

# **0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse**

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

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Januar 2003 das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (HBI) 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 2000 ermittelte umfassende Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, sowie nach Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – fortgeschrieben werden.

Bei der Datenerhebung kooperierte das Hans-Bredow-Institut mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) und mit Prof. Dr. Wolfgang Seufert, der bisher am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung diese Studie geleitet hatte. Dabei war von der DLM folgende Arbeitsteilung vorgegeben (Abbildung 01-1):

- Dem Hans-Bredow-Institut wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Seufert übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verantwortlich.
- Die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit bei den privaten Hörfunk- und TV-Anbietern beauftragt, die ihre Programme terrestrisch oder in großen Kabelnetzen verbreiteten. Sie übergab die gewonnenen Daten in anonymisierter Form auf Datenträgern zur Auswertung an Hans-Bredow-Institut. Zusätzlich war sie für die Ausarbeitung der Darstellung für die Länderberichte zuständig.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von April bis September 2003. Da die Erhebung seit 1997/98 im zweijährigen Rhythmus durchgeführt wird,

<b>Befragung durch die AKM:</b>		<b>Befragung durch das HBI:</b>
<b><u>103 private Fernsehanbieter</u></b>	<b><u>215 private Hörfunkanbieter</u></b>	<b><u>14 öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten</u></b>
<i>davon:</i> <b>42 bundesweite Anbieter</b> – 8 Free-TV-Vollprogramm-Anbieter – 14 Free-TV-Spartenprogramm-Anbieter (analog bzw. digital) – 11 Pay-TV-Anbieter – 4 Teleshopping-Anbieter – 5 bundesweite Fenster  <b>10 Landesweite TV-Fenster</b>  <b>13 Landesweites und Ballungsraum-TV</b>  <b>38 Lokale Anbieter</b>	<i>davon:</i> – 14 bundesweite Anbieter – 45 landesweite und regionale Anbieter – 132 lokale Anbieter – 32 DAB-Anbieter	
sowie: 180 private TV-Anbieter in Kabelanlagen 6 Zulieferprogramme sowie 1 Aus- und Fortbildungsprogramm in Bayern	sowie: 10 private Zulieferer sowie 2 Aus- und Fortbildungsprogramme	<b>10 ARD-Anstalten</b> – ZDF – DeutschlandRadio – Deutsche Welle – ARTE Deutschland GmbH  HBI = Hans-Bredow-Institut Hamburg AKM = Arbeitsgruppe Kommunikations- forschung München

**Abbildung 01-1: Datengrundlagen – Befragte Rundfunkveranstalter 2001/2002**  
Befragungszeitraum: April bis September 2003

wurden zusätzlich zu den Informationen für 2002 auch noch Eckdaten für 2001 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 97 %, lokales und regionales Fernsehen 98 %, Hörfunk 98 %) geführt. Bei den TV-Anbietern in den Kabelanlagen in den neuen Bundesländern und Berlin lag der Rücklauf bei 56 %. 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. Bei der Auswertung wurden diese Programme ausschließlich in Abschnitt 8 berücksichtigt.

## 0.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 2002

### a) Wertschöpfung und inländische Nachfrage 2002

Die von den Rundfunkunternehmen zur Verfügung gestellten Daten ermöglichen für das Jahr 2002 eine Einordnung der deutschen Rundfunkwirtschaft in die Gesamtwirtschaft anhand der Kennziffern Erwerbstätige, Produktionswert und Wertschöpfung (Tabelle 0.1):

- Ende 2002 waren bei den deutschen Rundfunkunternehmen zusammen rund 46.100 feste Mitarbeiter (Erwerbstätige) beschäftigt, davon rund 29.650 mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen und 16.450 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.
- Der Produktionswert (betriebliche Erträge abzüglich Wert der Wiederverkaufware und Subventionen) der Rundfunkunternehmen im Jahr 2002 betrug zusammen rund 14,4 Mrd. Euro.
- Die Bruttowertschöpfung – d. h. der Beitrag der Rundfunkwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) – lag 2002 bei 3,0 Mrd. Euro. Die Wertschöpfung je Erwerbstätigem war dabei in der Rundfunkwirtschaft mit

	Rundfunk insgesamt	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mio. Euro				
Produktionswert <sup>1)</sup>	14.407	7.857	6.550	10.889	3.518
Vorleistungen <sup>2)</sup>	11.433	5.359	6.074	9.589	1.845
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	2.974	2.498	476	1.300	1.674
davon:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	3.005	2.233	772	1.850	1.155
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	-368	428	-796	-964	596
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	337	-163	500	414	-77
Erwerbstätige	46.089	29.648	16.441	28.637	17.452
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	64,5	84,2	29,0	45,4	95,9
	Anteile in %				
Produktionswert	100	55	45	76	24
Vorleistungen	100	47	53	84	16
Bruttowertschöpfung	100	84	16	44	56
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	74	26	62	38
Erwerbstätige	100	64	36	62	38
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufware und Subventionen.					
2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					
Quellen: StatBA, AKM, HBI					
HBI / Seufert 03					

**Tabelle 0.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2002**

	in Mrd. Euro
<b>Produktionswert</b>	<b>14,4</b>
<b>Bruttowertschöpfung</b>	<b>3,0</b>
<i>darunter:</i>	
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	3,0
Gewinneinkommen und Abschreibungen	– 0,4
indirekte Steuern minus Subventionen	0,3
<b>Vorleistungsnachfrage</b>	<b>11,4</b>
<i>darunter:</i>	
<b>Nachfrage im Inland</b>	<b>8,7</b>
<i>davon:</i>	
Telekommunikationsdienste	0,6
Vergütungen für freie Mitarbeiter	0,9
Auftragsproduktionen	1,6
Programmkäufe	0,2
Sonstiger Rechteerwerb (z. B. Gema, GVL)	0,3
Agenturprovisionen	0,5
Sonstige Waren und Dienstleistungen	4,7
<b>Investitionsnachfrage</b>	<b>0,7</b>
Quelle: AKM, HBI	HBI/Seufert 03

**Abbildung 02-1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2002**

gut 64.000 Euro deutlich höher als der Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (59.000 Euro).

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 2002 – bei Einrechnung der Provisionszahlungen an Werbeagenturen – Waren und Dienstleistungen im Wert von 11,4 Mrd. Euro nachgefragt. Hiervon entfielen rund 8,7 Mrd. Euro auf die Nachfrage im Inland und sicherten damit mittelbar Arbeitsplätze und Einkommen.

- Für 0,6 Mrd. Euro wurden Telekommunikationsdienste zur Programmverbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender in Anspruch genommen.
- 0,9 Mrd. Euro wurden als Vergütungen an selbständiges künstlerisches und technisches Personal (freie Mitarbeiter) gezahlt.

- 0,2 Mrd. Euro wurden für den Ankauf von Sende- und Übertragungsrechten (einschließlich der Urheberrechte für den Hörfunk) und weitere 1,6 Mrd. Euro für TV-Auftragsproduktionen im Inland ausgegeben. Allein die Nachfrage der privaten Fernsehveranstalter bei der deutschen Filmwirtschaft (Auftragsproduktionen, Synchronisation, Rechteerwerb von deutschen Filmhändlern) summiert sich dabei auf rund 1,0 Mrd. Euro.
- 0,5 Mrd. Euro gingen als Provisionszahlungen an Werbeagenturen und Werbevermarkter.

Außerdem investierten die öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter 0,7 Mrd. Euro in Bauten und Ausrüstungen.

	1995	2000	2002	2002/2000	2002/1995
<b>Rundfunk insgesamt</b>					
	Mio. Euro			Veränderung in %	
Produktionswert <sup>1)</sup>	10.231	14.050	14.407	3	41
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	2.925	3.001	2.974	-1	2
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	2.605	3.061	3.005	-2	15
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	197	152	-368	-342	-287
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>					
	Mio. Euro			Veränderung in %	
Produktionswert <sup>1)</sup>	6.138	7.053	7.857	11	28
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	2.447	2.160	2.498	16	2
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	2.204	2.317	2.233	-4	1
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	143	65	428	554	199
<b>Privater Rundfunk</b>					
	Mio. Euro			Veränderung in %	
Produktionswert <sup>1)</sup>	4.093	6.997	6.550	-6	60
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	478	841	476	-43	0
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	401	744	772	4	92
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	54	86	-796	-	-
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufware und Subventionen.					
2) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					
Quellen: DIW, AKM, HBI					
HBI / Seufert 03					

**Tabelle 0.2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995–2002 Deutschland insgesamt**

	Zuwachs in %
<b>Gesamtwirtschaft</b>	
Erwerbstätige	-0,6
Bruttoinlandsprodukt (nominal)	1,8
<b>Rundfunkwirtschaft</b>	
Erwerbstätige	-1,3
davon:	
Privater Rundfunk	-5,0
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	0,9
Erträge	-1,2
davon:	
Privater Rundfunk	-3,9
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	1,1
Quelle: StatBA; AKM; HBI	HBI/AKM 03

**Abbildung 02-2: Rundfunkwirtschaft und Gesamtwirtschaft 2001/2002**

## b) Entwicklung seit 1995

Vergleicht man die Ergebnisse der bisherigen fünf Erhebungen, so zeigt sich, dass die Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft seit 1995 nahezu stagniert (Tabelle 0.2), während der Produktionswert in diesem Zeitraum um mehr als 40 % zunahm. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass das private Fernsehen zwar umsatzmäßig stark zugelegt hat, insgesamt aber defizitär geblieben ist, so dass bislang nur der private Hörfunk einen positiven Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt leisten konnte.

Nach langem Wachstum hat die deutsche Rundfunkwirtschaft in den Jahren 2001 und 2002 erstmals eine negative Entwicklung genommen. Dies zeigt sich für 2002 auch im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Abbildung 02-2). Die Tendenzen bei den Erwerbstätigen (minus 1,3 %) und bei den Erträgen (minus 1,2 %) waren ungünstiger als die Vergleichsgrößen der Gesamtwirtschaft (Erwerbstätige: minus 0,6 %, nominales BIP-Wachstum plus 1,8 %).

## 0.3 Anbieterstruktur des privaten Rundfunks

Ende 2002 gab es in Deutschland 103 gewinnorientierte private Fernsehveranstalter mit 133 Programmen, 160 private Hörfunkveranstalter mit 192 analogen Hörfunkprogrammen (ohne Kleinanbieter mit weniger als 1 Stunde Programmproduktion pro Woche) sowie 24 DAB-Anbieter. Die Zahl der

Anbieter und der Programme hat sich damit seit der letzten Erhebung noch einmal leicht erhöht.

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

- 63 bundesweite Programme; darunter 8 bundesweite Vollprogramme, 14 Free-TV-Spartenprogramme, 7 bundesweite Fenster, 29 Pay-TV-Programme und 5 Teleshopping-Kanäle
- 13 landesweite Fensterprogramme auf den Frequenzen bundesweit verbreiteter Programme
- 15 Programme für Bundesländer, regionalen Ballungsräumen oder andere regionalen Sendegebieten
- 42 lokale Programme in Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Rheinland-Pfalz, Thüringen, Berlin und Brandenburg sowie Schleswig-Holstein.

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

- 15 bundesweit verbreitete Hörfunkprogramme, darunter 5 Pop-Programme, 2 religiöse Programme, ein Einkaufsradio, ein Jazz-Programm und ein Klassik-Programm,
- 45 landesweite und regionale Hörfunkprogramme,
- 132 lokale Hörfunkprogramme, die sich auf fünf Bundesländer verteilen: Bayern (56), Nordrhein-Westfalen (47 inkl. Lokalfunk-Rahmenprogramm), Sachsen (14), Baden-Württemberg (13) und Rheinland-Pfalz (2)
- 24 Betreiber digitalen terrestrischen Hörfunks.

## **0.4 Beschäftigung im privaten Rundfunk**

a) Zahl der Beschäftigten im privaten Fernsehen 2002

Die 103 privaten TV-Anbieter beschäftigten Ende 2002 zusammen fast 12.000 Erwerbstätige (Abbildungen 04-1 und 04-2):

- mit 10.650 festen Mitarbeitern waren davon knapp 89 Prozent bei den bundesweiten TV-Programmen tätig,
- bei den Ballungsraum- und Regionalsendern arbeiteten zusammen 380 Festangestellte (3,2 %),
- 660 feste Mitarbeiter (5,5 %) wurden von den 42 kleineren lokalen Programmen beschäftigt,
- weitere 300 Festangestellte (2,5 %) gab es bei den landesweit verbreiteten Fensterprogrammen.

Zusätzlich zu diesen festen Mitarbeitern wurden Ende 2002 von den privaten TV-Veranstaltern noch gut 4.500 Mitarbeiter ohne festes Arbeitsverhältnis

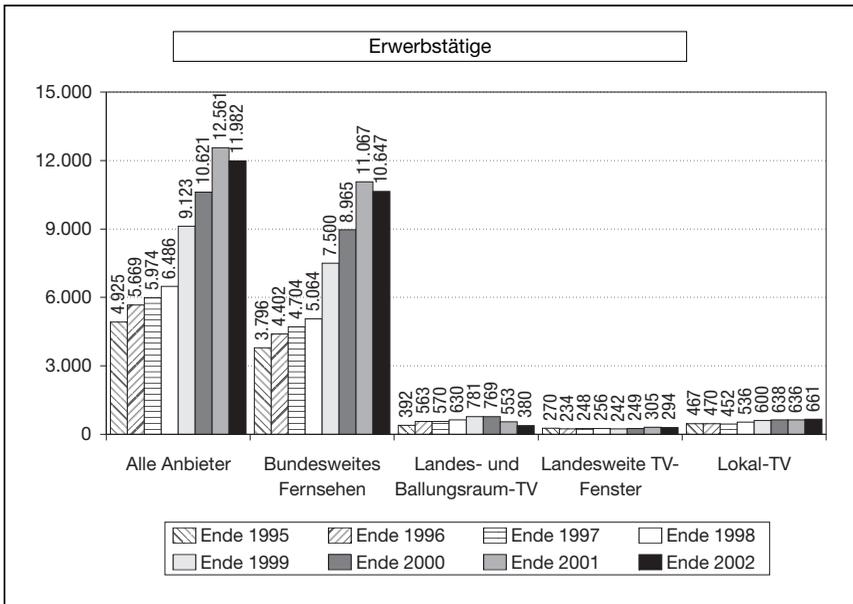


Abbildung 04-1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1995–2002

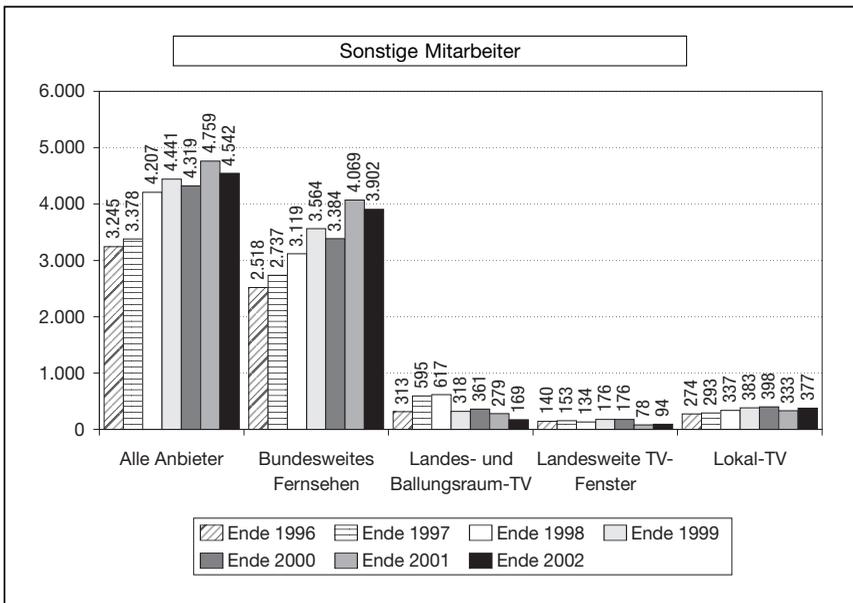


Abbildung 04-2: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1995–2002

(Praktikanten, feste Freie und sonstige Freie) beschäftigt. Das Verhältnis der festen Mitarbeiter zu dieser Gruppe von Beschäftigten betrug damit etwa 1 : 0,38.

Verglichen mit dem Personalstand zum Jahresende 2000 ist sowohl die Zahl der festen als auch die der freien Mitarbeiter des privaten Fernsehens gewachsen.

b) Zahl der Beschäftigten im privaten Hörfunk

Beim privaten Hörfunk waren Ende 2002 gut 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 bundesweiten Programmen waren nur 540 und damit nur 12 % aller Erwerbstätigen des privaten Hörfunks beschäftigt,
- bei den landesweiten Programmen waren es knapp 2000 oder 44,6 % der festen Mitarbeiter,
- bei den Lokalsendern waren es 1900 Erwerbstätige und damit ein Anteil von 42,5 %,

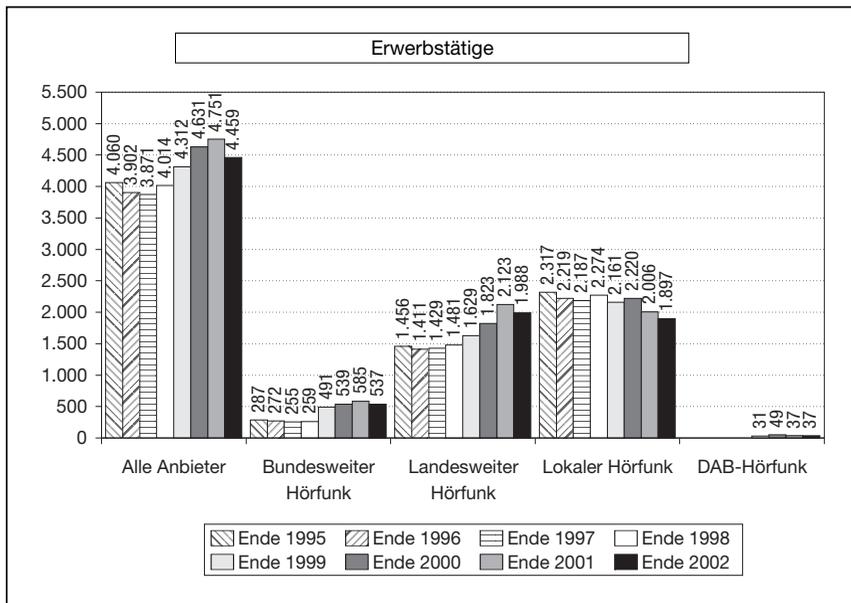
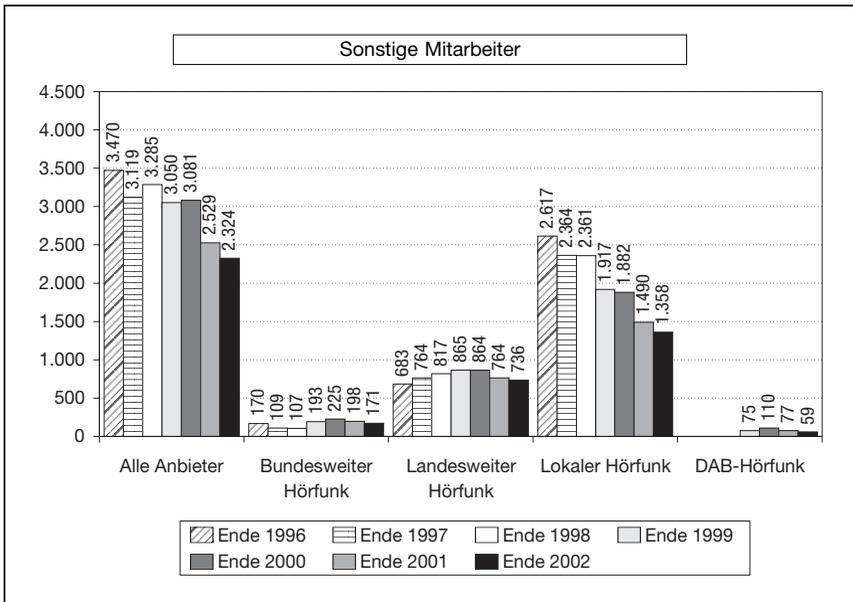


Abbildung 04-3: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1995–2002



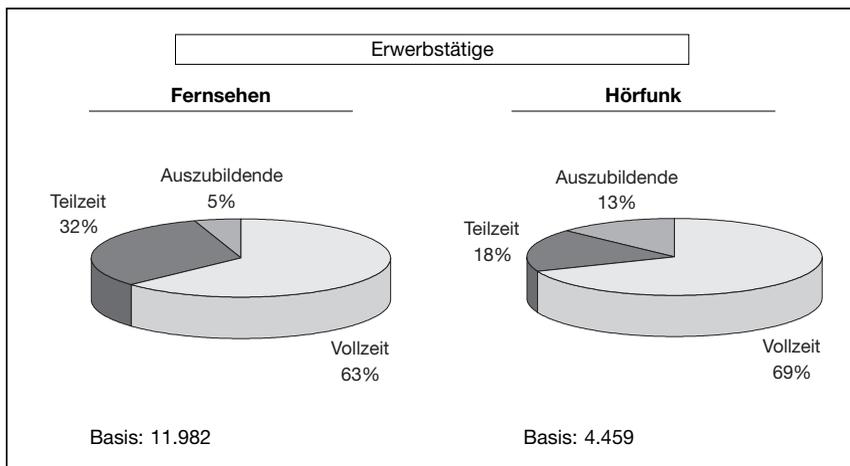
**Abbildung 04-4: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1995–2002**

- bei den 24 DAB-Anbietern waren mit 37 Festangestellten weniger als 1 % der festen Mitarbeiter des privaten Rundfunks tätig.

Deutlich zurückgegangen ist der Anteil der Mitarbeiter ohne festen Arbeitsvertrag an der Gesamtzahl der Hörfunk-Beschäftigten. Insgesamt addierte sich im privaten Hörfunk die Zahl der Praktikanten, festen Freien und sonstigen Freien Ende 2002 auf 2.300. Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu freien Mitarbeitern betrug 1 : 0,52.

### c) Beschäftigtenstruktur

Von den Erwerbstätigen im privaten Fernsehen am Jahresende 2002 waren 63 % Vollzeitbeschäftigte, 32 % Teilzeitbeschäftigte und 5 % Auszubildende. Der Anteil der Auszubildenden war beim privaten Hörfunk mit 13 % mehr als doppelt so hoch, der Anteil der Teilzeitbeschäftigten deutlich geringer (Abbildung 04-5). Verglichen mit dem Jahresende 2000 ist vor allem der gewachsene Anteil der Teilzeitbeschäftigten auffällig: damals machten die Teilzeitkräfte beim Fernsehen noch 22 % und beim Hörfunk noch 18 % aus. Diese Veränderung deutet darauf hin, dass die Rundfunkunternehmen auf den Ertragsrückgang nicht nur mit Personalabbau, sondern auch mit

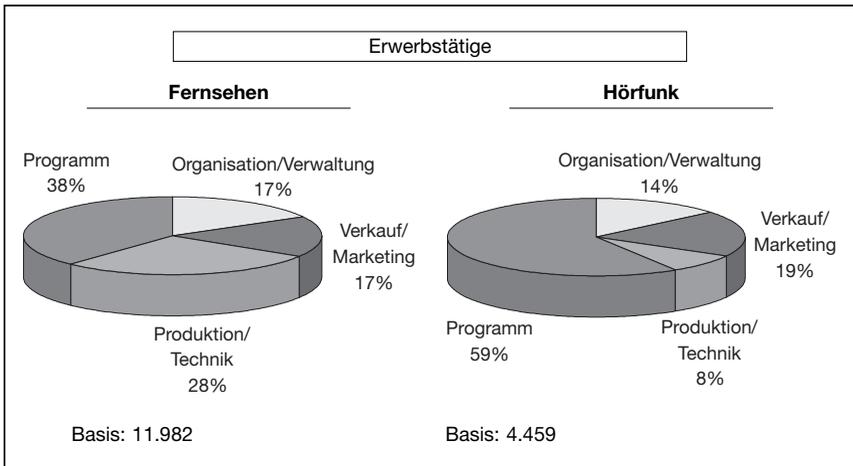


**Abbildung 04-5: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 2002**

zunehmender Teilzeitbeschäftigung reagiert haben. Auf diese Weise konnten sie die Kosten reduzieren, ohne die Verbindung zu qualifizierten Mitarbeitern ganz aufgeben zu müssen.

Zugleich ist der Frauenanteil an den festen Mitarbeitern des privaten Rundfunks deutlich angestiegen. Betrug er beim privaten Fernsehen zum Jahresende 2000 noch 40 % (6.500 von insgesamt 15.300 Erwerbstätigen), ist er bis Ende 2002 auf gut 50 % angestiegen (8.250 von insgesamt 16.450 Erwerbstätigen).

Betrachtet man die festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk nach ihren Haupttätigkeiten, so sind mit 38 % beim Fernsehen bzw. 59 % beim 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: Beim Hörfunk hat dieser Bereich einen Anteil von 8 %, beim Fernsehen dagegen von 18 %, obwohl ein Teil der bundesweiten TV-Anbieter seine Sendetechnik in eigenständige Unternehmen ausgelagert hat. Ausgliedert haben die bundesweiten TV-Anbieter auch einen erheblichen Teil der Werbeakquisition. Dennoch sind beim privaten Fernsehen noch 8 % der festen Mitarbeiter im Bereich Verkauf/Marketing tätig. Im privaten Hörfunk sind es wegen der hohen Zahl von lokalen Anbietern mit eigener Werbeakquisition sogar 19 %. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich beim Hörfunk wie beim Fernsehen jeweils 14 % der festen Mitarbeiter zuzuordnen.



**Abbildung 04-6: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 2002**

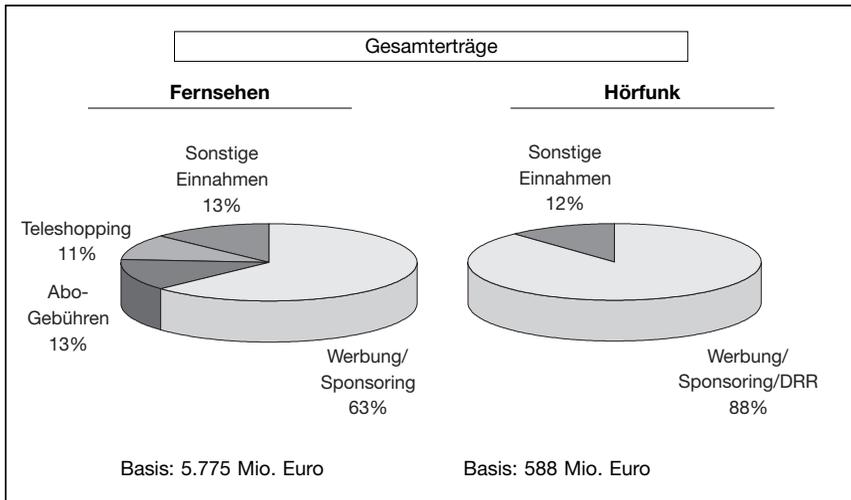
## 0.5 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks im Jahr 2002

### a) Ertragsstruktur

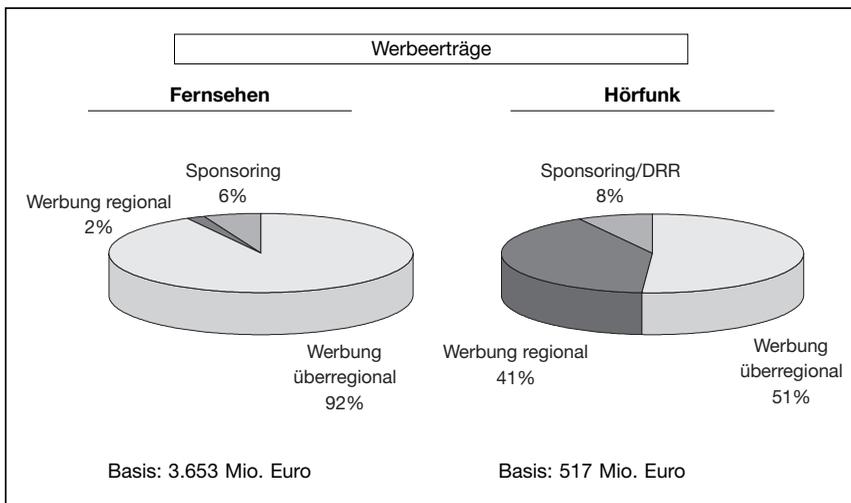
Privater Rundfunk in Deutschland war auch 2002 überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Von den Gesamterträgen des privaten Fernsehens in Höhe von 5,8 Mrd. Euro stammten 3,6 Mrd. Euro (63 %) aus Werbeerträgen einschließlich der Sonderwerbformen wie Sponsoring. Beim privaten Hörfunk betragen die Erträge aus Werbespots, Sponsoring und Direct Response Radio 520 Mio. Euro, das entspricht 88 % der Gesamterträge (Abbildung 05-1).

Während sich der private Rundfunk 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 (Abbildung 05-2). Von den Werbeerträgen der privaten Hörfunkanbieter stammten 41 % aus regionaler Werbung. Allerdings machte auch hier die überregionale Werbung noch gut die Hälfte der Werbeeinnahmen aus.

Erhebliche Bedeutung hat das Teleshopping gewonnen, das im Jahre 2002 bereits 11 % der Erträge aller privaten Fernsehanbieter ausmachte. Gut 560 Mio. Euro sind dabei an die reinen Teleshopping-Programme geflossen, bei den übrigen Programmen hat Teleshopping Erträge von ins-



**Abbildung 05-1: Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 2002**

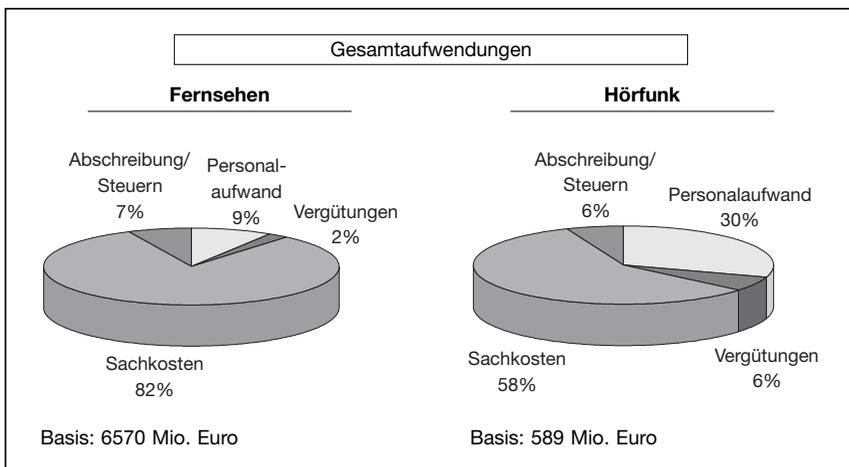


**Abbildung 05-2: Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 2002**

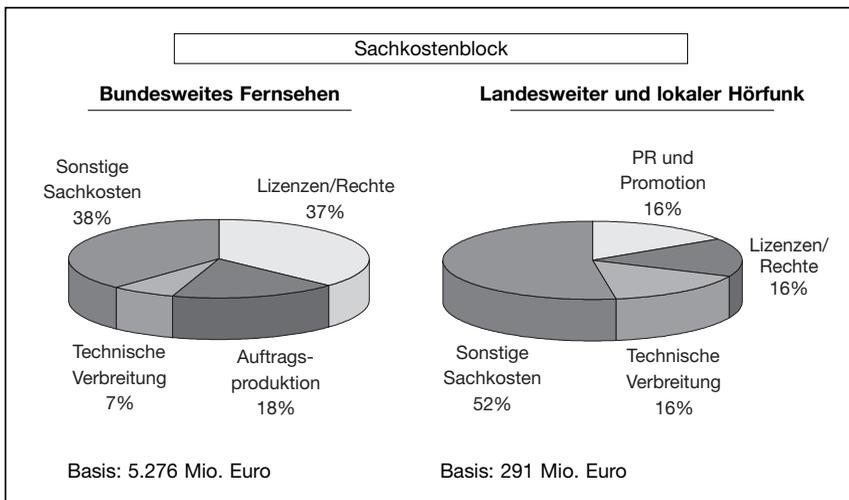
gesamt 55 Mio. erbracht, also etwa 1 % der Erträge. Auch das Pay-TV hat mit Erträgen von 780 Mio. Euro (13 %) deutlich zugelegt – im Jahre 2000 waren es noch 615 Mio. Euro.

## b) Aufwandsstruktur

Die Gesamtaufwendungen aller privaten Fernsehveranstalter lagen 2002 bei fast 6,6 Mrd. Euro – und damit weiterhin deutlich über den Erträgen. Trotz der hohen Beschäftigtenzahlen hat der Personalaufwand nur ein begrenztes Gewicht (Abbildung 05-3). Zusammen mit den Vergütungen für freie Mitarbeiter machen die Personalkosten nur 9 % aus.



**Abbildung 05-3: Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 2002**



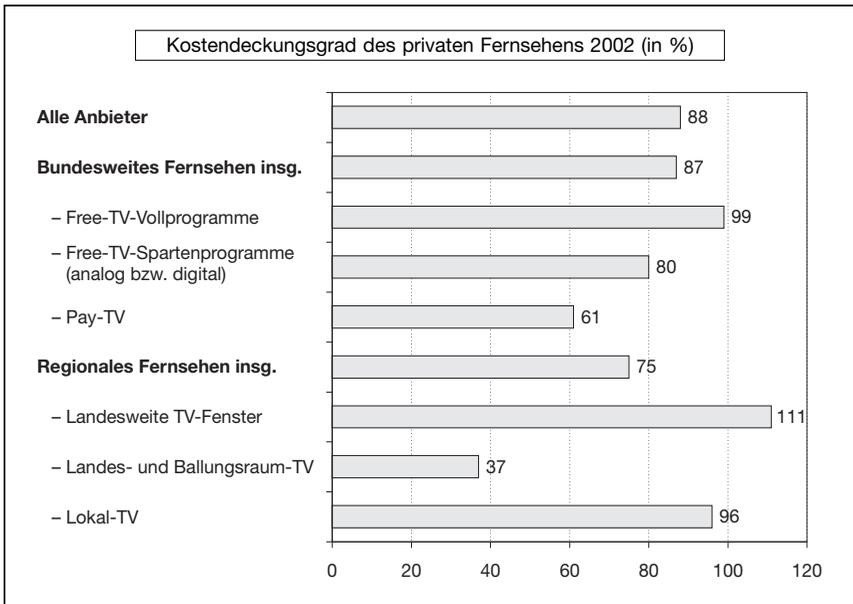
**Abbildung 05-4: Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 2002**

Der überwiegende Teil der Aufwendungen waren Sachkosten. Für die bundesweiten Anbieter ist dabei eine Aufschlüsselung dieses Kostenblocks für das Jahr 2002 möglich. Von den knapp 5,3 Mrd. Euro entfielen 2,0 Mrd. Euro auf den Ankauf fertiger Programme und den Erwerb sonstiger Rechte, 960 Mio. Euro wurden für Auftragsproduktionen ausgegeben und rund 360 Mio. Euro für die technische Programmverbreitung (Abb. 05-4).

## **0.6 Kostendeckung bei den privaten Rundfunkveranstaltern**

Die privaten Fernsehveranstalter erwirtschafteten 2002 zusammen einen Verlust in Höhe von 795 Mio. Euro. Die privaten Hörfunkanbieter konnten hingegen insgesamt ihre Kosten fast decken. Die wirtschaftliche Lage einzelner Anbietertypen war dabei sehr unterschiedlich. Im privaten Fernsehen gab es folgende Kostendeckungsgrade:

- Die Gruppe der 8 bundesweiten werbefinanzierten Vollprogramme erbrachte 2002 zusammen ein geringes Defizit von 34 Mio. Euro; dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 99 %. Vier der Anbieter erreichten eine Kostendeckung von 100 % und mehr.
- Die Gruppe der 14 bundesweiten Free-TV-Spartenprogramme kam zusammen auf ein Defizit von 131 Mio. Euro; drei Anbieter arbeiteten kostendeckend.
- Die 29 Pay-TV-Programme schrieben 2002 Verluste in Höhe von 563 Mio. Euro, dennoch konnten 5 von ihnen kostendeckend arbeiten.
- Die 12 sonstigen bundesweit verbreiteten privaten Fernsehprogramme, darunter die Teleshopping-Kanäle, erbrachten 2002 Verluste von 22 Mio. Euro. Immerhin 5 von ihnen arbeiteten kostendeckend.
- Die 13 landesweiten Fensterprogramme erbrachten fast durchweg ein positives Ergebnis, weil sie in der Regel ihre Programme zu festen Konditionen an die bundesweiten Veranstalter abgeben; Werbung trug nur zu 29 % zu ihrem Ergebnis bei.
- Die 15 Landes- und Ballungsraumprogramme erreichten mit einem Kostendeckungsgrad von 37 % das mit Abstand schlechteste Ergebnis aller Fernsehprogramme. Nur bei zwei Programmen wurde ein Kostendeckungsgrad von 100 % erreicht oder überschritten.
- Die Gruppe der 42 lokalen Fernsehprogramme konnte einen Kostendeckungsgrad von 96 % erreichen. Mehr als die Hälfte schloss mit einem positiven Ergebnis ab.

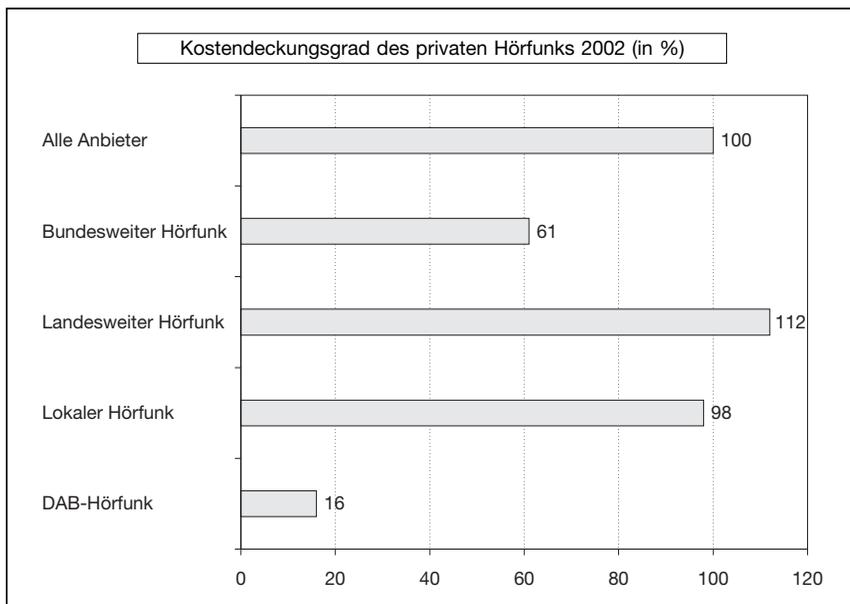


**Abbildung 06-1: Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens 2002**

Auch im privaten Hörfunk war die Lage je nach Programmtyp sehr unterschiedlich (Abbildung 06-2).

- Die 14 bundesweiten Programme haben bei einem Kostendeckungsgrad von nur 16 % einen Verlust von 30 Mio. Euro zu verzeichnen. Nur zwei Anbieter konnten ein positives Ergebnis erzielen.
- Deutlich besser ist die Lage bei den 45 landesweiten Programmen, die zusammen einen Überschuss von 38 Mio. Euro erbringen konnten. Allerdings hat auch hier die Mehrzahl der Programme rote Zahlen geschrieben.
- Die 132 lokalen Programme haben zusammen ein Defizit von 4 Mio. Euro erzielt, aber immerhin 54 erzielten einen Kostendeckungsgrad von 100 % oder mehr.
- Sehr verlustreich ist weiterhin das digitale terrestrische Radio. Die 24 DAB-Anbieter kamen nur auf einen Kostendeckungsgrad von 16 %.

Verglichen mit dem Jahr 2001 hat sich die Situation des bundesweiten privaten Fernsehens bereits etwas gebessert, und der Kostendeckungsgrad ist von 82 % auf 88 % angestiegen. Dies ist allerdings nicht das Ergebnis von Ertragszuwachs, sondern von Kostensenkung. Beim regionalen und



**Abbildung 06-2: Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks 2002**

lokalen Fernsehen lag 2001 die Kostendeckung bei 79 %, 2002 dagegen bei nur 75 %. Außer bei den landesweiten Fensterprogrammen ist es hier offenbar nicht zur einschneidenden Sparmaßnahmen gekommen, jedoch sind die Erträge weiter gesunken.

Im privaten Hörfunk war die wirtschaftliche Lage 2001 noch etwas günstiger als 2002. Die Aufwendungen sind in 2002 verringert worden, die Sparmaßnahmen haben aber den weiteren Rückgang der Erträge nicht aufwiegen können.

## 0.7 Entwicklung des dualen Rundfunksystems

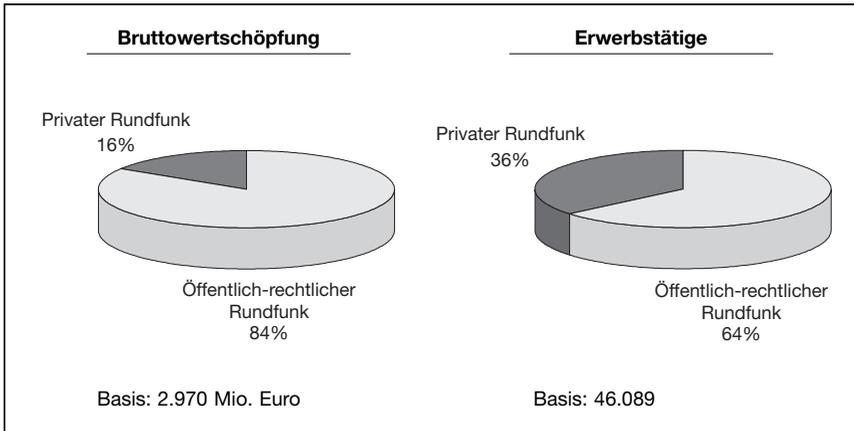
### a) Entwicklungsstand 2002

Auch 2002 haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihre wirtschaftlich dominante Position innerhalb der deutschen Rundfunkwirtschaft beibehalten. Gleichzeitig unterscheidet sich ihre Struktur deutlich von der des privaten Rundfunks:

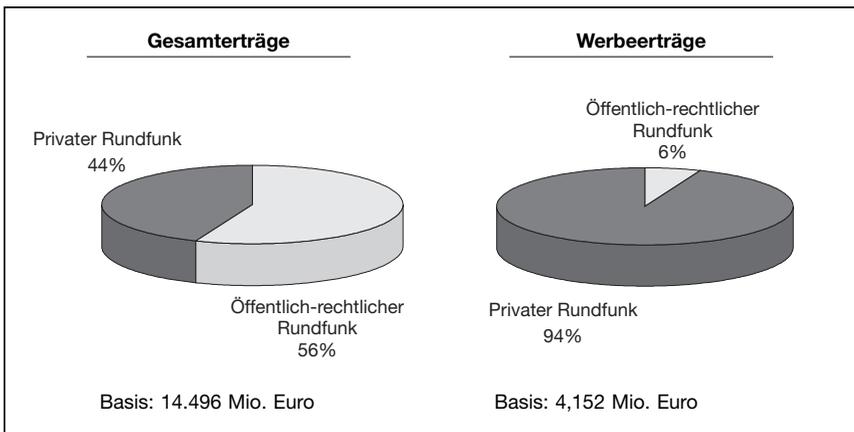
- Fast zwei Drittel der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft waren Ende 2002 bei den 14 öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern

(einschl. Arte Deutschland) beschäftigt. Der Anteil der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkveranstalter lag 2002 sogar bei 84 % (Abbildung 07-1).

- Die Unterschiede in der Produktionsstruktur – insbesondere beim Fernsehen produzieren die öffentlich-rechtlichen Anbieter einen deutlich höheren Anteil des Programms selbst – werden vor allem durch die Personalkosten und die Honorare für freie Mitarbeiter deutlich. Beim privaten Rundfunk machen sie zusammen 13 % der Aufwendungen aus, bei den



**Abbildung 07-1: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 2002**



**Abbildung 07-2: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 2002**

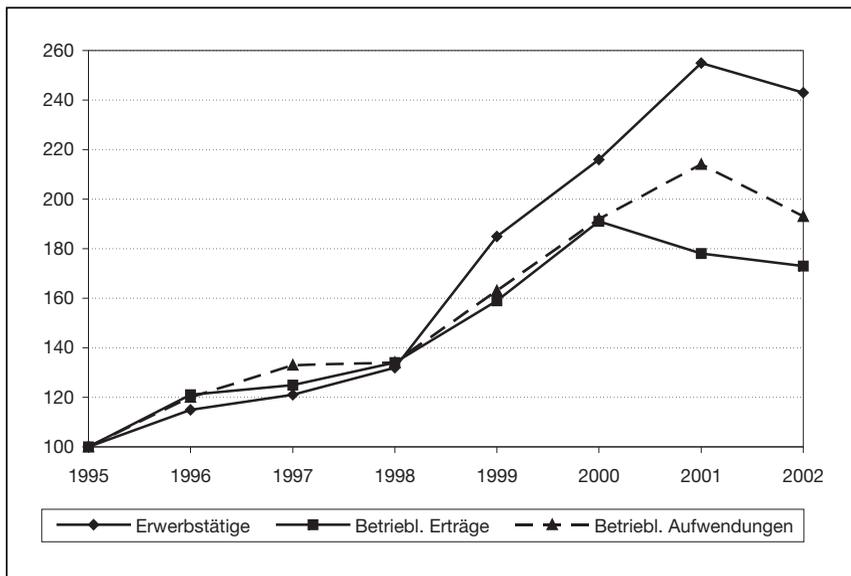
öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dagegen 38 %. Damit arbeitet der öffentlich-rechtliche Rundfunk erheblich personalintensiver als der private Rundfunk.

- Auf den Hörfunk- und Fernsehwerbemarkten spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine Nebenrolle. Von den gesamten Werbeerträgen der Rundfunkveranstalter gingen 2002 nur noch 6 % an die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (Abbildung 07-2). Von den Gesamterträgen, die 2002 von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erzielt wurden, stammten nur 3 % aus der Werbung.

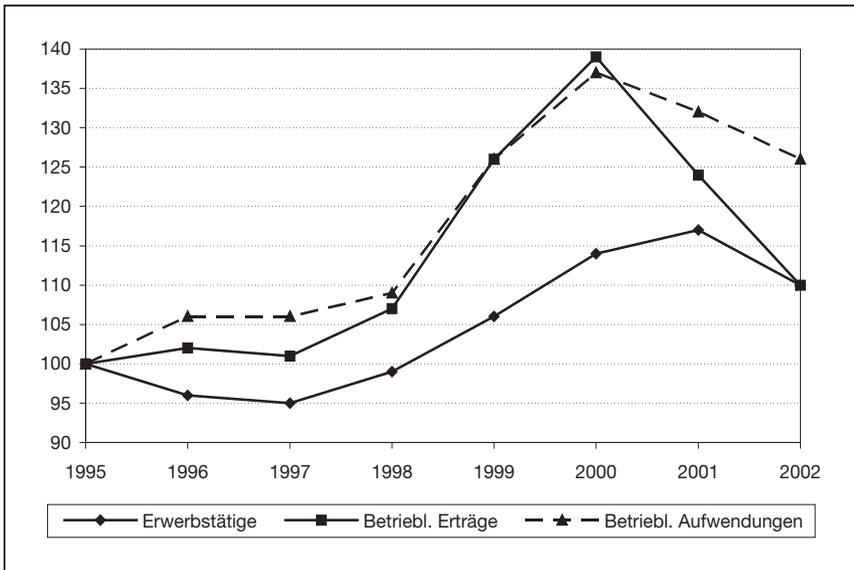
### b) Entwicklung des dualen Rundfunksystems seit 1995

Bei der langfristigen Betrachtung zeigt sich die dynamische Entwicklung, die der private Rundfunk genommen hat, seit 1995 diese Untersuchungen begonnen wurden.

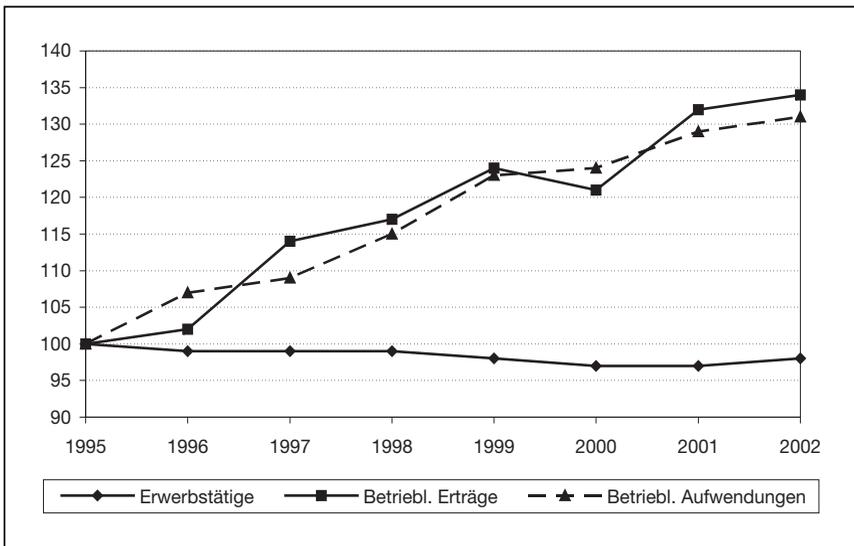
Beim privaten Fernsehen haben sich die Erträge von 1995 bis 2000 nahezu verdoppelt, bis es 2001 einen massiven Rückgang der Erträge gegeben hat. Bei den Aufwendungen hat sich der Aufwärtstrend zunächst fortgesetzt. Erst in 2002 werden hier tiefgreifende Einschnitte erkennbar. Sie betreffen nun auch das Personal. Noch zum Jahresende 2001 hatte das



**Abbildung 07-3: Entwicklung des privaten Fernsehens von 1995 bis 2002**  
(Index 1995 = 100)



**Abbildung 07-4: Entwicklung des privaten Hörfunks von 1995 bis 2002**  
(Index 1995 = 100)



**Abbildung 07-5: Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von 1995 bis 2002**  
(Index 1995 = 100)

private Fernsehen zweieinhalb mal so viele feste Mitarbeiter wie noch 1995. 2002 hat es dann einen Personalabbau gegeben, dennoch blieb die Zahl der Erwerbstätigen noch über dem Stand des Jahres 2000.

Beim privaten Hörfunk war die Entwicklung erheblich langsamer. Bis 1998 hat es nur ein geringes Ertragswachstum gegeben, und der Personalstand blieb sogar unter dem Stand von 1995. Erst 1999 gab es rasches Wachstum bei Erträgen und Aufwendungen und eine langsame Zunahme der Beschäftigung. Im Jahre 2001 ist der Ertrag deutlich zurückgegangen, und auch die Aufwendungen wurden rasch reduziert, wenn auch nicht in gleichem Maße wie die Erträge. Erst im Jahre 2002 wurde dann auch die Beschäftigung wieder verringert.

Die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist im Vergleich dazu recht stetig, da er vornehmlich durch Gebühren und nur noch in geringem Maße durch Werbeeinnahmen finanziert wird. Die Erträge sind einerseits durch periodische Gebührenerhöhungen gestiegen, andererseits nimmt auch die Zahl der gebührenpflichtigen Haushalte zu. Allerdings wird der Personalbestand seit 1995 nicht mehr erhöht, sondern annähernd konstant gehalten.

## **0.8 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft 2002**

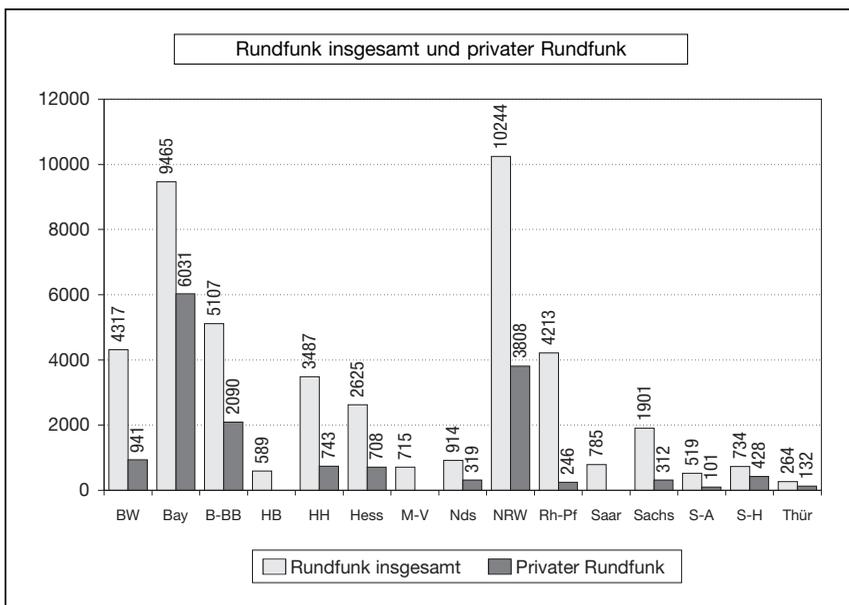
Die privaten Fernsehveranstalter sind auf wenige Bundesländer konzentriert. Allein 30 der 42 bundesweiten Anbieter haben ihren Sitz in den beiden Bundesländern Bayern und Nordrhein-Westfalen und 24 der 38 Lokalfernsehanbieter senden in Bayern. Hingegen gab es Ende 2002 in 4 der 16 Bundesländer gar kein größeres privates Fernsehunternehmen.

Im Hörfunk ist die regionale Konzentration deutlich geringer ausgeprägt. Dennoch wurden 146 der 191 analog verbreiteten Hörfunkprogramme in vier Flächenstaaten ausgestrahlt, die lokalen Rundfunk zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin-Brandenburg, in dem weitere 15 Anbieter ihren Sitz haben. Auch der digitale Hörfunk ist bislang regional sehr stark konzentriert: 17 der 24 Anbieter sind allein in Bayern tätig.

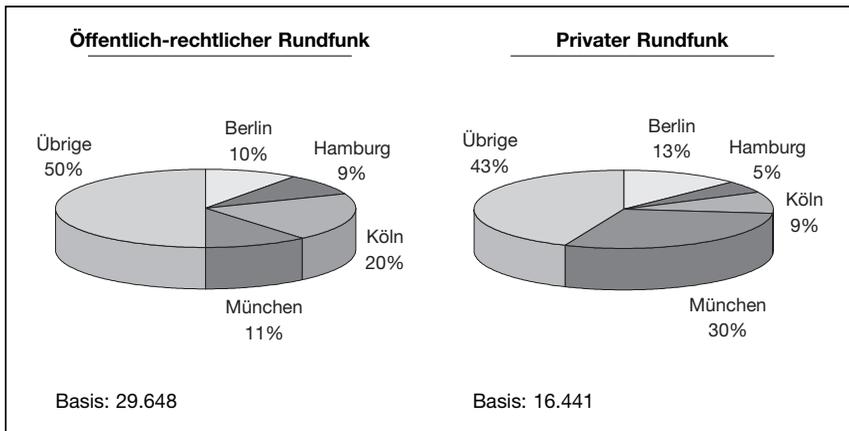
Aufgrund der Zulassung weiterer Fernseh- und Hörfunkanbieter lassen sich die Daten weitgehend regionalisieren. Ausnahmen sind wegen der geringen Zahl an privaten Anbietern die Länder Bremen, Mecklenburg-Vorpommern und das Saarland. Nach der Erwerbstätigenzahl Ende 2002

im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk gab es für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland nach der absoluten Größe diese Rangfolge (Abbildung 8-1):

- Nordrhein-Westfalen 10.244 (davon 3.808 bei Privaten)
- Bayern 9.465 (6.031 Private)
- Berlin-Brandenburg 5.107 (2090 Private)
- Baden-Württemberg 4.317 (941 Private)
- Rheinland-Pfalz 4.213 (246 Private)
- Hamburg 3.487 (743 Private)
- Hessen 2.625 (708 Private)
- Sachsen 1901 (312 Private)
- Niedersachsen 914 (319 Private)
- Saarland 785 (k. A.)
- Schleswig-Holstein 734 (428 Private)
- Mecklenburg-Vorpommern 715 (k. A.)
- Bremen 589 (k. A.)
- Sachsen-Anhalt 519 (101 Private)
- Thüringen 264 (132 Private)



**Abbildung 08-1: Regionale Verteilung der Erwerbstätigen nach Bundesländern Ende 2002**



**Abbildung 08-2: Verteilung der Erwerbstätigen auf die vier wichtigsten Medienstädte Ende 2002**

Auch innerhalb der Bundesländer ist die Rundfunkwirtschaft auf wenige Standorte konzentriert. Wie in den Vorjahren wurden die Erwerbstatigenzahlen der Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich des nahen Umlandes) gesondert ausgewertet (Abb. 08-2). Danach befinden beim öffentlich-rechtlichen wie beim privaten Rundfunk mehr als die Hälfte der Rundfunkarbeitsplätze in diesen vier Städten.

Köln als Standort der Rundfunkanstalten WDR, DeutschlandRadio und Deutsche Welle (inzwischen umgezogen nach Bonn) hat beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk allein einen Anteil von 20 %. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 30 % der Erwerbstatigen deutlich vor Berlin mit 13 %, gefolgt von Köln mit 9 % und Hamburg mit 5 %.

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 überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung beigetragen haben:

- Bayern mit einem Anteil von 22 % an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 18 %,
- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil von 15 % an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 4 %,
- Hamburg mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 9 % und einem Anteil am BIP von 4 %.

In Ansätzen ist eine solche Spezialisierung auch in Sachsen festzustellen, das einem Anteil von 4,3 % an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem Anteil von 3,6 % am BIP aufweist.

## **0.9 Entwicklungstendenzen im Jahre 2003**

Bei den Erhebungen im 2. Quartal 2003 wurden die privaten Veranstalter auch danach gefragt, welche Veränderungen sie im laufenden Jahr für das eigene Unternehmen erwarten. Soweit überhaupt Änderungen erwartet wurden – häufig wurde auch die Fortsetzung des status quo angenommen – dominiert die Erwartung, dass die Erträge weiter zurückgehen, dass dieser Rückgang aber durch erhebliche Kostensenkungen mehr als ausgeglichen wird und dabei die Beschäftigung weiter zurückgehen wird.

Beim Hörfunk erwarten 38 Befragte Ertragssteigerungen um durchschnittlich 0,5 Mio. Euro, während 80 Ertragsrückgänge um durchschnittlich 0,5 Mio. Euro erwarten – zusammengenommen wäre das ein Rückgang um 21 Mio. Euro, und zwar vorwiegend bei den landesweiten Hörfunkprogrammen. Gleichzeitig werden von 111 Befragten Kostensenkungen im Umfang von fast 40 Mio. Euro gegenüber 2002 angestrebt, während 31 Befragte Kostensteigerungen von zusammen 9 Mio. Euro erwarten. Lassen sich diese Erwartungen realisieren, könnte das die wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks deutlich verbessern. Allerdings wäre mit der Kostensenkung auch Personalabbau im Umfang von etwa 100 festen Mitarbeitern und etwa 120 „festen Freien“ verbunden.

Auch beim Fernsehen erwarten 50 Befragte für das Jahr 2003 weitere Ertragsrückgänge um insgesamt um 190 Mio. Euro, während 27 Befragte bereits wieder steigende Erträge erwarten, sogar um insgesamt 310 Mio. Euro. 21 Befragte erwarten steigende Kosten, insgesamt um 140 Mio. Euro. Andererseits geben 55 Befragte an, dass die sie für 2003 ihre Kosten senken wollen, zusammen um 420 Mio. Euro. Auch beim Fernsehen sind die Kostensenkungen mit personellen Konsequenzen verbunden. Per Saldo wird eine Reduzierung der festen Mitarbeiter um 60 und der „festen Freien“ um 100 erwartet.

Zusammengenommen erwarten die Hörfunk- und Fernsehanbieter für 2003 per Saldo ein Ertragswachstum von 100 Mio. Euro (plus 1,5 %) und einen Beschäftigungsrückgang um rund 380 Mitarbeiter.

# 1 Ziel und Durchführung der Studie

## 1.1 Projektorganisation, Erhebungsziel und -methodik

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Januar 2003 das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (HBI) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die Lage des Rundfunks in Deutschland in den Jahren 2001 und 2002 zu erstellen. Bei der Datenerhebung und der Auswertung kooperierte das Hans-Bredow-Institut mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) und Prof. Dr. Seufert (Universität Jena), die an den früheren Studien maßgeblich beteiligt waren.<sup>1</sup>

Es wurde folgende Arbeitsteilung vereinbart:

- Dem Hans-Bredow-Institut wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen, es war außerdem für die Datenerhebung bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verantwortlich.
- Im Unterauftrag des Hans-Bredow-Institut wirkte Prof. Seufert an der Projektleitung und Auswertung insbesondere zur gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Rundfunks mit.
- Die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit beim privaten Hörfunk und Fernsehen sowie bei den Veranstaltern in Kabelanlagen in den Ländern Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen betraut. Die gewonnenen Daten wurden in anonymisierter Form zur Auswertung an das Hans-Bredow-Institut

---

<sup>1</sup> Vgl. Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1995/96, Berlin 1996 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Bd. 6); Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1996/97, Berlin 1998 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Bd. 9); Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1997/1998, Berlin 1999 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Bd. 15); Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000, Berlin 2002 (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Bd. 24).

gegeben. Außerdem war die AKM beauftragt, auf der Basis der quantitativen Auswertungen des HBI die länderbezogene Darstellung auszuarbeiten.

Die Betreuung des Projekts 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 2002 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 2002 auch noch Eckdaten für das Jahr 2001 erhoben.

Das Befragungsprogramm wurde gegenüber den Vorjahren nur leicht modifiziert. Ergänzend wurde erstmals nach Einschätzungen über die Entwicklung der Beschäftigung, der Kosten und der Erträge im laufenden Jahr gefragt.

Die erfragten Kennziffern zum Beschäftigungsumfang und zur Beschäftigtenstruktur, zu den betrieblichen Erträgen und Aufwendungen sowie zu den von den Rundfunkunternehmen getätigten Investitionen orientieren 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>2</sup> Die in rechtlich selbständige Unternehmen ausgelagerten Dienstleistungsaktivitäten wie Werbeakquisition, Sendetechnik oder Studiobetrieb sowie Aktivitäten von TV-Programmproduzenten ohne eigene Sendelizenz sind also nicht in den Daten enthalten.<sup>3</sup>

---

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

3 Zum Umfang der TV-Produktion in Deutschland in den Jahren 2000/2001 vgl. DIW: Film und Fernsehwirtschaft in Deutschland 2000/2001, Berlin 2002 (Schriftenreihe des Landesmedienanstalten, Bd. 26).

Bei der Darstellung der Ergebnisse erfolgt eine weitgehende Regionalisierung auf der Ebene von Bundesländern, wobei in einigen Fällen privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunk zusammengefasst werden mussten, 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 zusammenfasst. 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 April bis September 2003, wobei die Befragten ihre Angaben möglichst auf Basis der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Jahresbilanz von 2002 machen sollten. Die Datenerhebung im privaten Hörfunk und Fernsehen konnte größtenteils schon im Juli 2002 abgeschlossen werden; nur im Einzelfall gab es später noch Bedarf an weitergehender Recherche. Die Erhebung bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten konnte im September abgeschlossen werden.

Die Daten der privaten Rundfunkveranstalter wurden mit einer telefonisch eingeleiteten und begleiteten schriftlichen Befragung erhoben. Wie in den Vorjahren war der Fragenbogen für die bundes- und landesweiten TV-Anbieter ausführlicher. Nach einer schriftlichen Ankündigung durch den Präsidenten der BLM wurde ein telefonischer Kontakt aufgenommen und ein Telefoninterview eingeleitet. In den meisten Fällen wurde dann vereinbart worden, den Fragebogen per E-Mail zuzusenden. Dies gilt für fast alle bundes- und landesweiten Fernsehanbieter, aber auch drei Viertel der übrigen Befragten haben die Zusendung des Fragebogens vorgezogen. In zwei Fällen wurde auf einem persönlichen Interview vor Ort bestanden. Die Erhebung bei Veranstaltern von Fernsehprogrammen in Kabelanlagen in Ostdeutschland und bei den DAB-Anbietern wurde dagegen nicht telefonisch, sondern sogleich als schriftliche Umfrage mit Begleitschreiben der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt durchgeführt. Zu den Details vgl. Punkt A1 im methodischen Anhang.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten veröffentlichen in ihren Geschäftsberichten und Jahrbüchern eine Fülle von Wirtschaftsdaten und haben zudem andere Strukturen als die privaten Rundfunkveranstalter (Veranstaltung von Hörfunk *und* Fernsehen, Ausstrahlung von Gemeinschaftsprogrammen, besondere Aufsichtsgremien). Das HBI hat auf der Grundlage der von der AKM verwendeten Fragebögen einen eigenen Fragenkatalog entwickelt, um die für den öffentlich-rechtlichen Bereich spezifischen

Informationslücken zu schließen. Dies betraf insbesondere Informationen zur Beschäftigtenstruktur und – soweit es die Kostenrechnung der öffentlich-rechtlichen Anstalten zulässt – die Trennung von Hörfunk- und Fernsehaktivitäten.

Die für eine freiwillige Umfrage außerordentlich hohe Antwortquote von mehr als 95 Prozent bei den bundes- und landesweiten Rundfunkveranstaltern und mehr als 98 Prozent bei den regionalen Rundfunkveranstaltern lässt auf ein weiterhin hohes Interesse der gewinnorientierten Rundfunkunternehmen an einer möglichst guten Datenlage zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland schließen. Bei den TV-Anbietern in den Kabelanlagen der östlichen Bundesländer, die nicht gewinnorientiert und häufig nur mit ehrenamtlichem Personal arbeiten, war der Rücklauf trotz eines vereinfachten Fragebogens zunächst sehr gering. Erst nach einer telefonischen Nachfassaktion konnte eine Rücklaufquote von 56 % erreicht werden. Da die auf dieser Grundlage hochgerechneten Ergebnisse nur begrenzt aussagekräftig sind, werden sie in einem eigenen Abschnitt in Kapitel 8 gesondert dargestellt.

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

### *1.2.1 Fernsehen*

Ausgehend von Adressenlisten, die von den Landesmedienanstalten zur Verfügung gestellt wurden, hat die AKM zunächst ein Verzeichnis der Programme erstellt, die als Adressaten der Erhebung in Betracht kommen. Berücksichtigt wurden alle privaten kommerziellen Fernsehprogramme, die in den Jahren 2001 und/oder 2002 in Deutschland verbreitet wurden, sofern deren Veranstalter über zumindest eine Betriebsstätte in Deutschland verfügen.<sup>4</sup>

Insgesamt wurden Ende 2002 in Deutschland 103 gewinnorientierte Fernsehveranstalter gezählt. 42 dieser Unternehmen waren bundesweit tätig, 10 veranstalteten landesweite Fenster in bundesweiten Programmen, 13 landesweite oder auf Ballungsräume gerichtete Programme und 38 veranstalteten lokale Fernsehprogramme (Tabelle 1.1.1). Gegenüber dem Jahr

---

<sup>4</sup> Zur Grundgesamtheit gehörten somit Bloomberg TV, CNN Deutschland, 13th Street (Universal), Discovery Channel, Disney Channel, Fox Kids und QVC, nicht jedoch Einstein Kanal (London), BBC World, Euronews, Eurosport, TV 5 und TV Polonia.

2000 ist – trotz aller wirtschaftlichen Engpässe auf dem Werbemarkt – die Zahl der bundesweit tätigen Fernsehveranstalter um 12 gestiegen, andererseits hat die Zahl der lokalen Fernsehveranstalter um 3 abgenommen.

Weitere 180 Fernsehveranstalter waren Ende 2002 in Kabelanlagen der östlichen Bundesländer tätig, davon die meisten in Brandenburg und Berlin (hier im sogenannten Mischkanal). Zusätzlich sind in Bayern 7 Zulieferprogramme bzw. Aus- und Fortbildungskanäle zu verzeichnen.

Es ist auffällig, wie stark die gewinnorientierten Fernsehveranstalter auf wenige Bundesländer konzentriert sind. Die Veranstalter bundesweiter

Sitz des Veranstalters Bundesland	Gewinnorientierte private TV-Veranstalter <sup>1</sup>					Kabelanlagen und Zulieferprogramme	
	Insgesamt	Bundesweites TV <sup>2</sup>	Landesweite TV-Fenster <sup>3</sup>	Landesweites und Ballungsraum-TV	Lokal-TV <sup>4</sup>	Zulieferprogramme <sup>5</sup>	Veranstalter in Kabelanlagen <sup>6</sup>
Baden-Württemberg	9	2	0	3	4		
Bayern	47	18	3	2	24	7	
Berlin u. Brandenburg	10	6	0	2	2		57
Bremen	0	0	0	0	0		
Hamburg	4	1	2	1	0		
Hessen	3	2	1	0	0		
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	0	0	0		18
Niedersachsen	0	0	0	0	0		
Nordrhein-Westfalen	15	12	2	1	0		
Rheinland-Pfalz	5	1	1	0	3		
Saarland	1	0	0	1	0		
Sachsen	5	0	0	3	2		74
Sachsen-Anhalt	0	0	0	0	0		15
Schleswig-Holstein	2	0	1	0	1		
Thüringen	2	0	0	0	2		16
Ende 2002	103	42	10	13	38	7	180
Ende 2001	99	41	10	13	35	7	170

1) Jeweils mehrere Programme verbreiten folgende Veranstalter:

Bayern: 18 Veranstalter verbreiten 21 Programme (bundesweit): MTV Networks GmbH & Co. OHG (2 bundesweite Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern); GoldStarTV GmbH & Co. KG (2 bundesweite Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern); Junior.TV GmbH & Co. KG (2 bundesweite Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern)  
Bayern: 24 Veranstalter verbreiten 26 Programme (lokal): TV Touring Fernsehgesellschaft (3 lokale Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern)

Hamburg: 2 Veranstalter verbreiten 5 Programme (landesweit): Sat.1 Norddeutschland GmbH (2 landesweite Programme in Hamburg und Niedersachsen, Hauptsitz in Hamburg); RTL Nord GmbH (3 landesweite Programme in Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein, Hauptsitz in Hamburg)

Sachsen: 3 Veranstalter verbreiten 5 Programme (Ballungsraum-TV): Sachsen Fernsehen GmbH & Co. (3 Ballungsraum-TV in Sachsen, Hauptsitz in Sachsen)

Sachsen: 2 Veranstalter verbreiten 4 Programme (lokal): B.I.S. – Ballungsraumfernsehen in Sachsen GmbH (3 lokale bzw. Ballungsraumfenster in Sachsen, Hauptsitz in Sachsen)

2) In Deutschland lizenzierte Veranstalter mit Betriebsstätte im Inland.

3) 1 Landesprogramm (TV NRW), 12 Landesfenster auf RTL, SAT.1 und NEUN LIVE.

4) Einschließlich Ballungsraumfenster, ohne Veranstalter von Zulieferprogrammen mit eigener Lizenz und Aus- und Fortbildungskanälen (in Bayern), ohne Veranstalter in Kabelanlagen.

5) Veranstalter von Zulieferprogrammen mit eigener Lizenz (in Bayern) sowie Aus- und Fortbildungskanäle (in Bayern).

6) Veranstalter (ausschließlich) in Kabelanlagen, einschließlich Stadtkanäle in Brandenburg und Veranstalter im Berliner Mischkanal.

Quelle: AKM

HBI / AKM 03

**Tabelle 1.1.1: Private TV-Veranstalter Ende 2002 nach Bundesländern**

Sitz des Veranstalter Bundesland	TV-Programme analog/digital insgesamt	Analog verbreitete TV-Programme <sup>1</sup>			Nur digital verbreitete TV-Programme			
		Insgesamt	Bundesweites TV-Fenster	Landesweites und Ballungsraum-TV	Lokal-TV <sup>2</sup>	Insgesamt	Free-TV bundesweit	Pay-TV bundesweit
Baden-Württemberg	9	2	0	3	4	0	0	0
Bayern	68	9	3	2	26	28	0	28 <sup>3</sup>
Berlin u. Brandenburg	11	6	0	2	2	1	0	1
Bremen	0	0	0	0	0	0	0	0
Hamburg	4	0	2	1	0	1	1	0
Hessen	3	1	1	0	0	1	1	0
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	0	0	0	0	0	0
Niedersachsen	2	0	2	0	0	0	0	0
Nordrhein-Westfalen <sup>4</sup>	16	12	2	1	0	1	1	0
Rheinland-Pfalz	5	1	1	0	3	0	0	0
Saarland	1	0	0	1	0	0	0	0
Sachsen	9	0	0	5	4	0	0	0
Sachsen-Anhalt	0	0	0	0	0	0	0	0
Schleswig-Holstein	3	0	2	0	1	0	0	0
Thüringen	2	0	0	0	2	0	0	0
Ende 2002	133	31	13	15	42	32	3	29
Ende 2001	127	30	13	15	39	30	2	28

1 Zahlreiche der analog verbreiteten Programme sind auch digital empfangbar.  
2 Ohne Veranstalter (ausschließlich) in Kabelanlagen, ohne Zulieferprogramme mit eigener Lizenz (in Bayern), ohne Aus- und Fortbildungskanäle (in Bayern).  
3 Einschließlich Premiere, Unterführung, dessen Bouquet 17 Programme umfasst.  
4 Nicht als Programm gezählt wird das Angebot von RTL World Interactive.

Quelle: AKM

**Tabelle 1.1.2: Private TV-Programme Ende 2002 nach Bundesländern**

HBI / AKM 03

Programme sind vorwiegend in Bayern, Nordrhein-Westfalen und Berlin angesiedelt, daneben gab nur in Baden-Württemberg, Hamburg, Hessen und Rheinland-Pfalz jeweils einen oder zwei dieser Anbieter. Lokales Fernsehen ist überwiegend in Bayern vorzufinden: 24 der 38 Veranstalter haben hier ihren Sitz.

Eine Reihe von Fernsehveranstaltern veranstaltet nicht nur ein Programm, sondern zwei oder mehr. Deswegen liegt die Zahl der Fernsehprogramme über der Zahl der Veranstalter (Tabelle 1.1.2).

### *1.2.2 Hörfunk*

Auf der Grundlage von Adressenlisten der Landesmedienanstalten hat die AKM auch für den Hörfunk zunächst ein Verzeichnis der kommerziellen Programme erstellt, die befragt werden sollten. Berücksichtigt wurden alle Programme, die mit Lizenz einer Landesmedienanstalt für mehr als 12 Stunden Sendezeit pro Woche verbreitet wurden. Insgesamt wurden 192 Hörfunkprogramme berücksichtigt (8 mehr als Ende 2000). Sie werden von 160 Unternehmen veranstaltet. Die Programme lassen sich folgenden Typen zuordnen (Tabelle 1.2):

- 15 bundesweit verbreitete Programme (darunter 1 Einkaufsradio, 1 Klassik-Programm, 2 religiöse Programme, 1 Programm volkstümlicher Musik, 1 Jazzprogramm, 1 Mittelwellenprogramm, 1 türkisch-deutsches Zielgruppenprogramm und 5 Pop-Programme),
- 31 landesweit verbreitete Programme (darunter 5 Mantelprogramme, 1 Mittelwellenprogramm und 3 Berliner Programme, die in nahezu ganz Brandenburg zu empfangen sind,
- 15 Regionalsender, zu denen auch 10 Programme in Berlin, Hamburg und Bremen gehören, die jeweils in großen Teilen der angrenzenden Flächenländer empfangbar sind,
- 131 lokale Hörfunkprogramme, die sich auf fünf Bundesländer verteilen, die die rechtlichen und technischen Voraussetzungen für Lokalsender geschaffen haben: Baden-Württemberg (13 Programme), Bayern (56), Nordrhein-Westfalen (46), Rheinland-Pfalz (2) und Sachsen (14).

Daneben sind 24 DAB-Veranstalter erfasst worden, davon allein 17 in Bayern. Ebenfalls nicht mitgezählt sind sogenannte Aus- und Fortbildungskanäle sowie Zulieferprogramme, die in Bayern auf der Grundlage einer eigenen Lizenz bis zu 12 Stunden pro Woche andere Lokalprogramme mit Spartenangeboten ergänzen. Ganz unberücksichtigt blieben nicht gewinnorientierte Programme, offene Kanäle oder Internet-Radios.

Sitz des Veranstalter Bundesland	Private Hörfunk- und DAB-Programme insgesamt <sup>1</sup>	Private Hörfunk-Programme					Private DAB-Programme
		Insgesamt	Bundesweite <sup>2</sup>	Landesweite <sup>3</sup>	Regionalsender <sup>4</sup>	Lokale <sup>5</sup>	
Baden-Württemberg	20	18	1	1	3	13	2
Bayern	79	62	3 <sup>6</sup>	3	0	56	17
Berlin u. Brandenburg	15	15	4 <sup>7</sup>	5	6	0	0
Bremen	1	1	0	0	1	0	0
Hamburg	5	5	1	0	4	0	0
Hessen	4	4	3	1	0	0	0
Mecklenburg-Vorpommern	2	2	0	2	0	0	0
Niedersachsen	3	3	0	2	1	0	0
Nordrhein-Westfalen	48	47	0	0	0	47	1
Rheinland-Pfalz	5	5	1	2	0	2	0
Saarland	1	1	0	1	0	0	0
Sachsen	20	19	0	5	0	14	1
Sachsen-Anhalt	4	2	0	2	0	0	2
Schleswig-Holstein	5	5	1	4	0	0	0
Thüringen	3	2	0	2	0	0	1
Ende 2002	215	191	14	30	15	132	24
Ende 2001	212	188	13	30	15	130	24

1 Ohne 10 Zulieferer mit eigener Lizenz in Bayern, Aus- und Fortbildungskanäle, nichtkommerzielle Veranstalter und Internetradios.  
2 Einschließlich Ladefunkprogramm Radio P.O.S., Kiel, und Mittelwellenprogramm Mega Radio, München.  
3 Einschließlich Mantelprogramme, einschließlich Mittelwellenprogramm Power 612, Kiel, einschließlich Sender in Berlin, die in (nahezu) ganz Brandenburg zu empfangen sind (104,6 RTL; Spreeradio 105,5; r.s.2; Berliner Rundfunk 9114).  
4 Regionalsender in Brandenburg, Baden-Württemberg und Niedersachsen sowie Sender in Berlin, Hamburg und Bremen, die jeweils in großen Teilen der angrenzenden Flächenländer empfangbar sind (soweit sie nicht bundesweit verbreitet werden).  
5 Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.  
6 Radio Melodie, Radio Horeb, Mega Radio (MW).

Quelle: AKM

HBI / AKM 03

Tabelle 1.2: Private Hörfunk-Programme Ende 2002 nach Bundesländern

## 1.3 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Lange nach der Etablierung des dualen Rundfunksystems in Deutschland haben die öffentlich-rechtlichen Anstalten innerhalb der deutschen Rundfunkwirtschaft immer noch eine dominierende Stellung. Gleichzeitig unterscheidet sich die Anbieterstruktur deutlich von der des privaten Rundfunks (vgl. Tabelle 1.3).

- In dem hier untersuchten Zeitraum gab es 14 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, von denen 11 sowohl Fernsehen als auch mehrere Hörfunkprogramme veranstaltet haben: die 10 in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten (die Mehrländeranstalten NDR, MDR und SWR sowie die Einländeranstalten BR, HR, ORB, SFB, RB, SR und WDR) und die Bundesrundfunkanstalt Deutsche Welle.
- Jeweils auf ein Medium spezialisiert sind nur das ZDF und das DeutschlandRadio.
- Kein Fernsehveranstalter im engeren Sinne 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 werden deshalb in die Untersuchung einbezogen.
- Mit der Fusion von SFB und ORB zum Rundfunk Berlin Brandenburg im Jahre 2003 setzt sich eine Entwicklung fort, die 1998 mit dem Zusammenschluss von SWF und SDR zum SWR begonnen hat: Aus den kleineren Rundfunkanstalten sollen größere Einheiten werden, die Synergieeffekte nutzen und damit wirtschaftlicher agieren können.

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 den Fernsehprogrammen:

- Im nationalen Rahmen die gemeinsamen dritten Fernsehprogramme der beiden norddeutschen Rundfunkanstalten NDR und Radio Bremen sowie der beiden südwestdeutschen Rundfunkanstalten Südwestrundfunk und Saarländischer Rundfunk. Hinzu kommen die gemeinsamen ARD/ZDF-Programme Kinderkanal und Phoenix sowie je 3 ausschließlich digital verbreitete Programme von ARD (Eins Extra, Eins Muxx und Eins Festival) und ZDF (ZDF.info, ZDF.doku, Theaterkanal).

Sitz der Anstalt Region Bundesland	Rundfunkaktivitäten		Fernsehprogramme				Hörfunkprogramme	
	Anstalt mit ...	... TV - Aktivität	Vollprogramme		zus. Regional- fenster ARD1/III.	Anstalt	Zahl der Programme	
			insgesamt	bundesweit				
<b>Nord:</b>								
Bremen	RB	1				RB <sup>2)</sup>	4	
Hamburg								
Niedersachsen	NDR	1		NDR Fernsehen <sup>3)</sup>	1	NDR	8	
Schleswig-Holstein								
Mecklenburg-Vorp.								
<b>West:</b>								
Nordrhein-Westfalen	WDR, DW, DLR <sup>4)</sup>	2	3	WDR Fernsehen <sup>5)</sup> DW-TV	1 1	WDR DW <sup>6)</sup> DLR	5 8 2	
<b>Ost:</b>								
Berlin	SFB	1	1	SFB1	1	SFB/ORB <sup>7)</sup>	8	
Brandenburg	ORB	1	1	ORB-Fernsehen	1			
Sachsen								
Sachsen-Anhalt	MDR	1	1	MDR Fernsehen	1	MDR	7	
Thüringen								
<b>Stidwest:</b>								
Hessen	HR	1	1	hessen fernsehen	1	HR	8	
Saarland	SR	1	1			SR	5	
Baden-Württemberg	ARTE <sup>8)</sup>	1	1	ARTE	1			
Rheinland-Pfalz	SWR	1	1	Südwest Fernsehen <sup>9)</sup>	1	SWR	8	
	ZDF	1	1	ZDF-Hauptprogramm; nur digital ZDF.info, ZDF.doku, Theaterkanal	4			
<b>Süd:</b>								
Bayern	BR	1	1	Bayrisches Fernsehen, BR-alpha	2	BR	5	
<b>Ende 2002</b>	14	13	12	23	23		68	

1) German TV ist ein Gemeinschaftsprogramm von ARD, ZDF und Deutscher Welle und seit dem 8. April 2002 als kostenpflichtiges Abonnementfernsehen über die Satelliten Telesat 5 und AMC-1 ausschließlich in den USA empfangbar. - 2) Radio Bremen veranstaltet ein Hörfunkprogramm in Kooperation mit dem NDR und eines in Kooperation mit dem WDR. - 3) Der NDR veranstaltet in Kooperation mit Radio Bremen das Programm NDR Fernsehen. - 4) Deutsche Welle und Deutschlandradio produzieren auch in Berlin. - 5) Das 3. Programm des WDR wird zeitweilig in 9 Lokalfenster aufgeteilt. - 6) Die Deutsche Welle sendet Programme in 29 Sprachen, dabei werden maximal 8 Programme gleichzeitig ausgestrahlt. - 7) ORB und SFB veranstalten vier gemeinsame Hörfunkprogramme sowie ein weiteres Hörfunkprogramm (Radio 3) zusammen mit dem NDR. - 8) Die ARTE Deutschland GmbH koordiniert die deutsche Programmzulieferung für den in Straßburg ansässigen deutsch-französischen Sender ARTE. - 9) Der SWR veranstaltet mit dem Saarländischen Rundfunk ein gemeinsames III. Programm, davon werden die Landesprogramme Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz per Satellit verbreitet.  
Quelle: HBI

**Tabelle 1.3: Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Programme Ende 2002**

- Im Fernsehen im internationalen Rahmen veranstalten die ARD-Anstalten, das ZDF, der Österreichische Rundfunk und der deutschsprachige Schweizer Rundfunk das Programm 3sat. Für arte liefern sowohl die ARD als auch das ZDF Programmelemente.
- Für das Publikum in den USA betreibt die Deutsche Welle gemeinsam mit ARD und ZDF das Programm German TV als deutschsprachiges Abonnementfernsehen.

Außerdem gab es Ende 2002 drei gemeinsame Hörfunkprogramme von ORB und SFB und ein gemeinsames von NDR, ORB und SFB.

Insgesamt sendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 23 Fernsehvollprogramme, von denen 22 in Deutschland bundesweit über Satellit empfangbar sind. Hinzu kommen 17 zusätzliche TV-Regionalfenster für einzelne Bundesländer oder einzelne Regionen in Nordrhein-Westfalen und Bayern, die wochentags terrestrisch im Rahmen des ersten Programms oder der Dritten Programme der ARD-Anstalten ausgestrahlt werden. Zudem werden insgesamt 68 Hörfunkprogramme veranstaltet, darunter 8 Programme der Deutschen Welle, die zeitgleich ausgestrahlt werden (insgesamt bietet die Deutsche Welle Hörfunk in 30 Sprachen).

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 zu Beschäftigung und zur Aufwands- und Ertragsstruktur veröffentlichen. Zusätzliche Informationen finden sich in den Berichten der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). Diese Informationen erscheinen jedoch oft mit einem erheblichen Zeitverzug. Das Ziel der vom Hans-Bredow-Institut durchgeführten Befragung bestand deshalb darin, solche Informationen frühzeitig zu erheben und zusätzlich 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, Teilzeitbeschäftigung), 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 2003 zugesandt. Da

die Zuordnung nach Hörfunk- und TV-Aktivitäten wie in den Vorjahren von den meisten ARD-Anstalten aufgrund ihrer Kostenrechnungssysteme nur partiell vorgenommen werden konnten und auch in den Berechnungen der KEF nicht systematisch erfolgt, wurden sie vom HBI durch Schätzungen ergänzt. Diese basieren auf einem Verteilungsschlüssel, der bei der ersten Umfrage dieser Art im Jahr 1996 mit Fachleuten aus ARD-Anstalten abgestimmt worden war.

Eine Rundfunkanstalt hat die Fragen des Hans-Bredow-Instituts mit Hinweis auf den erforderlichen Rechercheaufwand nicht beantwortet. Ein großer Teil der Informationslücken konnte jedoch durch Einbeziehung von Zusatzinformationen und eigene Schätzungen des HBI geschlossen werden. Somit konnte auch für den öffentlich-rechtlichen Teilbereich der deutschen Rundfunkwirtschaft ein differenziertes Gesamtbild erstellt werden (vgl. im Detail Punkt A 2 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 zusammenfasst, um auch die indirekten Wirkungen des Rundfunks auf andere inländische Wirtschaftszweige (wie beispielsweise die Filmwirtschaft) transparent zu machen. Die Berechnungen der Kennziffern erfolgen nach den seit 1999 EU-weit abgestimmten Definitionen der VGR (vgl. Punkt A 3 im methodischen Anhang).
- In Abschnitt 3 der Studie wird ausführlich auf die Beschäftigungssituation im privaten Rundfunk eingegangen. Neben 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 unterscheiden.

- In Abschnitt 4 der Studie wird die wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks im Jahr 2002 detailliert anhand der Betriebsergebnisse und der Aufwands- und Ertragsstrukturen (differenziert nach Anbietertypen) untersucht. Hinzu kommen wesentliche Kennziffern für das Jahr 2001. 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 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 2002. Veränderte Abgrenzungen bei den jeweils in die Auswertung einbezogenen Anbietertypen und die veränderte Definition der sonstigen freien Mitarbeiter ab 1996 sind dabei berücksichtigt.

Neben einer aggregierten Betrachtung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage verschiedener Typen von Rundfunkanbietern erfolgt in Kapitel 7 und 8 auch eine *regionale Darstellung* der Rundfunkwirtschaft.

- In Abschnitt 7 wird anhand der wichtigsten Eckwerte die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkwirtschaft, getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern, auf der Ebene der Bundesländer 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 in diesem Abschnitt *zu 100 % nach dem jeweiligen Hauptsitz des Unternehmens*, da eine länderweite Ausdifferenzierung für alle erhobenen Daten nicht sinnvoll durchzuführen ist.

In einem methodischen Anhang werden abschließend die Durchführung der AKM-Umfragen sowie die Recherchen des Hans-Bredow-Instituts ausführlich beschrieben. Zusätzlich werden die wichtigsten Begriffe erläutert, die bei der Umfrage und der Darstellung der Ergebnisse zugrunde gelegt wurden.

## 2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks im Jahr 2002

### 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 2002 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>5</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>6</sup> Wird die Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftszweige addiert, so erhält man das Bruttoinlandsprodukt (BIP) – das Maß für das gesamte im Inland entstandene volkswirtschaftliche Einkom-

---

<sup>5</sup> Vgl. im Detail Punkt 3.2 im methodischen Anhang.

<sup>6</sup> Produktionswert und 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 insbesondere in Wirtschaftszweigen der Medienwirtschaft durch die große Zahl von freien Mitarbeitern. 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.<sup>7</sup>

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>7</sup> 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 2002

Der Produktionswert der Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat 2002 bei 14,4 Mrd. EUR gelegen. Hierin sind vor allem Werbeerträge (gerechnet als Bruttowerbeumsätze einschließlich der Provisionszahlungen an Agenturen), Erträge aus Rundfunk- bzw. Abonentengebühren sowie Umsätze aus weiteren Unternehmensaktivitäten (Auftragsproduktionen für Dritte, Merchandising, Teleshopping 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 11,4 Mrd. EUR ab, so errechnet sich eine Bruttowertschöpfung von 3,0 Mrd. EUR (Tabelle 2.1).

Die Rundfunkwirtschaft ist damit gesamtwirtschaftlich betrachtet ein relativ kleiner Wirtschaftszweig, ihr Beitrag zur Einkommensentstehung lag 2002 mit 3,0 Mrd. EUR unter 0,15 %. Der Anteil des Druck- und Verlags-

	Rundfunk insgesamt	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
			Mio. Euro		
Produktionswert <sup>1)</sup>	14.407	7.857	6.550	10.889	3.518
Vorleistungen <sup>2)</sup>	11.433	5.359	6.074	9.589	1.845
<b>Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup></b>	<b>2.974</b>	<b>2.498</b>	<b>476</b>	<b>1.300</b>	<b>1.674</b>
davon:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	3.005	2.233	772	1.850	1.155
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	-368	428	-796	-964	596
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	337	-163	500	414	-77
			Anzahl		
Erwerbstätige	46.089	29.648	16.441	28.637	17.452
			Tausend Euro		
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	64,5	84,2	29,0	45,4	95,9
			Anteile in %		
Produktionswert	100	55	45	76	24
Vorleistungen	100	47	53	84	16
Bruttowertschöpfung	100	84	16	44	56
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	74	26	62	38
Erwerbstätige	100	64	36	62	38
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufware und Subventionen.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					

**Tabelle 2.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2002 Deutschland insgesamt**

gewerbes am BIP war demgegenüber mit 10,1 Mrd. EUR mehr als dreimal so hoch.<sup>8</sup>

Die Zahl der Erwerbstätigen in den deutschen Rundfunkunternehmen hat Ende 2002 rund 46.000 betragen. Dabei war die Bruttowertschöpfung pro Kopf mit 64.500 EUR deutlich höher als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (etwa 54.500 EUR).

Das Verhältnis öffentlicher Rundfunk zu privatem Rundfunk belief sich bei der Bruttowertschöpfung auf 5 : 1. Der Anteil der öffentlich-rechtlichen Anstalten an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft war damit weit höher als ihr Anteil an den Erwerbstätigen. Hier waren weniger als zwei Drittel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigt. Beim Produktionswert lag das Verhältnis der beiden Teilsysteme mit 55 : 45 sogar nahezu gleich.

Diese unterschiedlichen Relationen bei den drei Kennziffern sind vor allem 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.

Betrachtet man die gesamten Wertschöpfungsketten der Hörfunk- und Fernsehproduktion, so führen die beim privaten Rundfunk vergleichsweise höheren Vorleistungen dazu, dass ein größerer Teil der Wertschöpfung außerhalb der Rundfunkwirtschaft in anderen inländischen Wirtschaftszweigen entsteht oder – im Falle importierter Vorleistungen – im Ausland erbracht wird. Der insgesamt geringe Anteil des privaten Rundfunks an der Bruttowertschöpfung im Jahr 2002 ist außerdem das Ergebnis der hohen Verluste der TV-Veranstalter, die in dieser Kennziffer negativ zu Buche schlagen.

---

<sup>8</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen Hauptbericht, Fachserie Reihe 18. Wiesbaden 2003.

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 2002 auch auf die beiden Medien Hörfunk und Fernsehen aufgeteilt werden:

- Rund 28.600 Erwerbstätige waren mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen beschäftigt (62 %), die übrigen 17.500 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 Fernsehens 2002 mit 44 % erneut unter dem des Hörfunks. Ursächlich waren vor allem die Betriebsverluste, die sowohl bei den öffentlich-rechtlichen als auch bei den privaten TV-Aktivitäten entstanden sind, während der private Hörfunk ein ausgeglichenes Ergebnis, der öffentlich-rechtliche Hörfunk sogar einen rechnerischen Betriebsgewinn verzeichnen konnte.

Der Anteil des Fernsehens am Produktionswert war 2002 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 kaum zugenommen hat (Tabelle 2.2), obwohl der Produktionswert in diesem Zeitraum um über 40 % anstieg. Im Zeitraum 1995 bis 2000 hat es dabei einen deutlichen Zuwachs der Wertschöpfung im privaten Rundfunk gegeben, der allerdings von einem Rückgang im öffentlich-rechtlichen Rundfunk begleitet wurde. Nach 2000 ist eine gegenläufige Entwicklung festzustellen – dem Zuwachs im öffentlich-rechtlichen Bereich steht eine deutliche Abnahme bei den Privaten entgegen. Das private Fernsehen hat – wie in den folgenden Abschnitten noch detaillierter beschrieben werden wird – nach 2000 umsatzmäßig zum ersten Mal in seiner Geschichte eine deutliche Einbuße erlitten. Es ist außerdem weiter defizitär geblieben, so dass bislang nur der private Hörfunk über den gesamten untersuchten Zeitraum einen positiven Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt leisten konnte.

## 2.4 Nachfrage der Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen

Von den Waren und Dienstleistungen im Wert von 11,4 Mrd. EUR, die 2002 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 der Satellitenverbreitung von Programmen nachgefragt. Der Anteil der Importe an den Vorleistungen hat schätzungsweise knapp ein Viertel der Vorleistungsbezüge betragen (rund 2,7 Mrd. EUR). Der größere Teil der Nachfrage der Rundfunkwirtschaft im Umfang von rund 8,7 Mrd. EUR

	1995	2000	2002	2002/2000	2002/1995
<b>Rundfunk insgesamt</b>					
Produktionswert <sup>1)</sup>	10.231	Mio. Euro 14.050	14.407	Veränderung in % 3      41	
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	2.925	3.001	2.974	-1	2
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	2.605	3.061	3.005	-2	15
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	197	152	-368	-342	-287
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>					
Produktionswert <sup>1)</sup>	6.138	Mio. Euro 7.053	7.857	Veränderung in % 11      28	
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	2.447	2.160	2.498	16	2
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	2.204	2.317	2.233	-4	1
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	143	65	428	554	199
<b>Privater Rundfunk</b>					
Produktionswert <sup>1)</sup>	4.093	Mio. Euro 6.997	6.550	Veränderung in % -6      60	
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	478	841	476	-43	0
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	401	744	772	4	92
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	54	86	-796	-	-
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufware und Subventionen.					
2) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					
Quelle: Seufert 2003					

**Tabelle 2.2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995–2002  
Deutschland insgesamt**

wurde jedoch im Inland wirksam und sicherte dort mittelbar Einkommen und Arbeitsplätze (Tabelle 2.3).

- Schätzungsweise 0,57 Mrd. EUR wurden für Telekom-Dienstleistungen im Inland ausgegeben, um die Programme über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender zu verbreiten, weitere 0,38 Mrd. EUR im Ausland.
- Rund 0,5 Mrd. EUR gingen als Provisionen an Werbeagenturen und an Unternehmen, die im Auftrag der Rundfunkveranstalter die Werbezeitvermarktung betreiben.
- Für TV-Auftragsproduktionen und andere Leistungen der deutschen Filmwirtschaft (z. B. Synchronisierung) wurde 2002 ein Betrag von rund 1,6 Mrd. EUR ausgegeben.
- Für den Kauf von Filmrechten wurden im Inland schätzungsweise 0,18 Mrd. EUR aufgewendet. Weitere 1,6 Mrd. EUR gingen an ausländische Lizenzgeber, insbesondere in die USA. Im Vergleich zu 2000 bedeutet dies einen starken Rückgang.

Mrd. Euro		
<b>Vorleistungsnachfrage</b>	11,4	
<i>davon:</i>		
<b>Nachfrage...</b>	<b>...im Inland</b>	<b>...im Ausland</b>
	8,7	2,7
<i>davon:</i>		
Telekommunikationsdienste	0,6	0,4
Vergütungen für freie Mitarbeiter	0,9	-
Auftragsproduktionen	1,6	-
Programmkäufe	0,2	1,6
Sonstige Rechte (z.B. Gema, GVL, Sport)	0,3	0,5
Agenturprovisionen	0,5	-
Sonstige Waren und Dienstleistungen	4,7	0,3
 <b>Investitionsnachfrage</b>	 0,7	
<i>davon:</i>		
Ausrüstungen	0,5	
Bauten	0,1	
Immaterielle Investitionen	0,1	
Quelle: Seufert 2003		

**Tabelle 2.3: Nachfrage der deutschen Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen und im Ausland 2002**

- Außerdem wurden 0,3 Mrd. EUR 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 allein 0,12 Mrd. EUR. Weitere 0,45 Mrd. EUR 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 0,9 Mrd. EUR.
- Die übrige Nachfrage der Rundfunkanbieter in Höhe von 5,1 Mrd. EUR 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.) sowie immaterielle Investitionen (Software etc.) haben 2002 einen Betrag von rund 0,7 Mrd. EUR erreicht. Hiervon entfiel rund 0,45 Mrd. EUR 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 seit Beginn der 90er Jahre haben ergeben, dass hierfür in der Regel rund 10 % der TV-Werbebudgets ausgegeben werden. Dies hätte 2002 einem Betrag von knapp 0,4 Mrd. EUR 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 2002 außerhalb der Rundfunkwirtschaft produzierten Hörfunkwerbespots dürften deshalb einen Wert von unter 50 Mill. EUR 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-Sales&Services, ipa, MGM, RMS etc.) waren Ende 2002 jedoch rund 1 000 feste Mitarbeiter tätig. In den beiden großen TV-Sendezentren in Köln und München noch einmal jeweils 200.

# 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 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 Selbstständigen 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 wenigen Anbietern der Fall) alle Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse mit einem festen Arbeitsvertrag sowie alle in einem regulären Ausbildungsverhältnis (Lehre, Volontariat) stehenden Mitarbeiter gerechnet.
- *Sonstige Mitarbeiter der Rundfunkveranstalter*: Diese arbeiten entweder als Selbstständige 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 Einzelbeitrages) reichen können. Bei der Umfrage wurde deshalb zwischen sogenannten *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).

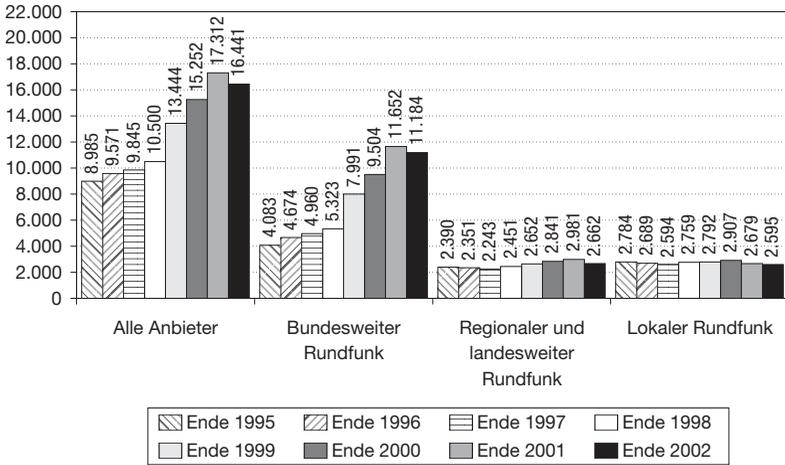
Sowohl für die Teilgruppe der festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) als auch für die der sonstigen Mitarbeiter wurde die Zahl der Beschäftigten Ende 2001 und Ende 2002 erhoben. Um bei der Teilgruppe der sonstigen, d. h. nicht regelmäßig tätigen freien Mitarbeiter einen unerwünschten Stichtagseffekt (die 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 2002 tätigen festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) wurde außerdem das Geschlecht, der Haupttätigkeitsbereich sowie der Anteil der Führungskräfte (Beschäftigte mit personeller Entscheidungs- und Dispositions kompetenz) ermittelt. Vergleichbare Strukturinformationen für die Gruppe der sonstigen Mitarbeiter konnten nicht zuverlässig ermittelt werden, da sich viele Fernseh- und Hörfunkveranstalter außer Stande sehen, für ihre unregelmäßig tätigen sonstigen freien Mitarbeiter eine entsprechende Ausdifferenzierung vorzunehmen.

## **3.2 Beschäftigung im privaten Rundfunk 2001/2002: Gesamtüberblick**

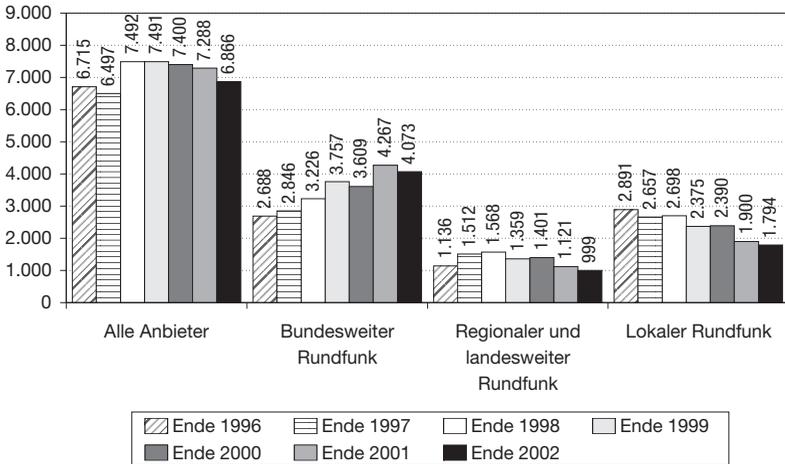
### a) Beschäftigungstrend 2002

Ende 2002 waren bei den privaten Hörfunk- und Fernsehanbietern in Deutschland zusammen gut 16.400 feste Mitarbeiter und knapp 6.900 sonstige Mitarbeiter tätig (Abbildung 3.1). Bei den festen Mitarbeitern bedeutet

### Erwerbstätige



### Sonstige Mitarbeiter



Quelle: AKM

HBI/AKM 03

Abbildung 3-1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Rundfunk

	Beschäftigung			Beschäftigungsstruktur			Relation Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk
								Anteile in %	
		Anzahl			Struktur in %				
Erwerbstätige Ende 2001	17.312	12.561	4.751	-	-	-	100	73	27
Erwerbstätige Ende 2002	16.441	11.982	4.459	100	100	100	100	73	27
weiblich	8.235	6.005	2.230	50	50	50	100	73	27
männlich	8.206	5.977	2.229	50	50	50	100	73	27
Vollzeitbeschäftigte	10.655	7.545	3.110	65	63	70	100	71	29
Teilzeitbeschäftigte	4.652	3.863	789	28	32	18	100	83	17
Auszubildende	1.134	574	560	7	5	13	100	51	49
Organisation/Verwaltung	2.681	2.053	628	16	17	14	100	77	23
Verkauf/Marketing	2.862	2.017	845	17	17	19	100	70	30
Produktion/Technik	3.694	3.337	357	22	28	8	100	90	10
Programm	7.204	4.575	2.629	44	38	59	100	64	36
Sonstige Mitarbeiter Ende 2001	7.288	4.759	2.529	-	-	-	100	65	35
Sonstige Mitarbeiter Ende 2002	6.866	4.542	2.324	100	100	100	100	66	34
Praktikanten	1.057	539	518	15	12	22	100	51	49
Feste Freie Mitarbeiter	4.813	3.614	1.199	70	80	52	100	75	25
Sonstige Freie Mitarbeiter	996	389	607	15	9	26	100	39	61
Gesamtbeschäftigung Ende 2001	24.600	17.320	7.280	-	-	-	100	70	30
Gesamtbeschäftigung Ende 2002	23.307	16.524	6.783	-	-	-	100	71	29
Führungskräfte Ende 2002	1.568	978	590	100	100	100	100	62	38
weiblich	409	276	133	26	28	23	100	67	33
männlich	1.159	702	457	74	72	77	100	61	39
Organisation/Verwaltung	465	291	174	30	30	29	100	63	37
Verkauf/Marketing	317	204	113	20	21	19	100	64	36
Produktion/Technik	268	204	64	17	21	11	100	76	24
Programm	518	279	239	33	29	41	100	54	46

Quellen: AKM

HBI/AKM 03

Tabelle 3.1: Beschäftigung im privaten Rundfunk 2001/2002

dies erstmals seit Beginn dieser Erhebungen im Jahre 1995 einen Rückgang. Gegenüber dem Jahresende 2001 ist die Zahl der festen Mitarbeiter um 5,0 % gesunken. Damit ist aber der Zuwachs, den es von 2000 auf 2001 gegeben hat, noch nicht aufgezehrt. Die Zahl der Erwerbstätigen beim privaten Rundfunk war Ende 2002 immer noch höher als zwei Jahre zuvor. Bei den sonstigen Mitarbeitern hat sich hingegen eine Entwicklung verstärkt, die sich schon bei der vorigen Erhebung abzeichnete: die Mitarbeiterzahl hat sich von 2001 auf 2002 um 5,8 % verringert.

Der aktuelle Beschäftigungsrückgang betrifft sowohl die TV-Veranstalter<sup>9</sup> als auch die Hörfunkveranstalter, letztere noch etwas stärker.

- Die Zahl der festen Mitarbeiter ist bei den Fernsehveranstaltern um 4,6 % zurückgegangen, bei den Hörfunkveranstaltern um 6,1 %.
- Bei den sonstigen Mitarbeitern der Fernsehveranstalter macht der aktuelle Rückgang 4,6 % aus, beim Hörfunk sogar 8,1 %.

#### b) Beschäftigtenstruktur Ende 2002

Rechnet man beide Beschäftigtengruppen zusammen, so waren Ende 2002 bei den 103 privaten Fernsehveranstaltern rund 16.500 Mitarbeiter tätig, bei den 192 privaten Hörfunkprogrammen annähernd 6.800. Von den festen Mitarbeitern des privaten Rundfunks arbeiteten 73 % bei den Fernsehveranstaltern. Bei den sonstigen Mitarbeitern beträgt der Anteil des Fernsehens 66 % (vgl. Tabelle 1).

Nach den Angaben der befragten Unternehmen hatten die festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) im privaten Rundfunk Ende 2002 folgende Struktur:

- Sowohl beim Hörfunk als auch beim Fernsehen lag der Frauenanteil bei 50 %. Dies bedeutet gerade beim Fernsehen eine erhebliche Veränderung. Hier lag der Frauenanteil zwei Jahre zuvor noch bei 40 %.
- Zugleich hat es eine deutliche Verschiebung von der Vollzeit- zur Teilzeitbeschäftigung gegeben. Auf je 100 Vollzeitbeschäftigte kamen Ende 2002 fast 44 Teilzeitbeschäftigte; zwei Jahre zuvor war das Verhältnis noch 100 zu 27. Eine solche Veränderung hin zur Teilzeitarbeit ist sowohl beim Hörfunk als auch beim Fernsehen zu beobachten. In beiden Fällen ist die Zahl der Vollzeitbeschäftigten geringer als vor zwei Jahren, die Zahl der

---

<sup>9</sup> Die Werte der TV-Veranstalter enthalten nicht die Daten der Anbieter, die ihr Programm ausschließlich in Kabelanlagen verbreiten, da ihnen relativ grobe Schätzungen zugrunde liegen. Auf diese Veranstaltergruppe wird jedoch in Abschnitt 8.17 im Detail eingegangen.

Teilzeitbeschäftigten aber deutlich höher. Dies ist besonders ausgeprägt beim Fernsehen.

- Der Anteil der Auszubildenden lag beim privaten Hörfunk mit 13 % deutlich höher als beim privaten Fernsehen mit 5 %. Insgesamt befanden sich 2002 zum Jahresende 1.134 Personen in einem Ausbildungsverhältnis mit einem privaten Rundfunkunternehmen.
- Hinsichtlich der Tätigkeitsschwerpunkte der festen Mitarbeiter steht die Programmgestaltung im Vordergrund; dies gilt sowohl beim Hörfunk (59 %) als auch beim Fernsehen (38 %). Beim Fernsehen folgt wegen der technisch aufwendigeren Produktion und Sendeabwicklung der Bereich Produktion/Technik (28 %), der beim Hörfunk deutlich weniger Personal erfordert (8 %). 17 % der festen Mitarbeiter sind beim Fernsehen in den Bereichen Organisation/Verwaltung und Werbung/Marketing tätig. Beim Hörfunk sind die Anteile ähnlich.

Die Zahl der Führungskräfte mit personeller Entscheidungs- und Dispositionskompetenz hat im privaten Rundfunk Ende 2002 knapp 1600 betragen. Dies entsprach etwa 10 % der festen Mitarbeiter. Der Frauenanteil unter den Führungskräften ist mit 26 % etwas höher als vor zwei Jahren.

### **3.3 Beschäftigung im privaten Fernsehen 2001/2002**

Von den fast 12.000 festen Mitarbeitern, die Ende 2002 bei privaten Fernsehveranstaltern tätig waren, arbeiteten

- rund 10.650 (oder 89 %) bei den Anbietern der 60 bundesweiten Programme,
- 380 (oder 3 %) bei den 15 landesweiten oder ballungsraumbezogenen Programmen,
- rund 290 (oder 2 %) bei den 13 landesweiten Fensterprogrammen und
- rund 660 (oder 6 %) bei den 42 lokalen Programmen.

Gegenüber dem Jahresende 2001 gibt es nur beim lokalen Fernsehen einen Zuwachs (um 4 %). Bei den landesweiten Fensterprogrammen ist die Zahl der Erwerbstätigen praktisch konstant geblieben. Beim bundesweiten Fernsehen gibt es einen leichten Rückgang (–4 %). Bei dem landesweiten oder auf Ballungsräume ausgerichteten Fernsehen ist hingegen ein massiver Einbruch der Beschäftigung zu verzeichnen (–31 %).

Bei den sonstigen Mitarbeitern ist die Entwicklung ähnlich. Bei den lokalen Anbietern und den landesweiten Fensterprogrammen gibt es deutliche Zuwächse, beim bundesweiten Fernsehen und besonders bei landes-

	Privates Fernsehen gesamt		Anbieter Typen				Anteile der einzelnen Anbieter Typen			
	Beschäftigte Anzahl	Struktur in %	Bundesweites Fernsehen	Landesweites- und Beitragstraum-TV	Landesweite TV-Fenster	Lokal-TV	Bundesweites Fernsehen	Landesweites- und Beitragstraum-TV	Landesweite TV- Fenster	Lokal-TV
			insgesamt	Anzahl	insgesamt	Anteile in %				
<b>Erwerbstätige Ende 2001</b>	12.561	-	11.067	553	305	636	88	4	2	5
<b>Erwerbstätige Ende 2002</b>	11.982	100	10.647	380	294	661	89	3	2	6
weiblich	6.005	50	5.390	161	167	287	90	3	3	5
männlich	5.977	50	5.257	219	127	374	88	4	2	6
Vollzeitbeschäftigte	7.545	63	6.681	277	178	409	89	4	2	5
Teilzeitbeschäftigte	3.863	32	3.681	36	98	48	95	1	3	1
Auszubildende	574	5	285	67	18	204	50	12	3	36
Organisation/Verwaltung	2.053	17	1.881	55	37	80	92	3	2	4
Verkauf/Marketing	2.017	17	1.856	45	31	85	100	2	2	4
Produktion/Technik	3.337	28	2.962	116	27	232	89	3	1	7
Programm	4.575	38	3.948	164	199	264	86	4	4	6
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2001</b>	4.759	-	4.069	279	78	333	86	6	2	7
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2002</b>	4.542	100	3.902	169	94	377	86	4	2	8
Praktikanten	539	12	346	56	20	117	64	10	4	22
Freie Mitarbeiter	3.164	80	3.227	67	54	166	92	2	1	5
Sonstige Freie Mitarbeiter	389	9	229	46	20	94	59	12	5	24
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2001</b>	17.320	-	15.136	832	383	969	87	5	2	6
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2002</b>	16.524	-	14.549	549	388	1.038	88	3	2	6
<b>Führungskräfte Ende 2002</b>	978	100	724	81	36	137	74	8	4	14
weiblich	276	28	204	29	11	32	74	11	4	12
männlich	702	72	520	52	25	105	74	7	4	15
Organisation/Verwaltung	217	30	217	23	12	39	75	8	4	13
Verkauf/Marketing	204	21	157	18	4	25	77	9	2	12
Produktion/Technik	204	21	159	10	4	31	78	5	2	15
Programm	279	29	191	30	16	42	68	11	6	15

Quellen: AKM

HBI/AKM 03

**Tabelle 3.2: Beschäftigung im privaten Fernsehen 2001/2002 nach Veranstaltertypen**

weiten und Ballungsraum-Anbietern ist der Einsatz freier Mitarbeiter zurückgegangen.

Bei der Umfrage im 2. Quartal 2003 wurde auch nach absehbaren Veränderung der Beschäftigung im laufenden Jahr gefragt. Bei 93 Anbietern war eine konkrete Änderung bei der Zahl der festen Mitarbeiter nicht absehbar. In 27 Fällen wurde ein Rückgang erwartet, und zwar um durchschnittlich 12 Mitarbeiter. In 13 Fällen wurde hingegen eine Zunahme um durchschnittlich 20 Mitarbeiter erwartet, so dass per Saldo ein Rückgang um 60 feste Mitarbeiter erwartet wurde. Hinsichtlich der festen freien Mitarbeiter haben nur 28 Befragte mitgeteilt, dass sie mit Veränderungen rechnen: 9 erwarten einen Zuwachs, 19 einen Rückgang. In der Summe wurde eine Reduzierung um etwa 100 feste freie Mitarbeiter erwartet.

### **3.4 Beschäftigung im privaten Hörfunk 2001/2002**

Wie beim privaten Fernsehen ist zwischen 2001 und 2002 die Beschäftigung beim privaten Hörfunk insgesamt rückläufig, hier sogar bei allen Anbieter-typen:

- beim bundesweiten Hörfunk sinkt die Zahl der festen Mitarbeiter um 8 %, die der sonstigen Mitarbeiter sogar um 14 %,
- beim landesweiten Hörfunk, dem auch die Programme aus den Stadtstaaten Bremen, Berlin und Hamburg zugerechnet werden, sind es 6 % weniger feste und 4 % weniger sonstige Mitarbeiter,
- beim lokalen Hörfunk, dem auch das gemeinsame Rahmenprogramm für den Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen zugerechnet wird, sind es 5 % weniger feste und 9 % weniger sonstige Mitarbeiter,
- beim DAB-Radio ist die ohnehin sehr geringe Zahl der festen Mitarbeiter von Ende 2001 bis Ende 2002 unverändert, die Zahl der sonstigen Mitarbeiter ist jedoch um 23 % zurückgegangen.

Betrachtet man die Personalstruktur der verschiedenen Anbietertypen, so fällt auf, dass die lokalen Anbieter besonders viel ausbilden: 16 % der festen Mitarbeiter sind Auszubildende, während es bei den landesweiten Anbietern 11 % und bei den bundesweiten nur 7 % sind.

Auch freie Mitarbeiter werden beim Hörfunk in großer Zahl eingesetzt. Je 100 festen Mitarbeitern werden beim bundesweiten Hörfunk 32 und beim landesweiten Hörfunk 37 sonstige Mitarbeiter gezählt. Demgegenüber sind es beim lokalen Hörfunk 72 sonstige Mitarbeiter, davon 40 feste Freie und 20 sonstige freie Mitarbeiter.

	Privater Hörfunk		Anbietertypen				Anbietertypen				
	Insgesamt	Beschäftigte	Anzahl	in %	bundes-	landes-	insgesamt	in %			
					weit	weit			lokal <sup>1)</sup>	lokal <sup>1)</sup>	DAB <sup>2)</sup>
<b>Erwerbstätige Ende 2001</b>	<b>4.751</b>	-	<b>585</b>	<b>2.123</b>	<b>2.006</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>45</b>	<b>42</b>	<b>1</b>
<b>Erwerbstätige Ende 2002</b>	<b>4.459</b>	<b>100</b>	<b>537</b>	<b>1.988</b>	<b>1.897</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>45</b>	<b>43</b>	<b>1</b>
weiblich	2.230	50	275	999	940	16	100	12	45	42	1
männlich	2.229	50	262	989	957	21	100	12	44	43	1
Vollzeitbeschäftigte	3.110	70	388	1.360	1.337	25	100	12	44	43	1
Teilzeitbeschäftigte	789	18	114	408	261	6	100	14	52	33	1
Auszubildende	560	13	35	220	299	6	100	6	39	53	1
Organisation/Verwaltung	628	14	105	236	278	9	100	17	38	44	1
Verkauf/Marketing	845	19	71	432	340	2	100	8	51	40	0
Produktion/Technik	357	8	69	145	137	6	100	19	41	38	2
Programm	2.629	59	292	1.175	1.142	20	100	11	45	43	1
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2001</b>	<b>2.529</b>	-	<b>198</b>	<b>764</b>	<b>1.490</b>	<b>77</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>59</b>	<b>3</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2002</b>	<b>2.324</b>	<b>100</b>	<b>171</b>	<b>736</b>	<b>1.358</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>32</b>	<b>58</b>	<b>3</b>
Praktikanten	518	22	33	263	217	5	100	6	51	42	1
Feste Freie Mitarbeiter	1.199	52	93	316	763	27	100	8	26	64	2
Sonstige freie Mitarbeiter	607	26	45	157	378	27	100	7	26	62	4
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2001</b>	<b>7.280</b>	-	<b>783</b>	<b>2.887</b>	<b>3.496</b>	<b>114</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>40</b>	<b>48</b>	<b>2</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2002</b>	<b>6.783</b>	-	<b>708</b>	<b>2.724</b>	<b>3.255</b>	<b>96</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>48</b>	<b>1</b>
<b>Führungskräfte Ende 2002</b>	<b>590</b>	<b>100</b>	<b>88</b>	<b>206</b>	<b>291</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>35</b>	<b>49</b>	<b>1</b>
weiblich	133	23	21	51	61	0	100	16	38	46	0
männlich	457	77	67	155	230	5	100	15	34	50	1
Organisation/Verwaltung	174	29	27	63	83	1	100	16	36	48	1
Verkauf/Marketing	113	19	14	40	59	0	100	12	35	52	0
Produktion/Technik	64	11	11	31	22	0	100	17	48	34	0
Programm	239	41	36	72	127	4	100	15	30	53	2

1) Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.; 2) HBI-Schätzung auf Basis von 15 Antworten.

Quelle: AKM

HBI/AKM 03

**Tabelle 3.3: Beschäftigung im privaten Hörfunk 2001/2002 nach Anbietertypen**

Auf die Frage nach der absehbaren Entwicklung des Beschäftigungsumfangs im Jahre 2003 haben 147 der Befragten keine konkreten Veränderungen genannt. 62 Hörfunkanbietern haben einen Rückgang um durchschnittlich drei feste Mitarbeiter, 18 Anbietern hingegen eine Zunahme um durchschnittlich 3 feste Mitarbeiter prognostiziert. Per Saldo wäre das beim privaten Hörfunk mit 4.600 Erwerbstätigen im Jahr 2002 ein Rückgang um 130 Erwerbstätige, etwa zu gleichen Teilen beim lokalen und beim landesweiten Hörfunk, während der bundesweite Hörfunk kaum betroffen wäre. Hinsichtlich der festen freien Mitarbeiter erwarten 9 einen Zuwachs, 41 einen Rückgang. Wenn diese Erwartungen eintreten, bedeutet das per

	Baden- Württemberg	Bayern	Nordrhein- Westfalen <sup>1)</sup>	Rheinland- Pfalz	Sachsen
	Anzahl				
<b>Zahl der Veranstalter Ende 2002</b>	<b>13</b>	<b>56</b>	<b>47</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
<b>Erwerbstätige Ende 2001</b>	<b>272</b>	<b>912</b>	<b>710</b>	<b>a</b>	<b>89</b>
<b>Erwerbstätige Ende 2002</b>	<b>221</b>	<b>849</b>	<b>709</b>	<b>a</b>	<b>95</b>
weiblich	114	421	347	a	47
männlich	107	428	362	a	48
Vollzeitbeschäftigte	154	563	538	a	65
Teilzeitbeschäftigte	26	153	68	a	14
Auszubildende	41	133	103	a	16
Organisation/Verwaltung	40	144	82	a	10
Verkauf/Marketing	68	154	106	a	7
Produktion/Technik	19	63	49	a	4
Programm	94	488	472	a	74
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2001</b>	<b>113</b>	<b>587</b>	<b>684</b>	<b>a</b>	<b>101</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2002</b>	<b>114</b>	<b>514</b>	<b>623</b>	<b>a</b>	<b>102</b>
Praktikanten	24	130	40	a	21
Feste Freie Mitarbeiter	72	255	363	a	71
Sonstige Freie Mitarbeiter	18	129	220	a	10
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2001</b>	<b>385</b>	<b>1.499</b>	<b>1.394</b>	<b>a</b>	<b>190</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2002</b>	<b>335</b>	<b>1.363</b>	<b>1.332</b>	<b>a</b>	<b>197</b>
<b>Führungskräfte Ende 2002</b>	<b>39</b>	<b>147</b>	<b>86</b>	<b>a</b>	<b>18</b>
weiblich	12	31	15	a	3
männlich	27	116	71	a	15
Organisation/Verwaltung	14	49	13	a	6
Verkauf/Marketing	11	30	14	a	4
Produktion/Technik	4	14	4	a	0
Programm	10	54	55	a	8
1) Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW					
a: keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung					
Quelle: AKM					

HBI / AKM 03

**Tabelle 3.4: Beschäftigung im lokalen Hörfunk 2001/2002**

Saldo einen Rückgang um etwa 120 feste freie Mitarbeiter, wiederum etwa zu gleichen Teilen beim lokalen und beim landesweiten Hörfunk.

Betrachtet man die Beschäftigung beim lokalen Hörfunk getrennt nach Bundesländern, so zeigen sich regionale Unterschiede (Tabelle 3.4). In Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen liegt die Zahl der Erwerbstätigen zwischen 15 und 17 je Programm, während in Sachsen im Durchschnitt nur knapp sieben feste Mitarbeiter je Programm zu verzeichnen sind. Diese Differenz wird nicht durch eine höhere Zahl freier Mitarbeiter ausgeglichen. Auch die Zahl der freien Mitarbeiter je Programm ist beim Lokalfunk in Sachsen geringer als in den anderen Ländern.



## **4      Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2001/2002**

### **4.1   Datengrundlagen**

Die Rundfunkwirtschaft ist Teil des Dienstleistungssektors, der von der amtlichen Statistik 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 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 erhalten, andererseits aber den Aufwand für die Befragten 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 2003 für das Kalenderjahr 2002.

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 aus Abonnements und Pay Per View (ausschließlich Pay-TV, da Ende 2002 kein Pay Radio auf Sendung war),
- Erträge durch rundfunknahe Aktivitäten wie Programmverkäufe und Auftragsproduktionen,
- Sonstige Einnahmen, insbesondere solche aus Merchandising sowie aus selbst- und 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>10</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.

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, 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).

---

<sup>10</sup> Brutto- und Nettowerbeeinnahmen können um 15–25 % voneinander abweichen.

Weiterhin wurden Informationen zu den Investitionen in Bauten, Sachanlagen (technisches Equipment, Fahrzeuge etc.) und immaterielle Vermögensgegenstände im Jahre 2002 erhoben.

Um die wirtschaftliche Entwicklung im Zeitablauf darstellen zu können, wurden außerdem folgende Eckwerte für das Jahr 2001 erhoben:

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

Erstmals wurden die Anbieter auch danach gefragt, wie sie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zum Zeitpunkt der Befragung bewerten und in welchem Maße im laufenden Jahr Veränderungen bei den Kosten und den Erträgen erwartet werden.

## **4.2 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2002: Gesamtüberblick**

Die privaten Rundfunkveranstalter erzielten im Jahre 2002 zusammen Erträge von rund 6,4 Mrd. Euro. Davon gingen 5,8 Mrd. Euro oder 91 % an die Fernseh-Anbieter und 590 Mio. Euro (9 %) an die Hörfunk-Anbieter. Dem stehen Aufwendungen in Höhe von 7,2 Mrd. Euro gegenüber, davon 6,6 Mrd. Euro beim privaten Fernsehen und 590 Mio. Euro beim privaten Hörfunk. Damit erreichte der private Hörfunk insgesamt einen Kostendeckungsgrad von 101 %, während der Kostendeckungsgrad beim privaten Fernsehen nur 88 % betragen hat.

Privater Rundfunk ist weiterhin überwiegend werbefinanziert. Rechnet man neben den Einnahmen aus klassischen Werbespots auch diejenigen aus Sponsoring, Teleshopping und Direct Response Radio hinzu, so stammten im privaten Fernsehen 74 % und im privaten Hörfunk 87 % der Gesamterträge aus Werbeeinnahmen.

	Erträge/Aufwand			Ertrags- und Aufwandsstruktur			Anteile Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk
	in Mio. Euro			Struktur in %			Anteile in %		
<b>Betriebsergebnis</b>	-791	-795	4	-	-	-	-	-	-
<b>Erträge 2002</b>	6.368	5.775	593	100	100	99	100	91	9
Werbespots insgesamt	3.906	3.426	480	61	59	81	100	88	12
davon:									
• überregionale Werbung	3.638	3.370	268	57	58	45	100	93	7
• regionale Werbung	269	56	213	4	1	36	100	21	79
Sponsoring	265	227	38	4	4	6	100	86	14
Direct Response Radio	2	-	2	0	-	0	100	-	100
Abonnementgebühren	778	778	0	12	13	0	100	100	0
Auftragsproduktionen für Dritte	215	209	6	3	4	1	100	97	3
Fördermaßnahmen	10	7	2	0	0	0	100	77	23
Sonstige Erträge	1.191	1.127	64	19	20	11	100	95	5
darunter: Teleshopping	617	617	0	10	11	0	100	100	0
<b>Aufwand 2002</b>	7.159	6.570	589	100	100	100	100	92	8
Personalkosten	772	596	176	11	9	30	100	77	23
Vergütungen	148	114	34	2	2	6	100	77	23
Sachkosten	5.729	5.388	341	80	82	58	100	94	6
Abschreibungen/Steuern	509	471	38	7	7	6	100	93	7
<b>Investitionen 2002</b>	225	202	23	100	100	100	100	90	10
Sachanlagen	124	104	20	55	51	87	100	84	16
Bauten	62	59	3	27	29	13	100	95	5
Immaterielle Investitionen	40	40	-	18	20	-	100	100	-
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	89	88	101	-	-	-	-	-	-
Quelle: AKM									
	HBI / AKM 03								

Tabelle 4.1: Wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks 2002

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

- 42 Veranstalter, die Ende 2002 insgesamt 63 analoge und digitale Fernsehprogramme mit bundesweiter Verbreitung sendeten,
- 10 Veranstalter von 13 sogenannten Landesfenstern auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter,
- 13 Veranstalter von 15 ballungsraumbezogenen oder landesweiten Programmen und
- 38 Veranstalter mit 42 lokalen Programmen.<sup>11</sup>

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

Die Gruppe der bundesweiten Anbieter (Tab. 4.2) erzielte 2002 insgesamt einen Verlust von 750 Mio. Euro. Dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 88 %. Gegenüber den Werten für das Jahr 2001 ist das eine erkennbare Verbesserung, denn die Aufwendungen wurden stärker reduziert als die weiterhin sinkenden Erträge. Bei 18 Programmen konnten die Anbieter 2002 einen Kostendeckungsgrad von 100 % oder mehr erreichen.

Die Erträge der bundesweiten Vollprogramme und Spartenprogramme speisen sich vorrangig aus überregionaler Werbung und Sponsoring. Beim Pay-TV kommen Werbespots kaum vor, stattdessen stehen die Abonnementgebühren im Vordergrund. Bei den sonstigen Veranstaltern stammt der größte Teil der Erträge aus dem Teleshopping, das auch bei den Spartenprogrammen einen beachtlichen Anteil erreicht hat.

Das Kostenniveau der bundesweiten Anbieter je Minute Erstsendung erreichte bei den bundesweiten Anbietern im Durchschnitt 470 Euro – bei beträchtlichen Unterschieden zwischen den verschiedenen Anbietertypen. Im Vergleich zu den Ergebnissen der letzten Erhebung ist festzustellen, dass bei den Free-TV-Vollprogrammen, bei den Free-TV-Spartenprogrammen und bei den Pay-TV-Programmen die Kosten je Sendeminute Erstsendung zurückgegangen sind.

---

<sup>11</sup> Ohne die ausschließlich in Kabelanlagen verbreiteten Programme, ohne Zulieferer sowie ohne Aus- und Fortbildungsprogramme.

	Bundesweite TV-Anbietertypen					zum Vergleich:
	Free-TV- Vollprogramme	Free-TV- Spartenprogramme (analog bzw. digital)	Pay-TV	Übrige bundesweite Anbieter	insgesamt	Privat-TV gesamt
	in Mio. Euro					
<b>Betriebsergebnis 2002</b>	<b>-34</b>	<b>-131</b>	<b>-563</b>	<b>-22</b>	<b>-750</b>	<b>-795</b>
<b>Erträge 2002</b>	<b>3.554</b>	<b>536</b>	<b>876</b>	<b>674</b>	<b>5.641</b>	<b>5.775</b>
Werbespots insgesamt <sup>1)</sup>	3.018	343	11	4	3.376	3.426
davon:						
• überregionale Werbung	3.011	318	11	4	3.344	3.370
• regionale Werbung	7	25	0	0	32	56
Sponsoring	183	32	0	1	216	227
Abonnementgebühren	0	0	778	0	778	778
Auftragsproduktionen für Dritte	109	29	5	16	159	209
Sonstige Erträge	245	132	83	653	1.112	1.135
darunter: Teleshopping	8	42	1	563	614	617
<b>Aufwand 2002</b>	<b>3.588</b>	<b>667</b>	<b>1.439</b>	<b>696</b>	<b>6.391</b>	<b>6.570</b>
Personalkosten	231	162	86	71	550	596
Vergütungen	74	22	1	5	102	114
Sachkosten <sup>1)</sup>	3.226	469	988	593	5.276	5.388
davon:						
• Käufe von TV-Lizenzen, anderen Rechten und fertigen Programmen	1.106	108	735	2	1.951	-
• Kosten von Auftragsproduktionen	910	32	1	15	958	-
• Kosten der technischen Programmverbreitung	96	107	128	32	363	-
• Zum Wiederverkauf bestimmte Waren und Dienstleistungen	0	0	1	344	345	-
• Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	1.114	222	124	200	1.660	-
Abschreibungen/Steuern	58	13	364	28	463	471
	in Mio. Euro					
<b>Kostendeckungsgrad 2002</b>	<b>99</b>	<b>80</b>	<b>61</b>	<b>97</b>	<b>88</b>	<b>88</b>
darunter:		Anzahl				
100 % und mehr	4	4	5	5	18	54
	Anzahl					
<b>Zahl der Programme Ende 2002</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>29</b>	<b>12</b>	<b>63</b>	<b>133</b>
	in Mio. Euro					
Erträge je Programm	444,3	38,3	30,2	56,2	89,5	43,4
Aufwand je Programm	448,5	47,6	49,6	58,0	101,4	49,4
	in Stunden					
<b>Sendestunden im Jahr</b>	<b>70.078</b>	<b>111.508</b>	<b>369.551</b>	<b>45.505</b>	<b>596.642</b>	<b>915.586</b>
davon: Erstsendungen	51.980	76.951	75.428	22.783	227.142	380.179
	in Euro					
Aufwand je Sendeminute	853,33	99,64	64,91	255,03	178,52	119,59
Aufwand je Min. Erstsendung	1.150,53	144,39	318,04	509,37	468,91	288,01
zum Vergleich:	in Mio. Euro					
<b>Betriebsergebnis 2001</b>	<b>4</b>	<b>-170</b>	<b>-1.091</b>	<b>-29</b>	<b>-1.286</b>	<b>-1.324</b>
<b>Erträge 2001</b>	<b>3.806</b>	<b>562</b>	<b>862</b>	<b>584</b>	<b>5.814</b>	<b>5.958</b>
darunter: Werbespots insgesamt	3.293	346	10	3	3.652	3.708
<b>Aufwand 2001</b>	<b>3.802</b>	<b>733</b>	<b>1.953</b>	<b>613</b>	<b>7.100</b>	<b>7.282</b>
	in %					
<b>Kostendeckungsgrad 2001</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>44</b>	<b>95</b>	<b>82</b>	<b>82</b>
1) Ohne Provisionen für Werbemittler.						
Quelle: AKM						HBI / AKM 03

**Tabelle 4.2: Wirtschaftliche Situation der bundesweiten TV-Programme 2001/2002**

Mit Abstand den größten Teil der Aufwendungen der bundesweiten Anbieter macht der Block der Sachkosten mit 5,3 Mrd. Euro aus:

- Für die Verbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Frequenzen wurden mit rund 360 Mio. Euro knapp 6 % der Gesamtaufwendungen ausgegeben. Bei den Spartenprogrammen, die für die Programmbeschaffung weniger Mittel aufwenden, war dieser Anteil mit 16 % deutlich höher.
- Knapp 960 Mio. Euro, d. h. 15 % der Gesamtaufwendungen, wurden für rund 22.000 Stunden Auftragsproduktionen ausgegeben. Bei den Spartenprogrammen war dieser Anteil mit knapp 5 % deutlich geringer als bei den Vollprogrammen (25 %), beim Pay-TV spielen Auftragsproduktionen fast gar keine Rolle.
- Der größte Anteil des Sachkostenblocks entfiel mit fast 31 % der Gesamtaufwendungen auf den Kauf fertiger Sendungen, genauer auf den Erwerb der notwendigen Lizenzen zur Ausstrahlung fremder Programme. Für die rund 380.000 Stunden an Kaufprogrammen, die 2002 ausgestrahlt wurden (darunter ca. 340.000 Stunden allein im Pay-TV), gaben die bundesweiten TV-Anbieter 2,0 Mrd. Euro aus. In diesem Betrag ist auch ein Teil der Ausgaben für die Synchronisation fremdsprachiger Programme enthalten.

Auf die Frage nach der Entwicklung im laufenden Jahr erwarteten 21 Befragte Ertragssteigerungen, die zusammen gut 300 Mio. Euro ausmachen, während 11 Befragte Rückgänge von rund 180 Mio. Euro angeben. Auf der Kostenseite herrschte hingegen das Streben nach Kostensenkung vor: Für 23 Programme werden Reduzierungen um insgesamt 400 Mio. Euro erwartet, nur für 10 Programme Kostensteigerungen im Gesamtumfang von rund 140 Mio. Euro.

Das Gesamtprogramm der privaten bundesweiten TV-Anbieter war auch 2002 überwiegend unterhaltungsorientiert. Nach Abzug von Werbespots, Sponsoring und Dauerwerbesendungen ist der überwiegende Teil des Programmangebots der Unterhaltung gewidmet. Zwischen den Programmtypen sind aber deutliche Unterschiede zu erkennen. Bei den Vollprogrammen liegen die Schwerpunkte in den Bereichen Fiction (44 %) und Information (35 %). Betrachtet man die Free-TV-Spartenprogrammen summarisch, so sind Musikprogramme (42 %) und Informationsprogramme (29 %) die Schwerpunkte; Fiction hat hier nur einen geringen Anteil (10 %). Anders beim Pay-TV, wo Fiction mehr als drei Viertel der Programmstunden ausmacht.

Auch in der Programmbeschaffung und dem Anteil der Erstsendungen weichen die Programmtypen voneinander ab. Bei den Vollprogrammen

	Free-TV-Vollprogramme		Spartenprogramme		Pay-TV-Programme	
	Stunden	Anteile in %	Stunden	Anteile in %	Stunden	Anteile in %
<b>Sendestunden insgesamt</b>	<b>70.078</b>	<b>100</b>	<b>111.508</b>	<b>100</b>	<b>369.551</b>	<b>100</b>
<i>darunter:</i>						
Werbespots, Sponsoreinblendungen und Dauerwerbesendungen	12.526	18	11.655	10	7.023	2
<b>Programmstunden</b>	<b>57.552</b>	<b>100</b>	<b>99.853</b>	<b>100</b>	<b>362.528</b>	<b>100</b>
<i>davon:</i>						
Fiction-Programme	25.084	44	10.048	10	283.702	78
Musikprogramme	2.278	4	42.048	42	28.991	8
Sonst. Unterhaltungsprogramme	7.823	14	9.620	10	10.275	3
Sportprogramme	1.100	2	7.827	8	17.564	5
Informationsprogramme	20.210	35	28.473	29	19.370	5
nicht zuzuordnende Programme	1.057	2	1.838	2	2.627	1
<i>davon:</i>						
Eigenproduktionen	22.338	39	74.018	74	20.834	6
Auftragsproduktionen	8.146	14	9.075	9	5.045	1
Programmkäufe	26.717	46	16.386	16	336.649	93
unentgeltlich	350	1	375	0	0	0
<i>darunter:</i>						
Erstsendungen (ohne Werbung)	51.980	90	76.951	77	75.428	21
Quelle: AKM						HBI / AKM 03

**Tabelle 4.3: Programmstruktur der bundesweiten privaten TV-Programme 2002**

dominieren Programmkäufe und Eigenproduktionen, bei den Spartenprogrammen sind es die Eigenproduktionen, beim Pay-TV die Programmkäufe. Während bei den Vollprogrammen 90 % der Programmstunden mit Erstsendungen bestückt werden, sind es bei den Spartenprogrammen mit 77 % erheblich weniger. Beim Pay-TV machen die Erstsendungen nur 21 % des Programmvolumens aus.

Auf die Frage nach der erwarteten Entwicklung von Aufwendungen und Erträgen im Jahre 2003 wurde in 33 Fällen die absehbaren Veränderungen von den Befragten beziffert. In 21 Fällen werden Ertragssteigerungen um zusammen 300 Mio. Euro erwartet, 11 Anbieter erwarten einen Ertragsrückgang um zusammen 180 Mio. Euro – per Saldo wurde also für 2003 ein Ertragszuwachs von 120 Mio. Euro vermutet. Deutlich sind auch die Erwartungen hinsichtlich der Kostenentwicklung. Nur für 10 Anbieter werden Kostensteigerungen erwartet (um zusammen 140 Mio. Euro), während 23 Anbieter massive Kostensenkungen (um zusammen 400 Mio. Euro) in Aussicht genommen haben. Die bundesweiten Fernsehanbieter haben somit auch noch in 2003 mit Kostensenkungsprogrammen auf den Einbruch bei den Werbeerträgen reagiert.

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

Der wirtschaftlich erfolgreichste Anbietertyp waren 2002 die Veranstalter von landesweiten Programmfenstern in bundesweiten Programmen. Sie erreichten einen Kostendeckungsgrad von 111 %. Je Programm wurden im Durchschnitt 4,7 Mio. Euro im Jahr aufgewendet. Je Minute Erstsendung wurden in dieser Anbietergruppe durchschnittlich 770 Euro ausgegeben, also fast ebensoviel wie für die bundesweiten Programme, mit deren Programmqualität sich die Fensterprogramme vom Publikum stets messen müssen. Praktisch das gesamte Programmvolumen besteht hier aus Erstsendungen. Die Erträge stammen nur zu 29 % aus Werbung, demgegenüber machen Auftragsproduktionen 62 % aus. Hier dürfte es sich im wesentlichen um entsprechende Zahlungen der bundesweiten Programme an die Anbieter der Fensterprogramme handeln.

Ein Anbietertyp mit gänzlich anderer wirtschaftlicher Lage sind Ballungsraumsender und landesweite Anbieter. Sie sind beim werbefinanzierten Fernsehen, wie schon vor zwei Jahren, die Gruppe mit dem schlechtesten Ergebnis und einem Kostendeckungsgrad in 2002 von nur 37 % – einen Prozentpunkt schlechter als die Ballungsraumsender noch nach der Erhebung vor zwei Jahren. Einer der Gründe liegt auf der Kostenseite. Die Ballungsraumprogramme, die überwiegend als regionale 24-Stunden-Angebote konzipiert sind, hatten mit durchschnittlich 10 Euro je Sendeminute zwar nur einen Bruchteil der Kosten je Sendeminute der Fensterprogramme, aber das dreifache des Lokalfernsehens. Gleichzeitig ist es auch 2002 den Ballungsraumsendern nicht gelungen, in nennenswertem Umfang Werbeerträge aus überregionaler Werbung zu akquirieren (insgesamt nur 3 Mio. Euro). Zusammen mit der regionalen Werbung (10 Mio. Euro) und Sponsoring (6 Mio. Euro) deckten die Werbeerträge nur rund ein Viertel der Gesamtaufwendungen dieses Anbietertyps. Diese Problematik ist deshalb nicht allein mit dem generellen Einbruch auf dem Werbemarkt begründet, sondern mit der schon vor zwei Jahren diagnostizierten Schwierigkeit, mit geringem Aufwand hinreichend Publikum zu finden, um auch für überregionale Werbung von Bedeutung zu sein.

Die Anbieter der 42 lokalen Programme erreichten 2002 einen Kostendeckungsgrad von 96 %, das ist um zwei Prozentpunkte mehr als im Jahre 2000. Allerdings haben sich auch die Lokalanbieter nur zu 58 % aus Werbung und Sponsoring finanziert. Ein Anteil von 13 % stammt aus Fördermaßnahmen bzw. besonderen Finanzierungsregelungen in den Bundes-

	Regionale TV-Anbietertypen				zum Vergleich:
	Landesweite TV-Fenster	Landes- und Ballungsraum-TV	Lokal-TV	insgesamt	Privat-TV gesamt
	in Mio. Euro				
<b>Betriebsergebnis 2002</b>	<b>6</b>	<b>-50</b>	<b>-2</b>	<b>-45</b>	<b>-795</b>
<b>Erträge 2002</b>	<b>68</b>	<b>29</b>	<b>38</b>	<b>134</b>	<b>5.775</b>
Werbespots insgesamt <sup>1)</sup>	20	13	18	51	3.426
• überregionale Werbung	20	3	4	26	3.370
• regionale Werbung	0	10	15	24	56
Sponsoring	0	6	4	11	227
Abonnementgebühren	0	0	0	0	778
Auftragsproduktionen für Dritte	42	4	5	51	209
Sonstige Erträge	5	6	11	23	1.135
<i>darunter:</i>					
• Teleshopping	0	2	1	3	617
• Fördermaßnahmen/Teilnehmerentgelte	1	1	5	7	-
<b>Aufwand 2002</b>	<b>61</b>	<b>78</b>	<b>40</b>	<b>179</b>	<b>6.570</b>
Personalkosten	12	19	15	46	596
Vergütungen	4	5	4	13	114
Sachkosten <sup>1)</sup>	43	51	18	112	5.388
Abschreibungen/Steuern	2	3	3	8	471
	in %				
<b>Kostendeckungsgrad 2002</b>	<b>111</b>	<b>37</b>	<b>96</b>	<b>75</b>	<b>88</b>
<i>darunter:</i>		Anzahl			
100 % und mehr	12	2	22	36	54
	Anzahl				
<b>Zahl der Programme Ende 2002</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>42</b>	<b>70</b>	<b>133</b>
	in Mio. Euro				
Erträge je Programm	5,2	1,9	0,9	1,9	43,4
Aufwand je Programm	4,7	5,2	0,9	2,6	49,4
	in Stunden				
<b>Sendestunden im Jahr</b>	<b>1.324</b>	<b>127.008</b>	<b>190.612</b>	<b>318.944</b>	<b>915.586</b>
<i>davon:</i> Erstsendungen	1.318	69.028	82.691	153.037	380.179
	in Euro				
Aufwand je Sendeminute	770,12	10,29	3,47	9,37	119,59
Aufwand je Min. Erstsendung	773,37	18,94	7,99	19,52	288,01
	in Mio. Euro				
<b>Betriebsergebnis 2001</b>	<b>4</b>	<b>-40</b>	<b>-2</b>	<b>-38</b>	<b>-1.324</b>
<b>Erträge 2001</b>	<b>69</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>144</b>	<b>5.958</b>
<i>darunter:</i> Werbespots insgesamt	21	16	19	56	3.708
<b>Aufwand 2001</b>	<b>65</b>	<b>78</b>	<b>38</b>	<b>182</b>	<b>7.282</b>
	in %				
<b>Kostendeckungsgrad 2001</b>	<b>107</b>	<b>49</b>	<b>94</b>	<b>79</b>	<b>82</b>
1) Ohne Provisionen für Werbemittler.					
Quelle: AKM					HBI / AKM 03

**Tabelle 4.4: Wirtschaftliche Situation der regionalen TV-Programme 2001/2002**

ländern Bayern und Sachsen, in denen die Mehrzahl der Programme dieses Anbietertyps ausgestrahlt wird.

Auf die Frage, welche Entwicklung sie im laufenden Jahr erwarten, haben die Vertreter der regionalen und lokalen Anbieter sich überwiegend skeptisch geäußert. Bei den landesweiten Fensterprogrammen werden in keinem Fall höhere Erträge erwartet, in acht Fällen hingegen Ertragsrückgänge (um insgesamt 8 Mio. Euro). Aber auch auf der Kostenseite werden nur in einem Fall geringere Steigerungen erwartet, während die Mehrzahl Kostensenkungen erwartet, die zusammen 3 Mio. Euro ausmachen sollen.

Bei den landesweit bzw. in Ballungsräumen verbreiteten Programmen werden einerseits geringe Ertragsrückgänge (zusammen weniger als 1 Mio. Euro), andererseits beachtliche Ertragszuwächse (zusammen 3 Mio. Euro) erwartet. Bei den Kosten werden demgegenüber nur in zwei Fällen geringe Zuwächse erwartet, während 9 Befragte Kostenreduzierungen im Umfang von zusammen 18 Mio. Euro prognostizieren.

Von den lokalen Anbietern erwarten 25 einen weiteren Rückgang der Erträge, und zwar zusammen um 4 Mio. Euro. Demgegenüber erwarten 6 lokale Anbieter Steigerungen von zusammen knapp 2 Mio. Euro. Aber auch bei den Kosten wird von 15 Befragten eine Kostensenkung (um zusammen 3 Mio. Euro) erwartet, während 8 Befragte eine Kostensteigerung (zusammen 1 Mio. Euro) annehmen.

#### **4.4 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks**

Die Angaben der privaten Hörfunkanbieter zu ihren Erträgen und Aufwendungen in den Jahren 2001 und 2002 wurden für vier unterschiedliche Anbietertypen ausgewertet (Tabelle 4.5):

- 14 Programme mit bundesweiter Verbreitung,
- 45 landesweite und regionale Programme (einschließlich der Programme in den Stadtstaaten),
- 132 Programme mit lokaler Verbreitung in den Flächenstaaten Baden-Württemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen,<sup>12</sup> Rheinland-Pfalz und Sachsen und
- 24 DAB-Anbieter in Baden-Württemberg, Bayern (allein 17), Nordrhein-Westfalen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.

---

<sup>12</sup> Hier eingeschlossen ist das Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen.

	Privater Hörfunk gesamt		Anbietertypen			
	Beträge	Struktur	bundesweit	landesweit	lokal <sup>1)</sup>	DAB <sup>2)</sup>
	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2002</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-30</b>	<b>43</b>	<b>-4</b>	<b>-6</b>
<b>Erträge 2002</b>	<b>593</b>	<b>100</b>	<b>46</b>	<b>352</b>	<b>194</b>	<b>1</b>
Werbespots insgesamt	480	81	17	306	156	1
davon:						
• überregionale Werbung	268	45	12	192	64	0
• regionale Werbung	213	36	6	115	92	0
Sponsoring	38	6	2	18	18	0
Direct Response Radio	2	0	1	1	0	0
Auftragsproduktionen für Dritte	6	1	0	5	1	0
Fördermaßnahmen	2	0	0	1	2	0
Sonstige Erträge	64	11	25	20	18	0
<b>Aufwand 2002</b>	<b>589</b>	<b>100</b>	<b>75</b>	<b>309</b>	<b>198</b>	<b>7</b>
Personalkosten	176	30	23	83	68	1
Vergütungen	34	6	3	17	14	1
Sachkosten	341	58	45	185	106	4
Abschreibungen/Steuern	38	6	4	24	9	0
<b>Investitionen 2002</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>0</b>
Sachanlagen	20	87	2	11	7	0
Bauten	3	13	0	2	0	0
	in %		in %			
<b>Kostendeckungsgrad 2002</b>	<b>101</b>	<b>-</b>	<b>61</b>	<b>114</b>	<b>98</b>	<b>16</b>
davon:	Anzahl		Anzahl			
• unter 80 %	78	-	8	17	29	24
• 80 bis 99 %	62	-	4	9	49	0
• 100 bis 119 %	46	-	2	9	35	0
• über 120 %	29	-	0	10	19	0
<b>Zahl der Programme Ende 2002</b>	<b>215</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>45</b>	<b>132</b>	<b>24</b>
	in Mio. Euro		in Mio. Euro			
Erträge je Programm	2,8	-	3,3	7,8	1,5	0,0
Aufwand je Programm	2,7	-	5,4	6,9	1,5	0,3
	in Stunden		in Stunden			
<b>Sendestunden im Jahr</b>	<b>1.795.452</b>	<b>100</b>	<b>119.812</b>	<b>355.860</b>	<b>1.113.932</b>	<b>205.848</b>
darunter: Eigenproduktion	1.311.155	73	118.456	345.783	652.501	194.416
	in Euro		in Euro			
Aufwand je Sendeminute	5,47	-	10,45	14,48	2,96	0,54
Aufwand je Minute Eigenproduktion	7,49	-	10,57	14,90	5,05	0,57
<i>zum Vergleich:</i>	in Mio. Euro		in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2001</b>	<b>51</b>	<b>-</b>	<b>-27</b>	<b>73</b>	<b>10</b>	<b>-6</b>
<b>Erträge 2001</b>	<b>667</b>	<b>-</b>	<b>46</b>	<b>412</b>	<b>208</b>	<b>1</b>
davon: Werbespots insgesamt	558	84	19	365	174	0
<b>Aufwand 2001</b>	<b>616</b>	<b>-</b>	<b>73</b>	<b>338</b>	<b>198</b>	<b>7</b>
	in %		in %			
<b>Kostendeckungsgrad 2001</b>	<b>108</b>	<b>-</b>	<b>63</b>	<b>122</b>	<b>105</b>	<b>8</b>

1) Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.- 2) HBI-Schätzung auf Basis von 15 Antworten.

Quelle: AKM

HBI / AKM 03

**Tabelle 4.5: Wirtschaftliche Situation des privaten Hörfunks 2001/2002**

Profitabel wirtschaftete erneut die Gruppe der landesweiten Hörfunkanbieter. Sie erreichte 2002 einen Kostendeckungsgrad von 114 %, obwohl sie mit durchschnittlich 6,9 Mio. Euro je Programm die vergleichsweise höchsten Kosten hatte. Erträgen von gut 350 Mio. Euro standen Aufwendungen von 310 Mio. Euro gegenüber. Dennoch war im Jahre 2002 die Mehrheit der Programme in der Verlustzone. Die Programme wurden fast vollständig selbst produziert, der Anteil der gekauften Programmteile und Programmübernahmen lag bei nur 3 %. Je eigenproduzierte Minute wurden 15 Euro aufgewendet. Fast 55 % der Erträge stammt aus überregionaler Werbung, ein knappes Drittel aus regionaler Werbung, gut 5 % aus Sponsoring. Beim lokalen Hörfunk lagen hingegen die Einnahmen von 194 Mio. Euro unter den Ausgaben von 198 Mio. Euro, so dass sich insgesamt ein Kostendeckungsgrad von 98 % ergibt. Mehr als die Hälfte der Lokalanbieter befand sich 2002 in der Verlustzone. Knapp die Hälfte der Erträge (47 %) konnte aus lokaler oder regionaler Werbung erzielt werden, ein Drittel aus überregionaler Werbung und 9 % aus Sponsoring. Fördermaßnahmen, die in Einzelfall von großer Bedeutung sein mögen, spielen im Gesamtbild mit nur 2 Mio. Euro eine ganz untergeordnete Rolle. Je Programm wurden im Durchschnitt 1,5 Mio. Euro aufgewendet. Der Anteil der Programmübernahmen war mit 41 % deutlich höher als noch zwei Jahre zuvor (27 %). Pro eigenproduzierte Minute wurden durchschnittlich 5 Euro ausgegeben, das ist ein Drittel des Aufwandes der landesweiten Anbieter.

Die Gruppe der 14 bundesweiten Anbieter hat ihre Kosten 2002 nur zu 61 % decken können. Diese Gruppe ist sehr heterogen, sie umfasst neben Spartenmusikanbietern auch ein sog. Einkaufsradio, das spezielle Programme für Verbrauchermärkte und Filialisten anbietet. Insgesamt waren 12 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 Hörfunkprogramme nicht nutzt. Am erfolgreichsten sind deshalb Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme, die zusätzlich über terrestrische Verbreitungsmöglichkeiten verfügen. Die Produktionskosten je eigenproduzierter Sendeminute lagen mit durchschnittlich 11 Euro doppelt so hoch wie bei den lokalen Anbietern, aber deutlich unter denen der landesweiten Anbieter.

Die Gruppe der DAB-Anbieter kam 2002 auf einen Verlust von 6 Mio. Euro. Erträgen von 1 Mio. Euro, fast nur aus Werbung, standen Aufwendungen von 7 Mio. Euro gegenüber. Allerdings basieren diese Werte z. T.

auf Schätzungen, da die Beteiligung an der Erhebung in diesem Sektor gering war. Es liegt auf der Hand, dass die immer noch sehr geringe Verbreitung von DAB-Empfangsgeräten zu massiven Ertragsproblemen geführt hat.

Aufgrund der Anbieterangaben können Programm- und Kostenstrukturen der Hörfunkprogramme 2002 detaillierter aufgeschlüsselt werden (Tab. 4.6). Bei den Kostenstrukturen fällt zum einen der höhere Kostenanteil auf, den Lokalanbieter für ihre festen und freien Mitarbeiter aufwenden. 2002 waren dies 42 % des Gesamtaufwandes, bei den landesweiten Anbietern hingegen

	Bundesweiter Hörfunk		Landesweiter Hörfunk		Lokaler Hörfunk <sup>1)</sup>		DAB-Hörfunk <sup>2)</sup>	
	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in %
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>75,1</b>	<b>100</b>	<b>309,2</b>	<b>100</b>	<b>197,9</b>	<b>100</b>	<b>6,7</b>	<b>100</b>
Personalkosten	23,0	31	83,4	27	68,5	35	1,2	18
Vergütungen	3,0	4	16,6	5	13,7	7	0,7	11
Sachkosten insgesamt	45,3	60	185,1	60	106,4	54	4,2	63
<i>davon:</i>								
• PR und Promotion	7,5	10	35,5	11	12,1	6	0,4	5
• Verwertungsgesellschaften	2,5	3	30,0	10	17,4	9	0,1	2
• Kosten der technischen Programmverbreitung	17,2	23	31,3	10	9,9	5	2,6	38
• Sonstige Sachkosten	18,1	24	88,2	29	66,9	34	1,2	18
Abschreibungen/Steuern	3,9	5	24,2	8	9,4	5	0,5	7
1) Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.								
2) HBI-Schätzung auf Basis von 15 Antworten.								
Quelle: AKM <span style="float: right;">HBI / AKM 03</span>								

**Tabelle 4.6: Kostenstruktur der privaten Hörfunkprogramme 2002**

	Bundesweiter Hörfunk		Landesweite Hörfunk		Lokaler Hörfunk <sup>1)</sup>		DAB-Hörfunk <sup>2)</sup>	
	in Stunden	in %	in Stunden	in %	in Stunden	in %	in Stunden	in %
<b>Programmstunden insgesamt</b>	<b>119.812</b>	<b>100</b>	<b>355.860</b>	<b>100</b>	<b>1.113.932</b>	<b>100</b>	<b>205.848</b>	<b>100</b>
<i>davon:</i>								
• Musik	83.590	70	255.951	72	771.823	69	179.395	87
• Wort	30.307	25	70.421	20	250.522	22	19.621	10
• Werbung	5.916	5	29.488	8	91.587	8	6.833	3
<i>darunter:</i>								
Eigenproduktion	118.456	99	345.783	97	652.501	59	194.416	94
1) Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.								
2) HBI-Schätzung auf Basis von 15 Antworten.								
Quelle: AKM <span style="float: right;">HBI / AKM 03</span>								

**Tabelle 4.7: Programmstruktur der privaten Hörfunkprogramme 2002**

nur 32 %. Beim bundesweiten Hörfunk und beim DAB-Hörfunk ist hingegen der hohe Kostenanteil für die technische Programmverbreitung bemerkenswert.

Grundlegende Unterschiede in der Programmstruktur sind anhand einer groben Unterteilung in Musik, Wort und Werbung kaum zu identifizieren (Tabelle 4.7). Werbung findet sich insbesondere in den reichweitenstarken landesweiten und lokalen Programmen. Der Wortanteil ist beim DAB-Hörfunk, vermutlich wegen der schlechten Ertragslage, besonders gering. Dies korrespondiert mit den geringen Personalaufwendungen, die nur wenig redaktionelle Arbeit erlauben.

Eine nähere Betrachtung des lokalen Hörfunks zeigt deutliche regionale Unterschiede auf (Tabelle 4.8). Der Vergleich beschränkt sich auf die Flächenländer Baden-Württemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Sachsen. Aus Gründen der Anonymisierung können allerdings für die beiden Lokalsender in Rheinland-Pfalz keine näheren Angaben gemacht werden. Die privaten Hörfunkprogramme in den Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg sind hier nicht einbezogen, weil sie nicht nur formal, sondern auch in ihrer wirtschaftlichen Ausgangslage den regionalen und den landesweiten Programmen zuzuordnen sind.

- Wie zwei Jahre zuvor hat der lokale Rundfunk auch 2002 in Sachsen den höchsten Kostendeckungsgrad erreicht, während in den anderen Ländern im Durchschnitt die Kosten nicht vollständig gedeckt werden konnten.
- In Nordrhein-Westfalen trägt durch die gesetzlich vorgezeichnete Verknüpfung von Lokalprogrammen und landesweitem Rahmenprogramm die überregionale Werbung in erheblichem Umfang zur Finanzierung des lokalen Rundfunks bei.
- In Baden-Württemberg ist der Anteil der Eigenproduktionen der Hörfunkveranstalter mit 85 % am höchsten, es folgen Bayern (75 %) und Sachsen (65 %). Umgekehrt ist die Reihenfolge dieser drei Ländern beim Kostendeckungsgrad des lokalen Hörfunks. Nordrhein-Westfalen mit seinem Zwei-Säulen-Modell ist in dieser Hinsicht ein Sonderfall; hier liegt der Anteil der Eigenproduktionen nur bei 30 %.

Die aktuellen Aussichten für die Hörfunkveranstalter finden ihren Niederschlag in den Antworten auf die Frage nach den erwarteten Veränderungen der Aufwendungen und Erträge im Jahre 2003. Die Erwartungen an die Ertragsentwicklung sind zurückhaltend. Zu 97 Programmen wurde keine konkrete Veränderung erwartet. Bei 80 Programmen wurden weitere Ertragsrückgänge erwartet, die zusammen rund 39 Mio. Euro ausmachen. Für

	Baden- Württemberg	Bayern	Nordrhein- Westfalen <sup>1)</sup>	Rheinland-Pfalz	Sachsen
	in Mio. Euro				
<b>Betriebsergebnis 2002</b>	<b>-2,9</b>	<b>-1,9</b>	<b>-3,0</b>	<b>a</b>	<b>3,3</b>
<b>Erträge 2002</b>	<b>22,2</b>	<b>69,3</b>	<b>88,7</b>	<b>a</b>	<b>12,3</b>
Werbespots insgesamt	18,0	54,0	71,4		11,5
davon:					
• überregionale Werbung	6,9	14,5	39,6		3,3
• regionale Werbung	11,1	39,6	31,9		8,3
Sponsoring	2,6	7,4	7,1		0,5
Direct Response Radio	0,0	0,0	0,0		0,0
Auftragsproduktionen für Dritte	0,1	0,4	0,0		0,0
Fördermaßnahmen	0,4	0,4	0,7		0,0
Sonstige Erträge	1,1	7,0	9,4		0,3
<b>Aufwand 2002</b>	<b>25,0</b>	<b>71,2</b>	<b>91,8</b>	<b>a</b>	<b>9,0</b>
Personalkosten	9,1	29,1	28,3		1,9
Vergütungen	0,8	4,7	7,1		1,0
Sachkosten	14,0	33,6	52,4		5,8
Abschreibungen/Steuern	1,2	3,8	4,1		0,3
	in %				
<b>Kostendeckungsgrad 2002</b>	<b>89</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>a</b>	<b>137</b>
davon:	Anzahl				
• unter 80 %	4	10	13		2
• 80 bis 99 %	4	24	17		3
• 100 bis 119 %	4	12	17		2
• über 120 %	1	10	0		7
	Anzahl				
<b>Zahl der Programme Ende 2002</b>	<b>13</b>	<b>56</b>	<b>47</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
	in Mio. Euro				
Erträge je Programm	1,7	1,2	1,9	a	0,9
Aufwand je Programm	1,9	1,3	2,0	a	0,6
	in Stunden				
<b>Sendestunden im Jahr</b>	<b>113.880</b>	<b>448.976</b>	<b>410.916</b>	<b>17.520</b>	<b>122.640</b>
davon: Eigenproduktion	97.236	334.639	123.302	a	79.891
	in Euro				
Aufwand je Sendeminute	3,66	2,64	3,72	a	1,22
Aufwand je Minute Eigenproduktion	4,29	3,55	12,40	a	1,88
<i>zum Vergleich:</i>	in Mio. Euro				
<b>Betriebsergebnis 2001</b>	<b>0,7</b>	<b>3,5</b>	<b>4,0</b>	<b>a</b>	<b>1,8</b>
<b>Erträge 2001</b>	<b>24,4</b>	<b>73,7</b>	<b>99,1</b>	<b>a</b>	<b>10,1</b>
<i>darunter:</i> Werbespots insgesamt	19,9	60,8	82,8		9,5
<b>Aufwand 2001</b>	<b>23,7</b>	<b>70,2</b>	<b>95,1</b>	<b>a</b>	<b>8,4</b>
	in %				
<b>Kostendeckungsgrad 2001</b>	<b>103</b>	<b>105</b>	<b>104</b>	<b>a</b>	<b>121</b>

1) Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.

a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung

Quelle: AKM

AKM / HBI 03

**Tabelle 4.8: Erträge und Aufwendungen im lokalen Hörfunk 2001/2002**

38 Programme wurde die Erwartung auf Ertragssteigerungen um insgesamt 18 Mio. Euro geäußert. Bei den Aufwendungen dominiert die Strategie der Kostensenkung: Bei mehr als der Hälfte der Hörfunkprogramme waren für 2003 Kostensenkungen geplant, zusammengenommen um fast 40 Mio. Euro. Nur für 11 Hörfunkprogramme wurden Kostensteigerungen in Aussicht genommen, zusammen um 9 Mio. Euro.



# 5 Beschäftigte und wirtschaftliche Lage 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 Hans-Bredow-Instituts. 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>13</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 2002 waren bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 29.650 feste Mitarbeiter tätig (Tabelle 5.1), das sind 13.200 mehr als bei den privaten Rundfunkveranstaltern. Im Vergleich zu den früheren Jahren ist bei geringen Schwankungen eine Stagnation in der Zahl der Erwerbstätigen bei den Rundfunkanstalten zu beobachten. 1995 waren es noch 30.278 feste Mitarbeiter. Dabei hat es über die Jahre eine deutliche Umschichtung hin zur Teilzeitbeschäftigung gegeben. Waren Ende 1995 der Anteil der Teilzeitbeschäftigten nur 6 %, so hat er sich bis Ende 2002 auf 12 % verdoppelt.

---

<sup>13</sup> 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.

Zugleich ist der Anteil der Frauen unter den Erwerbstätigen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk von 43 % auf 47 % angestiegen.

Zur Zahl der sonstigen Mitarbeiter im öffentlich-rechtlichen Rundfunk haben in diesem Jahr 3 der 14 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter keine Angaben gemacht, zudem waren die Angaben bei einigen lückenhaft. Es wurde unterstellt, dass die sich in den vorliegenden Daten abzeichnende Entwicklung auf die anderen Anstalten übertragen lässt. Danach hat die Gesamtzahl der sonstigen Mitarbeiter im Verlauf des Jahres 2001 um rund 4 % auf 21.700 zugenommen.

Bei den sog. Festen Freien, Ende 2002 waren es 11.100, war die Zahl der im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Beschäftigten mehr als doppelt so hoch wie bei den privaten Anbieter. Die Angabe zur Gruppe der sonstigen freien

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Beschäftigte	Struktur		
	Anzahl	Anteile in %	Anzahl	
<b>Erwerbstätige Ende 2001</b>	<b>29.374</b>	-	<b>16.413</b>	<b>12.805</b>
<b>Erwerbstätige Ende 2002</b>	<b>29.648</b>	<b>100</b>	<b>16.655</b>	<b>12.993</b>
weiblich	13.829	47	7.769	6.060
männlich	15.819	53	8.886	6.933
Vollzeitbeschäftigte	24.737	83	13.896	10.841
Teilzeitbeschäftigte	3.696	12	2.076	1.620
Auszubildende	1.215	4	683	532
Organisation/Verwaltung	5.626	19	3.283	2.343
Verkauf/Marketing	-	-	-	-
Produktion/Technik	10.096	34	6.918	3.178
Programm	12.095	41	5.489	6.606
Nicht zuzuordnen	1.831	6	965	866
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2001</b>	<b>20.809</b>	-	<b>14.150</b>	<b>6.659</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2002</b>	<b>21.730</b>	<b>66</b>	<b>14.928</b>	<b>6.802</b>
Praktikanten	4.021	12	2.774	1.247
Feste Freie Mitarbeiter	11.125	34	7.676	3.449
Sonstige freie Mitarbeiter	6.584	20	4.477	2.107
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2001</b>	<b>50.183</b>	-	<b>30.564</b>	<b>19.463</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2002</b>	<b>51.378</b>	-	<b>31.583</b>	<b>19.795</b>
<b>Führungskräfte Ende 2002</b>	<b>1.729</b>	<b>100</b>	<b>1.030</b>	<b>699</b>
weiblich	364	21	217	147
männlich	1.365	79	813	552
Organisation/Verwaltung	298	17	187	111
Verkauf/Marketing	-	-	-	-
Produktion/Technik	263	15	172	91
Programm	1.022	59	589	433
Nicht zuzuordnen	146	8	82	64

Quelle: HBI

HBI 03

**Tabelle 5.1: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 2001/2002**

Mitarbeiter erfolgte nicht nach dem gleichen Konzept wie beim privaten Rundfunk, bei dem nach den sonstigen freien Mitarbeitern in einer „durchschnittlichen Arbeitswoche“ gefragt wurde. Soweit hierzu Angaben gemacht wurden, wurde meist die Zahl aller Honorarverträge des Monats November angegeben. Das Hans-Bredow-Institut hat versucht, diese Werte entsprechend umzurechnen. Danach ist die Zahl der sonstigen freien Mitarbeiter der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit etwa 6.600 zu beziffern.

Die Struktur der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wies Ende 2002 folgende Unterschiede zum privaten Rundfunk auf:

- Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten lag mit 83 % deutlich höher als im privaten Rundfunk (65 %)
- Der Anteil der Auszubildenden lag mit 4 % deutlich unter dem Anteil des privaten Rundfunks (7 %).
- 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>14</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 2002 rund 34 % der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tätig, im privaten Rundfunk waren es dagegen nur 22 %. Auch im Tätigkeitsfeld Organisation/Verwaltung beschäftigte der öffentlich-rechtliche Rundfunk etwas mehr Mitarbeiter: 19 % im Vergleich zu 16 % bei den privaten Anbietern.
- Mit gut 1.700 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 unter den Führungskräften betrug 21 %, während er beim privaten Rundfunk nun 26 % 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.

---

<sup>14</sup> Die ARD-Werbeesellschaften gehörten nicht zum Adressatenkreis der Befragung.

Danach waren 56 % aller festen Mitarbeiter in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Ende 2002 vorwiegend mit der Gestaltung und Verbreitung von Fernsehprogrammen beschäftigt. Dieser Anteil liegt damit unter dem des privaten Rundfunks, bei dem auf die TV-Veranstalter 73 % der Erwerbstätigen entfielen.

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

Durch die Erhöhung der Rundfunkgebühren Anfang 2001 hat sich die wirtschaftliche Lage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks deutlich gebessert. Trotz des Einbruchs auf dem Werbemarkt haben sie 2002 ein positives Betriebsergebnis erzielen können.

Mit rund 6,6 Mrd. Euro stammten mehr als 80 Prozent der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Rundfunkgebühren. Weitere 315 Mill. Euro 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 3 % betragen. Von den gesamten Werbeerträgen des Rundfunks, im Jahre 2002 rund 4,2 Mrd. Euro, sind nur 6 % (250 Mio. Euro) von ARD und ZDF erzielt worden. Zusätzliche Einnahmen aus Sponsoring in einer Höhe von rund 4 Mio. Euro hatten innerhalb der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nur ein geringes Gewicht.

Einnahmen aus Auftragsproduktionen oder Koproduktionen spielen wie im privaten Rundfunk kaum eine Rolle. Die Rundfunkanstalten erzielten damit Erträge von knapp 100 Mio. Euro, das macht rund 1 % der Gesamterträge aus.

Für ihre 23 TV-Vollprogramme, 16 Regionalfenster und 58 Hörfunkprogramme wendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 2002 insgesamt 8,1 Mrd. DM auf. Davon wurden für Löhne, Gehälter und Sozialversicherungsbeiträge der festen Mitarbeiter 2,2 Mrd. Euro ausgegeben. Rechnet man außerdem die 780 Mio. Euro für die Vergütungen der freien Mitarbeiter und des selbständigen künstlerischen und technischen Personals ein, so bestanden 37 % der Gesamtaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Personalausgaben. Beim privaten Rundfunk lag der Anteil hingegen bei lediglich 11 %.

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk ges.		Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Aufwand/Ertrag	Struktur		
	in Mio. Euro	Anteile in %	in Mio. Euro	
<b>Betriebsergebnis 2002</b>	<b>24,1</b>	<b>-</b>	<b>-458,9</b>	<b>483,1</b>
<b>Erträge 2002</b>	<b>8.133,5</b>	<b>100</b>	<b>5109,2</b>	<b>3024,3</b>
Werbung	249,1	3	169,2	79,9
Rundfunkgebühren	6.565,3	81	4096,8	2468,5
Auftragsproduktionen für Dritte	99,2	1	94,3	4,9
Zuwendungen	297,9	4	176,6	121,3
Sonstige Erträge	922,0	11	572,4	349,6
<b>Aufwand 2002</b>	<b>8.109,4</b>	<b>100</b>	<b>5568,2</b>	<b>2541,2</b>
Personalkosten	2.233,2	28	1254,5	978,7
Vergütungen	782,3	10	475,2	307,1
Sachkosten	4.555,8	56	3422,3	1133,5
<i>darunter:</i>				
• Auftragsproduktionen	660,2	8	660,2	0,0
• Technische Verbreitungskosten	535,2	7	321,1	214,1
• Gema/GVL und andere Rechte	118,7	1	47,5	71,2
Abschreibungen	403,4	5	289,7	113,7
Indirekte Steuern	134,7	2	126,5	8,2
<b>Investitionen 2002</b>	<b>439,3</b>	<b>100</b>	<b>326,6</b>	<b>112,7</b>
Sachanlagen	344,8	78	258,5	86,3
Bauten	80,2	18	54,3	25,9
Immaterielle Investitionen	14,3	3	13,8	0,5
Zahl der Programme			Anzahl 23	68
Aufwand je Programm			in Mio. Euro 242,1	37,4
Sendestunden im Jahr			in Stunden 154.471	623.592
Aufwand je Sendeminute			in Euro 600,8	67,9
<i>zum Vergleich:</i>	in Mio Euro	in %	in Mio. Euro	
<b>Betriebsergebnis 2001</b>	<b>36,1</b>	<b>-</b>	<b>-449,9</b>	<b>486,0</b>
<b>Erträge 2001</b>	<b>8.045,6</b>	<b>100,0</b>	<b>5.052,6</b>	<b>2.993,0</b>
<i>darunter:</i>				
Werbung	388,7	5	254,9	133,8
Rundfunkgebühren	6.495,5	81	4.046,2	2.449,3
<b>Aufwand 2001</b>	<b>8.009,5</b>	<b>-</b>	<b>5.502,5</b>	<b>2.507,0</b>
Quelle: HfB				HfB 03

**Tabelle 5.2: Wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunk 2001/2002**

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 2002 mit rund 350 Mio. Euro gut 4 % der Gesamtaufwendungen betragen haben.

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 Fiction-, Musik- und sonstigen Unterhaltungssendungen lag 2002 in den öffentlich-rechtlichen TV-Programmen bei 31 %, bei den bundesweit verbreiteten werbefinanzierten TV-Program-

	Stunden	Anteile in %
<b>Sendestunden</b>	<b>154.471</b>	<b>100</b>
<i>darunter:</i> Werbespots, Sponsoreinblendungen	1.084	0,7
<b>Programmstunden</b>	<b>153.387</b>	<b>100</b>
<i>davon:</i>		
Fiction-Programme	20.130	13,1
Musikprogramme	1.206	0,8
Sonst. Unterhaltungsprogramme	26.274	17,1
Sportprogramme	4.127	2,7
Informationsprogramme	82.136	53,5
Nicht zuordenbare Programme	19.515	12,7
<i>darunter:</i>		
Erstsendungen	66.879	43,6
Wiederholungen	86.508	56,4
Quelle: HBI		HBI 03

**Tabelle 5.3: Programmstruktur der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme 2002**

	Stunden	Anteile in %
<b>Sendestunden</b>	<b>623.592</b>	<b>100</b>
<i>davon:</i>		
Wort	262.253	42,1
Musik	357.669	57,4
Werbung	3.669	0,6
Quelle: HBI		HBI 03

**Tabelle 5.4: Programmstruktur der öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme 2002**

men hat er im gleichen Zeitraum rund 53 % betragen. Der Anteil der Erstsendungen lag allerdings wegen der hohen Zahl von Wiederholungen in den 3. ARD-Programmen nur bei 44 % verglichen mit einer Quote von 71 % 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 42 % ebenfalls deutlich höher als bei den landesweiten und lokalen Privatprogrammen (22 %). Ein exakter Vergleich ist hier allerdings nicht möglich, da es bislang keine allgemein akzeptierte Definition für Wort- bzw. Musikanteile gibt.

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

- Gemessen an Aufwendungen der Rundfunkanstalten, die dem Fernsehen zuzuordnen sind, ist der Gebührenanteil, der spezifisch als Fernsehgebühr ausgewiesen wird, zu gering. Umgekehrt ist der Grundgebühren-Anteil höher, als es den Kosten für die Hörfunkversorgung angemessen wäre.
- Wie im privaten Rundfunk war der Personalkostenblock (einschließlich der Vergütungen) im Fernsehen mit 31 % deutlich niedriger als im Hörfunk mit 51 %.
- Im Vergleich zu den bundesweiten privaten TV-Programmen betrug der durchschnittliche Aufwand je öffentlich-rechtlichem TV-Vollprogramm mit etwa 242 Mio. Euro etwa das anderthalbfache, andererseits nur die Hälfte des durchschnittlichen Aufwandes für die privaten werbefinanzierten Vollprogramme. Auch das Kostenniveau, gemessen am durchschnittlichen Aufwand von 600 Euro je Sendeminute, hat weit über dem der privaten bundesweiten Programme von 180 Euro gelegen, aber wiederum unter dem der bundesweiten privaten Vollprogramme von 850 Euro.
- Verglichen mit dem durchschnittlichen Aufwand der landesweiten privaten Hörfunkprogramme gab der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit gut 37 Mio. Euro je Programm fast das Fünffache der privaten Anbieter aus. Ähnliches gilt für den durchschnittlichen Aufwand je Hörfunk-Sendeminute, der 2002 eine Höhe von 68 Euro erreicht hat (Private: gut 14 Euro).

## 6 Veränderungen gegenüber den Vorjahren

### 6.1 Datengrundlagen

Der größte Teil der im Rahmen dieser Studie erhobenen Daten ist direkt mit den in den Vorjahren durchgeführten Erhebungen für die DLM vergleichbar, d. h. es ist 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 die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie große privaten TV-Anbieter weiterhin Probleme mit der Beantwortung dieser Frage.<sup>15</sup> Die Angaben schwanken von Jahr zu Jahr stark. Diese Zeitreihe ist daher 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 (Tab. 6.1).

Die Zahl der festen Mitarbeiter ist beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk seit 1995 leicht rückläufig. Dies betrifft insbesondere die Vollzeitbeschäftigten, während der Anteil der Teilzeitkräfte zunimmt. Demgegenüber ist beim privaten Rundfunk die Zahl der Erwerbstätigen von 1995 bis 2002

---

<sup>15</sup> Bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird deshalb nach der Zahl der sonstigen freien Mitarbeiter mit Honorarabrechnung in einem Monat gefragt. Auf dieser Basis werden viele freie Mitarbeiter erfasst, die für eine sehr geringfügige Leistung honoriert werden.

<b>Rundfunk insgesamt</b>	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2002/2001	2002/1995
	Anzahl								in %	
<b>Erwerbstätige insgesamt</b>	<b>39.262</b>	<b>39.664</b>	<b>39.971</b>	<b>40.625</b>	<b>43.129</b>	<b>44.507</b>	<b>46.530</b>	<b>46.089</b>	<b>-0,9</b>	<b>17,4</b>
Vollzeitbeschäftigte	34.854	34.898	k.A.	35.015	k.A.	36.211	35.968	35.392	-1,6	1,5
Teilzeitbeschäftigte	3.087	3.432	k.A.	3.754	k.A.	6.049	8.372	8.348	-0,3	170,4
Auszubildende	1.321	1.334	k.A.	1.856	k.A.	2.246	2.346	2.349	0,1	77,8
<b>Sonstige Mitarbeiter insgesamt</b>	<b>25.222</b>	<b>23.892</b>	<b>24.549</b>	<b>25.979</b>	<b>26.863</b>	<b>26.964</b>	<b>28.097</b>	<b>28.596</b>	<b>1,8</b>	<b>13,4</b>
Praktikanten	4.322	3.188	3.803	3.913	5.153	4.700	5.009	5.078	1,4	17,5
Feste freie Mitarbeiter	11.158	12.827	13.333	14.292	14.579	15.469	16.126	15.938	-1,2	42,8
Sonstige freie Mitarbeiter	9.743	4.503	7.413	7.774	7.131	6.795	6.962	7.580	8,9	-22,2
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	<b>64.484</b>	<b>63.556</b>	<b>64.520</b>	<b>66.604</b>	<b>69.992</b>	<b>71.471</b>	<b>74.783</b>	<b>74.685</b>	<b>-0,1</b>	<b>15,8</b>
<b>Privater Rundfunk</b>										
	Anzahl								in %	
<b>Erwerbstätige insgesamt</b>	<b>8.984</b>	<b>9.571</b>	<b>9.845</b>	<b>10.500</b>	<b>13.435</b>	<b>15.252</b>	<b>17.312</b>	<b>16.441</b>	<b>-5,0</b>	<b>83,0</b>
Vollzeitbeschäftigte	7.274	7.910	k.A.	8.621	k.A.	11.068	11.374	10.655	-6,3	46,5
Teilzeitbeschäftigte	1.157	1.064	k.A.	1.052	k.A.	2.998	4.722	4.652	-1,5	302,1
Auszubildende	553	597	k.A.	827	k.A.	1.185	1.216	1.134	-6,7	105,1
<b>Sonstige Mitarbeiter insgesamt</b>	<b>7.573</b>	<b>6.732</b>	<b>6.977</b>	<b>7.492</b>	<b>7.491</b>	<b>7.400</b>	<b>7.288</b>	<b>6.866</b>	<b>-5,8</b>	<b>-9,3</b>
Praktikanten	753	835	1.104	1.207	1.562	1.119	1.048	1.057	0,9	40,4
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3.336	3.659	4.001	5.210	4.813	-7,6	115,3
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2.949	2.270	2.280	1.030	996	-3,3	-78,3
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	<b>16.557</b>	<b>16.303</b>	<b>16.822</b>	<b>17.992</b>	<b>20.926</b>	<b>22.652</b>	<b>24.600</b>	<b>23.307</b>	<b>-5,3</b>	<b>40,8</b>
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>										
	Anzahl								in %	
<b>Erwerbstätige insgesamt</b>	<b>30.278</b>	<b>30.093</b>	<b>30.126</b>	<b>30.125</b>	<b>29.694</b>	<b>29.255</b>	<b>29.374</b>	<b>29.648</b>	<b>0,9</b>	<b>-2,1</b>
Vollzeitbeschäftigte	27.580	26.988	k.A.	26.394	k.A.	25.143	24.594	24.737	0,6	-10,3
Teilzeitbeschäftigte	1.930	2.368	k.A.	2.702	k.A.	3.051	3.650	3.696	1,3	91,5
Auszubildende	768	737	k.A.	1.029	k.A.	1.061	1.130	1.215	7,5	58,2
<b>Sonstige Mitarbeiter insgesamt</b>	<b>17.649</b>	<b>17.160</b>	<b>17.572</b>	<b>18.487</b>	<b>19.372</b>	<b>19.564</b>	<b>20.809</b>	<b>21.730</b>	<b>4,4</b>	<b>23,1</b>
Praktikanten	3.569	3.531	2.699	2.706	3.591	3.581	3.961	4.021	1,5	12,7
Feste freie Mitarbeiter	8.923	9.969	10.338	10.956	10.920	11.468	10.916	11.125	1,9	24,7
Sonstige freie Mitarbeiter	5.158	3.660	4.535	4.825	4.861	4.515	5.932	6.584	11,0	27,6
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	<b>47.927</b>	<b>47.253</b>	<b>47.698</b>	<b>48.612</b>	<b>49.066</b>	<b>48.819</b>	<b>50.183</b>	<b>51.378</b>	<b>2,4</b>	<b>7,2</b>
Quelle: AKM; HBI <span style="float: right;">HBI / AKM 03</span>										

**Tabelle 6.1: Entwicklung der Beschäftigung im Rundfunk 1995 bis 2002**

um 80 % gestiegen. Obwohl die Zahl der festen Mitarbeiter im Jahre 2002 erstmals zurückgegangen ist, liegt sie immer noch über dem Wert im Jahre 2000. Beim privaten Rundfunk hatten die Teilzeitbeschäftigten von Anfang an eine höhere Bedeutung; auch hier hat ihr Anteil noch zugenommen. Insgesamt hat sich die Gesamtzahl der festen Mitarbeiter in Rundfunk seit 1995 um gut 17 % auf 46.100 erhöht.

Eine andere Entwicklung ist bei den sonstigen Mitarbeitern zu erkennen. Während solche Mitarbeiter mit Honorartätigkeiten bei den Rundfunkanstalten seit 1995 um 23 % zunahm, kam es beim privaten Rundfunk zu einem Rückgang um 9 %. Diese Angaben sind allerdings nur begrenzt aussagekräftig, weil sie nichts darüber sagen, in welchem Umfang die freien Mitarbeiter jeweils tätig sind. Zudem kann die Grundlage für die Angaben der Veranstalter variieren.

<b>Privater Rundfunk<sup>1</sup></b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2002/2001</b>	<b>2002/1995</b>
	Anzahl								in %	
<b>Erwerbstätige insgesamt</b>	<b>8.984</b>	<b>9.571</b>	<b>9.845</b>	<b>10.500</b>	<b>13.435</b>	<b>15.252</b>	<b>17.312</b>	<b>16.441</b>	<b>-5,0</b>	<b>83,0</b>
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	k.A.	9.673	k.A.	14.067	16.096	15.307	-4,9	81,6
Auszubildende	553	597	k.A.	827	k.A.	1.185	1.216	1.134	-6,7	105,1
<b>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</b>	<b>7.573</b>	<b>6.732</b>	<b>6.977</b>	<b>7.492</b>	<b>7.491</b>	<b>7.400</b>	<b>7.288</b>	<b>6.866</b>	<b>-5,8</b>	<b>-9,3</b>
Praktikanten	753	835	1.104	1.207	1.562	1.119	1.048	1.057	0,9	40,4
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3.336	3.659	4.001	5.210	4.813	-7,6	115,3
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2.949	2.270	2.280	1.030	996	-3,3	-78,3
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	<b>16.557</b>	<b>16.303</b>	<b>16.822</b>	<b>17.992</b>	<b>20.926</b>	<b>22.652</b>	<b>24.600</b>	<b>23.307</b>	<b>-5,3</b>	<b>40,8</b>
<b>Privates Fernsehen</b>										
	Anzahl								in %	
<b>Erwerbstätige insgesamt</b>	<b>4.925</b>	<b>5.669</b>	<b>5.974</b>	<b>6.486</b>	<b>9.123</b>	<b>10.621</b>	<b>12.561</b>	<b>11.982</b>	<b>-4,6</b>	<b>143,3</b>
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	4.713	5.444	k.A.	6.127	k.A.	10.051	11.929	11.408	-4,4	142,1
Auszubildende	212	225	k.A.	359	k.A.	570	632	574	-9,2	170,8
<b>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</b>	<b>2.912</b>	<b>3.245</b>	<b>3.778</b>	<b>4.207</b>	<b>4.441</b>	<b>4.319</b>	<b>4.759</b>	<b>4.542</b>	<b>-4,6</b>	<b>56,0</b>
Praktikanten	286	338	587	615	967	478	560	539	-3,8	88,5
Feste freie Mitarbeiter	1.071	1.539	1.820	2.107	2.279	2.648	3.836	3.614	-5,8	237,4
Sonstige freie Mitarbeiter	1.555	1.368	1.371	1.485	1.195	1.193	363	389	7,2	-75,0
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	<b>7.837</b>	<b>8.914</b>	<b>9.752</b>	<b>10.693</b>	<b>13.564</b>	<b>14.940</b>	<b>17.320</b>	<b>16.524</b>	<b>-4,6</b>	<b>110,8</b>
<b>Privater Hörfunk</b>										
	Anzahl								in %	
<b>Erwerbstätige insgesamt</b>	<b>4.059</b>	<b>3.902</b>	<b>3.871</b>	<b>4.014</b>	<b>4.312</b>	<b>4.631</b>	<b>4.751</b>	<b>4.459</b>	<b>-6,1</b>	<b>9,9</b>
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	3.718	3.530	3.466	3.546	3.770	4.016	4.167	3.899	-6,4	4,9
Auszubildende	341	372	405	468	542	615	584	560	-4,1	64,2
<b>Sonst. Mitarbeiter insgesamt</b>	<b>4.661</b>	<b>3.487</b>	<b>3.199</b>	<b>3.285</b>	<b>3.050</b>	<b>3.081</b>	<b>2.529</b>	<b>2.324</b>	<b>-8,1</b>	<b>-50,1</b>
Praktikanten	467	497	517	592	595	641	488	518	6,1	10,9
Feste freie Mitarbeiter	1.164	1.319	1.175	1.229	1.380	1.353	1.374	1.199	-12,7	3,0
Sonstige freie Mitarbeiter	3.030	1.671	1.507	1.464	1.075	1.087	667	607	-9,0	-80,0
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	<b>8.720</b>	<b>7.389</b>	<b>7.070</b>	<b>7.299</b>	<b>7.362</b>	<b>7.712</b>	<b>7.280</b>	<b>6.783</b>	<b>-6,8</b>	<b>-22,2</b>
1) Jeweils Ende des Jahres										
Quelle: AKM <span style="float: right;">HBI / AKM 03</span>										

**Tabelle 6.2: Entwicklung der Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995 bis 2002**

b) Vergleich von privatem Hörfunk und privatem Fernsehen

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

- Während die privaten TV-Anbieter von 1995 bis 2002 die Zahl ihrer festen Mitarbeiter mehr als verdoppelten (+143 %), ist beim Hörfunk der Anstieg mit 10 % sehr moderat verlaufen.
- Bei den sonstigen Mitarbeitern gab es deutlich gegensätzliche Entwicklungen: Die Hörfunkanbieter reduzierten diese Beschäftigungsverhält-

nisse von 1995 bis 2002 um 50 %, während die TV-Veranstalter die Zahl der sonstigen Mitarbeiter im gleichen Zeitraum um 56 % ausdehnten.

## 6.3 Veränderung der wirtschaftlichen Situation seit 1995

a) Vergleich von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk

Die Beschäftigungsentwicklung in der deutschen Rundfunkwirtschaft seit 1995 ist in erster Linie eine Reaktion auf die unterschiedlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der öffentlich-rechtlichen und der privaten Rundfunkveranstalter durch Rundfunkgebühren einerseits und der Möglichkeiten der Werbeerträge andererseits. Auf beiden Seiten hat es in dieser Zeit mehr Programme und damit mehr Wettbewerb um die Aufmerksamkeit

Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2002/2001	2002/1995
	in Mio. Euro								in %	
<b>Gesamtertrag</b>	<b>9.961</b>	<b>10.803</b>	<b>11.679</b>	<b>12.159</b>	<b>13.544</b>	<b>14.453</b>	<b>14.670</b>	<b>14.502</b>	<b>-1,1</b>	<b>45,6</b>
<i>darunter:</i>										
Werbeerträge	3.740	4.123	4.303	4.458	5.042	5.555	4.655	4.155	-10,7	11,1
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>10.071</b>	<b>11.198</b>	<b>11.758</b>	<b>12.234</b>	<b>13.746</b>	<b>14.877</b>	<b>15.907</b>	<b>15.268</b>	<b>-4,0</b>	<b>51,6</b>
<i>darunter:</i>										
Personalaufwand/Vergütungen	3.545	3.352	k.A.	3.662	k.A.	3.996	k.A.	3.936	-	11,0
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	<b>99</b>	<b>96</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>97</b>	<b>92</b>	<b>95</b>	<b>3</b>	<b>-4</b>
<b>Privater Rundfunk</b>										
	in Mio. Euro								in %	
<b>Gesamtertrag</b>	<b>3.875</b>	<b>4.570</b>	<b>4.721</b>	<b>5.055</b>	<b>5.970</b>	<b>7.105</b>	<b>6.624</b>	<b>6.368</b>	<b>-3,9</b>	<b>64,3</b>
<i>darunter:</i>										
Werbeerträge	3.397	3.754	3.888	4.020	4.627	5.132	4.266	3.906	-8,4	15,0
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>3.871</b>	<b>4.584</b>	<b>5.013</b>	<b>5.084</b>	<b>6.129</b>	<b>7.178</b>	<b>7.898</b>	<b>7.159</b>	<b>-9,4</b>	<b>84,9</b>
<i>darunter:</i>										
Personalaufwand/Vergütungen	531	569	k.A.	710	k.A.	922	k.A.	920	-	73,2
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>94</b>	<b>99</b>	<b>97</b>	<b>99</b>	<b>84</b>	<b>89</b>	<b>5</b>	<b>-11</b>
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>										
	in Mio. Euro								in %	
<b>Gesamtertrag</b>	<b>6.086</b>	<b>6.233</b>	<b>6.958</b>	<b>7.104</b>	<b>7.573</b>	<b>7.348</b>	<b>8.046</b>	<b>8.134</b>	<b>1,1</b>	<b>33,6</b>
<i>darunter:</i>										
Werbeerträge	343	369	415	438	415	422	389	249	-35,9	-27,4
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>6.200</b>	<b>6.615</b>	<b>6.745</b>	<b>7.149</b>	<b>7.617</b>	<b>7.699</b>	<b>8.010</b>	<b>8.109</b>	<b>1,2</b>	<b>30,8</b>
<i>darunter:</i>										
Personalaufwand/Vergütungen	3.014	2.783	k.A.	2.952	k.A.	3.074	k.A.	3.016	-	0,0
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	<b>98</b>	<b>94</b>	<b>103</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
Quelle: AKM; HBI										HBI / AKM 03

**Tabelle 6.3: Entwicklung von Aufwand und Ertrag aller Rundfunkveranstalter 1995 bis 2002**

des Publikums gegeben. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben bei neuen Programmen wegen der Werberegelungen praktisch nur durch Sponsoring noch zusätzliche Erträge erzielen können, auf der anderen Seite wurden ihnen für neue Angebote aber Mittel aus höheren Rundfunkgebühren bereitgestellt.

Die Gesamterträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind von 1995 bis 2002 um ein Drittel gestiegen. Während die Werbeerträge erheblich zurückgegangen sind, hat es bei den Rundfunkgebühren jeweils zu Beginn der Jahre 1997 und 2001 eine Erhöhung der monatlichen Gebühren von umgerechnet 12,17 € auf 16,15 € je gebührenpflichtigem Fernsehgerät gegeben. Zugleich hat die Anzahl der gebührenpflichtigen Geräte zugenommen, so dass die Erträge aus Rundfunkgebühren von 1995 bis 2002 insgesamt um 44 % angestiegen sind.

Die privaten Veranstalter hatten bis 2000 bei den Einnahmen ein starkes Wachstum zu verzeichnen. Danach kam es bei den Werbeerträgen zu einem massiven Rückgang um ein Viertel, fast auf den Stand von 1997. Inzwischen sind aber andere Erträge, etwa aus Pay-TV und aus Teleshopping, deutlich angestiegen. Die Gesamterträge des privaten Rundfunks lagen 2002 dadurch immer noch um 64 % über denen im Jahre 1995. Die Aufwendungen sind noch stärker angestiegen – gegenüber 1995 um 85 % – und dies trotz massiver Sparmaßnahmen, die von 2001 auf 2002 eine Verringerung um 9 % ausmachten.

#### 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 100 und 116 %. Dagegen lag er bei den privaten Fernsehern insgesamt immer unter der 100 %-Schwelle, d.h. es wurden Betriebsverluste erzielt. Am höchsten waren innerhalb des betrachteten Zeitraums die Verluste im Jahre 2001.

Eine genauere Betrachtung von Aufwendungen und Erträgen zeigt seit 1995 allerdings geringere Ertragssteigerungen des privaten Hörfunks als des privaten Fernsehens. Die Hörfunk-Gesamterträge nahmen in diesem Zeitraum nur um 10 % zu, während die privaten TV-Anbieter Ertragszuwächse von 73 % verbuchen konnten. Grund hierfür ist u. a., dass es im Bereich des Fernsehens mehr neue Programme gibt, während im Hörfunkbereich die Zahl der Programme nur langsam wächst. Wurden in der Studie von 1995 noch 185 Hörfunkprogramme erfasst, so waren es auch Ende 2002

<b>Privater Rundfunk insgesamt</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2002/2001</b>	<b>2002/1995</b>
	in Mio. Euro								in %	
<b>Gesamtertrag</b>	<b>3.875</b>	<b>4.570</b>	<b>4.721</b>	<b>5.055</b>	<b>5.970</b>	<b>7.105</b>	<b>6.625</b>	<b>6.368</b>	<b>-3,9</b>	<b>64,3</b>
<i>darunter:</i>										
Werbeerträge	3.397	3.754	3.888	4.020	4.627	5.132	4.267	3.906	-8,4	15,0
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>3.871</b>	<b>4.584</b>	<b>5.013</b>	<b>5.084</b>	<b>6.129</b>	<b>7.178</b>	<b>7.898</b>	<b>7.159</b>	<b>-9,4</b>	<b>84,9</b>
<i>darunter:</i>										
Personalaufwand/Vergütungen	531	569	k.A.	710	k.A.	922	k.A.	920	-	73,2
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>94</b>	<b>99</b>	<b>97</b>	<b>99</b>	<b>84</b>	<b>89</b>	<b>5</b>	<b>-11</b>
<b>Privates Fernsehen</b>										
	in Mio. Euro								in %	
<b>Gesamtertrag</b>	<b>3.339</b>	<b>4.023</b>	<b>4.177</b>	<b>4.480</b>	<b>5.294</b>	<b>6.363</b>	<b>5.958</b>	<b>5.775</b>	<b>-3,1</b>	<b>73,0</b>
<i>darunter:</i>										
Werbeerträge	2.948	3.294	3.430	3.537	4.057	4.509	3.708	3.426	-7,6	16,2
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>3.404</b>	<b>4.089</b>	<b>4.516</b>	<b>4.575</b>	<b>5.539</b>	<b>6.538</b>	<b>7.282</b>	<b>6.570</b>	<b>-9,8</b>	<b>93,0</b>
<i>darunter:</i>										
Personalaufwand/Vergütungen	348	372	k.A.	514	k.A.	712	k.A.	710	-	104,2
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>93</b>	<b>98</b>	<b>96</b>	<b>97</b>	<b>82</b>	<b>88</b>	<b>6</b>	<b>-10</b>
<b>Privater Hörfunk</b>										
	in Mio. Euro								in %	
<b>Gesamtertrag</b>	<b>536</b>	<b>547</b>	<b>544</b>	<b>575</b>	<b>676</b>	<b>742</b>	<b>667</b>	<b>593</b>	<b>-11,1</b>	<b>10,6</b>
<i>darunter:</i>										
Werbeerträge	449	460	458	483	571	624	559	480	-14,1	6,8
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>467</b>	<b>494</b>	<b>497</b>	<b>510</b>	<b>590</b>	<b>640</b>	<b>616</b>	<b>589</b>	<b>-4,4</b>	<b>26,0</b>
<i>darunter:</i>										
Personalaufwand/Vergütungen	184	196	k.A.	196	k.A.	210	k.A.	210	-	14,4
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	<b>115</b>	<b>111</b>	<b>109</b>	<b>113</b>	<b>115</b>	<b>116</b>	<b>108</b>	<b>101</b>	<b>-8</b>	<b>-14</b>
Quelle: AKM									HBI / AKM 03	

**Tabelle 6.4: Entwicklung von Aufwand und Ertrag der privaten Rundfunkveranstalter 1995 bis 2002**

einschließlich der 24 DAB-Anbieter nicht mehr als 215. Dies schlägt sich auch auf der Seite der Aufwendungen nieder, die beim privaten Fernsehen seit 1995 um 93 %, beim privaten Hörfunk dagegen nur um 26 % gestiegen sind.

# 7 Regionale Struktur der deutschen Rundfunkwirtschaft

## 7.1 Indikatoren für einen Regionalvergleich

Nach der Darstellung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage für verschiedene Gruppen von Rundfunkanbietern auf Bundesebene folgt in diesem Kapitel eine regionale Darstellung der deutschen Rundfunkwirtschaft. Dies geschieht vorwiegend auf der Ebene der Bundesländer. In Bremen, Mecklenburg-Vorpommern und dem Saarland ist allerdings wegen der Vertraulichkeit der Angaben der dort ansässigen Unternehmen eine getrennte Darstellung des privaten Rundfunks nicht möglich.

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 beschrieben. Wie in den Vorjahren erfolgt zusätzlich eine Auswertung der Beschäftigtendaten für die Medienstädte Hamburg, Berlin/Potsdam, Köln und München, um so 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 ihrem jeweiligen Hauptsitz wäre an dieser Stelle 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 dagegen Mehrbetriebsunternehmen keine Rolle. Bei der Datenerhebung wurde deshalb im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und im privaten Fernsehen nach der regionalen Verteilung der festen Mitarbeiter gefragt. Dieser Schlüssel wurde für die folgenden Regionalvergleiche auf Produktionswert und Bruttowertschöpfung übertragen. Die so errechnete Wertschöpfung des Rundfunks in den einzelnen Bundesländern ist damit mit

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen		
Bevölkerung <sup>1</sup>	10,6	12,4	6,0	in Mio.		0,7	1,7	6,1	1,8	8,0
Erwerbstätige	5,4	6,3	2,6	0,4	1,0	3,0	0,7	3,5		
Bruttoinlandsprodukt	307,4	368,9	121,2	in Mrd. Euro		23,0	75,2	191,6	29,6	183,1
Bevölkerung	12,9	15,0	7,2	Anteile in %		0,8	2,1	7,4	2,1	9,7
Erwerbstätige	13,9	16,2	6,6	1,0	2,7	7,8	1,9	9,0		
Bruttoinlandsprodukt	14,6	17,5	5,8	1,1	3,6	9,1	1,4	8,7		
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt		
Bevölkerung <sup>1</sup>	18,1	4,0	1,1	in Mio.		4,4	2,6	2,8	2,4	<b>82,5</b>
Erwerbstätige	8,3	1,8	0,5	1,9	1,0	1,2	1,0	<b>38,7</b>		
Bruttoinlandsprodukt	464,0	93,3	25,4	in Mrd. Euro		75,8	43,3	65,6	40,7	<b>2.108,2</b>
Bevölkerung	21,9	4,9	1,3	Anteile in %		5,3	3,1	3,4	2,9	<b>100</b>
Erwerbstätige	21,6	4,6	1,3	5,0	2,6	3,2	2,7	<b>100</b>		
Bruttoinlandsprodukt	22,0	4,4	1,2	3,6	2,1	3,1	1,9	<b>100</b>		
1) Stichtag jeweils 30. Juni										
Quelle: Statistisches Bundesamt									HBI 03	

**Tabelle 7.1: Gesamtwirtschaftliche Kennziffern 2002**

den gesamtwirtschaftlichen Daten zum Bruttoinlandsprodukt des jeweiligen Landes vergleichbar (Tab. 7.1), da bei dieser Berechnung ein ähnliches Verfahren angewandt wird.

## 7.2 Regionale Verteilung der Beschäftigten in der Rundfunkwirtschaft

### a) Beschäftigte in den vier wichtigsten Medienstädten 2002

Verschiedene Untersuchungen haben gezeigt, dass sich die Rundfunkwirtschaft in Deutschland auf wenige Standorte konzentriert. Im Rahmen der Studie wurden deshalb wie in den Vorjahren die Erwerbstätigenzahlen der vier wichtigsten Medienzentren – die Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich des nahen Umlandes) getrennt ausgewertet. Danach befanden sich 2002 sowohl im privaten als

	Deutschland	Berlin <sup>1</sup>	Hamburg	Köln	München <sup>2</sup>	Summe der vier Städte
		Anzahl				
<b>Erwerbstätige Ende 2002</b>	<b>46.089</b>	<b>5.007</b>	<b>3.487</b>	<b>7.474</b>	<b>8.244</b>	<b>24.212</b>
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	29.648	2.941	2.744	6.036	3.384	15.105
Privater Rundfunk	16.441	2.066	743	1.438	4.860	9.107
<i>davon:</i>						
Fernsehen	11.982	1.618	614	1.394	4.539	8.165
Hörfunk	4.459	448	129	44	321	942
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2002</b>	<b>28.596</b>	<b>3.108</b>	<b>2.127</b>	<b>5.622</b>	<b>4.417</b>	<b>15.274</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2002</b>	<b>74.685</b>	<b>8.115</b>	<b>5.614</b>	<b>13.096</b>	<b>12.661</b>	<b>39.486</b>
		Anteil am Bundesgebiet in %				
<b>Erwerbstätige Ende 2002</b>	<b>100</b>	<b>10,9</b>	<b>7,6</b>	<b>16,2</b>	<b>17,9</b>	<b>52,5</b>
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	100	9,9	9,3	20,4	11,4	50,9
Privater Rundfunk	100	12,6	4,5	8,7	29,6	55,4
<i>davon:</i>						
Fernsehen	100	13,5	5,1	11,6	37,9	68,1
Hörfunk	100	10,0	2,9	1,0	7,2	21,1
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2002</b>	<b>100</b>	<b>10,9</b>	<b>7,4</b>	<b>19,7</b>	<b>15,4</b>	<b>53,4</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2002</b>	<b>100</b>	<b>10,9</b>	<b>7,5</b>	<b>17,5</b>	<b>17,0</b>	<b>52,9</b>
1) Einschließlich Potsdam.- 2) Einschließlich Umland.						
Quelle: AKM; HBI						
HBI / AKM 03						

**Tabelle 7.2: Beschäftigung im Rundfunk in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten 2002**

auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gut die Hälfte aller Arbeitsplätze in diesen Städten.

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk liegt der regionale Schwerpunkt in Köln. Hier hatten im Erhebungszeitraum der Westdeutsche Rundfunk, das DeutschlandRadio und die Deutsche Welle ihren Sitz und zusammen 7.500 feste Mitarbeiter beschäftigt; das sind 20 % aller Erwerbstätigen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk (in 2003 hat die Deutsche Welle ihren Standort von Köln nach Bonn verlagert).

Beim privaten Rundfunk liegt München mit 30 % der Erwerbstätigen deutlich vor Berlin (13 %), Köln (9 %) und Hamburg (5 %). Die Standortkonzentration auf die Medienstädte ist vor allem beim privaten Fernsehen festzustellen, bei dem allein 38 % der Erwerbstätigen in München und Umgebung tätig sind; weitere 30 % verteilen sich auf Berlin (14 %), Köln (12 %) und Hamburg (5 %). Beim privaten Hörfunk ist die Konzentration weit geringer: nur 21 % der festen Mitarbeiter sind in Berlin, München, Hamburg und Köln tätig.

Von den insgesamt 1.600 Erwerbstätigen im Rundfunk, die seit dem Jahr 2000 in Deutschland hinzugekommen sind, entfallen knapp 1.000 auf

die vier Medienstädte. Zuwächse hat es in den letzten zwei Jahren bei den Rundfunkunternehmen in Berlin (um 150 feste Mitarbeiter), in Köln (150) und besonders in München (1.200) gegeben. Demgegenüber ist in dieser Zeit in Hamburg die Zahl der Erwerbstätigen beim Rundfunk durch Abwanderung von Unternehmen und Verlegung von Betriebsstätten um 500 zurückgegangen.

b) Beschäftigte der Rundfunkwirtschaft in den einzelnen Bundesländern  
Addiert man die Zahlen der festen Mitarbeiter in den Betriebsstätten der Rundfunkwirtschaft Ende 2001 und 2002, so ergibt sich folgendes Bild: vier Fünftel der Arbeitsplätze von Rundfunkunternehmen konzentrieren

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen*)	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
Anzahl (jeweils Ende des Jahres)								
Erwerbstätige 2001	4.396	9.746	5.282	600	3.723	2.532	773	949
Erwerbstätige 2002	4.317	9.465	5.107	589	3.487	2.625	715	914
Sonstige Mitarbeiter 2001	2.793	5.247	3.665	397	1.641	507	178	404
Sonstige Mitarbeiter 2002	2.894	5.356	3.634	382	1.619	513	178	409
Gesamtbeschäftigung 2001	7.189	14.993	8.947	997	5.364	3.039	951	1.353
Gesamtbeschäftigung 2002	7.211	14.821	8.741	971	5.106	3.138	893	1.323
Anteile in %								
Erwerbstätige 2001	9	21	11	1	8	5	2	2
Erwerbstätige 2002	9	21	11	1	8	6	2	2
Sonstige Mitarbeiter 2001	10	19	13	1	6	2	1	1
Sonstige Mitarbeiter 2002	10	19	13	1	6	2	1	1
Gesamtbeschäftigung 2001	10	20	12	1	7	4	1	2
Gesamtbeschäftigung 2002	10	20	12	1	7	4	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
Anzahl (jeweils Ende des Jahres)								
Erwerbstätige 2001	10.019	4.118	817	1.911	527	823	257	<b>46.473</b>
Erwerbstätige 2002	10.244	4.213	785	1.901	519	734	264	<b>45.879</b>
Sonstige Mitarbeiter 2001	6.302	3.653	408	1.863	462	233	179	<b>27.932</b>
Sonstige Mitarbeiter 2002	6.238	3.954	424	1.917	487	229	198	<b>28.432</b>
Gesamtbeschäftigung 2001	16.321	7.771	1.225	3.774	989	1.056	436	<b>74.405</b>
Gesamtbeschäftigung 2002	16.482	8.167	1.209	3.818	1.006	963	462	<b>74.311</b>
Anteile in %								
Erwerbstätige 2001	22	9	2	4	1	2	1	<b>100</b>
Erwerbstätige 2002	22	9	2	4	1	2	1	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2001	23	13	1	7	2	1	1	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2002	22	14	1	7	2	1	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2001	22	10	2	5	1	1	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2002	22	11	2	5	1	1	1	<b>100</b>
*) ohne privaten Hörfunk								
Quelle: AKM; HBI								

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.3: Beschäftigung im Rundfunk 2001/2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

sich in sieben der 16 Bundesländer, wobei es 2002 folgende Rangfolge gab (Tabelle 7.3):

Nordrhein-Westfalen	(10.244 feste Mitarbeiter, entspr. 22 % an allen Rundfunk-Erwerbstätigen)
Bayern	(9.465 feste Mitarbeiter, entspr. 21 %)
Berlin und Brandenburg	(5.107 feste Mitarbeiter, entspr. 11 %)
Baden-Württemberg	(4.317 feste Mitarbeiter, entspr. 9 %)
Rheinland-Pfalz	(4.213 feste Mitarbeiter, entspr. 9 %)
Hamburg	(3.487 feste Mitarbeiter, entspr. 8 %)

Vergleicht man die Anteile dieser Länder an den Erwerbstätigen im Rundfunk (Tabelle 7.3) und ihre Anteile an den Erwerbstätigen insgesamt (Tabelle 7.1), so zeigt sich, dass Bayern, Berlin und Brandenburg, Hamburg,

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2001	1.010	6.372	2.291	a	983	648	a	355
Erwerbstätige 2002	941	6.031	2.090	a	743	708	a	319
Sonstige Mitarbeiter 2001	330	2.723	1.580	a	145	76	a	77
Sonstige Mitarbeiter 2002	313	2.574	1.440	a	116	82	a	79
Gesamtbeschäftigung 2001	1.340	9.095	3.871	a	1.128	724	a	432
Gesamtbeschäftigung 2002	1.254	8.605	3.530	a	859	790	a	398
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2001	6	37	13	a	6	4	a	2
Erwerbstätige 2002	6	37	13	a	5	4	a	2
Sonstige Mitarbeiter 2001	5	38	22	a	2	1	a	1
Sonstige Mitarbeiter 2002	5	38	21	a	2	1	a	1
Gesamtbeschäftigung 2001	5	37	16	a	5	3	a	2
Gesamtbeschäftigung 2002	5	37	15	a	4	3	a	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2001	3.685	230	a	333	112	517	126	17.233
Erwerbstätige 2002	3.808	246	a	312	101	428	132	16.366
Sonstige Mitarbeiter 2001	1.639	223	a	227	33	65	44	7.213
Sonstige Mitarbeiter 2002	1.558	226	a	201	36	60	56	6.793
Gesamtbeschäftigung 2001	5.324	453	a	560	145	582	170	24.446
Gesamtbeschäftigung 2002	5.366	472	a	513	137	488	188	23.159
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2001	21	1	a	2	1	3	1	100
Erwerbstätige 2002	23	2	a	2	1	3	1	100
Sonstige Mitarbeiter 2001	23	3	a	3	0	1	1	100
Sonstige Mitarbeiter 2002	23	3	a	3	1	1	1	100
Gesamtbeschäftigung 2001	22	2	a	2	1	2	1	100
Gesamtbeschäftigung 2002	23	2	a	2	1	2	1	100

Quelle: AKM

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.4: Beschäftigung im privaten Rundfunk 2001/2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

Nordrhein-Westfalen sowie Rheinland-Pfalz einen höheren Anteil an den Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft vorzuweisen haben als an den Erwerbstätigen insgesamt. Hier hat also die Rundfunkwirtschaft ein überdurchschnittliches Gewicht. In Baden-Württemberg ist das nicht der Fall.

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 6.050 festen Mitarbeitern (darunter 4.950 beim Fernsehen) deutlich an der Spitze. Es folgen Nordrhein-Westfalen (3.800 feste Mitarbeiter, davon 3.100 beim Fernsehen), Berlin-Brandenburg (2.100 feste Mitarbeiter, davon rund

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2001	321	5.240	1.733	0	825	304	a	75
Erwerbstätige 2002	363	4.966	1.630	0	614	345	a	70
Sonstige Mitarbeiter 2001	138	1.996	1.322	0	73	39	a	37
Sonstige Mitarbeiter 2002	125	1.936	1.221	0	57	45	a	35
Gesamtbeschäftigung 2001	459	7.236	3.055	0	898	343	a	112
Gesamtbeschäftigung 2002	488	6.902	2.851	0	671	390	a	105
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2001	3	42	14	0	7	2	a	1
Erwerbstätige 2002	3	42	14	0	5	3	a	1
Sonstige Mitarbeiter 2001	3	43	28	0	2	1	a	1
Sonstige Mitarbeiter 2002	3	43	27	0	1	1	a	1
Gesamtbeschäftigung 2001	3	42	18	0	5	2	a	1
Gesamtbeschäftigung 2002	3	42	17	0	4	2	a	1
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2001	2.960	119	a	107	0	416	8	12.482
Erwerbstätige 2002	3.083	140	a	83	0	322	19	11.907
Sonstige Mitarbeiter 2001	919	31	a	80	0	28	8	4.684
Sonstige Mitarbeiter 2002	896	44	a	48	0	28	24	4.469
Gesamtbeschäftigung 2001	3.879	150	a	187	0	444	16	17.166
Gesamtbeschäftigung 2002	3.979	184	a	131	0	350	43	16.376
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2001	24	1	a	1	0	3	0	100
Erwerbstätige 2002	26	1	a	1	0	3	0	100
Sonstige Mitarbeiter 2001	20	1	a	2	0	1	0	100
Sonstige Mitarbeiter 2002	20	1	a	1	0	1	1	100
Gesamtbeschäftigung 2001	23	1	a	1	0	3	0	100
Gesamtbeschäftigung 2002	24	1	a	1	0	2	0	100

Quelle: AKM

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.5: Beschäftigung im privaten Fernsehen 2001/2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

1.650 beim Fernsehen) und Baden-Württemberg (950 feste Mitarbeiter, davon etwa 350 beim Fernsehen).

- Bedeutendstes Bundesland für den privaten Hörfunk ist mit 1.070 Erwerbstätigen ebenfalls Bayern. Es folgen Nordrhein-Westfalen (725), Baden-Württemberg (580), Berlin-Brandenburg (460) und Hessen (360).
- Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Tabelle 7.7) hat Nordrhein-Westfalen Ende 2002 mit 6.450 festen Mitarbeitern die mit Abstand höchste Erwerbstätigenzahl aufzuweisen. Hier nehmen Rheinland-Pfalz (3.950),

	Baden- Württemberg		Berlin und Brandenburg				Mecklenburg- Vorpommern		Nieder- sachsen
	Bayern	Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen				
Anzahl (jeweils Ende des Jahres)									
Erwerbstätige 2001	689	1.132	558	a	158	344	a	280	
Erwerbstätige 2002	578	1.065	460	a	129	363	a	249	
Sonstige Mitarbeiter 2001	192	727	258	a	72	37	a	40	
Sonstige Mitarbeiter 2002	188	638	219	a	59	37	a	44	
Gesamtbeschäftigung 2001	881	1.859	816	a	230	381	a	320	
Gesamtbeschäftigung 2002	766	1.703	679	a	188	400	a	293	
Anteile in %									
Erwerbstätige 2001	15	24	12	a	3	7	a	6	
Erwerbstätige 2002	13	24	10	a	3	8	a	6	
Sonstige Mitarbeiter 2001	8	29	10	a	3	1	a	2	
Sonstige Mitarbeiter 2002	8	27	9	a	3	2	a	2	
Gesamtbeschäftigung 2001	12	26	11	a	3	5	a	4	
Gesamtbeschäftigung 2002	11	25	10	a	3	6	a	4	
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt	
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)								
Erwerbstätige 2001	725	111	a	226	112	101	118	<b>4.751</b>	
Erwerbstätige 2002	725	106	a	229	101	106	113	<b>4.459</b>	
Sonstige Mitarbeiter 2001	720	192	a	147	33	37	36	<b>2.529</b>	
Sonstige Mitarbeiter 2002	662	182	a	153	36	32	32	<b>2.324</b>	
Gesamtbeschäftigung 2001	1.445	303	a	373	145	138	154	<b>7.280</b>	
Gesamtbeschäftigung 2002	1.387	288	a	382	137	138	145	<b>6.783</b>	
Anteile in %									
Erwerbstätige 2001	15	2	a	5	2	2	2	<b>100</b>	
Erwerbstätige 2002	16	2	a	5	2	2	3	<b>100</b>	
Sonstige Mitarbeiter 2001	28	8	a	6	1	1	1	<b>100</b>	
Sonstige Mitarbeiter 2002	28	8	a	7	2	1	1	<b>100</b>	
Gesamtbeschäftigung 2001	20	4	a	5	2	2	2	<b>100</b>	
Gesamtbeschäftigung 2002	20	4	a	6	2	2	2	<b>100</b>	

Quelle: AKM

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.6: Beschäftigung im privaten Hörfunk 2001/2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

Bayern (3.450), Baden-Württemberg (3.400), Berlin-Brandenburg (3.000) und Hamburg (2.750) die nächsten Plätze ein.

- Nur in Bayern liegt die Zahl der Erwerbstätigen im privaten Rundfunk mit 6.000 deutlich über der in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (3.450). Auch in Schleswig-Holstein und in Mecklenburg-Vorpommern gibt es mehr feste Mitarbeiter beim privaten Rundfunk als beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk, in Thüringen ist die Beschäftigung in dieser Hinsicht ausgeglichen. In den übrigen Bundesländer hat der private Rundfunk ein deutlich geringeres Gewicht.

	Baden-		Berlin und				Mecklenburg-	Nieder-
	Württemberg	Bayern	Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Vorpommern	sachsen
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2001	3.386	3.374	2.991	574	2.740	1.884	295	594
Erwerbstätige 2002	3.376	3.434	3.017	566	2.744	1.917	296	595
Sonstige Mitarbeiter 2001	2.463	2.524	2.085	389	1.496	431	163	327
Sonstige Mitarbeiter 2002	2.581	2.782	2.194	374	1.503	431	164	330
Gesamtbeschäftigung 2001	5.849	5.898	5.076	963	4.236	2.315	458	921
Gesamtbeschäftigung 2002	5.957	6.216	5.211	940	4.247	2.348	460	925
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2001	12	12	10	2	9	6	1	2
Erwerbstätige 2002	11	12	10	2	9	6	1	2
Sonstige Mitarbeiter 2001	12	12	10	2	7	2	1	2
Sonstige Mitarbeiter 2002	12	13	10	2	7	2	1	2
Gesamtbeschäftigung 2001	12	12	10	2	8	5	1	2
Gesamtbeschäftigung 2002	12	12	10	2	8	5	1	2
	Nordrhein-		Rheinland-	Sachsen-		Schleswig-	Deutschland	
	Westfalen	Pfalz	Saarland	Sachsen	Anhalt	Holstein	Thüringen	gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2001	6.334	3.888	750	1.578	415	306	131	29.240
Erwerbstätige 2002	6.436	3.967	720	1.589	418	306	132	29.513
Sonstige Mitarbeiter 2001	4.663	3.430	380	1.636	429	168	135	20.719
Sonstige Mitarbeiter 2002	4.680	3.728	394	1.716	451	169	142	21.639
Gesamtbeschäftigung 2001	10.997	7.318	1.130	3.214	844	474	266	49.959
Gesamtbeschäftigung 2002	11.116	7.695	1.114	3.305	869	475	274	51.152
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2001	22	13	3	5	1	1	0	100
Erwerbstätige 2002	22	13	2	5	1	1	0	100
Sonstige Mitarbeiter 2001	23	17	2	8	2	1	1	100
Sonstige Mitarbeiter 2002	22	17	2	8	2	1	1	100
Gesamtbeschäftigung 2001	22	15	2	6	2	1	1	100
Gesamtbeschäftigung 2002	22	15	2	6	2	1	1	100

Quelle: HBI

HBI 03

**Tabelle 7.7: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 2001/2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

## c) Entwicklung der Beschäftigung in den einzelnen Bundesländern seit 1995

Auf der 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 2002 gebildet werden (Tabelle 7.8). Bei den Daten zu den sonstigen Mitarbeitern (Honorarkräften) ist zu berücksichtigen, dass die Erhebungsfrage ab dem Jahr 1996

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Veränderung 2002/2001	Veränderung 2002/1995
<b>Erwerbstätige</b>										
	Anzahl								in %	
Baden-Württemberg	4.538	4.398	4.522	4.626	4.491	4.391	4.396	4.317	-1,8	-4,9
Bayern	5.775	6.245	6.433	6.849	8.005	8.630	9.746	9.465	-2,9	63,9
Berlin und Brandenburg	3.907	3.965	3.985	4.069	4.784	4.903	5.262	5.107	-3,3	30,7
Bremen <sup>1)</sup>	652	665	681	671	659	629	574	566	-1,4	-13,2
Hamburg	4.391	4.094	4.012	3.968	3.707	4.010	3.723	3.487	-6,3	-20,6
Hessen	2.139	2.113	2.256	2.260	2.246	2.259	2.532	2.625	3,7	22,7
Mecklenburg-Vorpommern	400	388	383	403	543	686	773	715	-7,5	78,8
Niedersachsen	849	788	825	817	918	975	949	914	-3,7	7,7
Nordrhein-Westfalen	8.390	8.810	8.875	9.071	9.425	9.589	10.019	10.244	2,2	22,1
Rheinland-Pfalz	4.321	4.236	4.112	4.168	4.260	4.242	4.118	4.213	2,3	-2,5
Saarland	808	831	840	852	800	795	817	785	-3,9	-2,8
Sachsen	2.093	2.130	2.103	2.116	1.888	1.881	1.911	1.901	-0,5	-9,2
Sachsen-Anhalt	282	320	286	279	555	557	527	519	-1,5	84,0
Schleswig-Holstein	478	456	446	456	636	734	823	734	-10,8	53,6
Thüringen	240	225	213	220	213	226	257	264	2,7	10,0
zum Vergleich: Bundesgebiet	39.263	39.664	39.972	40.625	43.130	44.507	46.447	45.856	-1,3	16,8
<b>Sonstige Mitarbeiter</b>										
	Anzahl								in %	
Baden-Württemberg	2.510	2.416	2.314	2.403	2.879	2.948	2.793	2.894	3,6	15,3
Bayern	3.452	3.218	3.901	4.066	4.013	4.240	5.247	5.356	2,1	55,2
Berlin und Brandenburg	3.941	3.778	3.063	3.168	3.043	2.972	3.665	3.634	-0,8	-7,8
Bremen <sup>1)</sup>	226	269	377	367	334	327	397	382	-3,8	69,0
Hamburg	2.184	2.149	1.792	2.094	1.734	1.825	1.641	1.619	-1,3	-25,9
Hessen	580	506	523	577	572	562	507	513	1,2	-11,6
Mecklenburg-Vorpommern	209	184	194	230	222	225	178	178	0,0	-14,8
Niedersachsen	479	442	455	468	459	492	404	409	1,2	-14,6
Nordrhein-Westfalen	8.027	6.460	6.727	7.351	7.500	7.374	6.302	6.238	-1,0	-22,3
Rheinland-Pfalz	1.298	2.222	2.843	2.714	3.399	3.419	3.653	3.954	8,2	204,6
Saarland	254	245	335	349	280	283	408	424	3,9	66,9
Sachsen	1.472	1.459	1.490	1.600	1.571	1.464	1.863	1.917	2,9	30,2
Sachsen-Anhalt	174	139	153	177	432	400	462	487	5,4	179,9
Schleswig-Holstein	273	264	252	284	286	290	233	229	-1,7	-16,1
Thüringen	136	132	128	134	143	142	179	198	10,6	45,6
zum Vergleich: Bundesgebiet	25.215	23.883	24.547	25.982	26.867	26.963	27.932	28.432	1,8	12,8
<b>Gesamtbeschäftigung</b>										
	Anzahl								in %	
Baden-Württemberg	7.048	6.814	6.836	7.029	7.370	7.339	7.189	7.211	0,3	2,3
Bayern	9.227	9.463	10.334	10.715	12.018	12.870	14.993	14.821	-1,1	60,6
Berlin und Brandenburg	7.848	7.743	7.048	7.237	7.827	7.875	8.947	8.741	-2,3	11,4
Bremen <sup>1)</sup>	878	934	1.058	1.038	993	956	971	948	-2,4	8,0
Hamburg	6.575	6.243	5.804	6.062	5.441	5.835	5.364	5.106	-4,8	-22,3
Hessen	2.719	2.619	2.779	2.837	2.818	2.821	3.039	3.138	3,3	15,4
Mecklenburg-Vorpommern	609	572	577	633	765	911	951	893	-6,1	46,6
Niedersachsen	1.328	1.230	1.272	1.285	1.377	1.467	1.353	1.323	-2,2	0,4
Nordrhein-Westfalen	16.417	15.270	15.608	16.422	16.925	16.963	16.321	16.482	1,0	-0,4
Rheinland-Pfalz	5.619	6.468	6.955	6.882	7.659	7.661	7.771	8.167	5,1	45,3
Saarland	1.062	1.076	1.175	1.201	1.080	1.078	1.225	1.209	-1,3	13,9
Sachsen	3.564	3.589	3.593	3.716	3.459	3.345	3.774	3.818	1,2	7,1
Sachsen-Anhalt	456	459	439	456	987	957	989	1.006	1,7	120,6
Schleswig-Holstein	751	720	698	740	922	1.024	1.056	963	-8,8	28,2
Thüringen	376	357	341	354	356	368	436	462	6,0	22,9
zum Vergleich: Bundesgebiet	64.478	63.547	64.519	66.607	69.997	71.470	74.379	74.288	-0,1	15,2

<sup>1)</sup> Ohne privaten Hörfunk.

Quelle: AKM; HBI

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.8: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–2002**  
Rundfunk insgesamt

geändert wurde. Die Zeitreihen weisen zudem Unschärfen auf, weil es den öffentlich-rechtlichen Anstalten und den größeren TV-Anbietern in der Regel schwer fällt, 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 2002 um 17 % gewachsen. Weit über diesem Durchschnittswert entwickelten sich die Erwerbstätigenzahlen in Bayern (plus 64 %), Berlin und Brandenburg (plus 31 %) sowie – wegen der geringen Ausgangs-

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Veränderung 2002/2001	Veränderung 2002/1995
<b>Erwerbstätige</b>	Anzahl								in %	
Baden-Württemberg	675	615	622	689	853	972	1.010	941	-6,8	39,4
Bayern	2.425	2.866	2.985	3.191	4.514	5.119	6.372	6.031	-5,4	148,7
Berlin und Brandenburg	874	1.084	1.292	1.380	1.933	2.096	2.291	2.090	-8,8	139,1
Bremen	-	-	a	a	a	a	a	a	-	-
Hamburg	1.372	1.250	1.279	1.251	968	1.253	983	743	-24,4	-45,8
Hessen	332	298	330	354	365	391	648	708	9,3	113,3
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	a	a	a	a	-	-
Niedersachsen	276	235	232	227	321	374	355	319	-10,1	15,6
Nordrhein-Westfalen	1.805	1.999	2.075	2.287	2.973	3.257	3.685	3.808	3,3	111,0
Rheinland-Pfalz	444	392	290	335	362	378	230	246	7,0	-44,6
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a	-	-
Sachsen	279	341	293	310	343	338	333	312	-6,3	11,8
Sachsen-Anhalt	121	218	102	95	99	102	112	101	-9,8	-16,5
Schleswig-Holstein	197	162	139	151	322	418	517	428	-17,2	117,3
Thüringen	80	71	78	85	85	99	126	132	4,8	65,0
<i>zum Vergleich:</i> <b>Bundesgebiet</b>	<b>8.984</b>	<b>9.651</b>	<b>9.846</b>	<b>10.500</b>	<b>13.435</b>	<b>15.252</b>	<b>17.233</b>	<b>16.366</b>	<b>-5,0</b>	<b>82,2</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter</b>	Anzahl								in %	
Baden-Württemberg	511	422	498	579	452	448	330	313	-5,2	-38,7
Bayern	1.894	1.714	2.070	2.032	2.248	2.272	2.723	2.574	-5,5	35,9
Berlin und Brandenburg	1.374	994	1.023	1.092	1.214	1.145	1.580	1.440	-8,9	4,8
Bremen	-	-	a	a	a	a	a	a	-	-
Hamburg	587	535	379	494	448	470	145	116	-20,0	-40,2
Hessen	73	52	55	56	143	134	76	82	7,9	12,3
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	a	a	a	a	-	-
Niedersachsen	173	130	147	121	176	194	77	79	2,6	-54,3
Nordrhein-Westfalen	1.976	1.974	2.080	2.323	1.957	1.867	1.639	1.558	-4,9	-21,2
Rheinland-Pfalz	473	360	232	247	310	320	223	226	1,3	-52,2
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a	-	-
Sachsen	270	336	246	262	223	232	227	201	-11,5	-25,6
Sachsen-Anhalt	51	59	26	41	35	37	33	36	9,1	-29,4
Schleswig-Holstein	109	85	93	104	137	134	65	60	-7,7	-45,0
Thüringen	46	40	35	35	32	40	44	56	27,3	21,7
<i>zum Vergleich:</i> <b>Bundesgebiet</b>	<b>7.595</b>	<b>6.768</b>	<b>6.976</b>	<b>7.493</b>	<b>7.491</b>	<b>7.400</b>	<b>7.213</b>	<b>6.793</b>	<b>-5,8</b>	<b>-10,6</b>
<b>Gesamtbeschäftigung</b>	Anzahl								in %	
Baden-Württemberg	1.186	1.037	1.120	1.268	1.305	1.420	1.340	1.254	-6,4	5,7
Bayern	4.319	4.580	5.055	5.223	6.762	7.391	9.095	8.605	-5,4	99,2
Berlin und Brandenburg	2.248	2.078	2.315	2.472	3.147	3.241	3.871	3.530	-8,8	57,0
Bremen	-	-	a	a	a	a	a	a	-	-
Hamburg	1.959	1.785	1.658	1.745	1.416	1.723	1.128	859	-23,8	-56,2
Hessen	405	350	385	410	508	525	724	790	9,1	95,1
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	a	a	a	a	-	-
Niedersachsen	449	365	379	348	497	568	432	398	-7,9	-11,4
Nordrhein-Westfalen	3.781	3.973	4.155	4.610	4.930	5.124	5.324	5.366	0,8	41,9
Rheinland-Pfalz	917	752	522	582	672	698	453	472	4,2	-48,5
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a	-	-
Sachsen	549	677	539	572	566	570	560	513	-8,4	-6,6
Sachsen-Anhalt	172	277	128	136	134	139	145	137	-5,5	-20,3
Schleswig-Holstein	306	247	232	255	459	552	582	488	-16,2	59,5
Thüringen	126	111	113	120	117	139	170	188	10,6	49,2
<i>zum Vergleich:</i> <b>Bundesgebiet</b>	<b>16.579</b>	<b>16.419</b>	<b>16.822</b>	<b>17.993</b>	<b>20.926</b>	<b>22.652</b>	<b>24.446</b>	<b>23.159</b>	<b>-5,3</b>	<b>39,7</b>

Quelle: AKM

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.9: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–2002**  
Privater Rundfunk insgesamt

basis – in den drei kleinen Bundesländern Sachsen-Anhalt (plus 84 %), Mecklenburg-Vorpommern (plus 79 %) und Schleswig-Holstein (plus 54 %). Auch in Hessen (plus 23 %) und Nordrhein-Westfalen (plus 22 %) ist die Entwicklung überdurchschnittlich. Einen erheblichen Rückgang bei der Zahl der festen Mitarbeiter hat die Rundfunkwirtschaft dagegen in Hamburg (minus 21 %), in Bremen (minus 10 %) und in Sachsen (minus 9 %) zu verzeichnen. Weniger feste Mitarbeiter gab es auch in Baden-Württemberg (minus 5 %), im Saarland (minus 3 %) und in Rheinland-Pfalz (minus 3 %).

Betrachtet man allein den privaten Rundfunk, so sind die Veränderungen noch stärker ausgeprägt. In Bayern, Berlin und Brandenburg, Schleswig-Holstein, Hessen und Nordrhein-Westfalen hat sich die Zahl der Erwerbstätigen im privaten Rundfunk seit 1995 mehr als verdoppelt; in Hamburg und Rheinland-Pfalz hat sie sich im gleichen Zeitraum fast halbiert. Hier sind vor allem die Standortentscheidungen der großen Fernsehveranstalter wirksam geworden.

### **7.3 Produktionswert und Bruttowertschöpfung des Rundfunks in den Bundesländern 2002**

Neben den Kennziffern zur Beschäftigung wurde die regionale Bedeutung der Rundfunkwirtschaft – getrennt nach öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern – im Folgenden 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 Beschäftigung kann dabei eine Rangfolge der absoluten Bedeutung der Rundfunkwirtschaft in den Bundesländern erstellt werden. Gleichzeitig lässt sich das relative Gewicht der Rundfunkwirtschaft im Verhältnis zur Wirtschaftskraft des jeweiligen Landes bestimmen. Abweichungen gegenüber dem Bild, das sich bereits bei der Analyse der regionalen Erwerbstätigenanteile ergeben hat, gibt es jedoch kaum.

Gemessen am Produktionswert im Jahr 2002, konzentrieren sich mehr als 80 % der deutschen Rundfunkwirtschaft in sieben Bundesländern. An der Spitze stehen Nordrhein-Westfalen und Bayern, beide mit einem Produktionswert von etwa 3,4 Mrd. Euro. Es folgen Rheinland-Pfalz und Berlin-Brandenburg (je 1,4 Mrd. Euro) sowie Baden-Württemberg und Hamburg (je 1,0 Mrd. Euro).

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 konzentrieren sich drei Viertel der deutschen Rundfunkwirtschaft in den genannten sieben Bundesländern (Tabelle 7.10):

- Der Anteil Bayerns (670 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 22 %,
- der Anteil Nordrhein-Westfalens (525 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 18 %,
- der Anteil von Rheinland-Pfalz (450 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 15 %,

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
Produktionswert <sup>1)</sup>	980,0	3.397,2	1.425,5	61,0	1.012,6	559,4	216,8	228,8
Vorleistungen <sup>2)</sup>	617,5	2.729,2	1.271,1	47,7	759,2	349,8	194,8	149,6
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	362,6	668,0	154,5	13,3	253,4	209,6	22,0	79,2
davon:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	308,9	553,5	327,7	44,5	247,4	172,0	37,8	59,3
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	46,9	-95,2	-125,7	-31,7	-103,1	28,7	-70,4	13,5
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	6,8	209,6	-47,6	0,5	109,2	8,9	54,6	6,4
Erwerbstätige	4.317	9.465	5.107	589	3.487	2.625	715	914
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	84,0	70,6	30,2	22,6	72,7	79,8	30,8	86,7
					Anteile in %			
Produktionswert	7	24	10	0	7	4	2	2
Vorleistungen	5	24	11	0	7	3	2	1
Bruttowertschöpfung	12	22	5	0	9	7	1	3
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	10	19	11	1	8	6	1	2
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	-13	26	35	9	29	-8	20	-4
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	2	62	-14	0	32	3	16	2
Erwerbstätige	9	21	11	1	8	6	2	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen- Anhalt	Sachsen- Holstein	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
Produktionswert <sup>1)</sup>	3.553,7	1.743,4	89,4	562,7	154,4	252,5	67,9	<b>14.305</b>
Vorleistungen <sup>2)</sup>	3.028,6	1.290,3	71,3	435,0	117,4	228,2	45,3	<b>11.335</b>
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	525,1	453,1	18,2	127,7	37,0	24,3	22,6	<b>2.970</b>
davon:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	677,2	318,4	51,0	108,0	30,5	42,0	12,4	<b>2.991</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	15,1	40,4	-34,0	17,6	5,0	-76,0	9,0	<b>-360</b>
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	-167,2	94,3	1,1	2,2	1,5	58,3	1,2	<b>340</b>
Erwerbstätige	10.244	4.213	785	1.901	519	734	264	<b>45.879</b>
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	51,3	107,5	23,1	67,2	71,3	33,1	85,7	<b>64,7</b>
					Anteile in %			
Produktionswert	25	12	1	4	1	2	0	<b>100</b>
Vorleistungen	27	11	1	4	1	2	0	<b>100</b>
Bruttowertschöpfung	18	15	1	4	1	1	1	<b>100</b>
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	23	11	2	4	1	1	0	<b>100</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	-4	-11	9	-5	-1	21	-2	<b>100</b>
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	-49	28	0	1	0	17	0	<b>100</b>
Erwerbstätige	22	9	2	4	1	2	1	<b>100</b>

1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen.

2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen. - 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.

Quelle: AKM; HBI

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.10: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

- der Anteil Baden-Württembergs (360 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 12 %,
- der Anteil Hamburgs (250 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 9 %,
- der Anteil von Berlin und Brandenburg (155 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 5 %.

In drei Bundesländern hatte die Rundfunkwirtschaft 2002 im Vergleich zu den gesamten Wirtschaftsaktivitäten des jeweiligen Landes (gemessen am Bruttoinlandsprodukt) eine überdurchschnittliche Bedeutung. Dies gilt für:

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	in Mio. Euro							
Produktionswert <sup>1)</sup>	93,3	2.487,2	815,8	a	302,8	121,5	a	73,1
Vorleistungen <sup>2)</sup>	75,2	2.125,9	837,7	a	325,2	95,8	a	53,8
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	18,2	361,3	-21,8	a	-22,4	25,7	a	19,3
davon:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	35,9	305,1	118,8	a	36,3	31,1	a	13,5
Einkommen aus Unternehmertätigkeit	-24,1	-138,5	-164,8	a	-158,5	-14,2	a	1,6
und Vermögen, Abschreibungen	6,4	194,6	24,1	a	99,9	8,8	a	4,2
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen								
					Anzahl			
Erwerbstätige	941	6.031	2.090	a	743	708	a	319
	in Tausend Euro							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	19,3	59,9	-10,5	a	-30,1	36,2	a	60,5
	Anteile in %							
Produktionswert	1	38	13	a	5	2	a	1
Vorleistungen	1	35	14	a	5	2	a	1
Bruttowertschöpfung	4	75	-5	a	-5	5	a	4
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5	40	15	a	5	4	a	2
Einkommen aus Unternehmertätigkeit								
und Vermögen, Abschreibungen	3	18	21	a	20	2	a	0
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	1	39	5	a	20	2	a	1
Erwerbstätige	6	37	13	a	5	4	a	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	in Mio. Euro							
Produktionswert <sup>1)</sup>	2.123,8	52,0	a	49,1	18,3	172,7	24,3	<b>6.486</b>
Vorleistungen <sup>2)</sup>	2.058,0	36,6	a	38,9	12,5	179,1	11,8	<b>6.004</b>
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	65,8	15,4	a	10,2	5,8	-6,4	12,5	<b>481</b>
davon:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	163,0	10,7	a	8,6	4,2	18,5	4,0	<b>768</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit								
und Vermögen, Abschreibungen	-142	4	a	0	0	-82	7	<b>-786</b>
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	45	1	a	2	1	57	1	<b>500</b>
					Anzahl			
Erwerbstätige	3.808	246	a	312	101	428	132	<b>16.366</b>
	in Tausend Euro							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	17,3	62,4	a	32,8	57,4	-14,9	95,0	<b>29,4</b>
	Anteile in %							
Produktionswert	33	1	a	1	0	3	0	<b>100</b>
Vorleistungen	34	1	a	1	0	3	0	<b>100</b>
Bruttowertschöpfung	14	3	a	2	1	-1	3	<b>100</b>
darunter:								
Einkommen aus unselbst. Arbeit	21	1	a	1	1	2	1	<b>100</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit								
und Vermögen, Abschreibungen	18	0	a	0	0	10	-1	<b>100</b>
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	9	0	a	0	0	11	0	<b>100</b>
Erwerbstätige	23	2	a	2	1	3	1	<b>100</b>
<sup>1)</sup> Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittel abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen. <sup>2)</sup> Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen. - <sup>3)</sup> Produktionswert abzüglich Vorleistungen. Quelle: HBI								

HBI / AKM 03

**Tabelle 7.11: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des privaten Rundfunks 2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

- Bayern mit einem Anteil von 22 % an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 18 %,
- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil von 15 % an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 4 %,
- Hamburg mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 9 % und einem Anteil am BIP von 4 %.

In Ansätzen ist eine solche Spezialisierung auch in Sachsen festzustellen, das einem Anteil von 4,3 % an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem Anteil von 3,6 % am BIP aufweist.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen	
	in Mio. Euro								
Produktionswert <sup>1)</sup>	886,7	910,0	609,7	59,0	709,8	437,9	77,5	155,7	
Vorleistungen <sup>2)</sup>	542,3	603,3	433,4	45,9	434,0	254,0	47,7	95,8	
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	344,4	306,7	176,3	13,1	275,8	183,9	29,8	59,9	
davon:	273,0	248,4	208,9	43,7	211,1	140,9	22,8	45,8	
Einkommen aus unselbst. Arbeit	71,0	43,3	39,1	-30,9	55,4	42,9	5,9	11,9	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit	0,4	15,0	-71,7	0,3	9,3	0,1	1,1	2,2	
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen									
Erwerbstätige	3.376	3.434	3.017	Anzahl in Tausend Euro		566	2.744	1.917	296
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	102,0	89,3	58,4	23,1	100,5	95,9	100,7	100,7	
	Anteile in %								
Produktionswert	11	12	8	1	9	6	1	2	
Vorleistungen	10	11	8	1	8	5	1	2	
Bruttowertschöpfung	14	12	7	1	11	7	1	2	
darunter:	12	11	9	2	9	6	1	2	
Einkommen aus unselbst. Arbeit	17	10	9	-7	13	10	1	3	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit	0	-9	45	0	-6	0	-1	-1	
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	11	12	10	2	9	6	1	2	
Erwerbstätige									
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen- Anhalt	Sachsen- Holstein	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt	
	in Mio. Euro								
Produktionswert <sup>1)</sup>	1.429,9	1.691,4	78,8	513,6	136,1	79,8	43,6	7.820	
Vorleistungen <sup>2)</sup>	970,6	1.253,7	66,2	396,1	104,9	49,1	33,5	5.331	
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	459,3	437,7	12,6	117,5	31,2	30,7	10,1	2.489	
davon:									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	514,2	307,7	48,9	99,4	26,3	23,5	8,4	2.223	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit	157	37	-37	18	5	6	2	426	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit	-212	93	0	0	0	1	0	-160	
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen									
Erwerbstätige	6.436	3.967	720	Anzahl in Tausend Euro		1.589	418	306	
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	71,4	110,3	17,5	73,9	74,6	100,3	76,5	132	
	Anteile in %								
Produktionswert	18	22	1	7	2	1	1	100	
Vorleistungen	18	24	1	7	2	1	1	100	
Bruttowertschöpfung	18	18	1	5	1	1	0	100	
darunter:									
Einkommen aus unselbst. Arbeit	23	14	2	4	1	1	0	100	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit	37	9	-9	4	1	1	0	100	
Einkommen aus Unternehmertätigkeit	132	-58	0	0	0	-1	0	100	
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen									
Erwerbstätige	22	13	2	5	1	1	0	100	

1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittel abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen.

2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.

Quelle: HBI

HBI 03

## Tabelle 7.12: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 2002

Aufgliederung nach Bundesländern

## 7.4 Regionale Verteilung des Hörfunkwerbeaufkommens 2002

Pro Kopf der Bevölkerung konnten die privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter in Deutschland 2002 im Durchschnitt Nettowerbeerträge<sup>16</sup> von 7,98 Euro erzielen (Tabelle 7.13). Gegenüber dem Jahr 2000 ist dies ein Rückgang um fast 25 %.

Über dem Durchschnitt lagen die Pro-Kopf-Erträge in neun Bundesländern: Bayern, Berlin-Brandenburg, Bremen, Hamburg, Rheinland-Pfalz,

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	in Mio.							
zum Vergleich: Bevölkerung <sup>1)</sup>	10,6	12,4	6,0	0,7	1,7	6,1	1,8	8,0
	in Mio. Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto)</b>	<b>78,7</b>	<b>114,1</b>	<b>63,7</b>	<b>5,5</b>	<b>22,4</b>	<b>45,6</b>	<b>13,0</b>	<b>41,7</b>
davon:								
Öffentlich-rechtliche	25,3	27,0	9,1	3,9	1,8	13,4	1,8	8,2
Private überregional	27,2	37,7	32,7	0,9	15,1	22,6	7,5	19,3
Private regional	26,3	49,5	21,9	0,7	5,5	9,6	3,8	14,2
	in Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto) pro Kopf und Jahr</b>	<b>7,40</b>	<b>9,24</b>	<b>10,62</b>	<b>8,28</b>	<b>12,96</b>	<b>7,49</b>	<b>7,44</b>	<b>5,23</b>
	Anteile in %							
Bevölkerung	13	15	7	1	2	7	2	10
Öffentlich-rechtliche	14	15	5	a	1	8	a	5
Private überregional	10	14	12	a	6	9	a	7
Private regional	12	23	10	a	3	5	a	7
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl in Mio.							
zum Vergleich: Bevölkerung <sup>1)</sup>	18,1	4,0	1,1	4,4	2,6	2,8	2,4	<b>82,5</b>
	in Mio. Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto)</b>	<b>127,6</b>	<b>34,9</b>	<b>9,6</b>	<b>41,3</b>	<b>19,8</b>	<b>16,8</b>	<b>24,0</b>	<b>658,9</b>
davon:								
Öffentlich-rechtliche	56,1	9,6	4,1	7,1	4,2	2,9	3,9	<b>178,2</b>
Private überregional	39,6	13,2	3,1	17,9	9,6	8,8	12,8	<b>267,9</b>
Private regional	31,9	12,1	2,4	16,2	6,0	5,2	7,3	<b>212,5</b>
	in Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto) pro Kopf und Jahr</b>	<b>7,06</b>	<b>8,63</b>	<b>9,00</b>	<b>9,45</b>	<b>7,72</b>	<b>6,00</b>	<b>9,98</b>	<b>7,98</b>
	Anteile in %							
Bevölkerung	22	5	1	5	3	3	3	<b>100</b>
Öffentlich-rechtliche	32	5	a	4	2	2	2	<b>100</b>
Private überregional	15	5	a	7	4	3	5	<b>100</b>
Private regional	15	6	a	8	3	2	3	<b>100</b>
1) Stichtag jeweils 30. Juni								
Quelle: AKM; HBI								
HBI / AKM 03								

**Tabelle 7.13: Hörfunkwerbeaufkommen 2002**  
Aufgliederung nach Bundesländern

<sup>16</sup> Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurden hier die Nettowerbeumsätze vor Abzug der Kosten der ARD-Werbetöchter eingerechnet. Bei den Mehrländeranstalten wurden diese entsprechend den jeweiligen Bevölkerungsanteilen auf die einzelnen Bundesländer aufgeteilt.

Saarland, Sachsen und Thüringen. Am höchsten waren die Werbeerträge der Hamburger Hörfunkanbieter. Dort profitieren gerade die privaten Anbieter von den Reichweiten und den Werbeerträgen, die sie mit überregionaler Werbung in den umliegenden Bundesländern erzielen können.

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat Nordrhein-Westfalen einen Anteil an den Hörfunk-Werbeeinnahmen, der über den Bevölkerungsanteil des Landes weit hinausgeht. In Bayern, Berlin-Brandenburg und Sachsen gilt entsprechendes für die regionale Werbung im privaten Hörfunk. Bei der überregionalen Werbung im privaten Hörfunk sind die Veranstalter in Berlin-Brandenburg, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen überdurchschnittlich erfolgreich.