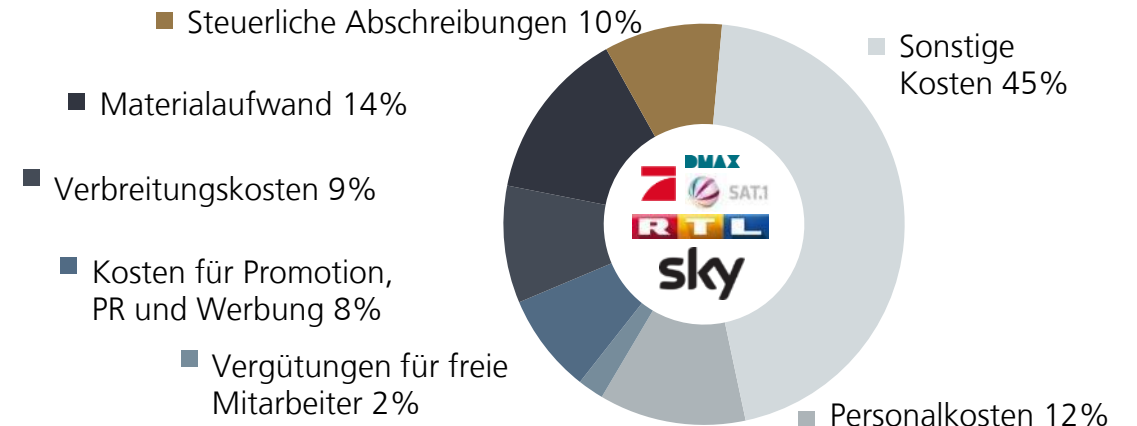
Basis/Gesamtertrag: 7.914 Mio. Euro (136 Programme)

Darstellung: Beschriftung nur Ertragsanteile >1%



Aufwandsstruktur im bundesweiten Free- und Pay-TV, 2016

Basis/Gesamtaufwand: 6.912 Mio. Euro (136 Programme)



Kostendeckungsgrad im bundesweiten privaten Free- und Pay-TV 2006-2017*, in Prozent



* 2017 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr, Kostendeckungsgrad = Umsatz durch Aufwand * 100

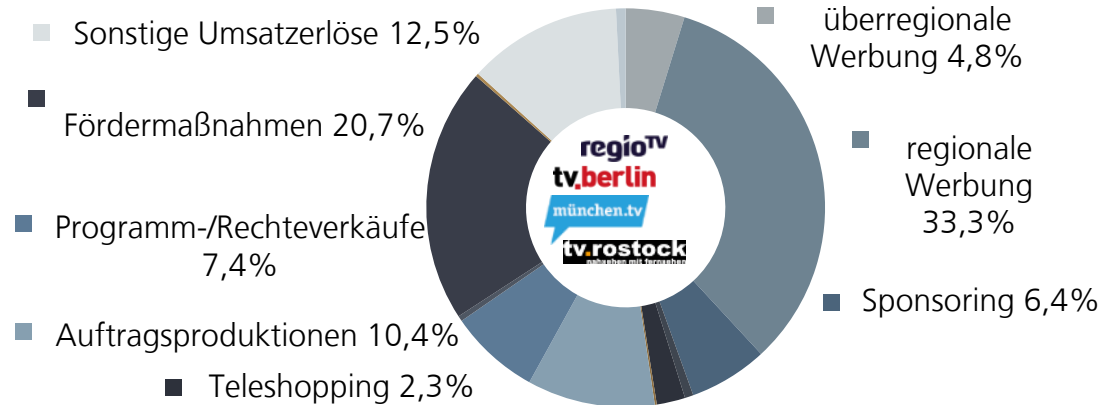
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, Darstellung der Senderlogos beispielhaft

Situation im Lokal-TV unverändert: Kostendeckung lag 2016 bei 95 Prozent; Ausblick für 2017 ohne nennenswerte Verbesserung

Ertragsstruktur im privaten Lokal-TV, 2016

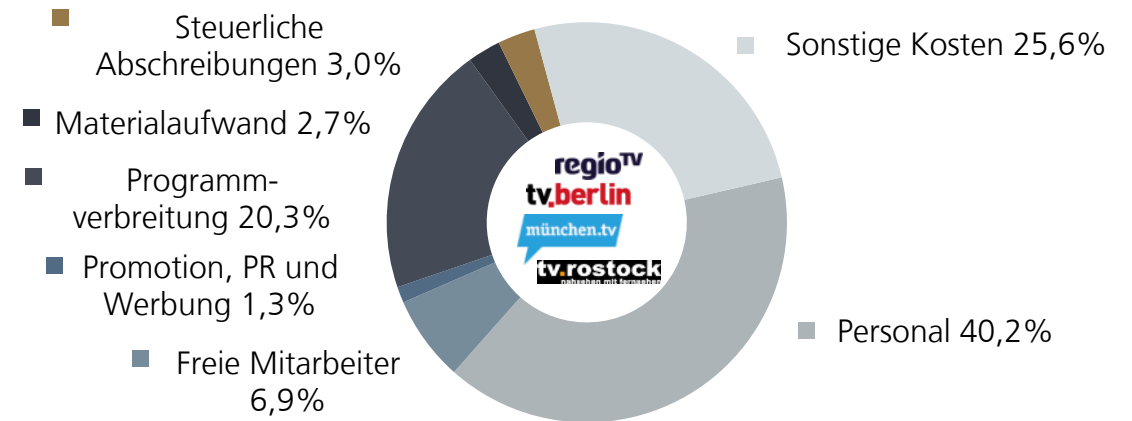
Basis/Gesamtertrag: 93 Mio. Euro (129 Programme)

Darstellung: Beschriftung nur Ertragsanteile >1%

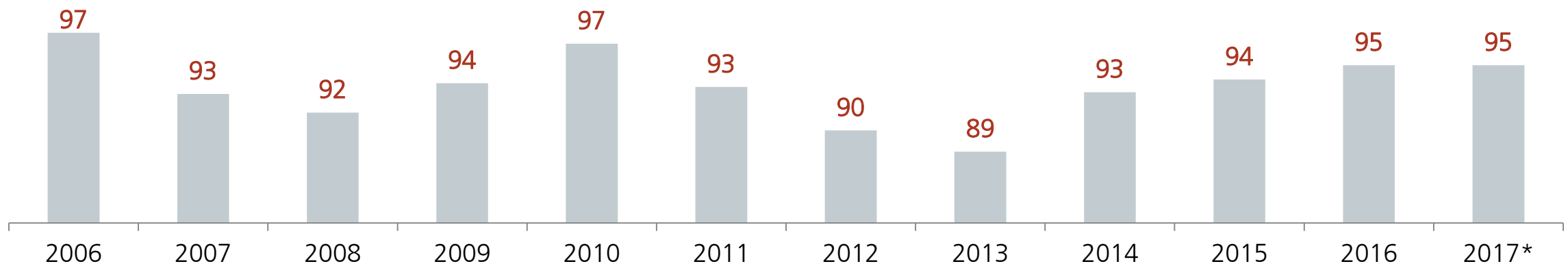


Aufwandsstruktur im privaten Lokal-TV, 2016

Basis/Gesamtaufwand: 98 Mio. Euro (129 Programme)



Kostendeckungsgrad im privaten Lokal-TV in Deutschland 2006-2017*, in Prozent



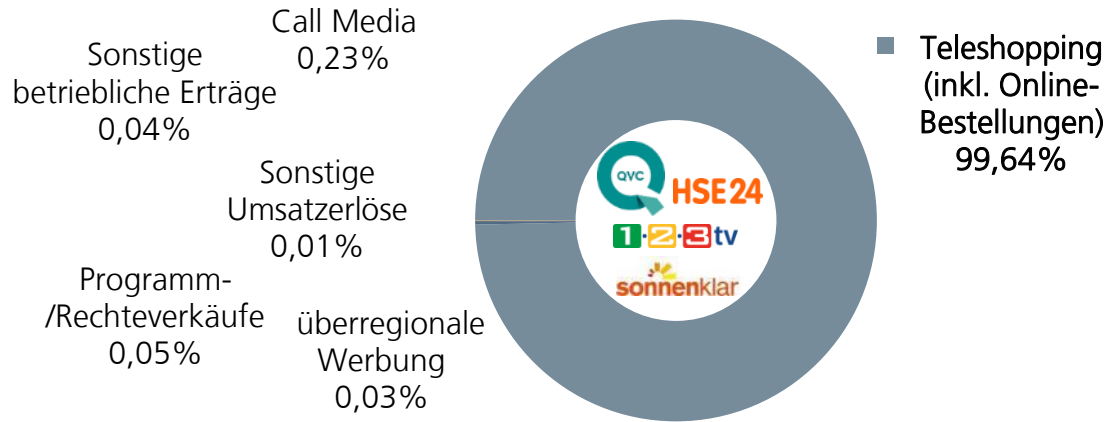
* 2017 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr, Kostendeckungsgrad = Umsatz durch Aufwand * 100

Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, Darstellung der Senderlogos beispielhaft

Gewinnanstieg im Teleshopping: Kostendeckungsgrad lag bei 109% in 2016

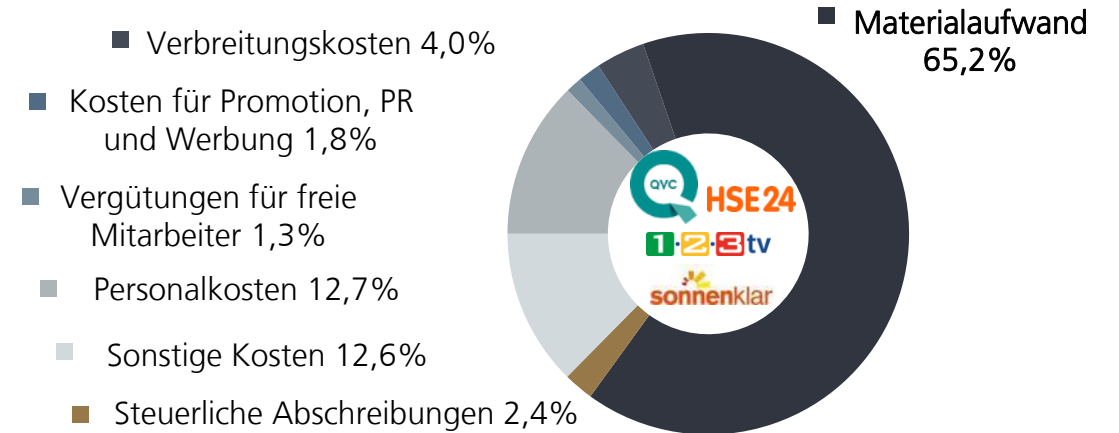
Ertragsstruktur im Teleshopping, 2016

Basis/Gesamtertrag: 1.920 Mio. Euro (20 Programme)

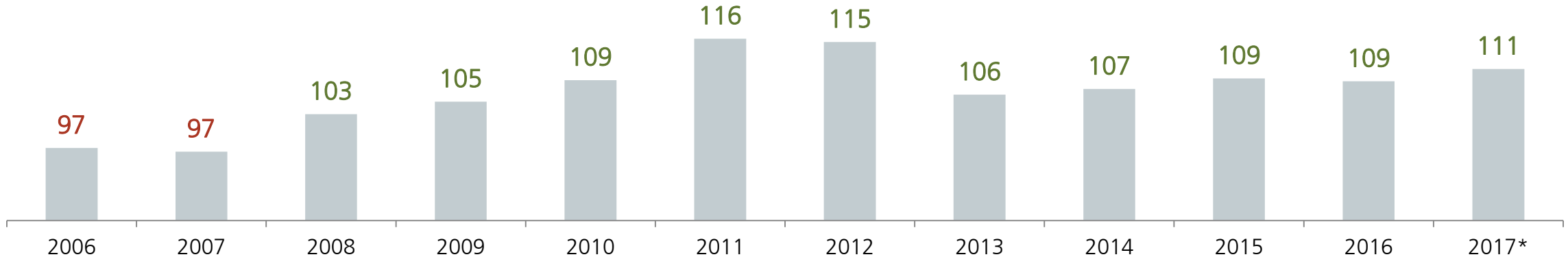


Aufwandsstruktur im Teleshopping, 2016

Basis/Gesamtaufwand: 1.566 Mio. Euro (20 Programme)



Kostendeckungsgrad im Teleshopping in Deutschland 2006-2017*, in Prozent

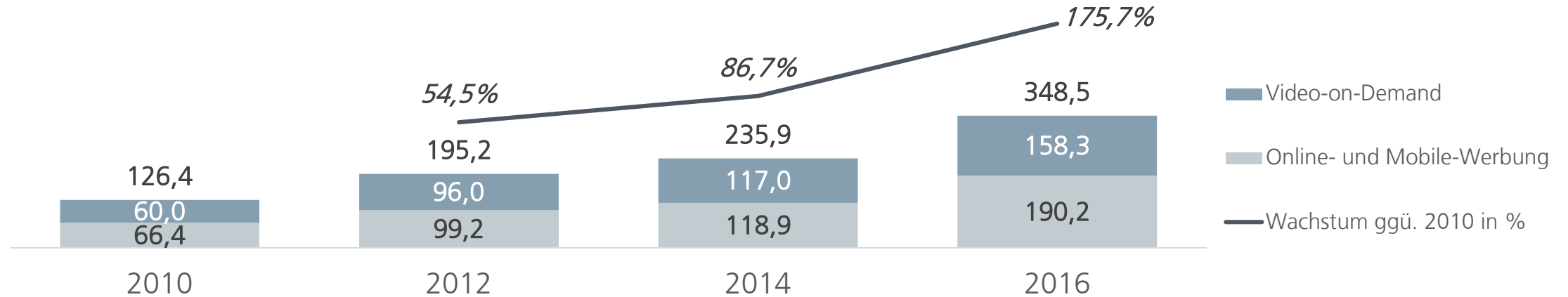


* 2017 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr, Kostendeckungsgrad = Umsatz durch Aufwand * 100

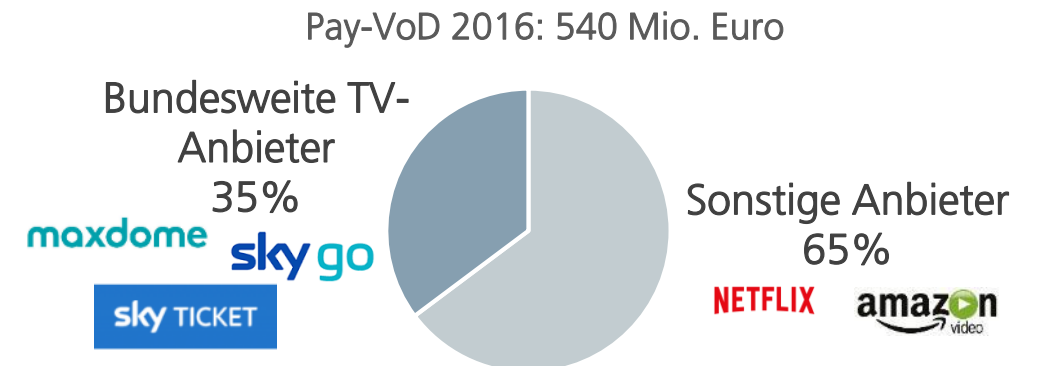
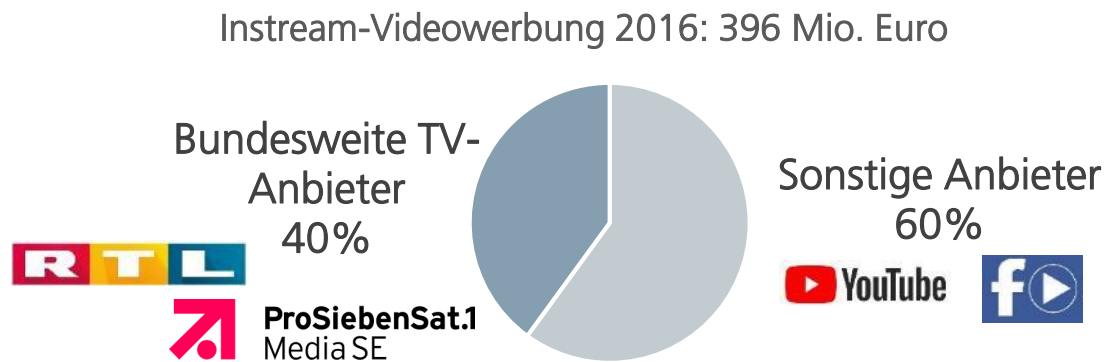
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, Darstellung der Senderlogos beispielhaft

Online-Markt: am stärksten wachsende Einnahmeart bei den bundesweiten TV-Anbietern; Anteil am Gesamtmarkt 35 bis 40 Prozent

Online-Umsätze bundesweiter TV-Anbieter (exkl. Teleshopping) 2010-2016, in Mio. Euro



Anteil bundesweiter TV-Anbieter an Instream-Videowerbung* und Pay-VoD** in Deutschland 2016, in Prozent



*Instream-Videowerbung = Online-Videowerbung vor, während oder nach dem Videoclip/-stream ** Pay-VoD = Online-Videoabrufe im Abonnement, per Leihe oder Kauf
 Quelle: VPRT 2017; Goldmedia VoD-Forecast 2016; Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Ergebnisse

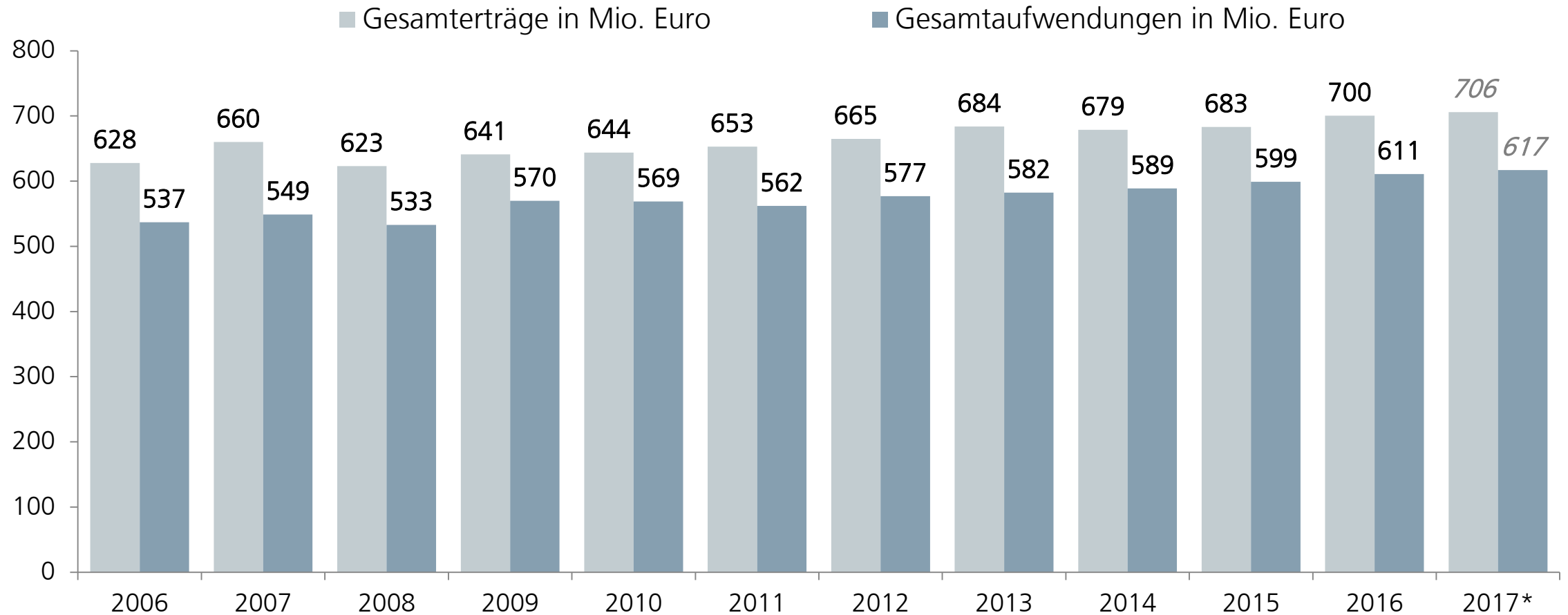
Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2016/2017

Inhalt

1	Ziele und Methodik	2
2	Überblick Rundfunkmarkt	4
3	Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens	12
4	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	18
5	Beschäftigte	23
6	Ausblick	26

Privater Hörfunkmarkt in Deutschland mit höchsten Erträgen seit 2006: Insgesamt rund 700 Mio. Euro in 2016

Geschäftsentwicklung privater Hörfunk in Deutschland 2006-2017*, in Mio. Euro



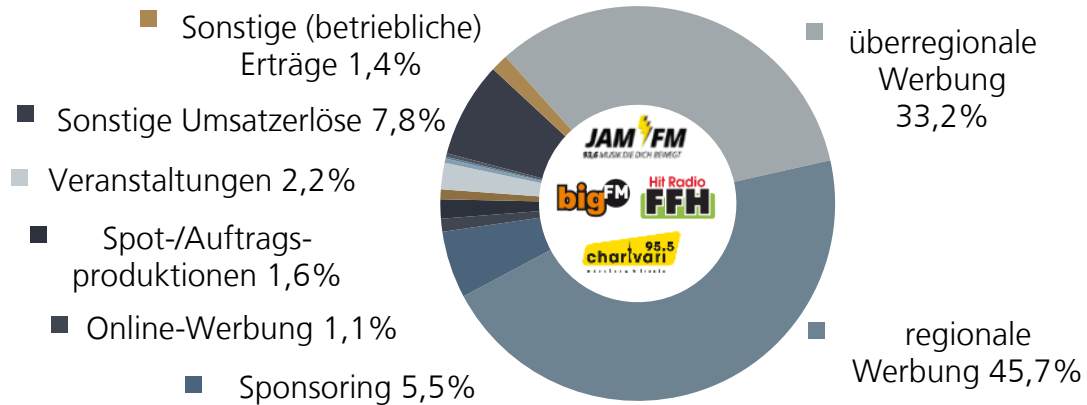
* 2017 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Ertragswachstum sorgt für Gewinnsteigerung im gesamten privaten Hörfunk: Kostendeckungsgrad stieg 2016 auf 109 Prozent

Ertragsstruktur im privaten Hörfunk, 2016

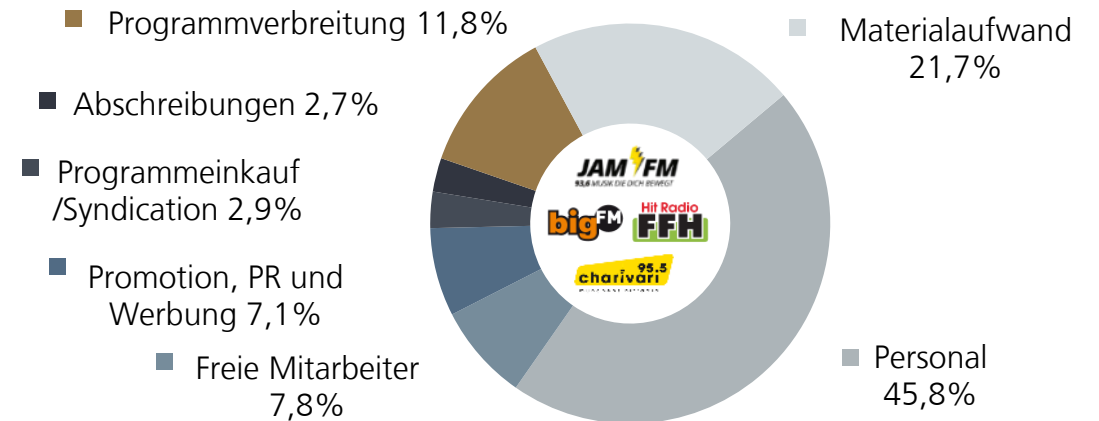
Basis/Gesamtertrag: 700 Mio. Euro (269 Programme)

Darstellung: Beschriftung nur Ertragsanteile >1%

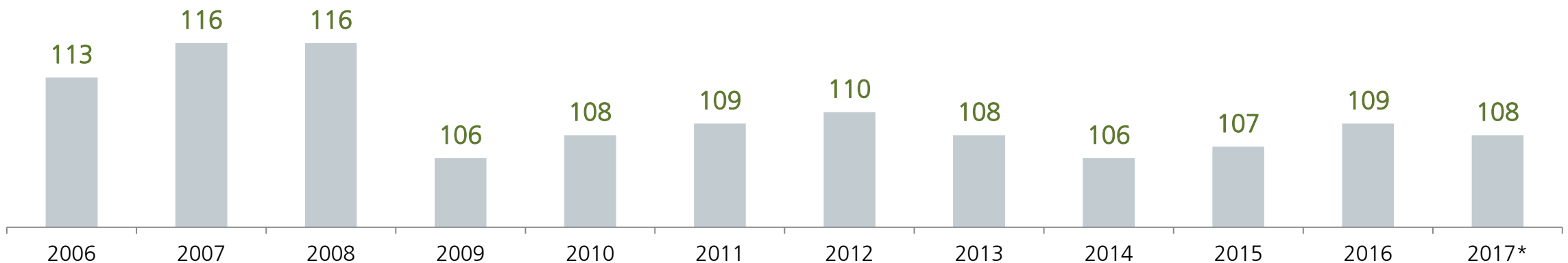


Aufwandsstruktur im privaten Hörfunk, 2016

Basis/Gesamtaufwand: 611 Mio. Euro (269 Programme)



Kostendeckungsgrad im privaten Hörfunk in Deutschland 2006-2017*, in Prozent

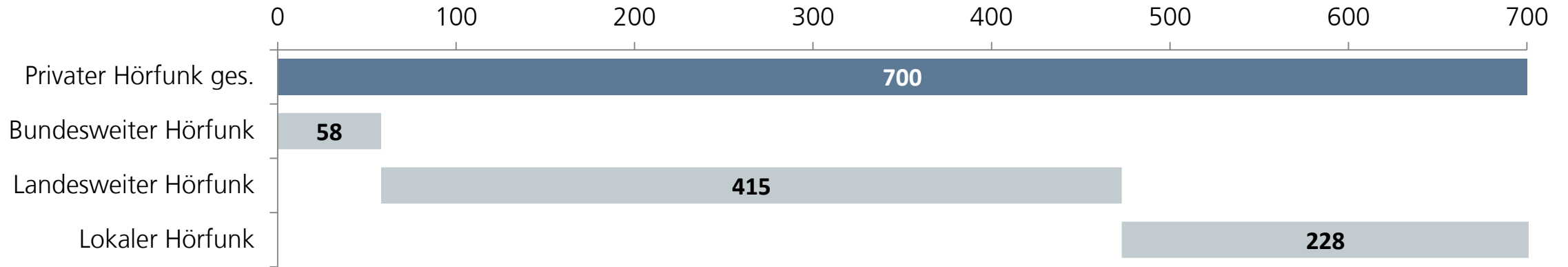


* 2017 = Prognose der Anbieter für das laufende Geschäftsjahr, ohne Webradio

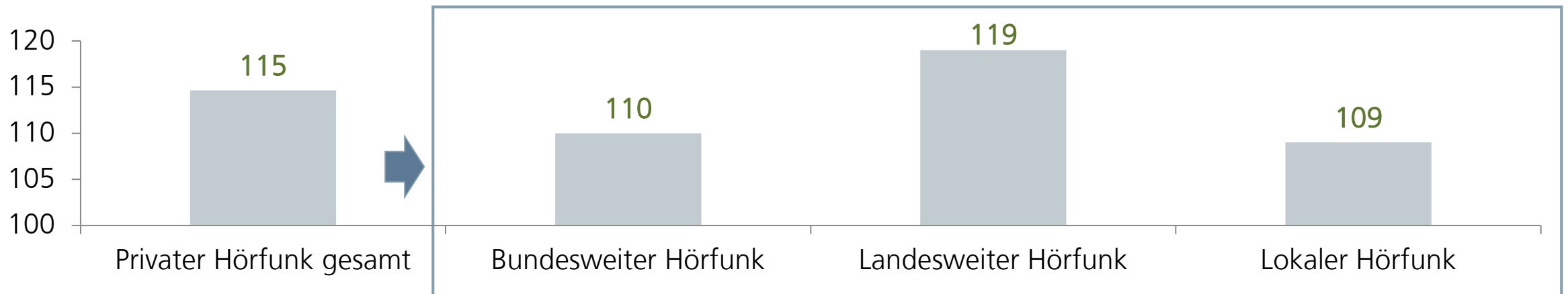
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, Darstellung der Senderlogos beispielhaft

Über alle Angebotstypen hinweg erwirtschaften die privaten Hörfunkanbieter in Deutschland auch 2016 ein positives Betriebsergebnis

Umsatzverteilung im privaten Hörfunk in Deutschland 2016 nach Verbreitung, in Mio. Euro



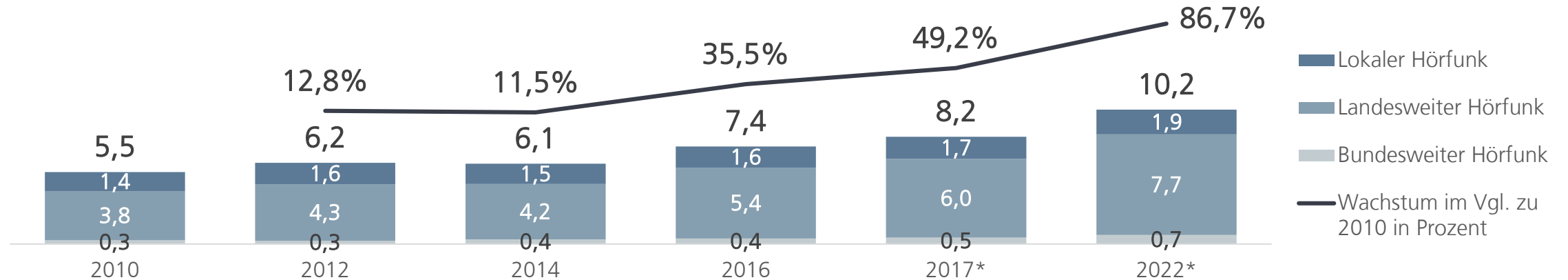
Kostendeckungsgrad im privaten Hörfunk in Deutschland 2016, in Prozent



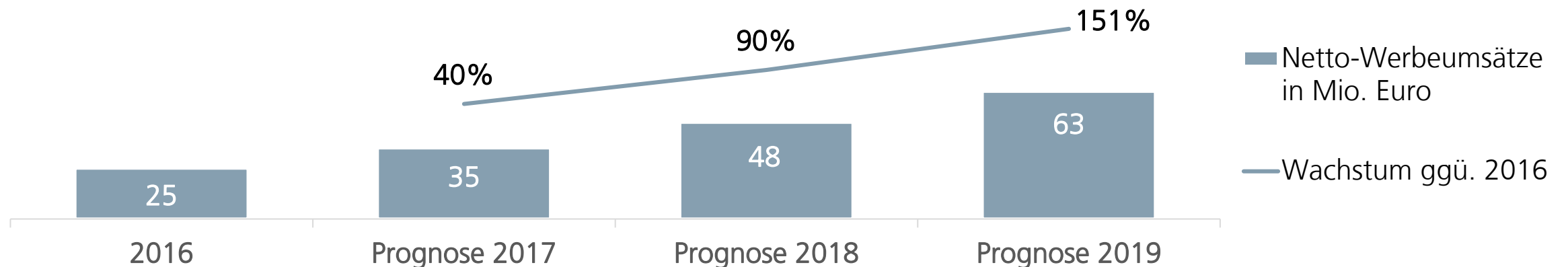
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017; Kostendeckungsgrad = Umsatz durch Aufwand * 100, ohne Webradio

Online-Audio: priv. UKW-/DAB+-Hörfunk-Sender in Dtl. erzielten 2016 Onlineumsätze von 7,4 Mio. €, bis 2019 soll Gesamtmarkt auf 63 Mio. € wachsen

Online- und Mobile-Werbung im privaten Hörfunk 2010-2022, in Mio. Euro



Netto-Werbeumsätze im Online-Audio-Markt in Deutschland 2016 und Prognose 2017-2019



* 2017/2022 = Prognose der Anbieter
Quelle: Webradiomonitor 2017; Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Ergebnisse

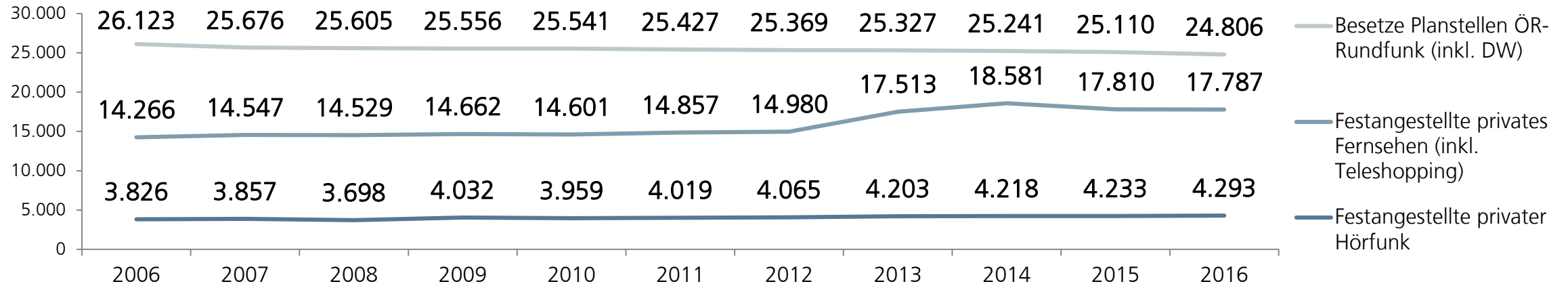
Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2016/2017

Inhalt

1	Ziele und Methodik	2
2	Überblick Rundfunkmarkt	4
3	Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens	12
4	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	18
5	Beschäftigte	23
6	Ausblick	26

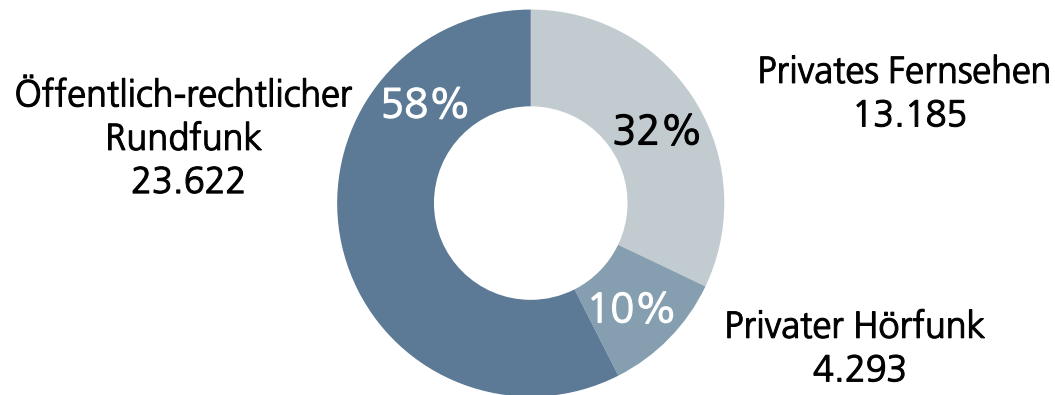
Privater Rundfunk in Deutschland beschäftigte 2016 insgesamt 22.080 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Festangestellte im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland, 2006-2016



Festangestellte im dualen Rundfunksystem in Dt., 2016

Basis: 41.100 Beschäftigte (ohne Deutsche Welle und Teleshopping)



Fakten

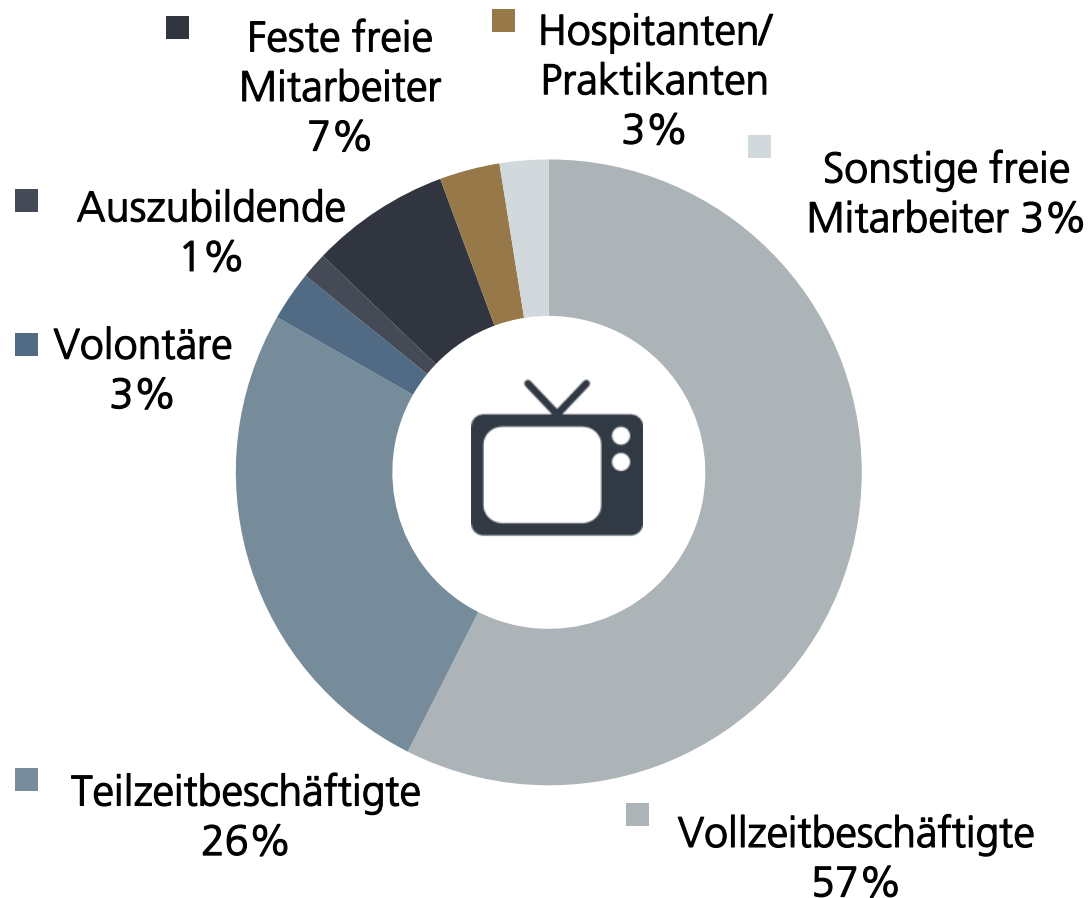
- Zudem wurden im privaten Rundfunk 4.602 Festangestellte bei Teleshoppingsendern sowie insg. 5.262 sonstige (freie) Mitarbeiter gezählt
- Im ö.-r. Rundfunk lagen die Planstellen für die Deutsche Welle 2016 bei 1.184 Personen
- Beschäftigtenanstieg im priv. Fernsehen 2013 u.a. durch div. Akquisitionen RTL/P7S1 im Online- und Digitalbereich, zusätzlich baute Sky sein Service-Centerpersonal aus

Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

87 Prozent der Beschäftigten im privaten Fernsehen sind fest angestellt (v.a. RTL/P7S1/Sky), im privaten Hörfunk sind es 62 Prozent

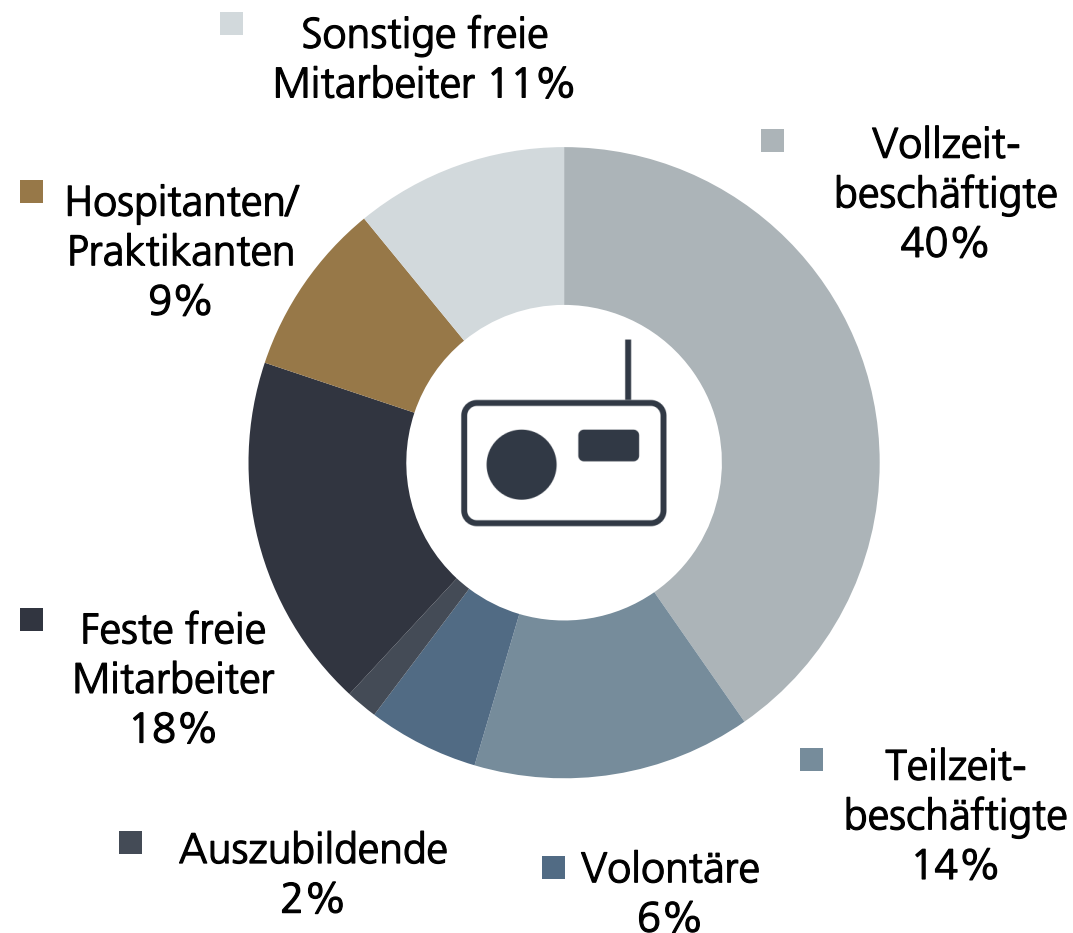
Beschäftigtenstruktur im privaten Fernsehen, 2016

Basis: 20.407 Beschäftigte



Beschäftigtenstruktur im privaten Hörfunk, 2016

Basis: 6.935 Beschäftigte



Ergebnisse

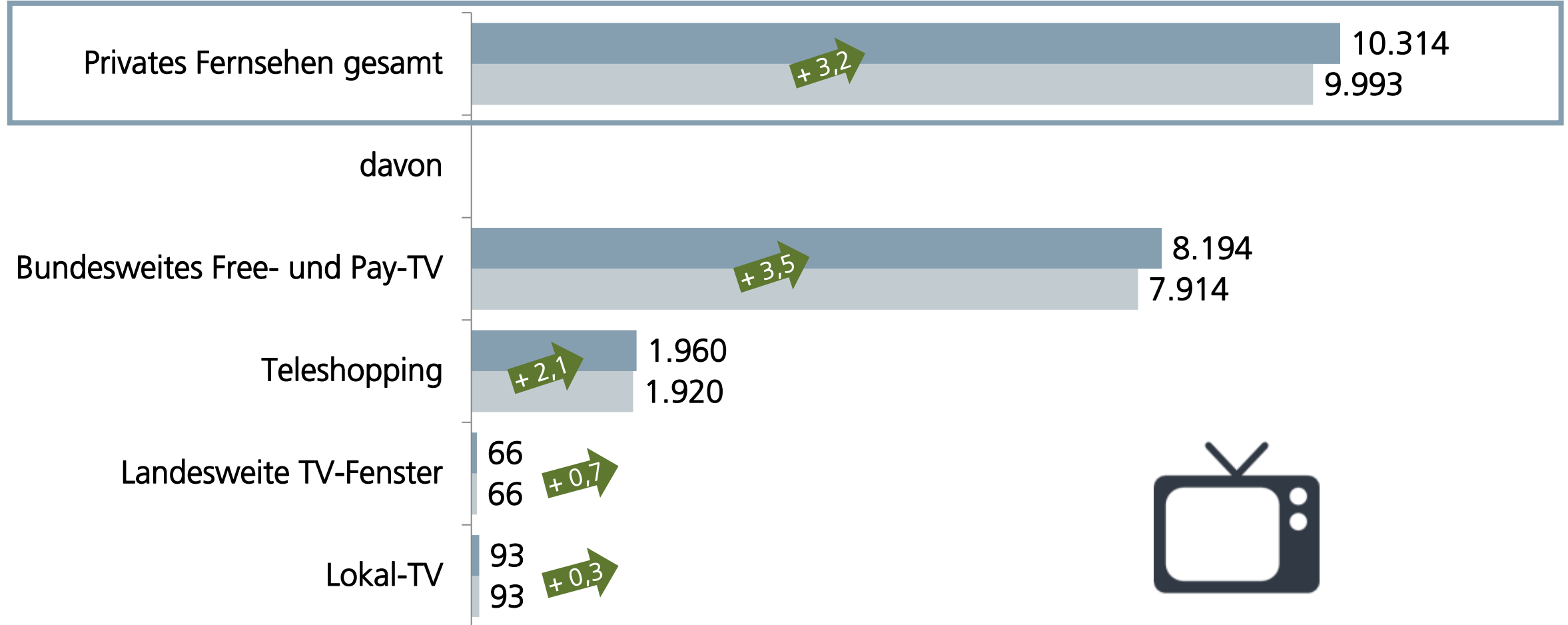
Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2016/2017

Inhalt

1	Ziele und Methodik	2
2	Überblick Rundfunkmarkt	4
3	Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens	12
4	Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks	18
5	Beschäftigte	23
6	Ausblick	26

Privates Fernsehen rechnet mit positiver Umsatzentwicklung 2017: Wachstumstreiber sind die bundesweiten TV-Anbieter

Ertragsersparungen der privaten Fernsehanbieter für 2017 in Mio. Euro sowie Umsatzveränderung gegenüber 2016
(Werte in Pfeilen in Prozent)

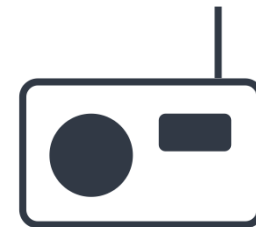
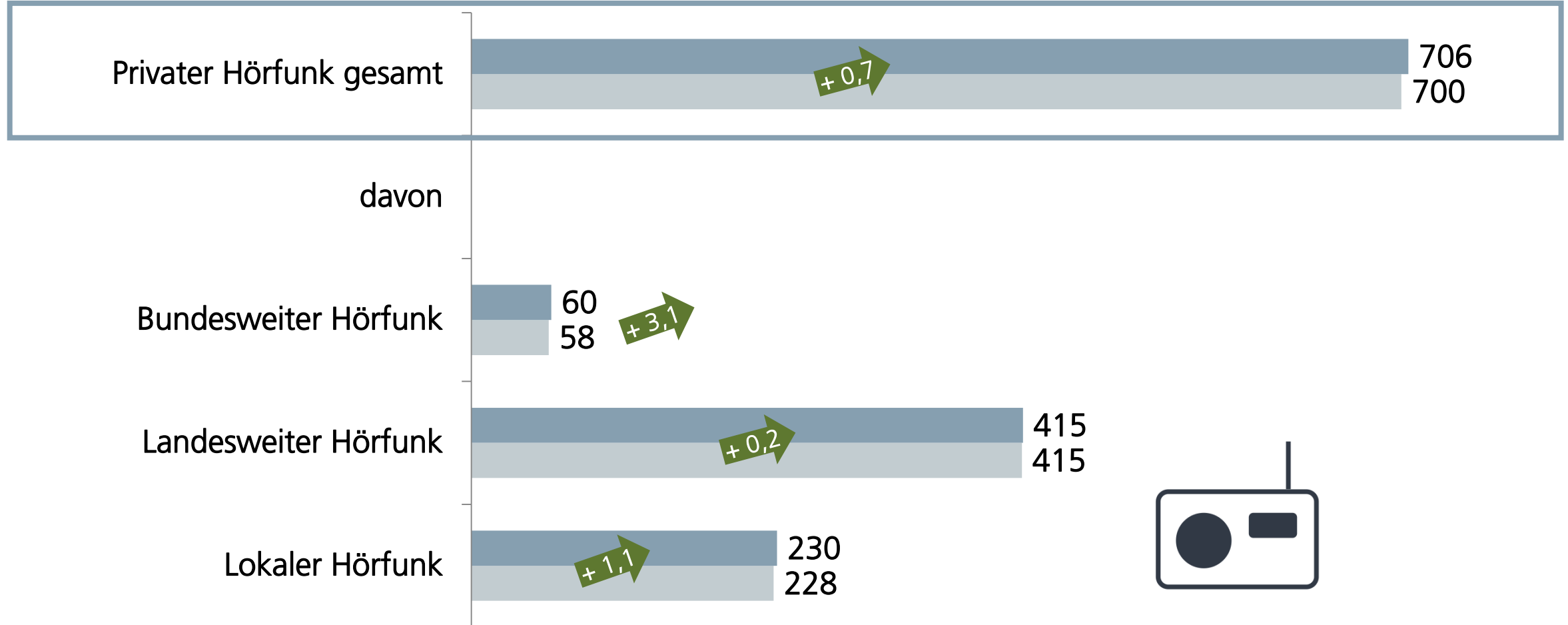


2017 = Prognose der Anbieter

Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Private Hörfunkanbieter erwarten insg. nur geringe Ertragszuwächse von 0,7 Prozent für 2017; bundesweiter Hörfunk mit einem Plus von 3,1 Prozent

Ertragsersparungen der privaten Hörfunk-Anbieter für 2017 in Dtl. in Mio. Euro sowie Umsatzveränderung gegenüber 2016 (Werte in Pfeilen in Prozent)

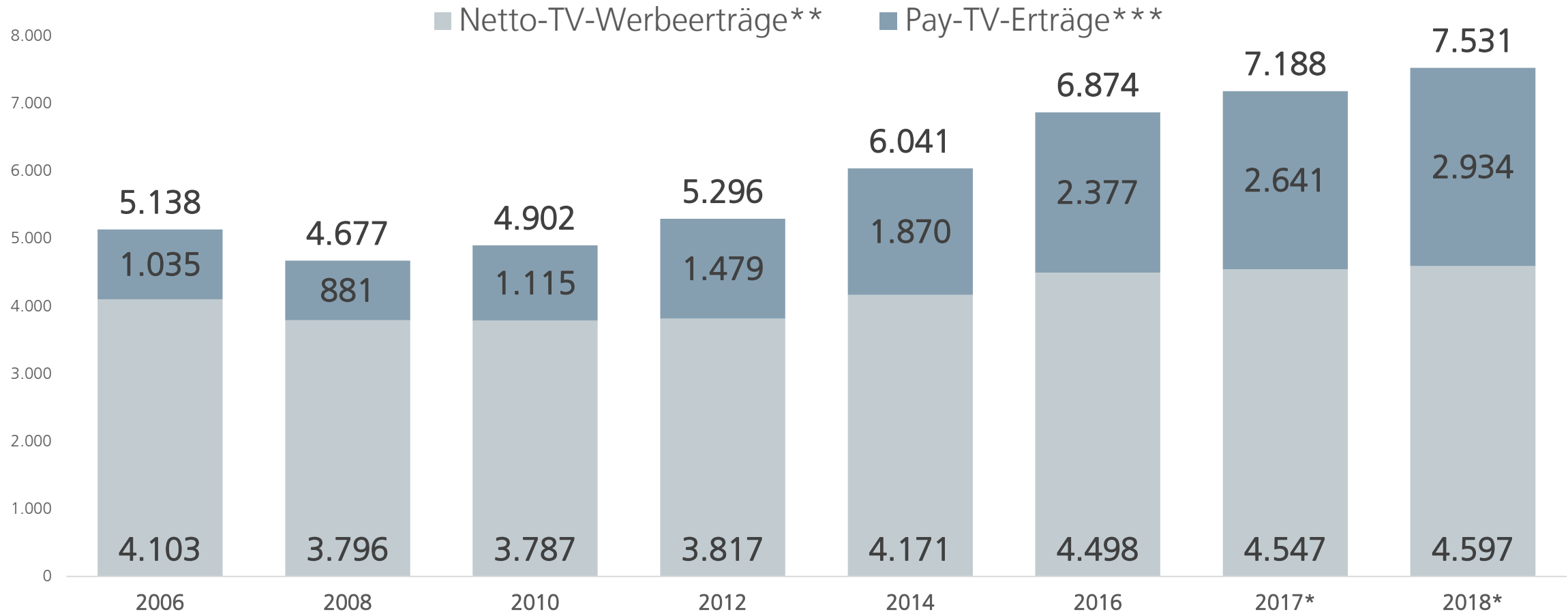


2017 = Prognose der Anbieter

Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Ausblick TV-Werbung und Pay-TV: zwischen 2017 und 2018 werden Pay-TV-Erlöse um elf Prozent, die Netto-TV-Werbeerträge um ein Prozent steigen

TV-Werbeerträge u. Pay-TV-Erträge im bundesweiten privaten Free- u. Pay-TV 2006-2018, in Mio. Euro



* 2017/2018 = Goldmedia-Hochrechnung auf Basis VPRT-Prognose, ** überregionale und regionale Werbespots, *** inkl. Pay-VoD-Erträge der TV-Veranstalter
Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Vielen Dank!



Disclaimer

- Alle Inhalte des Dokuments wurden nach bestem Wissen recherchiert und erstellt. Für Irrtümer und Druck-fehler kann der Herausgeber jedoch keine Verantwortung übernehmen.
- Der Herausgeber übernimmt keinerlei Verantwortung oder Haftung für Handlungen, Aktivitäten oder Unterlassungen, die auf Grundlage der In-halte und Empfehlungen dieser Studie erfolgen.
- Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Marken, Warenbezeichnungen etc. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.
- Alle hier genannten und ggf. durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Kennzeichenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer.