20. Wahlperiode

Drucksache **20/4287**

HESSISCHER LANDTAG

15. 12. 2020

Antwort

Landesregierung

Große Anfrage

Fraktion der SPD vom 15.09.2020

Radiomarkt in Hessen

Drucksache 20/3614

Vorbemerkung Landesregierung:

Der hessische Radiomarkt zeichnet sich durch ein vielfältiges Angebot von öffentlichem und privatem Rundfunk aus. Dabei wird insbesondere auch dem Aspekt der Regionalisierung Rechnung getragen. Aus diesen gewachsenen Strukturen heraus stehen die öffentlich-rechtlichen wie auch die privaten Veranstalter vor zahlreichen Herausforderungen für die Zukunft, deren Entwicklung sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur begrenzt absehen lässt. Auch wenn die Übertragung über UKW gegenwärtig noch das Rückgrat des landesweiten Hörfunks darstellt, nehmen alternative Empfangsarten wie DAB+ oder Streaming nach und nach zu.

Diese Vorbemerkung vorangestellt, beantworte ich die Große Anfrage auf der Grundlage hierzu eingeholter Stellungnahmen des Hessischen Rundfunks (HR) und der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR) im Namen der Landesregierung wie folgt:

I. Verbreitung, Vielfalt und Programme

Frage 1. Welche Radiosender gibt es in Hessen und wie hat sich deren Zahl seit 2010 entwickelt? (Bitte nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern unterteilen)

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk:

Der Hessische Rundfunk weist in seiner Stellungnahme darauf hin, dass er – in den vergangenen zehn Jahren unverändert – die sechs Hörfunkprogramme hr1, hr2-kultur, hr3, hr4, hr-iNFO und YOU FM veranstaltet.

Privater Rundfunk:

Zu unterscheiden ist zwischen terrestrisch empfangbaren Angeboten und solchen, die ausschließlich über das Internet verbreitet werden. Da Letztere bislang weder einer Zulassung bedurften noch anzeigepflichtig waren, liegen darüber keine Daten vor.

Im Bereich des privaten Rundfunks ist ferner zu unterscheiden zwischen solchen Angeboten, die von der LPR Hessen rundfunkrechtlich lizensiert worden sind, und denjenigen Angeboten, die aufgrund gewachsener Kommunikationsräume lediglich in Hessen terrestrisch zu empfangen sind.

Zu den speziell hessischen Angeboten mit Verpflichtung zur einschlägigen Berichterstattung in und für Hessen zählen nach Auskunft der LPR Hessen insgesamt zwei kommerzielle und sieben nicht kommerzielle Radios (NKL) (Hit Radio FFH und RADIO Frankfurt, ehem. Antenne Frankfurt, NKLs: Radio Darmstadt, Rundfunk Meissner, Radio X, Freies Radio Kassel, Radio Unerhört Marburg, Radio Rüsselsheim und Radio Rheinwelle 92,5). Darüber hinaus hat die LPR Hessen insgesamt 20 Zulassungen oder regionale UKW- bzw. DAB+-Zuweisungen für bundesweite Radioveranstalter erteilt. Etwa 80 weitere Programmangebote sind in den unterschiedlichen Landesteilen als einstrahlende Programme terrestrisch empfangbar. Durch die Digitalisierung der terrestrischen Verbreitungsmöglichkeiten (insb. DAB+) ist die Anzahl der unterschiedlichen Angebote sprunghaft gestiegen.

Eingegangen am 15. Dezember 2020 · Ausgegeben am 18. Dezember 2020

Herstellung: Kanzlei des Hessischen Landtags · Postfach 3240 · 65022 Wiesbaden · www.Hessischer-Landtag.de

Frage 2. Gibt es in Hessen Besonderheiten im Ländervergleich bezogen auf die Radiolandschaft?

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk:

Der Hessische Rundfunk hebt in seiner Stellungnahme hervor, dass der hessische Radiomarkt von zwei dominierenden Sendergruppen geprägt ist. Neben den sechs Hörfunkwellen des HR (hr-gesamt) sei dies die FFH-Gruppe (FFH, planet radio, harmony). Dabei liege „hr-gesamt“ mit einer werktäglichen Tagesreichweite von 39,6 % der Hessen ab 14 Jahren deutlich vor der FFH-Gruppe mit 27,1 %. Seit 2010 habe der hr seinen Vorsprung gegenüber der anderen großen Sendergruppe leicht ausbauen können.

Der HR verweist darüber hinaus auf die zu dieser Frage beigefügte Grafik der HR-Medienforschung (**Anlage 1**), die über die Entwicklung der entsprechenden Tagesreichweiten informiert.

Privater Rundfunk:

Die Rechtsgrundlage für den privaten Rundfunk bildet insbesondere § 12 HPRG. Danach ist in Hessen ein landesweites Hörfunkvollprogramm zulässig. Daneben können Frequenzen an Veranstalter bundesweit verbreiteter Programme sowie ein Angebot mit dem Schwerpunkt Wirtschaftsberichterstattung zugewiesen werden. Daneben kann die Veranstaltung nicht kommerziellen Hörfunks mit UKW-Frequenzen ausgestattet werden.

Diese im Kern seit Einführung des HPRG unveränderten Strukturen unterscheiden sich von der Hörfunksituation in anderen Ländern im Wesentlichen dadurch, dass das HPRG den kommerziellen Lokalfunk nicht kennt. Auch die Beschränkung auf ein landesweit verbreitetes Hörfunkprogramm gibt es in anderen Bundesländern nicht.

Frage 3. Von wem wird in Hessen öffentlich-rechtlicher Hörfunk genutzt?
Welche Veränderungen haben sich bei den Nutzerinnen und Nutzern seit 2010 ergeben? (Bitte differenziert nach Alter, Geschlecht, Ausbildung, Beruf, Einkommen, Haushaltsgröße)

Der Hessische Rundfunk führt in seiner Stellungnahme hierzu Folgendes aus:

„Die Radionutzung und auch die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Sender ist in Hessen seit 2010 rückläufig. Da in allen Untergruppen ein Rückgang der Nutzung festzustellen ist, hat sich das Gesamtbild nur wenig geändert: Die öffentlich-rechtlichen Sender werden nach wie vor häufiger in den älteren Altersgruppen gehört. Allerdings hören junge Menschen generell auch weniger Radio als ältere. Zwischen den Geschlechtern gibt es vom Nutzungsniveau her nur geringe Unterschiede. In den Jahren 2010 bis 2018 lag die Nutzung bei Männern leicht höher als bei Frauen, in den letzten beiden Jahren hat sich dieses Verhältnis umgedreht. Bei der Betrachtung des Bildungsabschlusses ist erkennbar, dass Personen mit Hochschulabschluss am häufigsten die öffentlich-rechtlichen Sender nutzen. Dies zeigt sich auch beim Einkommen: Das höchste Nutzungsniveau der öffentlich-rechtlichen Sender ist bei Personen mit höheren Haushaltsnettoeinkommen festzustellen. Rentner*innen und Pensionär*innen nutzen häufiger als Berufstätige die öffentlich-rechtlichen Sender. Auch ist die Nutzung bei Personen aus Zweipersonenhaushalten und Einpersonenhaushalten höher als bei Personen aus Haushalten mit drei oder mehr Personen.“

Frage 4. Von wem wird in Hessen privater und nicht kommerzieller lokaler Rundfunk genutzt?
Welche Veränderungen haben sich bei den Nutzerinnen und Nutzern seit 2010 ergeben? (Bitte differenziert nach regionaler bzw. lokaler Gliederung, Alter, Geschlecht, Ausbildung, Beruf, Einkommen, Haushaltsgröße)

Weder der Staatskanzlei noch der LPR Hessen liegen Studien zur Reichweite und Nutzungsstruktur der in Hessen zugelassenen Radiosender vor. Grundlage für die Beurteilung der Reichweite sind in der Regel die Ergebnisse der Media Analyse Audio der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse. Ein Vergleich der Daten von 2010 zu heute ist nicht möglich. Aus vorangegangenen Untersuchungen liegen Daten aus dem Jahr 2013 vor, die zum Teil mit der Mediananalyse aus dem Jahr 2020 verglichen werden können (vgl. **Anlage 2**).

Soweit es die nicht kommerziellen Lokalradios und die Entwicklung und Akzeptanz der Bürgermedien in Hessen betrifft, hat die LPR Hessen in den Jahren 2013 und 2015 eine Untersuchung zu Reichweite und Akzeptanz der Bürgermedien in Hessen (Funkanalyse Hessen) durchführen lassen (**Anlage 3**).

Frage 5. Wie bewertet sie das in NRW, Niedersachsen, Bremen und Thüringen vorhandene Konzept des Bürgerrundfunks?

Bürgermedien tragen ihrem Ursprung nach einem Partizipationsanliegen Rechnung. Der Wille, den Bürgerinnen und Bürgern eine Plattform zur Teilhabe am kommunikativen Distributionsapparat zu ermöglichen, unterschiedliche gesellschaftliche Kräfte aktiv an der Programmgestaltung im lokalen

Kommunikationsraum zu beteiligen, aktive Medienarbeit zu fördern und eine publizistische Ergänzung zu sein, kann mit verschiedenen Konzepten zufriedenstellend umgesetzt werden.

Die unterschiedlichen Konzepte des Bürgerfunks beruhen auf individuellen medienpolitischen Wertentscheidungen und sind zum Teil auch historisch gewachsen. Jedes Konzept hat unterschiedliche Stärken und Schwächen.

Die Konzepte in Niedersachsen und Thüringen sind am ehesten mit dem hessischen Konzept zu vergleichen. In NRW werden Bürgermedien, die von der dortigen Landesmedienanstalt durch Zuschüsse unterstützt werden, vor allem in Bezug auf die Medienkompetenzförderung beachtet.

Frage 6. Plant sie Konzepte zur stärkeren Bürgerpartizipation, wie den Bürgerrundfunk, in Hessens Radiolandschaft umzusetzen?

Ein hessisches Bürgermedienkonzept existiert seit über 25 Jahren. Im Rahmen dessen bilden die Offenen Kanäle der LPR Hessen im Fernsehen lediglich einen Baustein. Das HPRG eröffnet seit dem Jahr 1994 die Möglichkeit, vereinsgetragene NKL zuzulassen. Die LPR Hessen hat im Verlauf der 1990er-Jahre insgesamt sieben NKL zugelassen, die nach wie vor in Kassel, im Werra-Meißner-Kreis (Eschwege), in Marburg, Frankfurt, Wiesbaden, Rüsselsheim und Darmstadt auf Sendung sind.

Andere Konzepte sind grundsätzlich denkbar, aber gegenwärtig von der LPR Hessen nicht geplant.

Frage 7. An welchen Hochschulen ist ein Campus-Radio auf Sendung und wie stellt sich die Entwicklung dieser Sendeform dar? (Bitte um Angabe der Entwicklung seit 2010, differenziert nach Anzahl der Campus- Radios und deren Nutzerzahlen)

Campus-Radio als Institution mit eigener Sendelizenz gibt es in Hessen nicht. In einzelnen NKLs gibt es unterschiedliche universitäre Gruppen oder Campus-Radio-AGs. Diese haben dort eigene Redaktionen, arbeiten in Redaktionen mit oder senden über das sog. Offene Gruppenradio im NKL, z.B. in Frankfurt und Marburg.

Frage 8. Inwiefern beabsichtigt sie, Campus-Radiosender in Zukunft zu fördern?

Die konkrete und kontinuierliche Förderung einzelner Radioprojekte wie etwa Campus-Radio ist nicht vorgesehen. Die NKLs in Hessen erhalten eine institutionelle und projektbezogene Förderung entsprechend den Richtlinien der LPR Hessen über die Förderung des nicht kommerziellen lokalen Hörfunks in der Fassung vom 15. Dezember 2013 (Förderrichtlinien NKL).

Frage 9. Welche Radiosender sind in welchen Regionen von Hessen zu empfangen?

Abgesehen von den bundesweit empfangbaren Hörfunkprogrammen des Deutschlandradios führt der Hessische Rundfunk zu den hessischen öffentlich-rechtlichen Radiosendern in seiner Stellungnahme hierzu Folgendes aus:

„Vom Hessischen Rundfunk sind die Hörfunk-Programme hr1, hr2-kultur, hr3, hr4, hr-iNFO sowie YOU FM über UKW und Digitalradio (DAB+) empfangbar. Das Programm hr4 ist dabei in die drei Regionen Nord-/Osthessen, Mittelhessen und Rhein-Main/Südhessen unterteilt, welche per UKW regional verteilt werden bzw. über Digitalradio (DAB+) hessenweit empfangbar sind. Über Satellit (DVB-S) und Internet-Streaming/IP sind alle hr-Programme hessenweit mit der entsprechenden technischen Infrastruktur digital empfangbar bzw. nutzbar. Über Breitbandkabel sind alle Programme analog (UKW) und digital (DVB-C) empfangbar. Dies kann zumindest für den großen Netzbetreiber Vodafone in Hessen angegeben werden. Bei kleineren Kabelnetzbetreibern, wie sie z.B. in größeren Wohnanlagen zu finden sind, kann die Verfügbarkeit der Programme im Netzwerk nicht pauschal bestätigt werden.“

Private Radiosender:

Nach Angaben der LPR Hessen ist flächendeckend in ganz Hessen nur das landesweite Hörfunkvollprogramm Hitradio FFH zu empfangen. Alle anderen privaten Radioveranstalter verfügen nur über sogenannte Stützfrequenzen (Kleinleistungssender mit einer Sendeleistung zwischen 100 und 1.000 W ERP). Diese Frequenzen ermöglichen lediglich eine Schwerpunktversorgung am jeweiligen Standort, erreichen jedoch eine gewisse Flächendeckung regelmäßig nicht. Über ganz Hessen verteilt sind dies die Programme

- harmony.fm und planet radio (FFH Gruppe) sowie
- Radio BOB.

Daneben verfügen das Wirtschaftsradio (Radio Frankfurt), ERF Pop, metropol FM und die Rock Antenne über UKW-Frequenzen im Rhein-Main-Gebiet, im Raum Gießen, Kassel und Teilen von Nordhessen.

Über sechs kleine Frequenzen in Kassel, Bad Hersfeld, Marburg, Rotenburg/F., Frankfurt und Fulda kann Radio Teddy – das Kinderradio empfangen werden.

In Hessen werden außerdem vier DAB+-Sendernetze betrieben. Es handelt sich um zwei bundesweite Netze, ein Netz des HR und ein Netz für die privaten Veranstalter, das in die Landesteile Rhein-Main/Südhessen und Nord-/Mittel- und Osthessen regionalisiert ist. Die Programmlisten mit Verbreitungskarten sind als **Anlage 4** beigefügt.

Frage 10. Gibt es Planungen, Redaktionsstandorte bzw. Redaktionen bei den lokalen bzw. regionalen Redaktionsstandorten aufzugeben oder zusammenzulegen?

Frage 11. Falls die Frage 10 mit ja beantwortet wurde: Was sind die Gründe hierfür?

Die Fragen 10 und 11 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

Der Hessische Rundfunk weist in seiner Stellungnahme darauf hin, dass der HR keine entsprechenden konkreten Planungen habe.

Privater Rundfunk

Derzeit sind keine Bestrebungen bekannt, Redaktionsstandorte bzw. Redaktionen bei den lokalen bzw. regionalen Redaktionsstandorten aufzugeben oder zusammenzulegen.

Frage 12. Wie beurteilt sie das Risiko eines Reichweiten- oder Programmverlustes beim HR aufgrund von Sparmaßnahmen mit Hinblick auf die nächsten fünf Jahre?

Anknüpfend an den Koalitionsvertrag der die Regierung tragenden Parteien steht die Landesregierung zum Gebot der Staatsferne sowie zur Bestands- und Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Es ist seine Aufgabe, bereits eingeleitete Strukturreformen fortzuführen. Dabei ist eine Balance zwischen der Qualität und der Höhe der Rundfunkbeiträge zu wahren. Dementsprechend setzt sich die Landesregierung für einen eigenständigen, unabhängigen, starken, zukunfts- und entwicklungsfähigen Hessischen Rundfunk ein, der im Kreise der finanziell unterschiedlich leistungsstarken Landesrundfunkanstalten sein publizistisches Gewicht wahren und mit seinen Angeboten und Klangkörpern einen wichtigen Beitrag zur föderalen Vielfalt der Länder leisten kann.

In seiner Stellungnahme weist der Hessische Rundfunk darauf hin, dass ein entsprechendes Risiko bestehe, da Programmvielfalt und Produktqualität unter Umständen nicht aufrechterhalten werden können.

Frage 13. Rechnet sie mit sonstigen Verlusten bei der Radiovielfalt?

Gegenwärtig gibt es keine Anzeichen dafür, dass sich die klassische Radiolandschaft im Sinne eines spürbaren Verlustes von Anbietern und Angeboten verändern wird. Eher das Gegenteil dürfte der Fall sein. Das Angebot wird sich zunehmend diversifizieren. Entsprechend der veränderten Verbreitungsmöglichkeiten und der Nutzungsinteressen werden Sender auf unterschiedlichen Distributionswegen unterschiedliche Inhalte und Inhaltsschwerpunkte setzen. Daher wird die Vielfalt für die Nutzer eher zunehmen.

Frage 14. Welche Möglichkeiten oder Notwendigkeiten sieht sie, lokale bzw. regionale Berichterstattung und entsprechende Redaktionsstandorte in Hessen zu stärken?

Frage 15. Wie bewertet sie die aktuellen EU- und deutschlandweiten Regelungen zur Förderung des Radioangebotes und welche Initiativen zur Stärkung der Radiovielfalt hält die Landesregierung für sinnvoll?

Die Fragen 14 und 15 werden aufgrund des inhaltlichen Zusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Konkrete staatliche Fördermaßnahmen betreffend die Berichterstattung und die Redaktionsstandorte begegnen vor dem Hintergrund des Grundsatzes der Staatsferne des Rundfunks erheblichen verfassungsrechtlichen Bedenken. Das gilt auch für EU-Förderprogramme, die über staatliche Institutionen abgewickelt werden. Die LPR Hessen hat die Möglichkeit, mit den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln technische Infrastruktur zu fördern.

Eine Möglichkeit, im Rahmen der verfassungsrechtlichen Rahmenbedingungen, die lokale und regionale Berichterstattung zu fördern, wäre ein Aufweichen des Lokalwerbeverbotes im Hörfunk. Dies kann jedoch Einflüsse auf andere Medienbereiche, etwa den Pressesektor, haben.

Frage 16. Wie haben sich die Aktivitäten öffentlich-rechtlicher Radiosender bzw. lokaler/regionaler Redaktionsstandorte im Netz seit 2010 entwickelt? (Bitte nach Jahren getrennt angeben)

Der Hessische Rundfunk weist in seiner Stellungnahme darauf hin, dass sich in der folgenden Darstellung die Entwicklung der letzten zehn Jahre findet. Die Daten aus den Websites seien ab Juni 2010, die der Apps ab März 2013 bis Oktober 2020 erhoben. Dargestellt sei die Summe aus Website und App, Durchschnittsmonat Visits nach Jahren. Außerdem verweist der HR auf die von ihm zu Frage 16 beigefügte **Anlage 5**.

	hr1.de + App	**hr-inforadio.de + App**	**hr2.de + App**	**hr3.de + App**	**you-fm.de +App**	**hr4.de + App**
2010	204.332	50.193	124.606	569.404	301.952	103.504
2011	250.176	60.520	138.869	580.442	377.568	122.424
2012	273.407	60.890	139.668	567.309	365.890	131.933
2013	371.789	209.559	146.229	793.734	755.411	156.889
2014	420.606	305.303	137.985	962.583	732.035	167.848
2015	513.436	422.414	147.634	1.098.194	679.240	195.658
2016	565.205	482.059	146.471	1.168.705	481.814	204.906
2017	545.099	554.235	161.950	1.141.533	397.202	240.427
2018	567.150	569.684	170.139	1.199.247	403.885	320.930
2019	646.935	604.134	218.371	1.275.870	344.865	315.010
2020	890.927	788.291	243.195	1.305.206	371.965	473.890

Frage 17. Welche konkurrierenden Anbieter gibt es auf dem Markt der digitalen Lokalnachrichten?

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk:

Stellungnahme HR:

„Die uns bekannten Player sind die regionalen Zeitungen und deren digitale Präsenzen (bspw. FNP, HNA usw.) und von Verlagen unabhängige Neugründungen bspw. osthessennews.de. Im Übrigen weisen wir darauf hin, dass eine flächendeckende lokale Berichterstattung nach § 30 Abs. 5 des Medienstaatsvertrages für den hr nicht zulässig ist.“

Privater Rundfunk:

Das Angebot diesbezüglich ist diversifiziert, ohne dass die Anbieter durch die LPR Hessen exakt benannt werden konnten. Neben privaten oder vereinsgetragenen Angeboten in diversen Streamingportalen, Youtube, etc., existieren Blogs, soziale Netzwerke, Onlineangebote der Verlage, der Zeitungshäuser und Rundfunkanbieter. Selbstständige Onlinemagazine und PR-Portale lokaler Unternehmen, von Verwaltungen, Verbänden und NGOs runden das Angebot ab.

Frage 18. Ist ihr bekannt, ob Betreiber von Online-Suchmaschinen oder Portalen bzw. andere international engagierte Konzerne lokale/regionale Redaktionen in Deutschland bzw. Hessen betreiben, aufbauen oder zu übernehmen gedenken?

Der Landesregierung liegen hierzu keine Erkenntnisse vor. Nach Auskunft der LPR Hessen sind entsprechende Initiativen bislang nicht an sie herangetragen worden. Dem Hessischen Rundfunk liegen hierzu ebenfalls keine Informationen vor.

Frage 19. Falls die Frage 18 mit ja beantwortet wurde: Um welche Unternehmen handelt es sich hierbei?

Entfällt.

Frage 20. Wie beurteilt sie unter aktuellen Gesichtspunkten die Relevanz von Online-Portalen der Hörfunksender für die lokale Berichterstattung?

Der Hessische Rundfunk hat hierzu wie folgt Stellung genommen:

„Die hr-Hörfunksender haben keine Portale für lokale Berichterstattung. Wir sind aber davon überzeugt, dass regionale Berichterstattung für die Menschen eine große Bedeutung hat – bei zunehmend digitaler Mediennutzung auch online. Als beitragsfinanzierter öffentlich-rechtlicher Rundfunk gehört regionale Berichterstattung zum Kern unseres Auftrags. Als HR sind wir den Menschen in Hessen verpflichtet. Die Nähe zu unseren Nutzer*innen ermöglicht es, ihnen relevante Angebote zu machen.“

Die LPR Hessen führt sinngemäß aus:

Digitale Informationsangebote von Hörfunkprogrammen haben für die Meinungsbildung eine hohe Relevanz. Die Hörfunksender bieten durch ausgebildete Journalistinnen und Journalisten und vorhandene strukturelle Rahmenbedingungen die Gewähr dafür, dass auch im Internet regionale/lokale Berichterstattung nach klaren, nachvollziehbaren, sachlichen und objektivierbaren Kriterien erfolgt. Dies gilt auch für entsprechende Online-Audioangebote. Sie bilden ein Gegengewicht zur steigenden Flut zwar redaktionell gestalteter, aber häufig nicht journalistisch verantworteter Onlineangebote.

Solche Portale können dazu beitragen, überwiegend netzaffine Nutzergruppen zu erschließen, wobei die Algorithmus-gesteuerte Auffindbarkeit gewisse Einschränkungen mit sich bringt.

Frage 21. Besteht aus ihrer Sicht weiterer Bedarf zur Förderung für diese Art des Lokaljournalismus?

Wie unter Fragen 14 und 15 dargestellt, verbietet der Grundsatz der Staatsferne eine dahin gehende Förderung.

Frage 22. Wie beurteilt sie die Zukunftsaussichten der lokalen bzw. regionalen Redaktionsstandorte in Hessen im Wettbewerb mit anderen Medien?

Siehe Antwort zu Frage 14 und 15.

Die Entwicklung in diesem Bereich ist offen und hängt von zahlreichen Faktoren ab. Es lässt sich gegenwärtig nicht abschätzen, wie sich das Verbraucherverhalten – gerade auch vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie – entwickeln wird.

Frage 23. Wie ist die UKW-Versorgung in Hessen zu bewerten?

Frage 24. Sind UKW-Versorgungslücken bekannt, welche mehr als 100 Einwohner umfassen und durch welche der öffentlich-rechtliche Rundfunk seiner Versorgungspflicht nicht gerecht werden kann?

Die Fragen 23 und 24 werden aufgrund ihres Sachzusammenhangs auf der Grundlage der von der LPR Hessen und dem Hessischen Rundfunk hierzu eingeholten Stellungnahmen wie folgt gemeinsam beantwortet.

Hessischer Rundfunk zu den Fragen 23 und 24.

„Mit den Programmen hr1, hr3 und hr4 ist die hessische Bevölkerung über Dachantenne nahezu flächendeckend versorgt. Bei den Programmen hr2-kultur, hr-iNFO und YOU FM bestehen kleinere Versorgungslücken.“

Falls die Frage mit ja beantwortet wurde:

Frage 24. a) Um welche Gemeinden und Landkreise handelt es sich?

„Insbesondere bedingt durch den bestehenden Mangel an leistungsstarken UKW-Frequenzen sind die Programme hr2-kultur (vorwiegend in Mittelhessen), hr-iNFO (in Teilen des Hintertaunus und im Odenwald) sowie YOU FM (ebenfalls im Hintertaunus und in Teilen Nordhessens) nicht immer bzw. nicht immer einwandfrei zu empfangen.“

Frage 24. b) Was ist der Grund für die UKW-Versorgungslücken?

„Durch den Ausbau der UKW-Programmvielfalt, welcher nur durch Nutzung der letzten verbliebenen Frequenzen erfolgen konnte, sind keine freien UKW-Frequenzen mehr vorhanden.“

Frage 24. c) Wie sollen diese Versorgungslücken perspektivisch geschlossen werden?

„Durch den nicht lösbaren Mangel an UKW-Frequenzen ist ein Schließen der Versorgungslücken nicht möglich. Außerdem fordert die KEF ein Abschaltszenario für die UKW-Abstrahlung bis 2028. Daher setzt der hr konsequent auf den weiteren Ausbau von Digitalradio (DAB+).“

LPR Hessen zu Frage 23:

Solche Versorgungslücken sind nicht bekannt.

Frage 25. Wurden seit 2010 Sendemasten verpachtet, verkauft oder abgeschaltet?

Hessischer Rundfunk:

„Ja, bezogen auf UKW hat der hr wenige Sender mit kleiner Sendeleistung abgeschaltet.“

Falls die Frage mit ja beantwortet wurde:

Frage 25. a) Was sind die Gründe hierfür?

„Aus Kostengründen wurden ausschließlich punktuelle Doppelversorgungen eliminiert. Die UKW-Versorgung war in jedem Fall über andere Sender sichergestellt."

Frage 25. b) In welchem Gebiet wurden Sendemasten verpachtet, verkauft oder abgeschaltet?

„Die einzelnen Sender fanden sich verteilt über Hessen."

LPR Hessen:

Außer der Funkturm AG, einer Telekom-Tochter, und den ARD-Anstalten hält in Deutschland niemand Standortsendeeinrichtungen vor, die überwiegend oder in erster Linie der Rundfunkversorgung dienen. Es werden zwar vereinzelt auch Mobilfunkstandorte genutzt. Diese dienen allerdings nur einer sogenannten Restlückenversorgung.

Davon zu unterscheiden ist der sogenannte Sendernetzbetrieb, zu dem regelmäßig auch die Antennen auf diesen Standorten gehören. Diese Antenneninfrastruktur stand überwiegend im Eigentum der Media Broadcast, die mit der Aufgabe ihres UKW-Sendernetzbetriebes, ihre Antennen veräußert hat. Die damalige Veräußerung, die nur bedingt erfolgreich war, führte durch die Telekommunikationsregulierung zu einer neuen Berechnungsmethode mit zum Teil erheblichen Preissteigerungen, die die Erwerber der Antennen an die neuen Sendernetzbetreiber und die ARD-Rundfunkanstalten weitergaben.

Aus diesem Grund hat beispielsweise die LPR Hessen Verträge über die Nutzung der Standorte für nicht kommerzielles Radio in Sontra und Hessisch Lichtenau (Rundfunk Meissner) aus wirtschaftlichen Erwägungen kündigen müssen.

Nach Kenntnis der LPR Hessen hat auch die FFH-Gruppe auf wenige Einzelfrequenzen verzichtet, ihre Programme wurden folglich nicht mehr über die dafür vorgesehenen Standorte abgestrahlt.

Im Übrigen führte die neue Preisstruktur auch dazu, dass eine ganze Reihe von Frequenzen, die vom Deutschland Radio im Zuge des sogenannten AFN-Verfahrens der LPR Hessen zugeordnet wurden, aus wirtschaftlichen Gründen nicht wieder in Betrieb genommen wurde.

Frage 26. Existieren im digitalen Radioempfang in Hessen noch Lücken und falls ja, ab wann rechnet sie mit einem flächendeckenden digitalen Radioempfang in Hessen?

Hessischer Rundfunk:

„Ja, beim digitalen Radioempfang (DAB+) der hr-Programme sind in Hessen noch kleinere Lücken vorhanden.

Mehr als 97 % der hessischen Bevölkerung ist mobil versorgt. Der Ausbau wird derzeit vom hr stetig weitergeführt. Damit sollen dann möglichst ab dem Jahr 2025 mehr als 99 % der Bevölkerung zumindest mobil und mehr als 90 % Indoor (innerhalb der Wohnung) versorgt sein, dieser Versorgungsgrad wird spätestens zu dem Zeitpunkt der von der KEF geforderten UKW-Abschaltung erreicht."

LPR Hessen:

Die bestehende Versorgungssituation ist der **Anlage 6** zu entnehmen. Alle DAB+-Netze befinden sich noch im Aufbau und haben dementsprechend Versorgungslücken.

Die beiden hessischen Multiplexe wurden in den vergangenen Jahren aufgebaut und ausgeweitet. Der weitere Ausbau soll durch Optimierung bestehender Standorte und Inbetriebnahme weiterer Standorte vorangetrieben werden. Der Rahmen dafür wird durch die wirtschaftlichen Möglichkeiten der privaten Veranstalter bzw. der Hessen Digital Radio GmbH als zuständiger Sendenetzbetreiber möglich.

Gegenwärtig ist der Ausbaustand des privaten Mux schlechter als das DAB+-Versorgungsgebiet der Hessischen Rundfunks.

Mit einer flächendeckenden Versorgung ist in drei bis fünf Jahren zu rechnen.

Frage 27. Wie bewertet sie das Potenzial der Mobilfunktechnologie 5G für den Hörfunk?

Die Verbreitung von Hörfunk über 5G ist, genauso wie bei älteren Mobilfunkgenerationen, technisch möglich. Für den klassischen Hörfunk bedarf es des 5G-Standards nicht, eine Übertragung darüber ist jedoch möglich. Die geringen Datenraten, die der Hörfunk benötigt, können leicht mit allen zurzeit in Betrieb befindlichen Mobilfunknetzen zur Verfügung gestellt werden. 5G-Rundfunk soll in erster Linie die Videoübertragung auf Handy und Tabletts sicherstellen, weil in Echtzeit eine höhere Datenrate übertragen werden kann.

Die ARD sieht für die ausschließliche Verbreitung von Hörfunk über 5G auf absehbare Zeit kein Geschäftsmodell und hat sich mit DAB+ als Verbreitungsweg für eine sichere und kostengünstige Versorgung seiner Hörerinnen und Hörer entschieden.

Frage 28. Wie könnte sich eine ausschließlich digitale Verbreitung auf die lokalen bzw. regionalen Redaktionsstandorte auswirken?

Die technische Möglichkeit zu regionalisieren, wird durch die digitale terrestrische Verbreitung verändert. Die digitalen Sendernetze sind als sog. Gleichwellennetze konzipiert. Das bedeutet, alle Programme und sonstigen Audioangebote arbeiten auf der gleichen Frequenz und ein herkömmliches Auseinanderschalten, wie es von UKW bekannt ist, kann technisch nicht abgebildet werden. Das Regionalisieren ist nur möglich, wenn einzelne Programme und Angebote parallel gesendet werden.

Eine digitale Verbreitung ermöglicht allerdings die Verbreitung einer größeren Zahl von Programmen über eine Frequenz. Gleichwohl sind der Regionalisierung bei der digitalen terrestrischen Verbreitung insbesondere wirtschaftliche Grenzen gesetzt. Es laufen jedoch aktuell erste Tests in anderen Bundesländern und zeitnah auch in Hessen zur Regionalisierung auf den hessischen Multiplexen.

Die Auswirkungen auf Redaktionsstandorte sind gegenwärtig nicht absehbar.

Im Netz kann Audio allerdings sowohl personalisiert als auch digitalisiert angeboten werden.

II. Ausbildung und Beschäftigung

Frage 29. Wie ist es aktuell um die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses in Hessen bestellt? (Bitte differenzieren nach der Ausbildungssituation in verschiedenen Ausbildungsstätten und nach Geschlecht)

Hessischer Rundfunk:

„Aktuell bilden wir 12 journalistische Volontär*innen aus. 8 Frauen und 4 Männer. Während der Ausbildung von 24 Monaten haben die Volontierenden sieben Theorie-Monate und durchlaufen eine Vielzahl von verschiedenen Redaktionen aus den Bereichen Hörfunk, Fernsehen, Online und Social Media."

Für die privaten Veranstalter liegen dazu keine Angaben vor. Die LPR Hessen konnte dazu keine Informationen beitragen.

Frage 30. Mit welchem Ausbildungsstand bzw. welcher Qualifikation treten die Volontärinnen und Volontäre ihre Ausbildung in den verschiedenen Ausbildungsstätten an? (Bitte differenziert nach Geschlecht sowie Alter beantworten)

Hessischer Rundfunk:

„Die aktuellen Volontierenden haben einen Bachelor- oder einen Master-Abschluss. Zu Beginn ihrer Ausbildung waren sie zwischen 24 und 30 Jahre alt."

Für die privaten Veranstalter liegen dazu keine Angaben vor. Die LPR Hessen konnte dazu keine Informationen beitragen.

Frage 31. Wie viele der Volontärinnen und Volontäre werden mit welchem Abschluss in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen? (Bitte differenzieren nach öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern)

Hessischer Rundfunk:

„Allen Volontierenden wird eine Festanstellung in einem Zeitvertrag von 18 Monaten angeboten. Wer dieses Angebot nicht annehmen möchte kann als freie*r Mitarbeiter*in weiterarbeiten."

Für die privaten Veranstalter liegen dazu keine Angaben vor. Die LPR Hessen verfügt nicht über Angaben.

Frage 32. Welche Bedeutung hat die Sendeform des Campus-Radios bei der Gewinnung journalistischen Nachwuchses in Hessen?

Da es kein institutionalisiertes Campus-Radio in Hessen gibt, ist die Bedeutung der zum Teil universitär geprägten Redaktionen zur Gewinnung journalistischen Nachwuchses marginal.

Frage 33. Welche Rolle spielen die lokalen bzw. regionalen Redaktionsstandorte in Hessen bei der Personalentwicklung in den öffentlich-rechtlichen und privaten Medien?

Hessischer Rundfunk:

„Während der Ausbildung haben die Volontierenden die Möglichkeit, ihre Praxisstation in allen hr- Studios zu absolvieren."

Für die privaten Veranstalter liegen dazu keine Angaben vor. Die LPR Hessen verfügt nicht über Angaben.

Frage 34. Wie haben sich die Beschäftigtenzahlen der öffentlich-rechtlichen bzw. privaten Radiosender in Hessen seit 2010 entwickelt? (Bitte differenziert nach Jahren, Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie nach Geschlecht für alle Sender getrennt auflisten)

Privater Rundfunk

Die Fragen 34, 35 und 36 werden für die privaten Rundfunkveranstalter zusammen beantwortet, da sie denselben Lebenssachverhalt betreffen.

Für die privaten Veranstalter wird regelmäßig von mehreren Landesmedienanstalten, so auch der LPR Hessen, die Studie „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland" herausgegeben. Den Erhebungen zu den hessischen Anbietern sind detaillierte Informationen zur wirtschaftlichen Situation unter Berücksichtigung aller datenschutzrechtlichen Regelungen zu entnehmen. In der zuletzt herausgegebenen Studie 2018/2019 wurden Daten der bundesweiten Radioprogramme ERF plus, ERF Pop, Hope Channel Radio und Radio BOB sowie der landesweiten Angebote Hit Radio FFH, planet Radio und harmony.fm und des regional sendenden Angebotes Radio Frankfurt erhoben. Diese Studie ist als **Anlage 7** beigefügt.

Daraus ergibt sich, dass die Beschäftigtensituation im privaten Hörfunk in den vergangenen Jahren stabil war und im Jahr 2018 bei 477 Mitarbeitern lag. Davon waren 383 festangestellte und 94 freie Mitarbeiter.

Weitere Informationen liegen nicht vor.

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk:

Der Hessische Rundfunk hat hierzu wie folgt Stellung genommen.

„Die Anzahl der festangestellten Beschäftigten in den Radiowellen des hr ist von 198 (2010) auf 161 (2019) zurückgegangen. Der Anteil der weiblichen Beschäftigten ist 2019 doppelt so hoch wie der der männlichen. Die Differenzierung nach den Berufsgruppen (Leitung, Redaktion, Sachbearbeitung/Assistenz) ist differenziert für die einzelnen Wellen aus der **Anlage 8** zu entnehmen.

Bezogen auf die Frage der feien Mitarbeiter*innen beziehen wir uns auf solche, die unter den Geltungsbereich eines der tarifvertraglichen Schutzverträge zum hr stehen. Bei ihnen wird davon ausgegangen, dass die Einnahmen für Erwerbstätigkeit hauptsächlich im hr erwirtschaftet werden. Diese Grundlage ist angelehnt an die Definition gemäß § 12 a „Arbeitnehmerähnliche Personen" des Tarifvertragsgesetzes. Dort wird geregelt, dass es sich um freie Mitarbeiter*innen handelt, die wirtschaftlich abhängig und sozial schutzbedürftig sind.

Die Gesamtzahl freier Mitarbeiter*innen in oben genannten Schutzverträgen seit 2010.

Die Zahlen sind eine Momentaufnahme zu einem bestimmten Stichtag, sie verändern sich im Laufe des Jahres, da freie Mitarbeiter*innen ggf. von einem Tarifvertrag in einen anderen wechseln könnten oder nicht mehr tätig sind oder neu hinzukommen.

2010 = 861 freie Mitarbeiter*innen
2011 = 891 freie Mitarbeiter*innen
2012 = 880 freie Mitarbeiter*innen
2013 = 895 freie Mitarbeiter*innen
2014 = 871 freie Mitarbeiter*innen
2015 = 922 freie Mitarbeiter*innen
2016 = 909 freie Mitarbeiter*innen

2017 = 906 freie Mitarbeiter*innen
2018 = 832 freie Mitarbeiter*innen (hiervon ca. 30 % im Hörfunk)
2019 = 944 freie Mitarbeiter*innen (hiervon ca. 30 % im Hörfunk)
2020 = 918 freie Mitarbeiter*innen (hiervon ca. 31 % im Hörfunk)

Seit 2020 wird eine Auswertung nach männlich/weiblich durchgeführt. Diese ergab, dass in 2020 ca. 50 % aller Berechtigten Frauen und Männer sind."

Siehe außerdem **Anlage 7** zu Frage 34.

Frage 35. Wie haben sich die Beschäftigtenzahlen der lokalen bzw. regionalen Redaktionsstandorte in Hessen seit 2010 entwickelt? (Bitte differenziert nach Jahren, Berufsgruppen, hauptamtlichen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie nach Geschlecht für alle Sender getrennt auflisten).

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk:

Der HR verweist hierzu auf die Stellungnahme zu Frage 34.

Frage 36. Wie gestaltet sich die gängige Praxis bei der Vergütung von freien Journalistinnen und Journalisten im Rahmen von Mehrfachnutzungen?

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk:

Der HR hat hierzu ausgeführt:

„Im Falle der Mehrfachverwendung eines Beitrages bzw. einer Reportage wird gemäß Tarifkatalog eine zusätzliche Honorierung in Höhe von 25 % des zugrundeliegenden Honorars, mindestens jedoch 42,- € gewährt."

Frage 37. Wie bewertet die Landesregierung die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen öffentlich- rechtlicher bzw. privater Radiosender in Hessen über die nächsten fünf Jahre?

Frage 38. Wie bewertet die Landesregierung die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen lokaler bzw. regionaler Redaktionsstandorte in Hessen über die nächsten fünf Jahre?

Die Fragen 37 und 38 werden aufgrund ihres Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet. Die Landesregierung begrüßt im Interesse der der regionalen Vielfalt verpflichteten Berichterstattung regionale Redaktionsstandorte. Im Übrigen wird auf die Stellungnahme zu Frage 34 verweisen.

Der HR hat zu der Entwicklung der Beschäftigtenzahlen wie folgt Stellung genommen:

„Der hr plant im Rahmen der mittelfristigen Finanzplanung bis 2024 einen weiteren Abbau von 1 % der Planstellen jährlich (entspricht rechnerisch 16 Planstellen). Ob und inwieweit dieser Abbau die Radiowellen betreffen wird, ist noch nicht entschieden. Sollte die von der KEF empfohlene Beitragsanpassung nicht erfolgen, wird der Abbau von Planstellen voraussichtlich höher ausfallen."

III. Radionutzung in Hessen

Frage 39. Wie hat sich das Nutzerverhalten der Hörerinnen und Hörer öffentlich-rechtlicher Radiowellen seit 2010 im Tagesverlauf verändert? (Bitte differenziert nach Alter, Geschlecht, Ausbildung, Beruf, Einkommen, Haushaltsgröße)

Der Hessische Rundfunk hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Sender im Tagesverlauf hat sich zwischen 2010 und 2020 nicht grundlegend geändert. Nach wie vor findet die Hauptnutzung am Morgen statt. Im Laufe des Vormittags nimmt die Nutzung kontinuierlich leicht ab. Kleine erneute Peaks mit konstanten Nutzungszahlen gibt es zur Mittagszeit und zur „Drivetime" am Nachmittag. Zwischen 18.00 Uhr und 20.00 Uhr nimmt die Nutzung sehr stark ab."

Frage 40. Wie hat sich das Nutzerverhalten der Hörerinnen und Hörer privater Radiowellen seit 2010 im Tagesverlauf verändert? (Bitte differenziert nach Alter, Geschlecht, Ausbildung, Beruf, Einkommen, Haushaltsgröße)

Der Hessische Rundfunk hat wie folgt Stellung genommen:

„Die Nutzung der privaten Sender im Tagesverlauf hat sich zwischen 2010 und 2020 ebenfalls nicht grundlegend geändert. Die privaten Sender haben, wie die öffentlich-rechtlichen Sender, die meisten Hörer*innen am Morgen ab 7.00 Uhr. Der Peak ist nicht so herausragend wie bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, dafür sinkt das Nutzungsniveau im weiteren Tagesverlauf nur gering. Erst ab 17.00 Uhr nimmt die Nutzung sehr stark ab."

Privater Rundfunk:

Die LPR Hessen weist darauf hin, dass sich Informationen dazu dem Digitalisierungsbericht Audio 2020 entnehmen lassen, der als **Anlage 9** beigefügt ist.

Frage 41. Wie haben sich die Anteile der Hörer der einzelnen HR-Programme (hr1, hr2-Kultur, hr3, hr4, hr-info, You FM) in den Jahren 2010 bis 2020 entwickelt? (Bitte nach Jahren getrennt angeben)

Der Hessische Rundfunk hat hierzu wie folgt Stellung genommen:

„Die Reichweite der hr Programme ist in den letzten zehn Jahren rückläufig. Deutliche Verluste musste zuerst hr4 hinnehmen und zuletzt hr3. hr-iNFO ist die einzige hr-Welle, die in den letzten Jahren kontinuierliche Zuwächse hatte.

Tabelle: Tagesreichweite, Montag bis Sonntag, Hessen, Dspr. Bev. 14+

	MA 2010/2	MA 2011/2	MA 2012/2	MA 2013/2	MA 2014/2	MA 2015/2	MA 2016/2	MA 2017/2	MA 2018 Audio II	MA 2019 Audio II	MA 2020 Audio II
YOUFM	4,7	4,0	4,5	4,3	5,7	5,6	4,4	4,2	4,9	4,6	3,5
hr3	18,5	18,9	17,8	18,1	19,4	16,3	16,1	18,5	16,9	16,1	14,3
hr1	9,3	11,1	10,4	9,8	9,9	9,6	8,1	11,1	10,3	10,9	10,1
hr4	17,2	15,8	14,7	13,7	12,0	11,4	11,3	10,7	11,1	9,3	10,0
hr-info	2,8	2,2	4,0	3,1	4,2	3,2	4,7	5,8	6,2	4,8	6,4
hr2-kultur	2,0	1,6	1,4	1,7	1,6	1,7	2,0	2,3	1,8	1,4	1,5
hr gesamt	45,4	45,1	43,9	42,7	44,1	40,3	39,0	42,7	42,8	38,4	37,8

“

Frage 42: Wie hat sich die Verteilung von Analog-, Digital- und Internetradio in Hessen seit 2010 entwickelt? (Bitte nach Jahren getrennt angeben)

Hessischer Rundfunk:

„Zur genauen Verteilung von Analog-, Digital- und Internetradio liegen keine Langzeitdaten vor. In der aktuellen Media Analyse 2020 Audio II wird eine Tagesreichweite in Hessen von 69,0 % für alle Ausspielwege ausgewiesen. Für den Ausspielweg DAB+ wird eine Tagesreichweite von 7,3 % in Hessen ausgewiesen, für die Nutzung von linearen Radioprogrammen via Livestream wird eine Tagesreichweite von 6,1 % in Hessen ausgewiesen.“

Frage 43. Wie hat sich der Marktanteil der Radiosender der privaten Rundfunkstationen in Hessen in den Jahren 2010 bis 2020 entwickelt?

Hessischer Rundfunk:

„Der Marktanteil, in dessen Berechnung nicht die sinkende Radionutzung abgebildet wird, ist für Hit Radio FFH und Planet Radio rückläufig -vor allem in den letzten beiden Jahren. Der Marktanteil von harmony.fm ist zuletzt ebenfalls rückläufig gewesen. Radio BOB! konnte in den letzten Jahren als einziger privater Sender den Marktanteil ausbauen.

Tabelle: Tagesreichweite, Montag bis Sonntag, Hessen, Dspr. Bev. 14+

	MA 2010/2	MA 2011/2	MA 2012/2	MA 2013/2	MA 2014/2	MA 2015/2	MA 2016/2	MA 2017/2	MA 2018 Audio II	MA 2019 Audio II	MA 2020 Audio II
YOUFM	2,7	2,3	2,2	2,1	2,7	2,2	2,4	1,8	2,7	2,0	1,8
hr3	16,8	14,9	13,8	14,8	13,8	12,7	15,6	15,3	14,2	15,8	13,3
hr1	8,1	9,2	10,1	8,9	8,3	9,6	7,2	9,8	9,0	10,2	10,0
hr4	22,2	17,9	17,6	15,2	13,7	13,7	14,7	12,9	14,1	12,1	13,8
hr-info	1,1	0,8	1,7	1,8	2,5	1,5	2,0	2,4	3,4	2,3	3,0
hr2-kultur	1,1	1,0	0,9	1,0	1,0	1,4	1,5	1,7	1,3	1,1	1,0
hr gesamt	49,7	46,0	46,4	43,8	42,1	41,1	43,4	43,9	44,6	43,5	42,9
Hit Radio FFH	24,9	24,3	23,5	24,1	26,3	26,1	25,0	24,0	22,5	21,3	20,7
planet radio	5,4	5,3	5,1	3,2	4,0	5,0	3,2	4,7	4,5	2,6	3,2
harmony.fm	2,7	1,2	1,4	1,4	2,0	1,9	1,5	1,8	1,8	1,5	1,4
Radio BOB!	1,6	2,5	2,5	3,0	3,4	2,7	4,0	3,8	6,4	5,5	8,5

“

Privater Rundfunk:

Die LPR Hessen weist darauf hin, dass sich Informationen dazu der bei Frage 4 beigefügten Medienanalyse Audio entnehmen lassen, der als **Anlage 2** beigefügt ist.

Frage 44. Welche Onlineangebote der Radiosender werden in welchem Umfang in Hessen genutzt?

Hessischer Rundfunk:

„Der Hessische Rundfunk bietet zu seinen sechs Radiowellen jeweils eine programm-begleitende Webseite und eine App an. Im Jahr 2020 wurden dafür bisher durchschnittlich pro Tag 67.000 Visits auf Webseiten und 66.000 Visits für die Apps gemessen."

Für die privaten Sender liegen keine Daten vor. Die LPR Hessen konnte keine Informationen beibringen.

Frage 45. Wie bewertet sie die marktanteilige Entwicklung der Programme des HR in den nächsten fünf Jahren?

Frage 46. Wie bewertet sie die anteilige Entwicklung von Analog-, Digital- und Internetradio in Hessen in den nächsten fünf Jahren?

Hessischer Rundfunk:

„Die Radionutzung insgesamt könnte in den kommenden fünf Jahren weiter leicht sinken. Digital- und Internetradio werden vermutlich ihre Anteile ausbauen, während das analoge Radio verliert. Dennoch bleibt der analoge Übertragungsweg vorerst die vorherrschende Empfangsart."

Privater Rundfunk.

Unter Bezugnahme auf die Antwort unter der Frage Nr. 26 und der dazu beigefügten **Anlage 6** ist nach Angaben der LPR Hessen davon auszugehen, dass DAB+ und Streaming weiter an Bedeutung gewinnen werden. In welchem Umfang und Zeithorizont sich die Entwicklung vollziehen wird, ist derzeit nicht konkret absehbar. Dies ist abhängig von zahlreichen Einflussfaktoren wie etwa dem Breitbandausbau auch in ländlichen Regionen, dem Ausbau des DAB+-Netzes und der Verbreitung von DAB+-Empfangsgeräten.

IV. Werbung und Einnahmen

Frage 47. Wie ist die wirtschaftliche Lage des HR?

Der Hessische Rundfunk verweist in seiner Stellungnahme zunächst auf seinen Jahresbericht, der unter folgendem Link abrufbar ist und der auszugsweise im Folgenden zitiert wird:

https://www.hr.de/unternehmen/zahlen-und-fakten/jahresberichte-des-hessischen-rundfunks,jahresbericht-100.html

Auszug aus den Seiten 141-142

„1.6 Prognose 2021 bis 2024

Die aktuelle mittelfristige Finanzvorschau (MifriFi) des hr erstreckt sich auf den Planungszeitraum 2021 bis 2024. Die Eigenkapitalausstattung bleibt mit der aktuell vorgelegten MifriFi durch die unterstellte fallende Absenkung des Rechnungszinses für die Altersversorgungsrückstellungen kritisch. Die Aufwendungen für Altersversorgung sind wesentlich beeinflusst durch den großen Hebel des Rechnungszinssatzes für die Bewertung der Altersversorgungsrückstellungen. In der vorliegenden Planung beläuft sich auf der Basis eines fortbestehenden monatlichen Rundfunkbeitrags von 17,50 € der Bestand an liquiden Mitteln Ende 2022 auf ca. 50 Mio. € und Ende 2024 auf -15 Mio. €. Die Schere zwischen Ertrags-, Aufwands- und Liquiditätsrechnung ist im Wesentlichen in der Abweichung zwischen dem bilanziellen Ausweis der Pensionsrückstellungen nach BilMoG und der Dotierung des Deckungsstockvermögens begründet, die ab 2017 die sukzessive Schließung der durch den einmaligen Umstellungsaufwand auf das BilMoG verursachten Deckungslücke vorsieht (bei unverändertem Zinssatz von 5,25 %). Die Ministerpräsident*innen haben in ihrer Sitzung am 12. März 2020 einer Anhebung des monatlichen Rundfunkbeitrags auf 18,36 €, bei einer Enthaltung, zugestimmt. Sollte dieser Vorschlag auch von allen 16 Landesparlamenten bestätigt werden, so würde die Anhebung dazu führen, dass auf Basis der aktuell gültigen Mifrifi auch Ende 2024 ein Liquiditätsbestand von ca. 50 Mio. € ausgewiesen wird. Aufgrund der nach der Mittelfristplanung eingetretenen Pandemie und dessen unbekannte Zeitdauer ist der Einfluss auf die Mittelfristplanung derzeit nicht quantifizierbar. Größtes Risiko stellen hierbei die ausbleibenden Erträge aus Rundfunkbeiträgen dar. Sofern die konjunkturellen Auswirkungen zu einer nachhaltig steigenden Inanspruchnahme von Sozialleistungen wie z.B. Arbeitslosengeld II führen, steigt damit auch die Zahl der Haushalte, die sich von der Rundfunkbeitragspflicht befreien lassen können. Dies ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht prognostizierbar.

Weiterhin ist davon auszugehen, dass die sonstigen Einnahmen wie z.B. Werbung, die per 31. Dezember 2019 einen Anteil am Ertrag von 16,8 % hatten, ebenso betroffen sein werden. Die Geschäftsführung unserer Werbetochter geht von einer negativen Geschäftsentwicklung und somit

von einem gravierenden Rückgang des Werbeumsatzes für das Geschäftsjahr 2020 aus. Die Fußball-Europameisterschaft 2020 und die Olympischen Sommerspiele 2020 finden im Jahr 2021 statt, so dass für den Werbebereich wichtige Umsatzträger nicht zum Tragen kommen. Im weiteren Prognosezeitraum wird die Umsatzentwicklung auch von der Finanzkraft der werbenden Unternehmen beeinflusst, wobei zum jetzigen Zeitpunkt keine belastbaren Prognosen getätigt werden können."

Frage 48. Wie ist die wirtschaftliche Lage der Privatfunkunternehmen in Hessen?

Die wirtschaftliche Lage stellt sich laut von der LPR Hessen zitierter Studie für die hessischen Privatradios im Jahr 2018 zufriedenstellend dar. Da Ertrag und Umfang in gleichem Maße gefallen sind, konnte der Kostendeckungsgrad stabil gehalten werden und lag im Jahr 2018 bei 118 %. Somit wirtschaften die Privatradios weiter kostendeckend. Nähere Informationen ergeben sich aus der als **Anlage 7** beigefügten Studie.

Frage 49. Wie haben sich seit 2010 die relevanten Marktdaten (Reichweiten, Werbeerlöse, Lohnsummen, Umsatzrenditen usw.) für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk in Hessen entwickelt?

Der Hessische Rundfunk hat in seiner Stellungnahme folgende Marktdaten übermittelt:

„Nettowerbeerlöse HF --Nettowerbeerlöse FS------Finanzierungsbeitrag hrw gesamt
(inkl Programmkosten/VSt, vor E-St.) (in Mio.€)
2010: ---18,3----------11,3----------24,9
2011: ---20,0----------11,3----------21,5
2012: ---20,1----------11,3----------26,7
2013: ---20,3----------11,1----------23,8
2014: ---20,8----------12,5----------23,5
2015: ---20,1----------12,2----------22,8
2016: ---19,0----------13,0----------24,7
2017: ---20,4----------13,4----------25,0
2018: ---20,3----------13,8----------25,9
2019: ---19,6----------12,4----------22,5"

Zur Reichweitenentwicklung Hörfunk, s. Antwort auf Frage 41.

Frage 50. Wie haben sich seit 2010 die relevanten Marktdaten (Reichweiten, Werbeerlöse, Lohnsummen) für den privaten Rundfunk entwickelt?

Die LPR Hessen weist darauf hin, dass sich die konkreten Daten aus der als **Anlage 7** beigefügten Studie ergeben. Weitere Informationen liegen nicht vor.

Frage 51. Wie verteilen sich die Werbeeinnahmen der Privatfunkunternehmen auf lokale, regionale und bundesweite Werbepartner? Bitte ggf. auch für die einzelnen Redaktionsstandorte aufschlüsseln.

Für das Jahr 2018 liegen Daten der LPR Hessen vor. Daraus ergibt sich, dass 47,3 % der Einnahmen aus nationaler und 48,4 % aus hessischer Werbung stammen. Dazu kamen 4,3 % aus Online-Werbeumsätzen.

Frage 52. Wie gestaltet sich das Verhältnis von redaktionellen Anteilen, Musik und Werbung bei den öffentlich-rechtlichen Radiosendern in Hessen sowie bei Privatfunkunternehmen?

Hessischer Rundfunk:

„Das Verhältnis ist je nach Programmangebot unterschiedlich. Im Folgenden die prozentualen Anteile (Quelle: ARD Jahrbuch 2019, auf 0,5% gerundet):

hr1: 35 % (Wort), 62,5 % (Musik), 2,5 % (Werbung)

hr2: 35 % (Wort), 65 % (Musik)

hr3: 32,5 % (Wort), 65 % (Musik), 2,5 % (Werbung)

hr4: 25,5 % (Wort), 74 % (Musik), 0,5 % (Werbung)

YouFM: 22,5 % (Wort), 76 % (Musik), 1,5 % (Werbung)

hr iNFO: 99,5 % (Wort), 0,5 % (Werbung)"

Private Rundfunkveranstalter:

Im Rahmen der kontinuierlichen Programmaufsicht führt die LPR Hessen regelmäßig Analysen der in Hessen zugelassenen kommerziellen und nicht kommerziellen Hörfunkprogramme durch. Der Anteil an Musik in den hessischen kommerziellen Privatradios beträgt im Durchschnitt 68 %. Der Anteil an Wortbeiträgen beträgt 26 %, der der Werbung 6 %. Bei den nicht kommerziellen Lokalradios beträgt der Anteil an Musik im Durchschnitt 61 %. Der Anteil an Wortbeiträgen beträgt 39 %. Werbung findet in diesen Programmen nicht statt.

Frage 53. Wie hat sich die Einnahmensituation im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk in Hessen seit 2010 entwickelt? (Bitte nach Jahren getrennt angeben)

Hessischer Rundfunk:

Auszug aus hr Langzeitauswertung (mit Verzicht auf Darstellung operatives Ergebnis)

Entwicklung der Erträge und Aufwendungen	2010 IST Mio.€	2011 IST Mio.€	2012 IST Mio.€	2013 IST Mio.€	2014 IST Mio.€	2015 IST Mio.€	2016 IST Mio.€	2017 IST Mio.€	2018 IST Mio.€	2019 IST Mio.€
Gebühren/Beiträge	397,1	394,7	391,9	395,0	399,3	396,5	398,3	406,0	405,8	405,7
Beitragsmehrerträge/n.v. Beitr.ant.	0,0	0,0	0,0	5,6	35,0	26,0	14,7	7,1	7,1	7,1
Wirtschaftl. Ergebnisbeitrag hrw *)	13,7	9,7	13,7	12,6	12,3	11,4	12,6	13,5	14,0	10,7
sonstige Erträge	56,8	49,6	51,9	48,7	49,3	53,1	47,1	42,6	51,2	44,8
Erträge aus AV**)	20,6	21,2	33,9	31,8	35,8	35,4	35,5	37,4	33,5	35,2
Gesamt Erträge	**488,2**	**475,2**	**491,4**	**493,7**	**531,6**	**522,4**	**508,2**	**506,5**	**511,6**	**503,4**
Personalaufwand ***)	135,2	150,4	135,7	145,7	148,3	144,5	154,0	156,5	157,8	164,7
Aufwendungen AV	75,2	60,2	82,5	92,3	115,5	157,4	51,1	120,5	142,6	153,9
unmittelbare Programmaufwend.	171,5	160,2	169,9	156,1	169,4	164,0	171,3	163,8	179,8	170,0
sonst. Aufwendungen	113,9	122,6	111,9	105,8	105,5	110,6	102,3	124,5	107,9	114,3
Gesamt Aufwendungen	**495,8**	**493,3**	**500,0**	**500,0**	**538,7**	**576,5**	**478,7**	**565,3**	**588,1**	**602,9**
Ergebnis	**-7,6**	**-18,1**	**-8,6**	**-6,3**	**-7,0**	**-54,1**	**29,5**	**-58,8**	**-76,4**	**-99,6**
Eigenkapital	**26,8**	**8,7**	**0,1**	**-6,2**	**-13,2**	**-67,3**	**-37,8**	**-96,6**	**-173,0**	**-272,6**

*) der wirtschaftliche Ergebnisbeitrag der hrw beinhaltet weder die Vorsteuerersparnis noch die Kostenübernahme von Produktionen, der gesamte Finanzierungsbeitrag ist der Auswertung "Finanzierungsbeitrag hrw" zu entnehmen.

**) die Erträge aus AV beinhalten nicht den von der KEF anerkannten Finanzbedarf für Altersversorgung (sog. nicht zweckgebundener Anteil für AV)

***) Den Ausschlägen in den Jahren 2011 (nach oben) und 2015 (nach unten) liegen signifikante Schwankungen in den Beständen (potentieller) Mitarbeiter*innen in Altersteilzeit zu Grunde. Zudem wurde im Jahr 2011 eine Rückstellung für Zeitwertkonten über 4,8 Mio€ eingestellt.

Für die privaten Veranstalter wird auf die zu Frage 48 beigefügte **Anlage 7** Bezug genommen.

Frage 54. Wie ist die Werbezeitenbegrenzung beim öffentlich-rechtlichen Hörfunk in Hessen geregelt?

Die Werbezeitenbegrenzung ist beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie beim öffentlich-rechtlichen Hörfunk in Hessen wie folgt geregelt (der bisherige § 16 Rundfunkstaatsvertrag wurde durch § 39 Medienstaatsvertrag ersetzt, der am 7. November 2020 in Kraft getreten ist):

„§ 39 Medienstaatsvertrag

Dauer der Rundfunkwerbung, Sponsoring

(1) Die Gesamtdauer der Rundfunkwerbung beträgt im Ersten Fernsehprogramm der ARD und im Programm „Zweites Deutsches Fernsehen“ jeweils höchstens 20 Minuten werktäglich im Jahresdurchschnitt. Nicht angerechnet werden auf die zulässigen Werbezeiten Sendezeiten mit Produktplatzierungen und Sponsorhinweise. Nicht vollständig genutzte Werbezeit darf höchstens bis zu fünf Minuten werktäglich nachgeholt werden. Nach 20.00 Uhr sowie an Sonntagen und im ganzen Bundesgebiet anerkannten Feiertagen dürfen Werbesendungen nicht ausgestrahlt werden. § 46 bleibt unberührt.

(2) In weiteren Fernsehprogrammen von ARD und ZDF sowie in den Dritten Fernsehprogrammen findet Rundfunkwerbung nicht statt.

(3) Im Fernsehen darf die Dauer der Spotwerbung innerhalb eines Zeitraums von einer Stunde 20 vom Hundert nicht überschreiten.

(4) Hinweise der Rundfunkanstalten auf Sendungen, Rundfunkprogramme oder rundfunkähnliche Telemedien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Programmen und Sendungen abgeleitet sind, unentgeltliche Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen zu Wohlfahrtszwecken, gesetzliche Pflichthinweise und neutrale Einzelbilder zwischen redaktionellen Inhalten und Fernsehwerbe- oder Teleshoppingspots sowie zwischen einzelnen Spots gelten nicht als Werbung.

(5) Die Länder sind berechtigt, den Landesrundfunkanstalten bis zu 90 Minuten werktäglich im Jahresdurchschnitt Werbung im Hörfunk einzuräumen; ein am 1. Januar 1987 in den Ländern

abweichender zeitlicher Umfang der Rundfunkwerbung und ihre tageszeitliche Begrenzung kann beibehalten werden.

(6) Sponsoring findet nach 20.00 Uhr sowie an Sonntagen und im ganzen Bundesgebiet anerkannten Feiertagen im Fernsehen nicht statt; dies gilt nicht für das Sponsoring der Übertragung von Großereignissen nach § 13 Abs. 2."

„§ 3a des Gesetzes über den Hessischen Rundfunk

(1) Reklamesendungen im Hörfunk können bis zu 128 Minuten werktäglich im Jahresdurchschnitt dauern.

(2) § 16 des Rundfunkstaatsvertrages findet Anwendung."

Frage 55. Plant sie Maßnahmen zur Werbezeitenreduktion bei öffentlich-rechtlichen Sendern in Hessen?

Die Landesregierung plant keine Maßnahmen zur Werbezeitenreduktion beim Hessischen Rundfunk. Anknüpfend an den Koalitionsvertrag der die Regierung tragenden Parteien lehnt sie vielmehr eine weitere Reduzierung oder gar generelle Abschaffung von Werbung und Sponsoring in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogrammen ab, zumal dies eine entsprechende Anhebung des Rundfunkbeitrags zur Folge haben würde.

Frage 56. Wie ist das Verhältnis der wirtschaftlichen Erlöse von Radio zu Online/Digital bei den Radiostationen verteilt und wie bewertet die Landesregierung diese Zahlen?

Hessischer Rundfunk:

Der Hessische Rundfunk weist in seiner Stellungnahme darauf hin, dass die Frage insofern nicht zu beantworten ist, als für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und damit auch für den HR für Telemedienangebote gemäß § 30 Abs. 5 Medienstaatsvertrag ein Werbeverbot besteht.

Private Rundfunkveranstalter

Nach Angaben der LPR Hessen machen mit rund 91 % der Einnahmen der Radiosender die Werbeeinnahmen den größten Anteil aus. Davon entfallen etwa 4,3 % auf die Umsätze aus dem Onlinegeschäft.

Auch die Generierung von Werbeeinnahmen unterfällt der Rundfunkfreiheit, sodass hier der Grundsatz der Staatsferne zu beachten ist. Es ist Sache der jeweiligen Rundfunkveranstalter, zu entscheiden, für welche Maßnahmen sie welche Werbepreise verlangen.

Frage 57. Wie hoch sind die Betriebskosten der einzelnen lokalen bzw. regionalen Redaktionsstandorte (Räumlichkeiten etc.)?

Der Hessische Rundfunk hat hierzu wie folgt Stellung genommen:

„Der Hörfunk ist neben den Hauptstandorten in Frankfurt und Kassel an drei Regionalstandorten tätig. Die Betriebskosten hierfür gem. Rundfunkkontenrahmen 47 (v.a. Miete, Nebenkosten, Bewirtschaftung) belaufen sich in Gießen auf TEUR 87, in Darmstadt auf TEUR 84 und in Fulda auf TEUR 66 auf. Diese Zahlen beziehen sich auf das Gesamtjahr 2019."

Für die privaten Rundfunkveranstalter liegen der LPR Hessen keine Angaben vor.

Wiesbaden, 14. Dezember 2020

Axel Wintermeyer

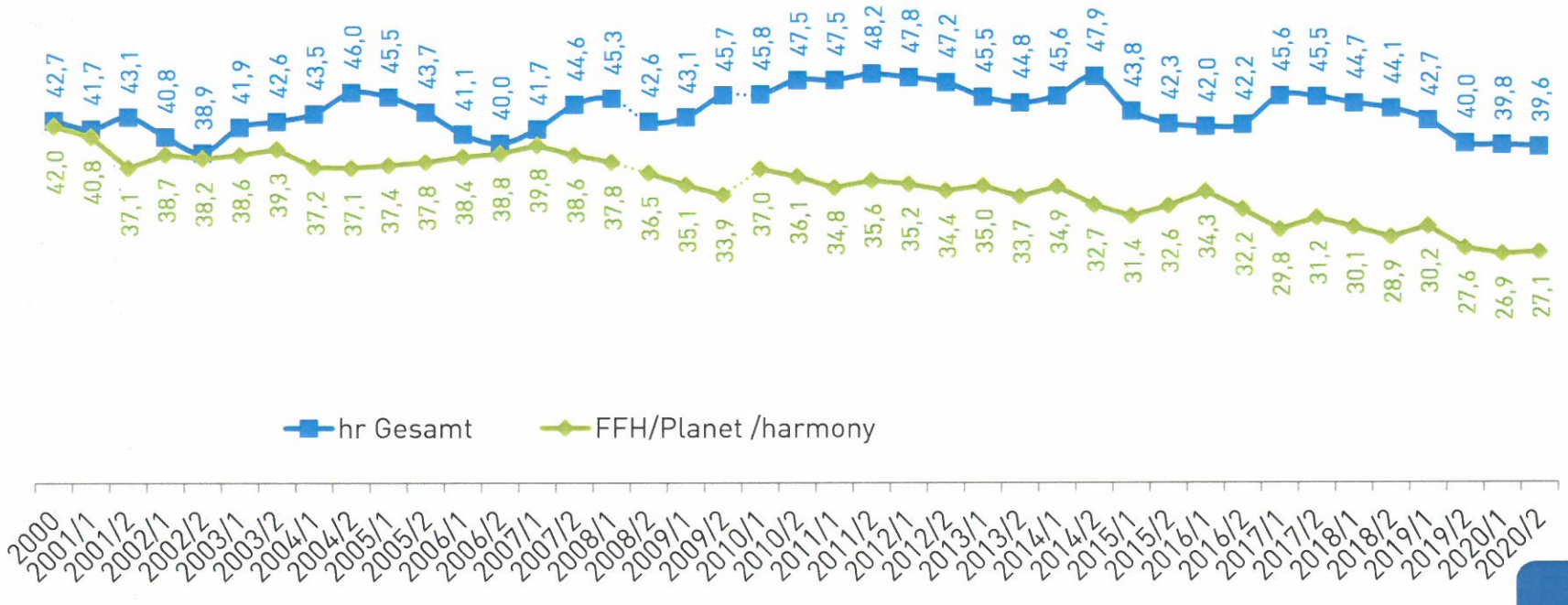
Anlagen

Anlage 1

Zu Frage 2

Entwicklung hr-gesamt und FFH-Gruppe

Hessen, Montag - Freitag, Tagesreichweiten in Prozent
Dspr. Bev.,14+



MA 2020-2, hr-Medienforschung, September 2020

MA-TREND

www.ma-trend.rms.de

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige 14+	**Vorfilter/Gebiet:**	Hessen
Belegungseinheiten:	Woche (Mo-So)	**Werbeform Webradio:**	Pre-Stream/In-Stream
Nettoreichweiten in Tsd.		**Woche (Mo-So)**	

	Gesamt				Männer			
	ma 2020 Audio II Update	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**	**ma 2020 Audio II Update**	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**
Gesamt	5.298	5.282	16	0,3	2.619	2.609	10	0,4
RMS RADIO KOMBI HESSEN	3.086	3.065	21	0,7	1.501	1.490	11	0,8
hr Hessen Kombi	3.061	3.068	-7	-0,2	1.460	1.500	-40	-2,7
hr 14-49 Kombi	2.896	2.994	-98	-3,3	1.387	1.484	-97	-6,5
FFH Radio Kombi Hessen	2.845	2.864	-19	-0,7	1.349	1.370	-20	-1,5
hr1+hr3 Kombi	2.643	2.694	-51	-1,9	1.261	1.330	-70	-5,2
HIT RADIO FFH	2.480	2.479	2	0,1	1.147	1.158	-10	-0,9
hr3+YOU FM Kombi	2.363	2.524	-161	-6,4	1.100	1.216	-116	-9,5
hr1+hr4 Kombi	2.196	2.144	52	2,4	1.088	1.076	12	1,1
hr3	2.077	2.203	-127	-5,7	957	1.049	-92	-8,8
hr1+hr-iNFO Kombi	2.012	1.963	48	2,5	1.027	1.046	-19	-1,8
hr1	1.530	1.516	14	0,9	776	788	-12	-1,6
hr4	1.203	1.120	83	7,4	570	526	44	8,4
planet radio	1.056	1.119	-63	-5,6	497	545	-48	-8,9
hr-iNFO	1.007	934	73	7,8	526	519	8	1,5
RADIO BOB!	894	789	104	13,2	520	471	50	10,6
YOU FM	823	916	-93	-10,2	376	442	-66	-14,9
harmony.fm	566	563	3	0,5	286	299	-13	-4,4
Radio Frankfurt	311	264	46	17,6	146	139	8	5,4

Quelle: ma 2020 Audio II Update, Preise gültig ab 1.1.2021, ma 2020 Audio I und ma 2019 Audio II Update mit Preisen 2020 gültig ab 1.1.2020 (alle klassischen Angebote sind mit einem Jahresdurchschnitt Jan-Dez und einem Durchschnittspreis Mo-Fr, Sa, So abgebildet)

© RMS Radio Marketing Service GmbH & Co.KG

MA-TREND

www.ma-trend.rms.de

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige 14+	**Vorfilter/Gebiet:**	Hessen
Belegungseinheiten:	Woche (Mo-So)	**Werbeform Webradio:**	Pre-Stream/In-Stream
Nettoreichweiten in Tsd.		**Woche (Mo-So)**	

	Frauen			
	ma 2020 Audio II Update	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**
Gesamt	2.679	2.673	6	0,2
RMS RADIO KOMBI HESSEN	1.585	1.575	9	0,6
hr Hessen Kombi	1.601	1.568	32	2,1
hr 14-49 Kombi	1.509	1.510	-1	-0,1
FFH Radio Kombi Hessen	1.495	1.494	1	0,1
hr1+hr3 Kombi	1.382	1.364	18	1,4
HIT RADIO FFH	1.333	1.321	12	0,9
hr3+YOU FM Kombi	1.262	1.308	-45	-3,5
hr1+hr4 Kombi	1.108	1.068	40	3,8
hr3	1.120	1.154	-34	-3,0
hr1+hr-iNFO Kombi	985	917	68	7,4
hr1	754	727	26	3,6
hr4	633	595	39	6,5
planet radio	559	574	-14	-2,5
hr-iNFO	480	415	65	15,7
RADIO BOB!	373	319	55	17,1
YOU FM	447	474	-27	-5,8
harmony.fm	280	264	16	6,1
Radio Frankfurt	164	125	39	31,0

Quelle: ma 2020 Audio II Update, Preise gültig ab 1.1.2021, ma 2020 Audio I und ma 2019 Audio II Update mit Preisen 2020 gültig ab 1.1.2020 (alle klassischen Angebote sind mit einem Jahresdurchschnitt Jan-Dez und einem Durchschnittspreis Mo-Fr, Sa, So abgebildet)

© RMS Radio Marketing Service GmbH & Co.KG

MA-TREND

www.ma-trend.rms.de

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige 14+	**Vorfilter/Gebiet:**	Hessen
Belegungseinheiten:	Woche (Mo-So)	**Werbeform Webradio:**	Pre-Stream/In-Stream
Nettoreichweiten in Tsd.		**Woche (Mo-So)**	

	Gesamt				14-29 Jahre			
	ma 2020 Audio II Update	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**	**ma 2020 Audio II Update**	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**
Gesamt	5.298	5.282	16	0,3	1.117	1.136	-18	-1,6
RMS RADIO KOMBI HESSEN	3.086	3.065	21	0,7	682	695	-13	-1,8
hr Hessen Kombi	3.061	3.068	-7	-0,2	461	428	34	7,9
hr 14-49 Kombi	2.896	2.994	-98	-3,3	559	583	-23	-4,0
FFH Radio Kombi Hessen	2.845	2.864	-19	-0,7	642	662	-20	-3,1
hr1+hr3 Kombi	2.643	2.694	-51	-1,9	436	409	27	6,7
HIT RADIO FFH	2.480	2.479	2	0,1	521	542	-20	-3,8
hr3+YOU FM Kombi	2.363	2.524	-161	-6,4	501	554	-53	-9,6
hr1+hr4 Kombi	2.196	2.144	52	2,4	273	225	49	21,7
hr3	2.077	2.203	-127	-5,7	359	368	-9	-2,6
hr1+hr-iNFO Kombi	2.012	1.963	48	2,5	288	262	26	9,8
hr1	1.530	1.516	14	0,9	222	185	37	19,9
hr4	1.203	1.120	83	7,4	106	82	24	29,6
planet radio	1.056	1.119	-63	-5,6	377	416	-39	-9,5
hr-iNFO	1.007	934	73	7,8	133	128	5	3,7
RADIO BOB!	894	789	104	13,2	209	194	16	8,0
YOU FM	823	916	-93	-10,2	320	384	-64	-16,6
harmony.fm	566	563	3	0,5	99	84	15	18,3
Radio Frankfurt	311	264	46	17,6	86	68	18	26,1

Quelle: ma 2020 Audio II Update, Preise gültig ab 1.1.2021, ma 2020 Audio I und ma 2019 Audio II Update mit Preisen 2020 gültig ab 1.1.2020 (alle klassischen Angebote sind mit einem Jahresdurchschnitt Jan-Dez und einem Durchschnittspreis Mo-Fr, Sa, So abgebildet)

© RMS Radio Marketing Service GmbH & Co.KG

MA-TREND

www.ma-trend.rms.de

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige 14+	**Vorfilter/Gebiet:**	Hessen
Belegungseinheiten:	Woche (Mo-So)	**Werbeform Webradio:**	Pre-Stream/In-Stream
Nettoreichweiten in Tsd.		**Woche (Mo-So)**	

	30-59 Jahre				60+ Jahre			
	ma 2020 Audio II Update	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**	**ma 2020 Audio II Update**	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**
Gesamt	2.571	2.568	4	0,1	1.609	1.579	30	1,9
RMS RADIO KOMBI HESSEN	1.745	1.727	17	1,0	659	643	16	2,5
hr Hessen Kombi	1.465	1.522	-56	-3,7	1.134	1.119	15	1,3
hr 14-49 Kombi	1.508	1.571	-63	-4,0	828	840	-12	-1,4
FFH Radio Kombi Hessen	1.585	1.597	-13	-0,8	618	604	14	2,3
hr1+hr3 Kombi	1.382	1.452	-70	-4,8	825	834	-9	-1,0
HIT RADIO FFH	1.372	1.376	-4	-0,3	587	561	26	4,6
hr3+YOU FM Kombi	1.273	1.371	-98	-7,1	589	599	-10	-1,7
hr1+hr4 Kombi	928	921	7	0,7	995	998	-3	-0,3
hr3	1.133	1.244	-111	-8,9	584	591	-6	-1,1
hr1+hr-iNFO Kombi	1.023	1.025	-1	-0,1	701	677	24	3,6
hr1	719	745	-26	-3,5	588	585	3	0,5
hr4	396	358	38	10,7	701	681	20	3,0
planet radio	629	634	-5	-0,8	50	68	-18	-26,8
hr-iNFO	553	560	-7	-1,3	321	245	76	30,8
RADIO BOB!	579	507	72	14,1	105	88	17	19,8
YOU FM	458	486	-28	-5,7	44	46	-2	-4,7
harmony.fm	371	377	-6	-1,7	96	102	-6	-5,8
Radio Frankfurt	169	142	26	18,6	56	54	2	3,9

Quelle: ma 2020 Audio II Update, Preise gültig ab 1.1.2021, ma 2020 Audio I und ma 2019 Audio II Update mit Preisen 2020 gültig ab 1.1.2020 (alle klassischen Angebote sind mit einem Jahresdurchschnitt Jan-Dez und einem Durchschnittspreis Mo-Fr, Sa, So abgebildet)

© RMS Radio Marketing Service GmbH & Co.KG

MA-TREND

www.ma-trend.rms.de

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige 14+	**Vorfilter/Gebiet:**	Hessen
Belegungseinheiten:	Woche (Mo-So)	**Werbeform Webradio:**	Pre-Stream/In-Stream
Nettoreichweiten in Tsd.		**Woche (Mo-So)**	

	Gesamt				Abitur/Hochschulreife/Studium			
	ma 2020 Audio II Update	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**	**ma 2020 Audio II Update**	**ma 2020 Audio I***	**Differenz absolut**	**Differenz %**
Gesamt	5.298	5.282	16	0,3	1.965	1.939	26	1,3
RMS RADIO KOMBI HESSEN	3.086	3.065	21	0,7	1.176	1.131	45	4,0
hr Hessen Kombi	3.061	3.068	-7	-0,2	1.143	1.112	30	2,7
hr 14-49 Kombi	2.896	2.994	-98	-3,3	1.205	1.186	19	1,6
FFH Radio Kombi Hessen	2.845	2.864	-19	-0,7	1.068	1.029	39	3,8
hr1+hr3 Kombi	2.643	2.694	-51	-1,9	1.090	1.072	18	1,6
HIT RADIO FFH	2.480	2.479	2	0,1	915	873	42	4,8
hr3+YOU FM Kombi	2.363	2.524	-161	-6,4	1.004	1.010	-6	-0,6
hr1+hr4 Kombi	2.196	2.144	52	2,4	709	667	42	6,2
hr3	2.077	2.203	-127	-5,7	875	885	-10	-1,1
hr1+hr-iNFO Kombi	2.012	1.963	48	2,5	847	844	3	0,3
hr1	1.530	1.516	14	0,9	590	582	8	1,4
hr4	1.203	1.120	83	7,4	242	197	44	22,5
planet radio	1.056	1.119	-63	-5,6	489	490	0	-0,1
hr-iNFO	1.007	934	73	7,8	504	498	7	1,4
RADIO BOB!	894	789	104	13,2	390	355	35	9,8
YOU FM	823	916	-93	-10,2	394	422	-28	-6,7
harmony.fm	566	563	3	0,5	236	221	15	6,7
Radio Frankfurt	311	264	46	17,6	133	108	25	22,6

Quelle: ma 2020 Audio II Update, Preise gültig ab 1.1.2021, ma 2020 Audio I und ma 2019 Audio II Update mit Preisen 2020 gültig ab 1.1.2020 (alle klassischen Angebote sind mit einem Jahresdurchschnitt Jan-Dez und einem Durchschnittspreis Mo-Fr, Sa, So abgebildet)

© RMS Radio Marketing Service GmbH & Co.KG

MA-TREND

www.ma-trend.rms.de

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige 14+	**Vorfilter/Gebiet:**	Hessen
Belegungseinheiten:	Woche (Mo-So)	**Werbeform Webradio:**	Pre-Stream/In-Stream
Nettoreichweiten in Tsd.		**Woche (Mo-So)**	

	Weiterf. Schule+				Berufstätig			
	ma 2020 Audio II Update	ma 2020 Audio I*	Differenz absolut	Differenz %	ma 2020 Audio II Update	ma 2020 Audio I*	Differenz absolut	Differenz %
Gesamt	3.386	3.365	21	0,6	2.977	2.924	53	1,8
RMS RADIO KOMBI HESSEN	2.096	2.056	40	1,9	2.037	1.979	58	2,9
hr Hessen Kombi	1.945	1.971	-26	-1,3	1.700	1.674	26	1,5
hr 14-49 Kombi	1.999	2.031	-33	-1,6	1.762	1.785	-23	-1,3
FFH Radio Kombi Hessen	1.939	1.913	26	1,4	1.871	1.828	43	2,4
hr1+hr3 Kombi	1.799	1.832	-32	-1,8	1.587	1.592	-5	-0,3
HIT RADIO FFH	1.695	1.651	44	2,7	1.607	1.544	63	4,1
hr3+YOU FM Kombi	1.667	1.736	-69	-4,0	1.481	1.550	-69	-4,4
hr1+hr4 Kombi	1.272	1.272	-1	-0,1	1.087	1.034	53	5,1
hr3	1.448	1.523	-75	-4,9	1.286	1.345	-60	-4,4
hr1+hr-iNFO Kombi	1.353	1.354	-2	-0,1	1.162	1.145	17	1,5
hr1	992	1.008	-16	-1,6	841	849	-8	-1,0
hr4	572	534	38	7,1	472	403	69	17,2
planet radio	807	812	-5	-0,6	778	789	-11	-1,3
hr-iNFO	741	713	27	3,8	618	602	16	2,7
RADIO BOB!	653	580	74	12,7	650	571	78	13,7
YOU FM	641	682	-41	-6,0	584	613	-29	-4,7
harmony.fm	383	394	-10	-2,7	386	351	35	9,9
Radio Frankfurt	212	183	29	15,8	200	153	46	30,3

Quelle: ma 2020 Audio II Update, Preise gültig ab 1.1.2021, ma 2020 Audio I und ma 2019 Audio II Update mit Preisen 2020 gültig ab 1.1.2020 (alle klassischen Angebote sind mit einem Jahresdurchschnitt Jan-Dez und einem Durchschnittspreis Mo-Fr, Sa, So abgebildet)

© RMS Radio Marketing Service GmbH & Co.KG

LPR hessen

INFO GMBH Markt- und Meinungsforschung

Funkanalyse Hessen 2015

Nichtkommerzielle Lokalradios in Hessen

Zugang zu Bürgerradio –
Hochrechnung der Empfangssituation in Hessen

Hochrechnung gerundet

	Potenzielle Nutzer		Hörerreichweite Personen ab 14 Jahren		
	Haushalte	Personen ab 14 Jahren	Hörer gesamt	Weitester Hörerkreis	Hörer gestern
Bürgerradio gesamt	**311.000**	**561.500**	**455.500**	**181.000**	**63.500**
Freies Radio Kassel	70.500	125.000	91.000	57.000	30.000
Radio Darmstadt	107.500	183.500	152.000	35.500	1.500
Radio RheinWelle	32.000	58.000	48.500	20.500	6.500
Radio Rüsselsheim	24.000	36.000	29.000	7.000	2.000
Radio Unerhört	27.500	44.500	28.500	8.000	2.000
Radio X	88.500	180.500	156.000	57.500	18.000
RundFunk Meißner	35.500	64.000	52.000	19.000	4.000

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Screenings in 2.890 Haushalten in Hessen. Basis für die Bestimmung der Bevölkerungszahlen sind die kleinräumigen Angaben des Hessischen Statistischen Landesamtes (Stand: 31.12.2013).

9. Können Sie (Sender) in Ihrem Haushalt empfangen?
10. Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen/gehört?

Zugang zu Bürgerradio –
Hochrechnung der Empfangssituation in den jeweiligen Kernverbreitungsgebieten*

Hochrechnung gerundet

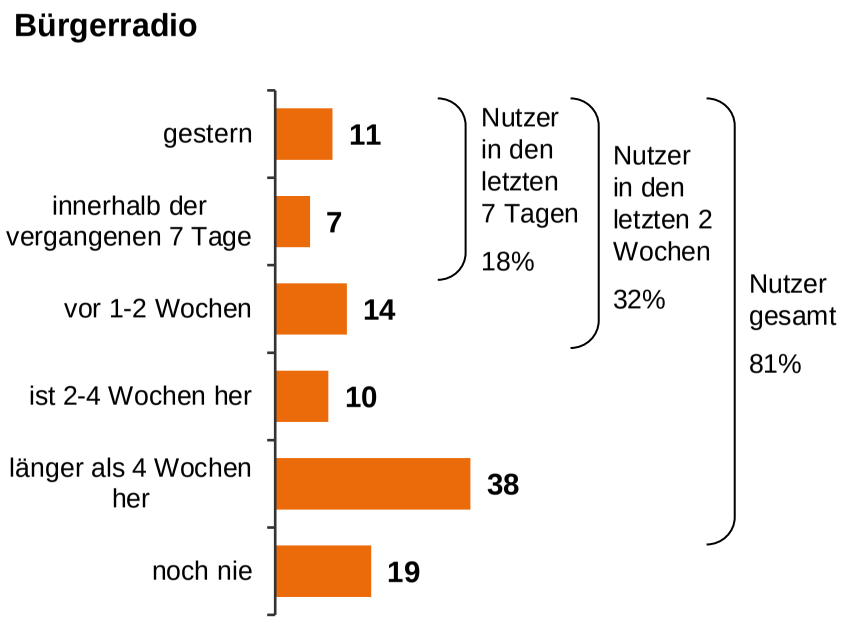
	Potenzielle Nutzer		Hörerreichweite Personen ab 14 Jahren		
	Haushalte	Personen ab 14 Jahren	Hörer gesamt	Weitester Hörerkreis	Hörer gestern
Bürgerradio gesamt	**187.500**	**312.500**	**242.500**	**100.000**	**32.000**
Freies Radio Kassel [1]	22.500	41.000	21.500	3.000	500
Radio Darmstadt [2]	29.500	45.000	39.500	10.000	500
Radio RheinWelle [3]	11.000	16.500	14.000	7.000	1.500
Radio Rüsselsheim [4]	15.500	22.500	16.000	5.000	1.500
Radio Unerhört [5]	16.500	27.000	21.500	5.000	2.000
Radio X [6]	50.000	91.000	79.500	50.500	17.000
RundFunk Meißner [7]	21.000	36.000	24.500	11.500	4.000

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Screenings in 2.890 Haushalten in den jeweiligen Kernverbreitungsgebieten. Basis für die Bestimmung der Bevölkerungszahlen sind die kleinräumigen Angaben des Hessischen Statistischen Landesamtes (Stand: 31.12.2013). [1] Stadt Kassel, [2] Stadt Fulda, [3] Stadt Darmstadt, [4] Stadt Wiesbaden, [5] Stadt Rüsselsheim, [6] Stadt Marburg, [7] Stadt Frankfurt am Main, [8] Werra-Meißner-Kreis

9. Können Sie (Sender) in Ihrem Haushalt empfangen?
10. Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gehört?

Nutzerkreise –
Bürgerradio

Anteile in % und Hochrechnung gerundet



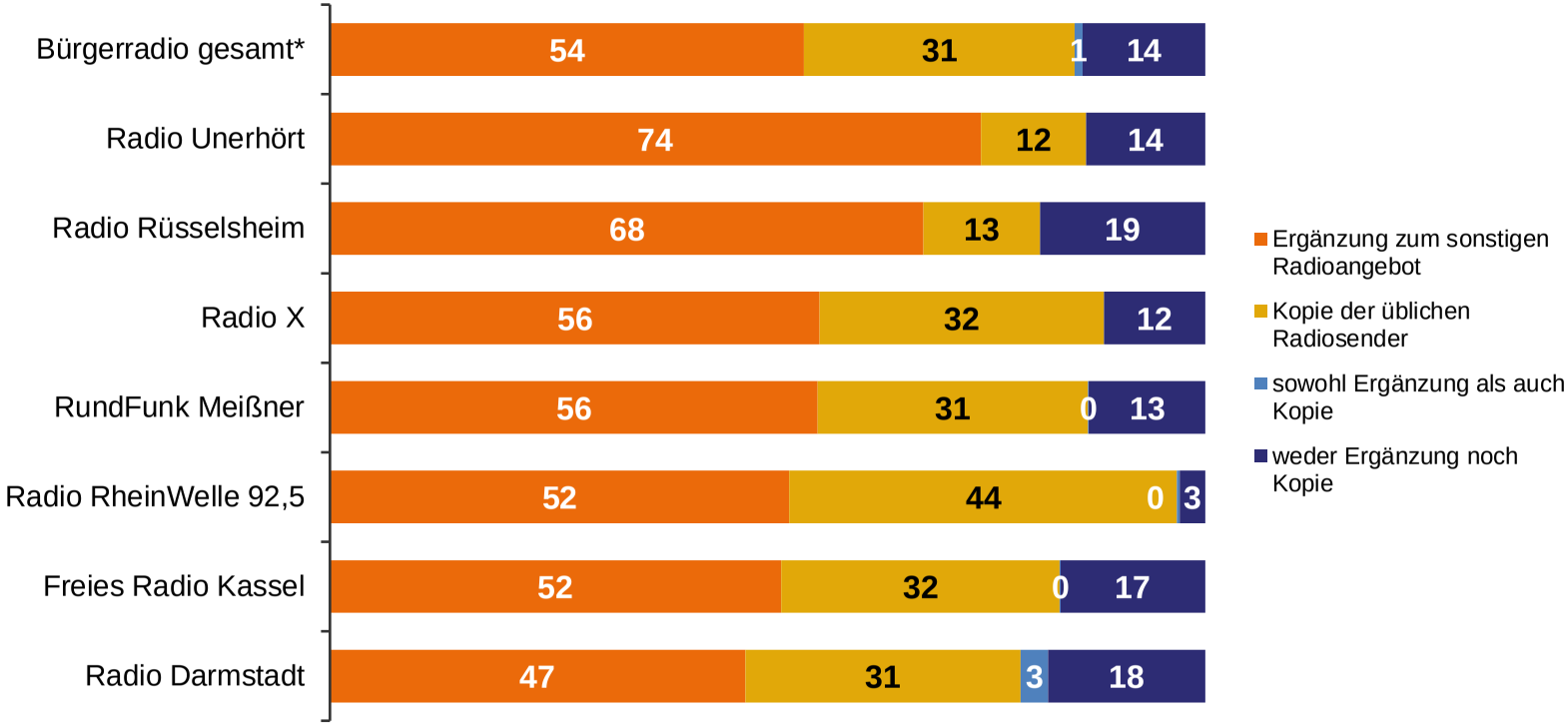
Hochrechnung Personen ab 14 Jahren	
Nutzer gestern:	63.500
Nutzer in den letzten 7 Tagen:	109.000
Nutzer in den letzten 2 Wochen:	181.000
Nutzer gesamt:	455.500

Basis: Potenzielle Nutzer von Bürgerradio Hessen (n=597)

10. Wann haben Sie (Sender) das letzte Mal gesehen/gehört?

Wahrgenommene Uniqueness von Bürgerradio

Anteile in % und Mittelwerte

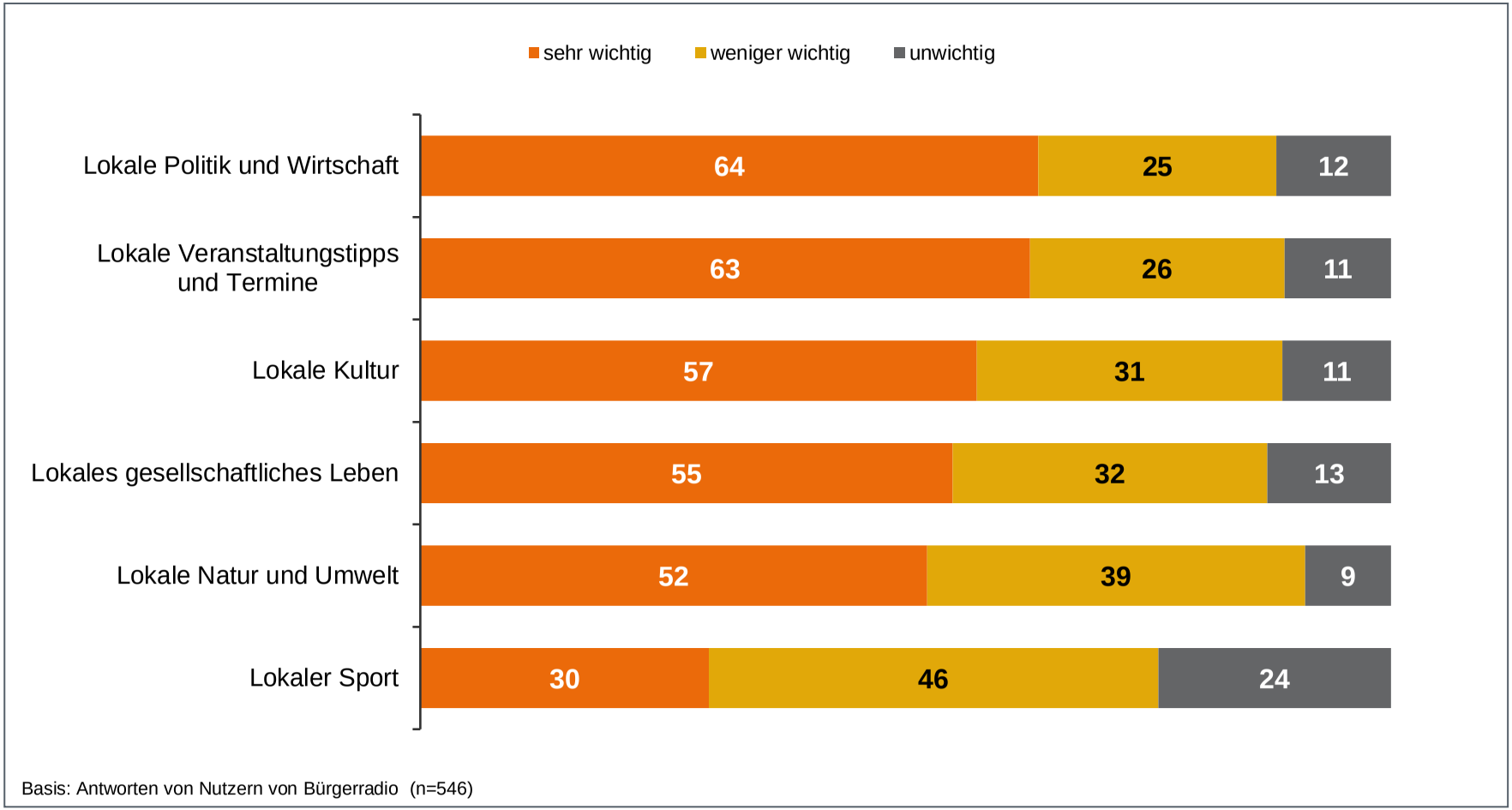


Basis: Angaben der Nutzer zu den jeweiligen Bürgerradiosendern, * Antworten von Nutzern von Bürgerradio (n=546)

33. Handelt es sich Ihrer Meinung nach bei (Sender) um eine wichtige Ergänzung zum sonstigen Radioangebot oder ist es eher eine Kopie der üblichen Radiosender?

Bedeutung von lokalen Themen im Bürgerradio

Anteile in %

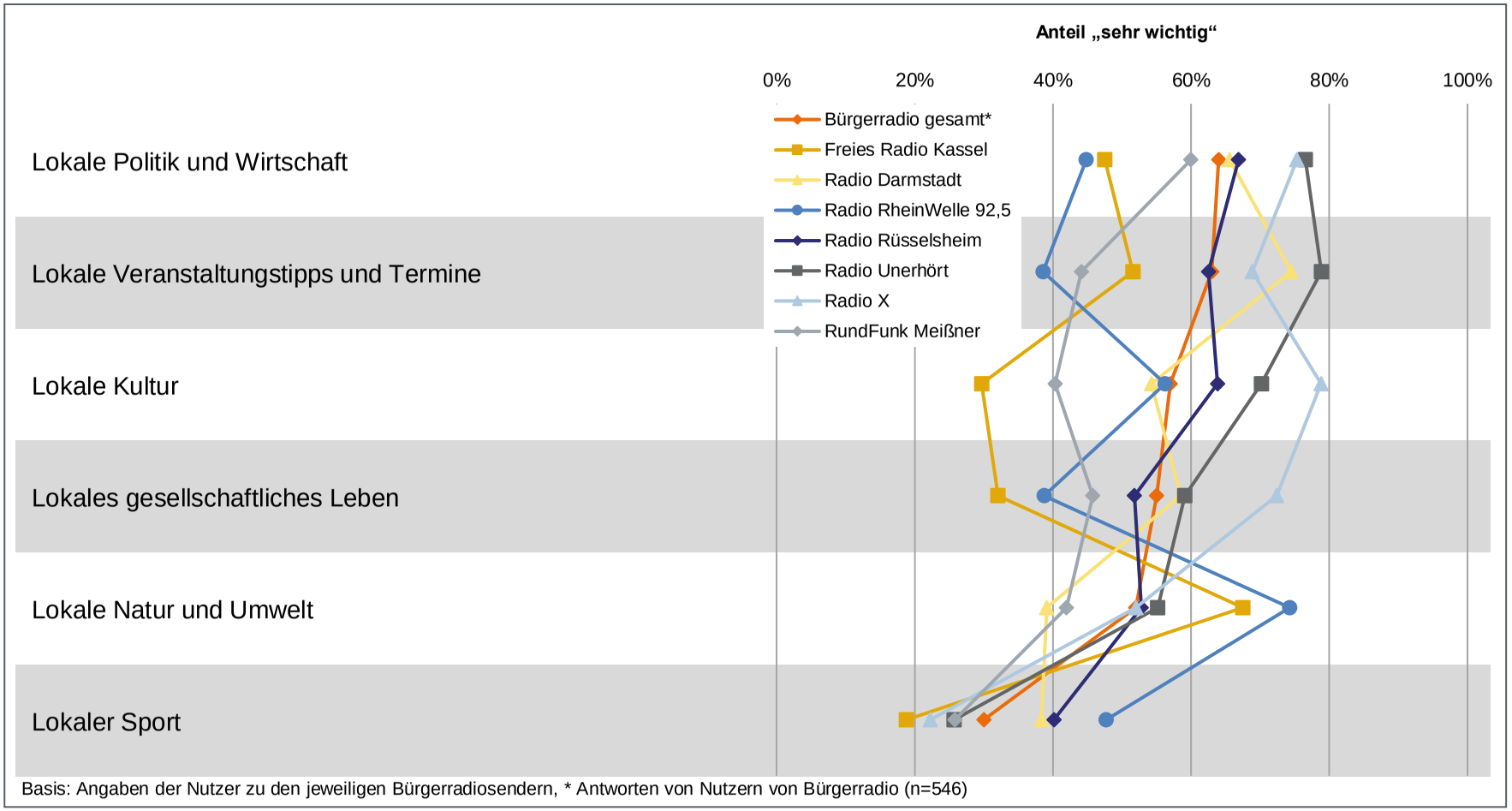


Basis: Antworten von Nutzern von Bürgerradio (n=546)

34. Sind für Sie folgende lokale Themen innerhalb des Radioangebots von (Sender) sehr wichtig, weniger wichtig oder unwichtig?

Bedeutung von lokalen Themen im Bürgerradio

Anteile in %



Basis: Angaben der Nutzer zu den jeweiligen Bürgerradiosendern, * Antworten von Nutzern von Bürgerradio (n=546)

34. Sind für Sie folgende lokale Themen innerhalb des Radioangebots von (Sender) sehr wichtig, weniger wichtig oder unwichtig?

DAB+ Sender in Hessen

Regionale öffentlich-rechtliche Programme

hr Radio 7B

#	Programm	Kanal
1	hr-iNFO	7B
2	hr1	7B
3	hr2	7B
4	hr3	7B
5	hr4 Mittelhessen	7B
6	hr4 Nord/Ost	7B
7	hr4 Rhein-Main	7B
8	YOU FM	7B

HINWEIS: Die Ergebnisse der Abfrage stellen lediglich eine Empfangsprognose dar. Die realen Bedingungen können aufgrund besonderer örtlicher Geg abweichen und ggf. einen höheren Antennenaufwand erfordern. **Datenmaterial:** © ARD/ MEDIA BROADCAST/ BLM Stand Januar 2019 / © Bundesamt Geodäsie 2017 - Datenquellen

Regionale und lokale private Programme

Hessen Nord 6A

#	Programm	Kanal
1	ALT Rockantenne	6A
2	FFH	6A
3	FFH ROCK	6A
4	FRK	6A
5	harmony.fm	6A
6	JOKE FM	6A
7	planet radio	6A
8	planetBlackBeats	6A
9	Radio TEDDY	6A
10	RFM	6A
11	Schlager RadioB2	6A

Hessen Süd 12C

#	Programm	Kanal
1	_Radio Frankfurt	12C
2	ALT Rockantenne	12C
3	ANTENNE Mainz	12C
4	ERF Pop	12C
5	FFH	12C
6	harmony.fm	12C
7	JOKE FM	12C
8	lulu.fm	12C
9	MEGA Radio SNA	12C
10	planet radio	12C
11	Radio Darmstadt	12C
12	Radio TEDDY	12C
13	Radio Rüsselsheim	12C
14	Schlager RadioB2	12C

Bundesweite Programme

#	Programm	Kanal
1	Absolut Relax	5C
2	Deutschlandfunk	5C
3	Deutschlandfunk Kultur	5C
4	Deutschlandfunk Nova	5C
5	DRadio DokDeb	5C
6	ENERGY – HIT MUSIC ONLY !	5C
7	ERF Plus	5C
8	Klassik Radio	5C
9	Radio BOB!	5C
10	Radio Horeb	5C
11	SCHLAGERPARADIES	5C
12	Schwarzwaldradio	5C
13	sunshine live	5C

Bundesweite Programme (2.MUX)

#	Programm	Kanal
1	Absolut BELLA	DE2
2	Absolut HOT	DE2
3	Absolut OLDIE	DE2
4	Absolut TOP	DE2
5	ANTENNE BAYERN	DE2
6	ROCK ANTENNE	DE2
7	RTL RADIO	DE2
8	TOGGO Radio	DE2

	Website Durchschnittsmonat Visits nach Jahren (Websites ab Juni 2010)					
	hr1	hr info	hr2	hr3*	YOU FM*	hr4
2010	204.332	50.193	124.606	569.404	301.952	103.504
2011	250.176	60.520	138.869	580.442	377.568	122.424
2012	273.407	60.890	139.668	567.309	365.890	131.933
2013	278.588	78.751	136.038	518.600	420.650	134.521
2014	278.415	70.841	121.520	519.422	372.660	131.347
2015	310.465	93.848	122.827	482.603	332.154	139.322
2016	312.974	81.780	113.901	467.799	206.186	123.066
2017	255.886	100.359	119.952	414.269	163.642	136.359
2018	264.515	121.005	124.476	465.954	225.111	196.025
2019	323.305	161.953	166.289	554.163	195.376	173.301
2020	510.865	278.080	181.763	568.241	234.637	286.509

	App Durchschnittsmonat Visits nach Jahrer (Apps ab März 2013)					
	hr1 App	hr info App	hr2 App	hr3 App	YOU FM App	hr4 App
2010						
2011						
2012						
2013	93.201	130.808	10.191	275.134	334.761	22.368
2014	142.191	234.462	16.465	443.160	359.376	36.501
2015	202.971	328.566	24.807	615.591	347.086	56.336
2016	252.231	400.279	32.569	700.906	275.628	81.841
2017	289.213	453.876	41.998	727.264	233.561	104.069
2018	302.635	448.679	45.663	733.292	178.774	124.905
2019	323.630	442.181	52.083	721.706	149.489	141.709
2020	380.062	510.211	61.432	736.965	137.328	187.381

	Summe aus Website + App, Durchschnittsmonat Visits nach Jahren					
	hr1.de + App	hr-inforadio.de + App	hr2.de + App	hr3.de + App	you-fm.de App	hr4.de + App
2010	204.332	50.193	124.606	569.404	301.952	103.504
2011	250.176	60.520	138.869	580.442	377.568	122.424
2012	273.407	60.890	139.668	567.309	365.890	131.933
2013	371.789	209.559	146.229	793.734	755.411	156.889
2014	420.606	305.303	137.985	962.583	732.035	167.848
2015	513.436	422.414	147.634	1.098.194	679.240	195.658
2016	565.205	482.059	146.471	1.168.705	481.814	204.906
2017	545.099	554.235	161.950	1.141.533	397.202	240.427
2018	567.150	569.684	170.139	1.199.247	403.885	320.930
2019	646.935	604.134	218.371	1.275.870	344.865	315.010
2020	890.927	788.291	243.195	1.305.206	371.965	473.890

*Websites ab Juni 2010, Apps seit März 2013; bis Oktober 2020

Anlage

Zu Frage 16

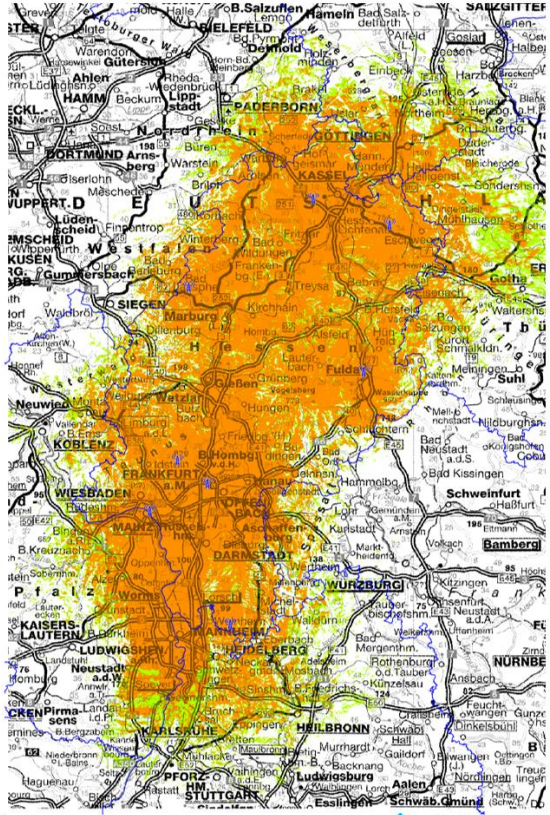
Heutige DAB+ Versorgung in Hessen und insgesamt (PL-2A)

Versorgung insgesamt (PL-2A)

		vers. Einwohner	vers. Fläche [km²]	Autobahn [km]	Haushalte
	Inhaus	7,74 Mill.	26.932	1.387	3,8 Mill.
	Mobil	9,34 Mill.	35.752	1.650	4,54 Mill.

Versorgung in Hessen PL-2A

	Inhaus	vers. Einwohner	in %	vers. Fläche [km²]	in %	Autobahn [km]	in %	Haushalte	in %
	Inhaus	5,04 Mill.	84	15905	75	809	85	2,48 Mill.	85
	Mobil	5,54 Mill.	92	18614	88	881	93	2,71 Mill.	93
	Schlechter Empfang	475.000	8	2524	12	71	7	217.163	7



HDR Hessen Digital Radio

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

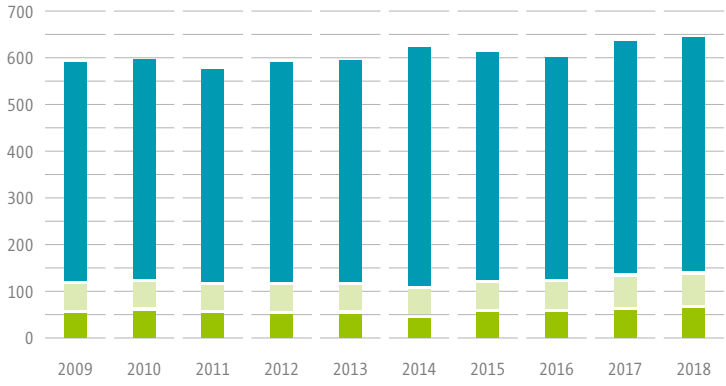
	2008	2010	2012	2014	2016	2018	Veränderung 2008/2018
Privates Fernsehen gesamt	8	13	14	13	12	13	5
Bundesweites Free-TV	3	6	8	8	5	5	2
Pay-TV	1	2	2	1	1	1	0
Teleshopping	2	2	1	1	2	3	1
Landesweite TV-Fenster[1]	1	2	2	2	2	2	1
Lokal-TV	1	1	1	1	2	2	1
Lokales Sparten-TV	–	–	–	–	–	–	
Privates Web-TV[2]				62	56	39[3]	
Privater Hörfunk gesamt	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	–	–	–	–	–	–	
Privates Webradio[2]				153	177	162[3]	
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	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
Öffentlich-rechtliches Web-TV[2]				3	3	3	
Öffentlich-rechtliches Webradio[2]				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

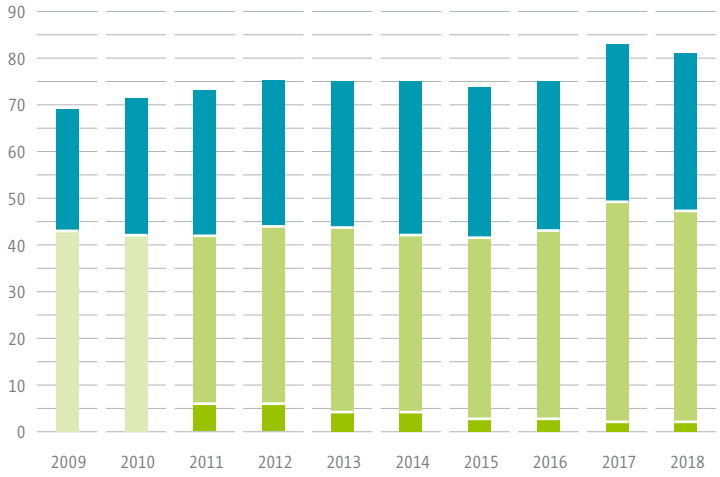


	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	481	482	467	482	487	524	500	487	509	515
Privater Hörfunk	55,3	54,6	54,0	55,0	54,6	54,6	56,0	58,2	65,2	63,8
Privates Fernsehen	54,5	58,8	53,0	52,0	52,4	43,5	55,6	56,0	60,3	65,7
Summen	**591**	**596**	**574**	**589**	**594**	**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



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	26,3	29,6	31,3	31,5	31,4	33,3	32,3	32,0	33,8	34,0
Privater Rundfunk	43,0	42,1								
Privater Hörfunk			36,0	38,0	39,6	38,2	38,9	40,2	47,2	45,2
Privates Fernsehen			6,0	6,0	4,2	4,2	2,7	2,7	2,1	2,1
Summen	**69,3**	**71,7**	**73,3**	**75,5**	**75,1**	**75,7**	**73,9**	**75,0**	**83,1**	**81,3**

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
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk[1]	1.727	1.696	1.666	1.626	1.590	1.568	1.568	1.565	1.610	1.602
Privates Fernsehen gesamt	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
Privater Hörfunk gesamt	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.

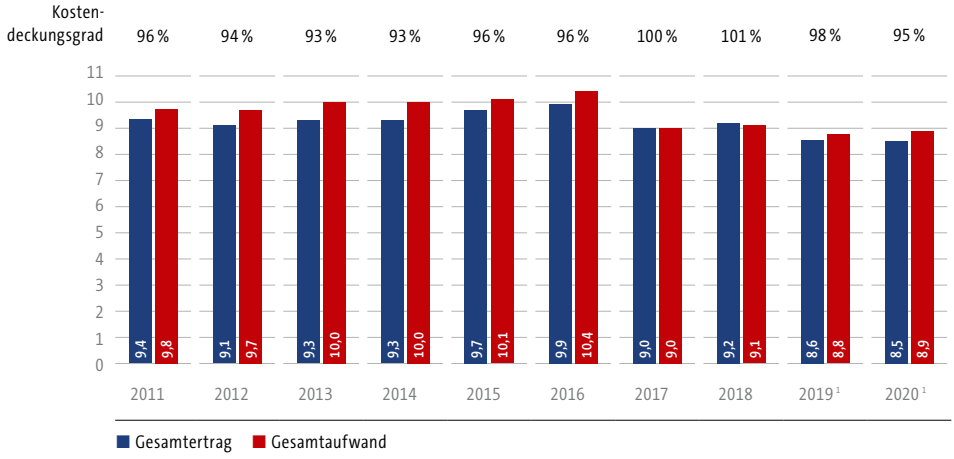
Regionale TV-Angebote erstmals mit positivem Ergebnis

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

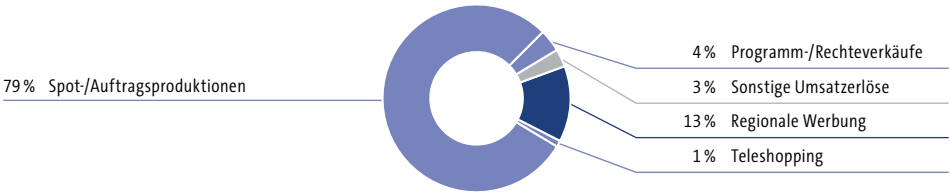
Durch die beiden landesweiten Fernsehfensteranbieter werden die Einnahmen im regionalen privaten Fernsehen in Hessen vor allem durch Auftragsproduktionen generiert. Diese haben 2018 weiter an Bedeutung gewonnen und machten einen Anteil von 79 Prozent an den Gesamterträgen aus – 2016 waren es noch rund 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.

8.4

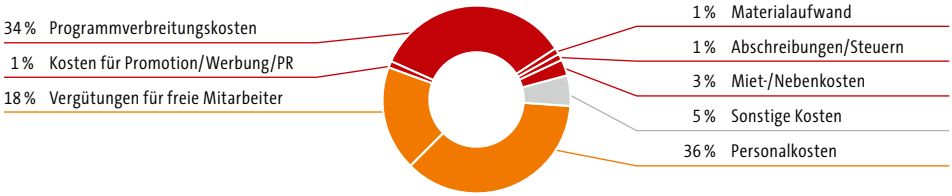
Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Hessen 2018

in Prozent

Gesamtertrag 9,2 Mio. Euro



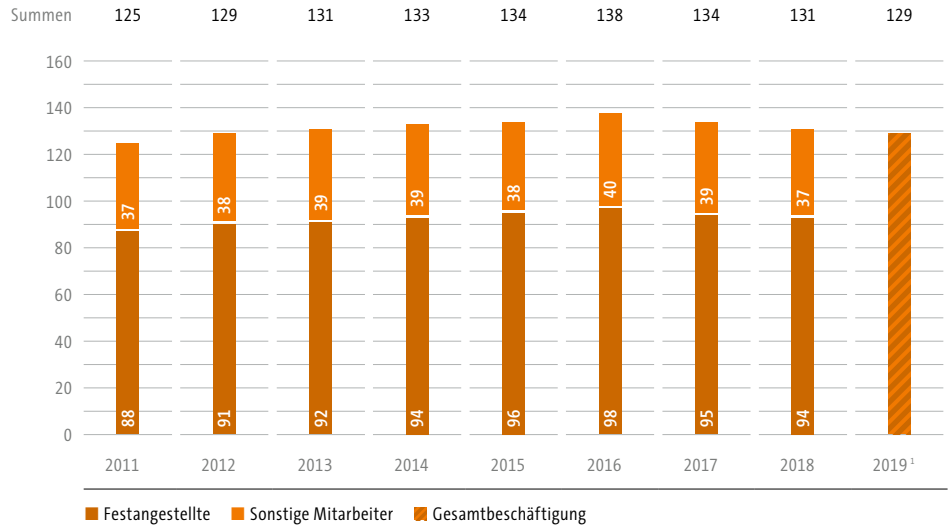
Gesamtaufwand 9,1 Mio. Euro



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

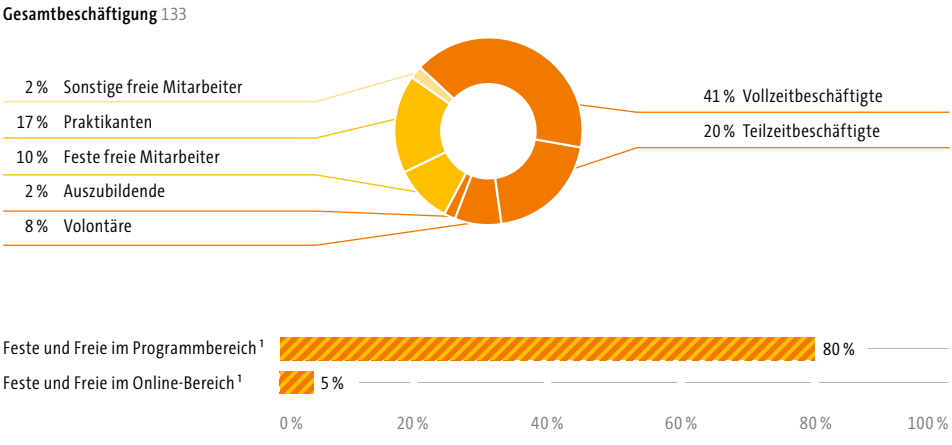


(1) Angaben der Anbieter für Mitte 2019

8.6

Beschäftigtenstruktur im privaten regionalen Fernsehen in Hessen 2018

in Prozent



(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.

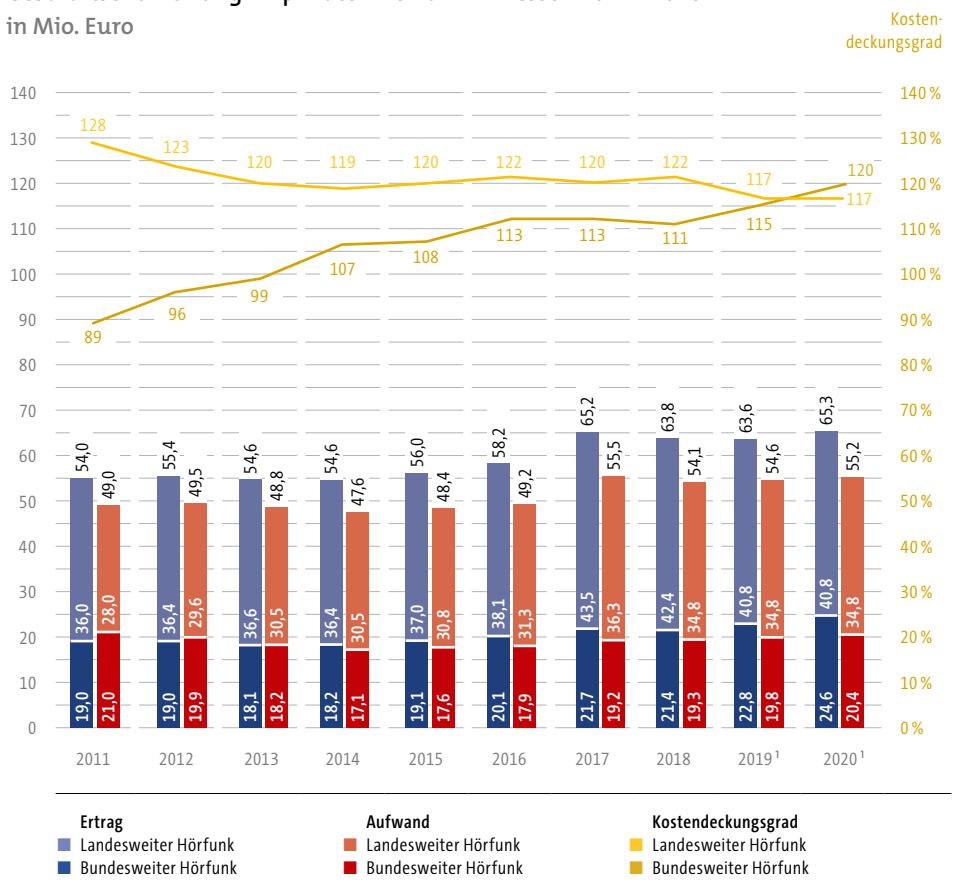
Erträge im hessischen Privatradio sinken leicht

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

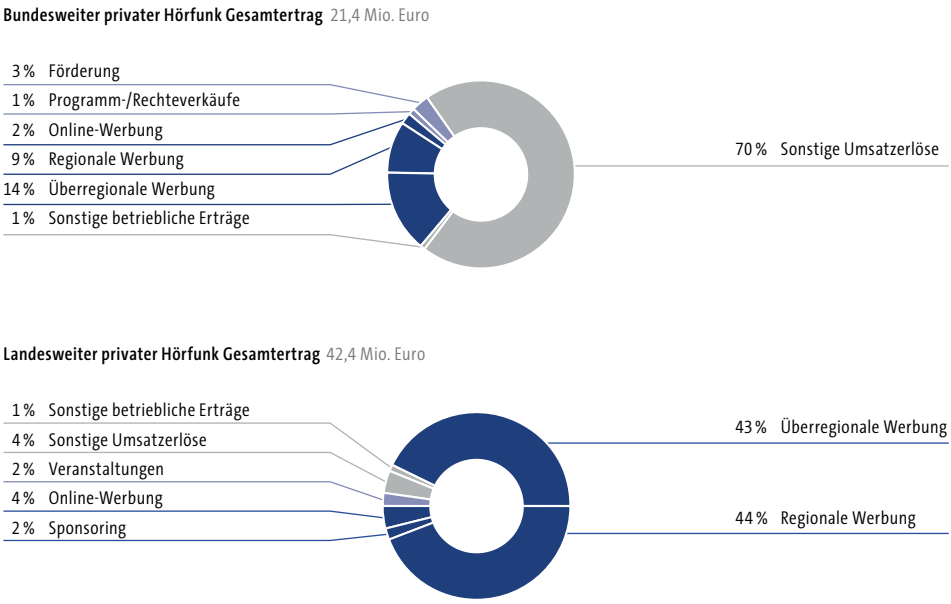
Dass die Erträge in den Jahren 2016 bis 2018 schwankten, lag an der Entwicklung der Werbe- und Sponsoring-Einnahmen. Diese stiegen von 40,2 Mio. Euro im Jahr 2016 auf 45,2 Mio. Euro im Jahr 2018 und erreichten 2017 sogar 47,2 Mio. Euro. Grund für das Hoch 2017 waren zweistellige Steigerungen eines bundesweiten 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 bedeutsamste Ertragsart im hessischen Privatradio. Insgesamt entfielen auf sie rund 71 Prozent aller Einnahmen; das waren jedoch deutlich weniger als im gesamten deutschen Privatradio (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

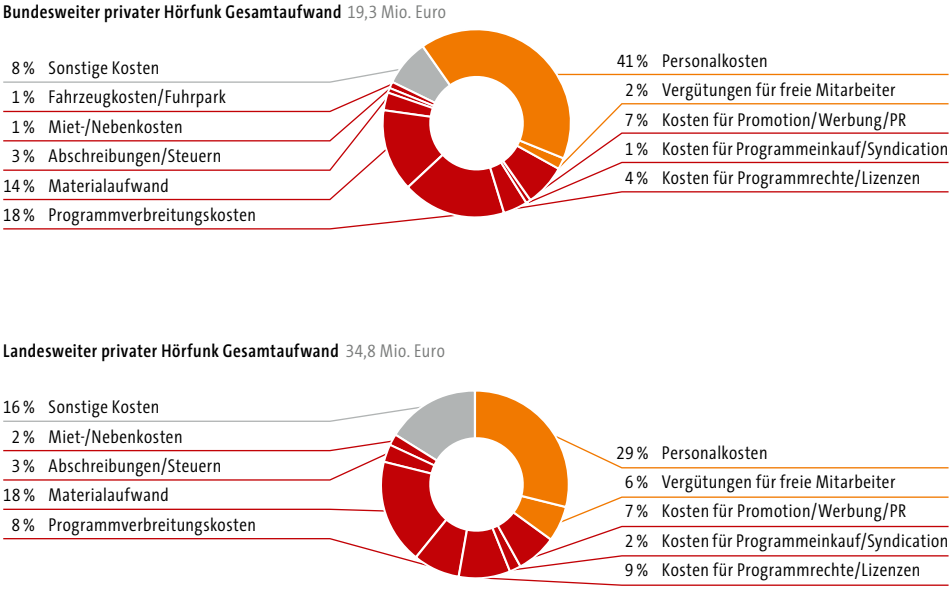


Vorübergehende Kostensenkung im Jahr 2018

Die Ausgaben der hessischen Privatradioanbieter 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 Privatradio 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



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

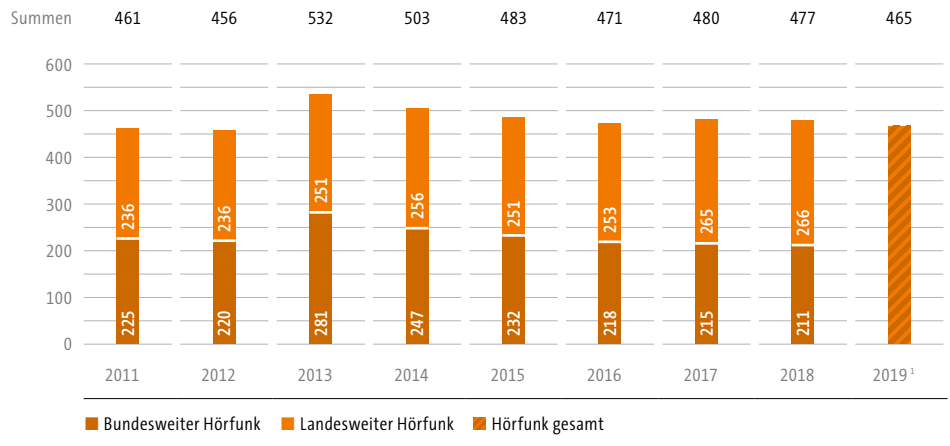
Mit ihren soliden Wirtschaftsdaten schrieben die hessischen Sender 2018 einen jahrelangen Trend fort, wobei die Entwicklung der bundesweiten Anbieter besonders erfreulich ist, denn sie konnten ihre Kostendeckung kontinuierlich verbessern und schreiben seit 2014 in der Summe schwarze Zahlen. Sie rechnen 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 Privatradio 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 Privatradio 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 Privatradio waren 37 Prozent als feste und sonstige Freie oder als Praktikanten tätig.

8.10

Beschäftigte im privaten Hörfunk in Hessen 2011 – 2020 [1]



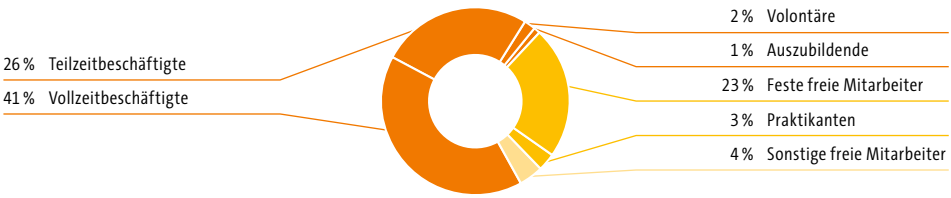
(1) Angaben der Anbieter für Mitte 2019

8.11

Beschäftigtenstruktur im privaten Hörfunk in Hessen 2018 in Prozent

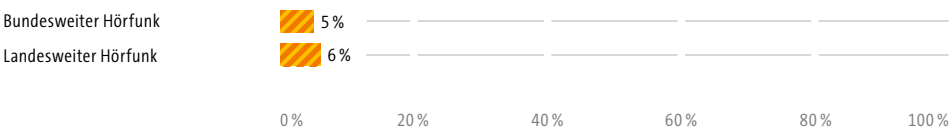
Bundesweiter privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 211

Landesweiter privater Hörfunk Gesamtbeschäftigung 266



Feste und Freie im Programmbereich [1]

Feste und Freie im Online-Bereich [1]



(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[1] 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[2]	13,7	14,2	15,5	15,7	16,1	15,3	16,7	15,0	15,7	16,1	16,1
Hörfunkwerbung[2]	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[1] 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
Geasmtaufwand	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

T 8.4

Privates Fernsehen in Hessen 2017/2018

	Bundesweites Fernsehen	Regionales Fernsehen	Fernsehen gesamt
	Anzahl		
Programme 2018	9	4	13
Festangestellte 2017	820	96	916
Festangestellte 2018	837	95	932
Vollzeitbeschäftigte	437	55	492
Teilzeitbeschäftigte	387	27	414
Volontäre	5	11	16
Auszubildende	8	2	10
Sonstige Mitarbeiter 2017	41	36	77
Sonstige Mitarbeiter 2018	40	38	78
Feste freie Mitarbeiter	22	13	35
Praktikanten	4	22	26
Sonstige freie Mitarbeiter	14	3	17
Gesamtbeschäftigung 2017	861	132	993
Gesamtbeschäftigung 2018	877	133	1.010
Gesamtbeschäftigung Mitte 2019	882	131	1.013
	in Millionen Euro		
Gesamtertrag 2017	51,2	9,0	60,3
Gesamtertrag 2018	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
Gesamtaufwand 2017	45,6	9,0	54,6
Gesamtaufwand 2018	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		
Kostendeckungsgrad 2017	112	100	110
Kostendeckungsgrad 2018	112	101	110

Quelle: Goldmedia

T 8.5

Privater Hörfunk in Hessen 2017/2018

	Bundesweiter Hörfunk	Landesweiter und regionaler Hörfunk	Hörfunk gesamt
	Anzahl		
Programme 2018	4	4	8
davon			
UKW Programme	1	4	5
DAB+-Simulcast-Programme	3	3	6
DAB+-Only-Programme	0	0	0
Webradio-Programme[1]	21	22	43
Festangestellte 2017	199	185	384
Festangestellte 2018	196	187	383
Vollzeitbeschäftigte	128	110	238
Teilzeitbeschäftigte	62	70	132
Volontäre	5	5	10
Auszubildende	1	2	3
Sonstige Mitarbeiter 2017	16	80	96
Sonstige Mitarbeiter 2018	15	79	94
Feste freie Mitarbeiter	1	62	63
Praktikanten	3	7	10
Sonstige freie Mitarbeiter	11	10	21
Gesamtbeschäftigung 2017	215	265	480
Gesamtbeschäftigung 2018	211	266	477
Gesamtbeschäftigung Mitte 2019	207	258	465
	in Millionen Euro		
Gesamtertrag 2017	21,7	43,5	65,2
Gesamtertrag 2018	21,4	42,4	63,8
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
Gesamtaufwand 2017	19,2	36,3	55,5
Gesamtaufwand 2018	19,3	34,8	54,1
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		
Kostendeckungsgrad 2017	113	120	117
Kostendeckungsgrad 2018	111	122	118

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

Beschäftigte (nur festangestellte) der Radiowellen im Hessischen Rundfunk - 2010 bis 2019

PwC: 05.11.2020

Welle	Berufsgruppen	2010			2011			2012			2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019		
		M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.	M	W	Sum.
hr1	Allgemeine Leitungsfunktion	4	1	5	4		4	4		4	4		4	4		4	4		4	4		4									
	Redaktion / Korrespondenz	8	4	12	7	5	12	6	4	10	6	5	11	6	6	12	7	6	13	6	6	12									
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat		14	14		13	13		13	13		12	12		11	11		11	11		12	12									
		12	19	31	11	18	29	10	17	27	10	17	27	10	17	27	11	17	28	10	18	28									
hr4	Allgemeine Leitungsfunktion	5	2	7	4	3	7	4	3	7	4	3	7	3	4	7	3	4	7	1	1	2									
	Redaktion / Korrespondenz	2	2	4	1	2	3	1	3	4	1	3	4		3	3	2	2	4	1	1	2									
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat		8	8		8	8		8	8		7	7		7	7		8	8		5	5									
		7	12	19	5	13	18	5	14	19	5	13	18	3	14	17	5	14	19	2	7	9									
hr1/hr4-Unit	Allgemeine Leitungsfunktion																						5	1	6	3	1	4	3	2	5
	Redaktion / Korrespondenz																						9	9	18	12	7	19	10	5	15
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat																							19	19		18	18		17	17
																							14	29	43	15	26	41	13	24	37
hr2-kultur	Allgemeine Leitungsfunktion	4	2	6	4	1	5	4	1	5	4	1	5	4	1	5	3	1	4	3	1	4	3	1	4	3	1	4	3	1	4
	Redaktion / Korrespondenz	15	12	27	12	13	25	11	12	23	11	11	22	8	10	18	7	10	17	7	9	16	5	8	13	4	7	11	4	6	10
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat		23	23		24	24		21	21		19	19		19	19		18	18		19	19		19	19		18	18		17	17
		19	37	56	16	38	54	15	34	49	15	31	46	12	30	42	10	29	39	10	29	39	8	28	36	7	26	33	7	24	31
hr-info	Allgemeine Leitungsfunktion	5	3	8	4	5	9	4	5	9	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	3	7	4	2	6	5	2	7	4	2	6
	Redaktion / Korrespondenz	16	13	29	17	12	29	22	12	34	22	13	35	25	12	37	22	13	35	23	13	36	21	18	39	15	20	35	18	19	37
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat		27	27		28	28		27	27		26	26	1	27	28		25	25		30	30		31	31		29	29		21	21
		21	43	64	21	45	66	26	44	70	26	43	69	30	43	73	26	41	67	27	46	73	25	51	76	20	51	71	22	42	64
hr3	Allgemeine Leitungsfunktion	4	2	6	4	2	6	4	2	6	4	2	6	3	1	4	1	1	2												
	Redaktion / Korrespondenz			0			0		1	1			0	1		1	3	1	4												
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat		7	7		8	8		6	6		8	8		8	8		7	7												
		4	9	13	4	10	14	4	9	13	4	10	14	4	9	13	4	9	13												
YOU FM	Allgemeine Leitungsfunktion	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3												
	Redaktion / Korrespondenz	6	2	8	6	2	8	6	1	7	6	2	8	6	3	9	9	7	16												
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat		4	4		3	3		4	4		5	5	1	5	6		6	6												
		8	7	15	8	6	14	8	6	14	8	8	16	9	9	18	11	14	25												
Pop Unit	Allgemeine Leitungsfunktion																			5	2	7	5	2	7	6	1	7	4	1	5
	Redaktion / Korrespondenz																			8	8	16	8	9	17	7	8	15	9	6	15
	Sachbearbeitung, Assistenz, Sekretariat																				13	13	1	14	15		14	14		9	9
																				13	23	36	14	25	39	13	23	36	13	16	29
Gesamt		71	127	198	65	130	195	68	124	192	68	122	190	68	122	190	67	124	191	62	123	185	61	133	194	55	126	181	55	106	161

Abkürzungen:

M: Männlich
W: Weiblich
Sum.: Summe

Hinweise:

- Zusammenführung von hr1 und hr4 zu hr1/hr4-Unit (ab 2017)
- Zusammenführung von hr3 und YOU FM zu Pop Unit (ab 2016)

Anlage

Zu Frage 34

Anlage 9

die medienanstalten

Kantar

Digitalisierungsbericht 2020 – Hessen

Zentrale Ergebnisse aus dem Digitalisierungsbericht Audio auf Länderebene im Vergleich

August 2020

Inhalt

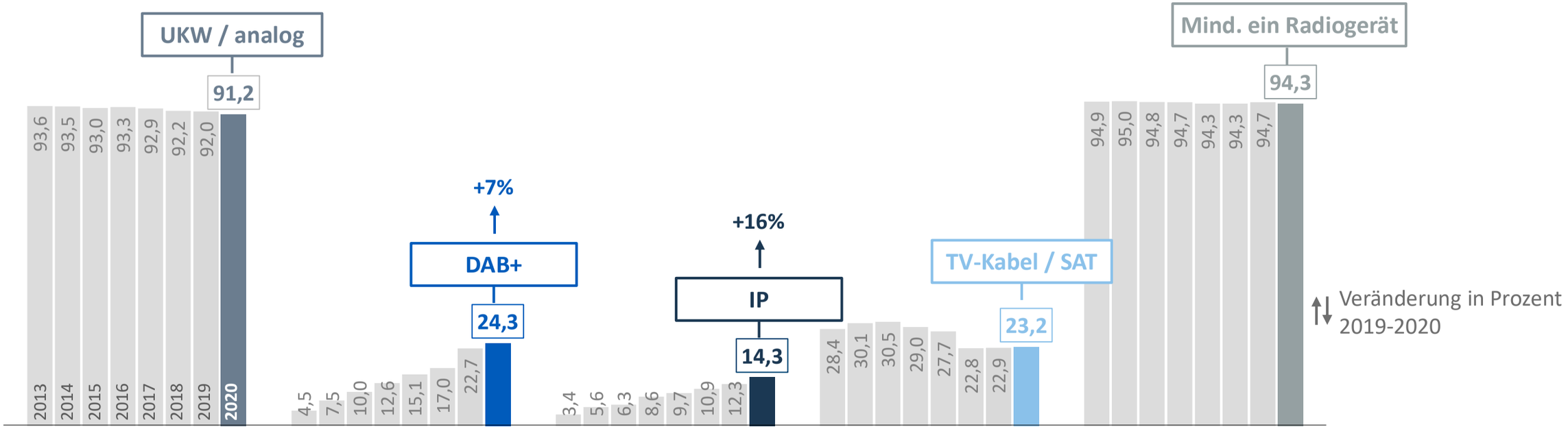
1. Radioempfang und –nutzung
2. Methodische Hinweise

© Tsiumpa; Fotolia #49532342

Radioempfang und -nutzung

Haushaltsausstattung Radiogeräte im Trend

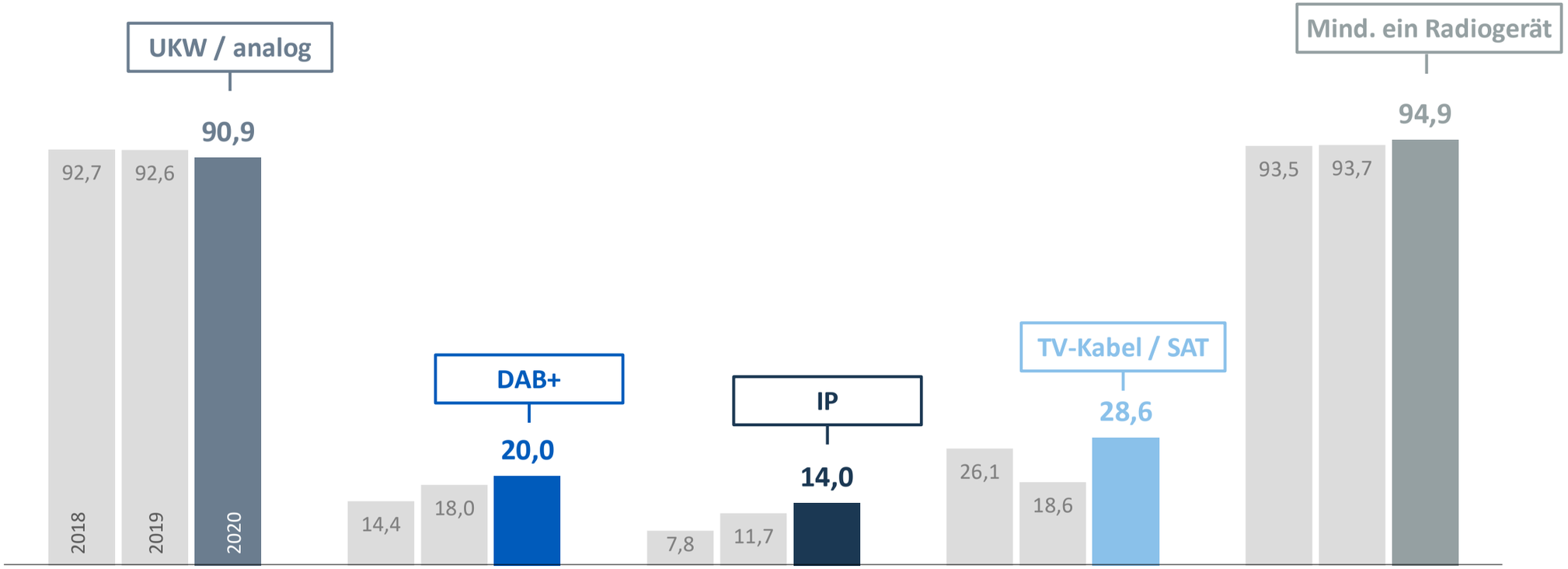
Die Ausstattung mit DAB+ nimmt erneut zu: Aktuell verfügt rund ein Viertel der Haushalte über mind. ein DAB+ Gerät. Auch der IP-Radioempfang steigt sichtbar an.



Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 / 39,372 / 39,672 / 40,219 / 40,350 / 40,684 Mio. Haushalte in Deutschland (n=7.127)

Haushaltsausstattung Radiogeräte im Trend

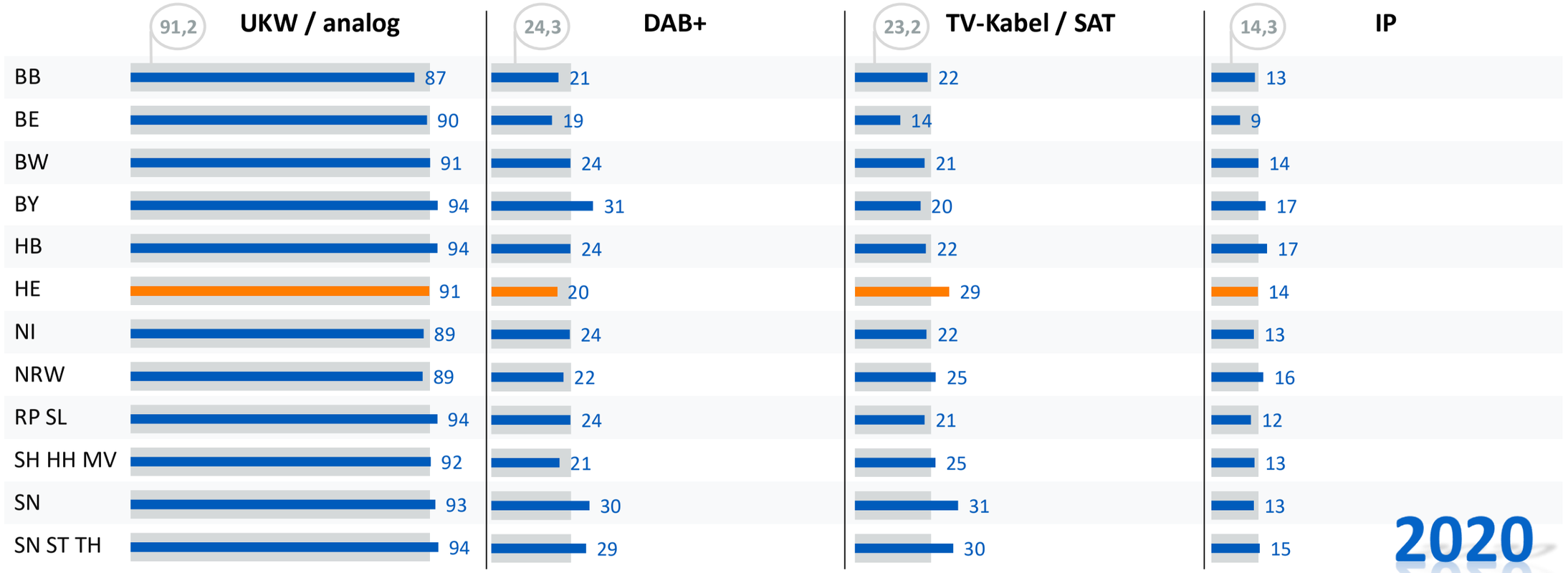
Hessen 2018 - 2020



Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 2,948 / 2,976 / 3,008 Mio. Haushalte in Hessen (n=500)

Haushaltsausstattung Radiogeräte in den Bundesländern

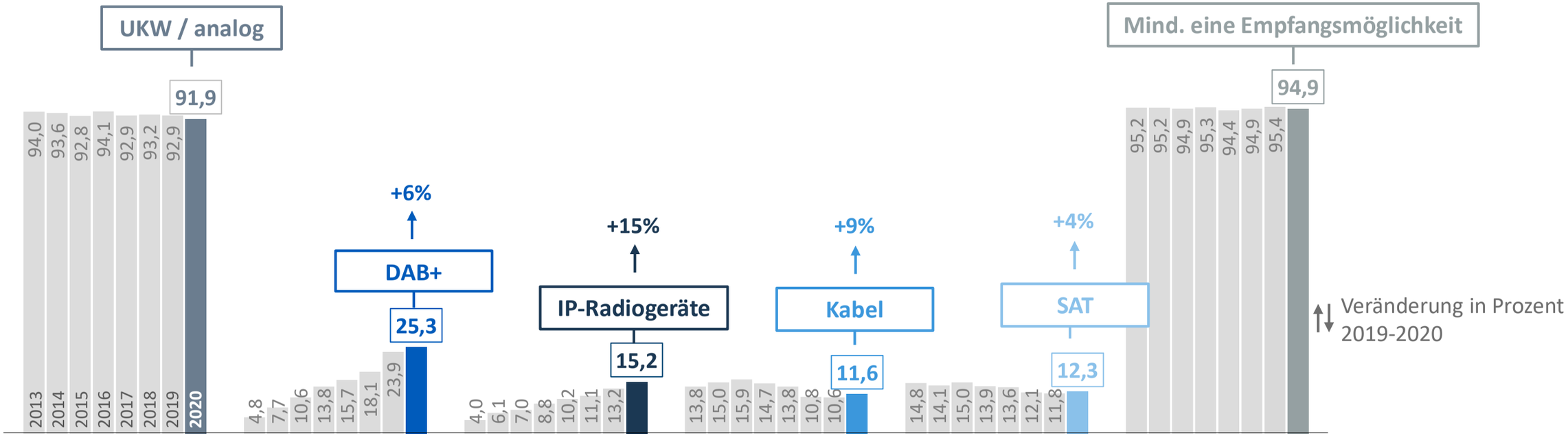
DAB+ ist überdurchschnittlich häufig in Bayern und Sachsen vertreten.



Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 40,684 Mio. Haushalte in Deutschland (n=7.127)

Zugang zu Radiogeräten / -empfangsarten – Personen

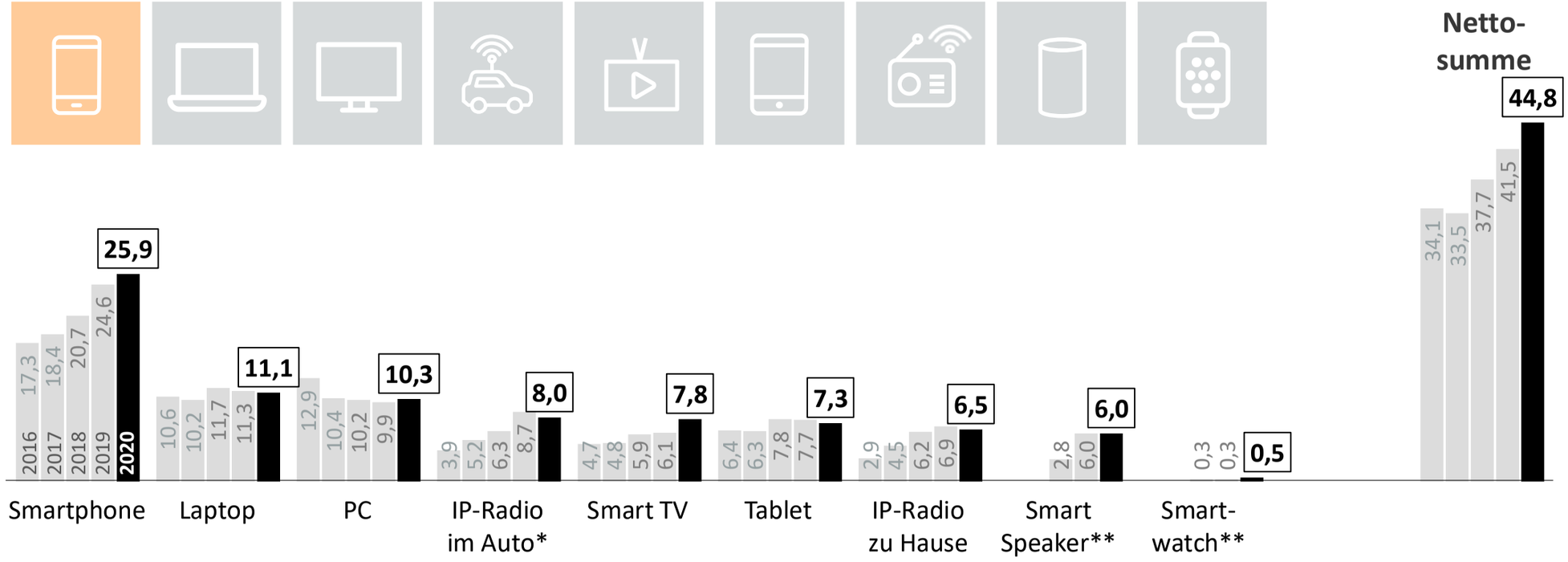
Auf Personenebene steigt vor allem der Zugang zu IP-Radios sichtbar an. Auch zu DAB+ und Radio per Kabel / Satellit haben etwas mehr Personen Zugang. UKW leicht rückläufig.



Angaben in Prozent; Personen mit Zugang zu Radioempfangsmöglichkeit im Haushalt; IP-Radiogeräte: Inkl. fest installiertes IP-Radiogerät im Auto
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

Nutzung Webradio im Trend – Personen

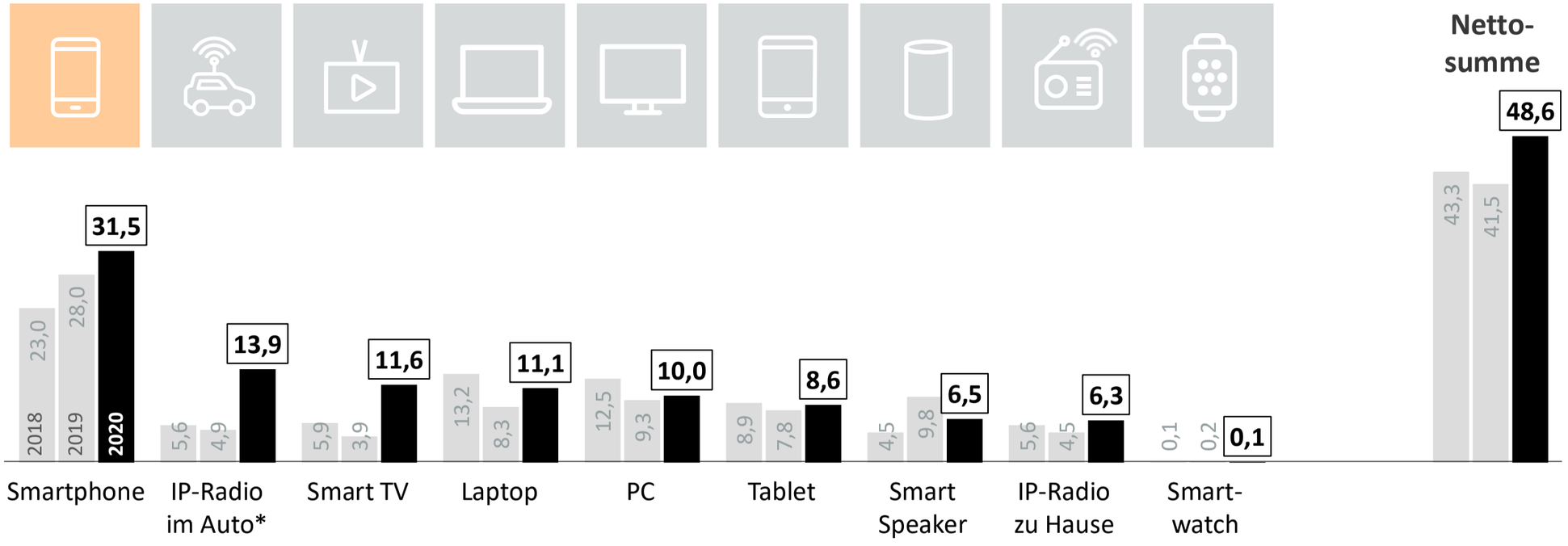
Die Nutzung von Webradio nimmt zu – insbesondere aufgrund stärkerer Nutzung per Smartphone und Smart TV. Alle anderen Geräte auf ähnlichem Niveau wie zuletzt.



Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto; ** 2018 zum ersten Mal berücksichtigt
Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

Nutzung Webradio im Trend – Personen

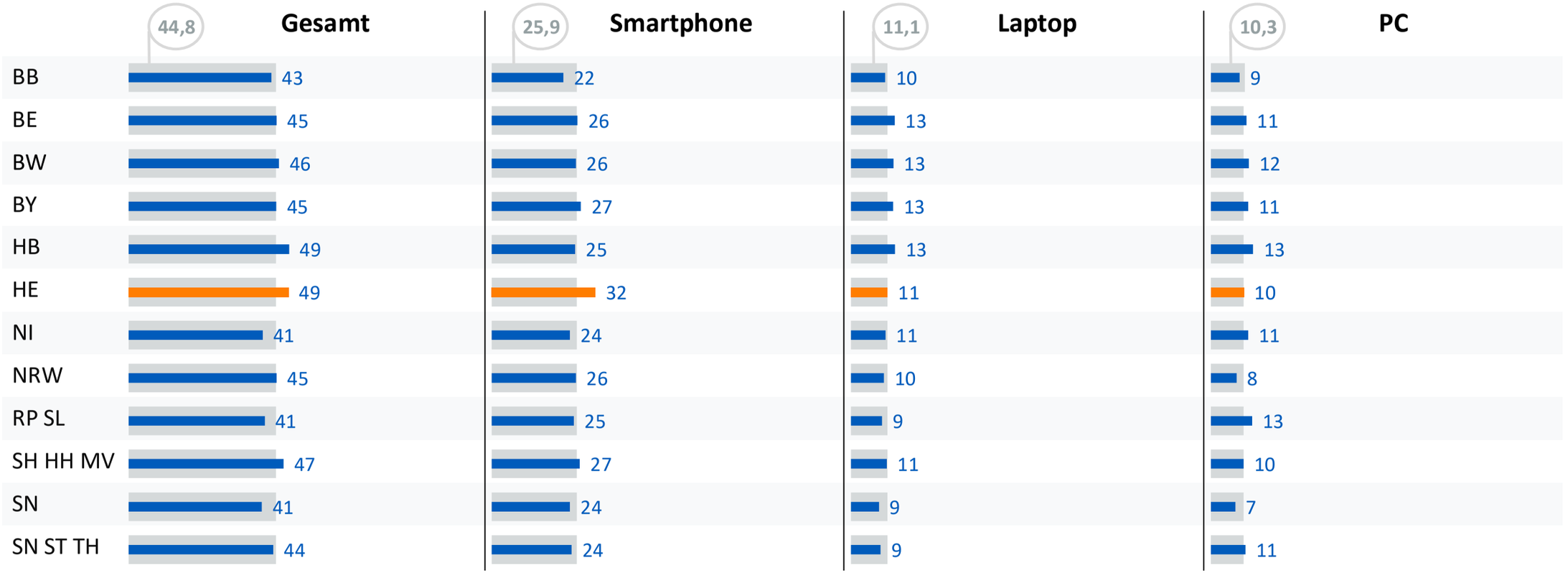
Hessen 2018 - 2020



Angaben in Prozent; *über Smartphone, Tablet oder fest installiertes IP-Radiogerät im Auto;
Basis: 5,220 / 5,251 / 5,278 Mio. Personen ab 14 Jahre in Hessen (n=500)

Nutzung Webradio – Personen

Webradio überdurchschnittlich in Bremen und Hessen – von jeweils ca. der Hälfte – genutzt.

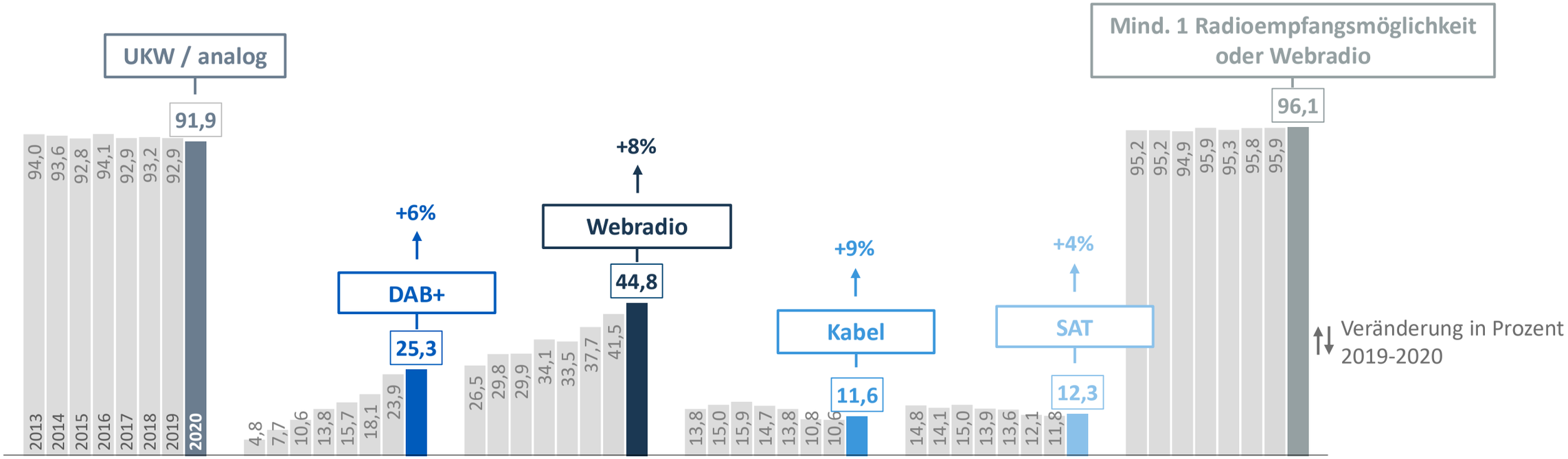


Angaben in Prozent

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

Radio-Übertragungswege im Vergleich – Personen

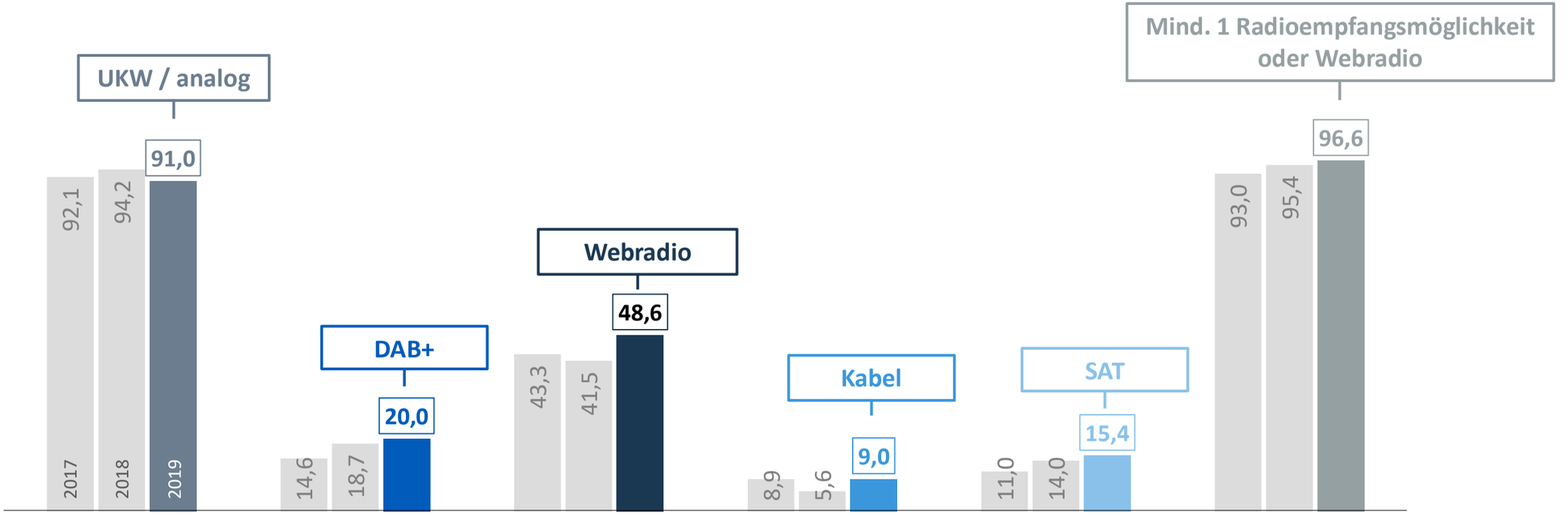
Die Webradio-Nutzung steigt erneut deutlich an. Damit bleibt das Webradio nach UKW die zweithäufigste Zugangsform für den Radio-Empfang.



Angaben in Prozent; Webradio definiert als: nutzt Webradio zumindest gelegentlich an irgendeinem Gerät
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

Radio-Übertragungswege im Vergleich – Personen

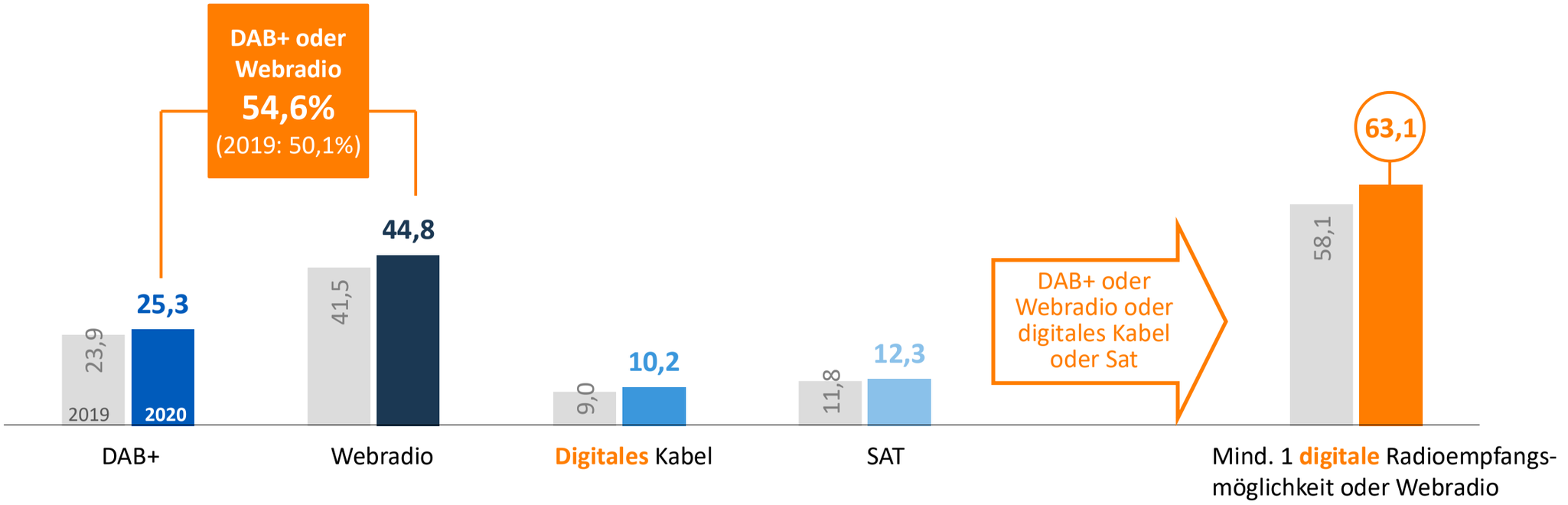
Hessen 2018 - 2020



Angaben in Prozent; Internetradio definiert als: nutzt Internetradio zumindest gelegentlich an irgendeinem Gerät
Basis: 5,220 / 5,251 / 5,278 Mio. Personen ab 14 Jahre in Hessen (n=500)

Netto Digitalisierungsquote – Personen

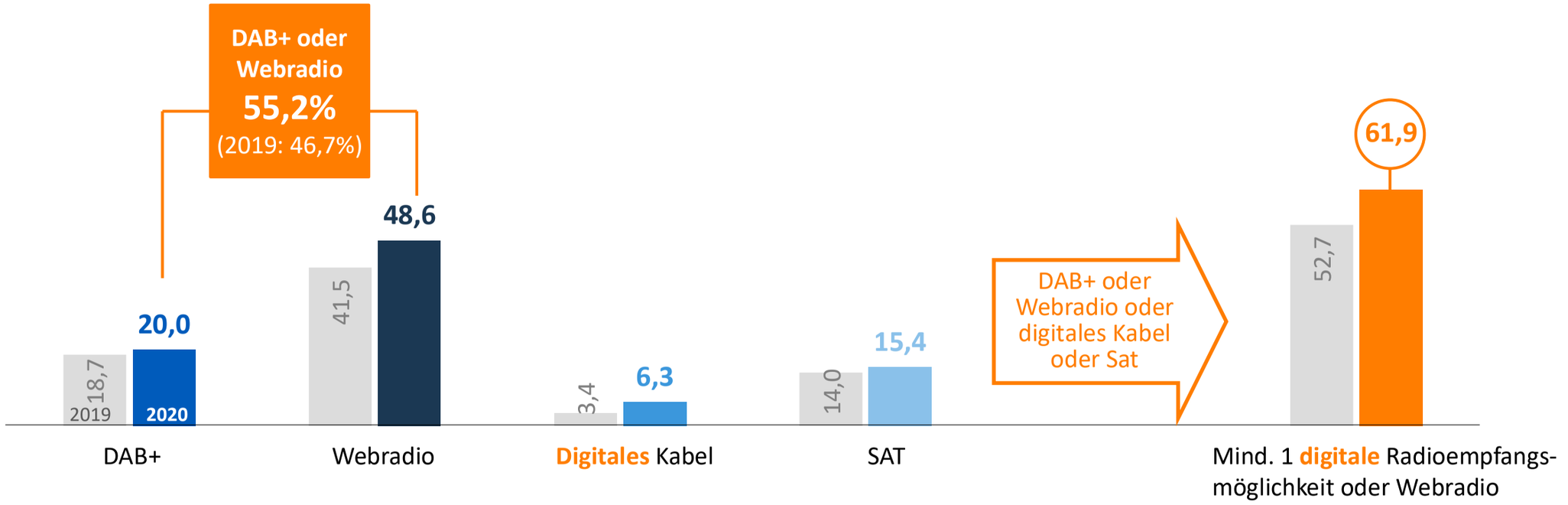
Mehr als 60% können mit mindestens einem Gerät im Haushalt digitales Radio empfangen.
Das Wachstum wird insbesondere durch DAB+ und Webradio getrieben.



Angaben in Prozent; Webradio definiert als: nutzt Webradio zumindest gelegentlich an irgendeinem Gerät
Basis: 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

Netto Digitalisierungsquote – Personen

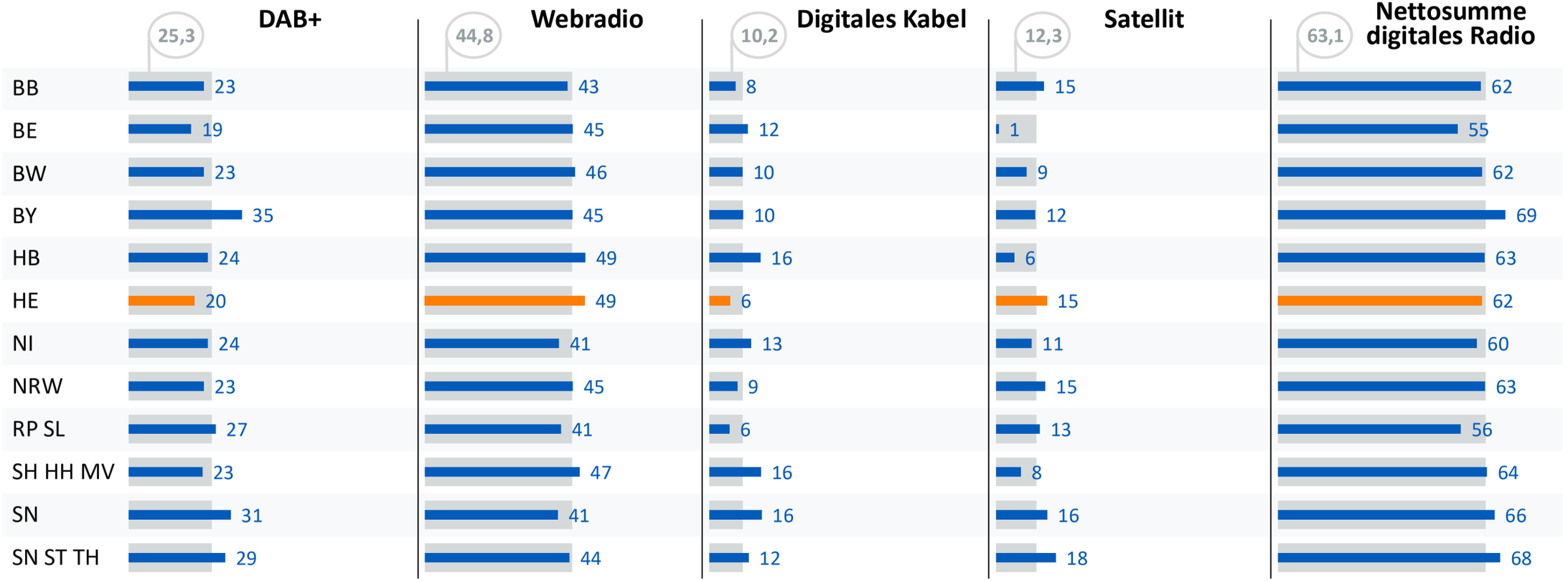
Hessen 2019 - 2020



Angaben in Prozent; Webradio definiert als: nutzt Webradio zumindest gelegentlich an irgendeinem Gerät
Basis: 5,251 / 5,278 Mio. Personen ab 14 Jahre in Hessen (n=500)

Digitale Radio-Übertragungswege in den Bundesländern

Sachsen und Bayern mit der höchsten Digitalisierungsquote, Berlin mit der geringsten.

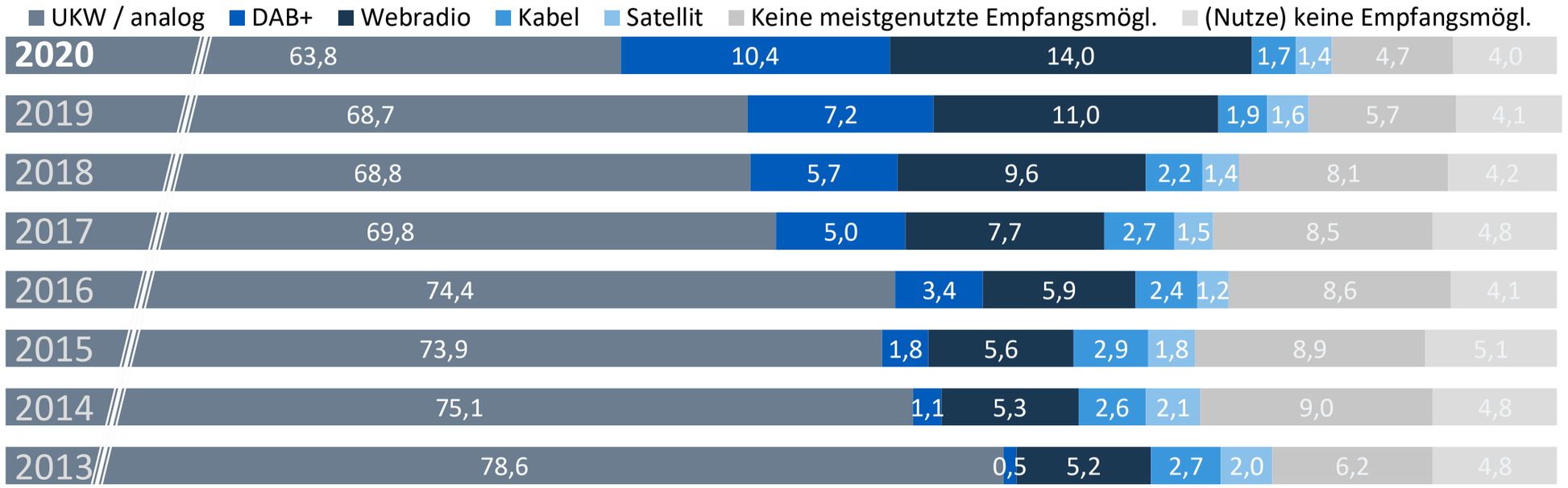


Angaben in Prozent

Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

Meistgenutzte Radioempfangsart im Trend

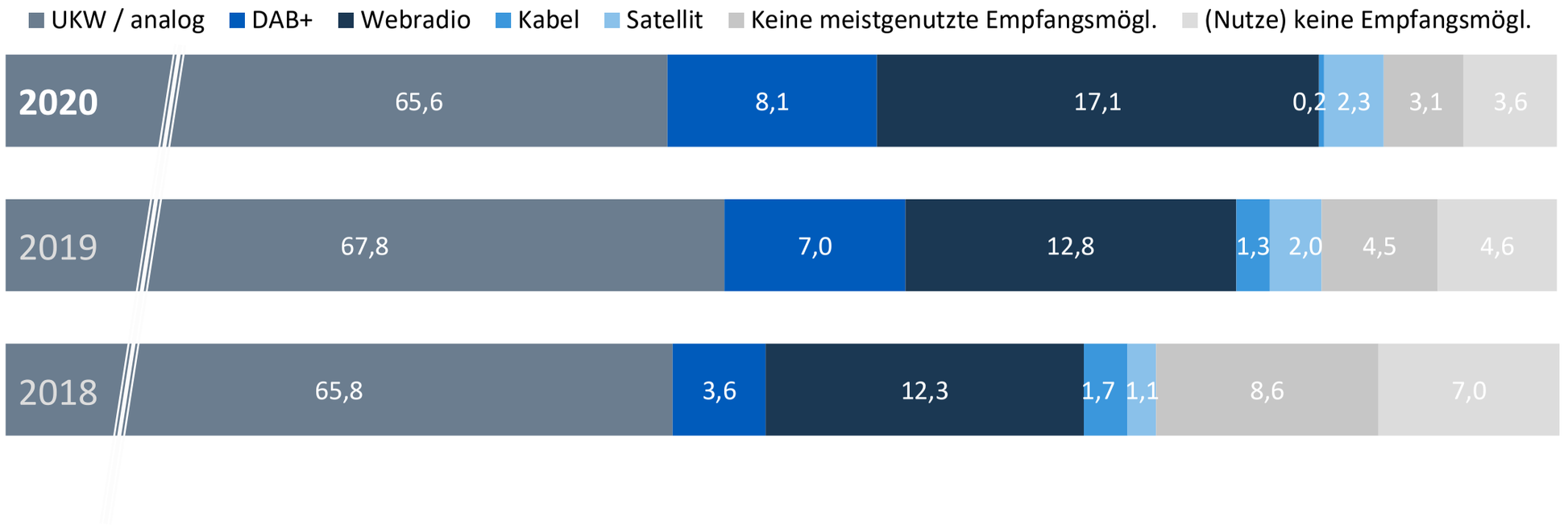
DAB+ und Webradio werden noch einmal deutlich häufiger als meistgenutzte Radioempfangsart angegeben, während UKW erneut an Relevanz verliert.



Angaben in Prozent; die Angaben zur am häufigsten genutzten Radioempfangsart beziehen sich auf die zum Haushalt gehörenden Radiogeräte (in der Wohnung oder im Auto).
Nicht berücksichtigt ist die „Außer Haus“-Nutzung an fremden Geräten.
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

Meistgenutzte Radioempfangsart im Trend

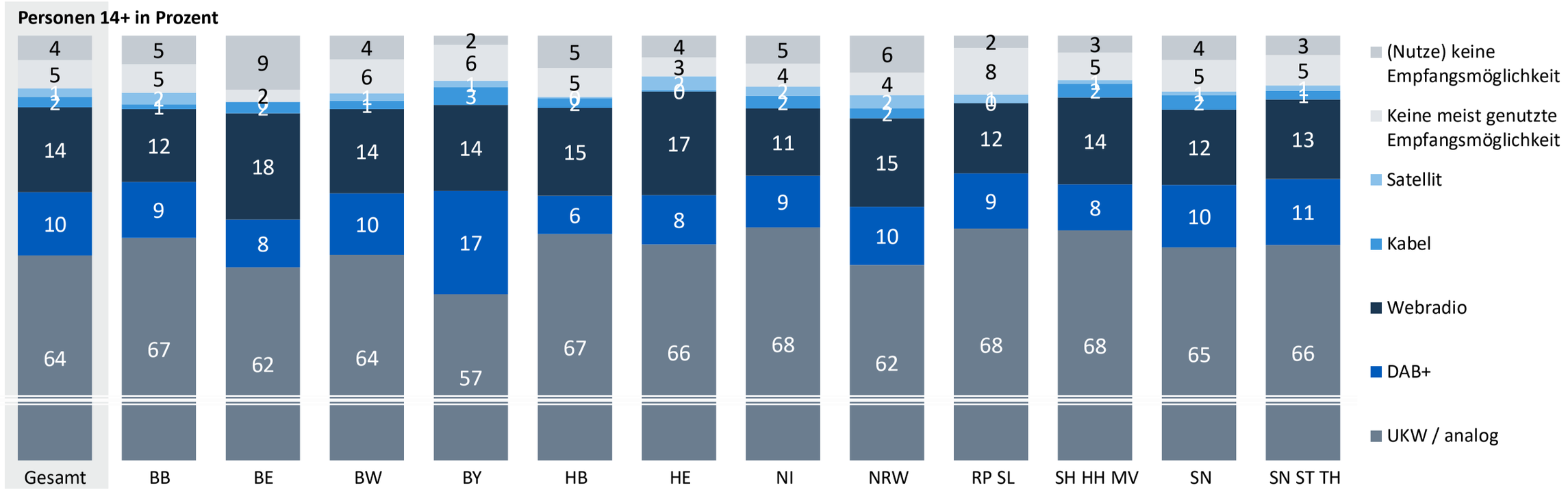
Hessen 2018 - 2020



Angaben in Prozent; die Angaben zur am häufigsten genutzten Radioempfangsart beziehen sich auf die zum Haushalt gehörenden Radiogeräte (in der Wohnung oder im Auto).
Nicht berücksichtigt ist die „Außer Haus“-Nutzung an fremden Geräten.
Basis: 5,220 / 5,251 / 5,278 Mio. Personen ab 14 Jahre in Hessen (n=500)

Meistgenutzte Radioempfangsart in den Bundesländern

In Bayern liegt DAB+ vor dem Webradio als meistgenutzte Empfangsart. Webradio am stärksten in HE.



Mio. Personen 14+												
70,598	2,157	3,023	9,342	11,080	0,630	5,278	6,789	15,218	4,377	5,404	3,504	7,301

Angaben in Prozent; die Angaben zur am häufigsten genutzten Radioempfangsart beziehen sich auf die zum Haushalt gehörenden Radiogeräte (in der Wohnung oder im Auto).
Nicht berücksichtigt ist die „Außer Haus“-Nutzung an fremden Geräten.
Basis: 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.127)

© Tsiumpa - Fotolia #495523942

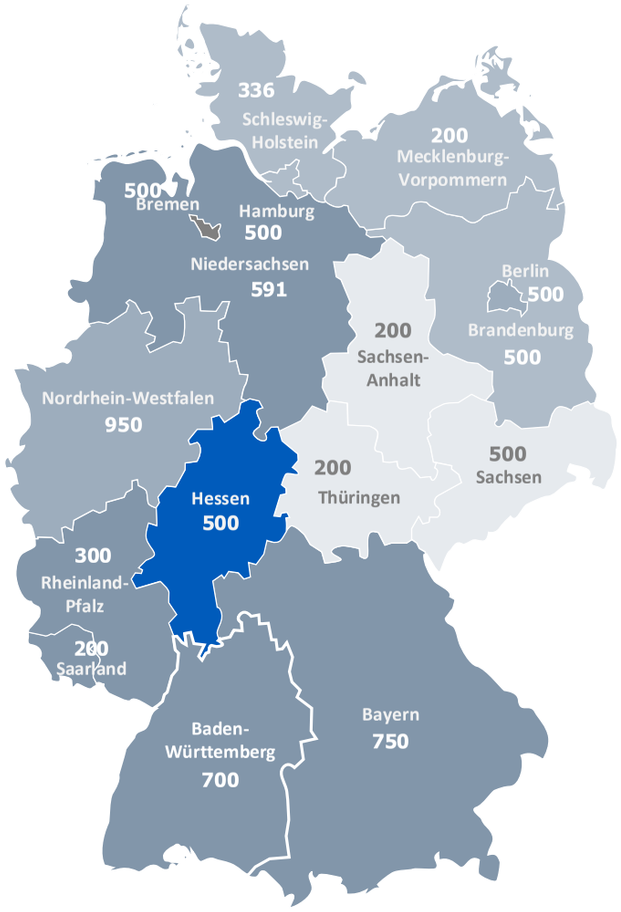
Methodische Hinweise

Methodische Hinweise – Digitalisierungsbericht Audio

Digitalisierungsbericht Audio 2020	
Auftraggeber:	Die Medienanstalten unter Beteiligung von ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast und Vodafone
Institut:	Kantar
Methode:	Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,598 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,684 Mio. Haushalten
Stichprobe / Zielperson:	Die Studie wurde als so genannte **Dual-Frame-Telefonbefragung**, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Anteil Mobilnummern: 20% in der Gesamtstichprobe Basis + Altersklassen + Aufstockung). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt. Die telefonische Erreichbarkeit der jüngeren Bevölkerung, insbesondere 14-29-Jährigen, ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurden in einer **Teilstichprobe gezielt Personen der Altersgruppe 14-29 Jahre** befragt, um deren Anteil in der Nettostichprobe zu erhöhen. In Haushalten mit mehr als einer Person in dieser Altersgruppe wurde eine dieser 14-29-jährigen Personen per Zufall ausgewählt. Es wurde der gleiche Fragebogen verwendet wie bei der Stichprobe der ab 14-Jährigen. Die beiden Sampling-Frames (Festnetz und Mobil) sowie die „Altersklassen-Interviews 14-29“ wurden mittels Designgewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.
Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 6.000 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.000 Interviews – einschließlich 500 Altersklassen-Interviews – wurden proportional auf die Bundesländer verteilt mit Berücksichtigung einer Mindestfallzahl von 200 pro Bundesland.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 1.127 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen, Hessen und Sachsen realisiert. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
Erhebungszeitraum:	04.05. – 22.06.2020

Stichprobe Digitalisierungsbericht Audio

Realisierte Interviews 2020	Anzahl
Baden-Württemberg	700
Bayern	750
Berlin	500
Brandenburg	500
Bremen	500
Hamburg	200
Hessen	**500**
Mecklenburg-Vorpommern	200
Niedersachsen	591
Nordrhein-Westfalen	950
Rheinland-Pfalz	300
Saarland	200
Sachsen	500
Sachsen-Anhalt	200
Schleswig-Holstein	336
Thüringen	200
Summe	**7.127**



Wie in den Vorjahren wurde eine Basisstichprobe von 6.000 Interviews proportional auf die Bundesländer verteilt, mindestens 200 pro Bundesland.

Als Untergrenze für eine separate Berichterstattung wurden 500 Interviews festgelegt. Einige Landesmedienanstalten haben daher ihre Länder mit zusätzlichen Interviews aufgestockt.

Bundesländer mit einer Fallzahl deutlich unter 500 können nur zusammengefasst berichtet werden. Dies gilt in diesem Jahr für:

- Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg und Schleswig-Holstein (werden nur zusammengefasst betrachtet)
- Thüringen (mit Sachsen und Sachsen-Anhalt zusammengefasst)
- Sachsen-Anhalt (mit Sachsen und Thüringen zusammengefasst)
- Rheinland-Pfalz und Saarland (zusammengefasst)