

0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

0.1 Ziel und Durchführung der Studie

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Dezember 1998 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin (DIW) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland zu erstellen. Wie in den vergangenen Jahren bildete hierfür eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Grundlage. Damit konnte das bereits für 1995 und 1996 ermittelte umfassende Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, sowie nach Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – fortgeschrieben werden.

Bei der Datenerhebung kooperierte das DIW erneut mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) sowie dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg (HBI), wobei von der DLM folgende Arbeitsteilung vorgegeben worden war (Abb. 01-1):

- dem DIW wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei den 33 privaten Fernsehveranstaltern mit bundes- und landesweiten Lizenzen verantwortlich,
- das HBI erhob im DIW-Unterauftrag die Daten der 14 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (einschließlich ARTE),
- die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit bei den 178 privaten Hörfunk- und bei den 51 regionalen und lokalen TV-Anbietern beauftragt und übergab die gewonnenen Daten in anonymisierter Form auf Datenträgern zur Auswertung an das DIW.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von Anfang Mai bis Mitte September 1999. Da die Erhebung im letzten Jahr nicht durchgeführt worden war, wurden zusätzlich zu den Informationen für 1998 auch noch Eckdaten für 1997 erfragt. Dies war gleichzeitig die einzige Änderung im Befragungsprogramm.

Das große Interesse der Rundfunkunternehmen an einer ausreichenden Datenlage zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat erneut zu einer für eine freiwillige Umfrage außergewöhnlich hohen Antwortquote von über 95 % (bundes- und landesweites Fernsehen 85 %, lokales und regionales Fernsehen 100 %, Hörfunk 97 %) geführt. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) beigetragen haben. Die wesentlichen Ergebnisse der Erhebung lassen sich wie folgt zusammenfassen.

Befragung durch das DIW:	Befragung durch die AKM:		Befragung durch das HBI:
<p align="center">33 private Fernsehveranstalter</p> <p><i>davon:</i></p> <p>24 Bundesweite</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 Vollprogramm-Anb. - 10 Spartenprog.-Anb. - 5 Pay-TV-Anbieter - 2 Teleshopping-Kanäle - 3 bundesweite Fenster <p>9 Landesweite</p>	<p align="center">51 private Fernsehveranstalter</p> <p><i>davon:</i></p> <p>10 Ballungsraum</p> <p>4 Regionale</p> <p>34 Lokale</p> <p>3 Lokale Zulieferer</p>	<p align="center">178 private Hörfunkveranstalter</p> <p><i>davon:</i></p> <p>9 Bundesweite</p> <p>31 Landesweite</p> <p>138 Zulieferer</p>	<p align="center">14 öffentlich-rechtliche Rundfunkunternehmen</p> <p><i>davon:</i></p> <p>10 ARD-Anstalten</p> <p>ZDF</p> <p>DeutschlandRadio</p> <p>Deutsche Welle</p> <p>ARTE Dtd. GmbH</p>

Abbildung 01-1: Datengrundlagen – Befragte Rundfunkveranstalter
Befragungszeitraum: Mai bis September 1999

0.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 1998

Die von den Rundfunkunternehmen zur Verfügung gestellten Daten ermöglichen für das Jahr 1998 eine Einordnung der deutschen Rundfunkwirtschaft in die Gesamtwirtschaft anhand der Kennziffern Erwerbstätige, Produktionswert und Wertschöpfung (Tabelle 0.1):

- Ende 1998 waren bei den deutschen Rundfunkunternehmen zusammen rund 40.600 feste Mitarbeiter (Erwerbstätige) beschäftigt, davon rund 23.200 mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen und 17.400 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.
- Der Produktionswert (betriebliche Erträge abzüglich Wert der Wiederverkaufware und Subventionen) der Rundfunkunternehmen im Jahr 1998 betrug zusammen rund 23,5 Mrd. DM.
- Die Bruttowertschöpfung – d. h. der Beitrag der Rundfunkwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag 1998 bei 6 Mrd. DM. Dies entspricht in etwa der Wertschöpfung der deutschen Filmwirtschaft und rund einem Drittel der Wertschöpfung des Verlagsgewerbes. Die Wertschöpfung je Erwerbstätigem war dabei in der Rundfunkwirtschaft mit knapp 148.000 DM deutlich höher als der Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (105.000 DM).

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen lässt sich nicht nur anhand ihrer Bruttowertschöpfung, d. h. an ihrem direkten Beitrag zur Einkommensentstehung quantifizieren (Abb. 01-2). Ebenso bedeutsam sind die indirekten Wirkungen, die von den Vorleistungsbezügen und den Investitionen auf andere Wirtschaftszweige ausgehen. Bei anderen Unternehmen und von selbständigem

	Rundfunk insgesamt	Öffentlich rechtlicher Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
			Mill. DM		
Produktionswert ¹⁾	23.450	13.295	10.155	17.545	5.905
Vorleistungen ²⁾	17.450	8.635	8.815	14.905	2.545
Bruttowertschöpfung ³⁾	6.000	4.660	1.340	2.640	3.360
davon:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5.595	4.490	1.105	3.250	2.345
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Verm., Abschreib.	810	655	155	-430	1.240
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	-405	-485	80	-180	-225
Erwerbstätige	40.625	30.125	Anzahl 10.500	23.220	17.405
Bruttowertschöpfung je Erwerbs- tätigen	147,7	154,7	Tausend DM 127,6	113,7	193,0
			Anteile in %		
Produktionswert	100	57	43	75	25
Vorleistungen	100	49	51	85	15
Bruttowertschöpfung	100	78	22	44	56
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	80	20	58	42
Erwerbstätige	100	74	26	57	43
¹⁾ Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen. - ²⁾ Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen. - ³⁾ Produktionswert abzüglich Vorleistungen. <i>Quellen:</i> AKM; HBI; Berechnungen des DIW.					

DIW 99

Tabelle 0.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1998
Deutschland insgesamt

technischem und künstlerischem Personal wurden 1998 – bei Einrechnung der Provisionszahlungen an Werbeagenturen – Waren und Dienstleistungen im Wert von 17,5 Mrd. DM nachgefragt. Hiervon entfielen rund 13,5 Mrd. DM auf die Nachfrage im Inland und sicherten damit mittelbar Arbeitsplätze und Einkommen:

- für 1,2 Mrd. DM wurden Telekommunikationsdienste zur Programmverbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender in Anspruch genommen,
- 1,6 Mrd. DM wurden als Vergütungen an selbständiges künstlerisches und technisches Personal (freie Mitarbeiter) gezahlt,
- 5,2 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, Rechteerwerb von deutschen Filmhändlern) erreichte dabei rund 3,5 Mrd. DM
- 0,4 Mrd. DM gingen als Provisionszahlungen an Werbeagenturen und Werbermarkter.

	Mrd. DM
Produktionswert	23,5
Bruttowertschöpfung	6,0
<i>darunter:</i>	
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	5,6
Gewinneinkommen	- 0,2
Abschreibungen	1,1
indirekte Steuern minus Subventionen	- 0,4
Vorleistungsnachfrage	17,5
<i>darunter:</i>	
Nachfrage im Inland	13,5
<i>davon:</i>	
Telekommunikationsdienste	1,2
Vergütungen für freie Mitarbeiter	1,6
Auftragsproduktionen, Programmkäufe etc.	4,9
Sonstiger Rechteerwerb (z. B. Gema, GVL)	0,3
Agenturprovisionen	0,4
Sonstige Waren und Dienstleistungen	5,2
Investitionsnachfrage	1,3

Abbildung 01-2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1998

	Zuwachs in %
Gesamtwirtschaft	
Erwerbstätige	0,2
Bruttoinlandsprodukt (nominal)	3,7
Rundfunkwirtschaft	
Erwerbstätige	1,6
<i>davon:</i>	
Privater Rundfunk	6,7
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	0,0
Erträge	4,1
<i>davon:</i>	
Privater Rundfunk	7,1
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	2,1

Abbildung 01-3: Rundfunkwirtschaft und Gesamtwirtschaft 1997/1998

Außerdem investierten die öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter 1,3 Mrd. DM in Bauten und Ausrüstungen.

Im Jahr 1998 ist die deutsche Rundfunkwirtschaft erneut gewachsen (Abb.01-3). Die Zuwächse bei den Erwerbstätigen (plus 1,6 %) und bei den Erträgen (plus 4,1 %)

erreichten dabei nicht mehr die Werte der Vorjahre, sie lagen aber weiterhin über den Vergleichsgrößen der Gesamtwirtschaft (Erwerbstätige: plus 0,2 %, nominales BIP-Wachstum plus 3,7 %).

Ursächlich für das geringere Wachstumstempo der Rundfunkwirtschaft im Jahr 1998 waren zwei Entwicklungen:

- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk verzeichnete nur geringfügig steigende Erträge (Anstieg von 13,6 auf 13,9 Mrd. DM) und stellte 1998 kein zusätzliches Personal ein (Stagnation bei 30.125 festen Mitarbeitern).
- Der private Hörfunk wuchs ebenfalls nur noch langsam (Anstieg der Erträge um lediglich 60 Mill. DM auf 1,12 Mrd. DM) und stellte nur wenige zusätzliche Mitarbeiter ein (Zuwachs um 240 feste Mitarbeiter auf rund 4.000).

Dagegen war das private Fernsehen im Jahr 1998 weiter expansiv. Die Erträge stiegen um über 7 % auf rund 8,8 Mrd. DM, das feste Personal wurde um über 500 Mitarbeiter aufgestockt.

0.3 Anbieterstruktur des privaten Rundfunks

Ende 1998 gab es in Deutschland 84 private Fernsehveranstalter und 178 private Hörfunkveranstalter (ohne Kleinanbieter mit weniger als 1 Stunde Programmproduktion pro Woche). Die Zahl der Anbieter hat sich damit im Verlauf des Jahres noch einmal leicht erhöht.

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

- 24 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren 3 Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz und nur einigen Stunden Programmproduktion pro Woche, 5 Pay-TV-Anbieter und 2 Teleshopping-Kanäle.
- 9 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit, davon 8 als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL und SAT.1.
- 14 Sender mit mehrstündigem (bis zu 24 Stunden täglich) Programm in regionalen Ballungsräumen oder mit anderen regionalen Sendegebietes.
- 37 Lokal-Sender mit deutlich geringerer Programmleistung, die ihre Programme entweder nur über Kabelnetze oder zusätzlich terrestrisch als lokale Programmfenster verbreiten.

Beim privaten Hörfunk können jeweils nach dem Verbreitungsgebiet drei Anbieter-typen unterschieden werden:

- Mit 138 Veranstaltern war Ende 1998 die Gruppe der Lokalanbieter am größten; hierin sind auch die Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg eingerechnet.
- 9 Anbieter verbreiteten bundesweit Hörfunkprogramme, darunter ein Einkaufsradio.
- 31 Anbieter verbreiteten landesweit Hörfunkprogramme, eingerechnet sind zum einen 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

a) Zahl der Beschäftigten im privaten Fernsehen 1998

Die 84 privaten TV-Anbieter beschäftigten Ende 1998 zusammen rund 6.500 Erwerbstätige (Abb. 04-1 und 04-2):

- mit 5.064 festen Mitarbeitern waren davon nahezu vier Fünftel bei den 24 Veranstaltern bundesweiter TV-Programme tätig,
- bei den 14 Ballungsraum- und Regionalsendern arbeiteten zusammen 630 Festangestellte (10 %),
- 536 feste Mitarbeiter (8 %) wurden von den 37 kleineren Lokalanbietern beschäftigt,
- weitere 256 Festangestellte (4 %) gab es bei den 9 Anbietern von landesweit verbreiteten Programmen.

Zusätzlich zu diesen festen Mitarbeitern wurden Ende 1998 von den privaten TV-Veranstaltern noch über 4.200 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 : 0,65.

b) Veränderungen im privaten Fernsehen seit 1995

Die privaten TV-Anbieter in Deutschland haben damit die Zahl ihrer festen Mitarbeiter von Ende 1995 bis Ende 1998 um über 30 % erhöht. Die Zahl der sonstigen Mitarbeiter hat im selben Zeitraum sogar noch stärker zugenommen (plus 45 %).

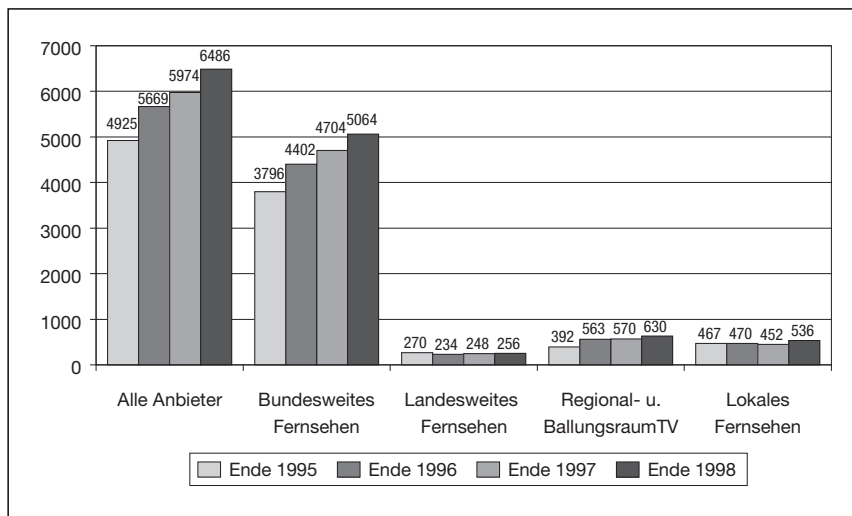


Abbildung 04-1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1995–1998
Erwerbstätige

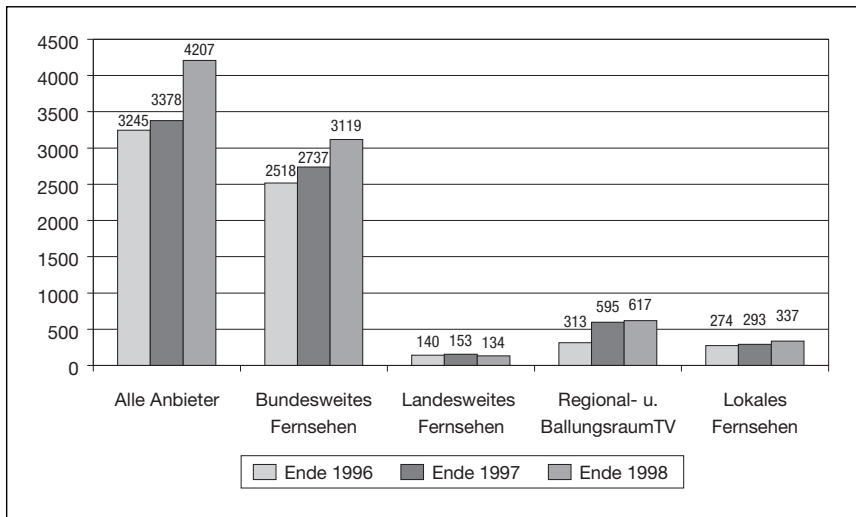


Abbildung 04-2: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1996–1998
Sonstige Mitarbeiter

c) Zahl der Beschäftigten im privaten Hörfunk

Bei den 178 privaten Hörfunkveranstaltern waren Ende 1998 zusammen 4.000 Mitarbeiter mit festem Arbeitsverhältnis tätig. Die Aufteilung auf die verschiedenen Anbietertypen unterscheidet sich dabei deutlich vom privaten Fernsehen (Abb. 04-3 und 04-4):

- bei den 9 bundesweiten Anbietern waren 259 und damit nur 7 % aller Erwerbstätigen im privaten Hörfunk beschäftigt,
- bei den 31 landesweiten Anbietern waren es 1.481 oder 37 % der festen Mitarbeiter,
- bei den 138 privaten Lokalsendern waren es 2.279 und damit deutlich über die Hälfte der Hörfunkmitarbeiter.

Deutlich höher als im privaten Fernsehen war der Anteil der Mitarbeiter ohne festen Arbeitsvertrag an der Gesamtzahl aller Hörfunk-Beschäftigten. Insgesamt addierte sich im privaten Hörfunk die Zahl der Praktikanten, festen Freien und sonstigen Freien Ende 1998 auf 3.285. Insbesondere bei den Lokalsendern war das Verhältnis „Feste“ zu „Freien“ mit 1 : 0,95 sehr hoch.

d) Veränderungen im privaten Hörfunk seit 1995

Von Ende 1995 bis Ende 1998 hat damit die Zahl der festen Mitarbeiter im privaten Hörfunk in Deutschland trotz kontinuierlich steigender Anbieterzahlen um 1 % abgenommen. Erst 1998 ist es nach zwei Jahren des Rückganges wieder zu einem Zuwachs von 4 % gekommen. Der Rückgang bei den sonstigen Mitarbeitern seit 1995 bis 1997 war sogar noch dramatischer (minus 30 %). Auch hier gab es 1998 jedoch eine Trendwende.

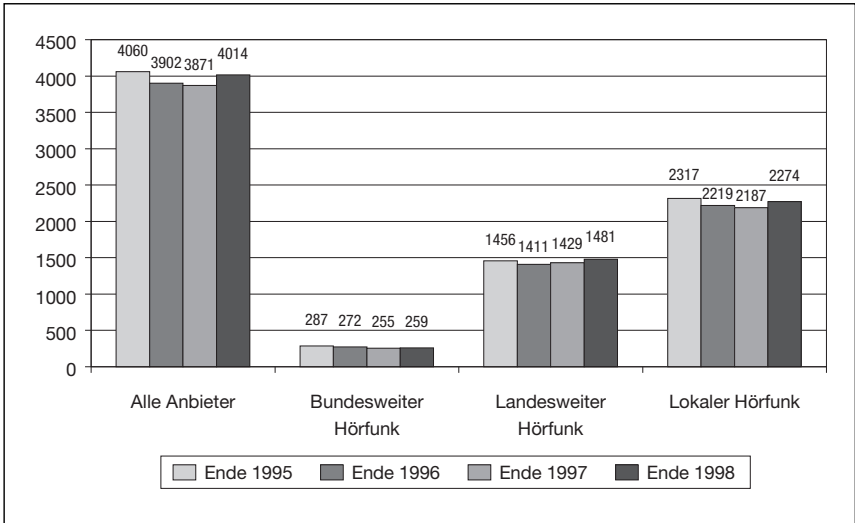


Abbildung 04-3: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1995–1998
Erwerbstätige

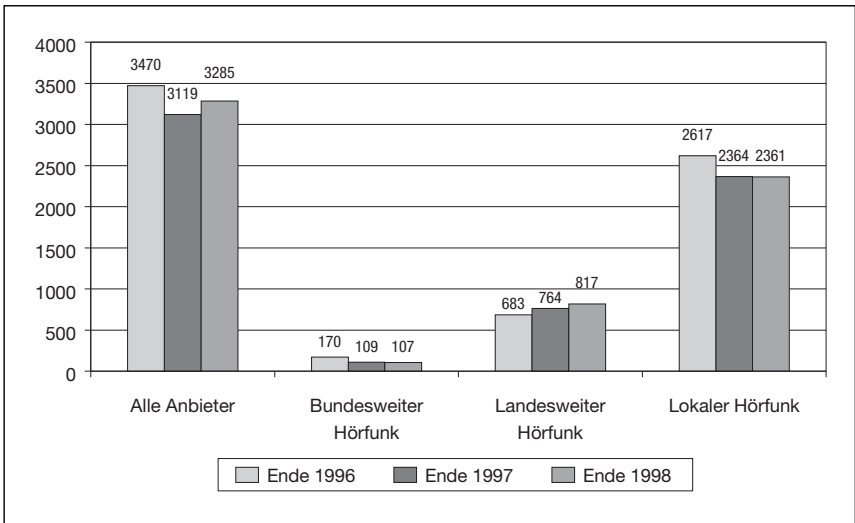


Abbildung 04-4: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1996–1998
Sonstige Mitarbeiter

e) Beschäftigtenstruktur

Von den Erwerbstätigen im privaten Fernsehen am Jahresende 1998 waren 83 % Vollzeitbeschäftigte, 11 % Teilzeitbeschäftigte und 6 % Auszubildende und Volontäre. Der Ausbildungsanteil war beim privaten Hörfunk mit 12 % doppelt so hoch (Abb. 04-5).

Das Verhältnis von Frauen zu Männern betrug Ende 1998 bei den Erwerbstätigen des privaten Fernsehens 44 : 56. Der Frauenanteil entsprach damit etwa dem der Gesamtwirtschaft im gleichen Jahr. Deutlich höher war der Frauenanteil unter den Erwerbstätigen des privaten Hörfunks. Über 2.000 oder 51 % der festen Mitarbeiter waren dort Ende 1998 Frauen.

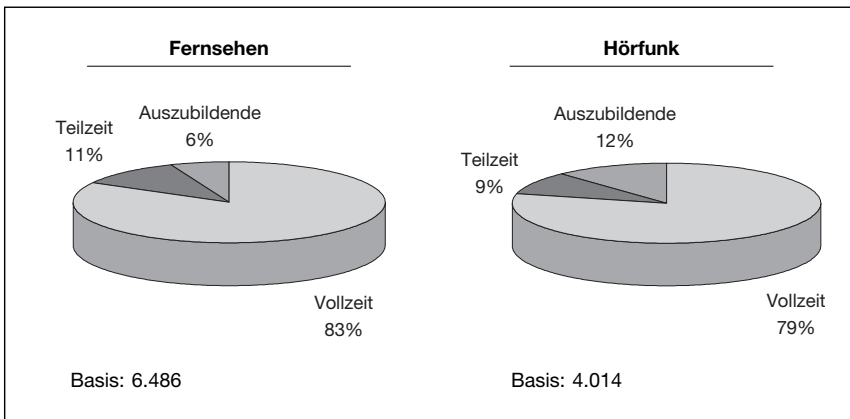


Abbildung 04-5: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 1998
Erwerbstätige

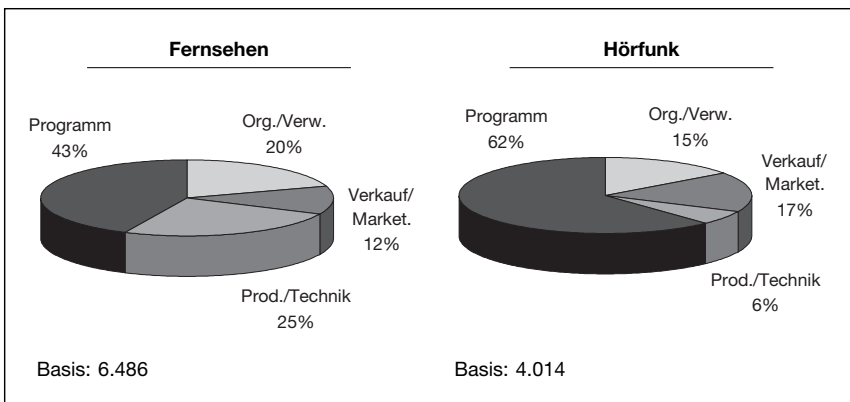


Abbildung 04-6: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 1998
Haupttätigkeitsbereich der Erwerbstätigen

Strukturiert man die festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk nach Haupttätigkeiten, so sind mit 43 % (Fernsehen) bzw. 62 % (Hörfunk) jeweils die meisten mit der Programmgestaltung beschäftigt. Der höhere Technikaufwand des Fernsehens zeigt sich in dem vergleichsweise hohen Anteil der Mitarbeiter im Bereich Produktion/Technik: Einem Anteil von 25 % im Fernsehen steht ein Anteil von 6 % 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 % der festen Mitarbeiter im Bereich Verkauf/Marketing tätig. Im privaten Hörfunk sind es wegen der hohen Zahl von Lokalanbietern mit eigener Werbeakquisition sogar über 17 %. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 20 % (Fernsehen) bzw. 15 % (Hörfunk) der festen Mitarbeiter zuzurechnen (Abb. 04-6).

0.5 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks im Jahr 1998

a) Ertragsstruktur

Privater Rundfunk in Deutschland ist weiterhin überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Von den Gesamterträgen des privaten Fernsehens in Höhe von 8,8 Mrd. DM stammten 7,3 Mrd. DM oder 84 % aus Werbeerträgen einschließlich Sonderwerbeformen wie Sponsoring und Teleshopping. Beim privaten Hörfunk betragen die Werbeerträge 1.026 Mill. DM (bei Gesamterträgen von 1,1 Mrd. DM). Dies entsprach einem Anteil von 91 % (Abb. 05-1).

Während sich der private Hörfunk in allen Bundesländern, in denen lokale Programme zugelassen wurden, als lokaler Werbeträger etabliert hat, wird das private

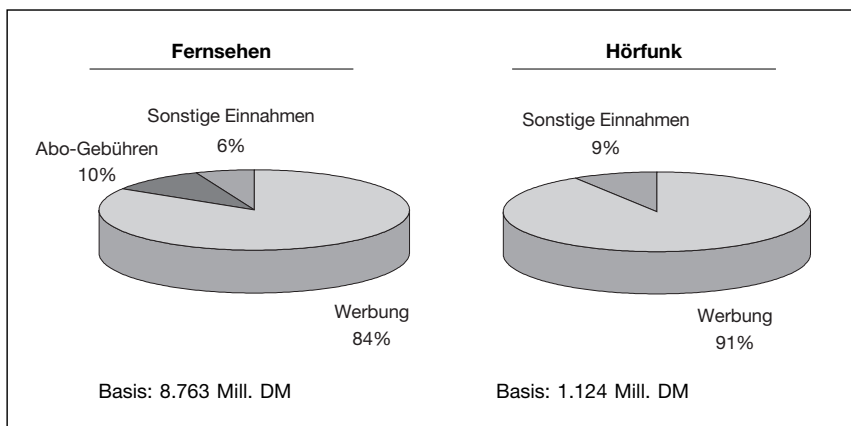


Abbildung 05-1: Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 1998
Gesamterträge

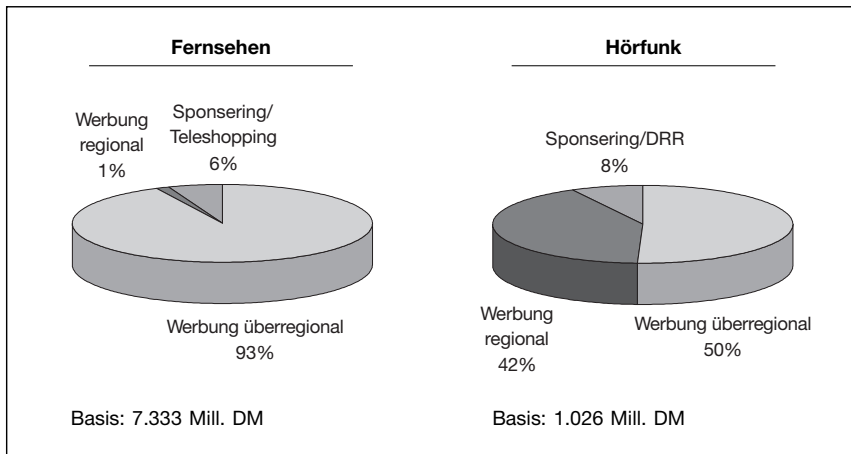


Abbildung 05-2: Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 1998

Werbeerträge

Fernsehen immer noch fast ausschließlich für überregionale Werbekampagnen genutzt: Der Anteil der Erträge aus lokaler Werbung lag 1998 im Hörfunk bei 38 %, beim Fernsehen hingegen bei 1 %. Auch neue Werbeformen wie Sponsoring, Teleshopping, Direkt-Response-Radio etc. haben im privaten Hörfunk eine größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an allen Erträgen betrug dort 1998 über 7 %, im Fernsehen rund 5 %. Dieser Anteil hat in den letzten Jahren vor allem wegen der 2 Teleshopping-Kanäle deutlich zugenommen (Abb.05-2).

Ende 1998 gab es fünf private Pay-TV-Anbieter von denen drei ihre Programme im DF1-Paket mit vermarkten ließen. Deren Einnahmen machten 1998 immerhin schon 10 % der Gesamterträge des privaten Fernsehens aus.

b) Aufwandsstruktur

Die Gesamtaufwendungen aller privaten Fernsehveranstalter lagen 1998 bei insgesamt 9,0 Mrd. DM. Der Personalaufwand spielte dabei eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 9 %, rechnet man die Vergütungen für die nicht fest angestellten Mitarbeiter ein, bei 11 %. Der größte Teil der Aufwendungen waren hingegen Sachkosten. Für die bundesweiten Veranstalter ist dabei eine Aufschlüsselung dieses Kostenblocks für das Jahr 1998 möglich. Von den etwa 7,5 Mrd. DM entfielen 3,4 Mrd. DM auf den Ankauf fertiger Programme und den Erwerb anderer Rechte, 2,3 Mrd. DM wurden für Auftragsproduktionen ausgegeben und rund 0,4 Mrd. DM für die technische Programmverbreitung (Abb.05-3).

Die Gesamtaufwendungen des privaten Hörfunks haben 1998 bei 1,0 Mrd. DM gelegen. Seine Kostenstruktur unterschied sich deutlich vom privaten Fernsehen. Der Personalkostenanteil lag bei 30 %, zusammen mit den Vergütungen für nicht fest angestellte Mitarbeiter bei 39 %. Innerhalb des Sachkostenblocks von rund 0,55 Mrd. DM gab es ebenfalls deutliche Unterschiede zum privaten Fernsehen. So

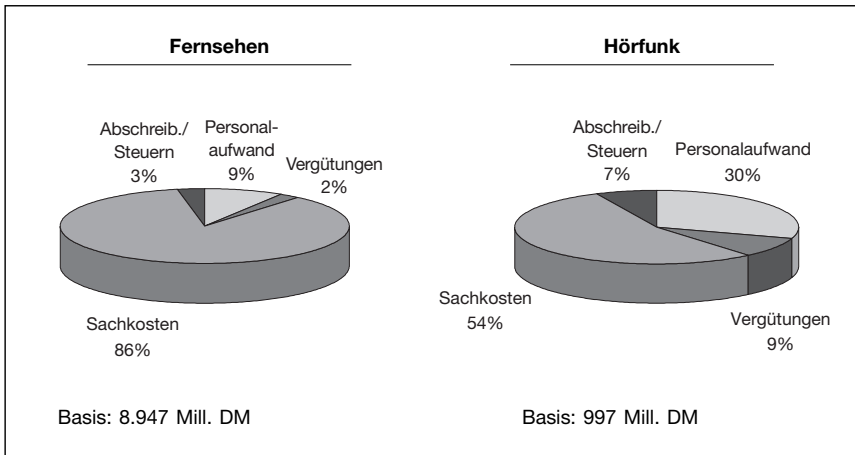


Abbildung 05-3: Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 1998
Gesamtaufwendungen

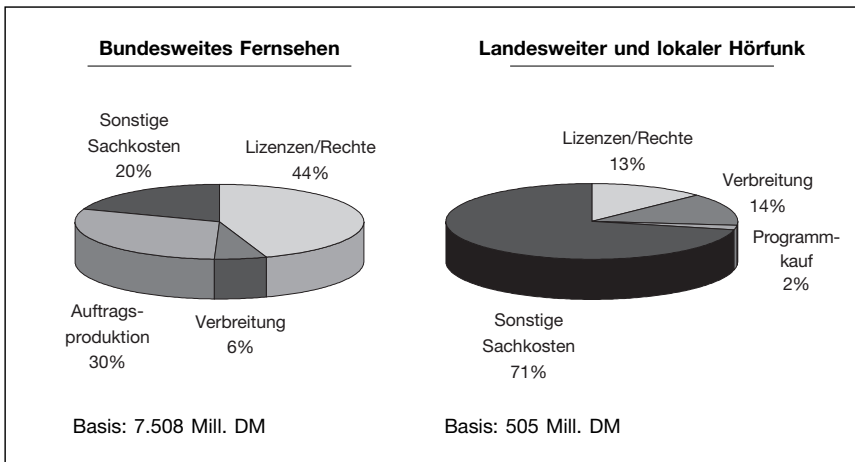


Abbildung 05-4: Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 1998
Sachkostenblock

entfielen auf den Rechteerwerb (vor allem Gema- und GVL-Gebühren) nur 18 %, auf die technische Programmverbreitung jedoch 13 % aller Sachkosten der privaten Hörfunkanbieter (Abb. 05-4).

0.6 Entwicklung der Kostendeckung seit 1995

a) Kostendeckung 1998

Die privaten Fernsehveranstalter erwirtschafteten 1998 zusammen einen Verlust in Höhe von 184 Mill. DM. Dagegen konnten die privaten Hörfunkanbieter insgesamt einen Gewinn von 127 Mill. DM verbuchen. Die wirtschaftliche Lage einzelner Anbietertypen war dabei sehr unterschiedlich. Im privaten Fernsehen gab es folgende Kostendeckungsgrade (Abb. 06-1):

- die Gruppe der 6 bundesweiten werbefinanzierten Vollprogrammanbieter erreichte vorwiegend durch Werbeeinnahmen einen Betriebsüberschuss von 685 Mill. DM, wobei allerdings ein Veranstalter Verluste hinnehmen musste,
- die Gruppe der 10 bundesweiten Free-TV-Spartensender kam zusammen auf ein Defizit von 205 Mill. DM, keiner der Anbieter arbeitete kostendeckend,
- die übrigen 10 Anbieter bundesweiter Programme, insbesondere die Pay-TV-Anbieter erwirtschafteten zusammen sogar einen Verlust von 685 Mill. DM,
- die 9 Anbieter landesweiter TV-Programme kamen auf ein positives Ergebnis, da sie in der Regel ihre Programme zu festen Konditionen an die bundesweiten Mantelprogramme abgeben; Werbung trug nur zu 6 % zu den Erträgen bei,
- die Gruppe der 14 Regional- und Ballungsraumsender erzielte mit einem Kostendeckungsgrad von 56 % (darunter 37 % Werbeerträge) das insgesamt schlechteste Ergebnis aller TV-Anbietertypen,
- die Gruppe der übrigen 37 Lokal-TV-Sender konnte dagegen 98 % ihrer Aufwendungen durch Erträge decken, davon die Hälfte aus Werbeerträgen.

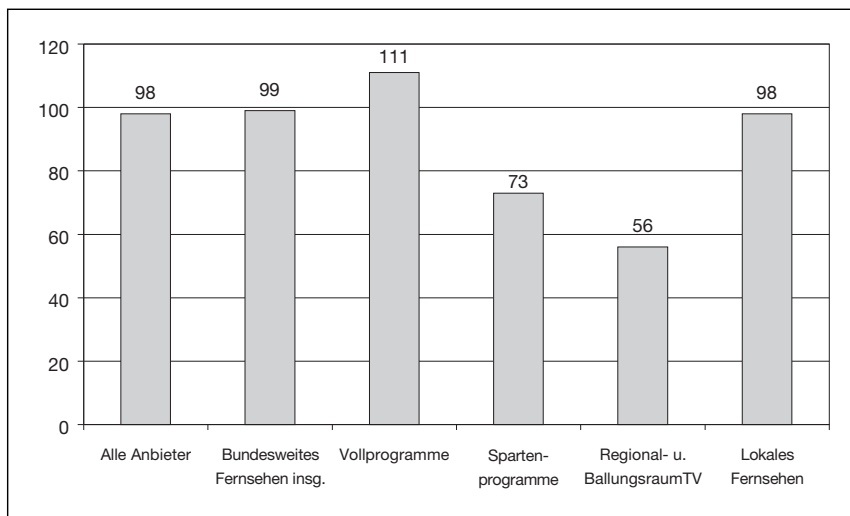


Abbildung 06-1: Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1998
Kostendeckungsgrad des privaten Fernsehens in Prozent

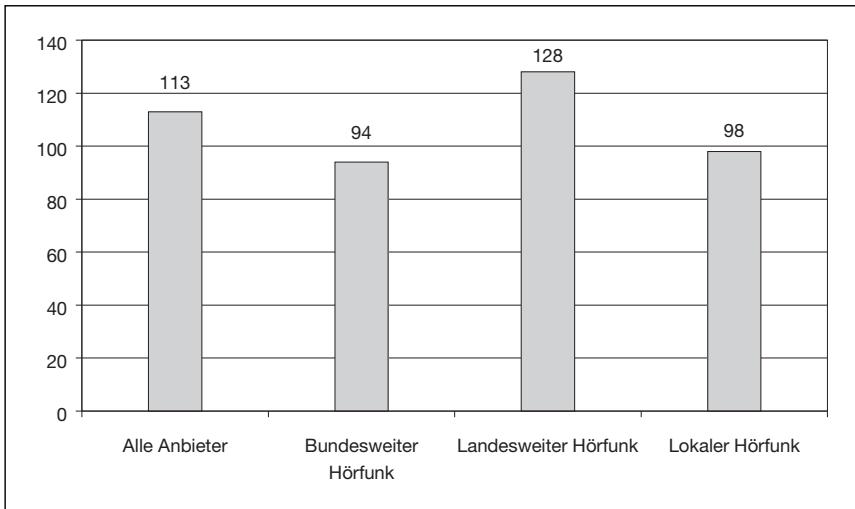


Abbildung 06-2: Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1998
Kostendeckungsgrad des privaten Hörfunks in Prozent

Im privaten Hörfunk war die wirtschaftliche Lage zwar 1998 insgesamt deutlich besser. Allerdings (Abb.06-2):

- wirtschafteten nur die Anbieter der 31 landesweiten bzw. Mantelprogramme überaus profitabel; sie kamen im Durchschnitt auf einen Kostendeckungsgrad von 128 %, lediglich 9 Anbieter dieses Typs waren 1998 in der Verlustzone.
- dagegen erreichten die 9 bundesweiten Anbieter zusammen nur einen Kostendeckungsgrad von 94 %; lediglich 3 dieser Anbieter waren in der Gewinnzone,
- auch innerhalb der Gruppe der 138 Lokalsender, die insgesamt auf einen Kostendeckungsgrad von 98 % kam, machte etwas über die Hälfte aller Anbieter Verluste.

b) Veränderungen seit 1995

Sowohl der Kostendeckungsgrad der privaten Fernsehveranstalter als auch der privaten Hörfunkveranstalter hat sich im Vergleich zum Vorjahr etwas verbessert. Die Fernsehanbieter konnten 1998 insgesamt 98 % ihrer betrieblichen Aufwendungen durch Erträge decken, nach 93 % im Jahr 1997. Verbessert hat sich sowohl die Situation der bundesweiten Anbieter wie die der regionalen Anbieter. Ursächlich sind hier vor allem höhere Werbeerträge und geringere Verluste im Bereich des Pay-TV.

Im privaten Hörfunk war die Gewinnsituation 1998 ebenfalls besser als im Vorjahr. Insgesamt haben die Gesamterträge um 13 % über den Gesamtaufwendungen gelegen. 1997 waren es nur 9 % gewesen. Auch der Kostendeckungsgrad bei den bundesweiten Anbietern stieg weiter von 89 % auf 94 %.

Während des gesamten Zeitraums seit 1995 war die wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks besser als die des privaten Fernsehens. Der Kostendeckungsgrad

der Hörfunkanbieter schwankte zwischen 109 % und 115 %. Dagegen lag er bei den TV-Anbietern immer unter der 100 %-Schwelle, d.h. es wurden im Durchschnitt Betriebsverluste erzielt. Am höchsten waren innerhalb des betrachteten Zeitraums die Verluste 1997, d.h. in der Startphase des digitalen Fernsehens in Deutschland.

Anders als in den Vorjahren hat 1998 das Wachstum der Hörfunkwerbeeinnahmen mit 5,5 % über dem Anstieg der TV-Werbeeinnahmen (3 %) gelegen. Dies betraf insbesondere die Erträge aus regionaler Werbung, die um 26 Mill. DM oder mehr als 6 % auf 430 Mill. DM zugenommen haben. Die weiterhin schwache Verbrauchskonjunktur in Deutschland im Jahr 1998 hatte damit wenige deutliche Auswirkungen auf die Werbebudgets der wichtigsten Gruppe regionaler Werbungstreibender, den lokalen Einzelhandel als in den Vorjahren. Die Erträge aus regionaler TV-Werbung konnten gegenüber 1997 sogar um 16 % auf 81 Mill. DM zulegen.

0.7 Entwicklung des dualen Rundfunksystems

a) Entwicklungsstand 1998

Auch 1998 haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihre wirtschaftlich dominante Stellung innerhalb der deutschen Rundfunkwirtschaft beibehalten. Gleichzeitig unterscheidet sich ihre Struktur deutlich von der des privaten Rundfunks:

- Nahezu drei Viertel der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft waren Ende 1998 bei den 14 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (einschließlich ARTE Deutschland) beschäftigt, der Anteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft lag 1998 sogar bei 78 % (Abb. 07-1).
- 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 Personalkostenanteile

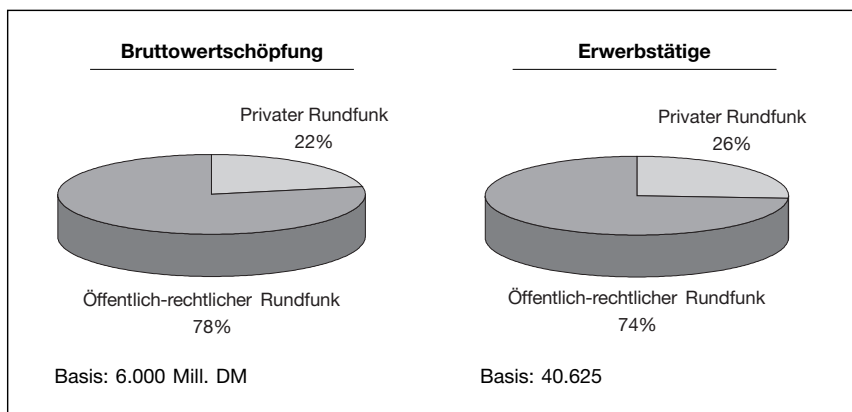


Abbildung 07-1: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 1998

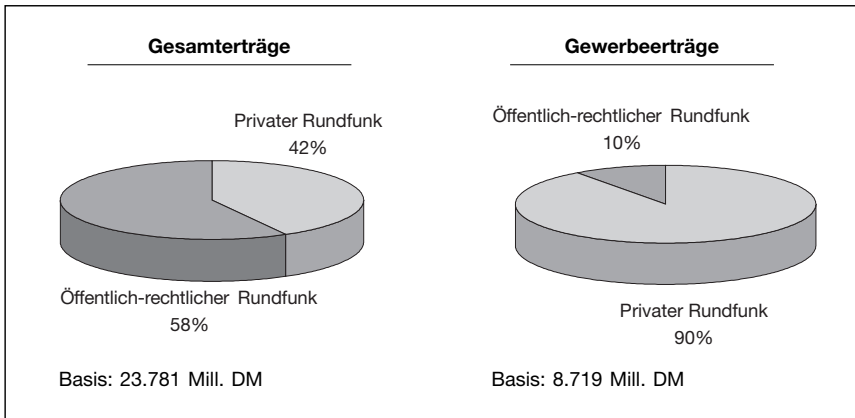


Abbildung 07-2: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 1998

(Verhältnis 80 : 20) 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 Hörfunkwerbemärkten spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur noch eine geringe Rolle. Von den gesamten Werbeerträgen der Rundfunkveranstalter gingen 1998 über 90 % an die privaten Anbieter (Abb.07-2).

b) Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks seit 1995

Die unterdurchschnittliche Beschäftigungsentwicklung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist in erster Linie eine Reaktion auf die unterschiedlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Vergleich zu den privaten Rundfunkanbietern. Zwar sind seit 1995 im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – anders als im privaten Rundfunk – die Erträge schneller gestiegen als die Aufwendungen. Dies war jedoch nur durch eine Reduktion der Personalaufwendungen mit einem entsprechenden Beschäftigtenabbau möglich (Abb.07-3 und 07-4).

Die Gesamterträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter wuchsen von 1995 bis 1998 um rund 16 %. Dem standen Aufwandssteigerungen um insgesamt 15 % gegenüber. Die Personalaufwendungen stiegen dabei unterdurchschnittlich. Im Ergebnis konnte im betrachteten 4-Jahres-Zeitraum der betriebliche Aufwand nur 1997 durch betriebliche Erträge gedeckt werden.

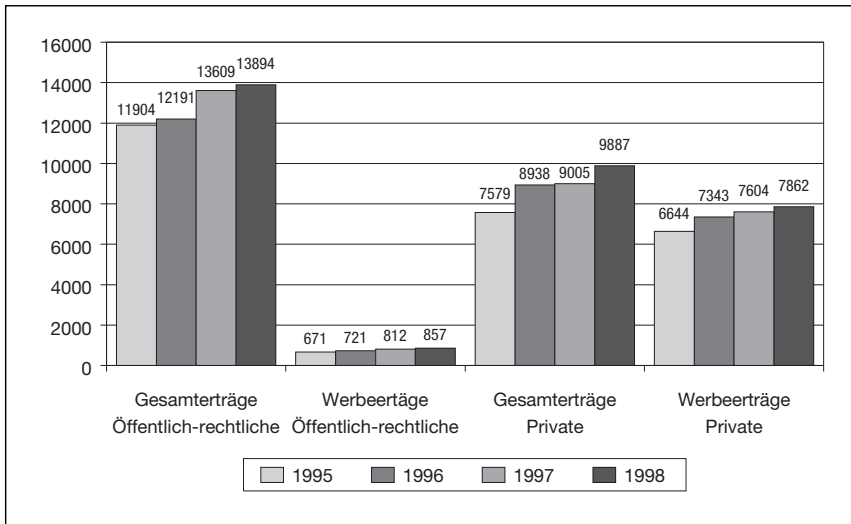


Abbildung 07-3: Entwicklung des dualen Rundfunksystems 1995–1998
Ertragsentwicklung in Mill. DM

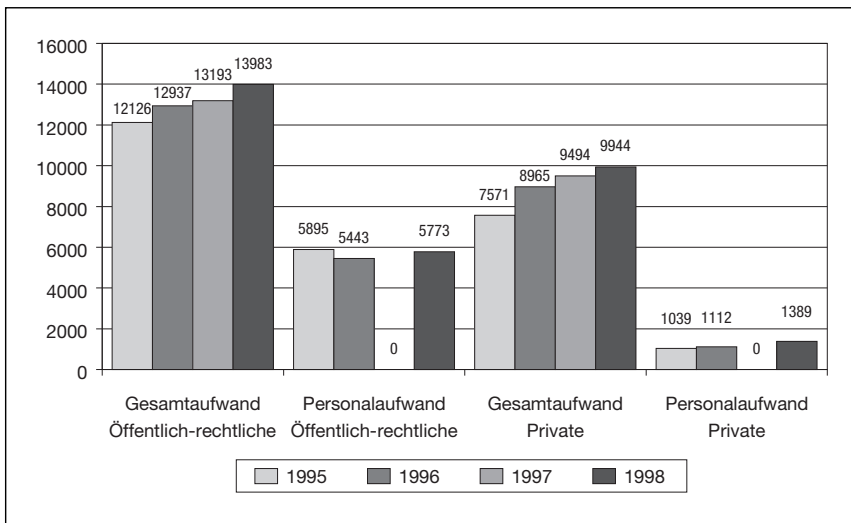


Abbildung 07-4: Entwicklung des dualen Rundfunksystems 1995–1998
Aufwandsentwicklung in Mill. DM

0.8 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft 1998

Die privaten Fernsehunternehmen sind auf wenige Bundesländer konzentriert. Allein 17 der 24 bundesweiten Anbieter haben ihren Sitz in den beiden Bundesländern Bayern und Nordrhein-Westfalen, 29 von 51 Regional- und Lokalanbietern senden in Bayern. Hingegen gab es Ende 1998 in 4 der 16 Bundesländer noch überhaupt kein privates Fernsehunternehmen. Die regionale Konzentration ist im privaten Hörfunkbereich nicht ganz so ausgeprägt. Dennoch wurden drei Viertel (137 von 178) der Programme in den vier Flächenstaaten ausgestrahlt, die lokale Hörfunksender zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist außerdem der Großraum Berlin, in dem weitere 13 Anbieter ihren Sitz haben.

Aufgrund der Zulassung weiterer privater TV- und Hörfunkanbieter im Jahr 1998 lassen sich die Daten stärker regionalisieren als in den Vorjahren. Ausnahmen sind wegen der geringen Zahl an privaten Anbietern die Länder Bremen, das Saarland 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 1998 im privaten und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gab es für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland nach der absoluten Größe folgende Rangfolge (Abb. 08-1):

- Nordrhein-Westfalen 9.070 Erwerbstätige (davon 2.290 bei den Privaten)
- Bayern 6.650 (3.190 Private)
- Baden-Württemberg 4.625 (690 Private)
- Rheinland-Pfalz 4.170 (335 Private)
- Berlin-Brandenburg 4.070 (1.380 Private)
- Hamburg 3.970 (1.250 Private)
- Hessen 2.260 (355 Private)
- Sachsen 2.165 (310 Private)
- Saarland 850 (k. A.)
- Niedersachsen 820 (225 Private)
- Bremen 670 (k. A.)
- Schleswig-Holstein 455 (150 Private)
- Mecklenburg-Vorpommern 405 (100 Private)
- Sachsen-Anhalt 280 (95 Private)
- Thüringen 225 (k. A.).

Auch innerhalb der einzelnen Bundesländer ist die Rundfunkwirtschaft auf wenige Standorte konzentriert. Wie in den Vorjahren wurden die Erwerbstätigenzahlen der Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich des nahen Umlandes) gesondert ausgewertet (Abb. 08-2). Danach befinden sich sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk über 55 % aller Rundfunkarbeitsplätze in diesen vier Städten. Beim privaten Fernsehen sind es sogar über 80 %. Als Sitz der Rundfunkanstalten WDR, Deutsche Welle und Deutschlandradio hält Köln beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk allein einen Anteil von 24 %. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 20 % der Erwerbstätigen deutlich vor Berlin mit 15 %, gefolgt von Köln mit 13 % und Hamburg mit

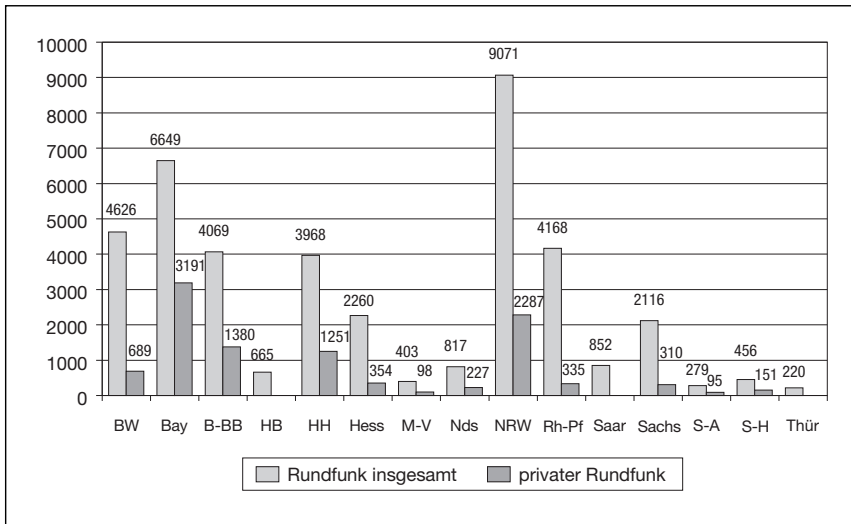


Abbildung 08-1: Regionale Verteilung der Erwerbstätigen nach Bundesländern Ende 1998
Rundfunk insgesamt und privater Rundfunk

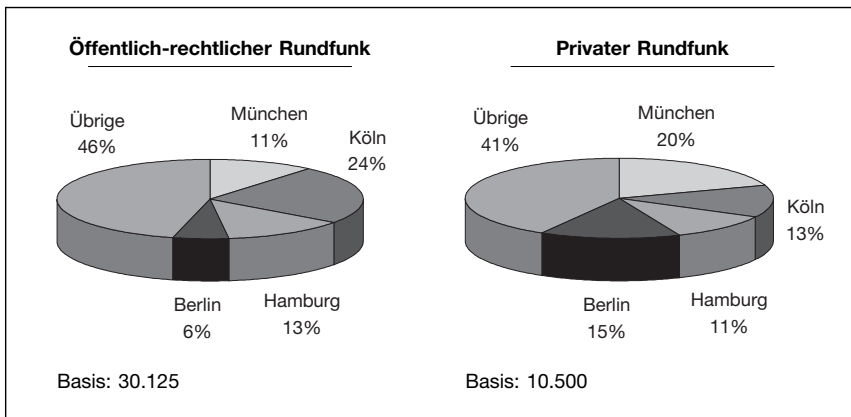


Abbildung 08-2: Verteilung der Erwerbstätigen auf die vier wichtigsten Medienstädte Ende 1998

11 %. Berlin hat in den letzten Jahren vor allem von der Verlegung des SAT.1-Hauptsitzes profitiert.

Vergleicht man den Anteil der Bundesländer an der Rundfunkwirtschaft mit dem Beitrag des jeweiligen Landes zur Entstehung des deutschen Bruttoinlandsproduktes, so zeigt sich überdies, das die Rundfunkunternehmen 1998 in folgenden Ländern überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung beigetragen haben:

- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 13 % und einen Anteil am gesamten Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 5 %,
- Hamburg mit 11 % Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und 4 % BIP-Anteil,
- Berlin-Brandenburg mit 8 % Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 6 %,
- Sachsen mit einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 6 % und einem BIP-Anteil von 5 %,
- das Saarland und Bremen mit jeweils einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 2 % und einem BIP-Anteil von 1 %.

Ein vergleichsweise hohes Gewicht innerhalb der Gesamtwirtschaft hat die Rundfunkwirtschaft darüber hinaus in Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil von 20 % an der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 22 %.

Auf den ersten Blick überraschend ist die Tatsache, dass die Rundfunkwirtschaft – gemessen an der Wertschöpfung – in Bayern und in Baden-Württemberg 1998 eine vergleichsweise geringe Bedeutung hatte. Deutlich unter den jeweiligen BIP-Anteilen der Bundesländer lagen außerdem die Wertschöpfungsanteile der Rundfunkwirtschaft in den Ländern Hessen und Niedersachsen. Eine getrennte Betrachtung von privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk zeigt, dass in Bayern hierfür die hohen Verluste der privaten Anbieter im Pay-TV-Bereich und in den übrigen genannten Ländern der jeweils geringe Umfang der privaten Rundfunkwirtschaft als Ursachen auszumachen sind.

1 Ziel und Durchführung der Studie

1.1 Projektorganisation, Erhebungsziel und -methodik

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Dezember 1998 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin (DIW) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland im Jahr 1998 zu erstellen. Bei der Datenerhebung kooperierte das DIW wie in den Vorjahren mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) sowie dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg (HBI), wobei mit der DLM folgende Arbeitsteilung vereinbart wurde:

- dem DIW wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichtserstellung übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei den privaten Fernsehveranstaltern mit bundes- und landesweiten Lizenzen 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 und bei den regionalen und lokalen TV-Anbietern beauftragt; sie übergab die gewonnenen Daten in anonymisierter Form zur Auswertung an das DIW.

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

Grundlage war wie bei den Erhebungen für 1995¹ und 1996² eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Damit gelang es erneut, die vor allem für die privaten Rundfunkveranstalter vorhandenen Datenlücken so weit zu schließen, dass für 1998 ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – gezeichnet werden konnte. Um die Entwicklung über einen längeren Zeitraum verfolgen zu können, wurden neben den detaillierten Strukturdaten für 1998 auch noch Eckdaten für das Jahr 1997 erhoben. Dies war gleichzeitig die einzige Veränderung im Befragungsprogramm gegenüber den Vorjahren.

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

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

2 Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1996/97, Berlin 1998 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Band 9).

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 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.³ Die in rechtlich selbständige Unternehmen ausgelagerten Dienstleistungsaktivitäten wie Werbekquisition, Sendetechnik oder Studiobetrieb sowie von TV-Programmproduzenten ohne eigene Sendelizenz sind also nicht in den Daten enthalten.⁴

Bei der Darstellung der Ergebnisse erfolgt auch eine weitgehende Regionalisierung auf der Ebene von Bundesländern, wobei in einigen Fällen privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunk zusammengefaßt werden müssen, um die zugesagte Vertraulichkeit der Angaben zu gewährleisten. Entsprechend der in der amtlichen Statistik üblichen Vorgehensweise werden bei detaillierteren Darstellungen von Teilbranchen (Anbietertypen) 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 Einzelveröffentlichung zugestimmt haben.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von Anfang Mai bis Mitte September 1999, wobei die Befragten ihre Angaben möglichst auf Basis der Gewinn- und Verlustrechnung 1998 bzw. der Jahresbilanz 1998 machen sollten. Die Datenerhebung im privaten Hörfunk und bei den lokalen TV-Veranstaltern konnte von der AKM bereits Mitte Juli 1999 abgeschlossen werden. Das HBI gab die von ihm ermittelten Daten für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Anfang September an das DIW weiter. Bei den privaten TV-Anbietern beantworteten hingegen einige bundesweite Anbieter erst Mitte September den Fragebogen.

Die Daten der bundesweiten und landesweiten privaten TV-Veranstalter und die der übrigen privaten Rundfunkveranstalter wurden wie in den Vorjahren mit einer unterschiedlichen Methodik erhoben. Während das DIW Anfang Mai 1999 an alle bundes- und landesweiten TV-Anbieter einen Fragebogen mit einem Begleitbrief der BLM verschickte und dann ab Anfang Juli 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 79 Fällen forderten die Befragten zusätzlich den zugrunde liegenden Fragebogen an, in 4 Fällen wurde auf ein persönliches Interview vor Ort bestanden. Die DIW- und AKM-Fragebogen zum Bereich Fernsehen waren inhaltlich vollständig aufeinander abgestimmt. Der AKM-Fragebogen zum Hörfunk berücksichtigt zusätzlich

3 Dies entspricht Wirtschaftszweig 92.20.1 der Systematik der Wirtschaftszweige (WZ '93).

4 Zum Umfang der TV-Produktion in Deutschland im Jahr 1997 vgl. DIW, Wirtschaftliche Bedeutung des TV-Marktes für die deutsche Filmwirtschaft 1997, München 1999 (BLM-Schriftenreihe, Nr. 54).

einige 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 hat deshalb auf Grundlage der vom DIW und der AKM verwendeten Fragebögen einen eigenen Fragenkatalog entwickelt, 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 außergewöhnlich hohe Antwortquote von über 95 % (bundes- und landesweites Fernsehen 85 %, regionales und lokales Fernsehen 100 %, Hörfunk 97 %) lässt auf ein weiterhin großes Interesse der Rundfunkunternehmen an einer möglichst guten Datenlage zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland schließen. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) beigetragen haben.

1.2 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des privaten Rundfunks

1.2.1 Fernsehen

Nach der dem DIW und der AKM von den Landesmedienanstalten zur Verfügung gestellten Adressenlisten⁵ waren insgesamt 84 private TV-Veranstalter nach ihrer Beschäftigtenstruktur am Jahresende 1998, den Wirtschaftsdaten für das Jahr 1998 sowie zu den wichtigsten Eckwerten für 1997 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 84 Ende 1998 tätigen privaten TV-Anbieter lassen sich folgenden Veranstaltertypen zuordnen:

- 24 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren fünf Pay-TV-Anbieter und zwei Teleshopping-Kanäle sowie drei Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz, die jede Woche nur einige Programmstunden veranstalten.
- 9 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit, davon 8 als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL und SAT.1.
- 10 Veranstalter sendeten ein täglich mehrstündiges Programm in Räumen mit hoher Bevölkerungsdichte (Ballungsraum-TV). Die Auswertung der Angaben

⁵ Vgl. ALM (Hrsg.), Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1995/96, München 1996.

Sitz des Veranstalters	Private TV-Veranstalter				Private TV-Programme ¹⁾				
	Ins-gesamt	Bundesweite	Landesfenster	Ballungsraum TV ²⁾	Ins-gesamt	Bundesweite	Landesfenster	Ballungsraum TV ²⁾	Lokale ³⁾
Baden-Württemberg	6	0	0	4	6	0	0	4	2
Bayern	42	10	3	3	42	10	3	3	26
Berlin u. Brandenburg	6	2	0	3	6	2	0	3	1
Bremen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hamburg	4	2	1	1	7	3	3	1	0
Hessen	2	1	1	0	2	1	1	0	0
Mecklenburg-Vorpommern	1	0	0	0	1	0	0	0	1
Niedersachsen	2	1	1	0	4	1	3	0	0
Nordrhein-Westfalen	9	7	2	0	10	8	2	0	0
Rheinland-Pfalz	5	1	1	0	5	1	1	0	3
Saarland	1	0	0	1	1	0	0	1	0
Sachsen	6	0	0	2	6	0	0	2	4
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
Ende 1998	84	24	9	14	90	26	13	14	37
Ende 1997	80	21	10	13	86	23	14	13	36

¹⁾ Digital-TV-Bouquets jeweils als ein Programm. - ²⁾ Einschließlich Regionalprogramme in Baden-Württemberg und dem Saarland. - ³⁾ Ohne Stadtkanäle, Kabelanlagen oder Zulieferprogramme.
 Quellen: AKM-Umfrage; DiW-Umfrage.

Tabelle 1.1: Private TV-Veranstalter und TV-Programme Ende 1998 nach Bundesländern

DIW/AKM 99

erfolgte zusammen mit den Daten von weiteren 4 regionalen Anbietern aus Baden-Württemberg und dem Saarland.

- Hiervon unterschieden werden können 34 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. Ausgewertet wurden deren Angaben zusammen mit den Daten von 3 bayerischen Zulieferprogrammen mit eigener Sendelizenz, die nur wenige Stunden pro Woche produzieren.

Ein Teil der 84 privaten TV-Anbieter veranstaltete Ende 1998 zwei bzw. drei Programme, sodass die TV-Programmzahl mit 90 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. Fünf der 84 TV-Veranstalter haben 1998 den Sendebetrieb aufgenommen. Ein landesweites Programm stellte 1998 den Sendebetrieb ein.

Auffällig ist, dass Ende 1998 lediglich rund ein Fünftel aller privaten TV-Veranstalter ihren Unternehmenssitz außerhalb der vier Bundesländer Bayern, Berlin, Hamburg und Nordrhein-Westfalen hatten. Allein in Bayern waren mit 42 Veranstaltern die Hälfte aller privaten TV-Anbieter ansässig.

Die Antwortquote lag für alle privaten TV-Veranstalter bei 90 %. Hiervon machten 85 % sowohl Angaben zur Beschäftigung als auch zur finanziellen Situation, die restlichen 5 % jedoch lediglich Angaben zur Beschäftigung. Auf die Gruppe der Anbieter mit vollständigen Angaben entfallen allerdings rund 98 % 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 A 1 im methodischen Anhang). Am schlechtesten repräsentiert ist die Gruppe der Sparten-TV-Sender, bei der etwas über sieben Zehntel des Umsatzes in der Umfrage erfasst werden konnten. Auf diesen Veranstaltertyp entfällt jedoch nur rund 6 % des Gesamtumsatzes aller privaten Fernsehanbieter.

1.2.2 Hörfunk

Ebenfalls auf Grundlage der von den Landesmedienanstalten zur Verfügung gestellten Adressenlisten wurden von der AKM 178 private Hörfunkveranstalter nach Beschäftigendaten für Ende 1998, nach Wirtschaftsdaten für das Kalenderjahr 1998 und nach Eckwerten für 1997 befragt. Anders als beim privaten Fernsehen besitzen alle Anbieter nur jeweils eine Sendelizenz für ein Ukw-Hörfunkprogramm. Die privaten Hörfunkveranstalter lassen sich folgenden drei Veranstaltertypen zuordnen:

- 9 Anbieter von bundesweit verbreiteten Hörfunkprogrammen, darunter ein Einkaufsradio, ein Klassikprogramm, ein religiöses Programm, ein Programm

volkstümlicher Musik, je ein „Oldie“- und „Schlager“-Angebot, ein Angebot elektronischer Musik und zwei Pop-Programme mit den Formaten „Black Music“ bzw. „Young Urban Dance“.

- 28 Anbieter von landesweit verbreiteten Hörfunkprogrammen, hierin sind die Lokalanbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg nicht enthalten; eingerechnet sind hingegen drei Anbieter, die in ganz Berlin und Brandenburg zu empfangen sind, sowie Anbieter sog. Mantelprogramme für Lokalsender. Bei den Auswertungen wurden auch die 3 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 lokalen Anbietern aus den drei Stadtstaaten gibt es diesen Anbietertyp nur in den Bundesländern, die die rechtlichen und technischen Voraussetzungen für Lokalsender geschaffen haben. In der Zahl nicht enthalten sind jene Programmzulieferer, die in Bayern mit einer eigenen Sendelizenz bis zu 12 Stunden pro Woche auf den Frequenzen anderer Lokalanbieter senden.

Sitz des Veranstalters Bundesland	Private Hörfunkveranstalter			
	Insgesamt	Bundesweite	Landesweite ¹⁾	Lokale ²⁾
Baden-Württemberg	18	0	3	15
Bayern	57	2	2	53
Berlin u. Brandenburg	13	2	3	8
Bremen	1	0	0	1
Hamburg	5	1	0	4
Hessen	3	2	1	0
Mecklenburg-Vorpommern	2	0	2	0
Nordrhein-Westfalen	47	0	1	46
Niedersachsen	2	0	2	0
Rheinland-Pfalz	4	1	2	1
Saarland	1	0	1	0
Sachsen	15	0	5	10
Sachsen-Anhalt	3	0	3	0
Thüringen	2	0	2	0
Schleswig-Holstein	5	1	4	0
Ende 1998	178	9	31	138
Ende 1997	174	9	28	137

¹⁾ Einschließlich Mantelprogramme und Regionalsender in Baden-Württemberg. - ²⁾ Einschließlich Ballungsraumsender.
Quelle: AKM-Umfrage. **DIW/AKM 99**

Tabelle 1.2: Private Hörfunk-Veranstalter Ende 1998 nach Bundesländern

Vier der 178 Hörfunkveranstalter haben erst 1998 den Sendebetrieb aufgenommen.

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 (137 von 178). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin, in dem weitere 13 Anbieter ihren Sitz haben (Tabelle 1.2).

Die Antwortquote der privaten Hörfunkveranstalter lag mit 97 % wiederum sehr hoch. Es wurden jeweils vollständige Antworten sowohl zur Beschäftigung als auch zur wirtschaftlichen Situation gegeben. Die Daten der übrigen sechs Hörfunkanbieter konnten auf Basis von Zusatzinformationen geschätzt werden (vgl. im Detail Punkt A 2 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 der des privaten Rundfunks (vgl. Tabelle 1.3):

- Die Zahl der Anstalten hat sich 1998 durch die Fusion von SWF und SDR zum SWR reduziert. Von den nun insgesamt 14 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks veranstalten 11 sowohl Fernseh- als auch Hörfunkprogramme. Es sind dies die 10 in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten (die Einländeranstalten RB, WDR, SFB, ORB, SR, HR, BR sowie die Mehrländeranstalten NDR, MDR und SWR) und die Bundesrundfunkanstalt Deutsche Welle.
- Jeweils auf ein Medium spezialisiert sind nur das ZDF und das Deutschlandradio, das aus den ehemaligen Anstalten 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 zwei südwestdeutschen Rundfunkanstalten Saarländischer Rundfunk und Südwestrundfunk. Außerdem veranstalten SFB und ORB vier Hörfunkgemeinschaftsprogramme. Im Verlauf des Jahres 1997 kamen die gemeinsamen ARD/ZDF-Programme

„Kinderkanal“ und „Phoenix“ sowie das Radioprogramm „Radio 3“ (NDR, SFB, ORB) hinzu.

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

Sitz der Anstalt	Rundfunkaktivitäten		Fernsehprogramme		Hörfunkprogramme			
	Anstalt mit...	...TV-Aktivität	...Hörfunk-Aktivität	Vollprogramme insgesamt	zus. Regionalfenster ARD1/III.	Anstalt	Zahl der Programme insgesamt	bundesweit
Region Bundesland								
Nord:								
Bremen		1	1			RB	4	3
Hamburg								
Niedersachsen								
Schleswig-Holstein		1	1		4	NDR	8	4
Mecklenburg-Vorp.								
West:								
Nordrhein-Westfalen ²⁾		2	3		8	WDR DW-TV	5	5
Ost:								
Berlin		1	1			B1	6	3
Brandenburg		1	1			ORB	2	2
Sachsen								
Sachsen-Anhalt		1	1			MDR	7	4
Thüringen								
Südwest:								
Hessen		1	1			HR3	4	4
Saarland		1	1			SR	4	2
Rheinland-Pfalz		1	1			ZDF	7	7
Baden-Württemberg		2	1			Südwest ⁵⁾ , ARTE		
Süd:								
Bayern		1	1			Bayern3 BR-alpha	5	5
Ende 1998	14	13	12	16	15	17	61	44

Gemeinschaftsprogramme:
Das Erste,
3SAT, Kinderkanal, Phoenix

¹⁾ Der NDR veranstaltet mit Radio Bremen ein gemeinsames III. Programm. - ²⁾ Deutsche Welle und Deutschlandradio produzieren auch in Berlin. - ³⁾ Drei der DW-Hörfunk-Programme sind in Deutschland über ASTRA empfangbar. - ⁴⁾ ORB und SFB veranstalten vier gemeinsame Hörfunkprogramme, sowie ein weiteres Hörfunkprogramm zusammen mit dem NDR. - ⁵⁾ Der SWR veranstaltet mit dem Saarländischen Rundfunk ein gemeinsames III. Programm. - ⁶⁾ Die Zweifländeranstalt Südrundfunk hat ihren Hauptsitz in Baden-Württemberg. - ⁷⁾ Die ARTE Deutschland GmbH koordiniert die deutsche Programmzulieferung für den in Straßburg ansässigen deutsch-französischen Sender ARTE.
Quelle: HBI

Tabelle 1.3: Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Programme Ende 1998

Insgesamt sendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland Ende 1998 16 Fernsehvollprogramme, von denen 15 bundesweit über Satellit verbreitet wurden. Hinzu kommen 17 zusätzliche TV-Regionalfenster für einzelne Bundesländer, die wochentags terrestrisch im Rahmen der ARD 1-Programmes oder der III. Programme ausgestrahlt werden. Hörfunkprogramme werden insgesamt 61 veranstaltet (einschließlich der 6 Programme der Deutschen Welle), davon wurden 44 auch bundesweit 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 Mai 1999 zugestellt. Da die Zuordnung nach Hörfunk- und TV-Aktivitäten wie im Vorjahr von den meisten ARD-Anstalten aufgrund ihrer Kostenrechnungssysteme nur partiell vorgenommen werden konnte, wurden sie in der vorliegenden Studie vom DIW durch Schätzungen ergänzt. Diese basieren auf einem entwickelten Verteilungsschlüssel, der bei der ersten Umfrage dieser Art im Jahr 1996 mit Fachleuten aus ARD-Anstalten abgestimmt worden war.

Zwei ARD-Anstalten beantworteten keine Fragen des Katalogs. Ein großer Teil der Informationslücken konnte jedoch vom Hans-Bredow-Institut durch Einbeziehung von Zusatzinformationen und eigene Schätzungen des HBI 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 ersten Teil der Studie erfolgt zunächst eine *bundesweite Darstellung* der deutschen Rundfunkwirtschaft:

- Abschnitt 2 der Studie gibt einen Überblick über die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen in Deutschland anhand der Kennziffern Erwerbstätigenzahl, Produktionswert und Bruttowertschöpfung, die einen direkten Vergleich mit den Daten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) 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. Die Berechnungen der Kennziffern erfolgen noch nach den alten Definitionen und nicht nach den seit 1999 EU-weit abgestimmten veränderten Definitionen der VGR (vgl. Punkt A4 im methodischen Anhang).

- 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 Anbieter-typen, 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 1998 anhand der Betriebsergebnisse und der Aufwands- und Ertragsstrukturen (differenziert nach Anbietertypen) untersucht. Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietertypen erklären sich unter anderem durch die jeweiligen Programmstrukturen, sodass diese für die wichtigsten Anbietertypen (bundesweites Fernsehen, landesweiter und lokaler Hörfunk) ebenfalls erfragt und ausgewertet 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 erfolgt so, dass jeweils ein Vergleich mit den entsprechenden Aktivitäten des privaten Rundfunks möglich ist.
- Abschnitt 6 enthält für die wichtigsten Kennziffern eine Gegenüberstellung der aktuellen Daten mit den Ergebnissen der Befragungen aus den Vorjahren. Veränderte Abgrenzungen bei den jeweils in die Auswertung einbezogenen Anbieter-typen und die veränderte Definition der sonstigen freien Mitarbeiter ab 1996 sind 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. Die regionale Zuordnung erfolgt hierbei für alle Veranstalter mit mehreren Betriebsstätten proportional zur Zahl der Erwerbstätigen in verschiedenen Bundesländern.
- 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 Länderübersichten enthalten außerdem gesamtwirtschaftliche Daten als Vergleichsgrößen. Die regionale Zuordnung der Daten erfolgt dabei

zu 100 % am jeweiligen Hauptsitz des Unternehmens, da eine länderweise Ausdifferenzierung für alle erhobenen Daten nicht sinnvoll durchzuführen ist. In einem methodischen Anhang werden abschließend 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 1998

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 jeweiliges gesamtwirtschaftliches Gewicht berechnet und miteinander verglichen werden kann. Auf Basis der im Rahmen der vorliegenden Studie erhobenen Daten wird im folgenden für das Jahr 1998 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.⁶ Sie messen

- zum einen den direkten Beitrag einer Branche zur Einkommensentstehung (Bruttowertschöpfung) und zur Gesamtbeschäftigung (Erwerbstätige),
- zum anderen auch die indirekten Nachfragewirkungen auf andere inländische Wirtschaftszweige (Vorleistungs- bzw. Investitionsnachfrage).

Die Kennziffer, die den direkten Beitrag eines Wirtschaftszweiges zur Einkommensentstehung misst, ist die *Bruttowertschöpfung*. Sie entspricht der Differenz aus dem Produktionswert der Branche und den Vorleistungsbezügen aus anderen Branchen.⁷ 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,

⁶ Vgl. im Detail Punkt 4.2 im methodischen Anhang.

⁷ Produktionswert auf Bruttowertschöpfung werden seit 1998 durch Anpassung der deutschen VGR an ein EU-einheitliches Verfahren anders berechnet als in den Vorjahren. Insbesondere steigt die Bruttowertschöpfung durch die Einbeziehung von Abschreibungen auf immaterielle Investitionen, z. B. für die Eigen- und Auftragsproduktion von Filmen, deutlich an. Um einen Bruch zu den Vorjahren zu vermeiden, wurde in diesem Jahr die Bruttowertschöpfung noch nach dem alten Verfahren berechnet.

- der Einkommensanteil, der an den Staat geht, dies sind die indirekten Steuern (z. B. spezielle Verbrauchssteuern, Gewerbesteuer usw.) abzüglich der staatlichen 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 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.⁸

2.2 Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigkeit im Jahr 1998

Der Produktionswert der Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat 1998 bei 23,5 Milliarden DM gelegen. Hierin sind vor allem Werbeerträge (gerechnet als Bruttoumsätze einschließlich der Provisionszahlungen an Agenturen), Erträge aus Rundfunk- bzw. Abonentengebühren sowie Umsätze aus weiteren Unternehmensaktivitäten (Auftragsproduktionen für Dritte, Merchandising, Tele-Shopping etc.) enthalten. Abzuziehen sind der Einkaufswert von Handelsware (z. B. bei Teleshopping) sowie staatliche Subventionen (z. B. für die Deutsche Welle). Zieht man vom Produktionswert die bezogenen Vorleistungen in Höhe von 17,4 Mrd. DM ab, so errechnet sich eine Bruttowertschöpfung von 6 Mrd. DM (Tabelle 2.1).

Die Rundfunkwirtschaft ist damit gesamtwirtschaftlich betrachtet ein relativ kleiner Wirtschaftszweig, ihr Beitrag zur Einkommensentstehung lag 1998 unter 0,2 %. Ein Vergleich mit anderen Medienbranchen ist schwierig, da aktuelle Daten für das Jahr 1998 bislang weder für das Verlagsgewerbe noch die Film- oder Musikwirtschaft vorliegen. 1997 hatte die Wertschöpfung der Filmwirtschaftsunternehmen

⁸ So werden die Vergütungen für diese Beschäftigtengruppe ohne festes Arbeitsverhältnis als Vorleistungsbezüge aus anderen Wirtschaftszweigen betrachtet. Die dabei entstehende Wertschöpfung wird damit ebenfalls dort und nicht in der Rundfunkwirtschaft verbucht.

	Rundfunk insgesamt	Öffentlich- rechtlicher Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mill. DM				
Produktionswert ¹⁾	23.450	13.295	10.155	17.545	5.905
Vorleistungen ²⁾	17.450	8.635	8.815	14.905	2.545
Bruttowertschöpfung ³⁾	6.000	4.660	1.340	2.640	3.360
davon:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5.595	4.490	1.105	3.250	2.345
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	810	655	155	-430	1.240
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	-405	-485	80	-180	-225
	Anzahl				
Erwerbstätige	40.625	30.125	10.500	23.220	17.405
	Tausend DM				
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	147,7	154,7	127,6	113,7	193,0
	Anteile in %				
Produktionswert	100	57	43	75	25
Vorleistungen	100	49	51	85	15
Bruttowertschöpfung	100	78	22	44	56
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	80	20	58	42
Erwerbstätige	100	74	26	57	43
¹⁾ Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen. - ²⁾ Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen. - ³⁾ Produktionswert abzüglich Vorleistungen. <i>Quellen:</i> Berechnungen des DIW. DIW 99					

Tabelle 2.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1998
Deutschland insgesamt

jedoch etwa den Wert der Rundfunkwirtschaft erreicht. Aufgrund älterer Daten ist zudem anzunehmen, dass die Wertschöpfung des Verlagsgewerbes rund dreimal so hoch wie die der Rundfunkwirtschaft war.⁹

Die Zahl der Erwerbstätigen in den deutschen Rundfunkunternehmen hat Ende 1998 über 40.600 betragen. Dabei war die Bruttowertschöpfung pro Kopf mit 148.000 DM deutlich höher als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (etwa 105.000 DM).

Das Verhältnis öffentlicher Rundfunk zu privatem Rundfunk bei der Bruttowertschöpfung belief sich auf 78 : 22. Dieser Anteil der öffentlich-rechtlichen Anstalten

⁹ Vgl. Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland 1994 – Medienbericht '94 (Drucksache 12/8587 des Deutschen Bundestages).

hat damit noch höher gelegen als ihr Anteil an den Erwerbstätigen, von denen rund drei Viertel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigt waren. Dagegen betrug das Verhältnis öffentlich-rechtlicher zu privatem Rundfunk beim Produktionswert 57 : 43. Dieser Unterschied ist auf die weniger personalintensive Produktion und die höheren Vorleistungsbezüge der privaten Rundfunkanbieter zurückzuführen.

- Insbesondere von den privaten TV-Veranstaltern werden vergleichsweise mehr Programme gekauft oder als Aufträge an Fernsehproduktionsunternehmen vergeben als dies bei ARD, ZDF und den übrigen Rundfunkanstalten der Fall ist.
- Verschiedene private bundesweite TV-Anbieter haben nicht nur ihre Werbeakquisition 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 1998 auch auf die Medien Hörfunk und Fernsehen aufgeteilt werden:

- Rund 23.200 Erwerbstätige waren mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen beschäftigt (57 %), die anderen 17.400 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen (43 %).
- Diese Aufteilung gilt so nicht für die Bruttowertschöpfung der deutschen Rundfunkwirtschaft. Vielmehr lag der Anteil des Hörfunks 1998 bei dieser Kennziffer sogar über dem des Fernsehens. Ursächlich waren vor allem hohe Betriebsverluste, die sowohl bei den öffentlich-rechtlichen als auch bei den privaten TV-Aktivitäten entstanden, während privater und öffentlich-rechtlicher Hörfunk Betriebsgewinne verzeichnen konnten.
- Der Anteil des Fernsehens am Produktionswert war 1998 mit 75 % wiederum deutlich größer. Die Diskrepanz zwischen Produktionswertanteil und Wertschöpfungsanteil ist – außer durch die beschriebene unterschiedliche Gewinnsituation beider Medien – darauf zurückzuführen, 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 17,4 Mrd. DM, die 1998 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 3,8 Mrd. DM). Der größere Teil der Nachfrage der Rundfunkwirtschaft im Umfang von rund 13,6 Mrd. DM wurde jedoch im Inland wirksam und sicherte dort mittelbar Einkommen und Arbeitsplätze (Tabelle 2.2):

- Schätzungsweise 1,2 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 0,4 Mrd. DM gingen als Provisionen an Werbeagenturen und an Unternehmen, die im Auftrag der Rundfunkveranstalter die Werbezeitvermarktung betreiben.
- Für TV-Auftragsproduktionen und andere Leistungen der deutschen Filmwirtschaft (z. B. Synchronisierung oder Rechteerwerb von deutschen Rechteinhabern) wurde 1998 ein Betrag von rund 4,9 Mrd. DM ausgegeben. Für weitere 3,0 Mrd. DM wurden direkt im Ausland bezogene Filmrechte verwertet.
- Außerdem wurden 0,3 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. Weitere 0,3 Mrd. DM wurden von den deutschen Rundfunkveranstaltern für Übertragungsrechte an ausländische Veranstalter (Sportereignisse, Konzerte etc.) überwiesen.
- Innerhalb der Ausgaben für die Programmproduktion summierten sich die Vergütungen für die freien Mitarbeiter im journalistischen, künstlerischen und technischen Bereich auf 1,6 Mrd. DM.

	Mrd. DM	
Vorleistungsnachfrage	17,4	
<i>davon:</i>		
Nachfrage	im Inland	im Ausland
	13,5	3,8
<i>davon:</i>		
Telekommunikationsdienste	1,2	0,3
Vergütungen für freie Mitarbeiter	1,6	-
Auftragsproduktionen, Programmkäufe etc.	4,9	3,0
Sonstiger Rechteerwerb (z.B Gema,GVL)	0,3	0,3
Agenturprovisionen	0,4	-
Sonstige Waren und Dienstleistungen	5,2	0,3
Investitionsnachfrage	1,3	
<i>davon:</i>		
Ausrüstungen	0,8	
Bauten	0,5	
<i>Quellen:</i> Berechnungen des DIW.	DIW 99	

Tabelle 2.2: Nachfrage der Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen und im Ausland 1998

- Die restliche Nachfrage von 5,2 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 1998 einen Betrag von rund 1,3 Mrd. DM erreicht. Hiervon entfiel rund 0,7 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 mittelbar zusammenhängende Produktion der Werbespots hingegen nicht. Untersuchungen vom Beginn der 90er-Jahre haben ergeben, dass hierfür allein rund 10 % der TV-Werbebudgets ausgegeben werden. Dies hätte 1998 einem Betrag von 0,8 Mrd. DM entsprochen. Im Hörfunkbereich ist der Kostenanteil der Werbespots mit rund 5 % deutlich niedriger, zudem gehört vor allem bei vielen Lokalanbietern die Werbespotproduktion zu den eigenen Unternehmensaktivitäten. Die 1998 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 1998 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

Die Beschäftigtenstruktur bei privaten und öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunkunternehmen wird von der amtlichen Statistik weiterhin nicht erfasst. Die einzige Angabe, die es aus der Beschäftigtenstatistik der Bundesanstalt für Arbeit gibt – die Gesamtzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei allen Rundfunkveranstaltern und Rundfunkproduktionsunternehmen – lässt sich weder nach öffentlich-rechtlichen und privaten Unternehmen differenzieren noch enthält sie die Zahl der Selbständigen und der sonstigen Beschäftigten ohne Sozialversicherungspflicht. Detailliertere Aussagen zur Beschäftigung im privaten Rundfunk sind deshalb gegenwärtig nur auf Basis von Umfragedaten möglich, wie sie im Rahmen dieses Projektes erhoben wurden.¹⁰

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 (Erwerbstätige)*: Hierzu werden neben den Inhabern und mithelfenden Familienangehörigen (dies ist nur bei einigen Lokalanbietern der Fall) alle Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse mit einem festen Arbeitsvertrag gerechnet sowie alle in einem regulären Ausbildungsverhältnis (Lehre, Volontariat) stehenden Mitarbeiter.
- *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

¹⁰ 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.¹¹ Ein Vergleich mit Daten der amtlichen Statistik ist für alle diese Mitarbeiter ohne festes Arbeitsverhältnis 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 (Erwerbstätige) als auch für die der sonstigen Mitarbeiter wurde die Zahl der Beschäftigten Ende 1998 und Ende 1997 erhoben. Um bei der Teilgruppe der sonstigen d. h. nicht regelmäßig tätigen 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 1998 tätigen freien Mitarbeiter (Erwerbstätige) 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 zuverlässig ermittelt werden, da sich viele private Fernseh- und Hörfunkveranstalter außerstande sehen, für ihre unregelmäßig tätigen sonstigen freien Mitarbeiter eine entsprechende Ausdifferenzierung vorzunehmen.

3.2 Beschäftigung im privaten Rundfunk 1997/98: Gesamtüberblick

a) Beschäftigtentrend 1998

Ende 1998 waren bei den privaten Hörfunk- und TV-Anbietern in Deutschland zusammen 10.500 feste Mitarbeiter und knapp 7.500 sonstige Mitarbeiter tätig (Abb. 3.1). Gegenüber dem Jahresende 1997 entspricht dies einem Anstieg der festen Mitarbeiter von 6,6 % und der sonstigen Mitarbeiter um 7,4 %. Der Beschäftigtentrend bei den TV-Veranstaltern auf der einen Seite und den Hörfunkveranstaltern auf der anderen Seite wich dabei deutlich voneinander ab (Tabelle 3.1):

- Während die Zahl der festen Mitarbeiter bei den TV-Veranstaltern im Verlauf des Jahres 1998 kräftig um 8,6 % zunahm, stieg sie bei den Hörfunkanbietern nur um 3,7 %.
- Auch der Zuwachs der sonstigen Mitarbeiter war im Verlauf des Jahres 1998 beim privaten Fernsehen mit 11,4 % weit stärker als beim privaten Hörfunk mit 2,7 %.

¹¹ Die Definition der sonstigen Mitarbeiter in dieser Studie unterscheidet sich von der des IW. Dies erklärt die teilweise abweichenden Werte bei der Zahl der freien Mitarbeiter.

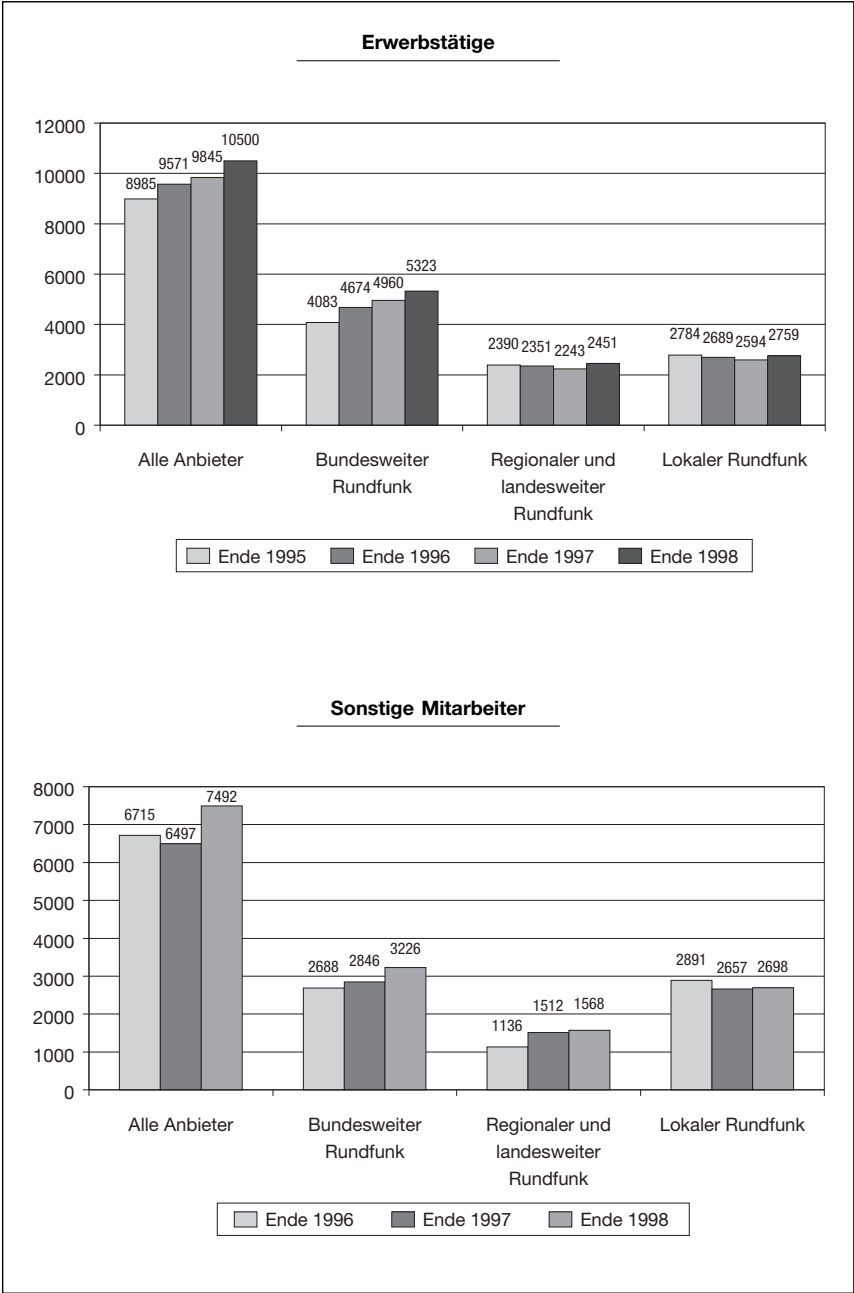


Abbildung 3.1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Rundfunk 1995–1998

b) Beschäftigtenstruktur Ende 1998

Rechnet man beide Beschäftigtengruppen zusammen, so waren Ende 1998 bei den 84 privaten Fernsehveranstaltern rund 3.400 Personen mehr tätig als bei den 178 privaten Hörfunkveranstaltern. Von den festen Mitarbeitern des privaten Rundfunks arbeiteten 62 %, d. h. fast drei Fünftel bei den Fernsehveranstaltern. Bei den sonstigen Mitarbeitern lag der Anteil mit 56 % etwas darunter.

Das Verhältnis von Erwerbstätigen zu sonstigen Mitarbeitern lag Ende 1998 für den gesamten privaten Rundfunk bei 1 : 0,7 und damit weit über dem in der Gesamtwirtschaft. Beim privaten Fernsehen betrug die Relation 1 : 0,65, beim privaten Hörfunk 1 : 0,8. Gegenüber den Vorjahren ist dies ein leichter Anstieg des Erwerbstätigenanteils, es waren damit im privaten Hörfunk fast immer noch so viele Mitarbeiter ohne festes Arbeitsverhältnis wie Festangestellte tätig.

Nach den Angaben der befragten Unternehmen hatten die festen Mitarbeiter (Erwerbstätigen) im privaten Rundfunk Ende 1998 folgende Struktur:

- Der Frauenanteil entsprach bei den privaten Fernsehveranstaltern mit 44 % in etwa dem aller Erwerbstätigen in Deutschland. Im privaten Hörfunk lag er mit 51 % dagegen deutlich über diesem Durchschnittswert.
- Der Anteil der Auszubildenden an den Erwerbstätigen lag beim privaten Fernsehen bei 6 %, beim privaten Hörfunk war er mit 12 % doppelt so hoch. Insgesamt befanden sich Ende 1998 knapp 830 Personen in einem Ausbildungsverhältnis mit einem privaten Rundfunkunternehmen. Außerdem gehörten rund 16 % der sonstigen Mitarbeiter zur Gruppe der Praktikanten und Hospitanten (zusammen über 1.200 Personen).
- Auf je 100 Vollzeitbeschäftigte kamen 12 Teilzeitbeschäftigte. Dieser Wert liegt leicht unter dem Wert der Gesamtwirtschaft. Das Verhältnis von Vollzeit- zu Teilzeitbeschäftigten lag hierbei beim privaten Hörfunk mit 100 : 9 deutlich unter dem der privaten Fernsehanbieter mit 100 : 13.
- Hinsichtlich der Tätigkeitsschwerpunkte gab es folgende Verteilung: Mit 43 % (Fernsehen) bzw. 62 % (Hörfunk) war jeweils der größte Teil der festen Mitarbeiter mit der Programmgestaltung beschäftigt. Der höhere Technikaufwand des Fernsehens korrespondiert mit einem höheren Mitarbeiteranteil im Bereich Produktion/Technik (25 % im Vergleich zu 6 % beim privaten Hörfunk). Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der bundesweiten TV-Anbieter seine Sendetechnik in eigenständige Unternehmen ausgegliedert hat, die von der Umfrage nicht erfasst sind. Ausgelagert haben die meisten bundesweiten TV-Anbieter auch einen erheblichen Teil der Werbeakquisition. Der Anteil der im Fernsehen im Bereich Werbung/Marketing tätigen festen Mitarbeiter liegt deshalb mit 12 % unter dem 17 %-Anteil des Hörfunks, bei dem insbesondere die Lokalanbieter in der Regel vor Ort mit eigenem Personal Werbung akquirieren. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 20 % (Fernsehen) bzw. 15 % (Hörfunk) der Erwerbstätigen zuzuordnen.

Die Zahl der Führungskräfte mit personeller Entscheidungs- und Dispositionskompetenz hat Ende 1998 zusammen über 1.260 betragen, dies entsprach rund 12 % der festen Mitarbeiter. Der Frauenanteil unter den Führungskräften lag dabei mit 25 % deutlich unter dem gesamten Frauenanteil im privaten Rundfunk. Verglichen mit anderen Wirtschaftsbereichen ist diese Quote jedoch sogar relativ hoch.

	Beschäftigung			Beschäftigungsstruktur			Relation Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk	Fernsehen	Hörfunk
	insg.	Anzahl		Anteile in %			Anteile in %		
Erwerbstätige Ende 1997	9.845	5.974	3.871	-	-	-	100	61	39
Erwerbstätige Ende 1998	10.500	6.486	4.014	100	100	100	100	62	38
weiblich	4.643	2.606	2.037	44	40	51	100	56	44
männlich	5.857	3.880	1.977	56	60	49	100	66	34
Vollzeitbeschäftigte	8.621	5.429	3.192	82	84	80	100	63	37
Teilzeitbeschäftigte	1.052	698	354	10	11	9	100	34	66
Auszubildende	827	359	468	8	6	12	100	43	57
Organisation/Verwaltung	1.901	1.315	586	18	20	15	100	69	31
Verkauf/Marketing	1.474	798	676	14	12	17	100	54	46
Produktion/Technik	1.867	1.610	257	18	25	6	100	86	14
Programm	5.263	2.763	2.500	50	43	62	100	52	48
Sonst. Mitarbeiter Ende 1997	6.977	3.778	3.199	-	-	-	100	54	46
Sonst. Mitarbeiter Ende 1998	7.492	4.207	3.285	100	100	100	100	56	44
Praktikanten	1.207	615	592	16	15	18	100	51	49
Feste freie Mitarbeiter	3.336	2.107	1.229	45	50	37	100	63	37
Sonstige freie Mitarbeiter	2.949	1.485	1.464	39	35	45	100	50	50
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	16.822	9.752	7.070	-	-	-	100	58	42
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	17.992	10.693	7.299	-	-	-	100	59	41
Führungskräfte Ende 1998	1.261	650	611	100	100	100	100	52	48
weiblich	320	171	149	25	26	24	100	53	47
männlich	941	479	462	75	74	76	100	51	49
Organisation/Verwaltung	351	189	162	28	29	27	100	54	46
Verkauf/Marketing	237	108	129	19	17	21	100	46	54
Produktion/Technik	180	117	63	14	18	10	100	65	35
Programm	493	236	257	39	36	42	100	48	52
Quellen: AKM-Umfrage, DIW-Umfrage.									DIW/AKM 99

Tabelle 3.1: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1997/1998

	Fernsehen insgesamt		Anbiertertypen				Anteile der einzelnen Anbiertertypen				
	Beschäftigte	Struktur	bundesweit	landesweit	Ballungsraum TV	lokal	Insgesamt	bundesweit	landesweit	Ballungsraum TV	lokal
	Anzahl	%	4.704	248	615	407	100	79	4	10	7
Erwerbstätige Ende 1997	5.974	-	5.064	256	681	485	100	78	4	10	7
Erwerbstätige Ende 1998	6.486	100	1.956	136	295	219	100	75	5	11	8
weiblich	2.606	40	3.108	120	386	266	100	80	3	10	7
männlich	3.880	60	4.382	211	509	327	100	81	4	9	6
Vollzeitbeschäftigte	5.429	84	567	24	70	37	100	81	3	10	5
Teilzeitbeschäftigte	698	11	115	21	102	121	100	32	6	28	34
Auszubildende	359	6	1.107	37	97	74	100	84	3	7	6
Organisation/Verwaltung	1.315	20	638	5	106	49	100	80	1	13	6
Verkauf/Marketing	798	12	1.235	34	169	172	100	77	2	10	11
Produktion/Technik	1.610	25	2.084	180	309	190	100	75	7	11	7
Programm	2.763	43	2.737	153	595	293	100	72	4	16	8
Sonst. Mitarbeiter Ende 1997	3.778	-	3.119	134	617	337	100	74	3	15	8
Sonst. Mitarbeiter Ende 1998	4.207	100	418	17	102	78	100	68	3	17	13
Praktikanten	615	15	1.644	56	295	112	100	78	3	14	5
Feste freie Mitarbeiter	2.107	50	1.057	61	220	147	100	71	4	15	10
Sonstige freie Mitarbeiter	1.485	35	7.441	401	1.210	700	100	76	4	12	7
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	9.752	-	8.183	390	1.298	822	100	77	4	12	8
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	10.693	-	356	79	99	116	100	55	12	15	18
Führungskräfte Ende 1998	650	100	83	35	30	23	100	49	20	18	13
weiblich	171	28	273	44	69	93	100	57	9	14	19
männlich	479	72	117	12	24	36	100	62	6	13	19
Organisation/Verwaltung	189	24	59	6	22	21	100	55	6	20	19
Verkauf/Marketing	108	20	60	6	26	25	100	51	5	22	21
Produktion/Technik	117	24	120	55	27	34	100	51	23	11	14
Programm	236	32									
Quelle: AKM-Umfrage, DIW-Umfrage.											DIW/AKM 99

Tabelle 3.2: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1997/1998 nach Anbiertertypen

3.3 Beschäftigung im privaten Fernsehen 1997/98

Von den 6.800 festen Mitarbeitern, die Ende 1998 bei privaten Fernsehveranstaltern beschäftigt waren, arbeiteten

- über 5.000 (oder 78 %) bei den 24 Anbietern bundesweit verbreiteter Programme,
- 630 (oder 10 %) bei den 14 Anbietern von Ballungsraum-TV und Regionalprogrammen,
- rund 450 (oder 8 %) bei den 37 Anbietern von sonstigen Lokalprogrammen,
- etwas mehr als 250 (oder 4 %) bei den 9 Anbietern von landesweit verbreiteten Programmen.

Gegenüber dem Jahresende 1997 verzeichneten die bundesweiten Anbieter (plus 8 % oder rund 360 feste Mitarbeiter) den größten absoluten Zuwachs. Relativ hat die Zahl der festen Mitarbeiter bei den Anbietern kleinerer Lokalprogramme im Verlauf des Jahres 1998 mit 19 % am stärksten zugenommen. Auch die Anbieter landesweiter Programme (plus 14 %) und die Anbieter von Ballungsraum-TV (plus 11 %) hatten starke Zuwächse zu verzeichnen (Tabelle 3.2).

Die Verteilung der sonstigen Mitarbeiter auf die vier Anbietertypen unterschied sich Ende 1998 leicht von der der festen Mitarbeiter. Insbesondere die Ballungsraum-Anbieter haben einen deutlich größeren Anteil an Mitarbeitern ohne festes Arbeitsverhältnis als die anderen Anbietertypen.

Im Vergleich zum Jahresende 1997 hat es nur bei den landesweiten Programmen einen Rückgang dieser Beschäftigungsgruppe gegeben (minus 13 %). Bei allen anderen Anbietertypen gab es Zuwächse.

- bei den bundesweiten Programmen um 14 %,
- beim Ballungsraum-TV um 4 %,
- bei den Lokalprogrammen um 12 %.

3.4 Beschäftigung im privaten Hörfunk 1997/98

a) Beschäftigung nach Anbietertypen

Anders als im privaten Fernsehen hat im Hörfunk die Gruppe der Lokalanbieter (einschließlich der Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg) den größten Beschäftigtenanteil (Tabelle 3.3). Ende 1998 entfiel auf diese 138 Veranstalter mit knapp 2.275 der 4.000 festen Mitarbeiter ein Anteil von 57 %. Bei den sonstigen Mitarbeitern waren es sogar über 70 %. Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu sonstigen Mitarbeitern beim lokalen Hörfunk lag damit bei 1 : 1,05, d. h. die Festangestellten waren in der Minderzahl.

Die 31 Veranstalter landesweiter und regionaler Programme (einschließlich Mantelprogrammanbieter) beschäftigten Ende 1998 rund 1.500 feste (Anteil 37 %) und über 800 sonstige Mitarbeiter (Anteil 25 %). Das Verhältnis von festen zu sonstigen Mitarbeitern lag bei 1 : 0,55, d. h. es unterschied sich deutlich von dem der Lokalanbieter und entsprach mehr der Mitarbeiterstruktur des privaten Fernsehens.

Eine ähnliche Struktur wiesen Ende 1998 die 9 Veranstalter von bundesweiten Hörfunkprogrammen auf. Mit 260 festen Mitarbeitern (Anteil 6 %), aber rund 105

	Privater Hörfunk insgesamt		Anbietertypen				Anteile der einzelnen Anbietertypen			
	Beschäftigte	Struktur	bundesweit	landesweit	lokal	Insgesamt	bundesweit	landesweit	lokal	
										Anteile in %
	Anzahl	%	Anzahl			Anteile in %				
Erwerbstätige Ende 1997	3.871	-	255	1.429	2.187	100	7	37	56	
Erwerbstätige Ende 1998	4.014	100	259	1.481	2.274	100	6	37	57	
weiblich	2.037	51	174	762	1.101	100	9	37	54	
männlich	1.977	49	85	719	1.173	100	4	36	59	
Vollzeitbeschäftigte	3.192	80	238	1.224	1.730	100	7	38	54	
Teilzeitbeschäftigte	354	9	8	102	244	100	2	29	69	
Auszubildende	468	12	13	155	300	100	3	33	64	
Organisation/Verwaltung	586	15	63	210	313	100	11	36	53	
Verkauf/Marketing	676	17	24	228	424	100	4	34	63	
Produktion/Technik	257	6	18	104	135	100	7	40	53	
Programm	2.500	62	154	939	1.407	100	6	38	56	
Sonst. Mitarbeiter Ende 1997	3.199	-	109	764	2.326	100	3	24	73	
Sonst. Mitarbeiter Ende 1998	3.285	100	107	817	2.361	100	3	25	72	
Praktikanten	592	18	28	199	365	100	5	34	62	
Feste freie Mitarbeiter	1.229	37	48	333	848	100	4	27	69	
Sonstige freie Mitarbeiter	1.464	45	31	285	1.148	100	2	19	78	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	7.070	-	364	2.193	4.513	100	5	31	64	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	7.299	-	366	2.298	4.635	100	5	31	64	
Führungskräfte Ende 1998	611	100	31	187	393	100	5	31	64	
weiblich	149	24	6	48	95	100	4	32	64	
männlich	462	76	25	139	298	100	5	30	65	
Organisation/Verwaltung	162	27	10	54	98	100	6	33	60	
Verkauf/Marketing	129	21	6	36	87	100	5	28	67	
Produktion/Technik	63	10	6	23	34	100	10	37	54	
Programm	257	42	9	74	174	100	4	29	68	
Quelle: AKM-Umfrage.										

Tabelle 3.3: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1997/1998 nach Anbietertypen

sonstigen Mitarbeitern (Anteil 5 %) lag deren Relation bei 1 : 0,4. Die Veranstaltergruppe ist allerdings heterogener als die übrigen Anbietertypen.

Gegenüber Ende 1997 gab es bei allen Veranstaltertypen einen leichten Zuwachs bei den festen Mitarbeitern des privaten Hörfunks. Bei den Lokalanbietern war er

mit 4 % im Jahresvergleich am größten, bei den bundesweiten Anbietern mit 1,6 % am geringsten. Die Zahl der sonstigen Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber 1997 insbesondere bei den landesweiten Anbietern (plus 6,9 %).

Besonderheiten in der Beschäftigtenstruktur der privaten Hörfunkanbieter betreffen vor allem die Gruppe der Lokalanbieter. Sie weist überdurchschnittliche Anteile bei den Auszubildenden, den Teilzeitbeschäftigten und den sonstigen freien Mitarbeitern auf.

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):

- Die Zahl der festen Mitarbeiter je Lokalveranstalter lag in den Stadtstaaten Ende 1998 deutlich über den Durchschnittswerten in den vier Flächenstaaten. In Berlin

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württemberg	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin	Bremen Hamburg
Zahl der Veranstalter Ende 1998	15	53	46	10	8	5
	Anzahl					
Erwerbstätige Ende 1997	279	828	624	57	249	148
Erwerbstätige Ende 1998	267	848	640	64	290	164
weiblich	134	427	302	25	131	82
männlich	133	421	338	39	159	82
Vollzeitbeschäftigte	215	593	480	59	243	139
Teilzeitbeschäftigte	23	127	76	2	11	5
Auszubildende	29	128	84	3	36	20
Organisation/Verwaltung	42	140	46	14	53	18
Verkauf/Marketing	56	141	129	6	62	36
Produktion/Technik	18	53	17	3	32	12
Programm	151	514	448	41	149	98
Sonst. Mitarbeiter Ende 1997	267	846	832	96	158	120
Sonst. Mitarbeiter Ende 1998	254	840	851	104	201	104
Praktikanten	28	155	61	13	73	28
Feste freie Mitarbeiter	78	313	259	49	86	63
Sonstige freie Mitarbeiter	148	372	531	42	42	13
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	546	1674	1456	153	407	268
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	521	1688	1491	168	491	268
Führungskräfte Ende 1998	40	183	84	15	49	21
weiblich	10	55	11	0	13	6
männlich	30	128	73	15	36	15
Organisation/Verwaltung	13	51	9	5	13	7
Verkauf/Marketing	10	40	21	3	9	4
Produktion/Technik	3	20	1	0	8	2
Programm	14	72	53	7	19	8
<i>Quelle: AKM-Umfrage.</i>					DIW/AKM 99	

Tabelle 3.4: Beschäftigung im lokalen Hörfunk 1997/1998

waren im Durchschnitt 36 Erwerbstätige je Sender beschäftigt, in Hamburg und Bremen – beide Stadtstaaten wurden aus Anonymisierungsgründen zusammengefasst – waren es 33. Von den vier Flächenstaaten wies Baden-Württemberg mit 18 den höchsten Durchschnittswert bei den festen Mitarbeitern auf. Er lag deutlich über dem Bayerns (16) und Nordrhein-Westfalens (14) und sogar dreimal so hoch wie in Sachsen (6).

- Auch das Verhältnis von festen zu freien Mitarbeitern zeigt regionale Unterschiede. Während in Berlin, Bremen und Hamburg mehr feste Mitarbeiter als freie Mitarbeiter bei den lokalen Hörfunkveranstaltern beschäftigt waren, war dies in allen Flächenstaaten umgekehrt. Am geringsten war der jeweilige Anteil der festen Mitarbeiter im Durchschnitt in Nordrhein-Westfalen und Sachsen.
- Die Zahl der Erwerbstätigen und der sonstigen Mitarbeiter ist im Vergleich zu 1997 nur bei den Lokalanbietern in Baden-Württemberg zurückgegangen. In allen anderen Bundesländern waren in dieser Anbietergruppe dagegen Zunahmen zu verzeichnen. Den mit Abstand größten Zuwachs (um rund ein Fünftel) gab es dabei in Berlin.

4 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1997/98

4.1 Datengrundlagen

Die Rundfunkwirtschaft ist Teil des Dienstleistungssektors, der von der amtlichen Statistik bislang nur unzureichend abgedeckt wird. 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. Außerdem werden die nicht umsatzsteuerpflichtigen Erträge (z. B. die Rundfunkgebühren) nicht miterfasst. Die aktuellsten zur Zeit zur Verfügung stehenden Daten stammen zudem aus dem Jahr 1997.

Die im Rahmen dieses Projektes durchgeführte Befragung orientierte sich bei der Aufgliederung von Erträgen und Aufwendungen an den Erhebungen der Vorjahre. Um einerseits möglichst exakte Angaben zu bekommen, andererseits aber den Befragungsaufwand minimal zu halten, wurde der Befragungszeitpunkt so gewählt, dass die Veranstalter auf vorliegende Gewinn- und Verlustrechnungen bzw. Bilanzdaten zurückgreifen konnten. Dies ist in der Regel erst ab Mitte des Folgejahres möglich, in diesem Fall also ab Juli 1999 für das Kalenderjahr 1998.

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 (d. h. Pay-TV, da Ende 1998 kein Pay-Radio mehr auf Sendung war),
- Erträge durch rundfunknahe Aktivitäten wie Programmverkäufe und Auftragsproduktionen,
- Sonstige Einnahmen insbesondere solche aus Merchandising sowie 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) oder aus sonstigen Förderprogrammen der Landesmedienanstalten und 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 einigen Fällen nach dem Bruttoprinzip verbucht wird.¹² Bei der Erfassung der Teleshopping-Umsätze wurde dagegen nach

¹² Brutto- und Nettowerbeeinnahmen können um 15–25 % voneinander abweichen.

dem Bruttoprinzip vorgegangen. Teilweise erhält der TV-Veranstalter nur Provisions-einnahmen auf den Warenwert der verkauften Produkte, teilweise werden Waren aber auch auf eigene Rechnung vertrieben, sodass der gesamte Warenwert in den Umsätzen enthalten ist.¹³

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, Vermögensteuer, Kfz-Steuer etc.).

Zusätzlich wurde eine 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,
- zum Wiederverkauf bestimmte Waren und Dienstleistungen.

Weiterhin wurden Informationen zu den Investitionen in Bauten und in Sachanlagen (technisches Equipment, Fahrzeuge etc.) im Jahr 1998 erhoben.

Um die wirtschaftliche Entwicklung im Zeitablauf darstellen zu können, wurden außerdem folgende Eckwerte für das Jahr 1997 ermittelt:

- Sendeminuten
- Eigenproduktionsanteil (Hörfunk)
- Anteil der Erstsendungen (TV)
- Gesamterträge
- Werbeerträge
- Gesamtaufwand.

4.2 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1998: Gesamtüberblick

Die privaten Rundfunkveranstalter erzielten 1998 zusammen Erträge von rund 9,9 Mrd. DM. Etwa 8,8 Mrd. DM oder 89 % gingen davon an die 84 privaten TV-Anbieter, der Rest an die 178 privaten Hörfunkanbieter (Tabelle 4.1).

Privater Rundfunk ist weiterhin überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Rechnet man Einnahmen aus Sponsoring und Teleshopping bzw. Direct-Response-Radio zu den klassischen Werbespoterträgen hinzu, so stammten im privaten Fernsehen 84 % und im privaten Hörfunk 91 % der Gesamterträge aus Werbeaufwendungen.

¹³ Die Veranstalter wurden gebeten, im letzteren Fall den Einkaufswert auf der Aufwandsseite gesondert anzugeben, so daß bei der Berechnung des Produktionswertes entsprechende Bereinigungen vorgenommen werden konnten.

	Erträge/Aufwand		Aufwands- und Ertragsstruktur		Relation Fernsehen/Hörfunk	
	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk
Betriebsergebnis	-57	Mill. DM -184	127	100	100	Anteile in %
Erträge	9.887	8.763	1.125	100	100	
davon:	7.861	6.917	944	80	79	84
überregionale Werbung	7.351	6.837	514	75	78	47
regionale Werbung	510	80	430	5	1	38
Sponsoring/Teleshopping/DRR	498	416	82	5	5	7
Abonnementsgebühren	876	877	k. A.	8	10	-
Auftragsproduktionen für Dritte	200	187	13	2	2	1
Fördermaßnahmen	30	26	4	0	0	0
Sonstige Erträge	422	340	82	5	4	7
Aufwand	9.944	8.947	997	100	100	100
Personalkosten	1.103	807	296	11	9	30
Vergütungen	285	199	87	3	2	9
Sachkosten ¹⁾	8.257	7.713	542	83	86	54
Abschreibungen/Steuern	299	228	72	3	3	7
Investitionen	295	244	51	100	100	100
Sachanlagen	197	148	48	67	88	85
Bauten	98	96	3	33	12	15
Kostendeckungsgrad (%)	99	98	113	-	-	-

¹⁾ Ohne Provisionen für Werbemittler.

Quellen: AKM-Umfrage, DIW-Umfrage.

DIW/AKM 99

Tabelle 4.1: Wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks 1998

Insbesondere der private Hörfunk hat sich in den Regionen Deutschlands, in denen Anbieter mit lokalen bzw. regionalen Verbreitungsgebieten zugelassen wurden, auch als lokales Werbemedium etabliert. Rund 430 Mill. DM der Werbespoterträge und ein großer Teil der Sponsoringeinnahmen der 138 lokalen Hörfunkanbieter stammten von Werbungtreibenden aus dem jeweiligen Sendegebiet. Die lokalen Werbeeinnahmen der privaten Lokal-TV-Anbieter haben 1998 hingegen lediglich rund 80 Mill. DM betragen.

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 %, bei den TV-Anbietern dagegen bei 5 %. Insgesamt wurden durch Sponsoring, Teleshopping und Direct-Response-Radio Erträge in Höhe von knapp 500 Mill. DM erzielt. Der Wert der auf eigene Rechnung erworbenen Handelsware selbst ist – wie oben erläutert – hierbei eingerechnet. Der starke Anstieg dieser Ertragskategorie im Fernsehen geht überwiegend auf die beiden Teleshopping-Kanäle zurück (H. O. T., QVC), die in Deutschland seit 1996 bzw. 1997 auf Sendung sind.

Ende 1998 gab es fünf private TV-Veranstalter, die sich primär über Abonnenten zu finanzieren versuchten. Davon ließen drei ihre Programme im Rahmen des DF1-Paketes mitvermarkten. Auf Pay-TV-Einnahmen entfielen 1998 bereits 10 % 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 26 Mill. DM unter einem Prozentpunkt. Dagegen erbrachten Erträge aus Auftragsproduktionen für Dritte, zusammen rund 200 Mill. Umsatz (2 % der Gesamterträge). Weitere 4 % der Erträge der TV-Veranstalter und 7 % der Erträge der Hörfunkveranstalter entfallen auf sonstige Positionen. Hierin sind u. a. Erträge aus Merchandising, d. h. der Vermarktung eigener Senderlogos (oder 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 1998 rund 60 Mill. DM über den betrieblichen Erträgen. Die Herstellung und Verbreitung der TV-Programme kostete die 84 privaten Veranstalter rund 8,9 Mrd. DM, für die 178 Hörfunkprogramme der privaten Veranstalter wurden 1,1 Mrd. DM aufgewendet.

Die Kostenstrukturen von TV- und Hörfunkanbietern unterscheiden sich dabei deutlich. Der Personalaufwand (800 Mill. DM) spielte im privaten Fernsehen eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 9 %, rechnet man die Vergütungen für die nicht fest angestellten Mitarbeiter hinzu (zusammen 285 Mill. DM) bei 11 %. Im privaten Hörfunk betrug der Kostenanteil der festen Mitarbeiter (295 Mill. DM) allein 30 %. Insgesamt wendeten die Hörfunkveranstalter für ihre festen und sonstigen Mitarbeiter im Jahr 1998 rund 380 Mill. DM auf – zusammen ein Anteil von 39 %. Das niedrigere Gewicht von Eigenproduktionen im Fernsehen im Vergleich zum Hörfunk zeigt sich auch am jeweiligen Sachkostenanteil. Dieser lag im Fernsehen mit Ausgaben von 7,7 Mrd. DM bei nahezu 86 %. Im Hörfunk entfielen mit 0,6 Mrd. DM dagegen nur 54 % der gesamten Aufwendungen auf den Kauf von Rechten, sowie von Waren und Dienstleistungen anderer Unternehmen.

Betriebliche Erträge und Aufwendungen glichen sich damit 1998 für den gesamten privaten Rundfunk nahezu aus. Während allerdings die Hörfunkanbieter auf einen Überschuss von 127 Mill. DM kamen, erwirtschafteten die TV-Anbieter zusammen einen Verlust von 184 Mill. DM. Setzt man diese absoluten Beträge zum jeweiligen Gesamtaufwand ins Verhältnis, so errechnet sich für den privaten Hörfunk ein Kostendeckungsgrad von 113 % (bzw. eine Umsatzrendite von 11 %), für die privaten TV-Anbieter ein Kostendeckungsgrad von 98 %.

4.3 Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens

4.3.1 Auswertung für unterschiedliche Anbietertypen

Die Angaben der privaten TV-Veranstalter zu den Erträgen und Aufwendungen im Jahr 1998 wurden, wie die Beschäftigtendaten, für folgende Anbietertypen ausgewertet:

- die 24 Veranstalter, die Ende 1998 insgesamt 26 TV-Programme mit bundesweiter Verbreitung sendeten,
- die 9 Veranstalter, die zum gleichen Zeitpunkt 13 TV-Programme landesweit – in der Mehrzahl als sog. Landesfenster auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter – ausstrahlten,
- die 17 Veranstalter von TV-Programmen mit einem regionalen Sendegebiet, davon 13 in städtischen Ballungsräumen,
- die 34 Veranstalter mit lokalem Sendegebiet.

4.3.2 Wirtschaftliche Lage der bundesweiten privaten TV-Anbieter

Die Gruppe der bundesweiten Anbieter (Tabelle 4.2) erzielte 1998 insgesamt einen Verlust von 125 Mill. DM, dies entsprach einem Kostendeckungsgrad von 99 %, wobei allerdings nur 9 der 24 Veranstalter Betriebsgewinne auswiesen. Klammert man die Teleshopping- und Pay-TV-Anbieter aus der Betrachtung aus, so stammten die Erträge der bundesweiten privaten TV-Anbieter 1998 fast ausschließlich (zu mehr als 90 %) aus überregionaler Werbung. Im Durchschnitt wurden für jedes der insgesamt 26 bundesweit verbreiteten Programme über 330 Mill. DM aufgewendet, d. h. fast so viel wie für alle landesweiten, regionalen und lokalen Angebote zusammen.¹⁴

Das Kostenniveau je Minute Erstsending lag 1998 bei den bundesweiten Anbietern mit rund 870 DM erstmals unter den Beträgen, die die Veranstalter landesweiter Programme im Durchschnitt aufbrachten (980 DM). Dabei war die Spanne zwischen den verschiedenen Programmen allerdings sehr groß.

Dies wird deutlich, wenn man die Wirtschaftsdaten der sechs bundesweiten Vollprogramme (Kabel 1, ProSieben, RTL, RTL 2, SAT.1 und Vox), der zehn werbe-

¹⁴ Berücksichtigt man zusätzlich, daß von den 24 Veranstaltern 3 lediglich bundesweite Fensterprogramme mit wenigen Programmstunden pro Woche produzieren, so liegt der durchschnittliche Aufwand für die bundesweiten Programme noch höher.

	TV-Anbietertypen bundesweit				zum Vergleich:	
	Insgesamt	Voll- programm	Sparten- programme	Übrige Programme	Privat-TV insgesamt	Regionales TV
	Mill. DM					
Betriebsergebnis 1998	-124	685	-204	-605	-183	-59
Erträge 1998	8.481	6.728	555	1.198	8.763	282
Werbespots insg. ¹⁾	6.843	6.368	470	5	6.919	76
<i>davon:</i>						
überregionale Werbung	6.818	6.343	470	5	6.838	20
regionale Werbung	25	25	0	0	81	56
Sponsoring	64	41	20	3	89	25
Abonnementsgebühren	876	0	0	875	876	0
Auftragsproduktionen für Dritte	58	43	0	16	187	129
Sonstige Erträge	641	276	65	299	692	52
<i>darunter:</i> Teleshopping	322	a	a	a	-	-
Aufwand 1998	8.605	6.043	759	1.803	8.946	341
Personalkosten	721	441	120	158	806	86
Vergütungen	168	122	27	19	199	31
Sachkosten ¹⁾	7.508	5.322	601	1.586	7.713	205
<i>davon:</i>						
Käufe von TV-Lizenzen und anderen Rechten	3.379	1.896	278	1.204	-	-
Auftragsproduktionen	2.270	2.203	38	30	-	-
Kosten der technischen Pro- grammverbreitung	413	182	123	108	-	-
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	1.446	1.041	162	243	-	-
Abschreibungen/Steuern	208	158	11	40	228	19
	%					
Kostendeckungsgrad 1998	99	111	73	66	98	83
<i>darunter:</i>						
Zahl der Anbieter über 100 %	9	5	0	4	18	9
	Anzahl					
Zahl der Programme Ende 1998	26	6	10	10	90	64
Sendestunden im Jahr	435.283	52.380	72.083	310.820	743.033	307.750
<i>davon:</i> Erstsendungen	158.046	39.390	47.603	71.052	258.525	100.480
	Mill. DM					
Erträge je Programm	326,2	1.121,4	55,5	119,8	97,4	4,4
Aufwand je Programm	331,0	1.007,2	75,9	180,3	99,4	5,3
	DM					
Aufwand je Sendeminute	329	1.923	175	97	201	18
Aufwand je Min. Erstsending	907	2.557	266	423	577	57
<i>zum Vergleich:</i>						
	Mill. DM					
Betriebsergebnis 1997	-581	336	-216	-702	-662	-81
Erträge 1997	7.941	6.371	450	1.119	8.170	229
<i>darunter:</i> Werbeerträge	6.644	6.256	383	5	6.708	64
Aufwand 1997	8.522	6.035	666	1.821	8.832	310
	%					
Kostendeckungsgrad 1997	93	106	68	61	93	74

¹⁾ Ohne Provision für Werbemittler.

Quellen: AKM-Umfrage, DIW-Umfrage.

AKM/DIW 99

Tabelle 4.2: Wirtschaftliche Situation der bundesweiten TV-Programme 1997/1998

finanzierten Spartenprogramme und der zehn übrigen Programme getrennt betrachtet. Der folgende Vergleich beschränkt sich auf die werbefinanzierten Voll- und Spartenprogramme, da die dritte Gruppe (fünf Pay-TV-, zwei Teleshopping- und drei bundesweite Fensterprogramme) zu heterogen ist, um die Durchschnittswerte sinnvoll interpretieren zu können (Tabelle 4.3):

- Während die Vollprogramme zusammen einen Überschuss von 685 Mill. DM erreichten (dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 111 %), mussten die Anbieter der werbefinanzierten Spartenprogramme zusammen Verluste von 205 Mill. DM hinnehmen und konnten nur 75 % ihrer Aufwendungen durch Erträge decken. Die Werbeerträge dieser 10 Programme betragen dabei mit rund 470 Mill. DM weniger als ein Zehntel der Werbeerträge der 6 Vollprogramm-Anbieter.
- Der durchschnittliche Aufwand je TV-Vollprogramm lag mit über 1,0 Mrd. DM rund dreizehnmal so hoch wie der durchschnittliche Aufwand der Spartenprogramm-Anbieter (76 Mill. DM).
- Auch das Kostenniveau der Vollprogramme betrug mit über 2.500 DM je Minute Erstsending nahezu das Zehnfache des Minutenaufwandes der Anbieter von Spartenprogrammen (266 DM).

Der Sachkostenblock war bei den bundesweiten Anbietern am größten und erreichte zusammen 7,5 Mrd. DM:

	Stunden	Anteile in %
Sendestunden insg.	124.463	100
<i>darunter:</i>		
Werbespots, Sponsoreinblendungen, Dauerwerbesendungen	14.851	12
Programmstunden	109.612	100
<i>davon:</i>		
Fiction-Programme	38.825	35
Musikprogramme	26.788	24
Sonst. Unterhaltungsprogramme	10.605	10
Sportprogramme	9.914	9
Informationsprogramme	20.677	19
Nicht zuzuordnende Programme	2.803	3
<i>davon:</i>		
Eigenproduktionen	34.581	32
Auftragsproduktionen	17.149	16
Programmkäufe	53.909	49
unentgeltlich	3.973	
<i>darunter:</i>		
Erstsendungen (ohne Werbung)	86.993	79
<i>Quelle: DIW-Umfrage.</i>		DIW 99

Tabelle 4.3: Programmstruktur der privaten bundesweiten Free-TV-Programme 1998

- Für die Verbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Frequenzen wurden mit rund 415 Mill. DM weniger als 3 % der Gesamtaufwendungen ausgegeben. Dieser Anteil war bei den insgesamt kostengünstigeren Spartenprogrammen allerdings deutlich höher. Er lag dort bei 16 %.
- Knapp 2,3 Mrd. DM, d. h. ein Viertel der Gesamtaufwendungen, wurde für insgesamt rund 17.200 Stunden Auftragsproduktionen ausgegeben. Bei den Spartenprogrammen war dieser Anteil mit 5 % weit niedriger als bei den Vollprogrammen (36 %).
- Der größte Anteil des Sachkostenblocks entfiel mit fast 40 % der Gesamtaufwendungen auf den Kauf fertiger Sendungen, genauer auf den Erwerb der notwendigen Lizenzen zur Ausstrahlung fremder Programme. Für die rund 53.900 Std. an Kaufprogrammen, die 1998 ausgestrahlt wurden, gaben die bundesweiten TV-Anbieter 3,4 Mrd. DM aus. In diesem Betrag ist auch ein Teil der Ausgaben für die Synchronisierung fremdsprachiger Programme enthalten.

Auftragsproduktionen waren damit im Durchschnitt je ausgestrahlter Minute mit rund 2.230 DM mehr als doppelt so teuer wie Kaufprogramme mit 1.040 DM. Diese Differenz erklärt unter anderem, dass Programmkäufe mit etwa 55 % des Gesamtangebotes bei den privaten TV-Anbietern immer noch ein höheres Gewicht haben als Auftragsproduktionen und Eigenproduktionen zusammen.

Das Gesamtprogramm der privaten bundesweiten TV-Anbieter war auch 1998 überwiegend unterhaltungsorientiert. 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 35 % des Gesamtangebotes aus. Auf Informationssendungen entfielen 19 % der Sendezeit.

Die wirtschaftliche Lage der bundesweiten TV-Veranstalter hat sich gegenüber 1997 deutlich verbessert. Dies gilt allerdings für die einzelnen Anbietertypen in sehr unterschiedlichem Maße:

- die sechs Free-TV-Vollprogrammanbieter konnten ihren Betriebsgewinn fast verdoppeln (von 335 Mill. DM auf 685 Mill. DM), obwohl die Werbeerträge nur um 2 % stiegen
- die acht Free-TV-Spartenprogrammanbieter steigerten ihre Werbeerträge um 22 %, sie konnten aber ihre Betriebsverluste nur geringfügig abbauen (von minus 215 Mill. DM auf minus 205 Mill. DM)
- ähnliches gilt für die übrigen Anbieter bundesweiter Programme (Reduzierung der Betriebsverluste von minus 700 Mill. DM auf minus 605 Mill. DM). Die hohen Verluste in den Jahren 1997 und 1998 in dieser Gruppe gehen dabei überwiegend auf das Konto der Pay-TV-Anbieter.

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

Die Anbieter landesweiter Programme hatten 1998 einen Kostendeckungsgrad von 118 %. Je Programm wurden im Durchschnitt 7,7 Mill. DM im Jahr aufgewendet. Je Minute Erstsendung wurden in dieser Anbietergruppe durchschnittlich 980 DM

ausgegeben. Dieser Betrag lag damit fast dreizehnmal so hoch wie bei den Ballungsraumsendern und bei den Lokalanbietern. Der errechnete Kostendeckungsgrad spiegelt die wirtschaftliche Situation der landesweiten Anbieter jedoch nur zum Teil wider. Bei den meisten Veranstaltern von Landesfenstern handelt es sich um Tochterunternehmen der bundesweiten Anbieter, auf deren Frequenzen das Programm

	TV-Anbietertypen regional				TV-Anbietertypen regional			
	Insg.	Landesweit	Ballungsraum-sender	Lokal-anbieter	Insg.	Landesweit	Ballungsraum-sender	Lokal-anbieter
	Mill. DM				Anteile in %			
Betriebsergebnis 1998	-60	18	-77	-1	-	-	-	-
Erträge 1998	282	118	98	66	100	100	100	100
Werbespots insg. ¹⁾	76	7	35	34	27	6	35	52
<i>davon:</i>								
überregionale Werbung	20	5	10	5	7	4	10	7
regionale Werbung	56	2	24	29	20	2	25	45
Sponsoring/Teleshopping	30	3	22	5	11	3	23	8
Abonnementsgebühren	0	0	0	0	0	0	0	0
Auftragsproduktionen für Dritte	129	101	25	3	46	86	26	4
Fördermaßnahmen/Teilnehmerentgelte	29	4	5	20	9	4	5	31
Sonstige Erträge	18	3	12	4	7	2	12	5
Aufwand 1998	341	100	174	67	100	100	100	100
Personalkosten	86	23	38	26	25	23	22	39
Vergütungen	31	7	16	8	9	6	9	12
Sachkosten ¹⁾	205	66	112	28	60	65	64	41
Abschreibungen/Steuern	19	5	8	5	5	5	5	7
Kostendeckungsgrad 1998	82	118	56	98	-	-	-	-
<i>darunter:</i>								
Zahl der Anbieter über 100 %	34	8	5	21	-	-	-	-
Zahl der Programme	64	13	14	37	-	-	-	-
Sendestunden im Jahr	307.750	2.028	88.224	217.499	-	-	-	-
<i>davon:</i> Erstsendungen	100.480	1.752	42.070	56.658	-	-	-	-
Erträge je Programm	4,4	9,1	7,0	1,8	-	-	-	-
Aufwand je Programm	5,3	7,7	12,5	1,8	-	-	-	-
Aufwand je Sendeminute	18	824	33	5	-	-	-	-
Aufwand je Min. Erstsendung	57	953	69	20	-	-	-	-
<i>zum Vergleich:</i>								
Betriebsergebnis 1997	-81	7	-86	-2	-	-	-	-
Erträge 1997	229	102	69	59	-	-	-	-
<i>darunter:</i> Werbeerträge	64	8	27	30	-	-	-	-
Aufwand 1997	310	95	155	60	-	-	-	-
Kostendeckungsgrad 1997	74	107	45	97	-	-	-	-

¹⁾ Ohne Provision für Werbemittler.

Quellen: AKM-Umfrage, DIW-Umfrage.

Tabelle 4.4: Wirtschaftliche Situation der regionalen TV-Programme 1997/1998

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 weniger als 10 % der Aufwendungen (Tabelle 4.4).

Die Gruppe der 14 Ballungsraumsender in den Städten Berlin, Dresden, Hamburg, Karlsruhe, Leipzig, München, Nürnberg, in drei Regionen Baden-Württembergs und im Saarland kam im Durchschnitt nur auf einen Kostendeckungsgrad von 56 % und erzielte damit das schlechteste wirtschaftliche Ergebnis unter den privaten Anbietern mit regional verbreiteten Programmen. Einer der Gründe liegt auf der Kostenseite. Die Ballungsraumprogramme, die überwiegend als regionale 24-Stunden-Angebote konzipiert sind, waren mit durchschnittlich 12,5 Mill. DM mehr als sechsmal so teuer wie der Durchschnitt der Lokal-TV-Programme, deren Sendedauer zwischen einer halben Stunde und mehreren Stunden am Tag liegt. Gleichzeitig ist es auch 1998 den Ballungsraumsendern nicht gelungen, in nennenswertem Umfang Werbeerträge aus überregionaler Werbung zu akquirieren (insgesamt nur 10 Mill. DM). Zusammen mit der regionalen Werbung (von 25 Mill. DM) deckten Werbeerträge nur rund ein Fünftel der Gesamtaufwendungen dieses Veranstaltertyps. 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 weniger als 80 % ihres Programmes täglich neu produzieren, konnten sie mit rund 70 DM je Minute im Durchschnitt weniger als ein Zehntel der Beträge in ihre Erstsendungen investieren, die den Anbietern von bundesweiten und landesweiten TV-Programmen zur Verfügung stehen.

Die Gruppe der 37 Lokalanbieter erreichte 1998 einen Kostendeckungsgrad von 98 %. Allerdings haben sich auch die Lokalanbieter nur zu 60 % aus regionalen und lokalen Werbeerträgen sowie Sonderwerbformen finanziert. Ein geringerer Finanzierungsbeitrag als in den Vorjahren 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). Zusammen deckten sie den Aufwand der Lokalanbieter zu durchschnittlich 31 %.

Auch die Wirtschaftslage der privaten TV-Anbieter mit regional verbreiteten Programmen hat sich damit insgesamt gegenüber 1997 verbessert. Wie bei den bundesweiten Anbietern gilt dies für die drei Anbietertypen allerdings in unterschiedlichem Maße:

- die Anbieter landesweiter Programme steigerten ihre Betriebsgewinne von 7 auf 18 Mill. DM,
- die Veranstalter der Ballungsraumsender steigerten ihre Werbeerträge um 21 % und verminderten so ihre Verluste von minus 86 auf minus 77 Mill. DM,
- den Lokalanbietern gelang es ebenfalls ihre Werbeerträge um über 20 % zu steigern und so ihre geringen Defizite von 2 Mill. DM im Jahr 1997 zu halbieren.

4.4 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks

4.4.1 Die Gewinnsituation bei den verschiedenen Anbietergruppen

Die Angaben der privaten Hörfunkanbieter zu ihren Erträgen und Aufwendungen in den Jahren 1997 und 1998 wurden für drei unterschiedliche Anbietertypen ausgewertet (Tabelle 4.5):

- für die 9 Veranstalter von Programmen mit bundesweiter Verbreitung,
- für die 31 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 erneut die Gruppe der landesweiten Anbieter. Sie erreichte 1998 einen Kostendeckungsgrad von 128 %, obwohl sie mit durchschnittlich 15,9 Mill. DM je Programm die vergleichsweise höchsten Kosten hatte. Lediglich 9 Anbieter dieses Typs waren in der Verlustzone. Erträgen von 630 Mill. DM standen Aufwendungen von 493 Mill. DM gegenüber. Die Programme wurden nahezu vollständig selbst produziert, der Anteil der gekauften Programmteile und Programmübernahmen lag unter 4 %. Je eigenproduzierter Minute wurden im Durchschnitt 33 DM aufgewendet. Überraschend hoch war der Anteil der regionalen Werbeerträge, die immerhin 37 % der gesamten Werbeerträge dieses Veranstaltertyps ausmachten. Werbung hatte insgesamt einen Anteil von 88 % an den Gesamterträgen.

Dagegen lagen die Einnahmen der 138 Anbieter lokaler Hörfunkprogramme 1998 mit 436 Mill. DM unter den Aufwendungen von 442 Mill. DM. Der Kostendeckungsgrad dieser Gruppe betrug damit 98 %. Nahezu die Hälfte der Lokalanbieter war in der Verlustzone. Von den Übrigen musste ein großer Teil aus seinen Überschüssen noch Verlustvorträge aus der Startphase des lokalen Hörfunks abtragen. Diese summierten sich Ende 1998 immer noch auf rund 225 Mill. DM. Für die lokalen Hörfunkanbieter hatten die Erträge aus lokaler Werbung mit fast 50 % der Gesamteinnahmen naturgemäß die größte Bedeutung. Immerhin rund ein Drittel der Erträge entfiel 1998 aber auch auf überregionale Werbung. Vergleichsweise hoch (über 10 %) war auch der Anteil aus Sonderwerbformen. Je Programm wurden im Durchschnitt 3,2 Mill. DM aufgewendet. Der Anteil der Programmübernahmen war mit rund 30 % relativ hoch. Pro eigenproduzierte Minute wurden durchschnittlich 7 DM ausgegeben. Dies ist lediglich ein Fünftel des Aufwandes der landesweiten Anbieter.

Die Gruppe der 9 bundesweiten Hörfunkanbieter konnte ihre Kosten 1998 insgesamt nur zu 94 % decken. Dies ist allerdings eine deutliche Verbesserung im Vergleich zu den Vorjahren. Die Gruppe der bundesweiten Anbieter ist am heterogensten und umfaßt neben Spartenmusikanbietern ein religiöses Programm und ein sog. Einkaufsradio, das spezielle Programme für Verbrauchermärkte und Filialisten anbietet. Insgesamt waren 6 der 9 Anbieter in der Verlustzone. Ein grundsätzliches Problem aller Anbieter von bundesweiten Radioprogrammen ist weiterhin, dass ein großer Teil der Kabel- und Satellitenhaushalte auf diesem Übertragungsweg lediglich Fernsehprogramme empfängt und die technischen Möglichkeiten zum Empfang

	Hörfunk insgesamt		Anbietertypen		
	Beträge	Stuktur	bundesweit	landesweit ¹⁾	lokal
Betriebsergebnis 1998	Mill. DM 127	% -	-4	Mill. DM 137	-7
Erträge 1998	1.124	100	59	630	436
Werbespots insg.	944	84	29	554	361
<i>davon:</i>					
überregionale Werbung	515	46	23	346	145
regionale Werbung	430	38	6	208	216
Sponsoring/Direct Response Radio	82	7	3	30	49
Auftragsproduktionen für Dritte	13	1	0	10	2
Fördermaßnahmen	4	0	1	0	3
Sonstige Erträge	82	7	25	36	21
Aufwand 1998	997	100	62	493	442
Personalkosten	296	30	18	129	149
Vergütungen	87	9	4	39	44
Sachkosten	543	54	38	282	224
Abschreibungen/Steuern	72	7	2	22	18
			1	21	8
Investitionen 1998	51	100	4	26	21
Sachanlagen	49	95	4	24	21
Bauten	3	5	0	3	0
Kostendeckungsgrad 1998	113	-	%		
<i>davon:</i>			94	128	98
unter 80 %	51	-	Anzahl		
80 bis 99 %	31	-	3	5	43
100 bis 119 %	60	-	3	4	24
über 120 %	36	-	1	10	49
			2	12	22
Zahl der Programme Ende 1998	178	-	Anzahl		
			9	31	138
Sendestunden im Jahr	1.807.988	-	Stunden		
<i>darunter:</i> Eigenproduktionen	1.354.319	-	74.048	258.960	1.474.980
			69.942	250.169	1.034.208
Erträge je Programm	6,3	-	Mill. DM		
Aufwand je Programm	5,6	-	6,5	20,3	3,2
			6,9	15,9	3,2
Aufwand je Sendeminute	9	-	DM		
Aufwand je Min. Eigenproduktion	12	-	14	32	5
			15	33	7
<i>zum Vergleich:</i>			Mill. DM		
Betriebsergebnis 1997	92	-	-7	109	-10
Erträge 1997	1.064	-	56	582	426
<i>darunter:</i> Werbeerträge	895	-	27	518	351
Aufwand 1997	972	-	63	473	436
Kostendeckungsgrad 1997	109	-	%		
			89	123	98

¹⁾ Einschließlich Regionalsender in Baden-Württemberg.

Quelle: AKM-Umfrage.

DIW/AKM 99

Tabelle 4.5: Wirtschaftliche Situation des privaten Hörfunks 1997/1998 – Auswertung nach Anbietertypen

zusätzlicher Radioprogramme nicht nutzt. Am erfolgreichsten sind deshalb Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme, die zusätzlich über terrestrische Verbreitungsmöglichkeiten verfügen. Die Produktionskosten je eigenproduzierter Sendeminute lagen 1998 mit durchschnittlich 15 DM etwa halb so hoch wie die der landesweiten Veranstalter und rund doppelt so hoch wie die der Lokalanbieter.

	Landesweite ¹⁾		Lokale	
	Mill.DM	%	Mill. DM	%
Gesamtaufwand	493,3	100	442,3	100
Personalkosten	128,9	26	148,9	34
Vergütungen	39,6	8	44,0	10
Sachkosten insg. <i>davon:</i>	281,9	57	223,6	50
Programmkäufe	2,8	1	6,6	1
Verwertungsgesellschaften	58,3	12	32,4	7
Kosten der technischen Programm- verbreitung	47,1	10	20,7	5
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	173,7	35	163,9	37
Abschreibungen/Steuern	42,9	9	25,8	6

¹⁾ Einschließlich Regionalsender in Baden-Württemberg.
Quelle: AKM-Umfrage. **DIW/AKM 99**

Tabelle 4.6: Kostenstruktur der privaten Hörfunkprogramme 1998

Im Vergleich zu 1997 hat sich die wirtschaftliche Lage aller drei Veranstaltertypen des privaten Hörfunks verbessert. Die durchschnittlichen Erträge je Anbieter sind jeweils stärker gestiegen als der durchschnittliche Aufwand. Insbesondere die Betriebsgewinne der landesweiten Anbieter haben sich zusammen von 109 Mill. DM im Jahr 1997 auf 137 Mill. DM im Jahr 1998 erhöht. Ursächlich waren vor allem höhere Werbeerträge, die gegenüber 1997 um 5,5 % zunahmen. Während die überregionale Werbung um 4,5 % zunahm, lag die Steigerung bei der lokalen Werbung bei 6,5 %.

Auf Basis der Anbieterangaben können Programm- und Kostenstruktur von landesweiten und lokalen Programmen für 1998 detaillierter aufgeschlüsselt werden (Tabelle 4.6). Für die sehr heterogene Gruppe der bundesweiten Anbieter erscheint dies nicht sinnvoll. Bei den Kostenstrukturen fällt zum einen der höhere Kostenanteil auf, den Lokalanbieter für ihre festen und sonstigen Mitarbeiter aufwenden. Zusammen waren dies 1998 über 44 % des Gesamtaufwandes, bei den landesweiten Anbietern dagegen nur 34 %. Für Letztere hatten insbesondere die Kosten der technischen Verbreitung und die Ausgaben für Verwertungsgesellschaften mit 10 % bzw. 12 % des Gesamtaufwandes ein deutlich höheres Gewicht als bei den Lokalanbietern. Dort lagen die entsprechenden Anteile nur bei 5 % bzw. 7 %.

Unterschiede in der Programmstruktur gab es zwischen beiden Anbietertypen außer beim Anteil der Kaufprogramme und Programmübernahmen so gut wie nicht. Der Wortanteil war mit 22 % gleich. Der Musikanteil lag bei den landesweiten Anbietern bei 71 % und bei den Lokalanbietern bei etwa 69 %. Der Werbeanteil der Lokalanbieter war entsprechend höher (Tabelle 4.7).

	Landesweite ¹⁾		Lokale	
	Stunden	%	Stunden	%
Programmstunden insg.	258.960	100	1.471.980	100
<i>davon:</i>				
Musik	182.609	71	1.008.306	69
Wort	57.389	22	335.611	22
Werbung	18.963	7	128.062	9
<i>darunter:</i>				
Eigenproduktion	250.169	97	1.034.208	70

¹⁾ Einschließlich Regionalsender in Baden-Württemberg.
Quelle: AKM-Umfrage. DIW/AKM 99

Tabelle 4.7: Programmstruktur der privaten Hörfunkprogramme 1998

4.4.2 Wirtschaftliche Lage der Lokalanbieter in verschiedenen Regionen

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

- Der durchschnittliche Kostendeckungsgrad der Lokalanbieter streut sehr stark zwischen den verschiedenen Bundesländern, die lokalen Hörfunk zugelassen haben. Während 1998 in Baden-Württemberg (94 %), Berlin (92 %) und Nordrhein-Westfalen (88 %) im Durchschnitt Betriebsverluste entstanden, erzielten die Anbieter in Bayern (109 %), Bremen und Hamburg (107 %) und Sachsen (121 %) Betriebsgewinne. Dabei hat sich die wirtschaftliche Situation der lokalen Anbieter in den Stadtstaaten gegenüber 1997 verschlechtert, während sie sich in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen leicht verbessert hat. In Bayern und Sachsen blieb sie gegenüber dem Vorjahr unverändert.
- Die leichte Verbesserung der insgesamt für den lokalen Hörfunk immer noch unbefriedigenden Situation in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen ist vor allem auf erfolgreiche Kostensenkungsprogramme zurückzuführen. Der durchschnittliche Aufwand je Programm ging 1998 auf 3,7 Mill. DM bzw. 2,8 Mill. DM zurück. Er lag damit allerdings immer noch deutlich über dem Durchschnittsaufwand der Lokalanbieter in Bayern (2,5 Mill. DM) und Sachsen (1,6 Mill. DM).
- Auffällig ist, dass in den Stadtstaaten je Programm im Durchschnitt mit 8,3 Mill. DM (Berlin) bzw. 8,2 Mill. DM (Bremen und Hamburg) ein Mehrfaches der durchschnittlichen Beträge der Lokalanbieter in den vier Flächenstaaten ausgegeben wurde. Ein Grund für dieses höhere Kostenniveau ist der vergleichsweise leichtere Zugang zu überregionalen Werbegeldern. Deren Anteil an den Gesamterträgen lag 1998 in Berlin bei über 57 %, in Hamburg und Bremen bei 59 %. Hingegen stammten in Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen nur zwischen 21 % und 30 % der Erträge aus dieser Einnahmequelle.

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württemberg	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin	Bremen Hamburg
Betriebsergebnis 1998	-3	11	Mill. DM -16	3	-5	3
Erträge 1998	52	145	115	19	61	44
Werbespots insg.	41	117	95	16	56	37
davon:						
überregionale Werbung	16	34	31	4	35	26
regionale Werbung	25	83	64	12	20	11
Sponsoring/Direct Response	8	17	15	2	3	3
Auftragsproduktionen für Dritte	1	1	0	0	0	0
Fördermaßnahmen	1	2	0	0	0	0
Sonstige Erträge	2	8	4	1	2	4
Aufwand 1998	55	134	131	16	66	41
Personalkosten	21	48	45	3	18	14
Vergütungen	4	16	11	2	8	3
Sachkosten	28	61	68	11	35	21
Abschreibungen/Steuern	2	8	6	1	5	4
Kostendeckungsgrad 1998	94	109	% 88	121	92	107
davon:						
unter 80 %	5	9	19	0	5	3
80 bis 99 %	6	9	13	1	1	0
100 bis 119 %	4	23	14	5	0	1
über 120 %	0	12	0	4	2	1
Zahl der Programme Ende 1998	15	53	Anzahl 46	10	8	5
Sendestunden im Jahr	131.040	406.848	Stunden 401.856	87.360	69.888	36.244
davon: Eigenproduktion	92.252	335.226	118.897	56.697	67.529	34.759
Erträge je Programm	3,4	2,7	Mill. DM 2,5	1,9	7,6	8,7
Aufwand je Programm	3,7	2,5	2,8	1,6	8,3	8,2
Aufwand je Sendeminute	7	5	5	3	16	19
Aufwand je Min. Eigenprod.	10	7	18	5	16	20
<i>zum Vergleich:</i>			Mill. DM			
Betriebsergebnis 1997	-9	11	-20	3	0	5
Erträge 1997	48	137	118	18	62	43
Aufwand 1997	56	126	138	15	62	38
Kostendeckungsgrad 1997	85	109	% 85	121	99	114

Quelle: AKM-Umfrage.

DIW/AKM 99

Tabelle 4.8: Erträge und Aufwendungen im lokalen Hörfunk 1998

- Ertragsrückgänge gegenüber 1997 mussten die Lokalanbieter in Berlin (Rückgang von 7,7 auf 7,6 Mill. DM) und Nordrhein-Westfalen (Rückgang von 2,6 auf 2,5 Mill. DM) hinnehmen. In Bremen und Hamburg stagnierten die durchschnittlichen Einnahmen bei 8,7 Mill. DM. In den drei übrigen Bundesländern konnten die Lokalanbieter hingegen im Durchschnitt Ertragszuwächse verbuchen. Am stärksten war der Anstieg von 3,2 auf 3,4 Mill. DM in Baden-Württemberg.

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 14 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 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 in den Vorjahren 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 Aufteilungsschlüssel verwendet, die bei der ersten Erhebung dieser Art im Jahr 1996 durch Befragung von Fachleuten aus den ARD-Anstalten ermittelt worden waren.
- Das betriebswirtschaftliche Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist – seinem gesetzlichen Auftrag entsprechend – nicht das der Gewinnerzielung. Überschüsse oder Defizite eines Jahres dürfen deshalb auch nicht als Ausdruck einer erfolgreichen oder weniger erfolgreichen Wirtschaftstätigkeit betrachtet werden, zumal

sie immer nur Momentaufnahmen darstellen, die stark vom Zeitpunkt innerhalb einer Gebührenperiode abhängen.¹⁵

- Wichtig ist zudem, dass die Personalaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht allein auf die aktuellen Beschäftigtenzahlen bezogen werden können, da sie in einem erheblichen Umfang Betriebsrenten an ehemalige Mitarbeiter enthalten.

Trotz dieser Einschränkungen bilden die ermittelten Daten zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine gute Vergleichsgrundlage mit den Beschäftigten-, Ertrags- und Aufwandsstrukturen des privaten Rundfunks. Wie in den Vorjahren gilt dies nicht nur für den Vergleich beider Teilbereiche des dualen Rundfunksystems insgesamt, sondern auch für die Gegenüberstellung der jeweiligen Fernseh- und Hörfunkaktivitäten.

5.2 Beschäftigungsumfang und Beschäftigtenstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ende 1998 waren bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 30.125 feste Mitarbeiter beschäftigt und damit nahezu dreimal so viel wie bei den privaten Rundfunkveranstaltern. Der Personalbestand des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stagniert damit seit Jahren. Im Vergleich zum Jahresende 1997 blieb die Erwerbstätigenzahl fast unverändert (Tabelle 5.1).

Daten zur Zahl der sonstigen Mitarbeiter im öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurden in diesem Jahr von 12 der 14 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter genannt. Es wurde unterstellt, dass die sich in diesen Anstalten abzeichnende Entwicklung auf die beiden anderen Anstalten übertragen lässt. Danach hat die Gesamtzahl der sonstigen Mitarbeiter im Verlauf des Jahres 1998 um rund 5 % auf knapp 14.700 zugenommen.

Die Angabe zur Gruppe der sonstigen freien Mitarbeiter erfolgte dabei nicht in allen Fällen nach dem gleichen Konzept wie beim privaten Rundfunk, bei dem nach den sonstigen freien Mitarbeiter in einer durchschnittlichen Arbeitswoche gefragt wurde. Manchmal wurden alle Honorarverträge des Monats Dezember angegeben, in zwei Fällen sogar die des gesamten Jahres 1998. Das DIW hat versucht, diese Werte entsprechend zu korrigieren. Insgesamt lag die Zahl mit knapp 2.000 bei zwei Dritteln des privaten Rundfunks. Bei den sog. festen Freien (Ende 1998 waren knapp 11.000 beschäftigt) war die Zahl der im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Beschäftigten dagegen dreimal so hoch wie bei den Privaten.

Die Struktur der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wies Ende 1998 folgende Unterschiede zum privaten Rundfunk auf:

- Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten lag mit 88 % höher als im privaten Rundfunk (82 %) und entsprach damit dem in der Gesamtwirtschaft.

15 In der Regel weisen die einzelnen ARD-Anstalten unmittelbar nach einer Gebührenerhöhung Überschüsse auf. Diese finanziellen Reserven werden dann in den Folgejahren – bei stabilen Gebühren aber gleichzeitig steigendem Personalaufwand sowie anderen Kostensteigerungen – schrittweise wieder abgebaut.

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen (z. T. geschätzt)	Hörfunk (z. T. geschätzt)
	Beschäftigte	Struktur		
	Anzahl	%	Anzahl	
Erwerbstätige Ende 1997	30.126	-	16.730	13.396
Erwerbstätige Ende 1998	30.125	100	16.735	13.390
weiblich	13.385	44	7.436	5.949
männlich	16.740	56	9.299	7.441
Vollzeitbeschäftigte	26.394	88	14.633	11.761
Teilzeitbeschäftigte	2.702	9	1.536	1.166
Auszubildende	1.029	3	565	464
Organisation/Verwaltung	5.430	18	3.204	2.226
Verkauf/Marketing	0	0	0	0
Produktion/Technik	11.020	37	7.540	3.480
Programm	11.693	39	4.876	6.817
Nicht zurechenbar	1.982	6	1.114	868
Sonst. Mitarbeiter Ende 1997	13.931	-	8.120	5.811
Sonst. Mitarbeiter Ende 1998	14.690	100	8.385	6.305
Praktikanten	1.804	12	1.030	774
Feste freie Mitarbeiter	10.956	75	6.254	4.702
Sonstige freie Mitarbeiter	1.930	13	1.102	828
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	44.057	-	24.850	19.207
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	44.815	100	25.120	19.695
Führungskräfte Ende 1998	2.404	100	1.324	1.080
weiblich	335	14	199	136
männlich	2.069	86	1.125	944
Organisation/Verwaltung	399	17	231	168
Verkauf/Marketing	0	0	0	0
Produktion/Technik	428	18	255	173
Programm	1.451	60	769	682
Nicht zurechenbar	126	5	69	57

Quellen: HBI, Schätzungen des DIW.

DIW/HBI 99

Tabelle 5.1: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1997/1998

- Der Anteil der Auszubildenden lag mit 3 % deutlich unter dem Anteil des privaten Rundfunks (8 %).
- Deutlich sichtbar werden die Strukturunterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk, wenn man die Haupttätigkeitsfelder der festen Mitarbeiter betrachtet: Der Bereich Werbung/Marketing spielt für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk naturgemäß keine Rolle.¹⁶ 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

¹⁶ Die ARD-Werbegesellschaften gehörten nicht zum Adressatenkreis der Befragung.

waren Ende 1998 rund 37 % der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tätig, im privaten Rundfunk waren es dagegen nur 15 %. Auch im Tätigkeitsfeld Organisation/Verwaltung beschäftigte der öffentlich-rechtliche Rundfunk geringfügig mehr Mitarbeiter: 18 % im Vergleich zu 16 % bei den privaten Anbietern.

- Mit rund 2.400 Führungskräften mit personeller Entscheidungskompetenz lag deren Anteil an allen festen Mitarbeitern in den Rundfunkanstalten bei 8 % und damit deutlich niedriger als im privaten Rundfunk (12 %). Der Frauenanteil innerhalb der Führungskräfte betrug lediglich 14 % während er beim privaten Rundfunk 25 % erreichte.

Von den 14 öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen veranstalten 11 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 56 % aller festen Mitarbeiter in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Ende 1998 vorwiegend mit der Gestaltung und Verbreitung von Fernsehprogrammen beschäftigt. Dieser Anteil liegt damit unter dem des privaten Rundfunks, bei dem auf die TV-Veranstalter 62 % der Erwerbstätigen entfielen.

5.3 Ertrags- und Aufwandsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die ARD-Anstalten und das ZDF weisen für 1998 einen Jahresüberschuss von zusammen rund 300 Mill. DM aus. Einbezogen sind hierbei Zinserträge, Erträge aus Wertpapieren und sonstigen Firmenanlagen. Betrachtet man allein die betrieblichen Erträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, so haben diese 1998 jedoch rund 90 Mill. DM unter den betrieblichen Aufwendungen gelegen. Das so entstandene Defizit war ein Resultat nur geringfügig wachsender Gebühren- (plus 3 %) und Werbeerträge (plus 5 %) bei steigenden Personal- und Sachkosten (plus 6 %). Damit wurde der Betriebsgewinn des Jahres 1997 von 415 Mill. DM, der nach dem Beschluss der Ministerpräsidenten über die Erhöhung der Rundfunkgebühren ab Anfang 1997 erzielt werden konnte, bereits 1998 zu mehr als einem Fünftel abgebaut.

Mit rund 10,7 Mrd. DM stammten fast vier Fünftel der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Rundfunkgebühren. Weitere 638 Mill. DM bzw. 5 % wurden aus dem Bundshaushalt und anderen öffentlichen Haushalten gezahlt und dienten überwiegend 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 rund 6 % betragen. Mit 857 Mill. DM wurden 1998 von ARD und ZDF lediglich knapp ein Zehntel der gesamten Rundfunkwerbeerträge erzielt, obwohl ihre Zuschauer- und Höreranteile deutlich über diesem Wert lagen. Zusätzliche Einnahmen aus Sponsoring in einer Höhe von rund 60 Mill. DM hatten innerhalb der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nur ein geringes Gewicht.

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen	Hörfunk
	Aufwand/Ertrag	Struktur	(geschätzt)	(geschätzt)
Betriebsergebnis 1998	Mill. DM -89,2	% -	Mill. DM -917,3	865,6
Erträge 1998	13.893,6	100	8.907,2	4.986,4
Werbung ¹⁾	856,9	6	706,1	150,8
Rundfunkgebühren	10.784,2	78	6.688,5	4.095,7
Auftragsproduktionen für Dritte	315,3	2	307,0	8,3
Zuwendungen	639,5	5	378,5	261,0
Sonstige Erträge	1.297,7	9	827,1	470,6
Aufwand 1998	13.982,8	100	9.860,4	4.120,8
Personalkosten	4.490,6	32	2.442,8	2.047,8
Vergütungen	1.281,8	9	763,7	518,1
Sachkosten	7.313,2	52	5.974,2	1.339,0
Abschreibungen	743,5	5	535,8	207,7
Indirekte Steuern	153,7	1	143,8	9,9
Investitionen 1998	1.050,9	100	737,1	313,8
Sachanlagen	639,9	61	404,3	235,6
Bauten	411,0	39	332,8	78,2
Zahl der Programme	-	-	Anzahl 16	61
Sendestunden im Jahr	-	-	Stunden 101.209	539.951
Aufwand je Programm	-	-	Mill. DM 616	68
Aufwand je Sendeminute	-	-	DM 1.624	127
<i>zum Vergleich:</i>				
Betriebsergebnis 1997	415,9	-	-	-
Erträge 1997	13.609,3	-	-	-
darunter: Rundfunkgebühren	10.753,0			
darunter: Werbeerträge ¹⁾	811,2			
Aufwand 1997	13.193,4	-	-	-

¹⁾ ARD: Nettowerbeumsätze nach Abzug der Kosten der Werbetöchter.
Quellen: HBI, Schätzungen des DIW.

DIW/HBI 99

Tabelle 5.2: Wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1997/1998

Einnahmen aus Auftragsproduktionen spielen wie im privaten Rundfunk kaum eine Rolle. Die Rundfunkanstalten erzielten damit Erträge von rund 315 Mill. DM, was 2 % der Gesamterträge entsprach.

Für ihre 16 TV-Vollprogramme, 17 Regionalfenster und 61 Hörfunkprogramme wendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 1998 insgesamt 14 Mrd. DM auf. Davon wurden für Löhne, Gehälter und Sozialversicherungsbeiträge der festen Mitarbeiter 3,5 Mrd. ausgegeben, weitere 1,0 Mrd. DM für zusätzliche Sozialleistungen (fast ausschließlich für betriebliche Zusatzrenten). Rechnet man außerdem die

1,3 Mrd. DM für die Vergütungen der freien Mitarbeiter und des selbständigen künstlerischen und technischen Personals ein, so bestanden 41 % der Gesamtaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Personalausgaben. Beim privaten Rundfunk lag der Anteil hingegen bei lediglich 14 %.

Für den hohen Personalkostenanteil gibt es insbesondere zwei Ursachen:
 – der höhere Anteil der Eigenproduktionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und
 – ein vergleichsweise hoher Anteil personalintensiver Programmelemente.
 Der große Eigenproduktionsanteil wird außer an der Personalstruktur auch an den vergleichsweise hohen Abschreibungen sichtbar, die 1998 mit 795 Mill. DM rund 5 % der Gesamtaufwendungen betragen haben. Der Anteil der Abschreibungen auf Bauten und Ausrüstungen war damit eineinhalbmal so hoch wie im privaten Rundfunk.

Hinsichtlich der Programmstrukturen gab es sowohl beim Fernsehen (Tabelle 5.3) als auch beim Hörfunk (Tabelle 5.4) große Unterschiede zum privaten Rundfunk. Der Anteil der Informationssendungen lag 1998 in den öffentlich-rechtlichen TV-Programmen bei 50 %, bei den bundesweit verbreiteten werbefinanzierten TV-Programmen hat er im gleichen Zeitraum nur rund 22 % betragen. Der Anteil der Erstsendungen lag allerdings nur bei 57 % verglichen mit einer Quote von 79 % bei den privaten Free-TV-Anbietern.

Legt man das Kategoriensystem der öffentlich-rechtlichen Anstalten zugrunde, so war im Hörfunk der Anteil der Wortsendungen (einschließlich Ausländerprogramme) am Gesamtangebot aller öffentlich-rechtlichen Programme mit 39 % ebenfalls deutlich höher als bei den landesweiten und lokalen Privatprogrammen (20 %). Ein exakter Vergleich ist hier allerdings nicht möglich, da es bislang keine allgemein akzeptierte Definition für Wort- bzw. Musikaufteile gibt.

Einen weiteren auffälligen Unterschied gab es bei den Kosten der Programmverbreitung. Mit etwa 1 Mrd. DM gaben die öffentlich-rechtlichen Rundfunk-

	Stunden	Anteile in %
Sendestunden	101.209	100
<i>darunter:</i>		
Werbespots, Sponsoreinblendungen	1.160	1,1
Programmstunden	100.049	100
<i>davon:</i>		
Fiction-Programme	17.189	17,2
Musikprogramme	1.851	1,9
Sonst. Unterhaltungsprogramme	11.600	11,6
Sportprogramme	3.155	3,2
Informationsprogramme	49.405	49,4
Nicht zuordenbare Programme	16.848	16,8
<i>darunter:</i>		
Erstsendungen	57.010	57,0
<i>Quelle:</i> HBI.		DIW/HBI 99

Tabelle 5.3: Programmstruktur der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme 1998

	Stunden	Anteile in %
Sendestunden	539.951	100
<i>davon:</i>		
Wort ¹⁾	211.568	39,2
Musik	324.171	60,0
Werbung	4.212	0,8
¹⁾ Einschließlich Ausländerprogramm.		
Quelle: HBI.		DIW/HBI 99

Tabelle 5.4: Programmstruktur der öffentl.-rechtl. Hörfunkprogramme 1998

anstalten für Telekommunikationsdienstleistungen mehr als doppelt so viel aus wie die privaten Veranstalter, wobei noch zusätzlich zu berücksichtigen ist, dass die ARD eigene Rundfunksender betreibt.

Im Rahmen dieser Studie wurden – so weit möglich – die Erträge und Aufwendungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten 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 in einen oder anderen Fall zu Ungenauigkeiten gekommen sein dürfte, lassen sich doch mindestens folgende Feststellungen treffen:

- Das Defizit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten entstand 1998 ausschließlich im Fernsehbereich. Der geschätzte Betriebsverlust betrug über 900 Mill. DM.
- Wie im privaten Rundfunk war der Personalkostenblock (einschließlich der Vergütungen) im Fernsehen mit 35 % deutlich niedriger als im Hörfunk mit 53 %.
- Im Vergleich zu den bundesweiten privaten TV-Programmen war der durchschnittliche Aufwand je öffentlich-rechtlichem TV-Vollprogramm mit etwa 616 Mill. DM um rund 70 % höher. Auch das Kostenniveau, gemessen am durchschnittlichen Aufwand von 1.624 DM je Sendeminute, hat 75 % über dem der privaten bundesweiten Programme gelegen.
- Verglichen mit dem durchschnittlichen Aufwand der landesweiten privaten Hörfunkprogramme gab der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit 68 Mill. DM je Programm sogar mehr als das vierfache der privaten Anbieter aus. Dies gilt ebenso für den durchschnittlichen Aufwand je Hörfunk-Sendeminute, der 1998 eine Höhe von 127 DM erreicht hatte (Private: 32 DM).

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 in den Vorjahren durchgeführten Erhebungen für die DLM vergleichbar, d. h. es ist eine Gegenüberstellung nahezu aller Beschäftigtendaten seit Ende 1995 sowie eine Gegenüberstellung der Wirtschaftsdaten ab 1995 möglich. Auf eine Einschränkung ist jedoch zu achten. Die Definition der sonstigen freien Mitarbeiter wurde nach der Erhebung für 1995 modifiziert. Es wurde nicht mehr nach den Beschäftigten dieser Gruppe am Jahresende sondern „in einer durchschnittlichen Arbeitswoche“ gefragt. Zudem haben insbesondere die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie die großen privaten TV-Anbieter weiterhin Probleme mit der Beantwortung dieser Frage. Die Angaben schwanken von Jahr zu Jahr stark. Diese Zeitreihe ist deshalb mit Vorsicht zu interpretieren.

6.2 Beschäftigungsentwicklung seit 1995

a) Vergleich von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk

Die Entwicklung der Beschäftigtendaten seit Ende 1995 zeigt deutlich die unterschiedlichen Personalstrategien innerhalb des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks in Deutschland (Tabelle 6.1):

Dies gilt insbesondere für die festen Mitarbeiter. Einem Abbau der Erwerbstätigenzahlen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk um 180 oder minus 0,5 % seit Ende 1995 auf 30.125 steht ein Anstieg um 1.500 oder 17 % im privaten Rundfunk gegenüber. Insgesamt hat sich die Gesamtzahl der festen Mitarbeiter in der deutschen Rundfunkwirtschaft von Ende 1995 bis Ende 1998 geringfügig um 3,5 % auf 40.625 erhöht.

Eine deutlich andere Entwicklung gab es im gleichen Zeitraum bei den sonstigen Mitarbeitern. Während diese Beschäftigungsverhältnisse bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten um über 1.300 oder 10 % zunahmen, kam es beim privaten Rundfunk zu einem leichten Rückgang um 1 %. Dabei hat es insbesondere von 1995 auf 1996 einen starken Einschnitt gegeben. In der gesamten Rundfunkwirtschaft hat die Zahl der sonstigen Mitarbeiter von 1995 bis 1998 um 6 % zugenommen.

b) Vergleich von privatem Hörfunk und privatem Fernsehen

Die Beschäftigtenentwicklung seit 1995 hat sich auch innerhalb des privaten Rundfunks zwischen TV-Anbietern und Hörfunkanbietern deutlich unterschieden (Tabelle 6.2):

- Während die privaten TV-Anbieter von 1995 bis Ende 1998 die Zahl ihrer festen Mitarbeiter kontinuierlich um 32 % erhöhten, bauten die Hörfunkanbieter ihr Personal um 1 % ab. Erst 1998 kam es nach zwei Jahren des Rückgangs wieder zu einem leichten Anstieg.

Rundfunk insgesamt	Ende1995	Ende 1996	Ende 1997	Ende 1998	1998/1997	1998/1995
		Anzahl			%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	39.262	39.664	39.971	40.625	1,6	3,5
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	37.941	38.330	k.A.	38.769	-	2,2
Auszubildende	1.321	1.334	k.A.	1.856	-	40,5
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	20.938	20.518	20.908	22.182	6,1	5,9
Praktikanten	3.132	3.188	2.903	3.011	3,7	-3,9
Feste freie Mitarbeiter	11.158	12.827	13.333	14.292	7,2	28,1
Sonstige freie Mitarbeiter	6.648	4.503	4.692	4.879	4,0	-26,6
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	60.200	60.182	60.879	62.807	3,2	4,3
Privater Rundfunk						
		Anzahl			%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	8.984	9.571	9.845	10.500	6,7	16,9
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	k.A.	9673	-	14,7
Auszubildende	553	597	k.A.	827	-	49,5
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	7.573	6.732	6.977	7.492	7,4	-1,1
Praktikanten	753	835	1.104	1207	9,3	60,3
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3336	11,4	49,3
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2949	2,5	-35,7
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	16.557	16.303	16.822	17.992	7,0	8,7
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk						
		Anzahl			%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	30.278	30.093	30.126	30.125	0,0	-0,5
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	29.510	29.356	k.A.	29.096	-	-1,4
Auszubildende	768	737	k.A.	1.029	-	34,0
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	13.365	13.787	13.931	14.690	5,4	9,9
Praktikanten	2.379	2.354	1.799	1.804	0,3	-24,2
Feste freie Mitarbeiter	8.923	9.969	10.338	10.956	6,0	22,8
Sonstige freie Mitarbeiter	2.063	1.464	1.814	1.930	6,4	-6,4
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	43.643	43.880	44.057	44.815	1,7	2,7
<i>Quellen:</i> AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; HBI.					DIW/AKM/HBI 99	

Tabelle 6.1: Entwicklung der Beschäftigung im Rundfunk 1995 bis 1998

- Bei den sonstigen Mitarbeitern war der Gegensatz sogar noch größer. Die Hörfunkanbieter reduzierten diese Beschäftigungsverhältnisse von 1995 bis 1998 um fast 30 %, während die TV-Veranstalter die Zahl der sonstigen Mitarbeiter im gleichen Zeitraum um 45 % kontinuierlich ausdehnten. Auch hier hat es 1998 im Hörfunk nach einer zweijährigen Abbauphase erstmals wieder einen Zuwachs gegeben.

Privater Rundfunk insgesamt	Ende1995	Ende 1996	Ende 1997	Ende 1998	1998/1997	1998/1995
	Anzahl				%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	8.984	9.571	9.845	10.500	6,7	16,9
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	k.A.	9.673	-	14,7
Auszubildende	553	597	k.A.	827	-	49,5
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	7.573	6.732	6.977	7.492	7,4	-1,1
Praktikanten	753	835	1.104	1.207	9,3	60,3
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3.336	11,4	49,3
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2.949	2,5	-35,7
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	16.557	16.303	16.822	17.992	7,0	8,7
Privates Fernsehen						
	Anzahl				%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	4.925	5.669	5.974	6.486	8,6	31,7
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	4.713	5.444	k.A.	6.127	-	30,0
Auszubildende	212	225	k.A.	359	-	69,3
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	2.912	3.245	3.778	4.207	11,4	44,5
Praktikanten	286	338	587	615	4,8	115,0
Feste freie Mitarbeiter	1.071	1.539	1.820	2107	15,8	96,8
Sonstige freie Mitarbeiter	1.555	1.368	1.371	1485	8,3	-4,5
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	7.837	8.914	9.752	10.693	9,6	36,4
Privater Hörfunk						
	Anzahl				%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	4.059	3.902	3.871	4.014	3,7	-1,1
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	3.718	3.530	3.466	3.546	2,3	-4,6
Auszubildende	341	372	405	468	15,6	37,2
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	4.661	3.487	3.199	3.285	2,7	-29,5
Praktikanten	467	497	517	592	14,5	26,8
Feste freie Mitarbeiter	1.164	1.319	1.175	1.229	4,6	5,6
Sonstige freie Mitarbeiter	3.030	1.671	1.507	1.464	-2,9	-51,7
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	8.720	7.389	7.070	7.299	3,2	-16,3
<i>Quellen:</i> AKM-Umfrage; DIW-Umfrage.						
						DIW/AKM 99

Tabelle 6.2: Entwicklung der Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995 bis 1998

6.3 Veränderung der wirtschaftlichen Situation seit 1995

a) Vergleich von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk

Die unterschiedliche Beschäftigungsentwicklung in der deutschen Rundfunkwirtschaft ist in erster Linie eine Reaktion auf die unterschiedlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbieter seit 1995. Zwar sind – anders als im privaten Rundfunk – im öffentlich-rechtlichen Bereich die Aufwendungen nicht so schnell gestiegen wie die Erträge. Dies war aber nur durch eine leichte Reduzierung des Personalkostenblocks und dem damit einhergehenden Beschäftigtenabbau möglich (Tabelle 6.3).

Die Gesamterträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter sind von 1995 bis 1998 um rund 17 % gestiegen. Die Werbeerträge wuchsen in diesem Zeitraum sogar um 28 %. Dem standen Aufwandssteigerungen um insgesamt 15 % gegenüber. Die Personalaufwendungen sanken dabei sogar leicht. Im Ergebnis konnte im betrachteten 4-Jahres-Zeitraum der betriebliche Aufwand aber nur 1997 nach der letzten

Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1998/1997	1998/1995
		Mill.DM			vH	
<u>Gesamtertrag</u>	19483	21129	22.843	23.781	4,1	22,1
<i>darunter:</i>						
Werbeerträge	7315	8064	8.416	8.719	3,6	19,2
<u>Gesamtaufwand</u>	19697	21902	22.997	23.927	4,0	21,5
<i>darunter:</i>						
Personalaufwand/Vergütungen	6934	6555	k.A.	7.162	-	3,3
Kostendeckungsgrad (%)	98	96	99	99	-	-
Privater Rundfunk						
		Mill.DM			vH	
<u>Gesamtertrag</u>	7.579	8.938	9.234	9.887	7,1	30,5
<i>darunter:</i>						
Werbeerträge	6.644	7.343	7.604	7.862	3,4	18,3
<u>Gesamtaufwand</u>	7.571	8.965	9.804	9.944	1,4	31,3
<i>darunter:</i>						
Personalaufwand/Vergütungen	1.039	1.112	k.A.	1.389	-	33,7
Kostendeckungsgrad (%)	98	100	94	99	-	-
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk						
		Mill.DM			vH	
<u>Gesamtertrag</u>	11.904	12.191	13.609	13.894	2,1	16,7
<i>darunter:</i>						
Werbeerträge	671	721	812	857	5,5	27,7
<u>Gesamtaufwand</u>	12.126	12.937	13.193	13.983	6,0	15,3
<i>darunter:</i>						
Personalaufwand/Vergütungen	5.895	5.443	k.A.	5.773	-	-2,1
Kostendeckungsgrad (%)	98	94	103	99	-	-
Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; HBI. DIW/AKM/HBI 99						

Tabelle 6.3: Entwicklung von Aufwand und Ertrag aller Rundfunkveranstalter 1995 bis 1998

Privater Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1998/1997	1998/1995
		Mill. DM			%	
<u>Gesamtertrag</u>	7.579	8.938	9.234	9.887	7,1	30,5
<i>darunter:</i>						
Werbeerträge	6.644	7.343	7.604	7.862	3,4	18,3
<u>Gesamtaufwand</u>	7.571	8.965	9.804	9.944	1,4	31,3
<i>darunter:</i>						
Personalaufwand/Vergütungen	1.039	1.112	k.A.	1.389	-	33,7
Kostendeckungsgrad (%)	98	100	95	99	-	-
Privates Fernsehen						
		Mill. DM			%	
<u>Gesamtertrag</u>	6.530	7.869	8.170	8.763	7,3	34,2
<i>darunter:</i>						
Werbeerträge	5.765	6.443	6.708	6.918	3,1	20,0
<u>Gesamtaufwand</u>	6.657	7.998	8.832	8.947	1,3	34,4
<i>darunter:</i>						
Personalaufwand/Vergütungen	680	728	k.A.	1.006	-	47,9
Kostendeckungsgrad (%)	98	98	93	98	-	-
Privater Hörfunk						
		Mill. DM			%	
<u>Gesamtertrag</u>	1.049	1.069	1.064	1.124	5,6	7,1
<i>darunter:</i>						
Werbeerträge	879	900	896	944	5,4	7,4
<u>Gesamtaufwand</u>	914	967	972	997	2,6	9,1
<i>darunter:</i>						
Personalaufwand/Vergütungen	359	384	k.A.	383	-	6,7
Kostendeckungsgrad (%)	115	111	109	113	-	-
<i>Quellen:</i> AKM-Umfrage; DIW-Umfrage.					DIW/AKM 99	

Tabelle 6.4: Entwicklung von Aufwand und Ertrag des privaten Rundfunks 1995 bis 1998

Rundfunkgebührenerhöhung durch Erträge gedeckt werden. In den anderen Jahren lag der Kostendeckungsgrad dagegen unter 100 %.¹⁷

Beim privaten Rundfunk lief die Aufwands- und Ertragsentwicklung seit 1995 stärker auseinander. Die Gesamterträge nahmen um über 30 % und damit weit schneller als beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu, der Gesamtaufwand stieg aber gleichzeitig um 31 %. Der private Rundfunk erreichte dabei nur im Jahr 1996 ein nahezu ausgeglichenes Betriebsergebnis. Auffällig sind zwei Entwicklungen:

- Der Zuwachs bei den Werbeerträgen des privaten Rundfunks blieb mit 18 % unter dem Anstieg der Gesamterträge. 1998 war der Anstieg dabei deutlich geringer als in den Vorjahren und er lag sogar unter den Werbeertragssteigerungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten.

¹⁷ Für einen Ausgleich sorgten in diesen Jahren jedoch Erträge aus Finanzanlagen und außerordentliche Erträge.

- Das Tempo des Kostenanstiegs beim privaten Rundfunk hat sich dagegen seit 1995 kaum verringert. Die Ausgabenzuwächse für feste und freie Mitarbeiter lagen dabei mit plus 34 % über dem Trend der Gesamtaufwendungen.

b) Vergleich von privatem Hörfunk und privatem Fernsehen

Während des gesamten Zeitraums seit 1995 war die wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks besser als die des privaten Fernsehens. Der Kostendeckungsgrad der Hörfunkanbieter schwankte zwischen 109 % und 115 %. Dagegen lag er bei den den TV-Anbietern immer unter der 100 %-Schwelle, d. h. es wurden im Durchschnitt Betriebsverluste erzielt. Am höchsten waren innerhalb des betrachteten Zeitraums die Verluste 1997, d. h. in der Startphase des digitalen Fernsehens in Deutschland.

Eine genaue Betrachtung von Aufwand und Erträgen zeigt seit 1995 allerdings geringere Ertragssteigerungen des privaten Hörfunks als des privaten Fernsehens (Tabelle 6.4). Die Hörfunk-Gesamterträge nahmen in diesem Zeitraum nur um rund 7 % zu, während die privaten TV-Anbieter Ertragszuwächse von über 34 % verbuchen konnten. Deren Gesamtaufwand nahm allerdings in der gleichen Größenordnung zu. Während dabei im TV-Bereich die Personalkosten seit 1995 weit stärker (um 48 %) zunahmen, betrug deren Anstieg im Hörfunkbereich nur knapp 7 % und lag damit unter dem Anstieg der Hörfunk-Gesamtaufwendungen.

Anders als in den Vorjahren hat 1998 das Wachstum der Hörfunkwerbbeeinnahmen mit 5,5 % über dem Anstieg der TV-Werbbeeinnahmen (3 %) gelegen. Dies betraf insbesondere die Erträge aus regionaler Werbung, die um 26 Mill. DM oder mehr als 6 % auf 430 Mill. DM zugenommen haben. Die weiterhin schwache Verbrauchskonjunktur in Deutschland im Jahr 1998 hatte damit wenige deutliche Auswirkungen auf die Werbebudgets der wichtigsten Gruppe regionaler Werbungstreibender, den lokalen Einzelhandel als in den Vorjahren. Die Erträge aus regionaler TV-Werbung konnten gegenüber 1997 sogar um 16 % auf 81 Mill. DM zulegen.

7 Regionale Struktur der deutschen Rundfunkwirtschaft

7.1 Indikatoren für einen Regionalvergleich

Nach der Betrachtung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage der verschiedenen Typen von Rundfunkanbietern auf Bundesebene folgt nun eine regionale Darstellung der deutschen Rundfunkwirtschaft. Dies geschieht weitgehend auf der Ebene von Bundesländern. Durch den Sendebeginn zusätzlicher privater Anbieter im Jahr 1998 ist eine regionale Darstellung für mehr Bundesländer möglich als in den Vorjahren. Allerdings erlaubt die Zahl der Anbieter in Bremen, dem Saarland und Thüringen immer noch keine getrennte Darstellung des privaten Rundfunks, da sonst die Vertraulichkeit der Angaben der dortigen Unternehmen verletzt würde.

Die regionale Struktur der deutschen Rundfunkwirtschaft wird zunächst anhand der Beschäftigtendaten (Erwerbstätige und sonstige Mitarbeiter) der privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen in den einzelnen Bundesländern untersucht. Zusätzlich erfolgt eine Auswertung der Beschäftigtendaten für die Regionen Köln und München, um so auch eine Vergleichsmöglichkeit für die vier wichtigsten Medienzentren in Deutschland zu bekommen. Weitere Indikatoren für den Regionalvergleich sind die VGR-Kenziffern Produktionswert und Bruttowertschöpfung.

Die alleinige regionale Zuordnung von Produktionswerten, Wertschöpfung und Beschäftigten des Rundfunks nach den jeweiligen Hauptsitzen der einzelnen Rundfunkunternehmen ist zu ungenau, weil sie die regionale Verteilung der Rundfunkaktivitäten von größeren Veranstaltern, die Betriebsstätten in mehreren Bundesländern haben, 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 die folgenden Regionalvergleiche auf Produktionswert und Bruttowertschöpfung übertragen. Die so errechnete Wertschöpfung des Rundfunks in den einzelnen Bundesländern ist damit mit den gesamtwirtschaftlichen BIP-Daten des jeweiligen Landes unmittelbar vergleichbar (Tabelle 7.1), da bei der BIP-Berechnung ein vergleichbares Verfahren angewandt wird.

Der Abschnitt endet mit einem Regionalvergleich der Hörfunkwerbeerträge des Jahres 1998. Da es weiterhin eine Diskussion über nicht ausgeschöpfte Hörfunkwerbe-potentiale in einzelnen Bundesländern gibt, wurden entsprechende Auswertungen für das öffentlich-rechtliche und das private Hörfunkwerbeaufkommen durchgeführt.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
Bevölkerung (1)	10,4	12,1	6,0	0,7	1,7	6,0	1,8	7,9
Erwerbstätige (2)	4,8	5,7	2,6	0,3	0,8	2,7	0,8	3,4
Bruttoinlandsprodukt	548,3	643,1	233,5	42,0	148,4	353,1	48,4	331,4
	Anteile in %							
Bevölkerung	12,7	14,7	7,3	0,8	2,1	7,4	2,2	9,6
Erwerbstätige	13,4	16,0	7,3	0,8	2,2	7,4	2,1	9,4
Bruttoinlandsprodukt	14,6	17,1	6,2	1,1	3,9	9,4	1,3	8,8
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
Bevölkerung (1)	18,0	4,0	1,1	4,5	2,7	2,5	2,8	82,0
Erwerbstätige (2)	7,4	1,7	0,4	1,9	1,1	1,1	1,2	35,9
Bruttoinlandsprodukt	826,9	181,0	45,9	125,3	71,4	66,5	117,1	3.758,1
	Anteile in %							
Bevölkerung	21,9	4,9	1,3	5,5	3,3	3,0	3,4	100,0
Erwerbstätige	20,6	4,9	1,2	5,3	3,1	3,0	3,4	100,0
Bruttoinlandsprodukt	22,0	4,8	1,2	3,3	1,9	1,8	3,1	100,0

(1) Jahresende.- (2) Jeweils April des Jahres.
Quelle: Statistisches Bundesamt. DIW 99

Tabelle 7.1: Gesamtwirtschaftliche Kennziffern 1998
Aufgliederung nach Bundesländern

7.2 Regionale Verteilung der Beschäftigten in der Rundfunkwirtschaft

a) Beschäftigte in den vier wichtigsten Medienstädten 1998

Verschiedene Untersuchungen haben gezeigt, dass sich die Rundfunkwirtschaft in Deutschland auf wenige Standorte konzentriert. Im Rahmen der Studie wurden deshalb wie in den Vorjahren die Erwerbstätigenzahlen der vier wichtigsten Medienzentren – die Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich des nahen Umlandes) – getrennt ausgewertet. Danach befanden sich 1998 sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk deutlich über die Hälfte aller Arbeitsplätze in diesen Städten. Am stärksten ist dabei die regionale Konzentration beim privaten Fernsehen. Hier arbeiten allein 80 % aller festen Mitarbeiter in den 4 großen Medienzentren. Als Sitz der Rundfunkanstalten WDR, Deutsche Welle und Deutschlandradio hatte Köln mit einem Anteil von 24 % die führende Position beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 20 % der Erwerbstätigen deutlich vor Berlin mit 15 %, gefolgt von Köln (13 %) und Hamburg (11 %). Insbesondere durch die Verlagerung des SAT.1-Standortes konnte Berlin seine Position innerhalb der vier deutschen Rundfunkzentren deutlich verbessern (Tabelle 7.2).

	Deutschland	Berlin ¹⁾	Hamburg	Köln	München ²⁾	Summe der vier Städte
	Anzahl					
Erwerbstätige Ende 1998	40.625	3.408	5.030	8.636	5.457	22.531
<i>davon:</i>						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	30.125	1.858	3.858	7.302	3.380	16.398
Privater Rundfunk	10.500	1.550	1.172	1.334	2.077	6.133
<i>davon:</i>						
Fernsehen	6.486	1.125	996	1.283	1.804	5.208
Hörfunk	4.014	425	176	51	273	925
Sonst. Mitarbeiter Ende 1998	22.182	2.479	2.216	5.491	2.664	12.850
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	62.807	5.887	7.246	14.127	8.121	35.381
	Anteil am Bundesgebiet in %					
Erwerbstätige Ende 1998	100	8,4	12,4	21,3	13,4	55,5
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	100	6,2	12,8	24,2	11,2	54,4
Privater Rundfunk	100	14,8	11,2	12,7	19,8	58,4
<i>davon:</i>						
Fernsehen	100	17,3	15,4	19,8	27,8	80,3
Hörfunk	100	10,6	4,4	1,3	6,8	23,0
Sonst. Mitarbeiter Ende 1998	100	11,2	10,0	24,8	12,0	57,9
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	100	9,4	11,5	22,5	12,9	56,3
¹⁾ Einschließlich Potsdam. - ²⁾ Einschließlich Umland. <i>Quellen:</i> AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; HBI.						

DIW/AKM/HBI 99

Tabelle 7.2: Beschäftigung im Rundfunk in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten 1998

b) Beschäftigte der Rundfunkwirtschaft in den einzelnen Bundesländern

Addiert man die Zahlen der festen Mitarbeiter in den Betriebsstätten der Rundfunkwirtschaft Ende 1997 und Ende 1998, so ergibt sich folgendes Bild: vier Fünftel der Arbeitsplätze von Rundfunkunternehmen konzentrieren sich in sieben der sechzehn Bundesländer, wobei es 1998 folgende Rangfolge gab (Tabelle 7.3):

- Nordrhein-Westfalen (9.072 feste Mitarbeiter gleich 22 % Anteil an allen Rundfunk-Erwerbstätigen)
- Bayern (6.651 feste Mitarbeiter gleich 16 %)
- Baden-Württemberg (4.626 feste Mitarbeiter gleich 11 %)
- Rheinland-Pfalz (4.168 feste Mitarbeiter gleich 10 %)
- Berlin-Brandenburg (4.069 feste Mitarbeiter gleich 10 %)
- Hamburg (3.968 feste Mitarbeiter gleich 10 %).

Schlusslichter waren wie in den Vorjahren die drei neuen Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern (403), Sachsen-Anhalt (279) und Thüringen mit lediglich 220 Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen (1)	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen	
Erwerbstätige Ende 1997	4.522	6.433	3.985	673	4.012	2.256	383	825	
Erwerbstätige Ende 1998	4.626	6.649	4.069	665	3.968	2.260	403	817	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	1.938	3.522	2.640	292	1.499	426	161	391	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	2.028	3.648	2.742	285	1.765	470	193	397	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	6.460	9.955	6.624	965	5.511	2.682	544	1.216	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	6.654	10.297	6.811	950	5.733	2.730	596	1.214	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	11	16	10	2	10	6	1	2	
Erwerbstätige Ende 1998	11	16	10	2	10	6	1	2	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	9	17	13	1	7	2	1	2	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	9	16	12	1	8	2	1	2	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	11	16	11	2	9	4	1	2	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	11	16	11	2	9	4	1	2	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt	
Erwerbstätige Ende 1997	8.875	4.112	840	2.103	286	213	446	39.971	
Erwerbstätige Ende 1998	9.071	4.168	852	2.116	279	220	456	40.625	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	5.764	2.302	276	1.233	127	109	219	20.908	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	6.318	2.207	287	1.325	149	114	247	22.182	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	14.639	6.414	1.116	3.336	413	322	664	60.879	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	15.389	6.375	1.139	3.441	428	334	703	62.807	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	22	10	2	5	1	1	1	100	
Erwerbstätige Ende 1998	22	10	2	5	1	1	1	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	28	11	1	6	1	1	1	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	28	10	1	6	1	1	1	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	24	11	2	5	1	1	1	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	25	10	2	5	1	1	1	100	

(1) Ohne privaten Hörfunk.

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; HBI; Berechnungen des DIW.

DIW/AKM/HBI 99

Tabelle 7.3: Beschäftigung im Rundfunk 1997/1998
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen	
Erwerbstätige Ende 1997	622	2.985	1.292	a	1.279	330	76	232	
Erwerbstätige Ende 1998	689	3.191	1.380	a	1.251	354	98	227	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	498	2.070	1.023	a	379	55	35	147	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	579	2.032	1.092	a	494	56	50	121	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	1.120	5.055	2.314	a	1.658	385	111	379	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	1.268	5.223	2.472	a	1.745	410	148	348	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	6	30	13	a	13	3	1	2	
Erwerbstätige Ende 1998	7	30	13	a	12	3	1	2	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	7	30	15	a	5	1	1	2	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	8	27	15	a	7	1	1	2	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	7	30	14	a	10	2	1	2	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	7	29	14	a	10	2	1	2	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt	
Erwerbstätige Ende 1997	2.075	290	a	a	293	102	a	139	
Erwerbstätige Ende 1998	2.287	335	a	a	310	95	a	151	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	2.080	232	a	a	246	26	a	93	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	2.323	247	a	a	262	41	a	104	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	4.155	522	a	a	539	128	a	231	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	4.610	582	a	a	572	136	a	255	
					Anteile in %				
Erwerbstätige Ende 1997	21	3	a	a	3	1	a	1	
Erwerbstätige Ende 1998	22	3	a	a	3	1	a	1	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	30	3	a	a	4	0	a	1	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	31	3	a	a	3	1	a	1	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	25	3	a	a	3	1	a	1	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	26	3	a	a	3	1	a	1	

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; Berechnungen des DIW.

DIW/AKM 99

Tabelle 7.4: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1997/1998
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen	
Erwerbstätige Ende 1997	110	2.027	932	0	1.121	26	a	40	
Erwerbstätige Ende 1998	176	2.202	955	0	1.075	51	a	44	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	112	1.132	756	0	253	18	a	32	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	179	1.105	773	0	383	19	a	29	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	222	3.159	1.687	0	1.374	44	a	72	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	355	3.307	1.728	0	1.458	70	a	73	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	2	34	16	0	19	0	a	1	
Erwerbstätige Ende 1998	3	34	15	0	17	1	a	1	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	3	30	20	0	7	0	a	1	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	4	26	18	0	9	0	a	1	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	2	32	17	0	14	0	a	1	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	3	31	16	0	14	1	a	1	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt	
Erwerbstätige Ende 1997	1.365	216	a	90	0	0	21	5.974	
Erwerbstätige Ende 1998	1.559	256	a	101	0	0	22	6.486	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	1.215	168	a	61	0	0	16	3.778	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	1.439	176	a	64	0	0	12	4.207	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	2.580	384	a	151	0	0	36	9.752	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	2.998	432	a	165	0	0	34	10.693	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	23	4	a	1	0	0	0	100	
Erwerbstätige Ende 1998	24	4	a	2	0	0	0	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	32	4	a	2	0	0	0	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	34	4	a	2	0	0	0	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	26	4	a	2	0	0	0	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	28	4	a	2	0	0	0	100	

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; Berechnungen des DIW.

DIW/AKM 99

Tabelle 7.5: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1997/1998
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen	
Erwerbstätige Ende 1997	512	958	360	a	158	304	a	a	
Erwerbstätige Ende 1998	513	989	425	a	176	303	a	a	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	386	938	267	a	126	37	a	a	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	400	927	319	a	111	37	a	a	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	898	1.896	627	a	284	341	a	a	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	913	1.916	744	a	287	340	a	a	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	13	25	9	a	4	8	a	a	
Erwerbstätige Ende 1998	13	25	11	a	4	8	a	a	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	12	29	8	a	4	1	a	a	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	12	28	10	a	3	1	a	a	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	13	27	9	a	4	5	a	a	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	13	26	10	a	4	5	a	a	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt	
Erwerbstätige Ende 1997	710	74	a	a	203	102	a	118	
Erwerbstätige Ende 1998	728	79	a	a	209	95	a	129	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	865	64	a	a	185	26	a	77	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	884	71	a	a	198	41	a	92	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	1.575	138	a	a	388	128	a	195	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	1.612	150	a	a	407	136	a	221	
					Anteile in %				
Erwerbstätige Ende 1997	18	2	a	a	5	3	a	3	
Erwerbstätige Ende 1998	18	2	a	a	5	2	a	3	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	27	2	a	a	6	1	a	2	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	27	2	a	a	6	1	a	3	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	22	2	a	a	5	2	a	3	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	22	2	a	a	6	2	a	3	

Quellen: AKM-Umfrage; Berechnungen des DIW.

DIW/AKM 99

Tabelle 7.6: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1997/1998
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen	
Erwerbstätige Ende 1997	3.900	3.448	2.693	673	2.733	1.926	307	593	
Erwerbstätige Ende 1998	3.937	3.458	2.689	665	2.717	1.906	305	590	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	1.440	1.452	1.617	292	1.120	371	126	244	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	1.449	1.616	1.650	285	1.271	414	143	276	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	5.340	4.900	4.310	965	3.853	2.297	433	837	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	5.386	5.074	4.339	950	3.988	2.320	448	866	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	13	11	9	2	9	6	1	2	
Erwerbstätige Ende 1998	13	11	9	2	9	6	1	2	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	10	10	12	2	8	3	1	2	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	10	11	11	2	9	3	1	2	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	12	11	10	2	9	5	1	2	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	12	11	10	2	9	5	1	2	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt	
Erwerbstätige Ende 1997	6.800	3.822	a	1.810	184	a	307	30.126	
Erwerbstätige Ende 1998	6.784	3.833	a	1.806	184	a	305	30.125	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	3.684	2.070	a	987	101	a	126	13.931	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	3.995	1.960	a	1.063	108	a	143	14.690	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	10.484	5.892	a	2.797	285	a	433	44.057	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	10.779	5.793	a	2.869	292	a	448	44.815	
				Anteile in %					
Erwerbstätige Ende 1997	23	13	a	6	1	a	1	100	
Erwerbstätige Ende 1998	23	13	a	6	1	a	1	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1997	26	15	a	7	1	a	1	100	
Sonstige Mitarbeiter Ende 1998	27	13	a	7	1	a	1	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1997	24	13	a	6	1	a	1	100	
Gesamtbeschäftigung Ende 1998	24	13	a	6	1	a	1	100	

Quellen: HBI; Berechnungen des DIW.

DIW/HBI 99

Tabelle 7.7: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1997/1998
Aufgliederung nach Bundesländern

Vergleicht man die Erwerbstätigenanteile der Bundesländer an der Rundfunkwirtschaft mit den Anteilen dieser Länder an allen Erwerbstätigen (Tabellen 7.1 und 7.9), so zeigt sich ein überdurchschnittliches Gewicht der Rundfunkwirtschaft für die Beschäftigung in den vier Ländern Berlin-Brandenburg, Hamburg und Rheinland-Pfalz.

Bei einer Ausdifferenzierung der Gesamtdaten zur Beschäftigung wird eine unterschiedliche Rangfolge der Bundesländer innerhalb des privaten Rundfunks und innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sichtbar:

- Beim privaten Rundfunk (Tabellen 7.4 bis 7.6) steht Bayern mit rund 3.200 festen Mitarbeitern (darunter über 2.200 beim Fernsehen) deutlich an der Spitze. Es folgen Nordrhein-Westfalen (knapp 2.300 feste Mitarbeiter, davon 1.560 beim Fernsehen), Berlin-Brandenburg (1.380 feste Mitarbeiter, davon knapp 1.000 beim Fernsehen) und Hamburg (1.250 feste Mitarbeiter, davon 1.075 beim Fernsehen). Bedeutendstes Bundesland für den privaten Hörfunk ist mit knapp 1.000 Erwerbstätigen ebenfalls Bayern. Es folgen Nordrhein-Westfalen (730), Baden-Württemberg (510), Berlin-Brandenburg (425) und Hessen (300).
- Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Tabelle 7.7) hatte Nordrhein-Westfalen Ende 1998 dagegen mit knapp 6.800 festen Mitarbeitern die mit Abstand größte Erwerbstätigenzahl aufzuweisen. Hier nehmen Baden-Württemberg (3.940), Rheinland-Pfalz (3.830), Bayern (3.460), Hamburg (2.720) und Berlin-Brandenburg (2.700) die nächsten Plätze ein.

Nur in Bayern erreicht die Zahl der Erwerbstätigen im privaten Rundfunk mit 3.200 nahezu die Zahl der Erwerbstätigen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (3.460). In allen anderen Bundesländern hat der private Rundfunk ein deutlich geringeres Gewicht.

c) Entwicklung der Beschäftigung in den einzelnen Bundesländern seit 1995

Auf Basis der bisherigen Befragungen im Auftrag der DLM zur Beschäftigung in den deutschen Rundfunkunternehmen, können für alle Bundesländer Zeitreihen für den Zeitraum von Ende 1995 bis Ende 1998 gebildet werden (Tabelle 7.8). Bei den Daten der sonstigen Mitarbeiter ist zu berücksichtigen, dass die Erhebungsfrage ab dem Jahr 1996 geändert wurde und die Zeitreihen entsprechende Unschärfen aufweisen.

Die Zahl der festen Mitarbeiter in den deutschen Rundfunkunternehmen ist von 1995 bis 1998 um 4 % gewachsen. Über diesem Durchschnittswert entwickelten sich die Erwerbstätigenzahlen nur in vier Bundesländern

- in Bayern (plus 15 %)
- in Nordrhein-Westfalen (plus 8 %)
- in Hessen und im Saarland (jeweils plus 5 %)

In Berlin und Brandenburg entsprachen die Zuwächse dem Bundesdurchschnitt. In vier weiteren Bundesländern (Bremen, Baden-Württemberg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen) waren die Erwerbstätigenzahlen zwar positiv, lagen aber unter dem Bundesdurchschnitt. In allen anderen Bundesländern nahm die Zahl der festen Mitarbeiter in der Rundfunkwirtschaft zwischen 1995 und 1998 ab. Das Schlusslicht bildete dabei Hamburg mit minus 10 %.

Die Entwicklung der Erwerbstätigenzahlen im privaten Rundfunk von 1995 bis 1998 zeigt, dass alle diejenigen Länder in der Rangfolge des Beschäftigtenzuwachses

	1995	1996	1997	1998	Veränderung 98/97	Veränderung 98/95
Erwerbstätige (1)					in %	
	Anzahl					
Baden-Württemberg	4.538	4.398	4.522	4.626	2	2
Bayern	5.775	6.245	6.433	6.649	3	15
Berlin und Brandenburg	3.907	3.965	3.985	4.069	2	4
Bremen	652	665	681	671	-1	3
Hamburg	4.391	4.094	4.012	3.968	-1	-10
Hessen	2.139	2.113	2.256	2.260	0	6
Mecklenburg-Vorpommern	400	388	383	403	5	1
Niedersachsen	849	788	825	817	-1	-4
Nordrhein-Westfalen	8.419	8.810	8.875	9.071	2	8
Rheinland-Pfalz	4.321	4.236	4.112	4.168	1	-4
Saarland	808	831	840	852	1	5
Sachsen	2.093	2.130	2.103	2.116	1	1
Sachsen-Anhalt	282	320	286	279	-2	-1
Thüringen	240	225	213	220	3	-8
Schleswig-Holstein	478	456	446	456	2	-5
zum Vergleich Bundesgebiet	39.262	39.664	39.971	40.625	2	4
Sonstige Mitarbeiter (1)						
	Anzahl					
Baden-Württemberg	2.025	2.024	1.938	2.028	5	0
Bayern	3.074	2.922	3.522	3.648	4	19
Berlin und Brandenburg	3.318	3.231	2.640	2.742	4	-17
Bremen	171	216	301	293	-3	71
Hamburg	1.796	1.832	1.499	1.765	18	-2
Hessen	457	417	426	470	10	3
Mecklenburg-Vorpommern	165	154	161	193	20	17
Niedersachsen	405	381	391	397	2	-2
Nordrhein-Westfalen	6.558	5.578	5.764	6.318	10	-4
Rheinland-Pfalz	1.098	1.856	2.302	2.207	-4	101
Saarland	200	204	276	287	4	44
Sachsen	1.180	1.238	1.232	1.325	8	12
Sachsen-Anhalt	144	123	127	149	17	3
Thüringen	114	114	109	114	5	0
Schleswig-Holstein	233	229	219	247	13	6
zum Vergleich Bundesgebiet	20.938	20.519	20.908	22.182	6	6
Gesamtbeschäftigung (1)						
	Anzahl					
Baden-Württemberg	6.563	6.422	6.460	6.654	3	1
Bayern	8.849	9.167	9.955	10.297	3	16
Berlin und Brandenburg	7.225	7.196	6.625	6.811	3	-6
Bremen	823	881	982	964	-2	17
Hamburg	6.187	5.926	5.511	5.733	4	-7
Hessen	2.596	2.530	2.682	2.730	2	5
Mecklenburg-Vorpommern	565	542	544	596	10	5
Niedersachsen	1.254	1.169	1.208	1.214	0	-3
Nordrhein-Westfalen	14.977	14.888	14.639	15.389	5	3
Rheinland-Pfalz	5.418	6.092	6.414	6.375	-1	18
Saarland	1.008	1.035	1.116	1.139	2	13
Sachsen	3.272	3.368	3.335	3.441	3	5
Sachsen-Anhalt	426	443	413	428	4	0
Thüringen	354	339	322	334	4	-6
Schleswig-Holstein	711	685	665	703	6	-1
zum Vergleich Bundesgebiet	60.200	60.183	60.879	62.807	3	5
(1) Regionale Betriebsstätten der Rundfunkunternehmen, jeweils Jahresende.						
Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; HBI.						DIW/AKM/HBI 99

Tabelle 7.8: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–1998
Rundfunk insgesamt

	1995	1996	1997	1998	Veränderung 98/97	Veränderung 98/95
Erwerbstätige (1)					in %	
	Anzahl					
Baden-Württemberg	677	615	622	689	11	2
Bayern	2.425	2.866	2.985	3.191	7	32
Berlin und Brandenburg	874	1.084	1.292	1.380	7	58
Bremen	-	-	a	a	a	a
Hamburg	1.372	1.250	1.279	1.251	-2	-9
Hessen	332	298	330	354	7	7
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	98	a	a
Niedersachsen	276	235	232	227	-2	-18
Nordrhein-Westfalen	1.805	1.999	2.075	2.287	10	27
Rheinland-Pfalz	444	392	290	335	16	-24
Saarland	a	a	a	a	a	a
Sachsen	279	341	293	310	6	11
Sachsen-Anhalt	121	218	102	95	-7	-21
Thüringen	a	a	a	a	a	a
Schleswig-Holstein	197	162	139	151	9	-23
zum Vergleich Bundesgebiet	8.984	9.571	9.846	10.500	7	17
Sonstige Mitarbeiter (1)						
	Anzahl					
Baden-Württemberg	511	422	498	579	16	13
Bayern	1.894	1.714	2070	2.032	-2	7
Berlin und Brandenburg	1.374	994	1023	1.092	7	-21
Bremen	-	-	a	a	a	a
Hamburg	587	535	379	494	30	-16
Hessen	73	52	55	56	2	-23
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	50	a	a
Niedersachsen	173	130	147	121	-18	-30
Nordrhein-Westfalen	1.976	1.974	2080	2.323	12	18
Rheinland-Pfalz	473	360	232	247	6	-48
Saarland	a	a	a	a	a	a
Sachsen	270	336	246	262	7	-3
Sachsen-Anhalt	51	59	26	41	58	-20
Thüringen	a	a	a	a	a	a
Schleswig-Holstein	109	85	93	104	12	-5
zum Vergleich Bundesgebiet	7.573	6.732	6.976	7.492	7	-1
Gesamtbeschäftigung (1)						
	Anzahl					
Baden-Württemberg	1.211	1.037	1.120	1.268	13	5
Bayern	4.319	4.580	5.055	5.223	3	21
Berlin und Brandenburg	2.248	2.078	2.315	2.472	7	10
Bremen	-	-	a	a	a	a
Hamburg	1.959	1.785	1.658	1.745	5	-11
Hessen	405	350	385	410	6	1
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	148	a	a
Niedersachsen	449	365	379	348	-8	-22
Nordrhein-Westfalen	3.781	3.973	4.155	4.610	11	22
Rheinland-Pfalz	916	752	522	582	11	-36
Saarland	a	a	a	a	a	a
Sachsen	548	677	539	572	6	4
Sachsen-Anhalt	172	277	128	136	6	-21
Thüringen	a	a	a	a	a	a
Schleswig-Holstein	306	247	232	255	10	-17
zum Vergleich Bundesgebiet	16.557	16.303	16.822	17.992	7	8

(1) Regionale Betriebsstätten der Rundfunkunternehmen, jeweils Jahresende.

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage.

DIW/AKM 99

Tabelle 7.9: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–1998
Privater Rundfunk insgesamt

auf den vorderen Plätzen zu finden sind, bei denen der private Rundfunk besonders kräftig expandiert ist (Tabelle 7.9). Der Zuwachs der festen Mitarbeiter bei den privaten Hörfunk- und TV-Anbietern betrug

- in Berlin und Brandenburg fast 60 %
- in Bayern lag er bei 32 %
- in Nordrhein-Westfalen bei 27 %
- in Sachsen bei 11 % und
- in Hessen bei 7 %.

Dagegen stehen die Bundesländer, in denen zu der Stagnation der öffentlich-rechtlichen Beschäftigtenzahlen auch noch ein Abbau im privaten Rundfunk kam, am Ende der Rangfolge. Die Erwerbstätigenzahl bei den Privaten ging von 1995 bis 1998

- in Hamburg um 9 % zurück
- in Niedersachsen um 18 %
- in Sachsen-Anhalt um 21 %
- in Schleswig-Holstein um 23 %, und
- in Rheinland-Pfalz um 24 %.

7.3 Produktionswert und Bruttowertschöpfung des Rundfunks in den Bundesländern 1998

Außer anhand der Kennziffern zur Beschäftigung wird die regionale Bedeutung der Rundfunkwirtschaft – getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern – im folgenden auch anhand der Kennziffern Produktionswert und Wertschöpfung analysiert. Die Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft kann dabei dem Bruttoinlandsprodukt (BIP) des jeweiligen Bundeslandes gegenübergestellt werden. Wie bei der Analyse der Beschäftigten kann damit eine Rangfolge der absoluten Bedeutung der Rundfunkwirtschaft in den verschiedenen Bundesländern erstellt werden. Gleichzeitig lässt sich das relative Gewicht der Rundfunkwirtschaft im Verhältnis zur gesamten Wirtschaftskraft des jeweiligen Landes bestimmen. Abweichungen gegenüber dem Bild, dass sich bereits bei der Analyse der regionalen Erwerbstätigenanteile ergeben hat, gibt es jedoch kaum.

Geht man vom Produktionswert der deutschen Rundfunkwirtschaft im Jahr 1998 aus, so konzentrierte sich über 85 % der Branche in sieben Bundesländern. An der Spitze der Rangfolge stand Nordrhein-Westfalen mit 5,3 Mrd. DM. Es folgten Bayern (4,7 Mrd. DM), Rheinland-Pfalz (3,0 Mrd. DM), Berlin-Brandenburg (2,5 Mrd. DM), Hamburg (2,4 Mrd. DM) und Baden-Württemberg (1,8 Mrd. DM).

Bei der 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 konzentrierte sich 75 % der deutschen Rundfunkwirtschaft in den genannten sieben Bundesländern (Tabelle 7.10):

- der Anteil Nordrhein-Westfalens (1.175 Mill. DM Wertschöpfung) lag bei 20 %
- der Anteil von Rheinland-Pfalz (800 Mill. DM Wertschöpfung) bei 13 %
- der Anteil Baden-Württembergs (735 Mill. DM Wertschöpfung) bei 12 %
- der Anteil Bayerns (700 Mill. DM Wertschöpfung) bei ebenfalls 12 %

- der Anteil Hamburgs (650 Mill. DM Wertschöpfung) bei 11 %
 - der Anteil Berlins und Brandenburgs (480 Mill. DM Wertschöpfung) bei 8 %.
- Die Schlusslichter im Hinblick auf das absolute wirtschaftliche Gewicht der jeweiligen regionalen Rundfunkunternehmen bildeten 1998 wie bei den Erwerbstätigen die drei neuen Bundesländer Sachsen- Anhalt (Produktionswert 163 Mill. DM bzw. Bruttowertschöpfung 59 Mill. DM), Mecklenburg-Vorpommern (156 Mill. DM bzw. 68 Mill. DM) und Thüringen (99 Mill. DM bzw. 44 Mill. DM).

In sieben Bundesländern hatte die Rundfunkwirtschaft 1998 im Vergleich zu den gesamten Wirtschaftsaktivitäten des jeweiligen Landes (gemessen am Bruttoinlandsprodukt) eine überdurchschnittliche Bedeutung. Dies gilt für

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
Produktionswert	1.778	4.746	2.643	Mill. DM		924	156	372
Vorleistungen	1.043	4.042	2.161	214	2.399	508	88	214
Bruttowertschöpfung	735	703	482	132	650	416	68	159
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	664	803	520	94	557	363	54	116
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	69	-156	70	34	66	45	11	34
Erwerbstätige	4.626	6.651	4.069	Anzahl		2.260	403	817
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	159	106	118	Tausend DM		184	168	194
	Anteile in %							
Produktionswert	8	20	11	1	10	4	1	2
Vorleistungen	6	23	12	0	10	3	1	1
Bruttowertschöpfung	12	12	8	2	11	7	1	3
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	12	14	9	2	10	6	1	2
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	9	-19	9	4	8	6	1	4
Erwerbstätige	11	16	10	2	10	6	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt	
Produktionswert	5.305	2.965	251	Mill. DM		122	186	23.450
Vorleistungen	4.129	2.165	118	1.236	163	78	105	17.450
Bruttowertschöpfung	1.177	801	133	372	59	44	81	6.000
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	1.437	566	97	213	27	21	60	5.595
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	227	169	32	151	30	21	17	810
Erwerbstätige	9072	4168	852	Anzahl		220	456	40.625
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	130	192	156	Tausend DM		200	178	148
	Anteile in %							
Produktionswert	23	13	1	5	1	1	1	100
Vorleistungen	24	12	1	5	1	0	1	100
Bruttowertschöpfung	20	13	2	6	1	1	1	100
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	26	10	2	4	0	0	1	100
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	28	21	4	19	4	3	2	100
Erwerbstätige	22	10	2	5	1	1	1	100

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; HBI; Berechnungen des DIW.

DIWAKM/HBI 99

Tabelle 7.10: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1998
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg		Berlin und Brandenburg		Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	171	3.164	1.666	1.470	Mill. DM	1.262	127	27	123
Produktionswert	100	3.054	1.470	a	1.107	122	15	72	
Vorleistungen	71	109	196	a	156	5	12	52	
Bruttowertschöpfung	56	311	157	a	127	26	6	23	
<i>darunter:</i> Einkommen aus unselbst. Arbeit	13	-221	21	a	25	-28	6	25	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	689	3.193	1.380	Anzahl a	1.251	354	98	227	
Erwerbstätige	103	34	142	Tausend DM	a	125	14	121	228
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen									
Anteile in %									
Produktionswert	2	31	16	a	12	1	0	1	
Vorleistungen	1	35	17	a	13	1	0	1	
Bruttowertschöpfung	5	8	15	a	12	0	1	4	
<i>darunter:</i> Einkommen aus unselbst. Arbeit	5	28	14	a	12	2	1	2	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	9	-143	14	a	16	-18	4	16	
Erwerbstätige	7	30	13	a	12	3	1	2	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insg.	
				Mill. DM					
Produktionswert	3.002	343	a	118	48	a	57	10.155	
Vorleistungen	2.429	278	a	86	24	a	32	8.815	
Bruttowertschöpfung	574	66	a	31	24	a	25	1.340	
<i>darunter:</i> Einkommen aus unselbst. Arbeit	313	34	a	21	7	a	12	1.105	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	247	29	a	9	16	a	12	155	
Erwerbstätige	2288	335	a	Anzahl 310	95	a	151	10.500	
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	251	196	a	Tausend DM	101	253	a	167	128
Anteile in %									
Produktionswert	30	3	a	1	0	a	1	100	
Vorleistungen	28	3	a	1	0	a	0	100	
Bruttowertschöpfung	43	5	a	2	2	a	2	100	
<i>darunter:</i> Einkommen aus unselbst. Arbeit	28	3	a	2	1	a	1	100	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	159	19	a	6	10	a	8	100	
Erwerbstätige	22	3	a	3	1	a	1	100	

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; Berechnungen des DIW.

DIW/AKM 99

Tabelle 7.11: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des privaten Rundfunks 1998
Aufgliederung nach Bundesländern

- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 13 % und einen Anteil am gesamten Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 5 %,
- Hamburg mit 11 % Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und 4 % BIP-Anteil,
- Berlin-Brandenburg mit 8 % Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 6 %,
- Sachsen mit einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 6 % und einem BIP-Anteil von 5 %,

	Baden- Württemberg		Berlin und Brandenburg		Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Mill. DM								
Produktionswert	1.607	1.582	977			1.137	797	129	249
Vorleistungen	943	988	691			643	386	73	142
Bruttowertschöpfung	664	594	286			494	411	56	107
darunter:									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	608	492	363			430	337	48	93
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	56	65	49			41	73	5	9
Erwerbstätige	3.937	3.458	2.689			2.717	1.906	305	590
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	169	172	106			182	216	184	181
	Anteile in %								
Produktionswert	12	12	7			9	6	1	2
Vorleistungen	11	11	8			7	4	1	2
Bruttowertschöpfung	14	13	6			11	9	0	2
darunter:									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	14	11	8			10	8	0	2
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	9	10	7			6	11	1	1
Erwerbstätige	13	11	9			9	6	1	2
	Nordrhein- Westfalen		Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Mill. DM								
Produktionswert	2.303	2.622	a		1.118	115	a	129	13.295
	1.700	1.887	a		777	80	a	73	8.635
Bruttowertschöpfung	603	735	a		341	35	a	56	4.660
darunter:									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	1.124	532	a		192	20	a	48	4.490
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	-20	140	a		142	14	a	5	655
Erwerbstätige	6784	3833	a		1806	184	a	305	30.125
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	89	192	a		189	190	a	184	155
	Anteile in %								
Produktionswert	17	20	a		8	1	a	1	100
Vorleistungen	20	22	a		9	1	a	1	100
Bruttowertschöpfung	13	16	a		7	1	a	1	100
darunter:									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	25	12	a		4	0	a	1	100
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Verm.; Abschreibungen	-3	21	a		22	2	a	1	100
Erwerbstätige	23	13	a		6	1	a	1	100

Quellen: HBI; Berechnungen des DIW.

DIW/HBI 99

Tabelle 7.12: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1998
Aufgliederung nach Bundesländern

– das Saarland und Bremen mit jeweils einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 2 % und einem BIP-Anteil von 1 %.

Ein vergleichsweise hohes Gewicht innerhalb der Gesamtwirtschaft hat die Rundfunkwirtschaft darüber hinaus in Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil von 20 % an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 22 %.

Auf den ersten Blick überraschend ist die Tatsache, dass die Rundfunkwirtschaft – gemessen an der Wertschöpfung – in Bayern und in Baden-Württemberg 1998 eine vergleichsweise geringe Bedeutung hatte. Deutlich unter den jeweiligen BIP-Anteilen der Bundesländer lagen außerdem die Wertschöpfungsanteile der Rundfunkwirtschaft in den Ländern Hessen und Niedersachsen. Eine getrennte Betrachtung des privaten

Rundfunks (Tabellen 7.11 und 7.12) zeigt, dass in Bayern hierfür die hohen Verluste der privaten Anbieter insbesondere im Pay-TV und in den übrigen genannten Ländern der jeweils geringe Umfang der privaten Rundfunkwirtschaft als Ursachen auszumachen sind.

7.4 Regionale Verteilung des Hörfunkwerbeaufkommens 1998

Pro Kopf der Bevölkerung konnten die privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter in Deutschland 1998 im Durchschnitt Nettowerbeerträge von 16,40 DM erzielen (Tabelle 7.13). Dabei wurden für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Nettowerbeumsätze vor Abzug der Kosten der ARD-Werbetöchter eingerechnet. Bei den Mehrländeranstalten wurden diese entsprechend den jeweiligen Bevölkerungsanteilen auf die einzelnen Bundesländer aufgesplittet.

Über diesem Wert lagen die Pro-Kopf-Erträge in acht Bundesländern: in Bayern, Berlin-Brandenburg, Bremen, Hamburg, Rheinland-Pfalz, Saarland und Sachsen-Anhalt. Sogar 60 % über dem Bundesdurchschnitt lagen dabei die Werbeerträge

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
Zum Vergleich: Bevölkerung (1)	10,4	12,1	6,0	Mill. 0,7	1,7	6,0	1,8	7,9
Hörfunkwerbung (netto)	167,5	229,2	127,7	Mill. DM 12,7	44,5	96,1	25,1	84,9
davon:								
Öffentlich-rechtliche (2)	65,7	51,6	17,4	a	3,8	35,7	4,0	17,6
Private überregional	40,1	81,4	67,7	a	29,2	43,7	12,7	40,2
Private regional	61,7	96,2	42,6	a DM	11,5	16,7	8,4	27,1
Hörfunkwerbung (netto) pro Kopf und Jahr	16,1	19,0	21,3	18,7	26,2	15,9	14,0	12,4
Bevölkerung	12,7	14,7	7,3	Anteile in % 0,8	2,1	7,4	2,2	9,6
Öffentlich-rechtliche	16,5	12,9	4,4	a	1,0	9,0	1,0	4,4
Private überregional	7,8	15,8	13,2	a	5,7	8,5	2,5	7,8
Private regional	14,4	22,4	9,9	a	2,7	3,9	2,0	6,3
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
Zum Vergleich: Bevölkerung (1)	18,0	4,0	1,1	Mill. 4,5	2,7	2,5	2,8	82,0
Hörfunkwerbung (netto)	256,3	78,3	21,9	Mill. DM 69,2	50,3	37,7	44,9	1.346,4
davon:								
Öffentlich-rechtliche (2)	122,5	25,4	a	11,7	6,9	a	6,2	402,1
Private überregional	69,6	32,0	a	28,2	27,3	a	21,5	514,5
Private regional	64,2	20,9	a	29,3 DM	16,1	a	17,2	429,7
Hörfunkwerbung (netto) pro Kopf und Jahr	14,3	19,5	20,4	15,4	18,8	15,3	16,2	16,4
Bevölkerung	21,9	4,9	1,3	Anteile in % 5,5	3,3	3,0	3,4	100
Öffentlich-rechtliche	30,7	6,4	a	2,9	1,7	a	1,6	100
Private überregional	13,5	6,2	a	5,5	5,3	a	4,2	100
Private regional	14,9	4,9	a	6,8	3,7	a	4,0	100

(1) Jahresende - (2) Vor Abzug der Kosten der ARD-Werbetöchter.

Quellen: ARD-Jahrbuch; AKM-Umfrage; Statistisches Jahrbuch; Berechnungen des DIW

DIW/AKM 99

Tabelle 7.13: Hörfunkwerbeaufkommen 1998
Aufgliederung nach Bundesländern

der Hamburger Hörfunkanbieter. Dort profitieren die Anbieter im besonderen Maße auch von den Werbekontakten, die sie in den umliegenden Bundesländern erzielen können. Bemerkenswert ist, dass die Hörfunkwerbeerträge pro Kopf in Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen, d. h. in drei Bundesländern mit Lokalhörfunkanbietern, ebenso unter dem Durchschnitt lagen wie in vier Bundesländern ohne Lokalanbieter: In den alten Bundesländern waren dies Hessen und Niedersachsen, in den neuen Bundesländern Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen.

Die Zahlen machen deutlich, dass die Zulassung lokaler Hörfunkanbieter allein nicht zu einer höheren Ausschöpfung des von der regionalen Kaufkraft abhängigen Hörfunkwerbepotentials ausreicht. Ebenso notwendig scheint vielmehr auch ein stimmiges 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 % bei einem Bevölkerungsanteil von 13 %). Im Falle Nordrhein-Westfalens sind dagegen die Erlöse aus regionaler Werbung relativ schwach (15 % bei einem Bevölkerungsanteil von 22 %). In diesem Fall stellt sich die Frage, ob nicht eine intensivere Werbeakquisition bei den regionalen Werbungtreibenden zu besseren Ergebnissen führen könnte. In Sachsen erzielten die privaten Hörfunkanbieter zwar überproportionale Werbeerträge, dort hat der MDR jedoch eine so schwache Position auf dem Hörfunkwerbemarkt, dass das Aufkommen der Hörfunkwerbung unter dem Bundesdurchschnitt lag.