

Fortschreibung der FORMATT-Studie über
Konzentration und regionale Schwerpunkte der
Auftragsproduktionsbranche

→ Fernsehproduktionsmarkt Deutschland 2003 und 2004

Von Ulrich Pätzold* und Horst Röper**

**Auftragsproduk-
tionen für Sender seit
1998 erfasst**

Die vorliegende Studie zur Film- und Fernsehproduktion deutscher Produktionsunternehmen ist Teil einer Längsschnittuntersuchung über die Entwicklung der Branche, die erstmals für das Jahr 1998 vorgenommen worden war und nun sieben Kalenderjahre umfasst. (1) Das Kernstück der Studie über die Auftragsproduktion für Sender in Deutschland zeigt, dass sich das Nachfragevolumen nach den leichten Rückgängen in der Folge der Werbekrise der letzten Jahre wieder auf hohem Niveau gefestigt hat. Im Jahr 2004 wurden über 12 000 Stunden produziert. (2) Damit wurde wieder annähernd das Niveau des Spitzenjahres 2000 erreicht.

**Produktionsvolumen
nach Rückgängen
2004 wieder
gestiegen**

Nach Volumenverlusten in Höhe von jeweils 2,5 Prozent in 2001 und 2002 (3) stieg die Nachfrage in 2004 um 4 Prozent. Insbesondere die Privatsender haben wieder vermehrt Aufträge vergeben. Diese aus der Sicht der Produktionsbranche positive Entwicklung ist allerdings nicht gleichzusetzen mit einer betriebswirtschaftlich positiven Entwicklung. Die Studie erfasst zunächst nur das Auftragsvolumen, nicht aber die damit verbundenen Umsätze. Wie etwa auch bei der regelmäßigen Erfassung von Verkaufszahlen im PKW-Markt geht es zunächst nur um Produktionsvolumina, nicht um Umsatzzahlen. Erst die Differenzierung nach Genres erlaubt Rückschlüsse auf Umsatzvolumina. Dabei ist vor allem auffallend, dass das Produktionsvolumen der eher kostengünstigen Entertainmentgenres sinkt, während jenes der Fiction- und Informationsgenres in den Untersuchungsjahren gestiegen ist.

Neben der Nachfrageentwicklung ist für den Geschäftsverlauf der einzelnen Betriebe auch die Branchenentwicklung bestimmend, insbesondere die Firmenzahl, also die Anzahl der Wettbewerber. Die Zahl der aktiven Betriebe (4) war 2003 zunächst sehr deutlich gestiegen, ist dann aber 2004 wieder rückläufig gewesen. Sie liegt immer noch deutlich über den Werten der Vorjahre. Der Wettbewerb ist größer geworden. Die durchschnittliche Betriebsleistung ist zurückgegangen. Die Branche ist demnach zum einen geprägt von Innovationskraft und Gründermut, zum anderen aber auch von einer Wettbewerbsintensität, die vielen Betrieben Wachstumsmöglichkeiten nimmt bzw. ihnen sogar die Geschäftsgrundlage entzieht.

Wie bei anderen kleinständisch geprägten Branchen ist die Zahl der Zu- und Abgänge in der Produktionsbranche erheblich. Korrespondierte die Zahl von Betriebsgründungen Ende der 1990er Jahre noch mit der steigenden Nachfrage der Sender, hat sich seit dem Jahr 2000 die Entwicklung der Firmenzahl von der Entwicklung des Nachfragevolumens teilweise abgekoppelt. Dies galt speziell für das Jahr 2003, als saldiert 70 Betriebe in der Branche hinzukamen und die Anzahl der aktiven Betriebe auf die Rekordzahl 808 stieg. Die Gründe für diesen Gründungsboom sind unbekannt. Dass mit diesem Zuwachs die Möglichkeiten der Branche offenbar überfordert waren, zeigt das Folgejahr, in dem die Betriebszahl wieder um fast die gleiche Zahl (67 Firmen) sank. Mit 741 aktiven Firmen hatte die Branche wieder eine vergleichbare Größe wie in den Jahren 2001 (750) und 2002 (738) erreicht. (5)

Der Gründungsboom in 2003 hat auch dafür gesorgt, dass die durchschnittliche Jahresproduktion pro Betrieb auf den Tiefstand von 865 Minuten gesunken war. Durch das Mengenwachstum und den parallelen Rückgang der Betriebszahl stieg das Durchschnittsvolumen 2004 wieder auf 980 Minuten (vgl. Tabelle 1). Auch dieser Wert ist im langfristigen Vergleich nicht hoch, bewegt sich aber immerhin wieder auf das Niveau des Jahres 2000 zu.

Im Vergleich der sieben Untersuchungsjahre von 1998 bis 2004 ist die Zahl der Betriebsstätten in fast allen Bundesländern gewachsen. Die höchsten Zuwächse gab es in den vier führenden Produktionsländern Nordrhein-Westfalen, Bayern, Berlin und Hamburg, wo insgesamt zwei Drittel des Zuwachses um 288 Betriebe angesiedelt sind. Das größte Wachstum erreichte Berlin mit 82 Betrieben. Die Berliner Branche hat in Bezug auf die Zahl der Betriebe zu Bayern und NRW aufgeschlossen, die bis 2004 in den meisten Jahren führend waren. Die Branche in Hamburg ist nicht einmal halb so groß. Bei den anderen Ländern fand Wachstum vor allem in Baden-Württemberg und in Sachsen statt, wobei der Südwesten gerade in den letzten Jahren zugelegt hat.

Bei den Werten für das durchschnittliche Produktionsvolumen pro Betrieb ragen die Firmen in Hamburg mit gut 1 500 Minuten im Jahr 2004 wie in den Vorjahren heraus. Dieser Wert liegt immerhin rund 50 Prozent höher als im Bundesdurchschnitt (980 Minuten). Mit knapp 1 200 bzw. gut 1 400 Minuten ging es auch den NRW-Betrieben 2003 und 2004 relativ gut. Die bayerischen Firmen kamen 2004 auf 1 135 Minuten, konnten sich gegenüber dem Vorjahr aber ähnlich gut steigern wie die Betriebe in NRW. Das Durchschnittsvolumen der Berliner Branche lag mit 653 Minuten in 2004 bzw. 588 Minuten in 2003 deutlich darunter. Zum guten Teil dürfte die geringe Jahresproduktion mit dem geringen Alter vieler Betriebe in Berlin zusammenhängen.

Auffällig ist auch in den letzten beiden Jahren, wie deutlich kleiner die Produktionsfirmen in den anderen gegenüber den führenden Bundesländern

**Kleinständisch
geprägte Branche mit
hoher Fluktuation**

**2004 pro Betrieb
durchschnittlich
980 Sendeminuten
produziert**

**Betriebe in führenden
Bundesländern mit
weit höheren Pro-
duktionsvolumina**

* Institut für Journalistik, Universität Dortmund.

** FORMATT-Institut, Dortmund.

① Jahresvolumen der Produktionsbetriebe nach Ländern 2004*

Bundesländer	Anzahl der Produktionsfirmen	Produktionsvolumen in Min.	durchschnittliches Produktionsvolumen pro Firma in Min.
Bayern	165	187 300	1 135
Berlin	160	104 500	653
Hamburg	72	110 700	1 538
Nordrhein-Westfalen	157	209 100	1 332
Zwischensumme	554	611 600	1 104
sonstige Länder	183	109 000	595
keine Angaben	4	5 700	1 425
Gesamt	741	726 400	980

* gewichtete Werte.

Quelle: FORMAT-Institut.

sind. 2003 kamen sie mit einem Jahresoutput von 588 Minuten auf nur zwei Drittel des bundesweiten Durchschnitts. 2004 waren es nur 60 Prozent dieses Durchschnittswertes.

Senderabhängige und -unabhängige Produktionsbetriebe

Wegen zum Teil erheblicher Kapitalveränderungen bei einzelnen Produktionsbetrieben hat sich die Zusammensetzung der beiden Gruppen senderabhängige und senderunabhängige Produktionsfirmen im Vergleich zu den früheren Untersuchungen erheblich verändert. Da das Kriterium Abhängigkeit hier allein mit Kapitalverbindungen zu Fernsehsendern definiert wird – nicht etwa auch nach der Dominanz von einzelnen Auftraggebern bei einzelnen Auftragnehmern – führte allein schon die Neuordnung der Produktionsbetriebe des einstigen Kirch-Konzerns zu erheblichen Veränderungen bei der Gruppenzugehörigkeit. Insbesondere die NDF- und die Janus-Gruppe sowie die KirchEntertainment zählen nun zu den unabhängigen Unternehmen, da ihre neuen Eigner nicht zugleich auch Fernsehen veranstalten oder an Veranstaltern beteiligt sind. Ähnliches gilt auch für die Entertainment Factory (zuvor mit Kirch-Beteiligung). Einzelne Unternehmen der ehemaligen Kirch-Gruppe zählen über ihre neuen Eigner allerdings auch weiterhin zu den abhängigen Betrieben (etwa Novafilm). Gleichfalls nicht mehr zu den abhängigen Betrieben zählen die MME- und die Holtzbrinck-Gruppe, nachdem die dafür zuvor maßgeblichen Eigner ausgeschieden sind (Bauer-Konzern bei MME) bzw. ihre Anteile an Sendern veräußert haben (Holtzbrinck trennte sich von n-tv).

Da sich andererseits der Konzentrationsprozess zu Gunsten der größeren Betriebe auch in den Untersuchungsjahren fortgesetzt hat, müssen nun aber auch Unternehmen zu den abhängigen Betrieben gezählt werden, die zuvor unabhängig waren. Veränderungen haben sich auch bei der Berechnung der Produktionsvolumina von Beteiligungsunternehmen ergeben, weil die Mutterunternehmen ihre Anteile aufgestockt haben und ihnen damit ein größeres anteiliges Volumen zuzurechnen ist. Dies gilt zum Beispiel für die Anteilerhöhungen der UFA bei teamWorx und der Trebitsch-Gruppe.

Die im Jahr 2003 vollzogenen Verkäufe von Beteiligungen durch den Springer-Konzern an Studio Hamburg sind unter dem Aspekt von Abhängigkeit vs. Unabhängigkeit neutral, da auch Studio Hamburg zu den abhängigen Betrieben zählt. Die verbliebenen Beteiligungsunternehmen des Springer-Konzerns zählen dagegen nun zu den unabhängigen Betrieben, da der Springer-Konzern die Erfassungsschwelle von 25 Prozent bei Senderbeteiligungen nach der Neuordnung der ProSiebenSat.1 Media AG unterschreitet.

Als abhängige Beteiligungsunternehmen im Sinne dieser Studie gelten Firmen, auf die folgende Kriterien zutreffen:

1. Als abhängig werden zunächst Tochter- und Beteiligungsunternehmen von Sendern bezeichnet, sofern die Beteiligungshöhe mindestens 25 Prozent erreicht. Daneben werden auch Beteiligungs- und Tochterfirmen dieser Unternehmen (Enkelstufe) nach dem gleichen Kriterium berücksichtigt.
2. Die wesentlichen Eigner von privaten Sendern werden in der Vorgehensweise wie Sender behandelt. Als wesentliche Eigner werden Unternehmen bezeichnet, die an den in die Untersuchung einbezogenen Sendern mit mindestens gerundet 25 Prozent beteiligt sind.

Durch den Zusammenbruch des Kirch-Konzerns sowie das Ausscheiden der Produktionsgruppen Springer, MME und Holtzbrinck aus der Gruppe der abhängigen Produktionsbetriebe sind Produktionsvolumen und Marktanteil dieser Gruppe stark rückläufig. Hatten die von Sendern abhängigen Produktionsbetriebe in der Spitze mehr als die Hälfte (2001) des gesamten Auftragsvolumens hergestellt, ging 2003 und 2004 nur rund ein Drittel auf ihr Konto.

Dieser Befund zeigt auch, dass sowohl bei privaten Sendern als auch bei Produktionsbetrieben Strategien der vertikalen Integration keinen hohen Stellenwert genießen. Wichtigste Ausnahme von diesem Befund sind nach wie vor der Bertelsmann-

Stark veränderte Struktur senderabhängiger bzw. -unabhängiger Produktionsfirmen

Kriterien für Einstufung als abhängige/ unabhängige Firmen

Wegen Strukturveränderungen ist Marktanteil senderabhängiger Firmen gesunken

Konzern und sein Tochterunternehmen RTL Group samt deren Produktionsbetrieben. Bei den Privatsendern RTL und SAT.1 spielen zudem die Regionalmagazine für einige Bundesländer eine erhebliche Rolle, die wegen ihrer fünfmal wöchentlichen Ausstrahlung insgesamt hohe Produktionsvolumina erreichen, überwiegend von Tochterunternehmen der Sender produziert werden, gleichwohl aber wegen fehlender Ertragskraft unbeliebt sind. Sollten sich die beiden Sender von den Regionalmagazinen trennen, damit allerdings auch auf den mit ihnen verbundenen Vorteilen in der Konzentrationskontrolle verzichten, würde das Produktionsvolumen der abhängigen Betriebe deutlich sinken.

Gegenläufig zum bundesweiten Trend haben die mit öffentlich-rechtlichen Sendern verbundenen Betriebe ihre Jahresproduktion durch internes und externes Wachstum sogar gesteigert und in den beiden letzten Untersuchungsjahren jeweils über 75 000 Minuten produziert.

Senderabhängige Produktionsfirmen mit höherem Produktionsvolumen als Unabhängige

Die Anzahl der abhängigen Produktionsbetriebe ist in den letzten Untersuchungsjahren deutlich zurückgegangen. Ihr Anteil an der Gesamtzahl der Produktionsbetriebe lag jeweils nur noch bei 11 Prozent. Die Größenvorteile der abhängigen gegenüber den unabhängigen Betrieben sind gemessen am durchschnittlichen Jahresoutput aber immer noch immens. Die abhängigen Betriebe kamen 2003 durchschnittlich auf ein Jahresvolumen von 2 600 Minuten und 2004 auf 2 900 Minuten (vgl. Tabelle 2). Für die unabhängigen Betriebe lagen diese Werte bei 660 bzw. 730 Minuten. Die unabhängigen Betriebe kamen also nur auf ein Viertel des Jahresvolumens, das die abhängigen Betriebe in den beiden letzten Jahren erreichten. Auch wenn sich gegenüber 2001 und 2002, als das Größenverhältnis zwischen unabhängigen und abhängigen Betrieben noch eins zu sechs betrug, die Kluft beim Auftragsvolumen verjüngt hat, bleibt der Zugang der abhängigen Produzenten zum Auftragsvolumen deutlich besser (vgl. Tabelle 3).

Im Jahr 2001 hatten die von Sendern bzw. deren Eignern abhängigen Betriebe trotz ihrer relativ geringen Zahl einen Anteil am Gesamtmarkt von über 50 Prozent. Dieser Anteil war in den letzten Untersuchungsjahren stark rückläufig.

Die größten Produktionsgruppen

Gegenüber den Vorjahren hat es im Ranking der größten Produktionsgruppen erhebliche Veränderungen gegeben. Ausgelöst wurden diese Veränderungen insbesondere durch den Konkurs des Kirch-Konzerns, der 2002 noch auf Rang zwei gemessen am Produktionsvolumen gelegen hatte. Aus den Trümmern des Konzerns sind gleich drei Produktionsgruppen entstanden und unter die führenden Unternehmen aufgestiegen, darunter die Janus-Gruppe, die in den beiden Untersuchungsjahren auf Rang sieben (2003) und vier (2004) rangierte. Die Produktionsfirmen der Sendergruppe ProSie-

Konkurs des Kirch-Konzerns hat Ranking der Produktionsgruppen verändert

benSat.1 lagen 2003 sogar auf Rang drei, 2004 auf Rang sechs. Und auch die NDF-Gruppe rangierte jeweils in der Nähe der 20 führenden Gruppen (vgl. Tabelle 4).

Deutlich abgestiegen auf Rang neun (2003) bzw. elf (2004) ist der Springer-Konzern. Im Jahr 2002 noch auf Rang drei hat sich der Konzern inzwischen von fast allen Beteiligungen getrennt. Das Jahresvolumen wird praktisch ausschließlich von der Schwarzkopff TV in Hamburg hergestellt. Gleichfalls abgestiegen sind die Televersal Film in Hamburg, die Kloiber-Gruppe in München und die Firma Couch Potatoes in Köln. Maßgeblich für den Abstieg war bei allen drei Firmen das Auslaufen von werktäglichen Formaten, die zuvor das Produktionsvolumen stark bestimmt hatten.

Auch Springer trennte sich von Produktionsbeteiligungen

Aufgestiegen sind neben den ehemaligen Kirch-Firmen insbesondere die Firmen Constantin sowie MME und Moviement. Verbunden mit dem sehr schnellen Ausbau der Constantin Entertainment war auch der rasche Aufstieg. Die Platzierungen, 2003 auf Rang sechs und 2004 bei etwa gleich starkem Output auf Rang sieben, zeigen die starke Marktposition der Constantin-Gruppe. Die Moviement erreichte schon im Jahr 2003 Rang zwei. Nach der Fusion mit MME rangiert nun auch das neue Unternehmen auf Rang zwei. Ähnlich wie zu Zeiten des Kirch-Konzerns als langjährig zweitgrößter Gruppe ist auch die MME Moviement am neuen Standort Berlin noch weit entfernt vom Marktführer, der RTL Group aus dem Bertelsmann-Konzern. Mit rund 100 000 Minuten in 2004 und 80 000 Minuten in 2003 erreichte die Gruppe jeweils einen doppelt so hohen Output wie die nachfolgende MME Moviement. Die führende Position des Konzerns scheint trotz der hohen Gesamtproduktion der deutschen Produktionsbranche stabil.

RTL Group weiterhin mit großem Abstand führend

Sprunghafte Veränderungen gehen häufig von Formaten aus, die bei werktäglicher Ausstrahlung große Produktionsvolumina erreichen. Gerade bei diesen werktäglichen Formaten ist die RTL Group inzwischen noch besser als früher im Geschäft. Die RTL Group dürfte sich im Jahr 2005 noch deutlicher von ihren Konkurrenten abheben. Basis dafür sind die für den deutschen Markt neuen Telegenovelas, die überwiegend von dem Tochterunternehmen UFA-Grundy produziert werden.

Die Konzentrationswerte für die jeweils drei, fünf und zehn führenden Produktionsgruppen, die im Jahr 2002 die niedrigsten Werte im langjährigen Vergleich erreicht hatten, sind bereits 2003 – trotz des erstmals berücksichtigten Zerfalls der ehemaligen Kirch-Gruppe – wieder gestiegen. Sowohl die drei, die fünf als auch die zehn größten Gruppen liegen mit ihren summarischen Werten jetzt wieder im Mittelfeld des Langzeitvergleichs seit 1998. Sie sind jeweils noch einige Prozentpunkte von den im Jahr 2000 erreichten Spitzenwerten entfernt. Mit einem gemeinsamen Marktanteil von gut 45 Prozent ist die Branche allerdings dennoch von einer Marktdominanz der zehn größten Gruppen gekennzeichnet (vgl. Tabelle 5).

Marktdominanz der zehn größten Unternehmen

② Produktionsvolumen der senderabhängigen Unternehmen von 1998 bis 2004

brutto, in Min., gewichtete Werte

	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
Bertelsmann/RTL Group ¹⁾	100 757	83 634	93 500	114 100	147 212	102 100	88 197
Kirch ²⁾	*	*	82 700	87 900	55 366	59 443	36 621
Springer ³⁾	*	*	30 400	44 900	46 820	70 572	45 217
MME ⁴⁾	*	*	7 800	15 000	16 177	12 529	10 601
Tele-München/Kloiber	226	460	17 900	18 900	22 192	20 589	17 403
Bavaria	39 225	33 229	27 100	20 000	17 708	18 037	13 555
Holtzbrinck ⁵⁾	*	*	10 600	11 500	10 250	7 278	23 333
Studio Hamburg					14 998	19 613	16 889
ZDF	8 728	7 921	7 000	6 400	4 073	2 249	*
ARD (Rest) ⁶⁾	4 717	8 209	10 900	6 900	4 932	4 205	*
Drefa	11 662	8 874	7 300	6 700	11 334	10 088	*
Brainpool TV ⁷⁾	16 068	10 772	14 700	10 600	7 436	*	*
Spiegel TV ⁸⁾	20 277	22 797	21 400	17 400	*	*	*
DCTP ⁸⁾	3 752	4 408	4 200	4 200	*	*	*
EM TV AG ⁹⁾	798	226	*	*	*	*	*
ProSiebenSat.1 Media AG ¹⁰⁾	28 705	27 343	*	*	*	*	*
Gesamt ¹¹⁾	249 044	223 593	349 500	383 000	351 062	326 703	251 816
% von Auftragsproduktion gesamt	34,3	32,0	49,9	53,3	47,6	49,5	43,2

* Im jeweiligen Jahr nicht berücksichtigt.

- 1) RTL Group bis 1999 noch als CLT-UFU ohne die Pearson-Gruppe ausgewiesen.
- 2) Kirch-Konzern hier ohne Berücksichtigung der Beteiligung an Springer. In 2000 inklusive des durch die Fusion von ProSieben und SAT.1 im Jahr 2000 höheren Anteils an der Sendergruppe.
- 3) Springer-Konzern bis 1999 inklusive des anteiligen Volumens der SAT.1-Firmen, an denen Springer bis Ende 1999 mit 41 Prozent beteiligt war. Seit 2003 unterschreiten die Beteiligungen an TV-Sendern die Erfassungsschwelle von 25 Prozent.
- 4) Die Firma MME zählte zu den senderabhängigen Unternehmen, da einer ihrer Hauptteigener, der Bauer-Konzern, auch Fernsehunternehmer ist (RTL II). 2002 hatte der Konzern seine Beteiligung an der MME unter die Erfassungsschwelle für diese Studie in Höhe von 25 Prozent reduziert und in 2003 auch die restlichen Anteile verkauft. Seit 2003 hat die MME dadurch einen anderen Status.
- 5) Bis Ende 2002 war der Holtzbrinck-Konzern einer der großen Eigner von n-tv, und deshalb zählte die Produktionsgruppe von Holtzbrinck zu den senderabhängigen Unternehmen. Mit dem Verkauf der n-tv-Anteile veränderte sich der Status der Produktionsgruppe ab 2003.
- 6) Darunter Maran-Film-GmbH (51%); Telefilm Saar GmbH; Taunus Film Produktions GmbH; Dokfilm Fernsehproduktion GmbH und First Entertainment GmbH (51%); Moviepool GmbH (38%); telepool GmbH (74%).
- 7) Die Brainpool TV wurde Ende 1999 vom Sender Viva vollständig übernommen und gilt entsprechend seit 2000 als senderabhängiges Unternehmen.
- 8) Spiegel TV und die DCTP veranstalten seit Mai 2001 gemeinsam das Programm XXP. Entsprechend gehören die Produktionsbetriebe seitdem zu den abhängigen Produzenten.
- 9) EM TV ist durch die in 2003 begonnene sukzessive Übernahme des DSF in die Gruppe der abhängigen Unternehmen gewechselt.
- 10) Die Produktionsfirmen der heutigen ProSiebenSat.1-Gruppe wurden bis 2002 anteilig beim Kirch-Konzern berücksichtigt.
- 11) Columbia Tristar ist nicht unter den abhängigen Firmen registriert, da der Eigner Sony nur an kleinen digitalen Sendern beteiligt ist.

Quelle: FORMATT-Institut.

③ Vergleich senderabhängige und -unabhängige Betriebe

	senderabhängig				senderunabhängig			
	Anzahl Betriebe	% an Branche	Produktionsvolumen in Min.	% an Branche	Anzahl Betriebe	% an Branche	Produktionsvolumen in Min.	% an Branche
2001	115	15,3	383 000	53,3	635	84,7	335 900	46,7
2002	108	14,6	349 500	49,9	630	85,4	350 400	50,1
2003	87	10,8	223 600	32,0	721	89,2	475 000	68,0
2004	84	11,3	245 600	33,8	657	88,7	480 800	66,2

Quelle: FORMATT-Institut.

④ Die größten Produktionsgruppen

anteiliges Produktionsvolumen in Min., gewichtete und anteilige Werte

Firma	Sitz	Rang			2004	2003	2002	2000	1998
		2004	2003	2002					
UFA/Bertelsmann	Berlin	1	1	1	97 477	79 958	76 700	98 267	50 200
MME (2004 inkl. Moviement)	Hamburg	2		18	46 626	4 384	7 700	16 177	10 600
Endemol Deutschland	Köln	3	4	5	32 988	26 945	22 200	66 668	21 700
Janus TV GmbH	Ismaning	4	7		30 732	23 887	*	*	*
Bavaria Film	München	5	5	4	29 839	26 407	22 900	14 038	13 600
ProSiebenSat.1	München	6	3		28 705	27 270	*	*	*
Constantin Film	München	7	6		23 948	24 888	2 700	*	*
Spiegel TV	Hamburg	8	8	6	20 073	21 645	21 000	16 407	19 700
Studio Hamburg	Hamburg	9	10	16	12 980	14 651	8 600	9 286	14 700
Brainpool TV	Köln	10	17	8	12 061	8 557	12 400	7 436	9 700
Axel Springer AG	Hamburg	11	9	3	11 975	20 654	24 200	40 354	37 400
Buchheit-Gruppe	Mainz	12	12	11	11 949	11 592	11 800	6 275	*
WestCom	Dortmund	13	19		11 250	7 500	8 300	6 250	6 700
PRO Programme	Köln	14	16	15	10 799	8 657	9 100	*	*
time 2 talk/drb	Berlin	15	11		10 120	11 820	3 700	*	5 300
Creatv	Hürth	16	13	10	8 201	10 885	11 900	28 105	27 300
drefa-Gruppe	Leipzig	17			5 927	4 555	4 200	7 013	5 300
ZDF Enterprises	Mainz	18			5 632	4 771	4 000	*	*
Entertainment Factory	Pullach	19		20	5 130	4 228	4 700	*	*
AZ Media TV	Hannover	20			4 832	4 770	4 400	*	*
Moviement	München				*	40 801	*	*	*
Bonito TV	Köln		14	17	965	9 320	8 000	8 544	*
D & D Film	Hürth		15	9	2 385	9 310	12 200	12 173	8 800
Holtzbrinck	Berlin		18	13	2 583	8 280	10 100	10 250	17 300
Sony Pictures	Hürth		20		4 713	5 470	2 200	*	5 600
KirchMedia	München			2	*	*	65 600	46 034	36 200
Couch Potatoes	Köln			7	1 435	1 915	19 300	10 200	4 700
Kloiber/Tele-München	München			12	226	460	10 700	14 400	13 100
Televersal Film	Hamburg			14	680	790	9 400	9 758	*
Tellux Beteiligungsges.	München			19	3 963	4 016	4 800	*	*
NDF Filmholding	München				4 803	4 787	*	*	*
Focus TV	München				3 960	4 225	2 700	4 620	5 400
Rang 1-20 gesamt**					421 244	398 497	373 300	439 387	318 700

* Für das einzelne Jahr liegt keine Auswertung vor.

** Für die Summenbildung sind die jeweils im Einzeljahr 20 führenden Produktionsgruppen herangezogen worden.

Quelle: FORMATT-Institut.

⑤ Die Konzentrationswerte der größten Produktionsgruppen

	drei größte Gruppen		fünf größte Gruppen		zehn größte Gruppen	
	in 1 000 Min.	Marktanteil in %	in 1 000 Min.	Marktanteil in %	in 1 000 Min.	Marktanteil in %
1998	126	21,6	190	32,6	277	47,5
1999	157	23,8	223	33,9	321	48,6
2000	211	28,5	279	37,7	360	48,6
2001	206	28,7	260	36,2	312	43,4
2002	167	23,9	212	30,3	288	41,1
2003	148	21,2	201	29,0	307	44,2
2004	177	24,4	238	32,8	335	46,1

Quelle: FORMATT-Institut.

Die Entwicklung der Genres im Überblick

Im Lichte der ständigen Weiterentwicklung von Programmformaten und den zahlreichen Kompositionen von Formatelementen aus unterschiedlichen Genres zu neuen Programmformaten ist die Klassifikation des Fernsehprogramms nach Genres zunehmend schwierig und in einzelnen Fällen problematisch geworden. Schon die Unterscheidung in Information und Fiction ist nach den Theorien der Medienwissenschaft inhaltlich nicht immer sinnvoll. Die inhaltlichen und formalen Funktionen, die kommunikativen Leistungen von Genres können in einzelnen Fällen nicht mehr ausreichend klar voneinander abgegrenzt werden. Mit dem Begriff der „Hybridformate“ wird auf die Entdifferenzierung der Genres im Fernsehprogramm hingewiesen.

Unterscheidung nach klassischen Genres trotz Weiterentwicklung von Formaten sinnvoll

Solche Merkmalsdiskussionen können allerdings wegen der geringen Zahl von „Hybridproduktionen“ außen vor bleiben, wenn es darum geht, den Produktionsmarkt quantitativ zu beschreiben. Bei diesen Unterscheidungen taugen sehr wohl die klassischen Merkmale von Genres, da sie sowohl grobe Gruppen der Produktion nach dem Aufwand ihrer Erstellung erfassen als auch Hinweise auf die publizistischen Relevanzen innerhalb eines Fernsehprogramms geben können. Ein weiterer Grund spricht für die Zuordnung von Produktionen zu klassischen Genres: Genres sind statistische Grundkategorien, die es ermöglichen, in der Beobachtung längerer Zeiträume Stabilitäten und Veränderungen in der gesamten Auftragsproduktion festzustellen.

Angesichts ständiger Programminnovationen, neuer Programmkonzepte und zahlreicher so genannter Programmreformen mag der Eindruck entstehen, dass sich die Fernsehprogramme auch strukturell ständig verändern, somit grundsätzlich immer wieder neue Auftragsvoraussetzungen für die Produktionsbranche gestellt sind. So richtig der Eindruck ist, dass wohl kein anderes Medium in so hohem Maße von Formatinnovationen abhängig ist wie das Fernsehen, so sinnvoll ist es auch, solche Veränderungen im Rahmen von Messgrößen zu betrachten, die den Grundstrukturen von Fernsehprogrammen möglichst nahe kommen. Messgrößen für die Grundstrukturen von Fernsehprogrammen sind die hier verwendeten Genres, die im Wesentlichen die Datenerfassung seit 1998 bestimmen und somit verlässliche Trendaussagen ermöglichen. Im Lichte dieser Messungen sind die Gewichte in der Auftragsproduktion umso stabiler geblieben, je stärker man die Komplexität der Programmstruktur nach Genres auf Großgruppen reduziert.

Anteile für Fiction, Entertainment und Information langfristig stabil

Insgesamt erfolgt die Auswertung nach zehn Genres und weiteren drei Residualkategorien. Naturgemäß gibt es innerhalb dieser Kategorien ständig Veränderungen. In ihnen spielt sich auch jene öffentlich wahrnehmbare, oft übertrieben zugespitzte Innovationsdynamik im Fernsehen ab. Diese zehn Kategorien werden zu den Oberkategorien Fiction, Entertainment (nonfiktionale Unterhaltung) und Information zusammengeführt. Auf dieser Ebene der Auswertung ist die Veränderungsdynamik weit we-

niger erkennbar, sprechen im Gegenteil die Daten in der Langzeitbeobachtung eher für eine bemerkenswerte Konstanz der Programmstrukturen im Fernsehen. Knapp 40 Prozent des Volumens aller Auftragsproduktionen sind 2004 wie schon 1998 den Genres der Information zuzuordnen (vgl. Tabelle 6). Die Fictiongenres konnten ihren Anteil in dem Zeitraum etwas erhöhen, liegen nun aber auch bereits seit einigen Jahren stabil bei knapp 25 Prozent, und die dem Entertainment zugerechneten Genres sind mit gut 30 Prozent ebenfalls stabil geblieben.

Die Nachfrage einzelner Sender nach Produktionen bestimmter Genres differiert erheblich. Bei der Betrachtung dieser Unterschiede wird die Fortführung von Entwicklungen deutlich, die bereits in den Vorjahren von 1998 bis 2002 beobachtet werden konnten. Zwei Erklärungen bieten sich dafür an: Zum einen haben die Sender unterschiedliche betriebswirtschaftliche Präferenzen, welche Programmleistungen sie in Auftrag geben, welche sie einkaufen oder selber realisieren. Zum anderen bedeuten Entwicklungen bei den Programmphilosophien, mit denen die Sender auf die Zuschauermärkte reagieren, auch Veränderungen bei den nachgefragten Genres. Solche Veränderungen sind insbesondere bei den privaten Sendern erkennbar. Die statistische Erfassung der Auftragsproduktion nach Sendern und nach Genres ist auch ein aussagefähiges Instrument über den Bedeutungswandel von Genres im Programmwettbewerb der Sender.

Fictiongenres

In der Gruppe der Fictiongenres werden Formate zusammengefasst, die gemeinhin die dramaturgische Bedeutung der Programme in besonderer Weise begründen und sich durch inszenierte Leistungen der produzierten Stücke auszeichnen. Wirtschaftlich haben sie in der gesamten Produktionsbranche wegen ihrer komplexen Herstellungsanforderungen ein hohes Gewicht und tragen nicht zuletzt wegen ihrer zum Teil künstlerischen Ansprüche erheblich zum Image der Produktionsunternehmen bei. Ihrer Herkunft nach sind sie aus dem klassischen Spielfilm entstanden. Es handelt sich also – auch bei Mehrteilern und Serien – um szenische Produktionen, denen in der Regel Drehbücher und Regievorgaben zugrunde liegen. Entsprechend hoch ist der organisatorische Aufwand ihrer Umsetzung und der Einsatz vielfältiger Mittel in der Realisierung. An den Drehorten erzielen die Produktionen zahlreiche wirtschaftliche Effekte in der Breite des Spektrums der Filmproduktion, die bis zu Fahr- und Cateringdiensten reichen können. Insbesondere unter diesem Gesichtspunkt ist die Unterscheidung wichtig, in welchem Bundesland ein Produktionsunternehmen rechtlich seinen Sitz hat und in welchem Bundesland es einen Auftrag realisiert.

Wirtschaftlich gesehen werden mit Fictiongenres die höchsten Umsätze pro Sendeminute erzielt. Entsprechend hoch ist der PR-Aufwand der Sender,

Sender haben unterschiedliche Genreschwerpunkte

Fictionproduktion birgt vielfältige Standorteffekte

Fiction bringt höchste Umsätze pro Sendeminute

⑥ **Gesamtproduktion 2004: Genres nach Sitzland der Produzenten**

Angaben in Min., gewichtete Werte; Anteil am Gesamtvolumen des Genres in %

	Fiction					Entertainment			
	Movie	Serie	Comedy	Fiction sonst.	Fiction gesamt	Doku-Soap	Show	Musik	Game
Bayern									
in Min.	7 722	38 563	2 835	243	49 363	25 015	4 006	5 827	1 428
in %	29,7	31,3	9,4	28,2	27,4	39,6	16,4	42,5	5,2
Berlin									
in Min.	6 097	33 597	2 579	138	42 411	3 912	1 907	710	450
in %	23,4	27,3	8,5	16,0	23,5	6,2	7,8	5,2	1,6
Hamburg									
in Min.	3 983	4 847	747	30	9 607	4 495	6 231	2 646	2 950
in %	15,3	3,9	2,5	3,5	5,3	7,1	25,4	19,3	10,7
Nordrhein-Westfalen									
in Min.	5 119	37 456	24 103	141	66 819	26 528	7 569	860	17 510
in %	19,7	30,4	79,6	16,4	37,1	42,0	30,9	6,3	63,6
sonstige Länder									
in Min.	3 115	6 958	0	247	10 320	3 247	4 675	3 550	5 201
in %	12,0	5,7	0,0	28,7	5,7	5,1	19,1	25,9	18,9
keine Angaben									
in Min.	0	1 665	0	63	1 728	0	105	105	0
in %	0,0	1,4	0,0	7,3	1,0	0,0	0,4	0,8	0,0
Gesamt									
in Min.	26 036	123 086	30 264	862	180 248	63 197	24 495	13 698	27 539
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Talk	Entert. gesamt	journalistische Langformen				Info gesamt	Sonst.	Gesamt
			Maga-zine	Lang-format	Info sonst.				
Bayern									
in Min.	18 987	55 263	55 208	20 485	3 428	79 121	3 569	187 316	
in %	18,8	24,0	28,6	27,2	34,4	28,5	9,3	25,8	
Berlin									
in Min.	8 430	15 409	26 454	11 237	1 620	39 311	7 361	104 492	
in %	8,4	6,7	13,7	14,9	16,3	14,1	19,3	14,4	
Hamburg									
in Min.	21 984	38 306	38 697	14 185	2 100	54 982	7 853	110 748	
in %	21,8	16,7	20,1	18,8	21,1	19,8	20,6	15,2	
Nordrhein-Westfalen									
in Min.	35 534	88 001	24 398	12 720	1 675	38 793	15 470	209 083	
in %	35,2	38,3	12,7	16,9	16,8	13,9	40,5	28,8	
sonstige Länder									
in Min.	13 510	30 183	47 840	15 625	1 135	64 600	3 930	109 033	
in %	13,4	13,1	24,8	20,7	11,4	23,2	10,3	15,0	
keine Angaben									
in Min.	2 480	2 690	125	1 165	0	1 290	0	5 708	
in %	2,5	1,2	0,1	1,5	0,0	0,5	0,0	0,8	
Gesamt									
in Min.	100 925	229 852	192 722	75 417	9 958	278 097	38 183	726 380	
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Quelle: FORMATT-Institut.

mit dem solche Darbietungen den Zuschauern nahe gebracht werden. Oft werden schon die Dreharbeiten selber zu einem öffentlichen Ereignis, über das berichtet wird. Mit den Produktionen wird Aufmerksamkeit auf das Programm und auf den veranstaltenden Sender gelenkt.

Comedy unter Fiction subsummiert

Weiterhin wird dieser Gruppe das Genre Comedy zugeordnet. Es zeichnet sich zwar nicht primär durch den szenischen Aufwand der Produktion aus, zumal der Drehort bei einigen Formaten ausschließlich auf das Studio beschränkt bleibt. Dennoch liegt die Zuordnung nicht nur aus künstlerischen Gründen nahe. Comedyformate zeichnen besondere Merkmale des szenischen Ablaufs aus, zu denen auch zahlreiche Einspieler gehören können. Diese wiederum sind in der Regel Kurzformate jener Produktionen, die auch sonst in dieser Gruppe mit ihren Großformaten vertreten sind.

Fictionserien machen knapp ein Viertel des Auftragsproduktions- volumens aus

Neben den quantitativ eher kleinen Genres Movie und Comedy bestimmen die Serien das Gewicht der Fictionproduktion. Die Volumenentwicklung fiktionaler Genres seit 1998 zeigt Abbildung 1. Insgesamt erreicht der Umfang der Fictionproduktion mit leicht unter 25 Prozent der gesamten Auftragsproduktion knapp das Volumen der Magazine. Allerdings sind die Anteile von Sender zu Sender sehr verschieden. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, die traditionell vor allem im Informationsbereich auf Eigenproduktion setzen, ist der Anteil der Fictionproduktion am gesamten Auftragsvolumen sehr viel höher als bei den privaten Sendern. Beachtlich ist die Volumensteigerung der Fictionproduktion in den Jahren 2003 und 2004 beim ZDF um ein Drittel. In 2004 umfasste sie mehr als die Hälfte des gesamten Umfangs der ZDF-Auftragsproduktion. Verhältnismäßig hohe Umfänge – wenn auch mit rückläufigem Anteil an den Gesamtaufträgen – erreichten auch RTL, SAT.1 sowie ProSieben. Andere private Programme spielten für die Auftragsvergabe fiktionaler Genres so gut wie keine Rolle.

Nur wenige TV-Movies in priva- ten Programmen

Die Produktion von TV-Movies und Reihen können sich nur die großen Sender leisten. Movies wurden in größeren Umfängen und mit gleichbleibender Kontinuität vor allem von den öffentlich-rechtlichen Sendern in Auftrag gegeben. Lediglich SAT.1 und ProSieben hielten auf sehr viel niedrigerem Niveau noch etwas mit. Fast gänzlich hat sich der große Sender RTL aus der Movieproduktion verabschiedet. Für RTL scheinen sich Movies nicht zu rechnen. Die hohen Kosten für Movies übersteigen oft die Möglichkeiten der Privaten, zur Refinanzierung ausreichende Werbeeinnahmen zu erzielen. Wenn auch der Imagewert von Movies nicht mehr hoch genug eingeschätzt wird, führt das schließlich – wie im Falle von RTL – zum Verzicht. Für die Öffentlich-rechtlichen sind sie ein Imagefaktor und erfüllen einen wesentlichen Teil ihres Kulturauftrags.

Fictionserien wichtiges Element privater Programme

Anders sieht die Auftragsituation beim mit Abstand größten Fictiongenre aus, den Serien. Sie haben eine strategische Bedeutung für die Programm-

veranstalter, um hohe Einschaltquoten bei den für die Werbewirtschaft bevorzugten Zuschauergruppen zu erzielen. Da bei ihrer Produktion – anders als bei den Movies – Kostenvorteile der seriellen Arbeitsorganisation erzielt werden können, Sujet und Aufwand durch Rahmendaten für die Finanzierung vorgegeben werden, sind Serien kalkulierbar und – überwiegend – für die privaten Sender gewinnbringend. Programmwirtschaftliche Kriterien spielen für die Auftragsvergabe der Serien deshalb eine entscheidende Rolle. Es muss aber vermutet werden, dass in konjunkturell schwierigen Zeiten mit sinkenden oder stagnierenden Werbeerlösen der Kostendruck auf die Auftragnehmer gewachsen ist. Ob dieser Kostendruck Qualitätsauswirkungen auf die realisierten Serien hat – zum Beispiel durch die Zunahme von Schleichwerbung und Product Placements – kann im Rahmen dieser Studie nicht diskutiert werden.

Die Umfänge für Serienproduktionen waren von 2003 bis 2004 sowohl bei RTL als auch bei SAT.1 leicht rückläufig. Die Comedyformate hingegen stiegen vor allem bei ProSieben und SAT.1. Insgesamt ist das Volumen der Fictionproduktion ungefähr auf dem Niveau geblieben, das sie 2002 erreicht hatte. 2003 wurden gut 170 000 Minuten erfasst; im Jahr 2004 rund 180 000. Bei der Herstellung von Serien spielten Locations in Nordrhein-Westfalen eine sehr große Rolle. In Nordrhein-Westfalen wurden 2004 47 Prozent des Serienvolumens hergestellt. Bayern kam auf die Hälfte dieses Anteils.

TV-Movies und Reihen

Viele Produktionen aus diesem Genre gehören zu den kulturellen Highlights der Programme, in erster Linie der öffentlich-rechtlichen Sender. Der hohen kulturellen Wertschätzung steht die Tatsache gegenüber, dass dieses Genre mit gut 25 000 Minuten im Jahr eher zu den kleineren zählt. Die hohe Qualität von Filmen mit künstlerisch wertvollen Profilen verlangt einen großen Kostenaufwand. Der Minutenpreis liegt weit über dem Durchschnitt der Fernsehproduktion. In einigen Fällen wird der Stoff nicht wie im Kinofilm für eine einzige Sendung aufbereitet, sondern es werden Reihen konzipiert und gedreht. Movies und Folgen von Reihen umfassen meistens 90 Sendeminuten. Wie sie vom Kinofilm zu unterscheiden sind, sind sie auch von Serien gut abzugrenzen. Die serielle Nutzung von Drehorten, Szenen und Personal ist bei Reihen gegenüber der Serienproduktion nur beschränkt möglich. Die erzählten Geschichten sind linear aufgebaut. Auch ist der künstlerische, gestalterische, technische und organisatorische Aufwand bei den Reihen in der Regel höher, was die außergewöhnlich hohen Kosten der Produktion in diesem Genre erklärt.

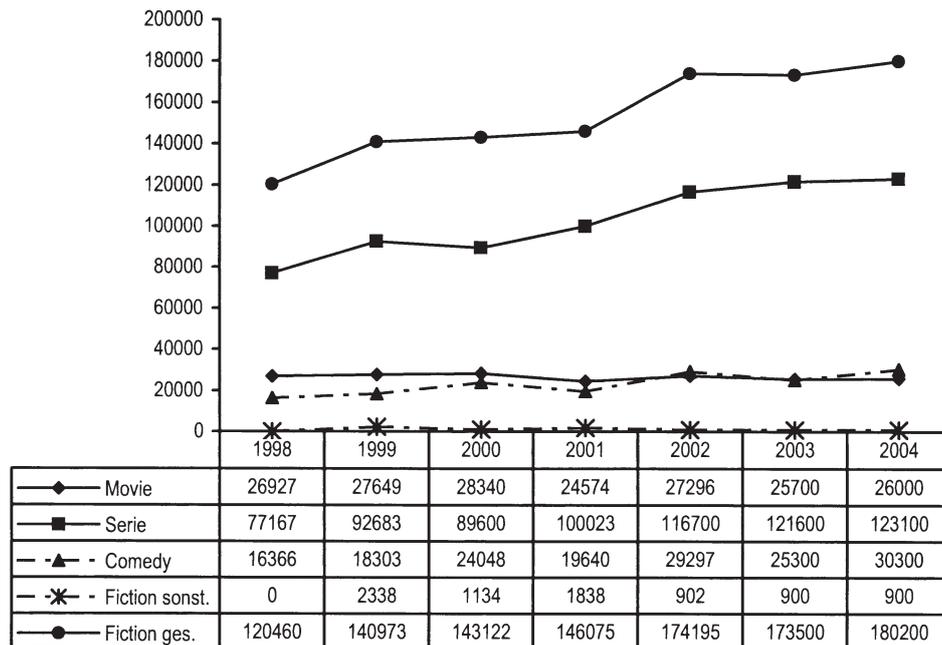
Hohe Kosten sind der Grund für den geringen Anteil der TV-Movies und Reihen am Gesamtprogramm und für die Zurückhaltung der meisten Sender. Etwa 80 Prozent der Aufträge kommen

**47 % des Serien-
volumens 2004
in NRW erstellt**

**Movies oftmals
kulturelle Highlights
der Programme
– hohe Kosten**

**TV-Movies und
Reihen zu 80 % Auf-
träge der ö.-r. Sender**

Abb. 1 Volumentwicklung der Fictiogenres
Angaben in Min., gewichtete Werte



Quelle: FORMATT-Institut.

von den öffentlich-rechtlichen Sendern, deren Auftragsvolumen ziemlich konstant geblieben ist (vgl. Tabelle 7). Nur noch 15 Prozent vom Gesamtvolumen der Fictionproduktion werden für das Genre TV-Movies produziert, ein Anteil, der insgesamt über die Jahre rückläufig ist, was durch das immer geringere Engagement der Privaten in diesem Genre zu erklären ist.

Nicht nur für Produktionsunternehmen selbst, sondern auch für die Branchen der einzelnen Länder insgesamt sind Aufträge für Movies von hohem Wert, weil die Länder mit diesen Produktionen auch auf die Qualität der bei ihnen angesiedelten Produktionsunternehmen hinweisen können. Naturgemäß ist die Kluft zwischen dem Sitzland eines Produktionsunternehmens und den Orten, wo TV-Movies gedreht und bearbeitet werden, gerade in diesem Genre besonders groß. Gründe dafür liegen im Stoff einer Erzählung und ihren Locations. Aber auch Merkmale des Kostenwettbewerbs können ausschlaggebend sein, wo ein Film produziert wird. Hinzu kommen Anreize der Film-Fördereinrichtungen der Länder.

**Produktionskosten
in der Regel nicht
genannt**

Wie schon in den Vorjahren geben die Sender die Produktionskosten von TV-Movies in der Regel nicht bekannt. Ausnahmen werden insbesondere dann gemacht, wenn die Kosten das durchschnittliche Preisgefüge deutlich übersteigen. Bei den so genannten Eventfilmen werden die hohen Kosten sogar offensiv für die PR-Arbeiten genutzt. Da gerade diese Produktionen aber häufig nicht von einem Sender allein finanziert werden, sondern in-

ternationale Kofinanzierungen längst eine erhebliche Rolle spielen, reduziert sich der vom deutschen Sender zu tragende Kostenanteil. Die Ausgaben der deutschen Sender sind entsprechend nicht gleichzusetzen mit den Einnahmen der deutschen Movieproduzenten. Dies gilt umso mehr, da sich auch auf Seiten der Auftragnehmer gerade bei den teuren Filmen internationale Koproduktionen etabliert haben. Hinzu kommen erhebliche Mittel zur Mitfinanzierung aus den diversen Fördereinrichtungen.

Auch wenn die genauen Umsätze mit der Movieproduktion nicht beziffert werden können, gibt es Anhaltspunkte für Schätzwerte über den Gesamtumfang. Das ZDF gibt die durchschnittlichen Kosten mit 1,3 Mio Euro an. Ähnlich nennt der WDR 1,3 bis 1,4 Mio Euro, wobei nach den jüngsten Etatdeckelungen mit Kürzungen von bis zu 10 Prozent beim WDR ein Preis von 1,3 Mio Euro als Obergrenze festgesetzt worden ist. Zu diesem Preis lässt der WDR beispielsweise seine „Tatort“-Produktionen realisieren, die auf einen durchschnittlichen Minutenpreis von 14 500 Euro kommen.

Gestützt auf die Angaben des ZDF und des WDR, die in der Movieproduktion zu den wichtigsten Auftraggebern gehören, kann ein Durchschnittspreis pro Movie von 1,3 Mio Euro angenommen werden. Bei 285 Movies 2003 und 290 Movies 2004 ergibt das ein Umsatzvolumen für die Movie-Produktion von rund 375 Mio Euro per anno. Selbst unter Berücksichtigung der deutlich höheren Kosten bei den so genannten Eventfilmen, deren Zahl aber relativ gering ist, dürfte das Volumen der Movie-Auftragsproduktion kaum die Schwelle von 400 Mio Euro erreichen.

⑦ Produktionsvolumen von TV-Movies nach Sendern

Angaben in Min., gewichtete Werte

Bundesländer	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	Arte/3sat/ KIKA	Dritte	sonstige Sender	Gesamt
Bayern	3 105	2 205	320	949	558		585		7 722
Berlin	2 473	2 125		724	370	225	180		6 097
Hamburg	2 160	1 281	360	92	90				3 983
Nordrhein-Westfalen	1 480	2 555	135	362	182	90	225	90	5 119
sonstige Länder	2 205	270	0	362	143	45	45	45	3 115
Gesamt	11 423	8 436	815	2 489	1 343	360	1 035	135	26 036

Quelle: FORMAT-Institut.

**Volumen der
Entertainmentgenres
gesunken**
Entertainmentgenres

In dieser Gruppe werden die Genres Doku-Soap, Show, Musik, Game und Talk zusammengefasst. Das Volumen dieser Genres ist seit dem Jahr 2001 deutlich geringer geworden (vgl. Tabelle 8). Betrug es damals fast 300 000 Minuten, waren es im Jahr 2004 nur noch 230 000 Minuten. 2002 und 2003 war das Volumen noch geringer gewesen. Eine eindeutige Entwicklung der Nachfrage nach Entertainmentformaten ist nicht erkennbar. Die NRW-Branche ist führend in dieser Genregruppe. Der Marktanteil von einst fast 50 Prozent sank allerdings beständig und lag 2004 erstmals unter 40 Prozent. Insbesondere bayerische Produzenten legten zu und produzierten 2004 fast ein Viertel des Gesamtvolumens.

**Starke Veränderungen
innerhalb
einzelner Genres**

Auffallend sind die starken Veränderungen innerhalb einzelner Genres. Am gleichmäßigsten verlief die Entwicklung in den Genres Musik und Show – wenn auch mit sehr niedrigen Umfängen. Dagegen verloren die Gameshows dramatisch. Erreichten sie 2001 noch 125 000 Minuten, mehr als doppelt soviel wie 1998, fiel das Volumen bis 2004 auf 28 000 Minuten. In der Langzeitbeobachtung wird sehr deutlich, wie steil nach oben die Karriere einzelner Genres verläuft, wie schnell aber auch eine solche Karriere zu Ende gehen kann. Solche vom Zeitgeist beeinflussten Karrieren sind in diesem Ausmaß nur in der Gruppe der Entertainment-Genres zu beobachten. Ende der 1990er Jahre tauchten die ersten Formate des Genres Doku-Soap in den Programmen auf. Von 2000 bis 2004 stieg das Volumen von 16 000 Minuten auf nunmehr 63 000 Minuten. Fast stabil geblieben sind die Umfänge für die Talkshows, die auch im Jahr 2004 immer noch über 100 000 Minuten erreichten, wenn auch mit einer fallenden Tendenz. Talk-Shows sind die volumenstärksten Sendeformate innerhalb der Entertainment-Genres geblieben.

**Magazine mit größtem
Auftragsvolumen**
Die Informationsgenres

Das Gesamtvolumen der Auftragsproduktionen für die informierenden Genres hat sich seit Beginn der Erfassungen im Jahre 1998 nicht wesentlich verändert. Nach einem Nachfrageknick 2001 sind sogar kontinuierlich Steigerungen zu verzeichnen (vgl. Abbildung 2). 2004 wurde mit 278 000 Minuten ein Höchststand erreicht. Mit weitem Abstand sind Ma-

gazine das Genre mit der größten Nachfrage: 2003 und 2004 waren es jeweils über 190 000 Minuten. Mit Magazinen werden die journalistischen Programmprofile der Sender stark geprägt. Die Nachfrageschwankungen sind mit Ausnahme des Jahres 2001 sehr gering.

Dokumentationen, Reportagen, Features und Porträts bilden das zweite Informationsgenre. Sie werden unter dem Terminus journalistische Langformate zusammengefasst. Sie sind insbesondere ein Beleg für eine Leistungsbereitschaft der Sender im Informationsbereich, denn der Produktionsaufwand ist oft beträchtlich. Erfreulicherweise hat das Genre seit 1998 kontinuierlich – wenn auch geringe – Zuwächse zu verzeichnen. Von 1998 bis 2004 stieg das Volumen von knapp 41 000 auf gut 75 000 Minuten. Informationssendungen, die nicht eindeutig zuzuordnen sind, werden in der Residualkategorie sonstige Informationen zusammengefasst, die allerdings nur eine bescheidene Größenordnung erreicht.

Die Nachfrage der Sender nach Produktionen für die Informationsgenres ist sehr unterschiedlich. In diesen Unterschieden spiegelt sich auch der Stellenwert, den journalistische Information für die Programme hat. Das gilt insbesondere für die privaten Sender. Die öffentlich-rechtlichen Sender produzieren im Bereich der journalistischen Information vor allem mit eigenen Mitteln, während die privaten Sender die Auftragsproduktion präferieren. Größter Auftraggeber ist SAT.1 mit einem Volumen von 55 000 Minuten geblieben. RTL folgte mit 49 000 Minuten. ProSieben vergab Aufträge mit einem Volumen von 30 000 Minuten, VOX von 19 000 Minuten, kabel eins von 12 000 Minuten und RTL II von 8 500 Minuten (2004). Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen ist die Entwicklung nicht einheitlich. Die Nachfrage des Ersten liegt bei 7 000 Minuten. Beim ZDF waren es 2004 über 10 000 Minuten. Eine große Nachfrage hatten die Dritten Programme, die 2004 fast 47 000 Minuten produzieren ließen. Auch arte/3sat/KIKA haben mit einer Nachfrage von 22 000 Minuten Gewicht.

**Journalistische Lang-
formate mit leichtem
Zuwachs**

Ⓢ Produktionsvolumen von Entertainment nach Sitzland des Unternehmens¹⁾

Bundesländer	1998		1999		2000		2001	
	in Min.	in %						
Bayern	20 443	11,0	35 280	15,2	40 127	13,2	60 402	20,3
Berlin	14 025	7,6	10 925	4,7	14 924	4,9	15 365	5,2
Hamburg	35 588	19,2	39 789	17,1	51 694	17,0	49 860	16,8
Nordrhein-Westfalen	98 463	53,1	125 986	54,1	174 186	57,3	143 972	48,4
sonstige Länder	15 698	8,5	20 749	8,9	23 100	7,6	27 529	9,3
keine Angaben	1 270	0,7	105	0,0	145	0,0	472	0,2
Gesamt	185 487	100,0	232 834	100,0	304 176	100,0	297 600	100,0

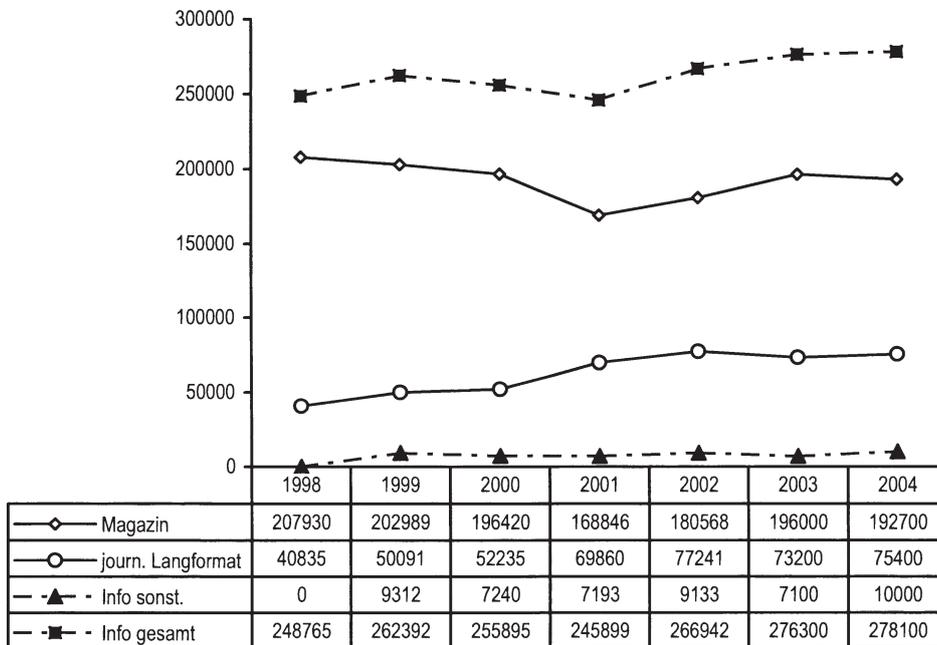
Bundesländer	2002		2003		2004	
	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %
Bayern	33 744	15,5	38 435	18,1	55 263	24,0
Berlin	13 910	6,4	13 768	6,5	15 409	6,7
Hamburg	41 753	19,2	40 195	18,9	38 306	16,7
Nordrhein-Westfalen	102 728	47,2	90 893	42,7	88 001	38,3
sonstige Länder	25 478	11,7	27 531	12,9	30 183	13,1
keine Angaben	0	0,0	2 034	1,0	2 690	1,2
Gesamt	217 613	100,0	212 856	100,0	229 852	100,0

1) Gewichtete Werte.

Quelle: FORMATT-Institut.

Abb. 2 Volumenentwicklung der Informationsgenres

Angaben in Min., gewichtete Werte



Quelle: FORMATT-Institut.

Definition journalistischer Langformate

Unter inhaltlichen Gesichtspunkten handelt es sich bei den journalistischen Langformaten nicht um eine einheitliche Darstellungsform. Zu groß sind die Unterschiede zwischen einer Dokumentation, einer Reportage, einem Portrait oder einem Feature, wenn auch bei diesen Genres zunehmend die Entwicklung so genannter Hybridformate zu beobachten ist. Die Gruppe ist vielmehr durch das formale Merkmal bestimmt, dass sie journalistische Produktionen umfasst, die nicht Magazincharakter haben, sich auf ein Thema von öffentlicher Relevanz beziehen, das in einer mindestens 30minütigen Dauer mit journalistischen Recherche- und Darstellungsmitteln behandelt wird. In dieser Gruppe werden gleichsam die Königsdisziplinen des Fernsehjournalismus zusammengefasst. (6) Diese Produktionen beanspruchen, Informationen – anders als bei Nachrichten oder Magazinen – umfassend, in manchen Fällen sogar erschöpfend zu behandeln und mit teilweise aufwändigen Bildproduktionen anschaulich darzustellen. Die Formatlänge tendiert zur 30-Minuten-Produktion. Die früher häufigen 45-minütigen oder gar längeren Sendungen sind selten geworden.

Stärkere Bedeutung als in Magazinen oder gar in Nachrichten haben bei diesem Genre die Autoren und ihre Sichtweise eines Themas. Allerdings ist die Darstellungsform meistens vorgegeben, da bestimmte Sendeplätze in den Programmen zu Reihen mit Reihentiteln und gleichen Gestaltungslinien zusammengefasst werden, zum Beispiel Reportagen mit dem Label „ARD exklusiv“ oder „37 Grad“ beim ZDF.

Langformate produzierende Betriebe zählen zu den kleineren der Branche

Es gibt sehr viele Produktionsbetriebe, die für dieses Genre tätig sind. Die meisten gehören zu den sehr kleinen Betrieben, die häufig über ein zu geringes Auftragsvolumen klagen. Entsprechend hoch ist die Fluktuation der Betriebe in diesem Produktionssegment.

Die in der langfristigen Entwicklung gestiegene Nachfrage ist nicht allen Betrieben gleichermaßen zugute gekommen. Nach den Beobachtungen befragter Produzenten vergeben die Redaktionen größere Produktionskontingente an einzelne Firmen, zu denen gewachsene Beziehungen bestehen. Für die größere Zahl der übrigen kleinen Produzenten werde das verbleibende Auftragspotenzial tendenziell kleiner. Vor allem bei den privaten Sendern werden Sendeplätze im Wochenrhythmus überwiegend von dem selben Produzenten beliefert. Das gilt nicht nur für RTL II und kabel eins, sondern auch für RTL, SAT.1 und VOX. Lizenzrechtliche Gründe verstärken diesen Trend.

Dritte Programme hier größte Auftraggeber

Bei den Nachfragen der Sender nach journalistischen Langformaten zeigten sich keine gravierenden Veränderungen gegenüber den Vorjahren (vgl. Tabellen 9 und 10). Rückläufig war das Auftragsvolumen für die ARD/Das Erste, RTL, SAT.1 und das ZDF. Die kleineren privaten Sender erreichten geringe Steigerungen. Größte Auftraggeber mit immer noch steigender Tendenz sind die Dritten Programme geblieben, die über 20 Prozent des Volumens nachfragten. Mit einem Nachfragevolumen von

15 000 Minuten folgten arte und 3sat. Der Privatsender VOX war bei den Langformaten der dritte bedeutende Auftraggeber. Mit einem Volumen von rund 10 000 Minuten lag er deutlich vor allen anderen Privatsendern. Dabei spielten allerdings die Senderechte von Drittlizenznehmern eine erhebliche Rolle.

Magazine

Magazine sind quantitativ das größte Einzelgenre innerhalb des Informationssegments. Von 1998 bis 2001 war das Gesamtvolumen zwar rückläufig, konnte dann aber wieder zulegen und blieb in den Jahren 2003 und 2004 stabil auf einem Niveau von über 190 000 Minuten (vgl. Tabelle 11). Diese Umfänge beziehen sich ausschließlich auf Auftragsproduktionen. Darüber hinaus produzieren die Sender in erheblichem Maße Magazine in allen Ressorts vom Regionalen über Politik, Sport, Wirtschaft und Kultur auch mit eigenen Mitteln, so dass dieses Genre bei den Vollprogrammen als Programmbestandteil von hoher Relevanz ist.

Probleme der Datenerfassung machen gerade bei diesem Genre genaue Definitionen notwendig. Dies gilt beispielsweise für die Regionalmagazine. Die öffentlich-rechtlichen Sender stellen die Regionalmagazine selbst her, greifen aber in erheblichem Umfang auf die Zuarbeit privater Produzenten für die Beitragsproduktion zurück. Diese Beiträge unterschreiten allerdings in der Regel die für diese Untersuchung geltende Mindestlänge von 15 Minuten und stellen zudem keine eigenen Sendungen dar. Deshalb werden sie hier – unabhängig vom Auftraggeber – nicht berücksichtigt.

Mit Abstand wichtigste Auftraggeber für dieses Genre bleiben SAT.1 und RTL. Zusammen vergaben die beiden Sender knapp die Hälfte aller Magazinaufträge. Hohe Zuwächse waren bei ProSieben zu verzeichnen. Der Sender vergab ein Volumen von gut 20 000 Minuten. Die Dritten Programme lagen bei 25 000 Minuten. Unter den Landesrundfunkanstalten wird über die Magazinproduktion unterschiedlich entschieden: Manche produzieren ausschließlich selber, andere bevorzugen die Auftragsproduktion. Beim Ersten und beim ZDF blieben die Aufträge für Magazine volumenschwach. Ein stattliches Volumen von jeweils 10 000 Minuten vergab 2003 und 2004 der Sender kabel eins.

Fernsehsender mit Relevanz für die Produktionsbranche

Im Vergleich zu früheren Untersuchungsjahren hat sich die Bedeutung einzelner Sender als Auftraggeber für die deutsche Produktionsbranche kaum verändert. Die größte Nachfrage ging weiterhin von den privaten Sendern aus, die rund zwei Drittel des Volumens der deutschen Auftragsproduktion finanzierten. Maßgeblich dafür waren die Sender SAT.1 und RTL, die zusammen rund 40 Prozent des Volumens in Auftrag gaben (vgl. Abbildung 3). Wie schon in den letzten Jahren zuvor überstieg die

Magazine bei vielen Sendern eigenproduziert**Unterschiedliche Praxis der Sender****SAT.1 und RTL bei Privaten mit größtem Auftragsvolumen**

⑨ Produktionsvolumen von Langformaten nach Sitzland des Unternehmens¹⁾

Bundesländer	1998		1999		2000		2001	
	in Min.	in %						
Bayern	5 384	13,2	11 839	23,6	10 932	20,9	16 091	23,0
Berlin	7 969	19,5	7 662	15,3	6 679	12,8	10 131	14,5
Hamburg	14 228	34,8	12 284	24,5	12 380	23,7	15 438	22,1
Nordrhein-Westfalen	5 215	12,8	8 903	17,8	11 683	22,4	11 498	16,5
sonstige Länder	6 655	16,3	8 908	17,8	10 120	19,4	15 330	21,9
keine Angaben	1 384	3,4	495	1,0	441	0,8	1 372	2,0
Gesamt	40 835	100,0	50 091	100,0	52 235	100,0	69 860	100,0

Bundesländer	2002		2003		2004	
	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %
Bayern	18 984	24,6	17 719	24,2	20 485	27,2
Berlin	12 646	16,4	9 777	13,4	11 237	14,9
Hamburg	14 439	18,7	13 554	18,5	14 185	18,8
Nordrhein-Westfalen	15 017	16,9	15 182	20,7	12 720	16,9
sonstige Länder	17 266	22,4	16 337	22,3	15 625	20,7
keine Angaben	859	1,1	660	0,9	1 165	1,5
Gesamt	77 211	100,0	73 229	100,0	75 417	100,0

1) Gewichtete Werte.

Quelle: FORMATT-Institut.

⑩ Produktionsvolumen von TV-Movies nach Sendern

Angaben in Min., gewichtete Werte

Bundesländer	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	kabel eins	RTL II	VOX	Arte/3sat/ K1KA	Dritte	sonstige Sender	Gesamt
Bayern	637	545	274	245	6 672	1 596	1 769	2 230	1 567	4 573	377	20 485
Berlin	630	1 571	0	260	45	114	510	135	4 642	2 528	802	11 237
Hamburg	764	1 256	334	1 295	39	320	210	5 185	1 576	2 751	455	14 185
Nordrhein-Westfalen	340	1 253	2 031	250	45	585	758	2 250	3 440	1 496	272	12 720
sonstige Länder	1 267	1 342	1 672	112	0	0	0	45	3 887	7 122	178	15 625
keine Angaben	75	30	45	0	0	0	90	55	190	680	0	1 165
Gesamt	3 713	5 997	4 356	2 162	6 801	2 615	3 337	9 900	15 302	19 150	2 084	75 417

Quelle: FORMATT-Institut.

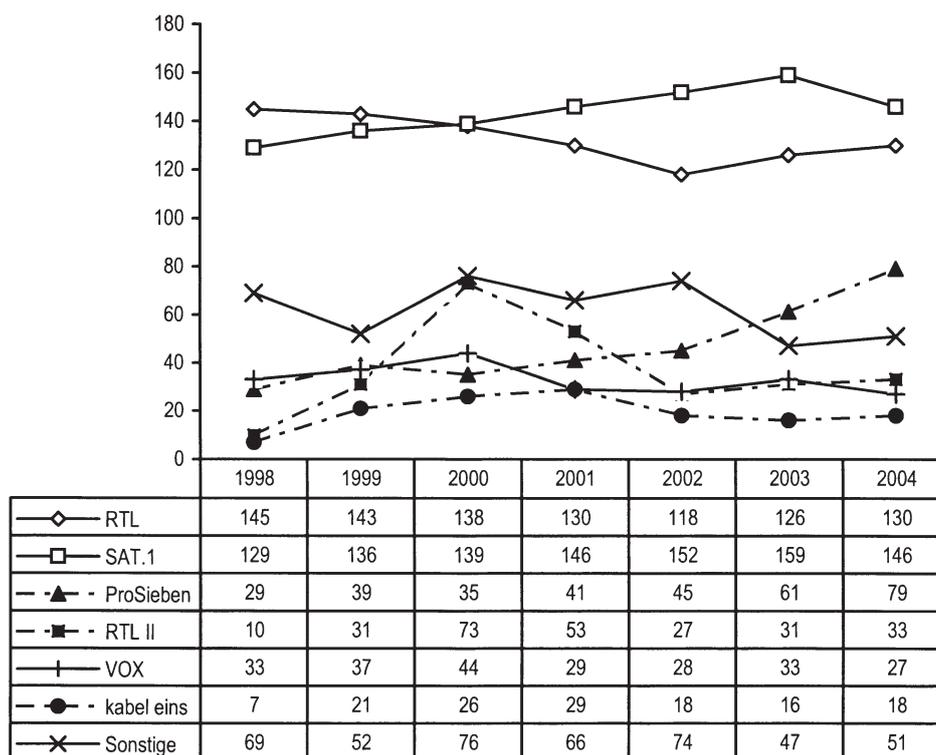
⑪ Produktionsvolumen von Magazinen nach Sendern 2004¹⁾

Angaben in Min., gewichtete Werte

Bundesländer	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	kabel eins	Dritte	sonstige Sender	Gesamt
Bayern	45	2 160	150	9 075	20 462	9 709	1 770	11 837	55 208
Berlin	1 230	60	0	8 910	1 680	0	4 493	10 081	26 454
Hamburg	533	25	30 320	1 250	0	0	660	5 909	38 697
Nordrhein-Westfalen	0	552	12 347	8 155	0	0	45	3 299	24 398
sonstige Länder	990	575	1 050	24 152	0	0	18 338	2 735	47 840
keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	125	125
Gesamt	2 798	3 372	43 867	51 542	22 142	9 709	25 306	33 986	192 722

Quelle: FORMATT-Institut.

Abb. 3 Volumenentwicklung der Auftragsproduktion für private Sender
Produktionsvolumina in 1 000 Min., gewichtete Werte



Quelle: FORMATT-Institut.

Nachfrage von SAT.1 deutlich jene von RTL, wobei sich die beiden Privatsender in 2004 allerdings annäherten: SAT.1 kam auf 20,1 Prozent (2003: 22,8%), RTL auf 17,9 Prozent (2003: 18,1%). Von hohem Gewicht war auch das Auftragsvolumen des Senders ProSieben, das 2003 bei 8,8 Prozent des Gesamtvolumens lag. Von 2003 auf 2004 stieg der Bedarf von ProSieben um fast ein Drittel. Die kleineren Privatsender erhöhten ihr Auftragsvolumen im Rahmen der allgemeinen Steigerung und blieben mit ihren Anteilen an der Gesamtproduktion damit weitgehend konstant: RTL II kam in beiden Untersuchungsjahren auf 4,5 Prozent, VOX auf 3,7 bzw. 4,7 Prozent im Jahr 2003 und kabel eins auf 2,4 Prozent (2003: 2,3%).

Der Wert für die sonstigen Privatsender war mit rund 50 000 Minuten und zuletzt 7,0 Prozent stattlich, wies gegenüber den Vorjahren aber nicht die Steigerung auf, die im Zuge der Gründung immer weiterer Spartensender erwartet werden konnte. Die Neulinge verfügten nur über jeweils bescheidene Etats, konnten entsprechend Neuproduktionen von Ausnahmen abgesehen nicht finanzieren, sendeten stattdessen Konserven und – gleichfalls in engen Grenzen – Eigenproduktionen, die in der Regel aus Studioaufzeichnungen bestanden.

Vorsprung vor dem Ersten als größte Nachfrager etabliert (vgl. Abbildung 4). Das Volumen der Auftragsproduktion schwankte dabei zwischen den einzelnen Dritten Programmen stark. Dies lag bei einigen an begrenzter Finanzkraft, zum anderen hing das Auftragsvolumen auch von der Positionierung der Sender mit ihren hauseigenen Produktionskapazitäten ab.

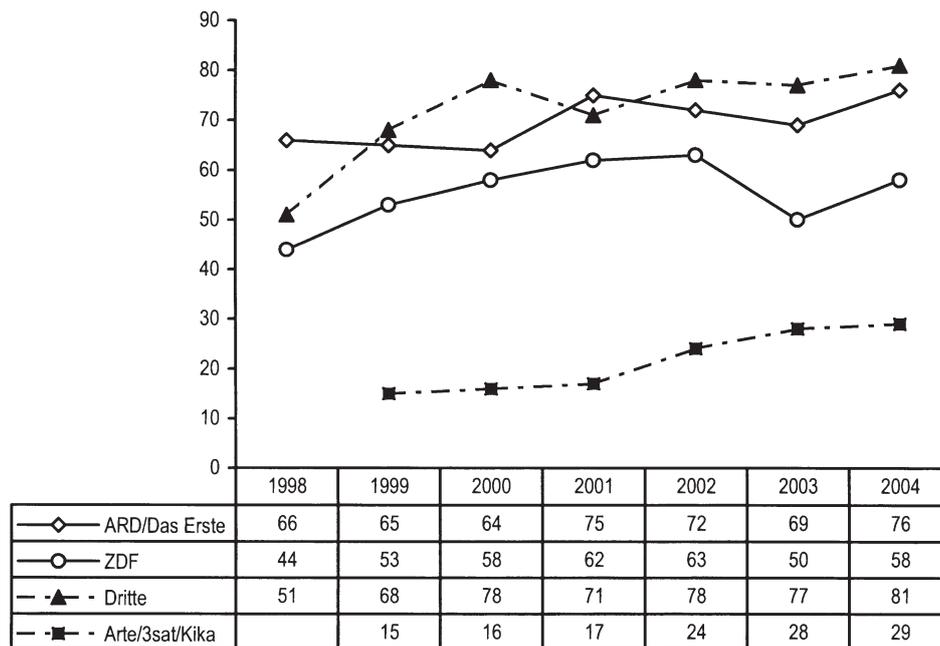
Seit 1998 verzeichnete die ARD/Das Erste mit rund 70 000 Minuten ein Volumen geringer Schwankungsbreite, das im Jahr 2004 mit 76 000 Minuten wieder ähnlich hoch lag wie zuletzt in 2001. Beim ZDF war die Spannweite deutlich größer. Nach den Jahren 2001 und 2002 mit relativ großer Nachfrage folgte 2003 mit 50 000 Minuten ein deutlicher Rückgang. Mit einer Steigerung auf 58 000 Minuten wurde in 2004 aber wieder ein mittleres Niveau erreicht.

Steigerungen wies das zusammengefasste Volumen der Programme Arte, 5sat und KIKA auf. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass sowohl die ARD-Sender als auch das ZDF in die Gemeinschaftsprogramme Sendungen einbringen, die später auch in anderen Programmen gezeigt werden. Eine Abgrenzung der Gemeinschaftsprogramme ist daher nur in Teilen möglich.

**Ö.-r. Sender erteilten
2004 Auftrags-
volumen von
244 000 Minuten**

Die öffentlich-rechtlichen Sender kamen 2004 insgesamt auf ein Produktionsvolumen von 244 000 Minuten. Dabei haben sich die Dritten Programme inzwischen mit einem allerdings nur knappen

Abb. 4 Volumentwicklung der Auftragsproduktion für öffentlich-rechtliche Sender
Produktionsvolumina in 1 000 Min., gewichtete Werte



Quelle: FORMATT-Institut.

Stabiles Auftragsvolumen für Produktionsbranche

Fazit
Trotz der wirtschaftlich schwierigen Lage der Fernsehveranstalter ist die Nachfrage nach deutschen Produktionen hoch. Die mit ihnen verbundenen Erfolge im Zuschauermarkt bieten inzwischen der Produktionsbranche ein solides und nur in engen Grenzen schwankendes Nachfragevolumen. Dennoch hat die Branche Probleme, die insbesondere mit dem sinkenden Preisniveau verbunden sind. Die Sender haben ob ihrer Kassenlage zwar nicht das Mengengerüst gekürzt, verlangen heute aber einen mengenmäßig gleichbleibenden Output zu geringeren Preisen. Ein Teil der Preisverfalls muss von den Produktionsbetrieben getragen und durch Kostenreduktionen erarbeitet werden. Ein anderer Teil ist auf Verschiebungen zwischen und innerhalb der Genres zurückzuführen, wobei tendenziell preisgünstige Formate kostenträchtige ersetzen.

Preisdruck macht Betrieben zu schaffen

Einem ähnlichen Preisdruck sind auch die journalistisch arbeitenden Betriebe ausgesetzt. Die Sender können das geringe Preisniveau durchsetzen, weil eine nach wie vor sehr große Zahl von Betrieben um die Aufträge konkurriert. Die große Zahl von Firmengründungen zeigt aber auch, dass es der Branche trotz dieser Rahmenbedingungen nicht an Anziehungskraft fehlt. Vielfach sind diese Gründungen aber auch der Not geschuldet, dass Nachwuchskräfte anders als in früheren Jahren keine Festanstellung finden und das eigenständige Agieren am Markt als Zwischenlösung sehen, die

sich dann bei den einen ungeplant als Dauerlösung entpuppt und bei anderen zu einer raschen Geschäftsaufgabe führt.

Neben einem hohen Konzentrationsgrad zu Gunsten der großen Firmenverbände ist die Branche auch geprägt von einer starken Fluktuation. Per Saldo scheint die Anzahl der Betriebe allerdings auf hohem Niveau gefestigt.

Hoher Konzentrationsgrad und starke Fluktuation kennzeichnen die Branche

Anmerkungen:

- 1) Die Studie ist im Auftrag der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen in der Zeit von November 2004 bis Juli 2005 vom FORMATT-Institut in Dortmund erstellt worden. Der Endbericht wurde von der Staatskanzlei veröffentlicht unter: www.nrw.de/de/home/fernsehproduktion_in_deutschland.html.
- 2) Die Studie erfasst das Produktionsvolumen in Minuten. Im Einzelnen sind die Werte gewichtet, um zum Beispiel den Tatbeständen bei Kooperationen oder bei Produktionen Rechnung zu tragen, die sich über den Jahreswechsel hinaus erstrecken. Vgl. zu weiteren methodischen Grundlagen Pätzold, Ulrich/Horst Röper: Fernsehproduktionsmarkt Deutschland 2001 bis 2002. In: Media Perspektiven 12/2004, S. 577.
- 3) Vgl. zu den Jahren 2001 und 2002 ebd., S. 576-583.
- 4) Als aktive Produktionsbetriebe werden jene bezeichnet, die in der Untersuchungszeit wenigstens eine Produktion mit einer Mindestlänge von 15 Minuten hergestellt oder koproduziert haben. Insbesondere zu den größeren Produktionsgruppen gehören auch Firmen, die in einzelnen Jahren ruhen, also nicht produzieren.
- 5) Auch diese Schwierigkeiten der Branche und das damit verbundene Interesse an einer Branchenübersicht dürften mutmaßlich mit dazu geführt haben, dass sich an der im Zuge der Untersuchung vorgenommenen Befragung aller aktiven Produktionsbetriebe eine Rekordzahl beteiligt hat. Für das Jahr 2003 lag die Beteiligung bei rund zwei Dritteln (67,7%). Für das Jahr 2004 beteiligten sich annähernd drei Viertel (75,2%) aller Betriebe. In den Vorjahren hatte die Rücklaufquote noch bei 50 Prozent (2001) bzw. 55 Prozent (2002) gelegen.
- 6) Vgl. dazu auch: Wolf, Fritz: Formatentwicklung im politischen Fernsehjournalismus. Mainz 2005 (www.mainzermmediendisput.de).

