

Fernsehmarkt Deutschland: Strukturen der TV-Produktion

Erst seit wenigen Jahren entwickelt sich ein Bewusstsein für die Notwendigkeit, die deutsche Produktionslandschaft detailliert zu analysieren und so Medienverantwortlichen, Politikern und Forschungsstellen geeignete Instrumente zur Situationsanalyse und zur Entwicklung effektiver Handlungsmuster an die Hand zu geben. Vor dem Hintergrund dieser eklatanten Forschungslücke veröffentlichte die Medienberatung HMR International im Februar 2001 die Studie **Fernsehproduktion in Deutschland**, die auf der Basis umfangreicher Recherchen erstmals einen differenzierten Einblick in das Beziehungsgeflecht von Medienkonzernen, TV-Sendern und Produktionsfirmen vermittelt.

In den Ergebnissen der Erhebung lässt sich vor allem die fortschreitende Konzentration und Rationalisierung sowohl der beiden großen Medienkonzerne Bertelsmann und KirchGruppe als auch der öffentlich-rechtlichen Anbieter ARD und ZDF konstatieren. Auf beiden Seiten des Dualen Systems ist die Zusammenfassung durchgehender Wertschöpfungsketten durch die Eingliederung der Produktions- und Vermarktungsstufe vollständig hergestellt, ein Umstand, der unabhängige Produktionen auf absehbare Zeit zum Nischenphänomen degradiert.

Um diesem Trend entgegen zu wirken, wird empfohlen

- Einen Jährlichen „Produzentenbericht zu erstellen, der die Auftragsvergabe der Sender transparent macht
- Die unabhängigen Produzenten durch differenziertere Fördersysteme und verstärkte Auftragsvergabe durch die öffentlich-rechtlichen Anbieter zu stärken
- gesetzliche Vorgaben zur Offenlegung der strategischen, personellen und ökonomischen Verflechtung der Medienkonzerne zu schaffen um den realen Konzentrationsgrad ermitteln zu können und in der Vielfaltssicherung handlungsfähig zu bleiben

Aus dem Inhalt:

I. Einleitung

II. Die Medienkonzerne und ihre Produktionsaktivitäten

- 2.1 Die großen Player auf dem deutschen Produktionsmarkt
 - 2.1.1 Bertelsmann (CLT/Ufa)
 - 2.1.2 KirchGruppe
 - 2.1.3 Endemol Entertainment
 - 2.1.4 Axel Springer Verlag
 - 2.1.5 Kinowelt Medien AG
 - 2.1.6 Tele-München Gruppe
 - 2.1.7 Spiegel-Verlag
- 2.2 Weitere deutsche Konzerne mit Beteiligungen im Produktionsgeschäft (Verlagsgruppe Bauer, Georg von Holtzbrinck GmbH, Burda Holding)

- 2.3 Ausländischer Konzerne auf dem deutschen TV-Markt
 - 2.3.1 Granada Media
 - 2.3.2 News Corp.
 - 2.3.3 Time Warner
 - 2.3.4 Walt Disney
 - 2.3.5 Viacom

III. Die Produktionsunternehmen

- 3.1 Einleitung
- 3.2 Übersicht der 20 umsatzstärksten Produktionsfirmen und -gruppen in Deutschland
- 3.3 Porträt der 20 umsatzstärksten Produktionsfirmen und -gruppen in Deutschland mit ihren Beteiligungen
 - 3.3.1 UFA Gruppe
 - 3.3.2 KirchMedia GmbH & Co. KGaA
 - 3.3.3 Bavaria Film GmbH
 - 3.3.4 Studio Hamburg GmbH
 - 3.3.5 Endemol Entertainment Holding GmbH
 - 3.3.6 AS Media GmbH
 - 3.3.7 action concept
 - 3.3.8 Otto Meissner KG
 - 3.3.9 SPIEGEL-TV
 - 3.3.10 Producers AG
 - 3.3.11 Novamedia Gruppe
 - 3.3.12 Tele München Gruppe
 - 3.3.13 Ziegler Film GmbH & Co. KG
 - 3.3.14 Brainpool TV AG
 - 3.3.15 Telenova/Neue Münchner Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co. KG
 - 3.3.16 MME Me, Myself & Eye Entertainment AG
 - 3.3.17 Columbia TriStar Film und Fernseh Produktions GmbH
 - 3.3.18 Phoenix Film GmbH
 - 3.3.19 FFP Entertainment GmbH
 - 3.3.20 RTV Family Entertainment AG
- 3.4 Ausblick

IV. Produktionsunternehmen an der Börse

- 4.1 Nach der Faszination durch Film und Fernsehen: Die Krise der Kurse
- 4.2 Marktüberblick: Notierungen, Wertentwicklung, Branchenindex
- 4.3 Monographien ausgesuchter Medien-Ags
 - 4.3.1 Helkon Media AG
 - 4.3.2 Brainpool AG
 - 4.3.3 H5B5 Media AG
- 4.4 Der Börsenmarkt für Kinderfilmproduktion
 - 4.4.1 EM-TV & Merchandising AG

- 4.4.2 RTV Family Entertainment
- 4.4.3 BKN International
- 4.4.4 4Kids Entertainment
- 4.4.5 TV-Loonland

- 4.5 Krisensymptome und Strukturprobleme
 - 4.5.1 Der Fall Odeon
 - 4.5.2 Der Fall Kinowelt
 - 4.5.3 Mergers & Acquisitions
 - 4.5.4 Die Amerikaner kommen
 - 4.5.5 Aussicht: Krise und/oder Konzentration

- 4.6 Anhang: Internet-Adressen

V. Die Sender

- 5.1 Einleitung
 - 5.1.1 Entwicklung der Marktanteile
 - 5.1.2 Entwicklung der Werbeumsätze
 - 5.1.3 Produktionsaufwendungen der Sender
 - 5.1.4 Die Senderfamilien
 - 5.1.5 Befragung zum Status der TV-Sender

- 5.2 Senderporträts der Öffentlich-Rechtlichen Anstalten
 - 5.2.1 ARD "Das Erste"
 - 5.2.2 ARD "Die Dritten"
 - 5.2.3 ZDF
 - 5.2.4 Spartenprogramme
 - 5.2.5 Internationale Programme

- 5.3 Senderporträts der RTL-Familie (CLT-UFA)
 - 5.3.1 RTL
 - 5.3.2 RTL2
 - 5.3.3 SuperRTL
 - 5.3.4 VOX

- 5.4 Senderporträts der Kirch-Sender
 - 5.4.1 SAT.1
 - 5.4.2 ProSieben
 - 5.4.3 Kabel 1
 - 5.4.4 DSF
 - 5.4.5 N24
 - 5.4.6 tm3

- 5.5 Sonstige Sender
- 5.6 Pay-TV
- 5.7 Ballungsraumfernsehen
- 5.8 Fernseheinkaufskanäle

VI. Produktionsstandorte

- 6.1 Einleitung
- 6.2 Übersicht der Medienbranche in den untersuchten Standorten
 - 6.2.1. TV-Sender
 - 6.2.2 Audiovisuelle Produktion
 - 6.2.3 Multimedia
 - 6.2.4 Hörfunk
 - 6.2.5 Printmedien
 - 6.2.6 Musik
 - 6.2.7 Werbeagenturen
 - 6.2.8 Neuer Markt
- 6.3 Medienstandorte
 - 6.3.1 München / Bayern
 - 6.3.2 Berlin – Potsdam / Berlin-Brandenburg
 - 6.3.3 Köln – Düsseldorf / Nordrhein-Westfalen
 - 6.3.4 Hamburg
- 6.4 Ausblick und Zusammenfassung

VII. Schlußfolgerungen, Prognosen

VIII. Literaturverzeichnis

Die Studie wurde von HMR International unabhängig erstellt und ist hier zum Preis von 950 Euro zu beziehen.

Zu beziehen über:

HMR International
Am Hof 28
50667 Köln
Tel: 0221 788 785 50
Fax: 0221 788 785 59

Ansprechpartner:
Claudia Pelzer
Claudia.Pelzer@hmr-international.de