

Hörfunksender in Deutschland

▶ Privatradios: Unübersichtliche Beteiligungssituation bei UKW-Sendern

von Helmut van Rinsum*

**Über 260 private
Radiosender in
Deutschland**

Die Radiolandschaft in Deutschland ist von einer großen Vielfalt geprägt: Neben zahlreichen öffentlich-rechtlichen Rundfunkangeboten, deren Sendebereiche sich überwiegend auf die einzelnen Bundesländer erstrecken, prägen viele privatwirtschaftlich organisierte Sender das Bild. Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse listet für die jüngste Erhebungswelle ihrer Repräsentativbefragung zur Hörfunknutzung in Deutschland (ma 2015 Radio I) 402 Sender auf, die von den Befragten „schon mal gehört“ wurden. (1) 63 der genannten sind öffentlich-rechtliche Sender, 233 sind private Sender, 106 werden von „sonstigen“ Veranstaltern betrieben. Laut Landesmedienanstalten liegt die Zahl der deutschen Privatradiosender sogar bei 268 Programmen. (2) Dazu haben über 200 privat organisierte Webradios die Landesmedienanstalten über ihren Sendebetrieb informiert, also Programme, die ausschließlich über das Internet verbreitet werden. Die Zahl der Websender dürfte aber um ein Vielfaches höher liegen, da nur Sender gemeldet werden müssen, die von mehr als 500 Personen gleichzeitig gehört werden können. (3)

Der vorliegende Artikel geht der Frage nach, welche Unternehmen im Privatradiomarkt an den verschiedenen Sendern beteiligt sind und in wessen Händen sich schwerpunktmäßig die Anteile bündeln. Aufgrund ihrer wirtschaftlichen Bedeutung stehen vor allem die rund 220 Privatsender im Fokus, die in Deutschland ihre Programme vorwiegend über UKW ausstrahlen.

**In Bundesländern
unterschiedliche
Mischung aus Lokal-
und Regionalsendern**

Beim Blick auf die Verbreitung privater Hörfunksender offenbaren sich große geografische Unterschiede. Bayern und Nordrhein-Westfalen sind beispielsweise Bundesländer mit einer sehr ausdifferenzierten Lokalradiolandschaft: Im Freistaat sind neben dem landesweit empfangbaren UKW-Sender Antenne Bayern 69 Lokalsender on air, in Nordrhein-Westfalen sind es 44 – von Antenne AC aus Würselen bis hin zu Radio Westfalica in Minden-Lübbecke. Derzeit existiert in NRW im Gegensatz zu Bayern noch kein landesweites Privatfunkangebot. Allerdings hat die Medienkommission der zuständigen Landesanstalt für Medien (LfM) im Januar 2015 entschieden, dem deutsch-türkischen Sender Radio Metropol FM für ein solches Programm freie Frequenzen zur Verfügung zu stellen. (4)

Als Mischung aus landesweiten und lokalen Angeboten präsentiert sich die private Radiolandschaft in Baden-Württemberg (ein landesweiter Sender, 10 Lokalsender), Berlin-Brandenburg (21/7), Rheinland-Pfalz (3/15) und Sachsen (4/15). In anderen Bundesländern wie Sachsen-Anhalt oder Thüringen sind jeweils vier landesweite UKW-Programme auf Sendung, private lokale Stationen gibt es dagegen keine. In Hessen und Mecklenburg-Vorpommern handelt es sich bei den genehmigten Lokalstationen vornehmlich um nicht-kommerzielle Sender; in Niedersachsen fiel erst 2011 das Verbot für lokale Rundfunkwerbung, weshalb dort bislang auch nur die beiden lokalen Stationen Radio Hannover und Radio Osnabrück auf Sendung sind. (5)

Die deutsche Privatradiolandschaft ist also gekennzeichnet von einem unterschiedlich dichten Netz regionaler und lokaler Angebote. Dies liegt an der Kulturhoheit der Länder, welche bei der Zulassung und Regulierung der privaten Sender unterschiedliche Konzepte und Zielvorstellungen entwickeln. Die Vorgeschichte der Privatradios lässt sich dabei bis in die 1950er Jahre zurückverfolgen, als die CDU-Bundesregierung erste Pläne für einen privaten, kommerziellen Rundfunk als Ergänzung zu den öffentlich-rechtlichen Programmen entwickelte. Allerdings scheiterten die Pläne am damaligen Protest der Tageszeitungsverleger, die um ihre lokalen Werbeeinnahmen fürchteten. Eine Reihe rundfunkpolitischer Entscheidungen führten dann jedoch dazu, dass ab Mitte der 1980er Jahre nach und nach erste Privatsender in Betrieb genommen werden konnten.

Der Start der beiden ersten Privatradios in Freiburg (Oktober 1984) und Ulm (Februar 1985) markierte den Anfang einer einschneidenden Entwicklung. In Bayern und Baden-Württemberg wurden in der Folge zahlreiche Lokalstationen gegründet, in Kiel wurde der landesweite Sender Radio Schleswig-Holstein (RS.H) als kommerzielles Gegengewicht zum NDR aufgebaut. Niedersachsen setzte mit radio ffn ebenfalls auf ein großflächiges Sendekonzept. (6) Demgegenüber stand der Süden mit einem kleinteiligen Konzept, das vor allem auf lokale Stationen baute.

Die Mitte Deutschlands, Hessen und Nordrhein-Westfalen, folgte erst später. Radio FFH startete im November 1989, Radio DU, das erste Lokalradio Nordrhein-Westfalens, ging im April 1990 auf Sendung. Nachzügler war das Bundesland Bremen, das sich bis zum 12. Januar 1996 Zeit ließ, als sich erstmals Radio 107,1 meldete – zu einem Zeitpunkt, als selbst in den neuen Bundesländern zahlreiche Privatradios bereits auf Sendung waren. (7)

Die Tageszeitungsverleger hatten also die Etablierung des dualen Rundfunksystems nicht aufhalten können. Gleichwohl aber hatten sie erfolgreich darauf hingewirkt, dass sie nahezu an allen neu gegründeten Privatsendern beteiligt waren. Peter Widlok bezeichnet dies als ein „organisations- und gesell-

**Länder regulieren
Sender mit
unterschiedlichen
Zielvorgaben**

**Start privater
Radiosender:
Im Norden viele
Regionalsender,
im Süden
Lokalsender**

**Tageszeitungs-
verleger an
Privatradios
beteiligt**

* Redaktionsbüro HVR.

Tab. 1 Private Hörfunkangebote in Deutschland 2014

	UKW landesweit	UKW lokal	DAB landesweit	DAB lokal	gesamt
Baden-Württemberg	1	19	4	0	23
Bayern	1	69	9	29	82
Berlin/Brandenburg	21	7	12	0	32
Bremen	2	2	0	0	4
Hamburg/Schleswig-Holstein	8	0	0	0	7
Hessen	6	3	7	0	7
Mecklenburg-Vorpommern	2	4	0	0	5
Niedersachsen	3	2	0	0	5
Nordrhein-Westfalen	0	44	2	0	45
Rheinland-Pfalz	3	15	1	0	19
Saarland	1	6	1	0	7
Sachsen	4	15	0	0	19
Sachsen-Anhalt	4	0	5	0	4
Thüringen	4	0	1	0	3
Länder gesamt	52	170	20	9	251
bundesweite Programme	Satellit	UKW	DAB		gesamt
	14	0	10		17
Gesamt					268

Landesweit oder lokal über den jeweiligen Verbreitungsweg empfangbare Programme. Summe bereinigt um bundesweite Programme mit zusätzlicher Verbreitung in den Ländern und Simulcastausstrahlungen. In mehreren Ländern verbreitete Programme zählen in der Summe nur einfach.

Quelle: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) (Hrsg.): Jahrbuch 2013/2014. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin 2014, S. 132 (Stand: Januar 2014).

schaftsrechtliches Charakteristikum“ (8) der damaligen Zeit. Die Rundfunklizenz von radio ffn ging beispielsweise an ein Konsortium niedersächsischer Zeitungsverleger, Radio FFH wurde von 36 Zeitungsverlagen gegründet, R.SH nahm sogar seinen Programmbetrieb im Juli 1986 mit den Worten auf: „Hier ist Radio Schleswig-Holstein – das private Landesprogramm der Tageszeitungen!“ (9) In Nordrhein-Westfalen sah das Landesrundfunkgesetz eine Verlegerbeteiligung vor, auch im Freistaat Bayern waren vom Start weg zahlreiche Tageszeitungsverlage mit von der Partie.

**Andere
Beteiligungen:
Prominente
Persönlichkeiten,
Rundfunksender,
Medienkonzerne**

Auch heute noch, rund 30 Jahre nach dem Start der ersten privaten Radiostationen, ist diese Beteiligung der Verlage für die private Radiolandschaft charakteristisch. Allerdings sind neben den Verlagshäusern auch zahlreiche andere Marktpartner an privaten Radiosendern beteiligt. Gerd Klawitter teilte diese 1996 in fünf Gruppen ein: Neben den deutschen Buch- und Zeitschriftenverlagen waren dies seiner Ansicht nach Personen des öffentlichen Lebens, Rundfunksender, die ihrerseits Beteiligungen an anderen Privatsendern halten (z.B. der WDR an radio NRW), internationale Medienkonzerne (z.B. Radio NRJ) sowie „sonstige“ Personen. (10) Diese Struktur hat sich bis heute nur unwesentlich verändert. Zurückgezogen haben sich vornehmlich prominente Persönlichkeiten, neu aufgetreten ist dafür die Form der Radiobeteiligungsgesellschaft, wie es die Regiocast verkörpert.

Die Vielfalt der Beteiligten entspringt dabei durchaus dem politischen Gestaltungswillen in den Bundesländern und zeigt gleichzeitig das Dilemma, in dem sich die Gründungsväter des Privatfunks befanden. Deutlich wird dies beim Blick auf den Freistaat Bayern mit seinen vielen kleinen Lokalsendern. Einerseits war die Beteiligung der Verlage erwünscht, da die hohen Investitionshürden des Privatfunks genommen werden mussten. Gleichzeitig wollte man ihnen die Angst nehmen, auf den heimischen Werbemärkten ins Hintertreffen zu geraten. Andererseits aber musste man in den Genehmigungsverfahren darauf achten, Doppelmonopole (in Presse und Radio) auf lokaler Ebene zu verhindern. (11) Dies führte letztendlich zu einer Privatradiolandschaft, die nicht nur von unterschiedlichsten Angeboten geprägt ist, sondern auch von einer unübersichtlichen Zahl finanziell beteiligter Personen und Gesellschaften. In ihrem aktuellen Jahrbuch sprechen die Landesmedienanstalten davon, dass schätzungsweise 600 verschiedene Gesellschafter für „Binnenpluralität“ in den privaten Funkhäusern sorgen. (12) Diese Vielfalt der Eigentümerstrukturen sei ein Verdienst der Medienpolitik und der Landesmedienanstalten, die durch rechtliche Regelungen dafür gesorgt hätten, dass bislang kein Privatrado-Eigentümer

**Medienpolitisches
Dilemma der
Verlagsbeteiligung
im Privatrado**

eine marktbeherrschende Stellung oder eine zu große Meinungsmacht habe.

Beteiligungen im privaten Radio

Wie kompliziert und verschachtelt die Beteiligungsverhältnisse im privaten Radiomarkt sind, zeigt ein genauerer Blick auf die RTL Group S.A. mit Sitz in Luxemburg, welche 100 Prozent an der RTL Radio Deutschland GmbH hält (vgl. Tabelle 2). Diese Gesellschaft ist mit 29,2 Prozent an Radio Hamburg sowie über die Ufa Radio Programmgesellschaft mit jeweils 16 Prozent an Antenne Bayern sowie der Rock Antenne beteiligt und hält über die AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen 86,5 Prozent an Hitradio RTL Sachsen sowie 49,9 Prozent an Antenne Niedersachsen. RTL Radio Deutschland hält zudem über die RTL Radio Center Berlin GmbH jeweils 100 Prozent an den Berliner Sendern 104,6 RTL und 105,5 Spreeradio sowie seit April 2014 auch einen 10-Prozent-Anteil an 93,6 JamFM. Weitere Beteiligungen bestehen an Radio Regenbogen, Mannheim, radio NRW, Radio 21 (Niedersachsen) sowie Radio Ton, Heilbronn. (13)

Einfluss auch durch indirekte Beteiligungen

Mit diesen Beteiligungen wäre der Einfluss des RTL-Konzerns auf die private Radiolandschaft in Deutschland aber nur unzureichend beschrieben. Denn über die Beteiligungen an den aufgeführten Sendern ergeben sich zahlreiche indirekte Beteiligungen an weiteren Radiostationen. So ist Antenne Bayern wiederum an Radio Galaxy und dessen Betreibergesellschaft am Sender egoFM beteiligt, Radio Regenbogen hält Anteile an bigFM in Baden-Württemberg. Radio Hamburg wiederum ist an Oldie 95 und Radio NORA beteiligt. Die Betreibergesellschaft von Radio NORA schließlich hält einen Anteil von 3,45 Prozent an der Regiocast, die selbst zu den großen Playern im Privatradiomarkt zählt und zahlreiche Anteile an anderen Sendern besitzt.

Manchmal finden sich in diesen unübersichtlichen Strukturen auch Mehrfachbeteiligungen. So hält die AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen 1,4 Prozent an der Pressefunk Nordrhein-Westfalen, die 59 Prozent Gesellschaftsanteile an radio NRW besitzt. Gleichzeitig ist RTL Radio Deutschland unmittelbar mit 16,1 Prozent an radio NRW beteiligt. (14) Typisch für die zersplitterten und unübersichtlichen Besitzverhältnisse der Privatradioszene in Deutschland sind auch im Kreis verlaufende Beteiligungen. Radio Hamburg ist an Oldie 95 (16,4 %) und Radio NORA beteiligt (8,87 %). Radio NORA hält Anteile an der Regiocast (3,45 %). Regiocast ist ebenfalls an Radio NORA beteiligt (25,68 %) und hält Anteile an Oldie 95 (16,3 %).

RTL Group: Insgesamt Anteile an über 30 Privatsendern

Zusammengenommen ist die RTL Group damit an über 30 Privatsendern, die in Deutschland über UKW ausstrahlen, direkt, indirekt und mittelbar beteiligt. Würde man die 44 Einzelsender von radio NRW separat betrachten, stiege die Zahl, auf die RTL in

Deutschland theoretisch Einfluss ausübt, auf etwa 70 an. RTL Radio Deutschland interpretiert seine Einflussosphäre allerdings anders. Auf der Homepage heißt es: „Mit direkten und indirekten Beteiligungen an derzeit 17 Radiostationen in elf Bundesländern ist RTL einer der größten privaten Hörfunkanbieter in Deutschland.“ (15)

Neben RTL sind es vor allem die deutschen Großverlage, die Beteiligungen am privaten Hörfunkmarkt haben. Der Verlagskonzern Hubert Burda Media, die Axel Springer SE, die Verlagsgesellschaft Madsack, die Bauer Media Group sowie die Funke Mediengruppe halten in unterschiedlicher Größenordnung Gesellschafteranteile an diversen Radiostationen. Daneben zählen die Medien Union, Ludwigshafen, Müller Medien (Oschmann Gruppe), die Nordwest Zeitung, die Südwest Presse, die Südwestdeutsche Medienholding (SWMH) sowie zahlreiche weitere kleinere Verlage zu den Medienhäusern, die sich nach wie vor finanziell im privaten Rundfunk engagieren. Zudem zählen die Regiocast GmbH & Co. KG und die Studio Gong GmbH & Co. KG zu den großen Privatradiobesitzern. Nahezu überall zeigen die unterschiedlichen Beteiligungsstränge ein äußerst komplexes Bild.

Hubert Burda Media ist über Tochtergesellschaften, in denen das Broadcast-Geschäft gebündelt ist, an mehreren Privatsendern beteiligt. Zu den Sendern mit einer verhältnismäßig hohen Beteiligung zählen BB Radio (Berlin/Brandenburg) und der Lokalsender Donau 3 FM, Ulm, mit jeweils 50 Prozent sowie die Ostseewelle (Mecklenburg-Vorpommern) mit 45,7 Prozent. (16) Des Weiteren werden Anteile an Radio Arabella (20,6 %), Antenne Bayern (16,0 %), die neue welle (13,9 %), Radio Galaxy (10,5 %), bigFM (10,1 %) und Hit Radio FFH (4,3 %) gehalten.

Aber auch beim Burda-Konzern ist die Einflussosphäre aufgrund der zahlreichen indirekten Beteiligungen deutlich größer. Zum einen wegen der Tatsache, dass Sender wie Antenne Bayern oder Radio Galaxy selbst Anteile an anderen Radiostationen besitzen. Zum anderen ist Hubert Burda Media mit 41,7 Prozent an der Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG beteiligt, die wiederum zu den großen Playern im Privatradiogeschäft gehört. Ein prominenter Anteilseigner bei Studio Gong ist auch der Journalist und Medienunternehmer Helmut Markwort, der über seine Firma Medienpool 5,2 Prozent hält; auch an Antenne Niedersachsen ist er mit 1 Prozent beteiligt. (17) Studio Gong tritt einerseits als Vermarkter von Hörfunkwerbung auf, betreibt auf der anderen Seite aber auch ein Beteiligungsgeschäft. Auf der Website der Gesellschaft werden mehr als 30 Beteiligungen an landesweiten, regionalen und lokalen privaten Hörfunkstationen aufgeführt sowie zwei Networkprogramme: Das Mantelprogramm für den Sächsischen Lokalrundfunk sowie die BLR Dienstleistungsgesellschaft für die Bayerischen Lokal-Radioprogramme. (18) Zuletzt stockte Studio Gong seine Anteile an den Sen-

Signifikante Senderbeteiligungen auch bei Burda, Springer, Madsack, Funke, Medien Union

Burdas Aktivitäten im Privatradiomarkt

Zahlreiche indirekte Beteiligungen vergrößern Einflussosphäre

Tab. 2 Unternehmen mit signifikanten Beteiligungen im deutschen Radiomarkt

Unternehmen	Hintergrund	Ausgewählte Radiobeteiligungen
RTL Radio Deutschland	Unternehmen der RTL Group (Umsatz 2014: 5,8 Mrd Euro, fast 12 000 Mitarbeiter); bekannte Marken der RTL Group: RTL Television, Ufa GmbH, FremantleMedia; weitere Unternehmensteile des Bertelsmann-Konzerns: Gruner&Jahr, Motor Presse, Spiegel-Verlag, Penguin Random House, Arvato; digitale Aktivitäten der RTL Group u.a.: rtlnow.de, Clipfish.de, kochbar.de, wetter.de, sport.de	104.6 RTL 100 % Radio Brocken 61,2 % 89.0 RTL 61,2 % Radio Hamburg 29,2 % 105.5 Spreeradio 100 % JamFM 10,0 % Hitradio RTL Sachsen 86,5 % Antenne Niedersachsen 49,9 % Radio21 9,8 % Radio Regenbogen 15,8 % radio NRW 16,1 % Antenne Bayern 16,0 % Radio Ton Regional 2,0 %
Hubert Burda Media Holding	weltweites Portfolio mit rund 440 gedruckten und digitalen Medien; bekannte Printtitel: Focus, Bunte, Freundin, Playboy, TV Spielfilm; digitale Aktivitäten: Holiday Check, Elitepartner, Xing; Umsatz: 2,5 Mrd Euro (2014), über 10 000 Mitarbeiter	Radio Arabella 20,6 % Ostseewelle 45,7 % big-FM 10,1 % BB Radio 50,0 % Rock-Antenne 16,0 % Antenne Bayern 16,0 % Radio Galaxy 10,5 % Hit Radio FFH 4,3 %
Axel Springer SE	eines der größten Medienhäuser Europas, in 40 Ländern aktiv; bekannte Printtitel: Bild, Bild am Sonntag, Die Welt, Welt am Sonntag, Auto Bild; digitale Aktivitäten: Meinestadt.de, Gofeminin.de, idealo.de, kaufda.de; Umsatz: 3 Mrd Euro (2014), knapp 14 000 Mitarbeiter	Hit Radio FFH 15,0 % Radio Hamburg 35,0 % Antenne Bayern 16,0 % radio ffn 7,6 % Pressefunk Nordrhein-Westfalen 12,4 %
Verlagsgesellschaft Madsack	großer regionaler Zeitungsverlag mit 15 Tageszeitungen und über 30 Anzeigenblättern; bekannte Printtitel: Hannoversche Allgemeine Zeitung, Leipziger Volkszeitung; digitale Aktivitäten: 90 Apps, E-Magazin Sonntag, Plattform radio.de; Umsatz: 669 Mio Euro (2013/14), 4 420 Mitarbeiter	Radio Brocken 21,9 % 89.0 RTL 21,9 % radio ffn 11,7 % ¹⁾ RPR 9,7 % Rockland Radio 5,2 %
Bauer Media Group	Europas größter Zeitschriftenverlag, weltweit mehr als 600 Titel; bekannte Printtitel: Bravo, TV Movie, Cosmopolitan, Maxi, Intouch; digitale Aktivitäten: Lecker.de, Wunderweib.de; Umsatz: 2,4 Mrd Euro (2014)	Radio Hamburg 25,0 % diverse Auslandsbeteiligungen, u.a. in Großbritannien, Polen, Slowakei
Funke Mediengruppe	Fokus auf Regionalzeitungen sowie Frauen- und Programmzeitschriften; bekannte Printtitel: Berliner Morgenpost, Hamburger Abendblatt, WAZ, Frau im Spiegel, Gong, Hörzu; digitale Aktivitäten: Joblocal, Absolventa, wir mobil; Umsatz: 929 Mio Umsatz (2013)	Pressefunk Nordrhein-Westfalen 21,7 % Radio Essen 75 % Radio Mülheim 75 % Radio Oberhausen 75,0 % radio ffn 8,0 %
Medien Union	Medienkonzern mit Sitz in Ludwigshafen, Hauptanteilseigner: Dieter Schaub; bekannte Printtitel: Die Rheinpfalz (Ludwigshafen), Freie Presse (Chemnitz), Süddeutsche Zeitung (über Beteiligung an SWMH); digitale Aktivitäten: Jobware.de	Metropol FM 100 % sunshine live 25,0 % Landeswelle Thüringen 49,7 % ²⁾ bigFM Saarland 19,0 % Radio Regenbogen 9,9 % RegioCast 10,5 %
Müller Medien	Müller Medien GmbH & Co. KG, Nürnberg, ist in fünf Geschäftsbereiche gegliedert: Verzeichnisse, Rundfunk, Printmedien (Wochenzeitungen), Buch (Was Ist Was), New Business; Gesellschafter sind Gunther Oschmann mit 55 % sowie seine Kinder Michael und Constanze Oschmann mit jeweils 22,5 %; rund 2 000 Mitarbeiter in Europa, USA und Asien; digitale Aktivitäten u.a.: billiger.de, taxi.de, Steuerberater.net	Zahlreiche Beteiligungen, darunter: Radio Bamberg 48,5 % Radio Galaxy Bayreuth 46,2 % Radio Mainwelle 46,2 % Radio Charivari Würzburg 49,0 % Radio Gong 106,9 49,0 % Radio Bamberg 48,5 % Radio Primavera 62,5 % Radio Erzgebirge 50,0 % Radio Chemnitz 50,0 % Radio Dresden 50,0 % Radio Zwickau 50,0 %

(Fortsetzung nächste Seite)

Tab. 2 Unternehmen mit signifikanten Beteiligungen im deutschen Radiomarkt (Fortsetzung)

Unternehmen	Hintergrund	Ausgewählte Radiobeteiligungen
Regiocast	Regiocast ist ein Unternehmen mit Beteiligungen an Radiosendern, Hörfunkvermarktern und weiteren Dienstleistungsunternehmen aus dem Medienbereich. Es betreibt und führt Radiosender operativ und bietet über sein Beteiligungsnetzwerk hinaus Radio- und Audiodienstleistungen an. Zu den Anteilseignern von Regiocast gehören Presseverlage, Medienbeteiligungsfirmen und Rundfunkunternehmen.	Radio Schleswig-Holstein 100 % Radio BOB! 100 % Radio PSR 100 % R.SA 100 % radio SAW 13,5 % Energy Bremen 24,4 % Antenne MV 94,0 % Radio NORA 25,7 % delta radio 17,2 % Oldie 95 16,3 % 94,3 rs2 43 %
Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (ddvg)	Aufgabe der ddvg ist das Beteiligungsmanagement für ihre Eigentümerin, die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD). Sie hält u.a. einen Anteil von 23,1 % an der Verlagsgesellschaft Madsack, Hannover. Neben weiteren Beteiligungen an Presseverlagen und im privaten Rundfunk ist die ddvg in den Sparten Druck, Handel und Tourismus aktiv.	RPR1 9,2 % big.FM Hot Music Radio 9,2 % diverse mittelbare Radiobeteiligungen u.a. über Verlagsgesellschaft Madsack

1) Radio Madsack Niedersachsen 8,5 %; Verlagsgesellschaft Madsack 3,2 %.

2) Moira Rundfunk GmbH 20,9 %; R&B Thüringer Medienbeteiligungsgesellschaft 25,3 %; LAWESA Medien-Beteiligungsgesellschaft 3,5 %.

Quelle: KEK Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich – Mediendatenbank (www.kek-online.de); eigene Berechnungen.

dern Radio Gong in München und Radio Gong in Nürnberg auf. Diese standen zur Disposition, da sich die Abendzeitung 2011 aus dem privaten Hörfunk in Bayern zurückgezogen hatte, um sich auf das Verlagsgeschäft zu konzentrieren. (19) Darüber hinaus hätten sowohl Burda als auch Studio Gong im Jahr 2013 keine nennenswerten Aktivitäten im Privatradiomarkt entwickelt, heißt es dazu im DLM-Jahrbuch. (20)

Springer mit neuer Strategie: Reduktion der Beteiligungen

Axel Springer hat dagegen in den vergangenen Monaten seine Radioaktivitäten neu ausgerichtet. Im Januar 2014 verkaufte der Konzern seinen Anteil von 10,56 Prozent an der Radiobeteiligungsgesellschaft Regiocast an 14 Mitgesellschafter. (21) Als Erklärung gab der Verlag an, man wolle das komplexe Portfolio an Hörfunk-Beteiligungen reduzieren und sich klarer auf Sendermarken mit starker Marktposition fokussieren. (22)

Zu diesen Sendermarken gehört Radio Hamburg, an dem Axel Springer mit 35 Prozent direkt beteiligt ist. Außerdem zählen dazu Antenne Bayern und Rock Antenne, an denen der Springer-Konzern jeweils 16 Prozent hält sowie Radio/Tele FFH mit 15 Prozent, die die Sender Hitradio FFH, planet radio und harmony.fm betreibt. (23) Über die Anteile an Radio Hamburg sowie die Lühmanndruck Harburger Zeitungsgesellschaft (24,8 %) besteht zudem eine indirekte Beteiligung an Oldie 95 und Radio NORA. Durch die Beteiligung an der Pressefunk Nordrhein-Westfalen in Höhe von 12,4 Prozent werden zudem indirekt Anteile an radio NRW gehalten, über die Funk- und Fernsehen Nordwestdeutschland gehört auch der niedersächsische Landesender radio ffn zur Einflussosphäre. Eine weitere Beteiligung besteht an Hit-Radio Antenne 1.

Erst kürzlich hat Axel Springer mit einem neuen Zukauf im Radiogeschäft auf sich aufmerksam gemacht, allerdings betraf die Akquisition keinen klassischen Sender, sondern ein digitales Audioangebot. Am 10. April 2015 gab der Konzern bekannt, sich an dem Webradio laut.fm mit 25 Prozent zu beteiligen. (24) Die Webradioplattform ergänze die bestehenden Radiobeteiligungen perfekt, so der Verlag. Der Webradiomarkt biete beste Chancen für digitales Wachstum. Die Beteiligung fügt sich in das strategische Ziel des Verlags, zu einem der führenden digitalen Medienhäuser heranzuwachsen.

Die Verlagsgesellschaft Madsack kann ebenfalls zu den größeren Anteilseignern privater Radiosender in Deutschland gezählt werden. Das Verlagshaus ist einerseits über direkte Beteiligungen an Radioveranstaltern aktiv, wozu die Sender 89.0 RTL, Radio Brocken, Rockland Radio, RPR1 und bigFM zählen. (25) Andererseits aber halten die Tageszeitungen, die zum Madsack-Imperium gehören, ihrerseits zahlreiche Beteiligungen an regionalen Hörfunksendern. Dadurch ergibt sich beispielsweise ein relativ großer Einfluss auf den niedersächsischen Landesender radio ffn. An ihm ist Madsack direkt über die Betreibergesellschaft und indirekt über Titel wie das Göttinger Tageblatt, das Gandersheimer Kreisblatt, die Cellesche Zeitung, die Alfelder Zeitung, Die Harke oder die Deister- und Weserzeitung beteiligt.

Durch die Beteiligungen an den Betreibergesellschaften von Radiosendern ergeben sich wiederum zahlreiche indirekte und mittelbare Beteiligungen, die für die deutsche Privatradiolandschaft so typisch sind und gleichzeitig einen transparenten Blick auf die Eigentümerstrukturen nahezu unmöglich machen. Deutlich wird dies an folgender Beteiligungskette: Die Verlagsgesellschaft Madsack

Springer seit April 2015 Anteilseigner von Webradio laut.fm

Madsack: Diverse direkte und indirekte Radiobeteiligungen

Kompliziertes Beteiligungsgeflecht macht Transparenz nahezu unmöglich

ist am Göttinger Tageblatt beteiligt, das Anteile am Gandersheimer Kreisblatt hält. Dieses wiederum ist an der Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland (radio ffn) beteiligt, die Anteile an Radio 21, Oldie 95 und delta radio hält. Letzteres ist schließlich an Radio NORA beteiligt, das Anteile an der Regiocast hält. Diese Gesellschaft hat selbst drei Dutzend Sender- und Unternehmensbeteiligungen, von denen wiederum einige Anteile an anderen Sendern halten.

SPD über Holding ddvg ebenfalls im Privatradio aktiv

Erwähnenswert sind in diesem Zusammenhang auch die Aktivitäten der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg), die das Teilnehmungsmanagement für ihre Eigentümerin, die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD), betreibt. Über ihre Beteiligung an der Verlagsgesellschaft Madsack in Höhe von 23,1 Prozent ist die ddvg an einer ganzen Reihe von privaten Radiosendern mittelbar beteiligt. Über ihre Rundfunk-Beteiligungsgesellschaft hält die ddvg direkt Anteile an RPR1 und bigFM Hot Music Radio (9,2 %). Der Zeitungsverlag Neue Westfälische, Bielefeld, an dem die ddvg mit 57,5 Prozent beteiligt ist, hält unter anderem Mehrheitsbeteiligungen an den Lokalsendern Radio Bielefeld, Radio Herford und Radio Hochstift. Ebenfalls über die Neue Westfälische ist die ddvg an radio NRW beteiligt. (26)

Bauer konzentriert sich auf Sender im Ausland

Verhältnismäßig übersichtlich hingegen ist das Radio-Beteiligungsportfolio bei der Bauer Media Group, die nach eigenen Angaben mit ihren Radiosendern im Jahr 2013 rund 203 Mio Euro umgesetzt hat. (27) Bauer ist in Deutschland direkt nur an Radio Hamburg mit 25 Prozent beteiligt. Der weitaus größte Teil der Umsätze wird auf ausländischen Märkten erwirtschaftet: Nach eigenen Angaben ist Bauer in Polen mit einem Marktanteil von rund 30 Prozent der größte Privatradio-Anbieter, in Großbritannien mit 42 Sendern immerhin die Nummer 2. (28)

Mediengruppe Funke: Anteile an radio ffn und radio NRW

Auch die Funke Mediengruppe gehört über den Braunschweiger Zeitungsverlag zu den Anteilseignern von radio ffn in Niedersachsen. Vornehmlich ist das Verlagshaus, das bis zum Jahr 2013 und dem Ausscheiden der Eigentümerfamilie Brost als WAZ Zeitungsgruppe bekannt war, allerdings bei radio NRW engagiert; zum einen über den zum Haus gehörenden Zeitungsverlag direkt bei den Einzelsendern Radio Essen, Radio Mühlheim und Radio Oberhausen. Zum anderen über eine 21,7-Prozent-Beteiligung an der Pressefunk Nordrhein-Westfalen GmbH & Co. KG. (29) Diese ist mit einer Beteiligung von 59 Prozent der größte Gesellschafter von radio NRW. Weitere Anteilseigner sind RTL Radio Deutschland mit 16,1 Prozent und der Westdeutsche Rundfunk (WDR) mit 24,9 Prozent. Auch an dieser Gesellschafterstruktur zeigt sich eine interessante Schleife der deutschen Privatradiolandschaft: Der öffentlich-rechtliche Sender WDR ist als Minderheitsgesellschafter an seinem privaten Radiokonkurrenten unmittelbar

beteiligt. (30) Eine vergleichbare Konstruktion gibt es im Saarland, wo der Saarländische Rundfunk 20 Prozent am privaten Sender Radio Salü hält (31), Hauptanteilseigner dort ist allerdings der französische Konzern Lagardère.

Die Medien Union, Ludwigshafen, gehört ebenfalls zu den einflussreicheren Playern im Privatradio-Markt. Das Verlagshaus, das die Tageszeitungen Die Rheinpfalz, Ludwigshafen, und Freie Presse, Chemnitz, herausgibt, redet einerseits über seine 100-Prozent-Tochter Moira Rundfunk GmbH ein gewichtiges Wort mit. Andererseits hält das Haus einen Anteil in Höhe von 45,9 Prozent an der Südwestdeutschen Medienholding (SWMH), zu der unter anderem der Süddeutsche Verlag gehört und die selbst zahlreiche Radiobeteiligungen hält. Hier gab es zuletzt im Januar 2014 einige Veränderungen: Die rt1.media group GmbH, ein Unternehmen der Mediengruppe Pressedruck, Augsburg, übernahm rückwirkend zum 1. Januar die SV Teleradio. In dieser Gesellschaft hatte der Süddeutsche Verlag seine Radiobeteiligungen gebündelt, die einen deutlichen Schwerpunkt im Freistaat Bayern hatten. Dazu zählten Beteiligungen an Antenne Bayern, Gong 96,3, Top FM sowie Studio Gong. Zum Verkauf hatte sich der Verlag entschlossen, weil er durch die Minderheitsbeteiligungen keine Möglichkeit sah, operativen Einfluss auf die jeweiligen Sender zu nehmen. (32) Der Schritt sei deshalb auch keine grundsätzliche Entscheidung der SMHW gegen das Radiogeschäft. Nach wie vor sei es das Ziel, die vorhandene starke Stellung im Radio-Markt in Baden-Württemberg auszubauen. Neben zahlreichen anderen Beteiligungen zählen hierzu beispielsweise die Sender antenne 1, Radio Regenbogen, radio 7 und Radio TON.

Bei der Moira Rundfunk GmbH, der 100-Prozent-Tochter der Medien Union, Ludwigshafen, gab es zuletzt ebenfalls Bewegung – sie stockte zum 1. Januar 2014 ihre Anteile an der Regiocast auf. Künftig, so hieß es in einer Mitteilung der Regiocast, sei Moira mit gut 10 Prozent im Gesellschafterkreis vertreten. (33) Damit konnte die Tochter der Medien Union ihren Einfluss im Privatradio noch einmal deutlich ausbauen. Bislang zählten hierzu direkte Beteiligungen an Metropolis FM (100 %), sunshine live (25,0 %), der Landeswelle Thüringen (49,7 %), bigFM Saarland (19,0 %) und Radio Regenbogen (9,94 %) sowie zahlreiche indirekte Beteiligungen. (34)

Das Unternehmen Regiocast bezeichnet sich selbst als „deutschlandweit führendes Radiounternehmen mit Beteiligungen an Radiosendern, Hörfunkvermarktern und weiteren Dienstleistungsunternehmen aus dem Medienbereich“. Regiocast ist Veranstalter von Radio Schleswig-Holstein (R.SH) und hält 100 Prozent der Anteile von Radio BOBI, Radio PSR

Medien Union: großer Einfluss über Holdings Moira und SWMH

Moira Rundfunk GmbH: Tochter der Medien Union weitet Beteiligungen aus

Regiocast mit Beteiligungen an Sendern, Vermarktern und Dienstleistern

und R.SA. Erhebliche Beteiligungen bestehen außerdem an Antenne MV (94,0 %), 94,3 rs2 (43,0 %), Radio NORA (25,7 %), Energy Bremen (24,4 %), Oldie 95 (16,3 %) sowie Rockland Sachsen-Anhalt und Radio SAW (13,5 %). (35) Wie üblich kommen zahlreiche indirekte und mittelbare Beteiligungen hinzu. Axel Springer SE hat im Januar 2014 seine Beteiligung an Regiocast veräußert. Sein Anteil ging an 14 Mitgesellschafter, die Mehrheit davon sicherte sich die Medien Holding Nord des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags sowie die BO Beteiligungsgesellschaft, die je zur Hälfte der Bremer Tageszeitungen AG sowie der NWZ Funk und Fernsehen (Nordwest-Zeitung) gehört. (36)

Müller Medien: Anteile an über 35 bayrischen Regional- und Lokalsendern

Im Freistaat Bayern mit seiner äußerst heterogenen Privatradiolandschaft ist vor allem das Unternehmen Müller Medien (Oschmann-Gruppe) ein bedeutsamer Player. Seit der Liberalisierung des Rundfunkmarktes hat sich das Unternehmen, das in erster Linie Anzeigenblätter und Telefonbücher verlegt, an Radio- und Fernsehstationen beteiligt und dabei inzwischen ein ansehnliches Imperium aufgebaut. Müller Medien hält an Radio Galaxy Aschaffenburg und Radio Primavera mit 62,5 Prozent und an Radio Charivari Würzburg, Radio Gong 106,9 Würzburg, Radio Bamberg, Radio Galaxy Bamberg, Radio Plassenburg, Radio Mainwelle und Radio Galaxy Bayreuth Beteiligungen jeweils knapp 50 Prozent. Insgesamt ist die Gruppe an über 35 bayerischen Regional- und Lokalsendern direkt oder indirekt beteiligt. Daneben ist sie mit ihren 50-Prozent-Anteilen an Radio Erzgebirge, Radio Chemnitz, Radio Dresden, Radio Leipzig und Radio Zwickau in Sachsen ein bedeutsamer Player. (37)

Fazit

Strukturen im Privatradiomarkt unübersichtlich

Die Eigentums- und Beteiligungsstrukturen innerhalb der deutschen Privatradiolandschaft sind äußerst vielschichtig, aber auch äußerst unübersichtlich. Neben vielen direkten besteht über Tochterfirmen eine kaum noch zu überblickende Zahl an indirekten Beteiligungen. Die Beteiligungen scheinen in manchen Fällen immer weiter und kleinteiliger zu werden und führen nicht selten wieder zum Ausgangspunkt zurück (Ringschluss). Da zudem keine offiziellen Zahlen vorliegen, kann die Eigentumsituation als intransparent bezeichnet werden. Auch die Datenbank der KEK, der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich, greift für ihre Angaben auf allgemein zugängliche Informationsquellen zu und ist somit auf die Auskunftsbereitschaft der Betreibergesellschaften angewiesen. (38)

Zeitschriften- und Tageszeitungsverlage zählen zu den wichtigsten Anteilseignern der privaten Radioszene. Vor der Einführung des dualen Rundfunks galten sie als Gegner des privaten Radios, da sie um lokale Werbeeinnahmen fürchteten, vielfach erhielten sie deshalb umfangreiche Möglich-

keiten, sich an den neu entstehenden Sendern zu beteiligen. Heute, 30 Jahre später, bestimmen sie wie zu Gründerzeiten die Eigentümerlandschaft im privaten Radiosektor.

Betrachtet man, welche Medienunternehmen Anteile an Radiosendern haben, sind dies – neben den Verlagen – vor allem der RTL-Konzern, Beteiligungsgesellschaften und die Radiosender selbst. Radiosender sind damit nicht nur Betreiber des eigenen Programms, sondern auch Anteilseigner an anderen Stationen. Dies trägt erheblich zur Unübersichtlichkeit des Marktes erheblich bei.

Soweit ersichtlich, herrscht trotz der vielfältigen Anteilsstrukturen nur wenig Bewegung im Markt. In den vergangenen Monaten haben sich zwar die Anteile bei der Regiocast verschoben, RTL, Axel Springer, Moira und Süddeutscher Verlag haben ihr Portfolio verändert, sich aber nie grundsätzlich gegen eine Radiobeteiligung ausgesprochen: In den vergangenen Monaten hat sich keiner der Player aus der Branche verabschiedet. Dies lässt den Schluss zu, dass die über das UKW-Privatradio erzielten Gewinnmargen nach wie vor lukrativ sind – gerade Verlage haben sich in den vergangenen Monaten häufig von wirtschaftlich unattraktiven Beteiligungen in anderen Geschäftsfeldern getrennt. Andererseits bedeutet dies auch, dass eine Konsolidierung des Marktes aufgrund des hohen Fragmentierungsgrads in weiter Ferne liegt: Die Verflechtung von Presse und Radio dürfte damit auch in den kommenden Jahren für den Privatradiosektor kennzeichnend sein.

Wenig Bewegung im Markt

Anmerkungen:

- 1) Vgl. ma 2015 Radio I. Methodensteckbrief zur Berichterstattung. 4. März 2015. Quelle: www.agma-mmc.de (15.4.2015).
- 2) Vgl. Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) (Hrsg.): Jahrbuch 2013/2014. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin 2014, S. 131f.
- 3) Vgl. ebd.
- 4) Vgl. Pressemitteilung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) v. 23.1.2015. UKW-Kette: Freie Frequenzen gehen an Metropol FM.
- 5) Vgl. ALM (Anm. 2), S. 131.
- 6) Vgl. Widlok, Peter: Billigware oder Luxusgut? In: Otfried Jarren (Hrsg.): Medienwandel – Gesellschaftswandel? Berlin 1994, S. 230ff.
- 7) Vgl. Klawitter, Gerd: Privater Rundfunk in Deutschland. Meckenheim 1996, S. 42.
- 8) Vgl. Widlok (Anm. 6), S. 233.
- 9) Vgl. ebd.
- 10) Vgl. Klawitter (Anm. 7), S. 118ff.
- 11) Vgl. Böckelmann, Frank: Wirtschaftliche Verflechtungen und Konkurrenz der Medien in Bayern. BLM-Schriftenreihe Bd. 66. München 2001, S. 97.
- 12) Vgl. ALM (Anm. 2), S. 166.
- 13) Vgl. KEK Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich - Mediendatenbank (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?&c=1086&mt=-1&s=rtl+radio&f=0; 3.5.2015).
- 14) Vgl. ebd.
- 15) Vgl. www.rtrradiodeutschland.de (1.5.2015).
- 16) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?&c=191&mt=-1&s=hubert+burda+media&f=1; 3.5.2015).

- 17) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?&c=2221&mt=-1&s=medienpool&f=1; 1.5.2015).
- 18) Vgl. www.studio-gong.de/studio-gong/portrait/beteiligungen.html (1.5.2015).
- 19) Pressemitteilung von Studio Gong v. 11.08.2011. Studio Gong erwirbt Anteile.
- 20) Vgl. ALM (Anm. 2), S. 172.
- 21) Pressemitteilung von MA HSH v. 30.01.2014. MA HSH genehmigt Beteiligungsveränderung bei der Regiocast.
- 22) Vgl. Schneider, Guido: Axel Springer steigt bei Regiocast aus. Quelle: www.horizont.net/medien/nachrichten/Privatradio-Axel-Springer-steigt-bei-Regiocast-aus-118937 (1.5.2015).
- 23) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?L=0&&c=3360&mt=-1&s=axel+springer&f=1; 2.5.2015).
- 24) Vgl. Pressemitteilung von Axel Springer vom 10.4.2015. Axel Springer beteiligt sich an der LAUT AG.
- 25) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?L=0&&c=2594&mt=-1&s=madsack&f=1; 3.5.2015).
- 26) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?&c=1225&mt=-1&s=ddvg&f=0; 3.5.2015) sowie DDVG: Überblick über Rundfunkbeteiligungen. Direkte oder indirekte Beteiligungen der ddvg (Inland). Stand: November 2011 (www.ddvg.de/w/files/neue-dokumente/sonstige-dokumente/uebersicht_mittelbare_radiobeteiligungen_ddvg_stand_1111.pdf; 3.5.2015).
- 27) Vgl. Pressemitteilung Bauer Media v. 28.8.14. Globales Wachstum in allen Sparten.
- 28) Vgl. www.bauermedia.com/medien/radio-tv/ (3.5.2015).
- 29) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?L=0&&c=1262&mt=-1&s=funke&f=1; 3.5.2015).
- 30) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?L=0&&c=1550&mt=-1&s=radio+nrw&f=0; 3.5.2015).
- 31) Vgl. Geschäftsbericht 2010 des Saarländischen Rundfunks, S. 32 (www.sr-online.de/statisch/pdf/2010-SR-Geschaeftsbericht.pdf; 3.5.2015).
- 32) Vgl. Pressemitteilung SWMH v. 10.1.2014. Süddeutscher Verlag verkauft Radiobeteiligungen an rt1.media group.
- 33) Vgl. Pressemitteilung der Regiocast v. 19.11.2013. Moira Rundfunk GmbH wird neue Gesellschafterin der Regiocast.
- 34) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?L=0&&c=1006&mt=-1&s=moira&f=0; 3.5.2015).
- 35) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?L=0&&c=1455&mt=-1&s=regiocast&f=1; 3.5.2015).
- 36) Vgl. ALM (Anm. 2), S. 167.
- 37) Vgl. KEK (www.kek-online.de/no_cache/information/mediendatenbank.html?L=0&&c=2068&mt=-1&s=müller+medien&f=1&percentFilter=50; 3.5.2015).
- 38) Vgl. www.kek-online.de/information/mediendatenbank/benutzerhinweis.html?L=0; 3.5.2015)

