

Jahrbuch

Tradition

**ist KEIN
Geschäfts-
modell**

14

15

fernseh-Vermarkter TV Bayern und die ProSiebenSat1-Tochter Seven-One Media (SOM) eine Vermarktungskoooperation bekannt, die dem nationalen Anbieter Zugang zu regionalen Werbemärkten und den Lokalsendern unter dem Dach von TV Bayern bessere Präsenz auf dem nationalen Werbemarkt sichern soll. Allerdings regt sich im Kreis der TV-Bayern-Mandanten Widerstand gegen die Vereinbarung. Ob die geplante Kooperation realisiert werden kann, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Baden-Württemberg

TV Südbaden stellt Sendebetrieb ein — Zum 16. Januar 2015 hat der regionale Fernsehsender TV Südbaden in Freiburg seinen Sendebetrieb eingestellt. Nach eingehenden Beratungen mit der zuständigen Landesanstalt für Kommunikation (LFK) haben die Gesellschafter des Veranstalters Funkhaus Freiburg den Beschluss gefasst, Informationen aus der Region nur noch über das Internet zu verbreiten und den normalen Sendebetrieb im Kabel und über Satellit einzustellen. TV Südbaden hatte am 15. September 2001 den Sendebetrieb aufgenommen und das Gebiet zwischen der Ortenau und der Schweizer Grenze mit regionalen Inhalten versorgt. Trotz der Synergien im Zusammenspiel mit dem erfolgreichen Radioprogramm baden.fm, das ebenfalls im Funkhaus Freiburg produziert wird, war der Fernsehbetrieb nicht kostendeckend darstellbar.

Suche nach Förderkonzepten — Das lokale und regionale Gesamtangebot im Südweststaat ist durch das Aus von Südbaden TV unter dem Strich nicht geschrumpft, da mit der Stohgäuwelle 2014 ein neues Angebot hinzugekommen ist. Der Kostendeckungsgrad der regionalen und lokalen TV-Angebote war in Baden-Württemberg 2012 von 94 auf 90 Prozent gesunken. In der Region sind vielerorts nur geringe Werbeerlöse zu erzielen, viele Sender versorgen zudem in strukturschwachen Regionen Zuschauer mit lokalen Informationen. Im Auftrag der LFK untersucht der Medienwirtschaftsexperte Prof. Dr. Boris Kühnle in einer Studie, wo Entwicklungsperspektiven für regionales Fernsehen liegen und welcher Hebel es bedarf, lokale und regionale Informationsvielfalt zu fördern und die Sender wirtschaftlich zu konsolidieren. Ergebnisse der Studie sollen im Frühjahr 2015 vorliegen. Die LFK fördert anteilig die Verbreitungskosten der sieben regionalen Must-carry-Sender in Baden-Württemberg über Satellit und Kabel mit jährlich 1,7 Millionen Euro. Für eine Förderung von lokalen Informationsformaten fehlt es an gesetzlichen Grundlagen.

Bayern

Lokal-TV wirtschaftlich im Aufwind — In Bayern gibt es zwei landesweite Fensterprogramme, deren Programm von jeweils einem Spartenanbieter ergänzt wird und 18 lokale TV-Programme. Auch die Zahl der lokalen Spartenanbieter ist mit neun unverändert geblieben. In kleinen Kabelnetzen werden nur noch acht Programme verbreitet (Vorjahr: 12).