

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

0.1 Ziel und Durchführung der Studie

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Juli 1997 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin (DIW) erneut damit beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland zu erstellen. Wie im vergangenen Jahr war eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Grundlage. Damit konnte das bereits für 1995 ermittelte umfassende Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – fortgeschrieben werden (Abb. 01).

Bei der Datenerhebung kooperierte das DIW auftragsgemäß mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) sowie dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg (HBI), wobei von der DLM folgende Arbeitsteilung vorgegeben worden war:

- dem DIW wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei 70 privaten Fernsehveranstaltern verantwortlich,
- das HBI erhob im DIW-Unterauftrag die Daten der 15 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (einschließlich ARTE),
- die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit im privaten Hörfunk beauftragt und übergab die gewonnenen Daten von 178 Hörfunkveranstaltern in anonymisierter Form auf Datenträgern zur Auswertung an das DIW.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von Anfang September bis Mitte Dezember 1997.

Das große Interesse der Rundfunkunternehmen an einer ausreichenden Datengrundlage zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat erneut zu einer für eine freiwillige Umfrage außergewöhnlich hohen Antwortquote von über 90 vH (Fernsehen 83 vH, Hörfunk 97 vH) geführt. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) und dem Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL), dem größten Verband von Programmveranstaltern auf lokaler Ebene, beigetragen haben. Die wesentlichen Ergebnisse der Erhebung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Befragung durch das DIW:	Befragung durch die AKM:	Befragung durch das HBI:
<u>71 private Fernsehveranstalter</u>	<u>174 private Hörfunkveranstalter</u>	<u>15 öffentlich-rechtliche Rundfunkunternehmen</u>
davon:	davon:	
21 Bundesweite	10 Bundesweite	11 ARD- Anstalten
10 Landesweite	26 Landesweite	ZDF; DeutschlandRadio
12 Ballungsraum	138 Lokale	Deutsche Welle
28 Lokale	sowie:	ARTE Dtd. GmbH
	4 neue Anbieter in 1997	
Befragungszeitraum: September bis November 1997		
DIW 98		

Abbildung 0.1: Datengrundlagen: Befragte Rundfunkveranstalter

0.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 1996

Die von den Rundfunkunternehmen zur Verfügung gestellten Daten ermöglichen für das Jahr 1996 eine Einordnung der deutschen Rundfunkwirtschaft in die Gesamtwirtschaft anhand der Kennziffern Erwerbstätige, Produktionswert und Wertschöpfung (Tabelle 0.1):

- Ende 1996 waren bei den deutschen Rundfunkunternehmen zusammen rund 39.700 feste Mitarbeiter (Erwerbstätige) beschäftigt, davon rund 23.100 mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen und 16.600 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.
- Der Produktionswert (Umsätze und Eigenleistungen) der Rundfunkunternehmen im Jahr 1996 betrug zusammen rund 21,75 Mrd. DM. Die Bruttowertschöpfung – d. h. der Beitrag der Rundfunkwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag bei 5,5 Mrd. DM, rund einem Drittel der Wertschöpfung des Verlagsgewerbes.
- Die Wertschöpfung je Erwerbstätigem lag 1996 in der Rundfunkwirtschaft mit knapp 139.000 DM deutlich über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft, der bei 103.000 DM lag.

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen läßt sich nicht nur anhand ihrer Bruttowertschöpfung, d. h. an ihrem direkten Beitrag zur Einkommensentstehung quantifizieren. Ebenso bedeutsam sind die indirekten Wirkungen, die von den Vorleistungsbezügen und den Investitionen ausgehen. Von anderen Unternehmen und selbständigem technischem und künstlerischem Personal wurden 1996 – bei Einrechnung der Provisionszahlungen an Werbeagenturen – Waren und Dienstleistungen im Wert von 16,25 Mrd. DM nachgefragt. Hiervon entfielen rund 12,55 Mrd. DM auf die Nachfrage im Inland und sicherten damit in anderen Wirtschaftszweigen Arbeitsplätze und Einkommen:

	Rundfunk insg.	Öffentl. rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mill. DM				
Produktionswert (1)	21765	12250	9515	16530	5235
Vorleistungen	16260	7795	8465	13275	2985
Bruttowertschöpfung <i>darunter</i>	5505	4455	1050	3255	2250
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5220	4370	850	3095	2125
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-775	-745	-30	-510	-265
	Anzahl				
Erwerbstätige	39664	30093	9571	23082	16582
	Tausend DM				
Bruttowertschöpfung je Erwerbs- tätigen	138,8	148,0	109,7	141,0	135,7
	Anteile in vH				
Produktionswert	100	56	44	76	24
Vorleistungen	100	48	52	82	18
Bruttowertschöpfung <i>darunter</i>	100	81	19	59	41
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	84	16	59	41
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	100	-	-	-	-
Erwerbstätige	100	76	24	58	42
(1) Werbeumsätze einschließlich Provisionen für Werbemittler. <i>Quelle:</i> Berechnungen des DIW.					
					DIW 98

Tabelle 0.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1996
Deutschland insgesamt

- für 1,0 Mrd. DM wurden Telekommunikationsdienste zur Programmverbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender in Anspruch genommen,
- 1,3 Mrd. DM wurden als Vergütungen an selbständiges künstlerisches und technisches Personal (freie Mitarbeiter) gezahlt,
- 5,1 Mrd. DM wurde für den Ankauf von Sende- und Übertragungsrechten (einschließlich Urheberrechten für den Hörfunk) und für TV-Auftragsproduktionen im Inland ausgegeben; die Nachfrage der privaten TV-Veranstalter bei der deutschen Filmwirtschaft (Auftragsproduktionen, Synchronisation etc.) erreichte dabei rund 3,5 Mrd. DM
- 0,6 Mrd. DM gingen als Provisionszahlungen an Werbeagenturen und Werbevermarkter.

Außerdem investierten die öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter 1,2 Mrd. DM in Bauten und Ausrüstungen.

Im Jahr 1996 ist die deutsche Rundfunkwirtschaft erneut gewachsen. Die Zuwächse bei den Erwerbstätigen (plus 1 vH) und bei den Erträgen (plus 8 vH)

erreichten zwar nicht mehr die Werte der Vorjahre, sie lagen jedoch weiterhin deutlich über den Vergleichsgrößen der Gesamtwirtschaft (Erwerbstätige: minus 1 vH, nominales BIP-Wachstum plus 2,3 vH).

Ursächlich für das gebremste Wachstumstempo der Rundfunkwirtschaft im Jahr 1996 waren zwei Entwicklungen:

- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hatte nur geringfügig steigende Erträge (Anstieg von 11,9 auf 12,2 Mrd. DM) und mußte weiterhin Personal abbauen (Rückgang um 200 Mitarbeiter auf 30.100).
- Der private Hörfunk legte ebenfalls eine Wachstumspause ein (Anstieg der Erträge von lediglich 20 Mill. DM auf 1,07 Mrd. DM) und baute Personal ab (Rückgang um 150 Mitarbeiter auf 3.900).

Dagegen war das private Fernsehen im Jahr 1996 weiter expansiv. Die Erträge stiegen um ein Fünftel auf knapp 7,9 Mrd. DM, das Personal wurde um über 600 Mitarbeiter aufgestockt.

0.3 Anbieterstruktur des privaten Rundfunks

Ende 1996 gab es in Deutschland 71 private Fernsehveranstalter und 174 private Hörfunkveranstalter (ohne Kleinanbieter mit weniger als 1 Stunde Programmproduktion pro Woche). Die Zahl der Hörfunkanbieter hat sich im Verlauf des Jahres 1997 noch einmal leicht erhöht.

Beim Fernsehen können nach der Größe des Verbreitungsgebietes und der Sendedauer vier Anbietertypen unterschieden werden:

- 21 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren zwei Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz und nur einigen Stunden Programmproduktion pro Woche.
- 10 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit, davon 8 als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL und SAT 1.
- 12 Ballungsraum-Sender mit mehrstündigem (bis zu 24 Stunden täglich) Programm in lokalen bzw. regionalen Sendegebieten.
- 28 Lokal-Sender mit deutlich geringerer Programmleistung, die ihre Programme entweder nur über Kabelnetze oder zusätzlich terrestrisch als lokale Programmfenster verbreiten.

Auch beim privaten Hörfunk können nach dem Verbreitungsgebiet drei Anbieter-typen unterschieden werden:

- Mit 138 Veranstaltern war Ende 1996 die Gruppe der Lokalanbieter am größten; hierin sind auch die Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg eingerechnet.
- 10 Anbieter verbreiteten bundesweit Hörfunkprogramme, darunter zwei Einkaufs-radios.
- 26 Anbieter verbreiteten landesweit Hörfunkprogramme, eingerechnet sind zum einen drei Anbieter sog. Mantelprogramme für Lokalsender und außerdem die drei Regionalsender in Baden-Württemberg, die von ihrer Struktur her dieser Gruppe eher zuzurechnen sind als den Lokalanbietern.

0.4 Beschäftigung im privaten Rundfunk 1996/97

a) Zahl der Beschäftigten im privaten Fernsehen

Die 71 privaten TV-Anbieter beschäftigten Ende 1996 zusammen rund 5.700 Erwerbstätige (Abb.0.2 und 0.3):

– mit 4.402 festen Mitarbeitern waren davon über drei Viertel bei den 21 Veranstaltern bundesweiter TV-Programme tätig,

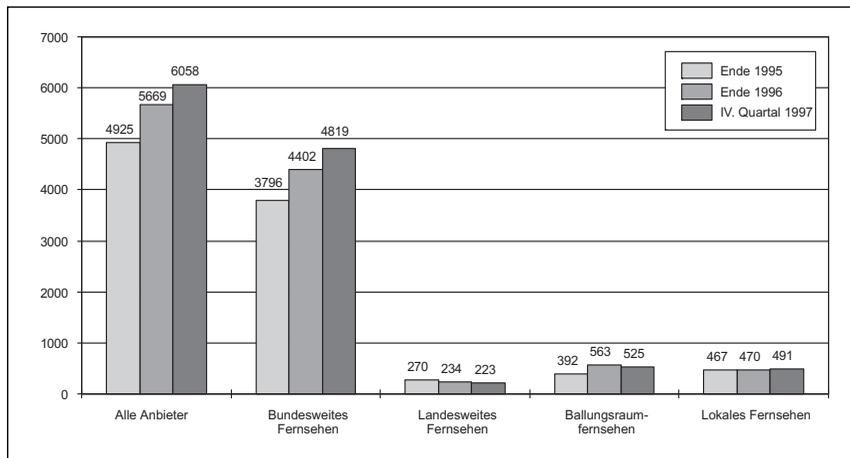


Abbildung 0.2: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1995–1997
Erwerbstätige

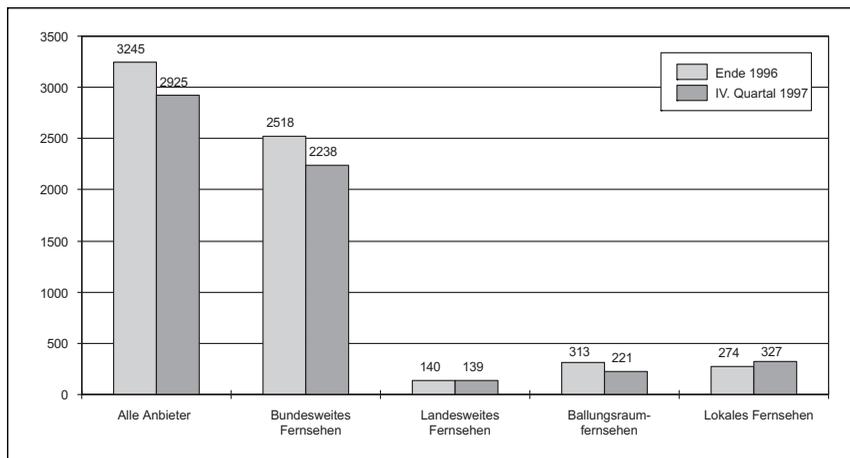


Abbildung 0.3: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1996/1997
Sonstige Mitarbeiter

- bei den 12 Ballungsraumsendern arbeiteten zusammen 563 Festangestellte (10 vH),
- 470 feste Mitarbeiter (8 vH) wurden von den 28 kleineren Lokalanbietern beschäftigt,
- weitere 234 Festangestellte (4 vH) gab es bei den 10 Anbietern landesweit verbreiteter Programme.

Zusätzlich zu diesen festen Mitarbeitern wurden Ende 1996 von den privaten TV-Veranstaltern noch 3.245 Mitarbeiter ohne festes Arbeitsverhältnis (Praktikanten, feste Freie und sonstige Freie) beschäftigt. Das Verhältnis dieser Gruppe von Beschäftigten zu den festen Mitarbeitern betrug damit etwa 1 : 2.

Im Verlauf des Jahres 1997 hat sich die Zahl der festen Mitarbeiter bei den deutschen privaten TV-Veranstaltern weiter erhöht: bis Ende September 1997 steig sie um fast 400 auf 6.058. Dagegen hat sich die Zahl der sonstigen Mitarbeiter vermindert. Sie ging um 300 auf 2.925 zurück.

b) Zahl der Beschäftigten im privaten Hörfunk

Bei den 174 privaten Hörfunkveranstaltern waren Ende 1996 zusammen 3.902 Mitarbeiter mit festem Arbeitsverhältnis tätig. Die Aufteilung auf die verschiedenen Anbieter Typen unterscheidet sich dabei deutlich vom privaten Fernsehen (Abb. 0.4 und 0.5):

- bei den 10 bundesweiten Anbietern waren 272 und damit nur 7 vH aller Erwerbstätigen im privaten Hörfunk beschäftigt,
- bei den 26 landesweiten Anbietern waren es 1.411 oder 36 vH der festen Mitarbeiter,
- bei den 138 privaten Lokal- und Regionalsendern waren es 2.219 und damit über die Hälfte der Erwerbstätigen.

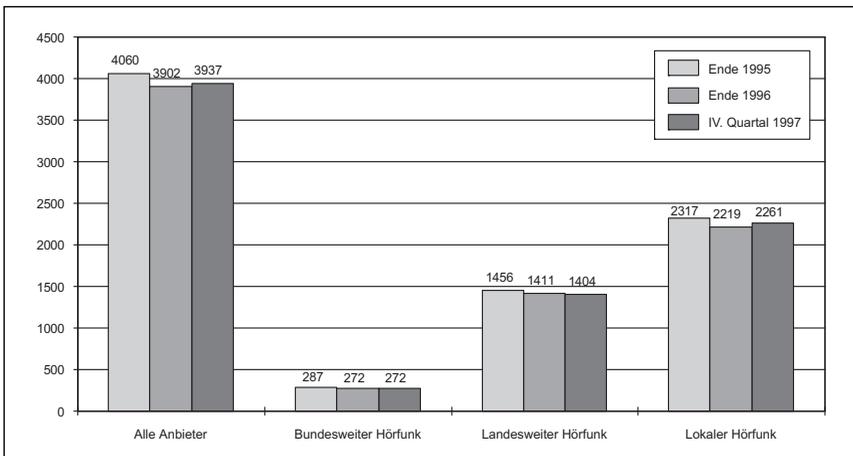


Abbildung 0.4: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1995–1997
Erwerbstätige

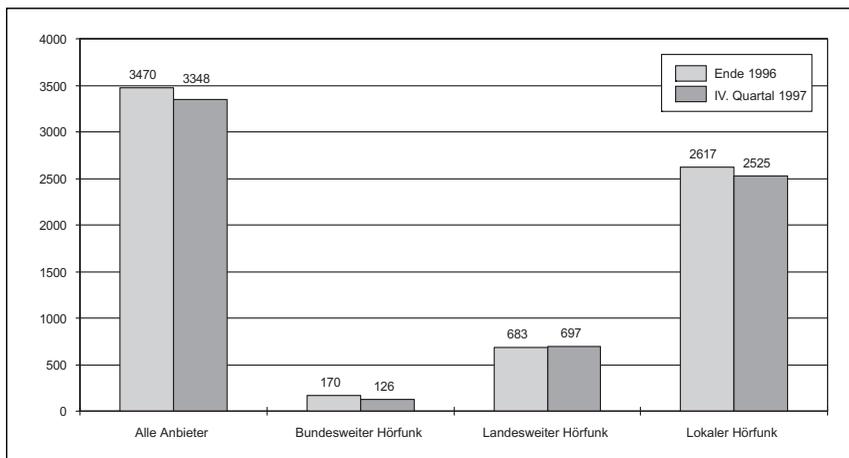


Abbildung 0.5: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1996/1997
Sonstige Mitarbeiter

Deutlich höher als im privaten Fernsehen war der Anteil der Mitarbeiter ohne festen Arbeitsvertrag an der Gesamtzahl aller Hörfunk-Beschäftigten. Insgesamt erreichte im privaten Hörfunk die Zahl der Praktikanten, festen Freien und sonstigen Freien Ende 1996 mit 3.470 fast die der Festangestellten. Insbesondere bei den Lokalsendern war das Verhältnis mit 1,2 : 1 sehr hoch.

Der Entwicklungstrend bei den Mitarbeiterzahlen des privaten Hörfunks war 1997 – nach dem Beschäftigtenabbau im Jahr 1996 – wieder positiv. Die Zahl der festen Mitarbeiter stieg um 35 Mitarbeiter auf 3.937 Ende September 1997. Die Zahl der sonstigen Mitarbeiter ging dagegen weiter leicht zurück (um 22 auf rund 3.348).

c) Beschäftigtenstruktur

Von den Erwerbstätigen im privaten Fernsehen waren am Jahresende 1996 84 vH Vollzeitbeschäftigte, 12 vH Teilzeitbeschäftigte und 4 vH Auszubildende und Volontäre. Der Ausbildungsanteil war beim privaten Hörfunk mit 8 vH deutlich höher, das Verhältnis von Vollzeit- zu Teilzeitbeschäftigung wies dagegen keinen Unterschied zum privaten Fernsehen auf (Abb.0.6).

Das Verhältnis von Frauen zu Männern betrug Ende 1996 bei den Erwerbstätigen des privaten Fernsehens 46 : 54. Der Frauenanteil entsprach damit etwa dem der Gesamtwirtschaft im gleichen Jahr. Deutlich höher war der Frauenanteil unter den Erwerbstätigen des privaten Hörfunks. Über 2.100 oder 51 vH der festen Mitarbeiter waren dort Ende 1996 Frauen.

Strukturiert man die festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk nach Haupttätigkeiten, so sind mit 55 vH (Fernsehen) bzw. 61 vH (Hörfunk) jeweils die meisten mit der Programmgestaltung beschäftigt. Der höhere Technikaufwand des Fernsehens zeigt sich in dem vergleichsweise hohen Anteil der Mitarbeiter im Bereich Pro-

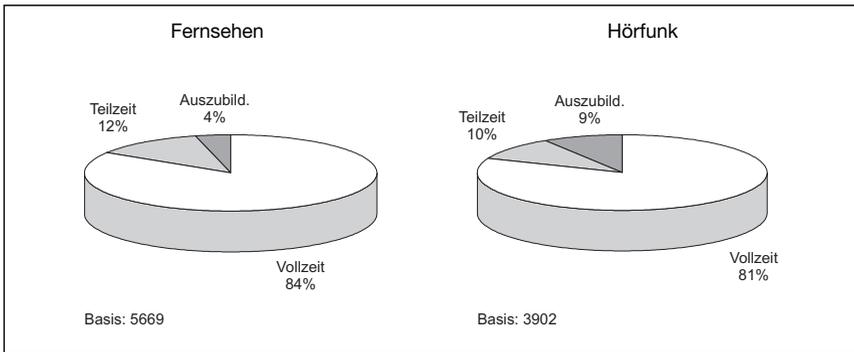


Abbildung 0.6: Beschäftigenstruktur im privaten Rundfunk Ende 1996
Erwerbstätige

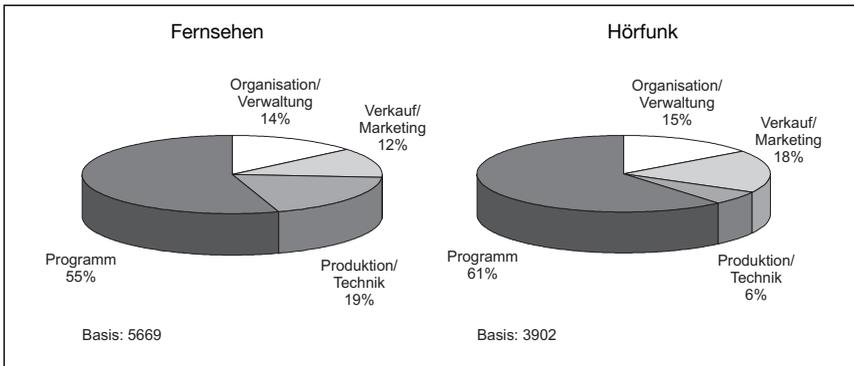


Abbildung 0.7: Beschäftigenstruktur im privaten Rundfunk Ende 1996
Haupttätigkeitsbereich der Erwerbstätigen

duktion/Technik: Einem Anteil von 19 vH im Fernsehen steht ein Anteil von 6 vH im Hörfunk gegenüber. Dies obwohl ein Teil der bundesweiten TV-Anbieter seine Sendetechnik in eigenständige Unternehmen ausgelagert hat. Ausgelagert haben die bundesweiten TV-Anbieter auch einen erheblichen Teil der Werbeakquisition. Dennoch sind im privaten Fernsehen noch 12 vH der festen Mitarbeiter im Bereich Verkauf/Marketing tätig. Im privaten Hörfunk sind es wegen der hohen Zahl von Lokalanbietern mit eigener Werbeakquisition sogar über 18 vH. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 14 vH (Fernsehen) bzw. 15 vH (Hörfunk) der festen Mitarbeiter zuzurechnen (Abb. 0.7).

0.5 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks im Jahr 1996

a) Ertrags- und Aufwandsstruktur

Privater Rundfunk in Deutschland ist überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Von den Gesamterträgen des privaten Fernsehens in Höhe von 7,9 Mrd. DM stammten 6,5 Mrd. DM oder 83 vH aus Werbeeinnahmen einschließlich Sonderwerbformen wie Sponsoring und Teleshopping. Beim privaten Hörfunk betragen die Werbeerträge 975 Mill. DM (bei Gesamterträgen von 1,07 Mrd. DM). Dies entsprach einem Anteil von 91 vH (Abb. 0.8).

Während sich der private Hörfunk in allen Bundesländern, in denen lokale Programme zugelassen wurden, als lokaler Werbeträger etabliert hat, wird das private Fernsehen bislang fast ausschließlich für überregionale Werbekampagnen genutzt: Der Anteil der Erträge aus lokaler Werbung lag 1996 im Hörfunk bei 37 vH, beim

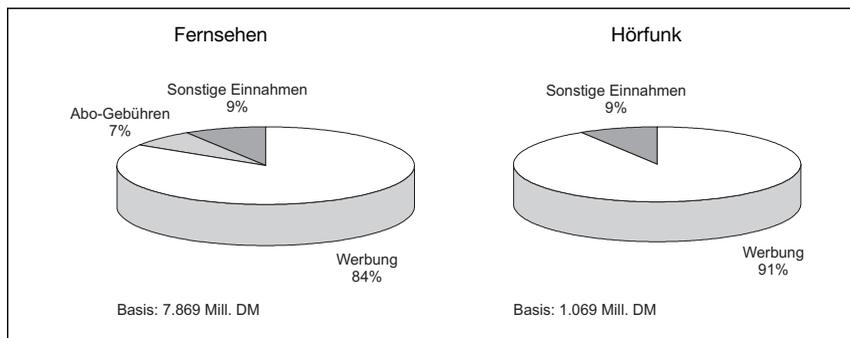


Abbildung 0.8: Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 1996
Gesamterträge

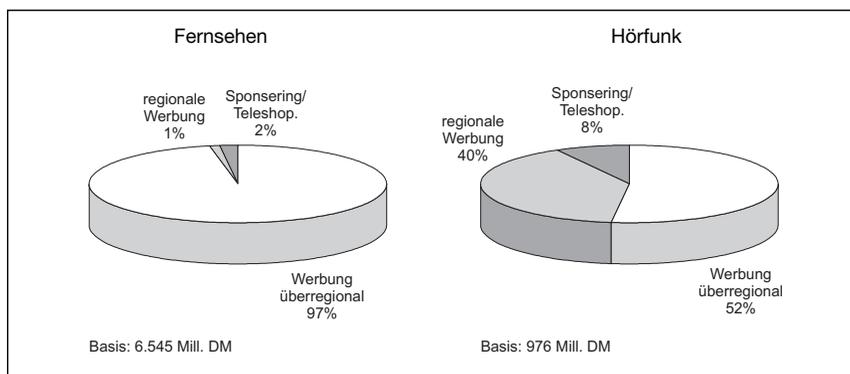


Abbildung 0.9: Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 1996
Werbeerträge

Fernsehen hingegen bei 1 vH. Auch neue Werbeformen wie Sponsoring, Tele-shopping, Direkt-Response-Radio etc. haben im privaten Hörfunk eine weit größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an allen Erträgen betrug 1996 im Hörfunk über 7 vH, im Fernsehen lediglich rund 1 vH (Abb.0.9).

Ende 1996 gab es zwei private Pay-TV-Anbieter. Beim Fernsehen machten deren Einnahmen 1996 immerhin rund 7 vH der Gesamterträge aus. Die Erträge des einzigen Pay-Radio-Angebotes sind dagegen zu vernachlässigen.

Die Gesamtaufwendungen aller privaten Fernsehveranstalter lagen 1996 bei insgesamt 8,0 Mrd. DM. Der Personalaufwand spielte dabei eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 7 vH, rechnet man die Vergütungen für die nicht festgestellten Mitarbeiter ein, bei 9 vH. Der größte Teil der Aufwendungen waren hingegen Sachkosten. Für die bundesweiten Veranstalter ist dabei eine Aufschlüsselung dieses Kostenblocks für das Jahr 1996 möglich. Von den knapp 7,0 Mrd. DM entfielen

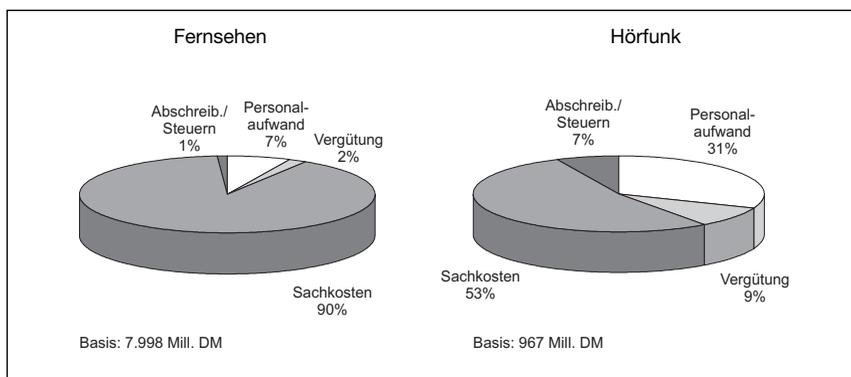


Abbildung 0.10: Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 1996 Gesamtaufwendungen

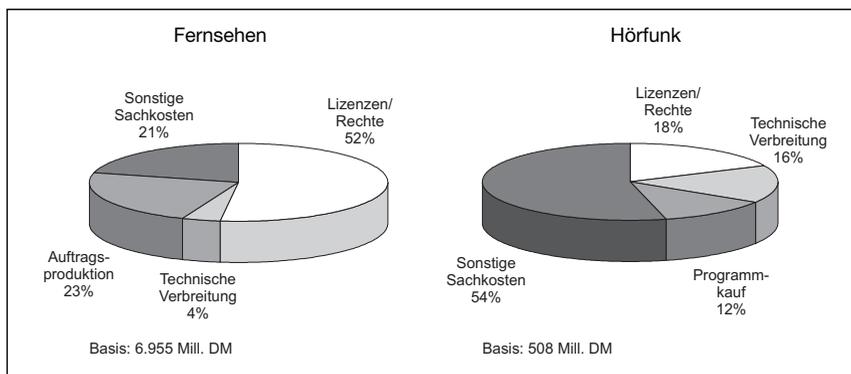


Abbildung 0.11: Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 1996 Sachkostenblock

47 vH auf den Ankauf fertiger Programme und den Erwerb anderer Rechte, 20 vH wurden für Auftragsproduktionen ausgegeben und knapp 4 vH für die technische Programmverbreitung (Abb. 0.10).

Die Gesamtaufwendungen des privaten Hörfunks haben 1996 bei 0,97 Mrd. DM gelegen. Seine Kostenstruktur unterschied sich deutlich vom privaten Fernsehen. Der Personalkostenanteil lag bei 31 vH, zusammen mit den Vergütungen für nicht festangestellte Mitarbeiter bei 40 vH. Innerhalb des Sachkostenblocks von rund 0,5 Mrd. DM gab es ebenfalls deutliche Unterschiede zum privaten Fernsehen. So entfielen auf den Rechteerwerb (vor allem Gema- und GVL-Gebühren) nur 19 vH, auf die technische Programmverbreitung jedoch 14 vH aller Sachkosten der privaten Hörfunkanbieter (Abb. 0.11).

b) Kostendeckung

Die privaten Fernsehveranstalter erwirtschafteten 1996 zusammen einen Verlust in Höhe von 130 Mill. DM. Dagegen konnten die privaten Hörfunkanbieter insgesamt einen Gewinn von 100 Mill. DM verbuchen. Die wirtschaftliche Lage einzelner Anbietertypen war dabei sehr unterschiedlich. Im privaten Fernsehen gab es folgende Kostendeckungsgrade (Abb. 0.12):

- die Gruppe der 21 bundesweiten TV-Anbieter erreichte vorwiegend durch Werbeeinnahmen ein insgesamt nahezu ausgeglichenes Ergebnis, wobei allerdings die Mehrzahl der Veranstalter Verluste hinnehmen mußte,
- die 10 Anbieter landesweiter TV-Programme kamen auf ein ausgeglichenes Ergebnis, da sie in der Regel Zuwendungen durch die bundesweiten Anbieter bekommen; Werbung trug nur zu 20 vH zu den Erträgen bei,
- die Gruppe der Ballungsraumsender erzielte mit einem Kostendeckungsgrad von knapp 50 vH (davon 32 vH Werbeerträge) das insgesamt schlechteste Ergebnis,
- die Gruppe der übrigen 28 Lokal-TV-Sender konnte wiederum nahezu 95 vH ihrer Aufwendungen durch Erträge decken, davon knapp die Hälfte aus Werbeerträgen.

Im privaten Hörfunk war die wirtschaftliche Lage zwar 1996 insgesamt deutlich besser. Allerdings (Abb. 0.13):

- wirtschafteten nur die Anbieter der 26 landesweiten bzw. Mantelprogramme überaus profitabel; sie kamen im Durchschnitt auf einen Kostendeckungsgrad von 125 vH, lediglich 6 Anbieter dieses Typs waren 1996 in der Verlustzone.
- dagegen erzielten die 10 bundesweiten Anbieter nur einen Kostendeckungsgrad von 76 vH; lediglich 2 dieser Anbieter waren in der Gewinnzone,
- auch innerhalb der Gruppe der 138 Lokalsender, die insgesamt auf einen Kostendeckungsgrad von 102 vH kam, machte nahezu die Hälfte aller Anbieter Verluste.

c) Veränderungen gegenüber 1995

Sowohl der Kostendeckungsgrad der privaten Fernsehveranstalter als auch der privaten Hörfunkveranstalter hat sich im Vergleich zu 1995 kaum verändert. Die Fernsehanbieter konnten 1996 insgesamt 98 vH ihrer betrieblichen Aufwendungen durch Erträge decken. Leicht verschlechtert hat sich die Situation der bundesweiten Anbieter. Ursächlich ist hier vor allem die wirtschaftliche Situation der in den Jahren 1995 und 1996 neu gestarteten Programme. Zu berücksichtigen ist auch,

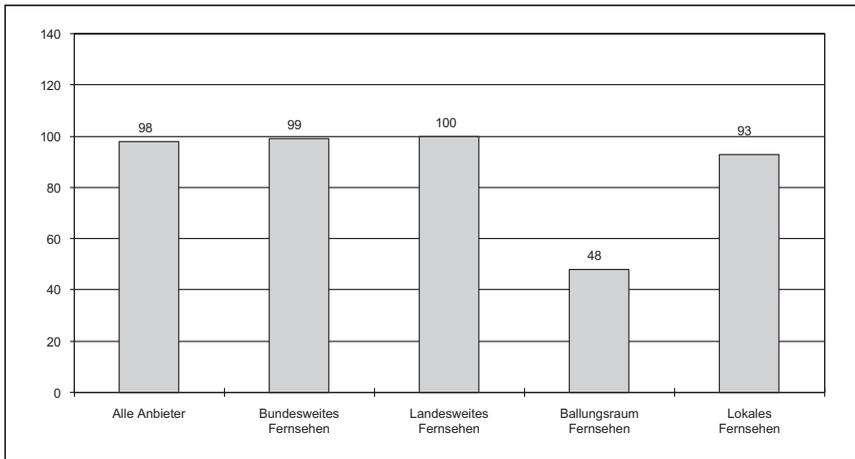


Abbildung 0.12: Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1996
 Kostendeckungsgrad des privaten Fernsehens

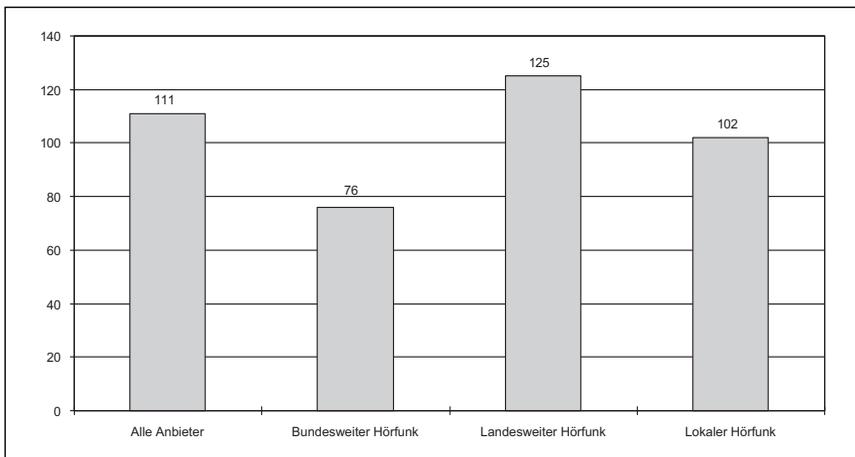


Abbildung 0.13: Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1996
 Kostendeckungsgrad des privaten Hörfunks

daß bei den Anbietern mit Überschüssen noch Anlaufverluste aus den Vorjahren zu decken sind.

Im privaten Hörfunk hat sich die Gewinnsituation 1996 verschlechtert. Insgesamt haben die Gesamterträge um 11 vH über den Gesamtaufwendungen gelegen. 1995 waren es noch 15 vH gewesen. Am deutlichsten war der Rückgang des Kostendeckungsgrades bei den bundesweiten Anbietern – wenngleich der Wert von 125 vH noch weit über dem Durchschnitt der meisten anderen Branchen in Deutschland

liegt. Insbesondere bei den lokalen Anbietern müssen Gewinne überdies noch zur Abdeckung von Anlaufverlusten (Gesamtumfang Ende 1996: 225 Mill. DM) verwendet werden.

0.6 Vergleich von privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk

Auch 1996 haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine wirtschaftlich dominante Stellung innerhalb der deutschen Rundfunkwirtschaft beibehalten. Gleichzeitig unterscheidet sich ihre Struktur deutlich von der des privaten Rundfunks:

- Über drei Viertel der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft waren Ende 1996 bei den 15 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (einschließlich ARTE Deutschland) beschäftigt, der Anteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft lag 1996 sogar bei 84 vH (Abb.0.14).

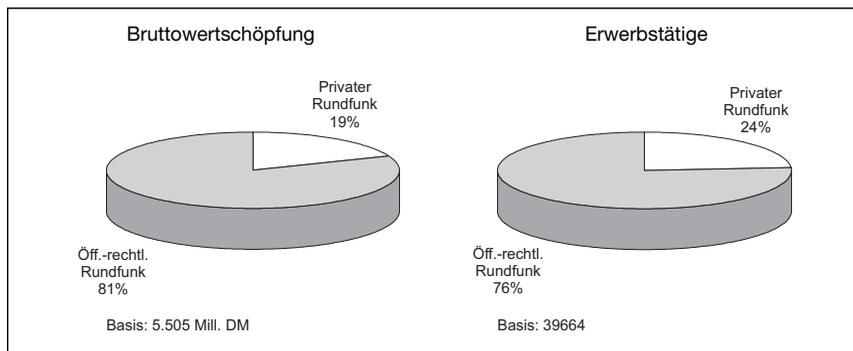


Abbildung 0.14: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 1996

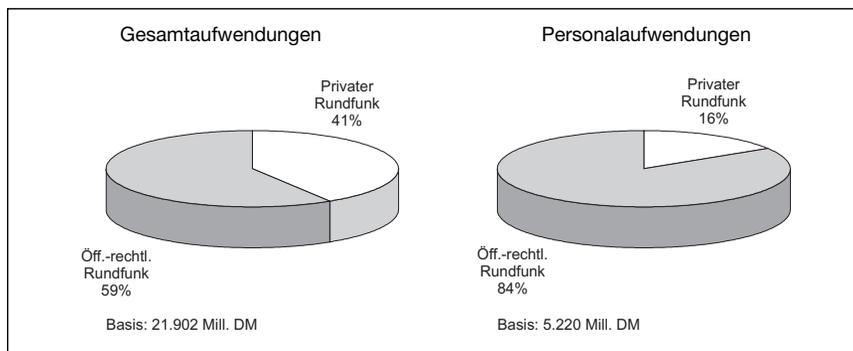


Abbildung 0.15: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 1996

- Die Unterschiede in der Produktionsstruktur – insbesondere beim Fernsehen produzieren die öffentlich-rechtlichen Anbieter einen deutlich höheren Anteil des Programmes selbst – werden vor allem durch die jeweiligen Personalkosten (Verhältnis 84 : 16) deutlich. Selbst wenn man berücksichtigt, daß der öffentlich-rechtliche Rundfunk rund ein Viertel seiner Personalaufwendungen für betriebliche Sozialleistungen (vor allem für Betriebsrenten) ausgibt, arbeitet er damit insgesamt deutlich personalintensiver als der private Rundfunk.

Auf dem TV- und Hörfunkwerbemarkten spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur noch eine geringe Rolle. Von den gesamten Werbeerträgen der Rundfunkveranstalter gingen 1996 über 91 vH an die privaten Anbieter (Abb. 0.15).

0.7 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft 1996

Die privaten Fernsehunternehmen sind auf wenige Bundesländer konzentriert. Allein 17 der 21 bundesweiten Anbieter haben ihren Sitz in den beiden Bundesländern Bayern und Nordrhein-Westfalen. Auch 25 von 39 Ballungsraum- und Lokalanbietern senden in Bayern. Hingegen gab es Ende 1996 in 5 der 16 Bundesländer überhaupt kein privates

Fernsehunternehmen. Die regionale Konzentration ist im Hörfunkbereich nicht ganz so ausgeprägt. Dennoch wurden drei Viertel (134 von 174) der Programme in den vier Flächenstaaten ausgestrahlt, die lokale Hörfunksender zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen). Bedeutend für

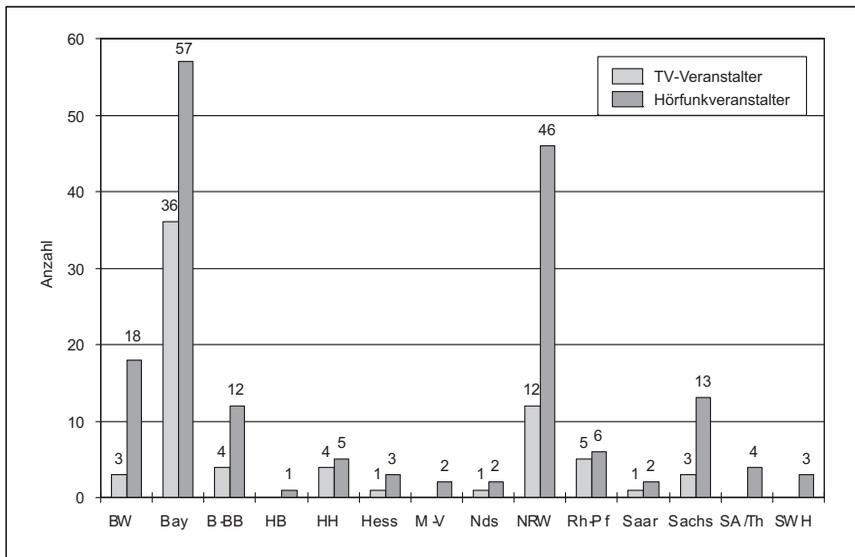


Abbildung 0.16: Regionale Verteilung der privaten Rundfunkveranstalter nach Bundesländern 1996

TV-Veranstalter und Hörfunkveranstalter

den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin, in dem weitere 11 Anbieter ihren Sitz haben (Abb.0.16).

Aufgrund der Zulassung weiterer privater TV- und Hörfunkanbieter im Jahr 1996 lassen sich die Daten stärker regionalisieren als im Vorjahr. Ausnahmen sind wegen der geringen Zahl an privaten Anbietern die Länder Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Thüringen.

Betrachtet man die Kennziffern Produktionswert, Bruttowertschöpfung und Erwerbstätige so sind mehr als vier Fünftel der deutschen Rundfunkwirtschaft in sieben der sechzehn Bundesländer konzentriert. Nach den Erwerbstätigenzahlen Ende 1996 im privaten und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gab es für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland nach der absoluten Größe folgende Rangfolge (Abb.0.17):

- Nordrhein-Westfalen 8.810 Erwerbstätige (davon 1.999 bei den Privaten)
- Bayern 6.245 (2.866 Private)
- Baden-Württemberg 4.398 (615 Private)
- Rheinland-Pfalz 4.236 (392 Private)
- Hamburg 4.094 (1.250 Private)
- Berlin-Brandenburg 3.965 (1.084 Private)
- Sachsen 2.130 (341 Private)
- Hessen 2.113 (298 Private)
- Saarland 831 (40 Private)
- Niedersachsen 780 (235 Private)
- Bremen 665 (k. A.)
- Schleswig-Holstein 456 (162 Private)
- Mecklenburg-Vorpommern 388 (k. A.)
- Sachsen-Anhalt 320 (k.A.)
- Thüringen 225 (k.A.).

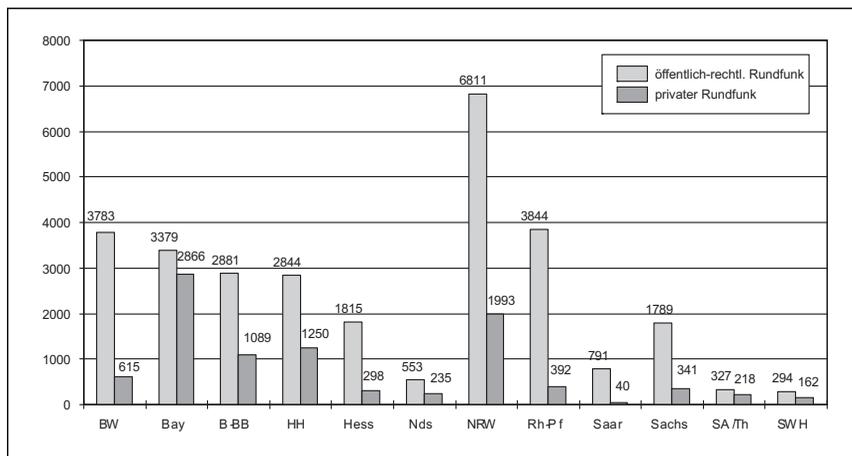


Abbildung 0.17: Regionale Verteilung der Erwerbstätigen nach Bundesländern 1996
Öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk

Auch innerhalb der einzelnen Bundesländer ist die Rundfunkwirtschaft auf wenige Standorte konzentriert. Im Rahmen der Studie wurden die Erwerbstätigenzahlen der Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich Unterföhring) getrennt ausgewertet. Danach befinden sich sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk über 50 vH aller Arbeitsplätze in diesen vier Städten. Als Sitz der Rundfunkanstalten WDR, Deutsche Welle und Deutschlandradio hält Köln allein einen Anteil von 22 vH beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 18 vH der Erwerbstätigen deutlich vor Hamburg mit 13 vH, gefolgt von Köln mit 12 vH und Berlin mit 11 vH.

Vergleicht man den Anteil der Bundesländer an der Rundfunkwirtschaft mit dem Beitrag der jeweiligen Region zur Entstehung des gesamten Bruttoinlandsproduktes, so zeigt sich überdies, das die Rundfunkunternehmen 1996 in sieben Ländern überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung beigetragen haben:

- in Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung des Rundfunks von 29 vH (BIP-Anteil: 22 vH),
- in Berlin-Brandenburg mit einem Anteil von 10 vH an der Rundfunkwirtschaft (BIP-Anteil: 6 vH),
- in Hamburg und Rheinland-Pfalz mit jeweils 9 vH Anteilen an der Rundfunkwirtschaft und 4 vH BIP-Anteilen,
- in Sachsen mit einem Anteil an der Rundfunkwirtschaft von 4 vH und einem BIP-Anteil von 3 vH und
- im Saarland mit einem Anteil an der Rundfunkwirtschaft von 2 vH und einem BIP-Anteil von 1 vH.

In allen diesen Ländern hat insbesondere der öffentlich-rechtliche Rundfunk zu der vergleichsweise hohen Bedeutung der Rundfunkwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft beigetragen.

1 Ziel und Durchführung der Studie

1.1 Projektorganisation, Erhebungsziel und -methodik

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im August 1997 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin (DIW) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland im Jahr 1996 zu erstellen. Bei der Datenerhebung kooperierte das DIW wie im Vorjahr mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) sowie dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg (HBI), wobei die DLM folgende Arbeitsteilung vorgegeben hatte:¹

- dem DIW wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei den privaten Fernsehveranstaltern verantwortlich,
- das HBI erhob im DIW-Unterauftrag die Daten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten,
- die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit im privaten Hörfunk beauftragt und übergab die gewonnenen Daten in anonymisierter Form auf Datenträgern zur Auswertung an das DIW.

Die Betreuung des Projektes übernahm federführend für den Auftraggeber die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM).

Grundlage war wiederum eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Ziel war es, die vor allem für die privaten Rundfunkveranstalter vorhandenen Datenlücken so weit zu schließen, daß für 1996 ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – gezeichnet werden konnte. Um den aktuellen Beschäftigungstrend zu ermitteln, wurden neben den Beschäftigtendaten für Ende 1996 noch Eckdaten für das III. Quartal 1997 erhoben.

Die erfragten Kennziffern zum Beschäftigtenumfang und zur Beschäftigtenstruktur, zu den betrieblichen Erträgen und Aufwendungen sowie zu den von den Rundfunkunternehmen getätigten Investitionen orientierten sich weitgehend an der Unternehmensstatistik in anderen Wirtschaftszweigen. Hierdurch können die ermittelten Produktionskennziffern der Rundfunkwirtschaft (Erwerbstätige, Bruttowertschöpfung etc.) direkt mit denen anderer Wirtschaftszweige bzw. der Gesamtwirtschaft verglichen werden, die in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung

¹ Vgl. Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1995/96, Berlin 1996 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Band 6).

des Statistischen Bundesamtes veröffentlicht werden. Im Gegensatz zur Abgrenzung des Wirtschaftszweiges Rundfunkwirtschaft in der amtlichen Statistik wurden allerdings nur Daten der *Veranstalter* von Rundfunkprogrammen erhoben. Die in rechtlich selbständige Unternehmen ausgelagerten Dienstleistungsaktivitäten wie Werbeakquisition, Sendetechnik, Studiobetrieb etc. sowie Programmproduzenten ohne eigene Sendelizenz wurden nicht einbezogen.

Bei der Darstellung der Ergebnisse erfolgt eine weitgehende Regionalisierung auf der Ebene von Bundesländern, wobei in einigen Fällen allerdings zwei Länder zusammengefaßt werden müssen, um die zugesagte Vertraulichkeit der Angaben zu gewährleisten. Entsprechend der in der amtlichen Statistik üblichen Vorgehensweise werden in den aggregierten Werten jeweils mindestens drei Einzelangaben, im Fall eines wirtschaftlich dominierenden Unternehmens mindestens fünf Einzelangaben zusammengefaßt. Ausnahmen bilden lediglich solche Unternehmensangaben, die bereits an anderer Stelle (Geschäftsberichte, Verbandsveröffentlichungen) publiziert wurden oder bei denen die betroffenen Unternehmen einer Einzeldarstellung zugestimmt haben.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von Anfang September bis Mitte Dezember 1997, wobei die Befragten ihre Angaben möglichst auf Basis der Gewinn- und Verlustrechnung 1996 bzw. der Jahresbilanz 1996 machen sollten. Die Datenerhebung im privaten Hörfunk konnte von der AKM bereits Ende Oktober 1997 abgeschlossen werden. Das HBI gab die von ihm ermittelten Daten für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Mitte November an das DIW weiter. Bei den privaten TV-Anbietern beantworteten hingegen einige Anbieter erst im November, in einem Fall erst Mitte Dezember den Fragebogen.

Die Daten der privaten TV-Veranstalter und der privaten Hörfunkveranstalter wurden wie im Vorjahr mit einer unterschiedlichen Methodik erhoben. Während das DIW Anfang September 1997 an alle TV-Anbieter einen Fragebogen mit einem Begleitbrief der BLM verschickte und dann ab Anfang Oktober mit telefonischen Mahnaktionen und der Nacherfassung von Eckdaten (Beschäftigte, Gesamterträge, Gesamtaufwand) begann, führte die AKM – von Beginn an fragebogengestützte Telefoninterviews durch, die zuvor jeweils durch ein Schreiben der BLM angekündigt worden waren. In 27 Fällen forderten die Befragten zusätzlich den zugrundeliegenden Fragebogen an, in zwei Fällen wurde auf ein persönliches Interview vor Ort bestanden. Die DIW- und AKM-Fragebogen waren inhaltlich vollständig aufeinander abgestimmt, berücksichtigten jedoch jeweils fernseh- bzw. hörfunkspezifische Besonderheiten (zu den Details vgl. die Punkte A 1 und A 2 im methodischen Anhang).

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten veröffentlichen in ihren Geschäftsberichten und Jahrbüchern eine Fülle von Wirtschaftsdaten und haben zudem andere Strukturen als die privaten Rundfunkveranstalter (Veranstaltung von TV- und Hörfunkprogrammen, Ausstrahlung von Gemeinschaftsprogrammen, besondere Aufsichtsgremien). Das HBI entwickelte deshalb auf Grundlage der vom DIW und der AKM verwendeten Fragebögen einen eigenen Fragenkatalog, um die für den öffentlich-rechtlichen Bereich spezifischen Informationslücken zu schließen. Dies betraf insbesondere zusätzliche Informationen zur Beschäftigtenstruktur, sowie – soweit dies die Kostenrechnung der öffentlich-rechtlichen Anstalten zuläßt – die Trennung von Hörfunk- und Fernsehaktivitäten.

Die für eine freiwillige Umfrage einer außergewöhnlich hohe Antwortquote von über 90 vH (Fernsehen 83 vH, Hörfunk 97 vH) läßt auf ein weiterhin großes Interesse der Rundfunkunternehmen an einer verbesserten Datenlage zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland schließen. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte erneut zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) und den Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL), den größten Verband von Programmveranstaltern auf lokaler Ebene, beigetragen haben.

1.2 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des privaten Rundfunks

1.2.1 Fernsehen

Nach der dem DIW vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Adressenliste² waren insgesamt 71 private TV-Veranstalter nach ihrer Beschäftigtenstruktur am Jahresende 1996 und zum Zeitpunkt der Umfrage sowie nach ihren Wirtschaftsdaten für das Jahr 1996 zu befragen. Nicht eingeschlossen wurden Unternehmen mit Sitz im Ausland und Lizenzinhaber, deren wöchentliche TV-Programmproduktion unter einer Stunde liegt. Letzteres betrifft insbesondere die meisten der rund vierzig kleinen Veranstalter, die ihre Programme über den sog. Mischkanal des Berliner Kabelnetzes („Spreekanal“) verbreiten.

Die 71 Ende 1996 tätigen privaten TV-Anbieter lassen sich folgenden Veranstaltertypen zuordnen:

- 21 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren zwei Pay-TV-Anbieter und zwei Teleshopping-Kanäle sowie zwei Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz, die jede Woche nur einige Programmstunden veranstalten.
- 10 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit, davon 8 als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL und SAT 1.
- 12 Veranstalter sendeten ein täglich mehrstündiges Programm in Räumen mit hoher Bevölkerungsdichte (Ballungsraum-TV).
- Hiervon unterschieden werden können 28 Lokal-Sender mit deutlich geringerer Programmleistung, die ihre Programme regional bzw. lokal entweder terrestrisch oder über Kabelnetze verbreiteten. Letztere verfügen in der Mehrzahl über einen eigenen lokalen Kabelkanal. In Sachsen und Bayern wird ein Teil der Programme aber auch allein als lokales Programmfenster auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter ausgestrahlt.

Ein Teil der 71 privaten TV-Anbieter veranstaltete Ende 1996 zwei bzw. drei Programme, so daß die Programmzahl mit 81 über der Veranstalterzahl liegt (Tabelle 1.1). Von den bundesweiten Anbietern betrifft dies die Musikkanäle Viva 1/ Viva 2 und VH 1/MTV Deutschland. Bei den landesweiten Fensterprogrammen hält jeweils ein Veranstalter die Lizenzen für die drei SAT 1- bzw. RTL-Fenster in Hamburg, Niedersachsen/Bremen und Schleswig-Holstein. In Bayern wird von

² Vgl. ALM (Hrsg.), Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1995/96, München 1996.

Sitz des Veranstalters	Private TV-Veranstalter				Private TV-Programme				
	Ins-gesamt	bundesweit	landesweit	Baillung Lokale	Ins-gesamt	bundesweit	landesweit	Baillung Lokale	
Bundesland									
Baden-Württemberg	3	0	0	2	1	4	0	2	2
Bayern(1)	36	7	4	3	22	37	7	3	22
Berlin u. Brandenburg	5	1	0	3	1	5	1	3	1
Bremen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hamburg	4	2	1	1	0	7	3	1	0
Hessen	1	0	1	0	0	1	0	0	0
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Niedersachsen	1	0	1	0	0	3	0	0	0
Nordrhein-Westfalen	12	10	2	0	0	13	11	2	0
Rheinland-Pfalz	5	1	1	0	3	5	1	0	3
Saarland	1	0	0	1	0	1	0	1	0
Sachsen(2)	3	0	0	2	1	5	0	2	3
Sachsen-Anhalt	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Thüringen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Schleswig-Holstein	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Deutschland Ende 1996	71	21	10	12	28	81	23	15	31
Sept. 1997	71	21	10	12	28	81	23	15	31

(1) In Bayern wurden in zwei Fällen zwei gemeinsame Veranstalter als ein Veranstalter gerechnet, das Angebot des digitalen Pay-TV-Anbieters wurde als ein Programm gerechnet. (2) Ohne Anbieter in privaten Kabelanlagen.
 Quelle: DIW-Umfrage.

DIW 98

Tabelle I.1: Private TV-Veranstalter und TV-Programme Ende 1996 nach Bundesländern

einem Veranstalter am Wochenende auf den Frequenzen von SAT 1 und RTL je ein landesweites Fensterprogramm veranstaltet. Auch zwei sächsische Anbieter besitzen jeweils Lizenzen für ein Ballungsraumprogramm und für zusätzliche lokale Programme.

Auffällig ist, daß Ende 1996 lediglich ein Fünftel aller privaten TV-Veranstalter ihren Unternehmenssitz außerhalb der vier Bundesländer Bayern, Berlin, Hamburg und Nordrhein-Westfalen hatten. Allein in Bayern waren mit 36 Veranstaltern über die Hälfte aller privaten TV-Anbieter ansässig.

Die Antwortquote lag für alle privaten TV-Veranstalter bei 83 vH. Hiervon machten 72 vH sowohl Angaben zur Beschäftigung als auch zur finanziellen Situation, die restlichen 11 vH jedoch lediglich Angaben zur Beschäftigung. Auf die Gruppe der Anbieter mit vollständigen Angaben entfallen allerdings rund 98 vH des Gesamtumsatzes. Für die zweite Gruppe und die Antwortverweigerer wurden Zusatzinformationen aus anderen Quellen eingeholt. Mit Hilfe dieser Zusatzinformationen war eine Hochrechnung auf alle privaten TV-Anbieter möglich (zu den Hochrechnungsgrundlagen vgl. im Detail Punkt A1 im methodischen Anhang). Am schlechtesten repräsentiert ist die Gruppe der Ballungsraumsender, bei der etwa sieben Zehntel des Umsatzes in der Umfrage erfaßt werden konnten. Auf diesen Veranstaltertyp entfällt jedoch nur knapp 1 vH des Gesamtumsatzes aller privaten Fernsehanbieter.

Auf Wunsch der Medienanstalt Berlin-Brandenburg und der sächsischen Landesmedienanstalt wurden zusätzlich

– 25 sog. Stadtkanäle in Brandenburger Kabelnetzen sowie

– 83 Lizenznehmer für private sächsische Kabelanlagen angeschrieben.

Diese Anbieter sind allerdings nur zu einem Teil kommerziell ausgerichtet. In den meisten Fällen steht – wie bei offenen Kanälen – mehr der Aspekt der Verbesserung der Lokalkommunikation im Vordergrund der Aktivitäten. Wegen der geringen Antwortquote in Brandenburg – nur zwei Antworten – wurde dort auf eine Auswertung dieser Sender verzichtet. In Sachsen antworteten hingegen immerhin ein Viertel der Lizenznehmer. Da nicht genau beurteilt werden kann, ob dieses Viertel repräsentativ für die Grundgesamtheit ist oder nicht, wurde darauf verzichtet, die Ergebnisse hochzurechnen und in die Gesamtdarstellung des privaten Fernsehens einzubeziehen. Im Rahmen der Länderdarstellung für Sachsen erfolgt jedoch eine ausführliche Sonderauswertung.

1.2.2 Hörfunk

Ebenfalls auf Grundlage einer von der DLM zur Verfügung gestellten Adressenliste wurden von der AKM 174 private Hörfunkveranstalter nach Beschäftigtendaten für Ende 1996 und für den Zeitpunkt der Befragung sowie nach Wirtschaftsdaten für das Kalenderjahr 1996 befragt. Anders als beim privaten Fernsehen besitzen alle Anbieter nur jeweils eine Sendelizenz für ein Hörfunkprogramm. Die privaten Hörfunkveranstalter lassen sich folgenden drei Veranstaltertypen zuordnen:

– 10 Anbieter von bundesweit verbreiteten Hörfunkprogrammen, darunter zwei Einkaufsradios, ein Abonnementprogramm (Pay-Radio), ein Informationsprogramm und ein religiöses Programm.

- 26 Anbieter von landesweit verbreiteten Hörfunkprogrammen, hierin sind die Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg nicht enthalten; eingerechnet sind hingegen drei Anbieter sog. Mantelprogramme für Lokalsender. Abweichend zur Umfrage aus dem Vorjahr wurden auch die drei Regionalsender in Baden-Württemberg dieser Gruppe zugerechnet, da ihre wirtschaftlichen Verhältnisse eher denen von Landessendern entsprechen.
- 138 Anbieter von Hörfunkprogrammen mit lokaler Verbreitung; neben den Anbietern aus den drei Stadtstaaten gibt es diese nur in den Bundesländern, die die rechtlichen und technischen Voraussetzungen für Lokalsender geschaffen haben. In dieser Zahl nicht enthalten sind 13 Programmzulieferer, die in Bayern mit einer eigenen Sendelizenz bis zu 12 Stunden pro Woche auf den Frequenzen anderer Lokalanbieter senden.

Im Jahr 1997 haben bis zum Abschluß der Umfrage durch die AKM vier weitere private Hörfunkveranstalter ihre Sendungen aufgenommen. Diese wurden wie die vergleichbaren TV-Anbieter in die Befragung zur Beschäftigungssituation im letzten Quartal 1997 einbezogen. Es handelt sich um ein bundesweites sowie um drei neue

Sitz des Veranstalters	Private Hörfunkveranstalter			
	Insgesamt	bundesweit	landesweit ¹⁾ regional	lokal
Baden-Württemberg	18	0	3	15
Bayern	57	1	2	54
Berlin u. Brandenburg	12	2	1	9
Bremen	1	0	0	1
Hamburg	5	1	0	4
Hessen	3	2	1	0
Mecklenburg-Vorpommern	2	0	2	0
Nordrhein-Westfalen	46	0	1	45
Niedersachsen	2	0	2	0
Rheinland-Pfalz	6	3	2	1
Saarland	2	0	2	0
Sachsen	13	0	4	9
Sachsen-Anhalt	2	0	2	0
Thüringen	2	0	2	0
Schleswig-Holstein	3	1	2	0
Deutschland Ende 1996	174	10	26	138
September 1997	178	11	26	141
(1) Einschließlich Mantelprogramme. Quelle: AKM-Umfrage.				

DIW 98

Tabelle 1.2: Private Hörfunk-Veranstalter Ende 1996 nach Bundesländern

Lokalprogramme. Ein weiteres landesweit verbreitetes Programm ging erst nach Beendigung der Umfrage auf Sendung.

Auch im Bereich des privaten Hörfunks ist eine deutliche regionale Schwerpunktbildung festzustellen. In den vier Flächenstaaten, die lokale Hörfunksender zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen), sind mehr als drei Viertel aller privaten Hörfunkveranstalter ansässig (134 von 174). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin, in dem weitere 12 Anbieter ihren Sitz haben (Tabelle 1.2).

Die Antwortquote der privaten Hörfunkveranstalter lag mit 97 vH erfreulich hoch. Es wurden jeweils vollständige Antworten sowohl zur Beschäftigung als auch zur wirtschaftlichen Situation gegeben. Die Daten der übrigen fünf Hörfunkanbieter konnten auf Basis von Zusatzinformationen geschätzt werden (vgl. im Detail Punkt A2 im methodischen Anhang).

1.3 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Auch zehn Jahre nach der Etablierung des dualen Rundfunksystems in Deutschland haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine dominante Stellung innerhalb der deutschen Rundfunkwirtschaft. Gleichzeitig unterscheidet sich die Anbieterstruktur deutlich von dem des privaten Rundfunks (vgl. Tabelle 1.3):

- Von den insgesamt 15 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks veranstalten 12 sowohl Fernseh- als auch Hörfunkprogramme. Es sind dies die 11 in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten (die Einländeranstalten RB, WDR, SFB, ORB, SR, HR, SDR, BR sowie die Mehrländeranstalten NDR, MDR und SWF) und die Bundesrundfunkanstalt Deutsche Welle.
- Jeweils auf ein Medium spezialisiert sind nur das ZDF und das Deutschlandradio, das aus dem Deutschlandfunk, RIAS Berlin und DS Kultur hervorgegangen ist.
- Kein Fernsehveranstalter im engeren Sinn ist die ARTE Deutschland GmbH. Sie übernimmt jedoch die Koordinierungsaufgaben für den deutschen Programm- bzw. Finanzierungsanteil des deutsch-französischen Kulturkanals ARTE, der von Straßburg aus gesendet wird. Die in diesem Zusammenhang stehenden wirtschaftlichen Aktivitäten in Deutschland wurden deshalb ebenfalls in die Untersuchung einbezogen.

Innerhalb der ARD sowie in internationaler Kooperation werden zudem eine Reihe von öffentlich-rechtlichen Gemeinschaftsprogrammen veranstaltet, die keinem einzelnen Veranstalter zuzurechnen sind und deren Wirtschaftsdaten in denen der beteiligten Anstalten enthalten sind. Es sind dies:

- Im nationalen Rahmen die gemeinsamen III. TV-Programme der beiden norddeutschen Rundfunkanstalten Radio Bremen und NDR sowie der drei südwestdeutschen Rundfunkanstalten Saarländischer Rundfunk, Südwestfunk und Süddeutscher Rundfunk. Außerdem veranstalten SFB und ORB zwei Hörfunkgemeinschaftsprogramme. Im Verlauf des Jahres 1997 kamen die gemeinsamen ARD/ZDF-Programme „Kinderkanal“ und „Phoenix“ sowie das Radioprogramm „Radio 3“ (NRD, SFB, ORB) hinzu.

Sitz der Anstalt Region Bundesland	Rundfunkaktivitäten		Fernsehprogramme			Hörfunkprogramme			
	Anstalt mit...	...TV- Aktivität	...Hörfunk- Aktivität	Volprogramme		Anstalt	Zahl der Programme		
				insgesamt	bundesweit				
Nord: Bremen Hamburg Niedersachsen Schleswig-Holstein Mecklenburg-Vorp. West: Nordrhein-Westfalen Ost: Berlin Brandenburg Sachsen Sachsen-Anhalt Thüringen Südwest: Hessen Saarland Rheinland-Pfalz Baden-Württemberg Süd: Bayern Deutschland Ende 1996 Sept. 1997	RB	1	1	Gemeinschafts- programme: ARD, 3SAT	2	RB	4	1	
	NDR	1	1		N3		1		NDR
	WDR,DW,DLR	2	2	2	WDR3,DW-TV	2	WDR	5	5
	SFB ORB	1	1	1	B3 ORB	0	DW	6	6
	MDR	1	1	1	MDR	1	DLR	2	2
	HR SR	1	1	1	HR3	0	SFB	5	1
	ZDF	1	1	1	ZDF	0	ORB	4	0
	SWF,SDR,ARTE	3	2	2	Südwest3, ARTE	2	MDR	7	4
	BR	1	1	1	Bayern3	1	HR	4	4
	15	14	12	12	13	10	SR	4	1
	15	14	12	12	14	11	SWF	4	2
					14	9	SDR	4	3
				15	9	BR	5	5	
				15	9	13	62	38	
				15	9	13	62	38	

¹⁾ Der NDR veranstaltet mit Radio Bremen ein gemeinsames III. Programm. ²⁾ Deutsche Welle und Deutschlandradio produzieren auch in Berlin. ³⁾ SWF und SDR veranstalten mit dem Saarländischen Rundfunk ein gemeinsames III. Programm. ⁴⁾ Die Zweiländeranstalt Südwestfunk hat ihren Hauptsitz in Baden-Württemberg. ⁵⁾ Die ARTE Deutschland GmbH koordiniert die deutsche Programmzulieferung für den in Straßburg ansässigen deutsch-französischen Sender ARTE.

Tabelle 1.3: Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Programme Ende 1996

– Im internationalen Rahmen veranstalten die ARD-Anstalten, das ZDF, der Österreichische Rundfunk und der deutschsprachige Schweizer Rundfunk das Programm „3 SAT“. Für „ARTE“ liefern sowohl ARD-Anstalten als auch ZDF Programmelemente.

Insgesamt sendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland Ende 1996 13 Fernsehvollprogramme, von denen 10 bundesweit über Satellit ver-

breitet wurden. Hinzu kommen 9 zusätzliche TV-Regionalfenster für einzelne Bundesländer, die wochentags terrestrisch im Rahmen der ARD 1-Programmes oder der III. Programme ausgestrahlt werden. Hörfunkprogramme werden insgesamt 62 veranstaltet (einschließlich der 6 Programme der Deutschen Welle), davon wurden 38 bundesweit auch über Satellit verbreitet.

Im Hinblick auf die Datenlage gibt es einen großen Unterschied zum privaten Rundfunk, da die öffentlich-rechtlichen Anstalten in ihren Jahrbüchern und Geschäftsberichten eine große Zahl von Informationen zur Beschäftigung und zur Aufwands- und Ertragsstruktur veröffentlichen. Zusätzliche Informationen finden sich in den Berichten der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). Das Ziel der vom Hans-Bredow-Institut durchgeführten Befragung bestand deshalb darin, die folgenden, üblicherweise nicht veröffentlichten Informationen zu erfragen, die eine bessere Vergleichbarkeit von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk ermöglichen:

- eine Aufteilung der Beschäftigten nach Bundesländern, um eine genauere regionale Zuordnung der Wirtschaftsaktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu ermöglichen, zusätzliche Informationen zur Beschäftigtenstruktur der festen Mitarbeiter (Haupttätigkeitsbereich, Geschlecht), zur Anzahl und Struktur der Führungskräfte und zur Struktur der sonstigen Mitarbeiter (Praktikanten, feste Freie, sonstige Freie).

Das HBI hat einen eigenen Fragenkatalog zu diesen Komplexen entwickelt und diesen den einzelnen Rundfunkanstalten im September 1997 zugestellt. Da die Zuordnung nach Hörfunk- und TV-Aktivitäten im Vorjahr von den meisten ARD-Anstalten aufgrund ihrer Kostenrechnungssysteme nur partiell vorgenommen werden konnte, wurde in der aktuellen Befragung auf eine solche Aufgliederung verzichtet. Die in der vorliegenden Studie vom DIW durchgeführten Schätzungen basieren auf dem im Vorjahr vom Hans-Bredow-Institut verwendeten Verteilungsschlüssel, der mit Fachleuten aus den ARD-Anstalten abgestimmt worden war.

Zwei ARD-Anstalten beantworteten nur einige wenige oder gar keine Fragen des Katalogs, da ihnen der damit verbundene Verwaltungsaufwand nicht angemessen erschien. Ein großer Teil dieser Informationslücken konnte jedoch vom Hans-Bredow-Institut durch Einbeziehung von Zusatzinformationen (Stellenpläne, Rücksprache mit Fachleuten aus anderen Rundfunkanstalten etc.) und eigene Schätzungen geschlossen werden. Somit konnte auch für den öffentlich-rechtlichen Teilbereich der deutschen Rundfunkwirtschaft ein ausreichend differenziertes Gesamtbild erstellt werden (vgl. im Detail Punkt A 3 im methodischen Anhang).

1.4 Aufbau der Studie

Im folgenden Abschnitt der Studie erfolgt zunächst ein Überblick über die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen in Deutschland anhand der Produktionskennziffern Erwerbstätigenzahl, Produktionswert und Bruttowertschöpfung, die einen direkten Vergleich mit den Daten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ermöglichen. Die Darstellung erfolgt getrennt für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk. Zusätzlich werden in Abschnitt 2 der Studie die vorliegenden Informationen zur Vorleistungs- und Investitionsnachfrage der deutschen

Rundfunkunternehmen zusammengefaßt, um auch die indirekten Wirkungen des Rundfunks auf andere inländische Wirtschaftszweige (wie beispielsweise die Filmwirtschaft) transparent zu machen.

In Abschnitt 3 der Studie wird ausführlich auf die Beschäftigung im privaten Rundfunk eingegangen. Neben der Zahl und Struktur der festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) wurden auch Informationen zur Zahl und Struktur der sonstigen Mitarbeiter ausgewertet. Die Darstellung erfolgt dabei für verschiedene Anbietertypen, die sich nach den jeweiligen Verbreitungsgebieten bzw. der Dauer der Programme differenzieren.

In Abschnitt 4 der Studie wird die wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks im Jahr 1996 anhand der Gewinnsituation und der Aufwands- und Ertragsstrukturen (differenziert nach Anbietertypen) untersucht. Unterschiede für einzelne Anbietertypen erklären sich unter anderem durch die jeweiligen Programmstrukturen, so daß diese für die wichtigsten Anbietertypen (bundesweites Fernsehen, landesweiter und lokaler Hörfunk) ebenfalls erfragt wurden.

In Abschnitt 5 der Studie werden die Beschäftigungs-, Aufwands- und Ertrags- sowie die Programmstrukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dargestellt. Die Auswahl der wirtschaftlichen Kennziffern ermöglicht weitgehend einen Vergleich mit den entsprechenden Aktivitäten des privaten Rundfunks.

Abschnitt 6 enthält für die wichtigsten Kennziffern eine Gegenüberstellung der aktuellen Daten mit den Ergebnissen der Befragung aus dem Vorjahr. Teilweise veränderte Abgrenzungen wurden hierbei berücksichtigt.

Neben einer aggregierten Betrachtung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage verschiedener Typen von Rundfunkanbietern war auch eine regionale Darstellung der deutschen Rundfunkwirtschaft Ziel der vorliegenden Studie. In Abschnitt 7 wird zunächst die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkwirtschaft, getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern, auf der Ebene von Bundesländern miteinander verglichen. Wie in Abschnitt 2 werden hierzu Produktionswert, Wertschöpfung und Erwerbstätige der Rundfunkwirtschaft den entsprechenden gesamtwirtschaftlichen Kennziffern der jeweiligen Region gegenübergestellt.

In Abschnitt 8 folgt schließlich eine detaillierte Darstellung der Rundfunkwirtschaft für einzelne Bundesländer. Die Kennziffern zur Beschäftigung und zur wirtschaftlichen Lage werden dabei soweit wie möglich nach Anbietertypen differenziert. Diese regionalen Datenübersichten enthalten außerdem gesamtwirtschaftliche Daten als Vergleichsgrößen.

In einem methodischen Anhang werden schließlich die Durchführung der AKM- und der DIW-Umfrage (einschließlich des Vorgehens bei der Hochrechnung der TV-Daten) sowie die Arbeit des Hans-Bredow-Instituts ausführlich beschrieben. Zusätzlich werden die Definitionen für die wichtigsten Begriffe erläutert, die bei der Umfrage und bei der Darstellung der Ergebnisse zugrunde gelegt wurden.

2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks im Jahr 1996

2.1 Indikatoren zur Einordnung des Rundfunks in die Gesamtwirtschaft

Unternehmen, die schwerpunktmäßig ähnliche Waren oder Dienstleistungen herstellen oder die gleiche Produktionstechnik haben, lassen sich zu Wirtschaftszweigen zusammenfassen, deren jeweilige gesamtwirtschaftliche Bedeutung berechnet und miteinander verglichen werden kann. Auf Basis der im Rahmen der vorliegenden Studie erhobenen Daten wird im folgenden für das Jahr 1996 eine solche Berechnung für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland, d. h. für alle öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunk- und Fernsehveranstalter durchgeführt.

Hierbei können verschiedene Kennziffern verwendet werden, die im Rahmen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) entwickelt wurden. Sie messen

- zum einen den direkten Beitrag einer Branche zur Einkommensentstehung und zur Gesamtbeschäftigung,
- zum anderen auch die indirekten Nachfragewirkungen auf andere inländische Wirtschaftszweige.

Die Kennziffer, mit der der direkte Beitrag eines Wirtschaftszweiges zur Einkommensentstehung gemessen wird, ist die *Bruttowertschöpfung*. Sie entspricht der Differenz aus dem Produktionswert der Branche und den Vorleistungsbezügen aus anderen Branchen.³ Wird die Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftszweige addiert, so erhält man das Bruttoinlandsprodukt (BIP) – das Maß für das gesamte im Inland entstandene volkswirtschaftliche Einkommen. Die Bruttowertschöpfung läßt sich dabei in verschiedene Einkommenskomponenten zerlegen. Im wesentlichen sind dies

- Einkommen aus unselbständiger Arbeit (Löhne und Gehälter sowie Sozialbeiträge),
- Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen (Gewinne bzw. Verluste),
- Abschreibungen, die rechnerisch zur Erhaltung des Produktionskapitals notwendig sind,
- indirekte Steuern (z. B. spezielle Verbrauchssteuern, Gewerbesteuer usw.) abzüglich staatlicher Subventionen.

Der Beitrag eines Wirtschaftszweiges zur Gesamtbeschäftigung wird in der Regel auf Basis der in allen Unternehmen einer Branche insgesamt beschäftigten Erwerbstätigen gemessen. Zu den Erwerbstätigen zählen alle entlohnten Mitarbeiter mit einem festen Arbeitsvertrag sowie die in ihrem eigenen Unternehmen tätigen

3 Vgl. im Detail Punkt 4.2 im methodischen Anhang.

Inhaber und mithelfenden Familienangehörigen. Hierbei spielt es keine Rolle, ob für diese Mitarbeiter eine Sozialversicherungspflicht besteht oder nicht. Ein zunehmendes statistisches Problem ergibt sich in einzelnen Wirtschaftszweigen durch die wachsende Zahl von freien Mitarbeitern sowie Leiharbeitern bzw. -angestellten. Eine eindeutige Zuordnung zu einem bestimmten Wirtschaftszweig oder einem bestimmten Unternehmen ist aufgrund wechselnder Arbeitsstellen oder paralleler Arbeit für mehrere Auftraggeber oft nicht möglich. Um Doppelzählungen möglichst zu vermeiden, werden solche Erwerbstätige in der amtlichen Statistik eigenen Wirtschaftszweigen, wie beispielsweise „selbständigen Journalisten“, „selbständigen Künstlern“ oder „Vermittlung und Verleih von Arbeitskräften“ zugeordnet.

Welche indirekte Bedeutung ein Wirtschaftszweig für die Entstehung von Einkommen und Beschäftigung in anderen inländischen Branchen hat, ergibt sich einerseits aus der Struktur seiner *Vorleistungsbezüge* für die laufende Produktion und andererseits aus seiner *Investitionsgüternachfrage*. Gesamtwirtschaftlich betrachtet ist dabei von besonderer Bedeutung, zu welchem Anteil diese Güter (und wiederum deren Vorprodukte) im Inland produziert werden und welcher Anteil auf Importe entfällt.

2.2 Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigkeit im Jahr 1996

Der Produktionswert der Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat 1996 bei 21,8 Mrd. DM gelegen. Hierin sind vor allem Werbeerträge (gerechnet als Bruttoumsätze einschließlich der Provisionszahlungen an Agenturen), Erträge aus Rundfunk- bzw. Abonnementgebühren sowie Umsätze aus weiteren Unternehmensaktivitäten (Auftragsproduktionen für Dritte, Merchandising, Tele-Shopping etc.) enthalten. Zieht man vom Produktionswert die bezogenen Vorleistungen in Höhe von 16,3 Mrd. DM ab, so errechnet sich eine Bruttowertschöpfung von 5,5 Mrd. DM (Tabelle 2.1).

Die Rundfunkwirtschaft ist damit gesamtwirtschaftlich betrachtet ein relativ kleiner Wirtschaftszweig, ihr Beitrag zur Einkommensentstehung lag 1996 unter 0,2 vH. Eine vergleichbare Größenordnung haben beispielsweise die Luft- und Raumfahrtindustrie oder das Bekleidungs-gewerbe. Ein Vergleich mit anderen Medienbranchen ist schwierig, da aktuelle Daten für das Jahr 1996 bislang weder für das Verlagsgewerbe noch die Film- oder Musikwirtschaft vorliegen. 1992 hatte die Wertschöpfung der Rundfunkunternehmen (einschließlich sog. Werbetöchter) jedoch bei knapp einem Drittel der Wertschöpfung aller Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlage gelegen.⁴ Dieses Verhältnis dürfte sich bis 1996 geringfügig zugunsten der Rundfunkwirtschaft verbessert haben.

Die Zahl der Erwerbstätigen in den deutschen Rundfunkunternehmen hat Ende 1996 rund 39.700 betragen. Dabei war die Bruttowertschöpfung pro Kopf mit

4 Vgl. Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland 1994 – Medienbericht '94 (Drucksache 12/8587 des Deutschen Bundestages).

	Rundfunk insg.	Öffentl. rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mill. DM				
Produktionswert ¹⁾	21765	12250	9515	16530	5235
Vorleistungen	16260	7795	8465	13275	2985
Bruttowertschöpfung <i>darunter</i>	5505	4455	1050	3255	2250
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5220	4370	850	3095	2125
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-775	-745	-30	-510	-265
	Anzahl				
Erwerbstätige	39664	30093	9571	23082	16582
	Tausend DM				
Bruttowertschöpfung je Erwerbs- tätigen	138,8	148,0	109,7	141,0	135,7
	Anteile in vH				
Produktionswert	100	56	44	76	24
Vorleistungen	100	48	52	82	18
Bruttowertschöpfung <i>darunter</i>	100	81	19	59	41
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	84	16	59	41
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	100	-	-	-	-
Erwerbstätige	100	76	24	58	42
(1) Werbeumsätze einschließlich Provisionen für Werbemittler. Quelle: Berechnungen des DIW.					
					DIW 98

Tabelle 2.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1996
Deutschland insgesamt

139.000 DM deutlich höher als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (etwa 103.000 DM).

Das Verhältnis öffentlicher Rundfunk zu privatem Rundfunk war beim Produktionswert 56 : 44. Hingegen hat der Anteil der öffentlich-rechtlichen Anstalten an der Bruttowertschöpfung des Rundfunks bei 81 vH und damit noch höher gelegen als der Anteil an den Erwerbstätigen, von denen über drei Viertel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigt waren. Diese Unterschiede sind auf die weniger personalintensive Produktion und die höheren Vorleistungsbezüge des privaten Rundfunks zurückzuführen.

- Insbesondere von den privaten TV-Veranstaltern werden vergleichsweise mehr Programme gekauft oder als Aufträge an Fernsehproduktionsunternehmen vergeben als dies bei ARD, ZDF und der Deutschen Welle der Fall ist.
- Verschiedene private bundesweite TV-Anbieter haben nicht nur die Werbekquisition in Tochterunternehmen ausgelagert (dies ist auch bei allen ARD-Anstalten der Fall), sondern auch rechtlich selbständige technische Sendezentren

gegründet. Bei den privaten Teleshopping-Kanälen werden außerdem teilweise Aktivitäten wie Bestellannahme und Warenversand von selbständigen Dienstleistungstöchtern durchgeführt.

Die beim privaten Rundfunk vergleichsweise höheren Vorleistungen führen damit zur Verlagerung von Wertschöpfungsanteilen von der Rundfunkwirtschaft in andere inländische Wirtschaftszweige oder ins Ausland.

Aufgrund der im Rahmen der Studie durchgeführten Schätzungen zum jeweiligen Gewicht der TV- und Hörfunkaktivitäten in den öffentlich-rechtlichen Anstalten können Erwerbstätige, Produktionswert und Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft für das Jahr 1996 auch auf die Medien Hörfunk und Fernsehen aufgeteilt werden:

- Rund 22.100 Erwerbstätige waren mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen beschäftigt (59 vH), die anderen 16.600 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen (41 vH).
- Diese Aufteilung – rund drei Fünftel Fernsehen und zwei Fünftel Hörfunk – gilt auch für die Bruttowertschöpfung der deutschen Rundfunkwirtschaft.
- Hingegen ist der Anteil des Fernsehens am Produktionswert mit 76 vH deutlich größer. Die Diskrepanz zwischen Produktionswertanteil und Wertschöpfungsanteil liegt vor allem darin begründet, daß die Eigenproduktionsquote des Fernsehens in beiden Teilbereichen des dualen Rundfunksystems deutlich niedriger liegt als die des Hörfunks.

2.3 Nachfrage der Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen

Von den Waren und Dienstleistungen im Wert von 16,3 Mrd. DM, die 1996 von den Rundfunkunternehmen für die laufende Produktion bezogen wurden (Vorleistungen), stammte der überwiegende Teil von anderen inländischen Unternehmen. Im Ausland wurden vor allem Film- und Übertragungsrechte sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Satellitenverbreitung von Programmen nachgefragt. Der Anteil der Importe an den Vorleistungen hat schätzungsweise mehr als ein Fünftel der Vorleistungsbezüge betragen (rund 3,7 Mrd. DM). Der größere Teil der Nachfrage der Rundfunkwirtschaft im Umfang von rund 12,6 Mrd. DM wurde jedoch im Inland wirksam und sicherte dort mittelbar Einkommen und Arbeitsplätze (Tabelle 2.2):

- Schätzungsweise 1,0 Mrd. DM wurden für Telekom-Dienstleistungen im Inland ausgegeben, um die Programme über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender zu verbreiten, weitere 0,3 Mrd. DM im Ausland.
- Rund 0,6 Mrd. DM gingen als Provisionen an Werbeagenturen und an Unternehmen, die die Werbezeitvermarktung betreiben.
- Für TV-Auftragsproduktionen und andere Leistungen der deutschen Filmwirtschaft (z. B. Synchronisierung) wurde 1996 ein Betrag von rund 5,1 Mrd. DM ausgegeben. Hiervon entfielen rund 1,6 Mrd. DM auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Für weitere 2,6 Mrd. DM wurden direkt im Ausland bezogene Filmrechte verwertet.

Mrd. DM		
Vorleistungsnachfrage	16,3	
<i>davon:</i>		
Nachfrage	im Inland 12,6	im Ausland 3,7
<i>davon:</i>		
Telekommunikationsdienste	1,0	0,3
Vergütungen für freie Mitarbeiter	1,3	-
Auftragsproduktionen, Programmkäufe etc.	5,1	2,6
Sonstiger Rechteerwerb (z.B. Gema, GVL)	0,4	0,6
Agenturprovisionen	0,6	-
Sonstige Waren und Dienstleistungen	4,2	0,2
Investitionsnachfrage	1,2	
<i>davon:</i>		
Ausrüstungen	0,3	
Bauten	0,9	
<i>Quelle:</i> Berechnungen des DIW.		DIW 98

Tabelle 2.2: Nachfrage der Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen und im Ausland 1996

- Außerdem wurden 0,4 Mrd. DM für den Erwerb von Urheber-, Leistungsschutz- oder Übertragungsrechte im Inland aufgewendet. Auf Gema- und GVL-Gebühren, die vor allem im Hörfunkbereich ein wichtiger Kostenfaktor sind, entfielen dabei allein 0,2 Mrd. DM. Etwa 0,6 Mrd. DM wurden von den deutschen Rundfunkveranstaltern für Übertragungsrechte von ausländischen Veranstaltungen (Sportereignisse, Konzerte etc.) ausgegeben.
- Innerhalb der Ausgaben für die Programmproduktion summierten sich die Vergütungen für die freien Mitarbeiter im journalistischen, künstlerischen und technischen Bereich auf 1,3 Mrd. DM.
- Die restliche Nachfrage von 4,4 Mrd. DM entfiel auf Requisiten, Büromaterial, Reisen etc.

Außer der Vorleistungsnachfrage der Rundfunkwirtschaft sichert auch deren Investitionsgüternachfrage mittelbar Arbeitsplätze in anderen Wirtschaftszweigen. Die Investitionen in Bauten und Ausrüstungen (Studiotechnik, Fuhrpark etc.) haben 1996 einen Betrag von rund 1,2 Mrd. DM erreicht. Hiervon entfiel knapp 0,8 Mrd. DM auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Bei der Beurteilung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Rundfunks ist schließlich noch zu berücksichtigen, daß sich ein großer Teil der Werbewirtschaft mit der Konzeption und Durchführung von Hörfunk- und TV-Werbekampagnen beschäftigt. Die in diesem Zusammenhang erbrachten Leistungen sind nur zum Teil (als Provisionszahlungen der Rundfunkanbieter) in den Vorleistungsbezügen der Rundfunkunternehmen enthalten. Die damit unmittelbar zusammenhängende Produktion der Werbespots hingegen nicht. Untersuchungen vom Beginn der 90er Jahre haben ergeben, daß hierfür allein rund 10 bis 15 vH der TV-Werbebudgets

ausgegeben werden. Dies hätte 1996 einem Betrag von 0,7 bis 1,1 Mrd. DM entsprechen. Im Hörfunkbereich ist der Kostenanteil der Werbespots mit rund 5 vH deutlich niedriger, zudem gehört vor allem bei vielen Lokalanbietern die Werbespotproduktion zu den eigenen Unternehmensaktivitäten. Die 1996 außerhalb der Rundfunkwirtschaft produzierten Hörfunkwerbespots dürften deshalb einen Wert von unter 100 Mill. DM gehabt haben.

Eine genaue Quantifizierung der Zahl der Erwerbstätigen, die mittelbar von der Rundfunkwirtschaft abhängen, würde aufwendige zusätzliche Berechnungen erfordern. Allein in den Werbezeitvermarktungsgesellschaften (ARD-Werbetöchter, ipa, MGM, RMS etc.) waren Ende 1996 jedoch über 1.000 feste Mitarbeiter tätig. In den beiden großen TV-Sendezentren in Köln und München rund 250.

3 Beschäftigungsumfang und Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk

3.1 Datengrundlagen

Umfang und Struktur der Beschäftigung bei privaten Fernseh- und Hörfunkunternehmen werden gegenwärtig von der amtlichen Statistik nicht erfaßt. Die einzige Angabe, die es gibt – die Gesamtzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei Rundfunkveranstaltern und ihren Tochterunternehmen – läßt sich nicht nach öffentlich-rechtlichen und privaten Unternehmen differenzieren und enthält zudem nicht die Zahl der Selbständigen und der geringfügig Beschäftigten ohne Sozialversicherungspflicht. Detailliertere Aussagen zur Beschäftigung im privaten Rundfunk können deshalb gegenwärtig nur auf Basis von Umfragen gewonnen werden, wie sie im Rahmen dieses Projektes durchgeführt wurden.⁵

In der Rundfunkwirtschaft gibt es – wie in anderen Wirtschaftszweigen auch – Beschäftigte mit unterschiedlichem arbeitsrechtlichem Status. Bei der Datenerhebung wurden deshalb zwei große Gruppen unterschieden:

- Mitarbeiter mit festem Arbeitsverhältnis: Hierzu werden neben den Inhabern und mithelfenden Familienangehörigen (dies ist nur bei einigen Lokalanbietern der Fall) alle Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse auf Basis eines festen Arbeitsvertrages gerechnet sowie alle in einem regulären Ausbildungsverhältnis (Lehre, Volontariat) stehenden Mitarbeiter. Dies entspricht der Erwerbstätigendefinition der amtlichen Statistik.
- Sonstige Mitarbeiter der Rundfunkveranstalter: Diese arbeiten entweder als Selbständige auf Honorarbasis (sog. freie Mitarbeiter, vor allem im künstlerischen und technischen Bereich) oder sind Mitarbeiter ohne Arbeitsvertrag mit dem Rundfunkveranstalter, wie Hospitanten und Praktikanten bzw. Personal, das befristet von Fremdfirmen überlassen wird.

Die Abgrenzung der ersten Gruppe der festen Mitarbeiter entspricht der Erwerbstätigendefinition des Statistischen Bundesamtes. Die gewonnenen Daten sind deshalb direkt mit den Erwerbstätigenzahlen anderer Wirtschaftszweige bzw. der Gesamtwirtschaft vergleichbar, die im Rahmen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung veröffentlicht werden. Sie wurden bereits in Abschnitt 2 für die Rundfunkwirtschaft insgesamt dargestellt.

Die zweite Gruppe der sonstigen Mitarbeiter hat im Rundfunk ebenso wie in anderen Medienbranchen (Filmwirtschaft, Musikwirtschaft, Verlagsgewerbe) eine

⁵ Vom Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln wird im 2-Jahresabstand ebenfalls eine Befragung zur Beschäftigung der deutschen Rundfunkveranstalter durchgeführt. Für das Jahr 1997 vgl. iw-Medienspiegel vom 1. 12. 1997.

relativ große Bedeutung. Bei den freien Mitarbeitern gibt es allerdings sehr unterschiedliche Vertragsgestaltungen, die von einer regelmäßigen Mitarbeit (z. B. als Moderator) über längere projektbezogene Tätigkeiten (z. B. als Regisseur) bis zu sporadischen Einzelbeiträgen (z. B. als Autor eines Kurzbeitrages) reichen können. Bei der Umfrage wurde deshalb zwischen sog. festen Freien, die regelmäßig für den gleichen Veranstalter tätig sind, und sonstigen freien Mitarbeitern unterschieden.⁶ Ein Vergleich mit Daten der amtlichen Statistik ist für alle sonstigen Mitarbeiter nicht möglich, da genauere Erhebungen zur Gruppe der selbständigen Journalisten, Künstler etc. nur in langjährigen Abständen durchgeführt werden (in Westdeutschland zuletzt 1987 im Rahmen der Arbeitsstättenzählung).

Sowohl für die Teilgruppen der festen Mitarbeiter als auch für die der sonstigen Mitarbeiter wurde die Zahl der Beschäftigten Ende 1996 und zum Zeitpunkt der Umfrage, d. h. Ende September 1997 erhoben. Um bei dieser letzten Teilgruppe der sonstigen freien Mitarbeiter einen ungewünschten Stichtageffekt (die Beschäftigung am Jahresende muß nicht unbedingt repräsentativ für das Gesamtjahr sein) zu vermeiden, wurde hier abweichend nach den sonstigen freien Mitarbeitern „in einer durchschnittlichen Arbeitswoche“ gefragt. Für die Ende 1996 tätigen festen Mitarbeiter wurde außerdem das Geschlecht, der Haupttätigkeitsbereich sowie der Anteil der Führungskräfte (Beschäftigte mit personeller Entscheidungs- und Dispositionskompetenz) ermittelt. Vergleichbare Strukturinformationen für die Gruppe der sonstigen Mitarbeiter konnten nicht erhoben werden, da sich viele private Fernseh- und Hörfunkveranstalter außerstande sahen, für ihre unregelmäßig tätigen sonstigen freien Mitarbeiter eine entsprechende Ausdifferenzierung vorzunehmen.

3.2 Beschäftigung im privaten Rundfunk 1996/97: Gesamtüberblick

a) Beschäftigtentrend 1997

Im September 1997 waren bei den privaten Hörfunk- und TV-Anbietern in Deutschland zusammen knapp 10.000 feste Mitarbeiter und 6.300 sonstige Mitarbeiter tätig (Abb. 3.1). Gegenüber dem Jahresende 1996 entspricht dies einem Anstieg der festen Mitarbeiter von 4,4 vH und einem Rückgang der sonstigen Mitarbeiter um 7 vH. Der Beschäftigtentrend hat sich 1997 nicht nur bei den festen Mitarbeitern und den sonstigen Mitarbeitern von Rundfunkveranstaltern unterschiedlich entwickelt. Auch innerhalb der beiden Beschäftigtengruppen wich die Entwicklung bei TV-Veranstaltern auf der einen Seite und Hörfunkveranstaltern auf der anderen Seite jeweils deutlich voneinander ab (Tabelle 3.1):

– Während die Zahl der festen Mitarbeiter bei den TV-Veranstaltern im Verlauf des Jahres 1997 noch einmal kräftig um 7 vH zunahm, stieg sie bei den Hörfunkanbietern nur um 1 vH. Allerdings stellt auch dieser geringe Zuwachs gegenüber der Entwicklung in 1996 eine Wende zum Positiven dar.⁷

6 Die Definition der sonstigen Mitarbeiter in dieser Studie unterscheidet sich von der des IW. Dies erklärt die teilweise abweichenden Werte.

7 Zum Jahresvergleich 1995/96 vgl. im Detail Abschnitt 6.

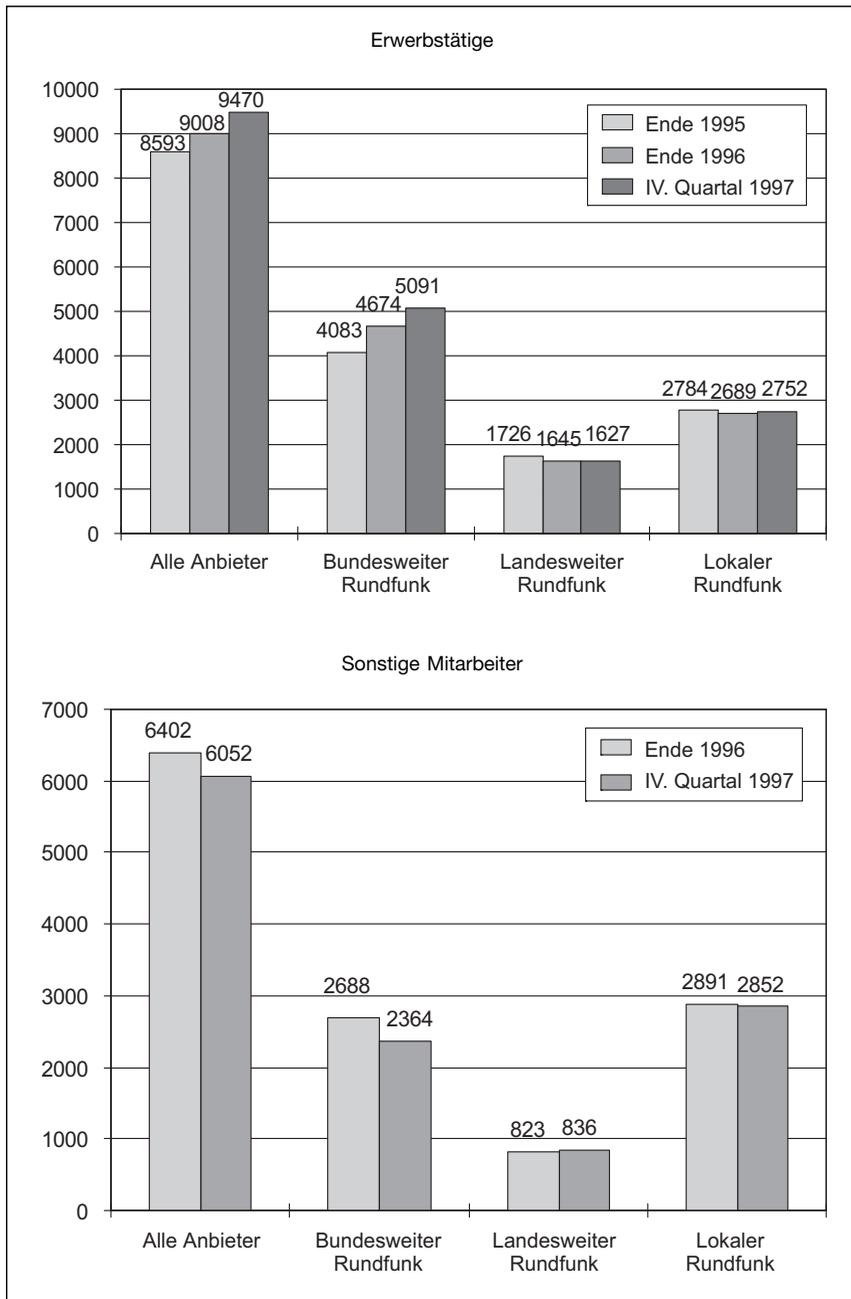


Abbildung 3.1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Rundfunk 1995–1997

- Hingegen war der Abbau der sonstigen Mitarbeiter im Verlauf des Jahres 1997 beim privaten Fernsehen mit minus 9 vH weit stärker als beim privaten Hörfunk mit minus 3 vH.

b) Beschäftigtenstruktur Ende 1996

Rechnet man beide Beschäftigtengruppen zusammen, so waren Ende 1996 bei den 71 privaten Fernsehveranstaltern rund 1.500 Personen mehr tätig als bei den 174 privaten Hörfunkveranstaltern. Betrachtet man nur die festen Mitarbeiter, so arbeiteten hiervon mit einem Anteil von 59 vH fast drei Fünftel bei den Fernsehveranstaltern. Umgekehrt wurden über 52 vH der sonstigen Mitarbeiter von Hörfunkveranstaltern beschäftigt.

Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu Praktikanten und freien Mitarbeitern lag Ende 1996 für den gesamten privaten Rundfunk bei 1 : 0,7 und damit weit über dem in der Gesamtwirtschaft. Beim privaten Fernsehen betrug die Relation 1 : 0,6, beim privaten Hörfunk 1 : 0,9, d.h. dort waren fast so viele sonstige Mitarbeiter wie feste Mitarbeiter tätig.

Nach den Angaben der befragten Unternehmen hatten die festen Mitarbeiter (Erwerbstätigen) im privaten Rundfunk Ende 1996 folgende Struktur:

- Der Frauenanteil entsprach bei den privaten Fernsehveranstaltern mit 46 vH in etwa dem aller Erwerbstätigen in Deutschland. Im privaten Hörfunk lag er mit 51 vH dagegen deutlich über diesem Durchschnittswert.
- Der Anteil der Auszubildenden an den Erwerbstätigen lag beim privaten Fernsehen bei 4 vH, beim privaten Hörfunk war er mit 10 vH mehr als doppelt so hoch. Insgesamt befanden sich Ende 1996 knapp 600 Personen in einem Ausbildungsverhältnis mit einem privaten Rundfunkunternehmen. Zusätzlich gehörten rund 12 vH der sonstigen Mitarbeiter zur Gruppe der Praktikanten und Hospitanten (zusammen über 835 Beschäftigte).
- Auf je 100 Vollzeitbeschäftigte kamen 13 Teilzeitbeschäftigte. Dieser Wert liegt leicht unter dem Wert der Gesamtwirtschaft. Das Verhältnis von Vollzeit- zu Teilzeitbeschäftigten lag hierbei beim privaten Hörfunk mit 100 : 12 deutlich unter dem der Fernsehanbieter mit 100 : 15.
- Hinsichtlich der Tätigkeitsschwerpunkte gab es folgende Verteilung: Mit 55 vH (Fernsehen) bzw. 61 vH (Hörfunk) war jeweils der überwiegende Teil der festen Mitarbeiter mit der Programmgestaltung beschäftigt. Der höhere Technikaufwand des Fernsehens korrespondiert mit einem höheren Mitarbeiteranteil im Bereich Produktion/Technik (19 vH im Vergleich zu 6 vH beim privaten Hörfunk). Dabei ist zu berücksichtigen, daß ein Teil der bundesweiten TV-Anbieter seine Sendetechnik in eigenständige Unternehmen ausgegliedert hat. Ausgelagert haben die meisten bundesweiten TV-Anbieter auch einen erheblichen Teil der Werbekquisition. Der Anteil der im Fernsehen im Bereich Werbung/Marketing tätigen festen Mitarbeiter liegt deshalb mit 12 vH unter dem 18 vH-Anteil des Hörfunks, bei dem insbesondere die Lokalanbieter in der Regel vor Ort eigenständig Werbung akquirieren. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 14 vH (Fernsehen) bzw. 15 vH (Hörfunk) der festen Mitarbeiter zuzuordnen.

Die Zahl der Führungskräfte mit personeller Entscheidungs- und Dispositions-kompetenz hat Ende 1996 zusammen über 1.100 betragen, dies entsprach rund 12 vH der festen Mitarbeiter. Der Frauenanteil unter den Führungskräften lag dabei

	Beschäftigung			Beschäftigungsstruktur			Relation Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk	Fernsehen	Hörfunk
Erwerbstätige Sept. 1997	9995	6058	3937	-	-	-	100	61	39
Erwerbstätige Ende 1996	9571	5669	3902	100	100	100	100	59	41
weiblich	4571	2586	1985	48	46	51	100	57	43
männlich	5000	3083	1917	52	54	49	100	62	38
Vollzeitbeschäftigte	7910	4751	3159	83	84	81	100	60	40
Teilzeitbeschäftigte	1064	693	371	11	12	10	100	65	35
Auszubildende	597	225	372	6	4	10	100	38	62
Organisation/Verwaltung	1385	797	588	14	14	15	100	58	42
Verkauf/Marketing	1386	693	693	14	12	18	100	50	50
Produktion/Technik	1293	1054	239	14	19	6	100	82	18
Programm	5505	3125	2380	58	55	61	100	57	43
Sonst. Mitarbeiter Sept. 1997	6278	2925	3353	-	-	-	100	47	53
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	6732	3245	3487	100	100	100	100	48	52
Praktikanten	835	338	497	12	10	14	100	40	60
Feste freie Mitarbeiter	2858	1539	1319	42	47	38	100	54	46
Sonstige freie Mitarbeiter	3039	1368	1671	45	42	48	100	45	55
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	16273	8983	7290	-	-	-	100	55	45
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	16303	8914	7389	-	-	-	100	55	45
Führungskräfte Ende 1996	1162	595	567	100	100	100	100	51	49
weiblich	291	169	122	25	28	21	100	58	42
männlich	871	426	445	75	72	78	100	49	51
Organisation/Verwaltung	303	161	142	26	27	25	100	53	47
Verkauf/Marketing	249	129	120	21	22	21	100	52	48
Produktion/Technik	173	121	52	15	20	9	100	70	30
Programm	437	184	253	38	31	45	100	42	58

Quellen: AKM-Umfrage, DIW-Umfrage.

DIW 98

Tabelle 3.1: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1996/97

mit 25 vH deutlich unter dem gesamten Frauenanteil im privaten Rundfunk, verglichen mit anderen Wirtschaftsbereichen ist diese Quote jedoch keineswegs niedrig.

3.3 Beschäftigung im privaten Fernsehen 1996/97

Von den 6.000 festen Mitarbeitern, die zum Zeitpunkt des Umfragebeginns im September 1997 bei privaten Fernsehveranstaltern beschäftigt waren, arbeiteten

- über 4.800 oder 80 vH bei den 21 Anbietern bundesweit verbreiteter Programme,
- 525 oder 9 vH bei den 12 Anbietern von Ballungsraum-TV,
- rund 490 oder 8 vH bei den 28 Anbietern von sonstigen Lokalprogrammen,
- etwas mehr als 220 oder 4 vH bei den 10 Anbietern von landesweit verbreiteten Programmen.

Gegenüber dem Jahresende 1996 verzeichneten die bundesweiten Anbieter (plus 417 feste Mitarbeiter) den größten Zuwachs. Auch die Zahl der festen Mitarbeiter bei den Anbietern kleinerer Lokalprogramme hat im Verlauf des Jahres 1997 noch zugenommen. Hingegen kam es sowohl bei den Anbietern landesweiter Programme als auch bei den Anbietern von Ballungsraum-TV zu einem Beschäftigtenabbau (Tabelle 3.2).

Die Verteilung der sonstigen Mitarbeiter auf die vier Anbietertypen entsprach Ende 1996 noch in etwa der der festen Mitarbeiter. Im Verlauf des Jahres 1997 haben die bundesweiten und die Ballungsraum-Anbieter die Zahl ihrer sonstigen Mitarbeiter jedoch deutlich stärker abgebaut als die beiden anderen Anbietertypen, so daß es zu entsprechenden Anteilsverschiebungen kam.

Wesentliche Unterschiede in der Beschäftigtenstruktur der vier Anbietertypen gibt es nur wenige. Bei den Lokal- bzw. Ballungsraum-Anbietern lag Ende 1996 der Frauenanteil unter dem der bundesweiten Anbieter, der Anteil der Auszubildenden und der Praktikanten dagegen deutlich darüber. Auffällig ist zudem der hohe Anteil der Praktikanten bei diesen beiden Anbietertypen.

3.4 Beschäftigung im privaten Hörfunk 1996/97

a) Beschäftigung nach Anbietertypen

Anders als im privaten Fernsehen hat im Hörfunk die Gruppe der Lokal- bzw. Regionalanbieter (einschließlich der Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg) den größten Beschäftigtenanteil (Tabelle 3.3). Im September 1997 entfiel auf diese 141 Veranstalter mit knapp 2.300 der 3.900 festen Mitarbeiter ein Anteil von 57 vH. Bei den sonstigen Mitarbeitern waren es sogar drei Viertel. Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu sonstigen Mitarbeitern beim lokalen Hörfunk lag damit bei 1 : 1,1, d. h. die Festangestellten waren in der Minderzahl.

Die 26 Veranstalter landesweiter und regionaler Programme (einschließlich Mantelprogrammanbieter) beschäftigten im September 1997 rund 1.400 feste und knapp 700 sonstige Mitarbeiter, was Anteilen von 36 vH bzw. 21 vH an den beiden Mitarbeitergruppen des privaten Hörfunks entsprach. Das Verhältnis von festen zu sonstigen Mitarbeitern lag bei 1 : 0,5, d. h. es unterschied sich deutlich von dem der Lokal- und Regionalanbieter und entsprach mehr der Mitarbeiterstruktur des privaten Fernsehens.

Eine ähnliche Struktur wiesen im September 1997 die 11 Veranstalter von bundesweiten Hörfunkprogrammen auf. Mit 270 festen Mitarbeitern (Anteil 7 vH), aber

	Fernsehen insgesamt			Anbietertypen					Anteile der einzelnen Anbietertypen						
	Beschäftigte	Struktur	vH	bundesweit	landesweit	Ballungsraum	lokal	Insgesamt	bundesweit	landesweit	Ballungsraum	lokal	Anteile in vH		
													Anteile in vH	Anteile in vH	
Erwerbstätige Sept. 1997	Anzahl					Anzahl									
Erwerbstätige Ende 1996															
weiblich	6058	-		4819	223	525	491	100	80	4	9	8			
männlich	5669	100		4402	234	563	470	100	78	4	10	8			
Vollzeitbeschäftigte	2586	46		2082	110	207	187	100	81	4	8	7			
Teilzeitbeschäftigte	3083	54		2320	124	356	283	100	75	4	12	9			
Auszubildende	4751	84		3752	208	439	352	100	79	4	9	7			
Organisation/Verwaltung	693	12		557	20	68	48	100	80	3	10	7			
Verkauf/Marketing	225	4		93	6	56	70	100	41	3	25	31			
Produktion/Technik	797	14		638	39	65	55	100	80	5	8	7			
Programme	693	12		553	18	68	54	100	80	3	10	8			
	1054	19		748	27	145	134	100	71	3	14	13			
	3125	55		2463	150	285	227	100	79	5	9	7			
Sonst. Mitarbeiter Sept. 1997	2925	-		2238	139	221	327	100	77	5	8	11			
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	3245	100		2518	140	313	274	100	78	4	10	8			
Praktikanten	338	10		218	29	48	43	100	64	9	14	13			
Feste freie Mitarbeiter	1539	47		1262	64	78	135	100	82	4	5	9			
Sonstige freie Mitarbeiter	1368	42		1038	47	187	96	100	76	3	14	7			
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	8983	-		7057	362	746	818	100	79	4	8	9			
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	8914	-		6920	374	876	744	100	78	4	10	8			
Führungskräfte Ende 1996	595	100		304	41	91	99	100	61	7	15	17			
weiblich	169	28		78	12	18	61	100	46	7	11	36			
männlich	426	72		286	29	73	38	100	67	7	17	9			
Organisation/Verwaltung	161	24		102	10	26	23	100	63	6	16	14			
Verkauf/Marketing	129	20		85	4	16	24	100	66	3	12	19			
Produktion/Technik	121	24		81	4	17	19	100	67	3	14	16			
Programme	184	32		96	23	32	33	100	52	13	17	18			
Quelle: DIW-Umfrage													DIW 98		

Tabelle 3.2: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1996/1997 nach Anbietertypen

	Privater Hörfunk insgesamt		Anbietertypen				Anteile der einzelnen Anbietertypen			
	Beschäftigte	Struktur	bundesweit	landesweit ¹⁾	lokal	Insgesamt	bundesweit	landesweit ¹⁾	lokal	
										Anzahl
Erwerbstätige Sept. 1997	3937	-	272	1404	2261	100	7	36	57	
Erwerbstätige Ende 1996	3902	100	272	1411	2219	100	7	36	57	
weiblich	1985	51	175	704	1106	100	9	35	56	
männlich	1917	49	97	707	1113	100	5	37	58	
Vollzeitbeschäftigte	3159	81	257	1226	1676	100	8	39	53	
Teilzeitbeschäftigte	371	10	6	74	291	100	2	20	78	
Auszubildende	372	10	9	111	252	100	2	30	68	
Organisation/Verwaltung	588	15	80	224	284	100	14	38	48	
Verkauf/Marketing	693	18	34	235	424	100	5	34	61	
Produktion/Technik	239	6	20	108	111	100	8	45	46	
Programm	2380	61	138	844	1398	100	6	35	59	
Sonst. Mitarbeiter Sept. 1997	3353	-	126	697	2530	100	4	21	75	
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	3487	100	170	683	2634	100	5	20	76	
Praktikanten	497	14	47	147	303	100	9	30	61	
Feste freie Mitarbeiter	1319	38	74	248	997	100	6	19	76	
Sonstige freie Mitarbeiter	1671	48	49	288	1334	100	3	17	80	
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	7290	-	398	2101	4791	100	5	29	66	
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	7389	-	442	2094	4853	100	6	28	66	
Führungskräfte Ende 1996	567	100	29	179	359	100	5	32	63	
weiblich	122	21	6	33	83	100	5	27	68	
männlich	445	78	23	146	276	100	5	33	62	
Organisation/Verwaltung	142	25	11	45	86	100	8	32	61	
Verkauf/Marketing	120	21	7	34	79	100	6	28	66	
Produktion/Technik	52	9	3	23	26	100	6	44	50	
Programm	253	45	8	77	168	100	3	30	66	

1) Einschließlich Regionalsender in Baden-Württemberg.
Quelle: AKM-Umfrage.

Tabelle 3.3: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1996/1997 nach Anbietertypen

rund 125 sonstigen Mitarbeitern (Anteil 5 vH) lag dieses Verhältnis bei 1 : 0,45. Die Veranstaltergruppe ist allerdings heterogener als die übrigen Anbietertypen.

Gegenüber Ende 1996 gab es insgesamt einen leichten Zuwachs bei den festen Mitarbeitern des privaten Hörfunks. Dieser ist ausschließlich auf die drei zusätzlichen

Lokalanbieter zurückzuführen, die 1997 vor Beginn der Befragung ihre Sendung aufgenommen haben.

Besonderheiten in der Beschäftigtenstruktur der privaten Hörfunkanbieter betreffen ebenfalls die Gruppe der Lokalanbieter. Wie im privaten Fernsehen weist sie überdurchschnittliche Anteile bei den Auszubildenden und den Praktikanten auf. Im Hörfunkbereich gilt dies zusätzlich für Teilzeitbeschäftigte.

b) Regionale Unterschiede bei lokalen Hörfunkanbietern

Auch innerhalb der Gruppe der Lokalanbieter gibt es größere Abweichungen in der Beschäftigtenstruktur. Auffällig sind vor allem folgende regionalen Unterschiede (Tabelle 3.4):

- So lag die Zahl der festen Mitarbeiter je Lokalveranstalter in den Stadtstaaten Ende 1996 deutlich über den Durchschnittswerten in den vier Flächenstaaten. In Berlin waren im Durchschnitt 29 Erwerbstätige je Sender beschäftigt, in Hamburg

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württemb.	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin	Bremen Hamburg
Zahl der Veranstalter Ende 1996	15	54	45	9	9	5
	Anzahl					
Erwerbstätige Sept. 1997	265	834	628	57	321	164
Erwerbstätige Ende 1996	265	816	639	60	290	147
weiblich	126	413	336	26	130	75
männlich	139	403	303	34	160	72
Vollzeitbeschäftigte	222	544	473	53	263	120
Teilzeitbeschäftigte	21	169	87	1	7	6
Auszubildende	22	103	79	6	20	21
Organisation/Verwaltung	48	128	31	14	38	24
Verkauf/Marketing	61	121	143	8	62	29
Produktion/Technik	16	52	10	3	18	6
Programm	138	515	435	35	172	21
Sonst. Mitarbeiter Sept. 1997	286	816	921	101	288	98
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	303	869	924	114	301	99
Praktikanten	27	121	48	18	47	38
Feste freie Mitarbeiter	115	393	251	42	133	43
Sonstige freie Mitarbeiter	161	355	625	54	121	18
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	551	1650	1549	158	609	262
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	568	1685	1563	174	591	246
Führungskräfte Ende 1996	43	153	75	19	42	24
weiblich	12	45	13	6	7	4
männlich	31	108	62	13	35	20
Organisation/Verwaltung	13	47	3	6	11	5
Verkauf/Marketing	11	30	18	4	10	5
Produktion/Technik	3	13	0	0	6	4
Programm	16	63	54	9	15	10

Quelle: AKM-Umfrage.

DIW 98

Tabelle 3.4: Beschäftigung im lokalen Hörfunk 1996/1997

und Bremen – beide Stadtstaaten wurden aus Anonymisierungsgründen zusammengefaßt – sogar 32. Von den vier Flächenstaaten wies Baden-Württemberg mit 18 den höchsten Durchschnittswert für feste Mitarbeiter auf. Er lag deutlich über dem Bayerns (15) und Nordrhein-Westfalens (14) und sogar mehr als zweieinhalbmals so hoch wie in Sachsen (6).

- Auch das Verhältnis von festen zu freien Mitarbeitern zeigt regionale Unterschiede. Während in Bremen und Hamburg mehr feste Mitarbeiter bei den privaten Hörfunkveranstaltern beschäftigt waren, war dies in Berlin und allen Flächenstaaten umgekehrt. Am geringsten war der jeweilige Anteil der festen Mitarbeiter im Durchschnitt in Nordrhein-Westfalen und Sachsen.

4 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1996

4.1 Datengrundlagen

Die Rundfunkwirtschaft ist Teil des Dienstleistungssektors, für den die amtliche Statistik bislang nur wenige Informationen zur Verfügung stellt. Die einzige Quelle, die regelmäßig Informationen zu den Umsätzen von Rundfunkunternehmen liefert, ist die Umsatzsteuerstatistik. In ihr wird jedoch nicht zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstaltern getrennt, und die nicht umsatzsteuerpflichtigen Erträge (z. B. die Rundfunkgebühren) werden dabei nicht erfaßt. Die aktuellsten zur Zeit zur Verfügung stehenden Daten stammen zudem aus dem Jahr 1994.

Die im Rahmen dieses Projektes durchgeführte Befragung entsprach bei der Aufgliederung von Erträgen und Aufwendungen dem Vorgehen aus der Erhebung des Vorjahres. Um einerseits möglichst exakte Angaben zu bekommen, andererseits aber den Befragungsaufwand minimal zu halten, mußte ein Befragungszeitpunkt gewählt werden, bei dem die Veranstalter auf vorliegende Gewinn- und Verlustrechnungen bzw. Bilanzdaten zurückgreifen konnten. Dies ist in der Regel erst im letzten Quartal des Folgejahres möglich, in diesem Fall also ab September 1997 für das Kalenderjahr 1996.

Bei den betrieblichen Erträgen wurden folgende Ertragsarten explizit abgefragt:

- Erträge aus klassischen Werbespots, wobei Einnahmen aus überregionaler und aus regionaler/lokaler Werbung unterschieden wurden,
- Erträge aus den sog. neuen Werbeformen Sponsoring, Teleshopping bzw. Direct-Response-Radio,
- Erträge von Abonnenten (Pay-TV, Pay-Radio),
- Erträge durch rundfunknahe Aktivitäten wie Programmverkäufe und Auftragsproduktionen sowie Einnahmen aus Merchandising und aus selbst bzw. mit organisierten Veranstaltungen,
- Erträge auf der Grundlage von speziellen Finanzierungsregelungen für Lokalanbieter (z. B. Teilnehmerentgelte in Bayern, Zuwendungen bundesweiter TV-Anbieter an landesweite und lokale TV-Anbieter) und sonstiger Förderprogramme der Landesmedienanstalten oder anderer staatlicher Stellen (z. B. der EU).

Bei der Erhebung der Werbeerträge wurden die Anbieter gebeten, ihre Nettowerbeeinnahmen anzugeben und auf der Kostenseite entsprechende Provisionszahlungen an Agenturen abzuziehen, auch wenn in vielen Fällen nach dem Bruttoprinzip verbucht wird.⁸ Nur in einem Fall mußte eine Umrechnung auf Nettoumsätze vorgenommen werden. Grundlage bildeten dabei Angaben zu den Nettowerbeeinnahmen,

⁸ Brutto- und Nettowerbeeinnahmen können um 15–25 vH voneinander abweichen.

die für das Jahr 1996 gegenüber dem Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) gemacht wurden.

Bei der Erfassung der Teleshopping-Umsätze wurde ebenfalls nach einem Nettoprinzip vorgegangen. Teilweise erhält der TV-Veranstalter nur Provisionseinnahmen auf den Warenwert der verkauften Produkte, teilweise werden Waren aber auch auf eigene Rechnung vertrieben, so daß der gesamte Warenwert in den Umsätzen enthalten ist. Die Veranstalter wurden gebeten, im letzteren Fall sowohl auf der Ertrags- als auch auf der Aufwandsseite diesen Betrag anzugeben, so daß entsprechende Bereinigungen vorgenommen werden konnten.

Bei den betrieblichen Aufwendungen wurden bei allen privaten Veranstaltern folgende Aufwandsarten getrennt ermittelt:

- Personalaufwendungen für die festen Mitarbeiter,
- Vergütungen für freie Mitarbeiter und selbständiges künstlerisches und technisches Personal,
- Sachkosten der Programmgestaltung und -verbreitung,
- steuerliche Abschreibungen auf Sachanlagen,
- indirekte Steuern, die bei der Gewinnermittlung abzugsfähig sind (z. B. Grundsteuer, Gewerbesteuer, Vermögenssteuer, Kfz-Steuer etc.).

Von den privaten Hörfunkveranstaltern und von den bundesweiten privaten TV-Veranstaltern wurde zusätzlich die Aufgliederung der Sachkosten nach folgenden Komponenten erfragt:

- Käufe von Rechten (TV-Lizenzen für audiovisuelle Werke, Übertragungsrechte, Zahlungen an Verwertungsgesellschaften etc.),
- Kosten für TV-Auftragsproduktionen,
- Kosten der technischen Programmverbreitung,
- sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen für die laufende Produktion.

Weiterhin wurden alle Veranstalter nach ihren Investitionen in Bauten und in Sachanlagen (technisches Equipment, Fahrzeuge etc.) im Jahr 1996 befragt.

4.2 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1996: Gesamtüberblick

Die privaten Rundfunkveranstalter erzielten 1996 zusammen Erträge von rund 8,9 Mrd. DM. Etwa 7,7 Mrd. DM oder 88 vH gingen davon an die 71 privaten TV-Anbieter, der Rest an die 174 privaten Hörfunkanbieter (Tabelle 4.1).

Privater Rundfunk ist überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Rechnet man Einnahmen aus Sponsoring und Teleshopping bzw. Direct-Response-Radio ein, so stammten im privaten Fernsehen 83 vH und im privaten Hörfunk 91 vH der Gesamterträge aus Werbeaufwendungen.

Insbesondere der private Hörfunk konnte sich in den Regionen Deutschlands, in denen Anbieter mit lokalen bzw. regionalen Verbreitungsgebieten zugelassen wurden, auch als lokales Werbemedium etablieren. Nahezu 400 Mill. DM der Werbepotentialerträge und ein großer Teil der Sponsoringeinnahmen der 138 lokalen Hörfunkanbieter stammten von Werbungtreibenden aus dem jeweils eigenen Sendegebiet. Die lokalen Werbeeinnahmen der privaten TV-Anbieter mit lokalen Verbreitungsgebieten haben 1996 hingegen lediglich rund 65 Mill. DM betragen.

	Erträge/Aufwand			Aufwands- und Ertragsstruktur			Anteile Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk
Gewinne (Verluste)	-28	Mill. DM -130	102	100	100	100	-	-	-
Erträge¹⁾	8937	7868	1069	100	100	100	100	88	12
davon:	7343	6443	900	82	82	84	100	88	12
überregionale Werbung	6881	6377	504	77	81	47	100	93	7
regionale Werbung	462	66	396	5	1	37	100	14	86
Sponsoring/Teleshopping	179	103	76	2	1	7	100	58	42
Abonnementsgebühren	573	573	k.A.	6	7	k.A.	100	100	k.A.
Auftragsproduktionen für Dritte	44	32	12	0	0	1	100	73	27
Fördermaßnahmen	99	94	5	1	1	0	100	95	5
Sonstige Erträge	699	623	76	8	8	7	100	89	11
Aufwand¹⁾	8965	7998	967	100	100	100	100	89	11
Personalkosten	848	553	295	9	7	31	100	65	35
Vergütungen	264	175	89	3	2	9	100	66	34
Sachkosten	7620	7112	508	85	89	53	100	93	7
Abschreibungen/indir. Steuern	231	157	74	3	2	8	100	68	32
Investitionen	385	327	57	100	100	100	100	85	15
Sachanlagen	318	264	54	83	88	85	100	83	17
Bauten	67	63	4	17	12	15	100	94	6
Kostendeckungsgrad (vH)	100	98	111	-	-	-	-	-	-

(1) Ohne Provisionen für Werbemittler.
Quellen: AKM- und DIW-Umfragen.

Tabelle 4.1: Wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks 1996

DIW 98

Auch neue Werbeformen haben im privaten Hörfunk eine größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an den Gesamterträgen lag bei allen Hörfunkveranstaltern zusammen bei 7 vH, bei den TV-Anbietern dagegen unter 1 vH. Insgesamt wurden durch Sponsoring, Teleshopping und Direct-Response-Radio Erträge in Höhe von 180 Mill. DM erzielt. Der Wert der beworbenen Handelsware selbst ist – wie oben erläutert – hierbei nicht eingerechnet. Zu berücksichtigen ist bei diesen Zahlen, daß der zweite reine Teleshopping-Kanal seine Sendungen erst im letzten Quartal 1996 aufgenommen hat.

Ende 1996 gab es zwei private TV-Veranstalter, die sich primär über Abonnenten zu finanzieren versuchten. Die Erträge der Pay-TV-Anbieter wurden in der Fachpresse veröffentlicht, so daß eine getrennte Darstellung dieser Ertragsart im Rahmen der Studie die Vertraulichkeit nicht verletzt. Auf die Pay-TV-Einnahmen entfielen rund 7 vH der Gesamterträge aller privaten TV-Anbieter.

Fördermaßnahmen der Landesmedienanstalten, sonstige Zuwendungen durch staatliche Stellen sowie spezielle Finanzierungsbeiträge für landesweite und lokale TV-Anbieter spielten für die privaten Rundfunkanbieter nur eine geringe Rolle. Ihr Anteil lag mit knapp 100 Mill. DM bei einem Prozentpunkt. Gleiches gilt für die Erträge aus Auftragsproduktionen für Dritte, die zusammen nur rund 45 Mill. Umsatz erbrachten.

Etwa 8 vH der Erträge der TV-Veranstalter und 7 vH der Erträge der Hörfunkveranstalter wurden von diesen schließlich der Position „sonstige Erträge“ zugeordnet. Hierin sind u. a. Erträge aus Merchandising, d. h. der Vermarktung eigener Senderlogos und sonstiger im Zusammenhang mit Rundfunkprogrammen stehenden geschützten Titel, Symbole oder Bilder, Erträge aus eigenen Veranstaltungen der privaten Rundfunkanbieter sowie Programmverkäufe an andere Anbieter enthalten.

Die gesamten betrieblichen Aufwendungen der privaten Rundfunkanbieter lagen 1996 rund 30 Mill. DM über den betrieblichen Erträgen. Die Produktion und Verbreitung der TV-Programme kostete die 71 privaten Veranstalter rund 7,9 Mrd. DM, für die 174 Hörfunkprogramme der privaten Veranstalter wurden 1,1 Mrd. DM aufgewendet.

Die Kostenstrukturen von TV- und Hörfunkanbietern unterscheiden sich dabei deutlich. Der Personalaufwand spielte im privaten Fernsehen eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 7 vH, rechnet man die Vergütungen für die nicht festangestellten Mitarbeiter hinzu (zusammen 730 Mill. DM) bei 9 vH. Im privaten Hörfunk betrug der Kostenanteil der festen Mitarbeiter allein 31 vH. Insgesamt wendeten die Hörfunkveranstalter für ihre festen und sonstigen Mitarbeiter im Jahr 1996 rund 385 Mill. DM auf – ein Anteil von 40 vH. Das unterschiedliche Gewicht von Eigenproduktionen im Fernsehen und im Hörfunk zeigt sich ebenfalls an dem jeweiligen Sachkostenanteil. Dieser lag im Fernsehen mit Ausgaben von 7,1 Mrd. DM bei nahezu 90 vH, während im Hörfunk mit 0,5 Mrd. DM nur 53 vH der gesamten Aufwendungen auf den Kauf von Rechten, Waren und Dienstleistungen entfielen.

Betriebliche Erträge und Aufwendungen glichen sich damit 1996 für den gesamten privaten Rundfunk nahezu aus. Während allerdings die Hörfunkanbieter auf einen Überschuß von 100 Mill. DM kamen, erwirtschafteten die TV-Anbieter zusammen einen Verlust von knapp 130 Mill. DM. Setzt man diese absoluten Beträge zum jeweiligen Gesamtaufwand ins Verhältnis, so errechnet sich für den privaten Hörfunk

ein Kostendeckungsgrad von 111 vH (bzw. eine Umsatzrendite von 10 vH), für die privaten TV-Anbieter ein Kostendeckungsgrad von 98 vH.

4.3 Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens

4.3.1 Gewinnsituation der unterschiedlichen Anbietertypen

Die Angaben der privaten TV-Veranstalter zu den Erträgen und Aufwendungen im Jahr 1996 wurden, wie die Beschäftigtendaten, für folgende Anbietertypen ausgewertet (Tabelle 4.2):

- die 21 Veranstalter, die Ende 1996 insgesamt 23 TV-Programme mit bundesweiter Verbreitung sendeten,
- die 10 Veranstalter, die zum gleichen Zeitpunkt 15 TV-Programme landesweit – in der Mehrzahl sog. Landesfenster auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter – ausstrahlten,
- die 12 Veranstalter von TV-Programmen mit einem regionalen Sendegebiet in Ballungsräumen, darunter drei Veranstalter, die zusätzliche Lokalprogramme verbreiteten,
- die übrigen 28 Veranstalter mit lokalem Sendegebiet.

4.3.2 Wirtschaftliche Lage der bundesweiten privaten TV-Anbieter

Die Gruppe der bundesweiten Anbieter erreichte 1996 insgesamt mit einem Kostendeckungsgrad von 99 vH ein nahezu ausgeglichenes Ergebnis, wobei allerdings nur 5 der 21 Veranstalter Gewinne auswiesen. Klammert man die beiden Pay-TV-Anbieter aus der Betrachtung aus, so stammten die Erträge der bundesweiten privaten TV-Anbieter 1996 fast ausschließlich (zu 90 vH) aus überregionaler Werbung. Im Durchschnitt wurden für jedes der insgesamt 23 bundesweit verbreiteten Programme 335 Mill. DM aufgewendet, d. h. mehr als für alle landesweiten, regionalen und lokalen Angebote zusammen. Berücksichtigt man zusätzlich, daß von den 21 Veranstaltern 2 lediglich Programmzulieferer für einige Programmstunden pro Woche sind, so steigt der durchschnittliche Aufwand für ein Programm sogar auf 365 Mill. DM. Auch das Kostenniveau je Minute Erstsending lag 1995 bei den bundesweiten Anbietern mit rund 1.450 DM weit über den Beträgen, die die Veranstalter landesweiter und lokaler TV-Angebote aufbringen konnten. Dabei war die Spanne zwischen den verschiedenen Programmen allerdings sehr groß.

Dies wird deutlich, wenn man die Wirtschaftsdaten der fünf bundesweiten Vollprogramme (Pro 7, RTL, RTL 2, SAT 1 und vox), der werbefinanzierten Spartenprogramme und der übrigen Programme getrennt betrachtet. Der folgende Vergleich beschränkt sich allerdings auf die werbefinanzierten Voll- und Spartenprogramme, da die dritte Gruppe (je zwei Pay-TV-, Teleshopping- und bundesweite Fensterprogramme) zu heterogen ist, um Durchschnittswerte sinnvoll interpretieren zu können (Tabelle 4.3):

- Während die Vollprogramme zusammen einen Überschuß von 575 Mill. DM erreichten (dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 110 vH), mußten die

	Privates Fernsehen insg.		Anbietertypen						Anteile der einzelnen Anbietertypen						
	Beträge Mill. DM	Struktur vH	landesweit/lokal/regional			landesweit/lokal/regional			insg.	bundes- weit	insg.		landesweit/lokal/regional		
			insg.	Landes- weit	Bailungs- raum	Lokal	insg.	Landes- weit			Bailungs- raum	Lokal			
Gewinne (Verluste)	Mill. DM			Mill. DM						Anteile in vH					
Erträge¹⁾	-130	-	-80	0	-76	-4		100	39	61	0	59	2		
Werbespots insg.	7868	100	216	98	70	48		100	97	3	1	1	1		
davon:	6443	82	6353	90	20	48		100	99	1	0	1	0		
überregionale Werbung	6377	81	6353	24	13	11	0	100	100	0	0	0	0		
regionale Werbung	66	1	0	66	7	37	22	100	0	100	11	59	35		
Sponsoring/Teleshopping	103	1	97	6	1	3	2	100	94	6	1	3	2		
Abonnementsgebühren	573	7	0	573	0	0	0	100	0	0	0	0	0		
Auftragsproduktionen für Dritte	32	0	10	22	12	8	2	100	31	69	39	24	7		
Fördermaßnahmen	94	1	0	94	65	9	20	100	0	100	70	9	21		
Sonstige Erträge	623	8	620	4	2	1		100	96	1	0	0	0		
Aufwand¹⁾	7998	100	7702	295	98	146	52	100	99	4	1	2	1		
Personalkosten	553	7	457	96	24	53	19	100	83	17	4	9	3		
Vergütungen	175	2	150	25	6	15	4	100	86	14	3	9	2		
Sachkosten	7112	89	6955	157	62	72	23	100	98	2	1	1	0		
Abschreibungen/Steuern	157	2	140	17	6	7	5	100	89	11	4	4	3		
Investitionen	327	100	306	21	4	8	9	100	93	7	1	2	3		
Sachanlagen	264	81	244	20	4	8	8	100	92	8	2	3	3		
Bauten	63	19	62	1	0	0	1	100	98	2	1	0	2		
Kostendeckungsgrad (vH)	98	-	99	73	100	48	93	-	-	-	-	-	-		
<i>darunter:</i>					Anzahl										
Zahl der Anbieter über 100 vH	23		5	18	4	0	14	-	-	-	-	-	-		
Zahl der Programme	78	-	23	55	15	12	31	-	-	-	-	-	-		
Sendestunden im Jahr²⁾	290839	-	147926	142913	4152	82813	55948	-	-	-	-	-	-		
davon:Erstsendungen	135527	-	88147	47381	1441	33540	12401	-	-	-	-	-	-		
Erträge je Programm	100,9	-	332,7	3,9	6,6	5,8	1,5	-	-	-	-	-	-		
Aufwand je Programm	102,5	-	334,9	5,4	6,5	12,1	1,7	-	-	-	-	-	-		
Aufwand je Sendeminute	458	-	868	34	394	29	15	-	-	-	-	-	-		
Aufwand je Min.-Erstsendung	984	-	1456	104	1136	72	69	-	-	-	-	-	-		

(1) Ohne Provisionen für Werbemittler. (2) Das digitale Pay-TV-Paket „DF1“ wurde als ein 24-Stunden-Programm gerechnet.
Quelle: DiW-Umfrage.

Tabelle 4.2: Wirtschaftliche Situation des privaten Fernsehens 1996 nach Veranstaltertypen

	Bundesweite Anbieter				Strukturen			
	Insg.	Voll- pro- gramme	Sparten- pro- gramme	Übrige Pro- gramme	Insg.	Voll- pro- gramm	Sparten- pro- gramme	Übrige Pro- gramme
Gewinne (Verluste)	-50	576	-276	-351	-	-	-	-
	Mill. DM				Anteile in vH			
Erträge	7652	6356	662	634	100	100	100	100
Werbespots insg.	6353	5724	605	23	83	90	91	4
davon:								
überregionale Werbung	6353	5724	605	23	83	90	91	4
regionale Werbung	0	0	0	0	0	0	0	0
Sponsoring	22	16	5	1	0	0	1	0
Abonnementsgebühren	573	0	0	573	7	0	0	90
Auftragsproduktionen für Dritte	10	2	0	8	0	0	0	1
Sonstige Erträge	694	614	52	29	9	10	8	5
darunter: Teleshopping	74	a	a	a	1			
Aufwand	7702	5780	937	985	100	100	100	100
Personalkosten	457	260	104	93	6	4	11	9
Vergütungen	150	113	33	4	2	2	4	0
Sachkosten	6955	5321	762	872	90	92	81	89
davon:								
Käufe von TV-Lizenzen, anderen Rechten und fertigen Programmen	3634	2659	356	618	47	46	38	63
Kosten von Auftragsproduktionen	1566	1452	91	22	20	25	10	2
Kosten der technischen Programmverbreitung	295	123	115	58	4	2	12	6
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	1460	1087	200	173	19	19	21	18
Abschreibungen/Indirekte Steuern	140	85	38	17	2	1	4	2
Kostendeckungsgrad	99	vH 110 71		64	-	-	-	-
darunter:		Anzahl						
Zahl der Anbieter über 100 vH	5	3	1	1	-	-	-	-
Zahl der Programme Ende 1995	23	Anzahl 5 12		6	-	-	-	-
		Stunden						
Sendestunden im Jahr	147926	43080	77176	27670	-	-	-	-
davon: Erstsendungen	88147	31929	50789	5429	-	-	-	-
		Mill. DM						
Erträge je Programm	332,7	1271,2	55,2	106,7	-	-	-	-
Aufwand je Programm	334,9	1156,1	78,1	164,1	-	-	-	-
		DM						
Aufwand je Sendeminute	868	2236	202	593	-	-	-	-
Aufwand je Min. Erstsending	1456	3017	308	3023	-	-	-	-
Quelle: DIW-Umfrage.	DIW 98							

Tabelle 4.3: Erträge und Aufwendungen der bundesweiten privaten TV-Programme 1996

Anbieter der werbefinanzierten Spartenprogramme zusammen Verluste von 275 Mill. DM hinnehmen und konnten nur 70 vH ihrer Aufwendungen durch Erträge decken. Die Werbeerträge der 12 Programme betragen dabei mit rund 600 Mill. DM nur etwa ein Zehntel der Werbeerträge der 5 Vollprogramm-Anbieter.

- Der durchschnittliche Aufwand je Vollprogramm lag mit über 1,2 Mrd. DM fast fünfzehnmal so hoch wie der durchschnittliche Aufwand der Spartenprogramm-Anbieter.
- Auch das Kostenniveau der Vollprogramme betrug mit über 3.700 DM je Minute Erstsendung nahezu das Zehnfache des Minutenaufwandes der Anbieter von Spartenprogrammen.

Dabei entfielen bei den bundesweiten Anbietern zusammen 7,0 Mrd. DM oder 90 vH aller Aufwendungen auf Sachkosten:

- Für die Verbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Frequenzen wurden mit 295 Mill. DM weniger als 5 vH dieses Kostenblocks aufgewendet. Der Anteil war bei den insgesamt kostengünstigeren Spartenprogrammen naturgemäß höher und lag dort bei 15 vH.
- Knapp 1,6 Mrd. DM, ein Viertel der Sachkosten, wurde für insgesamt rund 14.200 Stunden Auftragsproduktionen ausgegeben. Bei den Spartenprogrammen (12 vH) war dieser Anteil allerdings weit niedriger als bei den Vollprogrammen (22 vH).

	Stunden	Anteile in vH
Sendestunden (1) insg.	120818	100
<i>darunter:</i>		
Werbespots, Sponsoreinblendungen, Dauerwerbesendungen	12181	10,1
Programmstunden	108637	100
<i>davon:</i>		
Fiction-Programme	42684	39,3
Musikprogramme	21360	19,7
Sonst. Unterhaltungsprogramme	7699	7,1
Sportprogramme	10875	10,0
Informationsprogramme	23946	22,0
Nicht zuzuordnende Programme	2073	1,9
<i>davon:</i>		
Eigenproduktionen	35158	32,4
Auftragsproduktionen	14178	13,1
Programmkäufe	59301	54,6
<i>davon:</i>		
Erstsendungen (ohne Werbung)	71090	65,4
<i>Quelle: DIW-Umfrage.</i>		DIW 98

Tabelle 4.4: Programmstruktur der bundesweiten privaten TV-Programme 1996

- Der größte Anteil der Sachkosten entfiel mit 47 vH auf den Erwerb fertiger Sendungen bzw. den Kauf der notwendigen Rechte zur Ausstrahlung solcher Programmteile. Für die rund 59.300 Std. an Kaufprogrammen, die 1996 einschließlich Wiederholungen ausgestrahlt wurden, gaben die bundesweiten TV-Anbieter 3,65 Mrd. DM aus. In diesem Betrag sind teilweise auch Ausgaben für die Synchronisierung fremdsprachiger Programme enthalten.

Auftragsproduktionen waren damit im Durchschnitt je ausgestrahlter Minute mit rund 1.840 DM fast doppelt so teuer wie Kaufprogramme mit 1.020 DM. Dies erklärt unter anderem, warum letztere im Unterhaltungsangebot der privaten TV-Anbieter immer noch ein deutlich höheres Gewicht haben als Auftragsproduktionen oder Eigenproduktionen.

Das Gesamtprogramm der privaten bundesweiten TV-Anbieter war 1996 überwiegend unterhaltungsorientiert (Tabelle 4.4). Den Kategorien Fiction-Programme, Musikprogramme, sonstige Unterhaltungsprogramme und Sportprogramme wurden nach Abzug der Werbung zusammen fast vier Fünftel der ausgestrahlten Sendestunden zugeordnet. Allein Fiction-Programme (Spielfilme, TV-Filme, TV-Serien, Cartoons etc.) machten 40 vH des Gesamtangebotes aus. Auf Informationssendungen entfielen 22 vH der Sendezeit.

Gegenüber 1995 ist der Anteil der Informationssendungen damit um 3 vH-Punkte gestiegen. Um 2 vH-Punkte zugenommen hat auch das Angebot an Musiksendungen. Der Anteil der Wiederholungen hat 1996 unter 25 vH gelegen. Im Jahr zuvor waren es noch 28 vH.

4.3.3 Wirtschaftliche Lage der landesweiten, Ballungsraum- und lokalen TV-Anbieter

Die Anbieter landesweiter Programme hatten 1996 einen Kostendeckungsgrad von 100 vH. Je Programm wurden im Durchschnitt 6,5 Mill. DM im Jahr aufgewendet. Je Minute Erstsending wurden von dieser Anbietergruppe durchschnittlich 1.130 DM für das Programm ausgegeben. Dieser Betrag lag fast sechzehnmal so hoch wie bei den Ballungsraumsendern und bei den übrigen Lokalanbietern. Der erreichte Kostendeckungsgrad spiegelt die wirtschaftliche Situation der landesweiten Anbieter jedoch nur zum Teil wider. Bei den meisten Veranstaltern von Landesfernsehtexten handelt es sich um Tochterunternehmen der bundesweiten Anbieter, auf deren Frequenzen das Programm ausgestrahlt wird. Ein Teil dieser Veranstalter hat in einem erheblichen Umfang Erträge aus Programmverkäufen an ihre Muttergesellschaft angegeben. Nimmt man allein die Werbeerträge dieser Anbietergruppe, so deckten diese im Durchschnitt nur knapp 30 vH der Aufwendungen.

Innerhalb der Gruppe TV-Anbieter mit regionalem und lokalem Verbreitungsgebiet wurden die Daten der 12 Veranstalter sog. Ballungsraumprogramme (in den Städten Berlin, Dresden, Hamburg, Karlsruhe, Leipzig, München, Nürnberg und Saarbrücken) und der 28 übrigen lokalen TV-Anbieter getrennt ausgewertet, da sich deren wirtschaftliche Lage deutlich voneinander unterscheidet.

Während die Gruppe der Ballungsraumsender im Durchschnitt nur auf einen Kostendeckungsgrad von 48 vH kam und damit das schlechteste wirtschaftliche Ergebnis erzielte, konnten die übrigen Veranstalter von Lokal-TV-Programmen

ihre Aufwendungen zu 93 vH durch Erträge decken. Einer der Gründe für diesen Unterschied liegt auf der Kostenseite. Die Ballungsraumprogramme, die überwiegend als regionale 24-Stunden-Angebote konzipiert sind, waren mit durchschnittlich 12 Mill. DM mehr als siebenmal so teuer wie der Durchschnitt der Lokal-TV-Programme, deren Sendedauer zwischen einer halben Stunde und mehreren Stunden am Tag liegt.

Die wesentlichen Ursachen für die unterschiedliche wirtschaftliche Lage beider Gruppen von TV-Anbietern sind jedoch auf der Ertragsseite zu suchen. Zum einen ist es 1996 den Ballungsraumsendern nicht gelungen, in nennenswertem Umfang Werbeerträge aus überregionaler Werbung zu akquirieren (zusammen 11 Mill. DM). Die überwiegend regionalen Werbeerträge (von 37 Mill. DM) deckten nur ein Viertel ihrer Gesamtaufwendungen. Voraussetzung für mehr überregionale Werbeeinnahmen sind entsprechend hohe Zuschauermarktanteile während des gesamten Tages. Dabei sind aber die Wettbewerbsmöglichkeiten aus finanziellen Gründen stark eingeschränkt. Obwohl die Ballungsraumsender im Durchschnitt nur 40 vH ihres Programmes täglich neu produzieren, konnten sie mit 70 DM je Minute im Durchschnitt nur geringfügig mehr in ihre Erstsendungen investieren, als die Anbieter von kleineren Lokalprogrammen.

Allerdings haben sich auch die Lokalanbieter 1996 nur zu 42 vH aus überwiegend regionalen und lokalen Werbeerträgen finanziert. Ein erheblicher Finanzierungsbeitrag kam durch Fördermaßnahmen bzw. besondere Finanzierungsregelungen in den Bundesländern Bayern und Sachsen zustande, in denen die Mehrzahl dieses Anbietertyps ihre Programme ausstrahlt. Hierzu zählen zum einen Zusatzgebühren für Kabelnutzer (Bayern) und zum anderen Abgaben von bundesweiten Anbietern mit terrestrischer Ausstrahlung (Bayern und Sachsen), die den jeweiligen Lokalanbietern zufließen und dabei den Aufwand zu durchschnittlich 38 vH deckten. In Bayern erreichte diese Anbietergruppe hierdurch sogar einen positiven Kostendeckungsgrad von 104 vH.

4.4 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks

4.4.1 Gewinnsituation bei unterschiedlichen Anbietertypen

Die Angaben der privaten Hörfunkanbieter zu ihren Erträgen und Aufwendungen im Jahr 1996 wurden ebenfalls für unterschiedliche Anbietertypen ausgewertet (Tabelle 4.5):

- für die 10 Veranstalter von Programmen mit bundesweiter Verbreitung,
- für die 26 Veranstalter landesweit verbreiteter Programme, einschließlich Mantelprogramme und dreier regionaler Veranstalter in Baden-Württemberg,
- für die 138 Veranstalter von Programmen mit lokaler Verbreitung in den Stadtstaaten und den Flächenstaaten Baden-Württemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen und Sachsen.

Weitaus am profitabelsten wirtschaftete die Gruppe der landesweiten Anbieter. Sie erreichte 1996 einen Kostendeckungsgrad von 125 vH, obwohl sie mit durchschnittlich 17,2 Mill. DM je Programm die vergleichsweise höchsten Kosten hatte. Lediglich 6 Anbieter dieses Typs waren in der Verlustzone. Erträgen von 557 Mill. DM

	Hörfunk insg.		Anbietertypen				Anteile der einzelnen Anbietertypen			
	Beträge		bundesweit		landesweit ¹⁾		bundesweit		landesweit ¹⁾	lokal
	Mill. DM	vH	Mill. DM	landesweit ¹⁾	lokal	insgesamt	Anteile in vH			
Gewinne (Verluste)	102	-	-16	110	8	100	-16	108	8	
Erträge	1069	100	52	557	461	100	5	52	43	
Werbepots insg.	900	84	16	494	390	100	2	55	43	
davon:										
überregionale Werbung	504	47	14	335	155	100	3	67	31	
regionale Werbung	396	37	2	159	236	100	0	40	60	
Sponsoring/Teleshopping	76	7	5	21	49	100	7	28	65	
Auftragproduktionen für Dritte	12	1	0	10	2	100	2	83	14	
Fördermaßnahmen	5	0	1	1	4	100	16	10	76	
Sonstige Erträge	76	7	29	41	16	100	38	41	21	
Aufwand	967	100	68	447	453	100	7	46	47	
Personalkosten	295	31	16	130	150	100	5	44	51	
Verütungen	89	9	5	36	49	100	6	40	55	
Sachkosten	508	53	43	248	218	100	8	49	43	
Abschreibungen/Steuern	74	8	4	34	36	100	5	46	49	
Investitionen	57	100	3	31	23	100	5	55	41	
Sachanlagen	54	93	3	30	21	100	5	57	38	
Bauten	4	7	0	1	3	100	0	26	73	
Kostendeckungsgrad (vH)	111	-	76	125	102	-	-	-	-	
davon:										
unter 80 vH	41			Anzahl						
80 bis 99 vH	37		1	3	33					
100 bis 119 vH	57		2	8	47					
über 120 vH	39		0	11	28					
Zahl der Programme	174	-	10	26	138	-	-	-	-	
Sendestunden im Jahr	1393840	-	64252	212160	1117428	-	-	-	-	
darunter: Eigenproduktionen	941417	-	63840	202856	674720	-	-	-	-	
Erträge je Programm	6,1	-	5,2	21,4	3,3	-	-	-	-	
Aufwand je Programm	5,6	-	6,8	17,2	3,3	-	-	-	-	
Aufwand je Sendeminute	12	-	18	DM35	35	-	-	-	-	
Aufwand je Min. Eigenproduktion	17	-	18	37	11	-	-	-	-	
(1) Einschließlich Regionalsender in Baden-Württemberg.										
Quelle: AKM-Umfrage.									DIW 98	

Tabelle 4.5: Wirtschaftliche Situation des privaten Hörfunks 1996 nach Veranstaltertypen

standen Aufwendungen von 447 Mill. DM gegenüber. Die Programme wurden nahezu vollständig selbst produziert, der Anteil der gekauften Programmteile und Programmübernahmen lag unter 5 vH. Je eigenproduzierter Minute wurden im Durchschnitt 37 DM aufgewendet. Überraschend hoch war der Anteil der regionalen Werbeerträge, die immerhin 32 vH der gesamten Werbeerträge dieses Veranstaltertyps ausmachten. Werbung hatte wiederum einen Anteil von 88 vH an den Gesamterträgen.

Auch die Einnahmen der 138 Anbieter lokaler Hörfunkprogramme waren mit 461 Mill. DM insgesamt höher als die Kosten von 453 Mill. DM. Der Kostendeckungsgrad dieser Gruppe lag damit 1996 bei 102 vH. Allerdings waren fast die Hälfte der Lokalanbieter in der Verlustzone. Von den übrigen mußte ein großer Teil aus seinen Überschüssen noch Verlustvorträge aus der Startphase des lokalen Hörfunks abtragen. Diese betragen Ende 1996 rund 225 Mill. DM. Für die lokalen Hörfunkanbieter hatten die Erträge aus lokaler Werbung naturgemäß die größte Bedeutung. Immerhin knapp 40 vH der Werbeerträge entfielen 1996 aber auch auf überregionale Werbung. Je Programm wurden im Durchschnitt 3,3 Mill. DM aufgewendet. Der Anteil der Programmübernahmen war mit rund 40 vH relativ hoch. Pro eigenproduzierte Minute wurden durchschnittlich 11 DM aufgewendet. Dies sind rund 30 vH des Aufwandes der landesweiten Anbieter.

Die Gruppe der 10 bundesweiten Hörfunkanbieter konnte ihre Kosten 1996 insgesamt nur zu 76 vH decken. Sie ist allerdings am heterogensten und umfaßt neben Spartenmusikanbietern zwei sog. Einkaufsradios, die spezielle Programme für Verbrauchermärkte und Filialisten anbieten. Insgesamt waren 8 der 10 Anbieter in der Verlustzone. Ein grundsätzliches Problem aller Anbieter von bundesweiten Radioprogrammen ist dabei, daß ein großer Teil der Kabel- und Satellitenhaushalte auf diesem Übertragungsweg lediglich Fernsehprogramme empfängt und die technischen Möglichkeiten zum Empfang zusätzlicher Radioprogramme nur zum Teil nutzt. Am erfolgreichsten sind deshalb Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme, die zusätzlich über terrestrische Verbreitungsmöglichkeiten verfügen.

Auf Basis der Anbieterangaben können Programm- und Kostenstruktur von landesweiten und lokalen Programmen detaillierter aufgeschlüsselt werden (Tabelle 4.6). Für die heterogene Gruppe der bundesweiten Anbieter erschien dies nicht sinnvoll.

	Landesweite ¹⁾		Lokale	
	Mill. DM	vH	Mill. DM	vH
Gesamtaufwand	446	100	453	100
Personalkosten	130	29,1	150	33,1
Vergütungen	36	8,0	49	10,8
Sachkosten insg.	247	55,3	218	48,1
davon:				
Programmkäufe	2	0,5	4	0,9
Verwertungsgesellschaften	53	11,9	35	7,7
Kosten der technischen Programmverbreitung	46	10,3	19	4,2
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	145	32,6	160	35,3
Abschreibungen/Steuern	34	7,6	36	8,0

(1) Einschließlich Regionalsender in Baden-Württemberg.
Quelle: AKM-Umfrage. DIW 98

Tabelle 4.6: Kostenstruktur der privaten Hörfunkprogramme 1996

	Landesweite ¹⁾		Lokale	
	Stunden	vH	Stunden	vH
Programmstunden insg.	21260	100	1117428	100
<i>davon:</i>				
Musik	148510	70	786409	70
Wort	47561	22	236042	21
Werbung	16089	8	94976	9
<i>darunter:</i>				
Eigenproduktion	202856	96	674720	60
(1) Einschließlich Regionalsender in Baden-Württemberg.				
Quelle: AKM-Umfrage.				DIW 98

Tabelle 4.7: Programmstruktur der privaten Hörfunkprogramme 1996

Bei den Kostenstrukturen fällt zum einen der höhere Kostenanteil auf, den Lokalanbieter für ihre festen und sonstigen Mitarbeiter aufwenden. Zusammen waren dies 1996 über 43 vH des Gesamtaufwandes, bei den landesweiten Anbietern dagegen nur 37 vH. Für letztere hatten insbesondere die Kosten der technischen Verbreitung und die Ausgaben für Verwertungsgesellschaften mit 11 vH bzw. 12 vH des Gesamtaufwandes ein deutlich höheres Gewicht als bei den Lokalanbietern. Dort lagen die entsprechenden Anteile nur bei 4 vH bzw. 8 vH.

Der Werbeanteil am Gesamtprogramm war mit 8 vH bzw. 9 vH bei beiden Anbietertypen gleich. Unterschiede in der Programmstruktur gab es außer beim Anteil der Programmübernahmen so gut wie nicht. Der Musikanteil lag bei den landesweiten Anbietern und bei den Lokalanbietern jeweils bei etwa 70 vH (Tabelle 4.7).

4.4.2 Wirtschaftliche Lage der Lokalanbieter in verschiedenen Regionen

Wie bereits dargestellt, weicht die wirtschaftliche Lage einzelner Veranstalter deutlich von den Durchschnittswerten der einzelnen Anbietertypen ab. Bei den lokalen Hörfunkanbietern lassen sich zudem deutliche regionale Unterschiede feststellen (Tabelle 4.8):

- In den Stadtstaaten wurde je Programm im Durchschnitt 9,8 Mill. DM (Berlin) bzw. 6,8 Mill. DM (Bremen und Hamburg) aufgewendet und damit ein Mehrfaches der durchschnittlichen Aufwendungen in den vier Flächenstaaten mit Lokalanbietern. Ein Grund für dieses höhere Kostenniveau ist der vergleichsweise leichtere Zugang zu überregionalen Werbegeldern. Deren Anteil an den Gesamterträgen lag 1996 in Berlin bei über 85 vH, in Hamburg und Bremen über 45 vH. Hingegen stammten in Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen zwischen 55 und 75 vH der Erträge aus der regionalen Werbung. Auffällig sind dabei die Unterschiede im Kostendeckungsgrad zwischen Berlin

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württemberg	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin	Bremen Hamburg
Gewinne (Verluste)	-6	10	Mill.DM		-1	9
Erträge	47	129	138	16	87	43
Werbespots insg.	40	102	117	14	78	38
davon:						
überregionale Werbung	14	27	43	2	49	20
regionale Werbung	26	75	74	12	30	19
Sponsoring	4	17	20	2	6	1
Auftragsproduktionen für Dritte	0	1	0	0	0	0
Fördermaßnahmen	1	2	0	0	0	0
Sonstige Erträge	1	8	1	1	2	3
Aufwand	53	119	145	14	88	34
Personalkosten	19	43	46	3	28	11
Vergütungen	6	16	12	2	10	3
Sachkosten	26	52	78	8	38	16
Abschreibungen/Steuern	3	8	9	1	13	3
Kostendeckungsgrad (vH)	88	108	vH		99	127
davon:						
unter 80 vH	4	8	12	0	4	2
80 bis 99 vH	7	11	11	1	2	1
100 bis 119 vH	4	21	16	4	1	1
über 120 vH	0	14	6	4	3	1
Zahl der Programme	15	54	Anzahl		9	5
			45		9	
Sendestunden im Jahr	Stunden					
davon: Eigenproduktion	150696	389794	391120	78624	77448	36218
	128354	308562	112694	31450	76924	34209
Erträge je Programm	Mill.DM					
	3,1	2,4	3,1	1,8	9,7	8,6
Aufwand je Programm	3,5	2,2	3,2	1,5	9,8	6,8
	DM					
Aufwand je Sendeminute	6	5	6	3	19	16
Aufwand je Min. Eigenprod.	7	6	21	7	19	16
<i>Quelle: AKM-Umfrage.</i>						DIW 98

Tabelle 4.8: Erträge und Aufwendungen im lokalen Hörfunk 1996

und den beiden anderen Stadtstaaten Bremen und Hamburg. Während hier die Hörfunkanbieter mit einem Kostendeckungsgrad von 127 vH sogar mehr als den Durchschnittswert der landesweiten Programme erreichten, führte der starke Konkurrenzdruck in Berlin dazu, daß die Gesamterträge insgesamt knapp unter den Gesamtaufwendungen lagen.

- Die Kostendeckungsgrade der lokalen Hörfunkanbieter in Bayern, Nordrhein-Westfalen und Sachsen unterschieden sich 1996 ebenfalls stark. Sie lagen zwischen 88 vH (Baden-Württemberg) und 118 vH (Sachsen). Dabei gab es auch große Unterschiede im durchschnittlichen Aufwand je Programm. In Nordrhein-Westfalen wurde mit etwa 3,5 Mill. DM im Jahr mehr als doppelt so viel aus-

gegeben wie in Sachsen. In Baden-Württemberg war der Aufwand je Programm mit durchschnittlich 3,6 Mill. DM sogar noch höher. Es fällt auf, daß in diesen beiden Ländern mit den höchsten durchschnittlichen Aufwendungen die wirtschaftliche Lage der lokalen Anbieter 1996 am schlechtesten war.

5 Beschäftigte und wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

5.1 Datengrundlagen

Wie bereits in Abschnitt 2 der Studie deutlich wurde, hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Hinblick auf die Beschäftigung und die Einkommensentstehung innerhalb der deutschen Rundfunkwirtschaft weiterhin eine dominierende Stellung. Eine detailliertere Betrachtung der Beschäftigten-, Ertrags- und Aufwandsstruktur der 15 öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter ist deshalb für ein geschlossenes Gesamtbild der Branche unerlässlich.

Die Datenbasis ist für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk deutlich breiter als für den privaten Rundfunk. Zwar liefert die amtliche Statistik auch für die Rundfunkanstalten nicht mehr Daten als für die privaten Veranstalter. Die Rundfunkanstalten selbst berichten in ihren Geschäftsberichten und Jahrbüchern jedoch regelmäßig und ausführlich. Darüber hinaus werden im Rahmen der Arbeit der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) kontinuierlich Beschäftigten- und Wirtschaftsdaten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks veröffentlicht.

Diese vorliegenden Informationen erlauben allerdings keinen unmittelbaren Vergleich mit den Daten, die im Rahmen dieser Studie für den privaten Rundfunk erhoben wurden. Wie im Vorjahr hat das Hans-Bredow-Institut deshalb die veröffentlichten Daten entsprechend aufbereitet und versucht, die existierenden Datenlücken durch direkte Befragung der öffentlich-rechtlichen Anbieter zu schließen. Dies betraf insbesondere

- zusätzliche Informationen zur Struktur der Beschäftigten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie
- die Aufgliederung eines Teils der Ertrags- und Aufwandsdaten nach Fernseh- und Hörfunkaktivitäten.

Bei einem Vergleich dieser Daten mit denen des privaten Rundfunks ist allerdings folgendes zu berücksichtigen:

- Da bei verschiedenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Personalverwaltungs- und Kostenrechnungssysteme nicht strikt zwischen Fernseh- und Hörfunkaktivitäten trennen, basiert diese Aufteilung zu einem erheblichen Teil auf Schätzungen des DIW. Hierbei wurden die Aufteilungsschlüssel, verwendet, die das Hans-Bredow-Institut im Vorjahr durch Befragung von Fachleuten aus den ARD-Anstalten ermittelt hatte.
- Das betriebswirtschaftliche Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist – seinem gesetzlichen Auftrag entsprechend – nicht das der Gewinnerzielung. Überschüsse oder Defizite eines Jahres dürften deshalb auch nicht als Ausdruck einer erfolg-

reichen oder weniger erfolgreichen Wirtschaftstätigkeit betrachtet werden – zumal sie immer nur Momentaufnahmen darstellen, die stark vom Zeitpunkt innerhalb einer Gebührenperiode abhängen.

- Schließlich ist zu berücksichtigen, daß die Personalaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht allein auf die aktuellen Beschäftigtenzahlen bezogen werden dürfen, da sie in einem erheblichen Umfang Betriebsrenten an ehemalige Mitarbeiter enthalten.

Trotz dieser Einschränkungen ermöglichen die ermittelten Daten zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen detaillierten Vergleich mit den Beschäftigten-, Ertrags- und Aufwandsstrukturen des privaten Rundfunks. Wie im Vorjahr gilt dies nicht nur für einen Vergleich beider Teilbereiche des dualen Rundfunksystems, sondern auch für eine Gegenüberstellung der beiden Medien Fernsehen und Hörfunk.

5.2 Beschäftigungsumfang und Beschäftigtenstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ende September 1997 waren bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten rund 29.800 feste Mitarbeiter beschäftigt und damit nahezu dreimal soviel wie bei den privaten Rundfunkveranstaltern. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk war allerdings auch 1997 aus finanziellen Gründen gezwungen Personal abzubauen. Im Vergleich zum Jahresende 1996 ging die Erwerbstätigenzahl um über 300 zurück (Tabelle 5.1).

Daten zur Zahl der sonstigen Mitarbeiter im öffentlich-rechtlichen Rundfunk im September 1997 konnten nur von 9 der 15 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten genannt werden. Es wurde unterstellt, daß der sich in diesen Anstalten abzeichnende Rückgang repräsentativ für den gesamten Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist. Danach ist die Gesamtzahl der sonstigen Mitarbeiter im Verlauf des Jahres 1997 um rund 6 vH auf knapp 13.000 zurückgegangen.

Die Zuordnung zur Gruppe der sonstigen freien Mitarbeiter erfolgte dabei nach dem gleichen Konzept wie beim privaten Rundfunk, d. h. erfragt wurden die sonstigen freien Mitarbeiter in einer durchschnittlichen Woche. Insgesamt war die Zahl mehr als doppelt so hoch wie im privaten Rundfunk. Bei den Praktikanten (Ende 1996 waren knapp 2.380 beschäftigt) betrug die Relation öffentlich-rechtlich zu privat 2,8 : 1 und bei den sog. festen Freien (10.000 Beschäftigte) 4,5 : 1.

Im Hinblick auf die Struktur der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks können für Ende 1996 folgende Unterschiede zum privaten Rundfunk festgestellt werden:

- Der Frauenanteil entsprach mit 43 vH zwar in etwa dem Durchschnitt aller Erwerbstätigen, lag jedoch unter dem Frauenanteil des privaten Rundfunks (48 vH).
- Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten war mit 90 vH sowohl höher als in der Gesamtwirtschaft (88 vH) als auch im privaten Rundfunk (83 vH).
- Der Anteil der Auszubildenden betrug mit 2 vH nur ein Drittel des Anteils im privaten Rundfunk.
- Am deutlichsten sichtbar werden die Strukturunterschiede zum privaten Rundfunk vor allem, wenn man die einzelnen Haupttätigkeitsfelder betrachtet: Der Bereich

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Beschäftigte	Struktur		
Erwerbstätige Sept., 1997	Anzahl 29786	vH -	Anzahl 17258 12528	
Erwerbstätige Ende 1996	30093	100	17413	12680
weiblich	12931	43	7308	5623
männlich	17162	57	10105	7057
Vollzeitbeschäftigte	26988	90	15726	11262
Teilzeitbeschäftigte	2368	8	1300	1068
Auszubildende	737	2	388	349
Organisation/Verwaltung	5139	17	2610	2529
Verkauf/Marketing	37	0	23	14
Produktion/Technik	11786	39	7415	4371
Programm	13131	44	7365	5766
Sonst. Mitarbeiter Sept. 1997	12988	-	6311	6677
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	13787	100	6699	7088
Praktikanten	2354	17	1487	867
Feste freie Mitarbeiter	9969	72	4462	5507
Sonstige freie Mitarbeiter	1464	11	751	713
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	42774	-	23569	19205
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	43880	100	24112	19768
Führungskräfte Ende 1996	2024	100	1106	918
weiblich	297	15	158	139
männlich	1727	85	948	779
Organisation/Verwaltung	353	17	187	166
Verkauf/Marketing	3	0	2	1
Produktion/Technik	412	20	221	191
Programm	1256	62	696	560
<i>Quellen:</i> Hans-Bredow-Institut; Schätzungen des DIW.				DIW 98

Tabelle 5.1: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1996/1997

Werbung/Marketing spielt für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk naturgemäß kaum eine Rolle.⁹ Klammert man dieses Tätigkeitsfeld aus, so zeigt sich der vergleichsweise hohe Eigenproduktionsanteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie der Besitz eigener terrestrischer Sendernetze im größeren Gewicht des Tätigkeitsfeldes Produktion/Technik. In ihm waren Ende 1996 fast 40 vH der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tätig, im privaten Rundfunk waren es dagegen nur 14 vH. Auch im Tätigkeitsfeld Organisation/Verwaltung beschäftigte der öffentlich-rechtliche Rundfunk vergleichsweise mehr Mitarbeiter: 17 vH im Vergleich zu 14 vH bei den privaten Anbietern.

9 Die ARD-Werbegesellschaften gehörten nicht zum Adressatenkreis der Befragung.

- Mit rund 2.000 Führungskräften lag deren Anteil an allen festen Mitarbeitern bei 7 vH und damit deutlich niedriger als im privaten Rundfunk (12 vH). Der Frauenanteil innerhalb der Führungskräfte betrug lediglich 15 vH während er beim privaten Rundfunk 25 vH erreichte.

Von den 15 öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen veranstalten 12 sowohl Fernseh- als auch Hörfunkprogramme. Insbesondere im Bereich Organisation/Verwaltung ist dabei eine eindeutige Zuordnung zu einem der beiden Medien nur schwer möglich. Nicht eindeutig zuordenbare Mitarbeiter wurden deshalb proportional zu den übrigen Mitarbeitern aufgeteilt. Danach waren 58 vH aller festen Mitarbeiter der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Ende 1996 vorwiegend mit der Produktion und der Verbreitung von Fernsehprogrammen beschäftigt. Diese Verteilung entspricht damit fast der des privaten Rundfunks, bei dem die TV-Anstalten einen Erwerbstätigenanteil von 61 vH hatten.

Auch in zwei anderen Bereichen gibt es Parallelen. So lag der Anteil der Erwerbstätigen, die dem Fernsehen zuzuordnen sind, mit 58 vH deutlich über dem Anteil der sonstigen Mitarbeiter, der 49 vH betragen hat. Dies war auch im privaten Rundfunk der Fall. Ebenso überwogen innerhalb des Tätigkeitsfeldes Produktion/Technik die Mitarbeiter des Fernsehens deutlich. Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk lag das Verhältnis Fernsehen zu Hörfunk in diesem Arbeitsfeld allerdings Ende 1996 nur bei 1,7 : 1, während es im privaten Rundfunk zum gleichen Zeitpunkt bei 4,5 : 1 gelegen hat.

5.3 Ertrags- und Aufwandsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die betrieblichen Aufwendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben 1996 rund 780 Mill. DM über den betrieblichen Erträgen gelegen. Das so entstandene Defizit war ein Resultat nur geringfügig wachsender Gebühren- und Werbeerträge bei steigenden Personal- und Sachkosten. Es hat einerseits zum Personalabbau in den Jahren 1996 und 1997 beigetragen, und andererseits zu dem Beschluß der Ministerpräsidenten über die Erhöhung der Rundfunkgebühren ab Anfang 1997 geführt.

Mit rund 9,0 Mrd. DM stammten drei Viertel der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Rundfunkgebühren. Weitere 665 Mill. DM bzw. 5 vH wurden aus dem Bundeshaushalt gezahlt und dienten der Finanzierung der Deutschen Welle (Tabelle 5.2).

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unterliegen starken Restriktionen im Hinblick auf ihre Werbemöglichkeiten. Der Ertragsanteil der Einnahmen aus Werbespots hat deshalb nach Abzug der Kosten der ARD-Werbetöchter nur knapp 6 vH betragen. Mit 720 Mill. DM wurden von ARD und ZDF lediglich knapp ein Zehntel der Werbespoterträge des privaten Rundfunks erzielt, obwohl ihre Zuschauer- und Höreranteile deutlich höher lagen. Zusätzliche Einnahmen aus Sponsoring in einer Höhe von rund 60 Mill. DM hatten innerhalb der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nur ein untergeordnetes Gewicht.

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen	Hörfunk
	Aufwand/Ertrag	Struktur	(geschätzt)	(geschätzt)
	Mill. DM	vH	Mill. DM	
Gewinne (Verluste)	-746	-	-381	-365
Erträge	12191	100	8098	4093
Werbung ¹⁾	721	6	595	126
Rundfunkgebühren	9045	74	5566	3479
Auftragsproduktionen für Dritte	260	2	240	20
Zuwendungen	666	5	338	328
Sonstige Erträge	1499	12	1359	140
Aufwand	12937	100	8479	4458
Personalkosten	4372	34	2544	1828
Vergütungen	1071	8	568	503
Sachkosten	6666	52	4855	1811
Abschreibungen	661	5	355	306
Indirekte Steuern	167	1	157	10
Investitionen	834	100	550	284
Sachanlagen	583	70	427	156
Bauten	251	30	123	128
Zahl der Programme	-	-	Anzahl	
			13	62
Sendestunden im Jahr	-	-	Stunden	
			90482	512252
Aufwand je Programm	-	-	Mill. DM	
			652	72
Aufwand je Sendeminute	-	-	DM	
			1562	145

¹⁾ ARD: Nettowerbeumsätze abzüglich Aufwand der Werbetöchter.
Quellen: Hans-Bredow-Institut; Schätzungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 5.2: Wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1996

Einnahmen aus Auftragsproduktion spielen wie im privaten Rundfunk kaum eine Rolle. Die 11 Rundfunkanstalten, von denen hierüber genauere Angaben vorliegen, erzielten damit Erträge von rund 260 Mill. DM.

Für ihre 13 TV-Vollprogramme, 9 Regionalfenster und 68 Hörfunkprogramme wendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 1996 insgesamt 12,9 Mrd. DM auf. Davon wurden für Löhne, Gehälter und Sozialversicherungsbeiträge der festen Mitarbeiter 3,4 Mrd. ausgegeben, weitere 1,0 Mrd. DM für zusätzliche Sozialleistungen (fast ausschließlich für betriebliche Zusatzrenten). Rechnet man außerdem die 1,1 Mrd. DM für die Vergütungen der freien Mitarbeiter und des selbständigen künstlerischen und technischen Personals ein, so bestanden 42 vH der Gesamtaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Personalausgaben. Beim privaten Rundfunk lag der Anteil hingegen bei lediglich 12 vH.

	Stunden	Anteile in vH
Sendestunden	91673	100
<i>darunter:</i>		
Werbespots, Sponsoreinblendungen	1191	1,3
Programmstunden	90482	100
<i>davon:</i>		
Fiction-Programme	12671	14,0
Musikprogramme	1466	1,6
Sonst. Unterhaltungsprogramme	12316	13,6
Sportprogramme	4234	4,7
Informationsprogramme	50000	55,3
Nicht zuordenbare Programme	9796	10,8
<i>darunter:</i>		
Erstsendungen	54566	60,3
<i>Quelle:</i> Hans-Bredow-Institut.		DIW 98

Tabelle 5.3: Programmstruktur der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme 1996

Hierfür gibt es insbesondere zwei Ursachen

- der höhere Eigenproduktionsanteil im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und
 - ein hoher Anteil personalintensiver Programmelemente (Tabellen 5.3 und 5.4).
- Der erste Punkt wird außer am hohen Personalaufwand auch an den vergleichsweise hohen Abschreibungen sichtbar, die 1996 rund 5 vH der Gesamtaufwendungen betragen haben und damit eineinhalbmal so hoch wie im privaten Rundfunk waren. Hinsichtlich der Programmstrukturen gab es sowohl beim Fernsehen als auch beim Hörfunk große Unterschiede zum privaten Rundfunk. Der Anteil der Informationssendungen lag 1996 in den öffentlich-rechtlichen TV-Programmen über 55 vH, bei den bundesweit verbreiteten privaten TV-Programmen hat er im gleichen Zeitraum nur rund 22 vH betragen. Legt man das Kategoriensystem der öffentlich-rechtlichen Anstalten zugrunde, so war im Hörfunk der Anteil der Wortsendungen am Gesamtangebot aller öffentlich-rechtlichen Programme mit 39 vH ebenfalls deutlich höher als bei landesweiten und lokalen Privatprogrammen (20 vH). Ein exakter Vergleich ist allerdings nicht möglich, da es bislang keine allgemein akzeptierte Definition für Wort- bzw. Musikanteile gibt.

Einen weiteren auffälligen Unterschied gab es bei den Kosten der Programmverbreitung. Mit etwa 0,9 Mrd. DM gaben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für Telekommunikationsdienstleistungen mehr als doppelt soviel aus wie die privaten Veranstalter, wobei noch zusätzlich zu berücksichtigen ist, daß die ARD eigene Rundfunksender betreibt.

Im Rahmen dieser Studie wurden nicht nur die Beschäftigten, sondern – soweit möglich – auch die Erträge und Aufwendungen den beiden Medien Fernsehen und Hörfunk zugeordnet. Nicht eindeutig zuordenbare Finanzpositionen wurden dabei in der Regel im gleichen Verhältnis wie die zuordenbaren Werte aufgeteilt. Auch wenn es hierdurch im einen oder anderen Fall zu Ungenauigkeiten gekommen ist, lassen sich doch mindestens folgende Feststellungen treffen:

	Stunden	Anteile in vH
Sendestunden	512252	100
<i>davon:</i>		
Wort	200400	39,1
Musik	307516	60,0
Werbung	4335	0,8
<i>Quelle: Hans-Bredow-Institut.</i>		DIW 98

Tabelle 5.4: Programmstruktur der öffentl.-rechtl. Hörfunkprogramme 1996

- Das Defizit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten entstand 1996 jeweils etwa zur Hälfte im Hörfunk- und Fernsehbereich.
- Wie im privaten Rundfunk war der Personalkostenblock (einschließlich der Vergütungen) im Fernsehen mit 37 vH deutlich niedriger als im Hörfunk mit 52 vH.
- Im Vergleich zu den bundesweiten privaten TV-Programmen war der durchschnittliche Aufwand je öffentlich-rechtlichem TV-Vollprogramm mit etwa 650 Mill. DM um rund 90 vH höher. Dagegen hat das Kostenniveau, gemessen am durchschnittlichen Aufwand von 1.560 DM je Sendeminute, nur noch knapp 8 vH über dem der privaten bundesweiten Programme gelegen.
- Verglichen mit dem durchschnittlichen Aufwand der landesweiten privaten Hörfunkprogramme gab der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit über 60 Mill. DM je Programm sogar das dreieinhalbfache der privaten Anbieter aus. Dies gilt auch für den durchschnittlichen Aufwand je Hörfunk-Sendeminute, der 1996 eine Höhe von 145 DM erreicht hatte.

6 Veränderung gegenüber den Vorjahren

6.1 Datengrundlagen

Der größte Teil der im Rahmen dieser Studie erhobenen Daten zur deutschen Rundfunkwirtschaft ist direkt mit den Ergebnissen der im Vorjahr durchgeführten Erhebung für die DLM vergleichbar, d. h. es ist eine Gegenüberstellung nahezu aller Beschäftigtendaten für Ende 1996 und Ende 1995 sowie eine Gegenüberstellung der Wirtschaftsdaten für die Jahre 1996 und 1995 möglich. Auf zwei Ausnahmen ist jedoch hinzuweisen:

- Die Definition der sonstigen freien Mitarbeiter wurde, wie bereits im Abschnitt 3 erläutert, modifiziert.
- Die Zuordnung der drei regionalen Hörfunkanbieter in Baden-Württemberg wurde geändert. Statt zur Gruppe der lokalen Anbieter wurden sie diesmal zur Gruppe der landesweiten Anbieter gerechnet.

Im folgenden sind diese beiden neuen Abgrenzungen durch entsprechende Bereinigungen der Daten aus dem Vorjahr bereits berücksichtigt worden.

Bei den Wirtschaftsdaten kann darüber hinaus auf eine Studie der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) zurückgegriffen werden, in der vergleichbare Kennziffern für das Geschäftsjahr 1993 erhoben worden waren.¹⁰ In dieser Studie wurden Aufwand und Erträge jedoch weniger stark differenziert und lediglich Werbeerträge und Personalaufwendungen (einschließlich der Vergütungen für sonstige Mitarbeiter) getrennt erfragt. Im folgenden Zeitvergleich ist für diese Kennziffern die Entwicklung seit 1993 mitberücksichtigt.

6.2 Beschäftigungsentwicklung im Jahr 1996

- a) Vergleich von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk

Beim Vergleich der Beschäftigtendaten von Ende 1995 und Ende 1996 wird deutlich, daß die bereits beschriebenen Beschäftigtentrends des Jahres 1997 in den meisten Fällen eine Fortsetzung der Beschäftigtenentwicklung im Jahr 1996 sind (Tabelle 6.1):

Dies gilt insbesondere für die festen Mitarbeiter. Einem Abbau der Erwerbstätigkeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk von minus 0,6 vH im Verlauf des Jahres

¹⁰ Vgl. Hörfunk und Fernsehen als Wirtschaftsfaktor, München 1995 (BLM-Schriftenreihe, Band 31).

	Ende 1995	Ende 1996	Sept. 1997	1996/1995	1997/1995	1997/1996
Rundfunk insgesamt						
Erwerbstätige	39.262	Anzahl 39.664	39.781	1,0	vH 1,3	0,3
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	37.941	38.330	-	1,0		
Auszubildende	1.321	1.334	-	1,0		
Sonst. Mitarbeiter	20.938	20.518	19.266	-2,0	-8,0	-6,1
Praktikanten	3.132	3.188	-	1,8		
Feste freie Mitarbeiter	11.158	12.827	-	15,0		
Sonstige freie Mitarbeiter	6.648	4.503	-	-32,3		
Gesamtbeschäftigung	60.200	60.182	59.047	0,0	-1,9	-1,9
Privater Rundfunk						
Erwerbstätige	8.984	Anzahl 9.571	9.995	6,5	vH 11,3	4,4
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	-	6,4		
Auszubildende	553	597	-	8,0		
Sonst. Mitarbeiter	7.573	6.732	6.278	-11,1	-17,1	-6,7
Praktikanten	753	835	-	10,9		
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	-	27,9		
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	-	-33,7		
Gesamtbeschäftigung	16.557	16.303	16.273	-1,5	-1,7	-0,2
Öffentlich-rechtliche						
Erwerbstätige	30.278	Anzahl 30.093	29.786	-0,6	vH -1,6	-1,0
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	29.510	29.356	-	-0,5		
Auszubildende	768	737	-	-4,0		
Sonst. Mitarbeiter	13.365	13.787	12.988	3,2	-2,8	-5,8
Praktikanten	2.379	2.354	-	-1,1		
Feste freie Mitarbeiter	8.923	9.969	-	11,7		
Sonstige freie Mitarbeiter	2.063	1.464	-	-29,0		
Gesamtbeschäftigung	43.643	43.880	42.774	0,5	-2,0	-2,5
<i>Quellen: AKM- und DIW-Umfragen; Hans-Bredow-Institut; Berechnungen des DIW.</i>						DIW 98

Tabelle 6.1: Veränderung der Beschäftigung im Rundfunk Ende 1995 bis Sept. 1997

1996 stand ein Anstieg von 6,5 vH im privaten Rundfunk gegenüber. Insgesamt hat sich die Gesamtzahl der festen Mitarbeiter in der deutschen Rundfunkwirtschaft von Ende 1995 bis Ende 1996 geringfügig um 1 vH auf 39.664 erhöht.

Eine deutlich andere Entwicklung gab es im gleichen Zeitraum bei den sonstigen Mitarbeitern. Während diese Beschäftigungsverhältnisse bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten 1996 noch um 3 vH zunahmen, kam es beim privaten Rundfunk zu deutlichen Einschnitten und einem Rückgang um 11 vH. In der gesamten Rundfunkwirtschaft hat die Zahl der sonstigen Mitarbeiter im Jahr 1996 um 2 vH abgenommen.

b) Vergleich von privatem Hörfunk und privatem Fernsehen

Die Beschäftigtenentwicklung hat sich dabei innerhalb des privaten Rundfunks zwischen TV-Anbietern und Hörfunkanbietern deutlich unterschieden (Tabelle 6.2):

- Während die privaten TV-Anbieter im Verlauf des Jahres 1996 die Zahl ihrer festen Mitarbeiter noch um 15 vH erhöhten, bauten die Hörfunkanbieter ihr Personal um 4 vH ab.
- Bei den sonstigen Mitarbeitern war der Gegensatz sogar noch größer. Die Hörfunkanbieter reduzierten diese Beschäftigungsverhältnisse um über ein Viertel, während die TV-Veranstalter die Zahl der sonstigen Mitarbeiter um 11 vH ausdehnten.

	Ende1995	Ende 1996	Sept. 1997	1996/1995	1997/1995	1997/1996
Privater Rundfunk insgesamt						
Erwerbstätige	8.984	Anzahl 9.571	9.995	6,5	vH 11,3	4,4
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	-	6,4		
Auszubildende	553	597	-	8,0		
Sonst. Mitarbeiter	7.573	6.732	6.278	-11,1	-17,1	-6,7
Praktikanten	753	835	-	10,9		
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	-	27,9		
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	-	-33,7		
Gesamtbeschäftigung	16.557	16.303	16.273	-1,5	-1,7	-0,2
Privates Fernsehen						
Erwerbstätige	4.925	Anzahl 5.669	6.058	15,1	vH 23,0	6,9
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	4.713	5.444	-	15,5		
Auszubildende	212	225	-	6,1		
Sonst. Mitarbeiter	2.912	3.245	2.925	11,4	0,5	-9,9
Praktikanten	286	338	-	18,2		
Feste freie Mitarbeiter	1.071	1.539	-	43,7		
Sonstige freie Mitarbeiter	1.555	1.368	-	-12,0		
Gesamtbeschäftigung	7.837	8.914	8.983	13,7	14,6	0,8
Privater Hörfunk						
Erwerbstätige	4.059	Anzahl 3.902	3.937	-3,9	vH -3,0	0,9
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	3.718	3.530	3547	-5,1	-4,6	0,5
Auszubildende	341	372	390	9,1	14,4	4,8
Sonst. Mitarbeiter i	4.661	3.487	3.353	-25,2	-28,1	-3,8
Praktikanten	467	497	476	6,4	1,9	-4,2
Feste freie Mitarbeiter	1.164	1.319	1262	13,3	8,4	-4,3
Sonstige freie Mitarbeiter	3.030	1.671	1615	-44,9	-46,7	-3,4
Gesamtbeschäftigung	8.720	7.389	7.290	-15,3	-16,4	-1,3
<i>Quellen: AKM- und DIW-Umfragen; Berechnungen des DIW.</i>						DIW 98

Tabelle 6.2: Veränderung der Beschäftigung im privaten Rundfunk Ende 1995 bis Sept. 1997

Allerdings nahm die Gruppe der sog. festen Freien 1996 auch im privaten Hörfunk noch zu.

6.3 Veränderung der wirtschaftlichen Lage gegenüber den Vorjahren

Die verhaltene Beschäftigungsentwicklung in der deutschen Rundfunkwirtschaft ist in erster Linie eine Reaktion auf die wirtschaftliche Entwicklung der Rundfunkanbieter im Jahr 1996. Sowohl im öffentlich-rechtlichen Rundfunk als auch im privaten Rundfunk sind die Aufwendungen schneller gestiegen als die Erträge. Ohne die Stagnation der Gesamtbeschäftigung bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und den leichten Abbau im privaten Rundfunk hätte sich diese Schere noch weiter geöffnet (Tabelle 6.3).

Obwohl der öffentlich-rechtliche Rundfunk seine Werbeerträge 1996 gegenüber dem Vorjahr um 7,5 vH steigern konnte, wuchsen seine Gesamterträge nur um 2,4 vH.

	1993	1995	1996	1995/1993	1996/1993	1996/1995
Rundfunk insgesamt						
Gesamtertrag	17745	Mill.DM 19483	21129	9,8	vH 19,1	8,4
<i>darunter:</i> Werbeerträge	5836	7315	8064	25,3	38,2	10,2
Gesamtaufwand	17800	19697	21902	10,7	23,0	11,2
<i>darunter:</i> Personalaufwand/Vergütungen	5734	6934	6555	20,9	14,3	-5,5
Kostendeckungsgrad (vH)	100	99	96	-	-	-
Privater Rundfunk						
Gesamtertrag	5223	Mill.DM 7579	8938	45,1	vH 71,1	17,9
<i>darunter:</i> Werbeerträge	4773	6644	7343	39,2	53,8	10,5
Gesamtaufwand	5897	7571	8965	28,4	52,0	18,4
<i>darunter:</i> Personalaufwand/Vergütungen	795	1039	1112	30,7	39,9	7,0
Kostendeckungsgrad (vH)	89	98	100	-	-	-
Öffentlich-rechtliche						
Gesamtertrag	12522	Mill.DM 11904	12191	-4,9	vH -2,6	2,4
<i>darunter:</i> Werbeerträge	1063	671	721	-36,9	-32,2	7,5
Gesamtaufwand	11903	12126	12937	1,9	8,7	6,7
<i>darunter:</i> Personalaufwand/Vergütungen	4939	5895	5443	19,4	10,2	-7,7
Kostendeckungsgrad (vH)	105	98	94	-	-	-
<i>Quellen:</i> AKM- und DIW-Umfragen; Hans-Bredow-Institut; Berechnungen des DIW.						DIW 98

Tabelle 6.3: Veränderung von Aufwand und Erträgen der Rundfunkveranstalter 1993 bis 1996

Dem standen Aufwandssteigerungen um insgesamt 6,7 vH gegenüber. Im Ergebnis konnten nur noch 94 vH des betrieblichen Aufwands durch Erträge gedeckt werden – ein Rückgang des Kostendeckungsgrades gegenüber 1995 um 4 vH-Punkte.

Die Aufwands- und Ertragsentwicklung lief 1996 beim privaten Rundfunk nicht ganz so stark auseinander. Die Gesamterträge nahmen um 17,9 vH zu, der Gesamtaufwand um 18,4 vH. Wie im Jahr 1995 erreichte damit der private Rundfunk insgesamt ein nahezu ausgeglichenes Betriebsergebnis. Auffällig sind jedoch zwei Entwicklungen:

- Der Zuwachs bei den Werbeerträgen des privaten Rundfunks war mit 10,5 vH deutlich geringer als in den Vorjahren und er lag auch nur noch wenig über den Werbeertragssteigerungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten.
- Das Tempo des Anstiegs der Gesamtaufwendungen beim privaten Rundfunk hat sich dagegen 1996 gegenüber den Vorjahren kaum verringert, obwohl die Ausgabenzuwächse für feste und freie Mitarbeiter deutlich zurückgingen.

c) Vergleich von privatem Hörfunk und privatem Fernsehen

Gegenüber dem Jahr 1995 hat sich sowohl die wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens als auch die des privaten Hörfunks verschlechtert. Während der Kostendeckungsgrad bei den Fernsehanbietern insgesamt nur marginal abnahm, ging er bei den Hörfunkanbietern um 4 vH-Punkte zurück, bei den landesweiten Anbietern sogar um 5 vH-Punkte (Abb. 6.1).

Eine genaue Betrachtung von Aufwand und Erträgen zeigt, daß diese unterschiedliche Entwicklung vor allem auf die geringen Ertragssteigerungen des privaten Hörfunks zurückzuführen ist (Tabelle 6.4). Deren Gesamterträge nahmen 1996 gegenüber dem Vorjahr nur um knapp 2 vH zu, während der Gesamtaufwand im

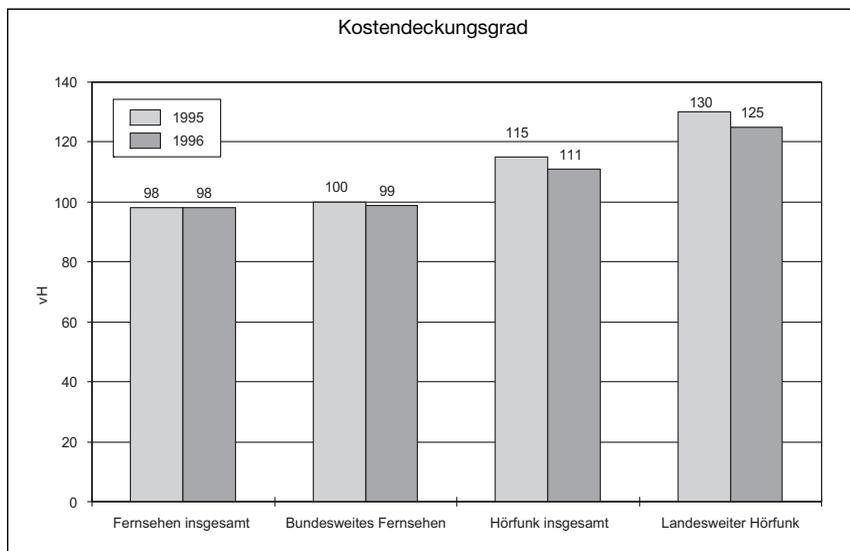


Abbildung 6.1: Veränderungen im privaten Rundfunk gegenüber 1995

gleichen Jahr um 6 vH stieg. Dagegen konnten die privaten TV-Anbieter Ertragszuwächse von über 20 vH verbuchen, wobei allerdings auch der Gesamtaufwand in der gleichen Größenordnung zunahm.

Gegenüber den Vorjahren hat insbesondere das Wachstum der Hörfunkwerbeseinnahmen der Privaten deutlich abgenommen und 1996 nur noch 2,4 vH betragen. Dies betraf insbesondere die Erträge aus regionaler Werbung, die nur um 3 Mill. DM oder weniger als 1 vH auf 396 Mill. DM zugenommen haben. Die schwache Verbrauchskonjunktur in Deutschland im Jahr 1996 hatte damit deutliche Auswirkungen auf die Werbebudgets der wichtigsten Gruppe regionaler Werbungstreibender, den lokalen Einzelhandel. Die Erträge aus überregionaler Hörfunkwerbung konnten demgegenüber 1996 immerhin noch um 4 vH zulegen.

Nicht mehr so stark wie in den Vorjahren, aber immer noch zweistellig wuchsen 1996 die Werbeerträge der privaten TV-Anbieter, die nahezu vollständig von überregionalen Werbungstreibenden stammen. Noch stärker – um etwa ein Drittel – nahmen allerdings die Einnahmen aus Abonnementsgebühren zu. Auch die Position „sonstige Erträge“, in der unter anderem Merchandising-Aktivitäten und der

	1993	1995	1996	1995/1993	1996/1993	1996/1995
Privater Rundfunk insgesamt						
Gesamtertrag	5223	Mill. DM 7579	8938	45,1	vH 71,1	17,9
<i>darunter:</i> Werbeerträge	4773	6644	7343	39,2	53,8	10,5
Gesamtaufwand	5897	7571	8965	28,4	52,0	18,4
<i>darunter:</i> Personalaufwand/Vergütungen	795	1039	1112	30,7	39,9	7,0
Kostendeckungsgrad (vH)	89	98	100	-	-	-
Privates Fernsehen						
Gesamtertrag	4450	Mill. DM 6530	7869	46,7	vH 76,8	20,5
<i>darunter:</i> Werbeerträge	4032	5765	6443	43,0	59,8	11,8
Gesamtaufwand	5180	6657	7998	28,5	54,4	20,1
<i>darunter:</i> Personalaufwand/Vergütungen	496	680	728	37,1	46,8	7,1
Kostendeckungsgrad (vH)	86	98	98	-	-	-
Privater Hörfunk						
Gesamtertrag	773	Mill. DM 1049	1069	35,7	vH 38,3	1,9
<i>darunter:</i> Werbeerträge	741	879	900	18,6	21,5	2,4
Gesamtaufwand	717	914	967	27,5	34,9	5,8
<i>darunter:</i> Personalaufwand/Vergütungen	299	359	384	20,1	28,4	7,0
Kostendeckungsgrad (vH)	108	115	111	-	-	-
<i>Quellen: AKM- und DIW-Umfragen; Berechnungen des DIW.</i>						DIW 98

Tabelle 6.4: Veränderungen von Aufwand und Erträgen des privaten Rundfunks 1993 bis 1996

Verkauf von Filmrechten an andere Anbieter enthalten sind, hat sich deutlich ausgeweitet.

Auf der Kostenseite der privaten TV-Anbieter fällt auf, daß der Sachkostenblock gegenüber 1995 deutlich stärker gewachsen ist als die Personalaufwendungen. Dabei haben die Aufwendungen für Programmrechte und für Auftragsproduktion um 12 vH bzw. 13 vH zugenommen. Auch hier verzeichnete die Position „Aufwendungen für sonstige Waren und Dienstleistungen“ einen besonders großen Zuwachs. In ihr sind zum einen alle Sachkosten für Eigenproduktion enthalten, aber auch der Bezug der Leistungen von ausgelagerten Dienstleistungstochterunternehmen.

7 Regionale Verteilung der deutschen Rundfunkwirtschaft

7.1 Indikatoren für einen Regionalvergleich

Neben einer aggregierten Betrachtung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage verschiedener Typen von Rundfunkanbietern, ist auch eine regionale Darstellung der deutschen Rundfunkwirtschaft Ziel der vorliegenden Studie. Sie erfolgt im folgenden – soweit nicht die Vertraulichkeit von Daten einzelner Unternehmen dagegenspricht – weitgehend auf der Ebene von Bundesländern. Durch die Sendeaufnahme zusätzlicher privater Anbieter im Jahr 1996 ist dies für mehr Bundesländer möglich als im Vorjahr. Allerdings erlaubt die Zahl der Anbieter in Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Thüringen keine getrennte Darstellung des privaten Rundfunks.

In diesem Abschnitt wird zunächst die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkwirtschaft – getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern – auf der Ebene von Bundesländern miteinander verglichen. Wie in Abschnitt 2 werden hierzu Produktionswert, Wertschöpfung und Erwerbstätige der Rundfunkwirtschaft den entsprechenden gesamtwirtschaftlichen Kennziffern der jeweiligen Region gegenübergestellt (Tabelle 7.1). Ermittelt werden kann dadurch zum einen die Rangfolge der absoluten Größe der Rundfunkwirtschaft in den verschiedenen Bundesländern und zum anderen deren relatives Gewicht im Verhältnis zur gesamten Wirtschaftskraft der jeweiligen Region.

Eine Zuordnung von Wertschöpfung und Erwerbstätigen des Rundfunks wäre prinzipiell anhand der jeweiligen Hauptsitze der Rundfunkunternehmen möglich, sie ist allerdings ungenau, weil sie die regionale Verteilung der Rundfunkaktivitäten auf Betriebsstätten in mehreren Bundesländern nicht berücksichtigt. Dies gilt vor allem für die Mehrländeranstalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und für einige bundesweite und landesweite private TV-Anbieter. Im privaten Hörfunk spielen Mehrbetriebsunternehmen dagegen keine Rolle. Bei der Datenerhebung wurde deshalb im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und im privaten Fernsehen auch nach der regionalen Verteilung der festen Mitarbeiter gefragt. Dieser Schlüssel wurde für den folgenden Regionalvergleich auf die sonstigen Mitarbeiter sowie auf Produktionswert und Bruttowertschöpfung übertragen.

Da es gegenwärtig eine Diskussion über nicht ausgeschöpfte Hörfunkwerbe-potentiale in einzelnen Bundesländern gibt, wurde außerdem ein Regionalvergleich der Hörfunkwerbeerträge des Jahres 1996 durchgeführt.

Für andere Kennziffern zur Beschäftigten-, Aufwands- und Ertragsstruktur erscheint ein solcher Regionalvergleich weniger aussagekräftig, da diese stärker als

im Fall der Hörfunkwerbung von der unterschiedlichen Zusammensetzung der Anbieter in den einzelnen Bundesländer bestimmt werden.¹¹

7.2 Produktionswert und Bruttowertschöpfung des Rundfunks in den Bundesländern

Nimmt man den Produktionswert der Rundfunkwirtschaft im Jahr 1996 als Maßstab, so konzentrierte sich über 85 vH der deutschen Rundfunkwirtschaft in sieben Bundesländern. An der Spitze der Rangfolge stand Nordrhein-Westfalen mit 5,8 Mrd. DM. Es folgten Bayern (4,2 Mrd. DM), Rheinland-Pfalz (2,8 Mrd. DM), Berlin-Brandenburg (2,2 Mrd. DM), Hamburg (2,1 Mrd. DM) und Baden-Württemberg (1,7 Mrd. DM). Bei der Kennziffer Bruttowertschöpfung gibt es in der Rangfolge leichte Abweichungen, da die Gewinne bzw. Verluste der Rundfunkunternehmen in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich groß waren. Doch auch nach dieser Kennziffer hatte über 80 vH der Rundfunkwirtschaft ihren Standort in den genannten Bundesländern (Tabelle 7.2).

Die Schlußlichter im Hinblick auf die absolute Bedeutung der jeweiligen regionalen Rundfunkunternehmen bildeten die drei ostdeutschen Bundesländer Sachsen-Anhalt (Produktionswert 144 Mill. DM), Mecklenburg-Vorpommern (139 Mill. DM) und Thüringen (99 Mill. DM).

In fünf der sieben bedeutendsten Rundfunkländer hat die Rundfunkwirtschaft auch im Vergleich mit den gesamten Wirtschaftsaktivitäten der jeweiligen Region eine überdurchschnittliche Bedeutung. Dies gilt für

- Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 29 vH und einen Anteil am gesamten Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 22 vH,
- Berlin-Brandenburg mit 10 vH Anteil an der Rundfunkwirtschaft (BIP-Anteil: 6 vH), sowie
- Hamburg und Rheinland-Pfalz mit jeweils 9 vH Anteilen an der Rundfunkwirtschaft und 4 vH BIP-Anteilen.

Ein vergleichsweise hohes Gewicht innerhalb der Gesamtwirtschaft hat die Rundfunkwirtschaft darüber hinaus in zwei weiteren Bundesländern, nämlich

- in Sachsen mit einem Anteil an der Rundfunkwirtschaft von 4 vH und einem BIP-Anteil von 3 vH, und
- im Saarland mit einem Anteil an der Rundfunkwirtschaft von 2 vH und einem BIP-Anteil von 1 vH.

Auf dem ersten Blick überraschend ist die Tatsache, daß die Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg eine vergleichsweise geringe Bedeutung hat. Deutlich unter den jeweiligen BIP-Anteilen der Bundesländer liegen außerdem die Anteile der Rundfunkwirtschaft in den Ländern Hessen und Niedersachsen. Eine getrennte Betrachtung von privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk (Tabellen 7.3 und 7.4)

¹¹ Eine detaillierte Darstellung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage des Rundfunks auf Länderebene, bei der alle wesentlichen Kennziffern einbezogen sind, findet sich in Abschnitt 8.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Niedersachs.
					Mill. DM			
Produktionswert (1)	1.686	4.163	2.245	152	2.097	835	139	333
Vorleistungen	1.041	3.510	1.700	79	1.604	463	81	204
Bruttowertschöpfung	645	653	545	73	493	372	58	129
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	625	755	495	90	532	330	54	106
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	-89	-252	-47	-32	-130	-11	-6	2
Erwerbstätige	4.398	6.245	3.965	665	4.094	2.113	388	788
				Anzahl Tausend DM				
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	146,6	104,6	137,3	109,2	120,5	176,2	149,2	163,6
				Anteile in vH				
Produktionswert (1)	8	19	10	1	10	4	1	2
Vorleistungen	6	22	10	0	10	3	0	1
Bruttowertschöpfung	12	12	10	1	9	7	1	2
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	12	14	9	2	10	6	1	2
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	-	-	-	-	-	-	-	-
Erwerbstätige	11	16	10	2	10	5	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-A	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.
					Mill. DM			
Produktionswert	5.794	2.765	198	965	144	99	151	21.764
Vorleistungen	4194	2255	111	761	106	68	84	16.260
Bruttowertschöpfung	1600	509	87	204	38	31	67	5.504
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	1.227	602	109	198	27	19	53	5.222
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	175	-326	-30	-40	3	6	2	-776
Erwerbstätige	8810	4236	831	2130	320	225	456	39.664
				Anzahl Tausend DM				
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	181,6	120,2	105,1	95,9	120,0	137,3	146,1	138,8
				Anteile in vH				
Produktionswert	27	13	1	4	1	0	1	100
Vorleistungen	26	14	1	5	1	0	1	100
Bruttowertschöpfung	29	9	2	4	1	1	1	100
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	23	12	2	4	1	0	1	100
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	-	-	-	-	-	-	-	-
Erwerbstätige	22	11	2	5	1	1	1	100

Quelle: Berechnungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 7.2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1996
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders.
	Mill. DM							
Produktionswert (1)	146	2.770	1.203	a	1.054	126	a	128
Vorleistungen	86	2.699	1.118	a	1.023	82	a	89
Bruttowertschöpfung	60	71	85	a	32	44	a	40
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	50	246	112	a	103	22	a	23
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	1	-247	-62	a	-94	18	a	10
Erwerbstätige	615	2.866	1.084	Anzahl a 1.250		298	a	235
	Tausend DM							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	97,6	24,9	78,0	a	25,4	148,3	a	168,9
	Anteile in vH							
Produktionswert (1)	2	29	13	a	11	1	a	1
Vorleistungen	1	32	13	a	12	1	a	1
Bruttowertschöpfung	6	7	8	a	3	4	a	4
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	6	29	13	a	12	3	a	3
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	-	-	-	-	-	-	-	-
Erwerbstätige	6	30	11	a	13	3	a	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.	
	Mill. DM							
Produktionswert	3.147	689	16	92	82	42	9.515	
Vorleistungen	2592	620	13	63	32	23	8.465	
Bruttowertschöpfung	555	69	3	29	37	19	1.050	
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	197	43	8	19	13	9	850	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	310	11	-4	7	18	6	-30	
Erwerbstätige	1999	392	40	Anzahl 341 218		162	9.571	
	Tausend DM							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	277,8	176,0	75,0	85,6	150,8	117,3	109,7	
	Anteile in vH							
Produktionswert	33	7	0	1	1	0	100	
Vorleistungen	31	7	0	1	0	0	100	
Bruttowertschöpfung	53	7	0	3	4	2	100	
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	23	5	1	2	2	1	100	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen	-	-	-	-	-	-	-	
Erwerbstätige	21	4	0	4	2	2	100	

Quelle: Berechnungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 7.3: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des privaten Rundfunks 1996
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders.
					Mill. DM			
Produktionswert (1)	1.540	1.393	1.042		a	1.042	709	a
Vorleistungen	955	811	582		a	581	381	a
Bruttowertschöpfung	585	582	460		a	462	328	a
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	574	509	383		a	429	308	a
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-90	-5	15		a	-36	-30	a
Erwerbstätige	3.783	3.379	2.881		Anzahl a	2.844	1.815	a
					Tausend DM			
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	154,6	172,2	159,7		a	162,3	180,8	a
					Anteile in vH			
Produktionswert	13	11	9		a	9	6	a
Vorleistungen	12	10	7		a	7	5	a
Bruttowertschöpfung	13	13	10		a	10	7	a
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	13	12	9		a	10	7	a
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-	-	-		-	-	-	-
Erwerbstätige	13	11	10		a	9	6	a
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.	
					Mill. DM			
Produktionswert (1)	2.647	2.075	183		873	161	108	12.249
Vorleistungen	1602	1635	98		698	129	61	7.795
Bruttowertschöpfung	1044	440	84		175	32	48	4.454
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	1.030	559	101		179	34	44	4.372
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-136	-336	-26		-47	-9	-4	-746
Erwerbstätige	6811	3844	791		Anzahl 1789	327	294	30.093
					Tausend DM			
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	153,3	114,5	106,6		97,9	98,5	161,9	148,0
					Anteile in vH			
Produktionswert	22	17	1		7	1	1	100
Vorleistungen	21	21	1		9	2	1	100
Bruttowertschöpfung	23	10	2		4	1	1	100
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	24	13	2		4	1	1	100
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-	-	-		-	-	-	-
Erwerbstätige	23	13	3		6	1	1	100
<i>Quelle:</i> Berechnungen des DIW.								DIW 98

Tabelle 7.4: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1996
Aufgliederung nach Bundesländern

zeigt, daß als Ursache jeweils der geringe Umfang der privaten Rundfunkwirtschaft auszumachen ist.

7.3 Beschäftigte in der Rundfunkwirtschaft einzelner Bundesländer

Betrachtet man die Zahl der festen Mitarbeiter Ende September 1997, so ergibt sich im Grundsatz das gleiche Bild: vier Fünftel der deutschen Rundfunkwirtschaft konzentriert sich in sieben der sechzehn Bundesländer. Dabei gab es folgende Rangfolge (Tabelle 7.5):

- Nordrhein-Westfalen (8.923 feste Mitarbeiter)
- Bayern (6.383 feste Mitarbeiter)
- Baden-Württemberg (4.387 feste Mitarbeiter)
- Hamburg (4.218 feste Mitarbeiter)
- Rheinland-Pfalz (4.060 feste Mitarbeiter)
- Berlin-Brandenburg (3.900 feste Mitarbeiter).

Schlußlichter waren wiederum die Länder Mecklenburg-Vorpommern (388), Sachsen-Anhalt (317) und Thüringen mit lediglich 227 Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft.

Vergleicht man die Erwerbstätigenanteile der Bundesländer an der Rundfunkwirtschaft mit den Anteilen dieser Länder an allen Erwerbstätigen, so zeigt sich wiederum das überdurchschnittliche Gewicht der Rundfunkwirtschaft in den Ländern Berlin-Brandenburg, Hamburg, Rheinland-Pfalz, Sachsen und dem Saarland.

Noch deutlicher als bei den Kennziffern Produktionswert und Bruttowertschöpfung wird bei den Beschäftigtendaten die unterschiedliche Rangfolge der Bundesländer im privaten Rundfunk (Tabellen 7.6 bis 7.8) und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Tabelle 7.9). Beim Rundfunk steht Bayern mit über 3.000 festen Mitarbeitern (darunter über 2.000 beim Fernsehen) deutlich an der Spitze. Es folgen Nordrhein-Westfalen (2.100 feste Mitarbeiter, davon 1.400 beim Fernsehen), Hamburg 1.400 feste Mitarbeiter, davon 1.250 beim Fernsehen) und Berlin-Brandenburg (1.050 feste Mitarbeiter, davon 700 beim Fernsehen).

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk hatte Nordrhein-Westfalen im September 1997 dagegen mit über 6.800 festen Mitarbeitern die mit Abstand größte Erwerbstätigenzahl aufzuweisen. Hier folgen Baden-Württemberg (3.750), Rheinland-Pfalz (3.650) und Bayern (3.350).

7.4 Beschäftigte der Rundfunkwirtschaft in den vier wichtigsten Medienstädten

Auch innerhalb der einzelnen Bundesländer ist die Rundfunkwirtschaft auf wenige Standorte konzentriert. Im Rahmen der Studie wurden die Erwerbstätigenzahlen der Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich Unterföhring) getrennt ausgewertet. Danach befinden sich sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk über 50 vH aller Arbeitsplätze in diesen vier Städten. Als Sitz der Rundfunkanstalten WDR, Deutsche Welle

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders.
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	4.387	6.386	3.900	668	4.218	2.104	388	775
Erwerbstätige Ende 1996	4.398	6.245	3.965	665	4.094	2.113	388	788
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	2.001	2.949	3.044	210	1.581	398	147	392
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	2.024	2.922	3.231	216	1.832	417	154	381
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	6.388	9.335	6.944	878	5.799	2.503	535	1.167
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	6.422	9.167	7.196	881	5.926	2.530	542	1.169
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	11	16	10	2	11	5	1	2
Erwerbstätige Ende 1996	11	16	10	2	10	5	1	2
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	10	15	22	1	4	2	0	1
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	10	14	22	1	5	2	0	1
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	11	16	14	1	8	4	1	2
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	11	15	14	1	8	4	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-A	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	8.923	4.060	835	2.166	317	227	427	39.781
Erwerbstätige Ende 1996	8.810	4.236	831	2.130	320	225	456	39.664
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	4.817	1.810	198	1.262	126	102	205	19.266
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	5.578	1.856	204	1.238	123	99	219	20.519
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	13.740	5.871	1.033	3.428	443	329	632	59.047
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	14.388	6.092	1.035	3.368	443	324	675	60.183
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	22	10	2	5	1	1	1	100
Erwerbstätige Ende 1996	22	11	2	5	1	1	1	100
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	25	9	1	7	1	1	1	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	27	9	1	6	1	0	1	100
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	23	10	2	6	1	1	1	100
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	24	10	2	6	1	1	1	100

Quellen: AKM- und DIW-Umfragen; Hans-Bredow-Institut; Berechnungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 7.5: Beschäftigung im Rundfunk 1996/1997
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders.
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	626	3.022	1.056	a	1.416	296	a	230
Erwerbstätige Ende 1996	615	2.866	1.084	a	1.250	298	a	235
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	438	1.651	888	a	329	45	a	149
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	422	1.714	994	a	535	52	a	130
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	1.064	4.673	1.944	a	1.745	341	a	379
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	1.037	4.580	2.078	a	1.785	350	a	365
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	6	30	11	a	14	3	a	2
Erwerbstätige Ende 1996	6	30	11	a	13	3	a	2
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	7	26	14	a	5	1	a	2
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	6	25	15	a	8	1	a	2
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	7	29	12	a	11	2	a	2
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	6	28	13	a	11	2	a	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.	
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	2.113	397	46	363	215	137	9.995	
Erwerbstätige Ende 1996	1.999	392	40	341	218	162	9.571	
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	1.894	357	37	325	59	76	6.278	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	1.974	360	37	336	59	85	6.732	
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	4.007	754	83	688	274	213	16.273	
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	3.973	752	77	677	277	247	16.303	
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	21	4	0	4	2	1	100	
Erwerbstätige Ende 1996	21	4	0	4	2	2	100	
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	30	6	1	5	1	1	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	29	5	1	5	1	1	100	
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	25	5	1	4	2	1	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	24	5	0	4	2	2	100	

Quellen: AKM- und DIW-Umfragen; Berechnungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 7.6: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1996/1997
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders.
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	96	2.063	697	0	1.258	25	0	a
Erwerbstätige Ende 1996	93	1.918	757	0	1.095	26	0	a
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	77	780	554	0	218	9	0	a
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	46	789	633	0	393	16	0	a
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	173	2.843	1.251	0	1.476	34	0	a
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	139	2.707	1.390	0	1.488	42	0	a
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	2	34	12	0	21	0	0	a
Erwerbstätige Ende 1996	2	34	13	0	19	0	0	a
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	3	27	19	0	7	0	0	a
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	1	24	20	0	12	1	0	a
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	2	32	14	0	16	0	0	a
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	2	30	16	0	17	0	0	a
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-A.	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	1.403	292	a	154	0	0	0	6.058
Erwerbstätige Ende 1996	1.279	293	a	144	0	0	0	5.669
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	940	253	a	76	0	0	0	2.925
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	1.021	251	a	76	0	0	0	3.245
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	2.343	545	a	230	0	0	0	8.983
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	2.300	544	a	220	0	0	0	8.914
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	23	5	a	3	0	0	0	100
Erwerbstätige Ende 1996	23	5	a	3	0	0	0	100
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	32	9	a	3	0	0	0	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	31	8	a	2	0	0	0	100
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	26	6	a	3	0	0	0	100
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	26	6	a	2	0	0	0	100
<i>Quellen:</i> DIW-Umfrage; Berechnungen des DIW.								DIW 98

Tabelle 7.7: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1996/1997
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders. (1)
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	530	959	359	a	158	271	a	194
Erwerbstätige Ende 1996	522	948	327	a	155	272	a	198
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	361	871	334	a	111	36	a	137
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	376	925	361	a	142	36	a	119
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	891	1.830	693	a	269	307	a	331
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	898	1.873	688	a	297	308	a	317
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	13	24	9	a	4	7	a	5
Erwerbstätige Ende 1996	13	24	8	a	4	7	a	5
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	11	26	10	a	3	1	a	4
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	11	27	10	a	4	1	a	3
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	12	25	10	a	4	4	a	5
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	12	25	9	a	4	4	a	4
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.	
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	710	105	a	209	215	137	3.937	
Erwerbstätige Ende 1996	720	99	a	197	218	162	3.902	
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	954	104	a	249	59	76	3.353	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	953	109	a	260	59	85	3.487	
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	1.664	209	a	458	274	213	7.290	
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	1.673	208	a	457	277	247	7.389	
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	18	3	a	5	5	3	100	
Erwerbstätige Ende 1996	18	3	a	5	6	4	100	
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	28	3	a	7	2	2	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	27	3	a	7	2	2	100	
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	23	3	a	6	4	3	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	23	3	a	6	4	3	100	

(1) Einschließlich Bremen.

Quellen: AKM-Umfrage; Berechnungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 7.8: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1996/1997
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders.
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	3.761	3.364	2.844	a	2.802	1.808	a	545
Erwerbstätige Ende 1996	3.783	3.379	2.881	a	2.844	1.815	a	553
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	1.563	1.298	2.156	a	1.252	354	a	243
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	1.602	1.208	2.237	a	1.297	365	a	251
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	5.324	4.662	5.000	a	4.054	2.162	a	788
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	5.385	4.587	5.118	a	4.141	2.180	a	804
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	13	11	10	a	9	6	a	2
Erwerbstätige Ende 1996	13	11	10	a	9	6	a	2
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	12	10	17	a	10	3	a	2
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	12	9	16	a	9	3	a	2
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	12	11	12	a	9	5	a	2
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	12	10	12	a	9	5	a	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.	
	Anzahl							
Erwerbstätige Sept. 1997	6.810	3.663	789	1.803	329	290	29.786	
Erwerbstätige Ende 1996	6.811	3.844	791	1.789	327	294	30.093	
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	2.922	1.453	161	937	169	129	12.988	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	3.604	1.496	167	902	163	134	13.787	
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	9.732	5.116	950	2.740	498	419	42.774	
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	10.415	5.340	958	2.691	490	428	43.880	
	Anteile in vH							
Erwerbstätige Sept. 1997	23	12	3	6	1	1	100	
Erwerbstätige Ende 1996	23	13	3	6	1	1	100	
Sonstige Mitarbeiter Sept. 1997	23	11	1	7	1	1	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1996	26	11	1	7	1	1	100	
Gesamtbeschäftigung Sept. 1997	23	12	2	6	1	1	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	24	12	2	6	1	1	100	

Quellen: Hans-Bredow-Institut, Berechnungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 7.9: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1996/1997
Aufgliederung nach Bundesländern

	Deutschland	Berlin ¹⁾	Hamburg	Köln	München ²⁾	Summe der vier Städte
	Anzahl					
Erwerbstätige Ende 1996	39664	3965	4094	7664	4880	20603
<i>davon:</i>						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	30093	2881	2844	6505	3187	15417
Privater Rundfunk	9571	1084	1250	1159	1693	5186
<i>davon:</i>						
Fernsehen	23082	2196	2671	4480	3374	12721
Hörfunk	16582	1770	1423	3184	1506	7883
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	20518	3231	1832	4129	1857	11049
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	60182	7196	5926	11793	6737	31652
	Anteil am Bundesgebiet in vH					
Erwerbstätige Ende 1996	100	10,0	10,3	19,3	12,3	51,9
<i>davon:</i>						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	100	9,6	9,5	21,6	10,6	51,2
Privater Rundfunk	100	11,3	13,1	12,1	17,7	54,2
<i>davon:</i>						
Fernsehen	100	9,5	11,6	19,4	14,6	55,1
Hörfunk	100	10,7	8,6	19,2	9,1	47,5
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	100	15,7	8,9	20,1	9,1	53,9
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	100	12,0	9,8	19,6	11,2	52,6
¹⁾ Einschließlich Potsdam. - ²⁾ Einschließlich München-Unterföhring. <i>Quellen:</i> AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; Hans-Bredow-Institut; Berechnungen des DIW.						DIW 98

Tabelle 7.10: Beschäftigung im Rundfunk in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten 1996

und Deutschlandradio hält Köln allein einen Anteil von 22 vH beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 18 vH der Erwerbstätigen deutlich vor Hamburg mit 13 vH, gefolgt von Köln und Berlin mit jeweils 12 vH (Tabelle 7.10).

7.5 Hörfunkwerbemarktanteile 1996

Pro Kopf der Bevölkerung konnten die privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter in Deutschland 1996 im Durchschnitt Nettowerbeerträge von knapp 16 DM erzielen (Tabelle 7.11). Dabei wurden für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Nettowerbeumsätze vor Abzug der Kosten der ARD-Werbetöchter eingerechnet und bei Mehrländeranstalten entsprechend den jeweiligen Bevölkerungsanteilen der Bundesländer aufgesplittet.

Um jeweils 10 bis 15 vH über diesem Wert liegen die Pro-Kopf-Erträge in Bayern, Berlin-Brandenburg und Rheinland-Pfalz. Sogar 50 vH über dem Bundesdurch-

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenb.- Vorpommern	Nieders.(3)
<i>Zum Vergleich:</i>					Mill.			
Bevölkerung (1)	10,3	12,0	6,0	0,5	1,7	6,0	1,8	7,8
				Mill. DM				
Hörfunkwerbung (netto)	161,7	215,0	106,6	a	43,6	84,1	a	89,7
<i>davon:</i>								
Öffentlich-rechtliche (2)	68,7	48,3	23,3	15,5	4,0	32,6	4,2	18,2
Private überregional	41,5	75,8	51,8	a	20,6	36,3	a	49,0
Private regional	51,5	90,9	31,5	a	19,0	15,2	a	22,5
				DM				
Hörfunkwerbung (netto) pro Kopf und Jahr	15,6	17,9	17,7	a	25,5	14,0	a	13,5
				Anteile in vH				
Bevölkerung	12,7	14,7	7,4	0,7	2,1	7,4	2,2	9,5
Öffentlich-rechtliche	14,7	12,1	5,8	3,9	1,0	8,2	1,1	4,6
Private überregional	8,2	15,0	10,3	a	4,1	7,2	a	9,7
Private regional	13,0	23,0	8,0	a	4,8	3,8	a	5,7
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-A	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.
<i>Zum Vergleich:</i>					Mill.			
Bevölkerung (1)	17,9	4,0	1,1	4,6	2,7	2,5	2,7	81,8
				Mill. DM				
Hörfunkwerbung (netto)	252,0	71,5	a	75,7	80,3	11,9	41,9	1291,6
<i>davon:</i>								
Öffentlich-rechtliche (2)	85,7	25,3	12,8	21,7	13,0	11,9	6,4	391,6
Private überregional	92,2	27,0	a	27,7	38,7		27,1	504,0
Private regional	74,1	19,2	a	26,3	28,6		8,4	396,0
				DM				
Hörfunkwerbung (netto) pro Kopf und Jahr	14,1	17,9	a	16,6	17,6		15,3	15,8
				Anteile in vH				
Bevölkerung	21,9	4,9	1,3	5,6	3,3	3,1	3,3	100
Öffentlich-rechtliche	21,5	8,9	5,0	5,4	3,3	3,0	1,6	100
Private überregional	18,3	5,4	a	5,5	7,7		5,4	100
Private regional	18,7	4,8	a	6,6	7,2		2,1	100

(1) Jahresdurchschnitt.- (2) Vor Abzug der Kosten der ARD-Werbetrichter.- (3) Privater Rundfunk einschließlich Bremen.
 Quellen: ARD-Jahrbuch; AKM-Umfrage; Statistisches Jahrbuch; Berechnungen des DIW.

DIW 98

Tabelle 7.11: Hörfunkwerbemarktanteile 1996

Aufgliederung nach Bundesländern

schnitt lagen die Werbeerträge der Hamburger Hörfunkanbieter. Hier profitieren die Anbieter auch von den Werbekontakten in den umliegenden Bundesländern. Bemerkenswert ist überdies, daß die Hörfunkwerbeerträge pro Kopf auch in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen trotz der geringeren Kaufkraft in den neuen Bundesländern überdurchschnittlich hoch waren. Geringfügig unter dem Durchschnittswert lagen dagegen die Pro-Kopf-Werbeerlöse der Hörfunkanbieter in Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein, um 10 bis 15 vH niedriger waren sie in Hessen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen.

Die Zahlen machen deutlich, daß die Zulassung lokaler Hörfunkanbieter allein nicht zu einer höheren Ausschöpfung des Hörfunkwerbepotentials beiträgt. Von den vier Flächenstaaten, in dem lokale Anbieter zugelassen sind, wiesen zwei (Bayern und Sachsen) Pro-Kopf-Erlöse über dem Bundesdurchschnitt und zwei (Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen) unter dem Bundesdurchschnitt auf. Wichtig scheint vielmehr auch das jeweilige Vermarktungskonzept für überregionale und regionale Werbung zu sein. So weist Baden-Württemberg, in dem die lokalen

Anbieter keine gemeinsame Werbekombi gegründet haben, einen sehr geringen Anteil an den Erlösen aus überregionaler Werbung auf (nur 8 vH bei einem Bevölkerungsanteil von 13 vH). Im Falle Nordrhein-Westfalens sind dagegen die Erlöse aus regionaler Werbung relativ schwach (19vH bei einem Bevölkerungsanteil von 22 vH). In diesem Fall stellt sich die Frage, ob nicht eine intensivere Werbeakquisition bei den regionalen Werbungtreibenden zu besseren Ergebnissen führen könnte.