

# Film- und Fernsehproduktion

in Nordrhein-Westfalen

im Vergleich zu anderen

Bundesländern 2015 und 2016



Foto: PantherMedia / ivicans

	<b>Inhalt</b>	<b>1</b>
<b>1.</b>	<b>Zentrale Ergebnisse der Produktionsstudie für 2015 und 2016</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Auftrag und Ziel des Projekts</b>	<b>16</b>
	Projektdesign, Definitionen	
<b>3.</b>	<b>Die Entwicklung der Produktionsbranche 2015 und 2016</b>	<b>24</b>
3.1	Aktive Produktionsunternehmen	24
3.2	Die größten Produktionsgruppen	31
3.2.1	UFA/RTL-Gruppe	34
3.2.2	All3Media Deutschland GmbH (zuvor: MME Moviement AG)	36
3.2.3	Constantin Film AG	37
3.2.4	ITV Studios Germany GmbH	40
3.2.5	Janus TV GmbH	41
3.2.6	ProSiebenSAT.1-Gruppe	42
3.2.7	Studio Hamburg GmbH	44
3.2.8	Warner Bros.	48
3.2.9	ZDF Enterprises GmbH	48
3.2.10	Fernsehmacher GmbH & Co KG	51
3.2.11	Endemol Shine Group Germany GmbH	52
3.2.12	Bavaria Film GmbH	54
3.2.13	Fandango Film-TV-Internet GmbH	58
3.2.14	Weitere Firmengruppen	58
	I & U Information und Unterhaltung TV Produktion GmbH & Co KG	58
	Beta Film GmbH (EOS-Gruppe)	59
	Brainpool Beteiligungsgesellschaft mbH	62
	drefa Media Holding GmbH	63
<b>4.</b>	<b>Fernsehproduktion nach Genres und Ländern</b>	<b>66</b>
4.1	Die Fiktion-Genres	73
4.1.1	TV-Movie	78
4.1.2	Serie	83
4.1.3	Comedy	89

---

4.2	Die Entertainment-Genres	94
4.2.1	Doku-Soap	97
4.2.2	Show	102
4.2.3	Game-Show	106
4.2.4	Talk-Show	110
4.3	Die Information-Genres	114
4.3.1	Magazin	117
4.3.2	Journalistische Langformate	120
4.4	Sonstige Produktionen	124
<b>5.</b>	<b>Fernsehsender mit Relevanz für die deutsche Auftragsproduktion</b>	<b>128</b>
<b>6.</b>	<b>Die Produktion von Kinofilmen</b>	<b>135</b>
<b>7.</b>	<b>Anhang</b>	<b>140</b>
7.1	Definition der Genres	140
7.2	Verzeichnis der Grafiken	145
7.3	Verzeichnis der Tabellen	146

## 1. **Zentrale Ergebnisse der Produktionsstudie für 2015 und 2016**

Die Untersuchung der Produktionsjahre 2015 und 2016 zeigt erneut eine hohe Nachfrage nach Neuproduktionen für deutschsprachige Fernsehsender. Das Gesamtvolumen der Nachfrage in Höhe von 740.000 Minuten in beiden Jahren reiht sich auf hohem Niveau in die Langzeitwerte der Untersuchungen seit 1998 ein. Seit 2009 liegt die Nachfrage konstant zwischen 700.000 und 750.000 Minuten pro Jahr. Die deutsche Produktionsbranche hat in den Untersuchungsjahren Jahresvolumina in der Spitze der Langzeituntersuchung erreicht. Da parallel auch die vom Volumen viel kleinere Kinoproduktion hohe Werte erzielte, ergibt sich insgesamt für die Produktionsbranche ein im Langzeitvergleich sehr hohes Produktionsniveau.

Das Kernstück der vorliegenden Studie, die Dokumentation und Analyse der Auftragsproduktion der deutschen Produktionsbranche, zeigt aber auch, dass sich die **Schwerpunkte der Nachfrage** in Laufe der Jahre deutlich zu den relativ günstig zu produzierenden Entertainment-Genres verschoben haben. Doku-Soaps, Shows, Game- und Talk-Shows machten in den letzten Jahren fast die Hälfte der Nachfrage aus. Die einst dominanten Informations-Genres kommen nur noch auf gut ein Viertel der Gesamtproduktion. Der Anteil der Fiktion-Genres war zuletzt mit unter 20 Prozent so gering wie nie zuvor. Doku-Soaps waren in den Untersuchungsjahren mit einem Anteil von rund 30 Prozent erneut am stärksten nachgefragt. Das Genre ist in der Produktion kostengünstig, zugleich aber inhaltlich oft trivial. Allerdings weisen auch die Journalistischen Langformate u.a. mit Dokumentationen und Reportagen in beiden Untersuchungsjahren mit Volumen von rund 100.000 Minuten Spitzenwerte auf. Die Produktion von TV-Movies und Reihen von Fernsehfilmen mit einer Länge von 90 Minuten und mehr, vielfach als Königsdisziplin der TV-Produktion gesehen, ist nach schwachen Jahren wieder auf ein langjähriges Durchschnittsniveau von rund 25.000 Minuten pro Jahr gestiegen.

Nachgefragt wurden TV-Movies in den Untersuchungsjahren fast ausschließlich von den öffentlich-rechtlichen Anstalten. Die Privatsender sind insbesondere wegen der hohen Kosten der Produktion erneut weitgehend abstinenter geblieben. Insgesamt ist der **Anteil der Privatsender** an der Auftragsproduktion aber gestiegen. Ihr Anteil am Gesamtvolumen lag in beiden Jahren über 57 Prozent. In 2013 und 2014 waren es je 54 Prozent und in 2012 und 2011 je 51 Prozent gewesen. Erneut waren für diese

Steigerung nicht die vielen kleinen und oft noch jungen Privatsender verantwortlich, deren Auftragsvolumen in etwa auf dem Niveau des Jahres 2014 blieb, sondern Sender wie RTL oder RTL2, die ihr Auftragsvolumen deutlich gesteigert haben. RTL war dabei in 2016 mit 110.000 Minuten größter Auftraggeber. In 2015 hatte der Sender noch hinter dem ZDF gelegen, das 96.000 Minuten beauftragt hatte. Die in der Sendergruppe ProSiebenSAT.1 weiterhin vorherrschende Strategie, beim Programmaufwand zu sparen, hat sich erneut im Volumen der Nachfrage niedergeschlagen.

In der Regel freuen sich Beobachter, wenn in einer Branche die Zahl der Betriebe zunimmt, gilt dies doch als Zeichen für die Vitalität einer Branche. In der Produktionsbranche war über Jahre die Zahl der **aktiven Betriebe**<sup>1</sup> gestiegen. In den Untersuchungsjahren ist diese Entwicklung gebrochen worden. Erstmals seit Jahren ist die Zahl der aktiven Betriebe sowohl in 2015 als auch in 2016 zurückgegangen. 2016 waren es immerhin 49 aktive Betriebe weniger als noch 2014. Die Gesamtzahl ist von 864 in 2014 auf 850 in 2015 und 815 in 2016 gesunken. Die Verluste gehen fast vollständig auf das Konto der vier führenden Produktionsländer. Die deutlichsten Verluste von 2014 auf 2016 weisen Bayern (-23) und Nordrhein-Westfalen (-16) auf. In den übrigen Ländern waren die Veränderungen nur gering.

Der Rückgang der aktiven Betriebe muss in dieser spezifischen Branche allerdings nicht als ein schlechtes Zeichen gewertet werden. In den Jahren zuvor war die Zahl der aktiven Betriebe stetig gestiegen, ohne dass dieses Wachstum von einem entsprechend höheren Auftragsvolumen begleitet war. Dadurch ging das jährliche durchschnittliche Produktionsvolumen der einzelnen Betriebe zurück. Da die Produktionsbranche schon immer eine sehr klein strukturierte Branche war, hatte die steigende Betriebszahl auch deutliche Schattenseiten.

Auf Grund der gesunkenen Zahl der aktiven Betriebe und des hohen Niveaus der TV-Auftragsproduktion sowie der Kinoproduktion ist die **durchschnittliche Jahresproduktion** der Betriebe in den Untersuchungsjahren erstmals seit 2013 wieder gestiegen. Mit 933 Minuten wurde in 2016 ein Wert wie zuletzt in 2010 erzielt. In 2015 waren es durchschnittlich 902 Minuten. Wie schwach die aktuellen Jahresprodukti-

---

<sup>1</sup> Als aktive Produktionsbetriebe werden in dieser Studie Firmen bezeichnet, die in den einzelnen Untersuchungsjahren mindestens eine Produktion von 15 Minuten oder mehr hergestellt haben bzw. wenigstens als Koproduzent an einer solchen Produktion beteiligt waren.

onzahlen aber immer noch sind, zeigt sich auch im Vergleich mit dem Langzeitschnitt seit 1999 der bei 992 Minuten pro Jahr liegt.

Bei der Analyse der **Produktionsbranche** wird auch differenziert nach Produktionsunternehmen mit Beteiligungen von Sendern oder den Eignern von Sendern, den **abhängigen Betrieben**, und Firmen ohne solche Beteiligungen, den in diesem Sinne unabhängigen Betrieben. Die von Sendern bzw. deren Eignern abhängigen Firmen hatten seit Jahren einen Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe von knapp über 10 Prozent, 2015 waren es 11 Prozent und 2016 12. In den beiden Untersuchungsjahren waren jeweils knapp unter 100 abhängige Firmen aktiv. Während die Zahl der abhängigen Betriebe also nur leicht gestiegen ist, hat deren Produktionsvolumen in den Untersuchungsjahren sprunghaft zugenommen. Dadurch erreichten die abhängigen Betriebe in 2016 erstmals ein größeres Produktionsvolumen als die unabhängigen. Der Produktionsanteil stieg auf 54 Prozent (2015: 48 %). Mit dieser Entwicklung war ein entsprechend deutlicher Anstieg des durchschnittlichen Produktionsvolumens der abhängigen Betriebe verbunden: 2015 lag dieses bei 3.651 Minuten und 2016 bei 4.106 Minuten. Parallel ist das Produktionsvolumen der unabhängigen Betriebe in beiden Jahren zurückgegangen: von 570 Minuten in 2014 auf 548 und schließlich auf 505 Minuten in 2016. Dies ist der schwächste Wert in der Langzeituntersuchung. Die abhängigen Firmen haben in 2016 mehr als achtmal so viel produziert wie die unabhängigen.

Im Rahmen der Langzeituntersuchung ist wiederholt darauf hingewiesen worden, dass die insgesamt sehr kleinteilig strukturierte Produktionsbranche **hohe Konzentrationswerte** aufweist. Dies gilt erneut auch für die aktuellen Untersuchungsjahre, denn die Konzentrationswerte sind gegenüber 2014 noch gestiegen. Die drei größten Produktionsgruppen haben mit ihren anteiligen Produktionsvolumina in 2016 einen Marktanteil von exakt einem Viertel. Die fünf größten Gruppen kommen auf 34 Prozent und die zehn größten Gruppen erreichen mit 50 Prozent einen höheren Wert als in den letzten 10 Jahren. Insgesamt ist die Konzentration in der Branche zu Gunsten der führenden Unternehmensgruppen also erstaunlich hoch.

Unter den am Produktionsvolumen gemessen **größten Produktionsgruppen** haben sich im Vergleich zu 2014 nur wenige Veränderungen ergeben. Die Rangfolge der 20 führenden Produktionsgruppen weist für die Jahre 2014 bis 2016 meist nur kleine

Verschiebungen im Ranking auf. Die All3Media-Gruppe (zuvor MME) blieb in 2015 zunächst führend. In 2016 hat die UFA/RTL-Gruppe dann wenige Hundert Minuten mehr produziert. In 2015 hatte sie erneut auf Rang 2 gelegen. Diese beiden Gruppen liegen mit Jahresproduktionen von zuletzt jeweils über 70.000 Minuten weit vor den anderen Unternehmen. Die Constantin-Gruppe, beständig auf Rang 3, produziert jährlich rund 50.000 Minuten. Erneut mit deutlichem Abstand folgen dann die ITV Studios mit 36.000 bzw. 41.000 Minuten. Die weiteren Veränderungen im Ranking waren wenig auffällig. Heraus sticht allein die erstmalige Platzierung der Beta-Gruppe von Jan Mojto mit einer Jahresproduktion von rund 7.000 Minuten.

Die Produktion von **Kinofilmen** weist in den letzten Jahren – abgesehen vom Spitzenjahr 2013 – relativ stabile Werte auf. In den Untersuchungsjahren 2015 und 2016 sind erneut jeweils gut 300 Filme produziert worden.<sup>2</sup> Auch die Anzahl der an der Produktion beteiligten aktiven Firmen ist über die Jahre relativ stabil. In 2015 waren 287 Firmen daran beteiligt, in 2016 260 Firmen. Die Anzahl der durchschnittlich pro Jahr produzierten Filme pro Firma liegt seit Beginn der Langzeituntersuchung konstant bei 1,1 bzw. 1,2. Diese Werte zeigen sehr deutlich, wie kleinstrukturiert die Branche der Kinofilmproduzenten ist. Allerdings produziert ein erheblicher Teil dieser Firmen neben Kinofilmen auch Fernsehsendungen. Insbesondere die Grenze zur Produktion von TV-Movies ist fließend.

Unter regionalen Aspekten war die Führungsrolle der Branche in Berlin in den Untersuchungsjahren besonders deutlich. Sie erreichte in 2015 und 2016 jeweils Anteile von 36 Prozent an der Gesamtproduktion. Der Abstand zur bayerischen Branche ist auch deshalb größer geworden, weil deren Marktanteil mit gut 20 Prozent gegenüber den Vorjahren rückläufig war. Kleinere Verluste weist auch die Branche in Nordrhein-Westfalen auf. Sie kam mit einem Volumen von gut 4.000 Minuten auf Anteile von 17 Prozent (2015) bzw. 19 Prozent. Die Firmen in Hamburg erreichten Marktanteile von 8 Prozent in 2015 und 10 Prozent in 2016. Der Anteil der sonstigen Länder war mit 17 Prozent in 2015 relativ hoch. In 2016 waren es 15 Prozent.

---

<sup>2</sup> Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass viele Filme über eine Jahresgrenze hinweg produziert worden sind und entsprechend in allen Produktionsjahren jeweils vollständig berücksichtigt worden sind. Die Angaben zu den Produktionsvolumina pro Jahr sind genauer, da bei Filmen mit Produktionszeiten über mehrere Jahre das Produktionsvolumen anteilig den einzelnen Jahren zugerechnet wird. Dies hat vor allem bei Langzeitbeobachtungen für Dokumentarfilme Bedeutung.

Auch in der Fernsehproduktion sind die Branchen in den Ländern Bayern, Berlin, Hamburg und Nordrhein-Westfalen dominant. Die **Spitzenposition hat seit Jahren die nordrhein-westfälische Branche** inne. Bei dem bereits zuvor erreichten Anteil an der Auftragsproduktion, überrascht dass die NRW-Branche in beiden Untersuchungsjahren ihre Führungsposition im Länderkreis noch weiter ausbauen konnte. Der Marktanteil ist in 2015 von knapp 37 auf 38 Prozent und in 2016 noch mal auf 42 Prozent gestiegen. Mit 284.000 Minuten in 2015 und 313.000 Minuten in 2016 wurden dabei jeweils neue Rekordwerte erzielt.

Das zweitgrößte Produktionsvolumen erreicht seit Untersuchungsbeginn beständig die bayerische Produktionsbranche. Die bayerischen Produzenten haben zunächst für das Jahr 2015 mit 196.000 Minuten ungewöhnlich erfolgreich akquiriert. Ein Teil des Zugewinns ging allerdings in 2016 mit nur noch 184.000 Minuten wieder verloren. Der Marktanteil Bayerns lag bei 25 bzw. 26 Prozent. Das Produktionsvolumen der Branche in Hamburg ist in beiden Untersuchungsjahren gesunken: zunächst in 2015 auf 83.000 Minuten (2014: 93.000) und in 2016 auf 76.000 Minuten. Die Branche liegt aber weiterhin vor jener in Berlin, die zwar in 2015 die Produktion auf 78.000 Minuten gesteigert hatte, in 2016 mit 66.000 Minuten aber wieder auf das Niveau von 2014 (68.000) zurückgefallen ist. Der Anteil beider Branchen schwankt um 10 Prozent. In 2016 kam die Branche in Berlin nur noch auf 9 Prozent. Auf Rang 3 im Länderranking lagen schon in den Vorjahren die Branchen in den sonstigen Ländern. Ihre Jahresproduktion war allerdings rückläufig: 2014: 122.000, 2015: 103.000 und 2016: 99.000 Minuten.

Bei den regionalen Zuordnungen der Auftragsproduktion wird neben dem Sitz der Produktionsfirmen auch der Produktionsort berücksichtigt. Als **Produktionsort** werden der oder die Drehorte gewertet, sofern sich zumindest der Schwerpunkt der Dreharbeiten auf einzelne Bundesländer bzw. das Ausland festlegen lässt. Die Informations-Genres bleiben dabei unberücksichtigt. Beim Vergleich der Produktion nach Drehorten ist die Spitzenstellung von Nordrhein-Westfalen noch ausgeprägter als nach dem Sitz der Unternehmen. Nachgefragte Locations und die großen Studiokapazitäten in und um Köln sorgen für ein andernorts unerreichtes Produktionsvolumen. In 2015 lag der Anteil bei 24 Prozent, in 2016 bei 30. Bei vier der 8 untersuchten Genres ist das in NRW gedrehte Volumen jeweils am größten. Drehorte in Berlin erreichten in beiden Jahren Anteile von 11 Prozent und profitierten dabei insbeson-

dere vom hohen Produktionsvolumen der Talk-Shows und Doku-Soaps. Bayern kam in 2015 auf einen Anteil von 10 Prozent, in 2016 jedoch nur noch auf 8 Prozent. Hamburg erreichte jeweils rund 9 Prozent. Die sonstigen Länder hatten einen Anteil von jeweils 10 Prozent. Locations im Ausland wurden für jeweils rund fünf Prozent der Produktion genutzt. Insbesondere bei den TV-Movies war der Auslandsanteil mit rund 30 Prozent hoch. Bei all diesen Werten muss allerdings berücksichtigt werden, dass das Produktionsvolumen, das nicht eindeutig zugeordnet werden konnte über die Jahre immer relativ groß war. In 2016 galt dies für 27 Prozent des Gesamtvolumens der untersuchten Genres, in 2015 für 31 Prozent.

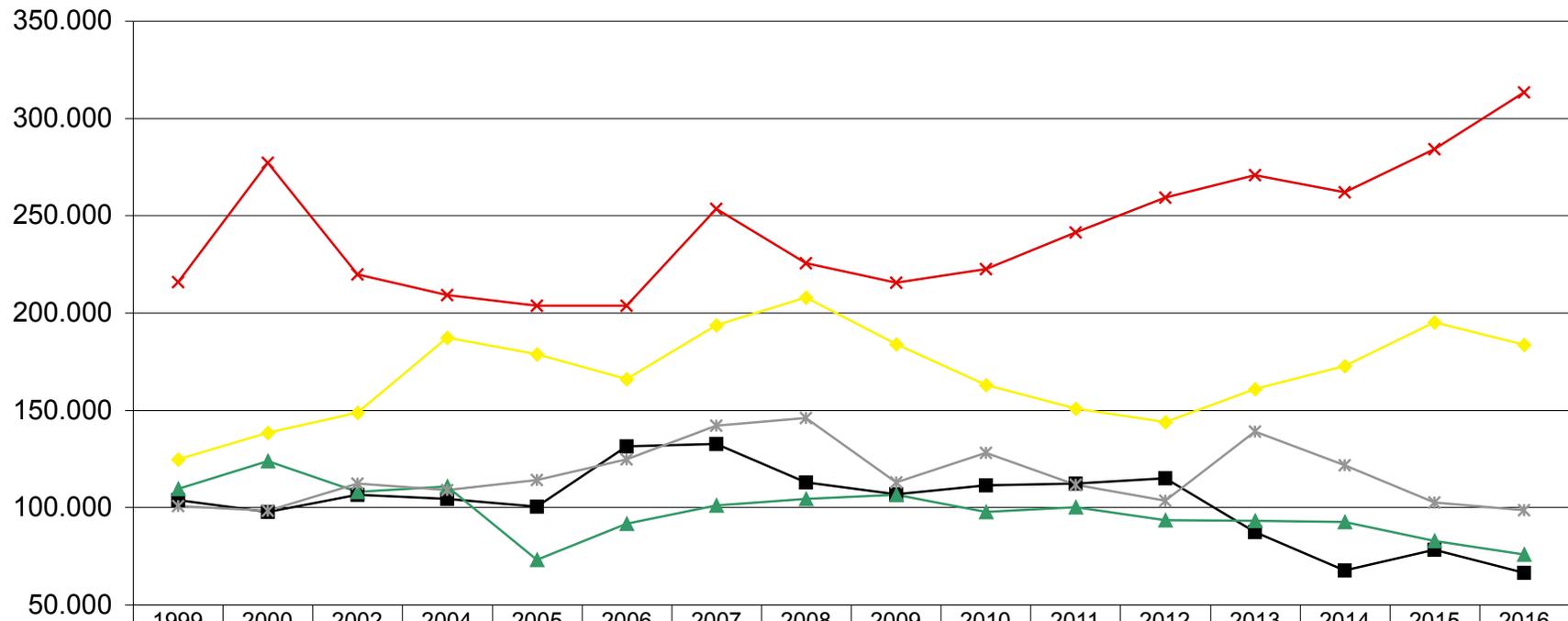
**1.1 Langzeitvergleich: Entwicklung der Genres**

	Movie	Serie	Comedy	Fiktion sonst.	Fiktion gesamt	Doku- Soap	Show Musik	Game	Talk	Entert. gesamt	Magazin	Lang- format	Info sonst.	Info gesamt	sonst.	gesamt
2016	25.023	82.779	12.753	3.149	123.704	218.804	53.706	41.336	37.719	351.565	94.048	104.289	4.473	202.810	61.102	739.181
	3,4%	11,2%	1,7%	0,4%	16,7%	29,6%	7,3%	5,6%	5,1%	47,6%	12,7%	14,1%	0,6%	27,4%	8,3%	100,0%
2015	26.930	86.924	17.971	3.559	135.384	232.689	54.285	25.823	46.388	359.185	87.994	99.617	3.512	191.123	57.327	743.019
	3,6%	11,7%	2,4%	0,5%	18,2%	31,3%	7,3%	3,5%	6,2%	48,3%	11,8%	13,4%	0,5%	25,7%	7,7%	100,0%
2014	25.916	90.460	19.328	3.054	138.758	223.067	55.988	17.907	46.409	343.371	83.948	85.576	2.991	172.515	62.719	717.363
	3,6%	12,6%	2,7%	0,4%	19,3%	31,1%	7,8%	2,5%	6,5%	47,9%	11,7%	11,9%	0,4%	24,0%	8,7%	100,0%
2013	23.689	90.198	18.434	3.587	135.908	217.285	56.158	17.140	60.896	351.479	113.113	93.836	4.829	211.778	52.699	751.864
	3,2%	12,0%	2,5%	0,5%	18,1%	28,9%	7,5%	2,3%	8,1%	46,7%	15,0%	12,5%	0,6%	28,2%	7,0%	100,0%
2012	22.319	106.267	18.724	4.259	151.569	183.343	51.498	19.061	70.711	324.613	92.698	89.164	2.569	184.431	54.312	714.925
	3,1%	14,9%	2,6%	0,6%	21,2%	25,6%	7,2%	2,7%	9,9%	45,4%	13,0%	12,5%	0,4%	25,8%	7,6%	100,0%
2011	24.016	126.297	22.913	4.060	177.286	154.508	39.018	21.000	69.880	284.406	98.652	93.968	4.400	197.020	58.426	717.138
	3,3%	17,6%	3,2%	0,6%	24,7%	21,5%	5,4%	2,9%	9,7%	39,7%	13,8%	13,1%	0,6%	27,5%	8,1%	100,0%
2010	26.093	124.172	20.108	5.221	175.594	145.082	39.690	15.583	59.139	259.494	130.678	98.974	6.683	236.335	51.983	723.406
	3,6%	17,2%	2,8%	0,7%	24,3%	20,1%	5,5%	2,2%	8,2%	35,9%	18,1%	13,7%	0,9%	32,7%	7,2%	100,0%
2009	26.270	127.201	19.849	5.770	179.090	130.757	40.771	19.142	70.330	261.000	125.229	94.782	6.706	226.717	58.956	725.763
	3,6%	17,5%	2,7%	0,8%	24,7%	18,0%	5,6%	2,6%	9,7%	36,0%	17,3%	13,1%	0,9%	31,2%	8,1%	100,0%
2008	26.634	132.850	21.521	6.102	187.107	130.336	40.281	24.192	72.396	267.205	201.398	78.983	7.527	287.908	56.901	799.121
	3,3%	16,6%	2,7%	0,8%	23,4%	16,3%	5,0%	3,0%	9,1%	33,4%	25,2%	9,9%	0,9%	36,0%	7,1%	100,0%
2007	25.610	159.178	30.061	5.108	219.957	122.078	41.950	23.597	74.504	262.129	201.343	91.729	3.794	296.866	43.891	822.843
	3,1%	19,3%	3,7%	0,6%	26,7%	14,8%	5,1%	2,9%	9,1%	31,9%	24,5%	11,1%	0,5%	36,1%	5,3%	100,0%
2006	26.179	139.947	30.389	3.253	199.768	86.262	31.735	29.588	77.435	225.020	177.514	66.578	6.490	250.582	42.390	717.760
	3,6%	19,5%	4,2%	0,5%	27,8%	12,0%	4,4%	4,1%	10,8%	31,4%	24,7%	9,3%	0,9%	34,9%	5,9%	100,0%
2005	24.718	132.781	26.705	3.564	187.768	60.856	24.264	23.639	103.845	212.604	162.669	64.690	4.621	231.980	37.790	670.142
	3,7%	19,8%	4,0%	0,5%	28,0%	9,1%	3,6%	3,5%	15,5%	31,7%	24,3%	9,7%	0,7%	34,6%	5,6%	100,0%
2004	26.036	123.086	30.264	862	180.248	63.197	38.191	27.539	100.925	229.852	192.722	75.417	9.958	278.097	38.183	726.380

	3,6%	16,9%	4,2%	0,1%	24,8%	8,7%	5,3%	3,8%	13,9%	31,6%	26,5%	10,4%	1,4%	38,3%	5,3%	100,0%
2003	25.666	121.609	25.330	903	173.508	30.979	38.367	36.012	107.498	212.856	195.989	73.229	7.118	276.336	35.859	698.559
	3,7%	17,4%	3,6%	0,1%	24,8%	4,4%	5,5%	5,2%	15,4%	30,5%	28,1%	10,5%	1,0%	39,6%	5,1%	100,0%
2002	27.296	116.700	29.297	902	174.195	5.973	28.804	60.669	122.167	217.613	180.568	77.241	9.133	266.942	41.189	699.939
	3,9%	16,7%	4,2%	0,1%	24,9%	0,9%	4,1%	8,7%	17,5%	31,1%	25,8%	11,0%	1,3%	38,1%	5,9%	100,0%
2001	24.574	100.023	19.640	1.838	146.075	26.032	30.517	124.262	116.789	297.600	168.846	69.860	7.193	245.899	29.356	718.930
	3,4%	13,9%	2,7%	0,3%	20,3%	3,6%	4,2%	17,3%	16,2%	41,4%	23,5%	9,7%	1,0%	34,2%	4,1%	100,0%
2000	28.340	89.600	24.048	1.134	143.122	15.988	34.347	120.366	133.475	304.176	196.420	52.235	7.240	255.895	34.442	737.635
	3,8%	12,1%	3,3%	0,2%	19,4%	2,2%	4,7%	16,3%	18,1%	41,2%	26,6%	7,1%	1,0%	34,7%	4,7%	100,0%
1999	27.649	92.683	18.303	2.338	140.973	2.191	36.692	67.939	126.012	232.834	202.989	50.091	9.312	262.392	24.005	660.204
	4,2%	14,0%	2,8%	0,4%	21,4%	0,3%	5,6%	10,3%	19,1%	35,3%	30,7%	7,6%	1,4%	39,7%	3,6%	100,0%
1998	26.927	77.167	16.366	0	120.460	0	30.099	54.414	100.974	185.487	207.930	40.835	0	248.765	28.392	583.104
	4,6%	13,2%	2,8%	0,0%	20,7%	0,0%	5,2%	9,3%	17,3%	31,8%	35,7%	7,0%	0,0%	42,7%	4,9%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

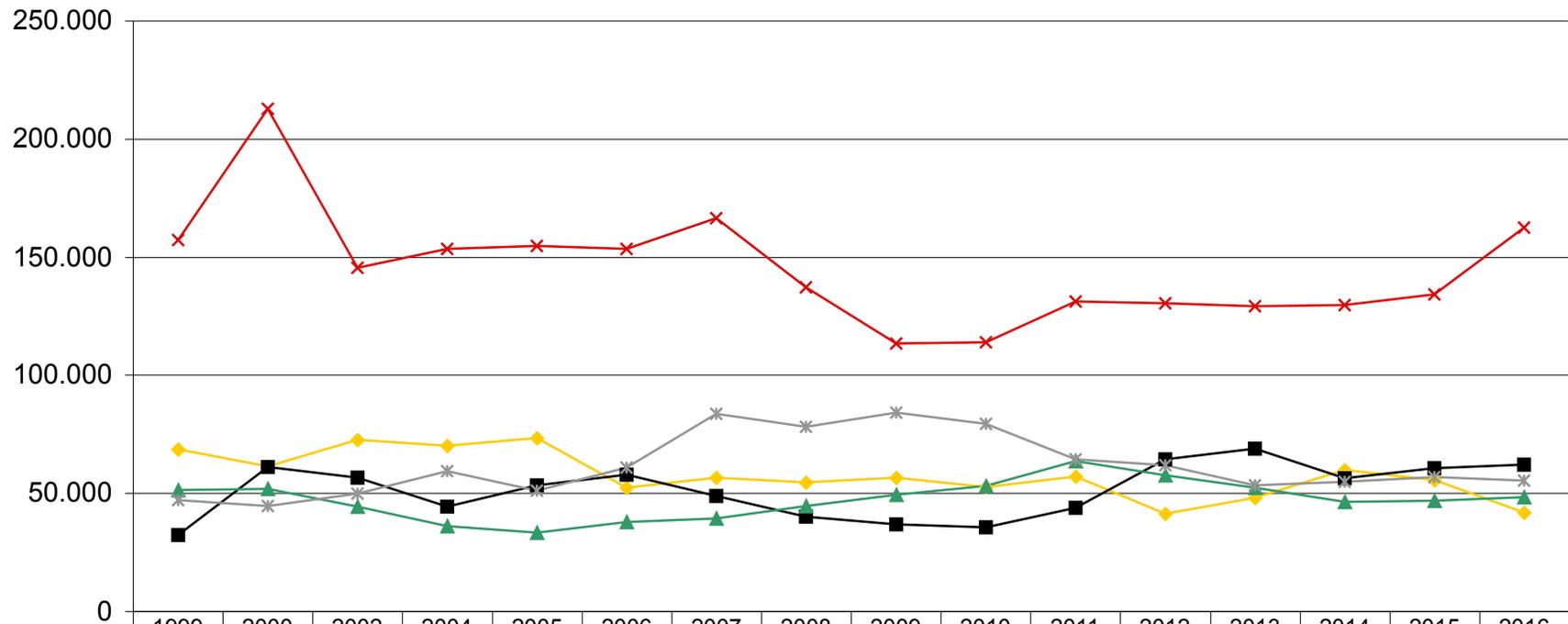
**Grafik 1.1: Langzeitvergleich der TV-Produktion nach Bundesländern (Unternehmenssitz)**



	1999	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
◆ Bayern	124.800	138.500	148.800	187.300	178.700	166.100	193.600	208.000	183.800	163.000	150.700	143.900	160.900	172.800	195.200	183.600
■ Berlin	103.600	97.700	106.500	104.500	100.500	131.500	132.500	112.800	106.700	111.200	112.100	115.000	87.200	67.700	78.200	66.400
▲ Hamburg	109.500	123.700	108.100	110.700	73.200	91.600	100.900	104.400	106.600	97.800	100.200	93.500	93.100	92.500	82.700	75.900
× NRW	215.900	277.200	219.700	209.100	203.600	203.600	253.300	225.400	215.500	222.600	241.300	259.200	270.800	261.800	284.000	313.400
* sonst. Länder	100.600	98.200	112.200	109.000	114.200	124.700	141.900	146.100	113.000	127.900	111.600	103.300	139.000	121.800	102.500	98.700

FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

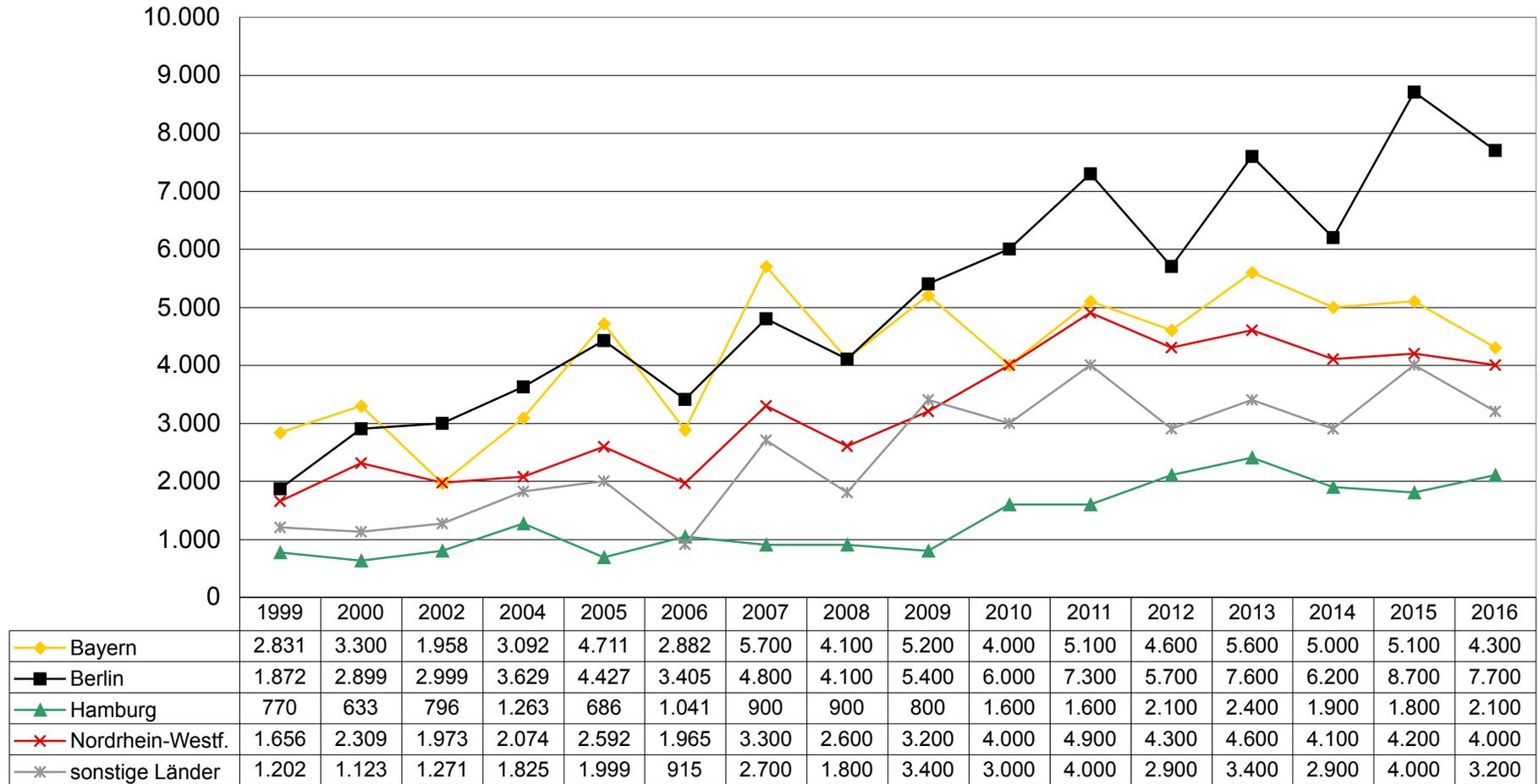
**Grafik 1.2: Langzeitvergleich der TV-Produktion nach Bundesländern (Produktionsland, ohne Informations-Genres)**



	1999	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
◆ Bayern	68.600	61.200	72.500	70.000	73.300	52.200	56.500	54.600	56.500	52.600	57.000	41.200	48.100	59.700	55.500	41.900
■ Berlin	32.400	61.100	56.600	44.300	53.400	57.900	48.700	40.100	36.700	35.500	43.900	64.200	68.700	56.300	60.600	62.000
▲ Hamburg	51.300	51.900	44.300	36.000	33.400	37.900	39.300	44.600	49.200	53.000	63.500	57.500	52.200	46.400	46.900	48.200
✕ NRW	157.100	212.800	145.500	153.400	154.700	153.400	166.500	137.200	113.400	113.800	131.100	130.400	129.200	129.600	134.100	162.500
* sonst. Länder	47.000	44.500	49.800	59.200	51.100	60.700	83.700	78.100	84.100	79.400	64.200	61.900	53.200	54.900	56.700	55.400

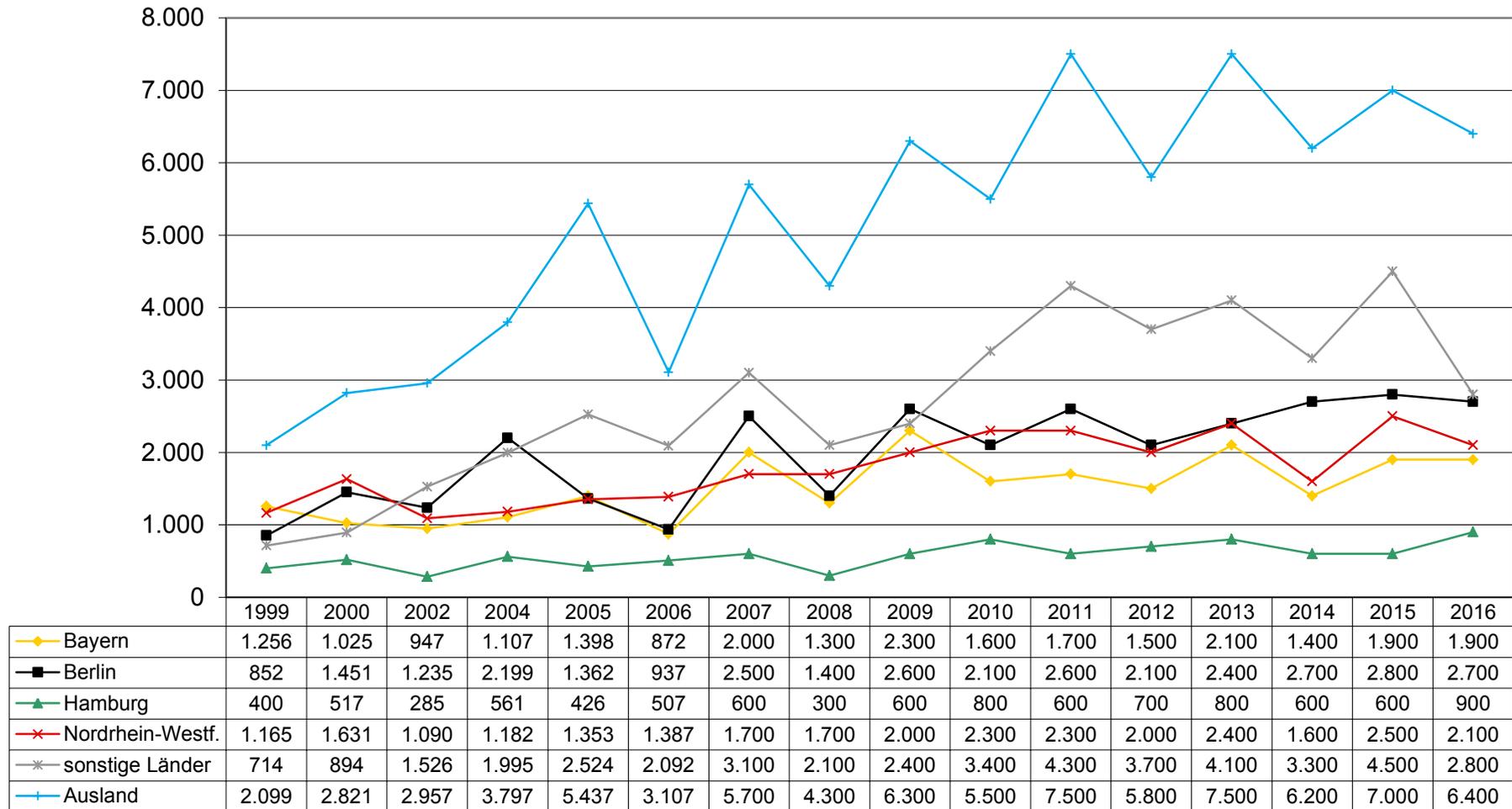
FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

**Grafik 1.3: Langzeitvergleich der Kinoproduktion nach Bundesländern (Sitz)**



FORMATT-Institut; Angaben in Minuten; gewichtete Werte

**Grafik 1.4: Langzeitvergleich der Kinoproduktion nach Bundesländern (Produktionsland)**



FORMATT-Insitut; Angaben in Minuten; gewichtete Werte

## 2. Auftrag und Ziel des Projekts

Mit der vorliegenden Studie zur Film- und Fernsehproduktion deutscher Produktionsunternehmen in den Jahren 2015 und 2016 wird im Rahmen einer Längsschnittuntersuchung eine Branchenübersicht über 16 in Teilen 17 Produktionsjahre möglich. Die Branche war erstmals für das Jahr 1998 untersucht worden. Im ersten Untersuchungsjahr sind aber noch nicht alle Kategorien berücksichtigt worden. Die Studie ist von Anfang an auch von der Produktionswirtschaft selbst stark beachtet worden. Darauf lassen nicht nur einzelne Reaktionen schließen, sondern insbesondere die Mitwirkungsbereitschaft bei der Vollerhebung aller einschlägigen Produktionen.

Über Entwicklungen und über Veränderungen in der Produktionsbranche informiert das **Kapitel 3**. Darin werden erneut auch die nach dem Produktionsvolumen **größten Einzelbetriebe bzw. Produktionsgruppen** vorgestellt. Den Überblick über größere Produktionsgruppen mit zum Teil verschachtelten Kapitalbeteiligungsstrukturen erleichtern Organigramme. Zudem wird differenziert nach Firmen mit (abhängig) und ohne Kapitalverflechtungen (unabhängig) zu Sendern. Insgesamt ergibt sich damit auch eine veritable Studie zur Struktur der Produktionsbranche.

Im **Kapitel 4** wird das Produktionsvolumen nach **Genres** gegliedert dargestellt. Unterschieden wird zunächst nach den Oberkategorien Fiktion, Entertainment und Information und in einem zweiten Schritt feiner gegliedert. Dabei wird jeweils auch den Fragen nachgegangen, welche regionalen Teilbranchen für welche Genres besonders große oder besonders geringe Bedeutung haben. Die regionale Zuordnung von Produktionsvolumina wird sowohl nach dem Sitz der Unternehmen als auch nach dem Produktionsort (Drehort) vorgenommen. Auch die für die einzelnen Genres jeweils wesentlichen Auftraggeber und ihre jeweiligen regionalen Prioritäten bei der Auftragsvergabe werden genannt. Sofern einzelne Produzenten bzw. Produktionsgruppen für ein bestimmtes Genre einen speziellen Stellenwert besitzen, werden deren Marktpositionen aufgezeigt. In Einzelfällen werden weitere Besonderheiten dokumentiert.

Die Beschreibung der Bedarfe einzelner **Sender (Kapitel 5)** ist abhängig von deren Bedeutung für die Produktionsbranche. Das Auftragsvolumen wird nach Genreschwerpunkten und die Auftragsvergabepraxis nach regionalen Aspekten beschrie-

ben. Auch spezifische Verbindungen zu einzelnen Auftragnehmern werden fallweise thematisiert.

Im **Kapitel 6** wird die **Kinofilmproduktion** behandelt. Auch dabei geht es um die Bedeutung der Branchen in einzelnen Bundesländern und um einzelne Unternehmen. Zudem wird – wie bei der Fernsehproduktion – unterschieden nach dem Sitz der produzierenden Unternehmen und nach dem Produktionsort (Drehort).

In allen Kapiteln werden Auffälligkeiten im Langzeitvergleich dargestellt. Die textliche Darstellung ist verknüpft mit einer Vielzahl von tabellarisch und grafisch aufbereiteten Produktionsdaten. Sie werden generell nach Produktionsjahren getrennt für unterschiedliche Sachverhalte ausgewiesen, wobei Differenzierungen nach Bundesländern sowohl für den Standort der Unternehmen als auch für den Drehort gemacht werden. Zudem wird nach beauftragenden Sendern und in der Regel nach Genres differenziert. Das Produktionsvolumen wird fast ausnahmslos in Minuten beziffert. Bei einer Produktionsstudie ist dabei naturgemäß die Netto-Sendezeit entscheidend. Um Vergleichbarkeit zu erzielen sind einzelne Berechnungen unumgänglich, die im Folgenden im Zusammenhang mit den für diese Studie wesentlichen Definitionen erläutert werden. Vorangestellt sind Anmerkungen zum Projektdesign.

Die Studie wurde in der Zeit von Juli 2016 bis Dezember 2017 im Auftrag des Ministeriums für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien Nordrhein-Westfalen erarbeitet.

### **Projektdesign**

Erfasst werden Neuproduktionen von deutschen Produktionsfirmen bzw. jene, an denen deutsche Firmen als Koproduzenten beteiligt sind. Nicht erfasst werden die Eigenproduktionen von Fernsehveranstaltern. Da Koproduktionen zusammen mit den beauftragenden Sendern nur randständig sind, wird die im Sinne des Projekts relevante Neuproduktion auch als Auftragsproduktion bezeichnet. Sowohl für die TV-Auftragsproduktionen als auch für die Kinoproduktionen wird eine Vollerhebung angestrebt, wobei allerdings eine tatsächlich vollständige Erhebung aller Produktionen aus methodischen Gründen praktisch nicht erreichbar, für die Zielsetzung der Studie aber auch verzichtbar ist, wenn der Anteil dieser Produktionen gering ist. Das Projekt ist in drei Schritten bearbeitet worden:

1. Feststellung aller relevanten Produktionsunternehmen in Deutschland mit Angaben zur Rechtsform, zum Standort (Bundesland) und zu den Eigentümern.
2. Recherche der Neuproduktionen aus den Jahren 2015 und 2016 sowie deren Zuordnung zu den einzelnen Unternehmen und Sendern (TV-Produktion).
3. Interpretation der summarischen Angaben zur Produktion auf der Basis
  - der Genre-Kategorien, inkl. Kinofilm;
  - der beauftragenden Sender;
  - der Standorte der Produktionsfirmen zusammengefasst nach Bundesländern;
  - der Produktionsorte zusammengefasst nach Bundesländern.

### **Methoden**

1. Sekundäranalyse der wenigen vorliegenden Quellen zur Rekrutierung von Produktionsdaten bzw. von Hinweisen für weitergehende Recherchen.
2. Mündliche Interviews mit Verantwortlichen in den TV-Produktionsunternehmen.
3. Recherchegespräche mit Verantwortlichen von Programmveranstaltern.
4. Datenabgleich mit der Formatt-Datenbank "Medienunternehmen in Deutschland".
5. Programmbeobachtung von den für die Neuproduktion in Deutschland relevanten Sendern und einzelnen Sendungen. In diese Programmbeobachtung sind folgende Sender einbezogen worden:
  - ARD inklusive EinsPlus (bis Okt. 2016), tagesschau24, One (bis Sept. 2016 Einsfestival); ZDF inklusive ZDFinfo, ZDFkultur (bis Okt. 2016), ZDFneo; 3sat; arte; Kinderkanal; Dritte Programme (BR, HR, mdr, NDR/RB, RBB, SWR/SR, WDR); Phoenix und cursorisch funk (seit 1. Okt. 2016) sowie Deutsche Welle;
  - RTL inklusive RTLnitro, RTLplus; SAT 1 inklusive SAT.1Gold; PRO7 inklusive Sixx, Pro7 Maxx und Pro7 Fun; K1 inkl. K1Doku; RTL2; VOX; Super RTL; Sport1; ntv; N 24; DMAX; Tele5;
  - Cursorisch erfasst wurden: Sky; 13th street; A & E; anixe; boomerang; Cartoon Network; Comedy Central; DeLuxe Music; Disney Channel; History; National Geographic Channel; nick; Spiegel Geschichte, Spiegel TV Wissen; TLC; TNT Comedy, TNT Glitz.
6. Schriftliche Befragung aller Produktionsunternehmen zur Jahresproduktion 2015 und 2016.

Basierend auf den positiven Erfahrungen bei den vorangegangenen Studien sind in den Fragebogen die bereits vorliegenden Informationen zu einzelnen Produktionen

aufgenommen worden. Dieses Verfahren bietet Erleichterungen für die Produktionsunternehmen.

### **Probleme bei der Durchführung**

Die Datenrekrutierung ist erfahrungsgemäß schwierig. Der Grad der Kooperationsbereitschaft ist bei den Produktionsunternehmen anhaltend sehr unterschiedlich. Die Gründe dafür sind vielschichtig. Die meisten Produktionsfirmen agieren auch heute noch in Bezug auf die Promotion des eigenen Unternehmens sehr zurückhaltend und setzen damit eine tradierte Einstellung fort. Nur wenige Firmen verfügen über Selbstdarstellungsmaterial (so etwa die UFA-Gruppe) oder gar Produktionsübersichten. In den Zeiten des beginnenden Internetbooms hatten sich viele Firmen zwar eigene Homepages zugelegt, diese werden aber häufig nicht gepflegt, insbesondere nicht aktualisiert. Daneben existieren aber auch Internetangebote mit sehr detaillierten und zuverlässigen Angaben. Die so informierenden Unternehmen haben nicht die Scheu, ihre Produktionen vorzustellen und damit auch Rückschlüsse auf ihre Marktposition zuzulassen. Andere Firmen hingegen betrachten ihre Produktionsdaten und insbesondere eine vollständige Übersicht über dieselben als Betriebsgeheimnis. Diese Einstellung war im Zuge der Langzeituntersuchung zwar rückläufig, führt aber nach wie vor zu erheblichen Schwierigkeiten bei der Datenrekrutierung. Dies gilt in den letzten Jahren insbesondere für Doku-Soap-Formate einzelner Sender, die – abweichend von der Regel – nicht nur von einem Produzenten hergestellt werden, sondern teilweise von einer Vielzahl und zudem werden bei der Ausstrahlung teilweise Staffeln mit Neuproduktionen und Wiederholungen gemischt.

Die Beteiligungsquote an der schriftlichen Befragung ist ein Indikator für die Bereitschaft zur Mitarbeit, die sich nicht auf Auskünfte über die Produktionen der Unternehmen beschränkt. Auch Redakteure von Rundfunkanstalten und Privatsendern sowie Produktionsleiter haben die Studie aktiv unterstützt. Mitarbeiter von Pressestellen haben geholfen, Sendetitel den während der Produktion genutzten Arbeitstiteln zuzuordnen, um Doppelnennungen auszuschließen.

Die Bereitschaft von Produktionsunternehmen die Studie durch Bearbeitung der vorgelegten vorläufigen Produktionslisten zu unterstützen, ist im zeitlichen Ablauf der Untersuchungsreihe von offensichtlichen Schwankungen geprägt. Die Gründe für diese Schwankungen sind weiterhin unbekannt. Der Rücklauf auf die schriftliche Be-

fragung aller jeweils aktiven Produktionsbetriebe war für die aktuellen Untersuchungsjahre nur geringfügig besser als in den beiden Vorjahren: Für 2016 lag der **Anteil bei 27 Prozent, für 2015 bei 25 Prozent** (2013/2014 je 27 %). Für die Jahre 2009 (37 %) und 2010 (35 %) hatte sie noch deutlich höher gelegen. An der Studie für 2007 und 2008 hatten sich wiederum nur 30 Prozent der Produktionsbetriebe beteiligt. Die Rücklaufquote ist sukzessive deutlich unter jene früherer Jahre gesunken, in denen jeweils die Hälfte der Betriebe Auskunft gegeben hatte. Genau so wie für die extrem hohen Quoten in den Jahren 2003 und 2004 keine schlüssige Begründung gefunden werden konnte, fehlt diese auch für die aktuelle Beteiligungshöhe. Für die Jahre 2015 und 2016 haben sich nur **216 Betriebe** an der Studie beteiligt. Im Vergleich zu den Rücklaufquoten anderer Studien ist dies immer noch viel, gemessen an den ersten Jahren der Langzeitstudie aber nicht mehr optimal.

### **Definitionen**

Zum Verständnis der Angaben zur Produktion sind einige begriffliche Klärungen unumgänglich. Um ein möglichst hohes Maß von Vergleichbarkeit mit anderen Studien erzielen zu können, wurden zu Beginn der Untersuchungsreihe – so weit die spezifischen Erfordernisse der vorliegenden Studie nichts anderes verlangten – bereits gebräuchliche Begriffe übernommen. Wohl nicht zuletzt der intensive Wettbewerb im deutschen Fernsehmarkt hat dazu geführt, dass die Sender immer wieder neue Klassifikationen und Etiketten suchen und finden, die sich zum Teil nur mit Schwierigkeiten in die bestehende Begrifflichkeit einordnen lassen. Mit diesen neuen Begriffen werden Stoffumsetzungen bezeichnet, die oft alles andere als neu sind. Ihnen wird aber ein neues Etikett verpasst, das womöglich "verkaufsfördernd" wirkt. Für diese Studie sind derartige Etiketten nicht übernommen worden.

Für die Definition der Kategorien war entscheidend, dass sie die unterschiedlichen Produktionsformen, die in der Auftragsproduktion eine Rolle spielen, unter produktionspezifischen Aspekten bündeln und einen leicht zugänglichen und eindeutigen Überblick schaffen. Die Zahl der Kategorien wurde zu diesem Zweck bewusst eng gehalten. Alles, was sich vertretbar und sinnvoll zu einer Kategorie zusammenfassen lässt, ist ihr zugeordnet worden, ohne durch Subkategorisierung den Überblick zu erschweren. Maßgeblich für die Kategorienbildung waren in diesem Sinne formale und inhaltliche Unterscheidungen. Die sehr grobe Unterscheidung nach fiktionalen,

unterhaltenden und informierenden Sendungen richtet sich an der sehr grundsätzlichen Trennung auch in der Fernsehproduktion aus. Zugleich kann damit der Gefahr von Missverständnissen entgangen werden, die gerade das umstrittene Kategorienpaar Unterhaltung und Information provoziert. Dieses Kategorienpaar ist für die inhaltlich-quantitative Vermessung der Fernsehprogramme von hoher Bedeutung. Aus Sicht der Produktion ist die Trennung aber weniger relevant und durch Hybridformen immer weniger eindeutig zu ziehen.

Die Teilstudie zur Fernsehproduktion erfasst als kleinste Produktionseinheit die einzelne Sendung. Verbindliches Kriterium ist die vom Sender festgelegte Eigenständigkeit mit Anfangs- und Endzeit. So wird beispielsweise ein Magazin als Sendung definiert, nicht aber die einzelnen Beiträge eines Magazins. Für die Erfassung und empirische Aufbereitung sind in dieser Studie Sendungen mit einer Länge von unter 15 Minuten nur cursorisch berücksichtigt worden. Für die statistische Berücksichtigung galt also als Untergrenze eine Länge von 15 Minuten. Die Angaben zu den Sendelängen folgen grundsätzlich dem Nettoprinzip, also unter Ausklammern der im Privatfernsehen zwischengeschalteten Werbung. Alle Produktionen werden Genres zugeordnet, deren Definitionen im Anhang der Studie dokumentiert sind.

**Nicht berücksichtigt** worden sind in dieser Studie **Aufzeichnungen** von Events, die ausschließlich oder in Teilen abgebildet werden, ohne dass der Produzent Einfluss auf das Stattfinden des Events ausüben kann. Sie sind als Wiedergaben des öffentlichen Geschehens allenfalls unter produktionstechnischen Aspekten relevant (z. B. als Live-Sendungen). Die Palette der Sujets ist groß und reicht von Sportereignissen über politische Debatten und Festveranstaltungen (Preisverleihungen) bis zu Oper-, Operetten-, Theater- und - in Praxis vor allem - Schauspielaufzeichnungen. Teilweise ist sogar ein gewisser Einfluss des TV-Produzenten bzw. des Senders auf den Ablauf der Veranstaltung gegeben (z. B. Karnevalssitzungen). Es wird aber davon ausgegangen, dass das Event auch ohne die TV-Aufzeichnung stattfinden würde. (Auch dies mag in einem gewissen Grauzonenbereich streitig sein.) **Nachrichtensendungen** im Fernsehen sind lange Zeit die klassische Eigenproduktion gewesen, mit der sich die einzelnen Sender auch gegeneinander positionieren, in jedem Fall aber qualifizieren wollten. Im Privatfunk ist das teilweise anders. Vor allem aus Kostengründen verzichten Spartensender völlig auf Nachrichtensendungen. Andere Sender vergeben die Nachrichten heute in Auftrag. Nachrichtensendungen sind auch wegen der

dominierenden Eigenproduktion nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung. Ähnliches gilt seit dem Produktionsjahr 2009 auch für **tagesaktuelle Magazine**.<sup>3</sup>

### **Anmerkungen zu den statistischen Berechnungen**

Parallel zur Feststellung der regionalen Verteilung der Auftragsproduktion nach dem Kriterium des Sitzlandes der jeweiligen Produktionsunternehmen werden ähnliche Recherchen auch nach dem Kriterium des bzw. der Produktionsorte vorgenommen. Als Produktionsorte werden dabei jeweils die Drehorte definiert. Die Nachbearbeitung bleibt unberücksichtigt. Wenn an mehr als nur einem Ort für eine Produktion gedreht worden ist, werden auch diese weiteren Drehorte berücksichtigt, freilich insgesamt für jede Produktion nur bis zu drei unterschiedliche Bundesländer bzw. zwei Bundesländer und das Ausland. Bei noch mehr Drehorten verliert der einzelne Ort an Gewicht und bleibt unberücksichtigt. Derartige Produktionen werden der Kategorie "keine Angaben" zugerechnet. Wegen dieser Mehrfachnennungen zum einen und wegen teilweise fehlender Zuordnungen aus Informationsmangel zum anderen ist dieser Verteilungsschlüssel nicht so eindeutig wie das Kriterium des Standorts der Unternehmen.

Die folgenden Darstellungen stützen sich immer wieder auf Daten, die in Tabellenform wiedergegeben werden. Verzeichnet sind **Produktionsvolumen gemessen in Minuten**. Diese Angaben benötigen zum Verständnis einige Erläuterungen. Bei den Angaben zu Produktionsvolumen handelt es sich jeweils um "**gewichtete Werte**". Diese Gewichtung der tatsächlichen Produktionslänge muss vorgenommen werden, um zwei Besonderheiten der Fernseh- und Filmproduktion auch rechnerisch entsprechen zu können. Zum einen geht es dabei um **Koproduktionen**, die nicht einem Produktionspartner allein zugewiesen werden sollen. Bei Koproduktionen wird das Volumen der Produktion auf Koproduzenten aufgeteilt. Dies ist u. a. für die regionalisierten Produktionsdaten wichtig, wenn Koproduzenten in unterschiedlichen Bundesländern bzw. im Inland und Ausland angesiedelt sind. Bei dieser Aufteilung wird jedem Koproduzenten ein gleich großer Anteil zugewiesen. Es handelt sich also um ein statisches Gewichtungsverfahren, dass unabhängig von den tatsächlichen Produktionsanteilen der Partner (die in aller Regel nicht bekannt sind) vorgenommen wird. Zum anderen ist eine Gewichtung unumgänglich, um die Zielvorgabe einhalten zu können, das Produktionsvolumen von einzelnen Jahren zu erfassen. Da sich die

---

<sup>3</sup> Vgl. dazu die ausführlichen Erläuterungen in der Vorgängerstudie; hier S. 21 ff.

Produktion nicht an kalendarischen Einschnitten orientiert, müssen Produktionen über Jahreswechsel gesondert behandelt werden. Auch dies wird durch Aufteilung der Volumina umgesetzt. Das Volumen einer Produktion beispielsweise aus 2015/2016 wird jeweils hälftig beiden Kalenderjahren zugeordnet.

Diese Verfahren haben zu gewichteten Daten über die Auftragsproduktion geführt. Von Ausnahmen abgesehen sind die Angaben zu Produktionsvolumina im Folgenden immer als gewichtete Werte zu verstehen.

Bei den Berechnungen zum Produktionsvolumen von Produktionsgruppen werden **anteilige Werte** berücksichtigt. Bei diesen Werten ist die Beteiligungshöhe einer Produktionsgruppe an einer einzelnen Firma berücksichtigt. Beträgt der Kapitalanteil beispielsweise 50 Prozent, wird der Gruppe nur die Hälfte des Produktionsvolumens der Einzelfirma zugerechnet. Die so ermittelten Werte werden als anteilige Produktionsvolumen bezeichnet.

### **3. Die Entwicklung der Produktionsbranche 2015 und 2016**

#### **3.1 Aktive Produktionsfirmen**

In der Regel freuen sich Beobachter, wenn in einer Branche die Zahl der Betriebe zunimmt, gilt dies doch als Zeichen für die Vitalität einer Branche. In der Produktionsbranche war in den Untersuchungsjahren 2015 und 2016 das Gegenteil feststellbar: Die Zahl der aktiven Betriebe war rückläufig. Dies muss in dieser spezifischen Branche allerdings nicht als ein schlechtes Zeichen gewertet werden. In den Jahren zuvor war die Zahl der aktiven Betriebe stetig gestiegen, ohne dass dieses Wachstum von einem entsprechend höheren Auftragsvolumen begleitet war. Dadurch ging das jährliche durchschnittliche Produktionsvolumen der einzelnen Betriebe zurück. Da die Produktionsbranche schon immer eine sehr klein strukturierte Branche war, hatte die steigende Betriebszahl auch deutliche Schattenseiten.

In den Untersuchungsjahren ist diese Entwicklung gebrochen worden. Erstmals seit Jahren ist die Zahl der aktiven Betriebe sowohl in 2015 als auch in 2016 zurückgegangen. 2016 waren es immerhin 49 aktive Betriebe weniger als noch 2014. Die Gesamtzahl ist von 864 in 2014 auf 850 in 2015 und 815 in 2016 gesunken. Die Verluste gehen fast vollständig auf das Konto der vier führenden Produktionsländer. Die deutlichsten Verluste von 2014 auf 2016 weisen Bayern (-23) und Nordrhein-Westfalen (-16) auf. In den übrigen Ländern waren die Veränderungen nur gering.

**3.1 Entwicklung der Produktionsbranche nach Bundesländern**

<b>Bundesländer</b>	<b>2016</b>	<b>Diff.</b>	<b>2015</b>	<b>Diff.</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2010</b>	<b>2008</b>	<b>2006</b>	<b>2004</b>	<b>1999</b>
Bayern	158	-9	167	-14	181	187	163	149	114	141	165	150
Berlin	200	-7	207	+11	196	212	199	182	137	153	160	104
Hamburg	84	-11	95	+3	92	103	96	86	56	70	72	70
Nordrhein-Westf.	166	-3	169	-13	182	191	179	172	118	144	157	150
<b>Zwischensumme</b>	<b>608</b>	<b>-30</b>	<b>638</b>	<b>-13</b>	<b>651</b>	<b>693</b>	<b>637</b>	<b>589</b>	<b>425</b>	<b>508</b>	<b>554</b>	<b>474</b>
Baden-Württ.	34	-7	41	+5	36	34	37	43	24	35	43	26
Brandenburg	15	-1	16	-2	18	16	13	9	11	15	15	23
Bremen	4	-3	7	-1	8	6	5	9	5	6	8	5
Hessen	36	+1	35	+1	34	31	36	38	25	28	36	35
Mecklenb.-Vorp.	8	+2	6	-1	7	6	8	5	4	5	4	2
Niedersachsen	29	0	29	-5	34	26	37	24	18	26	21	12
Rheinland-Pfalz	16	+3	13	-3	16	20	14	10	10	11	11	11
Saarland	1	0	1	0	1	1	2	1	2	2	2	3
Sachsen	31	+3	28	-3	31	33	30	26	21	23	30	20
Sachsen-Anhalt	10	0	10	+3	7	11	11	4	4	5	5	3
Schl.-Holstein	11	-5	16	+6	10	11	8	9	9	5	3	3
Thüringen	9	0	9	-1	10	8	8	7	4	5	5	1
keine Angaben	3	+2	1	0	1	1	2	4	2	2	4	0
<b>gesamt</b>	<b>815</b>	<b>-35</b>	<b>850</b>	<b>-14</b>	<b>864</b>	<b>897</b>	<b>848</b>	<b>778</b>	<b>564</b>	<b>676</b>	<b>741</b>	<b>618</b>

Quelle: FORMATT-Institut

Auf Grund der gesunkenen Zahl der aktiven Betriebe und des hohen Niveaus der TV-Auftragsproduktion sowie der Kinoproduktion ist die durchschnittliche Jahresproduktion der Betriebe in den Untersuchungsjahren erstmals seit 2013 wieder gestiegen. Mit 933 Minuten wurde in 2016 ein Wert wie zuletzt in 2010 erzielt. In 2015 waren es durchschnittlich 902 Minuten. Wie schwach die aktuellen Jahresproduktionszahlen aber immer noch sind, zeigt sich auch im Vergleich mit dem Langzeitschnitt seit 1999 der bei 992 Minuten pro Jahr liegt.

### 3.2 Entwicklung der Produktion

- Berücksichtigt sind die Kino- und TV-Produktion -

Produktionsjahr	Anzahl der Produktionsfirmen	Produktionsvolumen in Minuten	Durchschnittl. Produktionsvolumen pro Firma in Min.
2016	815	760.600	933
2015	850	767.000	902
2014	864	738.500	855
2013	897	775.900	865
2012	848	734.400	866
2011	887	740.100	834
2010	778	723.400	930
2009	740	725.800	981
2008	564	799.100	1.417
2007	584	822.800	1.409
2006	676	717.700	1.062
2005	706	670.100	949
2004	741	726.400	980
2003	808	698.600	865
2002	738	699.939	948
2001	750	718.930	959
2000	717	737.635	1.029
1999	618	660.204	1.068
1998	453	583.104	1.287
1999 bis 2016 Durchschnitt	755	734.300	992

Quelle: FORMATT-Institut

Basis: Gesamtproduktion Fernsehen und Kino

Deutlich gewachsen ist die durchschnittliche Jahresproduktion der Firmen in den einzelnen Ländern. Die Betriebe in Nordrhein-Westfalen hatten schon in den Jahren 2013 und 2014 die höchsten Volumina ausgewiesen. In 2015 mit 1.702 und in 2016 mit 1.909 Minuten lag die durchschnittliche Jahresproduktion in NRW nun deutlich vor jenen in den anderen Bundesländern. In 2016 war der Durchschnittswert in NRW doppelt so hoch wie jener für die deutsche Branche gesamt. Für die Gesamtbranche lag der Durchschnitt 2016 bei 933 Minuten und in 2015 bei 902. Diese Werte werden neben den NRW-Betrieben nur von jenen in Bayern übertroffen. Die bayerischen Produzenten kamen auf 1189 Minuten in 2016 und 1.199 Minuten in 2015. Die Betriebe in Hamburg kamen den Durchschnittswerten für beide Jahre sehr nah. Für die Branchen in den sonstigen Ländern und auch für jene in Berlin sind die Durch-

schnittswerte bescheiden. Die sonstigen Länder kamen auf 495 Minuten in 2016 und 505 Minuten in 2015. Die tiefsten Werte erzielten die Produzenten in Berlin mit 420 Minuten in 2015 und 371 Minuten in 2016. In Berlin macht sich dabei – wie schon in den Vorjahren – die große Zahl von Kinoproduzenten mit vergleichsweise kleinen Produktionsvolumina bemerkbar.

### 3.3 Jahresvolumen der Produktionsbetriebe nach Ländern 2016 und 2015

Bundesländer	Anzahl der Produktionsfirmen		Produktionsvolumen in Minuten *		durchschnittliches Produktionsvolumen pro Firma in Min. *	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Bayern	158	167	187.900	200.300	1.189	1.199
Berlin	200	207	74.100	87.000	371	420
Hamburg	84	95	78.000	84.500	929	889
Nordrhein-Westfalen	166	169	316.900	287.700	1.909	1.702
Zwischensumme	608	638	656.900	659.500	1.080	1.034
sonstige Länder	204	211	102.000	106.500	500	505
keine Angaben	3	1	1.200	500	400	500
gesamt	815	850	760.100	766.500	933	902

\*gewichtete Werte; Basis: Gesamtproduktion Fernsehen und Kino

### Abhängige und unabhängige Firmen

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.

Diese von Sendern bzw. deren Eignern abhängigen Firmen hatten seit Jahren einen Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe von knapp über 10 Prozent, 2015 waren es 11 Prozent und 2016 12. In den beiden Untersuchungsjahren waren jeweils knapp unter

100 abhängige Firmen aktiv (2013: 96; 2014: 95).<sup>4</sup> Während die Zahl der abhängigen Betriebe also nur leicht gestiegen ist, hat deren Produktionsvolumen in den Untersuchungsjahren sprunghaft zugenommen. Zunächst stieg das Volumen in 2015 von 300.000 auf 354.000 Minuten und in 2016 auf 398.000 Minuten. Dadurch erreichten die abhängigen Betriebe in 2016 erstmals ein größeres Produktionsvolumen als die unabhängigen. Der Produktionsanteil stieg auf 53,9 Prozent (2015: 47,7 %). Mit dieser Entwicklung war ein entsprechend deutlicher Anstieg des durchschnittlichen Produktionsvolumens der abhängigen Betriebe verbunden: 2015 lag dieses bei 3.651 Minuten und 2016 bei 4.106 Minuten. Parallel ist das Produktionsvolumen der unabhängigen Betriebe in beiden Jahren zurückgegangen. Mit 340.000 Minuten wurde in 2016 ein Wert wie zuletzt im Jahr 2002 erzielt. Aus Sicht der unabhängigen Betriebe ist besonders krass, dass deren durchschnittliche Jahresproduktion weiter gesunken ist: von 570 Minuten in 2014 auf 516 und schließlich auf 475 Minuten in 2016. Dies ist der schwächste Wert in der Langzeituntersuchung. Die abhängigen Firmen haben in 2016 mehr als achtmal so viel produziert wie die unabhängigen.

---

<sup>4</sup> In dem Projektbericht zu den Produktionsjahren 2013 und 2014 war die damalige MME-Gruppe, heute die All3Media-Gruppe, versehentlich nicht mehr zu den abhängigen Betrieben gezählt worden. Diese Zuordnung war falsch, da die Eigner der Gruppe nach wie vor an zahlreichen TV-Sendern im Ausland und in Deutschland beteiligt waren und sind. In der Vergleichstabelle zu den abhängigen und unabhängigen Betrieben sind daher für das Jahr 2014 Korrekturen vorgenommen worden.

### 3.4 Vergleich: Abhängige und unabhängige Betriebe

	abhängige Betriebe					unabhängige Betriebe				
	Betriebe		Produktionsvol.		Volumen pro Betrieb in Min.	Betriebe		Produktionsvol.		Volumen pro Betrieb in Min.
	Anzahl	in %	gesamt	in %		Anzahl	in %	gesamt	in %	
2016	97	11,9	398.300	53,9	4.106	718	88,1	340.900	46,1	475
2015	97	11,4	354.100	47,7	3.651	753	88,6	388.900	52,3	516
2014	95	11,1	299.700	40,6	3.155	769	89,0	438.400	59,4	570
2013	96	10,7	299.500	38,6	3.120	801	89,3	476.400	61,4	595
2012	89	10,5	298.200	40,6	3.351	759	89,5	436.500	59,4	575
2011	95	10,7	291.600	39,4	3.069	792	89,3	448.500	60,6	566
2010	84	10,8	265.200	36,7	3.157	694	89,2	458.200	63,3	660
2009	97	13,1	291.000	40,1	3.000	643	86,9	434.800	59,9	676
2008	86	15,2	292.300	36,5	3.394	478	84,8	506.800	63,5	1060
2007	81	13,9	319.900	38,9	3.949	503	86,1	502.900	61,1	1000
2006	71	10,5	255.700	35,6	3.586	605	89,5	462.000	64,4	765
2005	84	12,3	244.700	36,5	2.913	619	87,7	425.400	63,5	687
2004	84	11,3	245.600	33,8	2.924	657	88,7	480.700	66,2	732
2003	87	10,8	223.600	32,1	2.570	721	89,2	473.500	67,9	657
2002	108	14,6	349.500	49,9	3.236	630	85,4	350.400	50,1	556
2001	115	15,3	383.000	53,3	3.330	635	84,7	335.900	46,7	529
2000	k. A.	k. A.	351.062	47,6	k. A.	k. A.	k. A.	386.600	52,4	k. A.
1999	k. A.	k. A.	326.703	49,5	k. A.	k. A.	k. A.	333.500	50,5	k. A.
1998	k. A.	k. A.	251.816	43,2	k. A.	k. A.	k. A.	331.300	56,8	k. A.

Basis: Gesamtproduktion Fernsehen und Kino

An dem inzwischen außergewöhnlich hohen Marktanteil der abhängigen Produktionsfirmen sind auch die öffentlich-rechtlichen Anstalten mit ihren Tochter- und Beteiligungsunternehmen beteiligt. Im letzten Projektbericht war bereits darauf hingewiesen worden, dass bei den Anstalten keine Abkehr von Strategien eines vertikalen Verbundes erkennbar seien, obwohl in deren Gremien immer mal wieder darüber debattiert wird. Maßgeblich für den hohen Zugewinn an Marktanteilen der abhängigen Betriebe in den Untersuchungsjahren waren aber die mit Privatsendern verflochtenen Unternehmen.

### Verbindungen mit ausländischen Branchen und Märkten

Teile der deutschen Produktionsbranche sind schon seit Jahrzehnten eingebunden in globale Netze. Das gilt insbesondere für die Auswertung von Kinofilmen, wenngleich

immer noch ungleich mehr Filme aus dem Ausland in deutsche Kinos kommen als umgekehrt. Inzwischen ist aber auch die Auswertung deutscher Fernsehproduktionen im Ausland ein wichtiger Bestandteil für ihre Finanzierung.<sup>5</sup> Zugleich wird das Geflecht von Beteiligungen ausländischer Investoren an deutschen Produktionsunternehmen und umgekehrt jenes von deutschen Unternehmen mit Beteiligungen im Ausland immer enger.

Der Bertelsmann-Konzern ist längst global tätig. Der Produktionsarm Fremantle Media agiert aber weitgehend ohne Bindung an die deutsche UFA/RTL-Gruppe. Die ProSiebenSAT.1-Gruppe hat massiv in Produktionsunternehmen im Ausland investiert, insbesondere in den USA. Andere deutsche Unternehmen sind zurückhaltender, die Engagements deutlich kleiner. Die Bavaria-Gruppe ist auch in Italien und in Österreich aktiv. Die Tele-München-Gruppe ist gleichfalls in Österreich engagiert. Zudem bestehen Auslandsbeteiligungen im Bereich der Kinofilmproduktion.

Zu den ersten ausländischen Investoren in die deutsche TV-Branche gehörten die Niederländer Joop van den Ende und John de Mol.<sup>6</sup> Sie folgten quasi Landsleuten, die schon zuvor in Deutschland als Show-Master populär geworden waren (Rudi Carrell, Lou van Burg, später auch John de Mols Schwester Linda). Inzwischen sind vor allem auch amerikanische und britische Firmen bis hin zur BBC in Deutschland aktiv.<sup>7</sup> Den Markteinstieg hierzulande haben sie seltener mit Neugründungen angestrebt sondern insbesondere mit Übernahmen deutscher Firmen, die dann oft zu Produktionsgruppen zusammengeführt wurden, z.B. die All3Media-Gruppe oder die Shine Germany-Gruppe. Bei solchen Firmen spielen die Übernahmen von im Ausland bereits erfolgreichen Formaten für den deutschen Markt nach wie vor eine erhebliche Rolle. Zugleich wird aber auch eigenständig für den deutschen Markt produziert und hierzulande erfolgreiche Formate werden zu ausländischen Schwesterunternehmen transferiert. Der deutsche TV-Markt und die deutsche Produktionsbranche sind in den letzten Jahren jedenfalls noch stärker in die globalen Vernetzungen einbezogen worden.

---

<sup>5</sup> Vgl. dazu z.B. das Kap. 3.2.14 zu den Aktivitäten der Beta Film-Gruppe von Jan Mojto.

<sup>6</sup> John de Mol ist mit der Talpa Germany GmbH & Co KG noch heute im deutschen Markt tätig.

<sup>7</sup> Amerikanische Investoren betreiben in Deutschland daneben eine große Zahl von überwiegend kleinen Spartenprogrammen. Es handelt sich dabei in der Regel um Ableger von US-Programmen.

### 3.2 Die größten Produktionsgruppen

Im Rahmen der Langzeituntersuchung ist wiederholt darauf hingewiesen worden, dass die insgesamt sehr kleinteilig strukturierte Produktionsbranche hohe Konzentrationswerte aufweist. Dies gilt erneut auch für die aktuellen Untersuchungsjahre, denn die Konzentrationswerte sind gegenüber 2014 noch gestiegen. Die drei größten Produktionsgruppen haben mit ihren anteiligen Produktionsvolumina in 2016 einen Marktanteil von exakt einem Viertel. Die fünf größten Gruppen kommen auf 34,1 Prozent und die zehn größten Gruppen erreichen mit 50 Prozent einen höheren Wert als in den letzten 10 Jahren. Insgesamt ist die Konzentration in der Branche zu Gunsten der führenden Unternehmensgruppen also erstaunlich hoch (vgl. Tab. 3.5).

**3.5 Langzeitvergleich: Konzentrationswerte der größten Produktionsgruppen**

	die 3 größten		die 5 größten		die 10 größten	
	in 1.000 Minuten	Marktanteil in %	in 1.000 Minuten	Marktanteil in %	in 1.000 Minuten	Marktanteil in %
2016	191	25,0	260	34,1	380	50,0
2015	177	23,1	256	33,4	378	49,3
2014	168	23,1	238	32,7	359	49,3
2013	167	21,5	229	29,5	344	44,3
2012	169	23,0	227	30,8	334	45,5
2011	141	19,1	197	26,6	318	42,9
2010	123	17,0	180	24,9	287	39,7
2009	145	20,0	210	29,0	324	44,8
2008	192	24,0	258	32,3	374	46,8
2007	202	24,5	271	32,9	382	46,4
2006	199	27,8	259	36,1	367	51,2
2005	166	24,8	243	36,3	338	50,4
2004	177	24,4	238	32,8	335	46,1
2003	148	21,2	201	29,0	307	44,2
2002	167	23,9	212	30,3	288	41,1
2001	206	28,7	260	36,2	312	43,4
2000	211	28,5	279	37,7	360	48,6
1999	157	23,8	223	33,9	321	48,6
1998	126	21,6	190	32,6	277	47,5

Basis: Gesamtproduktion Fernseh- und Filmproduktion.  
Gewichtete Werte; anteiliges Produktionsvolumen

Unter den am Produktionsvolumen gemessen größten Produktionsgruppen haben sich im Vergleich zu 2014 nur wenige Veränderungen ergeben. Die Rangfolge der 20

führenden Produktionsgruppen weist für die Jahre 2014 bis 2016 meist nur kleine Verschiebungen im Ranking auf. Die All3Media-Gruppe (zuvor MME) blieb in 2015 zunächst führend. In 2016 hat die UFA/RTL-Gruppe dann wenige Hundert Minuten mehr produziert. In 2015 hatte sie erneut auf Rang 2 gelegen. Diese beiden Gruppen liegen mit Jahresproduktionen von zuletzt jeweils über 70.000 Minuten weit vor den anderen Unternehmen. Die Constantin-Gruppe, beständig auf Rang 3, produziert jährlich rund 50.000 Minuten. Erneut mit deutlichem Abstand folgen dann die ITV Studios mit 36.000 bzw. 41.000 Minuten. Bei den folgenden Rängen werden die Abstände dann deutlich geringer. Die Janus-Gruppe hat sich im Ranking mit 34.000 bzw. 38.000 Minuten nach vorn geschoben. Einen großen Spring von Rang 15 in 2014 auf Rang 6 in 2016 und 2015 hat die ProSiebenSAT.1-Gruppe gemacht. Sie kam auf rund 30.000 Minuten. Einen ähnlich großen Sprung machte die Warner Bros.-Gruppe in 2016, von Rang 15 auf Rang 8. Die weiteren Veränderungen im Ranking waren wenig auffällig. Heraus sticht allein die erstmalige Platzierung der Beta-Gruppe von Jan Mojto mit einer Jahresproduktion von rund 7.000 Minuten auf Rang 16.

In das Gesamtvolumen wird die Produktion von Beteiligungsunternehmen nur entsprechend der Höhe der Kapitalbeteiligung eingerechnet (anteilige Werte).

**3.6 Die größten Produktionsgruppen**

gewichtete Werte; anteiliges Produktionsvolumen in Minuten

Firma	Rang			2016	2015	2014	2013	2012	2000
	16	15	14						
UFA/RTL-Gruppe	1	2	2	72.500	56.300	51.300	46.800	56.800	98.267
All3Media	2	1	1	72.000	68.600	66.600	82.000	72.700	16.177
Constantin Film	3	3	3	46.000	52.500	49.700	38.100	39.600	*
ITV Studios Prod.	4	4	5	35.500	40.500	35.300	28.300	24.900	*
Janus TV GmbH	5	5	7	33.600	38.100	30.500	29.000	24.300	*
ProSiebenSAT.1 AG	6	6	15	29.900	30.300	8.900	10.000	8.700	*
Studio Hamburg	7	10	4	25.500	22.600	35.500	32.000	25.400	9.286
Warner Bros./ Eye-works	8	15	16	23.100	10.300	7.600	8.400	7.600	*
ZDF Enterprises	9	9	8	22.800	22.900	21.500	20.700	20.500	*
Fernsehmacher	10	7	6	19.400	23.400	30.900	30.200	32.000	
Endemol Shine.	11	8	10	19.800	22.800	18.400	15.900	15.100	66.668
Bavaria Film	12	11	9	17.900	18.700	19.100	19.600	19.700	14.038
Fandango Film	13	12	11	14.800	13.800	18.200	17.600	18.200	*
Spiegel TV	14	18	18	12.000	5.500	7.200	6.100	6.800	16.407
I & U Information	15	14	14	8.300	10.300	9.700	11.200	10.800	9.758
Beta Film (Mojto)	16	16		7.800	6.600	*	*	*	*
Burda-Gruppe	17	17	17	6.600	6.300	7.400	6.900	6.200	4.620
Brainpool TV	18	13	13	5.200	10.600	10.700	12.500	12.200	7.436
drefa-Gruppe	19	20	12	5.100	5.100	11.200	10.800	4.000	7.013
NDF	20	19		4.700	5.300	5.400	5.300	5.400	
Odeon Film				3.900	4.200	3.700	2.800	2.900	*
Encanto Film			20	3.600	6.800	6.500	6.400	8.200	*
TV Plus (bis 08 auch TV 21)				3.400	3.200	4.600	3.700	5.300	*
DCTP				3.200	3.300	2.300	2.800	2.800	*
ARD-Rest				3.200	2.100	4.000	3.600	3.700	*
Tresor TV Produkt.				2.000	3.600	5.100	3.500	3.300	*
Pro Bono Fernsehpr.			19	2.000	2.700	6.800	8.500	5.400	*
Holtzbrinck				1.600	1.900	1.500	2.400	13.500	10.250
AZ Media/Madsack				1.300	1.100	900	2.200	2.000	*
Axel Springer SE						1.300	6.000	10.000	40.354
Buchheit-Gruppe				0	0	2.900	4.200	2.700	6.275
Rang 1-20 gesamt**				410.800	470.500	453.000	441.000	434.900	439.387

\* Für das einzelne Jahr liegt keine Auswertung vor.

\*\* Summenbildung mit den jeweils im Einzeljahr 20 führenden Produktionsfirmen bzw. -gruppen

### 3.2.1 Die UFA/RTL-Gruppe

Die UFA/RTL-Gruppe ist nach der Neuordnung des Teilkonzerns der UFA in den letzten Jahren weitgehend unverändert geblieben. Im Vergleich zu den Vorjahren fehlt die UFA Cinema GmbH, die eingestellt worden ist und schon in den letzten Jahren nicht mehr produziert hatte. Die UFA-Gruppe besteht nun im Wesentlichen aus den drei Firmen:

- UFA Fiction GmbH, Potsdam
- UFA Serial Drama GmbH, Potsdam
- UFA Show & Factual GmbH, Köln.

Die UFA Fiction zählt zu den erfolgreichsten Firmen in der High-End-Produktion. Die Spezialität sind TV-Movies mit Event-Charakter und Mehrteiler. Die UFA Serial Drama GmbH bestreitet mit ihren Dauerformaten einen großen Teil des Produktionsvolumens. Herausragen dabei die Daily-Soaps *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*, *Unter uns* und *Alles was zählt* für RTL. Ausgelaufen in 2015 ist das Format *Verbotene Liebe* für die ARD. Keinen Erfolg hatte *Mila* für SAT.1. Mit *Spotlight – German Version* wird nun auch ein Format für Nickelodeon produziert.

Die RTL-Gruppe unterhält weiterhin Tochterfirmen für die regionale Berichterstattung in Hessen, NRW und Norddeutschland und insbesondere die InfoNetwork GmbH in Köln. In die InfoNetwork wurde vor Jahren die Produktionsabteilung von RTL praktisch vollständig eingegliedert. Das Unternehmen produziert wesentlich mehr, als hier tabellarisch ausgewiesen, da insbesondere die werktäglichen Infoformate inkl. der Nachrichtensendungen in dieser Studie nicht berücksichtigt werden. Ein großes Produktionsvolumen erreicht auch die Norddeich TV GmbH. Die Screenworks Köln GmbH ist spezialisiert auf die Produktion von Trailern und Werbefilmen sowie für das Design langlaufender Formate.

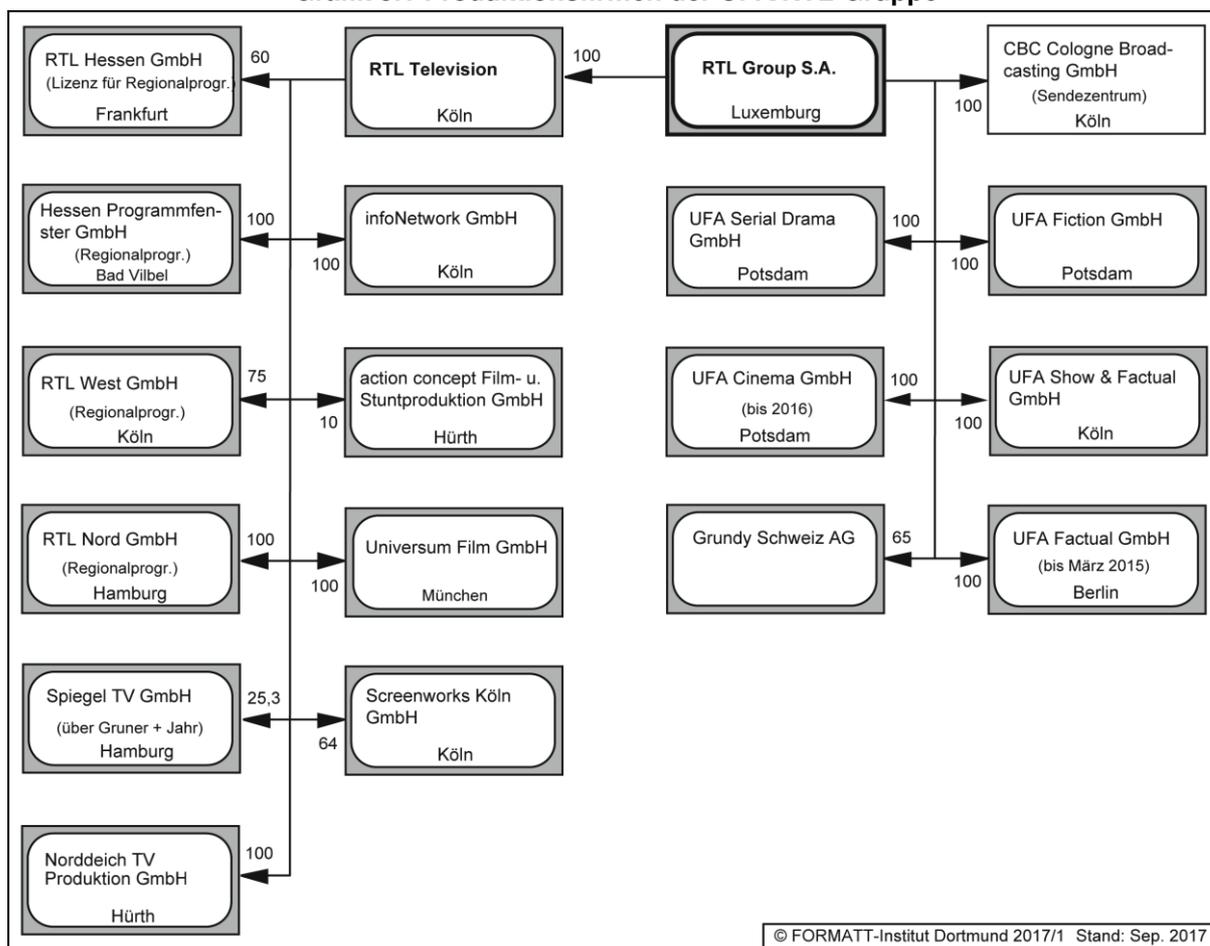
Die UFA Show & Factual in Köln produziert eine Vielzahl von Shows insbesondere für RTL, volumenstarke Doku-Soaps, u.a. *Zuhause im Glück* (RTL2) und *Schrankalarm* (VOX), sowie die Dauerformate *Bauer sucht Frau* (mit einer eigenständigen Produktion für Österreich) und *Deutschland sucht den Superstar*. Seit 2016 werden für RTLplus zudem alte Game-Show-Formate wie *Ruck Zuck* wieder produziert.

**3.7 Produktionsvolumen der UFA/RTL-Gruppe**

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.		
			2016	2015	2016	2015	
<b>RTL-Gruppe</b>							
InfoNetwork GmbH	Köln	100%	5.938	6.625	5.938	6.625	
Norddeich TV	Hürth	100%	22.516	13.928	22.516	13.928	
Motor Presse TV	Stuttgart	30,5%	270	0	82	0	
<b>UFA-Gruppe</b>							
UFA Show & Factual GmbH	Köln	100%	20.153	10.027	20.153	10.027	
UFA Fiction GmbH	Potsdam	100%	5.408	5.543	5.408	5.543	
UFA Serial Drama GmbH	Potsdam	100%	18.352	20.140	18.352	20.140	
Universum Film GmbH		100%	19	19	19	19	
<b>Gesamt</b>			<b>72.656</b>	<b>56.282</b>	<b>72.468</b>	<b>56.282</b>	

In 2016 hat die Gruppe sogar etwas mehr produziert als die All3Media-Gruppe und diese damit erstmals wieder von Rang 1 der größten Produzenten verdrängt.

**Grafik 3.1 Produktionsfirmen der UFA/RTL-Gruppe**



### 3.2.2 All3Media Deutschland GmbH (zuvor: MME-Gruppe)

Die Firmengruppe um die MME Moviemment AG bezeichnet sich selbst inzwischen nach dem Mutterunternehmen als All3Media-Gruppe. Die All3Media Deutschland GmbH gehört zu dem britischen Konzern DLG Acquisitions Ltd. in London. Diese wiederum gehört zu gleichen Anteilen den US-Konzernen Discovery Communications und Liberty Global. Das Londoner Unternehmen DLG erreichte im Übergangsjahr (Sep. 2014 bis Dez. 2015) einen Umsatz von 639 Mio. Pfund. Dieser wurde nicht mal zur Hälfte in Großbritannien erzielt. Für die Gruppe wichtige Märkte sind insbesondere die USA und Deutschland.

Die Zusammensetzung der Gruppe in Deutschland ist im Wesentlichen gleich geblieben und umfasst die beiden filmpool-Firmen in NRW sowie die MME in Berlin. Die Aktivitäten der Firma sind nach den Untersuchungsjahren von der Tower Productions GmbH in Hürth übernommen worden, ein Gemeinschaftsunternehmen mit der BBC. Das Geschäft der MME fiction in München hat inzwischen die filmpool fiction übernommen (vgl. Grafik). Aufgegeben wurden wie geplant die Firmen white balance GmbH und die time to talk Entertainment GmbH, beide in Berlin. Hinzugekommen ist eine 50-Prozent-Beteiligung an der Bon Voyage Films GmbH in Hamburg. Zudem hat die All3 Media-Gruppe in 2017 die wige South & Browse GmbH in München übernommen.

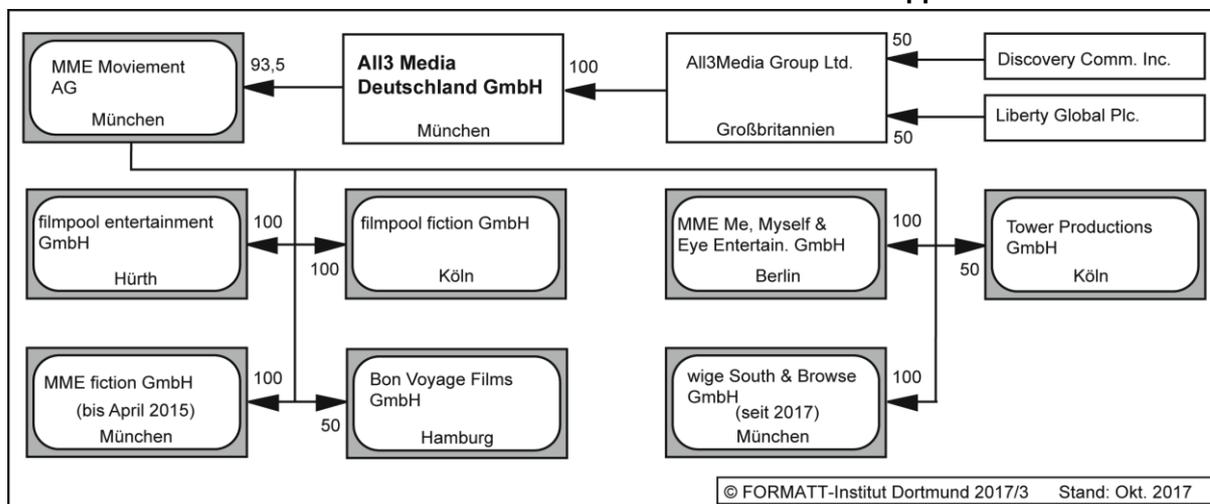
**3.8 Produktionsvolumen der All3Media-Gruppe**

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>MME Moviemment AG</b>						
MME Me, Myself & Eye	Berlin	100%	0	2.405	0	2.405
filmpool fiction GmbH	Köln	100%	540	360	540	360
filmpool entertainment GmbH	Hürth	100%	68.840	64.950	68.840	64.950
Tower Productions GmbH	Hürth	51%	5.203	1.750	2.654	893
Bon Voyage Films GmbH	Hamburg	50%	0	0	0	0
<b>Gesamt</b>			<b>74.583</b>	<b>69.465</b>	<b>72.034</b>	<b>68.608</b>

Die Unternehmensgruppe wird zu den abhängigen Produktionsbetrieben gezählt, da der US-Konzern Discovery Communications als Miteigner zugleich über das Toch-

terunternehmen Discovery Communications Deutschland GmbH & Co KG mehrere deutschsprachige Programme veranstaltet, darunter *DMAX* und *Eurosport*.

**Grafik 3.2 Produktionsfirmen der All3Media-Gruppe**



### 3.2.3 Constantin Film AG

Die Constantin Film AG hat in 2016 ein gegenüber den Vorjahren herausragenden Umsatz in Höhe von 330 Mio. € erzielt. Dennoch gab es unter den wesentlichen Anteilseignern der übergeordneten Constantin Medien AG anhaltende Diskussionen über einen Verkauf der Film- und Fernseh-Produktion und eine Konzentration auf das noch relativ junge Geschäftsfeld Sport. Im Zuge dieser Auseinandersetzungen sind bei der Mutter Constantin Medien AG der Aufsichtsratsvorsitzende Dieter Hahn (zugleich wesentlicher Eigner) und der Vorstandsvorsitzende Fred Kogel zurückgetreten. Damit scheinen im Herbst 2017 auch Pläne über den Verkauf der Film- und Fernseh-Produktion ad acta gelegt zu sein. Zur Tilgung fälliger Kredite hat die Constantin einen Teil ihrer Anteile an der Highlight AG verkauft. In der Grafik ist der Stand vom September 2017 berücksichtigt.

Die Film- und Fernsehproduktion ist international ausgerichtet, wobei die Fernsehproduktion allerdings ihren Schwerpunkt in Deutschland hat. Die Tochter Constantin Entertainment GmbH ist sowohl in der Genre-Produktion als auch in Bezug auf die Auftraggeber breit aufgestellt. Wesentlich für den seit Jahren anhaltend hohen Jahresout-

put sind Formate, die mit großer Folgenzahl oft für die werktägliche Ausstrahlung hergestellt werden. Dabei geht es häufig um Low-Budget-Produktionen.

Bei der Kinofilmproduktion agiert die Constantin dagegen insbesondere im Segment mit einem hohen Budget.

### 3.9 Firmendaten der Constantin Film AG

	2016		2015		2014	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Konzernumsatz	330,6	100	249,7	100	273,0	100
davon:						
- TV Auftragsproduktion	109,3	33,1	119,7	47,9	119,2	44
- TV Filmauswertung	122,2	37,0	45,3	18,1	50,0	18
- Kinoverleih	27,8	8,4	52,6	21,1	41,4	15
Jahresüberschuss	7,8		-6,3		18,3	

Beim Umsatz mit der TV-Auftragsproduktion ist die internationale Ausrichtung des Konzerns zu berücksichtigen. Neben der deutschen Constantin Entertainment GmbH bestehen zahlreiche gleichnamige Schwesterunternehmen im Ausland. Nicht alle Schwesterfirmen sind für den Umsatz relevant, einige wie etwa jene in Polen, Ungarn oder Israel aber schon.

Das Mutterunternehmen der Gruppe, die Constantin Medien AG, erreichte inklusive des Beteiligungsunternehmens Highlight Communications AG in der Schweiz folgende Gesamtumsätze (in Mio. €):

2016:	565,7
2015:	481,6
2014:	487,8
2013:	458,3
2012:	520,5
2011:	465,7
2010:	470,3

Beim Beteiligungsbesitz haben sich gegenüber 2014 Veränderungen ergeben. In 2015 hat der Konzern weitere 50 Prozent der Anteile an der PolyScreen GmbH von der Firma Polyphon (vgl. Studio Hamburg) übernommen und in 2016 die Produktion der Daily-Soap *Dahoam is dahoam* (BR) auf die Constantin Television übertragen. Auch bei der Moovie GmbH in Berlin ist der Konzern inzwischen Alleineigner. Die zusammen mit dem ZDF gehaltene Firma Nadcon Film GmbH in Köln hat erste Kinoproduktionen realisiert. Die Tochter Brandsome GmbH in München wurde aufgegeben.

Über das Mutterunternehmen Constantin Media AG bestehen weitere Beteiligungen an Firmen, die im Wesentlichen in der Sportberichterstattung als Dienstleister teilweise auch als Produzenten tätig sind.

### 3.10 Produktionsvolumen der Constantin-Gruppe

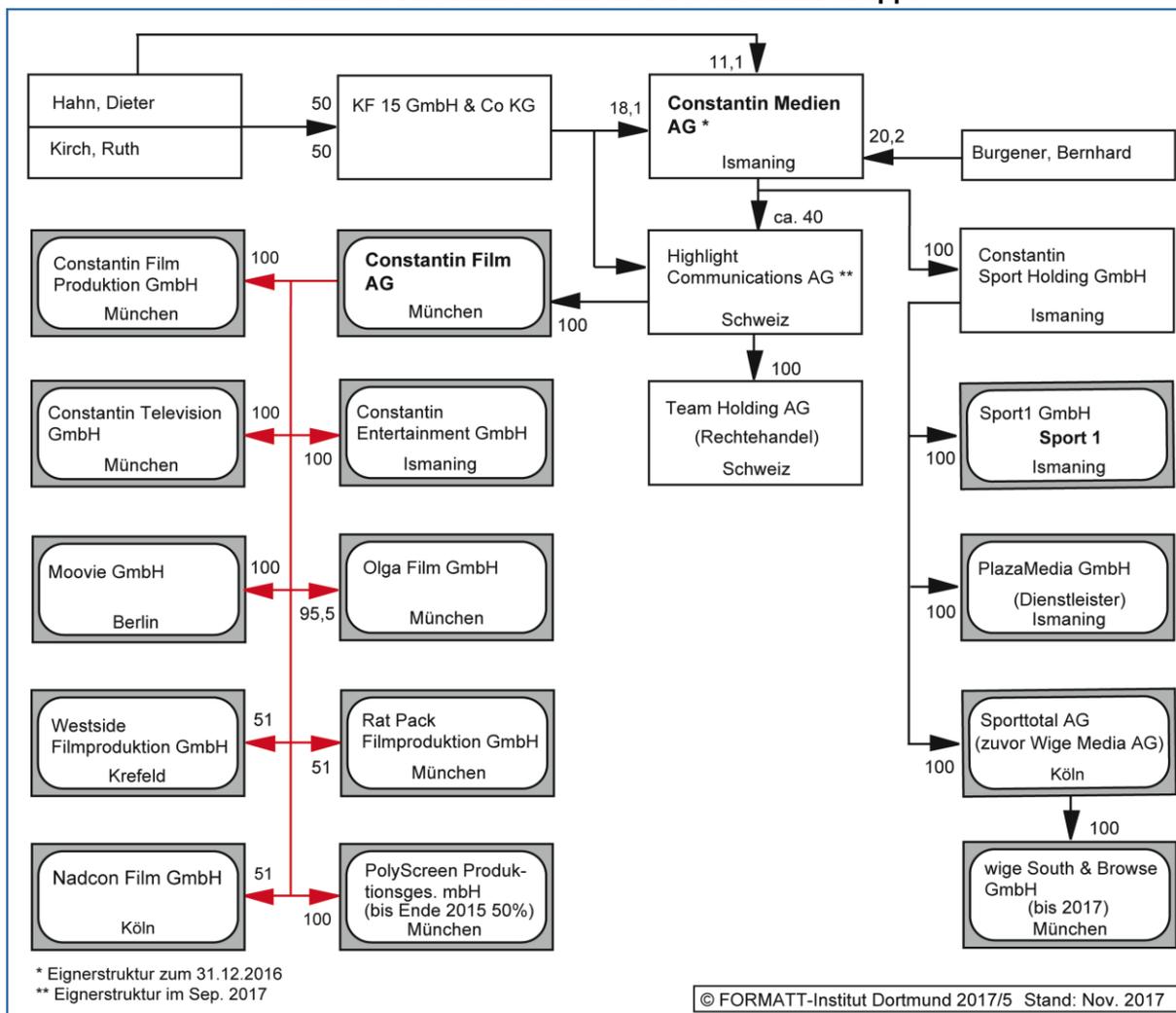
Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Constantin Film AG</b>						
Constantin Film AG	München					
Constantin Entertainment GmbH	Ismaning	100%	32.325	40.149	32.325	40.149
Constantin Television GmbH	München	100%	5.900	4.416	5.900	4.416
Constantin Film Produktion GmbH	München	100%	506	460	506	460
Moovie GmbH	Berlin	100%	734	348	734	348
Olga-Film GmbH	München	96%	320	234	307	225
Rat Pack Filmproduktion GmbH	München	51%	810	891	413	454
Westside Filmproduktikon GmbH	Krefeld	51%	90	93	46	47
Nadcon Film GmbH	Köln	51%	321	0	164	0
PolyScreen Produktions GmbH *	München	50%	0	4.050	0	2.025
Zwischensumme			41.006	50.641	40.395	48.124
<b>Constantin Medien AG</b>						
Wige South & Browse GmbH **	München	100%	890	443	890	443
Plaza Media GmbH	Ismaning	100%	4.520	3.705	4.520	3.705
Wige Media AG ***	Köln	100%	175	180	175	180
Gesamt			46.591	54.969	45.980	52.452

\* Bis Ende 2015 50%; in 2016 Übergang der Produktion auf Constantin Television.

\*\* Beteiligt bis Mitte 2017.

\*\*\* In 2017 umbenannt in Sporttotal AG.

**Grafik 3.3 Produktionsfirmen der Constantin-Gruppe**



### 3.2.4 ITV Studios Germany GmbH

Für den langjährigen Erfolg der ITV Studios steht vor allem ein Format: *Das perfekte Dinner*, das von VOX seit Jahren erfolgreich ausgestrahlt wird. Hinzugekommen sind allerdings auch neuere Produktionen wie die Game-Show *Gefragt – Gejagt* mit weit über 100 Folgen in 2016 für das Vorabendprogramm der ARD. Ein noch größeres Produktionsvolumen erreichte die Doku-Soap *4 Hochzeiten und eine Traumreise* (VOX). Hinzu kommen Koch-Shows wie *Grill den Henssler* (VOX).

Die Firma Imago TV Film- und Fernsehproduktion GmbH in Berlin ist spezialisiert auf Doku-Soaps. Hohe Volumina generiert sie insbesondere mit Produktionen über Babys

und Kinder, so etwa mit *Mein Kind, dein Kind* (VOX) oder *Babys - Das erste Jahr* (RTL2).

Eine Beteiligung an der kleinen Firma Kromschröder und Pfannenschmidt GmbH in Köln besteht nicht mehr.

Die Gruppe hat die Produktion in 2015 deutlich gesteigert, mit 42.000 Minuten ein Rekordvolumen produziert, das knapp 7.000 Minuten über dem Vorjahr lag. Der Zugesinn ging in 2016 aber größtenteils wieder verloren. In 2016 ist es der Gruppe aber gelungen, den Kreis der beauftragenden Sender deutlich auszuweiten. Das für VOX produzierte Volumen hatte aber in 2016 immerhin noch einen Anteil von 64 Prozent.

Die Gruppe hatte 2014 auf Rang 5 gelegen, stieg in 2015 auf Rang und hielt diesen auch in 2016.

**3.11 Produktionsvolumen der ITV-Gruppe**

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>ITV Studios Germany GmbH</b>	Hamburg	100%	32.353	34.843	32.353	34.843
Imago TV Film GmbH	Berlin	80%	3.951	7.101	3.161	5.681
Gesamt			36.304	41.944	35.514	40.524

**3.2.5 Janus TV GmbH**

Die Firmengruppe von Andreas Richter, in dessen Mittelpunkt die Janus TV GmbH steht, ist zusammen mit den drei Filmproduktionsfirmen Roxy, Crazy und Glory unverändert geblieben. Das Produktionsvolumen der Gruppe basiert nach wie vor im Wesentlichen auf den Leistungen der Janus TV. Sie erreichte in den Produktionsjahren 2015 und 2016 ein Volumen von 38.000 bzw. 34.000 Minuten.

Die Umsatzsteigerung in 2015 um 4 Mio. € bedingte auch eine Aufstockung des festen Personals von 78 auf 91 Mitarbeiter. Die Vielzahl der volumenstarken Produktionen wird mit einer Vielzahl von Freien Mitarbeitern sowohl in der Produktion als auch in der Redaktion erbracht. Hauptauftraggeber ist traditionell der Sender Kabel 1. Inzwischen

wird aber auch vermehrt für RTL2 produziert. Die Aufträge stammen ausschließlich von privaten Sendern.

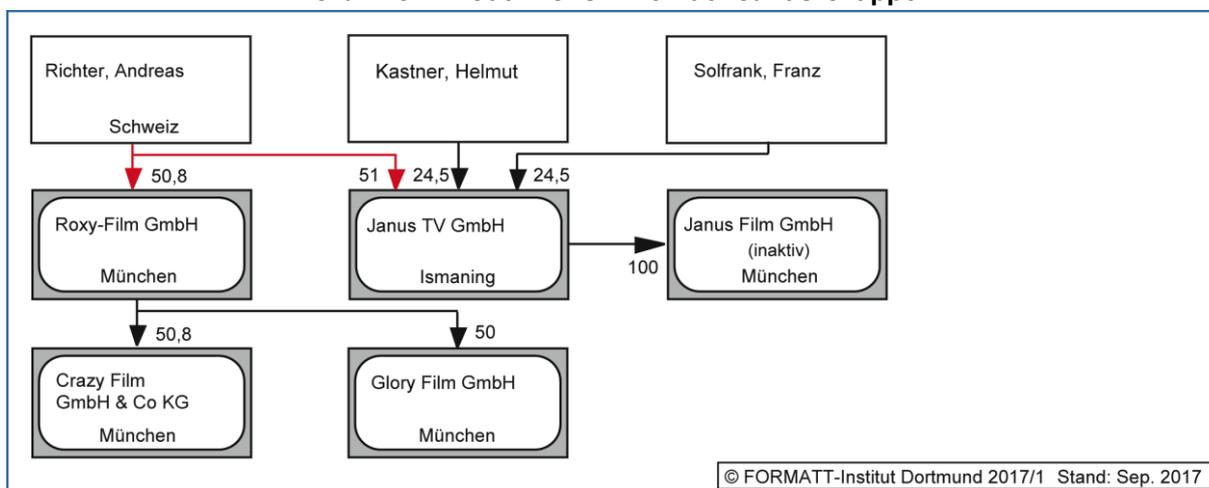
### 3.12 Firmendaten der Janus-Gruppe

	2015	2014	2013	2012
Umsatz in Mio. €	21,9	17,9	17,4	18,4
Überschuss in Mio. €	1,4	1,5	1,3	1,7

### 3.13 Produktionsvolumen der Janus-Gruppe

Firma	Sitz	Anteil	Produktions-Volumen in Min.		anteiliges Prod.-Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Janus-Gruppe</b>						
Janus TV GmbH	Ismaning	100%	33.523	37.932	33.523	37.932
Roxy-Film GmbH	München	100%	25	163	25	163
Crazy Film GmbH	Ismaning	51%	70	25	36	13
Glory Film GmbH	München	25,5%	86	48	22	12
<b>Gesamt</b>			<b>33.704</b>	<b>38.168</b>	<b>33.606</b>	<b>38.120</b>

Grafik 3.4 Produktionsfirmen der Janus-Gruppe



### 3.2.6 ProSiebenSat.1-Gruppe

Die Sendergruppe ProSiebenSat.1 hat schon vor Jahren begonnen, sich zu diversifizieren. Inzwischen werden Beteiligungen an zahlreichen Internet-Firmen gehalten, die wiederum thematisch zu Anbietergruppen zusammengefasst werden. Von Bedeutung ist auch das Produktionsgeschäft. Der Konzern hat die Produktion für die eigenen Sender stark ausgebaut und

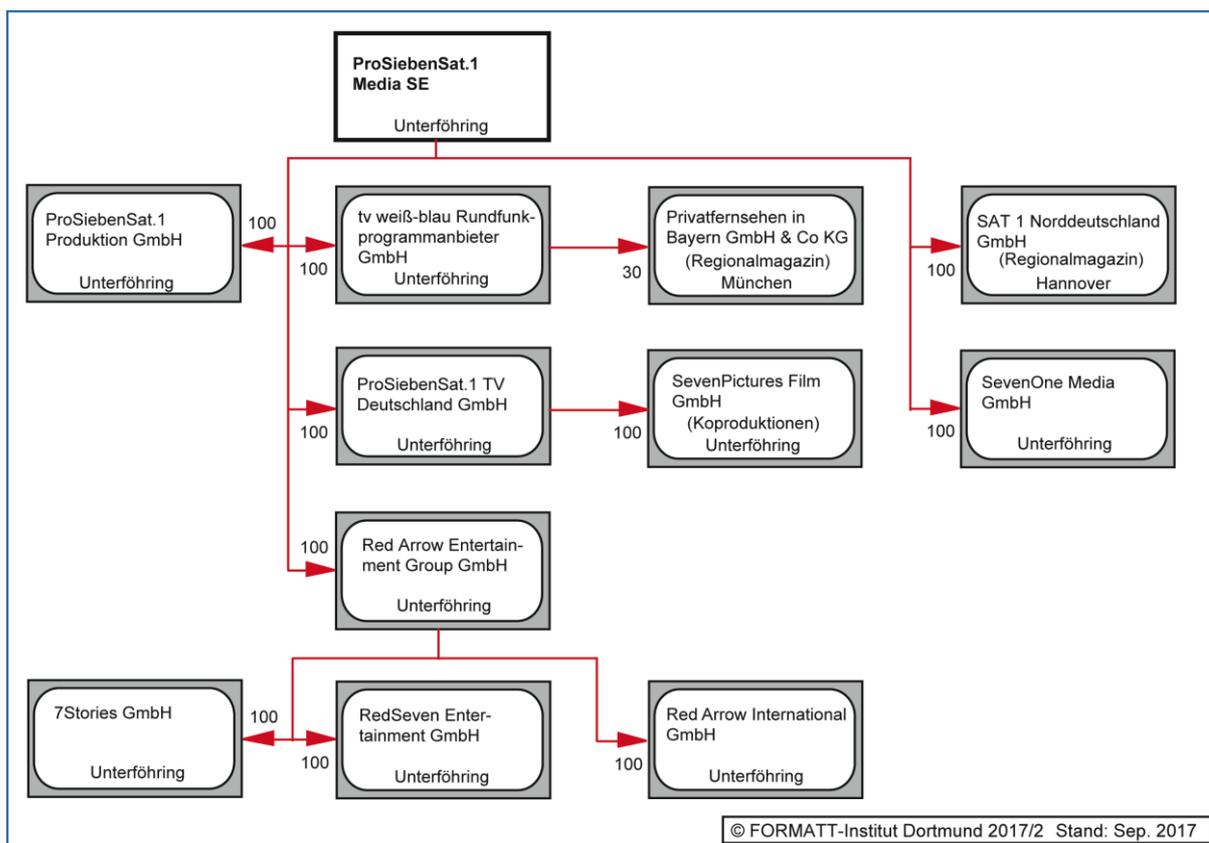
zudem auch in zahlreiche Produktionsunternehmen im Ausland investiert. Das Portfolio ist international inzwischen stattlich. Außer der Firma Fremantle dürfte kein deutscher Konzern ein solch großes Netz an Beteiligungen an Produktionsfirmen im Ausland unterhalten.

Den größten Output generiert im Inland die RedSeven Entertainment GmbH. Wie die gesamte Gruppe arbeitet RedSeven hauptsächlich für die Sender der Firmengruppe, vereinzelt aber auch mal für das ZDF, VOX oder RTL2. Der Sitz der Produktionsfirmen in der Nachbarschaft zu den Sendern in Unterföhring zählt zu den Prinzipien des Konzerns. Die Gruppe deckt die Produktion aller Genres ab und beteiligt sich über die SevenPictures Film vereinzelt auch an Kinoproduktionen.

### 3.14 Produktionsvolumen der ProSiebenSAT.1-Gruppe

Firma	Sitz	Anteil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>ProSiebenSat.1-Gruppe</b>						
ProSiebenSat.1 Produktion	Unterföhring	100%	13.310	14.556	13.310	14.556
ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH	Unterföhring	100%	945	1.440	945	1.440
Red Seven Entertainment GmbH	Unterföhring	100%	14.551	10.493	14.551	10.493
SevenOne Media GmbH	Unterföhring	100%	908	3.485	908	3.485
SevenPictures GmbH	Unterföhring	100%	179	78	179	78
Reda Arrow International GmbH	Unterföhring	100%	0	200	0	200
<b>Gesamt</b>			<b>29.893</b>	<b>30.252</b>	<b>29.893</b>	<b>30.252</b>

**Grafik 3.5 Produktionsfirmen der ProSiebenSAT.1-Gruppe**



### 3.2.7 Studio Hamburg GmbH

Der zum NDR gehörende Konzern Studio Hamburg hat verlustreiche Jahre hinter sich. Insbesondere der Bereich Atelier und Technik mit seinen Studiokapazitäten wird seit Jahren restrukturiert. Diese Restrukturierung ist noch nicht abgeschlossen, die Verluste sinken aber. Belastet wurde das Ergebnis auch durch ein Bußgeld des Bundeskartellamts.

Im Produktionsbereich zählt der Konzern nach wie vor zu einer der größten Gruppen in Deutschland. Wesentliche Veränderungen waren in 2015 der Verkauf der Beteiligung an der PolyScreen Produktions GmbH in München (*Dahoam is dahoam* für den BR) sowie der Ankauf einer 50-Prozent-Beteiligung an der Eco Media TV-Produktion GmbH in Hamburg (vgl. Grafik), die inzwischen zu den größten Produzenten von Info-Formaten in Deutschland zählt. Aufgegeben wurde die Firma agenda media GmbH in

Hamburg sowie eine Beteiligung an der Media & Communication Thüringen. Erhöht wurden die Anteile an der Sabelli Film in Schwerin (auf 100 %) sowie an der Amalia Film in Grünwald (auf 75 %). An der Studio Hamburg Enterprises GmbH hält die Gruppe seit 2016 wieder 100 Prozent. Der zeitweilige Partner ZDF Enterprises hat seine Anteile verkauft. Eine Beteiligung an der Media & Communication Thüringen wurde an den Partner, die drefa, verkauft.<sup>8</sup>

### 3.15 Unternehmensdaten der Studio Hamburg GmbH

	Konsolidierter Umsatz (in Mio. €)		Jahresüberschuss (in Mio. €)	
2015	227		0,03	
- davon Produktion u. Distribution		137,5		8,0
- davon Atelier u. Technik		81,6		-1,1
2014	223		-2,5	
- davon Produktion u. Distribution		158,6		5,5
- davon Atelier u. Technik		56,4		-2,9

<sup>8</sup> Damit entfällt auch anteilig ein erhebliches Produktionsvolumen, weil die Firma in Erfurt ein großvolumiges Magazin (*Lexi-TV*) produziert hat (vgl. Angaben zur drefa in Kap. 3.2.14).

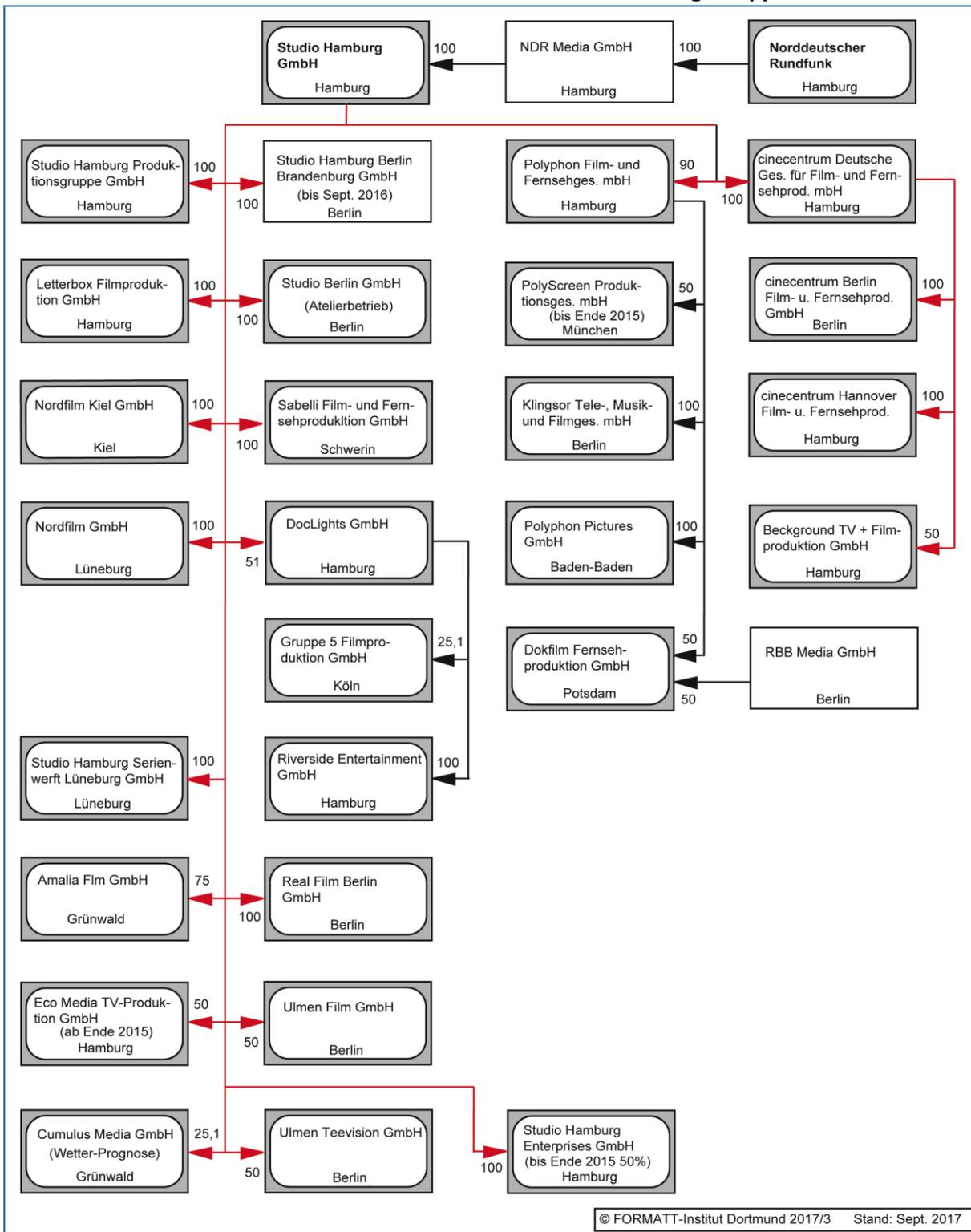
**3.16 Produktionsvolumen der Studio Hamburg-Gruppe**

Firma	Sitz	Anteil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
Studio Hamburg FilmProduktion	Hamburg	100%	293	180	293	180
Studio Hamburg Serienwerft GmbH	Lüneburg	100%	0	0	0	0
Letterbox Filmproduktion GmbH	Hamburg	100%	3.336	2.944	3.336	2.844
Studio Hamburg Serienwerft	Lüneburg	100%	9.600	9.600	9.600	9.600
Cinecentrum Berlin GmbH	Berlin	100%	1.305	1.310	1.305	1.310
Cinecentrum Deutsche Ges.	Hamburg	100%	933	405	933	405
Cinecentrum Hannover GmbH	Hamburg	100%	90	180	90	180
Nordfilm GmbH	Lüneburg	100%	135	0	135	0
Nordfilm Kiel GmbH	Kiel	100%	180	287	180	287
Real Film Berlin GmbH	Berlin	100%	450	445	450	445
Sabelli Film- u. Fernseh GmbH	Schwerin	100%	30	150	30	150
Polyphon Film- und Fernsehges.	Hamburg	90%	1.235	753	1.112	678
Polyphon Pictures GmbH	Baden-B.	90%	968	552	871	497
Klingsor Tele GmbH	Berlin	90%	0	0	0	0
Amalia Film GmbH	Grünwald	75%	237	0	178	0
DocLights GmbH	Hamburg	51%	3.833	2.880	1.955	1.469
Riverside Entertainment GmbH	Hamburg	51%	2.541	2.805	1.296	1.431
Beckground TV + Film GmbH	Hamburg	50%	1.990	1.370	995	685
Ulmen Television GmbH	Berlin	50%	240	60	120	30
Ulmen Film GmbH	Berlin	50%	0	0	0	0
Dokfilm Fernsehproduktion GmbH	Potsdam	50%	3.831	854	1.916	427
ECO Media TV GmbH *	Hamburg	50%	1.494	0	747	0
PolyScreen GmbH **	München	50%	0	4.050	0	2.025
Gruppe 5 Filmproduktion GmbH	Köln	>25%	1.460	1.967	0	0
<b>Gesamt</b>			<b>34.181</b>	<b>30.792</b>	<b>25.542</b>	<b>22.643</b>

\* Beteiligt seit Ende 2015.

\*\* Beteiligt bis Ende 2015.

**Grafik 3.6 Produktionsfirmen der Studio Hamburg-Gruppe**



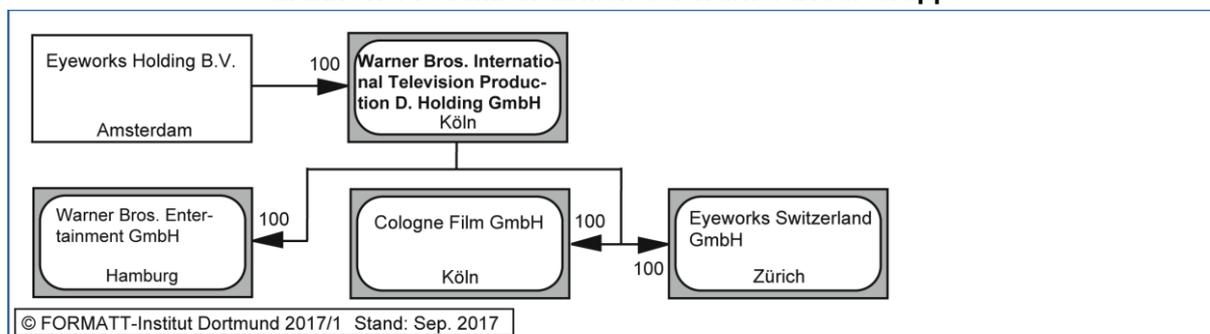
### 3.2.8 Warner Bros.

Die Gruppe wird hier zum ersten Mal unter diesem Titel verzeichnet und hatte anders als die nun zur Gruppe gehörenden früheren Eyeworks-Firmen im deutschen Markt kaum eine Bedeutung. Die Eyeworks-Firmen hatten sich ihrerseits erst kurz zuvor über Übernahmen u. a. der Cologne-Gemini-Gruppe verstärkt. In 2016 springt die neue Gruppe mit einem Jahresvolumen von 23.000 Minuten auf Rang 8 (zuvor Rang 15) unter den großen Produktionsgruppen. In 2015 war das Volumen mit 10.300 Minuten noch deutlich geringer gewesen.

#### 3.17 Produktionsvolumen der Warner Bros.-Gruppe

Firma	Sitz	Anteil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Warner Bros.</b>						
Warner Bros. International Television Deutschland GmbH	Köln	100%	22.955	9.092	22.955	9.092
Warner Bros. Entertainment GmbH	Hamburg	100%	118	720	118	720
Cologne Film GmbH	Köln	100%	0	515	0	515
<b>Gesamt</b>			<b>23.073</b>	<b>10.327</b>	<b>23.073</b>	<b>10.327</b>

Grafik 3.7 Produktionsfirmen der Warner Bros.-Gruppe



### 3.2.9 ZDF Enterprises GmbH

Die ZDF Enterprises GmbH ist das zentrale Tochterunternehmen des ZDF. Die GmbH ist zum einen zuständig für die Vermarktung von Produktionen und für die Programmbeschaffung und dient zum anderen als Konzern-Holding für zahlreiche Aktivitäten, insbesondere für solche von privatwirtschaftlichem Charakter. Das Portfolio ist in den letzten Jahren erneut verändert, insbesondere ausgebaut worden.

Aufgegeben wurde Ende 2015 eine Beteiligung an der Studio Hamburg Enterprises, die im Wesentlichen mit dem DVD-Verkauf befasst war. Hinzugekommen sind Beteiligungen an den Produktionsfirmen

- Nadcon Film GmbH, Köln, 49% (zusammen mit Constantin Film)
- HitchOn GmbH, Mainz, 15% (zusammen mit Sarah Wiener).

Erhöht wurde der Anteil an der Gruppe 5 Filmproduktion GmbH in Köln. Die Streamwerke GmbH in Berlin (zuvor F 12 GmbH) arbeitet auf dem Gebiet des Web-Contents. Eine kleine, aber wesentliche Änderung hat es bei der Bavaria Fernsehproduktion GmbH mit dem Rückverkauf von 1 Prozent der Anteile an den Bavaria-Konzern gegeben. ZDF Enterprises hält nun nur noch 49 Prozent der Anteile und damit eine Minderheit. In 2017 wurde zudem mit der Beta Film (Jan Mojto) ein Gemeinschaftsunternehmen für die Fiktion-Produktion gegründet.

Für eine öffentlich-rechtliche Anstalt ungewöhnlich sind die Aktivitäten im Pay-TV. Schon lange besteht eine Beteiligung an der Mainstream Networks Holding, die ihrerseits Beteiligungen an Unterhaltungsprogrammen in Deutschland aber auch in Polen (Romance TV Polska) hält. Zusammen mit der Beta Film (vgl. Kap. EOS Entertainment) wird die Spark GmbH in Oberhaching betrieben, die Pay-TV-Programme im Ausland anbietet.

ZDF Enterprises erreichte in den letzten Jahren Umsätze von knapp 150 Mio. € und erwirtschaftete einen Jahresüberschuss von immerhin 11,6 Mio. € (2015).

### 3.18 Firmendaten der ZDF Enterprises GmbH

	Umsatz	Jahresüberschuss
2015	145,7	11,6
2014	143,3	9,7

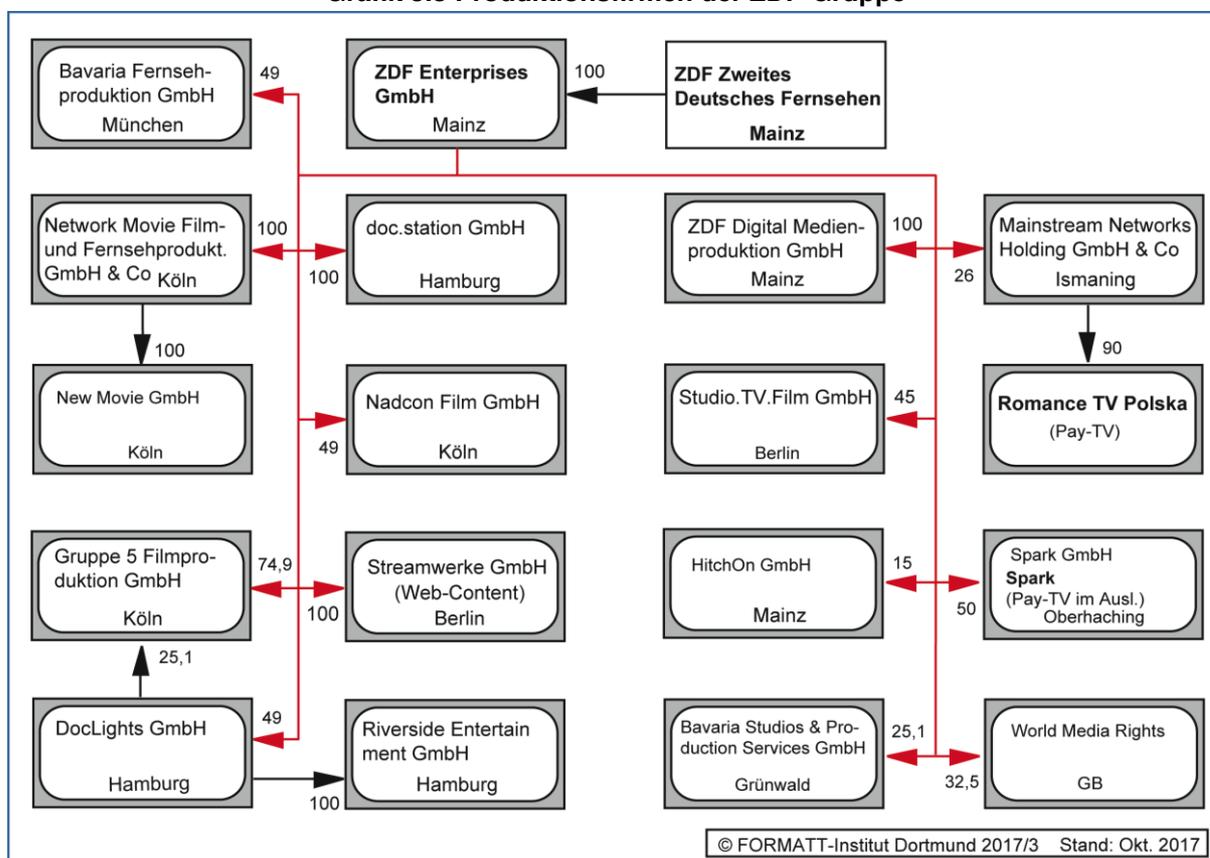
Das anteilige Produktionsvolumen der ZDF-Gruppe liegt mit je knapp 23.000 Minuten in den Untersuchungsjahren über jenem der Vorjahre (2014: 21.500; 2013: 20.700), ist aber überwiegend von Konstanz geprägt. Das gilt auch für die von den jeweiligen Beteiligungsunternehmen eingebrachten Produktionsvolumina.

**3.19 Produktionsvolumina der ZDF-Gruppe**

Firma	Sitz	Anteil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2016
<b>ZDF Enterprises GmbH</b>	Mainz	100%	296	45	296	45
Network Movie Film GmbH	Köln	100%	4.545	4.560	4.545	4.560
doc.station GmbH	Hamburg	100%	4.891	5.031	4.891	5.031
ZDF Digital Medienproduktion	Mainz	100%	130	525	130	525
New Movie GmbH	Köln	100%	0	0	0	0
Streamwerke GmbH	Berlin	100%	0	0	0	0
Gruppe 5 Filmproduktion GmbH	Köln	75%	1.454	1.967	1.091	1.475
Bavaria Fernsehproduktion GmbH *	München	49%/50%	16.464	15.558	8.067	7.779
DocLights GmbH	Hamburg	49%	3.833	2.880	1.878	1.411
Riverside Entertainment GmbH	Hamburg	49%	2.473	2.805	1.212	1.374
Nadcon Film GmbH	Köln	49%	331	0	162	0
Studio.TV.Film GmbH	Berlin	45%	1.251	1.481	563	666
HitchOn GmbH	Mainz	>25	45	0	0	0
<b>Gesamt</b>			<b>35.713</b>	<b>34.852</b>	<b>22.835</b>	<b>22.866</b>

- Bis Ende 2015 50%, dann 49%

**Grafik 3.8 Produktionsfirmen der ZDF-Gruppe**



### 3.2.10 Fernsehmacher GmbH & Co KG

Die Firma Fernsehmacher des Journalisten Markus Heidemanns produziert nur wenige Formate, diese allerdings mit hoher Folgenzahl. Dazu gehören in den Untersuchungsjahren erneut die Koch-Sendungen „Lafer!Lichter!Lecker!“, die „Küchenschlacht“ und die „Topfgeldjäger“. Seit Jahren erfolgreich ist die Talk-Show „Markus Lanz“. Diese wird formal als Koproduktion mit der Firma Mhoch2 TV-Produktionsgesellschaft mbH & Co KG hergestellt, an der neben Markus Heidemanns auch Markus Lanz hälftig beteiligt ist. Lanz ist damit genau wie viele andere Moderatoren auch an der Produktion beteiligt. Allein mit der Talk-Show dürfte ein jährlicher Umsatz von mehr als 10 Mio. € verbunden sein. Dennoch optiert die Firma Fernsehmacher als kleine Kapitalgesellschaft auf die Möglichkeiten einer reduzierten Veröffentlichungspflicht und nennt keinen Jahresumsatz.

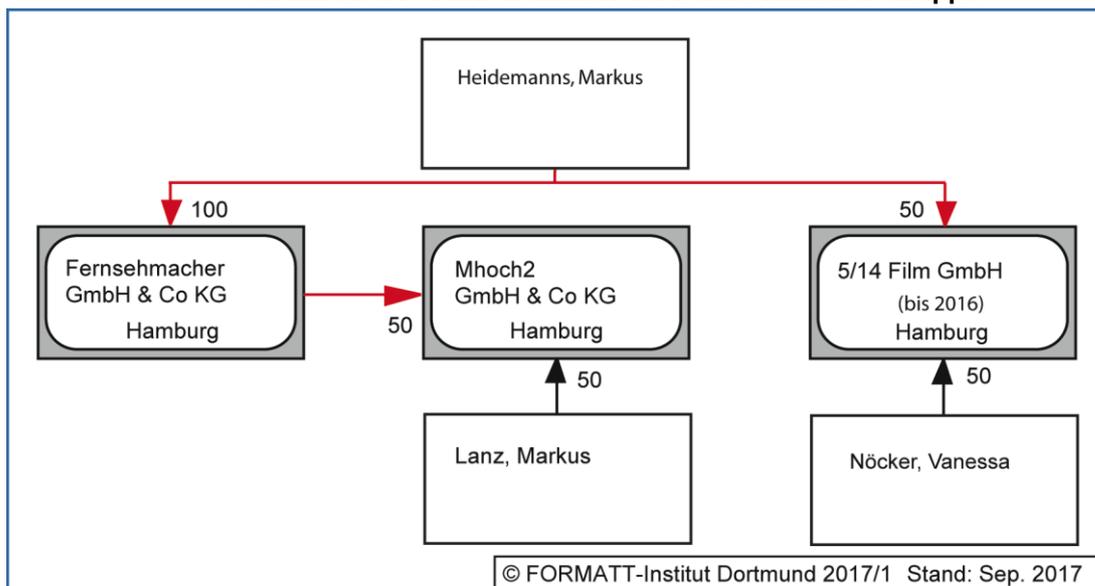
Die Firmengruppe produziert fast ausschließlich für das ZDF und ist entsprechend von diesem Sender abhängig. Kleine Beiträge hat bis einschließlich 2015 die Firma 5/14 Film beigesteuert, an der Heidemanns gleichfalls zur Hälfte beteiligt war. Die Firma wurde inzwischen liquidiert.

Die Gruppe hatte in den Vorjahren 2013 und 2014 anteilig noch jeweils 30.000 Minuten produziert. In 2015 ist das Produktionsvolumen auf gut 23.000 Minuten und in 2016 auf gut 19.000 Minuten zurückgegangen. Da insbesondere die Firma Fernsehmacher großvolumige Formate wie etwa die Talk-Show *Lanz* produziert, schlägt der Verlust eines solchen Auftrags beim Gesamtvolumen stark zu Buche. So hat beispielsweise die Einstellung des Formats *Topfgeldjäger* in 2016 Spuren hinterlassen.

#### 3.20 Produktionsvolumen der Fernsehmacher-Gruppe

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Fernsehmacher</b>						
Fernsehmacher GmbH & Co	Hamburg	100%	16.923	20.953	16.923	20.953
Mhoch2 GmbH & Co	Hamburg	50%	4.913	4.764	2.457	2.382
5/14 Film GmbH % Co	Hamburg	50%	0	166	0	83
Gesamt			21.836	25.883	19.380	23.418

**Grafik 3.9 Produktionsfirmen der Fernsehmacher-Gruppe**



### 3.2.11 Endemol Shine Group Germany GmbH

Auf die Endemol Shine Germany GmbH in Köln ist rückwirkend zum 1.1.2015 die bis dahin in München ansässige Shine Germany Film- und Fernsehproduktion GmbH verschmolzen worden.

Die Veränderungen in der deutschen Produktionsbranche sind Teil eines Ende 2014 global ausgerichteten Joint Ventures zwischen der Apollo Global Management LLC, seit 2014 Alleineigner der Endemol-Gruppe, und der 21st Century Fox Inc. aus dem Murdoch-Konzern. Beide Partner halten jeweils eine Hälfte der Anteile. Die neue Gruppe hat eine außerordentliche Größe. Im deutschen Markt entsteht allein aus der Fusion der beiden großen Produktionsfirmen ein neues Mitglied im kleinen Kreis der Marktführer. Hinzu kommen die Beteiligungsunternehmen der früheren Endemol-Gruppe. Insgesamt ist die neue Gruppe auch in Bezug auf die diversen Genres erstaunlich breit aufgestellt. Die neue Gruppe gehört zu den abhängigen Unternehmen, da der Eigner 21st Century auch in Deutschland TV-Programme veranstaltet ( u.a. *National Geographic* und Ableger).

Die Endemol Shine Germany GmbH veröffentlicht für 2015 die Umsatzanteile der wichtigsten Auftraggeber:

- Pro7SAT.1 51 %
- RTL-Gruppe 29 %
- RTL2 4 % (Geiss-TV)
- Pro7 3 % (Florida TV)
- ORF 4 % („Die Millionen Show“, Version von „Wer wird Millionär?“)
- sonstige 9 %.

Nach wie vor sind für den Geschäftserfolg von Endemol einige bereits alte Formate wie *Big Brother*, *Wer wird Millionär* und *Die Millionen Show* (ORF) von erheblicher Bedeutung. In den Untersuchungsjahren wurden zudem große Produktionsvolumina für die Formate *Bitte melde dich* (SAT.1) oder *Vermisst* (RTL) erzielt. Die Zahl der angestellten Mitarbeiter ist in 2015 durch die Fusion deutlich auf 239 (2014: 169) gestiegen.

Die Gruppenzusammensetzung blieb gegenüber den Vorjahren weitgehend unverändert. Für den Fiktionbereich besteht neben der darauf spezialisierten Firma Wiedemann & Berg Television zusätzlich die Endemol Beyond GmbH in Köln gegründet.

An der Wiedemann & Berg Television GmbH & Co KG ist die Gruppe mit 50 Prozent beteiligt. Die andere Hälfte teilen sich Max Wiedemann und Quirin Berg, die vollständig auch die Wiedemann & Berg Film GmbH & Co KG besitzen. Der Fernsehweig agiert erfolgreich im High-End-Segment mit preisgekrönten Produktionen. Die Firma steigerte in 2015 den Umsatz deutlich, ist aber nach wie vor unterfinanziert und von Krediten der Endemol-Shine-Gruppe abhängig.

An der Herr P GmbH ist der Moderator Jörg Pilawa mitbeteiligt. Die Firma produziert insbesondere *Die NDR-Quizshow*. An der meta productions GmbH in Berlin hält der Moderator Ulrich Meyer einen Anteil von 10 Prozent. Das Format *Akte* für SAT.1 ist seit vielen Jahren die wichtigste Produktion der Firma. Partner bei der Firma Florida TV GmbH sind Joachim Winterscheidt und Klaus Heufer-Umlauf, die beide insbesondere für eine neue, ungewöhnlich TV-Unterhaltung stehen.

### 3.21 Firmendaten der Endemol Shine Group

		2015 in Mio. €	2014 in Mio. €
Endemol Shine	Konzernumsatz	70,3	57,8
	Jahresüberschuss	2,9	7,6
Wiedemann & Berg Television	Konzernumsatz	33,0	21,7
	Jahresüberschuss	0,2	-0,2

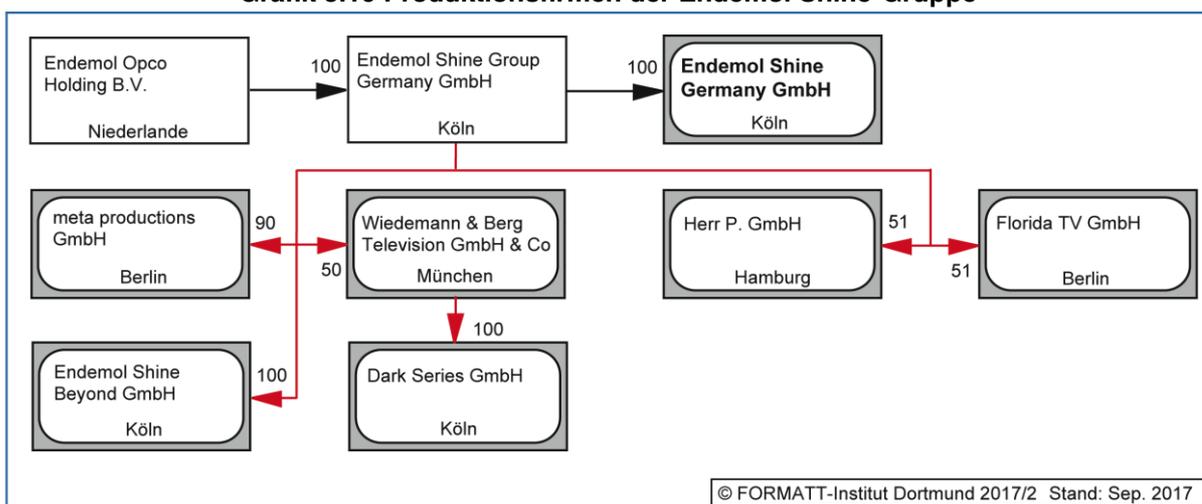
**3.22 Produktionsvolumen der Endemol Shine-Gruppe**

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Endemol</b>						
Endemol Shine Beyond GmbH	Köln	100%	725	760	725	760
Endemol Shine Germany GmbH *	Köln	100%	13.232	11.397	13.232	11.397
meta productions	Berlin	90%	3.420	2.355	3.078	2.120
Herr P. GmbH	Hamburg	51%	3.399	2.933	1.733	1.496
Florida TV GmbH	Berlin	51%	938	1.358	478	693
Wiedemann & Berg Television	München	50%	1.193	1.775	597	888
Shine Germany Film	Köln	100%	0	5.399	0	5.399
<b>Gesamt</b>			<b>22.907</b>	<b>25.977</b>	<b>19.843</b>	<b>22.753</b>

\* Zuvor Endemol Deutschland GmbH

\*\* Inzwischen aufgegangen in Endemol Shine Germany.

**Grafik 3.10 Produktionsfirmen der Endemol Shine-Gruppe**



**3.2.12 Bavaria Film GmbH**

Am Konzern Bavaria Film sind mit über 80 Prozent die ARD-Anstalten WDR, SWR, BR und MDR beteiligt (vgl. Grafik). Zusammen mit diesen Anstalten und weiteren werden wichtige Beteiligungsunternehmen geführt, so z.B. die Bremedia mit dem RB oder die ProSaar mit dem SR. Zugleich sind diese Anstalten in Summe die wichtigsten Auftragsgeber des Konzerns. Da die Anstalten gehalten sind, die medienökonomischen Belange der jeweiligen Bundesländer zu stützen, ist bei der Bavaria über die Jahre ein Portfolio insbesondere von dislozierten Produktionsunternehmen entstanden. Diese

Portfolio ist geprägt von ständigen Veränderungen: einzelne Firmen werden verlagert, liquidiert, gegründet und die Beteiligungshöhen verändert. Die vormalige Strategie, ein Netz von über Mehrheitsbeteiligungen durch die Bavaria geführten Unternehmen aufzubauen, ist in wesentlichen Teilen gescheitert. So wurden etwa Beteiligungen an der Bremedia oder an Gemeinschaftsunternehmen mit der dreifa Media des MDR in Minderheitsbeteiligungen umgewandelt oder die Beteiligungen wurden vollständig aufgegeben. Gegenläufig wurde bei dem größten Produktionsunternehmen, der Bavaria Fernsehproduktion, durch den Rückkauf von einem Prozent vom ZDF wieder eine Mehrheitsbeteiligung erzielt. Der Konzern spricht selbst vom einem „insgesamt heterogenen Portfolio“ (Geschäftsbericht 2015).

Neben dem Kerngeschäft der Fernseh- und Filmproduktion sowie des Lizenzhandels bestehen Engagements in den verwandten Dienstleistungsbereichen (z.B. Bavaria Studios, CineMobil) bis hin zur Bavaria Filmtour. Die Beteiligungen sind im Wesentlichen auf Deutschland konzentriert, Bedeutung hat zudem eine Beteiligung in Österreich (Satel Film).

Das Produktionsgeschäft des Konzerns ist vor allem abhängig von langlaufenden Formaten wie Daily Soaps und fiktionalen Serien. Sie prägen den Produktions-Output. Laufen solche Produktionen aus und werden nicht durch Konzern-eigene Formate ersetzt, entstehen Auslastungsprobleme. Von Bedeutung für den Konzern ist zudem die TV-Movie-Produktion mit „Tatorten“ und anderen. Zu den Nebengeschäften gehören beispielsweise die Wetterprognosen (Cumulus Media). Mit ersten Aktivitäten im Internet sowie in der App-Produktion hat der Konzern Erfahrungen in der digitalen Medienwelt gemacht.

Nach Jahren mit schwachen Ergebnissen weist der Konzern wieder solide Zahlen auf, die im Wesentlichen im deutschen Markt erzielt werden. Der Auslandsumsatz betrug beispielsweise in 2015 nur gut 17 Mio. €.

**3.23 Firmendaten der Bavaria Film GmbH**

	Umsatz (in Mio. €)	Jahresüberschuss (in Mio. €)
2015/16	202,3	2,5
2014/15	181,6	4,5

## 3.24 Produktionsvolumen der Bavaria-Gruppe

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Bavaria Film GmbH</b>	Geiseltal					
Bavaria Media GmbH	Geiseltal	100%	0	0	0	0
Askania Media GmbH *	Potsdam	90%	0	208	0	208
Bavaria Pictures GmbH	Geiseltal	100%	5	0	5	0
Bavaria Filmproduktion GmbH Köln	Köln	100%	46	0	46	0
Bavaria Filmproduktion GmbH Berlin	Berlin	100%	0	0	0	0
Bavaria Entertainment GmbH **	Geiseltal	100%	3.085	3.715	3.085	3.715
Almaro Film u. TV GmbH	Geiseltal	55%	360	383	198	211
MotionWorks GmbH	Halle/S.	51%	243	376	124	192
Pro Saar GmbH	Saarbrücken	51%	430	105	219	54
Saxonia Media GmbH	Leipzig	51%	5.972	5.596	3.046	2.854
Bavaria Fernsehproduktion GmbH ***	Geiseltal	50%/5 1%	16.464	15.558	8.232	7.935
Bavaria Pictures GmbH	Geiseltal	50%	0	48	0	24
Global Screen GmbH **	München	50%	0	113	0	57
Saxonia Entertainment GmbH ****	Magdeburg	49%	3.983	4.153	1.952	2.035
Bremedia Prod. GmbH	Bremen	49%	2.073	2.625	1.016	1.286
Maran-Film-GmbH *	Stuttgart	49%	0	360	0	176
<b>Gesamt</b>			<b>32.661</b>	<b>33.240</b>	<b>17.923</b>	<b>18.747</b>

\* Nicht mehr aktiv.

\*\* Bavaria Entertainment hieß bis 2015 First Entertainment.

\*\*\* Bis Ende 2015 50%; in 2016 51%.

\*\*\*\* Beteiligt bis 2017.



### 3.2.13 Fandango Film-TV-Internet Produktions GmbH

Das langjährige Erfolgsformat *mieten, kaufen, wohnen* (VOX) ist Ende 2016 beendet worden. Mit diesem Format hat die Fandango Film-TV ihren Aufstieg unter die großen Produzenten geschafft. Hohe Folgezahlen werden inzwischen auch mit *Mein himmlisches Hotel* sowie mit *Hautnah - Die Tierklinik* (beide VOX). Allein Besitzer Geronimo Beckers ist bemüht, den Kreis der Auftraggeber auszuweiten und hat in 2017 erstmals auch für SAT.1 produziert. In den Untersuchungsjahren wurde das Auftragsvolumen ausschließlich mit Aufträgen des Senders VOX erzielt.

In den Jahren 2013 und 2014 hatte das Produktionsvolumen mit jeweils rund 18.000 Minuten noch deutlich höher gelegen.

**3.25 Produktionsvolumen der Fandango Film**

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
Fandango	Köln	100%	14.804	13.799	14.804	13.799

### 3.2.14 Weitere Firmengruppen

#### I & U Information und Unterhaltung TV Produktion GmbH & Co KG

Die Firma ist von Günther Jauch gegründet worden und gehört vollständig seiner Familie. Bei vielen ihrer Produktionen agiert der Firmenchef auch vor der Kamera, so unter anderen bei den wöchentlich ausgestrahlten Formaten „stern TV“ (RTL) und „Günther Jauch“ (ARD). Nachdem Jauch Ende 2015 die nach ihm benannte Talk-Show aufgegeben hat, ist das Produktionsvolumen der Firma in 2016 von 10.300 auf 8.300 Minuten gesunken. Wichtigster Auftraggeber ist seit 2016 wieder mit Abstand der Sender RTL, mit dem Jauch schon vor seinem Engagement bei der ARD eng verbunden war.

Kleinere Produktionen werden auch für den WDR, das ZDF oder in Ausnahmen für RTL2 hergestellt.

Der Jahresüberschuss fiel bis einschließlich 2015 stattlich aus, dürfte in 2016 allerdings rückläufig gewesen sein.

### 3.26 Firmendaten der I & U GmbH & Co KG

Jahreswerte in Mio. €	2015	2014	2013	2012
Umsatz	k. A.	k. A.	52,3	53,3
Jahresüberschuss	4,7	3,7	4,6	4,8

### Beta Film GmbH (EOS-Gruppe)

Die EOS-Gruppe von Jan Mojto ist in den letzten Jahren insbesondere in der Fiktion-Produktion zu einem bedeutenden Produzenten avanciert. Jan Mojto, einst führender Kreativer im Kirch-Konzern, hat sich nach der Pleite des Konzerns selbstständig gemacht. Basis seines Unternehmens war die Übernahme eines stattlichen Teils des Rechtstocks des Kirch-Konzerns, der heute über die Kineos Film GmbH verwertet wird. Dieser Lizenzhandel erzielt den größten Teil des Umsatzes der Gruppe und insbesondere den höchsten Gewinn. Der mit Abstand größte Teil des Umsatzes wird im Ausland erzielt. Die Gruppe erzielt eine stattliche Rendite, weist eine hohe Liquidität und ein hohe Eigenkapitalquote auf.

Die Gewinne des Lizenzhandels erlauben dem Unternehmer Mojto schon seit Jahren eine sehr expansive Geschäftspolitik auch im Bereich der Fernsehproduktion. Diese Strategie ist fokussiert auf in der Regel hochwertige und damit auch hochpreisige Fiktionproduktionen und basiert auf drei Säulen:

- Gründung von Produktionsfirmen
- Beteiligung an eingeführten Produktionsfirmen
- Beteiligung an hochwertigen Fiktionproduktionen durch Mitfinanzierung und durch internationale Auswertung der Produktionen über Lizenzverkäufe.

-  
Das Portfolio über Beteiligungen an Produktionsfirmen ist inzwischen stattlich. Es umfasst junge Firmen wie etwa die Ariane Krampe Filmproduktion GmbH, spezialisiert auf die Produktion von TV-Movies, und etablierte Firmen wie die X-Filme in Berlin mit einem Schwerpunkt in der Filmproduktion. Sitz der Unternehmensgruppe ist Oberhaching und der Schwerpunkt liegt insgesamt in Bayern. Die Gruppe hält aber auch Beteiligungen in den relevanten Produktionsländern Berlin und Nordrhein-Westfalen

und darüber hinaus im Ausland (nicht in der Grafik dargestellt). Sie arbeitet mit zahlreichen Partnern zusammen und ist auch am Fernsehveranstalter der Spiegel-Gruppe beteiligt. In 2017 wurde zudem mit dem ZDF ein Gemeinschaftsunternehmen für die Fiktion-Produktion gegründet.

Mojto gilt in der Branche als resikofreudig. Insbesondere an kostenträchtigen Großproduktionen der letzten Jahre war die Gruppe häufig in unterschiedlicher Form beteiligt. Gerade wegen dieser Spezialisierung auf High-End-Produktionen können die tabellarisch aufgeführten Produktionsvolumina der Gruppe nur einen ersten Anhaltspunkt für ihre Branchenbedeutung geben. Insbesondere bei der Produktion von Mehrteilern in Deutschland, Österreich oder Italien führt offenbar kein Weg an einer Beteiligung der Gruppe vorbei. Deren Auslandskontakte ermöglichen internationale Vermarktungen und damit Mitfinanzierungen. So etwa auch der bei teuersten Serienproduktion in Deutschland *Babylon Berlin*.

Über das Beteiligungsunternehmen Autentic GmbH ist die Gruppe auch im dokumentarischen Fernsehen aktiv. Zum einen bestehen Beteiligungen an den Programmen *Spiegel Geschichte* und *Spiegel TV Wissen* zudem an dem im Ausland angebotenen Pay-TV-Kanal *Spark*. Die Beteiligung an diesem Programm wird über ein Gemeinschaftsunternehmen mit dem ZDF gehalten (vgl. Organigramm). Zusammen mit dem WDR hält die Gruppe die Autentic Distribution GmbH in Köln, die insbesondere WDR-Sendungen international vermarktet.

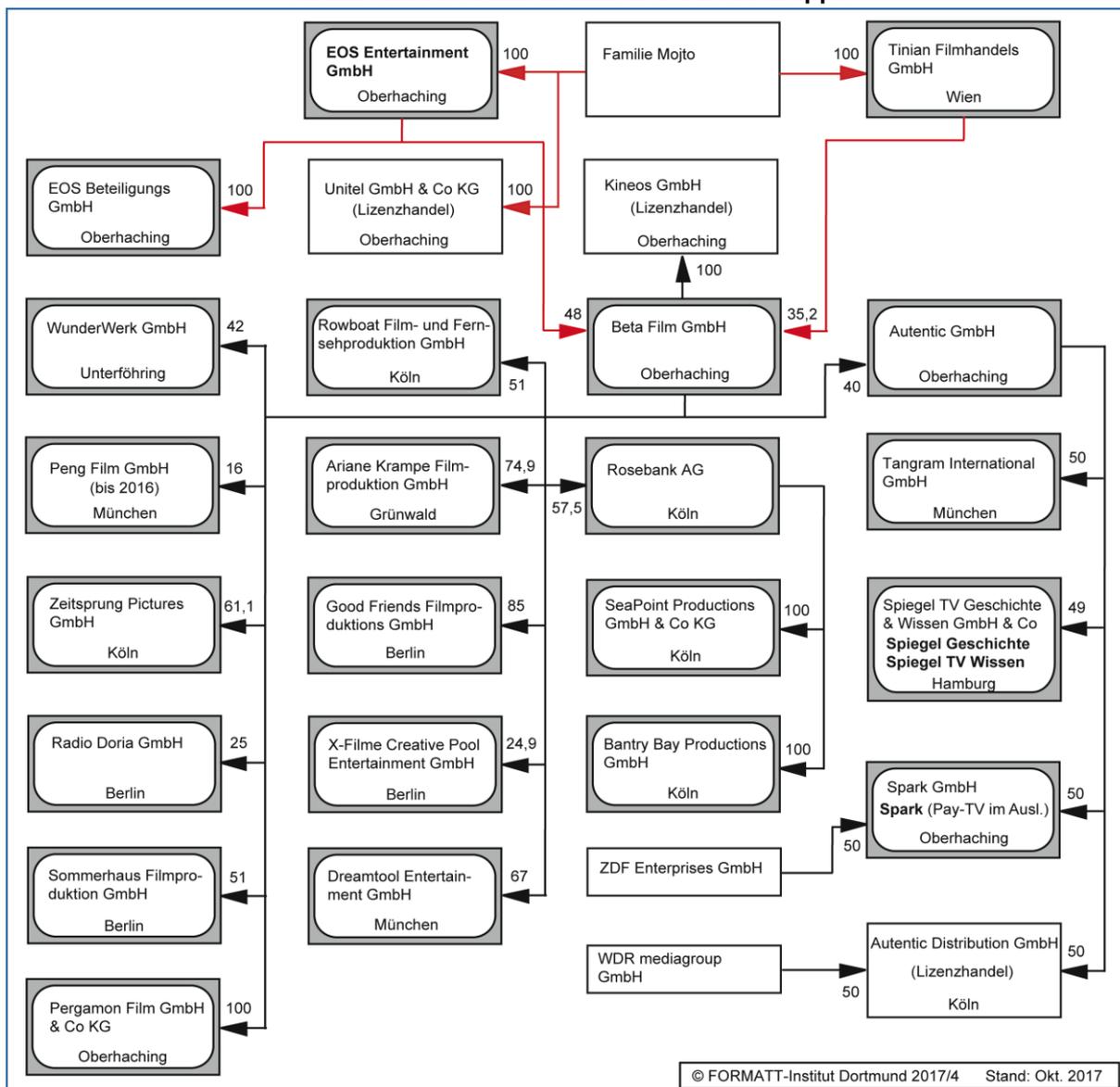
Die Gruppe ist in den Untersuchungsjahren mit dem TV-Programm *Classica* verbunden. Entsprechend wird die Firmengruppe zu den abhängigen Produktionsfirmen gezählt. An der *Classica GmbH* hielt bis zum Frühjahr 2017 die Firma *Unitel* von Jan Mojto sämtliche Anteile. Zudem ist die *Beta Film* indirekt an den Programmen *Spiegel Geschichte* und *Spiegel TV Wissen* beteiligt.

## 3.27 Produktionsvolumen der Beta-Gruppe

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Beta-Gruppe (EOS)</b>						
Beta Film GmbH	Ober- haching	100%	422	1.065	422	1.065
Pergamon Film GmbH & Co KG	Ober- haching	100%	50	0	50	0
Good Friends Filmproduktions GmbH	Berlin	85%	90	45	77	38
Ariane Krampe Filmproduktion	Grünwald	75%	540	270	405	203
Dreamtool Entertainment GmbH	München	67%	323	360	216	241
Zeitsprung Pictures GmbH	Köln	61%	431	702	263	428
Rowboat Film GmbH	Köln	61%	375	225	229	137
Rosebank AG	Köln	58%	0	0	0	0
SeaPoint Productions GmbH & Co	Köln	58%	7.101	5.265	4.119	3.054
Bantry Bay Productions GmbH	Köln	58%	1.036	1.103	601	640
Sommerhaus Filmproduktion GmbH	Berlin	51%	49	0	25	0
WunderWerk GmbH	Unterföh- ring	42%	703	247	295	104
Autentic GmbH	Ober- haching	40%	2.245	1.400	898	560
Peng Film GmbH *	München	25%	0	0	0	0
Radio Doria GmbH	Berlin	25%	0	68	0	17
X-Filme GmbH	Berlin	25%	722	310	181	78
Tangram International GmbH	München	>25%	280	595	0	0
Gesamt			14.367	11.655	7.781	6.565

\* Beteiligt bis Ende 2016

**Grafik 3.12 Produktionsfirmen der Beta-Gruppe**



© FORMATT-Institut Dortmund 2017/4 Stand: Okt. 2017

**Brainpool Beteiligungsgesellschaft mbH**

Das langjährige Erfolgsformat von Brainpool, TV total für Pro7 ist in 2015 ausgelaufen. Das Format kam mit seiner mehrmals wöchentlichen Ausstrahlung auf ein hohes Produktionsvolumen. Wie stark der Verlust die Firmengruppe trifft, zeigt die Halbierung des Produktionsvolumens in 2016. Ein Nachfolgeformat mit auch nur annähernder TV-Präsenz ist nicht gefunden worden, nachdem sich Stefan Raab als Moderator vor der Kamera zurückgezogen hat.

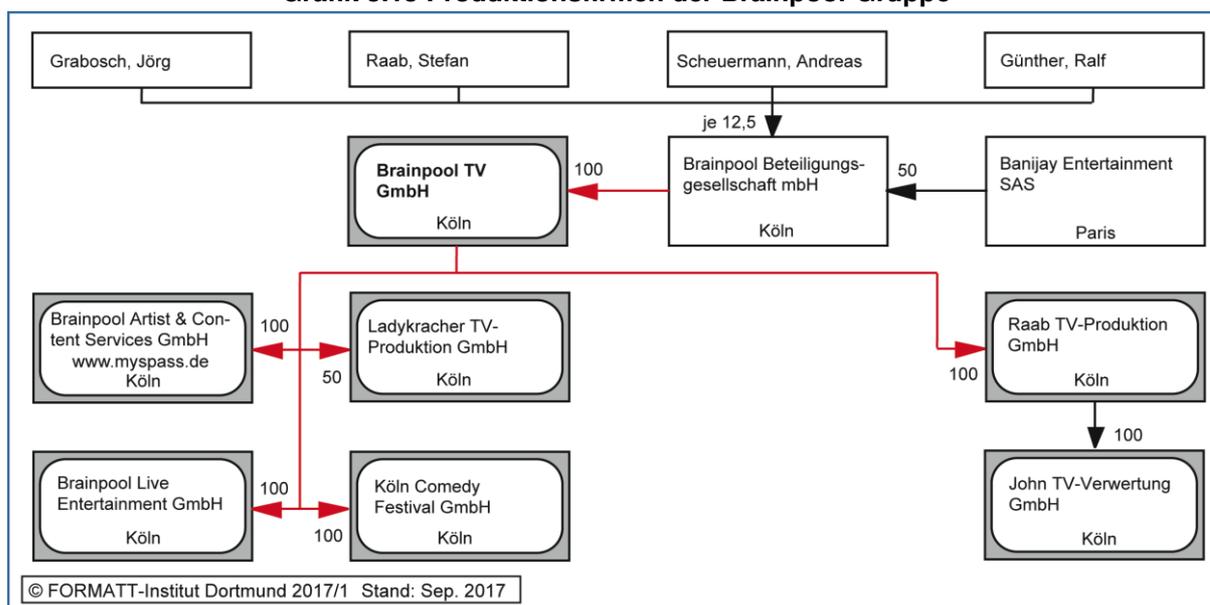
Die Brainpool Beteiligungs GmbH hat traditionell die Protagonisten ihrer Formate auch über eine Beteiligung an gemeinsamen Tochterfirmen zu binden versucht. Dennoch

sind einige dieser Firmen nur auf Zeit angelegt. Im Vergleich zu früheren werden die Princess TV GmbH (mit Ilka Bessin) und die Stein TV-Produktion GmbH (mit Axel Stein) nicht mehr berücksichtigt. Brainpool verkauft zudem nur einen Teil der Nutzungsrechte an die jeweiligen Sender und versucht die Produktionen auch eigenständig zu vermarkten.

**3.28 Produktionsvolumen der Brainpool-Gruppe**

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Brainpool-Gruppe</b>						
Brainpool TV GmbH	Köln	100%	3.930	6.953	3.930	6.953
Raab TV-Produktion GmbH	Köln	100%	1.110	3.538	1.110	3.538
Brainpool Live Entertainment	Köln	100%	30	0	30	0
Köln Comedy Festival GmbH	Köln	100%	135	60	135	60
Gesamt			5.205	10.551	5.205	10.551

**Grafik 3.13 Produktionsfirmen der Brainpool-Gruppe**



**drefa Media Holding GmbH**

Die Holding des mdr in Leipzig hat ihre Beteiligungen neu geordnet. Die drefa hält nach wie vor eine Beteiligung an der Bavaria Film GmbH (vgl. Grafik 3.14), hat aber in 2017 Beteiligungen der Bavaria an der Saxonia Entertainment GmbH und der MotionWorks GmbH übernommen. Zuvor waren beide Gemeinschaftsunternehmen von drefa und Bavaria gewesen. Die Firma Saxonia Entertainment führt die drefa nun al-

lein. An der MotionWorks hält sie 90 Prozent. Schon in den Vorjahren waren weitere Gemeinschaftsunternehmen mit der Bavaria aufgegeben worden. Übrig geblieben ist das Gemeinschaftsunternehmen Saxonía Media Filmproduktionsgesellschaft mbH. Bei der Kinderfilm GmbH ist die Firmengruppe Tellux der gleichberechtigte Partner.

Die drefa unterhält an drei Standorten wichtige Tochterunternehmen, die auch über Studio- und sonstige Produktionskapazitäten verfügen und unter anderem für die dezentrale Produktion der jeweiligen Landesmagazine zuständig sind:

- Media & Communication Systems (MCS) GmbH Sachsen, Dresden;
- Media & Communication Systems (MCS) GmbH Sachsen-Anhalt, Magdeburg;
- Media & Communication Systems (MCS) GmbH Thüringen, Erfurt. In Erfurt war früher die Studio Hamburg-Gruppe mit 49 Prozent beteiligt.

Für das hohe Produktionsvolumen war in früheren Jahren insbesondere das Magazin *Lexi-TV - Wissen für alle* verantwortlich, das in Erfurt aufgezeichnet und vom mdr von montags bis freitags am Nachmittag gesendet wird (Gesamtvolumen ca. 14.000 Minuten p.a.). Für das Magazin neu produziert wird jeweils die Moderation. Bei den Beiträgen handelt es sich zu einem wesentlichen Teil allerdings um alte Stücke, die neu zusammengestellt werden. Das Magazin wird daher nicht länger als Neuproduktion gewertet und nicht mehr berücksichtigt.

Gut 60 Prozent des Umsatzes der drefa in 2015 machte die Herstellung von Film- und Fernsehproduktionen aus, den Rest in verwandten Dienstleistungsbereichen. Der überwiegende Teil der Gesamtproduktion wird für das Mutterunternehmen der Gruppe, den mdr, produziert. Einzelne Firmen arbeiten ausschließlich für den mdr. In 2015 wurden 86 Prozent des Umsatzes mit dem mdr und assoziierten Unternehmen erzielt.

### 3.29 Firmendaten der drefa Media Holding GmbH

	Konzernumsatz (in Mio. €)	Jahresüberschuss (in Mio. €)
2015	51,451	2,1
2014	55,125	0,9
2013	54,681	-

Quelle: Geschäftsberichte

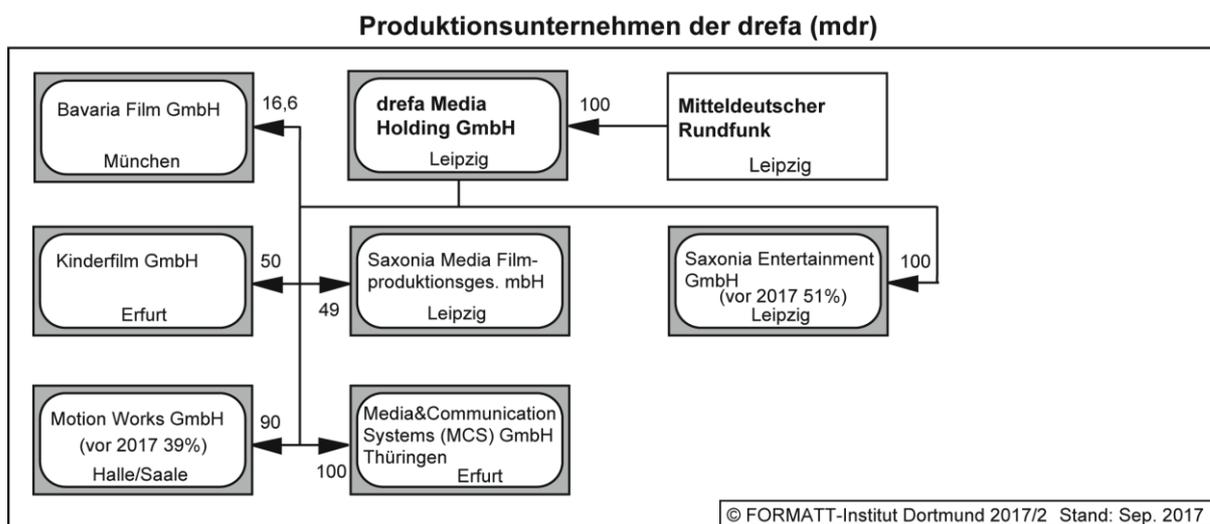
**3.30 Produktionsvolumen der drefa-Gruppe**

Firma	Sitz	An- teil	Produktions- Volumen in Min.		anteiliges Prod.- Volumen in Min.	
			2016	2015	2016	2015
<b>Drefa-Gruppe</b>						
drefa Media Holding GmbH	Leipzig	100%	0	0	0	0
Saxonia Entertainment GmbH *	Leipzig	51%	3.983	4.153	2.031	2.118
Kinderfilm GmbH	Erfurt	50%	30	87	15	44
Saxonia Media GmbH	Leipzig	49%	5.972	5.596	2.926	2.742
MotionWorks GmbH **	Halle/Saale	39%	243	376	95	147
<b>Gesamt</b>			<b>10.228</b>	<b>10.212</b>	<b>5.067</b>	<b>5.051</b>

\* ab 2017 100%

\*\* ab 2017 90%

**Graphik 3.14 Produktionsfirmen der drefa-Gruppe**



#### 4. Fernsehproduktion nach Genres und Ländern

Nach einem für die jüngere Vergangenheit in 2014 eher schwachen Jahr ist die Nachfrage nach Auftragsproduktionen in den Untersuchungsjahren auf jeweils rund 740.000 Minuten wieder erfreulich gestiegen. Differenziert man die jüngste Entwicklung nach den Oberkategorien Fiktion, Entertainment und Information werden Unterschiede deutlich. Die meisten Produktionsfirmen haben sich auf Produktionen für eine der Oberkategorien spezialisiert. Zumeist nur große Anbieter sind zudem neben der Fernsehproduktion auch in der Kinoproduktion engagiert. Für die Fiktion-Produzenten ist die Entwicklung der Nachfrage einmal mehr enttäuschend. Das Nachfragevolumen ist zunächst in 2015 um 3.000 Minuten rückläufig gewesen. In 2016 wurden noch einmal über 10.000 Minuten weniger geordert. An der gesamten Fernsehproduktion hatte die Oberkategorie Fiktion in 2016 nur noch einen Anteil von 16,7 Prozent (2015: 18,2 %). Besser entwickelt hat sich die Nachfrage für die Info-Produzenten. Nach einem Einbruch in 2014 folgte in 2015 eine Steigerung der Nachfrage um knapp 20.000 Minuten und in 2016 um nochmal 10.000 Minuten. Der Anteil der Info-Genres betrug in 2016 immerhin wieder 27 Prozent. Dominant sind weiterhin mit einem Anteil von knapp 50 Prozent an der Auftragsproduktion die Entertainment-Genres.

##### 4.1 Produktionsvolumina nach Oberkategorien

	2016 in Minuten		2015 in Minuten		2014 in Minuten	
	abs.	Anteil in %	abs.	Anteil in %	abs.	Anteil in %
Fiktion	123.700	16,7	135.400	18,2	138.800	19,4
Entertainment	351.600	47,6	359.200	48,3	342.700	47,8
Info	202.800	27,4	191.100	25,7	172.500	24,1
sonstiges	61.100	8,3	57.300	7,7	62.700	8,7
gesamt	739.200	100	743.000	100	717.000	100,0

Betrachtet man die Auftragsproduktion nach Bundesländern, überrascht zunächst, dass die NRW-Branche in beiden Untersuchungsjahren ihre Führungsposition im Länderkreis noch weiter ausbauen konnte. Der Marktanteil ist in 2015 von knapp 37 auf 38 Prozent und in 2016 noch mal auf 42 Prozent gestiegen. Mit 284.000 Minuten in 2015 und 313.000 Minuten in 2016 wurden dabei jeweils neue Rekordwerte erzielt. Das zweitgrößte Produktionsvolumen erreicht seit Untersuchungsbeginn beständig die bayerische Produktionsbranche. Die bayerischen Produzenten haben zunächst

für das Jahr 2015 mit 195.000 Minuten ungewöhnlich erfolgreich akquiriert und gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um 23.000 Minuten erreicht. Ein Teil des Zugewinns ging allerdings in 2016 mit nur noch 184.000 Minuten wieder verloren. Die Marktposition der bayerischen Produzenten auf Rang 2 war erneut sehr deutlich; der Abstand zu den NRW-Produzenten in 2016 mit rund 130.000 Minuten allerdings auch beträchtlich. Der Marktanteil Bayerns lag bei 25 bzw. 26 Prozent.

Das Produktionsvolumen der Branche in Hamburg ist in beiden Untersuchungsjahren gesunken: zunächst in 2015 auf 83.000 Minuten (2014: 93.000) und in 2016 auf 76.000 Minuten. Die Branche liegt aber weiterhin vor jener in Berlin, die zwar in 2015 die Produktion auf 78.000 Minuten gesteigert hatte, in 2016 mit 66.000 Minuten aber wieder auf das Niveau von 2014 (68.000) zurückgefallen ist. Der Anteil der beiden Branchen schwankt um 10 Prozent. In 2016 kam die Branche in Berlin nur noch auf 9 Prozent. Auf Rang 3 im Länderranking lagen schon in den Vorjahren die Branchen in den sonstigen Ländern. Ihre Jahresproduktion war allerdings rückläufig: 2014: 122.000, 2015: 103.000 und 2016: 99.000 Minuten. Der Anteil, der den Länderbranchen nicht zugeordnet werden konnte, ist verschwindet gering.

**4.2 TV-Produktion 2016: Genres nach Sitzland der Produzenten**

	Movie	Serie	Comedy	Fiktion sonst.	Fiktion gesamt	Doku- Soap	Show Musik	Game	Talk	Entert. gesamt	Maga- zin	Lang- format	Info sonst.	Info gesamt	sonst.	gesamt
Bayern	8.861	28.318	2.915	1.181	41.275	55.105	10.303	1.615	4.858	71.881	42.863	17.773	2.350	62.986	7.431	183.573
	35,4%	34,2%	22,9%	37,5%	33,4%	25,2%	19,2%	3,9%	12,9%	20,4%	45,6%	17,0%	52,5%	31,1%	12,2%	24,8%
Berlin	5.047	4.239	708	614	10.608	4.505	4.214	0	7.437	16.156	19.421	18.686	1.395	39.502	138	66.404
	20,2%	5,1%	5,6%	19,5%	8,6%	2,1%	7,8%	0,0%	19,7%	4,6%	20,7%	17,9%	31,2%	19,5%	0,2%	9,0%
Hamburg	1.809	3.129	1.030	177	6.145	4.293	9.098	3.464	14.591	31.446	6.380	19.447	0	25.827	12.504	75.922
	7,2%	3,8%	8,1%	5,6%	5,0%	2,0%	16,9%	8,4%	38,7%	8,9%	6,8%	18,6%	0,0%	12,7%	20,5%	10,3%
Nordrhein-Westf.	5.440	8.003	6.575	574	20.592	144.496	22.804	33.207	8.598	209.105	19.445	25.988	670	46.103	37.635	313.435
	21,7%	9,7%	51,6%	18,2%	16,6%	66,0%	42,5%	80,3%	22,8%	59,5%	20,7%	24,9%	15,0%	22,7%	61,6%	42,4%
sonstige Länder	3.866	39.090	1.525	603	45.084	10.205	6.927	3.050	2.235	22.417	5.939	21.841	58	27.838	3.394	98.733
	15,4%	47,2%	12,0%	19,1%	36,4%	4,7%	12,9%	7,4%	5,9%	6,4%	6,3%	20,9%	1,3%	13,7%	5,6%	13,4%
keine Angaben	0	0	0	0	0	200	360	0	0	560	0	554	0	554	0	1.114
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,7%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%	0,0%	0,2%
gesamt	25.023	82.779	12.753	3.149	123.704	218.804	53.706	41.336	37.719	351.565	94.048	104.289	4.473	202.810	61.102	739.181
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte; Anteil am Gesamtvolumen des Genres in %

## 4.3 TV-Produktion 2015: Genres nach Sitzland der Produzenten

	Movie	Serie	Comedy	Fiktion sonst.	Fiktion gesamt	Doku- Soap	Show Musik	Game	Talk	Entert. gesamt	Maga- zin	Lang- format	Info sonst.	Info gesamt	sonst.	gesamt
Bayern	9.878	31.496	2.635	1.217	45.226	70.879	6.905	2.295	3.885	83.964	41.675	16.997	1.682	60.354	5.648	195.192
	36,7%	36,2%	14,7%	34,2%	33,4%	30,5%	12,7%	8,9%	8,4%	23,4%	47,4%	17,1%	47,9%	31,6%	9,9%	26,3%
Berlin	3.698	4.515	730	1.069	10.012	10.726	7.646	0	9.578	27.950	18.676	20.451	810	39.937	315	78.214
	13,7%	5,2%	4,1%	30,0%	7,4%	4,6%	14,1%	0,0%	20,6%	7,8%	21,2%	20,5%	23,1%	20,9%	0,5%	10,5%
Hamburg	2.780	2.547	1.335	280	6.942	12.111	6.874	2.775	14.091	35.851	2.878	19.449	0	22.327	17.547	82.667
	10,3%	2,9%	7,4%	7,9%	5,1%	5,2%	12,7%	10,7%	30,4%	10,0%	3,3%	19,5%	0,0%	11,7%	30,6%	11,1%
Nordrhein-Westf.	6.007	9.140	11.981	141	27.269	131.528	26.123	17.778	13.209	188.638	17.840	19.384	930	38.154	29.975	284.036
	22,3%	10,5%	66,7%	4,0%	20,1%	56,5%	48,1%	68,8%	28,5%	52,5%	20,3%	19,5%	26,5%	20,0%	52,3%	38,2%
sonstige Länder	4.567	39.226	1.290	852	45.935	7.445	6.557	2.825	5.625	22.452	6.925	23.291	90	30.306	3.842	102.535
	17,0%	45,1%	7,2%	23,9%	33,9%	3,2%	12,1%	10,9%	12,1%	6,3%	7,9%	23,4%	2,6%	15,9%	6,7%	13,8%
keine Angaben	0	0	0	0	0	0	180	150	0	330	0	45	0	45	0	375
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,6%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
gesamt	26.930	86.924	17.971	3.559	135.384	232.689	54.285	25.823	46.388	359.185	87.994	99.617	3.512	191.123	57.327	743.019
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte; Anteil am Gesamtvolumen des Genres in %

## Produktion nach Drehort

In den folgenden Tabellen wird ein Überblick über die Auftragsproduktion nach dem jeweiligen Produktionsort gegeben. Als Produktionsort werden der oder die Drehorte gewertet, sofern sich zumindest der Schwerpunkt der Dreharbeiten auf einzelne Bundesländer bzw. das Ausland festlegen lässt. Gegebenenfalls wird das Volumen einer Produktion auch auf mehrere Bundesländer bzw. das Ausland aufgeteilt. Die Informations-Genres bleiben dabei unberücksichtigt. Beim Vergleich der Produktion nach Drehorten ist die Spitzenstellung von Nordrhein-Westfalen noch ausgeprägter als bei jenem nach dem Sitz der Unternehmen. Locations und die großen Studiokapazitäten in und um Köln sorgen für ein andernorts unerreichtes Produktionsvolumen. In 2015 lag der Anteil bei 24 Prozent in 2016 bei 30. Bei vier der 8 untersuchten Genres ist das in NRW gedrehte Volumen jeweils am größten.

Drehorte In Berlin erreichten in beiden Jahren Anteile von 11 Prozent und profitierten dabei insbesondere vom hohen Produktionsvolumen der Talk-Shows und Doku-Soaps. Bayern kam in 2015 auf einen Anteil von 10 Prozent, in 2015 jedoch nur noch auf 8 Prozent. Hamburg erreichte jeweils rund 9 Prozent. Die sonstigen Länder hatten einen Anteil von jeweils 10 Prozent. Locations im Ausland wurden für jeweils rund 5 Prozent der Produktion genutzt. Insbesondere bei den TV-Movies war der Auslandsanteil mit rund 30 Prozent hoch. Bei all diesen Werten muss allerdings berücksichtigt werden, dass das Produktionsvolumen, das nicht eindeutig zugeordnet werden konnte, über die Jahre immer relativ groß ist. In 2016 galt dies für 27 Prozent des Gesamtvolumens der untersuchten Genres, in 2015 für 31 Prozent.

#### 4.4 TV-Produktion 2016: Genres nach Herstellungsland (o. Informationsgenres)

	Movie	Serie	Comedy	Fiktion sonst.	Fiktion gesamt	Doku- Soap	Show Musik	Game	Talk	Entert. gesamt	sonst.	gesamt o. Info
Bayern	3.873	21.756	480	142	26.251	8.712	2.735	1.700	0	13.147	2.528	41.926
	15,5%	26,3%	3,8%	4,5%	21,2%	4,0%	5,1%	4,1%	0,0%	3,7%	4,1%	7,8%
Berlin	4.102	5.062	2.325	248	11.737	25.262	9.231	984	14.643	50.120	145	62.002
	16,4%	6,1%	18,2%	7,9%	9,5%	11,5%	17,2%	2,4%	38,8%	14,3%	0,2%	11,6%
Hamburg	1.268	2.991	400	60	4.719	5.207	1.748	14.788	9.871	31.614	11.906	48.239
	5,1%	3,6%	3,1%	1,9%	3,8%	2,4%	3,3%	35,8%	26,2%	9,0%	19,5%	9,0%
Nordrhein-Westf.	2.600	22.560	4.614	23	29.797	71.423	17.030	17.195	4.525	110.173	22.572	162.542
	10,4%	27,3%	36,2%	0,7%	24,1%	32,6%	31,7%	41,6%	12,0%	31,3%	36,9%	30,3%
sonstige Länder	5.257	27.647	1.775	571	35.250	8.136	5.238	2.695	480	16.549	3.555	55.354
	21,0%	33,4%	13,9%	18,2%	28,5%	3,7%	9,8%	6,5%	1,3%	4,7%	5,8%	10,3%
keine Angaben	247	1.562	3.014	1.809	6.632	87.756	15.808	3.974	8.200	115.738	20.036	142.406
	1,0%	1,9%	23,6%	57,5%	5,4%	40,1%	29,4%	9,6%	21,7%	32,9%	32,8%	26,6%
Ausland	7.644	1.199	145	292	9.280	12.302	1.916	0	0	14.218	360	23.858
	30,6%	1,4%	1,1%	9,3%	7,5%	5,6%	3,6%	0,0%	0,0%	4,0%	0,6%	4,4%
gesamt	24.991	82.777	12.753	3.145	123.666	218.798	53.706	41.336	37.719	351.559	61.102	536.327
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte; Anteile am Gesamtvolumen des Genres in %

## 4.5 TV-Produktion 2015: Genres nach Herstellungsland (o. Informationsgenres)

	Movie	Serie	Comedy	Fiktion sonst.	Fiktion gesamt	Doku- Soap	Show Musik	Game	Talk	Entert. gesamt	sonst.	gesamt o. Info
Bayern	3.854	25.479	1.050	156	30.539	20.196	1.908	1.050	0	23.154	1.851	55.544
	14,3%	29,3%	5,8%	4,4%	22,6%	8,7%	3,5%	4,1%	0,0%	6,4%	3,2%	10,1%
Berlin	4.814	5.689	1.170	288	11.961	21.584	9.474	0	16.419	47.477	1.200	60.638
	17,9%	6,5%	6,5%	8,1%	8,8%	9,3%	17,5%	0,0%	35,4%	13,2%	2,1%	11,0%
Hamburg	1.566	3.229	767	115	5.677	2.396	1.810	10.818	9.916	24.940	16.313	46.930
	5,8%	3,7%	4,3%	3,2%	4,2%	1,0%	3,3%	41,9%	21,4%	6,9%	28,5%	8,5%
Nordrhein-Westf.	3.002	20.972	10.203	76	34.253	58.338	18.622	4.690	9.399	91.049	8.751	134.053
	11,2%	24,1%	56,8%	2,1%	25,3%	25,1%	34,3%	18,2%	20,3%	25,3%	2,4%	24,3%
sonstige Länder	5.650	26.760	2.187	792	35.389	7.911	3.434	3.435	3.390	18.170	3.168	56.727
	21,0%	30,8%	12,2%	22,3%	26,1%	3,4%	6,3%	13,3%	7,3%	5,1%	5,5%	10,3%
keine Angaben	258	2.702	2.477	1.766	7.203	108.610	16.818	5.830	7.264	138.522	24.784	170.509
	1,0%	10,0%	13,8%	49,7%	5,3%	46,7%	31,0%	22,6%	15,7%	38,6%	43,2%	30,9%
Ausland	7.766	2.092	114	363	10.335	13.652	2.219	0	0	15.871	1.260	27.466
	28,9%	2,4%	0,6%	10,2%	7,6%	5,9%	4,1%	0,0%	0,0%	4,4%	2,2%	5,0%
gesamt	26.910	86.923	17.968	3.556	135.357	232.687	54.285	25.823	46.388	359.183	57.327	551.867
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte; Anteil am Gesamtvolumen des Genres in %

### 4.1 Die Fiktion-Genres

Das Gesamtvolumen der Fiktion-Produktion ist schon seit Jahren rückläufig. Der Höhepunkt der Produktion war 2007 mit einem Volumen von 220.000 Minuten erreicht. Seitdem geht das Volumen zurück. In 2015 wurde mit 135.000 Minuten noch einmal ähnlich viel produziert wie in den beiden Vorjahren. In 2016 waren es jedoch nur noch 124.000 Minuten und damit so wenig wie zuletzt in 1998, dem ersten Untersuchungsjahr. In 2016 war die Nachfrage bei allen drei Fiktion-Genres gesunken, bei TV-Movie, Serie und Comedy. Insbesondere wurden deutlich weniger Comedies produziert, so dass der Anteil des Genres an der Fiktion-Produktion auf den Allzeit-Tiefpunkt von 10 Prozent gesunken ist.

Nachgefragt wurden Fiktion-Produktionen vor allem für Das Erste (35 Prozent) und das ZDF-Hauptprogramm (25 bzw. 23 Prozent). Mit einem Anteil von 17 Prozent in beiden Jahren war auch RTL ein wichtiger Auftraggeber. Auf rund 10 Prozent kamen die Dritten Programme. Die sonstigen Programme waren für die Fiktion-Produktion nachrangig.

#### 4.6 Fiktion gesamt nach Sendern 2016

Angaben in Minuten; gewichtete Werte

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro7	Dritte	arte 3sat Kika	sonst. Sender	k. A.	gesamt
Bayern	16.921	10.192	275	3.943	138	7.095	645	1.405	661	41.275
	38,8%	32,5%	1,3%	71,3%	19,3%	63,0%	12,7%	32,0%	56,6%	33,4%
Berlin	2.973	5.352	0	175	48	570	810	537	143	10.608
	6,8%	17,0%	0,0%	3,2%	6,7%	5,1%	15,9%	12,2%	2,8%	8,6%
Hamburg	2.490	2.316	290	0	250	670	78	0	51	6.145
	5,7%	7,4%	1,4%	0,0%	34,9%	5,9%	1,5%	0,0%	4,4%	5,0%
Nordrhein-Westf.	3.536	9.032	2.650	1.280	280	1.332	1.264	1.170	48	20.592
	8,1%	28,8%	12,9%	23,1%	39,1%	11,8%	24,8%	26,7%	4,1%	16,6%
sonstige Länder	17.647	4.500	17.375	135	0	1.599	2.291	1.272	265	45.084
	40,5%	14,3%	84,4%	2,4%	0,0%	14,2%	45,0%	29,0%	22,7%	36,4%
keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
gesamt	43.567	31.392	20.590	5.533	716	11.266	5.088	4.384	1.168	123.704
Anteil der Sender	35,2%	25,4%	16,6%	4,5%	0,6%	9,1%	4,1%	3,5%	0,9%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

**4.7 Fiktion gesamt nach Sendern 2015**

Angaben in Minuten; gewichtete Werte

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro7	Dritte	arte 3sat Kika	sonst. Sender	k. A.	gesamt
Bayern	18.138	10.792	2.576	1.350	90	9.423	1.241	1.443	173	45.226
	38,7%	34,8%	11,5%	23,1%	1,4%	64,0%	27,8%	44,6%	35,4%	33,4%
Berlin	2.527	4.405	298	214	180	657	1.348	300	83	10.012
	5,4%	14,2%	1,3%	3,7%	2,8%	4,5%	30,2%	9,3%	17,0%	7,4%
Hamburg	2.924	2.554	0	30	0	1.338	15	0	81	6.942
	6,2%	8,2%	0,0%	0,5%	0,0%	9,1%	0,3%	0,0%	16,6%	5,1%
Nordrhein-Westf.	4.313	9.007	2.808	1.815	6.076	1.761	265	1.224	0	27.269
	9,2%	29,1%	12,5%	31,0%	95,7%	12,0%	5,9%	37,8%	0,0%	20,1%
sonstige Länder	18.933	4.220	16.795	2.440	0	1.538	1.589	268	152	45.935
	40,4%	13,6%	74,7%	41,7%	0,0%	10,5%	35,6%	8,3%	31,1%	33,9%
keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
gesamt	46.835	30.978	22.477	5.849	6.346	14.717	4.458	3.235	489	135.384
Anteil der Sender	34,6%	22,9%	16,6%	4,3%	4,7%	10,9%	3,3%	2,4%	0,4%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

Bei der Produktion nach Drehorten haben die sonstigen Länder in den Untersuchungsjahren besonders gut abgeschnitten. In 2016 wurden 29 Prozent des Fiktion-Volumens dort gedreht. In 2015 waren es 26 Prozent. Ihr aktueller Marktanteil liegt auch deutlich über ihrem Langzeitschnitt in Höhe von 21 Prozent. Die sonstigen Länder haben damit Nordrhein-Westfalen von der Spitze verdrängt. Dort wurden in 2016 24 Prozent und in 2015 25 Prozent des Volumens realisiert. Der Langzeitschnitt von NRW liegt hingegen bei gut einem Drittel. Auf Rang 3 kam erneut Bayern mit 21 bzw. 22 Prozent. In Berlin waren es jeweils rund 9 Prozent. Locations in Hamburg werden traditionell nur wenig genutzt. Der Anteil von Hamburg lag in beiden Jahren bei 4 Prozent. Mit rund 7 Prozent waren jeweils Drehs im Ausland an der Produktion beteiligt.

**4.8 Langzeitvergleich: Entwicklung der Fiktion-Genres (nach Sitzland)**

	Movie	Serie	Comedy	Fiktion sonst.	Fiktion gesamt
2016	25.023	82.779	12.753	3.149	123.704
	20,2%	66,9%	10,3%	2,5%	100,0%
2015	26.930	86.924	17.971	3.559	135.384
	19,9%	64,2%	13,3%	2,6%	100,0%
2014	25.916	90.460	19.328	3.054	138.758
	18,7%	65,2%	13,9%	2,2%	100,0%
2013	23.689	90.198	18.434	3.587	135.908
	17,4%	66,4%	13,6%	2,6%	100,0%
2012	22.319	106.267	18.724	4.259	151.569
	14,7%	70,1%	12,4%	2,8%	100,0%
2011	24.016	126.297	22.913	4.060	177.286
	13,5%	71,2%	12,9%	2,3%	100,0%
2010	26.093	124.172	20.108	5.221	175.594
	14,9%	70,7%	11,5%	3,0%	100,0%
2009	26.270	127.201	19.849	5.770	179.090
	14,7%	71,0%	11,1%	3,2%	100,0%
2008	26.634	132.850	21.521	6.102	187.107
	14,2%	71,0%	11,5%	3,3%	100,0%
2007	25.610	159.178	30.061	5.108	219.957
	11,6%	72,4%	13,7%	2,3%	100,0%
2006	26.179	139.947	30.389	3.253	199.768
	13,1%	70,1%	15,2%	1,6%	100,0%
2005	24.718	132.781	26.705	3.564	187.768
	13,2%	70,7%	14,2%	1,9%	100,0%
2004	26.036	123.086	30.264	862	180.248
	14,4%	68,3%	16,8%	0,5%	100,0%
2003	25.666	121.609	25.330	903	173.508
	14,8%	70,1%	14,6%	0,5%	100,0%
2002	27.296	116.700	29.297	902	174.195
	15,7%	67,0%	16,8%	0,5%	100,0%
2001	24.574	100.023	19.640	1.838	146.075
	16,8%	68,5%	13,4%	1,3%	100,0%
2000	28.340	89.600	24.048	1.134	143.122
	19,8%	62,6%	16,8%	0,8%	100,0%
1999	27.649	92.683	18.303	2.338	140.973
	19,6%	65,7%	13,0%	1,7%	100,0%
1998	26.927	77.167	16.366	0	120.460
	22,4%	64,1%	13,6%	0,0%	100,0%
99 - 16	462.958	2.042.755	405.638	58.663	2.970.014
gesamt	15,6%	68,8%	13,7%	2,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

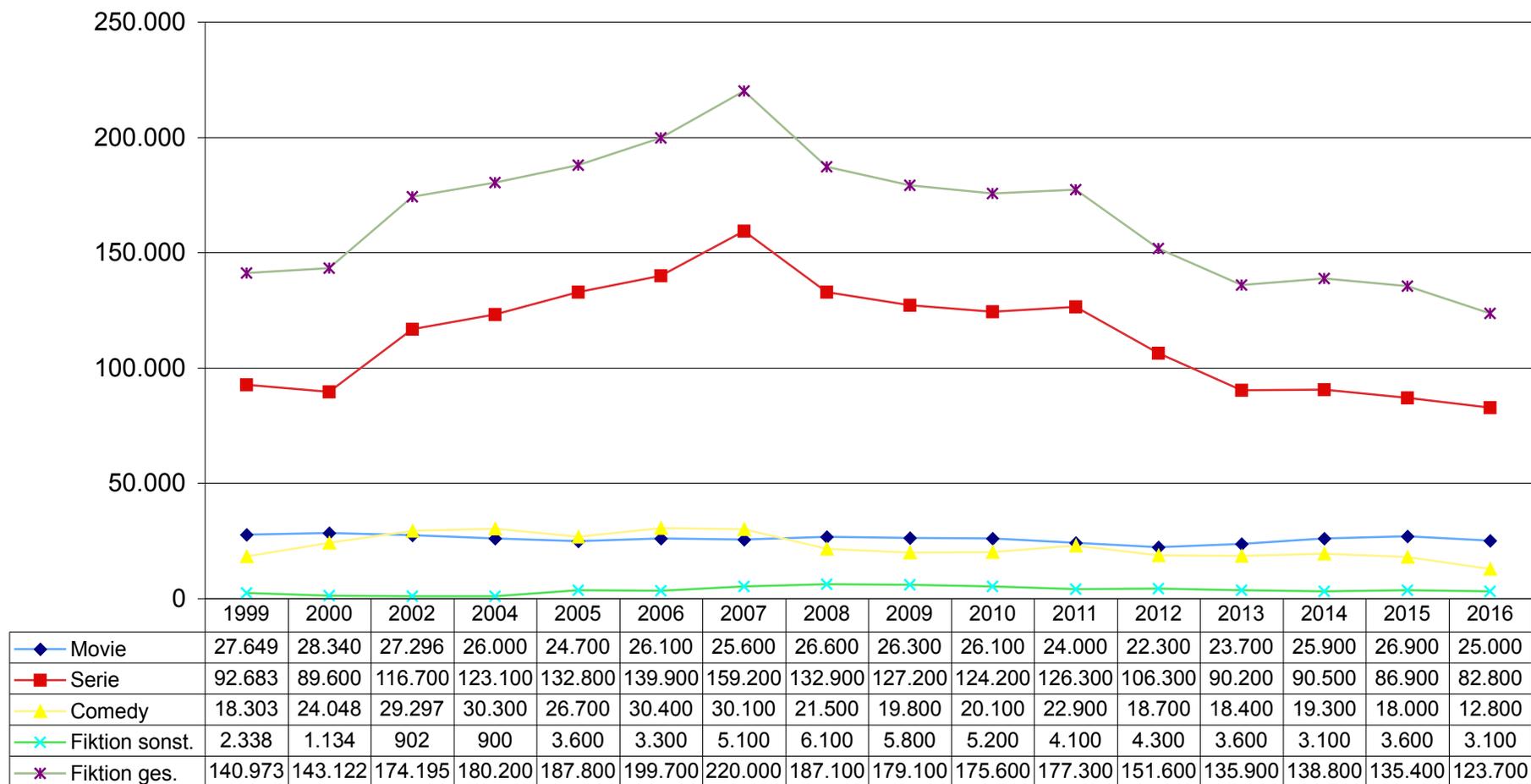
**4.9 Langzeitvergleich: Fiktion gesamt nach Produktionsland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	26.245	11.960	4.713	29.783	35.805	6.939	9.124	124.569
	21,1%	9,6%	3,8%	23,9%	28,7%	5,6%	7,3%	100,0%
2015	30.547	12.301	5.677	34.253	35.629	7.623	10.155	136.185
	22,4%	9,0%	4,2%	25,2%	26,2%	5,6%	7,5%	100,0%
2014	28.074	10.926	6.763	42.173	34.384	5.943	10.456	138.719
	20,2%	7,9%	4,9%	30,4%	24,8%	4,3%	7,5%	100,0%
2013	30.258	9.226	6.125	45.157	31.679	5.365	8.065	135.875
	22,3%	6,8%	4,5%	33,2%	23,3%	3,9%	5,9%	100,0%
2012	34.860	10.788	5.749	44.829	36.802	9.977	8.498	151.503
	23,0%	7,1%	3,8%	29,6%	24,3%	6,6%	5,6%	100,0%
2011	44.983	9.885	7.748	53.285	39.307	7.763	14.281	177.252
	25,4%	5,6%	4,4%	30,1%	22,2%	4,4%	8,1%	100,0%
2010	41.065	14.198	5.854	43.979	53.106	6.823	10.537	175.562
	23,4%	8,1%	3,3%	25,1%	30,2%	3,9%	6,0%	100,0%
2009	43.882	11.530	5.266	45.608	57.916	5.456	9.388	179.046
	24,5%	6,4%	2,9%	25,5%	32,3%	3,0%	5,2%	100,0%
2008	43.379	15.577	7.145	61.594	44.771	5.430	9.204	187.100
	23,2%	8,3%	3,8%	32,9%	23,9%	2,9%	4,9%	100,0%
2007	43.380	21.654	6.892	85.145	44.151	11.270	7.445	219.937
	19,7%	9,8%	3,1%	38,7%	20,1%	5,1%	3,4%	100,0%
2006	39.115	26.005	7.872	78.495	37.611	2.638	8.026	199.762
	19,6%	13,0%	3,9%	39,3%	18,8%	1,3%	4,0%	100,0%
2005	38.067	23.359	7.644	77.567	31.122	2.612	7.396	187.767
	20,3%	12,4%	4,1%	41,3%	16,6%	1,4%	3,9%	100,0%
2004	31.270	16.667	9.046	80.589	27.160	7.611	8.559	180.902
	17,3%	9,2%	5,0%	44,5%	15,0%	4,2%	4,7%	100,0%
2003	32.394	18.313	10.802	75.766	21.800	8.976	8.815	176.866
	18,3%	10,4%	6,1%	42,8%	12,3%	5,1%	5,0%	100,0%
2002	34.980	27.326	9.571	68.839	20.646	6.856	5.995	174.213
	20,1%	15,7%	5,5%	39,5%	11,9%	3,9%	3,4%	100,0%
2001	23.000	25.100	9.900	53.100	23.000	3.800	8.100	146.000
	15,8%	17,2%	6,8%	36,4%	15,8%	2,6%	5,5%	100,0%
2000	25.148	24.737	11.297	46.768	19.629	7.678	8.786	144.043
	17,5%	17,2%	7,8%	32,5%	13,6%	5,3%	6,1%	100,0%
1999	28.900	16.300	14.600	40.500	18.600	8.200	13.900	141.000
	20,5%	11,6%	10,4%	28,7%	13,2%	5,8%	9,9%	100,0%
1998	26.187	18.727	15.034	35.934	20.032	5.953	5.241	127.108
	20,6%	14,7%	11,8%	28,3%	15,8%	4,7%	4,1%	100,0%
99 - 16 gesamt	619.547	305.852	142.664	1.007.430	613.118	120.960	166.730	2.976.301
	20,8%	10,3%	4,8%	33,8%	20,6%	4,1%	5,6%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

**Grafik 4.1 Volumenentwicklung der Fiktion-Genres**



FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte nach Unternehmenssitz

### 4.1.1 TV-Movie

Die Nachfrage nach TV-Movies hat sich in den Jahren 2015 und 2016 im Sinne der Produktionsbranche positiv entwickelt. In 2015 wurde mit knapp 27.000 Minuten ein Volumen wie zuletzt in 2008 erreicht. Noch etwas mehr produziert worden war nur in den ersten Untersuchungsjahren. In 2016 ist das Produktionsvolumen dann zwar um 2.000 Minuten gesunken, doch auch dieser Wert zählt noch zu den höchsten der letzten Jahre. Als TV-Movies werden fiktionale Produktionen mit einer Länge von in der Regel rund 90 Minuten bezeichnet, die als Einzelproduktionen oder als Folgen von Reihen wie etwa *Tatort* hergestellt werden. Bei einem Durchschnittspreis von 1,5 Mio. € ergibt sich ein Minutenpreis von etwa 17.000 €. Damit ist die Movie-Produktion in der Regel die teuerste Form der Fernsehproduktion, wenn man von Übertragungen bedeutender Sportereignisse oder herausragender Shows absieht.

Diese Movie-Produktion ist für viele große Produktionsfirmen oft seit Jahrzehnten die wirtschaftliche Basis. Zugleich ist die Produktion des Genres aber kein closed shop allein für etablierte Unternehmen. Immer wieder tauchen in der Branche neue Movie-Produzenten auf, die überwiegend eigenständig agieren, zum Teil aber auch mit den bereits etablierten verflochten sind. Insgesamt waren an der Movie-Produktion in 2015 102 Firmen und in 2016 96 Firmen beteiligt. Diese Werte liegen auf dem Niveau für die Vorjahre (vgl. Tab. 4.10). Unter Beteiligung an der Genre-Produktion wird dabei das Engagement zumindest als Koproduzent an mindestens einer Movie-Produktion pro Jahr verstanden.

Beachtlich ist, dass der Produktionsanteil der von Sendern abhängigen Unternehmen in den Untersuchungsjahren wieder gestiegen ist. Dieser war bis 2014 auf 49 Prozent gesunken, stieg in 2015 zunächst auf 54 und in 2016 auf 57 Prozent. Auch die Anzahl der abhängigen Betriebe ist wieder leicht gestiegen und lag in beiden Jahren bei rund einem Drittel. Dieses Drittel erreichte einen Marktanteil von 57 Prozent in 2016 und 54 Prozent in 2015. Es handelt sich durchschnittlich also um größere Betriebe als jene im Bereich der unabhängigen Produzenten. Beispielhaft verdeutlicht dies auch das Ranking der Firmen mit dem größten Produktionsvolumen (vgl. Tab. 4.11). Auf den Rängen 1 bis 3 befinden sich mit Network Movie (ZDF), der UFA-Fiction (RTL) und der Bavaria Fiction (ARD und ZDF) namhafte abhängige Unternehmen.

**4.10 Abhängige und unabhängige Firmen in der Movie-Produktion (Einzelfirmen)**

Jahr	Anz. Firmen ges.	Abhängige Firmen				Unabhängige Firmen			
		Anzahl Firmen	Prod.-Volumen	Volumen pro Firma	Marktanteil	Anzahl Firmen	Prod.-Volumen	Volumen pro Firma	Marktanteil
2016	96	33	14.271	432	57 %	66	10.752	163	43 %
2015	102	34	14.465	425	54 %	68	12.465	183	46 %
2014	98	30	12.787	426	49 %	68	13.129	193	51 %
2013	91	40	11.861	297	50 %	51	11.828	232	50 %
2012	92	41	13.672	333	61 %	51	8.602	169	39 %
2011	102	42	13.944	332	58 %	60	10.072	168	42 %

**4.11 Die größten Movie-Produzenten**

	2016		2015			2014		
	Anzahl Beteiligungen	Minuten	Anzahl Beteiligungen	Minuten	Rang	Anzahl Beteiligungen	Minuten	Rang
UFA-Fiction <sup>1)</sup>	30	2.252	26	1.962	2.	24	1.800	2.
Network Movie	25	2.250	24	2.160	1.	26	2.300	1.
Bavaria Fernsehprod.	17	1.485	19	1.615	4.	24	1.800	3.
ndf	14	1.360	17	1.575	3.	16	1.400	4.
Wiedemann & Berg	13	923	17	1.415	5.	9	765	-
Ziegler Film	10	855	13	1.035	6.	9	800	8.
Warner Bros. <sup>2)</sup>	9	810	8	720	7.	8	700	9.
TV 60 Filmprod.	9	795	6	540	9.	3	270	-
Polyphon Film	8	675	6	540	10.	10	800	5.
FFP New Media	7	630	8	719	8.	6	500	-
filmpool fiction	6	540	5	360	-	9	800	6.
Zeitsprung Pictures	2	176	4	383	-	9	800	7.
Maran-Film	0	0	4	360	-	9	800	10.

1) Im Zuge der Reorganisation der UFA-Gruppe ist die Firmenbezeichnung teamWorx aufgegeben worden. Zentrale Firma der Gruppe für die TV-Movie-Produktion ist nun die UFA Fiction.

2) In den Vorjahren noch mit der Firmenbezeichnung Eyeworks Fiction.

Wichtigster Auftraggeber bei der Movie-Produktion war das ZDF mit einem Volumen von über 12.000 Minuten pro Jahr. Die ARD hatte in 2015 die Nachfrage zunächst auf gleichfalls knapp 12.000 Minuten gesteigert, sie aber bereits in 2016 wieder auf gut 9.000 Minuten reduziert. Nimmt man die kleinen Potentiale von arte und den Dritten hinzu, hatten die öffentlich-rechtlichen Anstalten in beiden Untersuchungsjahren einen Anteil am Produktionsvolumen von weit über 90 Prozent. Die privaten Sender

haben schon vor Jahren ihre Nachfrage radikal beschränkt. RTL und SAT.1 verzichteten wohl insbesondere aus Imagegründen nicht vollständig auf das relativ teure Genre.

#### 4.12 Movies nach Sendern und Sitz 2016

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	3.301	2.115	954	1.304	1.756	0	9.430
ZDF	4.472	2.397	675	3.735	1.665	0	12.944
RTL	0	0	0	86		0	86
SAT.1	593	175	0	90	135	0	993
arte	90	180	0	225	45	0	540
Dritte	270	90	180		175	0	715
sonstige	45	0	0	0	0	0	45
k. A.	90	90	0	0	90	0	270
gesamt	8.861	5.047	1.809	5.440	3.866	0	25.023

Quelle: FORMATT-Institut

#### 4.13 Movies nach Sendern und Sitz 2015

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	4.694	1.541	1.620	1.529	2.387	0	11.771
ZDF	4.810	1.253	757	3.825	1.610	0	12.255
RTL	149	298	0	293	0	0	740
SAT.1	90	114	0	180	295	0	679
Pro7	0	0	0	0	0	0	0
arte	135	492	0	90	90	0	807
Dritte	0		403	90	90	0	583
k. A.	0	0	0	0	95	0	95
gesamt	9.878	3.698	2.780	6.007	4.567	0	26.930

Quelle: FORMATT-Institut

Vergleicht man die Produktionsvolumen der Branchen einzelner Länder zeigt sich eine Führungsrolle der Produzenten in Bayern. Diese haben in den Untersuchungsjahren leicht zugelegt und in 2016 einen Marktanteil von 35 Prozent erreicht. Auf Rang 2 steht die NRW-Branche mit zuletzt 22 Prozent. Der Marktanteil ist allerdings seit 2013 rückläufig. Die Produzenten in Berlin haben sich dagegen in 2016 sprunghaft auf 20 Prozent gesteigert. Die Branchen in den sonstigen Ländern kamen in 2015 auf 17 und in 2016 auf 15 Prozent. Die Betriebe in Hamburg erreichten in 2015 einen Anteil von 10 Prozent, fielen in 2016 aber wieder auf 7 Prozent zurück.

#### 4.14 TV-Movies und Reihen nach Sitzland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	8.861	5.047	1.809	5.440	3.866	0	25.023
	35,4%	20,2%	7,2%	21,7%	15,4%	0,0%	100,0%
2015	9.878	3.698	2.780	6.007	4.567	0	26.930
	36,7%	13,7%	10,3%	22,3%	17,0%	0,0%	100,0%
2014	8.800	3.939	1.935	6.353	4.889	0	25.916
	34,0%	15,2%	7,5%	24,5%	18,9%	0,0%	100,0%
2013	7.292	2.521	2.113	5.979	5.784	0	23.689
	30,8%	10,6%	8,9%	25,2%	24,4%	0,0%	100,0%
2012	6.918	3.412	2.279	5.079	4.631	0	22.319
	31,0%	15,3%	10,2%	22,8%	20,7%	0,0%	100,0%
2011	8.218	3.793	2.064	4.813	5.128	0	24.016
	34,2%	15,8%	8,6%	20,0%	21,4%	0,0%	100,0%
2010	7.665	4.938	2.566	6.141	4.783	0	26.093
	29,4%	18,9%	9,8%	23,5%	18,3%	0,0%	100,0%
2009	7.528	4.946	2.681	5.669	5.446	0	26.270
	28,7%	18,8%	10,2%	21,6%	20,7%	0,0%	100,0%
2008	8.086	5.803	2.618	5.087	5.040		26.634
	30,4%	21,8%	9,8%	19,1%	18,9%	0,0%	100,0%
2007	7.818	6.303	2.680	4.669	4.140		25.610
	30,5%	24,6%	10,5%	18,2%	16,2%	0,0%	100,0%
2006	8.120	5.304	3.102	4.829	4.824		26.179
	31,0%	20,3%	11,8%	18,4%	18,4%	0,0%	100,0%
2005	7.248	4.964	4.318	3.221	4.967		24.718
	29,3%	20,1%	17,5%	13,0%	20,1%	0,0%	100,0%
2004	7.722	6.097	3.983	5.119	3.115		26.036
	29,7%	23,4%	15,3%	19,7%	12,0%	0,0%	100,0%
2003	7.159	5.775	4.497	4.489	3.700	46	25.666
	27,9%	22,5%	17,5%	17,5%	14,4%	0,2%	100,0%
2002	8.015	6.709	4.699	3.877	3.996		27.296
	29,4%	24,6%	17,2%	14,2%	14,6%	0,0%	100,0%
2001	7.648	5.163	4.737	3.612	3.271	143	24.574
	31,1%	21,0%	19,3%	14,7%	13,3%	0,6%	100,0%
2000	8.333	5.499	6.117	4.854	3.179	358	28.340
	29,4%	19,4%	21,6%	17,1%	11,2%	1,3%	100,0%
1999	7.078	5.242	6.057	5.029	4.015	228	27.649
	25,6%	19,0%	21,9%	18,2%	14,5%	0,8%	100,0%
1998	8.107	4.722	5.160	4.622	3.879	437	26.927
	30,1%	17,5%	19,2%	17,2%	14,4%	1,6%	100,0%
99 - 16 gesamt	142.387	89.153	61.035	90.267	79.341	775	462.958
	30,8%	19,3%	13,2%	19,5%	17,1%	0,2%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

Wie schon in den letzten Jahren sind Drehorte im Ausland für die Movie-Produktion gefragt. Dreharbeiten im Ausland kamen in den Untersuchungsjahren erneut auf einen Anteil von rund 30 Prozent. Gut ein Fünftel des Produktionsvolumens entstand in

beiden Jahren in den sonstigen Ländern. In den vier führenden Produktionsländern ist insgesamt nur knapp die Hälfte des Produktionsvolumens erstellt worden. Das ist im Genre-Vergleich weit unterdurchschnittlich. Berlin kam auf Anteile von 18 bzw. 16 Prozent, Bayern auf 16 bzw. 14 Prozent, NRW auf jeweils 11 Prozent und Hamburg auf gut 5 Prozent.

#### 4.15 TV-Movies und Reihen nach Produktionsland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	3.873	4.102	1.268	2.600	5.257	247	7.644	24.991
	15,5%	16,4%	5,1%	10,4%	21,0%	1,0%	30,6%	100,0%
2015	3.854	4.814	1.566	3.002	5.650	258	7.766	26.910
	14,3%	17,9%	5,8%	11,2%	21,0%	1,0%	28,9%	100,0%
2014	3.078	4.632	1.950	2.814	5.116	515	7.782	25.887
	11,9%	17,9%	7,5%	10,9%	19,8%	2,0%	30,1%	100,0%
2013	3.851	3.297	2.073	2.654	5.211	254	6.324	23.664
	16,3%	13,9%	8,8%	11,2%	22,0%	1,1%	26,7%	100,0%
2012	2.902	3.528	1.963	2.450	4.938	135	6.344	22.260
	13,0%	15,8%	8,8%	11,0%	22,2%	0,6%	28,5%	100,0%
2011	3.595	3.249	2.257	2.409	4.761	173	7.546	23.990
	15,0%	13,5%	9,4%	10,0%	19,8%	0,7%	31,5%	100,0%
2010	4.476	3.242	2.056	2.231	5.820	669	7.576	26.070
	17,2%	12,4%	7,9%	8,6%	22,3%	2,6%	29,1%	100,0%
2009	4.090	4.325	1.882	2.703	5.699	269	7.270	26.238
	15,6%	16,5%	7,2%	10,3%	21,7%	1,0%	27,7%	100,0%
2008	3.093	4.123	2.456	2.761	5.744	1.504	6.953	26.634
	11,6%	15,5%	9,2%	10,4%	21,6%	5,6%	26,1%	100,0%
2007	4.802	4.054	2.181	2.393	5.405	859	5.901	25.595
	18,8%	15,8%	8,5%	9,3%	21,1%	3,4%	23,1%	100,0%
2006	4.255	4.267	2.622	2.245	5.558	692	6.538	26.177
	16,3%	16,3%	10,0%	8,6%	21,2%	2,6%	25,0%	100,0%
2005	4.109	4.038	2.799	2.103	5.057	586	6.025	24.717
	16,6%	16,3%	11,3%	8,5%	20,5%	2,4%	24,4%	100,0%
2004	3.975	4.000	2.997	1.750	6.017	557	6.697	25.993
	15,3%	15,4%	11,5%	6,7%	23,1%	2,1%	25,8%	100,0%
2003	3.782	3.934	3.011	2.001	6.188	1.075	5.675	25.666
	14,7%	15,3%	11,7%	7,8%	24,1%	4,2%	22,1%	100,0%
2002	4.694	4.827	4.081	2.475	5.620	2.061	3.538	27.296
	17,2%	17,7%	15,0%	9,1%	20,6%	7,6%	13,0%	100,0%
2001	4.218	4.669	3.046	2.920	3.420	1.309	4.993	24.575
	17,2%	19,0%	12,4%	11,9%	13,9%	5,3%	20,3%	100,0%
2000	5.406	4.234	4.152	2.410	3.063	2.379	6.696	28.340
	19,1%	14,9%	14,7%	8,5%	10,8%	8,4%	23,6%	100,0%
1999	4.587	5.865	3.848	2.747	3.245	2.384	4.961	27.637
	16,6%	21,2%	13,9%	9,9%	11,7%	8,6%	18,0%	100,0%
99 - 16 gesamt	72.640	75.200	46.208	44.668	91.769	15.926	116.229	462.640
	15,7%	16,3%	10,0%	9,7%	19,8%	3,4%	25,1%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

#### 4.1.2 Serie

In der Produktionsbranche und in den Sendern wird seit geraumer Zeit über ein wachsendes Publikumsinteresse an Serien gesprochen. Dieses neue Interesse wird inzwischen auch von Medien geteilt. Vermeintlich neu und erfolgversprechend sind vornehmlich in den USA linear erzählte Stoffe. Diese Produktionen haben allerdings häufig eine Sendelänge von mehr als 60 Minuten und würden in dieser Untersuchung zu den Reihen gerechnet werden. Im Vergleich zu Deutschland werden solche Formate in den USA allerdings auch mit einem außergewöhnlich hohen Aufwand produziert. Hierzulande entspricht wohl die in 2017 gedrehte Serie *Babylon Berlin* den Vorbildern aus den USA. Sie ist in Bezug auf ihre Finanzierung ungewöhnlich und könnte ggf. beispielhaft sein. Die hohen Produktionskosten waren nur durch eine Kooperation der ARD mit Sky für eine Nutzung im Free- sowie im Pay-TV zu refinanzieren. Zugleich waren Auslandsverkäufe über die Beta-Film ein wesentlicher Baustein des Finanzierungskonzeptes.

Die Nachfrage nach Formaten bis zu einer Länge von 60 Minuten ist in Deutschland auch in 2015 und 2016 rückläufig gewesen, allerdings nur leicht. In 2015 wurden 87.000 Minuten (2014: 90.000) produziert, in 2016 83.000. Der Höchststand der Nachfrage war 2007 mit 160.000 Minuten erreicht worden. Für die Branche der Fiktionproduzenten haben die Serien aber weiterhin eine große Bedeutung, weil mit ihnen anders als mit der Produktion von Movies oder Kinofilmen für eine längere Zeit eine kalkulierbare Auslastung erreicht wird.

Mit Abstand größter Auftraggeber war in den Jahren 2015 und 2016 mit jeweils 33.000 Minuten die ARD. Das entspricht einem Anteil von jeweils knapp 40 Prozent. Rang 2 belegte RTL mit rund 20.000 Minuten und einem Anteil von jeweils 23 Prozent. Das ZDF kam mit jeweils gut 15.000 Minuten auf knapp 20 Prozent. Das von den Dritten beauftragte Volumen ist von gut 9.000 Minuten in 2015 auf 6.000 Minuten in 2016 zurückgegangen. Die übrigen Sender haben in der Serienproduktion eine nur untergeordnete Bedeutung.

**4.16 Serien nach Sendern und Sitz 2016**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	13.440	552	1.476	1.721	15.833		33.022
ZDF	4.760	2.925	1.485	3.867	2.790		15.827
RTL			60	1.590	17.215		18.865
SAT.1	3.200			225			3.425
Kika/arte/funk	432	225	78	150	1.980		2.865
Dritte	5.985	180					6.165
sonst. Sender	270	357		450	1.272		2.349
k. A.	231		30				261
gesamt	28.318	4.239	3.129	8.003	39.090	0	82.779

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

**4.17 Serien nach Sendern und Sitz 2015**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	13.179	710	1.164	1.628	16.486		33.167
ZDF	4.673	2.915	1.353	3.732	2.610		15.283
RTL	2.067			1.421	16.795		20.283
SAT.1	1.080		30	685	2.145		3.940
Kika/arte	924	320			832		2.076
Dritte	8.580	270		450	90		9.390
sonst. Sender	993	300		1.224	268		2.785
k. A.							0
gesamt	31.496	4.515	2.547	9.140	39.226	0	86.924

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

Die Produktionsbranchen der vier führenden Länder haben mit gut 50 Prozent bei keinem Genre insgesamt einen ungewöhnlich geringen Anteil. Allein die Branche in Bayern hat mit Anteilen von rund 35 Prozent Gewicht. Die Branche in Berlin kam zuletzt auf knapp 5 Prozent, jene in Hamburg auf rund 3 und die NRW-Produzenten auf 10 Prozent. Mit 47 bzw. 45 Prozent waren die Branchen in den sonstigen Ländern wie schon in den Jahren zuvor sehr stark vertreten. Diesen hohen Marktanteil haben sie erst in den letzten vier Jahren erreicht. Über die gesamte Untersuchungszeit seit 1999 liegt ihr Marktanteil bei nur 18 Prozent. Umgekehrt ist der Anteil der NRW-Branche in den letzten Jahren rückläufig gewesen. Der Langzeitdurchschnitt liegt mit 20 Prozent doppelt so hoch wie aktuell.

## 4.18 Serien nach Sitzland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	28.318	4.239	3.129	8.003	39.090	0	82.779
	34,2%	5,1%	3,8%	9,7%	47,2%	0,0%	100,0%
2015	31.496	4.515	2.547	9.140	39.226	0	86.924
	36,2%	5,2%	2,9%	10,5%	45,1%	0,0%	100,0%
2014	28.450	5.831	3.816	7.954	44.409	0	90.460
	31,5%	6,4%	4,2%	8,8%	49,1%	0,0%	100,0%
2013	27.016	5.377	3.442	12.121	42.242	0	90.198
	30,0%	6,0%	3,8%	13,4%	46,8%	0,0%	100,0%
2012	39.109	35.335	3.884	9.104	18.835	0	106.267
	36,8%	33,3%	3,7%	8,6%	17,7%	0,0%	100,0%
2011	45.707	32.550	2.715	19.423	25.902	0	126.297
	36,2%	25,8%	2,1%	15,4%	20,5%	0,0%	100,0%
2010	37.967	35.884	3.171	19.064	28.086	0	124.172
	30,6%	28,9%	2,6%	15,4%	22,6%	0,0%	100,0%
2009	40.859	37.185	3.387	17.834	27.936	0	127.201
	32,1%	29,2%	2,7%	14,0%	22,0%	0,0%	100,0%
2008	42.800	37.309	3.511	25.300	23.930	0	132.850
	32,2%	28,1%	2,6%	19,0%	18,0%	0,0%	100,0%
2007	44.970	43.766	7.325	44.246	18.871	0	159.178
	28,3%	27,5%	4,6%	27,8%	11,9%	0,0%	100,0%
2006	41.099	45.250	6.765	36.088	10.745	0	139.947
	29,4%	32,3%	4,8%	25,8%	7,7%	0,0%	100,0%
2005	39.905	40.750	4.152	37.189	10.785	0	132.781
	30,1%	30,7%	3,1%	28,0%	8,1%	0,0%	100,0%
2004	38.563	33.597	4.847	37.456	6.958	1.665	123.086
	31,3%	27,3%	3,9%	30,4%	5,7%	1,4%	100,0%
2003	38.993	27.137	5.104	41.000	9.375	0	121.609
	32,1%	22,3%	4,2%	33,7%	7,7%	0,0%	100,0%
2002	31.713	32.594	12.301	32.953	7.139	0	116.700
	27,2%	27,9%	10,5%	28,2%	6,1%	0,0%	100,0%
2001	20.875	31.988	14.577	23.511	9.072	0	100.023
	20,9%	32,0%	14,6%	23,5%	9,1%	0,0%	100,0%
2000	19.916	29.766	12.458	20.617	6.843	0	89.600
	22,2%	33,2%	13,9%	23,0%	7,6%	0,0%	100,0%
1999	20.562	35.723	12.455	16.694	7.249	0	92.683
	22,2%	38,5%	13,4%	18,0%	7,8%	0,0%	100,0%
1998	17.236	32.538	8.454	14.364	4.575	0	77.167
	22,3%	42,2%	11,0%	18,6%	5,9%	0,0%	100,0%
99 - 16 gesamt	618.318 30,3%	518.796 25,4%	109.586 5,4%	417.697 20,4%	376.693 18,4%	1.665 0,1%	2.042.755 100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

#### 4.19 Serien nach Produktionsland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	21.756	5.062	2.991	22.560	27.647	1.562	1.199	82.777
	26,3%	6,1%	3,6%	27,3%	33,4%	1,9%	1,4%	100,0%
2015	25.479	5.689	3.229	20.972	26.760	2.702	2.092	86.923
	29,3%	6,5%	3,7%	24,1%	30,8%	3,1%	2,4%	100,0%
2014	23.792	4.710	4.133	27.849	26.596	1.151	2.225	90.456
	26,3%	5,2%	4,6%	30,8%	29,4%	1,3%	2,5%	100,0%
2013	24.856	3.588	3.422	31.436	24.560	890	1.443	90.195
	27,6%	4,0%	3,8%	34,9%	27,2%	1,0%	1,6%	100,0%
2012	31.691	5.222	2.926	31.369	29.764	3.958	1.331	106.261
	29,8%	4,9%	2,8%	29,5%	28,0%	3,7%	1,3%	100,0%
2011	40.842	4.874	2.727	37.802	33.274	535	6.240	126.294
	32,3%	3,9%	2,2%	29,9%	26,3%	0,4%	4,9%	100,0%
2010	34.194	9.796	3.306	34.652	39.226	613	2.384	124.171
	27,5%	7,9%	2,7%	27,9%	31,6%	0,5%	1,9%	100,0%
2009	37.061	6.069	2.875	34.813	43.928	608	1.845	127.199
	29,1%	4,8%	2,3%	27,4%	34,5%	0,5%	1,5%	100,0%
2008	37.794	8.763	2.908	43.531	37.723	470	1.658	132.847
	28,4%	6,6%	2,2%	32,8%	28,4%	0,4%	1,2%	100,0%
2007	35.934	12.844	4.064	67.485	36.658	1.364	825	159.174
	22,6%	8,1%	2,6%	42,4%	23,0%	0,9%	0,5%	100,0%
2006	31.765	18.294	3.934	53.189	31.617	360	789	139.948
	22,7%	13,1%	2,8%	38,0%	22,6%	0,3%	0,6%	100,0%
2005	30.820	16.328	3.836	55.100	25.825	45	827	132.781
	23,2%	12,3%	2,9%	41,5%	19,4%	0,0%	0,6%	100,0%
2004	28.523	10.324	5.657	57.285	20.092	100	1.106	123.087
	23,2%	8,4%	4,6%	46,5%	16,3%	0,1%	0,9%	100,0%
2003	28.981	11.875	6.483	57.704	16.022	150	394	121.609
	23,8%	9,8%	5,3%	47,5%	13,2%	0,1%	0,3%	100,0%
2002	27.345	20.297	5.165	45.170	15.021	1.665	2.039	116.702
	23,4%	17,4%	4,4%	38,7%	12,9%	1,4%	1,7%	100,0%
2001	17.355	19.357	6.274	33.889	19.599	874	2.676	100.024
	17,4%	19,4%	6,3%	33,9%	19,6%	0,9%	2,7%	100,0%
2000	14.734	18.535	6.665	28.510	16.024	3.208	1.924	89.600
	16,4%	20,7%	7,4%	31,8%	17,9%	3,6%	2,1%	100,0%
1999	20.327	9.585	8.507	25.131	15.224	4.999	8.910	92.683
	21,9%	10,3%	9,2%	27,1%	16,4%	5,4%	9,6%	100,0%
1998	15.117	13.500	10.115	24.078	12.789	1.655	1.170	78.424
	19,3%	17,2%	12,9%	30,7%	16,3%	2,1%	1,5%	100,0%
99 - 16 gesamt	513.249	191.212	79.102	708.447	485.560	25.254	39.907	2.042.731
	25,1%	9,4%	3,9%	34,7%	23,8%	1,2%	2,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

Auch als Location waren die sonstigen Länder gefragt und mit einem Anteil von jeweils über 30 Prozent führend. In 2016 folgten NRW (27 %) und Bayern (26 %), in 2015 umgekehrt Bayern (29 %) und NRW (24 %). Berlin und Hamburg sind als Pro-

duktionsorte nachrangig und auch im Ausland wird nur wenig gedreht. Dies entspricht auch den langjährigen Erfahrungen.

Bei der Rangfolge der größten Serienproduzenten gibt es nur geringe Veränderungen. Wie bereits in 2014 belegen die ersten drei Ränge die UFA Serial Drama, die Bavaria Fernsehproduktion und die Studio Hamburg Serienwerft. Basis für diese Platzierungen sind insbesondere langlaufende Serien: bei der UFA die Daily-Soaps *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*, *Unter uns* und *Verbotene Liebe*; bei der Bavaria *Sturm der Liebe*; bei Studio Hamburg *Rote Rosen*. Auf den folgenden Rängen gibt es Veränderungen: Zum einen hat die Constantin Television von ihrem Beteiligungsunternehmen Polyscreen in 2016 die Produktion von *Dahoam is Dahoam* (für den BR) übernommen. Zum anderen hat sich das Schwesterunternehmen Constantin Entertainment besser platziert.

**4.20 Bedeutende Serienproduzenten \***

Angaben in Minuten; gewichtete Werte

	2016	2015	2014
	Gesamtproduktion	Gesamtproduktion	Gesamtproduktion
UFA Serial Drama	18.400	20.100	25.400
Bavaria Fernsehproduktion	15.000	13.900	14.700
Studio Hamburg Serienwerft	9.600	9.600	9.800
Saxonia Media	5.927	5.400	3.900
Constantin Television	5.850	4.100	200
Constantin Entertainment	3.200	2.100	**
UFA Fiction	2.900	3.200	3.400
Studio Hamburg/ Letterbox	2.900	2.500	2.500
Network Movie	2.300	2.400	**
NDF	1.329	1.900	1.900
Polyscreen	0	4.100	5.100
Summe	67.406	69.300	66.900

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

\* Einzelfirmen ohne Berücksichtigung von Kapitalverbänden

\*\* Keine Daten erfasst

Insbesondere die werktätlich ausgestrahlten Serien mit ihren hohen Produktionsvolumina waren in 2015 und 2016 im Vergleich zu früheren Jahren rar. Die meisten dieser Formate sind inzwischen ausgelaufen. Nachdem einige Nachfolgeformate gescheitert waren, sind auch in den letzten Jahren kaum noch Versuche unternommen

worden, solche zu entwickeln. Zuletzt war SAT.1 mit der Etablierung des Formats *Mila* von UFA Serial Drama gescheitert und hatte einen Teil der Produktion auf ursprünglich nicht geplante Sendeplätze abgeschoben. In großem Umfang sind heute allein noch bei RTL und bei der ARD Daily-Soaps vertreten. Die Blütezeiten von Telenovelas und von Gerichtsshow sind ohnehin Vergangenheit.

**4.21 Lang laufende Serien: Daily-Soaps, Telenovelas und Gerichtsserien**

Sender	Format	Drehort	Ausstrahlung von/bis
RTL	Gute Zeiten, schlechte Zeiten <sup>1</sup>	Brandenburg	1992 – lfd.
ARD	<i>Marienhof</i> <sup>2</sup>	Bayern	01.10.92 – 15.06.11
RTL	Unter uns <sup>1</sup>	NRW	1994 - lfd.
ARD	<i>Verbotene Liebe</i> <sup>1</sup>	NRW	1995 – 26.06.15
SAT.1	<i>Niedrig und Kuhnt</i> <sup>7</sup>	NRW	12.05.03 – Aug. 13
ARD	Sturm der Liebe <sup>2</sup>	Bayern	26.09.05 – lfd.
SAT.1	<i>Schmetterlinge im Bauch</i> <sup>5</sup>	Brandenburg	21.08.06 - 06.01.07
ARD	Rote Rosen <sup>3</sup>	Niedersachsen	06.11.06 – lfd.
RTL	Alles was zählt <sup>1</sup>	NRW	04.09.06 – lfd.
BR	Dahoam is dahoam <sup>4</sup>	Bayern	08.10.07 – lfd.
ZDF	<i>Wege zum Glück</i> <sup>1</sup>		2007 – 2012
SAT.1	<i>Anna und die Liebe</i> <sup>5</sup>	Brandenburg	25.08.08 – Febr. 12
SAT.1	<i>Eine wie keine</i> <sup>1</sup>	Berlin	16.11.09 – 17.09.10
ZDF	<i>Lena – Liebe meines Lebens</i> <sup>6</sup>	NRW	20.09.10 – 21.06.11
SAT.1	<i>Hand aufs Herz</i> <sup>5</sup>	Berlin	04.10.10 – 02.09.11
ZDF	<i>Herzflimmern – Liebe zum Leben</i> <sup>2</sup>	Bayern	04.04.11 – April 12
SAT.1	<i>Patchwork Family</i> <sup>8</sup>	Berlin	28.01.13 – März 13
SAT.1	<i>Mila</i> <sup>1</sup>	Berlin	Sept. 15 – Ende 15
<b>Gerichtsserien</b>			
SAT.1	<i>Richterin Barbara Salesch</i> <sup>8</sup>	NRW	27.09.99 – 2011
SAT.1	<i>Richter Alexander Hold</i> <sup>7</sup>	Bayern	12.11.01 – 09.02.13

1. UFA Serial Drama GmbH (zuvor: Grundy Ufa TV Produktions GmbH), Potsdam
2. Bavaria Fernsehproduktion GmbH, Geiseltal
3. Studio Hamburg Serienwerft GmbH, Lüneburg (zuvor: Studio Hamburg Traumfabrik)
4. PolyScreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH, München
5. Bis Ende 2015 Producers at Work GmbH in Potsdam, dann Constantin Television
6. Wiedemann & Berg Television, München und Endemol Deutschland GmbH, Köln
7. Constantin Entertainment GmbH, Ismaning
8. filmpool entertainment GmbH, Köln

Die Daten zur Serienproduktion der letzten fünf Jahre zeigen in Bezug auf die Anzahl der beauftragten Formate und Firmen leicht wechselnde Werte. Wegen der tendenziell sinkenden Jahresproduktion sind auch die Produktionsvolumina des durchschnittlichen Formats rückläufig: von 1.240 Minuten in 2012 auf 910 Minuten in 2016.

Eine ähnliche Tendenz ergibt sich auch für das jährliche Produktionsvolumen der Firmen. Der Durchschnitt sinkt von 1.830 Minuten in 2012 auf 1.670 Minuten in 2016. Serien haben entsprechend für eine sinkende Zahl von Produzenten überhaupt noch eine Bedeutung und diese Bedeutung ist wegen des rückläufigen Volumens der durchschnittlichen Formate gesunken.

#### 4.22 Serienproduktion im Fünf-Jahresvergleich

	2016	2015	2014	2013	2012
Anzahl Formate	92	87	94	73	86
Anzahl Produktionsfirmen	50	55	62	49	58
Produktionsvolumen in Min.	83.300	86.700	90.500	90.200	106.300
Produktionsvolumen pro Serie in Min.	910	1.000	960	1.240	1.240
Produktionsvolumen pro Firma in Min.	1.670	1.580	1.460	1.840	1.830

#### 4.1.3 Comedy

Die Comedy war schon immer ein nur kleines Genre. Nachdem in 2016 rund ein Drittel des Produktionsvolumens entfallen ist, gilt dies erst recht. Die Anzahl der Formate ist in den letzten Jahren aber kaum verändert worden und auch die Anzahl der an der Genreproduktion beteiligten Firmen ist kaum geringer geworden. Der Produktionsverlust in 2016 geht auf den Branchenprimus Brainpool TV zurück, der dennoch auch in 2016 größter Produzent von Comedies geblieben ist. Beständig unter den Firmen mit dem größten Genrevolumen sind auch die Braig Productions mit Formaten für den SWR und die Prime Productions insbesondere mit ihrem Erfolgsformat *heute-show* für das ZDF zu finden. Im letzten Jahr ist mit der Firma Warner Bros. einer der großen Produzenten auch bei den Comedies zu den führenden Anbietern aufgestiegen.

Das durchschnittliche Produktionsvolumen beträgt in 2016 nur noch 220 Minuten pro Format und 330 Minuten pro Produktionsfirma. Wie kleinteilig inzwischen bei der Produktion von Comedies gearbeitet wird, zeigen diese aktuellen Durchschnittswerte (vgl. Tab. 4.23).

#### 4.23 Comedyproduktion im Fünf-Jahresvergleich

	2016	2015	2014	2013	2012
Anzahl Comedy-Formate	58	57	56	62	58
Anzahl Produktionsfirmen	39	40	43	43	44
Produktionsvolumen in Min.	12.800	18.000	19.300	18.400	18.700
Produktionsvolumen pro Format in Min.	220	316	350	300	320
Produktionsvolumen pro Firma in Min.	330	450	450	430	430

Nachdem Pro7 das Auftragsvolumen in 2016 erheblich reduziert hat, sind die Dritten Programme mit rund 4.000 Minuten der wichtigste Auftraggeber. Insgesamt ordern viele Sender nur kleine Produktionskontingente.

#### 4.24 Comedy nach Sendern und Sitz 2016

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	180	90	60	511			841
ZDF	180	30		1.430	45		1.685
RTL	275		230	974	160		1.639
SAT.1	150			965			1.115
Pro7	138	48	250	280			716
3sat/KK/funk	32	360		525			917
Dritte	840		490	1.170	1.320		3.820
sonst. priv. Sender	1.090	180		720			1.990
k. A.	30						30
gesamt	2.915	708	1.030	6.575	1.525	0	12.753

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

#### 4.25 Comedy nach Sendern und Sitz 2015

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	205		140	1.096			1.441
ZDF	660	30	280	1.450			2.420
RTL	360			1.094			1.454
SAT.1	180	100		950			1.230
Pro7	90	180		6.076			6.346
arte/3sat/KK		360		175			535
Dritte	690	60	915	1.140	1.290		4.095
sonst. priv. Sender	450						450
gesamt	2.635	730	1.335	11.981	1.290	0	17.971

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

Die Langzeitauswertungen zeigen, dass Comedies immer vor allem von NRW-Firmen produziert und überwiegend auch in NRW realisiert worden sind. Zeitweilig waren 80 Prozent der Genreproduktion bei NRW-Firmen beauftragt. Mit dem Einbruch der Produktion in 2016 ist der Anteil der NRW-Branche auf gut 50 Prozent abgesackt. In NRW realisiert wurde nur noch ein Anteil von 36 Prozent. In 2015 waren es noch 57 Prozent gewesen. Mit einem Anteil von zuletzt wieder über 20 Prozent ist auch die bayerische Branche bedeutend. Die anderen Branchen sind in der Comedy-Produktion weniger engagiert.

#### 4.26 Comedy nach Sitzland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	2.915	708	1.030	6.575	1.525	0	12.753
	22,9%	5,6%	8,1%	51,6%	12,0%	0,0%	100,0%
2015	2.635	730	1.335	11.981	1.290	0	17.971
	14,7%	4,1%	7,4%	66,7%	7,2%	0,0%	100,0%
2014	3.973	443	485	12.642	1.785	0	19.328
	20,6%	2,3%	2,5%	65,4%	9,2%	0,0%	100,0%
2013	4.145	838	512	11.734	1.150	55	18.434
	22,5%	4,5%	2,8%	63,7%	6,2%	0,3%	100,0%
2012	2.359	1.400	337	13.308	1.320	0	18.724
	12,6%	7,5%	1,8%	71,1%	7,0%	0,0%	100,0%
2011	2.021	1.161	843	15.443	3.445	0	22.913
	8,8%	5,1%	3,7%	67,4%	15,0%	0,0%	100,0%
2010	1.205	965	1.555	15.828	555	0	20.108
	6,0%	4,8%	7,7%	78,7%	2,8%	0,0%	100,0%
2009	2.016	1.075	1.067	15.181	510	0	19.849
	10,2%	5,4%	5,4%	76,5%	2,6%	0,0%	100,0%
2008	1.718	1.655	820	16.437	891	0	21.521
	8,0%	7,7%	3,8%	76,4%	4,1%	0,0%	100,0%
2007	2.739	2.791	3.766	19.295	1.470	0	30.061
	9,1%	9,3%	12,5%	64,2%	4,9%	0,0%	100,0%
2006	3.851	1.221	3.799	21.380	138	0	30.389
	12,7%	4,0%	12,5%	70,4%	0,5%	0,0%	100,0%
2005	3.653	950	794	21.008	300	0	26.705
	13,7%	3,6%	3,0%	78,7%	1,1%	0,0%	100,0%
2004	2.835	2.579	747	24.103	0	0	30.264
	9,4%	8,5%	2,5%	79,6%	0,0%	0,0%	100,0%
2003	1.707	3.014	897	19.442	270	0	25.330
	6,7%	11,9%	3,5%	76,8%	1,1%	0,0%	100,0%
2002	4.630	3.506	1.095	18.601	1.440	25	29.297
	15,8%	12,0%	3,7%	63,5%	4,9%	0,1%	100,0%
2001	2.659	965	445	15.211	360	0	19.640
	13,5%	4,9%	2,3%	77,4%	1,8%	0,0%	100,0%
2000	5.508	1.163	390	14.611	2.376	0	24.048
	22,9%	4,8%	1,6%	60,8%	9,9%	0,0%	100,0%
1999	4.181	475	354	12.248	870	175	18.303
	22,8%	2,6%	1,9%	66,9%	4,8%	1,0%	100,0%
1998	5.702	312	1.371	8.743	88	150	16.366
	34,8%	1,9%	8,4%	53,4%	0,5%	0,9%	100,0%
99 - 16	54.750	25.639	20.271	285.028	19.695	255	405.638
gesamt	13,5%	6,3%	5,0%	70,3%	4,9%	0,1%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

**4.27 Comedy nach Produktionsland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	480	2.325	400	4.614	1.775	3.014	145	12.753
	3,8%	18,2%	3,1%	36,2%	13,9%	23,6%	1,1%	100,0%
2015	1.050	1.170	767	10.203	2.187	2.477	114	17.968
	5,8%	6,5%	4,3%	56,8%	12,2%	13,8%	0,6%	100,0%
2014	1.008	1.357	665	11.395	2.025	2.560	318	19.328
	5,2%	7,0%	3,4%	59,0%	10,5%	13,2%	1,6%	100,0%
2013	1.455	2.183	565	10.880	1.070	2.281	0	18.434
	7,9%	11,8%	3,1%	59,0%	5,8%	12,4%	0,0%	100,0%
2012	165	1.478	495	10.827	1.340	3.999	420	18.724
	0,9%	7,9%	2,6%	57,8%	7,2%	21,4%	2,2%	100,0%
2011	0	1.191	2.725	12.961	750	5.121	165	22.913
	0,0%	5,2%	11,9%	56,6%	3,3%	22,3%	0,7%	100,0%
2010	90	761	300	7.006	7.476	4.071	402	20.106
	0,4%	3,8%	1,5%	34,8%	37,2%	20,2%	2,0%	100,0%
2009	214	638	465	7.892	7.404	3.150	80	19.843
	1,1%	3,2%	2,3%	39,8%	37,3%	15,9%	0,4%	100,0%
2008	178	2.374	360	15.069	536	2.664	337	21.518
	0,8%	11,0%	1,7%	70,0%	2,5%	12,4%	1,6%	100,0%
2007	240	4.371	150	15.202	1.826	8.018	254	30.061
	0,8%	14,5%	0,5%	50,6%	6,1%	26,7%	0,8%	100,0%
2006	1.175	3.024	889	23.024	138	1.510	629	30.389
	3,9%	10,0%	2,9%	75,8%	0,5%	5,0%	2,1%	100,0%
2005	552	2.927	655	20.083	181	1.830	477	26.705
	2,1%	11,0%	2,5%	75,2%	0,7%	6,9%	1,8%	100,0%
2004	541	2.608	905	20.718	639	4.182	671	30.264
	1,8%	8,6%	3,0%	68,5%	2,1%	13,8%	2,2%	100,0%
2003	1.889	1.951	350	18.429	270	2.279	162	25.330
	7,5%	7,7%	1,4%	72,8%	1,1%	9,0%	0,6%	100,0%
2002	2.748	1.811	325	21.194		2.820	400	29.298
	9,4%	6,2%	1,1%	72,3%	0,0%	9,6%	1,4%	100,0%
2001	953	960	150	16.299	0	929	349	19.640
	4,9%	4,9%	0,8%	83,0%	0,0%	4,7%	1,8%	100,0%
2000	4.923	1.993	405	15.383	207	984	154	24.049
	20,5%	8,3%	1,7%	64,0%	0,9%	4,1%	0,6%	100,0%
1999	3.994	739	290	12.535	150	595	0	18.303
	21,8%	4,0%	1,6%	68,5%	0,8%	3,3%	0,0%	100,0%
1998	5.483	564	250	8.605	325	664	475	16.366
	33,5%	3,4%	1,5%	52,6%	2,0%	4,1%	2,9%	100,0%
99 - 16 gesamt	21.655	33.861	10.861	253.714	27.974	52.484	5.077	405.626
	5,3%	8,3%	2,7%	62,5%	6,9%	12,9%	1,3%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

## 4.2 Die Entertainment Genres

Die Nachfrage nach Entertainment-Genres boomt schon seit 2012. In 2015 wurde mit fast 360.000 Minuten ein neuer Höchststand der Produktion erreicht. In 2016 waren es mit 352.000 Minuten nur geringfügig weniger. Maßgeblich für das hohe Produktionsniveau sind die Doku-Soaps, deren Nachfrage in den Untersuchungsjahren erneut gestiegen ist. Die Produktion erreichte ein Volumen von knapp 220.000 Minuten pro Jahr.

Besonders erfolgreich sind in der Oberkategorie traditionell die Produzenten in Nordrhein-Westfalen. In 2016 erreichten sie einen Produktionsanteil von 60 Prozent, in 2015 waren es 53 Prozent. Der Anteil lag damit jeweils über dem Langzeitdurchschnitt in Höhe von 49 Prozent. Auch die Branche in Bayern produzierte zuletzt deutlich mehr als in der Langzeitbetrachtung (19 %). In 2015 kam sie auf 23 Prozent, in 2016 auf 20 Prozent. Die Produzenten in Hamburg erreichten schon seit einigen Jahren nicht mehr ihren langjährigen Durchschnittsanteil in Höhe von 15 Prozent. In 2015 waren 10, in 2016 9 Prozent. Ähnlich gilt dies auch für die Branchen in den sonstigen Ländern. Der Langzeitschnitt liegt bei knapp 10 Prozent. In 2015 und 2016 kamen sie auf gut 6 Prozent. Deutlich weniger produziert wurde 2016 von der Branche in Berlin. 2015 lag der Anteil mit 8 Prozent noch auf dem Level der Langzeit. In 2016 waren es unter 5 Prozent.

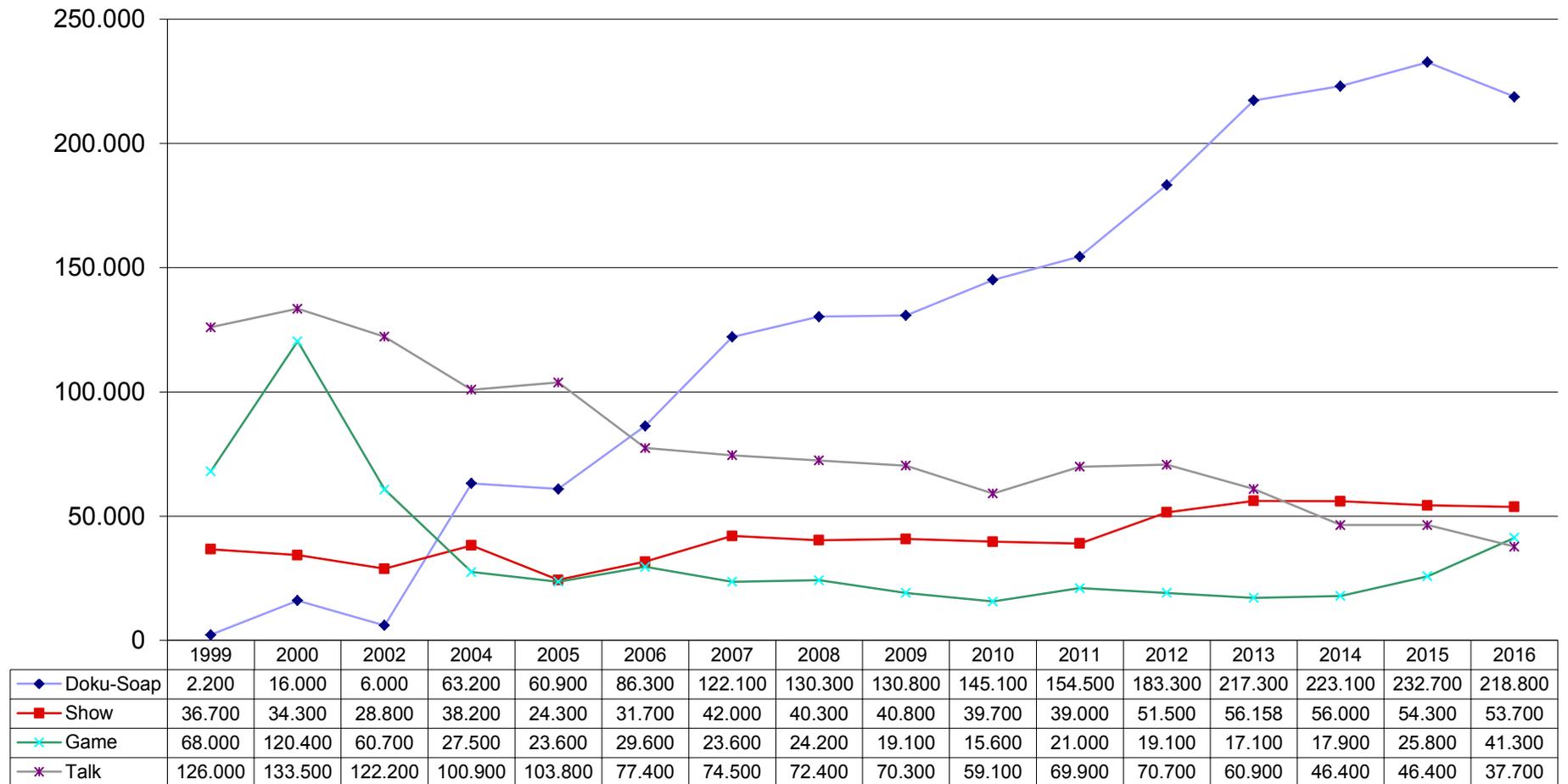
**4.28 Langzeitvergleich: Entertainment gesamt nach Sitzland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	71.881	16.156	31.446	209.100	22.417	560	351.560
	20,4%	4,6%	8,9%	59,5%	6,4%	0,2%	100,0%
2015	83.964	27.950	35.851	188.638	22.452	330	359.185
	23,4%	7,8%	10,0%	52,5%	6,3%	0,1%	100,0%
2014	81.017	27.028	33.933	177.808	23.085	500	343.371
	23,6%	7,9%	9,9%	51,8%	6,7%	0,1%	100,0%
2013	63.680	32.768	37.389	183.329	33.433	880	351.479
	18,1%	9,3%	10,6%	52,2%	9,5%	0,3%	100,0%
2012	47.115	30.802	43.988	171.253	31.455	0	324.613
	14,5%	9,5%	13,6%	52,8%	9,7%	0,0%	100,0%
2011	38.224	29.042	42.728	148.140	26.122	150	284.406
	13,4%	10,2%	15,0%	52,1%	9,2%	0,1%	100,0%
2010	42.719	21.729	41.201	120.667	32.943	235	259.494
	16,5%	8,4%	15,9%	46,5%	12,7%	0,1%	100,0%
2009	54.848	18.547	53.635	109.822	24.058	90	261.000
	21,0%	7,1%	20,5%	42,1%	9,2%	0,0%	100,0%
2008	56.823	29.643	42.304	110.481	27.189	765	267.205
	21,3%	11,1%	15,8%	41,3%	10,2%	0,3%	100,0%
2007	40.674	29.325	46.307	118.171	27.412	240	262.129
	15,5%	11,2%	17,7%	45,1%	10,5%	0,1%	100,0%
2006	35.277	27.011	39.854	97.350	25.528	0	225.020
	15,7%	12,0%	17,7%	43,3%	11,3%	0,0%	100,0%
2005	48.965	19.975	25.876	86.778	31.010	0	212.604
	23,0%	9,4%	12,2%	40,8%	14,6%	0,0%	100,0%
2004	55.263	15.409	38.306	88.001	30.183	2.690	229.852
	24,0%	6,7%	16,7%	38,3%	13,1%	1,2%	100,0%
2003	38.435	13.768	40.195	90.893	27.531	2.034	212.856
	18,1%	6,5%	18,9%	42,7%	12,9%	1,0%	100,0%
2002	33.744	13.910	41.753	102.728	25.478	0	217.613
	15,5%	6,4%	19,2%	47,2%	11,7%	0,0%	100,0%
2001	60.402	15.365	49.860	143.972	27.529	472	297.600
	20,3%	5,2%	16,8%	48,4%	9,3%	0,2%	100,0%
2000	40.127	14.924	51.694	174.186	23.100	145	304.176
	13,2%	4,9%	17,0%	57,3%	7,6%	0,0%	100,0%
1999	35.280	10.925	39.789	125.986	20.749	105	232.834
	15,2%	4,7%	17,1%	54,1%	8,9%	0,0%	100,0%
1998	20.443	14.025	35.588	98.463	15.698	1.270	185.487
	11,0%	7,6%	19,2%	53,1%	8,5%	0,7%	100,0%
99 - 16 gesamt	928.438	394.277	736.109	2.447.303	481.674	9.196	4.996.997
	18,6%	7,9%	14,7%	49,0%	9,6%	0,2%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

**Grafik 4.2 Volumenentwicklung der Entertainment-Genres**



FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

#### 4.2.1 Doku-Soap

Genres in der Oberkategorie Entertainment unterliegen Nachfrageschwankungen. Bei den Game-Shows folgte einem starken Auftrieb ein eben solcher Niedergang. Ähnlich erging es den einst beliebten Talk-Shows am Nachmittag. Bei den Doku-Soaps scheint das anders zu verlaufen. Zumindest hält die hohe Nachfrage länger an als bei anderen Genres. Seit Beginn der Langzeituntersuchung legt das Produktionsvolumen der Doku-Soaps fast kontinuierlich zu. In den Untersuchungsjahren 2013 und 2014 übertraf die Nachfrage die Marke von 200.000 Minuten pro Jahr. Dabei ist es in 2015 mit einem neuen Rekordniveau von 233.000 Minuten geblieben. In 2016 ist die Nachfrage leicht rückläufig gewesen auf 219.000 Minuten. Das sind 130.000 Minuten mehr als noch 10 Jahre zuvor (2006: 86.000).

In der Branche haben sich längst einzelne Firmen auf das Genre spezialisiert. Sie profitieren zum einen von der wachsenden Nachfrage und stimulieren diese zugleich mit immer neuen Formatentwicklungen. Setzt sich eine solche Entwicklung am Markt durch, generiert sie zum einen sehr schnell ein großes Produktionsvolumen, weil die Sender Genre-typisch diese Doku-Soaps häufig gleich fünfmal wöchentlich ins Programm heben. Zum anderen folgen erfolgreichen Entwicklungen quasi automatisch weitere Formate nach dem Motto me too.

Besonders erfolgreich agierte in den letzten Jahren die Firma filmpool entertainment GmbH in Köln. Sie produzierte eine Fülle von Formaten und bedient damit die großen Privatsender RTL, VOX, SAT.1 und auch RTL2. Sowohl in 2015 als auch in 2016 erreichte sie Produktionsvolumina die ganze Genres übertreffen: in 2016 waren es 69.000 Minuten und in 2015 65.000. Die Constantin Entertainment GmbH in Ismaning erreichte auf Rang 2 ein deutlich kleineres, zugleich aber immer noch sehr großes Jahresvolumen. In 2016 waren es 26.000 Minuten, in 2015 sogar 36.000. Mit 16.000 Minuten in 2016 und 23.000 Minuten in 2015 kam die Janus TV GmbH in Ismaning auf Rang 3. Auf Rang 4 kam die Fandango Film-TV-Internet Produktions GmbH in Köln mit 15.000 Minuten in 2016 und 11.000 Minuten in 2015. In 2016 belegte die RTL-Tochter Norddeich TV Produktionsgesellschaft mbH in Hürth mit 13.000 Minuten Rang 5. In 2015 hatte die Good Times Fernsehproduktions-GmbH gleichfalls in Köln diesen Rang mit 10.000 Minuten inne.

Die großen Doku-Soap-Spezialisten akquirieren zum Teil so erfolgreich, dass sie Teile von parallel produzierten Formaten im Unterauftrag über Subfirmen fertigen lassen. Diese in diesem Umfang wohl nur bei den Doku-Soaps üblichen Unteraufträge sind vielfach aber nicht bekannt, werden beispielsweise auch im Abspann nicht ausgewiesen und sind entsprechend auch in der vorliegenden Studie nicht berücksichtigt worden.

Die höchsten Produktionsvolumina erzielten in den letzten Jahren folgende Formate:

#### 4.29 Formate mit den höchsten Produktionsvolumina

Titel	Jahr	Volumen In Minuten	Sender	Produktionsfirma
Köln 50667	2016	12.000	RTL2	filmpool
Köln 50667	2015	12.000	RTL2	filmpool
Berlin – Tag & Nacht	2016	12.000	RTL	filmpool
Berlin – Tag & Nacht	2015	12.000	RTL	filmpool
Achtung Kontrolle	2016	12.000	K1	Janus TV
Achtung Kontrolle	2015	12.000	K1	Janus TV
In Gefahr - Ein verhängnisvoller Moment	2015	9.000	SAT.1	Constantin Enter.
Der Blaulichtreport	2016	9.000	RTL	Nordeich TV
4 Hochzeiten und eine Traumreise	2016	7.000	VOX	ITV Studios
4 Hochzeiten und eine Traumreise	2015	7.000	VOX	ITV Studios
mieten, kaufen, wohnen	2016	7.000	VOX	Fandango
mieten, kaufen, wohnen	2015	8.000	VOX	Fandango
Mein Lokal, dein Lokal	2015	9.000	K1	Good Times

Insbesondere die sehr großen Produktionsfirmen in Nordrhein-Westfalen sorgen schon seit Jahren dafür, dass die NRW-Branche bei den Doku-Soaps Anteile von mehr als der Hälfte am Gesamtvolumen hält (Langzeitschnitt: 53 %). In 2016 waren es sogar annähernd zwei Drittel, in 2015 10 Prozentpunkte weniger. Hohe Marktanteile erzielte mit 31 Prozent in 2015 und 25 Prozent in 2016 auch wieder die Branche in Bayern. Alle anderen Branchen haben bei den Doku-Soaps schon seit Jahren ein nur geringes Gewicht. Insbesondere in 2016 ist deren Marktanteil insgesamt noch einmal geschrumpft.

**4.30 Langzeitvergleich: Doku-Soap nach Sitzland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	55.105	4.505	4.293	144.496	10.205	200	218.804
	25,2%	2,1%	2,0%	66,0%	4,7%	0,1%	100,0%
2015	70.879	10.726	12.111	131.528	7.445	0	232.689
	30,5%	4,6%	5,2%	56,5%	3,2%	0,0%	100,0%
2014	72.693	10.989	7.324	123.951	8.110	0	223.067
	32,6%	4,9%	3,3%	55,6%	3,6%	0,0%	100,0%
2013	49.865	14.324	8.497	130.945	12.774	880	217.285
	22,9%	6,6%	3,9%	60,3%	5,9%	0,4%	100,0%
2012	37.701	16.266	7.791	107.725	13.860	0	183.343
	20,6%	8,9%	4,2%	58,8%	7,6%	0,0%	100,0%
2011	25.829	17.693	4.901	94.887	11.198	0	154.508
	16,7%	11,5%	3,2%	61,4%	7,2%	0,0%	100,0%
2010	29.790	12.645	8.716	78.493	15.288	150	145.082
	20,5%	8,7%	6,0%	54,1%	10,5%	0,1%	100,0%
2009	41.633	10.116	14.190	57.355	7.463	0	130.757
	31,8%	7,7%	10,9%	43,9%	5,7%	0,0%	100,0%
2008	47.275	17.946	7.765	45.356	10.549	765	129.656
	36,5%	13,8%	6,0%	35,0%	8,1%	0,6%	100,0%
2007	28.253	14.354	16.574	53.168	9.729		122.078
	23,1%	11,8%	13,6%	43,6%	8,0%	0,0%	100,0%
2006	25.223	11.684	9.504	31.420	8.431		86.262
	29,2%	13,5%	11,0%	36,4%	9,8%	0,0%	100,0%
2005	27.870	5.130	560	25.266	2.030		60.856
	45,8%	8,4%	0,9%	41,5%	3,3%	0,0%	100,0%
2004	25.015	3.912	4.495	26.528	3.247		63.197
	39,6%	6,2%	7,1%	42,0%	5,1%	0,0%	100,0%
2003	11.750	1.223	2.009	14.322	1.675		30.979
	37,9%	3,9%	6,5%	46,2%	5,4%	0,0%	100,0%
2002	2.215	0	420	1.545	1.793		5.973
	37,1%	0,0%	7,0%	25,9%	30,0%	0,0%	100,0%
2001	2.522	2.481	2.120	15.547	3.070	292	26.032
	9,7%	9,5%	8,1%	59,7%	11,8%	1,1%	100,0%
2000	2.371	600	0	10.867	2.150		15.988
	14,8%	3,8%	0,0%	68,0%	13,4%	0,0%	100,0%
1999	420	285	90	746	650	0	2.191
	19,2%	13,0%	4,1%	34,0%	29,7%	0,0%	100,0%
99 - 16	556.409	154.879	111.360	1.094.145	129.667	2.287	2.048.747
gesamt	27,2%	7,6%	5,4%	53,4%	6,3%	0,1%	100,0%

Keine Vergleichszahlen für 1998, da "neues Genre".

Die Aussagen zu den Drehorten von Doku-Soaps sind nicht so eindeutig wie jene nach Firmensitz, da in allen Untersuchungsjahren Drehorte für ein Format nicht eindeutig festgelegt werden konnten, weil diese Drehorte vielfach wechseln. Auch in 2015 (47%) und 2016 (40%) konnte ein hoher Anteil der Produktion nicht eindeutig

verortet werden. Den größten Anteil an den Dreharbeiten weist Nordrhein-Westfalen auf, in 2016 mit 33 Prozent und in 2015 mit 25 Prozent. In Berlin wurden 12 bzw. 9 Prozent des Volumens realisiert. In Bayern ging die Produktion gemessen an 2014 (12 %) deutlich zurück. Ein Anteil von 7 Prozent wird stets auch im Ausland gedreht.

#### 4.31 Langzeitvergleich: Doku-Soap nach Produktionsland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	8.712	25.262	5.207	71.423	8.136	87.756	12.302	218.798
	4,0%	11,5%	2,4%	32,6%	3,7%	40,1%	5,6%	100,0%
2015	20.196	21.584	2.396	58.338	7.911	108.610	13.652	232.687
	8,7%	9,3%	1,0%	25,1%	3,4%	46,7%	5,9%	100,0%
2014	27.616	18.789	123	46.478	4.422	110.092	15.541	223.061
	12,4%	8,4%	0,1%	20,8%	2,0%	49,4%	7,0%	100,0%
2013	10.850	26.932	565	46.348	5.602	107.892	19.093	217.282
	5,0%	12,4%	0,3%	21,3%	2,6%	49,7%	8,8%	100,0%
2012	2.147	20.463	1.243	40.104	6.062	101.658	11.657	183.334
	1,2%	11,2%	0,7%	21,9%	3,3%	55,4%	6,4%	100,0%
2011	5.980	8.131	2.280	34.805	7.121	81.123	15.064	154.504
	3,9%	5,3%	1,5%	22,5%	4,6%	52,5%	9,7%	100,0%
2010	6.288	4.310	1.457	34.014	5.448	75.167	18.393	145.077
	4,3%	3,0%	1,0%	23,4%	3,8%	51,8%	12,7%	100,0%
2009	8.722	5.783	2.585	21.324	6.601	72.269	13.467	130.751
	6,7%	4,4%	2,0%	16,3%	5,0%	55,3%	10,3%	100,0%
2008	8.301	7.650	300	21.330	5.017	81.796	5.948	130.342
	6,4%	5,9%	0,2%	16,4%	3,8%	62,8%	4,6%	100,0%
2007	8.060	4.470	2.162	23.394	8.101	66.402	9.487	122.076
	6,6%	3,7%	1,8%	19,2%	6,6%	54,4%	7,8%	100,0%
2006	5.336	6.987	2.516	22.318	3.447	42.275	3.382	86.261
	6,2%	8,1%	2,9%	25,9%	4,0%	49,0%	3,9%	100,0%
2005	13.596	355	465	18.546	273	25.601	2.020	60.856
	22,3%	0,6%	0,8%	30,5%	0,4%	42,1%	3,3%	100,0%
2004	8.900	805	403	22.824	1.281	25.377	3.607	63.197
	14,1%	1,3%	0,6%	36,1%	2,0%	40,2%	5,7%	100,0%
2003	4.210	140	433	10.815	966	14.104	310	30.978
	13,6%	0,5%	1,4%	34,9%	3,1%	45,5%	1,0%	100,0%
2002	150	15	75	1.225	575	3.610	323	5.973
	2,5%	0,3%	1,3%	20,5%	9,6%	60,4%	5,4%	100,0%
2001	0	2.218	235	15.345	30	4.418	3.788	26.034
	0,0%	8,5%	0,9%	58,9%	0,1%	17,0%	14,6%	100,0%
2000	795	710		11.190	162	2.347	784	15.988
	5,0%	4,4%	0,0%	70,0%	1,0%	14,7%	4,9%	100,0%
1999	0	130	350	527	125	480	579	2.191
	0,0%	5,9%	16,0%	24,1%	5,7%	21,9%	26,4%	100,0%
99 - 16 gesamt	139.859	154.734	22.795	500.348	71.280	1.010.977	149.397	2.049.390
	6,8%	7,6%	1,1%	24,4%	3,5%	49,3%	7,3%	100,0%

Keine Vergleichszahlen für 1998, da "neues Genre".

In den öffentlich-rechtlichen Programmen werden Doku-Soaps nur selten gezeigt. Die Anstalten hatten am Auftragsvolumen in 2016 einen Anteil von 7 Prozent und in 2015 von 5 Prozent. Spezialisiert auf Doku-Soaps sind hingegen RTL2 und VOX. Sie orderten jährlich ein Volumen von rund 50.000 Minuten, RTL2 in 2015 sogar 60.000 Minuten. Das entsprach jeweils rund einem Viertel der Jahresproduktion für das Genre. In 2015 kam auch SAT.1 auf einen ähnlich hohen Anteil, hat den Bedarf in 2016 aber auf 41.000 Minuten (19 %) zurückgeschraubt. Bei RTL gab es die gegenläufige Tendenz. In 2015 kam das Programm auf 29.000 Minuten (12 %), in 2016 auf 37.000 Minuten (17 %). Ein stattliches Auftragsvolumen vergibt auch K1: in 2015 26.000 Minuten (11 %) und in 2016 21.000 Minuten (9 %).

#### 4.32 Doku-Soap nach Sendern und Sitz 2016

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	2.000	405	1.920		5.975		10.300
ZDF	90		528	885			1.503
RTL	2.610			34.707			37.317
SAT.1	7.008		1.177	33.220			41.405
Pro7	1.800				180		1.980
K1	14.054	810		5.760			20.624
RTL2	12.125	1.560	540	35.422	1.845	200	51.692
VOX	13.420	1.235		32.277	1.305		48.237
Dritte	878	495	128	1.125	500		3.126
KK				500	400		900
sonst. Sender	1.120			600			1.720
gesamt	55.105	4.505	4.293	144.496	10.205	200	218.804

Quelle: FORMATT-Institut

### 4.33 Doku-Soap nach Sendern und Sitz 2015

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	270		1.500		2.500		4.270
ZDF	360	90	1.426	315	0		2.191
RTL		200	200	28.173	55		28.628
SAT.1	20.445		8.147	25.950			54.542
Pro7	1.625						1.625
K1	15.750			10.035			25.785
RTL2	18.679	3.006	50	35.446	2.790		59.971
VOX	12.310	6.165		28.569			47.044
Dritte	720	1.035	788	495	400		3.438
KK				730	900		1.630
sonst. Sender	720	230		1.815	800		3.565
gesamt	70.879	10.726	12.111	131.528	7.445	0	232.689

Quelle: FORMATT-Institut

### 4.2.2 Show

Für die Produktion von Shows und Musiksendungen hat das Jahr 2012 einen Einschnitt mit einer deutlichen Steigerung der Nachfrage bedeutet. Damals war die Jahresproduktion von knapp 40.000 Minuten auf gut 50.000 Minuten gestiegen. Nach einem kleinen Wachstum in den Folgejahren ist das Produktionsvolumen sowohl in 2015 als auch in 2016 marginal gesunken. Der mit Abstand größte Auftraggeber war weiterhin RTL mit einem Anteil von einem Viertel an der Genreproduktion. Zuwächse waren bei Pro7 zu verzeichnen. Die Nachfrage anderer Sender schwankte in den letzten beiden Jahren überwiegend. Auf hohem Niveau blieb die Nachfrage der ARD mit 7.000 bzw. 8.000 Minuten. Bei den Dritten gab es zuletzt einen Zuwachs auf knapp 5.000 Minuten.

**4.34 Show nach Sendern und Sitz 2016 (inkl. Musik)**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	1.080	188	1.110	3.005	2.561		7.944
ZDF	240	950	2.248	1.455	750		5.643
RTL	1.005	285	2.085	9.810	90		13.275
SAT.1	3.568		820	990	150		5.528
Pro7	1.642	1.818	1.410	4.624			9.494
Dritte	585	300	210	690	2.961	115	4.861
arte/KK	280	215	100	375	257		1.227
sonst. priv. Sender	1.903	458	1.115	1.855	158	245	5.734
gesamt	10.303	4.214	9.098	22.804	6.927	360	53.706

Quelle: FORMATT-Institut

**4.35 Show nach Sendern und Sitz 2015 (inkl. Musik)**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	595	428	1.576	2.015	2.745		7.359
ZDF		1.075	1.485	1.290	360		4.210
RTL	1.387	80		12.350		180	13.997
SAT.1	2.155		820	3.065	310		6.350
Pro7	1.472	1.708	1.598	4.243	100		9.121
Dritte		240	130	855	2.425		3.650
arte/KK	280	585	90	440	217		1.612
sonst. priv. Sender	1.016	3.530	1.175	1.865	400		7.986
gesamt	6.905	7.646	6.874	26.123	6.557	180	54.285

Quelle: FORMATT-Institut

Traditionell haben die NRW-Produzenten den größten Anteil an der Show-Produktion. In 2015 lag der Anteil erneut bei knapp der Hälfte. In 2016 rutschte er allerdings auf 43 Prozent. Zugelegt haben die Produzenten in Bayern auf einen Anteil von 19 Prozent in 2016. Deutliche Verluste weist die Branche in Berlin auf. Der Anteil der sonstigen Länder war relativ stabil (rund 12 %).

**4.36 Firmen mit den höchsten Produktionsvolumina beim Genre Show**

Produktionsfirma	2016		2015	
	Rang	in Minuten	Rang	in Minuten
RedSeven Entertainment	1	5.300	5	3.200
Talpa Germany	2	5.300	3	3.900
Ufa Show & Factual	3	4.000	1	4.800
Werner Kimmig	4	3.400	4	3.500
Endemol Shine	5	3.100	2	4.100

**4.37 Langzeitvergleich: Show nach Sitzland (inkl. Musik)**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	10.303	4.214	9.098	22.804	6.927	360	53.706
	19,2%	7,8%	16,9%	42,5%	12,9%	0,7%	100,0%
2015	6.905	7.646	6.874	26.123	6.557	180	54.285
	12,7%	14,1%	12,7%	48,1%	12,1%	0,3%	100,0%
2014	6.054	7.485	8.593	27.486	6.370	0	55.988
	10,8%	13,4%	15,3%	49,1%	11,4%	0,0%	100,0%
2013	6.970	7.153	5.626	26.115	10.294	0	56.158
	12,4%	12,7%	10,0%	46,5%	18,3%	0,0%	100,0%
2012	5.629	5.266	7.630	26.633	6.340	0	51.498
	10,9%	10,2%	14,8%	51,7%	12,3%	0,0%	100,0%
2011	4.663	2.902	4.896	20.542	5.865	150	39.018
	12,0%	7,4%	12,5%	52,6%	15,0%	0,4%	100,0%
2010	8.673	2.504	3.760	17.538	7.130	85	39.690
	21,9%	6,3%	9,5%	44,2%	18,0%	0,2%	100,0%
2009	11.000	2.762	3.992	15.814	7.113	90	40.771
	27,0%	6,8%	9,8%	38,8%	17,4%	0,2%	100,0%
2008	7.632	4.385	4.880	16.022	7.362	0	40.281
	18,9%	10,9%	12,1%	39,8%	18,3%	0,0%	100,0%
2007	7.449	3.348	5.003	18.445	7.705	0	41.950
	17,8%	8,0%	11,9%	44,0%	18,4%	0,0%	100,0%
2006	3.808	4.772	2.632	11.914	8.609	0	31.735
	12,0%	15,0%	8,3%	37,5%	27,1%	0,0%	100,0%
2005	4.796	1.325	3.263	8.373	6.507	0	24.264
	19,8%	5,5%	13,4%	34,5%	26,8%	0,0%	100,0%
2004	9.833	2.617	8.877	8.429	8.225	210	38.191
	25,7%	6,9%	23,2%	22,1%	21,5%	0,5%	100,0%
2003	3.404	1.915	3.324	21.725	7.925	74	38.367
	8,9%	5,0%	8,7%	56,6%	20,7%	0,2%	100,0%
2002	3.479	1.645	4.938	11.238	7.504	0	28.804
	12,1%	5,7%	17,1%	39,0%	26,1%	0,0%	100,0%
2001	3.514	1.532	2.173	12.948	10.170	180	30.517
	11,5%	5,0%	7,1%	42,4%	33,3%	0,6%	100,0%
2000	4.214	2.704	3.667	15.316	8.301	145	34.347
	12,3%	7,9%	10,7%	44,6%	24,2%	0,4%	100,0%
1999	3.304	2.950	4.144	15.750	10.439	105	36.692
	9,0%	8,0%	11,3%	42,9%	28,5%	0,3%	100,0%
1998	2.431	3.585	780	12.576	9.457	1.270	30.099
	8,1%	11,9%	2,6%	41,8%	31,4%	4,2%	100,0%
99 - 16 gesamt	111.630	67.125	93.370	323.215	139.343	1.579	736.262
	15,2%	9,1%	12,7%	43,9%	18,9%	0,2%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

Bei der Verteilung nach Drehorten weist Hamburg leichte Verluste und Berlin leichte Gewinne auf. Auch der Anteil von NRW war rückläufig. Dort wurde mit 32 bzw. 34 Prozent aber weiterhin der höchste Anteil realisiert. Auffallend gering - wenngleich

gestiegen - blieb der Produktionsanteil von Bayern mit 5 bzw. 4 Prozent. Bei der Statistik zu den Produktionsorten war allerdings der Anteil des Produktionsvolumens ohne Angabe zu den Drehorten erneut hoch (29 bzw. 31 %).

#### 4.38 Langzeitvergleich: Show nach Produktionsland (inkl. Musik)

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	2.735	9.231	1.748	17.030	5.238	15.808	1.916	53.706
	5,1%	17,2%	3,3%	31,7%	9,8%	29,4%	3,6%	100,0%
2015	1.908	9.474	1.810	18.622	3.434	16.818	2.219	54.285
	3,5%	17,5%	3,3%	34,3%	6,3%	31,0%	4,1%	100,0%
2014	960	7.843	3.780	20.116	5.329	15.510	1.729	55.267
	1,7%	14,2%	6,8%	36,4%	9,6%	28,1%	3,1%	100,0%
2013	1.990	8.051	5.680	17.890	5.272	15.955	1.320	56.158
	3,5%	14,3%	10,1%	31,9%	9,4%	28,4%	2,4%	100,0%
2012	388	11.662	1.720	14.551	6.330	16.797	60	51.508
	0,8%	22,6%	3,3%	28,2%	12,3%	32,6%	0,1%	100,0%
2011	420	4.347	1.299	13.483	5.353	12.226	1.884	39.012
	1,1%	11,1%	3,3%	34,6%	13,7%	31,3%	4,8%	100,0%
2010	1.195	1.983	1.497	14.259	6.011	12.783	1.960	39.688
	3,0%	5,0%	3,8%	35,9%	15,1%	32,2%	4,9%	100,0%
2009	939	2.913	1.322	11.861	6.524	14.665	2.542	40.766
	2,3%	7,1%	3,2%	29,1%	16,0%	36,0%	6,2%	100,0%
2008	1.079	3.715	1.591	13.030	9.747	10.203	915	40.280
	2,7%	9,2%	3,9%	32,3%	24,2%	25,3%	2,3%	100,0%
2007	627	4.296	1.412	16.616	10.093	7.436	1.470	41.950
	1,5%	10,2%	3,4%	39,6%	24,1%	17,7%	3,5%	100,0%
2006	1.219	4.011	1.380	12.727	5.369	5.735	1.294	31.735
	3,8%	12,6%	4,3%	40,1%	16,9%	18,1%	4,1%	100,0%
2005	1.397	2.990	1.042	8.976	4.766	4.792	301	24.264
	5,8%	12,3%	4,3%	37,0%	19,6%	19,7%	1,2%	100,0%
2004	2.635	3.815	870	12.677	7.077	10.141	975	38.190
	6,9%	10,0%	2,3%	33,2%	18,5%	26,6%	2,6%	100,0%
2003	1.685	2.885	239	21.747	6.494	4.627	690	38.367
	4,4%	7,5%	0,6%	56,7%	16,9%	12,1%	1,8%	100,0%
2002	1.730	2.234	180	12.783	4.835	5.962	1.080	28.804
	6,0%	7,8%	0,6%	44,4%	16,8%	20,7%	3,7%	100,0%
2001	1.405	1.350		11.164	5.067	9.385	2.148	30.519
	4,6%	4,4%	0,0%	36,6%	16,6%	30,8%	7,0%	100,0%
2000	1.133	1.758	272	14.373	7.346	6.195	3.270	34.347
	3,3%	5,1%	0,8%	41,8%	21,4%	18,0%	9,5%	100,0%
1999	1.207	1.667	920	13.922	9.870	5.291	3.815	36.692
	3,3%	4,5%	2,5%	37,9%	26,9%	14,4%	10,4%	100,0%
1998 *	983	**	**	9.218	1.528	598	3.220	15.547
	6,3%	**	**	59,3%	9,8%	3,8%	20,7%	100,0%
99 - 16	24.652	84.225	26.762	265.827	114.155	190.329	29.588	735.538
gesamt	3,4%	11,5%	3,6%	36,1%	15,5%	25,9%	4,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

\* in 1998 noch ohne Genre Musik; \*\* Das geringe Volumen der Shows steht bei den sonstigen Ländern

### 4.2.3 Game-Show

In den letzten Berichten zu diesem Forschungsprojekt hatten die Game-Shows kaum noch eine Rolle gespielt, denn das jährliche Produktionsvolumen war bis 2014 auf nur noch 18.000 Minuten gesunken. In den Jahren 2000 und 2001 hatte es noch 120.000 Minuten betragen, war dann annähernd stetig zurück gegangen. Insbesondere die Nachfrage von Privatsendern war über die Jahre erodiert. In 2015 und 2016 hat es nun ein Revival der Game-Show gegeben.

Dieses Revival ging zunächst von der ARD aus, die für ihre jahrelange Problemzone, das Vorabendprogramm, die Game-Show wiederentdeckte und damit beim Publikum Erfolg hatte. Die Formate *Wer weiß denn sowas?*, *Gefragt – gejagt* und *Quizduell* waren erfolgreich und wurden entsprechend auch in 2016 mit hoher Frequenz gesendet. Der Anteil der ARD an der Jahresproduktion stieg sprunghaft auf 35 Prozent in 2015. In 2016 stieg das Auftragsvolumen der ARD noch mal von 9.000 auf 16.000 Minuten. Der Anteil der ARD stieg auf 40 Prozent.

Insgesamt sind in 2015 26.000 Minuten (2014: 18.000) produziert worden. In 2016 waren es 41.000 Minuten. Maßgeblich beteiligt an dem erneuten Anstieg war auch der massive Einsatz von Game-Shows beim Spartensender RTLplus in 2016. Der kleine Sender nahm die Produktion gleich mehrerer Formate wieder auf, die einst beim großen Bruder RTL erfolgreich, aber eben auch in die Jahre gekommen und abgesetzt worden waren. Zu diesen Formaten zählen das *Familienduell*, *Ruck Zuck*, *Jeopardy* und *Glücksrad*. Insgesamt beauftragte RTLplus rund 11.000 Minuten. Der Zuschauerzuspruch entspricht offenbar den Erwartungen des Senders, denn bei RTLplus spielen die Game-Shows auch in 2017 eine erhebliche Rolle im Programm.

Gesteigert haben auch die Dritten Programme ihre Nachfrage auf zuletzt rund 7.000 Minuten in 2016. Ähnliches gilt auch für RTL. Dort wird seit Jahren insbesondere das Format *Wer wird Millionär?* erfolgreich eingesetzt.

**4.39 Game-Show nach Sendern und Sitz 2016**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD			984	15.328			16.312
ZDF				900	1.000		1.900
RTL	180		315	3.310			3.805
RTLplus				10.800			10.800
SAT.1				384			384
Dritte	690		2.165	1.710	2.050		6.615
sonst. Sender	745			775			1.520
gesamt	1.615	0	3.464	33.207	3.050	0	41.336

Quelle: FORMATT-Institut

**4.40 Game-Show nach Sendern und Sitz 2015**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD				9.153			9.153
ZDF				90	1.050		1.140
RTL				2.865			2.865
SAT.1						150	150
Dritte	1.680		2.655	2.520	1.775		8.630
sonst. Sender	615		120	3.150			3.885
gesamt	2.295	0	2.775	17.778	2.825	150	25.823

Quelle: FORMATT-Institut

Von der deutlich gestiegenen Nachfrage für das kostengünstige Genre hat insbesondere die Branche in Nordrhein-Westfalen profitiert. Die NRW-Branche ist immer schon führend in der Genre-Produktion gewesen (Langzeitschnitt 64 %), erreichte in 2015 mit knapp 70 Prozent und in 2016 mit 80 Prozent aber ungewöhnlich große Marktanteile. Neben den NRW-Produzenten profitierten auch die Studiobetreiber im Land. Game-Shows sind klassische Studioproduktionen. Das größte Volumen realisierten in 2016 die UFA Show & Factual (11.200 Minuten) sowie die ITV Studios Germany (8.000), allein mit Aufträgen der ARD. Auf gut 7.000 Minuten kam Sony Pictures mit Produktionen insbesondere für RTLplus. In 2015 hatte die Game-Show-Produktion für Sony noch keine und bei der UFA nur eine unwesentliche Rolle gespielt. Die ITV Studios hatten dagegen schon in 2015 9.000 Minuten produziert.

**4.41 Langzeitvergleich: Game-Show nach Sitzland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	1.615	0	3.464	33.207	3.050	0	41.336
	3,9%	0,0%	8,4%	80,3%	7,4%	0,0%	100,0%
2015	2.295	0	2.775	17.778	2.825	150	25.823
	8,9%	0,0%	10,7%	68,8%	10,9%	0,6%	100,0%
2014	1.490	360	1.800	11.157	3.100	0	17.907
	8,3%	2,0%	10,1%	62,3%	17,3%	0,0%	100,0%
2013	4.470	0	2.270	6.935	3.465	0	17.140
	26,1%	0,0%	13,2%	40,5%	20,2%	0,0%	100,0%
2012	2.145	0	2.775	9.426	4.715	0	19.061
	11,3%	0,0%	14,6%	49,5%	24,7%	0,0%	100,0%
2011	2.455	385	4.725	10.226	3.209	0	21.000
	11,7%	1,8%	22,5%	48,7%	15,3%	0,0%	100,0%
2010	1.260	190	2.729	7.134	4.270	0	15.583
	8,1%	1,2%	17,5%	45,8%	27,4%	0,0%	100,0%
2009	1.065	275	5.623	8.682	3.497	0	19.142
	5,6%	1,4%	29,4%	45,4%	18,3%	0,0%	100,0%
2008	1.516		4.033	15.150	3.493		24.192
	6,3%	0,0%	16,7%	62,6%	14,4%	0,0%	100,0%
2007	2.002		3.409	13.248	4.938		23.597
	8,5%	0,0%	14,4%	56,1%	20,9%	0,0%	100,0%
2006	4.866		3.929	16.961	3.833		29.589
	16,4%	0,0%	13,3%	57,3%	13,0%	0,0%	100,0%
2005	2.049		3.890	11.622	6.078		23.639
	8,7%	0,0%	16,5%	49,2%	25,7%	0,0%	100,0%
2004	1.428	450	2.950	17.510	5.201		27.539
	5,2%	1,6%	10,7%	63,6%	18,9%	0,0%	100,0%
2003	4.748	270	3.172	24.651	3.171		36.012
	13,2%	0,7%	8,8%	68,5%	8,8%	0,0%	100,0%
2002	15.273	1.745	3.390	38.385	1.876		60.669
	25,2%	2,9%	5,6%	63,3%	3,1%	0,0%	100,0%
2001	36.903	1.180	6.608	76.533	3.038		124.262
	29,7%	0,9%	5,3%	61,6%	2,4%	0,0%	100,0%
2000	24.414		6.027	88.875	1.050		120.366
	20,3%	0,0%	5,0%	73,8%	0,9%	0,0%	100,0%
1999	19.262		455	47.122	1.100		67.939
	28,4%	0,0%	0,7%	69,4%	1,6%	0,0%	100,0%
1998	9.135			45.279			54.414
	16,8%	0,0%	0,0%	83,2%	0,0%	0,0%	100,0%
99 - 16	129.256	4.855	64.024	454.602	61.909	150	714.796
gesamt	18,1%	0,7%	9,0%	63,6%	8,7%	0,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

**4.42 Langzeitvergleich: Game-Show nach Produktionsland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	1.700	984	14.788	17.195	2.695	3.974	0	41.336
	4,1%	2,4%	35,8%	41,6%	6,5%	9,6%	0,0%	100,0%
2015	1.050	0	10.818	4.690	3.435	5.830	0	25.823
	4,1%	0,0%	41,9%	18,2%	13,3%	22,6%	0,0%	100,0%
2014	1.050	735	1.590	4.667	2.750	7.115	0	17.907
	5,9%	4,1%	8,9%	26,1%	15,4%	39,7%	0,0%	100,0%
2013	3.530	180	480	6.295	3.170	3.485	0	17.140
	20,6%	1,1%	2,8%	36,7%	18,5%	20,3%	0,0%	100,0%
2012	2.675	532	1.716	7.617	2.884	3.635	0	19.059
	14,0%	2,8%	9,0%	40,0%	15,1%	19,1%	0,0%	100,0%
2011	1.000	1.890	4.101	8.215	2.915	2.879	0	21.000
	4,8%	9,0%	19,5%	39,1%	13,9%	13,7%	0,0%	100,0%
2010	1.045	872	2.166	5.100	2.455	3.855	90	15.583
	6,7%	5,6%	13,9%	32,7%	15,8%	24,7%	0,6%	100,0%
2009	1.000	1.158	6.817	4.170	3.095	2.902	0	19.142
	5,2%	6,0%	35,6%	21,8%	16,2%	15,2%	0,0%	100,0%
2008	950		6.513	5.536	9.098	2.095		24.192
	3,9%	0,0%	26,9%	22,9%	37,6%	8,7%	0,0%	100,0%
2007	1.760		5.746	3.052	11.034	1.530	475	23.597
	7,5%	0,0%	24,4%	12,9%	46,8%	6,5%	2,0%	100,0%
2006	2.815	0	3.720	8.462	4.465	10.127	0	29.589
	9,5%	0,0%	12,6%	28,6%	15,1%	34,2%	0,0%	100,0%
2005	3.119	0	6.125	7.700	3.722	2.898	75	23.639
	13,2%	0,0%	25,9%	32,6%	15,7%	12,3%	0,3%	100,0%
2004	2.996	4.124	4.450	8.608	1.920	5.441	0	27.539
	10,9%	15,0%	16,2%	31,3%	7,0%	19,8%	0,0%	100,0%
2003	3.208	4.626	4.504	19.693	1.740	2.241	0	36.012
	8,9%	12,8%	12,5%	54,7%	4,8%	6,2%	0,0%	100,0%
2002	22.319	6.770	4.590	12.964	720	13.306	0	60.669
	36,8%	11,2%	7,6%	21,4%	1,2%	21,9%	0,0%	100,0%
2001	41.579	8.295	3.800	45.282	900	23.926	480	124.262
	33,5%	6,7%	3,1%	36,4%	0,7%	19,3%	0,4%	100,0%
2000	24.067	8.085	0	85.519	0	1.525	1.170	120.366
	20,0%	6,7%	0,0%	71,0%	0,0%	1,3%	1,0%	100,0%
1999	22.197	5.441	0	39.021	0	1.100	180	67.939
	32,7%	8,0%	0,0%	57,4%	0,0%	1,6%	0,3%	100,0%
1998	9.988	9.843	0	34.583	0	0	0	54.414
	18,4%	18,1%	0,0%	63,6%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
99 - 16 gesamt	138.060	43.692	81.924	293.786	56.998	97.864	2.470	714.794
	19,3%	6,1%	11,5%	41,1%	8,0%	13,7%	0,3%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

### 4.2.3 Talk-Show

Die Produktion von Talk-Shows war in 2016 deutlich rückläufig. Die Jahresproduktion hatte in 2014 und 2015 bei 46.000 Minuten gelegen. In 2016 waren es nur noch gut 38.000 Minuten. Verursacht wurde der Einbruch im Wesentlichen durch die Einstellung von drei Formaten: *Günther Jauch* (ARD), *Frank Elstner – Menschen der Woche* (SWR) und *west.art Talk* (WDR). Entsprechend fallen die Verluste in 2016 bei der ARD und den Dritten an. Die größte Nachfrage hat das ZDF mit jeweils 15.000 Minuten in den Untersuchungsjahren. Rund ein Drittel davon wird für das mehrmals wöchentlich gesendete Format *Markus Lanz* produziert.

#### 4.43 Talk-Show nach Sendern und Sitz 2016

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD		4.290	480	2.700			7.470
ZDF		315	13.976	240	675		15.206
SAT.1				600			600
ntv				1.418			1.418
Dritte	113	1.920	0	3.265	1.560		6.858
sonst. Sender	4.745	912	135	375			6.167
gesamt	4.858	7.437	14.591	8.598	2.235	0	37.719

Quelle: FORMATT-Institut

#### 4.44 Talk-Show nach Sendern und Sitz 2015

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD		5.819	93	4.530	540		10.982
ZDF		1.020	13.383	180	675		15.258
SAT.1			615				615
ntv				1.554			1.554
Dritte		2.070		6.205	4.410		12.685
sonst. Sender	3.885	669		740	0		5.294
k. A.							0
gesamt	3.885	9.578	14.091	13.209	5.625	0	46.388

Quelle: FORMATT-Institut

Unter anderen das Format *Markus Lanz* sorgt für die führende Position der Produzenten in Hamburg bei den Talk-Shows. In 2015 hatten sie einen Anteil von 30, in 2016 von fast 40 Prozent. Die Produzenten in Nordrhein-Westfalen haben Anteile verloren und zwar knapp 5 Prozentpunkte in 2015 und noch mal 6 Prozentpunkte in

2016. Die bayerischen Produzenten haben dagegen wesentlich mehr produziert und ihren Anteil von 2 Prozent in 2014 auf 13 Prozent in 2016 gesteigert. Die Branche in Berlin kam auf 20 Prozent.

#### 4.45 Langzeitvergleich: Talk-Show nach Sitzland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	4.858	7.437	14.591	8.598	2.235	0	37.719
	12,9%	19,7%	38,7%	22,8%	5,9%	0,0%	100,0%
2015	3.885	9.578	14.091	13.209	5.625	0	46.388
	8,4%	20,6%	30,4%	28,5%	12,1%	0,0%	100,0%
2014	780	8.194	16.216	15.214	5.505	500	46.409
	1,7%	17,7%	34,9%	32,8%	11,9%	1,1%	100,0%
2013	2.375	11.291	20.996	19.334	6.900	0	60.896
	3,9%	18,5%	34,5%	31,7%	11,3%	0,0%	100,0%
2012	1.640	9.270	25.792	27.469	6.540	0	70.711
	2,3%	13,1%	36,5%	38,8%	9,2%	0,0%	100,0%
2011	5.277	8.062	28.206	22.485	5.850	0	69.880
	7,6%	11,5%	40,4%	32,2%	8,4%	0,0%	100,0%
2010	2.996	6.390	25.996	17.502	6.255	0	59.139
	5,1%	10,8%	44,0%	29,6%	10,6%	0,0%	100,0%
2009	1.150	5.394	29.830	27.971	5.985	0	70.330
	1,6%	7,7%	42,4%	39,8%	8,5%	0,0%	100,0%
2008	0	7.312	25.626	33.963	5.495	0	72.396
	0,0%	10,1%	35,4%	46,9%	7,6%	0,0%	100,0%
2007	2.970	11.623	21.321	33.310	5.040	240	74.504
	4,0%	15,6%	28,6%	44,7%	6,8%	0,3%	100,0%
2006	1.380	10.555	23.790	37.055	4.655	0	77.435
	1,8%	13,6%	30,7%	47,9%	6,0%	0,0%	100,0%
2005	14.250	12.018	19.665	41.517	16.395	0	103.845
	13,7%	11,6%	18,9%	40,0%	15,8%	0,0%	100,0%
2004	18.987	8.430	21.984	35.534	13.510	2.480	100.925
	18,8%	8,4%	21,8%	35,2%	13,4%	2,5%	100,0%
2003	18.533	10.360	31.690	30.195	14.760	1.960	107.498
	17,2%	9,6%	29,5%	28,1%	13,7%	1,8%	100,0%
2002	12.777	10.520	33.005	51.560	14.305	0	122.167
	10,5%	8,6%	27,0%	42,2%	11,7%	0,0%	100,0%
2001	17.463	10.172	38.959	38.944	11.251	0	116.789
	15,0%	8,7%	33,4%	33,3%	9,6%	0,0%	100,0%
2000	9.128	11.620	42.000	59.128	11.599	0	133.475
	6,8%	8,7%	31,5%	44,3%	8,7%	0,0%	100,0%
1999	12.294	7.690	35.100	62.368	8.560	0	126.012
	9,8%	6,1%	27,9%	49,5%	6,8%	0,0%	100,0%
1998	8.877	10.440	34.808	40.608	6.241	0	100.974
	8,8%	10,3%	34,5%	40,2%	6,2%	0,0%	100,0%
99 - 16 gesamt	130.743	165.916	468.858	575.356	150.465	5.180	1.496.518
	8,7%	11,1%	31,3%	38,4%	10,1%	0,3%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

**4.46 Langzeitvergleich: Talk-Show nach Produktionsland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	0	14.643	9.871	4.525	480	8.200	0	37.719
	0,0%	38,8%	26,2%	12,0%	1,3%	21,7%	0,0%	100,0%
2015	0	16.419	9.916	9.399	3.390	7.264	0	46.388
	0,0%	35,4%	21,4%	20,3%	7,3%	15,7%	0,0%	100,0%
2014	112	17.064	11.971	9.987	3.307	3.847	120	46.408
	0,2%	36,8%	25,8%	21,5%	7,1%	8,3%	0,3%	100,0%
2013	90	24.025	17.161	10.542	3.912	5.166	0	60.896
	0,1%	39,5%	28,2%	17,3%	6,4%	8,5%	0,0%	100,0%
2012	0	20.516	22.682	20.243	4.320	2.950	0	70.711
	0,0%	29,0%	32,1%	28,6%	6,1%	4,2%	0,0%	100,0%
2011	3.195	19.493	22.090	18.230	4.350	2.522	0	69.880
	4,6%	27,9%	31,6%	26,1%	6,2%	3,6%	0,0%	100,0%
2010	1.868	14.076	20.534	14.026	5.705	2.430	500	59.139
	3,2%	23,8%	34,7%	23,7%	9,6%	4,1%	0,8%	100,0%
2009	900	15.285	20.532	23.601	6.405	2.246	1.360	70.329
	1,3%	21,7%	29,2%	33,6%	9,1%	3,2%	1,9%	100,0%
2008	0	10.262	20.796	31.043	5.430	4.864		72.395
	0,0%	14,2%	28,7%	42,9%	7,5%	6,7%	0,0%	100,0%
2007	1.350	15.362	18.126	29.253	6.379	3.940	94	74.504
	1,8%	20,6%	24,3%	39,3%	8,6%	5,3%	0,1%	100,0%
2006	2.760	17.330	20.940	28.155	5.120	3.130		77.435
	3,6%	22,4%	27,0%	36,4%	6,6%	4,0%	0,0%	100,0%
2005	15.180	20.592	17.910	28.260	6.975	14.898	30	103.845
	14,6%	19,8%	17,2%	27,2%	6,7%	14,3%	0,0%	100,0%
2004	17.182	17.840	20.324	18.331	17.145	10.103		100.925
	17,0%	17,7%	20,1%	18,2%	17,0%	10,0%	0,0%	100,0%
2003	17.258	17.785	28.725	24.195	15.245	4.290		107.498
	16,1%	16,5%	26,7%	22,5%	14,2%	4,0%	0,0%	100,0%
2002	9.447	17.688	29.392	34.210	16.765	14.665		122.167
	7,7%	14,5%	24,1%	28,0%	13,7%	12,0%	0,0%	100,0%
2001	10.122	22.746	36.568	29.886	14.902	2.565		116.789
	8,7%	19,5%	31,3%	25,6%	12,8%	2,2%	0,0%	100,0%
2000	9.105	25.247	40.239	47.969	10.317	598		133.475
	6,8%	18,9%	30,1%	35,9%	7,7%	0,4%	0,0%	100,0%
1999	12.234	7.128	35.385	59.631	11.484		150	126.012
	9,7%	5,7%	28,1%	47,3%	9,1%	0,0%	0,1%	100,0%
1998	9.677	9.302	34.208	41.558	6.229			100.974
	9,6%	9,2%	33,9%	41,2%	6,2%	0,0%	0,0%	100,0%
99 - 16 gesamt	100.803	313.501	403.162	441.486	141.631	93.678	2.254	1.496.515
	6,7%	20,9%	26,9%	29,5%	9,5%	6,3%	0,2%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

Die bayerischen Produzenten haben allerdings nicht in Bayern produziert. Wichtigster Standort für die Produktion von Talk-Shows ist nach wie vor Berlin mit knapp 40 Prozent in 2016. Dabei ist nicht einmal berücksichtigt, dass andernorts produzierte

Formate teilweise für einzelne Sendungen nach Berlin umziehen, um den Gästen aus der Politik entgegen zu kommen. Für die Produktion des Genres sind ansonsten nur noch Locations in Hamburg (2016: 26 %) und in Nordrhein-Westfalen (2016: 12 %) relevant.

**4.47 Große Produzenten von Talk-Shows in den letzten Jahren**

	2016	2015	2014	2013
Fernsehmacher	5.000	4.700	4.800	4.800
Mhoch2	4.900	4.700	4.800	4.800
doc.station	3.600	3.600	3.500	3.400
Encanto	3.000	6.200	6.100	6.200
Ansager	2.700	2.600	3.300	3.600
Vincent TV	2.500	2.500	2.500	2.700
Will Media	1.800	2.500	2.600	2.700
Pro Bono	1.600	1.600	3.600	4.800
Format Punkt E	0	2.900	2.900	3.000

Quelle: FORMATT-Institut; gewichtete Minutenangaben

Auffallend ist, dass viele der Moderatoren von Talk-Shows an den Produktionsfirmen ihrer Sendungen beteiligt sind, sie oft sogar (mit-) gegründet haben:

Firma	Moderation und (Mit-) Eigner
Ansager & Schnipselmann GmbH & Co KG	Frank Plasberg
Beckground TV + Filmproduktion GmbH	Reinhold Beckmann
Encanto Film- und Fernsehproduktion GmbH	Bettina Böttinger
Format Punkt E GmbH	Frank Elstner
I & U Information und Unterhaltung	Günther Jauch
Mhoch2 TV-Produktionsgesellschaft mbH & Co KG	Markus Lanz
Räuberleiter GmbH	Jörg Thadeusz
Vincent TV GmbH	Sandra Maischberger
Will Media GmbH	Anne Will

### 4.3 Die Informations-Genres

Gerade unter dem Aspekt der publizistischen Vielfalt ist die Nachfrageentwicklung bei den Informations-Genres in den Untersuchungsjahren positiv gewesen. Nach einem Tiefpunkt in 2014 mit nur noch 173.000 Minuten stieg die Nachfrage in 2015 auf 191.000 Minuten und in 2016 auf 203.000 Minuten. In der langfristigen Betrachtung waren die Produzenten in Bayern mit einem Anteil von durchschnittlich 27 Prozent und jene in den sonstigen Ländern mit 24 Prozent führend. Die bayerischen Produzenten haben ihre Führungsposition in den Untersuchungsjahren deutlich ausgebaut und erreichten Anteile von über 31 Prozent. Der Anteil der sonstigen Länder war dagegen stark rückläufig: von 25 Prozent in 2014 auf 16 Prozent in 2015 und nur noch 14 Prozent in 2016. Deutlich zugelegt hat hingegen die Branche in Nordrhein-Westfalen mit 20 Prozent in 2015 und 23 Prozent in 2016. Der Langzeitwert für Nordrhein-Westfalen liegt bei 17 Prozent. Ähnlich ist die Situation der Branche in Berlin, die mit rund 20 Prozent in beiden Jahren deutlich über ihrem Langzeitdurchschnitt von 17 Prozent lag. Ein geringeres Volumen als im Langzeitdurchschnitt (15 %) erreichten die Produzenten in Hamburg mit 13 bzw. 12 Prozent.

Seitdem die speziellen Talk-Show-Formate von Privatsendern vornehmlich am Nachmittag ausgestrahlt keine Rolle mehr spielen, könnte auch das Genre Talk-Show bei den Informations-Genres berücksichtigt werden. Dies ist insbesondere wegen der Vergleichbarkeit der langfristigen Werte nicht umgesetzt worden.

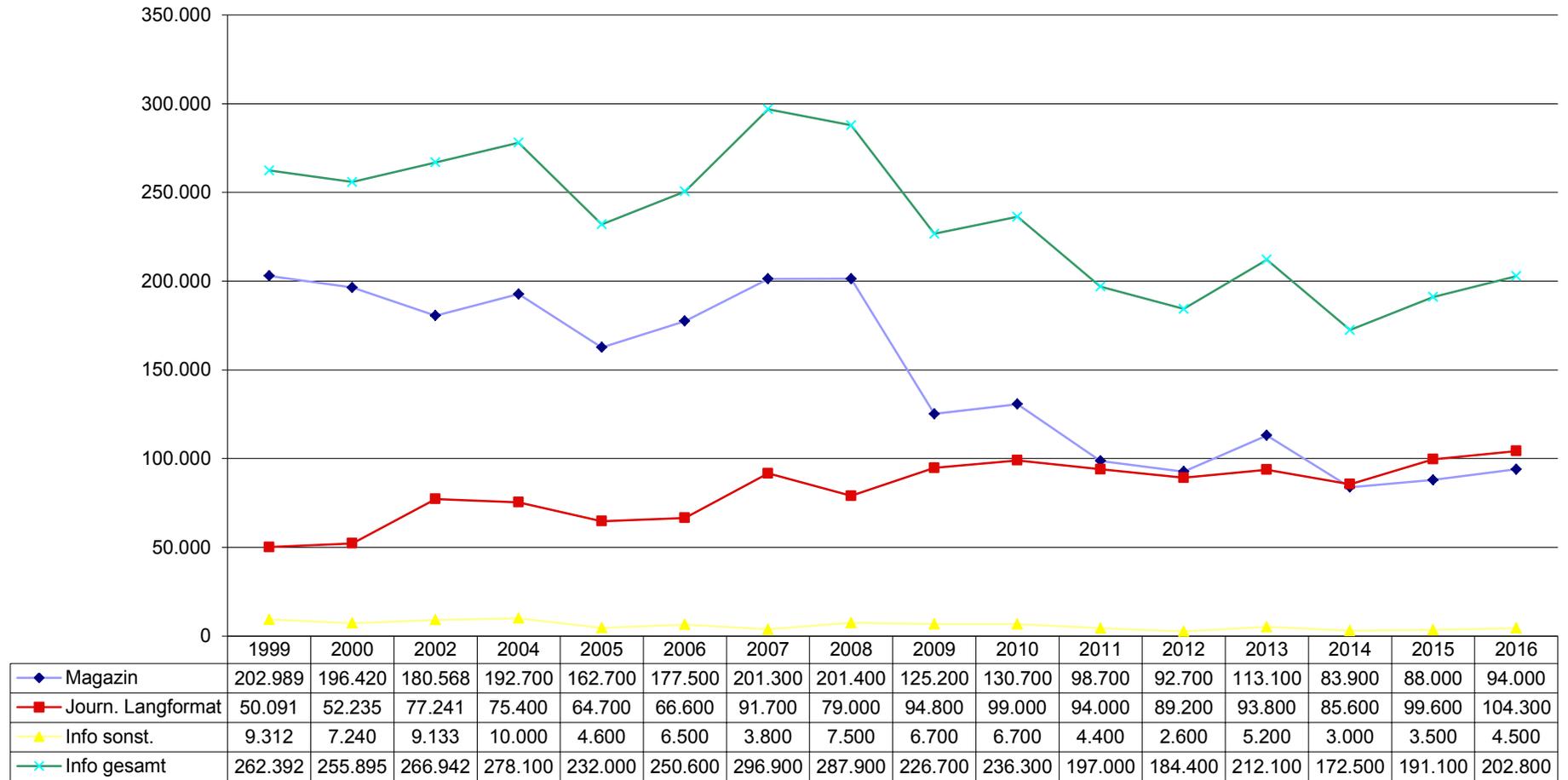
**4.48 Langzeitvergleich: Info gesamt nach Sitzland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	62.986	39.502	25.827	46.103	27.838	554	202.810
	31,1%	19,5%	12,7%	22,7%	13,7%	0,3%	100,0%
2015	60.354	39.937	22.327	38.154	30.306	45	191.123
	31,6%	20,9%	11,7%	20,0%	15,9%	0,0%	100,0%
2014	43.209	28.082	28.455	29.661	43.108	0	172.515
	25,0%	16,3%	16,5%	17,2%	25,0%	0,0%	100,0%
2013	50.124	43.191	26.302	40.782	51.719	0	212.118
	23,6%	20,4%	12,4%	19,2%	24,4%	0,0%	100,0%
2012	43.414	43.560	17.338	40.433	39.616	70	184.431
	23,5%	23,6%	9,4%	21,9%	21,5%	0,0%	100,0%
2011	51.362	44.553	23.767	36.706	39.567	1.065	197.020
	26,1%	22,6%	12,1%	18,6%	20,1%	0,5%	100,0%
2010	68.403	45.326	25.994	43.506	52.548	533	236.310
	28,9%	19,2%	11,0%	18,4%	22,2%	0,2%	100,0%
2009	71.565	42.541	24.854	39.653	48.059	45	226.717
	31,6%	18,8%	11,0%	17,5%	21,2%	0,0%	100,0%
2008	91.984	35.314	38.077	40.797	80.271	1.465	287.908
	31,9%	12,3%	13,2%	14,2%	27,9%	0,5%	100,0%
2007	92.373	46.563	35.812	39.940	81.905	355	296.948
	31,1%	15,7%	12,1%	13,5%	27,6%	0,1%	100,0%
2006	72.967	31.822	33.091	37.624	74.933	145	250.582
	29,1%	12,7%	13,2%	15,0%	29,9%	0,1%	100,0%
2005	74.009	28.661	36.379	35.057	57.829	45	231.980
	31,9%	12,4%	15,7%	15,1%	24,9%	0,0%	100,0%
2004	79.121	39.311	54.982	38.793	64.600	1.290	278.097
	28,5%	14,1%	19,8%	13,9%	23,2%	0,5%	100,0%
2003	75.427	41.491	47.779	41.102	69.787	750	276.336
	27,3%	15,0%	17,3%	14,9%	25,3%	0,3%	100,0%
2002	63.867	43.717	45.882	41.896	69.389	2.191	266.942
	23,9%	16,4%	17,2%	15,7%	26,0%	0,8%	100,0%
2001	55.671	38.935	49.502	40.216	59.682	1.893	245.899
	22,6%	15,8%	20,1%	16,4%	24,3%	0,8%	100,0%
2000	54.800	39.900	51.800	51.400	56.600	1.400	255.900
	21,4%	15,6%	20,2%	20,1%	22,1%	0,5%	100,0%
1999	51.071	45.136	48.087	50.938	61.935	5.225	262.392
	19,5%	17,2%	18,3%	19,4%	23,6%	2,0%	100,0%
1998	45.600	37.900	54.400	41.400	66.300	3.200	248.800
	18,3%	15,2%	21,9%	16,6%	26,6%	1,3%	100,0%
99 - 16 gesamt	1.162.707	717.542	636.255	732.761	1.009.692	17.071	4.276.028
	27,2%	16,8%	14,9%	17,1%	23,6%	0,4%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

**Grafik 4.3 Volumenentwicklung der Informations-Genres**



FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte nach Unternehmenssitz

### 4.3.1 Magazin

Die Aufzählung der größten Nachfrager nach Magazinen mag zunächst überraschen, denn dies sind in 2016 die Privatsender Pro7, K1 und RTL. Die beiden Hauptprogramme der öffentlich-rechtlichen Sender ARD/Das Erste bzw. das ZDF weisen kaum Nachfrage auf, obwohl auch in diesen Programmen zahlreiche Magazine zu sehen sind. Journalismus ist die Kernkompetenz der Anstalten und daher produzieren sie die meisten Magazine selbst. Nur für die Dritten Programme sowie arte/KiKa und 3sat werden Magazine in nennenswertem Umfang in Auftrag gegeben. Insgesamt dominieren bei diesem Genre aber die Aufträge privater Sender. RTL, K1 und auch SAT.1 haben diese in 2016 gegenüber 2015 erneut gesteigert. Bei Pro7 ist die Nachfrage auf hohem Niveau stabil geblieben, bei RTL2 und Vox war sie leicht rückläufig.

#### 4.49 Magazin nach Sendern und Sitz 2016

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	300						300
ZDF		75		730	40		845
RTL		750	2.725	9.320	300		13.095
SAT.1	1.010	4.770		2.340			8.120
Pro7	13.830	5.659					19.489
K1	14.340		2.880				17.220
RTL2	2.385	1.440			96		3.921
VOX	2.750			2.805			5.555
arte/Kika/3sat/ funk	1.778	3.457	775	1.153	135		7.298
Dritte	3.120	3.270		570	3.793		10.753
sonst. Sender	3.350			2.527	1.575		7.452
gesamt	42.863	19.421	6.380	19.445	5.939	0	94.048

Quelle: FORMATT-Institut

**4.50 Magazin nach Sendern und Sitz 2015**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	300			25			325
ZDF		270	30	90			390
RTL		1.000	2.028	8.722	230		11.980
SAT.1	795	2.295		2.420			5.510
Pro7	15.801	3.913					19.714
K1	14.250						14.250
RTL2	2.495	2.490					4.985
VOX	3.060			2.860			5.920
arte/Kika/3sat	925	3.548	820	776	135		6.204
Dritte	1.975	5.160		720	5.300		13.155
sonst. Sender	2.074			2.227	1.260		5.561
gesamt	41.675	18.676	2.878	17.840	6.925	0	87.994

Quelle: FORMATT-Institut

Insgesamt ist die Nachfrage nach einem zwischenzeitlichen Tief in 2014 auf 88.000 Minuten in 2015 bzw. auf 94.000 Minuten in 2016 gestiegen. Berücksichtigt sind dabei nur Auftragsproduktionen, die das gesamte Magazin umfassen. Einzelne Magazinbeiträge sind nicht berücksichtigt. Aufträge für solche Beiträge werden allerdings in großer Zahl auch für die von den Sendern ansonsten selbst produzierten Magazine vergeben. Über diese Aufträge gibt es keinerlei harte Daten. Die Themenschwerpunkte von Magazinen sind sehr unterschiedlich. Sie werden von allen klassischen Ressorts beauftragt. Die Redaktionen schätzen den Wiedererkennungswert, für den die Moderation eine große Rolle spielt und heute durch eine konstante Besetzung der Moderation auch zur Publikumsbindung genutzt wird. Die An- oder Abmoderation von Beiträgen bietet zudem die Chance, aktuelle Entwicklungen nachzutragen, die im Beitrag nicht berücksichtigt werden konnten.

Die bayerischen Produzenten haben ihren Anteil an der Magazinproduktion in den Untersuchungsjahren noch einmal gesteigert, kamen auf 46 bzw. 47 Prozent und unterstrichen damit ihre führende Marktposition. Maßgeblich dafür sind insbesondere Aufträge von K1 und Pro7. In beiden Jahren lagen die Branchen in Berlin und in Nordrhein-Westfalen mit jeweils rund 20 Prozent praktisch gleichauf. Deutlich weniger als noch in 2014 haben die Branchen in den sonstigen Ländern produziert. Für die Firmen in Hamburg hat die Magazin-Produktion schon seit Jahren kaum eine Bedeutung. In 2016 wurde das kleine Volumen aber immerhin mehr als verdoppelt.

**4.51 Magazine nach Sitzland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	42.863	19.421	6.380	19.445	5.939	0	94.048
	45,6%	20,7%	6,8%	20,7%	6,3%	0,0%	100,0%
2015	41.675	18.676	2.878	17.840	6.925	0	87.994
	47,4%	21,2%	3,3%	20,3%	7,9%	0,0%	100,0%
2014	30.087	12.202	4.695	15.332	21.632	0	83.948
	35,8%	14,5%	5,6%	18,3%	25,8%	0,0%	100,0%
2013	32.888	22.380	4.933	22.155	30.757	0	113.113
	29,1%	19,8%	4,4%	19,6%	27,2%	0,0%	100,0%
2012	31.032	16.757	2.930	21.954	20.025	0	92.698
	33,5%	18,1%	3,2%	23,7%	21,6%	0,0%	100,0%
2011	36.537	17.496	4.240	19.822	19.522	1.035	98.652
	37,0%	17,7%	4,3%	20,1%	19,8%	1,0%	100,0%
2010	48.460	17.831	5.290	28.200	30.897	0	130.678
	37,1%	13,6%	4,0%	21,6%	23,6%	0,0%	100,0%
2009*	51.673	18.848	4.156	23.290	27.262	0	125.229
	41,3%	15,1%	3,3%	18,6%	21,8%	0,0%	100,0%
2008	78.931	14.871	17.825	24.055	64.516	1.200	201.398
	39,2%	7,4%	8,9%	11,9%	32,0%	0,6%	100,0%
2007	74.203	27.112	16.824	23.702	59.502		201.343
	36,9%	13,5%	8,4%	11,8%	29,6%	0,0%	100,0%
2006	53.118	20.597	20.870	24.121	58.808		177.514
	29,9%	11,6%	11,8%	13,6%	33,1%	0,0%	100,0%
2005	53.932	19.285	22.379	23.664	43.469		162.729
	33,1%	11,9%	13,8%	14,5%	26,7%	0,0%	100,0%
2004	55.208	26.454	38.697	24.398	47.840	125	192.722
	28,6%	13,7%	20,1%	12,7%	24,8%	0,1%	100,0%
2003	56.208	30.251	31.990	24.490	52.960	90	195.989
	28,7%	15,4%	16,3%	12,5%	27,0%	0,0%	100,0%
2002	43.853	29.101	29.386	25.324	51.572	1.332	180.568
	24,3%	16,1%	16,3%	14,0%	28,6%	0,7%	100,0%
2001	39.174	26.712	32.009	26.948	43.497	506	168.846
	23,2%	15,8%	19,0%	16,0%	25,8%	0,3%	100,0%
2000	43.791	33.066	37.089	35.655	45.839	980	196.420
	22,3%	16,8%	18,9%	18,2%	23,3%	0,5%	100,0%
1999	39.172	37.444	32.625	36.692	52.326	4.730	202.989
	19,3%	18,4%	16,1%	18,1%	25,8%	2,3%	100,0%
1998	40.191	29.957	40.140	36.146	59.696	1.800	207.930
	19,3%	14,4%	19,3%	17,4%	28,7%	0,9%	100,0%
99 - 16	852.805	408.504	315.196	437.087	683.288	9.998	2.706.878
gesamt	31,5%	15,1%	11,6%	16,1%	25,2%	0,4%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

\*Ab 2009 Umfangreduktionen wegen Neudefinition.

### 4.3.2 Journalistische Langformate

Bei den Journalistischen Langformaten ist im Sinne eines publizistisch vielfältigen Angebots eine besonders positive Entwicklung zu verzeichnen. Sowohl für 2015 als auch für 2016 wurden jeweils neue Produktionsrekorde festgestellt: In 2015 stieg das Produktionsvolumen zunächst um 14.000 Minuten auf eine Jahresproduktion von 100.000 Minuten. In 2016 wurde dieser Wert noch mal um 5.000 Minuten überboten. Die rasante Steigerung hat mehrere Gründe. Auch wenn in dieser Studie nicht die Programmleistungen deutschsprachiger Programme insgesamt dargestellt werden, sondern nur jener Teil der Programme, der außerhalb der Sender entsteht, ist die Entwicklung ein Vielfaltsgewinn. Das Spektrum eigener redaktioneller Leistungen der Sender wird durch die Auftragsproduktion um die Blickwinkel und Sichtweisen einer Vielzahl weiterer Journalisten ergänzt. Sie berichten mit Dokumentationen, Reportagen und Porträts oder analysieren und kommentieren mit Features. Daran wirken auch Privatsender wie VOX oder gar RTL2 mit, die inzwischen gerade die längeren Formate mit über einer Stunde Sendelänge nachfragen – eine Entwicklung, die quer zur klassischen Kritik des Privatfunks liegt. Deutlich größer sind die Nachfragesteigerungen bei RTL und auf kleinerem Niveau auch bei SAT.1.

Bedeutendste Auftraggeber für dieses Genre sind aber traditionell die Dritten Programme mit einem Anteil von rund einem Drittel am Auftragsvolumen sowie Arte. Aktuelle Programmreformen könnten zu einer weiter steigenden Nachfrage führen. Arte hat beispielsweise in 2017 für die Sendezeit zwischen 19.40 bis 20.15 Uhr montags bis freitags einen Sendeplatz für Reportagen eingeführt, die unter dem Label *Re.:* gesendet werden. Arte zeigte allein in 2017 160 Produktionen des neuen Formats.<sup>9</sup> Ähnliche Programmänderungen bei seinem Dritten Programm haben bereits vor einigen Jahren dazu geführt, dass der NDR jährlich ein Volumen von mehr als 10.000 Minuten für Reportagen über norddeutsche Themen beauftragt und damit ganz wesentlich eine breite Produktionsbranche im Norden stützt. Bei Formaten wie der *Nordreportage*, *Nordstory*, *Typisch* oder *NaturNah* mag es sich um Low-Budget-Produktionen handeln, für die allerdings eine Fülle von Aufträgen vergeben wird.

---

<sup>9</sup> Für 2017 hat Arte Deutschland den Sendeplatz komplett bewirtschaftet. Gut 60 Folgen haben die ARD-Anstalten geliefert. Diese wurden je nach Anstalt eigenproduziert oder in Auftrag gegeben. Das ZDF hat rund 100 Beiträge in Auftrag gegeben, insbesondere bei der Kobald Konzept GmbH, bei Spiegel TV GmbH und bei Eco Media TV-Produktion GmbH. In 2018 wird ein Teil der Produktion vom französischen Arte-Zweig übernommen werden.

Der NDR hatte damit wie in den Vorjahren unter den Dritten Programmen erneut eine Spitzenstellung mit einem Auftragsvolumen von 12.000 Minuten in 2015 und 11.000 Minuten in 2016. Daran gemessen sind selbst die Aufträge der größeren Anstalten WDR und SWR mit jährlich zwischen 4.000 und 5.000 Minuten bescheiden. Beim HR hingegen spielt die Erweiterung der Vielfalt über Auftragsproduktionen fast keine Rolle, da der HR - Genre übergreifend – die Eigenproduktion favorisiert. Die Differenz zwischen dem beauftragten Volumen von ARD und ZDF ist in den Untersuchungsjahren weiter gewachsen. Für Das Erste ist weniger nachgefragt worden (in beiden Jahren gut 4.000 Minuten), für das ZDF mit 14.000 Minuten (2015) bzw. 16.000 Minuten (2016) mehr als in den Vorjahren. Insgesamt ist der Anteil der öffentlich-rechtlichen Programme am Genre auf gut 70 Prozent in 2015 und 66 Prozent in 2016 zurückgegangen. In den Vorjahren hatte er oft bei 80 Prozent gelegen.

#### 4.52 Langformate nach Sendern und Sitz 2016

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	510	1.041	1.370	512	768	44	4.245
ZDF	1.918	3.114	4.658	2.304	3.559	120	15.673
RTL	90	553	372	9.503	758		11.276
SAT.1	2.228	856	1.695	203		135	5.117
Pro7	150	310		60			520
K1	265	90	990	990			2.335
RTL2	3.091	135		1.505	110		4.841
VOX	1.620		360	1.230	270		3.480
arte/ 3sat/Kika/ Phoenix	953	7.522	3.215	3.551	4.148		19.389
Dritte	3.661	3.320	6.466	4.895	11.369	165	29.876
sonst. Sender	3.163	1.091	269	724	430	90	5.767
ohne Sender	124	654	52	511	429		1.770
gesamt	17.773	18.686	19.447	25.988	21.841	554	104.289

Quelle: FORMATT-Institut

**4.53 Langformate nach Sendern und Sitz 2015**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	842	1.077	1.315	604	679		4.517
ZDF	1.665	2.462	3.511	2.229	4.437		14.304
RTL	45	4.716	2.640	6.105	617		14.123
SAT.1	1.100	132	600	203			2.035
Pro7	53	299		50			402
K1	1.778		90	720			2.588
RTL2	368	260	180	498	180	45	1.531
VOX	300		690	1.410	405		2.805
arte/ 3sat/Kika	3.613	7.058	3.916	3.899	4.450		22.936
Dritte	4.904	3.205	6.342	2.884	11.780		29.115
sonst. Sender	1.974	592	165	514	106		3.351
ohne Sender	355	650		268	637		1.910
gesamt	16.997	20.451	19.449	19.384	23.291	45	99.617

Quelle: FORMATT-Institut

Bei den Journalistischen Langformaten unterscheidet sich das Gewicht der Branchen einzelner Länder traditionell von jenem anderer Genres. In der Langzeitbetrachtung von 1999 bis 2016 liegen die sonstigen Länder (22 %) und Hamburg (20 %) vorn. Die sonstigen Länder profitieren dabei von den oft unter regionalen Aspekten vergebenen Aufträgen für die Dritten Programm und Hamburg speziell vom großen Auftragsvolumen des NDR. In der Langzeitbetrachtung ist eine wenig kontinuierliche Entwicklung erkennbar. Dies hat sich auch für 2015 mit deutlichen Steigerungen der Branchen in Bayern, Berlin und Nordrhein-Westfalen gezeigt. Die NRW-Branche weist zudem auch in 2016 eine ungewöhnlich starke Steigerung auf 26.000 Minuten auf, ist damit erstmals zur führenden Branche aufgestiegen und damit der Profiteur des insgesamt gestiegenen Auftragsvolumens. Verluste gegenüber 2014 weist allein die Branche in Hamburg aus.

**4.54 Langzeitvergleich: Langformate nach Sitzland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	17.773	18.686	19.447	25.988	21.841	554	104.289
	17,0%	17,9%	18,6%	24,9%	20,9%	0,5%	100,0%
2015	16.997	20.451	19.449	19.384	23.291	45	99.617
	17,1%	20,5%	19,5%	19,5%	23,4%	0,0%	100,0%
2014	11.576	15.805	23.535	13.189	21.471	0	85.576
	13,5%	18,5%	27,5%	15,4%	25,1%	0,0%	100,0%
2013	14.952	19.571	21.057	17.537	20.719	0	93.836
	15,9%	20,9%	22,4%	18,7%	22,1%	0,0%	100,0%
2012	11.717	25.893	14.363	17.575	19.546	70	89.164
	13,1%	29,0%	16,1%	19,7%	21,9%	0,1%	100,0%
2011	14.205	25.517	19.382	14.969	19.865	30	93.968
	15,1%	27,2%	20,6%	15,9%	21,1%	0,0%	100,0%
2010	17.403	27.082	20.704	12.926	20.326	533	98.974
	17,6%	27,4%	20,9%	13,1%	20,5%	0,5%	100,0%
2009	18.897	22.033	19.700	14.698	19.409	45	94.782
	19,9%	23,2%	20,8%	15,5%	20,5%	0,0%	100,0%
2008	11.313	17.278	20.252	15.243	14.632	265	78.983
	14,3%	21,9%	25,6%	19,3%	18,5%	0,3%	100,0%
2007	16.288	18.628	18.928	15.618	21.912	355	91.729
	17,8%	20,3%	20,6%	17,0%	23,9%	0,4%	100,0%
2006	19.369	10.835	12.131	10.073	14.025	145	66.578
	29,1%	16,3%	18,2%	15,1%	21,1%	0,2%	100,0%
2005	18.254	8.221	14.000	10.923	13.247	45	64.690
	28,2%	12,7%	21,6%	16,9%	20,5%	0,1%	100,0%
2004	20.485	11.237	14.185	12.720	15.625	1.165	75.417
	27,2%	14,9%	18,8%	16,9%	20,7%	1,5%	100,0%
2003	17.719	9.777	13.554	15.182	16.337	660	73.229
	24,2%	13,4%	18,5%	20,7%	22,3%	0,9%	100,0%
2002	18.984	12.646	14.439	13.017	17.266	859	77.211
	24,6%	16,4%	18,7%	16,9%	22,4%	1,1%	100,0%
2001	16.091	10.131	15.438	11.498	15.330	1.372	69.860
	23,0%	14,5%	22,1%	16,5%	21,9%	2,0%	100,0%
2000	10.932	6.679	12.380	11.683	10.120	441	52.235
	20,9%	12,8%	23,7%	22,4%	19,4%	0,8%	100,0%
1999	11.839	7.662	12.284	8.903	8.908	495	50.091
	23,6%	15,3%	24,5%	17,8%	17,8%	1,0%	100,0%
1998	5.384	7.969	14.228	5.215	6.655	1.384	40.835
	13,2%	19,5%	34,8%	12,8%	16,3%	3,4%	100,0%
99 - 16 gesamt	284.794	288.132	305.228	261.126	313.870	7.079	1.460.229
	19,5%	19,7%	20,9%	17,9%	21,5%	0,5%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

Die Gesamtbranche bestand in 2016 aus 444 und in 2015 aus 443 aktiven Firmen und lag damit wieder auf dem Niveau von 2013 (448 Firmen). Aus der Sicht dieser Firmen ist die durchschnittliche Jahresproduktion die wesentliche Kennziffer. Diese

ist durch das Mengenwachstum deutlich von 204 Minuten in 2014 auf 225 in 2015 bzw. 235 Minuten in 2016 gestiegen. Deutlich mehr als diese Jahresproduktion erreichten in beiden Jahren die Firmen in Hamburg (2016: 405; 2015: 367) sowie die Firmen in NRW in 2016 (321), in 2015 allerdings nur 258 Minuten. Unter dem Durchschnitt lagen die Firmen in den sonstigen Ländern (2016: 149; 2015: 164) und in Berlin (2016: 193; 2015: 197). Die Firmen in Bayern übertrafen den Durchschnitt in beiden Jahren leicht (2016: 258; 2015: 250).

#### 4.55 Jahresproduktion von Langformaten nach Bundesländern

Land	2016			2015		
	Aktive Firmen	Produktionsvolumen	Ø Volumen pro Firma	Aktive Firmen	Produktionsvolumen	Ø Volumen pro Firma
Bayern	69	17.773	258	68	16.997	250
Berlin	97	18.686	193	104	20.451	197
Hamburg	48	19.447	405	53	19.449	367
NRW	81	25.988	321	75	19.384	258
sonst. Länder	147	21.841	149	142	23.291	164
k. A.	2	554	277	1	45	45
gesamt	444	104.298	235	443	99.617	225

#### 4.4 Sonstiges

Dass ausgerechnet ein Sender wie das ZDF zum maßgeblichen Auftraggeber in der Residualkategorie Sonstiges avanciert, mag überraschen. Der Grund dafür ist in den zahlreichen Kochshows zu suchen, die inzwischen für das ZDF produziert werden. Noch bevor der Boom dieser Kochshows begann, sind diese zunächst noch seltenen Formate der Kategorie Sonstiges zugeordnet worden. Mit dem Boom verbunden war eine Volumensteigerung der Kategorie auf mehr als das Doppelte der Ursprungswerte. An diesem Boom ist das ZDF mit großvolumigen Formaten wie *Die Küchenschlacht* oder die *Topfgeldjäger* beteiligt. Hinzu kommt ein Format wie *Bares für Rares*, das inzwischen gleichfalls für die Entwicklung eines Formats steht, das von mehreren Programmen genutzt wird. Dabei geht es um Entrümpelungsaktionen und den Verkauf von alten Schätzchen. Insgesamt hat das ZDF einen Anteil von rund der Hälfte an den Produktionsvolumina von Sonstiges.

Beim Genre Sonstiges überwiegen die Kochshows, die gern mit hoher Frequenz in die Programme integriert werden und damit zum Teil fünfstelligen Produktionsvolumina erreichen. Das gilt beispielsweise für eines der ältesten Formate überhaupt, *Das perfekte Dinner*, von ITV Studios für VOX. Daneben war bei VOX lange die *Kocharena* zu sehen, inzwischen abgelöst von *Grill den Henssler*. VOX ist damit genau wie in den Vorjahren der mit Abstand zum ZDF aber auch zu den weiteren Programmen zweitgrößte Nachfrager nach Produktionen dieser Kategorie und kommt auf Anteile von 29 Prozent in 2015 und 24 Prozent in 2016. Auch die Dritten Programme weisen eine stattliche Nachfrage auf. Mit nur geringen Nachfragen sind hingegen ansonsten wichtige Auftraggeber wie die ARD, RTL oder SAT.1 vertreten.

#### 4.56 Sonstiges nach Sendern und Sitz 2016 Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	270			1.530			1.800
ZDF	1.755		11.880	17.390			31.025
RTL					270		270
SAT.1	540		100	680			1.320
VOX				14.565			14.565
Kika	165						165
Dritte	765		472	570	3.120		4.927
sonst. priv. Sender	3.936	138	52	2.900			7.026
k. A.					4		4
gesamt	7.431	138	12.504	37.635	3.394	0	61.102

Quelle: FORMATT-Institut

#### 4.57 Sonstiges nach Sendern und Sitz 2015 Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
ARD	60			1.350			1.410
ZDF	1.530	225	16.535	8.713			27.003
RTL				90			90
SAT.1				760			760
VOX		90		16.445			16.535
arte/Kika	210		300				510
Dritte	450		660	1.815	3.270		6.195
sonst. priv. Sender	3.398		52	802			4.252
k. A.					572		572
gesamt	5.648	315	17.547	29.975	3.842	0	57.327

Quelle: FORMATT-Institut

Schon seit Jahren werden große Teile der Kategorie von Firmen in Hamburg und in Nordrhein-Westfalen produziert. In den Vorjahren hatten die Produzenten in Hamburg vorn gelegen. In 2015 und 2016 haben die Produzenten in NRW nun jeweils mehr als die Hälfte des Volumens der Kategorie hergestellt. Das Produktionsvolumen der Branche in Hamburg war hingegen deutlich rückläufig (2015: 17.500; 2016: 12.500). Die Marktanteile der Branchen in anderen Ländern sind insgesamt gering. Für die hohen Marktanteile der NRW-Firmen sind insbesondere die Firmen Warner Bros. International Television und die ITV Studios Germany verantwortlich.

**4.58 Langzeitvergleich: Sonstiges nach Sitzland**

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	7.431	138	12.504	37.635	3.394	0	61.102
	12,2%	0,2%	20,5%	61,6%	5,6%	0,0%	100,0%
2015	5.648	315	17.547	29.975	3.842	0	57.327
	9,9%	0,5%	30,6%	52,3%	6,7%	0,0%	100,0%
2014	5.726	2.129	23.769	27.155	3.940	0	62.719
	9,1%	3,4%	37,9%	43,3%	6,3%	0,0%	100,0%
2013	7.123	2.131	23.338	16.319	3.788	0	52.699
	13,5%	4,0%	44,3%	31,0%	7,2%	0,0%	100,0%
2012	3.426	90	25.295	19.416	6.085	0	54.312
	6,3%	0,2%	46,6%	35,7%	11,2%	0,0%	100,0%
2011	3.149	586	28.029	16.376	10.286	0	58.426
	5,4%	1,0%	48,0%	28,0%	17,6%	0,0%	100,0%
2010	3.330	546	23.259	17.030	7.818	0	51.983
	6,4%	1,1%	44,7%	32,8%	15,0%	0,0%	100,0%
2009	4.045	930	21.251	26.903	5.827	0	58.956
	6,9%	1,6%	36,0%	45,6%	9,9%	0,0%	100,0%
2008	3.865	2.486	15.865	27.236	7.449	0	56.901
	6,8%	4,4%	27,9%	47,9%	13,1%	0,0%	100,0%
2007	2.615	2.045	4.670	26.991	7.570	0	43.891
	6,0%	4,7%	10,6%	61,5%	17,2%	0,0%	100,0%
2006	2.832	20.207	4.538	6.318	8.495	0	42.390
	6,7%	47,7%	10,7%	14,9%	20,0%	0,0%	100,0%
2005	2.148	5.065	1.284	20.010	9.262	0	37.769
	5,7%	13,4%	3,4%	53,0%	24,5%	0,0%	100,0%
2004	3.569	7.361	7.853	15.470	3.930	0	38.183
	9,3%	19,3%	20,6%	40,5%	10,3%	0,0%	100,0%
2003	5.204	5.498	6.614	12.715	5.738	90	35.859
	14,5%	15,3%	18,4%	35,5%	16,0%	0,3%	100,0%
2002	6.593	5.638	404	21.484	4.715	2.340	41.174
	16,0%	13,7%	1,0%	52,2%	11,5%	5,7%	100,0%
2001	10.200	5.700	600	8.200	4.600	100	29.400
	34,7%	19,4%	2,0%	27,9%	15,6%	0,3%	100,0%
2000	9.703	6.204	840	11.216	6.099	380	34.442
	28,2%	18,0%	2,4%	32,6%	17,7%	1,1%	100,0%
1999	6.600	5.900	800	4.800	5.700	200	24.000
	27,5%	24,6%	3,3%	20,0%	23,8%	0,8%	100,0%
1998	4.004	5.577	5.149	3.208	5.142	656	23.736
	16,9%	23,5%	21,7%	13,5%	21,7%	2,8%	100,0%
99 - 16	93.207	72.969	218.460	345.249	108.538	3.110	841.533
gesamt	11,1%	8,7%	26,0%	41,0%	12,9%	0,4%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

## 5 Fernsehsender mit Relevanz

Die in den Untersuchungsjahren erneut hohe Nachfrage im Bereich der Auftragsproduktion ist in steigendem Ausmaß auf die Privatsender zurück zu führen. Ihr Anteil am Gesamtvolumen lag in beiden Jahren über 57 Prozent (2016: 57,4 %; 2015: 57,5 %). In 2013 und 2014 waren es je 54 Prozent und in 2012 und 2011 je 51 Prozent gewesen. Erneut waren für diese Steigerung nicht die vielen kleinen und oft noch jungen Privatsender verantwortlich, deren Auftragsvolumen in etwa auf dem Niveau des Jahres 2014 blieb (2016: 28.000; 2015: 24.000), sondern Sender wie RTL oder RTL2, die ihr Auftragsvolumen deutlich gesteigert haben. RTL hat dabei in 2016 erstmals wieder mehr als 100.000 Minuten beauftragt und war mit 110.000 Minuten größter Auftraggeber. In 2015 hatte der Sender noch hinter dem ZDF gelegen, das 96.000 Minuten beauftragt hatte.

In 2016 hat auch das ZDF mit 104.000 Minuten die 100.000-Schwelle überschritten. Bei der ARD ist die Nachfrage in 2015 zunächst deutlich auf 85.000 Minuten gesunken, in 2016 aber wieder auf 92.000 Minuten gestiegen. Schon seit 2010 geht das Auftragsvolumen der Dritten Programme zurück. Sie hatten über mehrere Jahre mit jeweils über 100.000 Minuten das größte Kontingent beauftragt. In 2015 waren es noch 92.000 Minuten, in 2016 80.000 Minuten. Bei den Dritten wird offensichtlich gespart.

Ähnlich ist die Situation schon seit einigen Jahren bei der ProSiebenSAT.1-Gruppe. SAT.1 beauftragte in 2015 76.000 Minuten und in 2016 68.000 Minuten und liegt damit deutlich unter dem langjährigen Niveau. Gegenüber 2014 hat Pro7 in 2015 (38.000) und 2016 (33.000) die Nachfrage zwar wieder gesteigert, bleibt aber zugleich weit unter dem Volumen früherer Jahre. Beide Programme sind allerdings in den letzten Jahren auch in der Zuschauergunst zurückgefallen. Das Augenmerk der Unternehmensleitung galt weniger den Marktanteilen als der inzwischen sehr hohen Rendite der Unternehmensgruppe. Allein der Sender K1 weist gegenüber den Vorjahren eine leichte Steigerung der Nachfrage auf (2016: 41.000; 2015: 43.000).

Parallel zum Bedeutungszuwachs im Zuschauermarkt hatte VOX in den Vorjahren stark in die Auftragsproduktion investiert, in den Untersuchungsjahren die Nachfrage aber leicht zurückgefahren: 2015 waren es 80.000 Minuten, 2016 75.000. RTL2 hat

dagegen hat das Nachfragevolumen gegenüber den Vorjahren erhöht. In 2015 waren es 71.000 Minuten und in 2016 68.000. Zuletzt entsprach dies der Nachfrage von SAT.1.

Der Abstand der folgenden Programme zu den sieben größten Nachfragern – zuletzt in folgender Rangfolge: RTL, ZDF, ARD, Dritte, VOX, RTL2, SAT.1 – ist in der vorliegenden Untersuchung stets groß gewesen. Das gilt auch für die aktuellen Untersuchungsjahre. Die öffentlich-rechtlichen Gemeinschaftsprogramme<sup>10</sup> arte, 3sat, Kika und Phoenix (randständig) kamen mit 40.000 Minuten in 2015 auf das Niveau von Pro7 und K1. In 2016 waren es noch 35.000 Minuten. Die Aufträge der sonstigen Privatsender blieben erneut überschaubar (2015: 24.000; 2016: 28.000). Allerdings sind dabei ausländische Anbieter wie netflix oder amazon nicht berücksichtigt (vgl. Kap. 3.0).

Der Anteil der Produktionen, der noch keinem Sender zugeordnet werden konnte, ist mit 0,4 Prozent in beiden Jahren gering.

### **Regionale Präferenzen**

Seit Beginn der Langzeituntersuchung lassen sich zum Teil deutliche Präferenzen einzelner Sender für Produktionsunternehmen in einzelnen Ländern aufzeigen. Das gilt auch für die beiden aktuellen Untersuchungsjahre. Die Gründe dafür sind unterschiedlich. Zum einen präferieren beauftragende Redaktionen aus praktischen Gründen häufig nahegelegene Firmen. Zum anderen spielen Tochter- und Beteiligungsunternehmen oft in der Nähe der Sender angesiedelt eine erhebliche Rolle bei der Auftragsvergabe. Regionale Präferenzen lassen sich über die Jahre besonders markant am Beispiel des Senders K1 mit Sitz in Unterföhring bei München zeigen. Der hat in 2015 und 2016 jeweils mehr als 70 Prozent seines Auftragsvolumens an die Branche in Bayern vergeben. Beim Sender Pro7, gleichfalls mit Sitz in Unterföhring, lag der Anteil bayerischer Produzenten in beiden Jahren über 50 Prozent. Bei RTL mit Sitz in Köln werden nordrhein-westfälische Firmen traditionell bevorzugt. In 2015 hatten sie einen Anteil von über 60 Prozent, in 2016 über 70 Prozent. Ähnlich ist die Situation bei VOX, gleichfalls in Köln. Der Sender beauftragte nordrhein-westfälische Firmen mit jeweils 70 Prozent seines Auftragsvolumens. Ein Gegenbeispiel für die Auftrags-

---

<sup>10</sup> In 2016 wurden dabei erstmals auch einige Produktionen des öffentlich-rechtlichen Angebots funk berücksichtigt, die teilweise auch ins lineare Angebot übernommen wurden. Der Umfang umfasste 1.800 Minuten.

vergabe mit Präferenz der räumlichen Nähe liefert SAT.1. Beim Sender in Unterföhring erzielen nordrhein-westfälische Produzenten seit Jahren hohe Volumina. Zuletzt lag ihr Anteil bei 45 bzw. 58 Prozent.

Für die öffentlich-rechtlichen Programme werden die Aufträge in der Regel breiter gestreut. Die Präferenzen sind bei der ARD und bei arte nur wenig ausgeprägt. Beim ZDF genießt die Branche in Hamburg seit je her einen hohen Stellenwert. Zuletzt erreichten die Produzenten in Hamburg Anteile von 50 Prozent in 2015 bzw. 34 Prozent in 2016. In 2016 war zugleich der Anteil von NRW mit 32 Prozent ungewöhnlich hoch. Für die Dritten Programme werden Produktionsaufträge überwiegend gezielt an Firmen im jeweiligen Verbreitungsgebiet vergeben. Durch die Zusammenfassung der Dritten Programme ist diese Priorität nur bedingt erkennbar. Der hohe Anteil der ansonsten nachrangigen Branchen in den sonstigen Ländern bei den Dritten Programmen von rund jeweils rund einem Drittel in beiden Untersuchungsjahren gibt aber einen Hinweis darauf.

In den Kapiteln zu den einzelnen Genres ist bereits auf die unterschiedliche Wertigkeit dieser Genres je nach Ausrichtung der Programme hingewiesen worden. So haben beispielsweise bei RTL2 Doku-Soaps einen Anteil von drei Vierteln am Auftragsvolumen (2016). Bei VOX ist die Situation ähnlich: in 2016 hatten Doku-Soaps einen Anteil von 64 Prozent. Selbst bei SAT.1 hatten die Doku-Soaps in 2016 einen Anteil von 60 Prozent, in 2016 sogar 70 Prozent.

Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen gibt es andere Prioritäten. beispielsweise hatten journalistische Langformate bei arte, 3sat und Kika einen Anteil von über 50 Prozent am Auftragsvolumen in 2015 und 2016. Hinzu kommt die Dominanz von ARD und ZDF im kleinen Genre der TV-Movies und umgekehrt die weitgehende Abstinenz selbst der großen Privatsender in diesem Genre.

**5.1 Gesamtproduktion Fernsehen 2016: Auftragsvergabe der Sender nach Ländern**

	ARD	ZDF	RTL	SAT1	Pro7	K1	RTL2	VOX	arte/3sat Kika/Phoe*	Dritte	sonst. Sender	k. A.	gesamt
Bayern	21.081	14.245	4.160	18.407	18.085	28.659	21.994	17.940	5.721	17.537	14.889	785	183.503
	22,9%	13,8%	3,8%	27,0%	54,1%	70,3%	32,2%	23,8%	15,7%	21,9%	54,1%	26,6%	24,8%
Berlin	8.897	9.986	1.588	5.801	7.775	1.395	3.231	1.393	12.346	10.595	2.600	797	66.404
	9,7%	9,6%	1,4%	8,5%	23,3%	3,4%	4,7%	1,8%	33,8%	13,3%	9,4%	27,0%	9,0%
Hamburg	8.354	35.606	5.787	3.792	1.712	3.980	540	1.500	4.168	10.111	269	103	75.922
	9,1%	34,4%	5,2%	5,6%	5,1%	9,8%	0,8%	2,0%	11,4%	12,7%	1,0%	3,5%	10,3%
Nordrhein-Westf.	26.611	33.056	80.500	39.697	5.654	6.750	39.117	52.762	7.043	14.382	7.294	569	313.435
	28,9%	31,9%	72,6%	58,3%	16,9%	16,6%	57,3%	70,0%	19,3%	18,0%	26,5%	19,3%	42,4%
sonstige Länder	26.951	10.514	18.793	285	180	0	2.951	1.733	7.231	27.010	2.377	698	98.723
	29,3%	10,2%	17,0%	0,4%	0,5%	0,0%	4,3%	2,3%	19,8%	33,8%	8,6%	23,6%	13,4%
keine Angaben	44	120	0	135	0		445	0	0	280	90	0	1.114
	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%	0,0%	0,2%
gesamt	91.938	103.527	110.828	68.117	33.406	40.784	68.278	75.328	36.509	79.915	27.519	2.952	739.101
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

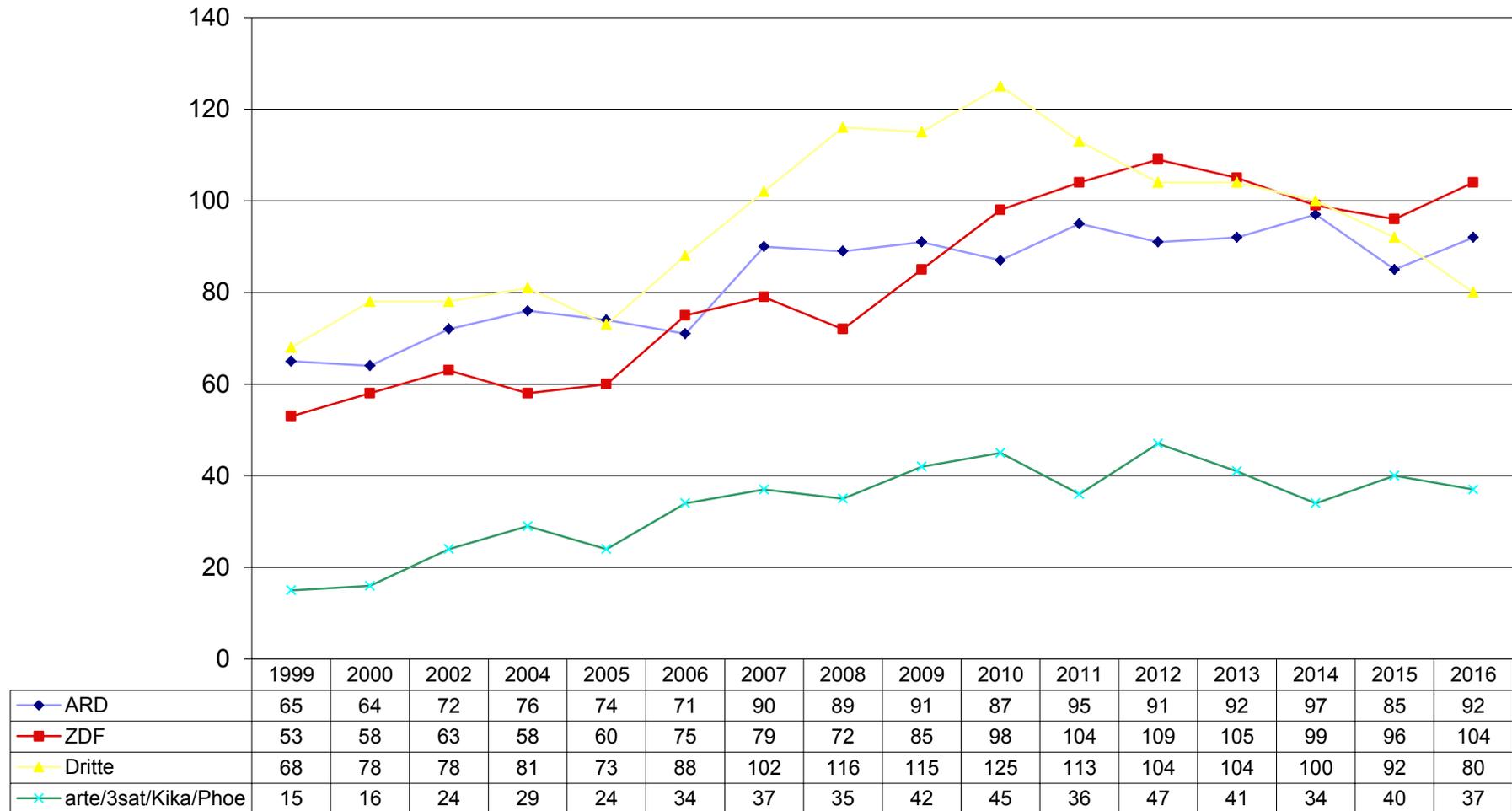
\* inkl. weniger Produktionen für funk

**5.2 Gesamtproduktion Fernsehen 2015: Auftragsvergabe der Sender nach Ländern**

	ARD	ZDF	RTL	SAT1	Pro7	K1	RTL2	VOX	arte/3sat Kika/Phoe	Dritte	sonst. Sender	k. A.	gesamt
Bayern	20.205	14.379	4.008	26.295	19.206	32.138	24.508	15.670	7.859	19.377	11.019	528	195.192
	23,8%	15,0%	4,2%	34,5%	50,4%	74,8%	34,5%	19,7%	19,8%	21,0%	45,1%	18,3%	26,3%
Berlin	9.851	9.727	6.384	2.641	6.056		6.056	7.575	12.938	12.907	3.346	733	78.214
	11,6%	10,1%	6,7%	3,5%	15,9%	0,0%	8,5%	9,5%	32,6%	14,0%	13,7%	25,4%	10,5%
Hamburg	7.408	38.924	4.868	10.212	1.650	90	230	1.865	5.231	11.913	195	81	82.667
	8,7%	40,6%	5,1%	13,4%	4,3%	0,2%	0,3%	2,3%	13,2%	12,9%	0,8%	2,8%	11,1%
Nordrhein-Westf.	21.990	22.094	61.808	34.213	11.051	10.755	36.734	54.025	6.310	17.300	7.478	278	284.036
	25,9%	23,0%	65,1%	44,9%	29,0%	25,0%	51,8%	67,9%	15,9%	18,7%	30,6%	9,6%	38,2%
sonstige Länder	25.382	10.742	17.697	2.750	118		3.370	405	7.401	30.988	2.416	1.266	102.535
	29,9%	11,2%	18,6%	3,6%	0,3%	0,0%	4,8%	0,5%	18,6%	33,5%	9,9%	43,9%	13,8%
keine Angaben	0	0	180	150	0		45	0	0	0	0	0	375
	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
gesamt	84.836	95.866	94.945	76.261	38.081	42.983	70.943	79.540	39.739	92.485	24.454	2.886	743.019
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

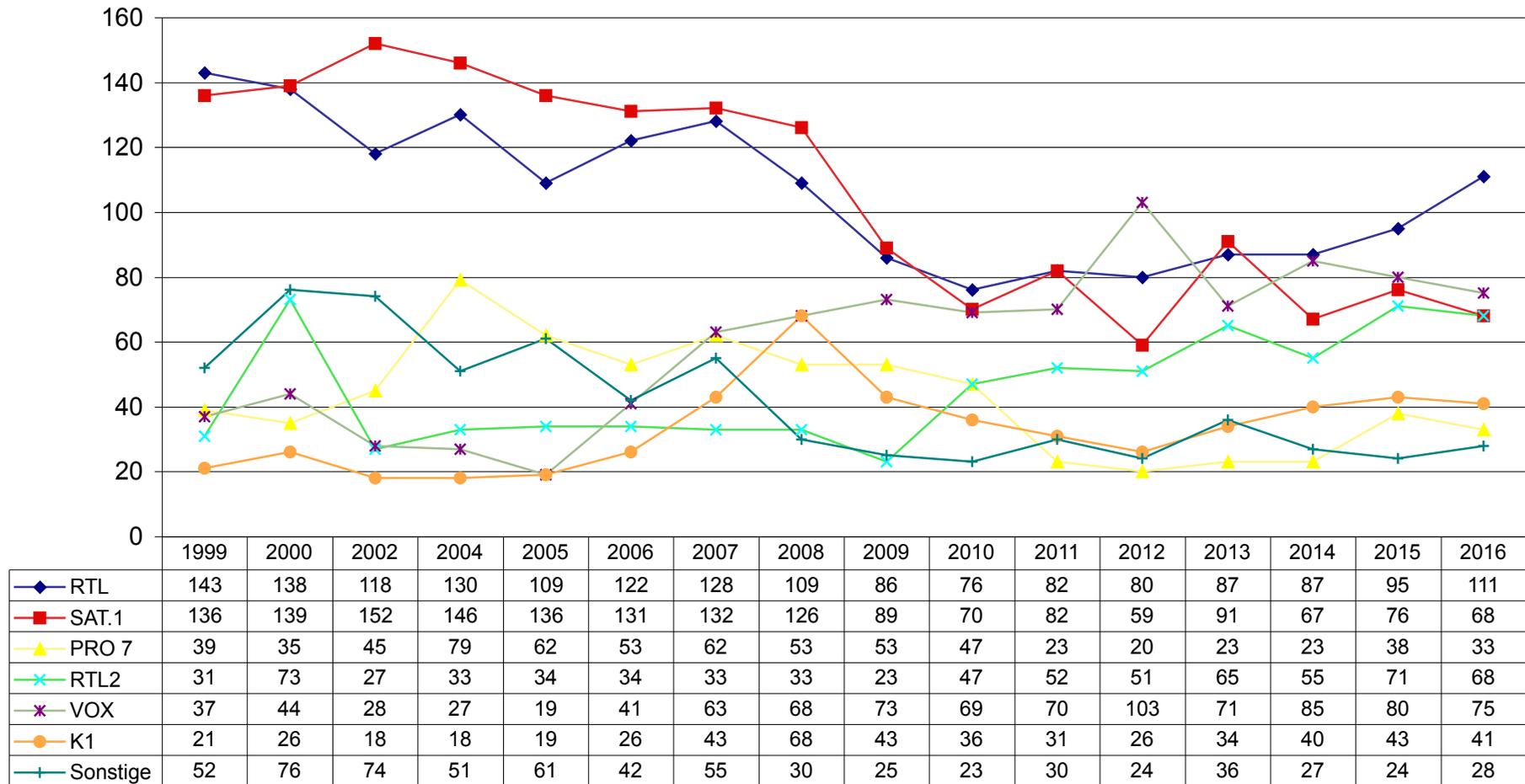
Quelle: FORMATT-Institut; Angaben in Minuten, gewichtete Werte

**Grafik 5.1: Volumenentwicklung der Auftragsproduktion für öffentlich-rechtliche Sender**



FORMATT-Institut. Produktionsvolumina in 1.000 Minuten (gewichtete Werte)

**Grafik 5.2: Volumenentwicklung der Auftragsproduktion für private Sender**



FORMATT-Institut. Produktionsvolumina in 1.000 Minuten (gewichtete Werte).

## 6. Kinofilm

Die Produktion von Kinofilmen weist in den letzten Jahren – abgesehen vom Spitzenjahr 2013 – relativ stabile Werte auf. In den Untersuchungsjahren 2015 und 2016 sind erneut jeweils gut 300 Filme produziert worden.<sup>11</sup> Auch die Anzahl der an der Produktion beteiligten aktiven Firmen ist über die Jahre relativ stabil. In 2015 waren 287 Firmen daran beteiligt, in 2016 260 Firmen. Kinofilme werden häufig in Koproduktion realisiert. In Ausnahmen sind bis zu fünf Firmen an solchen Produktionen beteiligt. Daher liegt die Anzahl der Produktionsbeteiligungen stets deutlich über der Anzahl realisierter Filme. Insbesondere die langen Vorbereitungsphasen vor allem belastet mit Finanzierungsfragen, aber auch die der Kinoauswertung häufig vorgelagerte Phase mit Festivalbeteiligungen, führen dazu, dass die Firmen in den einzelnen Jahren jeweils nur an wenigen Filmen beteiligt sind. Die Anzahl der durchschnittlich pro Jahr produzierten Filme pro Firma liegt seit Beginn der Langzeituntersuchung konstant bei 1,1 bzw. 1,2. Diese Werte zeigen sehr deutlich, wie kleinstrukturiert die Branche der Kinofilmproduzenten ist. Allerdings produziert ein erheblicher Teil dieser Firmen neben Kinofilmen auch Fernsehsendungen. Insbesondere die Grenze zur Produktion von TV-Movies ist fließend.

### 6.1 Kinofilmproduktion in Zahlen

	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2006	2004	2000	1999
Produzierte Filme	310	331	311	348	283	340	276	268	192	130	164	149	124
aktive Firmen	260	287	264	312	249	286	246	237	180	k. A.	167	126	104
Produktionsbeteiligungen	389	441	391	463	366	421	345	343	244	k. A.	227	k. A.	k. A.
durchschnittliche Anzahl Filme pro Firma	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1	k. A.	1,0	1,2	1,2

Unterteilt nach Spielfilm- und Dokumentarfilmproduktionen zeigt sich eine klare Dominanz der Spielfilme. Sie hatten gemessen am Volumen der Jahresproduktion in den letzten Jahren einen Anteil von gut 60 Prozent, in den Jahren zuvor von knapp 60 Prozent. Gemessen am Produktionsvolumen zeigt sich auch deutlich, dass Spielfilme viel häufiger in Koproduktionen entstehen als Dokumentarfilme. Bei den Spiel-

<sup>11</sup> Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass viele Filme über eine Jahresgrenze hinweg produziert worden sind und entsprechend in allen Produktionsjahren jeweils vollständig berücksichtigt worden sind. Die Angaben zu den Produktionsvolumina pro Jahr sind genauer, da bei Filmen mit Produktionszeiten über mehrere Jahre das Produktionsvolumen anteilig den Jahren zugerechnet wird. Dies hat vor allem bei Langzeitbeobachtungen für Dokumentarfilme Bedeutung.

filmen lag der Anteil der Koproduktionen in den letzten Jahren oft über 70 Prozent und war 2016 mit 63 Prozent relativ gering. Bei den Dokumentarfilmen wird nur ein Viertel bis ein Drittel koproduziert.

### 6.2 Koproduktion bei Kinofilmen

	Anzahl Filme gesamt	Anzahl Produktionsbeteiligungen	Produktionsvolumen ges.	davon Spielfilm in Min.		davon Dokumentarfilm in Min.	
				gesamt	davon in Koprod.	gesamt	davon in Koprod.
2016	310 100 %	389	21.400	13.000 61 %	8.200 63 %	8.400 39 %	2.100 25 %
2015	331 100 %	441	24.000	14.800 62 %	10.600 72 %	9.100 38 %	2.700 29 %
2014	311 100 %	391	21.100	13.600 64 %	9.500 70 %	7.500 36 %	2.100 28 %
2013	348 100 %	463	23.900	15.400 64 %	10.600 69 %	8.500 36 %	2.800 33 %

Auch eine Auswertung der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO) zeigt eine deutliche Steigerung des Anteils der Koproduktionen bei Spielfilmen. Danach lag der Anteil 2007 noch bei 37 Prozent und ist bis 2016 auf 51 Prozent gestiegen. Die SPIO berücksichtigt statistisch all jene Filme die im jeweiligen Jahr ihre Erstaufführung im Kino hatten. Diese Anzahl ist mit 166 deutlich geringer als der Wert der vorliegenden Untersuchung, der die Spielfilme nach dem Zeitpunkt der Dreharbeiten einzelnen Jahren zuordnet.

### 6.3 Erstaufführte deutsche Spielfilme 2007 bis 2016

Jahr	deutsch	deutsch/ausländische Koproduktionen			gesamt	Anteil Koprod. an Spielfilm in %
		maj. deutsch	min. deutsch	gesamt		
2007	77	16	29	45	122	36,9
2008	81	15	29	44	125	35,2
2009	87	42	21	63	150	42,0
2010	61	23	35	58	119	48,7
2011	63	29	31	60	123	48,8
2012	86	32	36	68	154	44,2
2013	79	38	37	75	154	48,7
2014	84	22	43	65	149	43,6
2015	76	24	45	69	145	47,6
2016	82	41	43	84	166	50,6
2016 zu 2015	+6%	+71%	-4%	+22%	+14%	-3% Pkte

Quelle: SPIO e.V., Stand: 03/2016 ([www.spio-fsk.de/produktion](http://www.spio-fsk.de/produktion))

Betrachtet man die Branche der Kinoproduzenten unter regionalen Aspekten wird die Führungsrolle der auch in der Fernsehproduktion dominanten Länder besonders deutlich. In Bayern, Berlin, Hamburg und Nordrhein-Westfalen waren in 2015 und 2016 erneut jeweils über 80 Prozent der aktiven Betriebe angesiedelt. Die meisten aktiven Firmen weist mit 88 bzw. 93 erneut Berlin auf. In Bayern hatten jeweils über 60 Firmen ihren Sitz, in Hamburg knapp 30. In Nordrhein-Westfalen waren es mit 43 in 2016 und 47 in 2015 weniger als in den Vorjahren. In den sonstigen Ländern hatten in 2016 40 aktive Firmen ihren Sitz und in 2015 54.

#### 6.4 Aktive Kinofilm-Produzenten nach Ländern

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	61	88	26	43	40	2	260
2015	64	93	27	47	54	2	287
2014	62	83	23	54	41	1	264
2013	73	101	29	60	47	2	312
2012	58	75	27	48	40	1	249
2011	68	95	24	57	41	1	286

Quelle: FORMATT-Institut

Dieser Aufteilung entspricht auch die Zuordnung des Produktionsvolumens nach Ländern weitgehend. In den Untersuchungsjahren war die Führungsrolle der Branche in Berlin besonders deutlich. Sie erreichte in 2015 und 2016 jeweils Anteile von 36 Prozent. Der Abstand zur bayerischer Branche ist auch deshalb größer geworden, weil deren Marktanteil mit gut 20 Prozent gegenüber den Vorjahren rückläufig war. Kleinere Verluste weist auch die Branche in Nordrhein-Westfalen auf. Sie kam mit einem Volumen von gut 4.000 Minuten auf Anteile von 17 Prozent (2015) bzw. 19 Prozent. Die Firmen in Hamburg erreichten Marktanteile von 8 Prozent in 2015 und 10 Prozent in 2016. Der Anteil der sonstigen Länder war mit 17 Prozent in 2015 relativ hoch. In 2016 waren es 15 Prozent.

### 6.5 Langzeitvergleich: Kinofilm nach Sitzland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	gesamt
2016	4.326	7.653	2.111	4.000	3.248	110	21.448
	20,2%	35,7%	9,8%	18,6%	15,1%	0,5%	100,0%
2015	5.117	8.745	1.828	4.152	4.006	110	23.958
	21,4%	36,5%	7,6%	17,3%	16,7%	0,5%	100,0%
2014	4.971	6.248	1.904	4.144	2.934	898	21.099
	23,6%	29,6%	9,0%	19,6%	13,9%	4,3%	100,0%
2013	5.599	7.567	2.400	4.573	3.363	396	23.898
	23,4%	31,7%	10,0%	19,1%	14,1%	1,7%	100,0%
2012	4.643	5.725	2.142	4.254	2.890	101	19.755
	23,5%	29,0%	10,8%	21,5%	14,6%	0,5%	100,0%
2011	5.128	7.310	1.601	4.850	4.018	66	22.973
	22,3%	31,8%	7,0%	21,1%	17,5%	0,3%	100,0%
2010	4.016	5.961	1.630	3.994	3.006	138	18.745
	21,4%	31,8%	8,7%	21,3%	16,0%	0,7%	100,0%
2009	5.230	5.428	813	3.176	3.369	100	18.116
	28,9%	30,0%	4,5%	17,5%	18,6%	0,6%	100,0%
2008	4.104	4.091	898	2.624	1.792		13.509
	30,4%	30,3%	6,6%	19,4%	13,3%	0,0%	100,0%
2007	5.701	4.773	948	3.254	2.696	197	17.569
	32,4%	27,2%	5,4%	18,5%	15,3%	1,1%	100,0%
2006	2.882	3.405	1.041	1.965	915		10.208
	28,2%	33,4%	10,2%	19,2%	9,0%	0,0%	100,0%
2005	4.711	4.427	686	2.592	1.999		14.415
	32,7%	30,7%	4,8%	18,0%	13,9%	0,0%	100,0%
2004	3.092	3.629	1.263	2.074	1.825		11.883
	26,0%	30,5%	10,6%	17,5%	15,4%	0,0%	100,0%
2003	3.409	5.258	835	2.280	1.600		13.382
	25,5%	39,3%	6,2%	17,0%	12,0%	0,0%	100,0%
2002	1.958	2.999	796	1.973	1.271	202	9.199
	21,3%	32,6%	8,7%	21,4%	13,8%	2,2%	100,0%
2001	2.277	2.437	731	2.250	1.073	156	8.924
	25,5%	27,3%	8,2%	25,2%	12,0%	1,7%	100,0%
2000	3.300	2.899	633	2.309	1.123		10.264
	32,2%	28,2%	6,2%	22,5%	10,9%	0,0%	100,0%
1999	2.831	1.872	770	1.656	1.202	48	8.379
	33,8%	22,3%	9,2%	19,8%	14,3%	0,6%	100,0%
99 - 16 gesamt	73.295	90.427	23.030	56.120	42.330	2.522	287.724
	25,5%	31,4%	8,0%	19,5%	14,7%	0,9%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

Bei den Dreharbeiten sieht die regionale Verteilung anders aus: Den größten Anteil hatten erneut Dreharbeiten im Ausland. Der Anteil lag bei rund 30 Prozent und damit nur knapp unter dem durchschnittlichen Langzeitwert von 31 Prozent. Der Dreh im Ausland ist oft verbunden mit internationalen Koproduktionen. Sehr unterschiedlich

war der Anteil von Locations in den sonstigen Ländern: In 2015 lag er bei 19 Prozent, in 2016 bei nur 13 Prozent. In 2016 weist auch Berlin einen Anteil von 13 Prozent aus. In 2015 waren es 15 Prozent. Nordrhein-Westfalen folgt mit 10 bzw. 11 Prozent und lag auf dem Niveau des langjährigen Durchschnitts. Bayern kam auf 9 bzw. 8 Prozent. Dreharbeiten in Hamburg waren mit 4 bzw. 3 Prozent erneut nachrangig.

### 6.6 Langzeitvergleich: Kinofilm nach Produktionsland

Angaben in Minuten, gewichtete Werte

	Bayern	Berlin	Hamburg	NRW	sonstige	k. A.	Ausland	gesamt
2016	1.904	2.663	857	2.114	2.800	4.555	6.432	21.325
	8,9%	12,5%	4,0%	9,9%	13,1%	21,4%	30,2%	100,0%
2015	1.866	2.840	637	2.548	4.465	4.449	6.982	23.787
	7,8%	11,9%	2,7%	10,7%	18,8%	18,7%	29,4%	100,0%
2014	1.434	2.687	641	1.616	3.290	5.138	6.182	20.988
	6,8%	12,8%	3,1%	7,7%	15,7%	24,5%	29,5%	98,4%
2013	2.120	2.431	775	2.396	4.116	4.439	7.508	23.785
	8,9%	10,2%	3,3%	10,1%	17,3%	18,7%	31,6%	100,0%
2012	1.478	2.142	728	1.985	3.672	3.846	5.765	19.616
	7,5%	10,9%	3,7%	10,1%	18,7%	19,6%	29,4%	100,0%
2011	1.684	2.579	599	2.296	4.250	3.939	7.495	22.842
	7,4%	11,3%	2,6%	10,1%	18,6%	17,2%	32,8%	100,0%
2010	1.646	2.090	780	2.340	3.415	2.845	5.488	18.604
	8,8%	11,2%	4,2%	12,6%	18,4%	15,3%	29,5%	100,0%
2009	2.269	2.571	566	2.045	2.408	1.878	6.281	18.018
	12,6%	14,3%	3,1%	11,3%	13,4%	10,4%	34,9%	100,0%
2008	1.340	1.439	298	1.675	2.053	2.405	4.291	13.501
	9,9%	10,7%	2,2%	12,4%	15,2%	17,8%	31,8%	100,0%
2007	2.039	2.544	602	1.749	3.075	1.747	5.732	17.488
	11,7%	14,5%	3,4%	10,0%	17,6%	10,0%	32,8%	100,0%
2006	872	937	507	1.387	2.092	1.308	3.107	10.210
	8,5%	9,2%	5,0%	13,6%	20,5%	12,8%	30,4%	100,0%
2005	1.398	1.362	426	1.353	2.524	2.042	5.437	14.542
	9,6%	9,4%	2,9%	9,3%	17,4%	14,0%	37,4%	100,0%
2004	1.107	2.199	561	1.182	1.995	1.042	3.797	11.883
	9,3%	18,5%	4,7%	9,9%	16,8%	8,8%	32,0%	100,0%
2003	1.137	1.826	735	1.430	1.795	1.765	4.694	13.382
	8,5%	13,6%	5,5%	10,7%	13,4%	13,2%	35,1%	100,0%
2002	947	1.235	285	1.090	1.526	1.161	2.957	9.201
	10,3%	13,4%	3,1%	11,8%	16,6%	12,6%	32,1%	100,0%
2001	925	1.116	441	1.284	875	1.369	2.917	8.927
	10,4%	12,5%	4,9%	14,4%	9,8%	15,3%	32,7%	100,0%
2000	1.025	1.451	517	1.631	894	1.752	2.821	10.091
	10,2%	14,4%	5,1%	16,2%	8,9%	17,4%	28,0%	100,0%
1999	1.256	852	400	1.165	714	1.943	2.099	8.429
	14,9%	10,1%	4,7%	13,8%	8,5%	23,1%	24,9%	100,0%
99 - 16 gesamt	26.447	34.964	10.355	31.286	45.959	47.623	89.985	286.619
	9,2%	12,2%	3,6%	10,9%	16,0%	16,6%	31,4%	100,0%

Quelle: FORMATT-Institut

## **7 Anhang**

### **7.1 Definitionen der Genres**

#### **Kinofilm**

Unter Produktionsaspekten unterscheidet sich der Kinofilm heute oft nicht mehr stark von einem aufwändigen TV-Movie. Dennoch besteht auch unter den Produktionsbetrieben weitgehend eine Spezialisierung. Bei der Kinofilmproduktion sind insbesondere die Vorarbeiten gänzlich anders als bei der Movie-Produktion. Der Produzent leistet vor allem einen wesentlich höheren Aufwand, um die Finanzierung aus in der Regel mehreren Töpfen zu sichern. Dazu gehören Absprachen mit Förderinstitutionen, mit Verleihern und TV-Sendern. Bei der Fernsehproduktion sind diese Vorarbeiten viel übersichtlicher, da der Movie-Produktion fast immer ein konkreter Auftrag eines oder mehrerer Sender zu Grunde liegt. Kriterium für die Einordnung als Kinofilm ist in der Regel die Auswertung über den Kinoeinsatz. Da manche Filme mangels Interesse von Verleihern nie ins Kino kommen, dies sich aber unter Umständen erst nach Jahren herausstellt, ist schon das Ziel einer Kinoauswertung maßgeblich.

#### **Reihe**

Eine Reihe besteht aus mehreren fiktionalen Sendungen, die formal bereits durch den Titel als zusammengehörig gekennzeichnet sind und in der Regel in derselben Zeitleiste ausgestrahlt werden. Die einzelnen Sendungen einer Reihe sind in der Regel in sich abgeschlossen, seltener bauen die einzelnen Sendungen im Sinne eines Mehrteilers aufeinander auf. Handlungsorte und Personen (Schauspieler) können innerhalb einer Reihe sowohl unterschiedlich (z. B. "Tatort") als auch gleich sein. Von hoher Bedeutung im Sinne der Studie ist die Sendelänge für die Kategorie Reihe. Hier werden in aller Regel Sendelängen von 90 Minuten angesetzt. Mit dem 90-Minuten-Maß ist unter Produktionsaspekten vor allem eine klare Unterscheidung von der Kategorie Serie möglich. Die in anderen Studien benutzten Termini wie "Miniserie" oder "Anthologie", vielfach ohnehin nur eine Residualgröße zwischen Reihe und TV-Movie, werden nicht benutzt.

#### **TV-Movie**

Die Kategorie ist festgelegt auf einzelne Sendungen (nicht Reihen oder Serien) mit einer Sendelänge von regelmäßig rund 90 Minuten. Unter- und Überschreitungen

sind möglich. Dieses klassische Format wird auch als Fernsehspiel (ZDF) oder Fernsehfilm bezeichnet. Vor allem bei den privaten Sendern hat sich inzwischen der Terminus TV-Movie durchgesetzt. In dieser Studie wird die Kategorie auch abgegrenzt vom Kinofilm, der durch den der Fernsehausstrahlung vorgeschalteten Kinoeinsatz völlig andere Verwertungsstrukturen und Budgetierungen aufweist.

### **Serie**

Die Serie besteht aus einzelnen in sich abgeschlossenen Sendungen, die dramaturgisch über wiederkehrende Personen (Schauspieler) und/oder Orte verbunden sind. Der Produktion einer Serie geht die Festlegung der Folgenzahl voraus. Die Sendelänge der einzelnen Folgen liegt zwischen 25 und 60 Minuten. Die Serie stellt eine feste Größe dar, während sich Reihen auch durch den Erfolg einer Einzelsendung durch weitere Anschlussproduktionen im Nachhinein ergeben können. Serien können in einzelne Produktionseinheiten von mehreren Sendungen unterteilt sein. Diese Produktionseinheiten werden auch als Staffeln bezeichnet. In der Praxis werden Serien heute überwiegend im wöchentlichen Rhythmus zu einem festen, wiederkehrenden Termin ausgestrahlt. Die Weekly-Soap ist ein Spezialfall der fiktionalen Serie, die im Wochenrhythmus ausgestrahlt wird, im Unterschied zur Serie aber mit größerer Folgenzahl zumindest geplant wird. Der Unterschied zwischen Weekly-Soap und Serie ist weniger für das Programm als für die Produktion von Bedeutung. Bei der **Daily-Soap** oder bei der **Telenovela** werden in der Regel werktäglich Folgen ausgestrahlt, mindestens jedoch mehrmals wöchentlich. Für die Daily-Soap und die Telenovela gelten in der Produktion andere Bedingungen als für die sonstigen Serien.

### **Comedy**

In dieser Kategorie werden Sendungen zusammengefasst, die mit Humor vor allem das Ziel verfolgen, den Zuschauer zum Lachen zu bringen. Es kann sich um einzelne Sendungen handeln oder um eine Abfolge von Sendungen. Einzelne Formate werden wie Fiktionserien produziert und in der Programmplanung auch alternativ zu Serien auf solchen Sendeplätzen eingesetzt. In der Regel sind Comedy-Formate aber kürzer als das klassische Serienformat und erreichen nur selten Längen von über 30 Minuten. Die Produktion ist in der Regel an einen Ort gebunden (Studioproduktion). Reihen, TV-Movies, Serien und Comedys werden zur **Oberkategorie Fiktion** zusammengefasst.

### **Doku-Soap**

Der Terminus Doku-Soap ist in der Studie über das Produktionsjahr 1998 noch nicht benutzt worden. Im Jahr 2000 kommen die Doku-Soaps erstmals auf stattliche Kontingente der Auftragsproduktion. Bei Doku-Soaps werden vordergründig Abläufe dokumentiert. Diese Abläufe sind freilich vielfach konstruiert, spiegeln nur scheinbar unverfälschte Realitäten wider. Entsprechend werden für manche Rollen auch Schauspieler eingesetzt. Die weitestgehende Form der Konstruktion von Realität bilden die sog. Reality-Soaps ("Big Brother" u. a.), die in den Anfängen des Genres einen wesentlichen Teil des Nachfragebooms ausgemacht haben.

### **Talk-Show**

Im Mittelpunkt der Talk-Show steht das Gespräch zwischen einem Moderator und meistens mehreren Gästen. Talk-Shows sind Studioproduktionen oder werden ersatzweise in gastronomischen Betrieben oder sonstigen geeigneten Räumlichkeiten mit oder ohne Publikum aufgezeichnet. Talk-Shows müssen nicht ausschließlich aus Gesprächen bestehen, können beispielsweise auch Einspielfilme einsetzen oder Musikstücke oder Kleinkunstnummern beinhalten. In jedem Fall muss das Gespräch aber deutlich überwiegen und damit eine Abgrenzung zur Show markieren.

### **Game-Show**

Bei der Game-Show steht ein Spiel nach festgelegten und wiederkehrenden Regeln unter Leitung eines Moderators im Vordergrund. Talk-Elemente zwischen Moderator und Kandidaten bzw. Gästen sind möglich, aber randständig.

### **Show**

Die Show ist eine Kategorie, die Elemente der Talk-Show, der Game-Show, Auftritte von Künstlern und anderes in einer bunten Abfolge zu einer Sendung bündelt. Die Show ist in der Produktion ortsgebunden (Studio oder Saal), meist von beträchtlicher Sendezeit und wird sowohl vorproduziert als auch live ausgestrahlt. Sie kann im Einzelfall auch im Wesentlichen zirkensische Elemente enthalten, muss in jedem Fall aber speziell für die Fernsehproduktion durchgeführt, darf keine Aufzeichnung einer auch unabhängig vom Fernsehen stattfindenden Darbietung sein. In die Kategorie Show werden auch **Musikproduktionen** einbezogen. Diese decken ein Spektrum von Klassik über Volksmusik bis Rock und Pop ab. Es handelt sich sowohl um Studioproduktionen als auch um Außenproduktionen. Letztere sind insbesondere im Be-

reich der Volksmusik angesiedelt, wobei häufig der regionale Bezug der Musik über Bilder von Land und Leuten deutlich gemacht wird. In jedem Fall aber steht die Musik im Vordergrund.

Doku-Soaps, Talk- und Game-Shows sowie Shows werden zur **Oberkategorie Entertainment** zusammengefasst.

### **Magazin**

Das Magazin ist ein journalistisches Format, das aus mehreren Einzelbeiträgen, vor allem aus Filmbeiträgen, besteht und diese Beiträge unter bestimmten Aspekten (Themen) zu einer Sendung bündelt. Die meisten Magazine werden moderiert. Magazin-Formate sind Studioproduktionen mit in der Regel festen Sendeplätzen in den einzelnen Programmen. Seit dem Produktionsjahr 2009 werden tagesaktuelle Magazine nicht mehr berücksichtigt.

### **Journalistische Langformate**

In dieser Studie wird für journalistische Sendungen mit einer Mindestlänge von 25 Minuten der Begriff Journalistische Langformate benutzt. Der Begriff umfasst die klassischen Termini Reportage, Dokumentation, Feature und Porträt, die sich unter programm-inhaltlichen Aspekten unterscheiden, in der Produktion aber weitgehend denselben Bedingungen unterliegen (mit Ausnahmen bei der Dokumentation). Die Reportage ist ein journalistisches Format, das monothematisch angelegt ist und sehr wohl auch die subjektiven Eindrücke des Filmemachers transportiert. Die Sendelängen schwanken zwischen ca. 30 und 45 Minuten. Reportagen sind Außenproduktionen und nicht ortsgebunden. Die Dokumentation stellt Fakten, nicht Eindrücke oder Wertungen in den Mittelpunkt. Sie kann gleichwohl wertend sein. In der Produktionspraxis spielt das Format vor allem bei historischen Stoffen und im Bereich der Länder-, Natur- und Tierkunde eine Rolle. Die Dokumentation ist auf die Vermittlung von Wissen angelegt. Die Sendelängen liegen regelmäßig zwischen 30 und 60 Minuten, in öffentlich-rechtlichen Programmen sind seltener auch längere Formate zu sehen. Feature ist eine klassische Bezeichnung für eine journalistische Darstellungsform in der Fernsehproduktion. Sie wird in den Sendern auch zur innerbetrieblichen Abgrenzung benutzt (z. B. Feature-Redaktion vs. Magazin-Redaktion). Als Feature werden formal längere Produktionen bezeichnet, die inhaltlich hintergründig und analytisch angelegt sind, ohne einem Thema vor allem aus subjektiver Sicht zu folgen (Reportage) oder vor allem wiederzugeben (Dokumentation). Bei einem Porträt werden ins-

besondere Menschen, aber auch Institutionen in den Mittelpunkt der Berichterstattung gerückt. Sie sind trotz der allgemeinen Tendenz zur Personalisierung im Journalismus zumindest in der Auftragsproduktion nicht sehr zahlreich.

Magazine, Journalistische Langformate und sonstige Informationssendungen werden in der **Oberkategorie Information** zusammengefasst.

### **Sonstiges**

Die Residualkategorie ist auch in dieser Studie unverzichtbar. Ihr Umfang ist allerdings relativ gering, da die meisten Produktionen sich den anderen Kategorien zuordnen lassen. In einigen Fällen mussten Produktionen auch wegen eines nicht ausreichenden Kenntnisstandes als Sonstiges kategorisiert werden. Auch innerhalb der Oberkategorien Fiktion und Information sind Residualkategorien angesiedelt worden, um all jene Sendungen der Oberkategorie Fiktion zuordnen zu können, die weder TV-Movie oder Reihe, noch Serie oder Comedy sind, oder aber informierende Sendungen innerhalb der Oberkategorie Information zu verorten, obwohl sie weder zu den Magazinen noch zu den Journalistischen Langformaten gehören.

## 7.2 Verzeichnis der Grafiken

1.1	Langzeitvergleich der TV-Produktion nach Bundesländern (Sitz)	12
1.2	Langzeitvergleich der TV-Produktion nach Bundesländern (Produktion)	13
1.3	Langzeitvergleich der Kinoproduktion nach Bundesländern (Sitz)	14
1.4	Langzeitvergleich der Kinoproduktion nach Bundesländern (Produktion)	15
3.1	Produktionsunternehmen der UFA/RTL-Gruppe	35
3.2	Produktionsunternehmen der All3Media-Gruppe	37
3.3	Produktionsunternehmen der Constantin Film AG	40
3.4	Produktionsunternehmen der Janus-Gruppe	42
3.5	Produktionsunternehmen der ProSiebenSAT.1-Gruppe	44
3.6	Produktionsunternehmen der Studio Hamburg-Gruppe	47
3.7	Produktionsunternehmen der Warner Bros.-Gruppe	48
3.8	Produktionsunternehmen der ZDF-Gruppe	50
3.9	Produktionsunternehmen der Fernsehmacher-Gruppe	52
3.10	Produktionsunternehmen der Endemol-Gruppe	55
3.11	Produktionsunternehmen der Bavaria-Gruppe	57
3.12	Produktionsunternehmen der Beta-Gruppe	62
3.13	Produktionsunternehmen der Brainpool-Gruppe	63
3.14	Produktionsunternehmen der drefa-Gruppe	65
4.1	Volumenentwicklung der Fiktion-Genres	77
4.2	Volumenentwicklung der Entertainment-Genres	96
4.3	Volumenentwicklung der Information-Genres	116
5.1	Volumenentwicklung der Auftragsproduktion für öffentl.-rechtliche Sender	133
5.2	Volumenentwicklung der Auftragsproduktion für private Sender	134

### 7.3 Verzeichnis der Tabellen

1.1	Langzeitvergleich: Entwicklung der Genres	10
3.1	Entwicklung der Produktionsbranche	25
3.2	Entwicklung der Produktion	26
3.3	Jahresvolumen der Produktionsbetriebe nach Ländern 2016 und 2015	27
3.4	Vergleich: Abhängige und unabhängige Betriebe	29
3.5	Langzeitvergleich: Konzentrationswerte der größten Produktionsgruppen	31
3.6	Die größten Produktionsgruppen	33
3.7	Produktionsvolumen der UFA/RTL-Gruppe	35
3.8	Produktionsvolumen der MME-Gruppe	36
3.9	Firmendaten der Constantin Film AG	38
3.10	Produktionsvolumen der Constantin-Gruppe	39
3.11	Produktionsvolumen der ITV-Gruppe	41
3.12	Firmendaten der Janus-Gruppe	42
3.13	Produktionsvolumen der Janus-Gruppe	42
3.14	Produktionsvolumen der ProSiebenSAT.1-Gruppe	43
3.15	Firmendaten der Studio Hamburg GmbH	45
3.16	Produktionsvolumen der Studio Hamburg-Gruppe	46
3.17	Produktionsvolumen der Warner Bros.-Gruppe	48
3.18	Firmendaten der ZDF Enterprises GmbH	49
3.19	Produktionsvolumen der ZDF-Gruppe	50
3.20	Produktionsvolumen der Fernsehmacher-Gruppe	51
3.21	Firmendaten der Endemol Shine-Gruppe	53
3.22	Produktionsvolumen der Endemol Shine-Gruppe	54
3.23	Firmendaten der Bavaria Film GmbH	55
3.24	Produktionsvolumen der Bavaria-Gruppe	56
3.25	Produktionsvolumen der Fandango Film	58
3.26	Firmendaten der I & U GmbH & Co KG	59
3.27	Produktionsvolumen der Beta-Gruppe	61
3.28	Produktionsvolumen der Brainpool-Gruppe	63
3.29	Firmendaten der drefa Media Holding GmbH	64
3.30	Produktionsvolumen der drefa-Gruppe	65
4.1	Produktionsvolumina nach Oberkategorien	66

---

4.3	TV-Produktion 2016: Genres nach Sitzland der Produzenten	68
4.3	TV-Produktion 2015: Genres nach Sitzland der Produzenten	69
4.4	TV-Produktion 2016: Genres nach Herstellungsland (o. Info-Genres)	71
4.5	TV-Produktion 2015: Genres nach Herstellungsland (o. Info-Genres)	72
4.6	Fiktion gesamt nach Sendern 2016	73
4.7	Fiktion gesamt nach Sendern 2015	74
4.8	Langzeitvergleich: Entwicklung der Fiktion-Genres nach Sitzland	75
4.9	Langzeitvergleich Fiktion gesamt nach Produktionsland	76
4.10	Abhängige und unabhängige Firmen in der Movie-Produktion	79
4.11	Die größten Movie-Produzenten	79
4.12	Movies nach Sendern und Sitz 2016	80
4.13	Movies nach Sendern und Sitz 2015	80
4.14	Movies und Reihen nach Sitzland	81
4.15	Movies und Reihen nach Produktionsland	82
4.16	Serien nach Sendern und Sitz 2016	84
4.17	Serien nach Sendern und Sitz 2015	84
4.18	Serien nach Sitzland	85
4.19	Serien nach Produktionsland	86
4.20	Bedeutende Serienproduzenten	87
4.21	Lang laufende Serien: Daily-Soaps, Telenovelas, Gerichtsserien	88
4.22	Serienproduktion im Fünf-Jahresvergleich	89
4.23	Comedyproduktion im Fünf-Jahresvergleich	90
4.24	Comedy nach Sendern und Sitz 2016	90
4.25	Comedy nach Sendern und Sitz 2015	90
4.26	Comedy nach Sitzland	92
4.27	Comedy nach Produktionsland	93
4.28	Langzeitvergleich: Entertainment gesamt nach Sitzland	95
4.29	Formate mit den höchsten Produktionsvolumina	98
4.30	Langzeitvergleich: Doku-Soap nach Sitzland	99
4.31	Langzeitvergleich: Doku-Soap nach Produktionsland	100
4.32	Doku-Soap nach Sendern und Sitz 2016	101
4.33	Doku-Soap nach Sendern und Sitz 2015	102
4.34	Show nach Sendern und Sitz 2016 (inkl. Musik)	103
4.35	Show nach Sendern und Sitz 2015 (inkl. Musik)	103
4.36	Firmen mit den höchsten Produktionsvolumina Show	103

---

4.37	Langzeitvergleich: Show nach Sitzland (inkl. Musik)	104
4.38	Langzeitvergleich: Show nach Produktionsland (inkl. Musik)	105
4.39	Game-Show nach Sendern und Sitz 2016	107
4.40	Game-Show nach Sendern und Sitz 2015	107
4.41	Langzeitvergleich: Game-Show nach Sitzland	108
4.42	Langzeitvergleich: Game-Show nach Produktionsland	109
4.43	Talk-Show nach Sendern und Sitz 2016	110
4.44	Talk-Show nach Sendern und Sitz 2015	110
4.45	Langzeitvergleich: Talk-Show nach Sitzland	111
4.46	Langzeitvergleich: Talk-Show nach Produktionsland	112
4.47	Große Produzenten von Talks-Shows	113
4.48	Langzeitvergleich: Info gesamt nach Sitzland	115
4.49	Magazin nach Sendern und Sitz 2016	117
4.50	Magazin nach Sendern und Sitz 2015	118
4.51	Langzeitvergleich: Magazine nach Sitzland	119
4.52	Langformate nach Sendern und Sitz 2016	121
4.53	Langformate nach Sendern und Sitz 2015	122
4.54	Langzeitvergleich: Langformate nach Sitzland	123
4.55	Jahresproduktion von Langformaten nach Bundesländern	124
4.56	Sonstiges nach Sendern und Sitz 2016	125
4.57	Sonstiges nach Sendern und Sitz 2015	125
4.58	Langzeitvergleich: Sonstiges nach Sitzland	127
5.1	Gesamtproduktion Fernsehen 2016: Auftragsvergabe der Sender	131
5.2	Gesamtproduktion Fernsehen 2015: Auftragsvergabe der Sender	132
6.1	Kinofilmproduktion in Zahlen	135
6.2	Koproduktion bei Kinofilmen	136
6.3	Erstaufgeführte deutsche Spielfilme 2007 bis 2016	136
6.4	Aktive Kinofilm-Produzenten nach Ländern	137
6.5	Langzeitvergleich: Kinofilm nach Sitzland	138
6.6	Langzeitvergleich: Kinofilm nach Produktionsland	139