

# 0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

## 0.1 Ziel und Durchführung der Studie

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Dezember 2004 das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (HBI) gemeinsam mit der Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung München (AKM) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland zu erstellen. Die Grundlage bildete wie in den vergangenen Jahren eine Primärdatenerhebung bei allen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Damit konnte das bereits für den Zeitraum 1995 bis 2002 ermittelte umfassende Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, sowie nach Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – fortgeschrieben werden.

- Das Hans-Bredow-Institut wurde von der DLM mit der Projektkonzeption, der Datenanalyse und der Berichterstellung beauftragt; es war außerdem für die Datenerhebung bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verantwortlich.
- Die AKM wurde mit der Feldarbeit bei den privaten Hörfunk- und Fernseh Anbietern beauftragt. Sie übergab die gewonnenen Daten in anonymisierter Form zur Auswertung an das Hans-Bredow-Institut. Zusätzlich war die AKM für die Ausarbeitung der Darstellung für die Länderberichte zuständig.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von April bis September 2005. Da die Erhebung seit 1997/98 im zweijährigen Rhythmus durchgeführt wird, wurden zusätzlich zu den Informationen für 2004 Eckdaten für das Jahr 2003 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

<b>Befragung durch die AKM:</b>		<b>Befragung durch das HBI:</b>
<p><b>123 private Fernsehanbieter</b></p> <p>davon:</p> <p><b>4 bundesweite Anbieter</b>            – 10 Free-TV-Vollprogramm-Anbieter            – 13 Free-TV-Spartenprogramm-Anbieter (analog bzw. digital)            – 17 Pay-TV-Anbieter            – 5 Teleshopping-Anbieter            – 4 bundesweite Fenster</p> <p><b>16 landesweite Anbieter</b></p> <p><b>58 lokale Anbieter</b></p> <p>sowie:            6 Zulieferprogramme sowie 1 Aus- und Fortbildungsprogramm in Bayern</p>	<p><b>217 private Hörfunkanbieter</b></p> <p>davon:</p> <p>– 11 bundesweite Anbieter            – 57 landesweite und regionale Anbieter            – 142 lokale Anbieter            – 7 landesweite bzw. regionale DAB-Anbieter</p> <p>sowie:            2 Aus- und Fortbildungsprogramme in Bayern</p>	<p><b>13 öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten</b></p> <p>davon:</p> <p>– 9 ARD-Anstalten            – ZDF            – DeutschlandRadio            – Deutsche Welle            – ARTE Deutschland GmbH</p> <p>HBI = Hans-Bredow-Institut Hamburg            AKM = Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München</p>

**Abbildung 01-1: Datengrundlagen – Befragte Rundfunkveranstalter 2003/2004**  
 Befragungszeitraum: April bis September 2004

99 Prozent geführt. Bei den Fernseh Anbietern in den Kabelanlagen haben die Landesmedienanstalten eine eigene Erhebung unternommen, die wegen sehr geringer Rückläufe keine hochrechnungsfähigen Ergebnisse erbracht hat.

## 0.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 2004

### a) Wertschöpfung und Nachfrage 2004

Die von den Rundfunkunternehmen zur Verfügung gestellten Daten ermöglichen für das Jahr 2004 eine Einordnung der deutschen Rundfunkwirtschaft in die Gesamtwirtschaft anhand der Kennziffern Erwerbstätige, Produktionswert und Wertschöpfung (Tabelle 0.1):

- Ende 2004 waren bei den deutschen Rundfunkunternehmen zusammen rund 46.000 feste Mitarbeiter (Erwerbstätige) beschäftigt, davon rund 29.200 mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen und 16.800 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.

- Der Produktionswert (betriebliche Erträge abzüglich Subventionen) der Rundfunkunternehmen im Jahr 2004 betrug zusammen rund 14,9 Mrd. Euro.
- Die Bruttowertschöpfung – d.h. der Beitrag der Rundfunkwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) – lag 2004 bei 4,0 Mrd. Euro. Die Wertschöpfung je Erwerbstätigem war dabei in der Rundfunkwirtschaft mit 86.500 Euro deutlich höher als der Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (56.700 Euro).

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen lässt sich nicht nur anhand ihrer Bruttowertschöpfung, d. h. an ihrem direkten Beitrag zur Einkommensentstehung ermesen. Ebenso bedeutsam sind die indirekten Wirkungen, die von den Vorleistungsbezügen und den Investitionen auf andere Wirtschaftszweige ausgehen. Bei anderen Unternehmen und von selbstständigem technischem und künstlerischem Personal wurden 2004 – bei Einrechnung der Provisionszahlungen an Werbeagenturen – Waren und Dienstleistungen im Wert von 10,9 Mrd. Euro nachgefragt.

	Rundfunk insgesamt	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mio. Euro				
<b>Produktionswert <sup>1)</sup></b>	<b>14.918</b>	<b>7.879</b>	<b>7.039</b>	<b>11.366</b>	<b>3.552</b>
<b>Vorleistungen <sup>2)</sup></b>	<b>10.939</b>	<b>5.469</b>	<b>5.470</b>	<b>9.106</b>	<b>1.832</b>
<b>Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup></b>	<b>3.980</b>	<b>2.411</b>	<b>1.569</b>	<b>2.260</b>	<b>1.720</b>
davon:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	3.170	2.338	832	2.017	1.153
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	960	246	714	274	686
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	-150	-174	23	-32	-119
		Anzahl			
Erwerbstätige	46.004	29.415	16.589	29.213	16.791
		Tausend Euro			
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	86,5	82,0	94,6	77,3	102,4
	Anteile in %				
Produktionswert	100	53	47	76	24
Vorleistungen	100	50	50	83	17
Bruttowertschöpfung	100	61	39	57	43
darunter:					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	74	26	64	36
Erwerbstätige	100	64	36	64	36
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.					
3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					
Quelle: AKM; HBI					

HBI / AKM 05

**Tabelle 0.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2004**

b) Entwicklung seit 1995

Betrachtet man die Ergebnisse der bisherigen Erhebungen, so zeigt sich, dass die Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft 2002 kaum höher war als 1995 (Abb. 02-1), während der Bezug von Vorleistungen erheblich angestiegen ist. 2004 ist die Wertschöpfung dagegen beim privaten Rundfunk deutlich höher. Dieses Wachstum ist allerdings nicht allein auf einen steigenden Produktionswert, sondern noch mehr auf Kostenreduzierungen bei den Vorleistungen zurückzuführen.

Die positive Entwicklung zeigt sich für 2004 auch im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Abbildung 02-2). Die Tendenzen bei den Erwerbstätigen (plus 0,5 %) und bei den Erträgen (plus 3,2 %) waren günstiger als die Vergleichsgrößen der Gesamtwirtschaft (Erwerbstätige: plus 0,3 %, nominales BIP-Wachstum plus 2,6 %). Besonders ausgeprägt ist das Wachstum beim privaten Rundfunk, während bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten das Personal etwas reduziert wird.

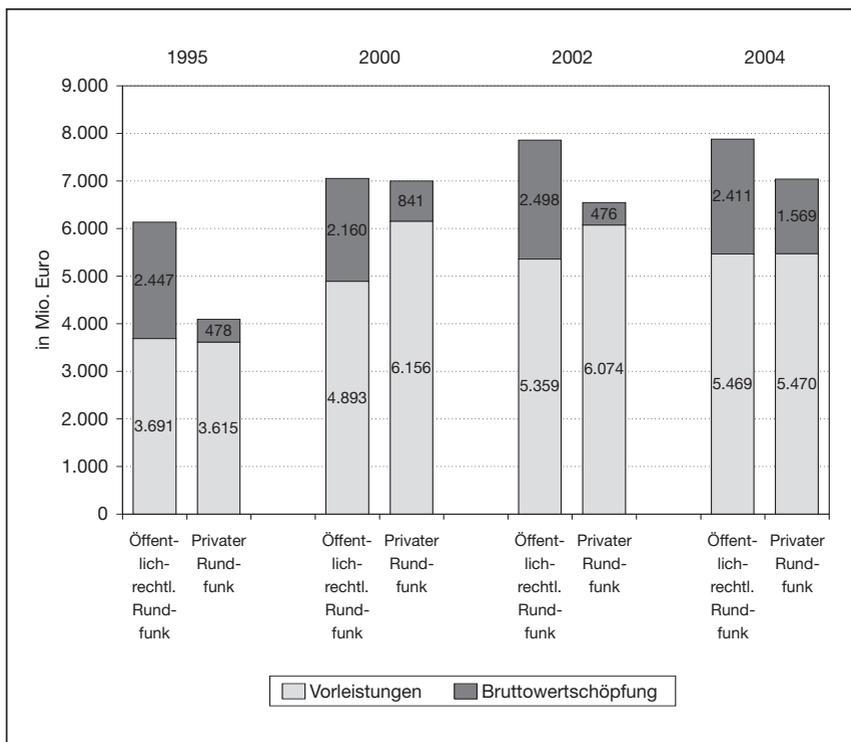


Abbildung 02-1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995–2004

	Zuwachs in %
<b>Gesamtwirtschaft</b>	
Erwerbstätige	0,3
Bruttoinlandsprodukt (nominal)	2,3
<b>Rundfunkwirtschaft</b>	
Erwerbstätige	0,5
<i>davon:</i>	
Privater Rundfunk	2,6
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	-0,7
Erträge	3,2
<i>davon:</i>	
Privater Rundfunk	4,9
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	1,9
Quelle: StatBA; AKM; HBI	HBI/AKM 05

**Abbildung 02-2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2004**

### 0.3 Anbieterstruktur des privaten Rundfunks

Ende 2004 gab es in Deutschland 123 gewinnorientierte private Fernsehveranstalter mit 157 Programmen und 190 private Hörfunkveranstalter mit 216 Hörfunkprogrammen. Die Zahl der Anbieter und der Programme hat sich damit seit der letzten Erhebung weiter erhöht.

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

- 73 bundesweite Programme, davon 10 bundesweite Vollprogramme, 15 Free-TV-Spartenprogramme, 4 bundesweite Fensterprogramme, 39 Pay-TV-Programme und 5 Teleshopping-Kanäle,
- 22 landesweite Programme, davon 21 als Fensterprogramme auf den Frequenzen bundesweit verbreiteter Programme sowie 1 landesweites Vollprogramm und
- 62 lokale Programme in allen Bundesländern außer Bremen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen.

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

- 11 bundesweit verbreitete Hörfunkprogramme, darunter 1 Einkaufsradio, 1 Klassik-Programm, 2 religiöse Programme, 1 Programm volkstümlicher Musik, 1 Jazzprogramm, 1 Mittelwellenprogramm, 1 türkisch-deutsches Zielgruppenprogramm, 1 „Oldie“-Angebot und 2 Pop-Programme,

- 42 landesweit verbreitete Programme (darunter 4 Mantelprogramme, 1 Mittelwellenprogramm und 6 Berliner Programme, die in weiten Teilen Brandenburgs zu empfangen sind),
- 15 Regionalsender, zu denen auch 12 Programme in Berlin, Hamburg und Bremen gehören, die jeweils in Teilen der angrenzenden Flächenländer empfangbar sind,
- 7 landesweit bzw. regional verbreitete DAB-Programme und
- 142 lokale Hörfunkprogramme, die sich auf sechs Bundesländer verteilen: Baden-Württemberg (12 Programme), Bayern (63), Nordrhein-Westfalen (46), Sachsen (17) sowie Brandenburg (2) und Rheinland-Pfalz (2).

#### **0.4 Beschäftigung im privaten Rundfunk**

##### *a) Zahl der Beschäftigten im privaten Fernsehen 2004*

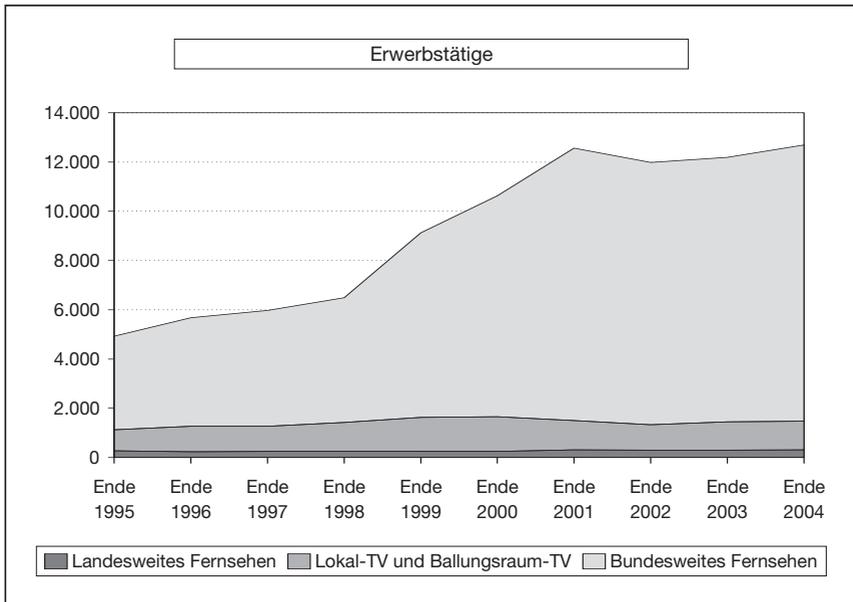
Die 123 privaten Fernsehanbieter beschäftigten Ende 2004 zusammen fast 12.700 Erwerbstätige (Abbildungen 04-1 und 04-2):

- mit 11.200 festen Mitarbeitern waren davon 88 Prozent bei den bundesweiten Fernsehprogrammen tätig,
- 300 Festangestellte (2 %) gab es bei den landesweit verbreiteten Programmen (fast durchweg landesweite Fenster in bundesweit verbreiteten Programmen),
- knapp 1.200 feste Mitarbeiter (9 %) wurden bei den 62 lokalen Programmen beschäftigt.

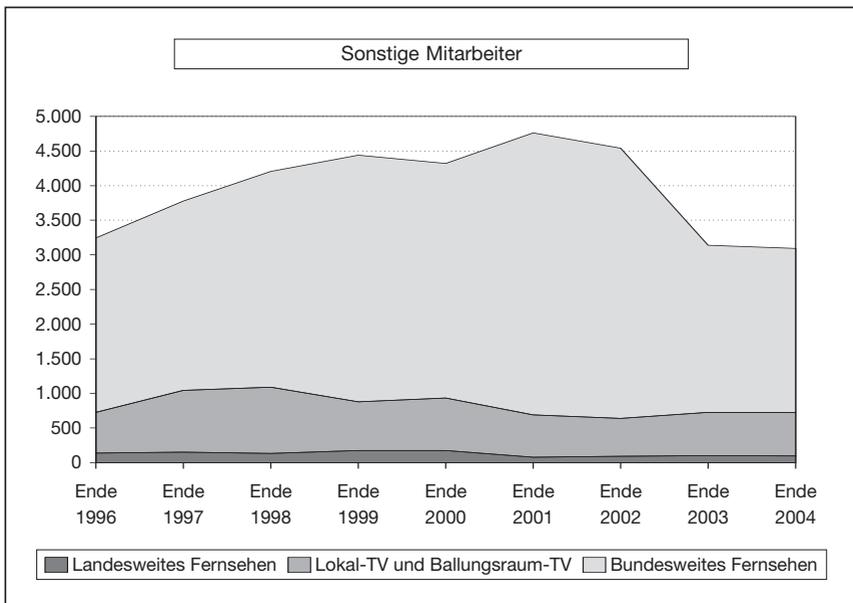
Bei einer weiteren Untergliederung der bundesweiten Fernsehanbieter nach Programmtypen wird deutlich, dass mit 3.900 festen Mitarbeitern die größte Zahl bei den 10 bundesweiten Vollprogrammen vorzufinden ist. Es folgen dann die 5 Teleshopping-Programme (3.800 feste Mitarbeiter), die 39 Pay-TV-Kanäle (1.800), die 15 Spartenprogramme (1.600) und die 4 bundesweiten Fensterprogramme (125).

Zusätzlich zu diesen festen Mitarbeitern wurden Ende 2004 von den privaten Fernsehveranstaltern noch 3.100 Mitarbeiter ohne festes Arbeitsverhältnis (Praktikanten, feste Freie und sonstige Freie) beschäftigt, d. h. auf vier feste Mitarbeiter kommt ein sonstiger Mitarbeiter.

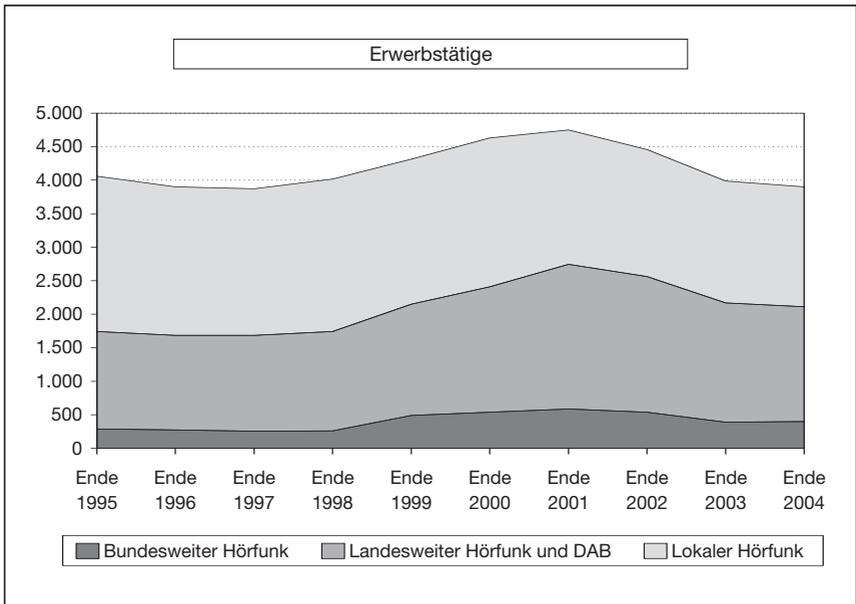
Verglichen mit dem Personalstand zum Jahresende 2002 ist die Zahl der festen Mitarbeiter des privaten Fernsehens wieder gewachsen, die Zahl der freien Mitarbeiter wurde dagegen deutlich reduziert.



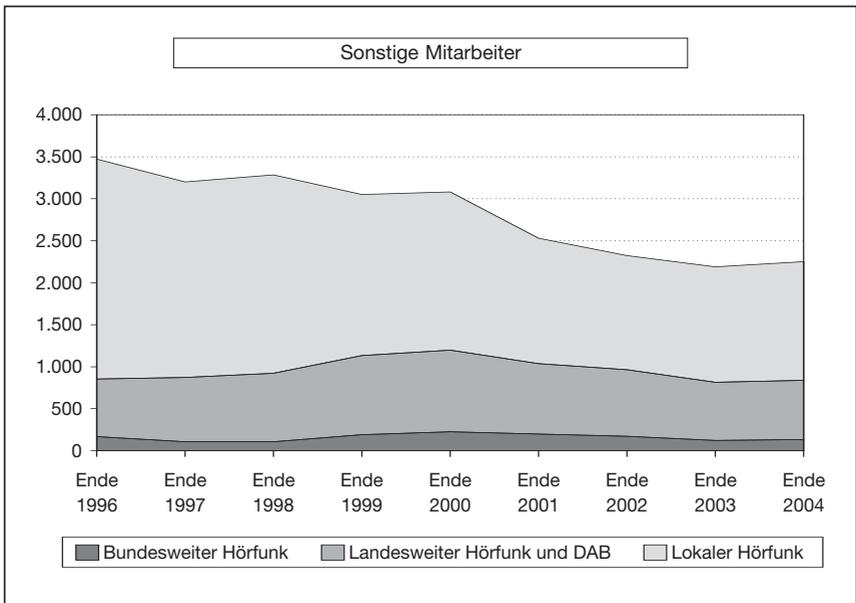
**Abbildung 04-1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1995–2004**



**Abbildung 04-2: Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1996–2004**



**Abbildung 04-3: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1995–2004**



**Abbildung 04-4: Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1996–2004**

*b) Zahl der Beschäftigten im privaten Hörfunk 2004*

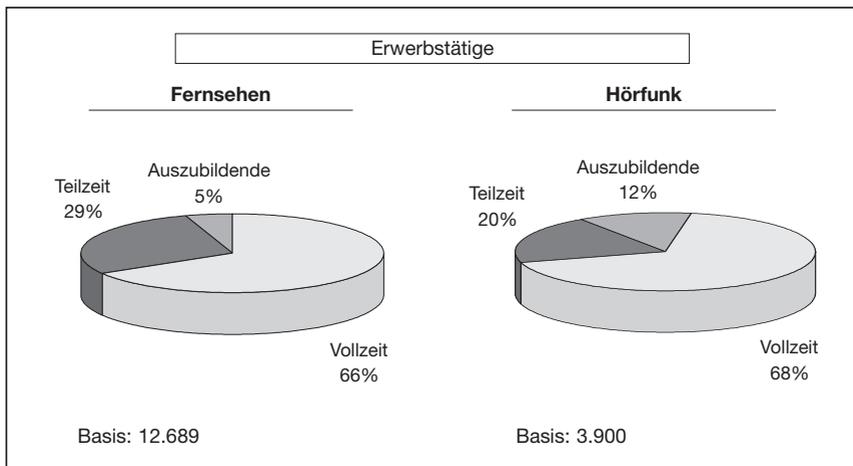
Beim privaten Hörfunk waren Ende 2004 3.900 Mitarbeiter mit festem Arbeitsverhältnis tätig, die in der Statistik als Erwerbstätige bezeichnet werden. Die Aufteilung auf die verschiedenen Programmtypen unterscheidet sich dabei deutlich vom privaten Fernsehen (Abbildungen 04-3 und 04-4):

- bei den bundesweiten Programmen waren nur 400 und damit nur 10 Prozent aller Erwerbstätigen des privaten Hörfunks beschäftigt,
- bei den landesweiten Programmen waren es 1.700 oder 44 Prozent der festen Mitarbeiter,
- bei den Lokalsendern waren es 1.800 Erwerbstätige und damit ein Anteil von 46 Prozent,
- bei den DAB-Anbietern waren nur 13 Festangestellte tätig.

Ein langfristiger Rückgang ist auch in der Zahl der Mitarbeiter ohne festen Arbeitsvertrag zu beobachten. Insgesamt addierte sich im privaten Hörfunk die Zahl der Praktikanten, festen Freien und sonstigen Freien Ende 2004 auf 2.250. Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu freien Mitarbeitern betrug 1 : 0,52.

*c) Beschäftigtenstruktur*

Am Jahresende 2004 waren von den Erwerbstätigen im privaten Fernsehen 66 Prozent Vollzeitbeschäftigte, 29 Prozent Teilzeitbeschäftigte und 5 Prozent Auszubildende. Der Anteil der Auszubildenden war beim privaten Hörfunk mit 12 Prozent mehr als doppelt so hoch, der Anteil der Teilzeit-



**Abbildung 04-5: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 2004**

beschäftigten deutlich geringer (Abbildung 04-5). Verglichen mit dem Jahresende 2003 ist vor allem der gewachsene Anteil der Teilzeitbeschäftigten auffällig: damals machten die Teilzeitkräfte beim Fernsehen noch 32 Prozent und beim Hörfunk noch 18 Prozent aus. Diese Veränderung deutet darauf hin, dass die Rundfunkunternehmen auf die verbesserte wirtschaftliche Lage reagiert und manchen Teilzeitbeschäftigten wieder eine Vollzeitbeschäftigung angeboten haben.

## 0.5 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks

### a) Ertragsstruktur

Privater Rundfunk in Deutschland war auch 2004 überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Von den Gesamterträgen des privaten Fernsehens in Höhe von 6,7 Mrd. Euro stammten 3,7 Mrd. Euro (59 %) aus Werbeerträgen, einschließlich der Sonderwerbeform Sponsoring. Rund 1,0 Mrd. Euro wurde durch Pay-TV eingenommen, etwa 900 Mio. Euro durch Teleshopping. Weitere 260 Mio. Euro haben die Fernsehveranstalter durch telefonbasierte Mehrwertdienste (sogenannte Call Media) erzielt. Während sich der private Hörfunk in allen Bundesländern, in denen lokale Programme zugelassen wurden, als lokaler Werbeträger etabliert hat, wird das private

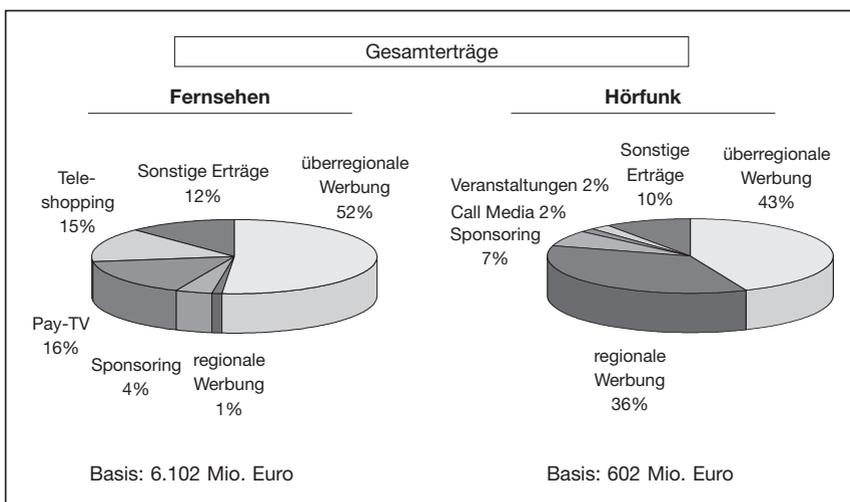


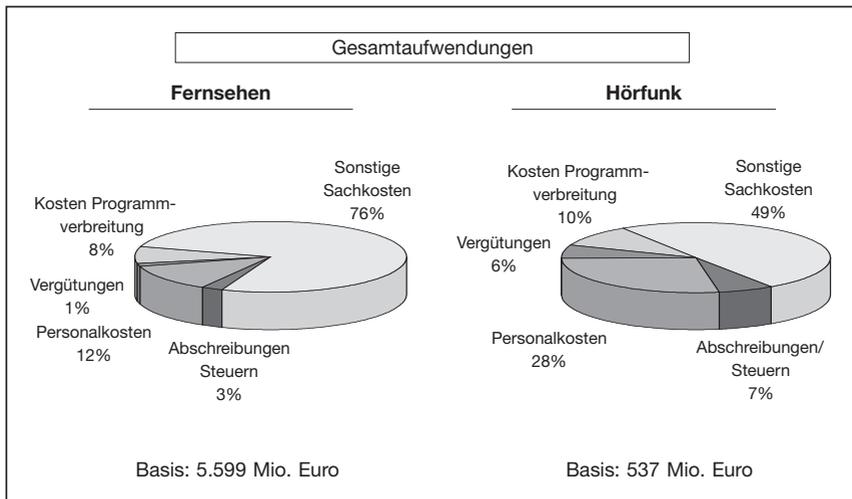
Abbildung 05-1: Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 2004

Fernsehen immer noch fast ausschließlich für überregionale Werbekampagnen genutzt (Abbildung 05-1).

Beim privaten Hörfunk betragen die Erträge aus Werbespots, Sponsoring und Direct Response Radio 520 Mio. Euro, das entspricht 87 Prozent der Gesamterträge. Es dominiert wie im privaten Fernsehen die überregionale Werbung (43 % der Erträge), aber ebenso ist die regionale Werbung hier von großer Bedeutung.

*b) Aufwandsstruktur*

Die Gesamtaufwendungen aller privaten Fernsehveranstalter lagen 2004 bei 5,6 Mrd. Euro. Trotz der hohen Beschäftigtenzahlen hat der Personalaufwand nur ein begrenztes Gewicht (Abbildung 05-2). Zusammen mit den Vergütungen für freie Mitarbeiter machen die Personalkosten lediglich 13 Prozent aus. Der überwiegende Teil der Aufwendungen waren Sachkosten, von denen die Kosten für die Programmverbreitung sowie Abschreibungen und indirekte Steuern im Einzelnen erfragt wurden. Beim Hörfunk machen die Personalkosten einschließlich der Vergütungen für freie Mitarbeiter rund ein Drittel der Aufwendungen aus, 10 Prozent entfallen auf die Programmverbreitung und sieben Prozent auf Steuern und Abschreibungen; gut die Hälfte entfällt auf sonstige Sachkosten.

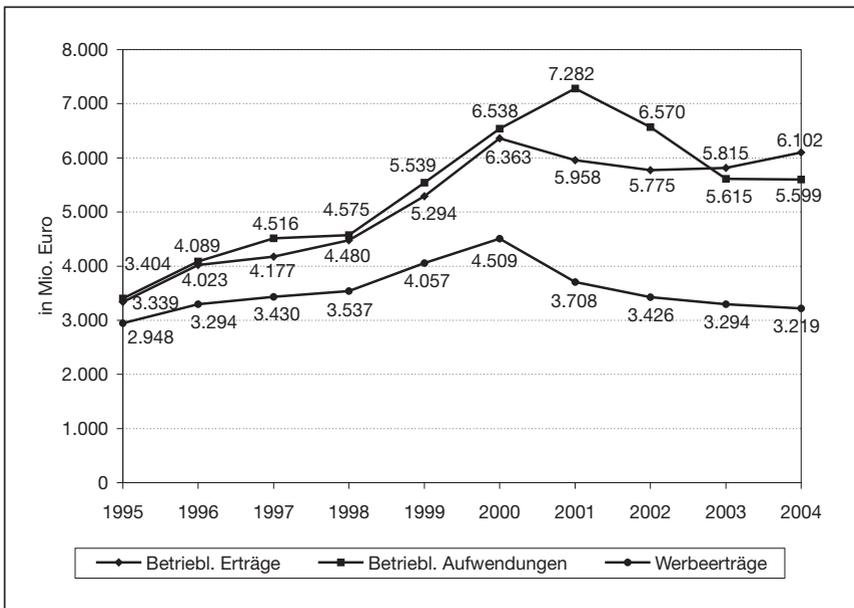


**Abbildung 05-2: Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 2004**

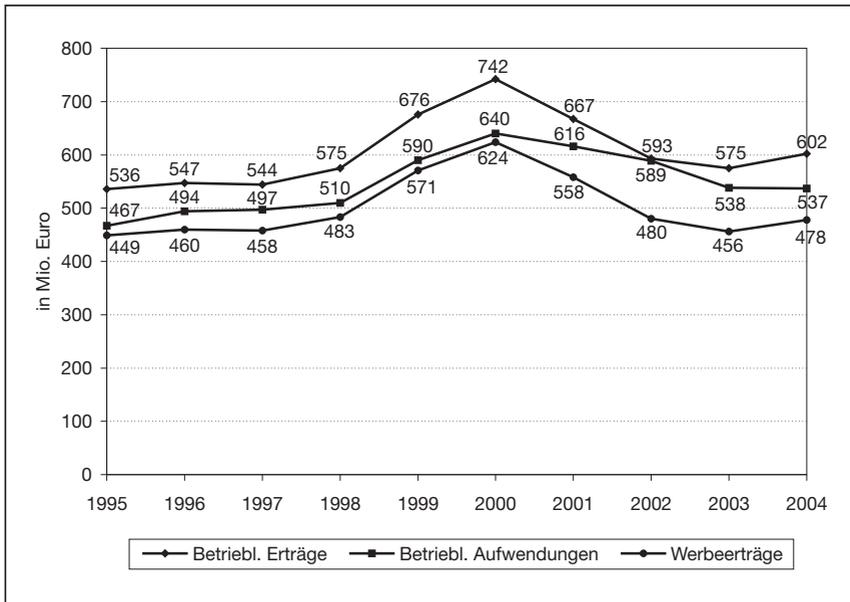
c) *Entwicklung von Aufwendungen und Erträgen*

Betrachtet man die Aufwendungen und Erträge in ihrer längerfristigen Entwicklung, so zeigt sich beim privaten Fernsehen von 1995 bis 2000 eine parallele Aufwärtsentwicklung, die nahezu eine Verdoppelung von Erträgen und Aufwendungen mit sich bringt (Abbildung 05-3). Schon in dieser Zeit steigen aber die Werbeinnahmen langsamer als die Gesamterträge, Pay-TV und Teleshopping gewinnen hingegen im gleichen Zeitraum an Bedeutung. Ab 2001 zeigt sich der Ertrageinbruch bei der Fernsehwerbung, der bis 2004 anhält und durch den Zuwachs sonstiger Erträge nicht ausgeglichen werden kann. Demgegenüber waren die Aufwendungen auch 2001 weiter gestiegen. Ab 2002 zeigen sich die Wirkungen einschneidender Kostensenkungsprogramme, so dass die Erträge 2003 bereits wieder geringfügig über den Aufwendungen liegen. 2004 bleiben die Aufwendungen nahezu konstant, während die Erträge deutlich steigen – allerdings gilt dies nicht für die Werbeerträge.

Beim privaten Hörfunk ist die Entwicklung weniger dramatisch (Abbildung 05-4). Auch hier werden die Aufwendungen mit einer gewissen Ver-



**Abbildung 05-3: Wirtschaftliche Entwicklung des privaten Fernsehens 1995–2004**



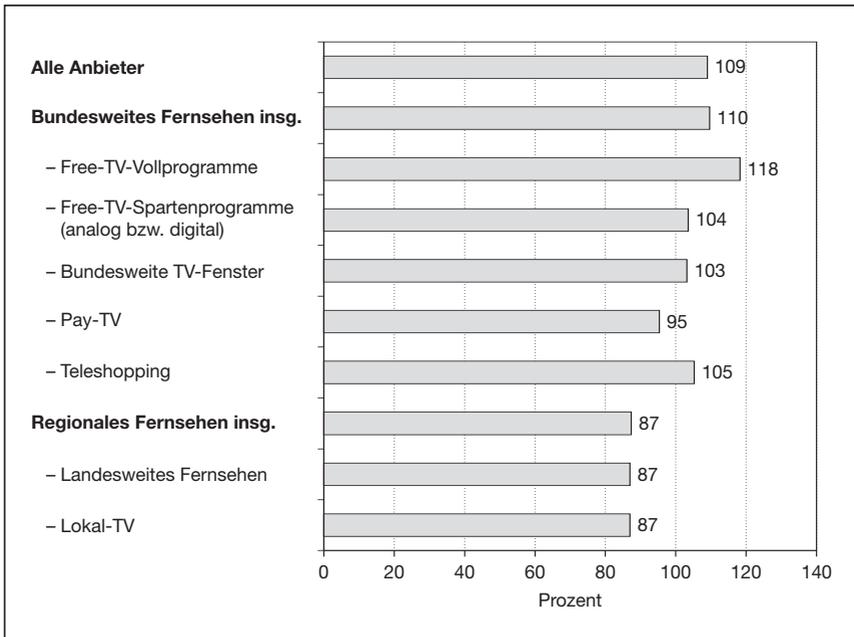
**Abbildung 05-4: Wirtschaftliche Entwicklung des privaten Hörfunks 1995–2004**

zögerung an die Erträge angepasst, aber die Gesamtsumme der Erträge ist seit 1995 stets über der Summe der Aufwendungen geblieben.

#### *d) Kostendeckung bei den privaten Rundfunkveranstaltern*

Die privaten Fernsehveranstalter erwirtschafteten 2004 zusammen ein Betriebsergebnis in Höhe von 500 Mio. Euro, die privaten Hörfunkanbieter 65 Mio. Euro. Dabei zeigen sich je nach Programmtyp deutliche Unterschiede:

- Die Gruppe der 10 bundesweiten werbefinanzierten Vollprogramme erbrachte 2004 zusammen ein Ergebnis von 509 Mio. Euro; dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 118 Prozent. Sieben der Anbieter erreichten eine Kostendeckung von 100 Prozent und mehr.
- Die Gruppe der 15 bundesweiten Free-TV-Spartenprogramme kam zusammen auf ein Ergebnis von 20 Mio. Euro; sechs Anbieter arbeiteten kostendeckend.
- Die 4 bundesweiten Fensterprogramme erzielten zusammen ein Ergebnis von 2 Mio. Euro, drei von ihnen haben einen Kostendeckungsgrad von 100 Prozent und mehr aufzuweisen.

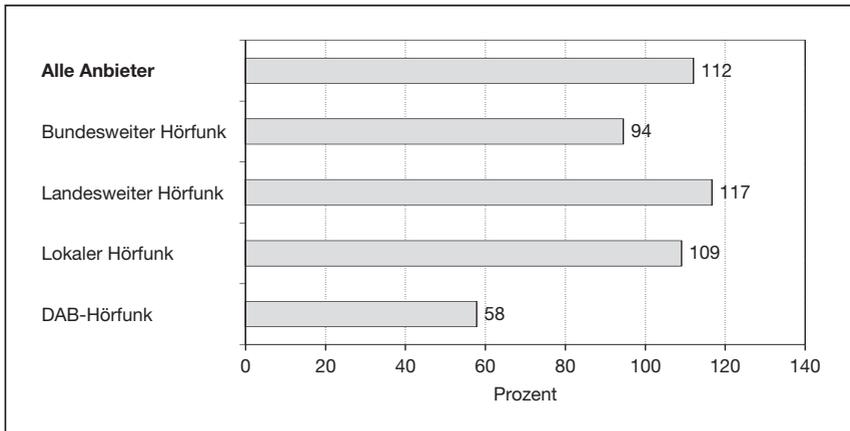


**Abbildung 05-5: Kostendeckungsgrad des privaten Fernsehens 2004**

- Die 39 Pay-TV-Programme schrieben 2004 Verluste in Höhe von 53 Mio. Euro, dennoch konnten 13 von ihnen kostendeckend arbeiten.
- Die fünf Teleshopping-Kanäle erbrachten 2004 ein Ergebnis von 45 Mio. Euro, aber nur zwei von ihnen arbeiteten kostendeckend.
- Die 22 landesweiten Programme (mit einer Ausnahme Fensterprogramme) machten 2004 zusammengenommen Verluste in Höhe von 12 Mio. Euro. Nur zehn von ihnen konnten ihre Kosten vollständig decken.
- Die Gruppe der 62 lokalen Fernsehprogramme konnte einen Kostendeckungsgrad von 87 Prozent erreichen und hatte Verluste von 9 Mio. Euro auszuweisen, aber mehr als die Hälfte der Programme schloss mit einem positiven Ergebnis ab.

Auch im privaten Hörfunk war die Lage je nach Programmtyp sehr unterschiedlich (Abbildung 05-6):

- Die 11 bundesweiten Programme haben bei einem Kostendeckungsgrad von 94 Prozent einen Verlust von 2 Mio. Euro zu verzeichnen. Nur vier Programme konnten ein positives Ergebnis erzielen.



**Abbildung 05-6: Kostendeckungsgrad des privaten Hörfunks 2004**

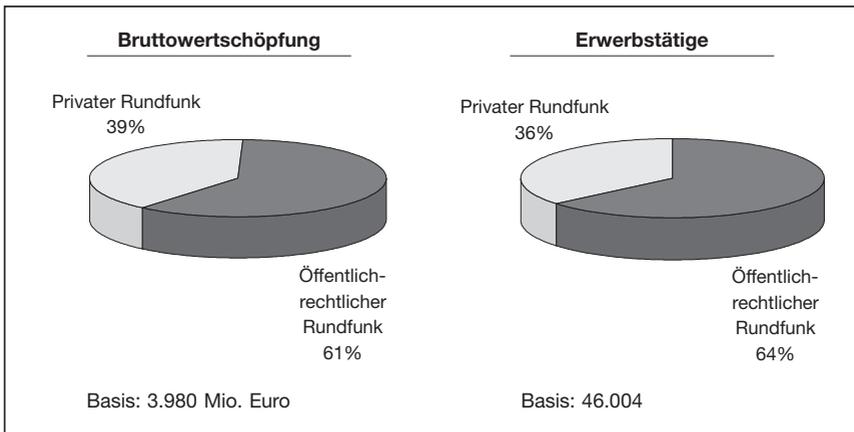
- Deutlich besser ist die Lage bei den 55 landesweiten Programmen, die zusammen einen Überschuss von 52 Mio. Euro erbringen konnten. 13 Programme erreichten einen Kostendeckungsgrad zwischen 100 und 119 Prozent, 18 sogar von 120 Prozent und mehr.
- Auch die 143 lokalen Programme haben zusammengenommen ein positives Betriebsergebnis von 16 Mio. Euro aufzuweisen. Bei 56 dieser Programme wurde ein Kostendeckungsgrad zwischen 100 Prozent und 119 Prozent erreicht, in 34 Fällen war es sogar ein Wert von 120 Prozent und mehr.
- Sehr verlustreich ist weiterhin das digitale terrestrische Radio. Die 7 befragten DAB-Anbieter kamen zusammen nur auf einen Kostendeckungsgrad von 58 Prozent.

## 0.6 Entwicklung des dualen Rundfunksystems

### a) Entwicklungsstand 2004

Auch 2004 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 2004 bei den 13 öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern (einschl. Arte Deutschland) beschäftigt. Der Anteil der öffentlich-recht-



**Abbildung 06-1: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 2004**

lichen Rundfunkanstalten an der Bruttowertschöpfung aller Rundfunkveranstalter lag 2004 bei 61 Prozent (Abbildung 06-1).

- Die Unterschiede in der Produktionsstruktur – insbesondere beim Fernsehen produzieren die öffentlich-rechtlichen Anbieter einen deutlich höheren Anteil des Programms selbst – werden vor allem durch hohe Personalkosten und Honorare für freie Mitarbeiter deutlich. Beim privaten Rundfunk machen sie zusammen 14 Prozent der Aufwendungen aus, bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dagegen 39 Prozent. Damit arbeitet der öffentlich-rechtliche Rundfunk erheblich personalintensiver als der private Rundfunk.
- Auf den Hörfunk- und Fernsehwerbemärkten spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur eine Nebenrolle. Von den gesamten Werbeerträgen der Rundfunkveranstalter gingen 2004 lediglich 6 Prozent an die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Von den Gesamterträgen, die 2004 von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erzielt wurden, stammten nur 3 Prozent aus der Werbung.

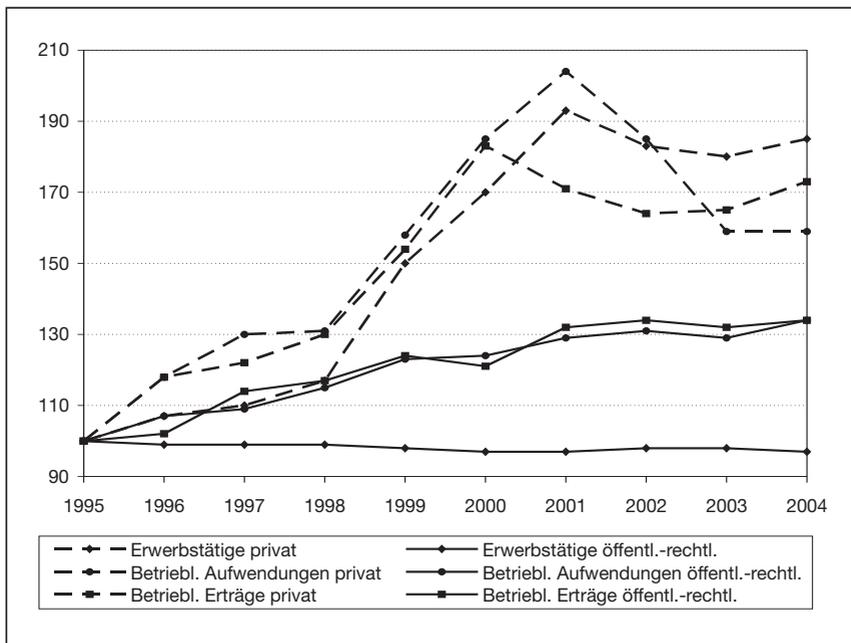
#### *b) Entwicklung des dualen Rundfunksystems seit 1995*

Bei einer langfristigen Betrachtung zeigt sich die dynamische Entwicklung, die der private Rundfunk seit 1995 – dem Beginn dieser Untersuchungen – genommen hat.

Werden die Werte von 1995 als Ausgangspunkt für einen Index der Entwicklung gewählt, so zeigt sich deutlich, wie unterschiedlich sich privater

und öffentlich-rechtlicher Rundfunk seither entwickelt haben. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat in Aufwendungen und Erträgen ein stetiges Wachstum zu verzeichnen, und wegen der Bemessung der Rundfunkgebühren in Anlehnung an den Finanzbedarf, wie er von der KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten) als Sachverständigenkommission festgestellt wird, liegen Aufwendungen und Erträge stets nahe beieinander. Binnen neun Jahren ist ein Zuwachs von gut einem Drittel zu verzeichnen. Allerdings ist der Personalbestand der Rundfunkanstalten gegenüber 1995 langsam zurückgegangen.

Beim privaten Rundfunk ist demgegenüber allein in den fünf Jahren zwischen 1995 und 2000 bei den Aufwendungen, den Erträgen und der Zahl der festen Mitarbeiter ein Wachstum zwischen 70 und 85 Prozent zu beobachten. Das Wachstum setzte sich beim Personal und bei den Aufwendungen noch für ein Jahr fort und erreichte 2001 Höchstwerte, die gegenüber 1995 fast eine Verdopplung darstellen. Durch einschneidende Kostenreduzierungsprogramme konnte schon 2003 und noch mehr 2004 erreicht werden, dass die Erträge des privaten Rundfunks über den Aufwendungen



**Abbildung 06-2: Entwicklung des dualen Rundfunksystems 1995–2004**  
(Index 1995 = 100)

lagen. Bei den Erträgen ist wieder ein deutliches Wachstum zu erkennen, und auch der Personalbestand wird beim privaten Rundfunk wieder aufgestockt.

## 0.7 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft 2004

Die privaten Fernsehveranstalter sind auf wenige Bundesländer konzentriert. Allein 41 der 49 bundesweiten Anbieter haben ihren Sitz in den Bundesländern Bayern (21), Nordrhein-Westfalen (11) und Berlin (9). Von den 58 Lokalfernsehanbietern senden 19 in Bayern und 9 in Baden-Württemberg.

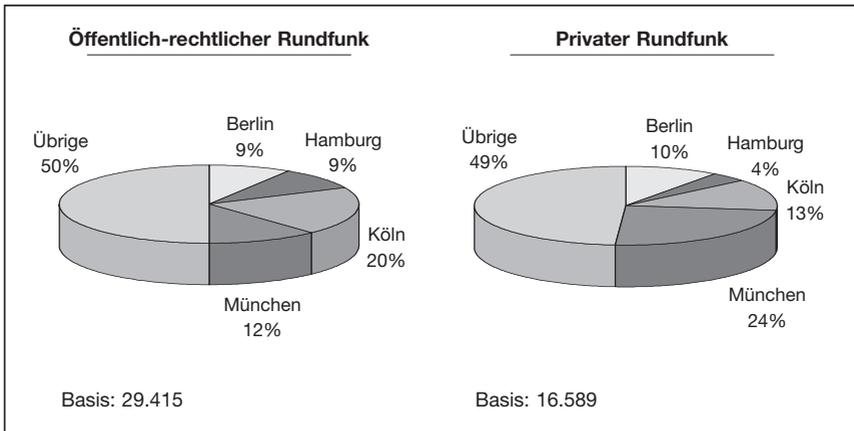
Auch im privaten Hörfunk gibt es eine sehr ungleiche Verteilung unter den Bundesländern, die vor allem damit zusammenhängt, in welchem Maße lokaler Hörfunk vorgesehen ist. Von den 216 Hörfunkprogrammen im Jahre 2004 wurden 153 in den vier Flächenstaaten ausgestrahlt, die lokalen Rundfunk zugelassen haben (Bayern, Nordrhein-Westfalen, Sachsen und Baden-Württemberg). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin/Brandenburg, in dem weitere 19 Anbieter ihren Sitz haben.

Gemessen an der Erwerbstätigenzahl Ende 2004 im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk gab es für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland nach der absoluten Größe diese Rangfolge (vgl. auch Abbildung 07-1):

- Nordrhein-Westfalen 11.438 (davon 5.134 bei Privaten)
- Bayern 8.562 (5.017 Private)
- Rheinland-Pfalz 4.569 (260 Private)
- Berlin/Brandenburg 4.457 (1.690 Private)
- Baden-Württemberg 3.917 (737 Private)
- Hamburg 3.468 (716 Private)
- Hessen 3.026 (1.124 Private)
- Sachsen 1.886 (311 Private)
- Niedersachsen 997 (415 Private)
- Saarland 756 (k. A.)
- Schleswig-Holstein 690 (372 Private)
- Mecklenburg-Vorpommern 614 (322 Private)
- Sachsen-Anhalt 596 (174 Private)
- Bremen 556 (k. A.)
- Thüringen 241 (106 Private)

Auch innerhalb der Bundesländer ist die Rundfunkwirtschaft auf wenige Standorte konzentriert. Wie in den Vorjahren wurden die Erwerbstätigenzahlen der Medienzentren Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln (einschließlich Bonn) und München (einschließlich des nahen Umlandes)





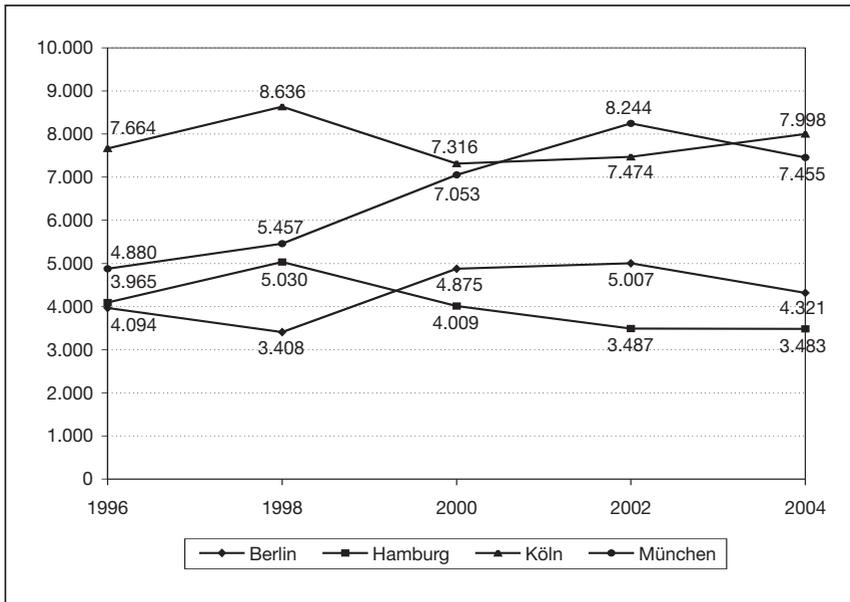
**Abbildung 07-2: Verteilung der Erwerbstätigen auf die vier wichtigsten deutschen Medienstädte 2004**

zent der Erwerbstätigen deutlich vor Köln mit 13 Prozent, gefolgt von Berlin mit 10 Prozent und Hamburg mit 4 Prozent.

Im Laufe der Jahre hat es zwischen den Medienstädten deutliche Verschiebungen gegeben (Abbildung 07-3), die häufig mit der Ansiedlung und dem Erfolg großer Rundfunkunternehmen zusammenhängen. So hatte zunächst Köln mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine Vorrangstellung, die durch die Ansiedlung und das Wachstum privater Veranstalter von München übernommen wurde, bis es besonders beim privaten Rundfunk zum Personalabbau kam, so dass nun Köln wieder vorn liegt. Hamburg hatte bereits seit 1998 die Abwanderung von Fernsehveranstaltern hinzunehmen, während Berlin als Bundeshauptstadt noch bis 2002 Beschäftigte im Rundfunk hinzugewinnen konnte, aber 2004 aufgrund von Personalabbau und Abwanderung von Unternehmen an Beschäftigten verloren hat.

Vergleicht man den Anteil der Bundesländer an der Rundfunkwirtschaft mit dem Beitrag des jeweiligen Landes zur Entstehung des deutschen Bruttoinlandsproduktes (BIP), so zeigt sich überdies, dass die Rundfunkunternehmen in vier Bundesländern 2004 überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung beigetragen haben:

- Bayern mit einem Anteil von 25 Prozent an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 18 Prozent,
- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil von 10 Prozent an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 4 Prozent,



**Abbildung 07-3: Erwerbstätige in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten seit 1996**

- Berlin und Brandenburg mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 8 Prozent und einem Anteil am BIP von 6 Prozent,
- Hamburg mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 7 Prozent und einem Anteil am BIP von 4 Prozent.

## 0.8 Entwicklungstendenzen im Jahre 2005

Bei den Erhebungen im 2. Quartal 2005 wurden die privaten Veranstalter auch danach gefragt, welche Veränderungen sie im laufenden Jahr für das eigene Unternehmen erwarten.

Bei den bundesweiten und den lokalen Fernsehprogrammen überwiegen Wachstumserwartungen. Mehr als die Hälfte der Befragten der bundesweiten Programme rechnet mit Ertragszuwächsen, die bei den bundesweiten Programmen 440 Mio. Euro ausmachen würden. Zugleich werden steigende Aufwendungen im Umfang von 270 Mio. Euro prognostiziert. Auch beim lokalen Fernsehen erwartet die Mehrzahl der Befragten ein

Umsatzwachstum von zusammen 6 Mio. Euro, acht Programme prognostizieren aber einen Umsatzrückgang um zusammen 2 Mio. Euro. Eher verhalten sind die Erwartungen bei den landesweiten Fernsehprogrammen, die fast durchweg landesweite Fenster in bundesweit verbreiteten Programmen darstellen. Hier wird bei den Erträgen meist Stillstand, in sechs Fällen sogar ein Rückgang erwartet. Dem entsprechen die Erwartungen bei den Aufwendungen: meist Stillstand, aber in einzelnen Fällen weitere Kostensenkungen.

Auch beim Hörfunk sind die Erwartungen für das Jahr 2005 meist auf Wachstum ausgerichtet. Bei 142 Programmen wird ein Ertragszuwachs erwartet (zusammen 34 Mio. Euro), nur bei 15 Programmen ein Ertragsrückgang (zusammen 8 Mio. Euro). Das Wachstum wird bei 85 Programmen mit Kostensteigerungen verbunden (um 14 Mio. Euro), bei 32 Programmen werden Einsparungen erwartet (um 8 Mio. Euro), bei 97 Programmen sind keine Veränderungen absehbar. Die Vorherrschaft der Kostensenkungsprogramme scheint auch für den Hörfunk vorüber zu sein.

# 1 Ziel und Durchführung der Studie

## 1.1 Projektorganisation, Erhebungsziel und -methodik

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Dezember 2004 das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (HBI) und die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) beauftragt, im Anschluss an frühere Studien, die zunächst unter Federführung des Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung durchgeführt worden waren<sup>1</sup>, einen aktuellen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland zu erstellen. Bei der Datenerhebung und der Auswertung sind das Hans-Bredow-Institut und die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München arbeitsteilig vorgegangen:

- Dem Hans-Bredow-Institut wurde die Projektleitung, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen, es war außerdem für die Datenerhebung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk verantwortlich.
- Die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit beim privaten Hörfunk und Fernsehen betraut und 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 Studien eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Damit gelang es erneut, die vor allem

---

<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 (Bd. 9); Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1997/1998, Berlin 1999 (Bd. 15); Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000, Berlin 2002 (Bd. 24), Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2001/2002, Berlin 2004 (Bd. 30).

für die privaten Rundfunkveranstalter vorhandenen Datenlücken so weit zu schließen, dass für 2004 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 2004 auch Eckdaten für das Jahr 2003 erhoben.

Das Befragungsprogramm wurde gegenüber den Vorjahren aus Kostengründen deutlich eingeschränkt; dementsprechend sind die Auswertungen stellenweise weniger detailliert. 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) 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>

Bei der Darstellung der Ergebnisse erfolgt eine Regionalisierung auf der Ebene von Bundesländern. Entsprechend der in der amtlichen Statistik üblichen Vorgehensweise zur Sicherung der Vertraulichkeit einzelner Angaben werden bei detaillierteren Darstellungen von Teilbranchen (Programmtypen) jeweils mindestens drei Einzelangaben zusammenfasst.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von April bis September 2005, wobei die Befragten ihre Angaben möglichst auf Basis der Jahresabschlüsse von 2004 machen sollten. Die Datenerhebung im privaten Hörfunk und Fernsehen konnte im Juli 2005 abgeschlossen werden. Die Erhebung bei

---

2 Dies entspricht Wirtschaftszweig 92.20.1 der Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 03).

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

den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wurde im September abgeschlossen.

Die Daten der privaten Rundfunkveranstalter wurden mit einer telefonisch eingeleiteten und begleiteten schriftlichen Befragung erhoben. Nach einer schriftlichen Ankündigung durch den Präsidenten der BLM wurde telefonisch Kontakt mit den Rundfunkveranstaltern aufgenommen und ein Telefoninterview eingeleitet. In den meisten Fällen wurde dann vereinbart, den Fragebogen per E-Mail zuzusenden. Dies gilt für fast alle bundes- und landesweiten Fernsehanbieter, aber auch 80 Prozent der übrigen Befragten haben die Zusendung des Fragebogens einer telefonischen Befragung vorgezogen.

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. An die Fernsehanbieter in kleineren Kabelanlagen haben die Landesmedienanstalten gesondert Fragebögen verschickt, der Rücklauf war jedoch sehr gering. Soweit es nennenswerte Befunde gibt, werden diese in den Länderberichten in Kapitel 8 nachrichtlich erwähnt.

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. An dieser Erhebung haben sich alle Rundfunkanstalten beteiligt.

## 1.2 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des privaten Rundfunks

### 1.2.1 Fernsehen

Ausgehend von den Verzeichnissen, die im ALM-Jahrbuch publiziert werden und vorab zur Verfügung gestellt wurden, hat die AKM die Grundgesamtheit für die Erhebung festgestellt. Berücksichtigt wurden alle privaten kommerziellen Fernsehprogramme, die in den Jahren 2003 und/oder 2004 in Deutschland verbreitet wurden, sofern der Sendebetrieb bis zur Mitte des Jahres 2004 aufgenommen wurde und der Veranstalter über zumindest eine Betriebsstätte in Deutschland verfügt.<sup>4</sup>

Insgesamt wurden bis Juni 2004 in Deutschland 123 gewinnorientierte Fernsehveranstalter mit 140 Programmen gezählt, darunter 56 bundesweit verbreitete Programme, 21 landesweite Fensterprogramme und ein landesweites Vollprogramm sowie 62 lokale Fernsehprogramme (vgl. Tabelle 1.1.2). Gegenüber dem Jahr 2002 ist die Zahl der erfassten Fernsehprogramme um 16 gestiegen, darunter befinden sich 10 bundesweit verbreitete.

Die Veranstalter bundesweiter Programme sind vorwiegend in Bayern, Nordrhein-Westfalen und Berlin angesiedelt, daneben gab es nur in Baden-Württemberg, Hamburg, Hessen, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz jeweils einen oder zwei dieser Anbieter. Lokales Fernsehen ist überwiegend in Bayern vorzufinden: 19 der 45 Veranstalter haben hier ihren Sitz.

---

4 Zur Grundgesamtheit gehörten somit Bloomberg TV, NBC Europe, 13th Street (Universal), Discovery Channel, Disney Channel, Fox Kids, Djetskij Mir („Kinderwelt“), Nasche Kino („Unser Kino“), MGM Channel, Sci-Fi Channel und QVC, nicht jedoch CNN, CNBC, EuroNews, Eurosport, TRT, RTL Radio (Luxemburg), Music Choice, XTRA Music und TV Polonia.

Sitz des Veranstalters Bundesland	Gewinnorientierte private TV-Veranstalter <sup>1</sup>				Kabelanlagen und Zulieferprogramme	
	Insgesamt	Bundesweites TV <sup>2</sup>	Landesweites TV <sup>3</sup>	Lokal-TV <sup>4</sup>	Zulieferprogramme <sup>5</sup>	Veranstalter in Kabelanlagen <sup>6</sup>
Baden-Württemberg	11	2	0	9		
Bayern	43	21	3	19	7	
Berlin und Brandenburg	14	9	0	5		53
Bremen	1	0	1	0		
Hamburg	5	1	3	1		
Hessen	4	2	1	1		
Mecklenburg-Vorpommern	2	0	0	2		18
Niedersachsen	2	1	1	0		
Nordrhein-Westfalen	14	11	3	0		
Rheinland-Pfalz	9	2	2	5		
Saarland	2	0	1	1		
Sachsen	4	0	0	4		74
Sachsen-Anhalt	6	0	0	6		10
Schleswig-Holstein	3	0	1	2		
Thüringen	3	0	0	3		14
Ende 2004	123	49	16	58	7	169
Ende 2003	115	43	16	56	7	174

1 Jeweils mehrere Programme verbreiten folgende Veranstalter:

**Bayern:** 21 Veranstalter verbreiten 24 Programme (bundesweit): Studio Universal GmbH (2 bundesweite Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern); GoldStar TV GmbH & Co. KG (2 bundesweite Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern); Discovery Communications Deutschland GmbH (2 bundesweite Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern).

**Bayern:** 17 Veranstalter verbreiten 19 Programme (lokal): TV touring Fernsehgesellschaft mbH & Co. (3 lokale Programme in Bayern, Hauptsitz in Bayern).

**Berlin:** 9 Veranstalter verbreiten 12 Programme (bundesweit): RTvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH (3 bundesweite Programme in Berlin, Hauptsitz in Berlin); MTV Networks GmbH & Co. OHG (2 bundesweite Programme in Berlin, Hauptsitz in Berlin).

**Nordrhein-Westfalen:** 11 Veranstalter verbreiten 12 Programme (bundesweit): VIVA Fernsehen GmbH (2 bundesweite Programme in NRW, Hauptsitz in NRW).

**Hamburg:** 3 Veranstalter verbreiten 9 Programme (Landesfenster): RTL Nord GmbH (4 Landesfenster in Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Bremen, Hauptsitz in Hamburg); Sat.1 Norddeutschland GmbH (4 Landesfenster in Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Bremen, Hauptsitz in Hamburg).

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

Davon abgesehen sind *gesellschaftsrechtlich jeweils zu 100 % in der Hand derselben Muttergesellschaft:*

die bundesweiten Programme Kabel 1, ProSieben, Sat.1 und N24 und die von Sat.1.Norddeutschland GmbH verbreiteten Landesfenster (ProSiebenSAT.1 Media AG), die bundesweiten Programme RTL und RTL Shop sowie die Landesfenster RTL Hessen und RTL Nord (RTL Television GmbH), das bundesweite Programm NBC Europe und die 5 GIGA-Landesfenster (NBC Europe GmbH), je ein weiteres bundesweites (Pay-TV-)Programm mit den oben genannten Programmen der Studio Universal GmbH und der Goldstar TV GmbH & Co. KG (13th Street bzw. Hit 24).

2 In Deutschland lizenzierte Veranstalter mit Betriebsstätte im Inland.

3 21 landesweite TV-Fenster auf RTL, SAT.1, NBC und 9Live.

4 Ohne Veranstalter von Zulieferprogrammen mit eigener Lizenz und Aus- und Fortbildungskanälen (in Bayern), ohne Veranstalter in Kabelanlagen Ostdeutschlands mit jeweils weniger als 50.000 angeschlossenen Haushalten.

5 Anbieter von Zulieferprogrammen mit eigener Genehmigung (in Bayern) sowie Aus- und Fortbildungskanäle (in Bayern).

6 Veranstalter in Kabelanlagen Ostdeutschlands, einschließlich Stadtkanäle in Brandenburg und Veranstalter im Berliner Mischkanal, mit jeweils weniger als 50.000 angeschlossenen Haushalten.

## Tabelle 1.1.1: Private Fernsehveranstalter Ende 2004 nach Bundesländern

Sitz des Veranstalters Bundesland	TV-Programme analog/digital insgesamt	Analog verbreitete TV-Programme <sup>1</sup>			Nur digital verbreitete TV-Programme <sup>2</sup>			
		Insgesamt	Bundesweites TV	Landesweites TV	Lokal-TV <sup>3</sup>	Insgesamt	Free-TV bundesweit	Pay-TV bundesweit
Baden-Württemberg	11	11	2	0	9	0	0	0
Bayern	65	32	8	3	21 <sup>4</sup>	0	0	33 <sup>5</sup>
Berlin und Brandenburg	17	12	7	0	5	1	1	4
Bremen	3	3	0	3	0	0	0	0
Hamburg	5	4	0	3	1	1	1	0
Hessen	4	3	1	1	1	0	0	1
Mecklenburg-Vorpommern	2	2	0	0	2	0	0	0
Niedersachsen	4	4	1	3	0	0	0	0
Nordrhein-Westfalen	15	15	12 <sup>6</sup>	3 <sup>7</sup>	0	0	0	0
Rheinland-Pfalz	9	8	1	2	5	1	0	1 <sup>8</sup>
Saarland	2	2	0	1	1	0	0	0
Sachsen	6	6	0	0	6	0	0	0
Sachsen-Anhalt	6	6	0	0	6	0	0	0
Schleswig-Holstein	5	5	0	3	2	0	0	0
Thüringen	3	3	0	0	3	0	0	0
Ende 2004	157	116	32	22	62	41	2	39
Ende 2003	147	114	32	22	60	33	1	32

Quelle: AKM

1 Zahlreiche der analog verbreiteten Programme sind auch digital empfangbar. Drei Programme, die erst im 2. Halbjahr 2004 auf Sendung gingen, wurden in die Erhebung nicht einbezogen.

2 Sechs Programme, die erst im 2. Halbjahr 2004 auf Sendung gingen, wurden in die Erhebung nicht einbezogen.

3 Ohne Veranstalter in Kabelanlagen Ostdeutschlands mit weniger als 50.000 angeschlossenen Haushalten, ohne sechs Zulieferprogramme mit eigener Lizenz (in Bayern), ohne Aus- und Fortbildungskanal (in Bayern). Einschließlich eines bayerischen Informations- und Serviceprogramms, das Ende Oktober 2004 eingestellt wurde.

4 Einschließlich zwei Informations- und Service-Kanäle.

5 Einschließlich Premiere, Unterführung, dessen Bouquet 18 Programme umfasst.

6 Einschließliche AZ Media und dctp (hier jeweils als ein Programm gezählt).

7 Inklusive landesweitem Vollprogramm in Nordrhein-Westfalen.

8 Programmbouquet movies and more (prima tv), Mainz (hier als ein Programm gezählt).

## Table 1.1.2: Private Fernsehprogramme Ende 2004 nach Bundesländern

HBI / AKM 05

## 1.2.2 Hörfunk

Ausgehend vom Verzeichnis privater Hörfunkprogramme der Landesmedienanstalten hat die AKM die Grundgesamtheit aller Programme ermittelt, die mit Lizenz einer Landesmedienanstalt für mehr als 12 Stunden Sendezeit pro Woche verbreitet wurden. Insgesamt wurden 217 Hörfunkprogramme berücksichtigt, die von 190 Unternehmen veranstaltet werden.<sup>5</sup> Die Programme lassen sich folgenden Typen zuordnen (Tabelle 1.2):

- 11 bundesweit verbreitete Programme (darunter 1 Einkaufsradio, 1 Klassik-Programm, 2 religiöse Programme, 1 Programm volkstümlicher Musik, 1 Jazzprogramm, 1 Mittelwellenprogramm, 1 türkisch-deutsches Zielgruppenprogramm, 1 „Oldie“-Angebot und 2 Pop-Programme),
- 42 landesweit verbreitete Programme (darunter 4 Mantelprogramme, 1 Mittelwellenprogramm und 6 Berliner Programme, die in weiten Teilen Brandenburgs zu empfangen sind),<sup>6</sup>
- 15 Regionalsender, zu denen auch 12 Programme in Berlin, Hamburg und Bremen gehören, die jeweils in Teilen der angrenzenden Flächenländer empfangbar sind,
- 7 landesweit bzw. regional verbreitete DAB-Programme,
- 142 lokale Hörfunkprogramme, die sich auf sechs Bundesländer verteilen, die die rechtlichen und technischen Voraussetzungen für Lokalsender geschaffen haben: Baden-Württemberg (12 Programme), Bayern (63), Nordrhein-Westfalen (46), Sachsen (17) sowie Brandenburg (2) und Rheinland-Pfalz (2).

Ganz unberücksichtigt blieben nicht gewinnorientierte Programme, offene Kanäle und Internet-Radios.

---

5 Nicht berücksichtigt sind 12 sogenannte Zulieferprogramme, die in Bayern auf der Grundlage einer jeweils eigenen Sendelizenz bis zu zwölf Stunden pro Woche andere Lokalprogramme mit bestimmten Spartenangeboten ergänzen, und die lokalen DAB-Programme sowie die Aus- und Fortbildungskanäle.

6 Eines dieser Programme war 2004 nicht mehr auf Sendung.

Sitz des Veranstalter Bundesland	Private Hörfunk- und DAB-Programme insgesamt <sup>1</sup>	Analoge private Hörfunk-Programme				Landesweite/ Regionale DAB-Programme
		Insgesamt	Bundesweite <sup>2</sup>	Landesweite <sup>3</sup>	Regional-sender <sup>4</sup>	
Baden-Württemberg	19	19	2	1	3	0
Bayern	69	66	2	2	0	3
Berlin und Brandenburg	19	19	3 <sup>6</sup>	7	7	0
Bremen	1	1	0	0	1	0
Hamburg	7	5	1	0	4	2
Hessen	6	6	1	5	0	0
Mecklenburg-Vorpommern	2	2	0	2	0	0
Niedersachsen	4	3	0	3	0	1
Nordrhein-Westfalen	48	48	1	0	0	47
Rheinland-Pfalz	5	5	0	3	0	2
Saarland	2	2	0	2	0	0
Sachsen	22	22	0	5	0	17
Sachsen-Anhalt	5	4	0	4	0	1
Schleswig-Holstein	4	4	1	3	0	0
Thüringen	3	3	0	3	0	0
Ende 2004	216	209	11 <sup>7</sup>	40	15	143
Ende 2003	208	203	10	39	15	139 <sup>8</sup>
Quelle: AKM						HBI / AKM 05

1 Ohne 12 Zulieferer mit eigener Lizenz in Bayern, Aus- und Fortbildungskanäle, nichtkommerzielle Veranstalter und Internetradios.

2 Einschließlich Ladefunkprogramm P.O.S. Radio, Kiel, und der religiösen Programme ERF, Wetzlar, und Radio Horeb, Immenstadt.

3 Einschließlich Mantel- bzw. Rahmenprogramme, einschließlich Sender in Berlin, die in großen Teilen Brandenburgs zu empfangen sind (94,3 r.s.2; Radio Paradiso; 104,6 RTL; Berliner Rundfunk 911,4; Hundert,6; Spreeradio 105,5), ohne Mittelwellenprogramm Power 612, Kiel (im Januar 2004 eingestellt).

4 Regionalsender in Baden-Württemberg sowie Sender in Berlin, Hamburg und Bremen, die jeweils auch in Teilen der angrenzenden Flächenländer empfangbar sind.

5 Inklusive Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.

6 JAM FM, JazzRadio, METROPOL FM.

7 Ohne WILANTIS – das Wissenradio (Baden-Württemberg), das erst im Dezember 2004 auf Sendung ging.

8 Die Daten von 2 bayerischen Lokalprogrammen wurden, bezogen auf das Jahr 2003, nicht gesondert erhoben, sondern jeweils mit den Daten eines anderen Lokalprogramms zusammengefasst. Von den 139 Programmen liegen somit nur 137 Datensätze für das Jahr 2003 vor.

## Tablle 1.2: Private Hörfunkprogramme Ende 2004 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 13 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, von denen 10 sowohl Fernsehen als auch mehrere Hörfunkprogramme veranstaltet haben: die 9 in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten (die Mehrländeranstalten NDR, RBB, MDR und SWR sowie die Einländeranstalten BR, HR, RB, SR und WDR) und die Bundesrundfunkanstalt Deutsche Welle.
- Jeweils auf ein Medium spezialisiert sind das ZDF und das Deutschland-Radio.
- 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 und wird deshalb in die Erhebung einbezogen.

Innerhalb der ARD sowie in internationaler Kooperation wird 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 drei ausschließlich digital verbreitete Programme von ARD (Eins Extra, Eins Plus und Eins Festival) und ZDF (ZDF.info, ZDF.doku, Theaterkanal).
- 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.

Stz. der Anstalt Region Bundesland	Rundfunkaktivitäten		Hörfunkprogramme		Fernsehprogramme		Hörfunkprogramme	
	Anstalt	...mit TV - Aktivität	... mit Hörfunk- Aktivität	Bundesweit empfangbare Programme	zus. Regional- fenster ARD1/III.	Anstalt	Zahl der Programme <sup>1)</sup>	
<b>Nord:</b> Bremen Hamburg Niedersachsen Schleswig-Holstein Mecklenburg-Vorp.	RB NDR	1 1	1 1	Gemeinschaftsprogramme: Das Erste, 3sat, Kinderkanal (KiKA), Phoenix nur digital; Eins Extra, Eins Plus, Eins Festival, German TV <sup>2)</sup> 8 NDR Fernsehen <sup>4)</sup>	4 4	RB <sup>3)</sup> NDR	4 8	
<b>West:</b> Nordrhein-Westfalen	WDR, DW, DLR <sup>5)</sup>	2	3	WDR Fernsehen	1 8	WDR DW <sup>6)</sup> DLR	5 6 2	
<b>Ost:</b> Berlin Brandenburg Sachsen Sachsen-Anhalt Thüringen	RBB MDR	1 1	1 1	DW-TV RBB-Fernsehen MDR Fernsehen	1 1 2	RBB MDR	7 7	
<b>Südwest:</b> Hessen Saarland Baden-Württemberg Rheinland-Pfalz	HR SR SWR ZDF	1 1 1 1	1 1 1 1	hessen fernsehen ARTE Südwest Fernsehen <sup>9)</sup> ZDF-Hauptprogramm; nur digital; ZDF Info, ZDF.doku, Theaterkanal	1 1 2 4	HR <sup>7)</sup> SR SWR	7 4 8	
<b>Süd:</b> Bayern	BR	1	1	Bayerisches Fernsehen, BR-alpha	2 1	BR	5	
<b>Ende 2004</b>	13	12	11	22	18		63	

1) Nicht berücksichtigt sind Programme, die ausschließlich über DAB angeboten werden. - 2) German TV ist ein Gemeinschaftsprogramm von ARD, ZDF und der Deutschen Welle und seit dem 8. April 2002 als kostenpflichtiges Abonnementfernsehen ausschließlich in den USA empfangbar, das Programm wird zum 31.12.2005 eingestellt. - 3) Radio Bremen veranstaltet ein Hörfunkprogramm in Kooperation mit dem NDR und eines in Kooperation mit dem WDR. - 4) Der NDR veranstaltet in Kooperation mit Radio Bremen das Programm NDR Fernsehen. - 5) Deutsche Welle und Deutschlandradio produzieren auch in Berlin. - 6) Die Deutsche Welle sendet Programme in 30 Sprachen, dabei werden maximal 6 Programme gleichzeitig ausgestrahlt. 7) Inklusive HR Klassik, das am 30. September 2005 seinen Betrieb eingestellt hat. 8) Die ARTE Deutschland GmbH koordiniert die deutsche Programmzuleitung 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

HBI 05

**Tabelle 1.3: Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Programme Ende 2004**

- Für das Publikum in den USA betreibt die Deutsche Welle gemeinsam mit ARD und ZDF das Programm German TV als deutschsprachiges Abonnementfernsehen.<sup>7</sup>

Insgesamt sendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 22 Fernsehprogramme, von denen 21 in Deutschland bundesweit über Satellit empfangbar sind. Hinzu kommen 18 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 63 Hörfunkprogramme veranstaltet, darunter 6 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) und in der nach dem Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag geforderten Unterrichtung durch die Rundfunkanstalten. 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 und 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 2005 zugesandt. Da die Zuordnung nach Hörfunk- und Fernsehaktivitäten wie in den Vorjahren von den meisten ARD-Anstalten aufgrund ihrer Kostenrechnungssysteme nur partiell vorgenommen wurde und diese auch in den Berechnungen der KEF

---

<sup>7</sup> Wegen unzureichender Abonnentenzahl wird German TV zum 31. 12. 2005 eingestellt.

nicht systematisch erfolgt, wurden ergänzend vom Hans-Bredow-Institut Schätzungen vorgenommen.

## 1.4 Aufbau der Studie

Im ersten Teil der Studie (Kapitel 2 bis 6) erfolgt zunächst eine bundesweite Darstellung der deutschen Rundfunkwirtschaft:

- Kapitel 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 ermöglichen. Die Darstellung erfolgt getrennt für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk.
- In Kapitel 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.
- In Kapitel 4 der Studie wird die wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks im Jahr 2004 detailliert anhand der Betriebsergebnisse und der Aufwands- und Ertragsstrukturen (differenziert nach Programmtypen) untersucht. Hinzu kommen wesentliche Kennziffern für das Jahr 2003.
- In Kapitel 5 der Studie werden die Beschäftigungs-, Aufwands- und Ertragsstrukturen 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.
- Kapitel 6 enthält für die zentralen Kennziffern der Beschäftigten- und Wirtschaftsdaten einen Zeitvergleich für die Periode 1995 bis 2004. Neben einer aggregierten Betrachtung der Beschäftigung und der wirtschaftlichen Lage verschiedener Typen von Rundfunkanbietern erfolgt in Kapitel 7 und 8 eine *regionale Darstellung* der Rundfunkwirtschaft.
- In Kapitel 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 des Produktionswertes, der Bruttowertschöpfung sowie der sonstigen Mitarbeiter wird für alle Veranstalter mit mehreren Betriebsstätten proportional zur Zahl der Erwerbstätigen in verschiedenen Bundesländern vorgenommen. Produktions-

wert, Wertschöpfung und Erwerbstätige der Rundfunkwirtschaft werden den entsprechenden gesamtwirtschaftlichen Kennziffern der jeweiligen Bundesländer gegenübergestellt.

- In Kapitel 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 Programmtypen differenziert. Diese Länderübersichten enthalten ebenfalls gesamtwirtschaftliche Daten als Vergleichsgrößen. Die *regionale Zuordnung der Daten* erfolgt in diesem Abschnitt zu 100 Prozent nach dem jeweiligen Hauptsitz des Unternehmens, da eine länderweite Ausdifferenzierung für alle erhobenen Daten nicht sinnvoll durchzuführen ist (vgl. Kapitel 8).

In einem methodischen Anhang werden abschließend die Durchführung der Erhebungen der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München und des Hans-Bredow-Instituts ausführlich beschrieben.



## 2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks im Jahr 2004

### 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 2004 eine solche Berechnung für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland, d. h. für alle öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunk- und Fernsehveranstalter durchgeführt.

Hierbei können verschiedene Kennziffern verwendet werden, die im Rahmen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) entwickelt wurden.<sup>8</sup> Sie messen

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

Die Kennziffer, die den direkten Beitrag eines Wirtschaftszweiges zur Einkommensentstehung misst, ist die *Bruttowertschöpfung*. Sie entspricht der Differenz aus dem Produktionswert der Branche und den Vorleistungsbezügen aus anderen Branchen.<sup>9</sup> Wird die Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftszweige addiert, so erhält man das Bruttoinlandsprodukt (BIP) – das

---

<sup>8</sup> Vgl. im Detail Punkt A 3 im methodischen Anhang.

<sup>9</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.

Maß für das gesamte im Inland entstandene volkswirtschaftliche Einkommen. Die Bruttowertschöpfung lässt sich dabei in verschiedene Einkommenskomponenten zerlegen. Im Wesentlichen sind dies

- Einkommen aus unselbstständiger 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 „selbstständigen Journalisten“, „selbstständigen Künstlern“ oder „Vermittlung und Verleih von Arbeitskräften“ zugeordnet.<sup>10</sup>

## 2.2 Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigkeit im Jahr 2004

Der Produktionswert der Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat 2004 bei 14,9 Mrd. Euro gelegen. Hierin sind vor allem Werbeerträge (gerechnet als Bruttowerbeumsätze einschließlich der Provisionszahlungen an Agenturen),

---

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

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 10,9 Mrd. Euro ab, so errechnet sich für die Rundfunkwirtschaft eine Bruttowertschöpfung von 4,0 Mrd. Euro (Tabelle 2.1).

Die Rundfunkwirtschaft ist damit gesamtwirtschaftlich betrachtet ein relativ kleiner Wirtschaftszweig, ihr Beitrag zur Einkommensentstehung lag 2004 mit 4,0 Mrd. Euro unter 0,2 Prozent. Die Zahl der Erwerbstätigen

	Rundfunk insgesamt	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mio. Euro				
<b>Produktionswert<sup>1)</sup></b>	<b>14.918</b>	<b>7.879</b>	<b>7.039</b>	<b>11.366</b>	<b>3.552</b>
<b>Vorleistungen<sup>2)</sup></b>	<b>10.939</b>	<b>5.469</b>	<b>5.470</b>	<b>9.106</b>	<b>1.832</b>
<b>Bruttowertschöpfung<sup>3)</sup></b>	<b>3.980</b>	<b>2.411</b>	<b>1.569</b>	<b>2.260</b>	<b>1.720</b>
davon:					
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	3.170	2.338	832	2.017	1.153
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	960	246	714	274	686
Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	-150	-174	23	-32	-119
		Anzahl			
<b>Erwerbstätige</b>	<b>46.004</b>	<b>29.415</b>	<b>16.589</b>	<b>29.213</b>	<b>16.791</b>
	Tausend Euro				
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	86,5	82,0	94,6	77,3	102,4
	Anteile in %				
Produktionswert	100	53	47	76	24
Vorleistungen	100	50	50	83	17
Bruttowertschöpfung	100	61	39	57	43
darunter:					
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	100	74	26	64	36
Erwerbstätige	100	64	36	64	36
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler. - 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.					
3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					
Quelle: AKM; HBI					
HBI / AKM 05					

**Tabelle 2.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2004**  
Deutschland insgesamt

in den deutschen Rundfunkunternehmen hat Ende 2004 rund 46.000 betragen. Dabei war die Bruttowertschöpfung pro Kopf mit 86.500 Euro deutlich höher als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (etwa 56.700 Euro).

Der Anteil des privaten Rundfunks belief sich bei den Erwerbstätigen auf 36 Prozent, bei der Bruttowertschöpfung auf 39 Prozent. Dementsprechend war die Bruttowertschöpfung je Beschäftigten beim privaten Rundfunk höher als bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Beim Produktionswert lagen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk mit 53 Prozent zu 47 Prozent nahezu gleichauf.

Die unterschiedlichen Relationen bei den drei Kennziffern sind vor allem auf die weniger personalintensive Produktion und die höheren Vorleistungsbezüge der privaten Rundfunkanbieter zurückzuführen.

- Von den privaten Fernsehveranstaltern werden vergleichsweise mehr fertige Produktionen gekauft oder als Aufträge an Fernsehproduktionsunternehmen vergeben als dies bei ARD und ZDF 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 selbstständige technische Sendezentren gegründet. Bei den privaten Teleshopping-Kanälen werden außerdem teilweise Aktivitäten wie Bestellannahme und Warenversand von selbstständigen Dienstleistungstöchtern durchgeführt.

Auf Basis 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 2004 auch auf die beiden Medien Hörfunk und Fernsehen aufgeteilt werden:

- Am Produktionswert des Rundfunks hatte das Fernsehen 2004 einen Anteil von gut drei Vierteln. Hier machen zugleich die Vorleistungen einen größeren Teil des Produktionswertes aus.
- Rund 29.200 Erwerbstätige waren mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen beschäftigt (64 %), weitere 16.800 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen (36 %).
- Der Anteil des Fernsehens an der Bruttowertschöpfung lag mit 57 Prozent über dem des Hörfunks. Die Wertschöpfung je Erwerbstäti-gem war beim Fernsehen deutlich geringer als beim Hörfunk. Hier spielt allerdings auch die Aufteilung der Rundfunkgebühren in Grundgebühren und Fernsehgebühren eine Rolle, die beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen rechnerisch zu Betriebsverlusten, beim Hörfunk hingegen zu Betriebsgewinnen führt.

## 2.3 Entwicklung der Rundfunkwirtschaft seit 1995

Vergleicht man die Ergebnisse der bisherigen Erhebungen, so zeigt sich, dass sich die Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft seit 1995 um gut ein Drittel gesteigert hat, vor allem durch das Wachstum beim privaten Rundfunk (Tabelle 2.2). Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat sich die Wertschöpfung in dieser Zeit kaum verändert, weil Personaleinsparungen politisch gewollt sind und die Rundfunkgebühren weitgehend der Kostenentwicklung folgen.

Auffällig sind die starken Schwankungen beim privaten Rundfunk. Zwischen 1995 und 2000 hat es hier einen deutlichen Zuwachs der Wertschöpfung gegeben. 2002 ist die Wertschöpfung sehr viel geringer und liegt sogar weit unter den Einkommen aus unselbstständiger Arbeit – in der

	1995	2000	2002	2004	2004/1995
	<b>Rundfunk insgesamt</b>				
	Mio. Euro				Veränderung in %
Produktionswert <sup>1)</sup>	10.231	14.050	14.407	14.918	46
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	2.925	3.001	2.974	3.980	36
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	2.605	3.061	3.005	3.170	22
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	197	152	-368	960	387
	<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>				
	Mio. Euro				Veränderung in %
Produktionswert <sup>1)</sup>	6.138	7.053	7.857	7.879	28
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	2.447	2.160	2.498	2.411	-1
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	2.204	2.317	2.233	2.338	6
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	143	65	428	246	72
	<b>Privater Rundfunk</b>				
	Mio. Euro				Veränderung in %
Produktionswert <sup>1)</sup>	4.093	6.997	6.550	7.039	72
Bruttowertschöpfung <sup>2)</sup>	478	841	476	1.569	228
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	401	744	772	832	107
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	54	86	-796	714	-
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler und abzüglich Subventionen.					
2) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					
Quelle: AKM; HBI					
HBI /AKM 05					

**Tabelle 2.2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995–2004 Deutschland insgesamt**

Konsequenz kommt es bei den Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen und Abschreibungen zu einem Defizit von 800 Mio. Euro. Dies hat sich 2004 deutlich geändert: Der Produktionswert hat um 500 Mio. Euro zugenommen, die Vorleistungen sind um 600 Mio. zurückgegangen, so dass eine Bruttowertschöpfung von knapp 1,6 Mrd. Euro erzielt werden konnte.

## 3 Beschäftigungsumfang und Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk

### 3.1 Datengrundlagen

Die Beschäftigtenstruktur der privaten und der öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunkunternehmen wird von der amtlichen Statistik nicht erfasst. Die einzige Angabe, die es aus der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur 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 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.

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 den Daten der amtlichen Statistik ist für diese Mitarbeiter allerdings nicht möglich, da genauere Erhebungen zur Gruppe der selbstständigen Journalisten, Künstler, etc. nur in langjährigen Abständen durchgeführt werden.

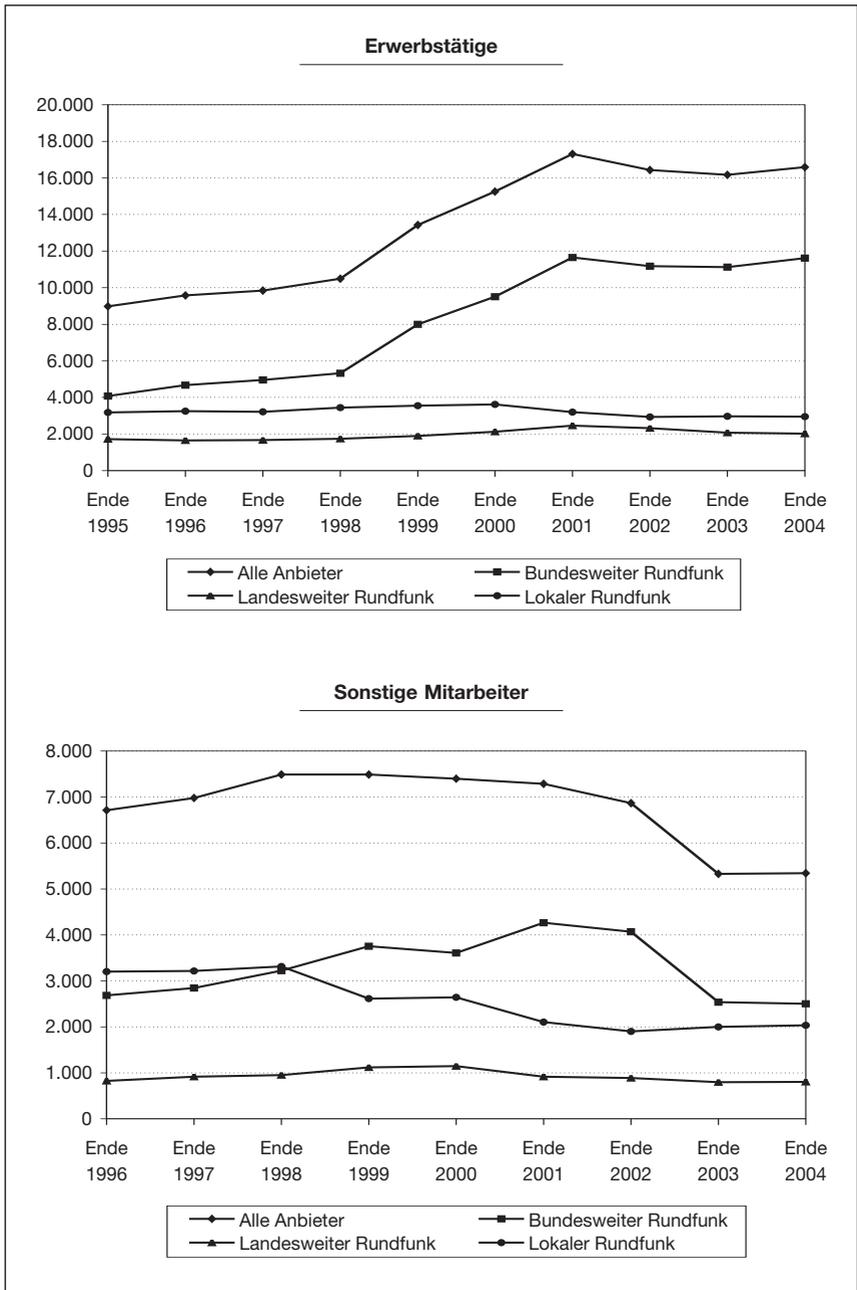
Sowohl für die Teilgruppe der festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) als auch für die der sonstigen Mitarbeiter wurde die Zahl der Beschäftigten Ende 2003 und Ende 2004 erhoben. Um bei der Teilgruppe der sonstigen, d. h. nicht regelmäßig tätigen freien Mitarbeiter einen unerwünschten Stichtageffekt (die Beschäftigung am Jahresende muss nicht unbedingt repräsentativ für das Gesamtjahr sein) zu vermeiden, wurde hier abweichend nach den sonstigen freien Mitarbeitern „in einer durchschnittlichen Sende-woche“ gefragt.

## **3.2 Beschäftigung im privaten Rundfunk 2003/2004: Gesamtüberblick**

### *a) Beschäftigungstrend 2004*

Ende 2004 waren bei den privaten Hörfunk- und Fernsehangebietern in Deutschland zusammen knapp 16.600 feste Mitarbeiter und gut 5.300 sonstige Mitarbeiter tätig (Abbildung 3-1). Bei den festen Mitarbeitern bedeutet dies nach dem Rückgang 2002 eine Stabilisierung. Gegenüber dem Jahresende 2003 ist die Zahl der festen Mitarbeiter um 2,6 Prozent gestiegen. Der Höchststand aus dem Jahre 2001 ist damit aber noch nicht wieder erreicht. Auch bei den sonstigen Mitarbeitern hat sich die Beschäftigung nach erheblichem Rückgang bis 2003 nun anscheinend stabilisiert.

Differenziert die Betrachtung danach, ob die Veranstalter bundesweit, landesweit oder lokal orientiert sind, so zeigt sich ein Beschäftigungszuwachs nur bei den bundesweiten Anbietern, während die lokalen und die



**Abbildung 3-1: Beschäftigungsentwicklung im privaten Rundfunk 1995–2004**

	Beschäftigung			Beschäftigtenstruktur			Relation Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk
<b>Erwerbstätige Ende 2003</b>	16.175	12.188	3.987	-	-	-	100	75	25
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	16.589	12.689	3.900	100	100	100	100	76	24
Vollzeitbeschäftigte	11.062	8.417	2.645	67	66	68	100	76	24
Teilzeitbeschäftigte	4.435	3.652	783	27	29	20	100	82	18
Auszubildende	1.092	620	472	7	5	12	100	57	43
Erwerbstätige im Programmbereich	5.706	3.457	2.249	34	27	58	100	61	39
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2003</b>	5.329	3.140	2.189	-	-	-	100	59	41
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	5.343	3.091	2.252	100	100	100	100	58	42
Praktikanten	1.207	662	545	23	21	24	100	55	45
Feste freie Mitarbeiter	2.994	1.777	1.217	56	57	54	100	59	41
Sonstige freie Mitarbeiter	1.142	652	490	21	21	22	100	57	43
Sonstige Mitarbeiter im Programmbereich	3.220	1.465	1.755	60	47	78	100	45	55
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2003</b>	21.504	15.328	6.176	-	-	-	100	71	29
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	21.932	15.780	6.152	-	-	-	100	72	28

Quellen: AKM

HBI / AKM 05

Tabelle 3.1: Beschäftigung im privaten Rundfunk 2003/2004

landesweiten Rundfunkveranstalter noch einen geringfügigen Beschäftigungsrückgang zu verzeichnen haben.

*b) Beschäftigtenstruktur Ende 2004*

Rechnet man die Erwerbstätigen und die sonstigen Mitarbeiter zusammen, so waren Ende 2004 bei den 123 kommerziellen Fernsehveranstaltern mit ihren 157 Programmen rund 15.800 Mitarbeiter tätig, bei den 190 privaten Hörfunkveranstaltern (mit 216 Programmen) waren es 6.150. Von den festen Mitarbeitern des privaten Rundfunks arbeiteten 76 Prozent bei den Fernsehveranstaltern. Bei den sonstigen Mitarbeitern beträgt der Anteil des Fernsehens 58 Prozent (vgl. Tabelle 3.1).

Nach den Angaben der befragten Unternehmen hatten die festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) im privaten Rundfunk Ende 2004 folgende Struktur:

- Die in den Vorjahren beobachtete Verschiebung von der Vollzeit- zur Teilzeitbeschäftigung hat sich beim Hörfunk weiter fortgesetzt. Hier kamen Ende 2004 auf 100 Vollzeitbeschäftigte annähernd 30 Teilzeitbeschäftigte; zwei Jahre zuvor waren es noch 25 Teilzeitbeschäftigte je 100 Vollzeitbeschäftigte.
- Anders ist die Entwicklung beim privaten Fernsehen. Waren es 2002 noch 52 Teilzeitbeschäftigte auf 100 Vollzeitbeschäftigte, so hat sich diese Relation Ende 2004 auf 42 Teilzeitbeschäftigte je 100 Vollzeitbeschäftigte verändert. Absolut hat sich die Zahl der Vollzeitbeschäftigten in den zwei Jahren von 7.550 auf 8.400 erhöht, während die Zahl der Teilzeitkräfte von 3.850 auf 3.650 zurückgegangen ist. Dies lässt vermuten, dass in manchen Fällen Teilzeitkräfte nun (wieder) als Vollzeitkräfte eingesetzt werden.
- Der Anteil der Auszubildenden lag beim privaten Hörfunk mit 12 Prozent deutlich höher als beim privaten Fernsehen mit 5 Prozent. Insgesamt befanden sich zum Jahresende 2004 fast 1.100 Personen in Ausbildung bei einem privaten Rundfunkunternehmen.
- Die Zahl der Praktikanten hat sich gegenüber der früheren Erhebung um 14 Prozent erhöht. Die Rundfunkveranstalter folgen damit einer Tendenz, die auch in anderen Bereichen der Wirtschaft zu beobachten ist.
- Die Tätigkeitsschwerpunkte wurden bei dieser Erhebung aus Kostengründen nicht mehr so differenziert erhoben wie in den Vorjahren. Weiterhin erfragt wurde die Zahl der Erwerbstätigen im Programmbereich. Beim Hörfunk sind 2004 rund 400 Personen weniger im Programmbereich beschäftigt als 2002, dabei hat sich aber der Anteil des Programmbereichs mit 58 Prozent der festen Mitarbeiter kaum verändert.

Beim Fernsehen ist demgegenüber die Zahl der Erwerbstätigen im Programmbereich von fast 4.600 Ende 2002 auf 3.450 zum Jahresende 2004 zurückgegangen, obwohl die Gesamtzahl der Erwerbstätigen in dieser Zeit um 700 zugenommen hat. Dies deutet darauf in, dass zur Sicherung der Wirtschaftlichkeit angesichts der anhaltenden Flaute auf dem Werbemarkt die Arbeitsschwerpunkte in den Fernsehunternehmen anders gesetzt wurden.

### 3.3 Beschäftigung im privaten Fernsehen 2003/2004

Von den fast 12.700 festen Mitarbeitern, die Ende 2004 bei privaten Fernsehveranstaltern tätig waren, arbeiteten

- rund 11.200 (oder 88 %) bei den Anbietern der 73 bundesweiten Programme (inkl. 39 nur digital verbreiteter Programme, insb. Pay-TV),
- 300 (oder 2 %) bei den 22 landesweiten (Fenster-)Programmen und
- knapp 1.200 (oder 9 %) bei den 62 lokalen Programmen.

Gegenüber dem Jahresende 2003 gibt es beim bundesweiten Fernsehen einen deutlichen Anstieg um 500 feste Mitarbeiter, während bei den landesweiten und den lokalen Programmen nur ein geringfügiger Anstieg zu verzeichnen ist.

Bei den sonstigen Mitarbeitern ist die Zahl der Beschäftigten annähernd stabil, hier gibt es von 2003 auf 2004 jeweils nur einen geringen Rückgang.

Bei den bundesweit angebotenen Fernsehprogrammen lohnt der nähere Blick auf die Verteilung nach Programmtypen (Tabelle 3.3). Bei den festen Mitarbeitern ist nämlich auch 2004 bei den Vollprogrammen, den Spartenprogrammen und beim Pay-TV ein Rückgang des Personalbestandes zu beobachten. Einen geringen Zuwachs gibt es bei den bundesweiten Fensterprogrammen, einen sehr starken Zuwachs – um fast 800 feste Mitarbeiter – haben dagegen die Teleshopping-Programme aufzuweisen. Nach den 10 Free-TV-Vollprogrammen mit zusammen 3.900 Erwerbstätigen nehmen die 5 Teleshopping-Kanäle mit fast 3.800 Erwerbstätigen den zweiten Rang ein. Sie haben einem sehr hohen Anteil von Teilzeitbeschäftigten, andererseits einen geringen Anteil von 12 Prozent der festen Mitarbeiter im Programmbereich. Letzteres gilt auch für die Pay-TV-Anbieter, bei denen ebenfalls nur 12 Prozent der festen Mitarbeiter dem Programmbereich zugeordnet werden.

	Privates Fernsehen gesamt		Programmtypen			Anteile der einzelnen Programmtypen			
	Beschäftigte	Struktur in %	Bundesweites Fernsehen	Landesweites Fernsehen	Lokal-TV	insgesamt	Bundesweites Fernsehen	Landesweites Fernsehen	Lokal-TV
			Anzahl				Anteile in %		
<b>Erwerbstätige Ende 2003</b>	12.188	-	10.743	291	1.154	100	88	2	9
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	12.689	100	11.216	305	1.168	100	88	2	9
Vollzeitbeschäftigte	8.417	66	7.444	244	729	100	88	3	9
Teilzeitbeschäftigte	3.652	29	3.500	24	128	100	96	1	4
Auszubildende	620	5	272	37	311	100	44	6	50
Erwerbstätige im Programmbereich	3.457	27	2.609	184	664	100	75	5	19
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2003</b>	3.140	-	2.414	102	624	100	77	3	20
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	3.091	100	2.370	98	623	100	77	3	20
Praktikanten	662	21	415	30	217	100	63	5	33
Feste freie Mitarbeiter	1.777	57	1.432	66	279	100	81	4	16
Sonstige freie Mitarbeiter	652	21	523	2	127	100	80	0	19
Sonstige Mitarbeiter im Programmbereich	1.465	47	1.002	96	367	100	68	7	25
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2003</b>	15.328	-	13.157	393	1.778	100	86	3	12
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	15.780	-	13.586	403	1.791	100	86	3	11
<b>Zahl der Programme</b>	157		73	22	62				
Quellen: AKM	HBI / AKM 05								

**Tabelle 3.2: Beschäftigung im privaten Fernsehen 2003/2004 nach Programmtypen**

	Bundesweites Fernsehen gesamt		darunter:				Anteile der bundesweiten Programmtypen am bundesweiten Fernsehen						
	Beschäftigte Anzahl	Struktur in %	Free-TV- Volprogramme	Free-TV- Sparten- programme <sup>1)</sup>	Bundesweite TV-Fenster	Pay-TV	Tele- shopping	insgesamt	Free-TV- Volprogramme	Free-TV- Sparten- programme	Bundesweite TV-Fenster	Pay-TV	Tele- shopping
			Anzahl				Anteile in %						
<b>Erwerbstätige Ende 2003</b>	10.743	-	3.916	1.738	121	1.969	2.999	100	36	16	1	18	28
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	11.216	100	3.886	1.633	125	1.802	3.770	100	35	15	1	16	34
Vollzeitbeschäftigte	7.444	66	2.912	1.325	92	1.189	1.926	100	39	18	1	16	26
Teilzeitbeschäftigte	3.500	31	852	234	22	598	1.794	100	24	7	1	17	51
Auszubildende	272	2	122	74	11	15	50	100	45	27	4	6	18
Erwerbstätige im Programmbereich	2.609	23	1.173	677	107	213	439	100	45	26	4	8	17
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2003</b>	2.414	-	1.290	795	41	50	238	100	53	33	2	2	10
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	2.370	100	1.223	804	39	76	228	100	52	34	2	3	10
Praktikanten	415	18	160	162	10	39	44	100	39	39	2	9	11
Feste freie Mitarbeiter	1.432	345	843	453	25	31	80	100	59	32	2	2	6
Sonstige freie Mitarbeiter	523	37	220	189	4	6	104	100	42	36	1	1	20
Sonstige Mitarbeiter im Programmbereich	1.002	192	506	395	7	28	66	100	50	39	1	3	7
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2003</b>	13.157	-	5.206	2.533	162	2.019	3.237	100	40	19	1	15	25
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	13.586	-	5.109	2.437	164	1.878	3.998	100	38	18	1	14	29
<b>Zahl der Programme</b>	73	-	10	15	4	39	5						

<sup>1)</sup> Analog bzw. digital.

Quellen: AKM

HBI/AKM 05

### Table 3.3: Beschäftigung im bundesweiten privaten Fernsehen 2003/2004

### 3.4 Beschäftigung im privaten Hörfunk 2003/2004

Anders als beim privaten Fernsehen ist zwischen 2003 und 2004 die Beschäftigung beim privaten Hörfunk insgesamt weiterhin etwas rückläufig von knapp 4.000 auf 3.900 Erwerbstätige.

- Beim bundesweiten Hörfunk ist die Zahl der festen Mitarbeiter praktisch konstant, während die Zahl der sonstigen Mitarbeiter geringfügig zunimmt,
- beim landesweiten Hörfunk sinkt die Zahl der Erwerbstätigen um 4 Prozent von 1.769 auf 1.698 und die Zahl der sonstige Mitarbeiter nimmt geringfügig zu,
- beim lokalen Hörfunk, dem auch das gemeinsame Rahmenprogramm für den Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen zugerechnet wird, nimmt die Zahl der festen Mitarbeiter geringfügig ab und die der sonstigen Mitarbeiter geringfügig zu.

Betrachtet man die Personalstruktur der verschiedenen Programmtypen, so fällt auf, dass die lokalen Anbieter besonders viel ausbilden: 14 Prozent der festen Mitarbeiter sind Auszubildende. Bei den landesweiten Anbietern sind es 11 Prozent, und bei den bundesweiten nur 6 Prozent.

Auch freie Mitarbeiter werden beim Hörfunk in großer Zahl eingesetzt. Auf 100 feste Mitarbeiter werden beim bundesweiten Hörfunk 33 und beim landesweiten Hörfunk 41 sonstige Mitarbeiter gezählt, beim lokalen Hörfunk sind es sogar 79 sonstige Mitarbeiter auf 100 Erwerbstätige.

Betrachtet man die Beschäftigung beim lokalen Hörfunk getrennt nach Bundesländern, so zeigen sich einige regionale Unterschiede (Tabelle 3.5). In Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen liegt die Zahl der Erwerbstätigen zwischen 13 und 17 je Programm, während in Sachsen im Durchschnitt nur gut 4 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.

	Privater Hörfunk insgesamt		Programmtypen				Programmtypen				
	Beschäftigte	Struktur	Anzahl	in %	Anzahl		insgesamt	in %			
					bundesweit	landesweit		lokal <sup>1)</sup>	DAB	bundesweit	landesweit
<b>Erwerbstätige Ende 2003</b>	3.987	-	389	1.769	1.816	13	100	10	44	46	0
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	3.900	100	398	1.698	1.791	13	100	10	44	46	0
Vollzeitbeschäftigte	2.645	68	257	1.178	1.201	9	100	10	45	45	0
Teilzeitbeschäftigte	783	20	118	330	333	2	100	15	42	43	0
Auszubildende	472	12	23	190	257	2	100	5	40	54	0
Erwerbstätige im Programmbereich	2.249	58	163	1.053	1.022	11	100	7	47	45	0
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2003</b>	2.189	-	121	683	1.374	11	100	6	31	63	1
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	2.252	100	133	694	1.413	12	100	6	31	63	1
Praktikanten	545	24	34	279	232	0	100	6	51	43	0
Feste freie Mitarbeiter	1.217	54	58	339	811	9	100	5	28	67	1
Sonstige freie Mitarbeiter	490	22	41	76	370	3	100	8	16	76	1
Sonstige Mitarbeiter im Programmbereich	1.755	78	77	502	1.164	12	100	4	29	66	1
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2003</b>	6.176	-	510	2.452	3.190	24	100	8	40	52	0
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	6.152	-	531	2.392	3.204	25	100	9	39	52	0

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

Quelle: AKM

HBI / AKM 05

**Tabelle 3.4: Beschäftigung im privaten Hörfunk 2003/2004 nach Programmtypen**

	Gesamt <sup>1)</sup>	darunter in:			
		Baden- Württemberg	Bayern	Nordrhein- Westfalen <sup>2)</sup>	Sachsen
		Anzahl			
<b>Zahl der Anbieter Ende 2004</b>	<b>141</b>	<b>12</b>	<b>62</b>	<b>46</b>	<b>17</b>
<b>Erwerbstätige Ende 2003</b>	<b>1.816</b>	<b>199</b>	<b>860</b>	<b>642</b>	<b>76</b>
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	<b>1.791</b>	<b>199</b>	<b>827</b>	<b>632</b>	<b>75</b>
Vollzeitbeschäftigte	1.201	138	539	422	54
Teilzeitbeschäftigte	333	24	173	122	14
Auszubildende	257	37	115	88	7
Erwerbstätige im Programmbereich	1.022	87	464	391	45
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2003</b>	<b>1.374</b>	<b>118</b>	<b>436</b>	<b>711</b>	<b>90</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	<b>1.413</b>	<b>123</b>	<b>482</b>	<b>680</b>	<b>98</b>
Praktikanten	232	28	126	48	22
Feste freie Mitarbeiter	811	81	247	405	62
Sonstige freie Mitarbeiter	370	14	109	227	14
Sonstige Mitarbeiter im Programmbereich	1.164	86	359	647	44
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2003</b>	<b>3.190</b>	<b>317</b>	<b>1.296</b>	<b>1.353</b>	<b>166</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	<b>3.204</b>	<b>322</b>	<b>1.309</b>	<b>1.312</b>	<b>173</b>
<p>1) Aus Gründen der Anonymisierung werden je zwei lokale Hörfunkprogramme in Berlin/Brandenburg und Rheinland-Pfalz nicht getrennt ausgewiesen. Die Angaben der Programme sind jedoch in der Gesamt-Spalte enthalten.  2) inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.</p>					
<p>Quelle: AKM <span style="float: right;">HBI / AKM 05</span></p>					

**Tabelle 3.5: Beschäftigung im lokalen Hörfunk 2003/2004**



## 4 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2003/2004

### 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, allerdings wurden zur Verringerung des Erhebungsaufwandes die Erträge und Aufwendungen weniger differenziert erfasst. 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 im Juli 2005 für das Kalenderjahr 2004.

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 Sponsoring,
- Erträge aus Programmverkäufen und Auftragsproduktionen,
- Erträge aus Fördermaßnahmen und Zuwendungen,
- Erträge 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>11</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 selbstständiges künstlerisches und technisches Personal,
- Kosten der Programmverbreitung,
- sonstige Sachkosten,
- steuerliche Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Investitionen,
- indirekte Steuern, die bei der Gewinnermittlung abzugsfähig sind (z. B. Grundsteuer, Kfz-Steuer, etc.).

Weiterhin wurden Informationen zu den Investitionen in Bauten, Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände im Jahr 2004 erhoben.

Um die wirtschaftliche Entwicklung im Zeitablauf darstellen zu können, wurden außerdem die Gesamterträge und Gesamtaufwendungen des Jahres 2003 erfasst. Darüber hinaus wurden die Anbieter befragt, in welchem Maße sie im Jahr 2005 Veränderungen bei den Kosten und den Erträgen erwarten.

## **4.2 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2004: Gesamtüberblick**

Die privaten Rundfunkveranstalter erzielten im Jahre 2004 zusammen Erträge von rund 6,7 Mrd. Euro. Davon gingen 6,1 Mrd. Euro oder 91 Prozent an die Fernseh-Anbieter und 600 Mio. Euro (9 %) an die Hörfunk-Anbieter. Dem stehen Aufwendungen in Höhe von 6,1 Mrd. Euro gegenüber, davon 5,6 Mrd. Euro beim privaten Fernsehen und 540 Mio. Euro beim privaten Hörfunk. Damit erreichte das private Fernsehen insgesamt einen Kostendeckungsgrad von 109 Prozent, der private Hörfunk sogar von 112 Prozent.

---

<sup>11</sup> Brutto- und Nettowerbeeinnahmen können um 15 %-25 % voneinander abweichen.

	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>	568	503	65	-	-	-	-	-	-
<b>Erträge 2004</b>	6.704	6.102	602	100	100	100	100	91	9
Werbespots insgesamt	3.697	3.219	478	55	53	79	100	87	13
davon:									
• überregionale Werbung	3.404	3.142	262	51	51	43	100	92	8
• regionale Werbung	293	77	216	4	1	36	100	26	74
Sponsoring	276	233	43	4	4	7	100	85	15
Programmverkäufe	147	140	7	2	2	1	100	95	5
Call Media	270	260	10	4	4	2	100	96	4
Veranstaltungen	14	0	13	0	0	2	100	3	97
Fördermaßnahmen	11	8	4	0	0	1	100	67	33
Sonstige Erträge	2.290	2.242	48	34	37	8	100	98	2
<b>Aufwand 2004</b>	6.136	5.599	537	100	100	100	100	91	9
Personalkosten	832	684	148	14	12	28	100	82	18
Vergütungen	114	82	32	2	1	6	100	72	28
Kosten Programmbreitening	488	434	54	8	8	10	100	89	11
Sonstige Sachkosten	4.523	4.255	268	74	76	50	100	94	6
Abschreibungen/Steuern	180	145	35	3	3	7	100	80	20
<b>Investitionen 2004</b>	113	98	14	-	-	-	100	87	13
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	109	109	112	-	-	-	-	-	-
Quelle: AKM									HBI / AKM 05

**Tabelle 4.1: Wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks 2004**

Privater Rundfunk ist weiterhin überwiegend werbefinanziert. Rechnet man neben den Einnahmen aus klassischen Werbespots auch Sponsoring hinzu, so stammen im privaten Fernsehen 56 Prozent und im privaten Hörfunk 86 Prozent der Gesamterträge aus Werbeeinnahmen. Weitere 4 Prozent stammen aus telefonischen Mehrwertdiensten (Call Media). Die Erträge aus Pay-TV und Teleshopping wurden nicht gesondert erfragt, lassen sich jedoch an den Erträgen ermessen, die nicht anders zugeordnet wurden: bei den Pay-TV-Anbietern waren das 1,0 Mrd. Euro (17 % der Gesamterträge des privaten Fernsehens), bei den Teleshopping-Anbietern 900 Mio. Euro (15 % der Gesamterträge des privaten Fernsehens).

### **4.3 Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens**

#### **4.3.1 Auswertung für unterschiedliche Programmtypen**

Die Angaben der privaten TV-Veranstalter zu den Erträgen und Aufwendungen wurden für folgende Programmtypen ausgewertet:

- 49 Veranstalter, die insgesamt 73 analoge oder digitale Fernsehprogramme mit bundesweiter Verbreitung sendeten,
- 16 Veranstalter von einem landesweiten Programm und 21 sogenannten Landesfenstern auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter,
- 58 Veranstalter von 62 lokalen oder regionalen Programmen.<sup>12</sup>

#### **4.3.2 Wirtschaftliche Lage des bundesweiten privaten Fernsehens**

Die Gruppe der bundesweiten Anbieter (Tabelle 4.2) erzielte 2004 insgesamt ein Betriebsergebnis von 520 Mio. Euro. Dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 110 Prozent. Gegenüber den Werten für das Jahr 2003 hat sich die wirtschaftliche Lage deutlich verbessert, da die Aufwendungen weiter reduziert wurden, während die Erträge wieder gestiegen sind. Ein Kostendeckungsgrad von 100 Prozent und mehr wurde 2004 von 31 Programmen erzielt. Insbesondere die Free-TV-Vollprogramme waren mit einem Betriebsergebnis von 509 Mio. Euro sehr erfolgreich; sieben der zehn Programme haben 2004 einen Kostendeckungsgrad von 100 Prozent und mehr erreicht.

---

<sup>12</sup> Hier sind die lokalen und die sogenannten Ballungsraum-Sender zusammengefasst, nicht jedoch die ausschließlich in Kabelanlagen verbreiteten Programme, Zulieferprogramme und Aus- und Fortbildungsprogramme.

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 „sonstigen Erträge“ in Höhe von 1,0 Mrd. Euro im Vordergrund, bei denen es sich im Wesentlichen um Entgelte für Pay-TV handelt. Die Pay-TV-Programme sind als einziger bundesweiter Programmtyp insgesamt nicht kostendeckend;

	Bundesweite TV-Programmtypen						
	Free-TV-Vollprogramme	Free-TV-Spartenprogramme <sup>1)</sup>	Bundesweite TV-Fenster	Free-TV gesamt in Mio. Euro	Pay-TV	Teleshopping	bundesweites Fernsehen insgesamt
<b>Betriebsergebnis 2004</b>	<b>509</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>531</b>	<b>-53</b>	<b>45</b>	<b>524</b>
<b>Erträge 2004</b>	<b>3.300</b>	<b>597</b>	<b>75</b>	<b>3.972</b>	<b>1.079</b>	<b>908</b>	<b>5.960</b>
Werbespots insgesamt <sup>2)</sup>	2.769	339	0	3.108	38	2	3.148
davon:							
• überregionale Werbung	2.756	304	0	3.061	37	2	3.100
• regionale Werbung	12	34	0	47	1	0	48
Sponsoring	175	42	0	217	0	0	218
Programmverkäufe	74	6	20	100	3	2	104
Call Media	113	145	0	258	0	2	260
Veranstaltungen	0	0	0	0	0	0	0
Fördermaßnahmen	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige Erträge	169	66	55	290	1.038	901	2.229
<b>Aufwand 2004</b>	<b>2.791</b>	<b>577</b>	<b>73</b>	<b>3.441</b>	<b>1.132</b>	<b>863</b>	<b>5.436</b>
Personalkosten	296	96	7	399	119	121	639
Vergütungen	42	18	1	61	1	9	72
Kosten der technischen Programmverbreitung	155	102	0	257	108	54	419
Sonstige Sachkosten	2.250	338	63	2.651	870	648	4.168
Abschreibungen/Steuern	48	23	3	73	34	30	138
<b>Kostendeckungsgrad 2004</b>	<b>118</b>	<b>104</b>	<b>103</b>	<b>115</b> Anzahl	<b>95</b>	<b>105</b>	<b>110</b>
darunter: 100 % und mehr	7	6	3	16	13	2	31
<b>Zahl der Programme 2004</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>29</b> in Mio. Euro	<b>39</b>	<b>5</b>	<b>73</b>
Erträge je Programm	330,0	39,8	18,8	137,0	27,7	181,6	81,6
Aufwand je Programm	279,1	38,5	18,2	118,7	29,0	172,5	74,5
zum Vergleich:				in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2003</b>	<b>392</b>	<b>-23</b>	<b>3</b>	<b>371</b>	<b>-165</b>	<b>17</b>	<b>223</b>
<b>Erträge 2003</b>	<b>3.397</b>	<b>520</b>	<b>74</b>	<b>3.991</b>	<b>876</b>	<b>809</b>	<b>5.676</b>
darunter: Werbespots insgesamt	2.894	316	0	3.210	14	1	3.225
<b>Aufwand 2003</b>	<b>3.005</b>	<b>543</b>	<b>71</b>	<b>3.619</b> in %	<b>1.042</b>	<b>792</b>	<b>5.453</b>
<b>Kostendeckungsgrad 2003</b>	<b>113</b>	<b>96</b>	<b>104</b>	<b>110</b>	<b>84</b>	<b>102</b>	<b>104</b>

1) Analog bzw. digital.  
2) Ohne Provisionen für Werbemittler.  
Quelle: AKM

**Tabelle 4.2: Wirtschaftliche Situation der bundesweiten TV-Programme 2003/2004**

sie weisen 2004 ein Defizit in Höhe von 53 Mio. Euro aus (2003 war es noch ein Defizit von 169 Mio. Euro).

Auch die Erträge aus Teleshopping wurden nicht separat erfragt; die „sonstigen Erträge“ bei den Teleshopping-Anbietern in Höhe von 900 Mio. Euro sind jedoch fast durchweg dem Verkauf von Waren zuzurechnen. Von den fünf Programmen dieses Typs haben 2004 nur zwei einen Kostendeckungsgrad von 100 Prozent oder mehr erreicht.

Bei den Aufwendungen der bundesweiten Anbieter machen die Personalkosten im Umfang von 640 Mio. Euro rund 12 Prozent der Aufwendungen aus, die Vergütungen für freie Mitarbeiter belaufen sich nur auf 70 Mio. Euro (1 %). Für die Verbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Frequenzen wurden mit rund 420 Mio. Euro knapp 8 Prozent der Gesamtaufwendungen ausgegeben. Etwas mehr als drei Viertel der Aufwendungen sind damit allerdings noch nicht zugeordnet, weil aus Kostengründen auf eine genauere Erfassung verzichtet wurde.

Auf die Frage nach den wirtschaftlichen Erwartungen für das Jahr 2005 haben sich die Befragten zu 53 bundesweiten Fernsehprogrammen geäußert. In 39 Fällen prognostizieren sie für dieses Jahr Umsatzzuwächse, die zusammengenommen gut 440 Mio. Euro ausmachen sollen. In den übrigen 14 Fällen werden gleichbleibende Umsätze erwartet. Etwas anders verteilen sich die Erwartungen zur Kostenentwicklung. In sechs Fällen werden sinkende Aufwendungen (um zusammen 23 Mio. Euro) prognostiziert, in 23 Fällen keine Veränderung gegenüber 2004. Bei 24 Programmen werden hingegen steigende Aufwendungen erwartet, die sich in der Summe auf 270 Mio. Euro belaufen würden.

### **4.3.3 Wirtschaftliche Lage des landesweiten und des lokalen Fernsehens**

Die landesweiten und die lokalen Fernsehprogramme haben 2004 gleichermaßen defizitär gearbeitet und jeweils einen Kostendeckungsgrad von 87 Prozent erreicht. Von den 22 landesweiten Programmen (meist Fensterprogrammen) haben 10 alle Kosten decken können. Je Programm wurden im Durchschnitt 4,2 Mio. Euro aufgewendet, dem standen Erträge von 3,6 Mio. Euro gegenüber. Die Erträge stammen nur zu 55 Prozent aus Werbung und Sponsoring, demgegenüber machen Programmverkäufe 35 Prozent aus; dabei dürfte es sich im Wesentlichen um entsprechende Zahlungen der bundesweiten Programme an die Anbieter der Fensterprogramme handeln.

Auf die Frage nach der absehbaren wirtschaftlichen Entwicklung der landesweiten Programme im Jahr 2005 gab es 20 Antworten. Die Prognosen

waren eher verhalten: In 13 Fällen erwarten die Befragten keine Veränderung gegenüber 2004, in sechs Fällen einen Rückgang der Einnahmen um zusammen gut zwei Mio. Euro und nur in einem Fall eine Zunahme. Bei

	Regionale TV-Programmtypen			zum Vergleich:
	Landesweite Programme	Lokal-TV	insgesamt	Privat-TV gesamt
	in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2004</b>	<b>-12</b>	<b>-9</b>	<b>-21</b>	<b>503</b>
<b>Erträge 2004</b>	<b>80</b>	<b>63</b>	<b>142</b>	<b>6.102</b>
Werbespots insgesamt <sup>1)</sup>	40	31	71	3.219
davon:				
• überregionale Werbung	39	3	42	3.142
• regionale Werbung	1	28	29	77
Sponsoring	4	11	15	233
Programmverkäufe	28	8	36	140
Call Media	0	0	0	260
Veranstaltungen	0	0	0	0
Fördermaßnahmen	0	7	7	8
Sonstige Erträge	8	5	13	2.242
<b>Aufwand 2004</b>	<b>91</b>	<b>72</b>	<b>163</b>	<b>5.599</b>
Personalkosten	15	29	45	684
Vergütungen	4	7	10	82
Kosten der technischen Programmverbreitung	10	5	15	434
Sonstige Sachkosten	60	27	86	4.255
Abschreibungen/Steuern	3	4	7	145
	in %			
<b>Kostendeckungsgrad 2004</b>	<b>87</b>	<b>87</b>	<b>87</b>	<b>109</b>
darunter:		Anzahl		
100 % und mehr	10	37	47	78
	Anzahl			
<b>Zahl der Programme Ende 2004</b>	<b>22</b>	<b>62</b>	<b>84</b>	<b>157</b>
	in Mio. Euro			
Erträge je Programm	3,6	1,0	1,7	38,9
Aufwand je Programm	4,2	1,2	1,9	35,7
zum Vergleich:	in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2003</b>	<b>-13</b>	<b>-10</b>	<b>-23</b>	<b>200</b>
<b>Erträge 2003</b>	<b>80</b>	<b>59</b>	<b>139</b>	<b>5.815</b>
darunter: Werbspots insgesamt	40	29	69	3.294
<b>Aufwand 2003</b>	<b>92</b>	<b>70</b>	<b>162</b>	<b>5.615</b>
	in %			
<b>Kostendeckungsgrad 2003</b>	<b>86</b>	<b>85</b>	<b>86</b>	<b>104</b>
1) Ohne Provision für Werbemittler.				
Quelle: AKM				HBI / AKM 05

**Tabelle 4.3: Wirtschaftliche Situation der regionalen TV-Programme 2003/2004**

den Aufwendungen wurden in 15 Fällen keine Veränderungen erwartet, und die übrigen fünf Befragten erwarten Kostensenkungen, die zusammengekommen 3 Mio. Euro ausmachen und damit den Rückgang bei den Erträgen um 1 Mio. Euro übertreffen sollen.

Beim lokalen Fernsehen haben 47 der 84 Programme den break even erreicht; hier betragen die Aufwendungen im Durchschnitt 1,0 Mio. Euro, die Aufwendungen hingegen 1,2 Mio. Euro je Programm. Werbung und Sponsoring machen zwei Drittel der Erträge aus; hinzu kommen in geringem Umfang Programmverkäufe, Fördermaßnahmen und sonstige Erträge.

Die wirtschaftlichen Erwartungen für 2005 wurden zu 60 lokalen Fernsehprogrammen geäußert. Bei der Mehrheit, nämlich 35 Programmen, wurde ein Umsatzzuwachs in Höhe von zusammen 6 Mio. Euro prognostiziert. Für 17 Programme wurde keine Veränderung, für acht Programme ein Ertragsrückgang um knapp 3 Mio. Euro erwartet. Auf der Seite der Aufwendungen werden für 22 Programme keine Veränderungen erwartet, für 28 Programme eine Zunahme (um zusammen knapp 3 Mio. Euro) und für 10 Programme eine Reduzierung (um gut 2 Mio. Euro). Insgesamt rechnen die Befragten also auch für das lokale Fernsehen im Jahr 2005 mit einer Verbesserung der wirtschaftlichen Lage.

#### 4.4 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks

Die Angaben der privaten Hörfunkanbieter zu ihren Erträgen und Aufwendungen in den Jahren 2003 und 2004 wurden für vier unterschiedliche Programmtypen ausgewertet (Tabelle 4.4):

- 11 Programme mit bundesweiter Verbreitung,
- 55 landesweite und regionale Programme (einschließlich der Programme in den Stadtstaaten),
- 143 Programme mit lokaler Verbreitung in Berlin/Brandenburg, Baden-Württemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen<sup>13</sup>, Rheinland-Pfalz und Sachsen sowie
- 7 landesweite oder regionale DAB-Angebote<sup>14</sup> in Bayern, Hamburg, Niedersachsen und Sachsen-Anhalt.

Wirtschaftlich am erfolgreichsten war die Gruppe der landesweiten Hörfunkanbieter. Sie erreichte 2004 einen Kostendeckungsgrad von 117 Prozent,

---

13 Hier eingeschlossen ist das Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen.

14 Nicht erfasst wurden dagegen lokale DAB-Angebote.

obwohl sie mit durchschnittlich 5,7 Mio. Euro je Programm die vergleichsweise höchsten Kosten hatte. Erträgen von gut 360 Mio. Euro standen Aufwendungen von gut 310 Mio. Euro gegenüber. Dennoch waren im Jahre

	Privater Hörfunk gesamt		Anbietertypen			
	Beträge	Struktur	bundesweit	landesweit	lokal <sup>1)</sup>	DAB
	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2004</b>	<b>65</b>	<b>-</b>	<b>-2</b>	<b>52</b>	<b>16</b>	<b>-1</b>
<b>Erträge 2004</b>	<b>602</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>363</b>	<b>197</b>	<b>2</b>
Werbespots insgesamt	478	79	11	307	159	1
<i>davon:</i>						
• überregionale Werbung	262	43	9	188	64	1
• regionale Werbung	216	36	3	119	95	0
Sponsoring	43	7	2	20	20	0
Programmverkäufe	7	1	0	6	1	0
Call Media	10	2	1	8	1	0
Veranstaltungen	13	2	1	6	6	0
Fördermaßnahmen	4	1	1	0	2	0
Sonstige Erträge	48	8	24	15	8	0
<b>Aufwand 2004</b>	<b>537</b>	<b>100</b>	<b>43</b>	<b>311</b>	<b>180</b>	<b>3</b>
Personalkosten	148	28	12	74	62	1
Vergütungen	32	6	1	17	14	0
Technische Programmverbreitung	54	10	10	33	11	1
Sonstige Sachkosten	268	50	19	164	84	1
Abschreibungen/Steuern	35	7	2	24	9	0
<b>Investitionen 2004</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>0</b>
<b>Kostendeckungsgrad 2004</b>	<b>112</b>	<b>-</b>	<b>94</b>	<b>117</b>	<b>109</b>	<b>58</b>
<i>davon:</i>	Anzahl			Anzahl		
• unter 80 %	49	-	3	19	23	4
• 80 bis 99 %	41	-	4	5	30	2
• 100 bis 119 %	73	-	4	13	56	0
• 120 % und mehr	53	-	0	18	34	1
<b>Zahl der Programme Ende 2004</b>	<b>216</b>	<b>-</b>	<b>11</b>	<b>55</b>	<b>143</b>	<b>7</b>
	in Mio. Euro			in Mio. Euro		
Erträge je Programm	2,79	-	3,69	6,60	1,37	0,23
Aufwand je Programm	2,49	-	3,90	5,66	1,26	0,40
<i>zum Vergleich:</i>	in Mio. Euro			in Mio. Euro		
<b>Betriebsergebnis 2003</b>	<b>37</b>	<b>-</b>	<b>-4</b>	<b>43</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>
<b>Erträge 2003</b>	<b>575</b>	<b>-</b>	<b>38</b>	<b>354</b>	<b>182</b>	<b>1</b>
<i>darunter:</i> Werbespots insgesamt	456	79	11	300	144	1
<b>Aufwand 2003</b>	<b>538</b>	<b>-</b>	<b>42</b>	<b>310</b>	<b>183</b>	<b>3</b>
	in %			in %		
<b>Kostendeckungsgrad 2003</b>	<b>107</b>	<b>-</b>	<b>91</b>	<b>114</b>	<b>99</b>	<b>52</b>

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

Quelle: AKM

HBI / AKM 05

**Tabelle 4.4: Wirtschaftliche Situation des privaten Hörfunks 2003/2004**

2004 noch 24 der 55 Programme in der Verlustzone. Fast 52 Prozent der Erträge stammten aus überregionaler Werbung, ein knappes Drittel aus regionaler Werbung, fast 6 Prozent aus Sponsoring.

Auch beim lokalen Hörfunk lagen die Einnahmen von 197 Mio. Euro um 9 Prozent über den Ausgaben von 180 Mio. Euro. Knapp die Hälfte der Lokalanbieter befand sich 2004 allerdings noch in der Verlustzone. Fast die Hälfte der Erträge (48 %) konnte aus lokaler oder regionaler Werbung erzielt werden, ein Drittel aus überregionaler Werbung und 10 Prozent aus Sponsoring. Fördermaßnahmen, die im Einzelfall von großer Bedeutung sein mögen, spielen im Gesamtbild mit nur 2 Mio. Euro eine untergeordnete Rolle. Je Programm wurden im Durchschnitt 1,3 Mio. Euro aufgewendet.

Die Gruppe der 11 bundesweiten Anbieter hat ihre Kosten 2004 nur zu 94 Prozent 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 7 der 11 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 Gruppe der landesweiten und regionalen DAB-Anbieter kam 2004 auf einen Verlust von 1 Mio. Euro. Die immer noch sehr geringe Verbreitung von DAB-Empfangsgeräten hat weiterhin zu massiven Ertragsproblemen geführt.

Anhand der Anbieterangaben können die Kostenstrukturen der Hörfunkprogramme 2004 etwas detaillierter aufgeschlüsselt werden. Bei den Kostenstrukturen fällt der hohe Kostenanteil auf, den Lokalanbieter für ihre festen und freien Mitarbeiter aufwenden. 2004 waren dies 42 Prozent des Gesamtaufwandes, bei den landesweiten Anbietern hingegen nur 29 Prozent. Beim bundesweiten Hörfunk und beim DAB-Hörfunk ist demgegenüber der hohe Kostenanteil für die technische Programmverbreitung bemerkenswert.

Eine nähere Betrachtung des lokalen Hörfunks zeigt deutlich regionale Unterschiede auf (Tabelle 4.5). Der Vergleich beschränkt sich auf Brandenburg, Baden-Württemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Sachsen. Aus Gründen der Anonymisierung können allerdings für die wenigen Lokalsender in Brandenburg und Rheinland-Pfalz keine näheren Angaben gemacht werden. Die privaten Hörfunkprogramme in den Stadt-

	Lokaler Hörfunk insgesamt <sup>1)</sup>	darunter in:			
		Baden- Württemberg	Bayern	Nordrhein- Westfalen <sup>2)</sup>	Sachsen
		in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2004</b>	<b>16</b>	<b>-2</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>1</b>
<b>Erträge 2004</b>	<b>197</b>	<b>19</b>	<b>74</b>	<b>92</b>	<b>10</b>
Werbespots insgesamt	159	15	57	79	7
davon:					
• überregionale Werbung	64	5	17	39	2
• regionale Werbung	95	9	39	40	5
Sponsoring	20	2	8	8	2
Programmverkäufe	1	1	0	0	0
Call Media	1	0	0	0	0
Veranstaltungen	6	1	3	1	1
Fördermaßnahmen	2	1	1	1	0
Sonstige Erträge	8	1	5	2	0
<b>Aufwand 2004</b>	<b>180</b>	<b>22</b>	<b>66</b>	<b>83</b>	<b>9</b>
Personalkosten	62	8	27	26	1
Vergütungen	14	1	5	6	1
Technische Programmverbreitung	11	3	4	4	1
Sonstige Sachkosten	84	9	27	42	5
Abschreibungen/Steuern	9	1	3	5	0
		in %			
<b>Kostendeckungsgrad 2004</b>	<b>109</b>	<b>89</b>	<b>113</b>	<b>111</b>	<b>113</b>
davon:		Anzahl			
• unter 80 %	23	5	9	6	3
• 80 bis 99 %	30	5	12	9	4
• 100 bis 119 %	56	2	28	20	4
• 120 % und mehr	34	1	13	12	6
		Anzahl			
<b>Zahl der Programme Ende 2004</b>	<b>143</b>	<b>13</b>	<b>62</b>	<b>47</b>	<b>17</b>
		in Mio. Euro			
Erträge je Programm	1,4	1,5	1,2	1,9	0,6
Aufwand je Programm	1,3	1,7	1,1	1,8	0,5
<i>zum Vergleich:</i>		in Mio. Euro			
<b>Betriebsergebnis 2003</b>	<b>-1</b>	<b>-5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Erträge 2003</b>	<b>182</b>	<b>17</b>	<b>68</b>	<b>85</b>	<b>9</b>
darunter: Werbespots insgesamt	144	13	51	72	6
<b>Aufwand 2003</b>	<b>183</b>	<b>22</b>	<b>67</b>	<b>83</b>	<b>8</b>
		in %			
<b>Kostendeckungsgrad 2003</b>	<b>99</b>	<b>76</b>	<b>101</b>	<b>102</b>	<b>115</b>
1) Aus Gründen der Anonymisierung werden je zwei lokale Hörfunkprogramme in Berlin/Brandenburg und Rheinland-Pfalz nicht getrennt ausgewiesen. Die Angaben der Programme sind jedoch in der Gesamt-Spalte enthalten.					
2) Inkl. Rahmenprogramm für den lokalen Hörfunk in NRW.					
Quelle: AKM					

HBI / AKM 05

**Tabelle 4.5: Erträge und Aufwendungen im lokalen Hörfunk 2003/2004**

staaten Berlin, Bremen und Hamburg sind hier nicht einbezogen, weil sie nicht nur formal, sondern auch in ihrer wirtschaftlichen Ausgangslage den landesweiten Programmen zuzuordnen sind.

- Wie zwei Jahre zuvor hat 2004 der lokale Hörfunk in Sachsen erneut den höchsten Kostendeckungsgrad erreicht. Auch in Bayern und Nordrhein-Westfalen wurde von den meisten Programmen ein positives Ergebnis erzielt.
- 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.

Die aktuellen Aussichten für die Hörfunkveranstalter finden ihren Niederschlag in der Antworten auf die Frage nach den erwarteten Veränderungen der Aufwendungen und Erträge im Jahre 2005. Die Erwartungen an die Ertragsentwicklung sind überwiegend positiv. Zu 57 Programmen wurden keine konkreten Veränderungen erwartet, zu 142 Programmen hingegen Ertragszuwächse, die sich in der Summe auf 34 Mio. Euro belaufen sollen. Lediglich bei 15 Hörfunkprogrammen wurden Ertragsrückgänge erwartet, zusammengenommen knapp 6 Mio. Euro. Die Kosten sollen bei 97 Programmen in etwa gleich bleiben, bei 32 Programmen abnehmen (um 8 Mio. Euro), bei 85 Programmen hingegen zunehmen (um knapp 14 Mio. Euro). Die Vorherrschaft der Kostensenkungsprogramme scheint für die Hörfunkveranstalter vorüber zu sein.

## 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 13 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) und der ergänzenden Berichte der Rundfunkanstalten an die Parlamente kontinuierlich 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 sowie die Aufgliederung 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 teilweise auf Schätzungen des Hans-Bredow-Instituts.

- 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, da sie immer nur Momentaufnahmen darstellen, die stark vom Zeitpunkt innerhalb einer Gebührenperiode abhängen. 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 und steigenden Kosten – schrittweise wieder abgebaut.
- Die Personalaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks können nicht allein auf die aktuellen Beschäftigtenzahlen bezogen werden, da sie in einem erheblichen Umfang Betriebsrenten an frühere 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 2004 waren bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 29.400 feste Mitarbeiter tätig (Tabelle 5.1), das sind 12.800 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 30.300 feste Mitarbeiter. Dabei hat es über die Jahre eine deutliche Umschichtung hin zur Teilzeitbeschäftigung gegeben. Lag der Anteil der Teilzeitbeschäftigten Ende 1995 bei nur 6 Prozent, so hat er sich bis Ende 2004 mit 14 Prozent mehr als verdoppelt.

Zur Zahl der sonstigen Mitarbeiter im öffentlich-rechtlichen Rundfunk waren die Angaben bei einigen Anstalten lückenhaft. Es wurde unterstellt, dass sich die in den vorliegenden Daten abzeichnende Entwicklung auf die anderen Anstalten übertragen lässt. Danach hat die Gesamtzahl der sonsti-

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Beschäftigte	Struktur		
	Anzahl	Anteile in %	Anzahl	
<b>Erwerbstätige Ende 2003</b>	<b>29.621</b>	-	<b>16.640</b>	<b>12.981</b>
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	<b>29.415</b>	<b>100</b>	<b>16.524</b>	<b>12.891</b>
Vollzeitbeschäftigte	23.956	81	13.457	10.499
Teilzeitbeschäftigte	3.986	14	2.239	1.747
Auszubildende	1.473	5	827	646
Erwerbstätige im Programmbereich (Hörfunk inkl. Klangkörper)	11.345	39	5.195	6.150
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2003</b>	<b>22.710</b>	-	<b>15.443</b>	<b>7.267</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	<b>22.892</b>	<b>100</b>	<b>15.567</b>	<b>7.325</b>
Praktikanten	6.006	26	4.084	1.922
Feste freie Mitarbeiter	11.399	50	7.751	3.648
Sonstige freie Mitarbeiter	5.487	24	3.731	1.756
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2003</b>	<b>52.331</b>	-	<b>32.083</b>	<b>20.248</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	<b>52.307</b>	-	<b>32.091</b>	<b>20.216</b>
Quelle: HBI			HBI 05	

**Tabelle 5.1: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 2003/2004**

gen Mitarbeiter einschließlich der Praktikanten bis Ende 2004 auf 22.900 zugenommen.

Bei den sog. festen Freien, Ende 2004 waren es 11.400, war die Zahl der im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Beschäftigten mehr als dreimal so hoch wie bei den privaten Anbietern. Die Angabe zur Gruppe der sonstigen freien 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 eines Monats angegeben. Das Hans-Bredow-Institut hat versucht, auf dieser Basis eine Vergleichbarkeit mit dem privaten Rundfunk herzustellen. Danach ist die Zahl der sonstigen freien Mitarbeiter der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit etwa 5.500 zu beziffern.

Die Struktur der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wies Ende 2004 folgende Unterschiede zum privaten Rundfunk auf:

- Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten lag mit 81 Prozent deutlich höher als im privaten Rundfunk (67 %),
- der Anteil der Auszubildenden lag mit 5 Prozent deutlich unter dem Anteil des privaten Rundfunks (7 %).

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

Mit rund 6,7 Mrd. Euro stammten mehr als 80 Prozent der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Rundfunkgebühren. Entsprechend dem Ende der vierjährigen Gebührenperiode zum Jahresende 2004 (die Erhöhung kam erst zum 1. April 2005) ist die wirtschaftliche Lage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gekennzeichnet durch ein negatives Betriebsergebnis.

Weitere 310 Mill. Euro bzw. 4 Prozent 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 Prozent betragen. Von den gesamten Werbeeinnahmen des Rundfunks, im Jahr 2004 rund 3,9 Mrd. Euro, sind nur 6 Prozent (250 Mio. Euro) von ARD und ZDF erzielt worden.

Einnahmen aus Auftragsproduktionen oder Koproduktionen spielen wie im privaten Rundfunk kaum eine Rolle. Die Rundfunkanstalten erzielten damit Erträge von gut 60 Mio. Euro, das macht weniger als 1 Prozent der Gesamterträge aus.

Für ihre 22 Fernsehprogramme mit 18 zusätzlichen Regionalfenstern und 63 Hörfunkprogramme wendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 2004 insgesamt 8,2 Mrd. DM auf. Davon wurden für Löhne, Gehälter und Sozialversicherungsbeiträge der festen Mitarbeiter 2,3 Mrd. Euro ausgegeben. Rechnet man außerdem die 930 Mio. Euro für die Vergütungen der freien Mitarbeiter und des selbstständigen künstlerischen und technischen Personals ein, so bestanden 39 Prozent der Gesamtaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Personalausgaben. Beim privaten Rundfunk lag der Anteil hingegen bei lediglich 14 Prozent.

Für den hohen Personalkostenanteil sind insbesondere drei Ursachen zu nennen:

- die personelle Ausstattung für die journalistische Leistung in Hörfunk und Fernsehen,
- der höhere Anteil der Eigenproduktionen bei Information und Unterhaltung und
- die Versorgungsleistungen an frühere Mitarbeiter.

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk ges.		Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Aufwand/Ertrag	Struktur		
	in Mio. Euro	Anteile in %	in Mio. Euro	
<b>Betriebsergebnis 2004</b>	<b>-137</b>	<b>-</b>	<b>-628</b>	<b>491</b>
<b>Erträge 2004</b>	<b>8166</b>	<b>100</b>	<b>5099</b>	<b>3067</b>
Werbung	246	3	182	64
Rundfunkgebühren	6681	82	4151	2530
Auftragsproduktionen für Dritte	62	1	59	3
Zuwendungen	308	4	168	140
Sonstige Erträge	869	11	540	329
<b>Aufwand 2004</b>	<b>8302</b>	<b>100</b>	<b>5727</b>	<b>2576</b>
Personalkosten	2338	28	1334	1004
Vergütungen	933	11	574	359
Sachkosten	4514	54	3422	1092
<i>darunter:</i>				
• Auftragsproduktionen	653	8	653	0
• Technische Verbreitungskosten	537	6	322	215
• Gema/GVL und andere Rechte	176	2	72	104
Abschreibungen	383	5	271	112
Indirekte Steuern	134	2	126	8
<b>Investitionen 2004</b>	<b>390</b>	<b>-</b>	<b>290</b>	<b>100</b>
Zahl der Programme			Anzahl	
			<b>22</b>	<b>63</b>
Aufwand je Programm			in Mio. Euro	
			260,3	40,9
<i>zum Vergleich:</i>	in Mio Euro	in %	in Mio. Euro	
<b>Betriebsergebnis 2003</b>	<b>37</b>	<b>-</b>	<b>-534</b>	<b>571</b>
<b>Erträge 2003</b>	<b>8013</b>	<b>100</b>	<b>4967</b>	<b>3046</b>
<i>darunter:</i>				
Werbung	227	3	162	65
Rundfunkgebühren	6603	82	4106	2497
<b>Aufwand 2003</b>	<b>7976</b>	<b>-</b>	<b>5502</b>	<b>2475</b>
Quelle: HBI				HBI 05

**Tabelle 5.2: Wirtschaftliche Lage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 2003/2004**

Im Rahmen dieser Studie wurden die Erträge und Aufwendungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten den beiden Medien Fernsehen und Hörfunk zugeordnet. Soweit die Rundfunkanstalten Teile ihrer Aufwendungen nicht zugeordnet haben, wurde dieser im gleichen Verhältnis aufgeteilt wie der Teil, bei dem eine Aufteilung vorgenommen worden war. Auch wenn es

hierdurch zu Ungenauigkeiten gekommen ist, lassen sich doch folgende Feststellungen treffen:

- Gemessen an den Aufwendungen der Rundfunkanstalten, die dem Fernsehen zuzuordnen sind, ist der Gebührenanteil, der spezifisch als Fernsehgebühr ausgewiesen wird, zu gering.
- Der Personalkostenblock, einschließlich der Vergütungen für freie Mitarbeiter, ist im Fernsehen mit 33 Prozent deutlich niedriger als im Hörfunk mit 53 Prozent.
- Der durchschnittliche Aufwand je öffentlich-rechtlichem Fernsehprogramm betrug mit etwa 260 Mio. Euro rund 20 Mio. Euro weniger als bei den privaten werbefinanzierten Vollprogrammen.
- Verglichen mit dem durchschnittlichen Aufwand der landesweiten privaten Hörfunkprogramme gab der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit 40 Mio. Euro je Programm das Siebenfache der privaten Anbieter aus. Dies dürfte im Wesentlichen auf den höheren Anteil von Eigenproduktionen im öffentlich-rechtlichen Hörfunk zurückzuführen sein, und zwar sowohl im Bereich der Wortprogramme als auch im Bereich der Musikprogramme, die teilweise mit eigenen Orchestern und anderen Klangkörpern produziert werden.

## 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 typischen Sendewoche“ gefragt. Zudem haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie große private TV-Anbieter weiterhin Probleme mit der Beantwortung dieser Frage.<sup>15</sup> Die Angaben schwanken von Jahr zu Jahr stark. Diese Zeitreihe ist daher nur von begrenzter Aussagekraft.

### 6.2 Beschäftigungsentwicklung seit 1995

#### *a) Vergleich von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk*

Die Entwicklung der Beschäftigendaten seit Ende 1995 zeigt deutlich die unterschiedlichen Personalstrategien innerhalb des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks in Deutschland (Tabelle 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 stetig zunimmt. Demgegenüber ist beim privaten Rundfunk die Zahl der Erwerbstätigen von 1995 bis 2004 um 85 Prozent gestiegen. Nachdem die Zahl der festen Mitarbeiter in den Jahren 2002 und 2003 zurückgegangen ist, hat sie 2004 wieder zugenommen, ohne jedoch den Höchststand von 2001 wieder zu erreichen. Beim

---

<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.

privaten Rundfunk hatte die Teilzeitbeschäftigung von Anfang an eine größere Bedeutung; auch hier hat ihr Anteil noch zugenommen. Insgesamt hat sich die Gesamtzahl der festen Mitarbeiter im Rundfunk seit 1995 um gut 17 Prozent auf 46.000 erhöht.

Eine andere Entwicklung ist bei den sonstigen Mitarbeitern zu erkennen. Während solche Mitarbeiter mit Honorartätigkeiten bei den Rundfunkanstalten seit 1995 um 30 Prozent zunahm, kam es beim privaten Rundfunk zu einem Rückgang um 30 Prozent. Diese Angaben sind allerdings

Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003	2004/1995
	Anzahl											
<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>46.686</b>	<b>46.089</b>	<b>45.796</b>	<b>46.004</b>	<b>0,5</b>	<b>17,2</b>
Vollzeitbeschäftigte	34.854	34.898	k.A.	35.015	k.A.	36.211	35.968	35.392	35.733	35.018	-2,0	0,5
Teilzeitbeschäftigte	3.087	3.432	k.A.	3.754	k.A.	6.049	8.372	8.348	7.730	8.421	8,9	172,8
Auszubildende	1.321	1.334	k.A.	1.856	k.A.	2.246	2.346	2.333	2.565	2.565	9,9	94,2
<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>26.097</b>	<b>28.596</b>	<b>28.039</b>	<b>28.235</b>	<b>0,7</b>	<b>11,9</b>
Praktikanten	4.322	3.188	3.803	3.913	5.153	4.700	5.009	5.078	6.681	7.213	8,0	66,9
Feste freie Mitarbeiter	11.158	12.827	13.333	14.292	14.579	15.469	16.126	15.938	14.448	14.393	-0,4	29,0
Sonstige freie Mitarbeiter	9.743	4.503	7.413	7.774	7.131	6.795	6.962	7.580	6.909	6.629	-4,1	-32,0
<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>73.835</b>	<b>74.239</b>	<b>0,5</b>	<b>15,1</b>
<b>Privater Rundfunk</b>												
	Anzahl											
<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>16.175</b>	<b>16.589</b>	<b>2,6</b>	<b>84,7</b>
Vollzeitbeschäftigte	7.274	7.910	k.A.	8.621	11.068	11.374	10.655	11.270	11.062	11.062	-1,8	52,1
Teilzeitbeschäftigte	1.157	1.064	k.A.	1.052	k.A.	2.998	4.722	4.652	3.870	4.435	14,6	283,3
Auszubildende	563	597	k.A.	827	k.A.	1.185	1.216	1.134	1.035	1.092	5,5	97,5
<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>5.329</b>	<b>5.343</b>	<b>0,3</b>	<b>-29,4</b>
Praktikanten	753	835	1.104	1.207	1.562	1.119	1.048	1.057	1.121	1.207	7,7	60,3
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3.336	3.659	4.001	5.210	4.813	3.059	2.994	-2,1	34,0
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2.949	2.270	2.280	1.030	996	1.149	1.142	-0,6	-75,1
<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>21.504</b>	<b>21.932</b>	<b>2,0</b>	<b>32,5</b>
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>												
	Anzahl											
<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>29.621</b>	<b>29.415</b>	<b>-0,7</b>	<b>-2,9</b>
Vollzeitbeschäftigte	27.580	26.988	k.A.	26.394	k.A.	25.143	24.594	24.737	24.463	23.966	-2,1	-13,1
Teilzeitbeschäftigte	1.930	2.368	k.A.	2.702	k.A.	3.051	3.650	3.696	3.860	3.986	3,3	106,5
Auszubildende	768	737	k.A.	1.029	k.A.	1.061	1.130	1.215	1.298	1.473	13,5	91,8
<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>22.710</b>	<b>22.892</b>	<b>0,8</b>	<b>29,7</b>
Praktikanten	3.569	3.531	2.699	2.706	3.591	3.581	3.961	4.021	5.560	6.006	8,0	68,3
Feste freie Mitarbeiter	8.923	9.969	10.338	10.956	10.920	11.468	10.916	11.125	11.389	11.399	0,1	27,7
Sonstige freie Mitarbeiter	5.158	3.660	4.535	4.825	4.861	4.515	5.932	6.684	5.760	5.487	-4,7	6,4
<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>52.331</b>	<b>52.307</b>	<b>0,0</b>	<b>9,1</b>
Quelle: AKM; HBI												HBI/ AKM 05

**Tabelle 6.1: Entwicklung der Beschäftigung im Rundfunk 1995–2004**

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) Vergleich von privatem Hörfunk und privatem Fernsehen*

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

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003	2004/1995
	Anzahl											in %
<b>Privater Rundfunk</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>16.175</b>	<b>16.569</b>	<b>2,6</b>	<b>84,7</b>
Erwerbstätige insgesamt	8.984	9.571	9.845	10.500	13.435	15.252	17.312	16.441	16.175	16.569	2,6	84,7
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	8.431	8.974	k.A.	9.673	k.A.	14.067	16.096	15.307	15.140	15.497	2,4	83,8
Auszubildende	553	597	k.A.	827	k.A.	1.185	1.216	1.134	1.035	1.092	5,5	97,5
<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>5.329</b>	<b>5.343</b>	<b>0,3</b>	<b>-29,4</b>
Praktikanten	753	835	1.104	1.207	1.562	1.119	1.048	1.057	1.121	1.207	7,7	60,3
Feste freie Mitarbeiter	2.235	2.858	2.995	3.336	3.659	4.001	5.210	4.813	3.059	2.994	-2,1	34,0
Sonstige freie Mitarbeiter	4.585	3.039	2.878	2.949	2.270	2.280	1.030	986	1.149	1.142	-0,6	-75,1
<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>21.504</b>	<b>21.932</b>	<b>2,0</b>	<b>32,5</b>
<b>Privates Fernsehen</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>12.188</b>	<b>12.689</b>	<b>4,1</b>	<b>157,6</b>
Erwerbstätige insgesamt	4.925	5.669	5.974	6.486	9.123	10.621	12.561	11.982	12.188	12.689	4,1	157,6
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	4.713	5.444	k.A.	6.127	k.A.	10.051	11.929	11.408	11.612	12.069	3,9	156,1
Auszubildende	212	225	k.A.	359	k.A.	570	632	574	576	620	7,6	192,5
<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>3.140</b>	<b>3.091</b>	<b>-1,6</b>	<b>6,1</b>
Praktikanten	286	338	587	615	967	478	560	539	610	662	8,5	131,5
Feste freie Mitarbeiter	1.071	1.539	1.820	2.107	2.279	2.648	3.836	3.614	1.835	1.777	-3,2	65,9
Sonstige freie Mitarbeiter	1.555	1.368	1.371	1.485	1.195	1.193	363	389	695	652	-6,2	-58,1
<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>15.328</b>	<b>15.760</b>	<b>2,9</b>	<b>101,4</b>
<b>Privater Hörfunk</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>3.987</b>	<b>3.900</b>	<b>-2,2</b>	<b>-3,9</b>
Erwerbstätige insgesamt	4.059	3.902	3.871	4.014	4.312	4.631	4.751	4.459	3.987	3.900	-2,2	-3,9
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	3.718	3.530	3.466	3.546	3.770	4.016	4.167	3.899	3.528	3.437	-2,6	-7,6
Auszubildende	341	372	405	468	542	615	584	560	459	472	2,8	38,4
<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>2.189</b>	<b>2.252</b>	<b>2,9</b>	<b>-51,7</b>
Praktikanten	467	497	517	592	595	641	488	518	511	545	6,7	16,7
Feste freie Mitarbeiter	1.164	1.319	1.175	1.229	1.380	1.353	1.374	1.199	1.224	1.217	-0,6	4,6
Sonstige freie Mitarbeiter	3.030	1.671	1.507	1.464	1.075	1.087	667	607	454	490	7,9	-83,8
<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>6.176</b>	<b>6.152</b>	<b>-0,4</b>	<b>-29,4</b>

Quelle: AKM

HBI / AKM 05

**Tabelle 6.2: Entwicklung der Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995–2004**

- Während die privaten Fernsehanbieter von 1995 bis 2004 die Zahl ihrer festen Mitarbeiter mehr als verdoppelten (+158 %), ist beim Hörfunk die Zahl der festen Mitarbeiter heute um 4 Prozent geringer als im Jahre 1995.
- Beim privaten Fernsehen wurde die Zahl der Praktikanten stetig erhöht, aber die Zahl der „festen“ freien Mitarbeiter und besonders der sonstigen freien Mitarbeiter ab 2001/2002 sehr stark reduziert.
- Beim privaten Hörfunk hat sich die Zahl der Praktikanten und der „festen“ freien Mitarbeiter langfristig etwas erhöht, während die Zahl der sonstigen freien Mitarbeiter inzwischen die Zahl der Praktikanten unterschreitet.

### 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 des Publikums gegeben. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben bei neuen Programmen wegen der Werberegulungen 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 2004 um gut 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. Eine weitere Erhöhung auf 17,03 € ist seit April 2005 wirksam, also noch ohne Wirkung für die in diesem Band dargestellte wirtschaftliche Lage im Jahre 2004.

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, Mehrwertdiensten und aus Teleshopping, deutlich angestiegen. Die Gesamterträge des privaten Rund-

Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003	2004/1995
	in Mio. Euro											
<b>Gesamtertrag</b>	9.961	10.803	11.679	12.159	13.544	14.453	14.671	14.502	14.404	14.870	3,2	49,3
<i>darunter:</i>												
Werbeerträge	3.740	4.123	4.303	4.458	5.042	5.555	4.655	4.155	3.977	3.943	-0,8	5,4
<b>Gesamtaufwand</b>	10.071	11.198	11.758	12.234	13.746	14.877	15.907	15.268	14.130	14.438	2,2	43,4
<i>darunter:</i>												
Personalaufwand/Vergütungen	3.545	3.352	k.A.	3.662	k.A.	3.996	k.A.	3.936	k.A.	4.217	-	18,9
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	99	96	99	99	99	97	92	95	102	103	1	4
<b>Privater Rundfunk</b>												
	in Mio. Euro											
<b>Gesamtertrag</b>	3.875	4.570	4.721	5.055	5.970	7.105	6.625	6.368	6.391	6.704	4,9	73,0
<i>darunter:</i>												
Werbeerträge	3.397	3.754	3.888	4.020	4.627	5.132	4.266	3.906	3.750	3.697	-1,4	8,8
<b>Gesamtaufwand</b>	3.871	4.584	5.013	5.084	6.129	7.178	7.898	7.159	6.153	6.136	-0,3	58,5
<i>darunter:</i>												
Personalaufwand/Vergütungen	531	569	k.A.	710	k.A.	922	k.A.	920	k.A.	946	-	78,0
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	100	100	94	99	97	99	84	89	104	109	5	9
<b>Öffentlich-rechtlicher Rundfunk</b>												
	in Mio. Euro											
<b>Gesamtertrag</b>	6.086	6.233	6.958	7.104	7.573	7.348	8.046	8.134	8.013	8.166	1,9	34,2
<i>darunter:</i>												
Werbeerträge	343	369	415	438	415	422	389	249	227	246	8,7	-28,2
<b>Gesamtaufwand</b>	6.200	6.615	6.745	7.149	7.617	7.699	8.010	8.109	7.976	8.303	4,1	33,9
<i>darunter:</i>												
Personalaufwand/Vergütungen	3.014	2.783	k.A.	2.952	k.A.	3.074	k.A.	3.016	k.A.	3.271	-	8,5
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	98	94	103	99	99	95	100	100	100	98	-2	0

Quelle: AKM, HBI

HBI/AKM 05

**Tabelle 6.3: Entwicklung von Aufwand und Ertrag aller Rundfunkveranstalter 1995–2004**

funks lagen 2004 dadurch immer noch um 73 Prozent über denen im Jahre 1995. Bis 2001 sind die Aufwendungen noch stärker angestiegen als die Erträge. Seitdem zeigen aber einschneidende Sparmaßnahmen ihre Wirkung: Der Kostendeckungsgrad des privaten Rundfunks hat im Jahre 2003 erstmals die Marke von 100 Prozent sichtlich überschritten. 2004 wurde dieses Ergebnis noch übertroffen.

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 Prozent. Dagegen lag er bei den privaten Fernsehern insgesamt bis 2002 stets unter der 100 Prozent-Schwelle, d.h. es wurden

Privater Rundfunk insgesamt	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003	2004/1995
	in Mio. Euro											
	in %											
<b>Gesamtertrag</b>	3.875	4.570	4.721	5.055	5.970	7.105	6.625	6.368	6.391	6.704	4,9	73,0
<i>darunter:</i>												
Werbeerträge	3.397	3.754	3.888	4.020	4.627	5.132	4.266	3.906	3.750	3.697	-1,4	8,8
<b>Gesamtaufwand</b>	3.871	4.584	5.013	5.084	6.129	7.178	7.898	7.159	6.153	6.136	-0,3	58,5
<i>darunter:</i>												
Personalaufwand/Vergütungen	531	569	k.A.	710	k.A.	922	k.A.	920	k.A.	946	-	78,0
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	100	100	94	99	97	99	84	89	104	109	5	9
<b>Privates Fernsehen</b>												
	in Mio. Euro											
	in %											
<b>Gesamtertrag</b>	3.339	4.023	4.177	4.480	5.294	6.363	5.958	5.775	5.815	6.102	4,9	82,8
<i>darunter:</i>												
Werbeerträge	2.948	3.294	3.430	3.537	4.057	4.509	3.708	3.426	3.294	3.219	-2,3	9,2
<b>Gesamtaufwand</b>	3.404	4.089	4.516	4.575	5.539	6.538	7.282	6.570	5.615	5.599	-0,3	64,5
<i>darunter:</i>												
Personalaufwand/Vergütungen	348	372	k.A.	514	k.A.	712	k.A.	710	k.A.	765	-	120,1
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	98	98	93	98	96	97	82	88	104	109	5	11
<b>Privater Hörfunk</b>												
	in Mio. Euro											
	in %											
<b>Gesamtertrag</b>	536	547	544	575	676	742	667	593	575	602	4,6	12,2
<i>darunter:</i>												
Werbeerträge	449	460	458	483	571	624	558	480	456	478	4,9	6,4
<b>Gesamtaufwand</b>	467	494	497	510	590	640	616	589	538	537	-0,2	14,9
<i>darunter:</i>												
Personalaufwand/Vergütungen	184	196	k.A.	196	k.A.	210	k.A.	210	k.A.	180	-	-1,9
<b>Kostendeckungsgrad (%)</b>	115	111	109	113	115	116	108	101	107	112	5	-3

Quelle: AKM

HBI / AKM 05

Tabelle 6.4: Entwicklung von Aufwand und Ertrag des privaten Rundfunks 1995–2004

Betriebsverluste erzielt. Erst 2003 und 2004 hat das private Fernsehen insgesamt ein positives Ergebnis erzielt.

Eine genauere Betrachtung von Aufwendungen und Erträgen zeigt allerdings beim privaten Hörfunk seit 1995 geringere Ertragssteigerungen als beim privaten Fernsehen. Die Hörfunk-Gesamterträge nahmen in diesem Zeitraum nur um 12 Prozent zu, während die privaten TV-Anbieter Ertragszuwächse von 83 Prozent 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 bereits 185 Hörfunkprogramme erfasst, so war ihre Zahl bis Ende 2004 nur auf 216 gestiegen. Dies schlägt sich auch auf der Seite der Aufwendungen nieder, die beim privaten Fernsehen seit 1995 um 64 Prozent, beim privaten Hörfunk dagegen nur um 15 Prozent 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. Aus Gründen der Vertraulichkeit der Angaben der Unternehmen ist allerdings für Bremen und das Saarland eine differenzierte 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/Bonn und München, um so eine Vergleichsmöglichkeit für die vier wichtigsten Medienzentren in Deutschland zu erhalten. 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 Fernsehanbieter. 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 über-

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
Bevölkerung <sup>1</sup>	10,7	12,4	6,0	in Mio.		0,7	1,7	8,0
Erwerbstätige <sup>2</sup>	5,4	6,3	2,5	0,4	1,0	2,9	0,7	3,5
Bruttoinlandsprodukt <sup>3</sup>	319,4	385,2	122,9	in Mrd. Euro		23,6	78,8	184,9
	Anteile in %							
Bevölkerung	13,0	15,1	7,2	0,8	2,1	7,4	2,1	9,7
Erwerbstätige	14,1	16,4	6,5	1,0	2,6	7,6	1,8	9,1
Bruttoinlandsprodukt	14,7	17,7	5,6	1,1	3,6	9,0	1,4	8,5
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
Bevölkerung	in Mio.							
	18,1	4,1	1,1	4,3	2,5	2,8	2,4	<b>82,5</b>
Erwerbstätige	8,3	1,8	0,5	1,9	1,0	1,2	1,0	<b>38,4</b>
	in Mrd. Euro							
Bruttoinlandsprodukt	481,4	95,4	26,1	79,8	45,8	66,5	42,3	<b>2.177,0</b>
	Anteile in %							
Bevölkerung	21,9	4,9	1,3	5,2	3,0	3,4	2,9	<b>100</b>
Erwerbstätige	21,6	4,7	1,3	4,9	2,6	3,1	2,6	<b>100</b>
Bruttoinlandsprodukt	22,1	4,4	1,2	3,7	2,1	3,1	1,9	<b>100</b>
1) Stichtag jeweils 31.12.; Stand 24.08.2005.								
2) Aus der Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder; Stand 08.03.2005.								
3) BIP zu nominalen Marktpreisen; Stand 24.08.2005.								
Quelle: Statistisches Bundesamt/Hessische Statistische Landesamt								HBI 05

**Tabelle 7.1: Gesamtwirtschaftliche Kennziffern 2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern

tragen. Die so errechnete Wertschöpfung des Rundfunks in den einzelnen Bundesländern ist daher mit 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 2004

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 getrennt ausgewertet, nämlich die Großräume Berlin, Hamburg, Köln und München. Im Großraum Berlin wird Potsdam einbezogen, im Großraum München die umliegenden Kreise, und im Großraum Köln erstmals auch Bonn, da im Berichtszeitraum der Hauptsitz der Deutschen Welle mit ihrem erheblichen Personalbestand von Köln nach Bonn verlegt wurde.

Ende 2004 befand sich gut die Hälfte der Arbeitsplätze des Rundfunks in diesen vier Medienzentren, und dies gilt gleichermaßen für den privaten und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk liegt der regionale Schwerpunkt in Köln (inkl. Bonn). Hier hatten im Erhebungszeitraum der Westdeutsche Rundfunk, das Deutschlandradio und die Deutsche Welle ihren Sitz und zusammen 5.900 feste Mitarbeiter beschäftigt; das sind 20 Prozent aller Erwerbstätigen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Beim privaten Rundfunk liegt München mit 24 Prozent der Erwerbstätigen deutlich vor Köln (13 %), Berlin (10 %) und Hamburg, das gut

	Deutschland	Berlin <sup>1</sup>	Hamburg	Köln <sup>2</sup>	München <sup>3</sup>	Summe der vier Städte
		Anzahl				
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	<b>46.004</b>	<b>4.321</b>	<b>3.483</b>	<b>7.998</b>	<b>7.455</b>	<b>23.257</b>
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	29.415	2.667	2.767	5.902	3.486	14.822
Privater Rundfunk	16.589	1.654	716	2.096	3.969	8.435
<i>davon:</i>						
Fernsehen	12.689	1.296	611	2.062	3.637	7.606
Hörfunk	3.900	358	105	34	332	829
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	<b>28.235</b>	<b>2.371</b>	<b>1.850</b>	<b>7.626</b>	<b>3.565</b>	<b>15.412</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	<b>74.239</b>	<b>6.692</b>	<b>5.333</b>	<b>15.624</b>	<b>11.020</b>	<b>38.669</b>
		Anteil am Bundesgebiet in %				
<b>Erwerbstätige Ende 2004</b>	<b>100</b>	<b>9,4</b>	<b>7,6</b>	<b>17,4</b>	<b>16,2</b>	<b>50,6</b>
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	100	9,1	9,4	20,1	11,9	50,4
Privater Rundfunk	100	10,0	4,3	12,6	23,9	50,8
<i>davon:</i>						
Fernsehen	100	10,2	4,8	16,3	28,7	59,9
Hörfunk	100	9,2	2,7	0,9	8,5	21,3
<b>Sonstige Mitarbeiter Ende 2004</b>	<b>100</b>	<b>8,4</b>	<b>6,6</b>	<b>27,0</b>	<b>12,6</b>	<b>54,6</b>
<b>Gesamtbeschäftigung Ende 2004</b>	<b>100</b>	<b>9,0</b>	<b>7,2</b>	<b>21,0</b>	<b>14,8</b>	<b>52,1</b>
1) Einschließlich Potsdam.						
2) Einschließlich der Mitarbeiter der Deutschen Welle in Bonn.						
3) Einschließlich Umland.						
Quelle: AKM; HBI						
						HBI / AKM 05

**Tabelle 7.2: Beschäftigung im Rundfunk in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten 2004**

4 Prozent der Arbeitsplätze des privaten Rundfunks aufweisen kann. Besonders ausgeprägt ist die Standortkonzentration auf die Medienstädte vor allem beim privaten Fernsehen, bei dem allein 29 Prozent der Erwerbstätigen in München und Umgebung tätig sind; weitere 31 Prozent verteilen sich auf Köln (16 %), Berlin (10 %) und Hamburg (5 %). Beim privaten Hörfunk ist die Konzentration weit geringer: nur 21 Prozent der festen Mitarbeiter sind in Berlin, München, Hamburg und Köln tätig.

Verglichen mit den Werten der vorigen Erhebung hatten die vier Medienstädte insgesamt einen Rückgang von fast 1.000 Erwerbstätigen im Rundfunk hinzunehmen, der durch Personalabbau bedingt ist. Zudem gab es Verschiebungen zwischen den Medienzentren aufgrund von Standortverlagerungen einzelner Fernsehveranstalter. In der Folge ist die Zahl der festen Mitarbeiter bei den Rundfunkveranstaltern in München um 800 und in Berlin/Brandenburg um 700 zurückgegangen, während in Hamburg die Zahl der festen Mitarbeiter gleich blieb und Köln bei den Rundfunkveranstaltern sogar einen Zuwachs um etwa 500 Erwerbstätige aufweisen kann.

*b) Beschäftigte der Rundfunkwirtschaft in den einzelnen Bundesländern*  
 Betrachtet man die Zahl der festen Mitarbeiter in den Betriebsstätten der Rundfunkwirtschaft Ende 2003 und 2004 nach Bundesländern, so ergibt sich folgendes Bild: vier Fünftel der Arbeitsplätze von Rundfunkunternehmen konzentrieren sich in sieben der 16 Bundesländer, wobei es 2004 diese Rangfolge gab:

Nordrhein-Westfalen	(11.438 feste Mitarbeiter, entspr. 25 % an allen Erwerbstätigen im Rundfunk)
Bayern	(8.562 feste Mitarbeiter, entspr. 19 %)
Rheinland-Pfalz	(4.569 feste Mitarbeiter, entspr. 10 %)
Berlin und Brandenburg	(4.457 feste Mitarbeiter, entspr. 10 %)
Baden-Württemberg	(3.917 feste Mitarbeiter, entspr. 9 %)
Hamburg	(3.468 feste Mitarbeiter, entspr. 8 %)

Vergleicht man den Anteil der Erwerbstätigen im Rundfunk (Tabelle 7.3) mit dem Anteil der Erwerbstätigen insgesamt (Tabelle 7.1), so zeigt sich, dass der Rundfunkwirtschaft in Bayern, Berlin und Brandenburg, Hamburg, Nordrhein-Westfalen sowie Rheinland-Pfalz ein überdurchschnittliches Gewicht zukommt. Bei diesen Ländern ist der Anteil an den Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft höher als an den Erwerbstätigen insgesamt. In Baden-Württemberg ist das nicht der Fall.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	3.921	8.645	4.655	586	3.519	2.879	642	1.012
Erwerbstätige 2004	3.917	8.562	4.457	556	3.468	3.026	614	997
Sonstige Mitarbeiter 2003	2.544	4.107	2.386	384	1.632	486	194	419
Sonstige Mitarbeiter 2004	2.495	4.145	2.443	368	1.839	503	226	464
Gesamtbeschäftigung 2003	6.465	12.752	7.041	970	5.151	3.365	835	1.432
Gesamtbeschäftigung 2004	6.412	12.707	6.900	924	5.307	3.529	840	1.461
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	9	19	10	1	8	6	1	2
Erwerbstätige 2004	9	19	10	1	8	7	1	2
Sonstige Mitarbeiter 2003	9	15	9	1	6	2	1	2
Sonstige Mitarbeiter 2004	9	15	9	1	7	2	1	2
Gesamtbeschäftigung 2003	9	17	10	1	7	5	1	2
Gesamtbeschäftigung 2004	9	17	9	1	7	5	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	11.031	4.438	770	1.883	620	717	244	<b>45.561</b>
Erwerbstätige 2004	11.438	4.569	756	1.886	596	690	241	<b>45.773</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	8.713	3.646	456	1.951	535	233	229	<b>27.916</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	8.840	3.262	468	2.023	553	247	235	<b>28.112</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	19.744	8.084	1.226	3.834	1.155	950	473	<b>73.477</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	20.278	7.831	1.224	3.909	1.149	937	476	<b>73.885</b>
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	24	10	2	4	1	2	1	<b>100</b>
Erwerbstätige 2004	25	10	2	4	1	2	1	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	31	13	2	7	2	1	1	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	31	12	2	7	2	1	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	27	11	2	5	2	1	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	27	11	2	5	2	1	1	<b>100</b>

Quelle: AKM; HBI

HBI / AKM 05

**Tabelle 7.3: Beschäftigung im Rundfunk 2003/2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern

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) stehen die Länder Nordrhein-Westfalen mit gut 5.100 festen Mitarbeitern (davon 4.500 beim Fernsehen) und Bayern mit gut 5.000 festen Mitarbeitern (davon 4.000 beim Fernsehen) deutlich an der Spitze. Es folgen mit weitem Abstand Berlin/Brandenburg (1.700 feste Mitarbeiter, davon rund 1.300 beim Fernsehen) und Hessen (gut 1.100 feste Mitarbeiter, davon etwa 700 beim Fernsehen).

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	737	5.136	1.668	a	761	959	350	429
Erwerbstätige 2004	737	5.017	1.690	a	716	1.124	322	415
Sonstige Mitarbeiter 2003	343	1.734	547	a	116	109	32	97
Sonstige Mitarbeiter 2004	353	1.714	581	a	131	138	44	103
Gesamtbeschäftigung 2003	1.080	6.870	2.215	a	877	1.068	381	527
Gesamtbeschäftigung 2004	1.090	6.731	2.271	a	847	1.262	366	518
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	5	32	10	a	5	6	2	3
Erwerbstätige 2004	4	30	10	a	4	7	2	3
Sonstige Mitarbeiter 2003	6	33	10	a	2	2	1	2
Sonstige Mitarbeiter 2004	7	32	11	a	2	3	1	2
Gesamtbeschäftigung 2003	5	32	10	a	4	5	2	2
Gesamtbeschäftigung 2004	5	31	10	a	4	6	2	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	4.641	270	a	299	196	398	109	<b>16.074</b>
Erwerbstätige 2004	5.134	260	a	311	174	372	106	<b>16.492</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	1.676	161	a	230	76	57	84	<b>5.316</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	1.594	152	a	250	80	50	86	<b>5.330</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	6.317	431	a	529	272	455	193	<b>21.390</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	6.728	412	a	561	254	422	192	<b>21.822</b>
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	29	2	a	2	1	2	1	<b>100</b>
Erwerbstätige 2004	31	2	a	2	1	2	1	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	32	3	a	4	1	1	2	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	30	3	a	5	2	1	2	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	30	2	a	2	1	2	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	31	2	a	3	1	2	1	<b>100</b>

a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung.  
Quelle: AKM

HBI / AKM 05

**Tabelle 7.4: Beschäftigung im privaten Rundfunk 2003/2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern

Die bedeutendsten Bundesländer für den privaten Hörfunk sind Bayern mit etwa 1.030 und Nordrhein-Westfalen mit 640 Erwerbstätigen. Es folgen Baden-Württemberg (440), Hessen (420) und Berlin/Brandenburg (370).

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Tabelle 7.7) hatte Nordrhein-Westfalen Ende 2004 mit 6.300 festen Mitarbeitern die mit Abstand höchste Erwerbstätigenzahl aufzuweisen. Hier nehmen Rheinland-Pfalz (4.300), Bayern (3.550), Baden-Württemberg (3.200) sowie Berlin/Brandenburg und Hamburg (jeweils ca. 2.750 feste Mitarbeiter) die nächsten Plätze ein.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	288	4.089	1.316	a	654	548	305	215
Erwerbstätige 2004	295	3.990	1.322	a	611	704	278	222
Sonstige Mitarbeiter 2003	142	1.237	371	a	56	39	25	68
Sonstige Mitarbeiter 2004	147	1.172	392	a	66	46	32	71
Gesamtbeschäftigung 2003	430	5.326	1.687	a	710	587	329	284
Gesamtbeschäftigung 2004	442	5.162	1.714	a	677	750	310	293
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	2	34	11	a	5	5	3	2
Erwerbstätige 2004	2	32	10	a	5	6	2	2
Sonstige Mitarbeiter 2003	5	40	12	a	2	1	1	2
Sonstige Mitarbeiter 2004	5	38	13	a	2	2	1	2
Gesamtbeschäftigung 2003	3	35	11	a	5	4	2	2
Gesamtbeschäftigung 2004	3	33	11	a	4	5	2	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	3.990	137	a	97	87	287	24	<b>12.087</b>
Erwerbstätige 2004	4.493	164	a	114	73	254	20	<b>12.592</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	946	59	a	57	44	28	29	<b>3.127</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	895	72	a	68	43	22	26	<b>3.078</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	4.936	196	a	154	131	315	53	<b>15.214</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	5.388	236	a	182	116	276	46	<b>15.670</b>
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	33	1	a	1	1	2	0	<b>100</b>
Erwerbstätige 2004	36	1	a	1	1	2	0	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	30	2	a	2	1	1	1	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	29	2	a	2	1	1	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	32	1	a	1	1	2	0	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	34	2	a	1	1	2	0	<b>100</b>
a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung.								
Quelle: AKM								
HBI / AKM 05								

**Tabelle 7.5: Beschäftigung im privaten Fernsehen und Teleshopping 2003/2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern

In Bayern liegt die Zahl der Erwerbstätigen im privaten Rundfunk mit 5.000 deutlich über der in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (3.550). Auch in Schleswig-Holstein und in Mecklenburg-Vorpommern gibt es etwas mehr feste Mitarbeiter beim privaten Rundfunk als beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In den übrigen Bundesländern 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 2003	449	1.047	352	a	107	411	45	214
Erwerbstätige 2004	442	1.027	368	a	105	420	44	193
Sonstige Mitarbeiter 2003	201	497	176	a	60	70	7	29
Sonstige Mitarbeiter 2004	206	542	189	a	65	92	12	32
Gesamtbeschäftigung 2003	650	1.544	528	a	167	481	52	243
Gesamtbeschäftigung 2004	648	1.569	557	a	170	512	56	225
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	11	26	9	a	3	10	1	5
Erwerbstätige 2004	11	26	9	a	3	11	1	5
Sonstige Mitarbeiter 2003	9	23	8	a	3	3	0	1
Sonstige Mitarbeiter 2004	9	24	8	a	3	4	1	1
Gesamtbeschäftigung 2003	11	25	9	a	3	8	1	4
Gesamtbeschäftigung 2004	11	26	9	a	3	8	1	4
	Nordrhein-	Rheinland-			Sachsen-	Schleswig-	Deutschland	
	Westfalen	Pfalz	Saarland	Sachsen	Anhalt	Holstein	Thüringen	gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	651	133	a	202	109	111	85	<b>3.987</b>
Erwerbstätige 2004	641	96	a	197	101	118	86	<b>3.900</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	730	102	a	173	32	29	55	<b>2.189</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	699	80	a	182	37	28	60	<b>2.252</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	1.381	235	a	375	141	140	140	<b>6.176</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	1.340	176	a	379	138	146	146	<b>6.152</b>
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	16	3	a	5	3	3	2	<b>100</b>
Erwerbstätige 2004	16	2	a	5	3	3	2	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	33	5	a	8	1	1	3	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	31	4	a	8	2	1	3	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	22	4	a	6	2	2	2	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	22	3	a	6	2	2	2	<b>100</b>
a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung.								
Quelle: AKM								HBI / AKM 05

**Tabelle 7.6: Beschäftigung im privaten Hörfunk 2003/2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	3.184	3.509	2.987	a	2.758	1.920	292	583
Erwerbstätige 2004	3.180	3.545	2.767	a	2.752	1.902	292	582
Sonstige Mitarbeiter 2003	2.201	2.373	1.839	a	1.516	377	162	322
Sonstige Mitarbeiter 2004	2.142	2.431	1.862	a	1.708	365	182	361
Gesamtbeschäftigung 2003	5.385	5.882	4.826	a	4.274	2.297	454	905
Gesamtbeschäftigung 2004	5.322	5.976	4.629	a	4.460	2.267	474	943
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	11	12	10	a	9	7	1	2
Erwerbstätige 2004	11	12	9	a	9	6	1	2
Sonstige Mitarbeiter 2003	10	11	8	a	7	2	1	1
Sonstige Mitarbeiter 2004	9	11	8	a	7	2	1	2
Gesamtbeschäftigung 2003	10	11	9	a	8	4	1	2
Gesamtbeschäftigung 2004	10	11	9	a	9	4	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl (jeweils Ende des Jahres)							
Erwerbstätige 2003	6.390	4.168	a	1.584	424	319	135	<b>29.487</b>
Erwerbstätige 2004	6.304	4.309	a	1.575	422	318	135	<b>29.281</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	7.037	3.485	a	1.721	459	176	145	<b>22.600</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	7.246	3.110	a	1.773	473	197	149	<b>22.782</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	13.427	7.653	a	3.305	883	495	280	<b>52.087</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	13.550	7.419	a	3.348	895	515	284	<b>52.063</b>
	Anteile in %							
Erwerbstätige 2003	22	14	a	5	1	1	0	<b>100</b>
Erwerbstätige 2004	22	15	a	5	1	1	0	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2003	31	15	a	8	2	1	1	<b>100</b>
Sonstige Mitarbeiter 2004	32	14	a	8	2	1	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2003	26	15	a	6	2	1	1	<b>100</b>
Gesamtbeschäftigung 2004	26	14	a	6	2	1	1	<b>100</b>
a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung.								
Quelle: HBI								HBI 05

**Tabelle 7.7: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 2003/2004**  
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 Bun-

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	Veränderung 2004/2003	Veränderung 2004/1995
<b>Erwerbstätige</b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	4.538	4.391	4.396	4.317	3.921	3.917	-0,1	-13,7
Bayern	5.775	8.630	9.746	9.465	8.645	8.562	-1,0	48,3
Berlin und Brandenburg	3.907	4.903	5.282	5.107	4.655	4.457	-4,3	14,1
Bremen	652	629	574	566	586	556	-5,1	-14,7
Hamburg	4.391	4.010	3.723	3.487	3.519	3.468	-1,4	-21,0
Hessen	2.139	2.259	2.532	2.625	2.879	3.026	5,1	41,5
Mecklenburg-Vorpommern	400	686	773	715	642	614	-4,3	53,5
Niedersachsen	849	975	949	914	1.012	997	-1,5	17,4
Nordrhein-Westfalen	8.390	9.589	10.019	10.244	11.031	11.438	3,7	36,3
Rheinland-Pfalz	4.321	4.242	4.118	4.213	4.438	4.569	3,0	5,7
Saarland	808	795	817	785	770	756	-1,8	-6,4
Sachsen	2.093	1.881	1.911	1.901	1.883	1.886	0,2	-9,9
Sachsen-Anhalt	282	557	527	519	620	596	-3,9	111,3
Schleswig-Holstein	478	734	823	734	717	690	-3,7	44,4
Thüringen	240	226	257	264	244	241	-1,2	0,4
zum Vergleich:								
<b>Bundesgebiet</b>	<b>39.263</b>	<b>44.507</b>	<b>46.447</b>	<b>45.856</b>	<b>45.561</b>	<b>45.773</b>	<b>0,5</b>	<b>16,6</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter</b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	2.510	2.948	2.793	2.894	2.544	2.495	-1,9	-0,6
Bayern	3.452	4.240	5.247	5.356	4.107	4.145	0,9	20,1
Berlin und Brandenburg	3.941	2.972	3.665	3.634	2.386	2.443	2,4	-38,0
Bremen	226	327	397	382	384	368	-4,2	62,8
Hamburg	2.184	1.825	1.641	1.619	1.632	1.839	12,7	-15,8
Hessen	580	562	507	513	486	503	3,5	-13,2
Mecklenburg-Vorpommern	209	225	178	178	194	226	16,9	8,2
Niedersachsen	479	492	404	409	419	464	10,7	-3,1
Nordrhein-Westfalen	8.027	7.374	6.302	6.238	8.713	8.840	1,5	10,1
Rheinland-Pfalz	1.298	3.419	3.653	3.954	3.646	3.262	-10,5	151,3
Saarland	254	283	408	424	456	468	2,6	84,3
Sachsen	1.472	1.464	1.863	1.917	1.951	2.023	3,7	37,4
Sachsen-Anhalt	174	400	462	487	535	553	3,4	217,8
Schleswig-Holstein	273	290	233	229	233	247	5,8	-9,6
Thüringen	136	142	179	198	229	235	2,6	72,8
zum Vergleich:								
<b>Bundesgebiet</b>	<b>25.215</b>	<b>26.963</b>	<b>27.932</b>	<b>28.432</b>	<b>27.916</b>	<b>28.112</b>	<b>0,7</b>	<b>11,5</b>
<b>Gesamtbeschäftigung</b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	7.048	7.339	7.189	7.211	6.465	6.412	-0,8	-9,0
Bayern	9.227	12.870	14.993	14.821	12.752	12.707	-0,4	37,7
Berlin und Brandenburg	7.848	7.875	8.947	8.741	7.041	6.900	-2,0	-12,1
Bremen	878	956	971	948	970	924	-4,7	5,2
Hamburg	6.575	5.835	5.364	5.106	5.151	5.307	3,0	-19,3
Hessen	2.719	2.821	3.039	3.138	3.365	3.529	4,9	29,8
Mecklenburg-Vorpommern	609	911	951	893	835	840	0,6	38,0
Niedersachsen	1.328	1.467	1.353	1.323	1.432	1.461	2,1	10,0
Nordrhein-Westfalen	16.417	16.963	16.321	16.482	19.744	20.278	2,7	23,5
Rheinland-Pfalz	5.619	7.661	7.771	8.167	8.084	7.831	-3,1	39,4
Saarland	1.062	1.078	1.225	1.209	1.226	1.224	-0,2	15,3
Sachsen	3.564	3.345	3.774	3.818	3.834	3.909	2,0	9,7
Sachsen-Anhalt	456	957	989	1.006	1.155	1.149	-0,5	152,0
Schleswig-Holstein	751	1.024	1.056	963	950	937	-1,4	24,7
Thüringen	376	368	436	462	473	476	0,6	26,6
zum Vergleich:								
<b>Bundesgebiet</b>	<b>64.478</b>	<b>71.470</b>	<b>74.379</b>	<b>74.288</b>	<b>73.477</b>	<b>73.885</b>	<b>0,6</b>	<b>14,6</b>

Quelle: AKM; HBI

HBI / AKM 05

**Tabelle 7.8: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–2004**  
Rundfunk insgesamt

desländer Zeitreihen für den Zeitraum von Ende 1995 bis Ende 2004 gebildet werden. In Tabelle 7.8 werden die Daten für 1995 und für die Jahre 2000 bis 2004 ausgewiesen; die Entwicklung zwischen 1996 und 1999 ist im Einzelnen dem Bericht über den Zeitraum 2001/2002 zu entnehmen. Bei

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	Veränderung 2004/2003	Veränderung 2004/1995
<b>Erwerbstätige</b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	675	972	1.010	941	737	737	0,0	9,2
Bayern	2.425	5.119	6.372	6.031	5.136	5.017	-2,3	106,9
Berlin und Brandenburg	874	2.096	2.291	2.090	1.668	1.690	1,3	93,4
Bremen	-	a	a	a	a	a	a	-
Hamburg	1.372	1.253	983	743	761	716	-5,9	-47,8
Hessen	332	391	648	708	959	1.124	17,2	238,6
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	350	322	-7,9	-
Niedersachsen	276	374	355	319	429	415	-3,3	50,4
Nordrhein-Westfalen	1.805	3.257	3.685	3.808	4.641	5.134	10,6	184,4
Rheinland-Pfalz	444	378	230	246	270	260	-3,7	-41,4
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a
Sachsen	279	338	333	312	299	311	4,0	11,5
Sachsen-Anhalt	121	102	112	101	196	174	-11,2	43,8
Schleswig-Holstein	197	418	517	428	398	372	-6,5	88,8
Thüringen	80	99	126	132	109	106	-2,8	32,5
<i>zum Vergleich:</i>								
<b>Bundesgebiet</b>	<b>8.984</b>	<b>15.252</b>	<b>17.233</b>	<b>16.366</b>	<b>16.074</b>	<b>16.492</b>	<b>2,6</b>	<b>83,6</b>
<b>Sonstige Mitarbeiter</b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	511	448	330	313	343	353	2,9	-30,9
Bayern	1.894	2.272	2.723	2.574	1.734	1.714	-1,2	-9,5
Berlin und Brandenburg	1.374	1.145	1.580	1.440	547	581	6,2	-57,7
Bremen	-	a	a	a	a	a	a	-
Hamburg	587	470	145	116	116	131	12,7	-77,7
Hessen	73	134	76	82	109	138	26,8	89,3
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	32	44	40,0	a
Niedersachsen	173	194	77	79	97	103	6,0	-40,3
Nordrhein-Westfalen	1.976	1.867	1.639	1.558	1.676	1.594	-4,9	-19,3
Rheinland-Pfalz	473	320	223	226	161	152	-5,6	-67,9
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a
Sachsen	270	232	227	201	230	250	8,8	-7,3
Sachsen-Anhalt	51	37	33	36	76	80	5,3	56,9
Schleswig-Holstein	109	134	65	60	57	50	-13,0	-54,4
Thüringen	46	40	44	56	84	86	2,4	87,0
<i>zum Vergleich:</i>								
<b>Bundesgebiet</b>	<b>7.595</b>	<b>7.400</b>	<b>7.213</b>	<b>6.793</b>	<b>5.316</b>	<b>5.330</b>	<b>0,3</b>	<b>-29,8</b>
<b>Gesamtbeschäftigung</b>								
	Anzahl						in %	
Baden-Württemberg	1.186	1.420	1.340	1.254	1.080	1.090	0,9	-8,1
Bayern	4.319	7.391	9.095	8.605	6.870	6.731	-2,0	55,8
Berlin und Brandenburg	2.248	3.241	3.871	3.530	2.215	2.271	2,5	1,0
Bremen	-	a	a	a	a	a	a	-
Hamburg	1.959	1.723	1.128	859	877	847	-3,4	-56,8
Hessen	405	525	724	790	1.068	1.262	18,1	211,6
Mecklenburg-Vorpommern	a	a	a	a	381	366	-3,9	a
Niedersachsen	449	568	432	398	527	518	-1,6	15,4
Nordrhein-Westfalen	3.781	5.124	5.324	5.366	6.317	6.728	6,5	77,9
Rheinland-Pfalz	917	698	453	472	431	412	-4,4	-55,1
Saarland	a	a	a	a	a	a	a	a
Sachsen	549	570	560	513	529	561	6,1	2,2
Sachsen-Anhalt	172	139	145	137	272	254	-6,6	47,7
Schleswig-Holstein	306	552	582	488	455	422	-7,3	37,8
Thüringen	126	139	170	188	193	192	-0,5	52,4
<i>zum Vergleich:</i>								
<b>Bundesgebiet</b>	<b>16.579</b>	<b>22.652</b>	<b>24.446</b>	<b>23.159</b>	<b>21.390</b>	<b>21.822</b>	<b>2,0</b>	<b>31,6</b>
a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung.								
Quelle: AKM <span style="float: right;">HBI / AKM 05</span>								

**Tabelle 7.9: Regionale Beschäftigung in der Rundfunkwirtschaft 1995–2004**  
Privater Rundfunk insgesamt

den Daten zu den sonstigen Mitarbeitern (Honorarkräften) ist zu berücksichtigen, dass die Erhebungsfrage ab dem Jahr 1996 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. Diese Daten sind deshalb mit Vorsicht zu interpretieren.

Die Zahl der festen Mitarbeiter in den deutschen Rundfunkunternehmen ist von 1995 bis 2004 um 17 Prozent gewachsen. Weit über diesem Durchschnittswert entwickelten sich die Erwerbstätigenzahlen in Bayern (plus 48 %), Hessen (plus 42 %) und Nordrhein-Westfalen (plus 36 %), sowie – mit geringer Ausgangsbasis – in den drei kleinen Bundesländern Sachsen-Anhalt (plus 111 %), Mecklenburg-Vorpommern (plus 54 %) und Schleswig-Holstein (plus 44 %). Einen erheblichen Rückgang bei der Zahl der festen Mitarbeiter hat die Rundfunkwirtschaft dagegen in Hamburg (minus 21 %), in Bremen (minus 15 %), in Baden-Württemberg (minus 14 %), in Sachsen (minus 10 %) und im Saarland (minus 6 %) zu verzeichnen.

Betrachtet man speziell den privaten Rundfunk, so sind die Veränderungen noch stärker ausgeprägt. In Hessen, Nordrhein-Westfalen und Bayern 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 2004**

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 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.

Gemessen am Produktionswert konzentrieren sich im Jahr 2004 85 Prozent der deutschen Rundfunkwirtschaft in nur sieben Bundesländern. An der Spitze stehen Nordrhein-Westfalen und Bayern, jeweils mit einem Produk-

tionswert von knapp 3,8 Mrd. Euro. Es folgen Rheinland-Pfalz (2,0 Mrd. Euro) und Berlin/Brandenburg (1,4 Mrd. Euro) sowie Hamburg (1,1 Mrd. Euro) und Baden-Württemberg (1,0 Mrd. Euro).

Bei der Bruttowertschöpfung gibt es in der Rangfolge leichte Abweichungen, da die Vorleistungen der Zulieferer unterschiedlich groß waren. Doch auch nach dieser Kennziffer konzentrieren sich vier Fünftel der deutschen Rundfunkwirtschaft in den genannten sieben Bundesländern (Tabelle 7.10):

- Der Anteil Bayerns (1,01 Mrd. Euro Wertschöpfung) lag bei 25 Prozent,
- der Anteil Nordrhein-Westfalens (890 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 22 Prozent,
- der Anteil von Rheinland-Pfalz (410 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 10 Prozent,
- der Anteil Baden-Württembergs (350 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 9 Prozent,
- der Anteil von Berlin und Brandenburg (320 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 8 Prozent,
- der Anteil Hamburgs (290 Mio. Euro Wertschöpfung) lag bei 7 Prozent.

In vier Bundesländern hatte die Rundfunkwirtschaft 2004 im Vergleich zu den gesamten Wirtschaftsaktivitäten des jeweiligen Landes (gemessen am Bruttoinlandsprodukt) eine überdurchschnittliche Bedeutung. Dies gilt für

- Bayern mit einem Anteil von 25 Prozent an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 18 Prozent,
- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil von 10 Prozent an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 4 Prozent,
- Berlin und Brandenburg mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 8 Prozent und einem Anteil am BIP von 6 Prozent und
- Hamburg mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 7 Prozent und einem Anteil am BIP von 4 Prozent.

	Baden-		Berlin und			Mecklenburg-		Nieder-
	Württemberg	Bayern	Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Vorpommern	
	in Mio. Euro							
Produktionswert <sup>1)</sup>	983,1	3.714,1	1.314,2	71,2	1.024,1	617,5	252,1	238,0
Vorleistungen <sup>2)</sup>	629,4	2.703,3	991,0	50,6	730,1	365,7	207,4	156,2
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	353,7	1.010,8	323,2	20,6	294,0	251,9	44,7	81,8
<i>davon:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	318,1	590,1	331,1	45,6	257,7	179,6	42,0	64,7
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	34,5	406,9	75,4	-26,2	28,8	68,1	1,8	13,9
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	1,1	13,8	-83,3	1,2	7,5	4,2	0,9	3,3
Erwerbstätige	3.917	8.562	4.457	556	3.468	3.026	614	997
	in Tausend Euro							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	90,3	118,1	72,5	37,1	84,8	83,2	72,8	82,1
	Anteile in %							
Produktionswert	7	25	9	0	7	4	2	2
Vorleistungen	6	25	9	0	7	3	2	1
Bruttowertschöpfung	9	25	8	1	7	6	1	2
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	10	19	11	1	8	6	1	2
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	4	42	8	-	3	7	0	1
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	-	-	57	-	-	-	-	-
Erwerbstätige	9	19	10	1	8	7	1	2
	Nordrhein-		Rheinland-		Sachsen-		Schleswig-	Deutschland
	Westfalen	Pfalz	Saarland	Sachsen	Anhalt	Holstein	Thüringen	gesamt
	in Mio. Euro							
Produktionswert <sup>1)</sup>	3.672,3	1.833,7	91,4	534,2	160,0	257,4	57,0	<b>14.820,2</b>
Vorleistungen <sup>2)</sup>	2.784,4	1.425,1	59,2	391,6	113,6	206,9	40,4	<b>10.854,6</b>
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	887,9	408,6	32,2	142,7	46,4	50,5	16,6	<b>3.965,6</b>
<i>davon:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	732,1	337,5	52,0	109,0	33,1	46,7	12,9	<b>3.152,2</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	359,8	-31,6	-20,4	31,5	12,0	2,6	3,2	<b>960,2</b>
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	-203,9	102,6	0,6	2,2	1,3	1,2	0,4	<b>-146,8</b>
Erwerbstätige	11.438	4.569	756	1.886	596	690	241	<b>45.773</b>
	in Tausend Euro							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	77,6	89,4	42,6	75,7	77,9	73,2	68,8	<b>86,6</b>
	Anteile in %							
Produktionswert	25	12	1	4	1	2	0	<b>100</b>
Vorleistungen	26	13	1	4	1	2	0	<b>100</b>
Bruttowertschöpfung	22	10	1	4	1	1	0	<b>100</b>
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	23	11	2	3	1	1	0	<b>100</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	37	-	-	3	1	0	0	<b>100</b>
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	139	-	0	-	-	-	0	<b>100</b>
Erwerbstätige	25	10	2	4	1	2	1	<b>100</b>

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

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

Quelle: AKM; HBI

HBI / AKM 05

**Tabelle 7.10: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden-		Berlin und			Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	Württemberg	Bayern	Brandenburg	Bremen	Hamburg			
Produktionswert <sup>1)</sup>	112,9	2.791,7	729,1	a	in Mio. Euro 314,2	177,4	176,0	87,3
Vorleistungen <sup>2)</sup>	79,0	2.126,9	562,3	a	282,0	124,2	159,1	60,8
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	33,9	664,9	166,8	a	32,2	53,2	16,9	26,5
<i>davon:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	30,4	297,8	94,9	a	38,8	34,1	18,8	18,4
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	2,8	362,0	71,6	a	-7,0	15,1	-1,9	6,4
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	0,7	5,1	0,4	a	0,3	4,0	0,1	1,7
Erwerbstätige	737	5.017	1.690	a	Anzahl 716	1.124	322	415
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	46,0	132,5	98,7	a	in Tausend Euro 44,9	47,3	52,6	63,8
	Anteile in %							
Produktionswert	2	40	10	a	5	3	3	1
Vorleistungen	1	39	10	a	5	2	3	1
Bruttowertschöpfung	2	43	11	a	2	3	1	2
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	4	36	12	a	5	4	2	2
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	0	51	10	a	-	2	0	1
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	3	22	1	a	1	17	0	7
Erwerbstätige	4	30	10	a	4	7	2	3
	Nordrhein-		Rheinland-	Sachsen-		Schleswig-	Deutschland	
	Westfalen	Pfalz	Saarland	Sachsen	Anhalt	Holstein	Thüringen	gesamt
Produktionswert <sup>1)</sup>	2.252,5	54,1	a	47,1	28,7	175,0	14,2	<b>6.977,62</b>
Vorleistungen <sup>2)</sup>	1.752,1	38,5	a	37,5	18,0	154,8	9,0	<b>5.415,00</b>
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	500,4	15,6	a	9,6	10,7	20,3	5,2	<b>1.562,62</b>
<i>davon:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	238,3	10,1	a	7,8	5,9	21,4	4,2	<b>824,70</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	255	5	a	1	4	-1	1	<b>714,44</b>
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	7	1	a	1	1	0	0	<b>23,48</b>
Erwerbstätige	5.134	260	a	311	174	372	106	<b>16.492</b>
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	97,5	60,1	a	31,0	in Tausend Euro 61,6	54,4	48,6	<b>94,8</b>
	Anteile in %							
Produktionswert	32	1	a	1	0	3	0	<b>100</b>
Vorleistungen	32	1	a	1	0	3	0	<b>100</b>
Bruttowertschöpfung	32	1	a	1	1	1	0	<b>100</b>
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	29	1	a	1	1	3	1	<b>100</b>
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	36	1	a	0	1	0	0	<b>100</b>
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	32	3	a	5	4	1	0	<b>100</b>
Erwerbstätige	31	2	a	2	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. a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung. Quelle: AKM								

HBI / AKM 05

**Tabelle 7.11: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des privaten Rundfunks 2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
					in Mio. Euro			
Produktionswert <sup>1)</sup>	870,2	922,3	585,1	a	709,9	440,1	76,1	150,7
Vorleistungen <sup>2)</sup>	550,4	576,4	428,7	a	448,1	241,4	48,3	95,4
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	319,8	346,0	156,4	a	261,9	198,7	27,8	55,4
<i>davon:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	287,7	292,3	236,2	a	218,9	145,5	23,2	46,3
Einkommen aus Unternehmerschaft und Vermögen, Abschreibungen	31,7	44,9	3,8	a	35,7	53,0	3,7	7,5
Indirekte Steuern abzgl. Subventionen	0,4	8,7	-83,6	a	7,3	0,2	0,9	1,6
Erwerbstätige	3.180	3.545	2.767	a	Anzahl 2.752	1.902	292	582
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	100,6	97,6	56,5	a	in Tausend Euro 95,1	104,5	95,1	95,1
					Anteile in %			
Produktionswert	11	12	7	a	9	6	1	2
Vorleistungen	10	11	8	a	8	4	1	2
Bruttowertschöpfung	13	14	7	a	11	8	1	2
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	12	13	10	a	9	6	1	2
Einkommen aus Unternehmerschaft und Vermögen, Abschreibungen	13	18	2	a	15	22	2	3
Indirekte Steuern abzgl. Subventionen	0	-	49	a	-	0	-	-
Erwerbstätige	11	12	9	a	9	6	1	2
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
					Mio. Euro			
Produktionswert <sup>1)</sup>	1.419,8	1.779,5	a	487,1	131,3	82,3	42,8	<b>7.842,6</b>
Vorleistungen <sup>2)</sup>	1.032,2	1.386,6	a	354,1	95,6	52,1	31,4	<b>5.439,6</b>
Bruttowertschöpfung <sup>3)</sup>	387,6	393,0	a	133,1	35,7	30,2	11,4	<b>2.403,0</b>
<i>davon:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	493,8	327,4	a	101,3	27,2	25,3	8,8	<b>2.327,5</b>
Einkommen aus Unternehmerschaft und Vermögen, Abschreibungen	105	-36	a	31	8	4	2	<b>245,7</b>
Indirekte Steuern abzgl. Subventionen	-211	102	a	1	0	1	0	<b>-170,2</b>
Erwerbstätige	6.304	4.309	a	Anzahl 1.575	422	318	135	<b>29.281</b>
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	61,5	91,2	a	in Tausend Euro 84,5	84,5	95,1	84,7	<b>82,1</b>
					Anteile in %			
Produktionswert	18	23	a	6	2	1	1	<b>100</b>
Vorleistungen	19	25	a	7	2	1	1	<b>100</b>
Bruttowertschöpfung	16	16	a	6	1	1	0	<b>100</b>
<i>darunter:</i>								
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	21	14	a	4	1	1	0	<b>100</b>
Einkommen aus Unternehmerschaft und Vermögen, Abschreibungen	43	-	a	13	3	2	1	<b>100</b>
Indirekte Steuern abzgl. Subventionen	124	-	a	-	0	-	0	<b>100</b>
Erwerbstätige	22	15	a	5	1	1	0	<b>100</b>

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

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

a: Keine Angabe aus Gründen der Anonymisierung.

Quelle: HBI

HBI 05

## Tabelle 7.12: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 2004

Aufgliederung nach Bundesländern

## 7.4 Regionale Verteilung des Hörfunkwerbeaufkommens 2004

Pro Kopf der Bevölkerung konnten die privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter in Deutschland 2004 im Durchschnitt Nettowerbeerträge<sup>16</sup> von 7,82 Euro erzielen (Tabelle 7.13). Gegenüber dem Jahr 2000 ist dies ein Rückgang um rund 24 Prozent.

Über dem Durchschnitt lagen die Pro-Kopf-Erträge in 10 Bundesländern: Bayern, Berlin und Brandenburg, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen und Sachsen-Anhalt. Relativ am höchsten waren die Werbeerträge der Hamburger Hörfunkveranstalter. Dort profitieren gerade die privaten Anbieter von den Reichweiten und den Werbeerträgen, die sie mit überregionaler Werbung auch in den umliegenden Bundesländern erzielen können.

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk haben Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Bremen einen Anteil an den Hörfunk-Werbeerträgen, der über den Bevölkerungsanteil des Landes weit hinausgeht. Bei der regionalen Werbung im privaten Hörfunk gilt entsprechendes für Bayern, Berlin/Brandenburg und Sachsen-Anhalt. Bei der überregionalen Werbung im privaten Hörfunk sind die Veranstalter in Berlin/Brandenburg, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Bremen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein überdurchschnittlich erfolgreich.

---

16 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.

	Baden- Württemberg	Bayern	Berlin und Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg- Vorpommern	Nieder- sachsen
	in Mio.							
<i>zum Vergleich:</i> Bevölkerung <sup>1</sup>	10,7	12,4	6,0	0,7	1,7	6,1	1,7	8,0
	in Mio. Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto)</b>	<b>75,4</b>	<b>112,6</b>	<b>60,4</b>	<b>6,4</b>	<b>20,3</b>	<b>44,9</b>	<b>14,7</b>	<b>40,2</b>
davon:								
Öffentlich-rechtliche	25,4	25,0	10,4	5,5	1,7	13,6	1,7	7,7
Private überregionale Werbung	26,7	37,1	26,7	0,5	13,2	19,4	7,6	26,2
Private regionale Werbung	23,4	50,6	23,4	0,4	5,4	11,9	5,4	6,3
	in Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto)</b> <b>pro Kopf und Jahr</b>	<b>7,04</b>	<b>9,05</b>	<b>10,14</b>	<b>9,66</b>	<b>11,70</b>	<b>7,37</b>	<b>8,53</b>	<b>5,02</b>
	Anteile in %							
Bevölkerung	13	15	7	1	2	7	2	10
Öffentlich-rechtliche	15	14	6	3	1	8	1	4
Private überregionale Werbung	10	14	10	0	5	8	3	10
Private regionale Werbung	11	24	11	0	3	6	3	3
	Nordrhein- Westfalen	Rheinland- Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Schleswig- Holstein	Thüringen	Deutschland gesamt
	Anzahl in Mio.							
<i>zum Vergleich:</i> Bevölkerung <sup>1</sup>	18,1	4,1	1,1	4,3	2,5	2,8	2,4	<b>82,5</b>
	in Mio. Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto)</b>	<b>131,5</b>	<b>33,8</b>	<b>9,3</b>	<b>38,1</b>	<b>23,7</b>	<b>19,9</b>	<b>13,7</b>	<b>645,0</b>
davon:								
Öffentlich-rechtliche	52,5	9,6	3,9	6,2	3,6	2,7	3,4	<b>172,9</b>
Private überregionale Werbung	38,9	12,5	3,8	18,1	10,4	12,1	5,6	<b>258,8</b>
Private regionale Werbung	40,1	11,6	1,6	13,8	9,7	5,1	4,7	<b>213,3</b>
	in Euro							
<b>Hörfunkwerbung (netto)</b> <b>pro Kopf und Jahr</b>	<b>7,27</b>	<b>8,31</b>	<b>8,80</b>	<b>8,88</b>	<b>9,51</b>	<b>7,04</b>	<b>5,83</b>	<b>7,82</b>
	Anteile in %							
Bevölkerung	22	5	1	5	3	3	3	<b>100</b>
Öffentlich-rechtliche	30	6	2	4	2	2	2	<b>100</b>
Private überregionale Werbung	15	5	1	7	4	5	2	<b>100</b>
Private regionale Werbung	19	5	1	6	5	2	2	<b>100</b>
1) Stichtag jeweils 30. Juni								
Quelle: AKM; HBI								
								HBI / AKM 05

**Tabelle 7.13: Hörfunkwerbeaufkommen 2004**  
Aufgliederung nach Bundesländern