



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

DIE FINANZIELLE LAGE
DER FERNSEHUNTERNEHMEN
IN DER EUROPÄISCHEN UNION
(1999-2004)

André Lange
Leiter der Abteilung Märkte und Finanzierung
Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Europarat, Straßburg

September 2005



COUNCIL OF EUROPE CONSEIL DE L'EUROPE

Nach den hohen Verlusten in den Jahren 2001-2002 hat sich die Situation der Fernsehunternehmen in der Europäischen Union (EUR 25) 2003 und 2004 insgesamt gebessert. Die Einnahmen der Fernsehunternehmen stiegen von 1999 bis 2003 um 10 Milliarden EUR auf 64,5 Milliarden an, was einem durchschnittlichen Jahreswachstum von 4,4 % entspricht. Die Gewinnspanne der Branche kam wieder leicht ins Plus (0,4 % gegenüber -5,7 % 2001 und -3,7 % 2002), jedoch bleibt das Nettodefizit weiterhin signifikant: 2,4 Milliarden EUR gegenüber 4,7 Milliarden 2001 und 3,1 Milliarden 2002.

Immer mehr Unternehmen auf dem Markt, aber hohe Zahl von Konkursen und Fusionen

Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle hat die Jahresabschlüsse und Bilanzen der Jahre 1999-2003 von fast 550 Fernsehunternehmen analysiert. Die für 2004 vorliegenden Daten reichen zwar für eine Analyse noch nicht aus, aber alle Anzeichen bestätigen die finanzielle Erholung der Branche.

Die Informationsstelle hat die Fernsehunternehmen in sechs große Gruppen eingeteilt:

- Öffentlich-rechtliche Hörfunk- und Fernsehunternehmen (SPTV): Diese Gruppe umfasst die großen klassischen öffentlich-rechtlichen Unternehmen, die landesweit oder regional Vollprogramme senden, ebenso wie ihre Tochterunternehmen für die Ausstrahlung von Spartenprogrammen. In den Jahresabschlüssen integrierter Unternehmen sind meist auch die Hörfunkaktivitäten enthalten (etwa bei ARD, BBC, RAI usw.). Die Abschlüsse der reinen Hörfunkgesellschaften (Radio France, Sveriges Radio usw.) wurden nicht berücksichtigt.
- Werbefinanzierte private Fernsehunternehmen (ADTV): Diese Gruppe umfasst die meist terrestrisch verbreiteten Rundfunkvollprogramme.
- Pay-TV-Unternehmen, die Spielfilme ausstrahlen (PAYTV): Zu dieser Gruppe gehört die Senderfamilie von Canal+, allerdings ohne die Unternehmen, die in erster Linie Programmpakete anbieten.
- Anbieter von Programmpaketen oder Senderbouquets (PACKTV): Diese Unternehmen bieten Programmpakete an, die entweder über Satellit (BSkyB, Canal Satellite, TPS usw.) oder digital terrestrisch (u. a. die eingestellten Sender ITV Digital und Quiero, Senda i Sverige) verbreitet werden. Aus verschiedenen methodischen Gründen konnten wir in den Analysen allerdings auf die Kabelnetzbetreiber nicht eingehen.
- Betreiber von Spartenkanälen (THTV): Diese Unternehmen sind darauf spezialisiert, auf dem Fernsehmarkt eines oder mehrerer europäischer Länder einen oder mehrere Spartenkanäle anzubieten.
- Unternehmen, die Homeshopping-Kanäle oder -Programme anbieten (HSTV): Hierbei kann es sich um eigene Sendeunternehmen handeln (QVC, HSN u. a.) oder um die Homeshopping-Filialen von Sendeanstalten.

T.1. Anzahl der in der Analyse der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle erfassten Fernsehunternehmen in der Europäischen Union (1999-2003)

	1999	2000	2001	2002	2003
SPTV	74	76	80	81	79
ADTV	81	82	79	79	76
PAYTV	25	26	27	26	27
PACKTV	33	35	36	33	36
THTV	159	197	218	233	236
HSTV	30	33	30	35	35
Gesamt	402	449	470	487	489

Die Zahl der aktiven Unternehmen stieg innerhalb von vier Jahren um 87 an. Eigentlich kam es zu 155 Neugründungen, denen aber 68 Firmen gegenüberstehen, die ihre Tätigkeit eingestellt haben oder von der Konkurrenz übernommen wurden. Die positivste Entwicklung verzeichnet die Gruppe der Anbieter von Spartenkanälen, die allerdings auch am anfälligsten ist.¹

Je nach Land unterschiedlicher Wachstumsrhythmus

Das Vereinigte Königreich ist mit Abstand das Land, in dem die Fernsehunternehmen die höchsten Einnahmen erzielen: 17,3 Milliarden EUR 2003, gegenüber 13,6 Milliarden in Deutschland, 10,5 Milliarden in Frankreich und 7,6 Milliarden in Italien. Dies lässt sich sowohl durch die Höhe der Finanzierung öffentlich-rechtlicher Unternehmen, den hohen Entwicklungsstand des digitalen Fernsehens und das große Senderangebot erklären als auch durch die Tatsache, dass zahlreiche Unternehmen mit gesamteuropäischem Anspruch ihren Sitz in Großbritannien haben.²

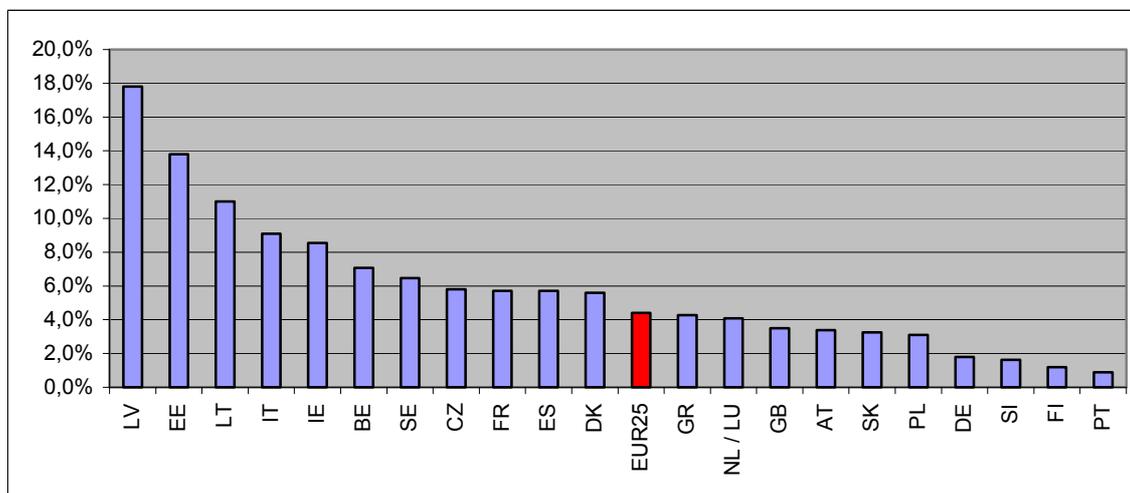
¹ Die Analyse erfolgte – bis auf wenige Ausnahmen – auf der Grundlage der nicht konsolidierten Jahresabschlüsse der Unternehmen, um möglichst genau die Sendetätigkeit zu erfassen und Aktivitäten von Tochterunternehmen für Produktion, Programmierung oder Übertragung auszuschließen. Bei der analysierten Population handelt es sich nicht um die Gesamtheit aller Unternehmen in der Europäischen Union, die Fernsehdienste anbieten; ihre Zahl wird auf etwa 720 geschätzt. Bei den meisten Unternehmen jedoch, die in der Auswahl der Informationsstelle nicht analysiert wurden, handelt es sich um Betreiber kleiner Spartenkanäle, die auf dem Markt praktisch nicht wahrgenommen werden und deren wirtschaftliche Bedeutung zu vernachlässigen ist. Die Informationsstelle hält die Auswahl der Unternehmen für repräsentativ. Sie begrüßt die Bemühungen der Sendeunternehmen in den letzten Jahren um größere Transparenz. Die Fälle, in denen Schätzungen nötig waren, um Datenlücken zu füllen, sind relativ unbedeutend.

² Die Informationsstelle schätzt den Betriebsertrag der Anbieter von gesamteuropäischen oder internationalen Fernsehsendern mit Sitz im Vereinigten Königreich (ohne BBC World Services) für das Jahr 2003 auf etwas mehr als 800 Millionen EUR. Der eigentliche Betrag von 974 Millionen EUR verringerte sich insbesondere nach dem Umzug des flämischen Senders VT-4 nach Belgien.

T.2. Betriebsertrag der Fernsehunternehmen in der Europäischen Union (1999-2003)- In Tausend EUR

	1999	2000	2001	2 002	2 003
GB	15 077 283	16 635 532	17 877 253	17 225 398	17 268 269
DE	12 626 897	13 526 700	13 772 000	13 806 111	13 583 899
FR	8 415 658	9 361 000	9 686 000	10 020 131	10 507 285
IT	5 349 582	5 992 117	6 129 108	6 313 221	7 580 650
ES	3 824 581	4 304 234	4 457 549	4 497 706	4 777 624
NL / LU	1 768 489	1 880 000	2 016 000	2 092 274	2 075 105
SE	1 011 630	1 069 791	1 080 744	1 205 736	1 300 418
BE	968 771	1 076 217	1 097 110	1 185 208	1 273 124
AT	857 349	944 499	928 860	930 151	979 398
GR	760 209	881 833	866 933	909 475	898 941
DK	715 084	793 849	823 052	856 687	888 700
PL	763 004	986 292	1 151 026	1 023 188	862 386
FI	554 121	580 160	581 059	578 182	581 091
PT	401 237	428 320	426 625	389 518	415 780
CZ	283 759	284 026	312 879	330 769	354 891
IE	250 973	263 646	278 846	313 778	348 468
HU	207 721	244 676	276 068	305 737	k. A.
SI	126 492	135 149	144 373	141 181	134 890
SK	68 668	69 436	78 474	74 396	78 035
LT	21 169	23 657	28 107	30 208	32 134
LV	14 383	21 979	22 118	21 015	27 711
EE	15 944	16 011	15 828	22 852	26 734
MT	8 812	9 078	8 729	8 179	7 908
CY	k. A.				
EUR25	54 093 815	59 530 202	62 060 742	62 283 103	64 292 515

G.1. Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Fernsehunternehmen in der Europäischen Union (EUR 25) (1999-2003)



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Das durchschnittliche jährliche Wachstum von 4,4 % muss angesichts der in den 1980/90er-Jahren für die Branche typischen zweistelligen Zuwachsraten, die 2000 noch bei 10 % lagen, als relativ schwach eingestuft werden. 2002 war die Zuwachsrate mit 0,4 % am niedrigsten, 2003 stieg sie wieder auf 3,2 % an. Bei den großen Ländern lag das Durchschnittswachstum nur in Frankreich (mit 5,7 %) über dem europäischen Mittelwert, aber das zu Beginn des Jahrzehnts durch das Aufkommen von Spartenprogramm-Bouquets und Spartensender verursachte schnelle Wachstum flaut hier wie überall langsam etwas ab. Deutschland erlebte 2003 einen Rückgang um 1,6 %, der im Wesentlichen auf eine Rezession im Werbemarkt zurückzuführen ist. Der scheinbare Rückgang in den britischen und polnischen Märkten lässt sich mit der Umrechnung in Euro erklären. Die Einnahmen der britischen Unternehmen stiegen von 10,8 Milliarden GBP 2001 auf 12,2 Milliarden 2003 an. Der Markt in Polen blieb zwischen 2001 und 2003, in der Landeswährung berechnet, mit 4,1 Milliarden PLN eher stabil.

Die höchsten durchschnittlichen Wachstumsraten verzeichnen die baltischen Staaten, was auf die bessere Finanzausstattung der öffentlich-rechtlichen Sender, die Entwicklung des Werbemarktes und die relative Stärkung der jeweiligen Landeswährung zurückzuführen ist. Die guten Werte des italienischen Marktes hängen zum Großteil mit dem beachtlichen Sendestart der neuen Plattform Sky Italia zusammen, die aus der Fusion von Stream und Telepiù hervorgegangen ist und die 2004 gleich den zehnten Platz im europäischen Unternehmensranking einnimmt. Der Zuwachs auf dem belgischen Markt lässt sich teilweise mit der Rückkehr des flämischen, zuvor in London angesiedelten Senders VT-4 erklären sowie mit der Entstehung von landesweiten Spartenkanälen. Die Schwäche auf dem portugiesischen Markt hängt mit der Rezession im Werbemarkt und den rückläufigen Einnahmen der öffentlich-rechtlichen Sender zusammen. Allerdings ist in den Angaben zu Portugal nicht die beachtliche Entwicklung der Fernsehaktivitäten von PT-Multimedia³ berücksichtigt.

T.3. Betriebseinnahmen der verschiedenen TV-Unternehmensgruppen in der Europäischen Union (1999-2003) – In Tausend EUR

	1999	2000	2001	2002	2003
SPTV	25 188 375	26 068 185	27 171 695	27 357 839	27 440 565
ADTV	17 272 044	19 479 894	19 001 825	18 220 058	18 292 527
PAYTV	3 156 856	3 343 030	3 641 581	3 698 639	3 332 345
PACKTV	5 153 822	6 724 909	7 646 472	8 221 956	10 274 679
THTV	2 290 292	2 732 000	3 247 638	3 374 132	3 405 301
HSTV	1 152 060	1 324 325	1 465 000	1 659 117	1 782 814
Total	54 213 449	59 672 343	62 174 211	62 531 741	64 528 231

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

³ PT-Multimedia ist ein Tochterunternehmen des Konzerns Portugal Telecom und wurde bei unseren Berechnungen nicht berücksichtigt, da sein Kerngeschäft – über TV-Cabo – die Kabelverbreitung einschließlich Internetdienste ist. PT-Multimedia bietet auch TV-Programmpakete und Spartenkanäle an, veröffentlicht aber für diese Geschäftsbereiche keine getrennten Jahresabschlüsse. Der Fernsehumsatz von PT-Multimedia stieg von 145,8 Millionen EUR 1999 auf 409,9 Millionen EUR 2004.

Finanzlage je nach Land völlig unterschiedlich

Insgesamt betrachtet hat sich die finanzielle Situation der Fernsehunternehmen in der Europäischen Union 2003 deutlich verbessert, und die ersten für 2004 vorliegenden Zahlen bestätigen diesen Trend. Hierfür lassen sich im Wesentlichen zwei Erklärungen anführen:

- Nach der allgemeinen Rezession der europäischen Wirtschaft 2001, die sich insbesondere auf die Investitionen in die Werbung auswirkte, zog das Wirtschaftswachstum wieder an, und in den meisten Ländern konnten wieder Werbeeinnahmen verbucht werden (allerdings mit Ausnahme Deutschlands). Die Anbieter von digitalen Programmpaketen erreichen überdies schrittweise die Rentabilitätsschwelle (nach den spektakulären Konkursen von ITV Digital im Vereinigten Königreich und Quiero in Spanien sowie den Fusionen von Satellitenplattformen in Deutschland, Spanien, Italien und Polen).
- Die Betriebskosten wurden gesenkt. Dies zeigt sich in einer spürbaren Verbesserung des Deckungsbeitrags, der von -3,8 % 2001 auf 0,5 % 2003 anstieg. Die Informationsstelle verfügt nicht über ausreichend vollständige Daten, um diese Senkung der Betriebskosten im Einzelnen zu analysieren. Allerdings lässt sich vermuten, dass die Fusion digitaler Plattformen in verschiedenen Ländern zu einer relativen Beruhigung bei den Anschaffungskosten von Programmen geführt hat. Die Informationsstelle konnte außerdem die Festanstellungen in den Fernsehunternehmen der Europäischen Union – trotz einiger Lücken – im Detail analysieren: Die Zahl der festen Arbeitsplätze stieg zwar von 189 800 im Jahr 1999 auf 196 600 im Jahr 2003 (ein Plus von 3,6 %), aber die Zahl der Beschäftigten lag 2001 nur noch bei 198 400, 1 800 weniger als zwei Jahre zuvor.⁴
- Das Defizit der Finanzgeschäfte verringerte sich von 1,4 Milliarden EUR 1999 auf 120 Millionen EUR 2003.⁵

⁴ Bei der Auswertung der festen Arbeitsplätze fließen die lokalen und kleinen regionalen Fernsehsender mit ein, die ansonsten nicht berücksichtigt wurden.

⁵ Ein deutlich negatives Nettoergebnis bei positiven Erträgen vor Steuern weist auf ein steigendes Defizit der außergewöhnlichen Maßnahmen hin, die im Falle von Fernsehunternehmen immer schwer zu analysieren sind.

T.4. Gewinnspanne des Fernsehens in den Ländern der Europäischen Union (1999-2003)

	1999	2000	2001	2002	2003
DK	-2,0	1,1	1,3	-0,8	10,4
FR	3,2	5,9	6,7	5,7	5,4
SE	-4,4	-3,0	-9,2	-4,1	4,4
EE	-53	-31,1	-18,5	0,3	4,1
GB	1,3	-2,8	-7,9	-3,7	3,3
DE	1,1	0,9	-3,0	2,4	2,2
IE	37,59	-5,38	-16,32	-7,39	0,30
BE	0,6	3,8	-0,1	-0,3	-1,7
PL	-10,5	-18,1	-18,3	-42,3	-1,2
AT	1,9	-2,4	-1,3	-5,1	-3,7
NL	0,2	1,6	-7,2	-5,4	k. A.
IT	-4,2	-7,2	-12,1	-10,6	-6,9
GR	1,9	-0,5	-2,4	-5,2	-7,2
FI	-7,9	-9,8	-29,3	-21,9	-11,3
ES	-13,8	-16,2	-24,1	-23,6	-15,4
PT	-20,9	-30,0	-70,5	-57,6	-17,5

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Untersucht man die Situation in den einzelnen Ländern, lässt sich eine außerordentlich große Vielfalt feststellen. Das französische Fernsehen verzeichnet trotz einer dreifach zugespitzten Konkurrenzsituation (Private gegen Öffentlich-rechtliche, TF1 gegen M6 auf dem Werbemarkt und Canal Satellite gegen TPS beim Digitalfernsehen) eine relativ stabile Gewinnspanne, die 2001 mit 6,7 % am höchsten war. In Deutschland ist die Wirtschaftlichkeit des Fernsehens auch relativ stabil, wobei 2001 allerdings ein Jahr mit Verlusten war. Das britische Fernsehen dagegen wurde schwer getroffen vom Konkurs von ITV Digital und von dessen Auswirkungen, kombiniert mit der Krise im Werbemarkt für die regionale Senderfamilie von ITV (einem Unternehmen, das sich derzeit in einem umfangreichen Konzentrationsprozess befindet), mit der nach wie vor negativen Ertragslage von BSkyB und den schwierigen Jahren für die BBC. In Italien erlebten die beiden wichtigsten Betreiber, RAI und R.T.I. (das Tochterunternehmen des Mediaset-Konzerns für die Übertragung), aus finanzieller Sicht relativ ruhige Jahre, aber die Wirtschaftlichkeit des italienischen Fernsehens erlitt aufgrund des Defizits der beiden digitalen Plattformen und der Spartenkanäle Einbußen.

In Finnland erwirtschaften sowohl die privaten Betreiber als auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten seit mehreren Jahren ein Defizit. Nach Aussagen einiger finnischer Manager handelt es sich dabei allerdings um ein geplantes Defizit, das relativ unter Kontrolle sei und mit dem Sendestart des terrestrisch verbreiteten digitalen Fernsehens (DVB-T) zusammenhänge. Völlig anders stellt sich die Lage in Spanien und Portugal dar, wo die öffentlich-rechtlichen Unternehmen jeweils ein erhebliches strukturelles Defizit aufweisen (davon sind in Spanien auch die Fernsehunternehmen der Autonomen Gemeinschaften betroffen). In Spanien erwirtschaften die beiden werbefinanzierten Privatsender Antena 3 und Telecinco beachtliche Gewinnspannen, allerdings hatte die Konkurrenz zwischen den beiden Plattformen des digitalen Satellitenfernsehens (Via Digital und Canal Satellite) vor ihrem Zusammenschluss sehr negative Auswirkungen. In Portugal waren die beiden werbefinanzierten Privatsender SIC und TVI von der Rezession auf dem Werbemarkt stark beeinflusst. Die Situation des portugiesischen Fernsehens

scheint sich 2004 nach einer beginnenden Reform von RTP und einem Aufschwung auf dem Werbemarkt wieder gebessert zu haben (mit einer Gewinnspanne von +2,7 %).

Die Betreiber digitaler Programmpakete ziehen den Markt hoch

Die Gruppe der Betreiber digitaler Programmpakete (PACKTV) hat mit einem durchschnittlichen Jahreswachstum von 18,8 % am meisten zum Wachstum des Marktes beigetragen. Dieses Wachstum war zu Beginn des Beobachtungszeitraums sehr stark (30,5 %), ließ 2002 deutlich nach (7,5 %) und zog 2003 wieder an (25 %), dürfte allerdings 2004, nach Abklingen der Auswirkungen des Sendestarts von Sky Italia, erneut einbrechen (auf etwa 3 bis 4 %). Anhand der verfügbaren Daten über die Ergebnisse von 4 Unternehmen im Jahr 2004 sieht es allerdings so aus, als wäre dies für diese Betreibergruppe das erste Jahr mit Gewinn, bei einer Gewinnspanne von etwa 6 % gegenüber -4,5 % 2003. Die Entwicklung eines kostenlosen Angebots einer Vielzahl von Sendern über das digitale terrestrische Fernsehen könnte jedoch in den kommenden Jahren das Wachstum der digitalen Bezahlplattformen beeinträchtigen. Im Juni 2005 berichtete die französische Presse über die Absicht des M6-Konzerns, seinen Anteil an der TPS-Plattform abzugeben; M6 erlebte beim Sendestart des digitalen terrestrischen Fernsehens einen signifikanten Rückgang der Abonnentenzahlen und musste hinnehmen, dass sein Mitbewerber Canal+/Canal Satellite beim Erwerb der Senderechte für die französische Fußballmeisterschaft (für einen Betrag in Höhe von 600 Millionen EUR pro Jahr) deutliche Vorteile errungen hatte. Im ersten Semester 2005 hat TPS zum ersten Mal etwa 3000 Abonnenten verloren.

T.5. Wachstumsrate der verschiedenen TV-Unternehmensgruppen in der Europäischen Union (EUR 25) (1999-2003) – In %

	2000/1999	2001/2000	2002/2001	2003/2002
SPTV	3,5 %	4,2 %	0,7 %	0,3 %
ADTV	12,8 %	-2,5 %	-4,1 %	0,4 %
PAYTV	5,9 %	8,9 %	1,6 %	-9,9 %
PACKTV	30,5 %	13,7 %	7,5 %	25,0 %
THTV	19,3 %	18,9 %	3,9 %	0,9 %
HSTV	15,0 %	10,6 %	13,3 %	7,5 %
Summe	10,1 %	4,2 %	0,6 %	3,2 %

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

T.6. Gewinnspanne der verschiedenen TV-Unternehmensgruppen in der Europäischen Union (EUR 25) (1999-2003)

	1999	2000	2001	2002	2003
SPTV	-1,5	-2,7	-2,7	-4,6	-1,5
ADTV	15,2	18,0	9,6	7,2	10,2
PAYTV	-0,1	-3,9	-2,6	-1,7	4,5
PACKTV	-45,4	-49,7	-49,5	-22,8	-9,6
THTV	-6,1	-12,2	-19,7	-10,1	-10,8
HSTV	0,1	-5,5	-8,4	-5,6	-0,9
Summe	-0,5	-1,8	-5,7	-3,7	0,4

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Die Spartenprogramme und die Homeshopping-Kanäle verzeichneten von 1999 bis 2001 hohe Wachstumsraten, was mit der spektakulären Entwicklung der digitalen Plattformen zusammenhängt, über die sie ausgestrahlt werden. Gegen Ende des Beobachtungszeitraums flaute das Wachstum allerdings ab: 2002 erzielten die Spartenprogramme noch einen Zuwachs von 3,9 %, der 2003 mit 0,9% fast ganz zurück ging. Wie bereits erwähnt sind die meisten dieser Unternehmen (mit Ausnahme einiger fest etablierter Sender wie Eurosport, Turner Broadcasting System Europe, ABSat usw.) finanziell wenig gefestigt und auf äußerst enge Marktnischen spezialisiert. Bei der Gewinnspanne dieser Unternehmensgruppe lässt sich auch keine Trendwende zu einer Verbesserung feststellen. Hingegen scheinen sich die Homeshopping-Unternehmen, deren Gewinnspanne 2000 und 2001 einbrach, nun auf dem Weg zur Wirtschaftlichkeit zu befinden.

Es ist inzwischen recht schwierig geworden, die Kategorie der auf Spielfilme spezialisierten Pay-TV-Unternehmen zu analysieren (wir rechnen hierzu auch die Senderfamilie von Canal+, obwohl es sich hierbei eigentlich um das Modell eines „Hybridsenders“ handelt, bei dem Film, Sport und Unterhaltung miteinander vermischt sind), da einige dieser Unternehmen in Belgien, den Niederlanden und Italien von Firmen übernommen wurden, die wir in die Kategorie der Anbieter von Programmpaketen einteilen. In einigen Fällen besetzen auch Anbieter von Programmpaketen teilweise den Sektor des Bezahlfernsehens für Spielfilme (BSkyB, Sky Italia, TPS, Premiere u. a.), und es existiert keine getrennte Buchführung für die Spielfilmsender. Die Auswirkungen der Rezession von 2003 und das schwache Durchschnittswachstum im Beobachtungszeitraum müssen teilweise im Zusammenhang mit diesen methodischen Fragen interpretiert werden.

Werbefinanziertes Fernsehen von der Rezession betroffen

Das schwache Durchschnittswachstum der werbefinanzierten Fernsehunternehmen im Beobachtungszeitraum (1,4 %) lässt sich dagegen eindeutig mit der Rezession auf dem Werbemarkt 2001 und 2002 sowie dem sehr schwachen Aufschwung 2003 erklären. Die Gruppe der werbefinanzierten Unternehmen hat dennoch als einzige im gesamten Zeitraum Gewinn erwirtschaftet, allerdings mit einem signifikanten Einbruch der Gewinnspanne von 18 % 2000 auf 7,2 % 2002. Die Eigenkapitalrendite stürzte ebenfalls ab, von 66,3 % 2000 auf 22,1 % 2002, stieg aber 2003 wieder leicht an auf 28,4 %.

Die ersten verfügbaren Zahlen für 2004 weisen auf einen leichten Aufschwung hin, und auf der Grundlage der vorliegenden Daten ist mit einem Wachstum von schätzungsweise 5,5 % zu rechnen. Im Vereinigten Königreich hat der neue Konzern ITV PLC ein *Pro-forma*-Wachstum von 4,7 % angekündigt. In Frankreich verzeichnete TF1 S.A. einen Zuwachs von 7,1 %. Die RTL Group kündigte einen Rückgang ihrer „Fernseh“-Einnahmen von 0,8 % an: In den Niederlanden stieg der Betriebsertrag von RTL Nederland um 5,39 %, während in Frankreich der Zuwachs bei M6 lediglich 2,6 % betrug. Die Einnahmen von RTL Deutschland sind um 2,7 % gesunken. Dagegen sind die Einnahmen der RTL Group in Belgien um 12,8 % gestiegen, diejenigen von Channel Five im Vereinigten Königreich um 10,4 %. In Deutschland lag das Wachstum der ProSiebenSat.1 Media AG (bei einer Konsolidierung der Ergebnisse von Pro 7, Sat.1, Kabel 1 und N24) nur bei 1,03 %. In Portugal ist der (nicht konsolidierte) Betriebsertrag von SIC und TVI um 12,7 % bzw. 7,5 % angestiegen. Mediaset kündigt einen Zuwachs von 9,1 % seiner italienischen Werbeeinnahmen und ein Wachstum der Einnahmen bei Telecinco in Spanien von 20,8 % an. Außerdem kündigt Antena 3 ein Wachstum von 29,4 % bei der spanischen Muttergesellschaft an. Und schließlich spricht Central European Media, der Konzern von Richard

Lauder, der die führenden Unternehmen in mehreren mitteleuropäischen Ländern kontrolliert, von einem außergewöhnlichen Anstieg der Einnahmen in Höhe von 40 % für 2004.

Debatte über die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Unternehmen

Derzeit besteht in Europa ein breiter Konsens darüber, dass jedes Land einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk benötigt, was in den 80er- und 90er-Jahren gar nicht so selbstverständlich war. Dies bezeugen verschiedene Texte des Europarates, des Europäischen Parlaments und der Europäischen Kommission sowie das 1998 vom Ministerrat der Europäischen Union verabschiedete „Protokoll von Amsterdam“. Das 1998 von den Mitgliedstaaten der Europäischen Union angenommene „Protokoll von Amsterdam“ erkennt an, dass „der öffentlich-rechtliche Rundfunk (...) unmittelbar mit den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen jeder Gesellschaft sowie mit dem Erfordernis verknüpft (ist), den Pluralismus in den Medien zu wahren.“ Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann sich vor allem über seinen Auftrag definieren, der ganz allgemein die Information, Kultur, Ausbildung, Organisation des Pluralismus, Förderung der Kultur von Minderheiten usw. betrifft. In mehreren Ländern – insbesondere in den nordischen Ländern und im Vereinigten Königreich – wurde anerkannt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk bei der Entwicklung des digitalen terrestrischen Fernsehens eine wesentliche Rolle zu spielen habe.

Die öffentlich-rechtlichen Fernsehunternehmen verzeichneten im Beobachtungszeitraum ein durchschnittliches Wachstum von 2,2 %, wobei die Zunahme 2002 und 2003 allerdings sehr niedrig war (0,7 und 0,3 %). Die Unternehmen in den baltischen Staaten erzielten die höchsten durchschnittlichen Wachstumsraten (39,9 % in Lettland, 22,2 % in Estland, 6,6 % in Litauen), während in Westeuropa der Zuwachs am ausgeprägtesten in Irland, Frankreich, Dänemark und Belgien war. In Polen sanken die Einnahmen bei TVP während des Beobachtungszeitraums im Schnitt um 2,7 %, während in Portugal die Einnahmen von RTP um 5,1 % zurückgingen. 2004 hat sich die Situation von RTP aufgrund einer Einnahmensteigerung in Höhe von 31,5 % allerdings wieder deutlich gebessert. Ein Indikator wie die Gewinnspanne ist für öffentlich-rechtliche Unternehmen, deren Ziel nicht in der Erwirtschaftung von Gewinnen liegt, sicherlich weniger aussagekräftig. Dennoch ist festzustellen, dass die Gewinnspanne aller öffentlich-rechtlichen Unternehmen in der Europäischen Union während des gesamten Zeitraums von 1999 bis 2003 negativ geblieben ist und damit auf ein strukturelles Defizit hinweist.

Tatsächlich stellt sich die Situation der öffentlich-rechtlichen Fernsehunternehmen je nach Land völlig anders dar. In Dänemark kamen die 5 öffentlich-rechtlichen Anstalten 2004 noch auf einen Marktanteil von 69,3 %, in den baltischen Staaten oder in Griechenland liegen die Öffentlich-rechtlichen bei unter 20 %. In den großen Ländern sind die Einschaltquoten der öffentlich-rechtlichen Sender seit Beginn des Jahrzehnts relativ stabil: In Spanien und Polen schwanken sie zwischen 49 und 51 %, im Vereinigten Königreich zwischen 47 und 48 %, in Deutschland zwischen 43 und 44 %, in Frankreich zwischen 41 und 44 % und in Italien zwischen 44 und 47 %. Diese Stabilität bei den Marktanteilen beruht üblicherweise auf den zusätzlichen Zuschauern der von den Öffentlich-rechtlichen gestarteten Spartenkanäle, die damit auf innovative Weise in den Kabel- und Satellitenbouquets bzw. im digitalen terrestrischen Fernsehen präsent sein können. Regionalprogramme oder -fenster tragen ebenfalls häufig zu den stabilen Einschaltquoten der öffentlich-rechtlichen Fernsehunternehmen bei. Eine der großen Herausforderungen für den öffentlichen Rundfunk liegt also darin, in den neuen, durch das digitale Fernsehen geschaffenen Marktnischen präsent zu sein. Häufig ist dies auch der Boden polemischer Auseinandersetzungen mit den privaten Betreibern.

In diesem Zusammenhang dürfte das Hauptproblem des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Zukunft seine Finanzierung sein. Unsere Analysen der Jahresabschlüsse der öffentlich-rechtlichen Anstalten zeigen einen Trend zur Verschlechterung: Die Nettoverluste sind von 236 Millionen EUR 1999 auf 1,5 Milliarden 2002 gestiegen, um 2003 wieder auf 366,4 Millionen zu fallen. Die finanzielle Lage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist je nach Land sehr unterschiedlich: Die Situation ist insgesamt gut in Frankreich und Italien, aber dramatisch in Spanien und Portugal. Im Vereinigten Königreich bestätigen die Ankündigungen von Massenentlassungen bei der BBC eine Verschlechterung der Situation, während Channel 4 (von dem man nur allzu häufig vergisst, dass es sich um einen öffentlich-rechtlichen Sender handelt) eher floriert. Hervorzuheben ist, dass die Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in den Ländern Mitteleuropas – mit Ausnahme von Polen und den baltischen Staaten – sowohl mit Blick auf die Finanzen als auch auf die Einschaltquoten besonders dramatisch ist.

Die Finanzierungsstrukturen des öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehsektors in Europa sind je nach Land äußerst unterschiedlich, sie lassen sich allerdings in zwei große Gruppen unterteilen: Finanzierung entweder aus öffentlichen Mitteln (Rundfunkgebühren oder direkte Finanzierung aus dem öffentlichen Haushalt) oder aus kommerziellen Einnahmen (aus Werbung, Verkauf von Programmen, Büchern, Musik-CDs und, seit einigen Jahren, Einnahmen aus dem Bezahlfernsehen). Um einen sinnvollen Vergleich zu erhalten, muss die Finanzierung sämtlicher öffentlich-rechtlicher Anstalten des einen Landes mit allen öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen des anderen Landes verglichen werden. Die Finanzierung von France-Télévisions mit derjenigen der BBC zu vergleichen, ergibt wenig Sinn: Einerseits bietet die BBC auch Hörfunkdienste an, andererseits gehören zum öffentlich-rechtlichen Sektor im Vereinigten Königreich auch die Channel 4 Group (die sich aus Werbeinnahmen und durch seine Pay-TV-Sender finanziert) sowie der walisische Sender S4C. In Frankreich gehören zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk u. a. auch Radio France, RFI, RFO, TV5, Arte sowie das *Institut National de l'Audiovisuel* (INA). Betrachtet man die Finanzierung des gesamten öffentlich-rechtlichen Rundfunks, dann ist das Verhältnis zwischen staatlichen und kommerziellen Einnahmen im französischen und im britischen System identisch.

Hinsichtlich der öffentlichen Finanzierung wird darüber diskutiert, ob die klassische Methode (über Gebühren) oder eine Finanzierung aus dem Staatshaushalt besser sei. Mehrere Länder (Portugal und Niederlande) sowie in Belgien die Regionen Flandern und Brüssel haben in den letzten Jahren die Rundfunkgebühren durch eine öffentliche Finanzierung aus dem Staatshaushalt ersetzt. Auf diese Weise fallen die Kosten für den Gebühreneinzug weg, jedoch sind die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten generell der Ansicht, dass dies ihre Abhängigkeit vom Staat vergrößere. Und aus den Niederlanden oder Portugal weiß man, dass dadurch die Einnahmen sinken.

Aufgrund einer ganzen Reihe von Beschwerden privater Betreiber beschäftigt sich die Europäische Kommission schon seit mehreren Jahren mit der Frage der Vereinbarkeit der Finanzierung öffentlich-rechtlicher Unternehmen mit dem EG-Wettbewerbsrecht. Das Problem besteht darin, dass die öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehanstalten immer häufiger kommerzielle Dienste anbieten, die nicht unbedingt von allen Beteiligten als Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrags betrachtet werden. In zahlreichen Ländern der Europäischen Union sind die Privatsender entweder vor nationalen Gerichten oder bei der Europäischen Kommission gegen die öffentlich-rechtlichen Anstalten vorgegangen. Der Vorwurf besteht üblicherweise darin, dass die öffentlich-rechtlichen Anstalten die öffentlichen Mittel (die als staatliche Beihilfen angesehen werden) unrechtmäßigerweise für eine Stärkung ihrer kommerziellen Aktivitäten nutzen.

In einer Mitteilung von 2001 wies die Europäische Kommission deutlich darauf hin, dass die staatliche Finanzierung öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten nicht im Widerspruch zu Artikel 87 Absatz 1 des EG-Vertrags stehe und dass es Aufgabe der Mitgliedstaaten sei, den öffentlich-rechtlichen Auftrag ihrer Sendeanstalten klar zu definieren. Die Europäische Kommission hat in einer Mitteilung die Bedingungen aufgelistet, unter denen die Regeln für staatliche Beihilfen zugunsten von nationalen Rundfunkanstalten gemäß dem Protokoll und Artikel 86 Absatz 2 des EG-Vertrags genannt sind. Dieser Text legt die Kriterien für die staatliche Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fest. Insbesondere geht es dabei darum, dass diese Finanzierung im Verhältnis zu den Kosten der Erfüllung des öffentlichen Auftrags stehen müsse, der dem Empfänger übertragen wurde. Finanzhilfen für öffentliche Rundfunkanstalten sollten das notwendige Mindestmaß für die ordnungsgemäße Erfüllung ihres öffentlichen Auftrags nicht überschreiten, keinen kommerziellen Tätigkeiten zugute kommen und transparent sein.

Die Mitteilung der Europäischen Kommission ruft außerdem in Erinnerung, dass in der Buchführung die öffentlich-rechtlichen Aktivitäten der Hörfunk- und der Fernsehanstalten, also die eigentlichen Rundfunktätigkeiten, von den kommerziellen Aktivitäten, beispielsweise Werbung, getrennt werden müssten. Die Mitteilung berücksichtigt auch die besondere Situation der Finanzierungssysteme, die in vielen Mitgliedstaaten vor Inkrafttreten des EG-Vertrages eingerichtet wurden. Die Kommission macht also einen Unterschied zwischen der klassischen öffentlichen Finanzierung und den Beihilfen aus jüngerer Zeit.

Die Europäische Kommission prüfte einige Beschwerden der privaten Betreiber. Im April 2005 stellte die Kommission das Ende 2003 im Zusammenhang mit der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Frankreich, Italien und Spanien in Gang gesetzte Beihilfeverfahren ein, nachdem die Regierungen die geforderten Reformen umgesetzt hatten. Das Verfahren war in Spanien von besonderer Bedeutung, wo der Staat für die – beträchtlichen – Schulden von RTVE bürgt. Im März 2005 ersuchte die Kommission Deutschland, Irland und die Niederlande um Erläuterungen zum Auftrag und zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Anstalten. Am aussagekräftigsten ist allerdings die Angelegenheit um das Unternehmen TV2 in Dänemark: Im Mai 2004 ordnete die Kommission an, dass das Unternehmen dem Staat 84,4 Millionen EUR unrechtmäßig erhaltene Beihilfen zurückzahlen müsse. Im Oktober 2004 stimmte die Kommission einem Rückzahlungsplan zu, der zu einer Kapitalaufstockung und Privatisierung des Unternehmens sowie zum Ende der Gebühreneinnahmen für den Sender führte. Im Januar 2005 legten zwei Privatsender vor der ersten Instanz des Europäischen Gerichtshofs in Luxemburg Einspruch gegen diese Entscheidung ein.

Es ist bezeichnend, dass sich die Beschwerden der Privatsender vor allem auf die Finanzierung und den Umfang der Internet-Auftritte, den Start von SMS-Diensten oder die Finanzierung von Spartenkanälen, also auf die neuen Dienste beziehen. In Schweden stellte die Kommission auch das Monopol der staatlichen Betreibergesellschaft Teracom und die staatlichen Beihilfen für dieses Unternehmen beim Start des digitalen Fernsehens in Frage.

Schlussfolgerungen

Dieses Jahrtausend begann für die gesamte Branche mit einer schwierigen Phase. Die allgemeine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage beeinträchtigte die Übergangsphase zur Digitaltechnik zusätzlich, die sich sowohl bei den Investitionen als auch im Hinblick auf gestiegene Anschaffungskosten für Sendelizenzen als kostspielig erwies. Die jüngsten Prognosen zur Entwicklung der europäischen Wirtschaft sind kaum optimistisch, und das Fernsehen dürfte dies zu spüren bekommen. Die Wachstumsphase der Branche im Zuge der Entwicklung der digitalen Pay-TV-Plattformen dürfte sich dem Ende zuneigen, sobald den Zuschauern über das digitale terrestrische Fernsehen eine Vielzahl von Sendern kostenlos zur Verfügung steht.

Dieses für die Fernsehzuschauer kostenlose Angebot verursacht den Sendern allerdings Kosten. Die neu auf den Markt gekommenen privaten Betreiber – wie etwa der Bolloré-Konzern in Frankreich – planen bis zum Erreichen der Gewinnschwelle eine Defizitphase von mehr als zehn Jahren ein. Was das zusätzliche Angebot der öffentlich-rechtlichen Unternehmen angeht, muss der Beweis noch erbracht werden, dass es langfristig tragbar ist. Die heikle finanzielle Lage von YLE in Finnland oder von der BBC zeigen, dass dieser Weg nicht einfach ist. Und schließlich ermöglicht das Aufkommen neuer Verbreitungsformen über DSL oder Mobiltelefone den Internet-Providern und Telekommunikationsunternehmen den Zugang zu bzw. die Rückkehr in den Fernsehbereich. Die Komplexität des Systems wird also erneut zunehmen, mit der Gefahr neuer finanzieller Risiken und auch sinkender Transparenz.

Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, Frankreich

Im Dezember 1992 in Straßburg eingerichtet, hat die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle zur Aufgabe, Informationen über den europäischen audiovisuellen Sektor zu sammeln, aufzubereiten und zu veröffentlichen. Als öffentliche europäische Einrichtung umfasst sie derzeit 36 Mitgliedstaaten sowie die Europäische Union, die durch die Europäische Kommission vertreten wird. Die Informationsstelle wurde unter der Schirmherrschaft des Europarats gegründet und arbeitet mit diversen Partnern, Berufsverbänden und einem Korrespondentennetzwerk zusammen. Zu ihren Tätigkeitsschwerpunkten gehört neben Konferenzbeiträgen die Erstellung von Publikationen, Datenbanken – LUMIERE, KORDA und IRIS MERLIN – und eine umfassende Internetseite www.obs.coe.int

Ihre Kontaktpersonen in der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle:

Wolfgang Closs, Geschäftsführender Direktor
Tel: +33 (0) 3 88 14 44 00 (Sekretariat)

André Lange, Leiter der Abteilung Märkte und Finanzierung
andre.lange@obs.coe.int - tel.: +33 (0) 3 88 14 44 11

Susan Newman, Analystin - Abteilung Märkte und Finanzierung
susan.newman@obs.coe.int – tel.: +33 (0) 3 88 14 44 15

Alison Hindhaugh, Information und Presse Officer
alison.hindhaugh@obs.coe.int - tel: +33 (0) 3 88 14 44 10

Markus Booms, Verantwortlicher für Produktion/Distribution/Marketing
markus.booms@obs.coe.int - tel: +33 (0) 3 88 14 44 06

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle
76 Allée de la Robertsau
67000 Strasbourg
Frankreich

Tel.: + 33 (0)3 88 14 44 00 – Fax: + 33 (0)3 88 14 44 19
<http://www.obs.coe.int>

