

# **0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse**

## **0.1 Ziel und Durchführung der Studie**

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Dezember 2000 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, (DIW Berlin) 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 den Zeitraum 1995 bis 1998 ermittelte umfassende Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, sowie nach Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – fortgeschrieben werden.<sup>1</sup>

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

- dem DIW Berlin wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei den 40 privaten Fernsehveranstaltern mit bundes- und landesweiten Lizenzen verantwortlich,
- das HBI erhob im DIW-Unterauftrag die Daten der 14 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks,
- die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit bei den 209 privaten Hörfunk- und bei den 54 regionalen und lokalen TV-Anbietern beauftragt, die ihre Programme terrestrisch oder in großen Kabelnetzen verbreiteten,

---

1 Erstmals wurden in den Ländern Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen TV-Anbieter in Kabelanlagen unter 50.000 Wohneinheiten in die Erhebung einbezogen. Die Befragung wurde vom DIW Berlin in Kooperation mit der AKM durchgeführt. Die Antwortquoten waren jedoch so gering, dass die Schätzungen nicht in die Gesamtwerte des privaten Fernsehens einbezogen wurden.

<b>Befragung durch das DIW Berlin:</b>	<b>Befragung durch die AKM:</b>		<b>Befragung durch das HBI:</b>
<p><b>40 private Fernsehveranstalter</b></p> <p><i>davon:</i></p> <p><b>30 Bundesweite</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 6 Free-TV-Vollprog.</li> <li>- 9 Free-TV-Spartenp.</li> <li>- 9 Pay-TV-Anbieter</li> <li>- 2 Teleshopping-Kanäle</li> <li>- 4 bundesweite Fenster</li> </ul> <p><b>10 Landesfenster</b></p>	<p><b>54 private Fernsehveranstalter</b></p> <p><i>davon:</i></p> <p><b>9 Ballungsraum</b></p> <p><b>4 Regionale</b></p> <p><b>41 Lokale</b></p>	<p><b>209 private Hörfunkveranstalter</b></p> <p><i>davon:</i></p> <p><b>14 Bundesweite UKW</b></p> <p><b>35 Landesweite UKW</b></p> <p><b>135 Lokale UKW</b></p> <p><b>25 DAB</b></p>	<p><b>14 öffentlich-rechtliche Rundfunkunternehmen</b></p> <p><i>davon:</i></p> <p><b>10 ARD-Anstalten</b></p> <p><b>ZDF</b></p> <p><b>DeutschlandRadio</b></p> <p><b>Deutsche Welle</b></p> <p><b>ARTE Dtd. GmbH</b></p>
<p><b>127 private TV-Anbieter in Kabelanlagen unter 50.000 Wohneinheiten</b></p> <p>27 in Brandenburg · 75 in Sachsen · 15 in Sachsen-Anhalt · 20 in Thüringen</p>			<p>HBI = Hans-Bredow-Institut Hamburg</p> <p>AKM = Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München</p>

**Abbildung 01-1: Datengrundlagen – Befragte Rundfunkveranstalter 1999/2000**  
Befragungszeitraum: April bis September 2001

und übergab die gewonnenen Daten in anonymisierter Form auf Datenträgern zur Auswertung an das DIW Berlin.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von Mitte April bis Ende September 2001. Da die Erhebung im letzten Jahr nicht durchgeführt worden war, wurden zusätzlich zu den Informationen für 2000 auch noch Eckdaten für 1999 erfragt.

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 80 %, lokales und regionales Fernsehen 100 %, Hörfunk 98 %) geführt. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) beigetragen haben. Bei den TV-Anbietern in den Kabelanlagen der vier neuen Bundesländer lag der Rücklauf nur bei knapp der Hälfte. Zu berücksichtigen ist hierbei allerdings, dass ihr wirtschaftliches Gewicht nur gering ist, da ein großer Teil dieser Programme mehr ehrenamtlich als mit kommerziellen Motiven betrieben wird.

## 0.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 2000

### a) Wertschöpfung und inländische Nachfrage 2000

Die von den Rundfunkunternehmen zur Verfügung gestellten Daten ermöglichen für das Jahr 2000 eine Einordnung der deutschen Rundfunkwirtschaft in die Gesamtwirtschaft anhand der Kennziffern Erwerbstätige, Produktionswert und Wertschöpfung (Tabelle 0.1):

- Ende 2000 waren bei den deutschen Rundfunkunternehmen zusammen rund 44.500 feste Mitarbeiter (Erwerbstätige) beschäftigt, davon rund 27.700 mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen und 16.800 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.
- Der Produktionswert (betriebliche Erträge abzüglich Wert der Wiederverkaufware und Subventionen) der Rundfunkunternehmen im Jahr 2000 betrug zusammen rund 27,5 Mrd. DM.
- Die Bruttowertschöpfung – d.h. der Beitrag der Rundfunkwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) – lag 2000 bei 5,9 Mrd. DM. Dies ent-

	Rundfunk insgesamt	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mill. DM				
Produktionswert <sup>1)</sup>	27.480	13.795	13.685	20.965	6.515
Vorleistungen <sup>2)</sup>	21.610	9.570	12.040	18.495	3.115
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	5.870	4.225	1.645	2.470	3.400
davon:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5.987	4.531	1.456	3.728	2.259
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	297	128	169	-1.050	1.347
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	-414	-434	20	-208	-206
	Anzahl				
Erwerbstätige	44.507	29.255	15.252	27.726	16.781
	Tausend DM				
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	132,0	144,6	107,9	89,2	202,6
	Anteile in %				
Produktionswert	100	50	50	76	24
Vorleistungen	100	44	56	86	14
Bruttowertschöpfung	100	72	28	42	58
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	76	24	62	38
Erwerbstätige	100	66	34	62	38
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufware und Subventionen.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen. Quellen: AKM; HBI; Berechnungen des DIW Berlin.					

**Tabelle 0.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2000**

spricht in etwa einem Drittel der Wertschöpfung des Verlagsgewerbes. Die Wertschöpfung je Erwerbstätigem war dabei in der Rundfunkwirtschaft mit knapp 132.000 DM deutlich höher als der Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (108.000 DM).

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen lässt sich nicht nur anhand ihrer Bruttowertschöpfung, d. h. an ihrem direkten Beitrag zur Einkommensentstehung quantifizieren (Abbildung 02-1). Ebenso bedeutsam sind die indirekten Wirkungen, die von den Vorleistungsbezügen und den Investitionen auf andere Wirtschaftszweige ausgehen. Bei anderen Unternehmen und von selbständigem technischem und künstlerischem Personal wurden 2000 – bei Einrechnung der Provisionszahlungen an Werbeagenturen – Waren und Dienstleistungen im Wert von 21,6 Mrd. DM nachgefragt. Hiervon entfielen rund 15,8 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.
- 1,8 Mrd. DM wurden als Vergütungen an selbständiges künstlerisches und technisches Personal (freie Mitarbeiter) gezahlt.

	<b>Mrd. DM</b>
<b>Produktionswert</b>	27,5
<b>Bruttowertschöpfung</b>	5,9
<i>darunter:</i>	
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	6,0
Gewinneinkommen und Abschreibungen	0,3
indirekte Steuern minus Subventionen	– 0,4
<b>Vorleistungsnachfrage</b>	21,6
<i>darunter:</i>	
<b>Nachfrage im Inland</b>	15,8
<i>davon:</i>	
Telekommunikationsdienste	1,2
Vergütungen für freie Mitarbeiter	1,8
Auftragsproduktionen	5,0
Programmkäufe	0,2
Sonstiger Rechteerwerb (z. B. Gema, GVL)	0,9
Agenturprovisionen	0,5
Sonstige Waren und Dienstleistungen	6,2
<b>Investitionsnachfrage</b>	1,1

**Abbildung 02-1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2000**

- 1,1 Mrd. DM wurde für den Ankauf von Sende- und Übertragungsrechten (einschließlich Urheberrechten für den Hörfunk) und weitere 5,0 Mrd. DM wurden für TV-Auftragsproduktionen im Inland ausgegeben.
- 0,5 Mrd. DM gingen als Provisionszahlungen an Werbeagenturen und Werbevermarkter.

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

## b) Entwicklung seit 1995

Vergleicht man die Ergebnisse der bisherigen vier Erhebungen, so zeigt sich, dass die Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft seit 1995 nahezu stagniert hat (Tabelle 0.2), während der Produktionswert in diesem Zeitraum um fast 40 % zunahm. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass der Zuwachs der Wertschöpfung im privaten Rundfunk von einem Rückgang

	1995	1998	2000	2000/1998	2000/1995
	<b>Rundfunk insgesamt</b>				
		Mill. DM		%	
Produktionswert <sup>1)</sup>	20.010	23.450	27.480	17,2	37,3
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	5.720	6.000	5.870	-2,2	2,6
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5.090	5.595	5.987	7,0	17,6
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	390	810	297	-63,3	-23,8
	<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>				
		Mill. DM		%	
Produktionswert <sup>1)</sup>	12.005	13.295	13.795	3,8	14,9
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	4.785	4.660	4.225	-9,3	-11,7
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	4.310	4.490	4.531	0,9	5,1
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	280	655	128	-80,5	-54,3
	<b>Privater Rundfunk</b>				
		Mill. DM		%	
Produktionswert <sup>1)</sup>	8.005	10.155	13.685	34,8	71,0
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	935	1.340	1.645	22,8	75,9
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	785	1.105	1.456	31,8	85,5
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	105	155	169	9,0	61,0
<sup>1)</sup> Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen. - <sup>2)</sup> Produktionswert abzüglich Vorleistungen. <i>Quelle:</i> Berechnungen des DIW Berlin.					

**Tabelle 0.2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995–2000 Deutschland insgesamt**

	Zuwachs in %
<b>Gesamtwirtschaft</b>	
Erwerbstätige	1,6
Bruttoinlandsprodukt (nominal)	2,6
<b>Rundfunkwirtschaft</b>	
Erwerbstätige	3,2
davon:	
Privater Rundfunk	13,5
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	- 1,5
<b>Erträge</b>	6,7
davon:	
Privater Rundfunk	19,0
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	- 3,0

**Abbildung 02-2: Rundfunkwirtschaft und Gesamtwirtschaft 1999/2000**

im öffentlich-rechtlichen Rundfunk begleitet wurde. Zum anderen hat das private Fernsehen zwar umsatzmäßig stark zugelegt, es ist aber insgesamt defizitär geblieben, so dass bislang nur der private Hörfunk einen positiven Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt leisten konnte.

Im Jahr 2000 ist die deutsche Rundfunkwirtschaft erneut stärker gewachsen als die Gesamtwirtschaft (Abbildung 02-2). Die Zuwächse bei den Erwerbstätigen (plus 3,2 %) und bei den Erträgen (plus 6,7 %) lagen dabei weit über den Vergleichsgrößen der Gesamtwirtschaft (Erwerbstätige: plus 1,6 %, nominales BIP-Wachstum plus 2,6 %).

Hinter dem insgesamt hohen Wachstumstempo der Rundfunkwirtschaft im Jahr 2000 verbergen sich jedoch gegenläufige Entwicklungen:

- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk verzeichnete einen Ertragsrückgang um 3 % von 14,8 auf 14,3 Mrd. DM) und baute 2000 auch einen Teil seines Personals ab (Rückgang der festen Mitarbeiter um 1,5 %).
- Der private Hörfunk wuchs im Vergleich zu den Vorjahren stärker (Anstieg der Erträge um 10 % auf 1,45 Mrd. DM) und stellte zusätzliche feste Mitarbeiter ein (Zuwachs um 7 % auf rund 4.630).
- Noch expansiver war das private Fernsehen. Die Erträge stiegen um 20 % auf rund 12,4 Mrd. DM, das feste Personal wurde um 16 % oder 1.500 feste Mitarbeiter aufgestockt.

## 0.3 Anbieterstruktur des privaten Rundfunks

Ende 2000 gab es in Deutschland 94 private Fernsehveranstalter und 209 private Hörfunkveranstalter (ohne Kleinanbieter mit weniger als 1 Stunde Programmproduktion pro Woche). Die Zahl der Anbieter hat sich damit seit der letzten Erhebung noch einmal leicht erhöht.

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

- 30 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren 4 Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz und nur einigen Stunden Programmproduktion pro Woche, 9 Pay-TV-Anbieter und 2 Teleshopping-Kanäle.
- 10 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL, SAT.1 und tm3.
- 13 Sender sendeten ein mehrstündiges (bis zu 24 Stunden täglich) Programm in regionalen Ballungsräumen oder in anderen regionalen Sendebereichen.
- 41 Lokal-Sender verbreiteten mit deutlich geringerer Programmleistung ihre Programme entweder nur in größeren Kabelnetzen oder zusätzlich terrestrisch als lokale Programmfenster.

Beim privaten Hörfunk können nach dem Verbreitungsgebiet bzw. der Verbreitungstechnik vier Anbietertypen unterschieden werden:

- Mit 135 Veranstaltern war Ende 2000 die Gruppe der Lokalanbieter am größten; hierin sind auch die Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg eingerechnet.
- 14 Anbieter verbreiteten bundesweit Hörfunkprogramme, darunter ein Einkaufsradio.
- 35 Anbieter verbreiteten landesweit Hörfunkprogramme, eingerechnet sind zum einen Anbieter sog. Mantelprogramme für Lokalsender und außerdem die fünf Regionalsender in Brandenburg, Baden-Württemberg und Niedersachsen, die von ihrer Struktur her dieser Gruppe eher zuzurechnen sind als den Lokalanbietern.
- 25 Anbieter in 6 Bundesländern sendeten DAB-Hörfunkprogramme.

## 0.4 Beschäftigung im privaten Rundfunk

### a) Zahl der Beschäftigten im privaten Fernsehen 2000

Die 94 privaten TV-Anbieter beschäftigten Ende 2000 zusammen rund 10.620 Erwerbstätige (Abbildungen 04-1 und 04-2):

- mit 8.965 festen Mitarbeitern waren davon über vier Fünftel bei den 30 Veranstaltern bundesweiter TV-Programme tätig,
- bei den 13 Ballungsraum- und Regionalsendern arbeiteten zusammen 769 Festangestellte (7 %),
- 638 feste Mitarbeiter (6 %) wurden von den 41 kleineren Lokalanbietern beschäftigt,
- weitere 249 Festangestellte (2 %) gab es bei den 10 Anbietern von landesweit verbreiteten Programmen.

Zusätzlich zu diesen festen Mitarbeitern wurden Ende 2000 von den privaten TV-Veranstaltern noch über 4.300 freie Mitarbeiter (Praktikanten, feste Freie und sonstige Freie) beschäftigt. Das Verhältnis dieser Gruppe von Beschäftigten zu den festen Mitarbeitern betrug damit etwa 1 : 0,4.

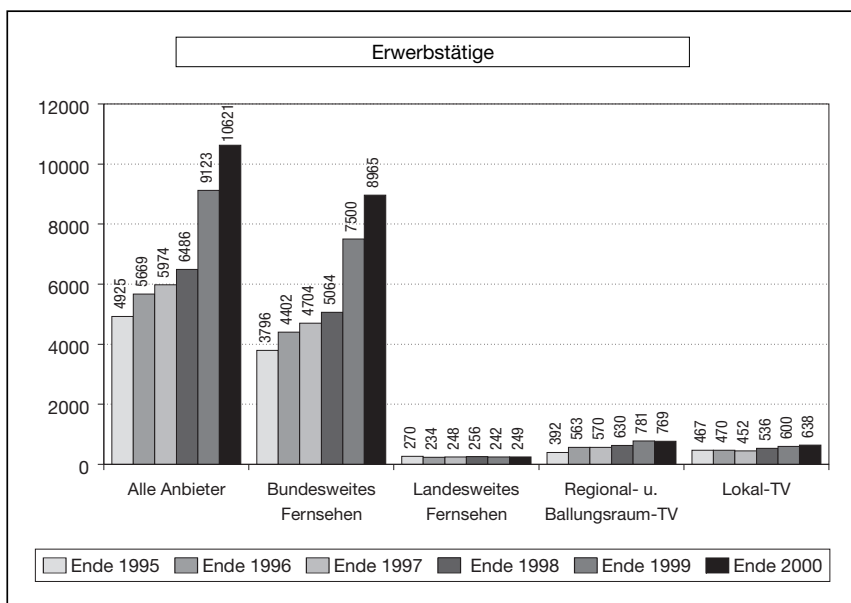
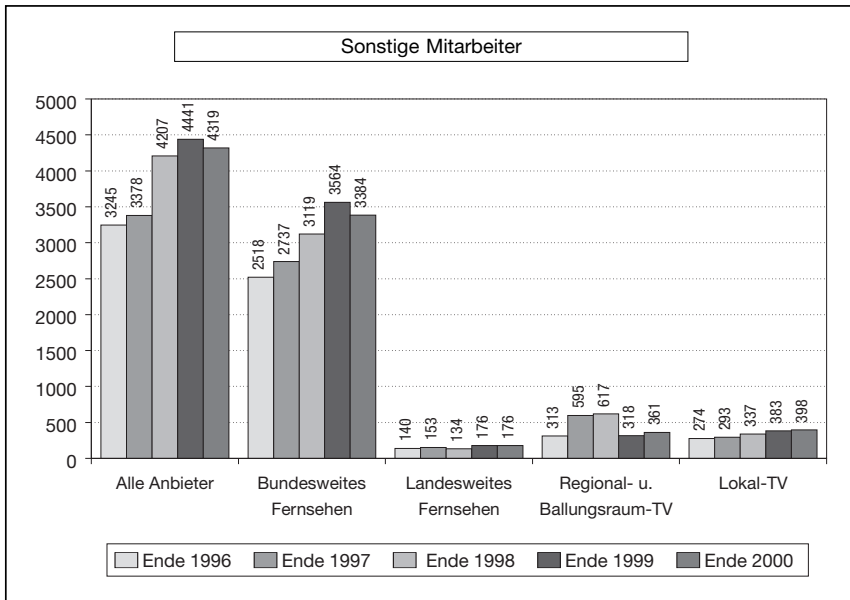


Abbildung 04-1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1995–2000





**Abbildung 04-2: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1996–2000**

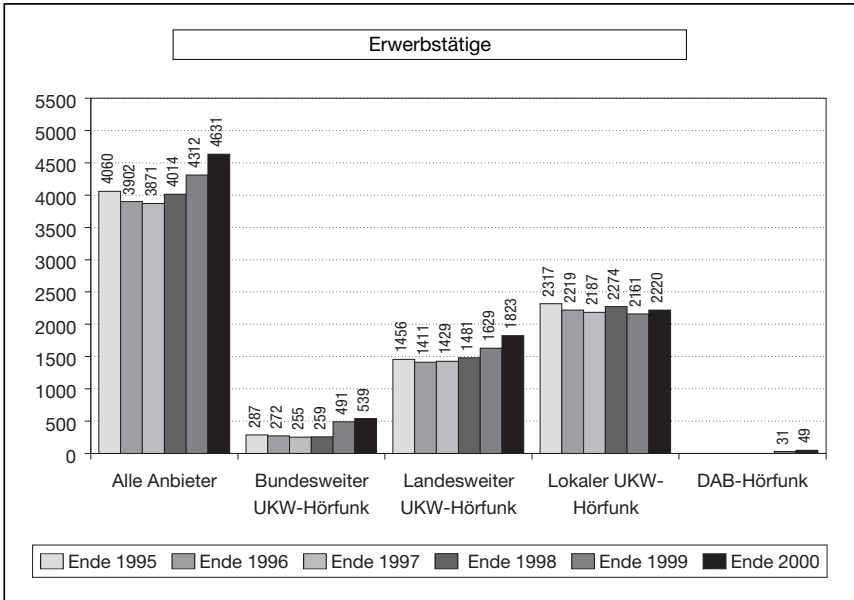
b) Veränderungen im privaten Fernsehen seit 1995

Die privaten TV-Anbieter in Deutschland haben damit die Zahl ihrer festen Mitarbeiter von Ende 1995 bis Ende 2000 mehr als verdoppelt. Die Zahl der sonstigen Mitarbeiter hat im selben Zeitraum ebenfalls stark zugenommen (plus 40 %).

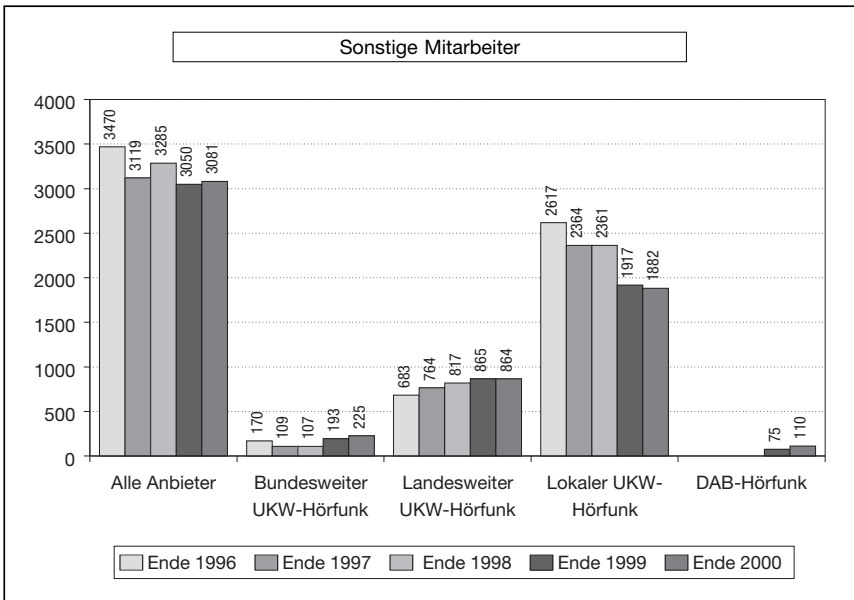
c) Zahl der Beschäftigten im privaten Hörfunk

Bei den 209 privaten Hörfunkveranstaltern waren Ende 2000 zusammen über 4.600 Mitarbeiter mit festem Arbeitsverhältnis tätig. Die Aufteilung auf die verschiedenen Anbietertypen unterscheidet sich dabei deutlich vom privaten Fernsehen (Abbildungen 04-3 und 04-4):

- bei den 14 bundesweiten UKW-Anbietern waren 539 und damit nur 12 % aller Erwerbstätigen im privaten Hörfunk beschäftigt,
- bei den 35 landesweiten UKW-Anbietern waren es 1.823 oder 39 % der festen Mitarbeiter,
- bei den 135 privaten Lokalsendern waren es 2.220 und damit nahezu die Hälfte der festen Hörfunkmitarbeiter,



**Abbildung 04-3: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1995–2000**



**Abbildung 04-4: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1996–2000**

- bei den 25 DAB-Anbietern waren mit 49 Festangestellten lediglich 1 % der Festangestellten im privaten Hörfunk tätig.

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 2000 auf 3.081. Insbesondere bei den UKW-Lokalsendern war das Verhältnis „Feste“ zu „Freien“ mit 1 : 0,85 sehr hoch.

#### d) Veränderungen im privaten Hörfunk seit 1995

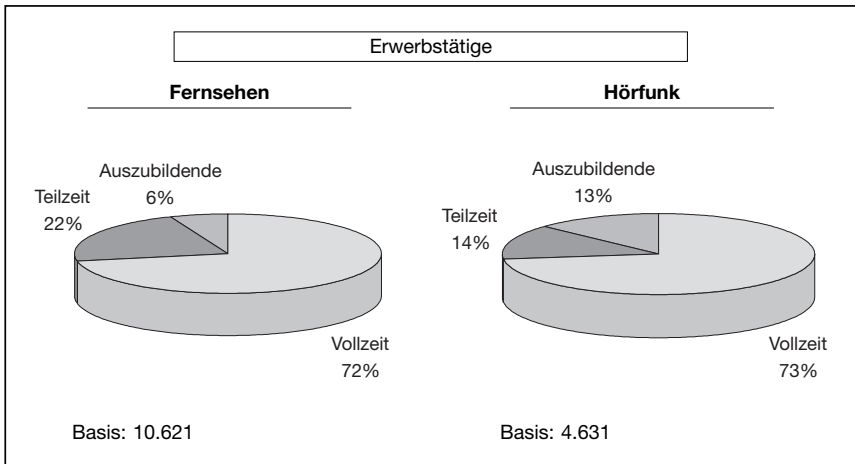
Von Ende 1995 bis Ende 2000 hat damit die Zahl der festen Mitarbeiter im privaten Hörfunk in Deutschland bei kontinuierlich steigenden Anbieterzahlen um 14 % zugenommen. Allein im Vergleich zum Vorjahr hat es einen Zuwachs von 7 % gegeben. Dem stand ein Rückgang bei den sonstigen Mitarbeitern (seit 1995 minus 39 %) gegenüber. Auch hier gab es 2000 jedoch eine Trendwende.

#### e) Beschäftigtenstruktur

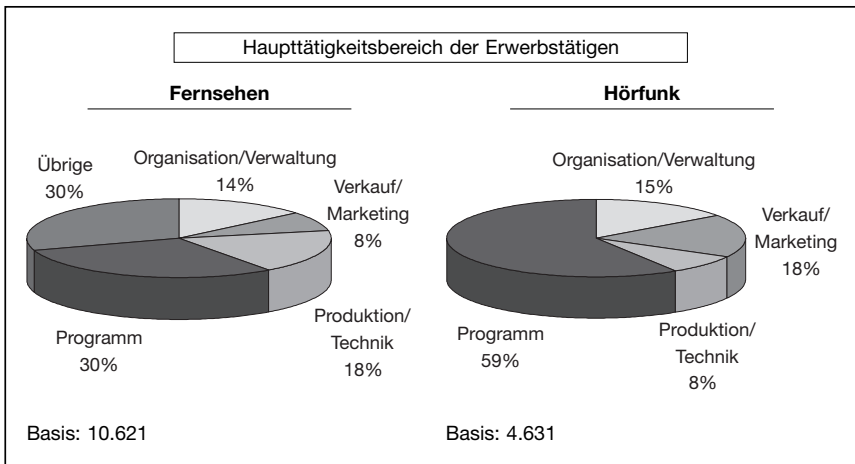
Von den Erwerbstätigen im privaten Fernsehen am Jahresende 2000 waren 72 % Vollzeitbeschäftigte, 22 % Teilzeitbeschäftigte und 5 % Auszubildende und Volontäre. Der Ausbildungsanteil war beim privaten Hörfunk mit 13 % mehr als doppelt so hoch (Abbildung 04-5).

Das Verhältnis von Frauen zu Männern betrug Ende 2000 bei den Erwerbstätigen des privaten Fernsehens 40 : 60. Der Frauenanteil lag damit etwas unter dem der Gesamtwirtschaft im gleichen Jahr. Deutlich höher war der Frauenanteil unter den Erwerbstätigen des privaten Hörfunks. Über 2.300 oder 50 % der festen Mitarbeiter waren dort Ende 2000 Frauen.

Strukturiert man die festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk nach Haupttätigkeiten, so sind mit 30 % (Fernsehen) bzw. 59 % (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 18 % im Fernsehen steht ein Anteil von 8 % 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 8 % der festen Mitarbeiter im Bereich Verkauf/Marketing tätig. Im privaten Hörfunk sind es wegen der hohen Zahl von Lokalanbietern mit eigener Werbeakquisition sogar über 18 %. Dem Bereich



**Abbildung 04-5: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 2000**



**Abbildung 04-6: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 2000**

Organisation/Verwaltung sind schließlich 14 % (Fernsehen) bzw. 15 % (Hörfunk) der festen Mitarbeiter zuzurechnen. Im Fernsehen gibt es insbesondere bei den Pay-TV-Anbietern und Teleshopping-Kanälen eine große Zahl von Mitarbeitern, die mit der Abonnentenbetreuung und dem Handling von Teleshopping-Verkaufsware befasst sind und deshalb keinem der vier Tätigkeitsbereiche zugeordnet werden können (Abbildung 04-6).

## 0.5 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks im Jahr 2000

### a) Ertragsstruktur

Privater Rundfunk in Deutschland ist weiterhin überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Von den Gesamterträgen des privaten Fernsehens in Höhe von 12,4 Mrd. DM stammten 8,6 Mrd. DM oder 72 % aus Werbeerträgen einschließlich Sonderwerbformen wie Sponsoring. Beim privaten Hörfunk betragen die Werbe- und Sponsoringeiträge 1,2 Mrd. DM (bei Gesamterträgen von 1,45 Mrd. DM). Dies entsprach einem Anteil von 90 % (Abbildung 05-1).

Während sich der private Hörfunk in allen Bundesländern, in denen lokale Programme zugelassen wurden, als lokaler Werbeträger etabliert hat, wird das private Fernsehen immer noch fast ausschließlich für überregionale Werbekampagnen genutzt: Der Anteil der Erträge aus lokaler Werbung lag 2000 im Hörfunk bei 37 %, beim Fernsehen hingegen bei 1 %. Auch neue Werbformen wie Sponsoring oder Direkt-Response-Radio etc. haben im privaten Hörfunk eine größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an allen Erträgen betrug dort 2000 über 6 %, im Fernsehen nur 1 %. Der Umsatz aus Teleshopping hat jedoch vor allem wegen der 2 reinen Teleshopping-Kanäle deutlich auf 0,9 Mrd. DM zugenommen (Abbildung 05-2).

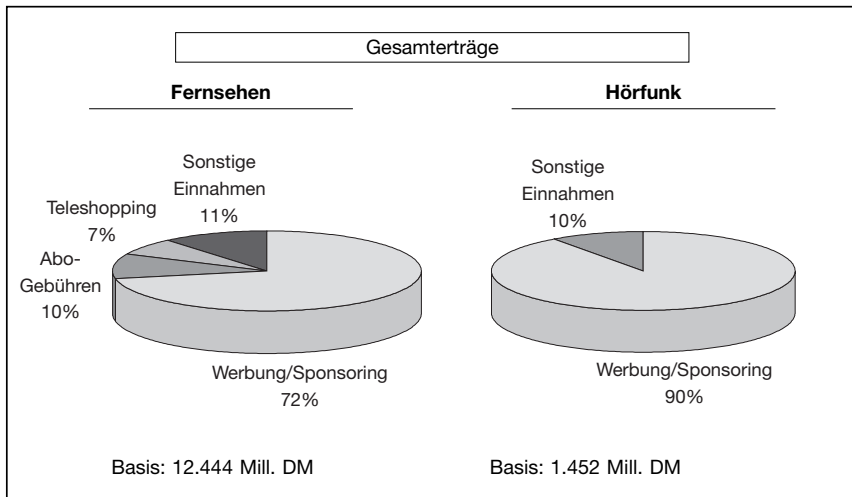
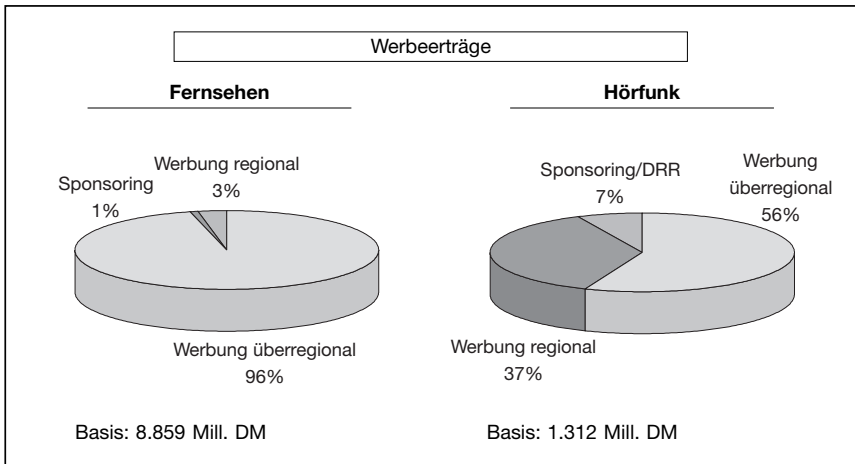


Abbildung 05-1: Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 2000



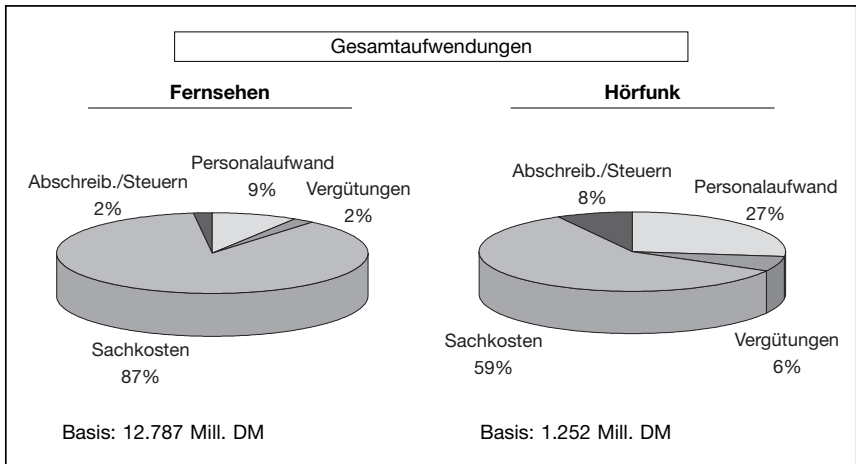
**Abbildung 05-2: Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 2000**

Ende 2000 gab es neun private Pay-TV-Anbieter, von denen acht ihre Programme im Premiere World-Paket vermarkten ließen. Deren Einnahmen machten 2000 immerhin rund 1,2 Mrd. DM und damit 10 % der Gesamterträge des privaten Fernsehens aus.

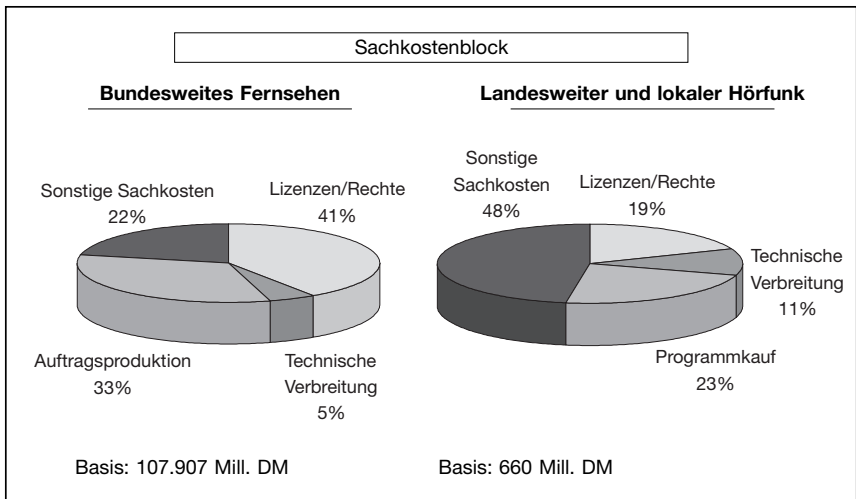
b) Aufwandsstruktur

Die Gesamtaufwendungen aller privaten Fernsehveranstalter lagen 2000 bei insgesamt 12,8 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 2000 möglich. Von den etwa 10,9 Mrd. DM entfielen 4,4 Mrd. DM auf den Ankauf fertiger Programme und den Erwerb anderer Rechte, 3,6 Mrd. DM wurden für Auftragsproduktionen ausgegeben und rund 0,5 Mrd. DM für die technische Programmverbreitung (Abbildung 05-3).

Die Gesamtaufwendungen des privaten Hörfunks haben 2000 bei 1,25 Mrd. DM gelegen. Seine Kostenstruktur unterschied sich deutlich vom privaten Fernsehen. Der Personalkostenanteil lag bei 27 %, zusammen mit den Vergütungen für nicht fest angestellte Mitarbeiter bei 33 %. Innerhalb des Sachkostenblocks von rund 0,75 Mrd. DM gab es ebenfalls deutliche Unterschiede zum privaten Fernsehen. So entfielen auf den Rechteerwerb



**Abbildung 05-3: Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 2000**



**Abbildung 05-4: Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 2000**

(vor allem Gema- und GVL-Gebühren) nur 19 %, auf die technische Programmverbreitung jedoch 13 % aller Sachkosten der landesweiten und lokalen UKW-Hörfunkanbieter (Abbildung 05-4).

## 0.6 Entwicklung der Kostendeckung seit 1995

### a) Kostendeckung 2000

Die privaten Fernsehveranstalter erwirtschafteten 2000 zusammen einen Verlust in Höhe von 343 Mill. DM. Dagegen konnten die privaten Hörfunkanbieter insgesamt einen Gewinn von 200 Mill. DM verbuchen. Die wirtschaftliche Lage einzelner Anbietertypen war dabei sehr unterschiedlich. Im privaten Fernsehen gab es folgende Kostendeckungsgrade (Abbildung 06-1):

- die Gruppe der 6 bundesweiten werbefinanzierten Vollprogrammanbieter erreichte vorwiegend durch Werbeeinnahmen einen Betriebsüberschuss von 685 Mill. DM, wobei kein Veranstalter Verluste hinnehmen musste,
- die Gruppe der 9 bundesweiten Free-TV-Spartensender kam zusammen auf ein Defizit von 325 Mill. DM, nur zwei Anbieter arbeiteten kostendeckend,
- die 9 Pay-TV-Anbieter kamen zusammen auf ein Defizit von über 1 Mrd. DM,
- die übrigen 6 Anbieter bundesweiter Programme, insbesondere die Tele-shopping-Kanäle erwirtschafteten zusammen einen leichten Überschuss von 6 Mill. DM,

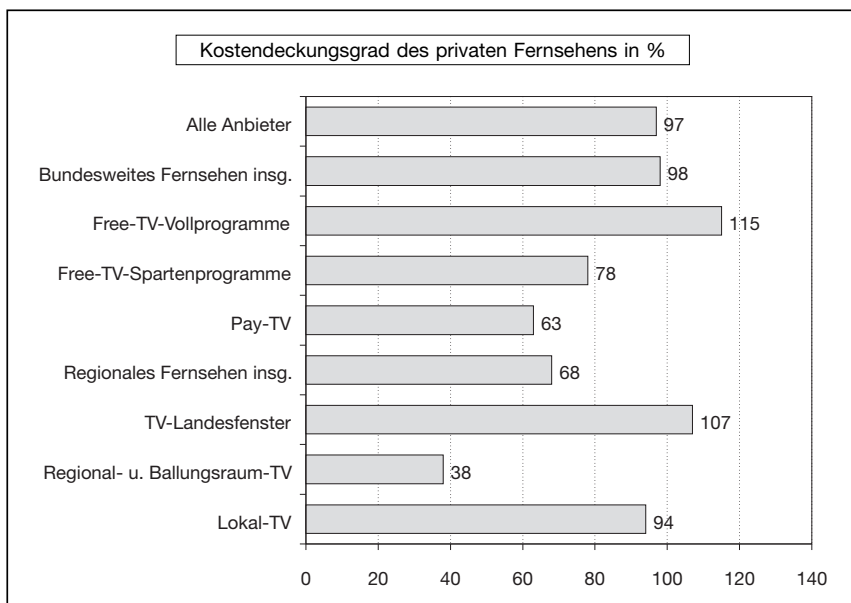


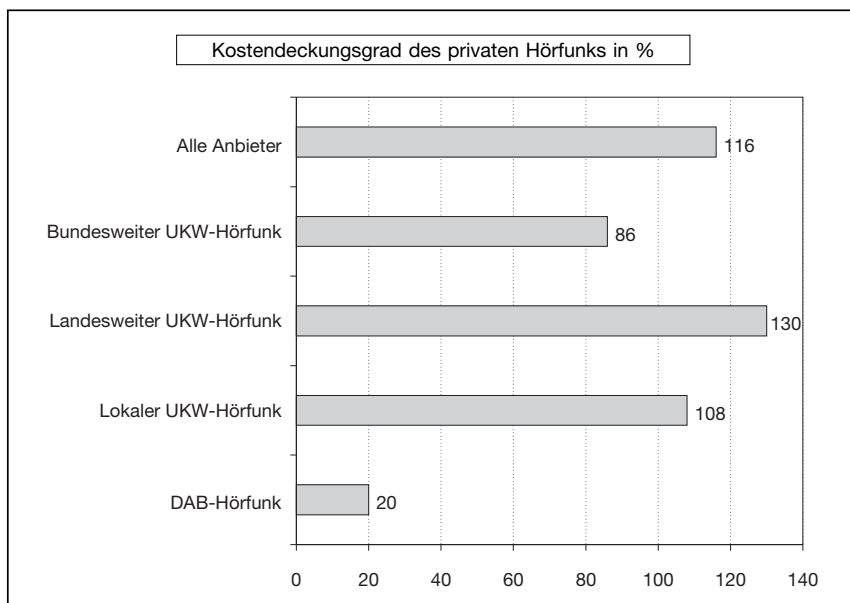
Abbildung 06-1: Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2000



- die 10 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 22 % zu den Erträgen bei,
- die Gruppe der 13 Regional- und Ballungsraumsender erzielte mit einem Kostendeckungsgrad von 38 % (darunter 56 % Werbeerträge) das insgesamt schlechteste Ergebnis aller TV-Anbietertypen,
- die Gruppe der übrigen 41 Lokal-TV-Sender konnte dagegen 94 % ihrer Aufwendungen durch Erträge decken, davon etwas über die Hälfte aus Werbeerträgen.

Im privaten Hörfunk war die wirtschaftliche Lage zwar 2000 insgesamt deutlich besser (Abbildung 06-2). Dabei

- wirtschafteten die Anbieter der 35 landesweiten bzw. Mantelprogramme wiederum überaus profitabel; sie kamen im Durchschnitt auf einen Kostendeckungsgrad von 130 %, lediglich 10 Anbieter dieses Typs waren 2000 in der Verlustzone.
- Dagegen erreichten die 14 bundesweiten Anbieter zusammen nur einen Kostendeckungsgrad von 86 %; lediglich 4 dieser Anbieter waren in der Gewinnzone.



**Abbildung 06-2: Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2000**

- Auch innerhalb der Gruppe der 135 Lokalsender, die insgesamt auf einen Kostendeckungsgrad von 108 % kam, machten zwei Fünftel aller Anbieter Verluste.
- Die Gruppe der 25 DAB-Anbieter kam lediglich auf einen durchschnittlichen Kostendeckungsgrad von 20 %. 20 Anbieter machten Verluste.

#### b) Veränderungen seit 1995

Sowohl der Kostendeckungsgrad der privaten Fernsehveranstalter als auch der privaten Hörfunkveranstalter hat sich im Vergleich zum Vorjahr geringfügig verbessert. Die Fernsehanbieter konnten 2000 insgesamt 97 % ihrer betrieblichen Aufwendungen durch Erträge decken, nach 96 % im Jahr 1999. Verbessert hat sich sowohl die Situation der bundesweiten Anbieter wie die der regionalen Anbieter. Ursächlich waren hier vor allem höhere Werbeerträge und geringere Verluste im Bereich des Pay-TV.

Im privaten Hörfunk war die Gewinnsituation 2000 ebenfalls besser als im Vorjahr. Insgesamt haben die Gesamterträge um 16 % über den Gesamtaufwendungen gelegen. 1999 waren es 15 % gewesen.

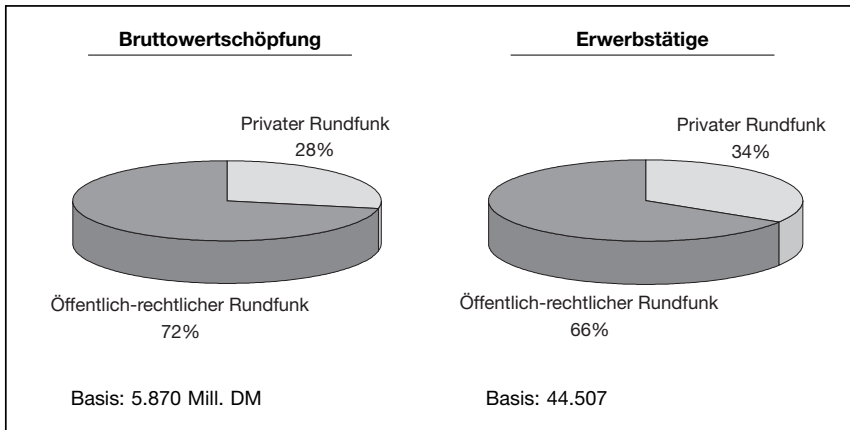
Während des gesamten Zeitraums seit 1995 war die wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks besser als die des privaten Fernsehens. Der Kostendeckungsgrad der Hörfunkanbieter schwankte zwischen 109 % und 116 %. Dagegen lag er bei den TV-Anbietern immer unter der 100 %-Schwelle, d. h. es wurden im Durchschnitt Betriebsverluste erzielt. Am höchsten waren innerhalb des betrachteten Zeitraums die Verluste 1999, insbesondere aufgrund der Anlaufverluste in der Startphase des digitalen Fernsehens in Deutschland.

Wie in den meisten Vorjahren hat 2000 das Wachstum der Hörfunkwerbeeinnahmen mit 9,3 % unter dem Anstieg der TV-Werbeinnahmen von 11,1 % gelegen. Beide Wachstumsraten lagen jedoch deutlich höher als in den beiden Vorjahren. Sowohl privater Hörfunk wie privates Fernsehen profitierten damit von der relativ guten Konjunktorentwicklung des Jahres 2000.

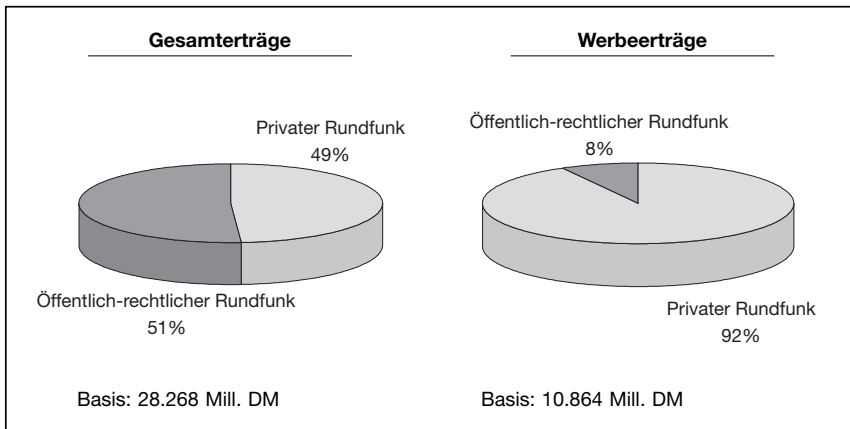
## **0.7 Entwicklung des dualen Rundfunksystems**

#### a) Entwicklungsstand 2000

Auch 2000 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:



**Abbildung 07-1: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 2000**



**Abbildung 07-2: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 2000**

- Nahezu zwei Drittel der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft waren Ende 2000 bei den 14 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (einschließlich ARTE Deutschland) beschäftigt, der Anteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft lag 2000 sogar bei 72 % (Abbildung 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 (Verhältnis 76 : 34) deutlich. Selbst wenn man berücksichtigt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk rund ein Viertel seiner Personalaufwendungen für betriebliche Sozialleistungen (vor allem für Betriebsrenten) ausgibt, arbeitet er damit insgesamt deutlich personalintensiver als der private Rundfunk.

- Auf dem TV- und Hörfunkwerbemarkten spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur noch eine geringe Rolle. Von den gesamten Werbeerträgen der Rundfunkveranstalter gingen 2000 über 92 % an die privaten Anbieter (Abbildung 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 – ebenso wie im privaten Rundfunk – die Erträge langsamer gestiegen als die Aufwendungen. Das Entwicklungstempo bei den Einnahmen lag jedoch deutlich unter dem des privaten Bereichs (Abbildungen 07-3 und 07-4).

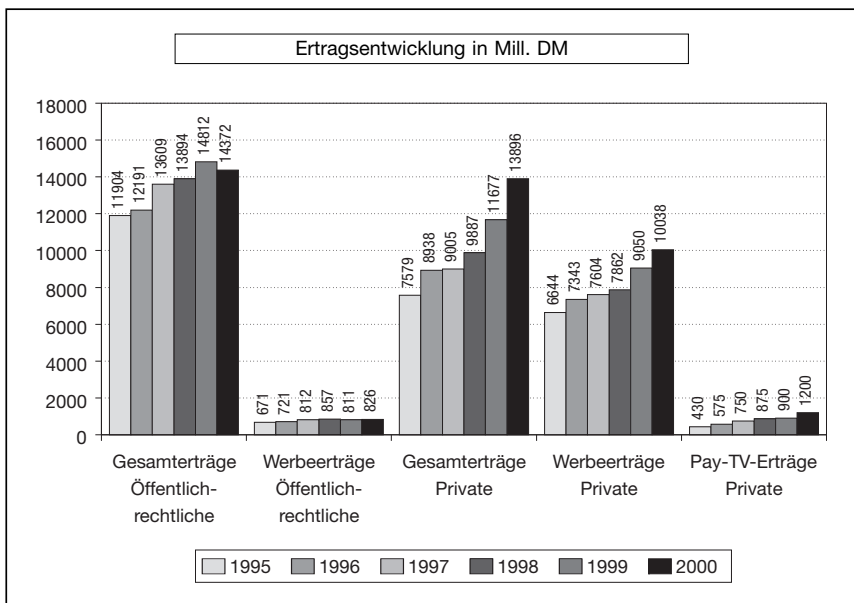
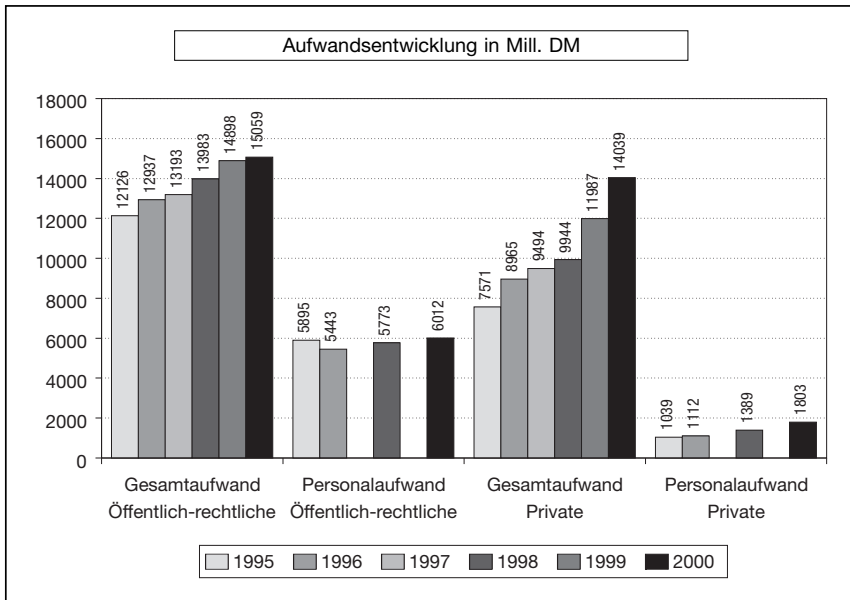


Abbildung 07-3: Entwicklung des dualen Rundfunksystems 1995–2000



**Abbildung 07-4: Entwicklung des dualen Rundfunksystems 1995–2000**

Die Gesamterträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter wuchsen von 1995 bis 2000 um rund 21 %. Dem standen Aufwandssteigerungen um insgesamt 24 % gegenüber, obwohl die Personalaufwendungen durch Personalabbau nur um 2 % anstiegen. Im Ergebnis konnte im betrachteten 6-Jahres-Zeitraum der betriebliche Aufwand nur 1997 durch betriebliche Erträge gedeckt werden.

## 0.8 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft 2000

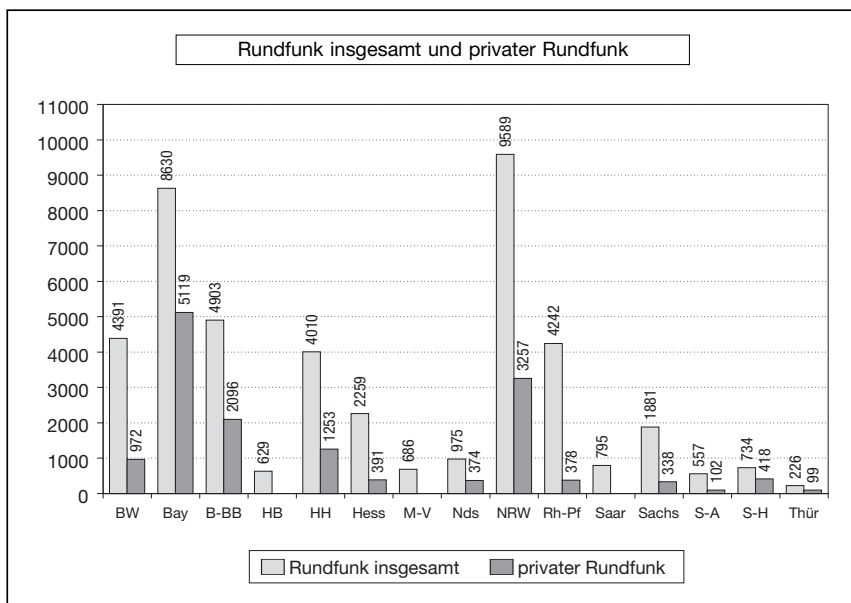
Die privaten Fernsehunternehmen sind auf wenige Bundesländer konzentriert. Allein 24 der 30 bundesweiten Anbieter haben ihren Sitz in den beiden Bundesländern Bayern und Nordrhein-Westfalen, 26 von 54 Regional- und Lokalanbietern senden in Bayern. Hingegen gab es Ende 2000 in drei der 16 Bundesländer noch überhaupt kein größeres privates Fernsehunternehmen. Die regionale Konzentration ist im privaten Hörfunkbereich nicht ganz so ausgeprägt. Dennoch wurden drei Viertel (160 von 209) 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 17 Anbieter ihren Sitz haben.

Aufgrund der Zulassung weiterer privater TV- und Hörfunkanbieter in den letzten Jahren lassen sich die Daten weitgehend regionalisieren. Ausnahmen sind wegen der geringen Zahl an privaten Anbietern die Länder Bremen, Mecklenburg-Vorpommern und das Saarland.

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 2000 im privaten und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gab es für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland nach der absoluten Größe folgende Rangfolge (Abbildung 08-1):

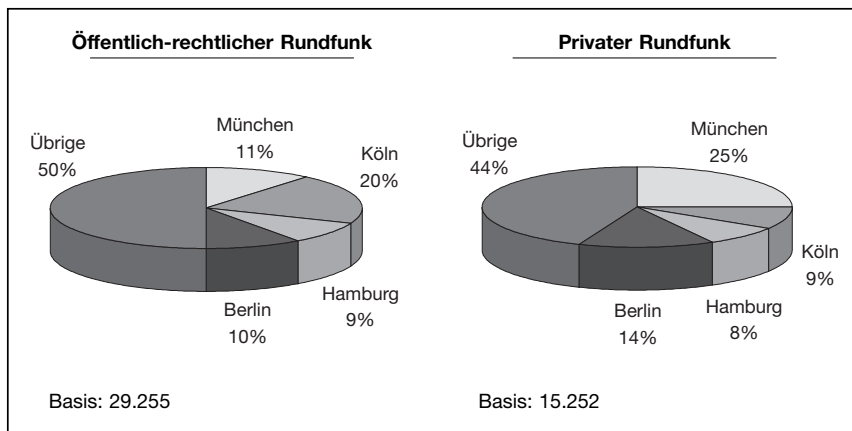
- Nordrhein-Westfalen 9.589 Erwerbstätige (davon 3.257 bei den Privaten)
- Bayern 8.630 (5.119 Private)
- Berlin-Brandenburg 4.903 (2.096 Private)
- Baden-Württemberg 4.391 (972 Private)
- Rheinland-Pfalz 4.242 (378 Private)



**Abbildung 08-1: Regionale Verteilung der Erwerbstätigen nach Bundesländern Ende 2000**

- Hamburg 4.010 (1.253 Private)
- Hessen 2.259 (391 Private)
- Sachsen 1.881 (338 Private)
- Niedersachsen 975 (374 Private)
- Saarland 795 (k. A.)
- Schleswig-Holstein 734 (418 Private)
- Mecklenburg-Vorpommern 686 (k. A.)
- Bremen 629 (k. A.)
- Sachsen-Anhalt 557 (102 Private)
- Thüringen 226 (99 Private)

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 (Abbildung 08-2). Danach befinden sich sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk über 50 % aller Rundfunkarbeitsplätze in diesen vier Städten. Beim privaten Fernsehen sind es sogar über zwei Drittel. Als Sitz der Rundfunkanstalten WDR, Deutsche Welle und Deutschlandradio hält Köln beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk allein einen Anteil von 20 %. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 25 % der Erwerbstätigen deutlich vor Berlin mit 14 %, gefolgt von Köln mit 9 % und Hamburg mit 8 %.



**Abbildung 08-2: Verteilung der Erwerbstätigen auf die vier wichtigsten Medienstädte Ende 2000**

Vergleicht man den Anteil der Bundesländer an der Rundfunkwirtschaft mit dem Beitrag des jeweiligen Landes zur Entstehung des deutschen Bruttoinlandsproduktes, so zeigt sich überdies, dass die Rundfunkunternehmen 2000 in folgenden Ländern überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung beigetragen haben:

- Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 26 % und einem Anteil am gesamten Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 22 %,
- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 12 % und einem BIP-Anteil von 4 %,
- Berlin-Brandenburg mit 11 % Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 6 %,
- 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 Hamburg und Sachsen mit einem Anteil von jeweils 4 % an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft bei einem gleich hohen BIP-Anteil.

Auf den ersten Blick überraschend ist die Tatsache, dass die Rundfunkwirtschaft – gemessen an der Wertschöpfung – in Bayern und in Baden-Württemberg 2000 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 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.



# 1 Ziel und Durchführung der Studie

## 1.1 Projektorganisation, Erhebungsziel und -methodik

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Dezember 2000 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, (DIW Berlin) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland in den Jahren 1999 und 2000 zu erstellen. Bei der Datenerhebung kooperierte das DIW Berlin wie in den Vorerhebungen<sup>2</sup> mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) sowie dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg (HBI), wobei mit der DLM folgende Arbeitsteilung vereinbart wurde:

- dem DIW Berlin wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei den privaten Fernsehveranstaltern mit bundes- und landesweiten Lizenzen verantwortlich,
- das HBI erhob im Unterauftrag des DIW Berlin die Daten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten,
- die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit im privaten Hörfunk (erstmalig einschließlich DAB-Veranstalter) und bei den regionalen und lokalen TV-Anbietern beauftragt; die gewonnenen Daten werden in anonymisierter Form zur Auswertung an das DIW Berlin übergeben.
- Erstmals wurden in den Ländern Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen TV-Anbieter in Kabelanlagen unter 50.000 Wohneinheiten in die Erhebung einbezogen. Die Befragung wurde vom DIW Berlin in Kooperation mit der AKM durchgeführt.

---

2 Vgl. Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1995/96, Berlin 1996 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Band 6); Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1996/97, Berlin 1998 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Band 9); Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1997/98, Berlin 1999 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Band 15).

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

Grundlage war wie bei den bisherigen Erhebungen 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 2000 ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – gezeichnet werden kann. Um die Entwicklung über einen längeren Zeitraum verfolgen zu können, wurden neben den detaillierten Strukturdaten für 2000 auch noch Eckdaten für das Jahr 1999 erhoben.

Das Befragungsprogramm wurde gegenüber den Vorjahren nur leicht modifiziert. Zum einen wurde aufgrund der Veränderungen in der Methodik der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung auch nach immateriellen Investitionen bzw. den entsprechenden Abschreibungen gefragt. Zum anderen wurde bei den TV-Anbietern nach analog und digital verbreiteten Sendeminuten unterschieden.

Die erfragten Kennziffern zum Beschäftigtenumfang und zur Beschäftigtenstruktur, zu den betrieblichen Erträgen und Aufwendungen sowie zu den von den Rundfunkunternehmen getätigten Investitionen orientierten sich weitgehend an der Unternehmensstatistik in anderen Wirtschaftszweigen. Hierdurch können die ermittelten Produktionskennziffern der Rundfunkwirtschaft (Erwerbstätige, Bruttowertschöpfung etc.) direkt mit denen anderer Wirtschaftszweige bzw. der Gesamtwirtschaft verglichen werden, die in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung 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.<sup>3</sup> Die in rechtlich selbständige Unternehmen ausgelagerten Dienstleistungsaktivitäten wie Werbeakquisition, Sendetechnik oder Studiobetrieb sowie von TV-Programmproduzenten ohne eigene Sendelizenz sind also nicht in den Daten enthalten.<sup>4</sup>

---

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).

Bei der Darstellung der Ergebnisse erfolgt auch eine weit gehende 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 Mitte April bis Mitte September 2001, wobei die Befragten ihre Angaben möglichst auf Basis der Gewinn- und Verlustrechnung 2000 bzw. der Jahresbilanz 2000 machen sollten. Die Datenerhebung im privaten Hörfunk und bei den lokalen TV-Veranstaltern konnte von der AKM bereits Anfang Juli 2001 abgeschlossen werden. Das HBI gab die von ihm ermittelten Daten für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Mitte September an das DIW Berlin weiter. Bei den privaten TV-Anbietern beantworteten insbesondere einige umsatzstarke bundesweite Anbieter den Fragebogen erst Mitte September.

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 Berlin Mitte April 2001 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 85 Fällen (35 %) forderten die Befragten zusätzlich den zugrundeliegenden Fragebogen an, in 3 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 einige hörfunkspezifische Besonderheiten (zu den Details vgl. die Punkte A 1 und A 2 im methodischen Anhang). Die Anbieter in den Kabelanlagen in Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen erhielten zunächst einen DIW-Fragebogen mit verkürztem

Befragungsprogramm. Ab Juli 2001 erfolgte eine telefonische Nacherhebung durch die AKM (zu den Details vgl. Punkt A 3 im 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 Berlin 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 80 %, regionales und lokales Fernsehen 100 %, Hörfunk 98 %) lässt auf ein weiterhin großes Interesse der gewinnorientierten 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. Bei den TV-Anbietern in den Kabelanlagen der vier neuen Bundesländer lag der Rücklauf nur bei knapp der Hälfte. Zu berücksichtigen ist hierbei allerdings, dass ihr wirtschaftliches Gewicht nur gering ist, da ein großer Teil dieser Programme mehr ehrenamtlich als mit kommerziellen Motiven betrieben wird.

## **1.2 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des privaten Rundfunks**

### **1.2.1 Fernsehen**

Nach der dem DIW Berlin und der AKM von den Landesmedienanstalten zur Verfügung gestellten Adressenlisten<sup>5</sup> waren insgesamt 94 private TV-Veranstalter nach ihrer Beschäftigtenstruktur am Jahresende 2000, den Wirtschaftsdaten für das Jahr 2000 sowie zu den wichtigsten Eckwerten für 1999 zu befragen. Nicht eingeschlossen wurden Unternehmen mit Sitz

---

<sup>5</sup> Vgl. ALM (Hrsg.), Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1999/2000, München 2000.

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 94 Ende 2000 tätigen gewinnorientierten privaten TV-Anbieter<sup>6</sup> lassen sich folgenden Veranstaltertypen zuordnen (Tabelle 1.1.1):

- 30 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren 9 Pay-TV-Anbieter und 2 Teleshopping-Kanäle sowie 4 Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz, die jede Woche nur einige Programmstunden veranstalten.
- 10 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL, SAT.1, tm3 und DSF.
- 13 Veranstalter sendeten ein täglich mehrstündiges Programm in Räumen mit hoher Bevölkerungsdichte (Ballungsraum-TV). Die Auswertung der Angaben erfolgte zusammen mit den Daten von weiteren 4 regionalen Anbietern aus Baden-Württemberg und einem Anbieter aus dem Saarland.
- Hiervon unterschieden werden können 41 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. Fünf der 94 TV-Veranstalter haben im Jahr 2000 den Sendebetrieb aufgenommen. Ein Ballungsraum-Programm stellte 1999 den Sendebetrieb ein.

Ein Teil der 94 privaten TV-Anbieter veranstaltete Ende 2000 zwei bzw. drei Programme, so dass die TV-Programmzahl bei den analog und digital verbreiteten Programmen über der Veranstalterzahl liegt (Tabelle 1.1.2). Von den bundesweiten Free-TV-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.

---

<sup>6</sup> Ausgewertet wurden außerdem Angaben von 8 bayerischen Zulieferprogrammen mit eigener Sendelizenz, die nur wenige Stunden pro Woche produzieren, sowie 69 Antworten von TV-Anbietern in Kabelanlagen mit weniger als 50.000 Wohneinheiten, wegen des geringen Rücklaufs geschieht dies allerdings nur in den Länderberichten in Kapitel 8.

Sitz des Veranstalters Bundesland	Gewinnorientierte private TV-Veranstalter				Kabelanlagen und Zulieferprogramme		
	Insgesamt	Bundesweite	Landesfenster	Ballungsraum <sup>1)</sup>	Lokale <sup>2)</sup>	Insgesamt	Zulieferer <sup>3)</sup> Kabelanlagen <sup>4)</sup>
			Anzahl			Anzahl	
Baden-Württemberg	7	0	0	4	3		
Bayern	45	16	3	2	24	8	8
Berlin u. Brandenburg	7	3	0	2	2	27	27
Bremen	0	0	0	0	0		
Hamburg	2	0	1	1	0		
Hessen	2	1	1	0	0		
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	0	0	0		
Niedersachsen	2	1	1	0	0		
Nordrhein-Westfalen	10	8	2	0	0		
Rheinland-Pfalz	6	1	1	0	4		
Saarland	1	0	0	1	0		
Sachsen	9	0	0	3	6	75	75
Sachsen-Anhalt	0	0	0	0	0	15	15
Thüringen	2	0	0	0	2	18	18
Schleswig-Holstein	1	0	1	0	0		
<b>Ende 2000</b>	94	30	10	13	41	143	8
<b>Ende 1999</b>	93	26	10	14	43	146	8

1) Einschließlich Regionalprogramme in Baden-Württemberg und dem Saarland.- 2) Ohne Kabelanlagen unter 50.000 Wohneinheiten oder Zulieferprogramme.- 3) Veranstalter von Zulieferprogrammen mit eigener Lizenz sowie Informations- und Service-, Aus- und Weiterbildungsprogramme in Bayern.- 4) Kabelanlagen unter 50.000 Wohneinheiten einschließlich Stadtkanäle in Brandenburg.

Quellen: AKM; DIW Berlin.

DIW Berlin 01

**Tabelle 1.1.1: Private TV-Veranstalter Ende 2000 nach Bundesländern**

Sitz des Veranstalters Bundesland	Analog verbreitete TV-Programme			Digital verbreitete private TV-Programme <sup>1)</sup>			
	Insgesamt	Bundesweite	Landesweit   Ballungsraum <sup>2)</sup>	Lokale <sup>3)</sup>	Insgesamt	Bundesweites Free-TV	Bundesweites Pay-TV
		Anzahl			Anzahl		
Baden-Württemberg	7	0	0	4	3	0	0
Bayern	37	8	3	2	24	8	26
Berlin u. Brandenburg	6	2	0	2	2	3	1
Bremen	0	0	0	0	0	0	0
Hamburg	4	0	3	1	0	0	0
Hessen	1	0	1	0	0	0	0
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	0	0	0	0	0
Niedersachsen	4	1	3	0	0	1	0
Nordrhein-Westfalen	11	9	2	0	0	9	0
Rheinland-Pfalz	6	1	1	0	4	1	0
Saarland	1	0	0	1	0	0	0
Sachsen	9	0	0	3	6	0	0
Sachsen-Anhalt	0	0	0	0	0	0	0
Thüringen	2	0	0	0	2	0	0
Schleswig-Holstein	1	0	1	0	0	0	0
<b>Ende 2000</b>	89	21	14	13	41	48	27
<b>Ende 1999</b>	86	20	14	14	38	45	25

1) Sämtliche bundesweit über Satellit ausgestrahlten Programme sind auch digital empfangbar. - 2) Einschließlich Regionalprogramme in Baden-Württemberg und dem Saarland. - 3) Ohne Kabelanlagen unter 50.000 Wohneinheiten oder Zulieferprogramme mit eigener Lizenz.  
 Quellen: AKM; DIW Berlin.

DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 1.1.2: Private TV-Programme Ende 2000 nach Bundesländern**

Von den 9 Pay-TV-Anbietern verbreiteten 3 ebenfalls mehr als ein Programm. Ende 2000 wurden dabei 26 der 27 digital ausgestrahlten Programme über die Plattform „Premiere World“ vermarktet. Ein Programm war Teil des Digitalpakets der DTAG.

Auffällig ist, dass Ende 2000 lediglich 22 der 94 gewinnorientierten privaten TV-Veranstalter ihren Unternehmenssitz außerhalb der vier Bundesländer Bayern, Berlin, Nordrhein-Westfalen und Sachsen hatten. Allein in Bayern waren mit 45 Veranstaltern nahezu die Hälfte aller privaten TV-Anbieter ansässig.

Die Antwortquote lag für alle gewinnorientierten privaten TV-Veranstalter bei 91 %. Hiervon machten 88 % sowohl Angaben zur Beschäftigung als auch zur finanziellen Situation, die restlichen 3 % jedoch lediglich Angaben zur Beschäftigung. Auf die Gruppe der Anbieter mit vollständigen Angaben entfallen allerdings rund 99 % 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). Vom Umsatzanteil am schlechtesten repräsentiert ist die Gruppe der Anbieter von landesweiten Fensterprogrammen, bei der aber immer noch über neun Zehntel des Umsatzes in der Umfrage erfasst werden konnten. Auf diesen Veranstaltertyp entfällt zudem nur rund 1 % des Gesamtumsatzes aller privaten Fernsehanbieter.

### 1.2.2 Hörfunk

Ebenfalls auf Grundlage der von den Landesmedienanstalten zur Verfügung gestellten Adressenlisten wurden von der AKM 209 private UKW- und DAB-Hörfunkveranstalter nach Beschäftigtendaten für Ende 2000, nach Wirtschaftsdaten für das Kalenderjahr 2000 und nach Eckwerten für 1999 befragt<sup>7</sup>. Einige Anbieter besitzen dabei sowohl eine Sendelizenz für ein UKW-Hörfunkprogramm als auch für ein DAB-Programm. Die privaten Hörfunkveranstalter lassen sich folgenden vier Veranstaltertypen zuordnen:

- 14 Anbieter von bundesweit verbreiteten UKW-Hörfunkprogrammen, darunter ein Einkaufsradio, ein Klassikprogramm, ein religiöses Programm, ein Programm volkstümlicher Musik, ein „Oldie“-Angebot, ein

---

<sup>7</sup> Die 12 Zulieferprogramme mit eigener Sendelizenz in Bayern wurde ebenfalls befragt. Wegen der geringen Antwortquote und ihrem geringen wirtschaftlichen Gewicht wurde auf eine Auswertung verzichtet.



Jazz-Programm, vier Pop-Programme, ein Rhythm & Blues-Programm, ein informationsorientiertes Vollprogramm und ein Programm für PC-Nutzer.

- 35 Anbieter von landesweit verbreiteten Hörfunkprogrammen, hierin sind die Lokalanbieter aus den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg nicht enthalten; eingerechnet sind hingegen sieben Anbieter, die in ganz Berlin und Brandenburg zu empfangen sind, sowie Anbieter sog. Mantelprogramme für Lokalsender. Bei den Auswertungen wurden auch die 4 Regionalsender in Baden-Württemberg und Niedersachsen dieser Gruppe zugerechnet, da ihre wirtschaftlichen Verhältnisse eher denen von Landessendern entsprechen.
- 135 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.
- 25 Veranstalter von DAB-Programmen in den Ländern Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.

10 der 209 Hörfunkveranstalter haben erst im Jahr 2000 den Sendebetrieb aufgenommen, darunter je drei bundesweite und landesweite UKW-Anbieter sowie 3 DAB-Anbieter.

Auch im Bereich des privaten Hörfunks ist eine deutliche regionale Schwerpunktbildung festzustellen. In den vier Flächenstaaten, die lokale UKW-Hörfunksender zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen), sind drei Viertel aller privaten Hörfunkveranstalter ansässig (138 von 184). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin, in dem weitere 17 Anbieter ihren Sitz haben (Tabelle 1.2).

Die Antwortquote einschließlich Finanzdaten der privaten UKW-Hörfunkveranstalter lag mit 98 % wiederum sehr hoch. Die Daten der übrigen vier Hörfunkanbieter konnten auf Basis von Zusatzinformationen geschätzt werden (vgl. im Detail Punkt A 2 im methodischen Anhang). Bei den 25 DAB-Veranstaltern lag die Antwortquote bei 72 %. Wegen der geringen wirtschaftlichen Bedeutung wurde auf eine Nacherhebung verzichtet. Die Daten wurden auf Basis dieser Antworten hochgerechnet.

Sitz des Veranstalters	Insgesamt <sup>1)</sup>	Private UKW-Hörfunkveranstalter			Private DAB-Veranstalter
		Insgesamt	Bundesweite	Landesweite <sup>2)</sup>	
<b>Bundesland</b>					
Baden-Württemberg	22	20	0	4	16
Bayern	75	56	2	2	52
Berlin u. Brandenburg	17	17	6	7	4
Bremen	1	1	0	0	1
Hamburg	5	5	1	0	4
Hessen	5	4	3	1	0
Mecklenburg-Vorpommern	2	2	0	2	0
Nordrhein-Westfalen	47	47	0	1	46
Niedersachsen	3	3	0	3	0
Rheinland-Pfalz	4	4	0	3	1
Saarland	1	1	0	1	0
Sachsen	16	15	1	3	11
Sachsen-Anhalt	3	2	0	2	0
Thüringen	3	2	0	2	0
Schleswig-Holstein	5	5	1	4	0
<b>Ende 2000</b>	<b>209</b>	<b>184</b>	<b>14</b>	<b>35</b>	<b>135</b>
<b>Ende 1999</b>	<b>199</b>	<b>177</b>	<b>11</b>	<b>32</b>	<b>134</b>

1) Ohne Zulieferer mit eigener Lizenz in Bayern.- 2) Einschließlich Mantelprogramme und Regionalsender in Brandenburg, Baden-Württemberg und Niedersachsen.- 3) Einschließlich der Sender in Berlin, Bremen und Hamburg.  
Quelle: AKM.

DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 1.2: Private Hörfunk-Veranstalter Ende 2000 nach Bundesländern**

# 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):

Region Bundesland	Rundfunkaktivitäten		Fernsehprogramme		Hörfunkprogramme	
	Anstalt mit...	...TV- Aktivität	insgesamt	zus. Regional- fenster ARD/I/III	Anstalt	Zahl der Programme insgesamt <sup>8)</sup> bundesweit
Nord: Bremen Hamburg	RB	1			RB	4
Niedersachsen Schleswig-Holstein Mecklenburg-Vorp.	NDR	1	N3 <sup>1)</sup>	4	NDR	8
West:  Nordrhein-Westfalen <sup>2)</sup>	WDR, DW, DLR	2	WDR3 DW-TV	10	WDR DW <sup>3)</sup> DLR	6 9 2
Ost: Berlin Brandenburg Sachsen Sachsen-Anhalt Thüringen	SFB ORB MDR	1 1 1	B1 ORB MDR	0 0 2	SFB/ORB <sup>4)</sup> MDR	9 7
Südwest: Hessen Saarland	HR SR	1 1	HR3		HR SR	8 4
Baden-Württemberg  Rheinland-Pfalz	ARTE <sup>7)</sup> SWR <sup>6)</sup> ZDF	2 1	ARTE Südwest <sup>5)</sup> ZDF	2	SWR	7
Süd: Bayern	BR	1	Bayern3 BR-alpha	1	BR	5
<b>Ende 2000</b>	14	13	16	22	12	69

Gemeinschaftsprogramme: Das Erste, 3SAT, Kinderkanal, Phoenix; nur digital: Eins Extra, Eins Mixx, Eins Festival

1) Der NDR veranstatlet zusammen mit Radio Bremen ein gemeinsames III. Programm. - 2) Deutsche Welle und Deutschlandradio produzieren auch in Berlin. - 3) Sechs der Deutsche Welle-Hörfunkprogramme sind in Deutschland über ASTRA und Hordir empfangbar. - 4) ORB und SFB veranstatleten vier gemeinsame Hörfunkprogramme sowie ein weiteres Hörfunkprogramm zusammen mit dem NDR. - 5) Der SWR veranstatlet mit dem Saarländischen Rundfunk ein gemeinsames III. Programm. - 6) Die Zweiländeranstalt Südwestrundfunk hat ihren Hauptsitz in Baden-Württemberg. - 7) Die ARTE Deutschland GmbH koordiniert die deutsche Programmzulieferung für den in Straßburg ansässigen Sender ARTE. - 8) Lediglich die vier regionalen Hörfunkprogramme des NDR und die drei regionalen Hörfunkprogramme des MDR werden ausschließlich analog verbreitet.

HBI / DiW Berlin 01

**Tabelle 1.3: Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Programme Ende 2000**

- 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 bei TV-Programmen:

- 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. Hinzu kommen die gemeinsamen ARD/ZDF-Programme „Kinderkanal“ und „Phoenix“ sowie je 3 ausschließlich digital verbreitete Kanäle der ARD und des ZDF.
- Im TV 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.

Außerdem gab es Ende 2000 sowohl 4 gemeinsame Hörfunkprogramme von SFB und ORB als auch ein gemeinsames Programm von SFB, ORB und NDR.

Insgesamt sendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland Ende 2000 22 Fernsehvollprogramme, die alle bundesweit über Satellit verbreitet wurden. Hinzu kommen 19 zusätzliche TV-Regionalfenster für einzelne Bundesländer, die wochentags terrestrisch im Rahmen der ARD 1-Programmes oder der III. Programme ausgestrahlt werden.

Hörfunkprogramme werden insgesamt 69 veranstaltet (einschließlich der 9 Programme der Deutschen Welle), davon waren 52 auch bundesweit über Satellit zu empfangen.

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 Juli 2001 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 Berlin 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 Anstalten, deren Gremien die Jahresrechnungen noch nicht abschließend beraten hatten, haben bis September 2001 die Fragen des Hans-Bredow-Instituts noch nicht beantwortet. 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 4 im methodischen Anhang).

## 1.4 Aufbau der Studie

Im ersten Teil der Studie (Kapitel 2 bis 6) 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 erstmals nach den seit 1999 EU-weit abgestimmten veränderten Definitionen der VGR (vgl. Punkt A 5 im methodischen Anhang).
- In Abschnitt 3 der Studie wird ausführlich auf die Beschäftigungssituation im privaten Rundfunk eingegangen. Neben der Zahl und Struktur der festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) wurden auch Informationen zur Zahl und Struktur der sonstigen Mitarbeiter ausgewertet. Die Darstellung erfolgt dabei für verschiedene Anbietertypen, die sich nach den jeweiligen Verbreitungsgebieten bzw. der Dauer der Programme differenzieren.
- In Abschnitt 4 der Studie wird die wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks im Jahr 2000 detailliert anhand der Betriebsergebnisse und der Aufwands- und Ertragsstrukturen (differenziert nach Anbietertypen) untersucht. Hinzu kommen wesentliche Kennziffern für das Jahr 1999. Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietertypen erklären sich unter anderem durch die jeweiligen Programmstrukturen, so dass 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 einen Zeitvergleich für die Periode 1995 bis 2000. Veränderte Abgrenzungen bei den jeweils

in die Auswertung einbezogenen Anbietertypen 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 erfolgt in den Kapiteln 7 und 8 auch eine *regionale Darstellung* der deutschen Rundfunkwirtschaft.

- In Abschnitt 7 wird anhand der wichtigsten Eckwerte die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkwirtschaft, getrennt nach öffentlichen und privaten Anbietern, auf der Ebene von Bundesländern miteinander verglichen. Die *regionale Zuordnung* der sonstigen Mitarbeiter, Produktionswert und Bruttowertschöpfung für alle Veranstalter mit mehreren Betriebsstätten wird *proportional zur Zahl der Erwerbstätigen* in verschiedenen Bundesländern vorgenommen. Wie in Abschnitt 2 werden Produktionswert, Wertschöpfung und Erwerbstätige der Rundfunkwirtschaft den entsprechenden gesamtwirtschaftlichen Kennziffern der jeweiligen Region gegenübergestellt.
- In Abschnitt 8 folgt schließlich eine detaillierte Darstellung der Rundfunkwirtschaft für einzelne Bundesländer. Die Kennziffern zur Beschäftigung und zur wirtschaftlichen Lage werden dabei so weit wie möglich nach Anbietertypen differenziert. Diese Länderübersichten enthalten ebenfalls gesamtwirtschaftliche Daten als Vergleichsgrößen. Die *regionale Zuordnung* der Daten erfolgt dabei *zu 100 % nach dem 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 2000

### 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 2000 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.<sup>8</sup> 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.<sup>9</sup> Wird die Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftszweige addiert, so erhält man das Bruttoinlandsprodukt (BIP) – das Maß für das gesamte im Inland entstandene volkswirtschaftliche Einkom-

---

<sup>8</sup> Vgl. im Detail Punkt 5.2 im methodischen Anhang.

<sup>9</sup> 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.

men. 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,
- 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.<sup>10</sup>

---

10 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.

## 2.2 Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigkeit im Jahr 2000

Der Produktionswert der Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat 2000 bei 27,5 Mrd. 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 21,6 Mrd. DM ab, so errechnet sich eine Bruttowertschöpfung von 5,9 Mrd. DM (Tabelle 2.1).

Die Rundfunkwirtschaft ist damit gesamtwirtschaftlich betrachtet ein relativ kleiner Wirtschaftszweig, ihr Beitrag zur Einkommensentstehung lag 2000 unter 0,15 %. Ein Vergleich mit anderen Medienbranchen ist schwierig, da aktuelle Daten für das Jahr 2000 bislang weder für das Verlags-

	Rundfunk insgesamt	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
			Mill. DM		
Produktionswert <sup>1)</sup>	27.480	13.795	13.685	20.965	6.515
Vorleistungen <sup>2)</sup>	21.610	9.570	12.040	18.495	3.115
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	5.870	4.225	1.645	2.470	3.400
davon:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5.987	4.531	1.456	3.728	2.259
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	297	128	169	-1.050	1.347
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	-414	-434	20	-208	-206
Erwerbstätige	44.507	29.255	15.252	27.726	16.781
			Anzahl Tausend DM		
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	132,0	144,6	107,9	89,2	202,6
			Anteile in %		
Produktionswert	100	50	50	76	24
Vorleistungen	100	44	56	86	14
Bruttowertschöpfung	100	72	28	42	58
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	76	24	62	38
Erwerbstätige	100	66	34	62	38
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufware und Subventionen.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen. Quelle: Berechnungen des DIW Berlin.					

**Tabelle 2.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2000 Deutschland insgesamt**

gewerbe noch die Film- oder Musikwirtschaft vorliegen. Aufgrund älterer Daten ist aber anzunehmen, dass die Wertschöpfung des Verlagsgewerbes rund dreimal so hoch wie die der Rundfunkwirtschaft war.<sup>11</sup>

Die Zahl der Erwerbstätigen in den deutschen Rundfunkunternehmen hat Ende 2000 über 44.500 betragen. Dabei war die Bruttowertschöpfung pro Kopf mit 132.000 DM deutlich höher als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (etwa 108.000 DM).

Das Verhältnis öffentlicher Rundfunk zu privatem Rundfunk bei der Bruttowertschöpfung belief sich auf 72 : 28. Der Anteil der öffentlich-rechtlichen Anstalten an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft war damit höher als ihr Anteil an den Erwerbstätigen. Hier waren etwa zwei Drittel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigt. Dagegen war der Produktionswert der beiden Teilsysteme nahezu gleich. Dieser Unterschied zwischen den drei Kennziffern 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 2000 auch auf die Medien Hörfunk und Fernsehen aufgeteilt werden:

---

11 Vgl. W. Seufert, The Development of the Information and Communications Sector in Germany, in: Vierteljahrshefte für Wirtschaftsforschung, Heft 4/2000, S. 491 ff.

- Rund 27.700 Erwerbstätige waren mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen beschäftigt (62 %), die anderen 16.800 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen (38 %).
- Diese Aufteilung zeigt sich allerdings nicht in den jeweiligen Anteilen an der Bruttowertschöpfung der deutschen Rundfunkwirtschaft. Vielmehr lag der Anteil des Hörfunks 2000 erneut 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 2000 mit 76 % 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 Entwicklung der Rundfunkwirtschaft seit 1995**

Vergleicht man die Ergebnisse der bisherigen vier Erhebungen, so zeigt sich, dass die Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft seit 1995 nahezu stagniert hat (Tabelle 2.2), während der Produktionswert in diesem Zeitraum um fast 40 % zunahm. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass der Zuwachs der Wertschöpfung im privaten Rundfunk von einem Rückgang im öffentlich-rechtlichen Rundfunk begleitet wurde. Zum anderen hat – wie in den folgenden Abschnitten noch detaillierter beschrieben werden wird – das private Fernsehen zwar umsatzmäßig stark zugelegt, es ist aber insgesamt defizitär geblieben, so dass bislang nur der private Hörfunk einen positiven Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt leistet.

## **2.4 Nachfrage der Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen**

Von den Waren und Dienstleistungen im Wert von 21,6 Mrd. DM, die 2000 von den Rundfunkunternehmen für die laufende Produktion bezogen wurden (Vorleistungen), stammte der überwiegende Teil von anderen inländischen Unternehmen. Im Ausland wurden vor allem Filmrechte und Übertragungsrechte für Sportprogramme sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit

	1995	1998	2000	2000/1998	2000/1995
	Rundfunk insgesamt				
Produktionswert <sup>1)</sup>		Mill. DM		%	
	20.010	23.450	27.480	17,2	37,3
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	5.720	6.000	5.870	-2,2	2,6
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5.090	5.595	5.987	7,0	17,6
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	390	810	297	-63,3	-23,8
	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk				
Produktionswert <sup>1)</sup>		Mill. DM		%	
	12.005	13.295	13.795	3,8	14,9
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	4.785	4.660	4.225	-9,3	-11,7
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	4.310	4.490	4.531	0,9	5,1
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	280	655	128	-80,5	-54,3
	Privater Rundfunk				
Produktionswert <sup>1)</sup>		Mill. DM		%	
	8.005	10.155	13.685	34,8	71,0
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	935	1.340	1.645	22,8	75,9
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	785	1.105	1.456	31,8	85,5
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	105	155	169	9,0	61,0
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen.- 2) Produktionswert abzüglich Vorleistungen. Quelle: Berechnungen des DIW Berlin.					
					DIW Berlin 01

**Tabelle 2.2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995–2000**  
Deutschland insgesamt

der Satellitenverbreitung von Programmen nachgefragt. Der Anteil der Importe an den Vorleistungen hat schätzungsweise rund ein Viertel der Vorleistungsbezüge betragen (rund 5,8 Mrd. DM). Der größere Teil der Nachfrage der Rundfunkwirtschaft im Umfang von rund 15,8 Mrd. DM wurde jedoch im Inland wirksam und sicherte dort mittelbar Einkommen und Arbeitsplätze (Tabelle 2.3):

- Schätzungsweise 1,2 Mrd. DM wurden für Telekom-Dienstleistungen im Inland ausgegeben, um die Programme über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender zu verbreiten, weitere 0,5 Mrd. DM im Ausland.
- Rund 0,5 Mrd. DM gingen als Provisionen an Werbeagenturen und an Unternehmen, die im Auftrag der Rundfunkveranstalter die Werbezeitvermarktung betreiben.

Mrd. DM		
<b>Vorleistungsnachfrage</b>	21,6	
<i>davon:</i>		
<b>Nachfrage...</b>	<b>...im Inland</b>	<b>...im Ausland</b>
	15,8	5,8
<i>davon:</i>		
Telekommunikationsdienste	1,2	0,5
Vergütungen für freie Mitarbeiter	1,8	-
Auftragsproduktionen	5,0	-
Programmkäufe	0,2	4,6
Sonstige Rechte (z.B Gema,GVL,Sport)	0,9	0,5
Agenturprovisionen	0,5	-
Sonstige Waren und Dienstleistungen	6,2	0,2
 <b>Investitionsnachfrage</b>	 1,1	
<i>davon:</i>		
Ausrüstungen	0,8	
Bauten	0,3	
<i>Quelle:</i> Berechnungen des DIW Berlin.		DIW Berlin 01

**Tabelle 2.3: Nachfrage der deutschen Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen und im Ausland 2000**

- Für TV-Auftragsproduktionen und andere Leistungen der deutschen Filmwirtschaft (z. B. Synchronisierung) wurde 2000 ein Betrag von rund 5,0 Mrd. DM ausgegeben.
- Für den Kauf von Filmrechten wurden im Inland schätzungsweise 0,2 Mrd. DM aufgewendet. Weitere 4,6 Mrd. DM gingen an ausländische Lizenzgeber, insbesondere in die USA.
- Außerdem wurden 0,9 Mrd. DM für den Erwerb von sonstigen Urheber-, Leistungsschutz- oder Übertragungsrechten (insbesondere für Sportübertragungen) 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 0,5 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 1,8 Mrd. DM.
- Die restliche Nachfrage von 6,4 Mrd. DM entfiel auf Requisiten, Büromaterial, Reisen etc.

Außer der Vorleistungsnachfrage der Rundfunkwirtschaft sichert auch deren Investitionsgüternachfrage mittelbar Arbeitsplätze in anderen Wirtschaftszweigen. Die Investitionen in Bauten und Ausrüstungen (Studiotechnik, Fuhrpark etc.) haben 2000 einen Betrag von rund 1,1 Mrd. DM erreicht. Hiervon entfiel rund 0,9 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 2000 einem Betrag von 0,9 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 2000 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 2000 jedoch über 1.000 feste Mitarbeiter tätig. In den beiden großen TV-Sendezentren in Köln und München jeweils 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 weiterhin nur auf Basis von Umfragedaten möglich, wie sie im Rahmen dieses Projektes erhoben wurden.

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 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. 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 1999 und Ende 2000 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 2000 tätigen festen 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 1999/2000: Gesamtüberblick

### a) Beschäftigtentrend 2000

Ende 2000 waren bei den privaten Hörfunk- und TV-Anbietern in Deutschland zusammen rund 15.250 feste Mitarbeiter und 7.400 sonstige Mitarbeiter tätig (Abbildung 3.1). Gegenüber dem Jahresende 1999 entspricht dies einem Anstieg der festen Mitarbeiter von 13,5 %. Bei den sonstigen Mitarbeitern war hingegen ein Rückgang um 1,2 % zu verzeichnen. Der Beschäftigtentrend bei den TV-Veranstaltern auf der einen Seite und den Hörfunkveranstaltern auf der anderen Seite wich dabei deutlich voneinander ab<sup>12</sup> (Tabelle 3.1):

- Während die Zahl der festen Mitarbeiter bei den TV-Veranstaltern im Verlauf des Jahres 2000 kräftig um 16,4 % zunahm, stieg sie bei den Hörfunkanbietern nur um 7,3 %.
- Während es bei den sonstigen Mitarbeitern des Fernsehens im Verlauf des Jahres 2000 zu einem Rückgang von minus 2,7 % kam, nahm diese Mitarbeitergruppe beim privaten Hörfunk um 1 % zu.

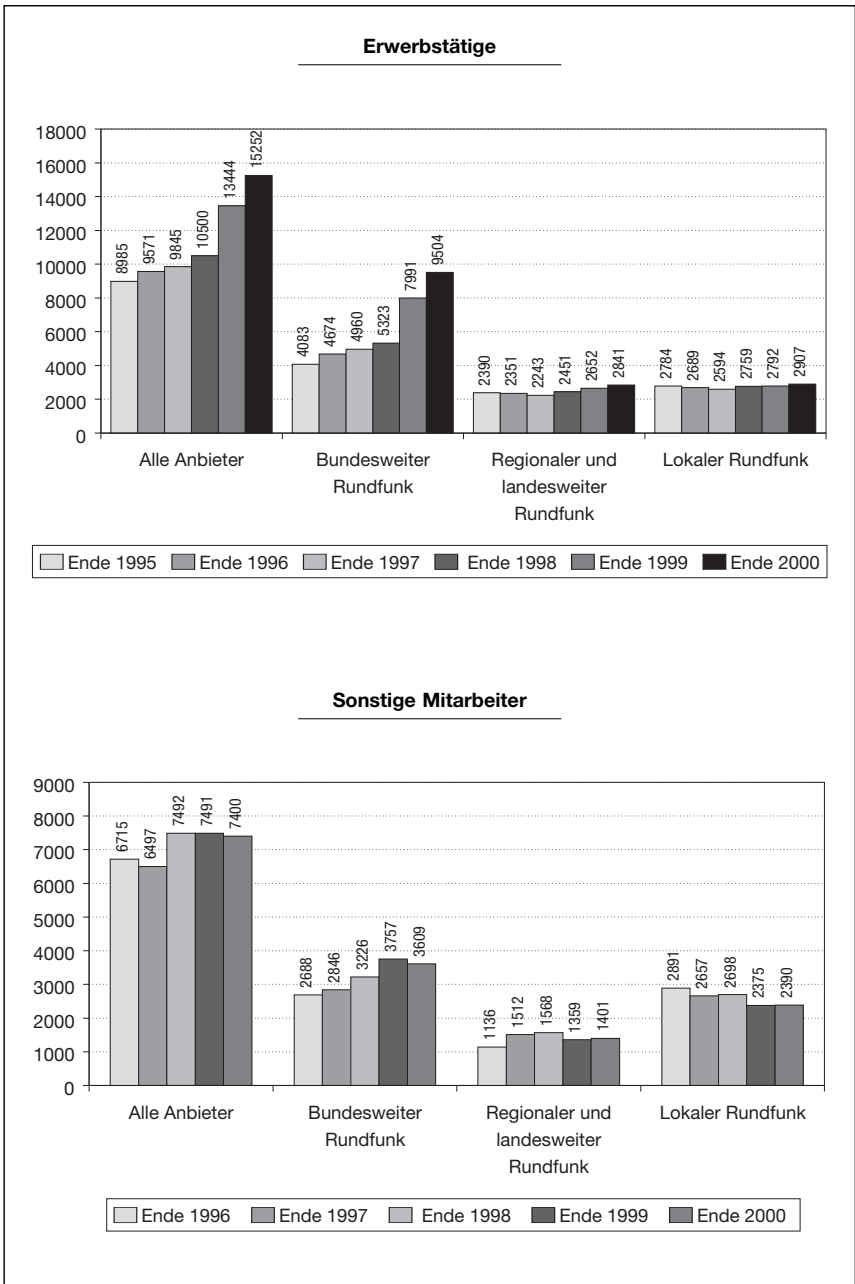
### b) Beschäftigtenstruktur Ende 2000

Rechnet man beide Beschäftigtengruppen zusammen, so waren Ende 2000 bei den 94 privaten Fernsehveranstaltern rund 7.200 Personen mehr tätig als bei den 209 privaten Hörfunkveranstaltern. Von den festen Mitarbeitern des privaten Rundfunks arbeiteten 70 % bei den Fernsehveranstaltern. Bei den sonstigen Mitarbeitern lag der Anteil mit 58 % etwas darunter.

Das Verhältnis von Erwerbstätigen zu sonstigen Mitarbeitern lag Ende 2000 für den gesamten privaten Rundfunk bei 1 : 0,5 und damit weit über dem in der Gesamtwirtschaft. Beim privaten Fernsehen betrug die Relation 1 : 0,4, beim privaten Hörfunk 1 : 0,67. Gegenüber den Vorjahren ist dies ein deutlicher Anstieg des Erwerbstätigenanteils, im privaten Hörfunk kamen damit auf 3 Festangestellte aber immer noch 2 Mitarbeiter ohne festes Arbeitsverhältnis.

---

12 Die Werte der TV-Veranstalter enthalten nicht die Daten der Kabelanbieter in Anlagen mit weniger als 50.000 Wohneinheiten, da ihnen relativ grobe Schätzungen zugrunde liegen. Auf diese Veranstaltergruppe wird jedoch in Abschnitt 8 im Detail eingegangen.



**Abbildung 3.1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Rundfunk 1995–2000**

	Beschäftigung		Beschäftigtenstruktur		Relation Fernsehen/Hörfunk	
	Rundfunk insgesamt	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Hörfunk
<b>Erwerbstätige Ende 1999</b>	13.435	9.123	4.312	-	100	68
<b>Erwerbstätige Ende 2000</b>	15.252	10.621	4.631	-	100	70
weiblich	6.528	4.226	2.302	43	100	65
männlich	8.724	6.395	2.329	57	100	73
Volzeitbeschäftigte	11.068	7.692	3.376	73	100	69
Teilzeitbeschäftigte	2.998	2.359	639	20	100	79
Auszubildende	1.185	570	615	8	100	48
Organisation/Verwaltung	2.161	1.481	680	14	100	69
Verkauf/Marketing	1.709	858	851	11	100	50
Produktion/Technik	2.286	1.928	358	15	100	84
Programm	5.909	3.167	2.742	39	100	54
Nicht zuordenbar	3.187	3.187	0	21	100	100
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 1999</b>	7.491	4.441	3.050	-	100	59
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 2000</b>	7.400	4.319	3.081	100	100	58
Praktikanten	1.119	478	641	15	11	21
Feste freie Mitarbeiter	4.001	2.648	1.353	54	61	44
Sonstige freie Mitarbeiter	2.280	1.193	1.087	31	28	35
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 1999</b>	20.926	13.564	7.362	-	100	65
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2000</b>	22.652	14.940	7.712	-	100	66
<b>Führungskräfte Ende 2000</b>	1.473	803	670	100	100	55
weiblich	344	196	148	23	24	43
männlich	1.129	607	522	77	76	54
Organisation/Verwaltung	396	203	193	27	25	29
Verkauf/Marketing	255	126	129	17	16	19
Produktion/Technik	197	131	66	13	16	10
Programm	551	269	282	37	33	42
Nicht zuordenbar	74	74	0	5	9	0

Quellen: AKM, DIW Berlin.

DIW Berlin / AKW 01

**Tabelle 3.1: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1999/2000**

Nach den Angaben der befragten Unternehmen hatten die festen Mitarbeiter (Erwerbstätigen) im privaten Rundfunk Ende 2000 folgende Struktur:

- Der Frauenanteil entsprach bei den privaten Fernsehveranstaltern mit 40 % in etwa dem aller Erwerbstätigen in Deutschland. Im privaten Hörfunk lag er mit 50 % dagegen deutlich über diesem Durchschnittswert.
- Der Anteil der Auszubildenden an den Erwerbstätigen lag beim privaten Fernsehen bei 5 %, beim privaten Hörfunk war er mit 13 % mehr als

doppelt so hoch. Insgesamt befanden sich Ende 2000 knapp 1.200 Personen in einem Ausbildungsverhältnis mit einem privaten Rundfunkunternehmen. Außerdem gehörten rund 15 % der sonstigen Mitarbeiter zur Gruppe der Praktikanten und Hospitanten (zusammen über 1.100 Personen).

- Auf je 100 Vollzeitbeschäftigte kamen 27 Teilzeitbeschäftigte. Dieser Wert liegt über dem Wert der Gesamtwirtschaft. Dies gilt insbesondere für die Pay-TV- und Teleshopping-Veranstalter. Das Verhältnis von Vollzeit- zu Teilzeitbeschäftigten war deshalb beim privaten Hörfunk mit 100 : 19 niedriger als bei den privaten Fernseh Anbietern mit 100 : 30.
- Hinsichtlich der Tätigkeitsschwerpunkte gab es folgende Verteilung: Mit 30 % (Fernsehen) bzw. 59 % (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 (18 % im Vergleich zu 8 % 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 8 % unter dem 18 %-Anteil des Hörfunks, bei dem insbesondere die Lokalanbieter in der Regel vor Ort mit eigenem Personal Werbung akquirieren. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 14 % (Fernsehen) bzw. 15 % (Hörfunk) der Erwerbstätigen zuzuordnen. Beim Fernsehen gibt es darüber hinaus eine große Mitarbeitergruppe, die keinem dieser Tätigkeitsschwerpunkte zugeordnet werden können. Es handelt sich überwiegend um Arbeitskräfte, die bei Teleshoppingkanälen und Pay-TV-Kanälen mit dem Warenhandling oder im Callcenter beschäftigt sind.

Die Zahl der Führungskräfte mit personeller Entscheidungs- und Dispositionskompetenz hat Ende 2000 zusammen über 1.500 betragen, dies entsprach rund 12 % der festen Mitarbeiter. Der Frauenanteil unter den Führungskräften lag dabei mit 23 % deutlich unter dem gesamten Frauenanteil im privaten Rundfunk. Verglichen mit traditionellen Wirtschaftsbereichen ist diese Quote jedoch relativ hoch.

### 3.3 Beschäftigung im privaten Fernsehen 1999/2000

Von den 10.600 festen Mitarbeitern, die Ende 2000 bei privaten Fernsehveranstaltern beschäftigt waren, arbeiteten

- knapp 9.000 (oder 81 %) bei den 30 Anbietern bundesweit verbreiteter Programme,

	Fernsehen insg. Beschäftigte		Anbieter-typen				Anteile der einzelnen Anbieter-typen			
	Anzahl	Struktur	bundesweit	Anzahl		Insgesamt	Anteile in %		Bailungs-raum TV	lokal
				landesweit	Bailungs-raum TV		bundesweit	landesweit		
<b>Erwerbstätige Ende 1999</b>	9.123	-	7.500	242	781	100	82	3	9	7
<b>Erwerbstätige Ende 2000</b>	10.621	100	8.965	249	769	100	84	2	7	6
weiblich	4.226	40	3.453	151	341	100	82	4	8	7
männlich	6.395	60	5.512	98	428	100	86	2	7	6
Volzeitbeschäftigte	7.662	72	6.468	191	598	100	84	2	8	6
Teilzeitbeschäftigte	2.399	22	2.258	24	39	100	96	1	2	2
Auszubildende	570	5	239	34	132	100	42	6	23	29
Organisation/Verwaltung	1.481	14	1.259	35	95	100	85	2	6	6
Verkauf/Marketing	868	6	716	7	76	100	83	1	9	7
Produktion/Technik	1.926	18	1.389	40	283	100	73	2	13	12
Programm	3.167	30	2.404	167	345	100	76	5	11	8
Nicht-zuordenbar	3.167	30	3.167	0	0	100	100	0	0	0
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 1999</b>	4.441	-	3.564	176	318	100	80	4	7	9
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 2000</b>	4.319	100	3.384	176	361	100	78	4	8	9
Praktikanten	478	11	280	29	71	100	59	6	15	21
Freie Mitarbeiter	2.648	61	2.120	106	189	100	80	4	7	9
Sonstige freie Mitarbeiter	1.193	28	984	41	101	100	82	3	8	6
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 1999</b>	13.562	-	11.064	416	1.099	100	82	3	8	7
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2000</b>	14.940	-	12.349	425	1.130	100	83	3	8	7
<b>Führungskräfte Ende 2000</b>	803	100	557	47	86	100	69	6	11	14
weiblich	196	28	139	12	18	100	71	6	9	14
männlich	607	72	418	35	68	100	69	6	11	14
Organisation/Verwaltung	203	25	134	14	20	100	68	7	10	17
Verkauf/Marketing	128	16	93	3	14	100	74	2	11	13
Produktion/Technik	131	16	84	4	17	100	64	3	13	20
Programm	269	33	172	26	35	100	64	10	13	13
Nicht-zuordenbar	74	9	74	0	0	100	100	0	0	0

Quellen: AKW, DIW Berlin.

DIW Berlin / AKW 01

**Tabelle 3.2: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1999/2000 nach Veranstalter-typen**

- 770 (oder 9 %) bei den 13 Anbietern von Ballungsraum-TV und Regionalprogrammen,
- rund 640 (oder 7 %) bei den 41 Anbietern von sonstigen Lokalprogrammen,
- etwas mehr als 250 (oder 3 %) bei den 10 Anbietern von landesweit verbreiteten Programmen.

Gegenüber dem Jahresende 1999 verzeichneten die bundesweiten Anbieter (plus 20 % oder rund 1.450 feste Mitarbeiter) den größten Zuwachs. Auch die Zahl der festen Mitarbeiter bei den Anbietern kleinerer Lokalprogramme im Verlauf des Jahres 2000 mit 6 % und bei den Anbietern landesweiter Programme um 3 % zugenommen. Dagegen führte die prekäre wirtschaftliche Situation bei den Anbietern von Ballungsraum-TV zu einem Personalabbau von 1,5 % (Tabelle 3.2).

Die Verteilung der sonstigen Mitarbeiter auf die vier Anbietertypen unterschied sich Ende 2000 leicht von der der festen Mitarbeiter. Insbesondere die Ballungsraum- und Lokalanbieter haben einen deutlich größeren Anteil an Mitarbeitern ohne festes Arbeitsverhältnis als die anderen Anbietertypen. Dies gilt insbesondere für Praktikanten und Hospitanten.

Im Vergleich zum Jahresende 1999 hat es nur bei den bundesweiten Programmen einen Rückgang dieser Beschäftigungsgruppe gegeben (minus 5 %). Die Zahl der sonstigen Mitarbeiter bei den Landesfernseher hat stagniert. Bei den anderen beiden Anbietertypen gab es Zuwächse:

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

### **3.4 Beschäftigung im privaten Hörfunk 1999/2000**

#### 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 2000 entfiel auf diese 135 Veranstalter mit über 2.200 der 4.600 festen Mitarbeiter ein Anteil von 48 %. Bei den sonstigen Mitarbeitern waren es sogar über 60 %. Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu sonstigen Mitarbeitern beim lokalen Hörfunk lag damit bei 1 : 0,85, d. h. es war beinahe ausgeglichen.

Die 35 Veranstalter landesweiter und regionaler Programme (einschließlich Mantelprogrammanbieter) beschäftigten Ende 2000 über 1.800 feste (Anteil 39 %) und über 860 sonstige Mitarbeiter (Anteil 28 %). Das Verhältnis von festen zu sonstigen Mitarbeitern lag bei 1 : 0,5, d. h. es unterschied



	Privater Hörfunk insgesamt		Anbietergruppen				Anteile der einzelnen Anbietergruppen					
	Beschäftigte	Struktur	UKW		DAB <sup>1)</sup>		Insgesamt	UKW			DAB <sup>1)</sup>	
			bundesweit	landesweit	landesweit	lokal		bundesweit	landesweit	lokal		
	Anzahl	%	Anzahl				Anteile in %					
<b>Erwerbstätige Ende 1999</b>	4.312	-	491	1.629	2.161	31	100	11	38	50	1	
<b>Erwerbstätige Ende 2000</b>	4.631	100	539	1.823	2.220	49	100	12	39	48	1	
weiblich	2.302	50	270	898	1.120	14	100	12	39	49	1	
männlich	2.329	50	269	925	1.100	35	100	12	40	47	1	
Vollzeitbeschäftigte	3.376	73	361	1.409	1.574	32	100	11	42	47	1	
Teilzeitbeschäftigte	639	14	125	202	304	8	100	20	32	48	1	
Auszubildende	615	13	53	212	342	8	100	9	34	56	1	
Organisation/Verwaltung	680	15	90	261	316	13	100	13	38	47	2	
Verkauf/Marketing	851	18	74	370	403	4	100	9	43	47	0	
Produktion/technik	358	8	64	144	142	8	100	18	40	40	2	
Programm	2.742	59	311	1.048	1.359	24	100	11	38	50	1	
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 1999</b>	3.050	-	193	865	1.917	75	100	6	28	63	2	
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 2000</b>	3.081	100	225	864	1.882	110	100	7	28	61	4	
Praktikanten	641	21	81	259	293	8	100	13	40	46	1	
Feste freie Mitarbeiter	1.353	44	106	343	838	66	100	8	25	62	5	
Sonstige freie Mitarbeiter	1.087	35	38	262	751	36	100	3	24	69	3	
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 1999</b>	7.362	-	684	2.494	4.078	106	100	9	34	55	1	
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2000</b>	7.711	-	764	2.687	4.102	158	100	10	35	53	2	
<b>Führungskräfte Ende 2000<sup>2)</sup></b>	670	100	71	227	372	-	100	11	34	56	-	
weiblich	148	22	16	53	79	-	100	11	36	53	-	
männlich	522	78	55	174	293	-	100	11	33	56	-	
Organisation/Verwaltung	193	29	27	61	105	-	100	14	32	54	-	
Verkauf/Marketing	129	19	9	48	72	-	100	7	37	56	-	
Produktion/technik	66	10	10	27	29	-	100	15	41	44	-	
Programm	282	42	25	91	166	-	100	9	32	59	-	

1) DWJ-Schätzung auf Basis von 18 Antworten; 2) Bei DAB-Anbietern nicht erhoben.

Quelle: AKM.

DWJ Berlin / AKM 01

**Tabelle 3.3: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1999/2000 nach Anbietergruppen**

sich deutlich von dem der Lokalanbieter und entsprach mehr der Mitarbeiterstruktur des privaten Fernsehens.

Eine ähnliche Struktur wiesen Ende 2000 die 14 Veranstalter von bundesweiten Hörfunkprogrammen auf. Mit 540 festen Mitarbeitern (Anteil 12 %), und 225 sonstigen Mitarbeitern (Anteil 7 %) lag deren Relation bei 1 : 0,4.

Die Veranstaltergruppe ist allerdings heterogener als die übrigen Anbieter-typen.

Bei den 25 DAB-Anbietern waren Ende 2000 rund 50 Festangestellte und 110 sonstige Mitarbeiter tätig, d.h. die Relation betrug 1 : 2,2. Bei dieser Mitarbeiterstruktur ist allerdings zu berücksichtigen, dass diese Veranstaltergruppe bislang wegen des geringen Verbreitungsgrades von DAB-Empfängern kaum größere Einnahmen erzielen kann.<sup>13</sup>

Gegenüber Ende 1999 gab es bei allen Veranstaltertypen des privaten Hörfunks einen Zuwachs bei den festen Mitarbeitern. Bei den Lokalanbietern war er mit 3 % im Jahresvergleich am geringsten, bei den bundesweiten Anbietern mit 10 % am größten. Die Zahl der sonstigen Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber 1999 insbesondere bei den bundesweiten Anbietern (plus 18 %).

Besonderheiten in der Beschäftigtenstruktur der privaten Hörfunkanbieter betreffen die Gruppe der Lokalanbieter. Sie weist überdurchschnittliche Anteile bei den Auszubildenden und den freien Mitarbeitern auf. Bei den bundesweiten Anbietern ist die Gruppe der Teilzeitbeschäftigten besonders groß.

#### b) Regionale Unterschiede bei lokalen UKW-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 2000 deutlich über den Durchschnittswerten in den vier Flächenstaaten. In Berlin waren im Durchschnitt 37 Erwerbstätige je Sender beschäftigt, in Hamburg und Bremen – beide Stadtstaaten wurden aus Anonymisierungsgründen zusammengefasst – waren es 36. Von den vier Flächenstaaten wies Baden-Württemberg mit über 18 den höchsten Durchschnittswert bei den festen Mitarbeitern auf. Es folgen Bayern (17) und Nordrhein-Westfalens (12). In Sachsen waren im Durchschnitt lediglich 7 feste Mitarbeiter je Lokalanbieter beschäftigt.
- Auch das Verhältnis von festen zu freien Mitarbeitern zeigt regionale Unterschiede. Während in Berlin, Bremen und Hamburg rund doppelt so viele feste Mitarbeiter wie freie Mitarbeiter bei den lokalen Hörfunkveranstaltern beschäftigt waren, war diese Relation in allen Flächenstaaten

---

<sup>13</sup> Vgl. Abschnitt 4; Ende 2000 gab es in Deutschland weniger als 100.000 DAB-Empfänger.

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württemb.	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin	Bremen Hamburg
	Anzahl					
<b>Zahl der Veranstalter Ende 2000</b>	16	52	46	11	9	5
<b>Erwerbstätige Ende 1999</b>	288	873	570	65	336	169
<b>Erwerbstätige Ende 2000</b>	293	909	565	76	333	178
weiblich	154	462	281	41	166	83
männlich	139	447	284	35	167	95
Vollzeitbeschäftigte	207	625	416	50	215	145
Teilzeitbeschäftigte	40	139	50	18	91	4
Auszubildende	46	145	99	8	27	29
Organisation/Verwaltung	54	159	52	8	35	17
Verkauf/Marketing	79	163	96	6	49	26
Produktion/Technik	22	60	18	6	31	14
Programm	138	527	399	56	218	121
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 1999</b>	196	622	828	78	174	88
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 2000</b>	193	606	817	84	164	85
Praktikanten	46	131	49	12	52	22
Feste freie Mitarbeiter	99	271	313	68	54	55
Sonstige freie Mitarbeiter	48	204	455	4	58	8
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 1999</b>	484	1.495	1.398	143	510	257
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2000</b>	486	1.515	1.382	160	497	263
<b>Führungskräfte Ende 2000</b>	53	168	90	15	37	25
weiblich	15	36	20	3	6	3
männlich	38	132	70	12	31	22
Organisation/Verwaltung	17	54	13	8	11	6
Verkauf/Marketing	13	33	19	0	4	4
Produktion/Technik	5	17	2	0	4	2
Programm	18	64	56	7	18	13
<i>Quelle: AKM.</i>						DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 3.4: Beschäftigung im lokalen UKW-Hörfunk 1999/2000**

- niedriger. In Nordrhein-Westfalen und Sachsen lag die Zahl der sonstigen Mitarbeiter sogar über der der Festangestellten.
- Die Zahl der Erwerbstätigen und der sonstigen Mitarbeiter ist im Vergleich zu 1999 nur bei den Lokalanbietern in Berlin und Nordrhein-Westfalen leicht zurückgegangen. In allen anderen Bundesländern waren in dieser Anbietergruppe dagegen Zunahmen zu verzeichnen. Den mit Abstand größten Zuwachs (um über 10 %) gab es dabei in Sachsen.



## **4      Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1999/2000**

### **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 zurzeit zur Verfügung stehenden Daten stammen zudem aus dem Jahr 1999.

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 insbesondere bei einigen TV-Anbietern erst ab Mitte des Folgejahres möglich, in diesem Fall also ab Juli 2001 für das Kalenderjahr 2000.

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 2000 kein Pay-Radio auf Sendung war),
- Erträge durch rundfunknahe Aktivitäten wie Programmverkäufe und Auftragsproduktionen,
- Sonstige Einnahmen insbesondere solche aus Merchandising sowie aus selbst- bzw. mitorganisierten 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.<sup>14</sup> Bei der Erfassung der Teleshopping-Umsätze wurde dagegen nach dem Bruttoprinzip vorgegangen. Teilweise erhält der TV-Veranstalter nur Provisionseinnahmen auf den Warenwert der verkauften Produkte, teilweise werden Waren aber auch auf eigene Rechnung vertrieben, so dass der gesamte Warenwert in den Umsätzen enthalten ist.<sup>15</sup>

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 und immaterielle Investitionen,
- indirekte Steuern, die bei der Gewinnermittlung abzugsfähig sind (z. B. Grundsteuer, Gewerbesteuer, Vermögenssteuer, 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 (insbesondere für Teleshopping).

---

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

15 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.

Weiterhin wurden Informationen zu den Investitionen in Bauten und in Sachanlagen (technisches Equipment, Fahrzeuge etc.) und in immaterielle Vermögensgegenstände im Jahr 2000 erhoben.

Um die wirtschaftliche Entwicklung im Zeitablauf darstellen zu können, wurden außerdem folgende Eckwerte für das Jahr 1999 ermittelt:

- Sendeminuten,
- Eigenproduktionsanteil (Hörfunk),
- Anteil der Erstsendungen (TV),
- Gesamterträge,
- Werbe- und Sponsoringerträge,
- Gesamtaufwand.

## **4.2 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2000: Gesamtüberblick**

Die privaten Rundfunkveranstalter erzielten 2000 zusammen Erträge von rund 13,9 Mrd. DM. Etwa 12,4 Mrd. DM oder 90 % gingen davon an die 94 privaten TV-Anbieter, der Rest an die 209 privaten Hörfunkanbieter (Tabelle 4.1).<sup>16</sup>

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 79 % und im privaten Hörfunk 90 % der Gesamterträge aus Werbeaufwendungen.

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 480 Mill. DM der Werbespoterträge und ein großer Teil der Sponsoringeinnahmen der 135 lokalen Hörfunkanbieter stammten von Werbungtreibenden aus dem jeweiligen Sendegebiet. Die lokalen Werbeeinnahmen der privaten Lokal-TV-Anbieter haben 2000 knapp die Hälfte betragen.

Auch die Werbeform Sponsoring hat im privaten Hörfunk eine größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an den Gesamterträgen lag bei allen Hörfunkveranstaltern zusammen bei 6 %, bei den TV-Anbietern dagegen bei 1 %.

---

<sup>16</sup> Die Werte der TV-Anbieter enthalten nicht die Daten der Kabelanbieter in Anlagen mit weniger als 50.000 Wohneinheiten, da ihnen relativ grobe Schätzungen zugrunde liegen. Auf diese Veranstaltergruppe wird jedoch in Abschnitt 4.8 im Detail eingegangen.

	Erträge/Aufwand		Aufwands- und Ertragsstruktur		Anteile Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk
	Mill. DM		Struktur in %		Anteile in %		
<b>Betriebsergebnis</b>	-142	-343	100	100	100	100	
<b>Erträge</b>	13.896	12.444	100	100	100	100	10
Werbespots insgesamt <sup>1)</sup>	10.038	8.818	72	71	84	88	12
davon:	9.311	8.573	67	69	51	92	8
überregionale Werbung	728	246	5	2	33	34	66
regionale Werbung	170	77	1	1	6	46	54
Sponsoring/DRR	1.203	1.203	9	10	0	100	0
Abonnementsgebühren	388	378	3	3	1	97	3
Auftragsproduktionen für Dritte	22	18	0	0	0	83	17
Fördermaßnahmen	2.076	1.950	15	16	9	94	6
Sonstige Erträge	852	852	6	7	0	100	0
darunter: Teleshopping							
<b>Aufwand</b>	14.038	12.787	100	100	100	91	9
Personalkosten	1.456	1.121	10	9	27	77	23
Vergütungen	347	271	2	2	6	78	22
Sachkosten <sup>1)</sup>	11.879	11.133	85	87	60	94	6
Abschreibungen/Steuern	357	262	3	2	8	73	27
<b>Investitionen</b>	221	170	100	100	100	77	23
Sachanlagen	138	91	62	88	85	66	34
Bauten	83	79	38	12	15	95	5
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	99	97	-	-	-	-	-

1) Ohne Provisionen für Werbemittler.  
Quellen: AKM; DIW Berlin.

DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 4.1: Wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks 2000**

Mit Teleshopping wurden Erträge in Höhe von knapp 850 Mill. DM erzielt. Der Wert der auf eigene Rechnung erworbenen Handelsware selbst ist – wie oben erläutert – hierbei eingerechnet. Der starke Anstieg dieser Ertragskategorie in den letzten Jahren geht überwiegend auf die beiden Teleshopping-Kanäle zurück (H. O.T, QVC), die in Deutschland seit 1996 bzw. 1997 auf Sendung sind.



Ende 2000 gab es 9 private TV-Veranstalter, die sich primär über Abonnenten zu finanzieren versuchten. Davon ließen 7 ihre Programme im Rahmen des Premiere World-Paketes mitvermarkten. Ein Anbieter vermarktete sein Programm über das Digitalpaket der DTAG. Auf Pay-TV-Einnahmen entfielen 2000 rund 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 18 Mill. DM unter einem Prozentpunkt. Dagegen erbrachten Erträge aus Auftragsproduktionen für Dritte, zusammen rund 380 Mill. DM Umsatz (3 % der Gesamterträge). Weitere 4 % der Erträge der TV-Veranstalter und 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 2000 rund 140 Mill. DM über den betrieblichen Erträgen. Die Herstellung und Verbreitung der TV-Programme kostete die 94 privaten Veranstalter rund 12,8 Mrd. DM, für die 209 Hörfunkprogramme der privaten Veranstalter wurden 1,25 Mrd. DM aufgewendet.

Die Kostenstrukturen von TV- und Hörfunkanbietern unterscheiden sich dabei deutlich. Der Personalaufwand (1,1 Mrd. DM) spielte im privaten Fernsehen eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 10 %, rechnet man die Vergütungen für die nicht fest angestellten Mitarbeiter hinzu (zusammen 270 Mill. DM) bei 12 %. Im privaten Hörfunk betrug der Kostenanteil der festen Mitarbeiter (335 Mill. DM) allein 27 %. Insgesamt wendeten die Hörfunkveranstalter für ihre festen und sonstigen Mitarbeiter im Jahr 2000 rund 410 Mill. DM auf – zusammen ein Anteil von 33 %. Das niedrigere Gewicht von Eigenproduktionen im Fernsehen im Vergleich zum Hörfunk zeigt sich auch am jeweiligen Sachkostenanteil. Dieser lag im Fernsehen mit Ausgaben von 11,1 Mrd. DM bei nahezu 87 %. Im Hörfunk entfielen mit 0,75 Mrd. DM dagegen nur 60 % der gesamten Aufwendungen auf den Kauf von Rechten sowie von Waren und Dienstleistungen anderer Unternehmen.

Betriebliche Erträge und Aufwendungen glichen sich damit 2000 für den gesamten privaten Rundfunk annähernd aus. Während allerdings die Hörfunkanbieter auf einen Überschuss von 200 Mill. DM kamen, erwirt-

schafteten die TV-Anbieter zusammen einen Verlust von über 340 Mill. DM. Setzt man diese absoluten Beträge zum jeweiligen Gesamtaufwand ins Verhältnis, so errechnet sich für den privaten Hörfunk ein Kostendeckungsgrad von 116 % (bzw. eine Umsatzrendite von 16 %), für die privaten TV-Anbieter ein Kostendeckungsgrad von 97 %.

## **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 2000 wurden, wie die Beschäftigtendaten, für folgende Anbietertypen ausgewertet:

- die 30 Veranstalter, die Ende 2000 insgesamt 50 analoge und digitale TV-Programme mit bundesweiter Verbreitung sendeten,
- die 64 Veranstalter von Programmen mit regionaler Verbreitung, darunter die 10 Veranstalter von 14 sog. Landesfenstern auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter,
- die 13 Veranstalter von TV-Programmen mit einem regionalen Sendebereich (davon 11 in städtischen Ballungsräumen) und
- die 41 Veranstalter mit lokalem Sendebereich (ohne Kabelanlagen mit weniger als 50.000 Wohneinheiten).

### 4.3.2 Wirtschaftliche Lage der bundesweiten privaten TV-Anbieter

Die Gruppe der bundesweiten Anbieter (Tabelle 4.2) erzielte 2000 insgesamt einen Verlust von 218 Mill. DM, dies entsprach einem Kostendeckungsgrad von 98 %, wobei allerdings nur 15 der 30 Veranstalter Betriebsgewinne auswiesen. Klammert man die Teleshopping-Anbieter aus der Betrachtung aus, so stammten die Erträge der bundesweiten privaten Free-TV-Anbieter 2000 fast ausschließlich (zu mehr als 90 %) aus überregionaler Werbung. Im Durchschnitt wurden für jedes der insgesamt 50 bundesweit verbreiteten Programme fast 250 Mill. DM aufgewendet. Dies ist über die Hälfte des Aufwandes wie für alle landesweiten, regionalen und lokalen Angebote zusammen<sup>17</sup> (Tabelle 4.3). Das Kostenniveau je Minute Erstsendung lag

---

17 Berücksichtigt man zusätzlich, dass von den 30 Veranstaltern 4 lediglich bundesweite Fensterprogramme mit wenigen Programmstunden pro Woche produzieren, so liegt der durchschnittliche Aufwand für die bundesweiten 24-Stunden-Programme noch höher.

	TV- Anbietertypen bundesweit					zum Vergleich:
	Insgesamt	Free-TV-Voll- programme	Free-TV-Sparten- programme	Pay-TV- Programme	Übrige	Privat-TV insgesamt
	Mill. DM					
<b>Betriebsergebnis 2000</b>	-218	1.105	-325	-1.004	6	-343
<b>Erträge 2000</b>	12.177	8.518	1.137	1.699	822	12.444
Werbespots insgesamt <sup>1)</sup>	8.709	7.819	868	18	4	8.818
davon:						
überregionale Werbung	8.526	7.807	699	18	3	8.573
regionale Werbung	183	12	169	0	1	246
Sponsoring	55	5	50	0	0	77
Abonnementsgebühren	1.203	0	0	1.203	0	1.203
Auftragsproduktionen für Dritte	294	261	0	11	22	378
Sonstige Erträge	1.916	399	160	468	889	1.968
darunter: Teleshopping	852	a	a	0	a	-
<b>Aufwand 2000</b>	12.395	7.413	1.462	2.706	813	12.787
Personalkosten	1.007	550	170	190	97	1.121
Vergütungen	240	129	54	53	4	271
Sachkosten <sup>1)</sup>	10.907	6.577	1.218	2.412	700	11.133
davon:						
Käufe von TV-Lizenzen, anderen Rechten und fertigen Programmen	4.448	2.571	328	1.545	4	-
Kosten von Auftragsproduktionen	3.565	3.040	441	55	28	-
Kosten der technischen Programmverbreitung	519	177	130	184	28	-
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	2.376	789	320	626	641	-
Abschreibungen/Steuern	241	157	20	50	13	262
<b>Kostendeckungsgrad 2000</b>	98	115	78	63	101	97
darunter:						
Zahl der Anbieter über 100 %	15	6	2	Anzahl 3	4	43
Zahl der Programme Ende 2000	50	6	11	Anzahl 27	6	118
Sendestunden im Jahr	435.283	52.598	94.234	Stunden 254.902	288.451	694.784
davon: Erstsendungen	158.046	42.703	56.678	64.690	58.664	246.406
Erträge je Programm	243,5	1.419,7	103,4	Mill.DM 62,9	137,0	105,5
Aufwand je Programm	247,9	1.235,5	132,9	100,2	135,5	108,4
Aufwand je Sendeminute	475	2.349	259	DM 197	47	307
Aufwand je Min. Erstsendung	1.307	2.893	430	697	231	865
<b>zum Vergleich:</b>				Mill. DM		
<b>Betriebsergebnis 1999</b>	-396	876	-190	-1.068	-13	-478
<b>Erträge 1999</b>	10.080	7.718	808	1.014	540	10.355
darunter: Werbeerträge	7.834	7.161	666	4	3	7.934
<b>Aufwand 1999</b>	10.476	6.843	998	2.083	553	10.834
<b>Kostendeckungsgrad 1999</b>	96	113	81	% 49	98	96

(1) Ohne Provisionen für Werbemittler.  
Quellen: AKM; DIW Berlin.

DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 4.2: Wirtschaftliche Situation der bundesweiten TV-Programme 1999/2000**

	Free-TV-Programme		Pay-TV-Programme	
	Stunden	Anteile in %	Stunden	Anteile in %
<b>Sendestunden insgesamt</b>	165.140	100	254.902	100
<i>darunter:</i>				
Werbespots, Sponsoreinblendungen und Dauerwerbesendungen	15.124	9	440	0
<b>Programmstunden</b>	147.623	100	254.462	100
<i>davon:</i>				
Fiction-Programme	35.777	24	156.190	61
Musikprogramme	32.885	22	16.746	7
Sonst. Unterhaltungsprogramme	10.043	7	27.413	11
Sportprogramme	10.750	7	27.739	11
Informationsprogramme	35.187	24	17.129	7
nicht zuzuordnende Programme	22.982	16	9.245	4
<i>davon:</i>				
Eigenproduktionen	68.940	47	19.487	8
Auftragsproduktionen	18.179	12	10.452	4
Programmkäufe	45.205	31	224.523	88
unentgeltlich	15.299	10	0	0
<i>darunter:</i>				
Erstsendungen (ohne Werbung)	112.680	76	64.690	25
<i>Quelle:</i> DIW Berlin.	DIW Berlin 01			

**Tabelle 4.3: Programmstruktur der bundesweiten privaten TV-Programme 2000**

2000 bei den bundesweiten Anbietern mit rund 1.300 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 11 werbefinanzierten Spartenprogramme, der 9 Pay-TV-Anbieter und der übrigen Programme getrennt betrachtet. Der folgende Vergleich beschränkt sich auf die werbefinanzierten Free-TV-Voll- und Spartenprogramme, da die beiden Gruppen der Pay-TV- und der übrigen Anbieter (zwei Teleshopping- und vier bundesweite Fensterprogramme) jeweils zu heterogen ist, um die Durchschnittswerte sinnvoll interpretieren zu können:

- Während die Free-TV-Vollprogramme zusammen einen Überschuss von 1,1 Mrd. DM erreichten (dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 115 %), mussten die Anbieter der werbefinanzierten Spartenprogramme zusammen Verluste von 325 Mill. DM hinnehmen und konnten nur 78 % ihrer Aufwendungen durch Erträge decken. Die Werbeerträge dieser 11 Programme betragen dabei mit rund 870 Mill. DM nur etwas mehr als ein Zehntel der Werbeerträge der 6 Vollprogramm-Anbieter.

- Der durchschnittliche Aufwand je TV-Vollprogramm lag mit über 1,2 Mrd. DM rund neun mal so hoch wie der durchschnittliche Aufwand der Spartenprogramm-Anbieter (133 Mill. DM).
- Auch das Kostenniveau der Vollprogramme betrug mit rund 2.900 DM je Minute Erstsending nahezu das Siebzehnfache des Minutenaufwandes der Anbieter von Spartenprogrammen (430 DM).

Der Sachkostenblock war bei den bundesweiten Anbietern am größten und erreichte zusammen 10,9 Mrd. DM:

- Für die Verbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Frequenzen wurden mit rund 520 Mill. DM etwas mehr als 4 % der Gesamtaufwendungen ausgegeben. Dieser Anteil war bei den insgesamt kostengünstigeren Spartenprogrammen allerdings deutlich höher. Er lag dort bei 9 %.
- Knapp 3,6 Mrd. DM, d. h. 29 % der Gesamtaufwendungen, wurde für insgesamt rund 37.800 Stunden Auftragsproduktionen ausgegeben. Bei den Spartenprogrammen war dieser Anteil mit 30 % deutlich niedriger als bei den Vollprogrammen (41 %).
- Der größte Anteil des Sachkostenblocks entfiel mit fast 36 % der Gesamtaufwendungen auf den Kauf fertiger Sendungen, genauer auf den Erwerb der notwendigen Lizenzen zur Ausstrahlung fremder Programme. Für die rund 231.000 Stunden an Kaufprogrammen (darunter allein 215.800 Stunden im Pay-TV), die 2000 ausgestrahlt wurden, gaben die bundesweiten TV-Anbieter 4,4 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 1.570 DM mehr als fünfmal so teuer wie Kaufprogramme mit 320 DM. Diese Differenz erklärt sich unter anderem durch die zurzeit im Vergleich zum Free-TV noch relativ niedrigen Lizenzkosten im Pay-TV. Während Programmkäufe im Free-TV rund 31 % des Gesamtangebotes bei den bundesweiten TV-Anbietern ausmachten, waren es im Pay-TV 85 %.

Das Gesamtprogramm der privaten bundesweiten TV-Anbieter war auch 2000 überwiegend unterhaltungsorientiert. Den Kategorien Fiction-Programme, Musikprogramme, sonstige Unterhaltungsprogramme und Sportprogramme wurden nach Abzug der Werbung zusammen fast drei Fünftel der ausgestrahlten Sendestunden zugeordnet. Allein Fiction-Programme (Spielfilme, TV-Filme, TV-Serien, Cartoons etc.) machten 24 % des Free-TV-Gesamtangebotes aus. Auf Informationssendungen entfielen jedoch

ebenfalls 24 % der Sendezeit. Im Pay-TV-Angebot dominieren Fiction-Programme noch stärker. Ihr Anteil lag 2000 bei 61 %.

Die wirtschaftliche Lage der bundesweiten TV-Veranstalter hat sich gegenüber 1999 leicht verbessert. Dies gilt allerdings für die einzelnen Anbietertypen in sehr unterschiedlichem Maße:

- die sechs Free-TV-Vollprogrammanbieter konnten ihren Betriebsgewinn erneut steigern (von 875 Mill. DM auf 1.105 Mill. DM), wobei die Werbeerträge um 9 % stiegen
- die neun Free-TV-Spartenprogrammanbieter steigerten ihre Werbeerträge um über 40 %, ihre Betriebsverluste nahmen jedoch ebenfalls zu (von minus 190 Mill. DM auf minus 325 Mill. DM)
- Pay-TV blieb stark defizitär, obwohl die Erträge um 67 % zunahmen. Der Betriebsverlust sank zwar leicht, betrug 2000 aber immer noch über 1 Mrd. DM.
- Die übrigen bundesweiten TV-Veranstalter verbesserten ihre Ertragslage ebenfalls geringfügig. Ihre Erträge wuchsen um über 50 %. Der Betriebsgewinn lag 2000 jedoch nur bei 6 Mill. DM.

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

Die Anbieter landesweiter Programme hatten 2000 einen Kostendeckungsgrad von 112 %. Je Programm wurden im Durchschnitt 7,6 Mill. DM im Jahr aufgewendet. Je Minute Erstsending wurden in dieser Anbietergruppe durchschnittlich 1.440 DM ausgegeben. Dieser Betrag lag damit fast 24-mal so hoch wie bei den Ballungsraumsendern und 34-mal so hoch wie 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 ausgestrahlt wird. Ein Teil dieser Veranstalter hat in einem erheblichen Umfang Erträge aus Programmverkäufen an ihre Muttergesellschaft angegeben. Nimmt man allein die Werbeerträge dieser Anbietergruppe, so deckten diese im Durchschnitt nur knapp ein Viertel der Aufwendungen (Tabelle 4.4).

Die Gruppe der 13 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 38 % und erzielte damit das schlechteste wirtschaftliche Ergebnis unter den privaten Anbietern mit regional verbreiteten Programmen.

	TV- Anbietertypen regional				zum Vergleich:
	Insgesamt	Landesweit	Ballungsraumsender	Lokalanbieter	Privat-TV insgesamt
<b>Betriebsergebnis 2000</b>	-125	12	Mill. DM -133	-5	-343
<b>Erträge 2000</b>	267	119	81	68	12.444
Werbespots insgesamt <sup>1)</sup>	109	26	46	38	8.818
davon:					
überregionale Werbung	46	22	21	4	8.573
regionale Werbung	63	4	25	34	246
Sponsoring/Teleshopping	22	0	15	7	77
Abonnementsgebühren	0	0	0	0	1.203
Auftragsproduktionen für Dritte	83	70	10	3	378
Fördermaßnahmen/Teilnehmerentgelte	18	4	2	12	18
Sonstige Erträge	34	18	8	8	1.950
<b>Aufwand 2000</b>	392	107	213	72	12.787
Personalkosten	114	31	56	27	1.121
Vergütungen	31	7	16	9	271
Sachkosten <sup>1)</sup>	226	66	129	31	11.133
Abschreibungen/Steuern	21	4	12	5	262
<b>Kostendeckungsgrad 2000</b>	68	112	% 38	94	97
darunter:			Anzahl		
Zahl der Anbieter über 100 %	28	9	2	17	37
Zahl der Programme Ende 2000	68	14	Anzahl 13	41	118
Sendestunden im Jahr	259.502	1.499	Stunden 106.267	151.736	694.784
davon: Erstsendungen	88.360	1.232	58.488	28.640	246.406
Erträge je Programm	3,9	8,5	Mill. DM 6,2	1,6	105,5
Aufwand je Programm	5,8	7,6	16,4	1,8	108,4
Aufwand je Sendeminute	25	1.186	DM 33	8	307
Aufwand je Min. Erstsendung	74	1.443	61	42	865
<i>zum Vergleich:</i>			Mill. DM		
<b>Betriebsergebnis 1999</b>	-83	16	-98	-1	-478
<b>Erträge 1999</b>	275	125	84	66	10.355
darunter: Werbeerträge	101	28	40	33	7.934
<b>Aufwand 1999</b>	358	109	182	67	10.834
<b>Kostendeckungsgrad 1999</b>	77	114	% 46	99	96

1) Ohne Provisionen für Werbemittler.

Quellen: AKM; DIW Berlin.

DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 4.4: Wirtschaftliche Situation der regionalen TV-Programme 1999/2000**

Einer der Gründe liegt auf der Kostenseite. Die Ballungsraumprogramme, die überwiegend als regionale 24-Stunden-Angebote konzipiert sind, waren mit durchschnittlich 16,4 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 2000 den Ballungsraumsendern nicht gelungen, in nennenswertem Umfang Werbeerträge aus überregionaler Werbung zu akquirieren (insgesamt nur 21 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 nur 45 % ihres Programmes täglich neu produzieren, konnten sie mit rund 60 DM je Minute im Durchschnitt weniger als ein Zehntel der Beträge in ihre Erstsendungen investieren, die den Anbietern von bundesweiten und landesweiten Free-TV-Programmen zur Verfügung stehen.

Die Gruppe der 41 Lokalanbieter erreichte 2000 einen Kostendeckungsgrad von 94 %. Allerdings haben sich auch die Lokalanbieter nur zu 63 % 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 17 %.

Die Wirtschaftslage der privaten TV-Anbieter mit regional verbreiteten Programmen hat sich damit insgesamt gegenüber 1999 leicht verschlechtert. Wie bei den bundesweiten Anbietern gilt dies für die drei Anbietertypen allerdings in unterschiedlichem Maße:

- bei den Anbietern landesweiter Programme sanken die Betriebsgewinne von 16 auf 12 Mill. DM,
- die Veranstalter der Ballungsraumsender steigerten ihre Werbeerträge zwar um 18 %, ihre Verluste nahmen aber gleichzeitig von minus 98 auf minus 133 Mill. DM zu,
- den Lokalanbietern gelang es ebenfalls ihre Werbeerträge um über 15 % zu steigern, auch hier erhöhten sich jedoch die Defizite von minus 1 Mill. DM im Jahr 1999 auf minus 5 Mill. DM.



## 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 1999 und 2000 wurden für vier unterschiedliche Anbietertypen ausgewertet (Tabelle 4.5):

- für die 14 Veranstalter von Programmen mit bundesweiter Verbreitung,
- für die 35 Veranstalter landesweit verbreiteter Programme, einschließlich Mantelprogramme und fünf regionaler Veranstalter in Brandenburg, Baden-Württemberg und Niedersachsen,
- für die 135 Veranstalter von Programmen mit lokaler Verbreitung in den Stadtstaaten und den Flächenstaaten Baden-Württemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen und Sachsen,
- für die 25 DAB-Anbieter in Baden-Württemberg, Bayern (allein 19), Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.

Weitaus am profitabelsten wirtschaftete erneut die Gruppe der landesweiten UKW-Anbieter. Sie erreichte 2000 einen Kostendeckungsgrad von 130 %, obwohl sie mit durchschnittlich 18,5 Mill. DM je Programm die vergleichsweise höchsten Kosten hatte. Lediglich 10 Anbieter dieses Typs waren in der Verlustzone. Erträgen von 840 Mill. DM standen Aufwendungen von 650 Mill. DM gegenüber. Die Programme wurden nahezu vollständig selbst produziert, der Anteil der gekauften Programmteile und Programmübernahmen lag unter 6 %. Je eigenproduzierter Minute wurden im Durchschnitt 41 DM aufgewendet. Überraschend hoch war mit 230 Mill. DM der Anteil der regionalen Werbeerträge, die immerhin 30 % der gesamten Werbeerträge dieses Veranstaltertyps ausmachten. Werbung und Sponsoring hatten insgesamt einen Anteil von 94 % an den Gesamterträgen.

Dagegen lagen die Einnahmen der 135 Anbieter lokaler UKW-Hörfunkprogramme 2000 mit 500 Mill. DM nur geringfügig über den Aufwendungen von 460 Mill. DM. Der Kostendeckungsgrad dieser Gruppe betrug damit 108 %. Zwei Fünftel der Lokalanbieter war allerdings in der Verlustzone. Für die lokalen Hörfunkanbieter hatten die Erträge aus lokaler Werbung mit fast 50 % der Gesamteinnahmen naturgemäß die größte Bedeutung. Immerhin rund 37 % der Erträge entfielen 2000 aber auch auf überregionale Werbung. Vergleichsweise hoch (über 9 %) war auch der Anteil aus Sonderwerbformen. Je Programm wurden im Durchschnitt 3,4 Mill. DM aufgewendet. Der Anteil der Programmübernahmen war mit rund 27 % relativ hoch. Pro eigenproduzierte Minute wurden durchschnittlich 11 DM aus-

	Hörfunk insg.		Anbietertypen			DAB
	Beträge	Struktur	bundesweit	UKW landesweit <sup>1)</sup>	lokal	
<b>Betriebsergebnis 2000</b>	Mill. DM 200	% -		Mill. DM 194	36	-11
<b>Erträge 2000</b>	1.452	100	109	842	499	3
Werbespots insgesamt	1.220	84	51	751	418	1
<i>davon:</i>						
überregionale Werbung	739	51	34	522	183	0
regionale Werbung	482	33	17	229	235	1
Sponsoring/Direct Response Radio	92	6	9	36	47	0
Auftragsproduktionen für Dritte	10	1	0	8	2	
Fördermaßnahmen	4	0	1	1	2	
Sonstige Erträge	126	9	47	48	31	
<b>Aufwand 2000</b>	1.252	100	127	648	463	14
Personalkosten	335	27	37	144	152	2
Vergütungen	76	6	9	30	36	1
Sachkosten	746	60	76	420	240	10
Abschreibungen/Steuern	95	8	6	54	34	1
<b>Investitionen 2000</b>	51	100	6	25	18	1
Sachanlagen	47	92	6	22	18	1
Bauten	4	8	0	3	1	0
			%			
<b>Kostendeckungsgrad 2000</b>	116	-	86	130	108	20
<i>davon:</i>	Anzahl					
unter 80 %	36	-	7	5	24	20
80 bis 99 %	38	-	3	5	30	0
100 bis 119 %	54	-	2	9	43	5
über 120 %	56	-	2	16	38	0
Zahl der Programme Ende 2000	209	-	14	Anzahl 35	135	25
				Stunden		
Sendestunden im Jahr	1.692.406	-	117.728	280.592	1.122.992	171.094
<i>darunter:</i> Eigenproduktionen	1.218.812	-	106.109	264.505	702.370	145.828
				Mill. DM		
Erträge je Programm	6,9	-	7,8	24,1	3,7	0,1
Aufwand je Programm	6,0	-	9,1	18,5	3,4	0,6
				DM		
Aufwand je Sendeminute	12	-	18	39	7	1
Aufwand je Min. Eigenproduktion	17	-	20	41	11	2
<i>zum Vergleich:</i>				Mill. DM		
<b>Betriebsergebnis 1999</b>	170	-	-15	173	15	-4
<b>Erträge 1999</b>	1.322	-	89	772	461	1
<i>darunter:</i> Werbeerträge	1.116	-	40	688	387	0
<b>Aufwand 1999</b>	1.153	-	103	599	446	5
			%			
<b>Kostendeckungsgrad 1999</b>	115	-	86	129	103	20

1) Einschließlich Regionalsender in Brandenburg, Baden-Württemberg und Niedersachsen.  
Quelle: AKM.

DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 4.5: Wirtschaftliche Situation des privaten Hörfunks 1999/2000**

gegeben. Dies ist lediglich ein Viertel des Aufwandes der landesweiten Anbieter.

Die Gruppe der 14 bundesweiten Hörfunkanbieter konnte ihre Kosten 2000 insgesamt nur zu 86 % decken. Die Gruppe der bundesweiten Anbieter ist am heterogensten und umfasst neben Spartenmusikanbietern auch ein religiöses Programm und ein sog. Einkaufsradio, das spezielle Programme für Verbrauchermärkte und Filialisten anbietet. Insgesamt waren 10 der 14 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 zusätzlicher Radioprogramme nicht nutzt. Am erfolgreichsten sind deshalb Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme, die zusätzlich über terrestrische Verbreitungsmöglichkeiten verfügen. Die Produktionskosten je eigenproduzierter Sendeminute lagen 2000 mit durchschnittlich 20 DM etwa halb so hoch wie die der landesweiten Veranstalter und rund doppelt so hoch wie die der Lokalanbieter.

Die Gruppe der DAB-Anbieter kam 2000 auf einen Verlust von über 10 Mill. DM. Erträge von 3 Mill. DM, darunter lediglich knapp 1 Mill. DM Werbung, standen Aufwendungen von 14 Mill. DM gegenüber. Trotz sehr geringer Kosten von rechnerisch nur 1 DM je Sendeminute (ein Teil der Programme wird auch analog ausgestrahlt) führt die geringe Verbreitung von DAB-Empfängern zu einem massiven Ertragsproblem und entsprechenden Verlusten.

Im Vergleich zu 1999 hat sich außer bei den DAB-Veranstaltern die wirtschaftliche Lage der übrigen drei Veranstaltertypen des privaten Hörfunks verbessert. Insbesondere die Betriebsgewinne der landesweiten Anbieter haben sich zusammen von 173 Mill. DM im Jahr 1999 auf 194 Mill. DM im Jahr 2000 erhöht. Ursächlich waren vor allem höhere Werbeerträge, die gegenüber 1999 um 12,5 % zunahmen. Auch die lokalen UKW-Hörfunkanbieter erhöhten ihren Betriebsgewinn von 15 Mill. DM auf 36 Mill. DM im Jahr 2000. Hier konnten die Werbeerträge gegenüber 1999 um 8 % gesteigert werden.

Auf Basis der Anbieterangaben können Programm- und Kostenstruktur von landesweiten und lokalen UKW-Programmen für 2000 detaillierter aufgeschlüsselt werden (Tabelle 4.6). Für die sehr heterogene Gruppe der bundesweiten Anbieter und ihre DAB-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 2000 über 41 % des Gesamtaufwandes, bei den landesweiten Anbietern dagegen nur 27 %. Für letztere hatten insbesondere die Kosten der technischen Verbreitung und die Ausgaben für Verwertungsgesellschaften mit 8 % bzw. 13 % des Gesamtaufwandes ein deutlich höheres Gewicht als bei den Lokalanbietern. Dort lagen die entsprechenden Anteile nur bei 4 % bzw. 8 %.

	Landesweite <sup>1)</sup>		Lokale	
	Mill. DM	%	Mill. DM	%
<b>Gesamtaufwand</b>	648,2	100	462,7	100
Personalkosten	143,7	22	152,3	33
Vergütungen	30,4	5	36,4	8
Sachkosten insg.	420,5	65	239,8	52
<i>davon:</i>				
Programmkäufe	104,7	16	44,6	10
Verwertungsgesellschaften	84,5	13	37,8	8
Kosten der technischen Programmverbreitung	54,0	8	19,0	4
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	177,3	27	138,4	30
Abschreibungen/Steuern	53,6	8	34,2	7

1) Einschließlich Regionalsender in Brandenburg, Baden-Württemberg und Niedersachsen.  
Quelle: AKM. DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 4.6: Kostenstruktur der privaten UKW-Hörfunkprogramme 2000**

	Landesweite <sup>1)</sup>		Lokale	
	Std.	%	Std.	%
<b>Programmstunden insgesamt</b>	280.592	100	1.122.992	100
<i>davon:</i>				
Musik	200.343	71	781.602	70
Wort	56.118	20	243.689	22
Werbung	24.131	9	97.700	9
<i>darunter:</i>				
Eigenproduktion	264.505	94	702.370	63

1) Einschließlich Regionalsender in Brandenburg, Baden-Württemberg und Niedersachsen.  
Quelle: AKM. DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 4.7: Programmstruktur der privaten UKW-Hörfunkprogramme 2000**

Unterschiede in der Programmstruktur gab es zwischen beiden Anbieter-typen hingegen außer beim Anteil der Kaufprogramme und Programm-übernahmen so gut wie nicht. Der Wortanteil war mit 20 % bzw. 22 % fast gleich. Der Musikanteil lag bei den landesweiten UKW-Anbietern bei 71 % und bei den Lokalanbietern bei etwa 70 %. Der Werbeanteil war bei beiden Gruppen gleich. (Tabelle 4.7)

#### 4.4.2 Wirtschaftliche Lage der Lokalanbieter in verschiedenen Regionen

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

- Der durchschnittliche Kostendeckungsgrad der UKW-Lokalanbieter streut zwischen den Bundesländern nicht mehr so stark wie in der Vergangenheit. Im Jahr 2000 lagen die Werte bei 105 % in Baden-Württemberg, 108 % in Bayern, 107 % in Berlin, 108 % in Hamburg und 106 % in Nordrhein-Westfalen. Lediglich Sachsen fiel mit 129 % aus dem Rahmen.
- Während sich die wirtschaftliche Situation in allen Flächenstaaten gegenüber 1999 verbesserte, hat sie sich in den Stadtstaaten leicht verschlechtert. Die Verbesserung des durchschnittlichen Kostendeckungsgrades in Nordrhein-Westfalen ist dabei auf deutliche Ertragssteigerungen und weniger auf Kostensenkungsprogramme zurückzuführen.
- Auffällig ist, dass in den Stadtstaaten je Programm im Durchschnitt mit über 11 Mill. DM (Berlin) bzw. über 9 Mill. DM (Bremen und Hamburg) ein Mehrfaches der durchschnittlichen Beträge der Lokalanbieter in den vier Flächenstaaten ausgegeben wird. Ein Grund für dieses höhere Kostenniveau ist der vergleichsweise leichtere Zugang zu überregionalen Werbegeldern. Deren Anteil an den Gesamterträgen lag 2000 in Berlin bei 60 %, in Hamburg und Bremen sogar bei 70 %. Hingegen stammten in Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen nur zwischen 23 % und 40 % der Erträge aus dieser Einnahmequelle.

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württemb.	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin	Bremen Hamburg
	Mill. DM					
<b>Betriebsergebnis 2000</b>	3	12	9	5	7	4
<b>Erträge 2000</b>	63	162	145	22	107	50
Werbespots insg.	52	130	124	17	95	43
davon:						
überregionale Werbung	24	42	50	4	57	30
regionale Werbung	28	88	74	13	38	13
Sponsoring/Direct Response	6	18	13	4	6	4
Auftragsproduktionen für Dritte	1	1	0	0	0	0
Fördermaßnahmen	1	1	0	0	0	0
Sonstige Erträge	3	13	8	0	5	4
<b>Aufwand 2000</b>	60	151	137	17	100	47
Personalkosten	20	56	43	5	22	14
Vergütungen	4	11	12	4	5	3
Sachkosten	33	74	73	8	62	25
Abschreibungen/Steuern	3	10	8	1	11	5
<b>Kostendeckungsgrad 2000 <sup>1)</sup></b>	105	108	106	129	107	108
davon:				%		
unter 80 %	2 (5)	5 (9)	11 (11)	2 (0)	1 (5)	2 (3)
80 bis 99 %	5 (6)	15 (9)	6 (6)	2 (1)	1 (1)	2 (0)
100 bis 119 %	7 (4)	20 (23)	14 (15)	1 (5)	5 (0)	0 (1)
über 120 %	2 (0)	12 (12)	15 (15)	6 (4)	2 (2)	1 (1)
Zahl der Programme Ende 2000	16	52	46	11	9	5
	Stunden					
Sendestunden im Jahr	139.776	406.640	393.120	96.096	65.156	43.680
davon: Eigenproduktion	102.473	316.501	115.665	81.157	63.722	43.505
	Mill.DM					
Erträge je Programm	3,9	3,1	3,2	2,0	11,9	10,1
Aufwand je Programm	3,7	2,9	3,0	1,6	11,1	9,4
	DM					
Aufwand je Sendeminute	7	6	6	3	26	18
Aufwand je Min. Eigenproduktion	10	8	20	4	26	18
<i>zum Vergleich:</i>	Mill.DM					
<b>Betriebsergebnis 1999</b>	1	10	-2	3	11	4
<b>Erträge 1999</b>	55	158	131	20	98	49
<b>Aufwand 1999</b>	55	148	132	17	87	45
<b>Kostendeckungsgrad 1999</b>	101	107	99	118	112	110
	%					

1) Die Werte für 1999 stehen in Klammern.  
Quelle: AKM.

DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 4.8: Erträge und Aufwendungen im lokalen UKW-Hörfunk 1999/2000**

## **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.<sup>18</sup>
- 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 2000 waren bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 29.250 feste Mitarbeiter beschäftigt und damit nahezu doppelt so viel wie bei den privaten Rundfunkveranstaltern. Der Personalbestand des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stagniert damit seit Jahren. Im Vergleich zum Jahresende 1999 ging die Erwerbstätigenzahl um 450 zurück (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

---

18 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	Hörfunk
	Beschäftigte	Struktur	(z.T. geschätzt)	(z.T. geschätzt)
	Anzahl	Anteile in %	Anzahl	
<b>Erwerbstätige Ende 1999</b>	29.694	-	17.103	12.591
<b>Erwerbstätige Ende 2000</b>	29.255	100	17.105	12.150
weiblich	12.965	44	7.515	5.450
männlich	16.290	56	9.590	6.700
Vollzeitbeschäftigte	25.143	86	14.714	10.429
Teilzeitbeschäftigte	3.051	10	1.781	1.270
Auszubildende	1.061	4	610	451
Organisation/Verwaltung	5.650	19	3.450	2.200
Verkauf/Marketing	0	0	0	0
Produktion/Technik	10.500	36	7.928	2.572
Programm	11.162	38	4.621	6.541
Nicht zurechenbar	1.943	6	1.106	837
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 1999</b>	19.372	-	11.892	7.480
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 2000</b>	19.564	100	12.010	7.554
Praktikanten	3.581	18	2.563	1.018
Feste freie Mitarbeiter	11.468	59	6.711	4.757
Sonstige freie Mitarbeiter	4.515	23	2.736	1.779
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 1999</b>	49.066	-	28.995	20.071
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2000</b>	48.819	100	29.115	19.704
<b>Führungskräfte Ende 2000</b>	1.803	100	1.022	781
weiblich	322	18	188	134
männlich	1.481	82	834	647
Organisation/Verwaltung	328	18	195	133
Verkauf/Marketing	0	0	0	0
Produktion/Technik	291	16	217	74
Programm	1.046	58	537	509
Nicht zurechenbar	138	5	73	65

Quellen: HBI; Schätzungen des DIW Berlin.

DIW Berlin / HBI 01

**Tabelle 5.1: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1999/2000**

abzeichnende Entwicklung auf die beiden anderen Anstalten übertragen lässt. Danach hat die Gesamtzahl der sonstigen Mitarbeiter im Verlauf des Jahres 2000 um rund 1 % auf knapp 19.560 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 durchschnitt-

lichen Arbeitswoche gefragt wurde. Manchmal wurden alle Honorarverträge des Monats Dezember angegeben, in zwei Fällen sogar die des gesamten Jahres 2000. Das DIW hat versucht, diese Werte entsprechend zu korrigieren. Insgesamt lag die Zahl mit rund 4.500 doppelt so hoch wie beim privaten Rundfunk. Bei den sog. festen Freien (Ende 2000 waren knapp 11.500 beschäftigt) war die Zahl der im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Beschäftigten fast dreimal so hoch wie bei den Privaten.

Die Struktur der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wies Ende 2000 folgende Unterschiede zum privaten Rundfunk auf:

- Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten lag mit 86 % höher als im privaten Rundfunk (73 %) und entsprach damit dem in der Gesamtwirtschaft.
- Der Anteil der Auszubildenden lag mit 4 % 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.<sup>19</sup> Klammert man dieses Tätigkeitsfeld aus, so zeigt sich der vergleichsweise hohe Eigenproduktionsanteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie der Besitz eigener terrestrischer Sendernetze im größeren Gewicht des Tätigkeitsfeldes Produktion/Technik. In ihm waren Ende 2000 rund 36 % 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 mehr Mitarbeiter: 19 % im Vergleich zu 14 % bei den privaten Anbietern.
- Mit rund 1.800 Führungskräften mit personeller Entscheidungskompetenz lag deren Anteil an allen festen Mitarbeitern in den Rundfunkanstalten bei 6 % und damit deutlich niedriger als im privaten Rundfunk (10 %). Der Frauenanteil innerhalb der Führungskräfte betrug lediglich 18 % während er beim privaten Rundfunk 23 % 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 58 % aller festen Mitarbeiter in den öffentlich-rechtlichen

---

<sup>19</sup> Die ARD-Werbegesellschaften gehörten nicht zum Adressatenkreis der Befragung.

Rundfunkanstalten Ende 2000 vorwiegend mit der Gestaltung und Verbreitung von Fernsehprogrammen beschäftigt. Dieser Anteil liegt damit unter dem des privaten Rundfunks, bei dem auf die TV-Veranstalter 70 % der Erwerbstätigen entfielen.

### **5.3 Ertrags- und Aufwandsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks**

Die ARD-Anstalten und das ZDF weisen für 2000 einen Jahresüberschuss aus. Einbezogen sind hierbei Zinserträge, Erträge aus Wertpapieren und sonstigen Firmenanlagen. Betrachtet man allein die betrieblichen Erträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, so haben diese 2000 jedoch fast 700 Mill. DM unter den betrieblichen Aufwendungen gelegen. Das so entstandene Defizit war ein Resultat nur geringfügig wachsender Gebühren (plus 0,2 %) und Werbeerträge (plus 1,7 %) bei steigenden Personal- und Sachkosten (plus 1,1 %). Damit hat sich der Betriebsverlust des Jahres 1999 von minus 85 Mill. DM noch einmal stark erhöht, Nach dem Beschluss der Ministerpräsidenten über die Erhöhung der Rundfunkgebühren ab Anfang 2001 wird sich die Lage jedoch bald deutlich verbessern.

Mit rund 11,4 Mrd. DM stammten fast vier Fünftel der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Rundfunkgebühren. Weitere 580 Mill. DM bzw. 4 % wurden aus dem Bundeshaushalt 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 825 Mill. DM wurden 2000 von ARD und ZDF lediglich knapp 8 % der gesamten Rundfunkwerbeerträge erzielt, obwohl ihre Zuschauer- und Höreranteile deutlich über diesem Wert lagen. Zusätzliche Einnahmen aus Sponsoring in einer Höhe von rund 90 Mill. DM hatten innerhalb der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nur ein geringes Gewicht.

Einnahmen aus Auftragsproduktionen spielen wie im privaten Rundfunk kaum eine Rolle. Die Rundfunkanstalten erzielten damit Erträge von rund 245 Mill. DM, was knapp 2 % der Gesamterträge entsprach.

Für ihre 22 TV-Vollprogramme, 19 Regionalfenster und 69 Hörfunkprogramme wendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 2000 insgesamt 15 Mrd. DM auf. Davon wurden für Löhne, Gehälter und Sozial-

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen	Hörfunk
	Aufwand/Ertrag	Struktur	(geschätzt)	(geschätzt)
	Mill. DM	Anteile in %	Mill. DM	
<b>Betriebsergebnis 2000</b>	-686,6	-	-1.554,0	867,4
<b>Erträge 2000</b>	14.372,0	100	9.131,3	5.240,7
Werbung <sup>1)</sup>	825,8	6	694,8	131,0
Rundfunkgebühren	11.376,2	79	7.023,7	4.352,5
Auftragsproduktionen für Dritte	246,7	2	234,4	12,3
Zuwendungen	582,9	4	345,5	237,4
Sonstige Erträge	1.340,4	9	832,9	507,5
<b>Aufwand 2000</b>	15.058,6	100	10.685,3	4.373,3
Personalkosten	4.531,1	30	2.607,3	1.923,8
Vergütungen	1.481,4	10	899,8	581,6
Sachkosten	8.045,7	53	6.043,9	2.001,8
Abschreibungen	814,5	5	584,9	229,6
Indirekte Steuern	185,9	1	174,6	11,3
<b>Investitionen 2000</b>	1.015,3	89	769,5	245,8
Sachanlagen	701,3	69	525,7	175,6
Bauten	206,5	20	139,9	66,6
Immaterielle Investitionen	107,5	11	103,9	3,6
			Anzahl	
Zahl der Programme	-	-	22	69
Sendestunden im Jahr	-	-	147.696	625.841
			Mill. DM	
Aufwand je Programm	-	-	485,7	63,4
			DM	
Aufwand je Sendeminute	-	-	1.205,8	116,5
<i>zum Vergleich:</i>			Mill. DM	
<b>Betriebsergebnis 1999</b>	-86,7	-	-279,6	192,9
<b>Erträge 1999</b>	14.811,7	-	10.398,4	4.413,3
<i>darunter: Rundfunkgebühren</i>	11.342,4		7.087,8	4.254,6
<i>darunter: Werbeerträge <sup>1)</sup></i>	811,3		652,6	158,7
<b>Aufwand 1999</b>	14.898,4	-	10.678,0	4.220,4

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

DIW Berlin / HBI 01

**Tabelle 5.2: Wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1999/2000**

versicherungsbeiträge der festen Mitarbeiter 3,5 Mrd. ausgegeben, weitere 1,0 Mrd. DM für zusätzliche Sozialleistungen (fast ausschließlich für betriebliche Zusatzrenten). Rechnet man außerdem die 1,5 Mrd. DM für die Vergütungen der freien Mitarbeiter und des selbständigen künstlerischen und technischen Personals ein, so bestanden 40 % der Gesamtaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Personalausgaben. Beim privaten Rundfunk lag der Anteil hingegen bei lediglich 12 %.

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 auf Bauten und Ausrüstungen sichtbar, die 2000 mit 815 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 2000 in den öffentlich-rechtlichen TV-Programmen bei nahezu 50 %, bei den bundesweit verbreiteten werbefinanzierten TV-Programmen hat er im gleichen Zeitraum nur rund 24 % betragen. Der Anteil der Erstsendungen lag allerdings wegen der hohen Zahl von Wiederholungen in den 3. ARD-Programmen nur bei 47 % verglichen mit einer Quote von 76 % 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 41 % ebenfalls deutlich höher als bei den landesweiten und lokalen Privatprogrammen (21 %). Ein exakter Vergleich ist hier allerdings nicht möglich, da es bislang keine allgemein akzeptierte Definition für Wort- bzw. Musikelemente gibt.

Einen weiteren auffälligen Unterschied gab es bei den Kosten der Programmverbreitung. Mit etwa 1,1 Mrd. DM gaben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für Telekommunikationsdienstleistungen 50 % mehr als die privaten Veranstalter aus, wobei noch zusätzlich zu berücksichtigen ist, dass die ARD eigene Rundfunksender betreibt.

Im Rahmen dieser Studie wurden – soweit möglich – die Erträge und Aufwendungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten den beiden Medien

	Stunden	Anteile in %
<b>Sendestunden</b>	147.696	100
<i>darunter:</i> Werbespots, Sponsoreinblendungen	1.140	0,8
<b>Programmstunden</b>	146.556	100
<i>davon:</i>		
Fiction-Programme	14.048	9,6
Musikprogramme	1.440	1,0
Sonst. Unterhaltungsprogramme	17.188	11,7
Sportprogramme	3.989	2,7
Informationsprogramme	70.715	48,3
Nicht zuordenbare Programme	39.176	26,7
<i>darunter:</i>		
Erstsendungen	68.397	46,7
<i>Quelle:</i> HBI.		DIW Berlin / HBI 01

**Tabelle 5.3: Programmstruktur der öffentl.-rechtl. Fernsehprogramme 2000**

	Stunden	Anteile in %
<b>Sendestunden</b>	625.841	100
<i>davon:</i>		
Wort <sup>1)</sup>	253.894	40,6
Musik	367.083	58,7
Werbung	4.864	0,8
1) Einschließlich Ausländerprogramm.		
<i>Quelle:</i> HBI.		DIW Berlin / HBI 01

**Tabelle 5.4: Programmstruktur der öffentl.-rechtl. UKW-Hörfunkprogramme 2000**

Fernsehen und Hörfunk zugeordnet. Nicht eindeutig zuordenbare Finanzpositionen wurden dabei in der Regel im gleichen Verhältnis wie die zuordenbaren Werte aufgeteilt. Auch wenn es hierdurch im einen oder anderen Fall zu Ungenauigkeiten gekommen sein dürfte, lassen sich doch mindestens folgende Feststellungen treffen:

- Das Defizit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten entstand auch 2000 ausschließlich im Fernsehbereich. Der geschätzte Betriebsverlust betrug über 1,5 Mrd. DM.

- Wie im privaten Rundfunk war der Personalkostenblock (einschließlich der Vergütungen) im Fernsehen mit 32 % deutlich niedriger als im Hörfunk mit 57 %.
- Im Vergleich zu den bundesweiten privaten TV-Programmen war der durchschnittliche Aufwand je öffentlich-rechtlichem TV-Vollprogramm mit etwa 485 Mill. DM um rund 95 % höher. Auch das Kostenniveau, gemessen am durchschnittlichen Aufwand von 1.205 DM je Sendeminute, hat weit über dem der privaten bundesweiten Programme von 475 DM gelegen.
- Verglichen mit dem durchschnittlichen Aufwand der landesweiten privaten Hörfunkprogramme gab der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit 63 Mill. DM je Programm sogar mehr als das vierfache der privaten Anbieter aus. Dies gilt ebenso für den durchschnittlichen Aufwand je Hörfunk-Sendeminute, der 2000 eine Höhe von 116 DM erreicht hatte (Private: 39 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 etwa 1.000 oder minus 3,4 % seit Ende 1995 auf 29.250 steht ein Anstieg um 6.800 oder 70 % im privaten Rundfunk gegenüber. Insgesamt hat sich die Gesamtzahl der festen Mitarbeiter in der deutschen Rundfunkwirtschaft von Ende 1995 bis Ende 2000 um über 13 % auf 44.500 erhöht.

Eine deutlich andere Entwicklung gab es im gleichen Zeitraum bei den sonstigen Mitarbeitern. Während diese Beschäftigungsverhältnisse bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten um über 1.900 oder 10 % zunahmen, kam

Rundfunk insgesamt	Ende 1995	Ende 1996	Ende 1997	Ende 1998	Ende 1999	Ende 2000	2000/1999	2000/1995
	Anzahl						%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	39.262	39.664	39.971	40.625	43.129	44.507	3,2	13,4
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	37.941	38.330	k.A.	38.769	k.A.	42.261	-	11,4
Auszubildende	1.321	1.334	k.A.	1.856	k.A.	2.246	-	70,0
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	25.222	23.892	24.549	25.979	26.863	26.964	0,4	6,9
Praktikanten	4.322	3.188	3.803	3.913	5.153	4.700	-8,8	8,8
Feste freie Mitarbeiter	11.158	12.827	13.333	14.292	14.579	15.469	6,1	38,6
Sonstige freie Mitarbeiter	9.743	4.503	7.413	7.774	7.131	6.795	-4,7	-30,3
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	64.484	63.556	64.520	66.604	69.992	71.471	2,1	10,8
<b>Privater Rundfunk</b>								
	Anzahl						%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	8.984	9.571	9.845	10.500	13.435	15.252	13,5	69,8
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	k.A.	9.673	k.A.	14.067	-	66,8
Auszubildende	553	597	k.A.	827	k.A.	1.185	-	114,3
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	7.573	6.732	6.977	7.492	7.491	7.400	-1,2	-2,3
Praktikanten	753	835	1.104	1.207	1.562	1.119	-28,4	48,6
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3.336	3.659	4.001	9,3	79,0
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2.949	2.270	2.280	0,4	-50,3
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	16.557	16.303	16.822	17.992	20.926	22.651	8,2	36,8
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>								
	Anzahl						%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	30.278	30.093	30.126	30.125	29.694	29.255	-1,5	-3,4
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	29.510	29.356	k.A.	29.096	k.A.	28.194	-	-4,5
Auszubildende	768	737	k.A.	1.029	k.A.	1.061	-	38,2
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	17.649	17.160	17.572	18.487	19.372	19.564	1,0	10,9
Praktikanten	3.569	3.531	2.699	2.706	3.591	3.581	-0,3	0,4
Feste freie Mitarbeiter	8.923	9.969	10.338	10.956	10.920	11.468	5,0	28,5
Sonstige freie Mitarbeiter	5.158	3.660	4.535	4.825	4.861	4.515	-7,1	-12,5
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	47.927	47.253	44.057	44.815	49.066	48.819	-0,5	1,9
<i>Quellen: AKM; DIW Berlin; HBI.</i>							<b>DIW Berlin / AKM / HBI 01</b>	

**Tabelle 6.1: Entwicklung der Beschäftigung im Rundfunk 1995 bis 2000**

es beim privaten Rundfunk zu einem leichten Rückgang um 2 %. 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 2000 um 7 % 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):

Privater Rundfunk insgesamt	Ende 1995	Ende 1996	Ende 1997	Ende 1998	Ende 1999	Ende 2000	2000/1999	2000/1995
	Anzahl						%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	8.984	9.571	9.845	10.500	13.435	15.252	13,5	69,8
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	k.A.	9.673	k.A.	14.067	-	66,8
Auszubildende	553	597	k.A.	827	k.A.	1.185	-	114,3
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	7.573	6.732	6.977	7.492	7.491	7.400	-1,2	-2,3
Praktikanten	753	835	1.104	1.207	1.562	1.119	-28,4	48,6
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3.336	3.659	4.001	9,3	79,0
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2.949	2.270	2.280	0,4	-50,3
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	16.557	16.303	16.822	17.992	20.926	22.651	8,2	36,8
<b>Privates Fernsehen</b>								
	Anzahl						%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	4.925	5.669	5.974	6.486	9.123	10.621	16,4	115,7
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	4.713	5.444	k.A.	6.127	k.A.	10.051	-	113,3
Auszubildende	212	225	k.A.	359	k.A.	570	-	168,9
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	2.912	3.245	3.778	4.207	4.441	4.319	-2,7	48,3
Praktikanten	286	338	587	615	967	478	-50,6	67,1
Feste freie Mitarbeiter	1.071	1.539	1.820	2.107	2.279	2.648	16,2	147,3
Sonstige freie Mitarbeiter	1.555	1.368	1.371	1.485	1.195	1.193	-0,2	-23,3
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	7.837	8.914	9.752	10.693	13.564	14.940	10,1	90,6
<b>Privater Hörfunk</b>								
	Anzahl						%	
<u>Erwerbstätige insgesamt</u>	4.059	3.902	3.871	4.014	4.312	4.631	7,4	14,1
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	3.718	3.530	3.466	3.546	3.770	4.016	6,5	8,0
Auszubildende	341	372	405	468	542	615	13,5	80,4
<u>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</u>	4.661	3.487	3.199	3.285	3.050	3.081	1,0	-33,9
Praktikanten	467	497	517	592	595	641	7,7	37,3
Feste freie Mitarbeiter	1.164	1.319	1.175	1.229	1.380	1.353	-2,0	16,2
Sonstige freie Mitarbeiter	3.030	1.671	1.507	1.464	1.075	1.087	1,1	-64,1
<u>Gesamtbeschäftigung</u>	8.720	7.389	7.070	7.299	7.362	7.711	4,7	-11,6
Quellen: AKM; DIW Berlin.							DIW Berlin / AKM 01	

**Tabelle 6.2: Entwicklung der Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995 bis 2000**

- Während die privaten TV-Anbieter von 1995 bis Ende 2000 die Zahl ihrer festen Mitarbeiter mehr als verdoppelten, steigerten die Hörfunkanbieter ihren Personalbestand um 14 %.
- Bei den sonstigen Mitarbeitern war der Gegensatz sogar noch größer. Die Hörfunkanbieter reduzierten diese Beschäftigungsverhältnisse von 1995 bis 2000 um fast 34 %, während die TV-Veranstalter die Zahl der sonstigen Mitarbeiter im gleichen Zeitraum um 48 % kontinuierlich ausdehnten.

## 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 – ebenso wie im privaten Rundfunk – die Erträge langsamer gestiegen als die Aufwendungen. Das Entwicklungstempo bei den Einnahmen lag jedoch deutlich unter dem des privaten Bereichs (Tabelle 6.3).

Die Gesamterträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter sind von 1995 bis 2000 um rund 21 % gestiegen. Die Werbeerträge wuchsen in diesem Zeitraum um 23 %. Dem standen Aufwandssteigerungen um insgesamt 24 % gegenüber, wobei die Personalaufwendungen allerdings nur um 2 %

Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2000/1999	2000/1995
	Mill. DM						%	
<b>Gesamtertrag</b>	19.483	21.129	22.843	23.781	26.489	28.268	6,7	45,1
<i>darunter:</i>								
Werbeerträge	7.315	8.064	8.416	8.719	9.861	10.864	10,2	48,5
<b>Gesamtaufwand</b>	19.697	21.902	22.997	23.927	26.885	29.097	8,2	47,7
<i>darunter:</i>								
Personalaufwand/Vergütungen	6.934	6.555	k.A.	7.162	k.A.	7.815	-	12,7
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	98	96	99	99	99	97	-1,4	-1,0
<b>Privater Rundfunk</b>								
	Mill. DM						%	
<b>Gesamtertrag</b>	7.579	8.938	9.234	9.887	11.677	13.896	19,0	83,3
<i>darunter:</i>								
Werbeerträge	6.644	7.343	7.604	7.862	9.050	10.038	10,9	51,1
<b>Gesamtaufwand</b>	7.571	8.965	9.804	9.944	11.987	14.039	17,1	85,4
<i>darunter:</i>								
Personalaufwand/Vergütungen	1.039	1.112	k.A.	1.389	k.A.	1.803	-	73,5
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	98	100	94	99	76	99	30,0	0,9
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>								
	Mill. DM						%	
<b>Gesamtertrag</b>	11.904	12.191	13.609	13.894	14.812	14.372	-3,0	20,7
<i>darunter:</i>								
Werbeerträge	671	721	812	857	811	826	1,8	23,1
<b>Gesamtaufwand</b>	12.126	12.937	13.193	13.983	14.898	15.058	1,1	24,2
<i>darunter:</i>								
Personalaufwand/Vergütungen	5.895	5.443	k.A.	5.773	k.A.	6.012	-	2,0
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	98	94	103	99	99	95	-4,0	-2,8
<i>Quellen:</i> AKM; DIW Berlin; HBI.							DIW Berlin / AKM / HBI 01	

**Tabelle 6.3: Entwicklung von Aufwand und Ertrag aller Rundfunkveranstalter 1995 bis 2000**

zunahmen. Im Ergebnis konnte im betrachteten 6-Jahres-Zeitraum der betriebliche Aufwand lediglich 1997 nach der letzten Rundfunkgebühren-erhöhung durch Erträge gedeckt werden. In den anderen Jahren lag der Kostendeckungsgrad jeweils unter 100 %.<sup>20</sup>

Beim privaten Rundfunk lief die Aufwands- und Ertragsentwicklung seit 1995 stärker auseinander. Die Gesamterträge nahmen um 83 % und damit weit schneller als beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu, der Gesamtaufwand stieg aber gleichzeitig um 85 %. 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 51 % unter dem Anstieg der Gesamterträge. 2000 war der Anstieg zwar deutlich geringer als in den Vorjahren, er lag aber deutlich über den Werbeertragssteigerungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten.
- 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 74 % leicht unter 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 (Tabelle 6.4). Der Kostendeckungsgrad der Hörfunkanbieter schwankte zwischen 109 % und 116 %. 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 1999, insbesondere durch die Anlaufverluste in der Startphase des digitalen Pay-TV in Deutschland.

Eine genaue Betrachtung von Aufwand und Erträgen zeigt seit 1995 allerdings geringere Ertragssteigerungen des privaten Hörfunks als des privaten Fernsehens. Die Hörfunk-Gesamterträge nahmen in diesem Zeitraum nur um 38 % zu, während die privaten TV-Anbieter Ertragszuwächse von 53 % verbuchen konnten. Deren Gesamtaufwand nahm allerdings deutlich stärker zu. Während sich dabei im TV-Bereich die Personalkosten seit 1995 mehr als verdoppelten, betrug deren Anstieg im Hörfunkbereich nur 15 % und lag weit damit unter dem Anstieg der Hörfunk-Gesamtaufwendungen.

---

<sup>20</sup> Für einen Ausgleich sorgten in diesen Jahren jedoch Erträge aus Finanzanlagen und außerordentliche Erträge.

Privater Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2000/1999	2000/1995
	Mill. DM						%	
<b>Gesamtertrag</b>	7.579	8.938	9.234	9.887	11.677	13.896	19,0	83,3
<i>darunter:</i>								
Werbeerträge	6.644	7.343	7.604	7.862	9.050	10.038	10,9	51,1
<b>Gesamtaufwand</b>	7.571	8.965	9.804	9.944	11.987	14.039	17,1	85,4
<i>darunter:</i>								
Personalaufwand/Vergütungen	1.039	1.112	k.A.	1.389	k.A.	1.803	-	73,5
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	98	100	94	99	76	99	30,0	0,9
<b>Privates Fernsehen</b>								
	Mill. DM						%	
<b>Gesamtertrag</b>	6.530	7.869	8.170	8.763	10.355	12.444	20,2	90,6
<i>darunter:</i>								
Werbeerträge	5.765	6.443	6.708	6.918	7.934	8.818	11,1	53,0
<b>Gesamtaufwand</b>	6.657	7.998	8.832	8.947	10.834	12.787	18,0	92,1
<i>darunter:</i>								
Personalaufwand/Vergütungen	680	728	k.A.	1.006	k.A.	1.392	-	104,7
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	98	98	93	98	96	97	1,8	-0,8
<b>Privater Hörfunk</b>								
	Mill. DM						%	
<b>Gesamtertrag</b>	1.049	1.069	1.064	1.124	1.322	1.452	9,8	38,4
<i>darunter:</i>								
Werbeerträge	879	900	896	944	1.116	1.220	9,3	38,8
<b>Gesamtaufwand</b>	914	967	972	997	1.153	1.252	8,6	37,0
<i>darunter:</i>								
Personalaufwand/Vergütungen	359	384	k.A.	383	k.A.	411	-	14,5
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	115	111	109	113	115	116	1,1	1,0
<i>Quellen:</i> AKM; DIW Berlin.							DIW Berlin / AKM 01	

**Tabelle 6.4: Entwicklung von Aufwand und Ertrag des privaten Rundfunks 1995 bis 2000**

Wie in den meisten Vorjahren hat 2000 das Wachstum der Hörfunkwerbeeinnahmen mit 9,3 % unter dem Anstieg der TV-Werbeeinnahmen von 11,1 % gelegen. Beide Wachstumsraten lagen jedoch deutlich höher als in den beiden Vorjahren. Sowohl privater Hörfunk wie privates Fernsehen profitierten damit von der relativ guten Konjunktorentwicklung des Jahres 2000.

## **7 Regionale Struktur der deutschen Rundfunkwirtschaft**

### **7.1 Indikatoren für einen Regionalvergleich**

Nach der Darstellung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage für verschiedene Typen von Rundfunkanbietern auf Bundesebene folgt eine regionale Darstellung der deutschen Rundfunkwirtschaft. Dies geschieht vorwiegend auf der Ebene von Bundesländern. Durch den Sendebeginn zusätzlicher privater Anbieter in den Jahren 1999 und 2000 ist eine regionale Darstellung für die meisten Bundesländer möglich. In Bremen, Mecklenburg-Vorpommern und dem Saarland erlaubt allerdings die geringe Anbieterzahl 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 – darunter Berlin und Hamburg – beschrieben. Wie in den Vorjahren erfolgt zusätzlich 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 der deutschen Rundfunkwirtschaft sind die Kennziffern Produktionswert und Bruttowertschöpfung.

Eine regionale Zuordnung des Produktionswertes, der Wertschöpfung und der Beschäftigten der einzelnen Rundfunkunternehmen nach ihren jeweiligen Hauptsitzen wäre zu ungenau. Sie würde die regionale Verteilung der Rundfunkaktivitäten von größeren Veranstaltern, die Betriebsstätten in mehreren Bundesländern haben, nicht berücksichtigen. 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





	Deutschland	Berlin <sup>1)</sup>	Hamburg	Köln	München <sup>2)</sup>	Summe der vier Städte
	Anzahl					
<b>Erwerbstätige Ende 2000</b>	44.507	4.875	4.009	7.316	7.053	23.253
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	29.255	2.807	2.757	5.932	3.311	14.807
Privater Rundfunk	15.252	2.068	1.252	1.384	3.742	8.446
<i>davon:</i>						
Fernsehen	10.621	1.459	1.066	1.354	3.337	7.216
Hörfunk	4.631	609	186	30	405	1.230
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 2000</b>	26.964	2.702	1.997	6.802	1.908	13.409
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2000</b>	71.471	7.577	6.006	14.118	8.961	36.662
	Anteil am Bundesgebiet in %					
<b>Erwerbstätige Ende 2000</b>	100	11,0	9,0	16,4	15,8	52,2
<i>davon:</i>						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	100	9,6	9,4	20,3	11,3	50,6
Privater Rundfunk	100	13,6	8,2	9,1	24,5	55,4
<i>davon:</i>						
Fernsehen	100	13,7	10,0	12,7	31,4	67,9
Hörfunk	100	13,2	4,0	0,6	8,7	26,6
<b>Sonst. Mitarbeiter Ende 2000</b>	100	10,0	7,4	25,2	7,1	49,7
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2000</b>	100	10,6	8,4	19,8	12,5	51,3
1) Einschließlich Potsdam.- 2) Einschließlich Umland. Quellen: AKM; DIW Berlin; HBI; Berechnungen des DIW Berlin.						
						DIW Berlin / AKM / HBI 01

**Tabelle 7.2: Beschäftigung im Rundfunk in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten 2000**

vier wichtigsten Medienzentren – die Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich des nahen Umlandes) – getrennt ausgewertet. Danach befanden sich 2000 sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk über die Hälfte aller Arbeitsplätze in diesen Städten. Am stärksten ist dabei die regionale Konzentration beim privaten Fernsehen. Hier arbeiten nahezu 70 % aller festen Mitarbeiter in den 4 großen Medienzentren. Als Sitz der Rundfunkanstalten WDR, Deutsche Welle und Deutschlandradio hatte Köln mit einem Anteil von 20 % die führende Position beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 25 % der Erwerbstätigen deutlich vor Berlin mit 14 %, gefolgt von Köln (9 %) und Hamburg (8 %). Betrachtet man allein das private Fernsehen, so ist der Vorsprung Münchens gegenüber den anderen Medienzentren sogar noch größer (Tabelle 7.2).

b) Beschäftigte der Rundfunkwirtschaft in den einzelnen Bundesländern

Addiert man die Zahlen der festen Mitarbeiter in den Betriebsstätten der Rundfunkwirtschaft Ende 1999 und Ende 2000, so ergibt sich folgendes Bild: vier Fünftel der Arbeitsplätze von Rundfunkunternehmen konzentrieren sich in sieben der sechzehn Bundesländer, wobei es 2000 folgende Rangfolge gab (Tabelle 7.3):

- Nordrhein-Westfalen (9.425 feste Mitarbeiter gleich 22 % Anteil an allen Rundfunk-Erwerbstätigen)
- Bayern (8.630 feste Mitarbeiter gleich 19 %)
- Berlin-Brandenburg (4.903 feste Mitarbeiter gleich 11 %)
- Baden-Württemberg (4.391 feste Mitarbeiter gleich 10 %)
- Rheinland-Pfalz (4.242 feste Mitarbeiter gleich 10 %)
- Hamburg (4.010 feste Mitarbeiter gleich 9 %)

In allen diesen Bundesländern zeigt sich bei einem Vergleich der Erwerbstätigenanteile an der Rundfunkwirtschaft mit den Anteilen dieser Länder an allen Erwerbstätigen (Tabellen 7.1 und 7.3) ein überdurchschnittliches Gewicht der Rundfunkwirtschaft.

Schlusslichter waren Schleswig-Holstein (734), Bremen (629) und die drei neuen Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern (686), Sachsen-Anhalt (557) und Thüringen mit lediglich 226 Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft.

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 5.100 festen Mitarbeitern (darunter rund 4.000 beim Fernsehen) deutlich an der Spitze. Es folgen Nordrhein-Westfalen (knapp 3.300 feste Mitarbeiter, davon 2.600 beim Fernsehen), Berlin-Brandenburg (2.100 feste Mitarbeiter, davon knapp 1.500 beim Fernsehen) und Hamburg (1.250 feste Mitarbeiter, davon 1.050 beim Fernsehen). Bedeutendstes Bundesland für den privaten Hörfunk ist mit knapp 1.150 Erwerbstätigen ebenfalls Bayern. Es folgen Nordrhein-Westfalen (665), Baden-Württemberg (615), Berlin-Brandenburg (610) und Hessen (310).
- Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Tabelle 7.7) hatte Nordrhein-Westfalen Ende 2000 dagegen mit rund 6.300 festen Mitarbeitern die mit Abstand größte Erwerbstätigenzahl aufzuweisen. Hier nehmen Rheinland-Pfalz (3.860), Bayern (3.510), Baden-Württemberg (3.420), Berlin-Brandenburg (2.800) und Hamburg (2.760) die nächsten Plätze ein.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen <sup>1)</sup>	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	4.491	8.005	4.784	659	3.707	2.246	543	918
Erwerbstätige Ende 2000	4.391	8.630	4.903	629	4.010	2.259	686	975
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	2.879	4.013	3.043	334	1.734	572	222	459
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	2.948	4.240	2.972	327	1.825	562	225	492
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	7.370	12.018	7.827	993	5.442	2.819	765	1.377
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	7.339	12.870	7.875	956	5.835	2.822	910	1.467
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	10	19	11	2	9	5	1	2
Erwerbstätige Ende 2000	10	19	11	1	9	5	2	2
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	11	15	11	1	6	2	1	2
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	11	16	11	1	7	2	1	2
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	11	17	11	1	8	4	1	2
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	10	18	11	1	8	4	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	9.425	4.260	800	1.888	555	213	636	43.129
Erwerbstätige Ende 2000	9.589	4.242	795	1.881	557	226	734	44.507
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	7.500	3.399	280	1.571	432	143	286	26.868
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	7.374	3.419	283	1.464	400	142	290	26.964
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	16.925	7.659	1.080	3.459	987	355	921	69.997
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	16.963	7.662	1.078	3.345	957	368	1.024	71.471
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	22	10	2	4	1	0	1	100
Erwerbstätige Ende 2000	22	10	2	4	1	1	2	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	28	13	1	6	2	1	1	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	27	13	1	5	1	1	1	100
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	24	11	2	5	1	1	1	100
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	24	11	2	5	1	1	1	100
1) Ohne privaten Hörfunk. Quellen: AKM; DIW Berlin; Berechnungen des DIW Berlin.								DIW Berlin / AKM / HBI 01

**Tabelle 7.3: Beschäftigung im Rundfunk 1999/2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	853	4.514	1.933	a	968	365	a	321
Erwerbstätige Ende 2000	972	5.119	2.096	a	1.253	391	a	374
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	452	2.248	1.214	a	448	143	a	176
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	448	2.272	1.145	a	470	134	a	194
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	1.305	6.762	3.147	a	1.416	508	a	497
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	1.420	7.391	3.241	a	1.723	525	a	568
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	6	34	14	a	7	3	a	2
Erwerbstätige Ende 2000	6	34	14	a	8	3	a	2
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	6	30	16	a	6	2	a	2
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	6	31	15	a	6	2	a	3
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	6	32	15	a	7	2	a	2
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	6	33	14	a	8	2	a	3
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	2.973	362	a	343	99	85	322	13.435
Erwerbstätige Ende 2000	3.257	378	a	338	102	99	418	15.252
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	1.957	310	a	223	35	32	137	7.491
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	1.867	320	a	232	37	40	134	7.400
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	4.930	672	a	566	134	117	459	20.926
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	5.124	698	a	570	139	139	552	22.652
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	22	3	a	3	1	1	2	100
Erwerbstätige Ende 2000	21	2	a	2	1	1	3	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	26	4	a	3	0	0	2	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	25	4	a	3	1	1	2	100
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	24	3	a	3	1	1	2	100
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	23	3	a	3	1	1	2	100
<i>Quellen:</i> AKM; DIW Berlin; Berechnungen des DIW Berlin.								DIW Berlin / AKM / HBI 01

**Tabelle 7.4: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1999/2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	298	3.433	1.363	0	778	67	a	128
Erwerbstätige Ende 2000	359	3.970	1.487	0	1.067	79	a	159
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	146	1.499	908	0	362	44	a	40
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	162	1.499	812	0	385	27	a	56
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	444	4.932	2.271	0	1.140	111	a	168
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	521	5.469	2.299	0	1.452	106	a	215
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	3	38	15	0	9	1	a	1
Erwerbstätige Ende 2000	3	37	14	0	10	1	a	1
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	3	34	20	0	8	1	a	1
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	4	35	19	0	9	1	a	1
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	3	36	17	0	8	1	a	1
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	3	37	15	0	10	1	a	1
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	2.309	264	a	147	0	0	179	9.123
Erwerbstätige Ende 2000	2.594	277	a	126	0	0	274	10.621
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	1.096	131	a	72	0	0	78	4.441
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	1.016	136	a	79	0	0	78	4.319
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	3.405	395	a	219	0	0	257	13.564
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	3.610	413	a	205	0	0	352	14.940
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	25	3	a	2	0	0	2	100
Erwerbstätige Ende 2000	24	3	a	1	0	0	3	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	25	3	a	2	0	0	2	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	24	3	a	2	0	0	2	100
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	25	3	a	2	0	0	2	100
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	24	3	a	1	0	0	2	100
Quellen: AKM; DIW Berlin; Berechnungen des DIW Berlin.								DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 7.5: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1999/2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	555	1.081	570	a	190	298	a	193
Erwerbstätige Ende 2000	613	1.149	609	a	186	312	a	215
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	306	749	306	a	86	99	a	136
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	286	773	333	a	85	107	a	138
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	861	1.830	876	a	276	397	a	329
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	899	1.922	942	a	271	419	a	353
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	13	25	13	a	4	7	a	4
Erwerbstätige Ende 2000	13	25	13	a	4	7	a	5
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	10	25	10	a	3	3	a	4
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	9	25	11	a	3	3	a	4
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	12	25	12	a	4	5	a	4
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	12	25	12	a	4	5	a	5
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	664	98	a	196	99	85	143	4.312
Erwerbstätige Ende 2000	663	101	a	212	102	99	144	4.631
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	861	179	a	151	35	32	59	3.050
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	851	184	a	153	37	40	56	3.081
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	1.525	277	a	347	134	117	202	7.362
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	1.514	285	a	365	139	139	200	7.712
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	15	2	a	5	2	2	3	100
Erwerbstätige Ende 2000	14	2	a	5	2	2	3	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	28	6	a	5	1	1	2	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	28	6	a	5	1	1	2	100
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	21	4	a	5	2	2	3	100
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	20	4	a	5	2	2	3	100
<i>Quellen:</i> AKM; Berechnungen des DIW Berlin.								DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 7.6: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1999/2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	3.638	3.491	2.851	643	2.739	1.881	305	597
Erwerbstätige Ende 2000	3.419	3.511	2.807	599	2.757	1.868	307	601
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	2.427	1.765	1.829	325	1.286	429	144	283
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	2.500	1.968	1.827	319	1.355	428	152	298
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	6.065	5.256	4.680	968	4.026	2.311	449	880
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	5.919	5.479	4.634	918	4.112	2.297	458	899
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	12	12	10	2	9	6	1	2
Erwerbstätige Ende 2000	12	12	10	2	9	6	1	2
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	13	9	9	2	7	2	1	1
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	13	10	9	2	7	2	1	2
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	12	11	10	2	8	5	1	2
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	12	11	9	2	8	5	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1999	6.452	3.898	757	1.545	456	128	314	29.694
Erwerbstätige Ende 2000	6.332	3.864	749	1.543	455	127	316	29.255
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	5.543	3.089	251	1.348	397	111	149	19.372
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	5.507	3.099	257	1.232	363	102	156	19.564
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	11.995	6.987	1.008	2.893	853	238	462	49.066
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	11.839	6.964	1.006	2.775	818	229	472	48.819
	Anteile in %							
Erwerbstätige Ende 1999	22	13	3	5	2	0	1	100
Erwerbstätige Ende 2000	22	13	3	5	2	0	1	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 1999	29	16	1	7	2	1	1	100
Sonstige Mitarbeiter Ende 2000	28	16	1	6	2	1	1	100
Gesamtbeschäftigung Ende 1999	24	14	2	6	2	0	1	100
Gesamtbeschäftigung Ende 2000	24	14	2	6	2	0	1	100
Quellen: HBI; Berechnungen des DIW Berlin.								DIW Berlin / HBI 01

**Tabelle 7.7: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1999/2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

Nur in Bayern liegt die Zahl der Erwerbstätigen im privaten Rundfunk mit 5.120 über der Zahl der Erwerbstätigen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (3.510). 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 2000 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. Zudem fällt es den meisten öffentlich-rechtlichen Anstalten und den größeren TV-Anbietern in der Regel schwer, hierzu genaue Angaben zu machen. Die Daten sind deshalb mit Vorsicht zu interpretieren.

Die Zahl der festen Mitarbeiter in den deutschen Rundfunkunternehmen ist von 1995 bis 2000 um 13 % gewachsen. Deutlich über diesem Durchschnittswert entwickelten sich die Erwerbstätigenzahlen – wegen der geringen Ausgangsbasis – in den drei kleineren Bundesländern Sachsen-Anhalt (plus 98 %), Mecklenburg-Vorpommern (plus 72 %) und Schleswig-Holstein (plus 54 %). Überdurchschnittlich war die Entwicklung auch

- in Bayern (plus 49 %) und
- in Berlin-Brandenburg (plus 25,5 %).

In zwei Bundesländern (Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen) entsprachen die Zuwächse dem Bundesdurchschnitt. In einem weiteren Bundesland (Hessen) war die Erwerbstätigenentwicklung zwar positiv, lag aber unter dem Bundesdurchschnitt. In allen anderen Bundesländern nahm die Zahl der festen Mitarbeiter in der Rundfunkwirtschaft zwischen 1995 und 2000 ab. Das Schlusslicht bildete dabei Sachsen mit minus 10 %.

Ein Vergleich der Entwicklung der Erwerbstätigenzahlen im privaten Rundfunk von 1995 bis 2000 zeigt ebenfalls einige kleine Bundesländer wegen der niedrigen Ausgangsbasis auf den vorderen Plätzen (Tabelle 7.9). Über dem Bundeszuwachs von 70 % beim privaten Rundfunk lagen außerdem

- Berlin und Brandenburg mit 140 %,
- Bayern mit 111 % und
- Nordrhein-Westfalen mit 80 %.



	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Veränderung 2000/1999	Veränderung 2000/1995
<b>Erwerbstätige <sup>1)</sup></b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	4.538	4.398	4.522	4.626	4.491	4.391	-2,2	-3,2
Bayern	5.775	6.245	6.433	6.649	8.005	8.630	7,8	49,4
Berlin und Brandenburg	3.907	3.965	3.985	4.069	4.784	4.903	2,5	25,5
Bremen <sup>2)</sup>	652	665	681	671	659	629	-4,6	-3,5
Hamburg	4.391	4.094	4.012	3.968	3.707	4.010	8,2	-8,7
Hessen	2.139	2.113	2.256	2.260	2.246	2.259	0,6	5,6
Mecklenburg-Vorpommern	400	388	383	403	543	686	26,3	71,5
Niedersachsen	849	788	825	817	918	975	6,2	14,8
Nordrhein-Westfalen	8.390	8.810	8.875	9.071	9.425	9.589	1,7	14,3
Rheinland-Pfalz	4.321	4.236	4.112	4.168	4.260	4.242	-0,4	-1,8
Saarland	808	831	840	852	800	795	-0,6	-1,6
Sachsen	2.093	2.130	2.103	2.116	1.888	1.881	-0,4	-10,1
Sachsen-Anhalt	282	320	286	279	555	557	0,4	97,5
Thüringen	240	225	213	220	213	226	6,1	-5,8
Schleswig-Holstein	478	456	446	456	636	734	15,4	53,6
zum Vergleich: Bundesgebiet	39.262	39.664	39.971	40.625	43.130	44.507	3,2	13,4
<b>Sonstige Mitarbeiter <sup>1)</sup></b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	2.510	2.416	2.314	2.403	2.879	2.948	2,4	17,4
Bayern	3.452	3.218	3.901	4.066	4.013	4.240	5,7	22,8
Berlin und Brandenburg	3.941	3.778	3.063	3.168	3.043	2.972	-2,3	-24,6
Bremen <sup>2)</sup>	226	269	377	367	334	327	-2,1	44,8
Hamburg	2.184	2.149	1.792	2.094	1.734	1.825	5,2	-16,4
Hessen	580	506	523	577	572	562	-1,7	-3,1
Mecklenburg-Vorpommern	209	184	194	230	222	225	1,4	7,7
Niedersachsen	479	442	455	468	459	492	7,2	2,6
Nordrhein-Westfalen	8.027	6.460	6.727	7.351	7.500	7.374	-1,7	-8,1
Rheinland-Pfalz	1.298	2.222	2.843	2.714	3.399	3.419	0,6	163,3
Saarland	254	245	335	349	280	283	1,1	11,3
Sachsen	1.472	1.459	1.490	1.600	1.571	1.464	-6,8	-0,5
Sachsen-Anhalt	174	139	153	177	432	400	-7,4	130,1
Thüringen	136	132	128	134	143	142	-0,7	4,6
Schleswig-Holstein	273	264	252	284	286	290	1,4	6,3
zum Vergleich: Bundesgebiet	25.215	23.883	24.548	25.980	26.867	26.963	0,4	6,9
<b>Gesamtbeschäftigung <sup>1)</sup></b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	7.048	6.814	6.836	7.029	7.370	7.339	-0,4	4,1
Bayern	9.227	9.463	10.334	10.715	12.018	12.870	7,1	39,5
Berlin und Brandenburg	7.848	7.743	7.048	7.237	7.827	7.875	0,6	0,3
Bremen <sup>2)</sup>	878	934	1.058	1.038	993	956	-3,7	8,9
Hamburg	6.575	6.243	5.804	6.062	5.441	5.835	7,2	-11,2
Hessen	2.719	2.619	2.779	2.837	2.818	2.821	0,1	3,7
Mecklenburg-Vorpommern	609	572	577	633	765	911	19,1	49,6
Niedersachsen	1.328	1.230	1.272	1.285	1.377	1.467	6,5	10,4
Nordrhein-Westfalen	16.417	15.270	15.608	16.422	16.925	16.963	0,2	3,1
Rheinland-Pfalz	5.619	6.458	6.955	6.882	7.659	7.661	0,0	36,3
Saarland	1.062	1.076	1.175	1.201	1.080	1.078	-0,2	1,5
Sachsen	3.564	3.589	3.593	3.716	3.459	3.345	-3,3	-6,2
Sachsen-Anhalt	456	459	439	456	987	957	-3,0	110,0
Thüringen	376	357	341	354	356	368	3,4	-2,1
Schleswig-Holstein	751	720	698	740	922	1.024	11,1	36,4
zum Vergleich: Bundesgebiet	64.477	63.547	64.512	66.605	69.997	71.470	2,1	10,8
1) Regionale Betriebsstätten der Rundfunkunternehmen, jeweils am Jahresende. - 2) Ohne privaten Hörfunk. Quellen: AKM; DIW Berlin; HBI.							DIW Berlin / AKM / HBI 01	

**Tabelle 7.8: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–2000**  
Rundfunk insgesamt

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Veränderung 2000/1999	Veränderung 2000/1995
<b>Erwerbstätige <sup>1)</sup></b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	675	615	622	689	853	972	14,0	44,0
Bayern	2.425	2.866	2.985	3.191	4.514	5.119	13,4	111,1
Berlin und Brandenburg	874	1.084	1.292	1.380	1.933	2.096	8,4	139,8
Bremen			a	a	a	a	a	a
Hamburg	1.372	1.250	1.279	1.251	968	1.253	29,4	-8,7
Hessen	332	298	330	354	365	391	7,1	17,8
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	a	a	a	a
Niedersachsen	276	235	232	227	321	374	16,5	35,5
Nordrhein-Westfalen	1.805	1.999	2.075	2.287	2.973	3.257	9,6	80,4
Rheinland-Pfalz	444	392	290	335	362	378	4,4	-14,8
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a
Sachsen	279	341	293	310	343	338	-1,5	21,4
Sachsen-Anhalt	121	218	102	95	99	102	3,0	-15,7
Thüringen	80	71	78	85	85	99	16,5	23,8
Schleswig-Holstein	197	162	139	151	322	418	29,8	112,2
zum Vergleich: Bundesgebiet	8.984	9.651	9.846	10.500	13.435	15.252	13,5	69,8
<b>Sonstige Mitarbeiter <sup>1)</sup></b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	511	422	498	579	452	448	-0,9	-12,3
Bayern	1.894	1.714	2070	2.032	2.248	2.272	1,1	20,0
Berlin und Brandenburg	1.374	994	1023	1.092	1.214	1.145	-5,7	-16,7
Bremen			a	a	a	a	a	a
Hamburg	587	535	379	494	448	470	4,9	-19,9
Hessen	73	52	55	56	143	134	-6,3	83,6
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	a	a	a	a
Niedersachsen	173	130	147	121	176	194	10,2	12,1
Nordrhein-Westfalen	1.976	1.974	2080	2.323	1.957	1.867	-4,6	-5,5
Rheinland-Pfalz	473	360	232	247	310	320	3,2	-32,3
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a
Sachsen	270	336	246	262	223	232	4,0	-13,9
Sachsen-Anhalt	51	59	26	41	35	37	5,7	-27,5
Thüringen	46	40	35	35	32	40	25,0	-13,0
Schleswig-Holstein	109	85	93	104	137	134	-2,2	22,9
zum Vergleich: Bundesgebiet	7.595	6.768	6.976	7.493	7.491	7.400	-1,2	-2,6
<b>Gesamtbeschäftigung <sup>1)</sup></b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	1.186	1.037	1.120	1.268	1.305	1.420	8,3	19,7
Bayern	4.319	4.580	5.055	5.223	6.762	7.391	9,3	71,1
Berlin und Brandenburg	2.248	2.078	2.315	2.472	3.147	3.241	3,0	44,2
Bremen			a	a	a	a	a	a
Hamburg	1.959	1.785	1.658	1.745	1.416	1.723	21,7	-12,0
Hessen	405	350	385	410	508	525	3,3	29,6
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	a	a	a	a
Niedersachsen	449	365	379	348	497	568	14,3	26,5
Nordrhein-Westfalen	3.781	3.973	4.155	4.610	4.930	5.124	3,9	35,5
Rheinland-Pfalz	916	752	522	582	672	698	3,9	-23,8
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a
Sachsen	548	677	539	572	566	570	0,7	4,0
Sachsen-Anhalt	172	277	128	136	134	139	3,7	-19,2
Thüringen	126	111	113	120	117	139	18,8	10,3
Schleswig-Holstein	306	247	232	255	459	552	20,3	80,4
zum Vergleich: Bundesgebiet	16.579	16.419	16.822	17.993	20.926	22.652	8,2	36,6

1) Regionale Betriebsstätten der Rundfunkunternehmen, jeweils am Jahresende.  
Quellen: AKM; DIW Berlin; HBI.

DIW Berlin / AKM / HBI 01

**Tabelle 7.9: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–2000**  
Privater Rundfunk insgesamt

Dagegen kam es in drei Bundesländern sogar zu einem Beschäftigungsabbau im privaten Rundfunk. Die Erwerbstätigenzahl bei den Privaten ging von 1995 bis 2000

- in Hamburg um 9 %,
- in Rheinland-Pfalz um 15 % und
- in Sachsen-Anhalt um 16 % zurück.

### **7.3 Produktionswert und Bruttowertschöpfung des Rundfunks in den Bundesländern 2000**

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 wird dabei dem Bruttoinlandsprodukt (BIP) des jeweiligen Bundeslandes gegenübergestellt. 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 2000 aus, so konzentrierten sich über 75 % der Branche in sechs Bundesländern. An der Spitze der Rangfolge stand Nordrhein-Westfalen mit 6,8 Mrd. DM. Es folgten Bayern (6,1 Mrd. DM), Rheinland-Pfalz (3,1 Mrd. DM), Berlin-Brandenburg (3,0 Mrd. DM) und Baden-Württemberg (2,3 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 sechs Bundesländern (Tabelle 7.10):

- der Anteil Nordrhein-Westfalens (1.505 Mill. DM Wertschöpfung) lag bei 26 %;
- der Anteil Bayerns (840 Mill. DM Wertschöpfung) lag bei 14 %;
- der Anteil Baden-Württembergs (760 Mill. DM Wertschöpfung) lag bei 13 %;

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen	
					Mill. DM				
Produktionswert <sup>1)</sup>	2.307	6.068	3.020	208	1.981	937	309	649	
Vorleistungen <sup>2)</sup>	1.545	5.228	2.361	83	1.761	540	315	443	
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	762	840	658	125	220	397	-6	206	
<i>darunter:</i>									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	662	1.014	669	91	535	306	69	128	
Einkommen aus Unternehmerr- tätigkeit und Vermögen	113	-82	136	38	-281	94	-66	62	
Erwerbstätige	4.390	8.630	4.903	Anzahl 629	4.010	2.259	686	975	
				Tausend DM					
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	173	97	134	198	55	176	-9	211	
				Anteile in %					
Produktionswert <sup>1)</sup>	8	22	11	1	7	3	1	2	
Vorleistungen <sup>2)</sup>	7	24	11	0	8	3	1	2	
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	13	14	11	2	4	7	0	4	
<i>darunter:</i>									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	11	17	11	2	9	5	1	2	
Einkommen aus Unternehmerr- tätigkeit und Vermögen	38	-28	46	13	-95	32	-22	21	
Erwerbstätige	10	19	11	1	9	5	2	2	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt	
					Mill. DM				
Produktionswert <sup>1)</sup>	6.798	3.126	262	997	313	119	384	27.477	
Vorleistungen <sup>2)</sup>	5.292	2.400	130	776	236	79	415	21.605	
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	1.506	726	132	220	78	40	-31	5.872	
<i>darunter:</i>									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	1.479	581	98	192	62	22	78	5.987	
Einkommen aus Unternehmerr- tätigkeit und Vermögen	289	4	33	22	14	16	-96	296	
Erwerbstätige	9.589	4.242	795	Anzahl 1.881	557	226	734	44.507	
				Tausend DM					
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	157	171	166	117	140	178	-42	132	
				Anteile in %					
Produktionswert <sup>1)</sup>	25	11	1	4	1	0	1	100	
Vorleistungen <sup>2)</sup>	24	11	1	4	1	0	2	100	
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	26	12	2	4	1	1	-1	100	
<i>darunter:</i>									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	25	10	2	3	1	0	1	100	
Einkommen aus Unternehmerr- tätigkeit und Vermögen	98	1	11	8	5	5	-32	100	
Erwerbstätige	22	10	2	4	1	1	2	100	
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.									
Quellen: AKM; DIW Berlin; HBI; Berechnungen des DIW Berlin.									
DIW Berlin / AKM / HBI 01									

**Tabelle 7.10: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

- der Anteil von Rheinland-Pfalz (725 Mill. DM Wertschöpfung) lag bei 12 %;
- der Anteil Berlins und Brandenburgs (660 Mill. DM Wertschöpfung) lag bei 11 %.

Die Schlusslichter im Hinblick auf das absolute wirtschaftliche Gewicht der jeweiligen regionalen Rundfunkunternehmen bildeten 2000 wie bei den Erwerbstätigen Schleswig-Holstein (Produktionswert 385 Mill. DM bzw. minus 31 Mill. DM Bruttowertschöpfung), die drei neuen Bundesländer Sachsen-Anhalt (Produktionswert 313 Mill. DM bzw. Bruttowertschöpfung 78 Mill. DM), Mecklenburg-Vorpommern (309 Mill. DM bzw. minus 6 Mill. DM) und Thüringen (119 Mill. DM bzw. 40 Mill. DM).

In sechs Bundesländern hatte die Rundfunkwirtschaft 2000 im Vergleich zu den gesamten Wirtschaftsaktivitäten des jeweiligen Landes (gemessen am Bruttoinlandsprodukt) eine überdurchschnittliche Bedeutung. Dies gilt für

- Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 26 % und einem Anteil am gesamten Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 22 %,
- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 12 % und einem BIP-Anteil von 4 %,
- Berlin-Brandenburg mit 11 % Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 6 %,
- 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 Hamburg und Sachsen mit einem Anteil von jeweils 4 % an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft bei einem gleich hohen BIP-Anteil.

Auf den ersten Blick überraschend ist die Tatsache, dass die Rundfunkwirtschaft – gemessen an der Wertschöpfung – in Bayern und in Baden-Württemberg 2000 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.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Mill. DM							
Produktionswert <sup>1)</sup>	731	4.432	1.983	a	691	178	a	366
Vorleistungen <sup>2)</sup>	546	4.101	1.617	a	951	139	a	265
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	185	331	365	a	-260	39	a	101
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	78	484	227	a	104	32	a	35
Einkommen aus Unternehmerrätigkeit und Vermögen	119	-70	151	a	-321	8	a	54
Erwerbstätige	972	5.119	2.096	a	1.253	391	a	374
	Tausend DM							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	191	65	174	a	-207	101	a	271
	Anteile in %							
Produktionswert <sup>1)</sup>	5	32	14	a	5	1	a	3
Vorleistungen <sup>2)</sup>	5	34	13	a	8	1	a	2
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	11	20	22	a	-16	2	a	6
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5	33	16	a	7	2	a	2
Einkommen aus Unternehmerrätigkeit und Vermögen	70	-42	90	a	-190	5	a	32
Erwerbstätige	6	34	14	a	8	3	a	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Mill. DM							
Produktionswert <sup>1)</sup>	4.372	298	a	120	53	45	235	13.683
Vorleistungen <sup>2)</sup>	3.497	231	a	84	31	20	321	12.038
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	875	67	a	35	23	25	-86	1.645
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	371	34	a	19	11	8	29	1.456
Einkommen aus Unternehmerrätigkeit und Vermögen	326	34	a	12	11	15	-101	168
Erwerbstätige	3.257	378	a	338	102	99	418	15.252
	Tausend DM							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	269	176	a	105	225	247	-205	108
	Anteile in %							
Produktionswert <sup>1)</sup>	32	2	a	1	0	0	2	100
Vorleistungen <sup>2)</sup>	29	2	a	1	0	0	3	100
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	53	4	a	2	1	1	-5	100
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	25	2	a	1	1	1	2	100
Einkommen aus Unternehmerrätigkeit und Vermögen	194	20	a	7	6	9	-60	100
Erwerbstätige	21	2	a	2	1	1	3	100
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufware und Subventionen.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.								
Quellen: AKM; DIW Berlin; Berechnungen des DIW Berlin.								DIW Berlin / AKM 01

**Tabelle 7.11: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des privaten Rundfunks 2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Mill. DM							
Produktionswert <sup>1)</sup>	1.576	1.636	1.037	205	1.290	759	145	283
Vorleistungen <sup>2)</sup>	1.000	1.127	744	79	811	401	92	179
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	576	509	293	127	480	358	53	105
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	584	530	443	89	431	274	48	94
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-6	-12	-16	42	40	86	4	9
Erwerbstätige	3.419	3.511	2.807	599	2.757	1.868	307	601
	Tausend DM							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	169	145	104	211	174	191	174	174
	Anteile in %							
Produktionswert <sup>1)</sup>	11	12	8	1	9	6	1	2
Vorleistungen <sup>2)</sup>	10	12	8	1	8	4	1	2
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	14	12	7	1	11	8	0	2
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	13	12	10	1	10	6	0	2
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-4	-10	-12	33	31	67	3	7
Erwerbstätige	12	12	10	2	9	6	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Schleswig- Holstein	Deutschland insgesamt
	Mill. DM							
Produktionswert <sup>1)</sup>	2.426	2.828	249	877	260	74	149	13.794
Vorleistungen <sup>2)</sup>	1.795	2.169	122	692	205	58	94	9.567
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	631	659	127	185	55	16	55	4.227
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	1.108	547	95	173	51	14,5	49	4.531
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-37	-30	30	10	3	1	4	128
Erwerbstätige	6.332	3.864	749	1.543	455	127	316	29.255
	Tausend DM							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	100	171	169	120	120	123	174	144
	Anteile in %							
Produktionswert <sup>1)</sup>	18	21	2	6	2	1	1	100
Vorleistungen <sup>2)</sup>	19	23	1	7	2	1	1	100
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	15	16	3	4	1	0	1	100
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	24	12	2	4	1	0	1	100
Einkommen aus Unternehmer- tätigkeit und Vermögen	-29	-23	24	8	2	1	3	100
Erwerbstätige	22	13	3	5	2	0	1	100
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.								
Quellen: HBI; Berechnungen des DIW Berlin.								
DIW Berlin / HBI 01								

**Tabelle 7.12: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 2000**  
Aufgliederung nach Bundesländern

## 7.4 Regionale Verteilung des Hörfunkwerbeaufkommens 2000

Pro Kopf der Bevölkerung konnten die privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter in Deutschland 2000 im Durchschnitt Nettowerbeerträge von 20,20 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 Berlin-Brandenburg, Hamburg, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen und Sachsen-Anhalt. Sogar 30 % höher als der Bundesdurchschnitt waren dabei die Werbeerträge 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, Bayern und Nordrhein-Westfalen, d. h. in drei Bundesländern mit Lokalhörfunkanbietern, ebenso unter dem Durchschnitt lagen wie in vier Bundesländern ohne Lokalanbieter: Hessen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein 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<sup>21</sup> gegründet haben, weiter einen sehr geringen Anteil an den Erlösen aus überregionaler Werbung auf (nur 8 % bei einem Bevölkerungsanteil von 13 %). Im Falle Nordrhein-Westfalens sind dagegen neben den überregionalen Werbeerträgen auch 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 Bayern erzielten die privaten Hörfunkanbieter zwar überproportionale Werbeerträge, dort hat der Bayerische Rundfunk jedoch eine relativ schwache Position auf dem Hörfunkwerbe-

---

21 In anderen Bundesländern erfolgt die Vermarktung der Werbeseiten an überregionale Werbungtreibende gemeinsam über sog. Werbekombis.



