

Ballungsraumfernsehen

Bedeutung

Die KEK ist gemäß § 36 Abs. 4 Satz 1 RStV zuständig für die Sicherung der Meinungsvielfalt im bundesweit veranstalteten Fernsehen. Dennoch kann bei der medienkonzentrationsrechtlichen Beurteilung durch die KEK auch die Veranstaltung von Fernsehen unterhalb der bundesweiten Verbreitungsebene, etwa in der Form des Ballungsraumfernsehens, nach § 26 Abs. 2 RStV relevant sein.

Mit dem Begriff des Ballungsraumfernsehens werden Programme bezeichnet, deren Verbreitungsgebiet sich auf Regionen mit hoher Bevölkerungsdichte konzentriert. In den vom Marktforschungsunternehmen AC Nielsen definierten Ballungsräumen (Hamburg, Bremen, Hannover, Rhein-Ruhr, Rhein-Main, Rhein-Neckar, Stuttgart, Nürnberg, München, Berlin, Halle/Leipzig, Chemnitz/Zwickau, Dresden) leben ca. 40 % der Gesamtbevölkerung. Mit 708 Personen pro Quadratkilometer ist die Bevölkerungsdichte dort mehr als dreimal so hoch wie im restlichen Bundesgebiet (NBRZ - Nielsen Ballungsraum Zeitungen, Preisliste 2010).

Hinsichtlich des Angebots von lokal und regional ausgerichteten Fernsehinhalten stehen die Veranstalter von Ballungsraumfernsehen in Konkurrenz mit den Dritten Programmen der ARD und den Regionalfenstern im bundesweit verbreiteten privaten Fernsehen sowie kleineren Lokal- und Stadtsendern in den Ballungsraumgebieten, die aufgrund ihrer begrenzten Reichweite nicht als Ballungsraumsender im engeren Sinn anzusehen sind. Die Finanzierung von Ballungsraumfernsehen durch Werbung stellt sich mitunter als schwierig dar. Bei der Generierung von regionalen und subregionalen Werbeerlösen konkurrieren die Veranstalter mit Tageszeitungen, Anzeigenblättern, Hörfunk, anderen Lokalfernsehveranstaltern im Sendegebiet und dem Internet. Das Erlöspotenzial ist zudem wegen der gegenüber bundesweiten Fernsehangeboten deutlich geringeren technischen Reichweite in der Regel auf regionale Werbung beschränkt. Durch eine Vermarktung im Verbund haben die Unternehmen zwischenzeitlich versucht, unter anderem ihre Reichweiten zu bündeln und somit ihre Buchungsrelevanz zu steigern. Die im Einzelnen zeitweise durch die Vermarktungsgesellschaften SevenOne Media GmbH (Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Media AG, ehemals: Media1 Medienvermarktung GmbH), Ballungsraumfernsehen in Deutschland Programm- und Vermarktungsgesellschaft mbH und G1 Media Vermarktungs GmbH (Tochterunternehmen der Germany

1 Media AG) betriebenen Gruppenvermarktungen wurden inzwischen jedoch beendet. In Nordrhein-Westfalen sind gegenwärtig die sieben regionalen Fernsehsender wm.tv, center.tv Köln, center.tv Düsseldorf, center.tv Aachen, center.tv Ruhr, Studio47 und CityVision unter der Marke „S7“ in einem Vermarktungsverbund organisiert (www.s7-nrw.de).

Meinungsbildungsrelevante Konzentrationsentwicklungen im Bereich des Ballungsraumfernsehens finden vor allem auf regionaler Ebene in Form von crossmedialen Verflechtungen statt. So ist es in Nordrhein-Westfalen aufgrund der Novellierung des Landesmediengesetzes vom 08.12.2009 Zeitungsverlegern möglich, sich bis zu 100 % an einem Rundfunkunternehmen zu beteiligen, selbst wenn sie bereits in einem Verbreitungsgebiet oder einem abgrenzbaren Teil des Verbreitungsgebietes eine marktbeherrschende Stellung innehaben. Durch „wirksame Vorkehrungen“ muss jedoch eine Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht sichergestellt werden, sei es durch die Schaffung eines Programmbeirates, die Einräumung von Drittsendezeiten oder im Einzelfall durch die Zusage sonstiger gleich wirksamer Mittel (§ 33a Abs. 2 LMG NRW). Die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft (Rheinische Post) hat vor diesem Hintergrund die Veranstalterin des Ballungsraum-Fernsehprogramms center.tv Düsseldorf vollständig und die Veranstalterin des Stadtsenders CityVision (Mönchengladbach) mehrheitlich übernommen. Bei der Veranstalterin des Ballungsraum-Fernsehprogramms center.tv Köln hat die Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg (Kölner Stadtanzeiger, Kölnische Rundschau) 74 % der Anteile übernommen. Die Medienkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat daher bei den genannten Veranstaltern als vielfaltssichernde Maßnahme die Einrichtung von Programmbeiräten bestehend aus Mitgliedern gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen vorgeschrieben.

Aber auch Aktivitäten oder Beteiligungen von Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme im Bereich des Ballungsraumfernsehens können im Rahmen der Berücksichtigung von Aktivitäten auf medienrelevanten verwandten Märkten in die medienkonzentrationsrechtliche Prüfung einbezogen werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Ballungsraumfernsehprogramme publizistisch bedeutsam sind, sofern sie Zuschauer mit lokalen und regionalen Informationen versorgen und, gemessen an der Größe des Verbreitungsgebiets, hohe Reichweiten erzielen. Beteiligungen an Ballungsraumsendern bieten zudem Veranstaltern von bundesweitem Fernsehen eine weitere Verwertungsmöglichkeit für Programmrechte. Derzeit ist beispielsweise der [Burda-Konzern](#) neben seinen Aktivitäten im Print- und Hörfunkbereich auch an bundesweit verbreitenden Fernsehveranstaltern sowie an Ballungsraumsendern beteiligt.

Auch unterhalb der Ebene der bundesweiten Fernsehveranstaltung kann ein Netzwerk von Ballungsraumsendern einen nicht unerheblichen Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung gewinnen: Die Bildung eines überregionalen Verbunds von Ballungsraumsendern zwecks koordinierter Vermarktung und Programmgestaltung könnte die Einflussmöglichkeiten der beteiligten Gesellschafter oder Programmzulieferer auf ein Maß vergrößern, das der Veranstaltung von bundesweitem Fernsehen vergleichbar wäre.

Ballungsraumfernsehen wird in allen von dem Marktforschungsunternehmen ACNielsen Deutschland abgegrenzten Ballungsräumen (13 Gebiete mit überdurchschnittlicher wirtschaftlicher Bedeutung) angeboten. Zum Teil findet dabei auch eine bundesweite Verbreitung über Satellit statt.

Ballungsraumsender

Programm/Nielsen Ballungsraum (NBR)	Veranstalter	Gesellschafter (Beteiligung in Prozent)	Verbreitungsweg / technische Reichweite	Empfangsgebiet	bundesweite Vermarktung
Hamburg 1 (NBR 1)	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co., Hamburg	<ul style="list-style-type: none"> ↳ 63 Germany 1 Media AG ↳ 100 Wing HoldCo GmbH <ul style="list-style-type: none"> ↳ 73 Corinna von Schönau ↳ 17 Nikolaus Broschek ↳ 5 Frank Otto ↳ 5 AT Media GmbH <ul style="list-style-type: none"> ↳ 100 High View Holding <ul style="list-style-type: none"> ↳ 50 % Almatex-Stiftung ↳ 50 % Leslie Grace & Co. <ul style="list-style-type: none"> ↳ 100 % Philip Schuman ↳ 27 Axel Springer AG ↳ 10 Triangle Medienbeteiligungs GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> ↳ Nikolaus Broschek, Frank Otto, Dr. Farhad Vladi (jeweils 1/3 der Anteile) 	Kabel, DVB-T im Stadtgebiet 1,3 Mio. HH	Hamburg und Umland	Eigenvermarktung

Programm/Nielsen Ballungsraum (NBR)	Veranstalter	Gesellschafter (Beteiligung in Prozent)	Verbreitungsweg / technische Reichweite	Empfangsgebiet	bundesweite Vermarktung
Hamburg 24 (NBR 1) (nicht auf Sendung)	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co., Hamburg	s. o.	Kabel, IPTV, DVB-T (DVB-H, DMB)	Hamburg	
center.tv Bremen (NBR 2)	center.tv Heimatfernsehen für Bremen und Bremerhaven GmbH, Bremen	<ul style="list-style-type: none"> ⌊ 30 EWE Tel GmbH ⌊ 100 EWE AG ⌊ 59 Weser-Ems-Energiebeteiligungen GmbH ⌊ 26 Energie Baden-Württemberg AG ⌊ 15 Energieverband Elbe-Weser Beteiligungsholding GmbH ⌊ 21,6 Bremer Tageszeitung AG ⌊ 21,6 Maik Wedemeier ⌊ 15,0 Sparkasse Bremen ⌊ 4,0 Reederei Beluga Shipping GmbH ⌊ 49,5 Oaktree Capital Management, L.P. ⌊ ca. 48,5 Niels Stolberg ⌊ ca. 2 Familie Schadeberg ⌊ 7,8 diverse Privatpersonen 	<ul style="list-style-type: none"> Analoges Kabel 570.000 HH 	Bremen	Medien Vermarktung Bremen GmbH (MVB)
HannoverTV ¹⁾ (NBR 3) (nicht auf Sendung)	Hannover TV GmbH	<ul style="list-style-type: none"> ⌊ 45,2 Betreibergesellschaft RegioOnline mbH ⌊ 60 Diethelm Heinen ⌊ 40 Mathias Fischer ⌊ 24,9 Madsack GmbH & Co. KG ⌊ 23,0 Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (DDVG) ⌊ 20,9 Sylvia Madsack ⌊ 11,6 Ursula Maisel ⌊ 7,3 Gebrüder Gerstenberg GmbH & Co. KG ⌊ 24,9 New Content Media Group GmbH ⌊ 100 EWE AG (s. o.) ⌊ 5 Germany 1 Media AG (s. o.) 	Kabel, DVB-T, Internet und als Handy-TV	Hannover	

Programm/Nielsen Ballungsraum (NBR)	Veranstalter	Gesellschafter (Beteiligung in Prozent)	Verbreitungsweg / technische Reichweite	Empfangsgebiet	bundesweite Vermarktung
NRW.TV ²⁾ (NBR 4)	NRW.TV Fernsehen aus Nordrhein-Westfalen GmbH & Co. KG, Düsseldorf	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 37,55 Kuhlo Holding GmbH ┆ 54,2 Karl-Ulrich Kuhlo ┆ 45,8 Infobonn Holding GmbH ┆ 100 Helmut Keiser ┆ 24,90 Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke mbH & Co. KG ┆ 20,57 Ralf G. Neumann ┆ 16,98 Nema Holding GmbH ┆ 100 Ralf G. Neumann 	<p>Kabel, Internet</p> <p>landesweit: 4,2 Mio. HH</p>	Nordrhein-Westfalen	DFA NRW Sales & Services GmbH & Co. KG (Unternehmen der WAZ Mediengruppe)
center.tv Köln (NBR 4)	center.tv Heimatfernsehen Köln GmbH & Co. KG, Köln	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 74 M. DuMont Schauberg GmbH & Co. KG ┆ 24,4 H. Neusser Besitz- und Verwaltungs GmbH & Co. KG ┆ 1,6 nicht näher benannte Privatperson 	<p>Kabel, Internet</p> <p>750.000 HH</p>	Köln/Bonn	Eigenvermarktung
center.tv Düsseldorf (NBR 4)	center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf GmbH, Düsseldorf	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH 	<p>Kabel, Internet</p> <p>500.000 HH</p>	Düsseldorf/Neuss/Mettmann	Eigenvermarktung
center.tv Ruhr (NBR 4)	center.tv Heimatfernsehen Ruhr AG, Essen	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 center.tv Holding AG ┆ 100 AZ Media GmbH ┆ 100 Andre Zalbertus 	<p>Kabel, Internet</p> <p>ca. 560.000 HH</p>	Ruhrgebiet (Gladbeck, Herten, Gelsenkirchen, Bottrop, Oberhausen, Essen, Bochum, Mülheim und in Teilen von Duisburg)	Eigenvermarktung
West1 ³⁾ (NBR 4) (nicht auf Sendung)	WestEins TV GbR, Essen	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 75,10 Germany 1 Media AG ┆ 100 Wing HoldCo GmbH ┆ 65 Almond Media GmbH (s.o.) ┆ 24,90 Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke mbH & Co. KG 			
Rheinmaintv ⁴⁾	Rhein-Main TV	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 53 Heinz-Reinhard Schneider 	<p>Kabel (ca. 900.000</p>	Bundesweit, Schwer-	Eigenvermarktung

Programm/Nielsen Ballungsraum (NBR)	Veranstalter	Gesellschafter (Beteiligung in Prozent)	Verbreitungsweg / technische Reichweite	Empfangsgebiet	bundesweite Vermarktung
(NBR 5)	GmbH & Co. KG, Bad Homburg	<ul style="list-style-type: none"> ⌊ 20 KueblerTelevision AG ⌊ 10 EGRO-Direktwerbung GmbH ⌊ 3,33 Claus M. Faber Advertising GmbH (CMF) ⌊ die restlichen 13,67 % teilen sich auf mehr als 12 Kleingesellschafter auf 	<p>HH), digitaler Satellit (500.000 HH), DVB-T in der Region (350.000 HH), Internet</p> <p>Insgesamt 1,75 Mio. HH in der Region</p>	punkt Rhein-Main-Gebiet	
Rhein-Neckar Fernsehen (RNF) ⁴⁾ (NBR 6)	Rhein-Neckar Fernsehen GmbH, Mannheim	<ul style="list-style-type: none"> ⌊ 100 Bert Siegelmann 	<p>Kabel (860.000 HH), digitaler Satellit (3.400.000 HH)</p> <p>2,2 Mio. Personen in der Rhein-Neckar-Region</p>	Bundesweit, Schwerpunkt Rhein-Neckar-Dreieck (Nordbaden, Pfalz, Südhessen)	Eigenvermarktung
REGIO TV Regional-Fernsehen (vormals: R.TV Stuttgart) (NBR 7)	tele-regional STUTTGART GmbH, Stuttgart	<ul style="list-style-type: none"> ⌊ 85 Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG Drexler, Gessler ⌊ 10 Bernd Gehrung ⌊ 5 Classic Line Verwaltungs-GmbH ⌊ 100 Stefan Gönnerwein 	<p>Kabel (analog und digital), Internet</p> <p>ca. 1,4 Mio. HH</p>	Region Stuttgart (Landkreise Böblingen, Ludwigsburg, Esslingen, Rems-Murr, Göppingen und Stuttgart mit allen Vororten)	Eigenvermarktung (REGIONAL-Fernsehen Böblingen/Stuttgart GmbH & Co. KG)
FrankenTV (NBR 8)	TVF Fernsehen in Franken Programm GmbH, Nürnberg	<ul style="list-style-type: none"> ⌊ 50 Neue Welle Franken - Antenne Nürnberg Hörfunkprogrammgesellschaft mbH & Co. KG ⌊ 91,29 Die Neue Welle Rundfunk-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> ⌊ 100 Müller Medien GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> ⌊ 55 Gunther Oschmann ⌊ 22,5 Michael Oschmann ⌊ 22,5 Constanze Oschmann-Lauchstedt ⌊ 8,71 Neue Welle Franken - Antenne Nürnberg Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH <ul style="list-style-type: none"> ⌊ 69 U.W.U. Vermögensverwaltungs- GmbH ⌊ 100 Utz W. Ulrich 	<p>Kabel, DVB-T, digitaler Satellit (1 Std. 45 min. täglich)</p> <p>ca. 1,2 Mio. Personen regional</p>	Mittelfranken	TV Bayern, Bayerische Lokal-Fernsehprogramm Gesellschaft mbH

Programm/Nielsen Ballungsraum (NBR)	Veranstalter	Gesellschafter (Beteiligung in Prozent)	Verbreitungsweg / technische Reichweite	Empfangsgebiet	bundesweite Vermarktung
		<ul style="list-style-type: none"> ┆ 31 Die Neue Welle Rundfunk-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG ┆ 100 Müller Medien GmbH & Co. KG (s. o.) ┆ 37 Lokalfernsehen Nürnberg GmbH <ul style="list-style-type: none"> ┆ 50 Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG ┆ 41,67 Burda Broadcast Media GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Hubert Burda Media Holding GmbH & Co. KG ┆ 100 Prof. Dr. Hubert Burda ┆ 41,67 RBTZ Rundfunk Beteiligungsgesellschaft Bayerischer Tageszeitungen mbH & Co. KG ┆ 10,42 Die Neue Welle Rundfunk-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG (Oschmann-Gruppe) ┆ 5,21 Medienpool TV GmbH <ul style="list-style-type: none"> ┆ 95 Helmut Markwort ┆ 5 Christoph von Hutten ┆ 1,04 Imcom GmbH ┆ 50 Verlag Nürnberger Presse Druckhaus Nürnberg GmbH & Co. <ul style="list-style-type: none"> ┆ 59,02 Druckhaus Nürnberg GmbH ┆ 22,76 Bruno Schnell ┆ 9,11 Friederike Diem ┆ 9,11 Walter GmbH ┆ 13 TVN Fernseh-Beteiligungsgesellschaft mbH Nürnberg 			

Programm/Nielsen Ballungsraum (NBR)	Veranstalter	Gesellschafter (Beteiligung in Prozent)	Verbreitungsweg / technische Reichweite	Empfangsgebiet	bundesweite Vermarktung
münchen.tv (NBR 9)	München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG, München	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 16 Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG (s. o.) ┆ 16 Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG (Verlagsgruppe Ippen) ┆ 16 Medienpool TV GmbH (s. o.) ┆ 16 Focus TV Produktions GmbH <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Focus Magazin-Verlag GmbH <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Hubert Burda Media Holding GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Prof. Dr. Hubert Burda ┆ 14 Neue Welle - Antenne München Rundfunk-Programmanbieter- Gesellschaft mbH <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Die Neue Welle Rundfunk-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG (Oschmann-Gruppe, s. o.) ┆ 11 rt1.media group GmbH <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Presse-Druck- und Verlags-GmbH <ul style="list-style-type: none"> ┆ 60,2 Ellinor Holland ┆ 19,9 Ellinor Scherer ┆ 19,9 Alexandra Holland ┆ 11 HeronMedia Werbegesellschaft m.b.H <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Franz-Georg Strauß 	Kabel, Satellit, DVB-T und Internet ca. 1,05 Mio. HH (2,15 Mio. Personen regional)	München und Oberbayern	G1 Media Vermarktungs GmbH
münchen.2 (NBR 9)	München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG, München	┆ s. o. münchen.tv	Kabel ca. 590.000 HH (1,17 Mio. Personen)	Großraum München	
tv.berlin (NBR 10)	Berlin 1 Fernsehen Beteiligung GmbH & Co. KG, Berlin	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 53,62 Germany 1 Media AG (s. o.) ┆ 27,46 Axel Springer AG ┆ 13,03 Triangle Medienbeteiligungs GmbH & Co. KG (s. o.) ┆ 5,90 Media Management AG <ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Andreas Fellmann 	Kabel, DVB-T 1,6 Mio. HH	Berlin	G1 Media Vermarktungs GmbH

Programm/Nielsen Ballungsraum (NBR)	Veranstalter	Gesellschafter (Beteiligung in Prozent)	Verbreitungsweg / technische Reichweite	Empfangsgebiet	bundesweite Vermarktung
Sachsen Fernsehen (Dresden Fernsehen, Leipzig Fernsehen, Chemnitz Fernsehen) (NBR 11, 12, 13)	Sachsen Fernsehen GmbH & Co. Fernsehbetriebs KG, Leipzig	<ul style="list-style-type: none"> ┆ 100 Neue Welle Sachsen Rundfunk GmbH & Co. Studiobetriebs KG ┆ Oschmann-Gruppe 	<ul style="list-style-type: none"> Kabel, Terrestrik ca. 830.000 HH (1,65 Mio. Personen) 	Region Dresden, Leipzig, Chemnitz	Eigenvermarktung

Quelle: Landesmedienanstalten, Unternehmensangaben, Funkkorrespondenz, Funkanalyse Bayern 2010

- 1) Der Sendestart von HannoverTV soll im Herbst 2011 erfolgen. Die Zulassung erteilte die NLM im Februar 2011.
- 2) NRW.TV wird in Nordrhein-Westfalen landesweit ausgestrahlt und stellt insofern kein Ballungsraumfernsehen im engeren Sinne dar. Das Empfangsgebiet umfasst aber jedenfalls auch den Ballungsraum Rhein/Ruhr.
- 3) Das Programm West1 ist seit Februar 2008 zugelassen, bislang jedoch nicht auf Sendung.
- 4) Aufgrund der Verbreitung über Satellit sind die Programme bundesweit empfangbar.

Nutzungsdaten

Die Datengrundlage zu Zuschaueranteilen und Reichweiten der Ballungsraumsender ist nach wie vor unzureichend. Mangels vergleichbarer Daten und Bemessungsgrundlagen ist eine zuverlässige Gesamtschau zu den Nutzungsdaten der Ballungsraumsender zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht möglich. Zur groben Übersicht und Einstufung können jedoch die verfügbaren Nutzungsdaten herangezogen werden. Die Messung der „Seher gestern“ (auch „Tagesreichweite“) und des „weitesten Seherkreises“ (innerhalb der letzten zwei Wochen (Mo. - Fr.) einen der aufgeführten Sender gesehen) über Telefonbefragung ist dabei nicht vergleichbar mit der GfK-Messung zur Ermittlung der Zuschaueranteile. Diese Reichweitenangaben erlauben keine Rückschlüsse auf die Höhe der Zuschaueranteile der Programme.

Ballungsraumsender (Nutzungsdaten)

Programm	Weitester Seherkreis	Seher gestern (Mo. – Fr.)	Quelle
Hamburg 1	878.000	339.000	PSEPHOS-Repräsentativerhebung in der Metropolregion Hamburg, Februar/März 2010, Stichprobengröße: 1.214 Personen ab 14 Jahre
center.tv Düsseldorf	320.000	91.000	www.centertv.de/page/static/sendegebiet/; repräsentative Reichweitenuntersuchung aus den Monaten Februar - April 2009
center.tv Köln	287.000	95.000	PSEPHOS-Repräsentativerhebung im Verbreitungsgebiet von center.tv Köln; Februar/März 2010; 1.202 Befragte
rheinmaintv	772.000	178.000	puls, Marktforschung GmbH, Nürnberg 02/09
tv.berlin	690.000	163.000	PSEPHOS-Repräsentativerhebung im Verbreitungsgebiet TV.Berlin, März/April 2009
münchen.tv	859.000	189.000	Funkanalyse Bayern 2010, erstellt durch TNS Infratest MediaResearch im Auftrag der BLM und der privaten Rundfunkanbieter in Bayern
münchen.2	141.000	4.000	Funkanalyse Bayern 2010
Franken TV	563.000	89.000	Funkanalyse Bayern 2010

Stand: 10/2011