0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

0.1 Ziel und Durchführung der Studie

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im September 1996 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin (DIW) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland im Jahr 1995 zu erstellen. Grundlage sollte eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sein. Ziel war es, die vor allem für die privaten Rundfunkveranstalter vorhandenen Datenlücken so weit zu schließen und die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk veröffentlichten Daten so zu ergänzen, daß für 1995 ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – gezeichnet werden konnte.

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

- dem DIW wurde die Projektkonzeption, die Datenanalyse und die Berichterstellung übertragen; es war außerdem für die Datenerhebung bei 70 privaten Fernsehveranstaltern verantwortlich,
- das HBI erhob im DIW-Unterauftrag die Daten der 15 Wirtschaftseinheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (einschließlich ARTE),
- die AKM wurde von der DLM mit der Feldarbeit im privaten Hörfunk beauftragt und übergab die gewonnenen Daten von 189 Hörfunkveranstaltern in anonymisierter Form auf Datenträger zur Auswertung an das DIW.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von Anfang Oktober bis Ende 1996.

Die für eine freiwillige Umfrage außergewöhnlich hohe Antwortquote von über 90 vH (Fernsehen 92 vH, Hörfunk 97 vH) läßt auf ein großes

Interesse der Rundfunkunternehmen an einer verbesserten Datenlage zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland schließen. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) und dem Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL), dem größten Verband von Programmveranstaltern auf lokaler Ebene, beigetragen haben. Die wesentlichen Ergebnisse der Erhebung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

0.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland

Die von den Rundfunkunternehmen zur Verfügung gestellten Daten ermöglichen für das Jahr 1995 einen direkten Vergleich der deutschen Rundfunkwirtschaft mit anderen Wirtschaftszweigen und der Gesamtwirtschaft (Tabelle 0.1):

- Ende 1995 waren bei den deutschen Rundfunkunternehmen zusammen rund 39.300 feste Mitarbeiter (Erwerbstätige) beschäftigt, davon rund 22.400 mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen und 16.900 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.
- Der Produktionswert (Umsätze und Eigenleistungen) der Rundfunkunternehmen im Jahr 1995 betrug zusammen rund 20 Mrd. DM. Die Bruttowertschöpfung – d. h. der Beitrag der Rundfunkwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag bei 5,7 Mrd. DM. Damit leistet der Rundfunk mittlerweile einen größeren Beitrag zur Einkommensentstehung als die Luft- und Raumfahrtindustrie bzw. rund ein Drittel der Wertschöpfung des Verlagsgewerbes.
- Die Wertschöpfung je Erwerbstätigem lag 1995 in der Rundfunkwirtschaft mit etwa 146.000 DM deutlich über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (etwa 100.000 DM).

Produktionskennziffern	Rundfunk insgesamt	Öffentl-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen	Hörfunk
			Mill. DM		
Produktionswert	20010	12005	8005	14590	5420
Vorleistungen	14290	7220	7070	11550	2740
Bruttowertschöpfung	5720	4785	935	3040	2680
darunter:					
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	5090	4310	785	2990	2100
Gewinneinkommen	-210	-220	5	-500	290
			Anzahl		
Erwerbstätige	39290	30278	9012	22402	16888
			Tausend DM		
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	145,7	158,0	104,3	135,7	159,0
			Anteile in vH		
Produktionswert	100	60	40	73	27
Vorleistungen	100	51	49	81	19
Bruttowertschöpfung	100	84	16	53	47
darunter:					
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	100	85	15	59	41
Erwerbstätige	100	77	23	57	43

Quelle: Berechnungen des DIW. **DIW 1997**

Tabelle 0.1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995
Deutschland insgesamt

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen zeigt sich nicht nur an ihrer Bruttowertschöpfung, d. h. an ihrem direkten Beitrag zur Einkommensentstehung. Ebenso bedeutsam sind die indirekten Wirkungen, die von den Vorleistungsbezügen und den Investitionen ausgehen. Von anderen Unternehmen und selbständigem technischem und künstlerischem Personal wurden 1995 – bei Einrechnung der Provisionszahlungen an Werbeagenturen – Waren und Dienstleistungen im Wert von 14,3 Mrd. DM nachgefragt. Hiervon entfielen rund 11,3 Mrd. DM auf die Nachfrage im Inland und sicherte damit in anderen Wirtschaftszweigen Arbeitsplätze und Einkommen. Unter anderem wurden:

- für 1,25 Mrd. DM wurden Telekommunikationsdienste zur Programmverbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender in Anspruch genommen,
- 1,85 Mrd. DM wurden als Vergütungen an selbständiges künstlerisches und technisches Personal (freie Mitarbeiter) gezahlt,
- 4,45 Mrd. DM wurde für den Ankauf von Sende- und Übertragungsrechten (einschließlich Urheberrechten für den Hörfunk) und für TV-Auftragsproduktionen ausgegeben; die Nachfrage der privaten TV-Veranstalter bei der deutschen Filmwirtschaft übertraf dabei mit 2,4 Mrd. DM die Nachfrage der öffentlich-rechtlichen Anstalten (1,6 Mrd. DM) deutlich.

Außerdem investierten die öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter 1,4 Mrd. DM in Bauten und Ausrüstungen.

0.3 Anbieterstruktur des privaten Rundfunks

Ende 1995 gab es in Deutschland 65 private Fernsehveranstalter (ohne Kleinanbieter mit weniger als 1 Stunde Programmproduktion pro Woche) und 185 private Hörfunkveranstalter. Diese Zahl hat sich im Verlauf des Jahres 1996 noch einmal leicht erhöht (Tabelle 0.2).

Beim Fernsehen können nach der Größe des Verbreitungsgebietes drei Anbietertypen unterschieden werden:

- 18 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren zwei Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz und nur einigen Stunden Programmproduktion pro Woche.
- 11 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit, davon 9 als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL und SAT 1.
- 36 Unternehmen verbreiteten ihre Programme regional bzw. lokal entweder terrestrisch oder über Kabelnetze, hierbei können 8 Ballungsraum-Sender mit täglich mehrstündigem Programm von 28 Lokal-Sendern mit deutlich geringerer Programmleistung unterschieden werden.

Die privaten Fernsehunternehmen sind auf wenige Bundesländer konzentriert. Allein 14 der 18 bundesweiten Anbieter haben ihren Sitz in den beiden Bundesländern Bayern und Nordrhein-Westfalen. Auch 23 von 36 Lokalanbietern senden in Bayern. Hingegen gab es Ende 1995 in 6 der 16 Bundesländer überhaupt kein privates Fernsehunternehmen.

Auch beim privaten Hörfunk können nach dem Verbreitungsgebiet drei Anbietertypen unterschieden werden:

- Mit 152 Veranstaltern war Ende 1995 die Gruppe der Lokalanbieter (einschließlich 12 lokaler Programmzulieferer mit eigener Lizenz) am größten; hierin sind auch die Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin und Hamburg enthalten.
- 10 Anbieter verbreiteten bundesweit Hörfunkprogramme, darunter zwei Einkaufsradios.
- 23 Anbieter verbreiteten landesweit Hörfunkprogramme, eingerechnet sind drei Anbieter sog. Mantelprogramme für Lokalsender.

Die regionale Konzentration ist im Hörfunkbereich nicht ganz so ausgeprägt wie beim privaten Fernsehen. Dennoch wurden vier Fünftel (145 von 185) der Programme in den vier Flächenstaaten ausgestrahlt, die lokale Hörfunksender zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin, in dem weitere 11 Anbieter ihren Sitz haben. Ende 1995 gab es nur

Sitz des Veranstalters	Private TV-Veranstalter				Private Hörfunk-Veranstalter			
Region Bundesland	Insgesamt[1]	bundesweit	landesweit	lokal/regional[2]	Insgesamt	bundesweit	landesweit[3]	lokal/regional[4]
Nord:								
Bremen	0	0	0	0	0	0	0	0
Hamburg	4	2	1	1	5	1	0	4
Niedersachsen	1	0	1	0	2	0	2	0
Schleswig-Holstein	0	0	0	0	3	1	2	0
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	0	0	2	0	2	0
West:								
Nordrhein-Westfalen	10	8	2	0	46	0	1	45
Ost:								
Berlin	4	1	0	3	10	1	0	9
Brandenburg	1	0	0	1	1	0	1	0
Sachsen	2	0	0	2	13	0	4	9
Sachsen-Anhalt	0	0	0	0	2	0	2	0
Thüringen	0	0	0	0	2	0	2	0
Südwest:								
Hessen	1	0	1	0	3	2	1	0
Saarland	0	0	0	0	1	0	1	0
Rheinland-Pfalz	5	1	1	3	6	3	2	1
Baden-Württemberg	4	0	1	3	18	0	0	18
Süd:								
Bayern	33	6	4	23	71	2	3	66
Deutschland insg.	65	18	11	36	185	10	23	152
Ende 1996	70	21	10	39	189	11	24	154

[1] Ohne Veranstalter mit weniger als 1 Stunde Programmproduktion pro Woche. - [2] Einschließlich Ballungsraumsender. [3] Einschließlich Mantelprogramme. - [4] Einschließlich bayerischer lokaler Programmzulieferer mit eigener Lizenz.

Quelle: DLM-Jahrbuch. **DIW 1997**

Tabelle 0.2: Private Rundfunkveranstalter Ende 1995 nach Bundesländern

im Bundesland Bremen keinen privaten Hörfunkanbieter – mittlerweile wurde jedoch auch dort das erste private Programm zugelassen.

0.4 Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995/96

Die 65 privaten TV-Anbieter beschäftigten Ende 1995 zusammen 4.925 Erwerbstätige (Abb. 0.1):

- mit 3.796 festen Mitarbeitern waren davon knapp vier Fünftel bei den 18 Veranstaltern bundesweiter TV-Programme tätig,
- bei den 8 Ballungsraumsendern und den 28 übrigen Lokalanbietern arbeiteten zusammen 859 Festangestellte (17 vH),
- weitere 270 Festangestellte (5 vH) gab es bei den 11 Anbietern landesweit verbreiteter Programme.

Zusätzlich zu diesen festen Mitarbeitern wurden Ende 1995 von den privaten TV-Veranstaltern noch über 2.900 Mitarbeiter ohne festes Arbeitsverhältnis (Praktikanten, feste Freie und sonstige Freie) beschäftigt. Das Verhältnis dieser Gruppe von Beschäftigten zu den festen Mitarbeitern betrug bei allen drei Anbietertypen jeweils etwa 0,66 : 1 – eine im Vergleich zu anderen Branchen sehr hohe Quote.

Bei einem Rückgang der Gesamtbeschäftigung in Deutschland hat 1996 sowohl die Zahl der festen Mitarbeiter als auch die Zahl der sonstigen Mitarbeiter im privaten Fernsehen bis Ende 1996 weiter auf 5.267 bzw. 3.056 zugenommen. Dies entspricht Zuwächsen von 7 vH bzw. 5 vH.

Bei den 185 privaten Hörfunkveranstaltern waren Ende 1995 zusammen 4.087 Mitarbeiter mit festem Arbeitsverhältnis tätig. Die Aufteilung auf die verschiedenen Anbietertypen unterscheidet sich dabei deutlich vom privaten Fernsehen (Abb. 0.2):

- bei den 10 bundesweiten Anbietern waren 287 und damit nur 7 vH aller Erwerbstätigen im privaten Hörfunk beschäftigt,
- bei den 23 landesweiten Anbietern waren es 1.227 oder 30 vH der festen Mitarbeiter,
- bei den 152 privaten Lokal- und Regionalsendern waren es 3.080 und damit nahezu zwei Drittel der Erwerbstätigen.

Noch höher als im privaten Fernsehen war der Anteil der 4.709 Mitarbeiter ohne festen Arbeitsvertrag an der Gesamtzahl aller Beschäftigten. Insgesamt gab es im privaten Hörfunk Ende 1995 damit rund 15 vH mehr Praktikanten, feste Freie und sonstige Freie als Festangestellte. Während das Verhältnis bei der Gruppe der landesweiten Programme mit 0,7 : 1 etwa dem des

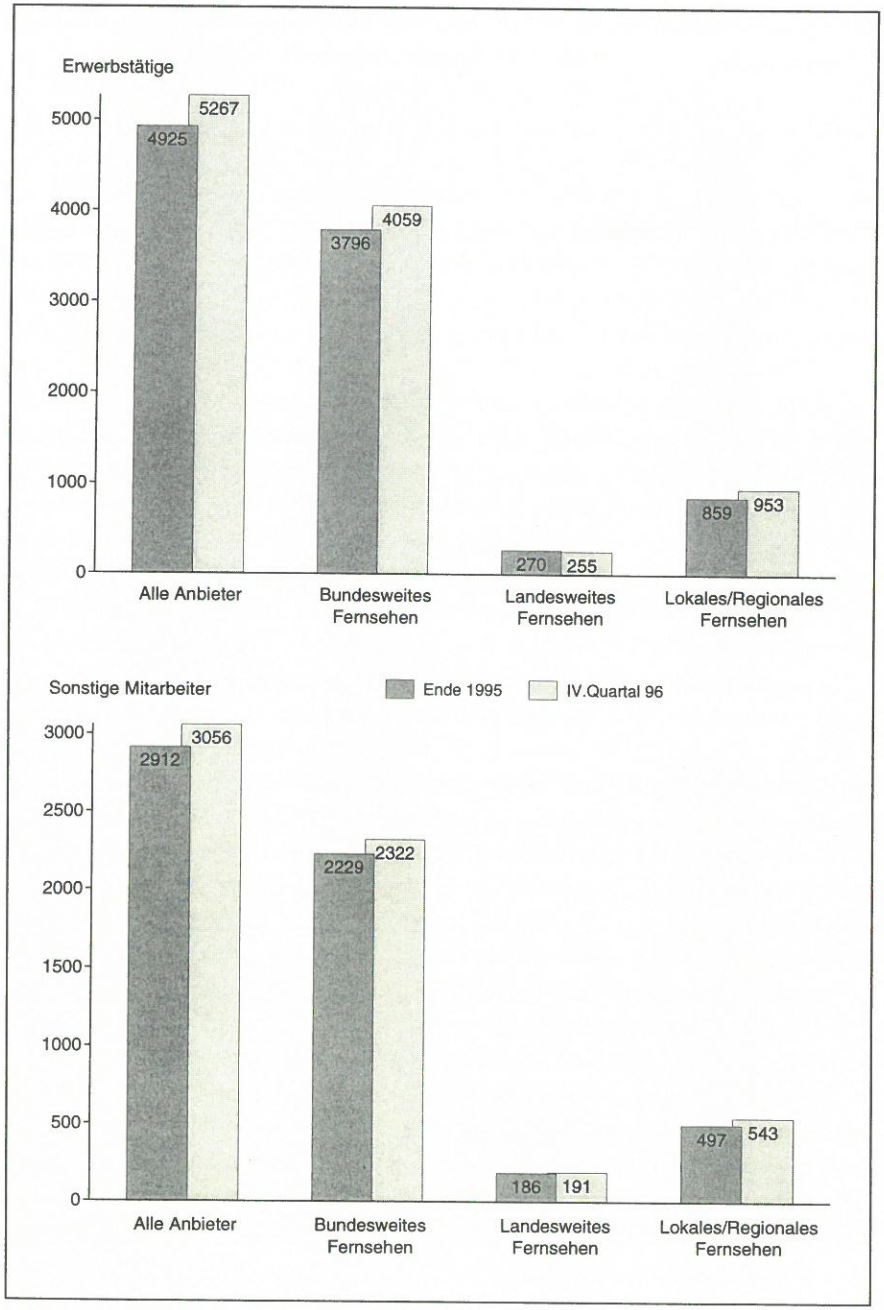

Abbildung 01: Beschäftigungsumfang im privaten Fernsehen 1995/96

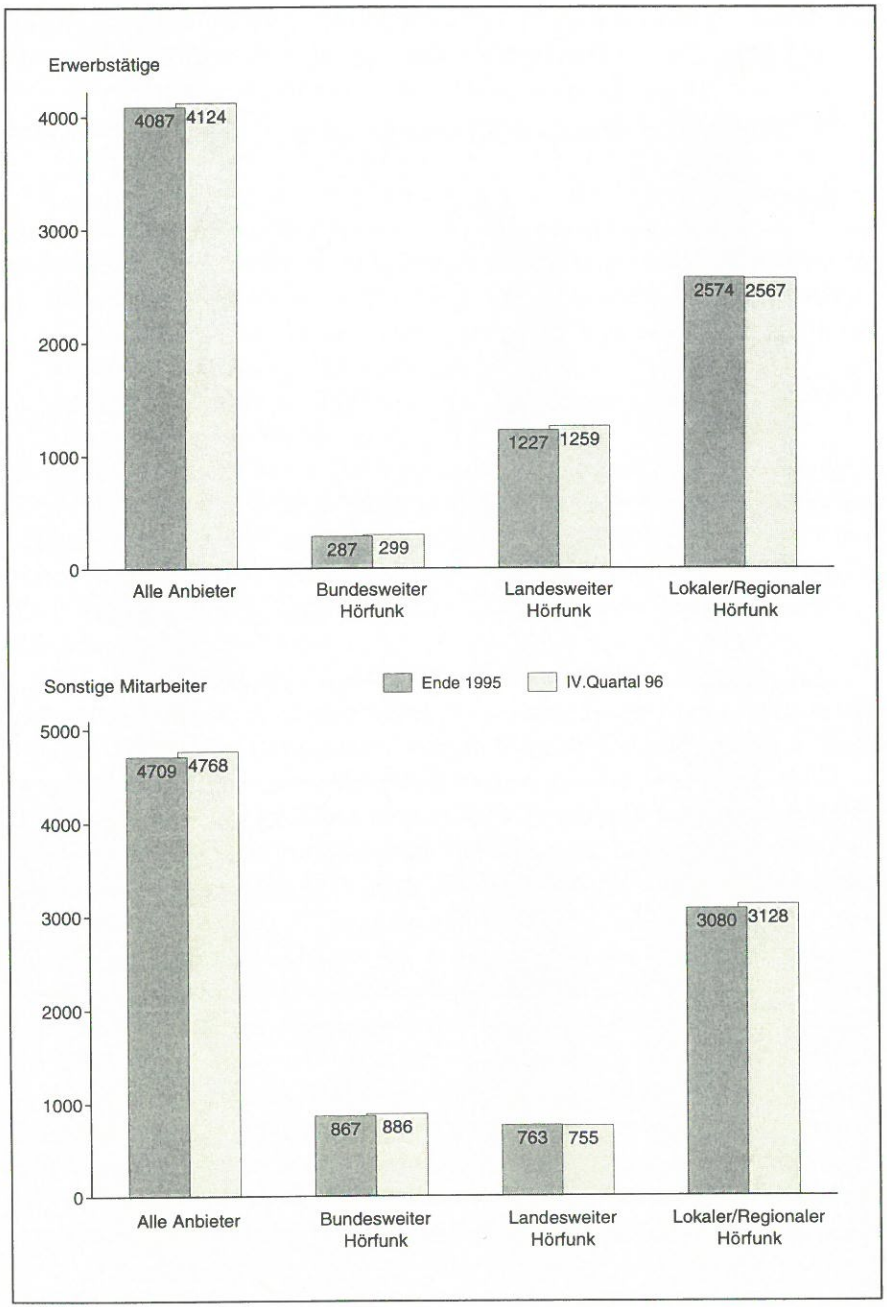

Abbildung 02: Beschäftigungsumfang im privaten Hörfunk 1995/96

privaten Fernsehens entsprach, betrug es bei den Lokalsendern 1,2 : 1 und bei den bundesweiten Programmen sogar 3 : 1.

Wie beim privaten Fernsehen haben die Beschäftigtenzahlen des privaten Hörfunks im Verlauf des Jahres 1996 zugenommen. Der Anstieg war jedoch geringer und lag für feste und sonstige Mitarbeiter jeweils bei 1 vH.

Von den Erwerbstätigen im privaten Fernsehen am Jahresende 1995 waren 82 vH Vollzeitbeschäftigte, 14 vH Teilzeitbeschäftigte und 4 vH Auszubildende und Volontäre. Der Ausbildungsanteil war beim privaten Hörfunk mit 8 vH deutlich höher, das Verhältnis von Vollzeit- zu Teilzeitbeschäftigung wies dagegen keinen Unterschied zum privaten Fernsehen auf (Abb. 0.3).

Rund 10 vH der sonstigen Mitarbeiter gehörten im privaten Fernsehen und im privaten Hörfunk jeweils zur Gruppe der Praktikanten. Der Anteil der regelmäßig für den selben Veranstalter tätigen freien Mitarbeiter (feste Freie) lag mit 37 vH im privaten Fernsehen deutlich über dem 25 vH-Anteil dieser Gruppe beim privaten Hörfunk. Entsprechend höher war im Hörfunk mit 65 vH der Anteil der sonstigen freien Mitarbeiter (Fernsehen: 54 vH).

Das Verhältnis von Frauen zu Männern betrug Ende 1995 bei den Erwerbstätigen des privaten Fernsehens 45 : 55. Der Frauenanteil entsprach damit etwa dem der Gesamtwirtschaft im Jahr 1995. Deutlich höher war der Frauenanteil allerdings unter den Erwerbstätigen des privaten Hörfunks. Über 2.100 oder 52 vH der festen Mitarbeiter waren dort Ende 1995 Frauen.

Strukturiert man die festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk nach Haupttätigkeiten, so sind mit 59 vH (Fernsehen) bzw. 69 vH (Hörfunk) jeweils die meisten mit der Programmgestaltung beschäftigt. Der höhere Technikaufwand des Fernsehens zeigt sich in dem vergleichsweise hohen Anteil der Mitarbeiter im Bereich Produktion/Technik: Einem Anteil von 19 vH im Fernsehen steht ein Anteil von 6 vH im Hörfunk gegenüber. Dies obwohl ein Teil der bundesweiten TV-Anbieter seine Sendetechnik bereits in eigenständige Unternehmen ausgelagert hat. Ausgelagert haben die bundesweiten TV-Anbietern auch einen erheblichen Teil der Werbeakquisition. Dennoch sind im privaten Fernsehen noch 11 vH der festen Mitarbeiter im Bereich Verkauf/Marketing tätig. Im privaten Hörfunk sind es wegen der hohen Zahl von Lokalanbietern mit eigener Werbeakquisition sogar über 15 vH. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 11 vH (Fernsehen) bzw. 10 vH (Hörfunk) der festen Mitarbeiter zuzurechnen.

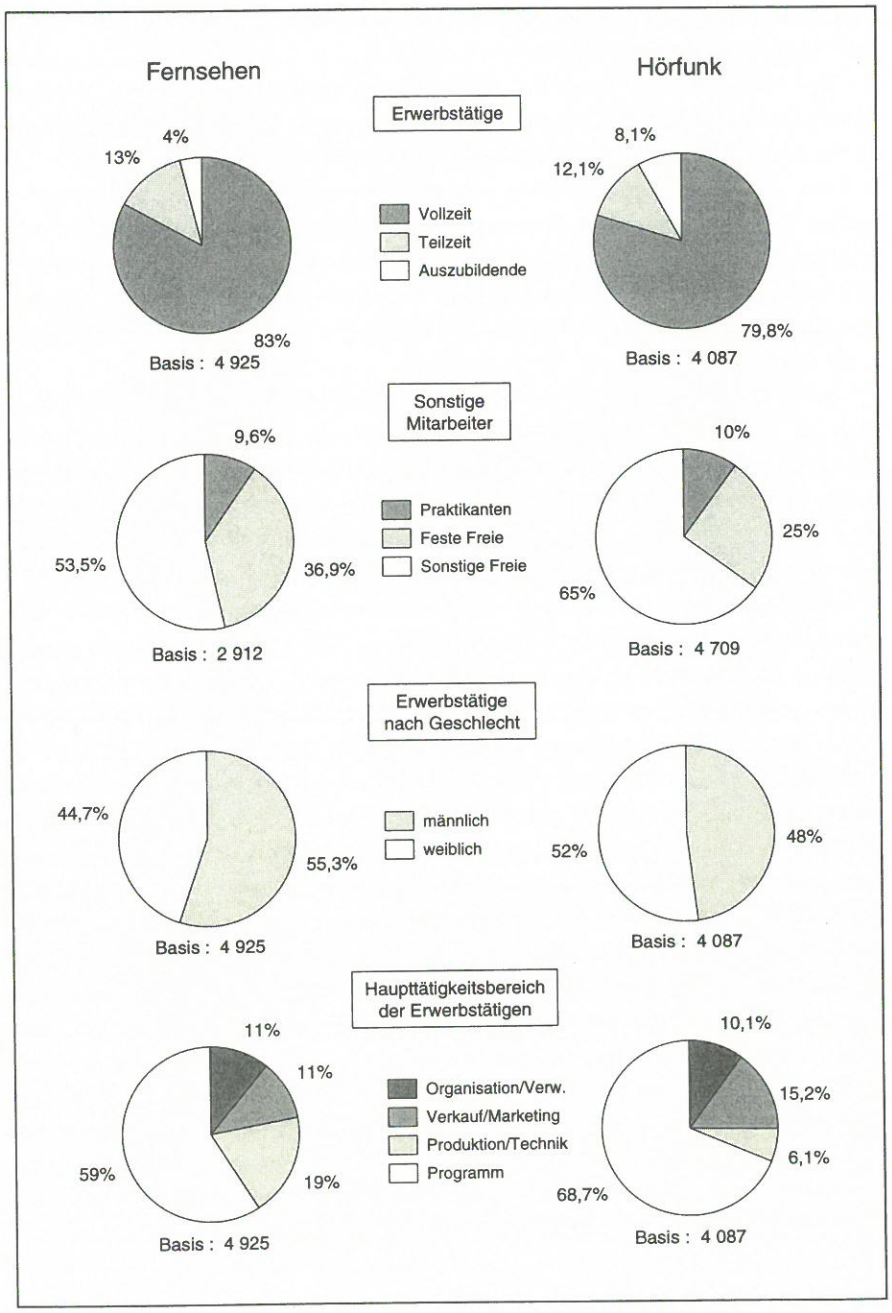

Abbildung 03: Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 1995

0.5 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks im Jahr 1995

Privater Rundfunk in Deutschland ist überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Von den Gesamterträgen des privaten Fernsehens in Höhe von 6,5 Mrd. DM stammten 5,8 Mrd. DM oder 88 vH aus Werbespoteinnahmen. Beim privaten Hörfunk betrugen die Werbespoterträge 960 Mill. DM (bei Gesamterträgen von 1,05 Mrd. DM). Dies entsprach einem Anteil von 84 vH (Abb. 0.4). Rechnet man neue Werbeformen dazu, liegt der Werbefinanzierungsanteil sogar jeweils über 90 vH.

Während sich der private Hörfunk in allen Bundesländern, in denen lokale Programme zugelassen wurden, als lokaler Werbeträger etabliert hat, wird das private Fernsehen bislang fast ausschließlich für überregionale Werbekampagnen genutzt: Der Anteil der Erträge aus lokaler Werbung lag 1995 im Hörfunk bei 41 vH, beim Fernsehen hingegen unter 1 vH. Auch neue Werbeformen wie Sponsoring, Teleshopping, Direkt-Response-Radio etc. haben im privaten Hörfunk eine weit größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an allen Werbeerträgen betrug 1995 im Hörfunk über 8 vH, im Fernsehen lediglich rund 1 vH.

Ende 1995 gab es jeweils nur einen privaten TV- und Hörfunkveranstalter, der sich primär über Abonnenten als Pay-TV bzw. Pay-Radio zu finanzieren versuchte. Beim Fernsehen machten diese Einnahmen 1995 immerhin rund 7 vH der Gesamterträge aus. Im Hörfunk sind sie zu vernachlässigen.

Die Gesamtaufwendungen aller privaten Fernsehveranstalter lagen 1995 bei insgesamt 6,7 Mrd. DM. Der Personalaufwand spielte dabei eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 8 vH, rechnet man die Vergütungen für die nicht festangestellten Mitarbeiter ein, bei 11 vH. Der größte Teil der Aufwendungen waren hingegen Sachkosten. Für die bundesweiten Veranstalter ist dabei eine Aufschlüsselung dieses Kostenblocks für das Jahr 1995 möglich. Von den 5,8 Mrd. DM entfielen 57 vH auf den Ankauf fertiger Programme und den Erwerb anderer Rechte, 24 vH wurden für Auftragsproduktionen ausgegeben und knapp 5 vH für die technische Programmverbreitung.

Die Gesamtaufwendungen des privaten Hörfunks haben 1995 bei 0,9 Mrd. DM gelegen. Seine Kostenstruktur unterschied sich deutlich von der des privaten Fernsehens. Der Personalkostenanteil lag bei 30 vH, zusammen mit den Vergütungen für nicht festangestellte Mitarbeiter bei 39 vH. Innerhalb des Sachkostenblocks von rund 0,5 Mrd. DM gab es

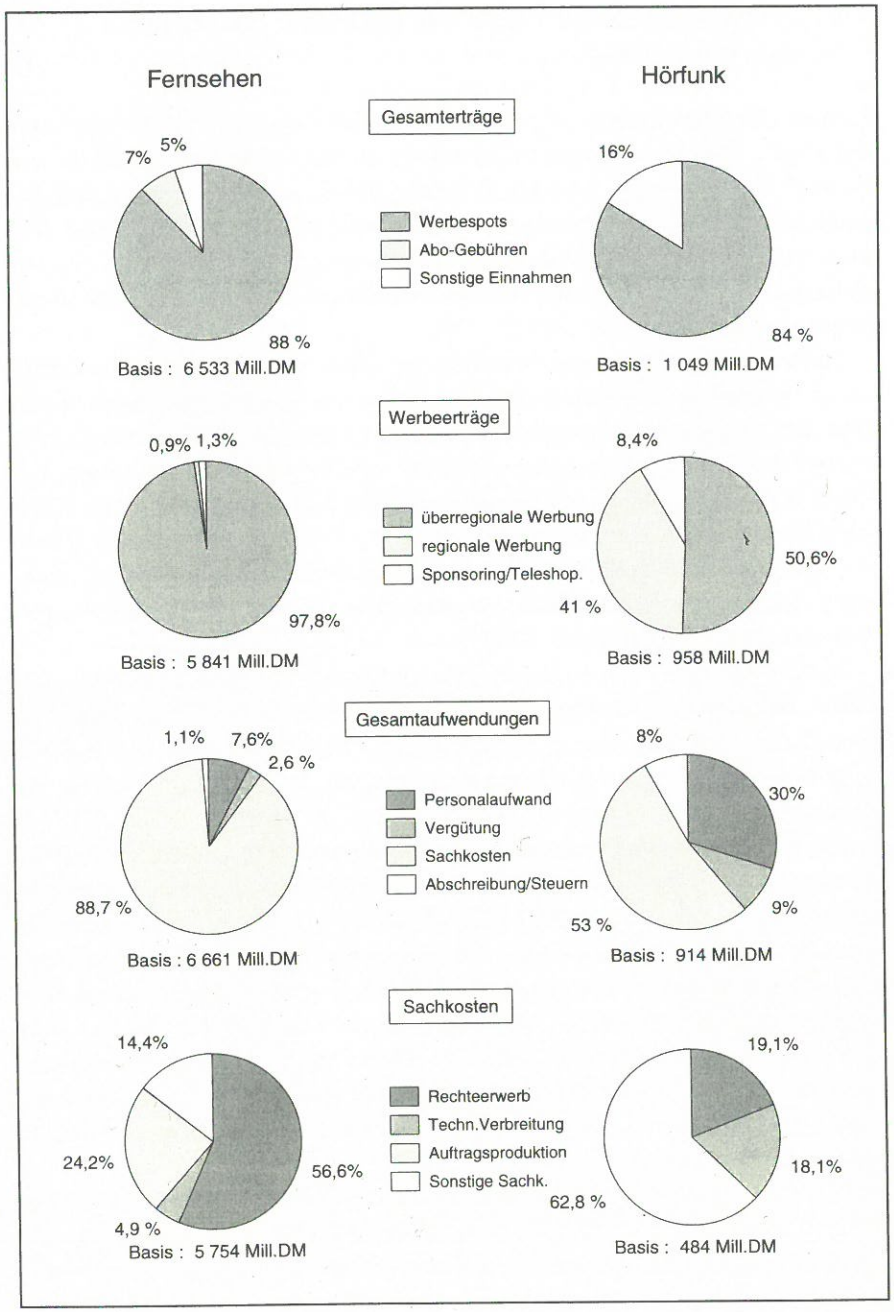

Abbildung 04: Ertrags- und Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 1995

ebenfalls deutliche Unterschiede zum privaten Fernsehen. So entfielen auf den Rechteerwerb (vor allem Gema- und GVL-Gebühren) nur 19 vH, auf die technische Programmverbreitung jedoch 18 vH aller Sachkosten der privaten Hörfunkanbieter.

Die privaten Fernsehveranstalter erwirtschafteten 1995 zusammen einen Verlust in Höhe von 130 Mill. DM. Dagegen konnten die privaten Hörfunkanbieter insgesamt einen Gewinn von 135 Mill. DM verbuchen. Die wirtschaftliche Lage einzelner Anbietertypen war dabei jedoch sehr unterschiedlich (Abb. 0.5) Im privaten Fernsehen gab es folgende Kostendeckungsgrade:

- die Gruppe der 18 bundesweiten TV-Anbieter erreichte vorwiegend durch Werbeeinnahmen ein insgesamt nahezu ausgeglichenes Ergebnis, wobei allerdings die Mehzahl der Veranstalter Verluste hinnehmen mußte,
- die 11 Anbieter landesweiter TV-Programme konnten zusammen nur rund 70 vH ihrer Aufwendungen durch Erträge decken, davon weniger als ein Drittel durch Werbeerträge,
- die Gruppe der 8 Ballungsraumsender erzielte mit einem Kostendeckungsgrad von knapp über 35 vH (davon zwei Drittel Werbeerträge) das insgesamt schlechteste Ergebnis,
- die Gruppe der übrigen 28 Lokal-TV-Sender konnte wiederum über 95 vH ihrer Aufwendungen durch Erträge decken, davon etwa die Hälfte aus Werbeerträgen.

Im privaten Hörfunk war die wirtschaftliche Lage 1995 insgesamt deutlich besser. Dabei

- wirtschafteten die Anbieter der 23 landesweiten bzw. Mantelprogramme überaus profitabel; sie kamen im Durchschnitt auf einen Kostendeckungsgrad von 132 vH,
- machten innerhalb der Gruppe der 152 Lokal- bzw. Regionalsender, die insgesamt auf einen Kostendeckungsgrad von 108 vH kam, sieben von zehn Anbietern Gewinne,
- erzielten die 10 bundesweiten Anbieter aber nur einen Kostendeckungsgrad von 72 vH; lediglich 3 Anbieter waren in der Gewinnzone.

0.6 Veränderungen gegenüber 1993

Bei der Datenerhebung für die vorliegende Studie wurde darauf geachtet, daß die Ergebnisse mit den Werten verglichen werden können, die die AKM in einer vergleichbaren Studie im Jahr 1994 erhoben hatte (vgl.

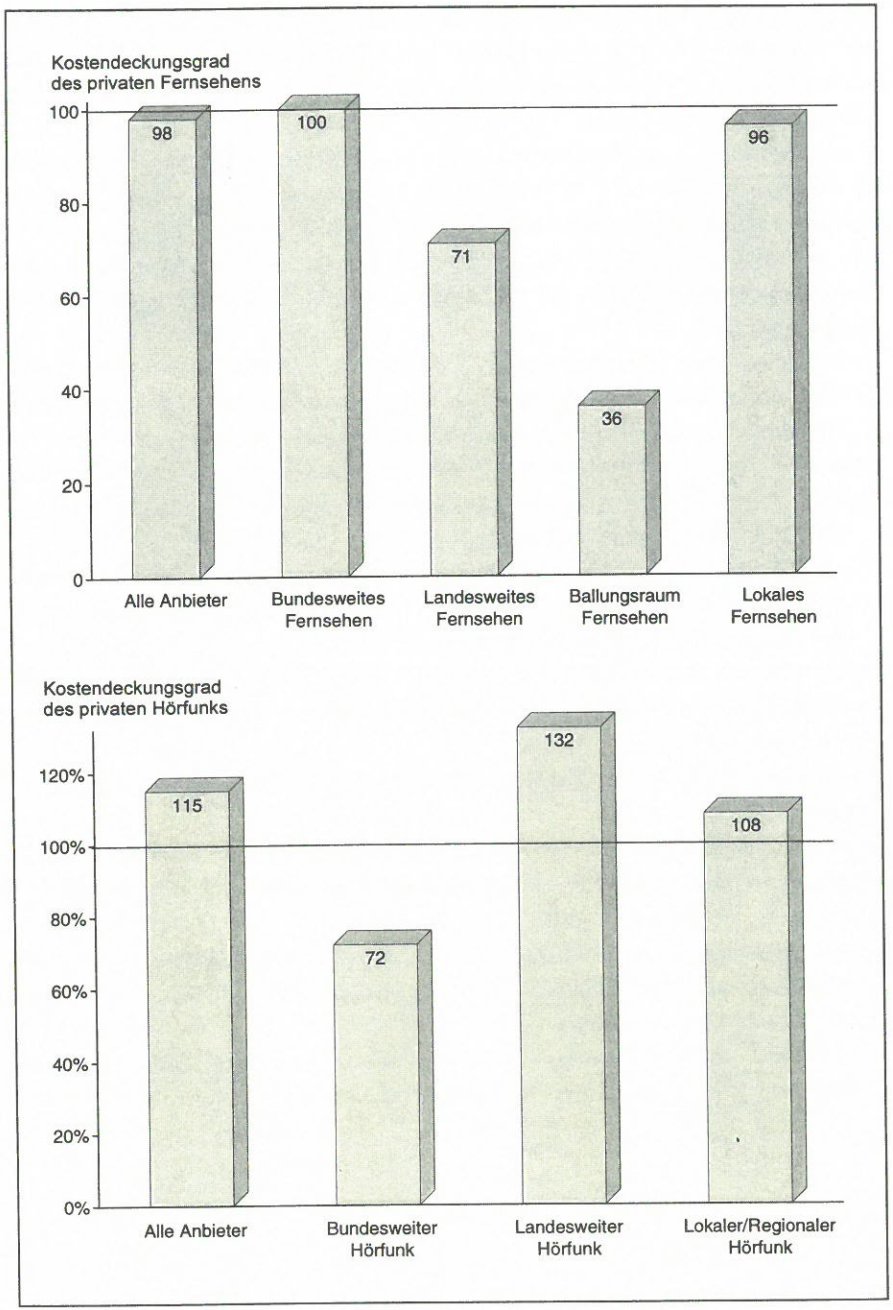

Abbildung 05: Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1995

BLM-Schriftenreihe, Band 31). Dieser Vergleich erlaubt zwei Feststellungen (Abb. 0.6 und 0.7):

- der private Rundfunk in Deutschland hat seit 1993 weiter deutlich expandiert, wobei das Wachstumstempo des Fernsehens über dem des Hörfunks lag,
- die wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkveranstalter hat sich insgesamt verbessert, allerdings trifft dies – wie bereits dargestellt – auf einzelne Anbietertypen in unterschiedlichem Maße zu.

Von Anfang 1994 bis Ende 1995 ging die Zahl der Erwerbstätigen in Deutschland in allen Wirtschaftsbereichen insgesamt um 1 vH zurück. Im gleichen Zeitraum hat sie im privaten Fernsehen insbesondere durch den Sendebeginn mehrerer neuer bundesweiter Anbieter um 35 vH zugenommen, im privaten Hörfunk um 31 vH. Auch der Ertragszuwachs der privaten Rundfunkanbieter lag mit 47 vH (Fernsehen) bzw. 35 vH (Hörfunk) deutlich über dem nominalen Wirtschaftswachstum der Bundesrepublik Deutschland, das im gleichen Zeitraum 10 vH betragen hat. Wesentlich waren hierfür die Steigerungen der Werbeerträge um 43 vH (privates Fernsehen) bzw. 19 vH (privater Hörfunk).

Sowohl der Kostendeckungsgrad der privaten Fernsehveranstalter als auch der privaten Hörfunkveranstalter hat sich im Vergleich zu 1993 verbessert. Die Fernsehanbieter konnten 1995 insgesamt 98 vH ihrer betrieblichen Aufwendungen durch Erträge decken. Zwei Jahre zuvor waren es erst 86 vH gewesen. Ursächlich ist eine spürbare Verbesserung der wirtschaftlichen Situation in der Gruppe der bundesweiten Anbieter, die 1995 insgesamt ein nahezu ausgeglichenes Ergebnis erreichte. Allerdings befinden sich nur wenige dieser Anbieter in der Gewinnzone und zudem sind aus den Überschüssen noch in erheblichem Umfang Anlaufverluste aus den Vorjahren zu decken.

Im privaten Hörfunk hat sich die Gewinnsituation weiter verbessert. Insgesamt haben die Gesamterträge 1995 um 15 vH über den Gesamtaufwendungen gelegen. 1993 waren es noch 8 vH gewesen. Auch hier gilt jedoch – nicht alle privaten Hörfunkveranstalter erwirtschafteten Gewinne und ein Teil dieser Überschüsse muß insbesondere bei den lokalen Anbietern noch zur Abdeckung von Anlaufverlusten verwendet werden. Diese Verlustvorträge betrugen Ende 1995 rund 320 Mill. DM.

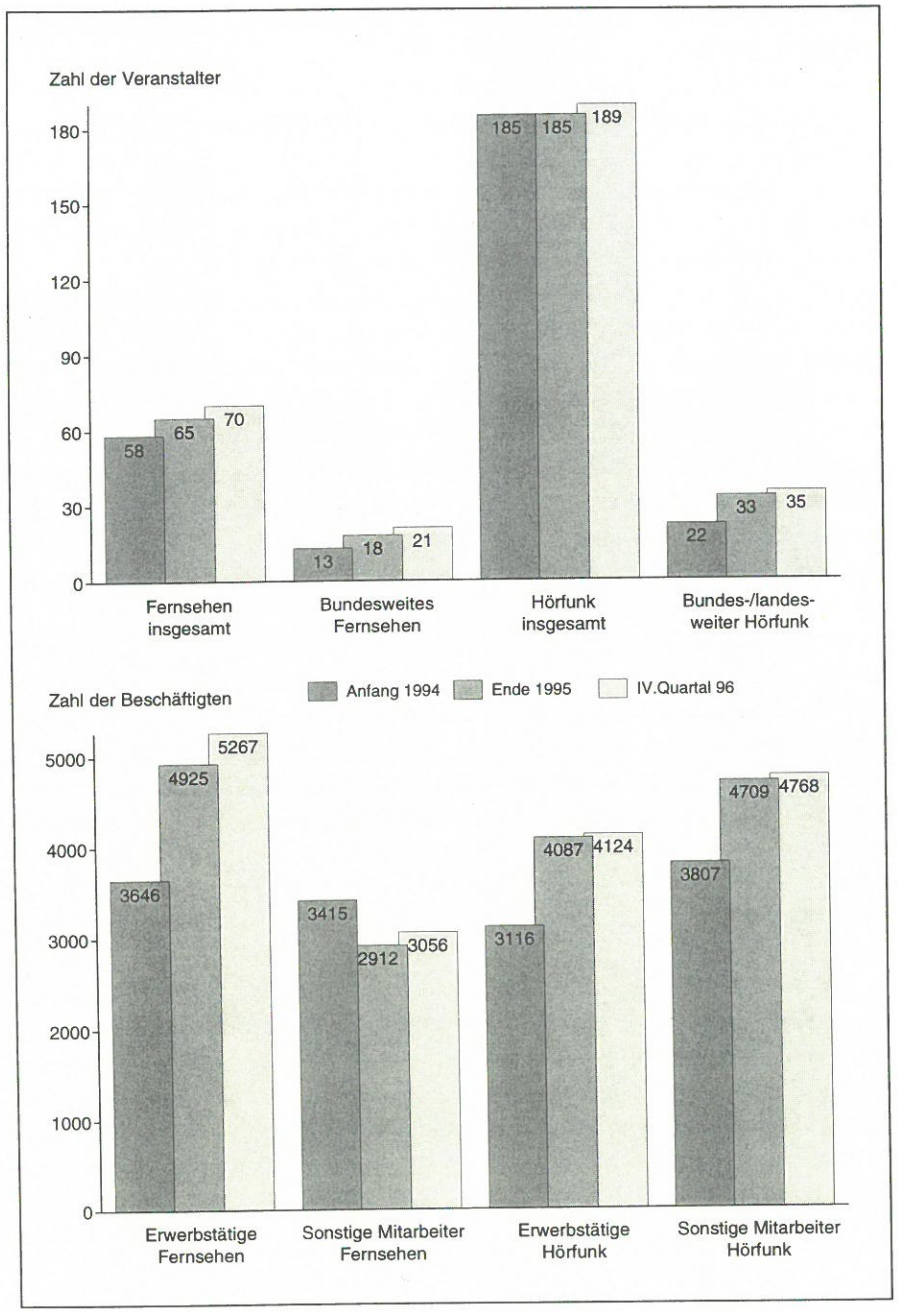

Abbildung 06: Veränderungen im privaten Rundfunk gegenüber Anfang 1994

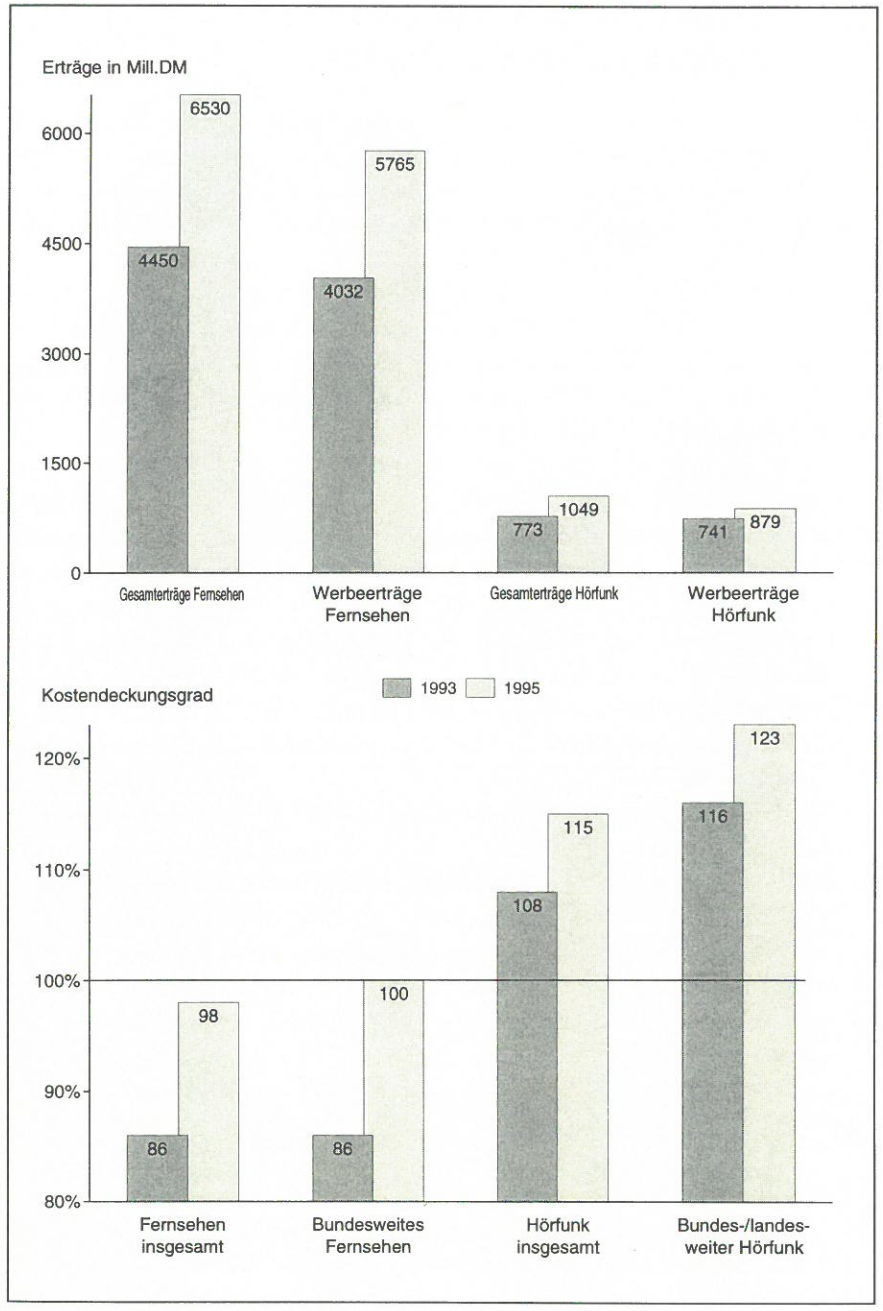

Abbildung 07: Veränderungen im privaten Rundfunk gegenüber 1993

0.7 Vergleich von privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk

Auch zehn Jahre nach der Etablierung des dualen Rundfunksystems in Deutschland haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine wirtschaftlich dominante Stellung innerhalb des Rundfunks. Gleichzeitig unterscheidet sich ihre Struktur deutlich von der des privaten Rundfunks (Abb. 0.8).

- Über drei Viertel der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft waren Ende 1995 bei den 15 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (einschließlich der ARTE Deutschland GmbH) beschäftigt, der Anteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft lag 1995 sogar bei 84 vH.
- Die Unterschiede in der Produktionsstruktur – insbesondere beim Fernsehen produzieren die öffentlich-rechtlichen Anbieter einen deutlich höheren Anteil des Programmes selbst – werden vor allem durch die jeweiligen Personalkosten (Verhältnis 85 : 15) deutlich. Selbst wenn man berücksichtigt, daß der öffentlich-rechtlichen Rundfunk rund ein Viertel seiner Personalaufwendungen für betriebliche Sozialleistungen (vor allem für Betriebsrenten) ausgibt, arbeitet er damit insgesamt deutlich personalintensiver als der private Rundfunk.
- Auf dem TV- und Hörfunkwerbemärkten spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur noch eine geringe Rolle. Von den gesamten Werbeerträgen der Rundfunkveranstalter gingen 1995 über 92 vH an die privaten Anbieter.
- Addiert man die 1995 ausgestrahlten Sendestunden (einschließlich Wiederholungen) aller Rundfunkanbieter, so wird das Programmangebot im Fernsehen (0,2 Mill. Sendestunden) mittlerweile zu mehr als zwei Dritteln von privaten Veranstaltern bestimmt. Im Hörfunk (1,9 Mill. Sendestunden) hat 1995 der Anteil des privaten Rundfunks sogar bei nahezu drei Vierteln gelegen.

0.8 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft im Jahr 1995

Wie bereits dargestellt, ist insbesondere das private Fernsehen regional stark konzentriert. Um die zugesagte Vertraulichkeit der Anbieter-Angaben zu gewährleisten, kann die Darstellung der Ergebnisse deshalb nicht in allen Fällen auf Bundesländerebene erfolgen. Eine Analyse der relativen

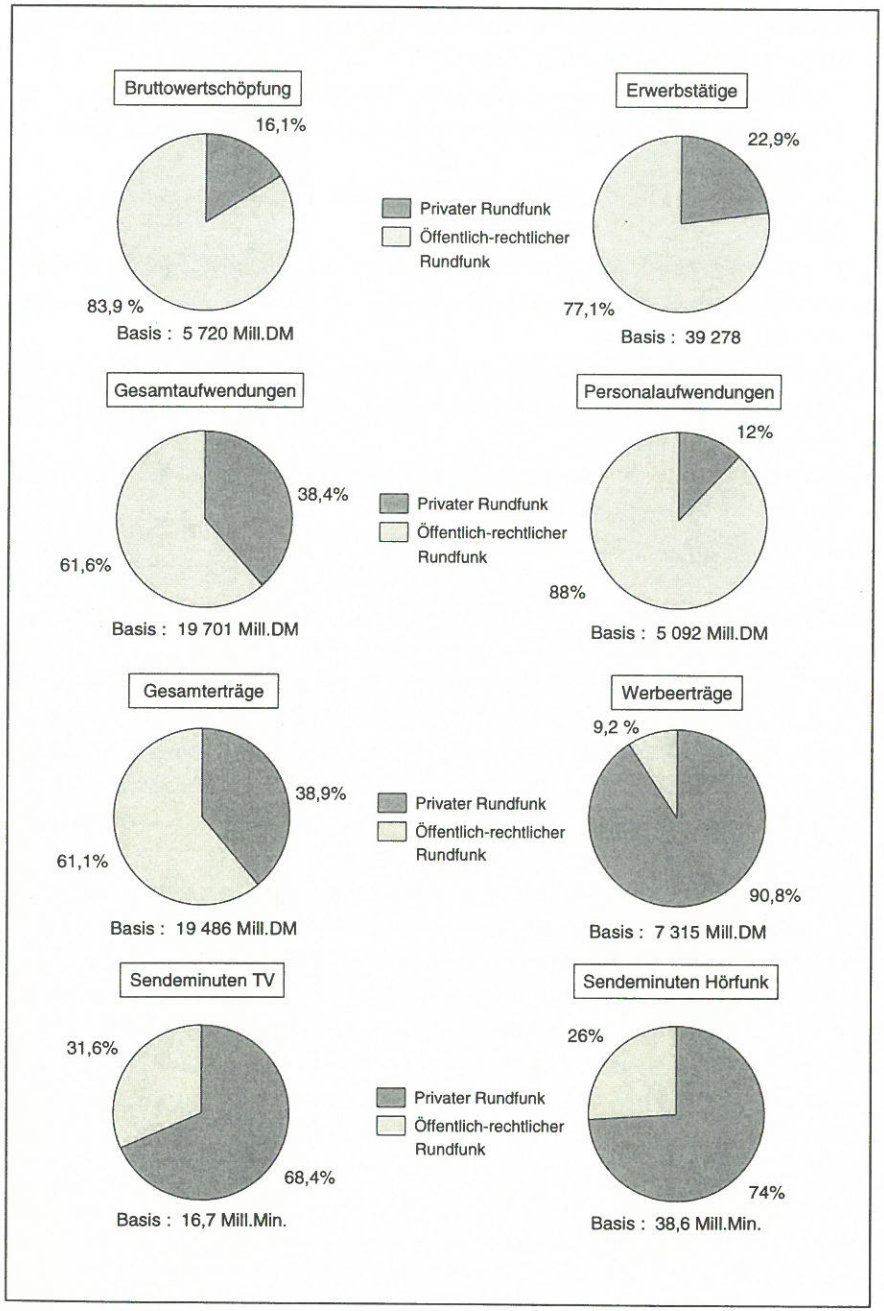

Abbildung 08: Entwicklungsstand des dualen Rundfunksystems 1995

Bedeutung der Rundfunkwirtschaft wurde deshalb auch auf der Ebene von 5 Großregionen durchgeführt (Abb. 0.9):

- Norddeutschland (Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein) mit einem Bevölkerungs- und BIP-Anteil von jeweils 18 vH,
- Westdeutschland (Nordrhein-Westfalen) mit einem Bevölkerungs- und BIP-Anteil von jeweils 22 vH.
- Ostdeutschland (Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) mit einem Bevölkerungsanteil von 19 vH, aber einen BIP-Anteil von nur 13 vH,
- Südwestdeutschland (Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland) mit einem Bevölkerungsanteil von 26 vH und einem BIP-Anteil von 30 vH,
- Süddeutschland (Bayern) mit einem Bevölkerungsanteil von 15 vH mit einem BIP-Anteil von 17 vH.

Vergleicht man die Wirtschaftskraft dieser fünf Regionen mit der Bruttowertschöpfung der dort ansässigen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkunternehmen, so hat die Rundfunkwirtschaft in West-, Südwest- und Ostdeutschland ein überdurchschnittliches Gewicht innerhalb der Gesamtwirtschaft. West- und Südwestdeutschland profitieren dabei vor allem von einem überproportionalen Anteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, wie aus der Verteilung der Rundfunkgebührenerträge nach den Sitzländern der Anstalten deutlich wird. In Ostdeutschland ist die überdurchschnittliche Bedeutung der Rundfunkwirtschaft dagegen mehr auf die schlechte Lage der übrigen Wirtschaftszweige zurückzuführen.

Bruttowertschöpfung und Erwerbstätige des privaten Rundfunks sind regional anders verteilt als die gesamte Rundfunkwirtschaft. Die privaten Fernseh- und Hörfunkunternehmen tragen in Westdeutschland, vor allem aber in Süddeutschland überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung und zur Beschäftigung bei. Dies wird aus der regionalen Verteilung der Abonnenten- und Werbeerträge (als den Haupteinnahmequellen des privaten Rundfunks) nur zum Teil sichtbar, da das Verhältnis von Umsätzen zu Personalaufwendungen und Gewinnen für jeden Veranstalter unterschiedlich ist.

Auch innerhalb der einzelnen Regionen ist die Rundfunkwirtschaft auf wenige Standorte konzentriert. Im Rahmen der Studie wurden die Erwerbstätigenzahlen der Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich Unterföhring) getrennt ausgewertet (Tabelle 0.3). Danach befinden sich über 50 vH aller Arbeitsplätze in der

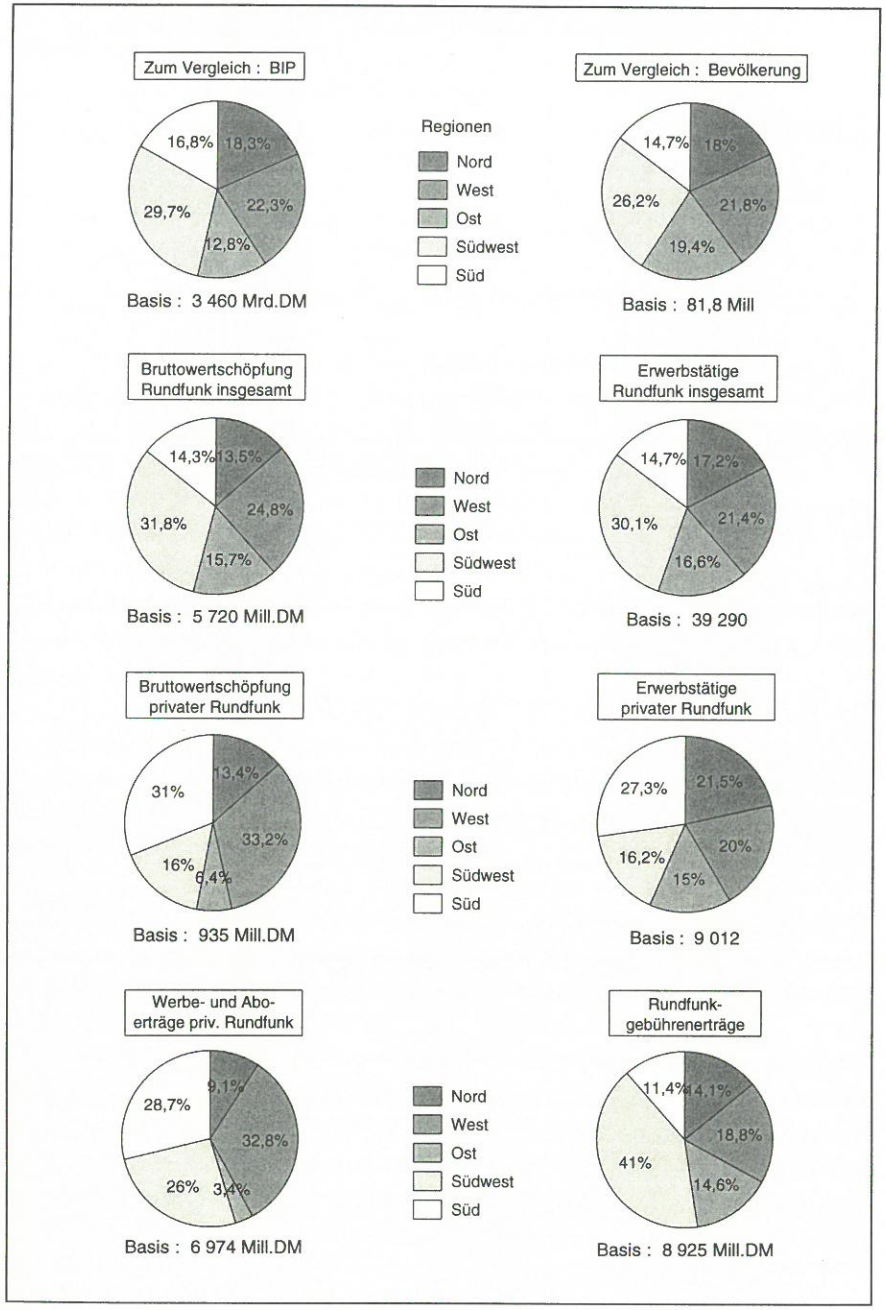

Abbildung 09: Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft 1995

	Deutschland	Berlin[1]	Hamburg	Köln	München[2]	Summe der vier Städte
	Anzahl					
Erwerbstätige Ende 1995	39290	3907	4355	7399	4578	20239
davon:						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	30278	3033	2983	6314	3211	15541
Privater Rundfunk	9012	874	1372	1085	1367	4698
davon:						
Fernsehen	22402	2266	2696	3989	2940	11891
Hörfunk	16888	1641	1659	3410	1638	8348
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	123765	20210	8151	34789	14210	77360
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	163055	24117	12506	42188	18788	97599
	Anteil am Bundesgebiet in vH					
Erwerbstätige Ende 1995	100	9,9	11,1	18,8	11,7	51,5
davon:						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	100	10,0	9,9	20,9	10,6	51,3
Privater Rundfunk	100	9,7	15,2	12,0	15,2	52,1
davon:						
Fernsehen	100	10,1	12,0	17,8	13,1	53,1
Hörfunk	100	9,7	9,8	20,2	9,7	49,4
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	100	16,3	6,6	28,1	11,5	62,5
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	100	14,8	7,7	25,9	11,5	59,9

[1] Einschließlich Potsdam. - [2] Einschließlich München-Unterföhring.
Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; Hans-Bredow-Institut.

DIW 1997

Tabelle 0.3: Beschäftigung im Rundfunk in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten 1995

deutschen Rundunkwirtschaft in diesen vier Städten. Als Sitz von drei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (WDR, Deutsche Welle, Deutschlandradio) hält Köln insgesamt einen Anteil von 19 vH. Beim privaten Rundfunk liegen München und Hamburg dagegen mit jeweils 15 vH der Erwerbstätigen gleich auf, gefolgt von Köln mit 12 vH und Berlin mit knapp 10 vH.

1 Ziel und Durchführung der Studie

1.1 Projektorganisation, Erhebungsziel und -methodik

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im September 1996 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin (DIW) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland im Jahr 1995 zu erstellen. Grundlage sollte eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sein. Bei der Datenerhebung kooperierte das DIW auftragsgemäß mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) sowie dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg (HBI), wobei die DLM folgende Arbeitsteilung vorgegeben hatte:

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

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

Aufgabe der Primärdatenerhebung war es, die vor allem für die privaten Rundfunkveranstalter vorhandenen Datenlücken so weit zu schließen und die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk veröffentlichten Daten so zu ergänzen, daß für 1995 ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft – getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, Fernseh- und Hörfunkaktivitäten – gezeichnet werden kann. Zusätzlich wurden Beschäftigtendaten für das letzte Quartal 1996 erhoben, um den aktuellen Beschäftigungstrend zu ermitteln.

Die erfragten Kennziffern zum Beschäftigtenumfang und zur Beschäftigtenstruktur, zu den betrieblichen Erträgen und Aufwendungen sowie zu den von den Rundfunkunternehmen getätigten Investitionen orientierten sich weitgehend an Größen, die vom Statistischen Bundesamt im Rahmen einer Pilotstudie zum audiovisuellen Sektor in der EU erhoben wurden und sich an der Unternehmensstatistik in anderen Wirtschaftszweigen orientieren.[1] Hierdurch können die ermittelten Produktionskennziffern der Rundfunkwirtschaft (Erwerbstätige, Bruttowertschöpfung etc.) direkt mit denen anderer Wirtschaftszweige bzw. der Gesamtwirtschaft verglichen werden, die in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Statistischen Bundesamtes veröffentlicht werden.

Gleichzeitig wurde bei der Befragung darauf geachtet, daß sich die Ergebnisse mit den für die Jahre 1993/94 vorliegenden Daten vergleichen lassen, die von der AKM im Rahmen einer ähnlich angelegten Studie erhoben wurden.[2] Dies gilt insbesondere für die Entwicklung der Beschäftigung sowie der Kosten- und Erlössituation bei den verschiedenen Veranstaltertypen des privaten Fernsehens und Hörfunks (Anbieter von bundesweit, landesweit oder regional/lokal verbreiteten Rundfunkprogrammen). Im Gegensatz zur Studie von 1994 wurden diesmal allerdings nur Daten der *Veranstalter* von Rundfunkprogrammen erhoben. Die in rechtlich selbständige Unternehmen ausgelagerten Dienstleistungsaktivitäten wie Werbeakquisition, Sendetechnik, Studiobetrieb etc. sowie Programmproduzenten ohne eigene Sendelizenz wurden in die jetzige Umfrage nicht einbezogen.

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

1 Vgl. Eurostat, Audio-visual statistics Report 1995.
2 Vgl. BLM-Schriftenreihe, Band 31.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum von Anfang Oktober bis Ende 1996, wobei die Befragten ihre Angaben möglichst auf Basis der Gewinn- und Verlustrechnung 1995 bzw. der Jahresbilanz 1995 machen sollten. Die Datenerhebung im privaten Hörfunk konnte von der AKM bereits am 25. November 1996 abgeschlossen werden. Das HBI gab die von ihm ermittelten Daten für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Mitte Dezember an das DIW weiter. Bei den privaten TV-Anbietern konnten hingegen einige bundesweite Anbieter erst im Dezember von einer Teilnahme an der Erhebung überzeugt werden bzw. verfügten erst zu diesem Zeitpunkt über die Bilanzdaten des Jahres 1995. Die Umfrage im privaten Fernsehen wurde deshalb erst im Januar 1997 endgültig abgeschlossen.

Die Daten der privaten TV-Veranstalter und der privaten Hörfunkveranstalter wurden jeweils mit einer unterschiedlichen Methodik erhoben. Während das DIW Anfang Oktober 1996 an alle TV-Anbieter einen Fragebogen mit einem Begleitbrief der BLM verschickte und dann ab Anfang November mit einer telefonischen Mahnaktion und der Nacherfassung von Eckdaten (Beschäftigte, Gesamterträge, Gesamtaufwand) begann, führte die AKM – basierend auf positiven Erfahrungen in vorangegangenen Umfragen mit dem gleichen Kreis der Befragten – von Beginn an fragebogengestützte Telefoninterviews durch, die zuvor jeweils durch ein Schreiben der BLM angekündigt worden waren. In rund 10 vH der Fälle forderten die Befragten zusätzlich den zugrundeliegenden Fragebogen an, in einigen Fällen wurde auf ein persönliches Interview vor Ort bestanden. Die DIW- und AKM-Fragebogen waren inhaltlich vollständig aufeinander abgestimmt, berücksichtigten jedoch jeweils fernseh- bzw. hörfunkspezifische Besonderheiten (zu den Details vgl. die Punkte A 1 und A 2 im methodischen Anhang).

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

Die für eine freiwillige Umfrage außergewöhnlich hohe Antwortquote von über 90 vH (Fernsehen 92 vH, Hörfunk 97 vH) läßt auf ein großes Interesse der Rundfunkunternehmen an einer verbesserten Datenlage zur

Rundfunkwirtschaft in Deutschland schließen. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) und den Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL), den größten Verband von Programmveranstaltern auf lokaler Ebene, beigetragen haben.

1.2 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des privaten Rundfunks

1.2.1 Fernsehen

Nach der dem DIW vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Adressliste[3] waren insgesamt 65 private Unternehmen nach ihrer Beschäftigtenstruktur am Jahresende 1995 und zum Zeitpunkt der Umfrage sowie nach ihren Wirtschaftsdaten für das Jahr 1995 zu befragen. Nicht eingeschlossen wurden Unternehmen mit Sitz im Ausland und Lizenzinhaber, deren wöchentliche TV-Programmproduktion unter einer Stunde liegt. Letzteres betrifft insbesondere die meisten der rund vierzig kleinen Veranstalter, die ihre Programme über den sog. Mischkanal des Berliner Kabelnetzes („Spreekanal") verbreiten, aber auch alle diejenigen Unternehmen und Vereine, die in Bayern, Brandenburg und Sachsen Veranstalter-Lizenzen für kleinere private Kabelnetze erhalten haben.

Die 65 Ende 1995 tätigen privaten TV-Anbieter lassen sich folgenden Veranstaltertypen zuordnen:

- 18 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren ein Pay-TV-Anbieter und eine Teleshopping-Kanal sowie zwei Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz, die jede Woche nur einige Programmstunden veranstalten.
- 11 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit, davon 9 als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL und SAT 1.
- 36 Unternehmen verbreiteten ihre Programme regional bzw. lokal entweder terrestrisch oder über Kabelnetze, wobei 8 Ballungsraum-Sender mit täglich mehrstündigem Programm von 28 Lokal-Sendern mit deutlich geringerer Programmleistung unterschieden werden können. Letztere verfügen in der Mehrzahl über einen eigenen lokalen Kabelkanal, in Sachsen und Bayern wird ein Teil der Programme aber auch allein als

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

Sitz des Veranstalters	Private TV-Veranstalter				Private TV-Programme			
Region Bundesland	Insgesamt[1]	bundesweit	landesweit	lokal/regional[2]	Insgesamt	bundesweit	landesweit	lokal/regional
Nord:								
Bremen	0	0	0	0	0	0	0	0
Hamburg	4	2	1	1	7	3	3	1
Niedersachsen	1	0	1	0	3	0	3	0
Schleswig-Holstein	0	0	0	0	0	0	0	0
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	0	0	0	0	0	0
West:								
Nordrhein-Westfalen	10	8	2	0	11	9	2	0
Ost:								
Berlin	4	1	0	3	4	1	0	3
Brandenburg	1	0	0	1	1	0	0	1
Sachsen	2	0	0	2	3	0	0	3
Sachsen-Anhalt	0	0	0	0	0	0	0	0
Thüringen	0	0	0	0	0	0	0	0
Südwest:								
Hessen	1	0	1	0	1	0	1	0
Saarland	0	0	0	0	0	0	0	0
Rheinland-Pfalz	5	1	1	3	5	1	1	3
Baden-Württemberg	4	0	1	3	4	0	1	3
Süd:								
Bayern	33	6	4	23	36	6	5	25
Deutschland insg.	65	18	11	36	75	20	16	39
Ende 1996	70	21	10	39	80	23	15	44

[1] Ohne Veranstalter mit weniger als 1 Stunde Programmproduktion pro Woche. - [2] Einschließlich Ballungsraumsender.
Quelle: ALM-Jahrbuch. **DIW 1997**

Tabelle 1.1: Private TV-Veranstalter und TV-Programme Ende 1995 nach Bundesländern

lokales Programmfenster auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter ausgestrahlt.

Im Verlauf des Jahres 1996 sind bis zum Beginn der Befragung drei bundesweite und drei lokale TV-Veranstalter hinzugekommen. Sie wurden in die Umfrage zur Beschäftigungssituation Ende 1996 einbezogen. Ein landesweites Fensterprogramm wurde 1996 eingestellt.

Ein Teil der 65 privaten TV-Veranstalter veranstaltete Ende 1995 zwei bzw. drei Programme, so daß die Programmzahl mit 75 über der Veranstalterzahl liegt (Tabelle 1.1). Von den bundesweiten Anbietern betrifft dies die Musikkanäle Viva 1/Viva 2 und VH 1/MTV Deutschland. Bei den landesweiten Fensterprogrammen hält jeweils ein Veranstalter die Lizenzen für die drei SAT 1- bzw. RTL-Fenster in Hamburg, Niedersachsen/Bremen und Schleswig-Holstein. In Bayern wird von einem Veranstalter am Wochenende auf den Frequenzen von SAT 1 und RTL je ein landesweites Fensterprogramm veranstaltet. Auch zwei bayerische Lokalanbieter besitzen Lizenzen für jeweils ein zweites Programm. Gleiches gilt für einen sächsischen Veranstalter.

Auffällig ist, daß Ende 1995 lediglich ein Siebtel aller privaten TV-Veranstalter ihren Unternehmenssitz außerhalb der vier Bundesländer Bayern, Berlin, Hamburg und Nordrhein-Westfalen hatten. Allein in Bayern waren mit 33 Veranstaltern über die Hälfte aller privaten TV-Anbieter ansässig.

Die Antwortquote lag für alle privaten TV-Veranstalter bei 92 vH. Hiervon machten 78 vH sowohl Angaben zur Beschäftigung als auch zur finanziellen Situation, die restlichen 14 vH jedoch lediglich Angaben zur Beschäftigung. Auf die Gruppe der Anbieter mit vollständigen Angaben entfallen allerdings rund 97 vH des Gesamtumsatzes. Für die zweite Gruppe und die Antwortverweigerer wurden Zusatzinformationen aus anderen Quellen eingeholt. Mit Hilfe dieser Zusatzinformationen war eine Hochrechnung auf alle privaten TV-Anbieter möglich (zu den Hochrechnungsgrundlagen vgl. im Detail Punkt A 2 im methodischen Anhang). Am schlechtesten repräsentiert sind die Gruppen der landesweiten Fensterprogramme und der Ballungsraumsender, bei denen jeweils etwa zwei Drittel des Umsatzes in der Umfrage erfaßt werden konnten. Auf diese beiden Veranstaltertypen entfällt jedoch nur knapp 2 vH des Gesamtumsatzes aller privaten Fernsehanbieter.

1.2.2 Hörfunk

Ebenfalls auf Grundlage einer von der DLM zur Verfügung gestellten Adressliste wurden von der AKM 185 private Hörfunkveranstalter nach Beschäftigtendaten für Ende 1995 und für den Zeitpunkt der Befragung sowie nach Wirtschaftsdaten für das Kalenderjahr 1995 befragt. Anders als beim privaten Fernsehen besitzen alle Anbieter nur jeweils eine Sendelizenz für ein Hörfunkprogramm. Die privaten Hörfunkveranstalter lassen sich folgenden drei Veranstaltertypen zurechnen:

- 10 Anbieter von bundesweit verbreiteten Hörfunkprogrammen, darunter zwei Einkaufsradios, ein Abonnementprogramm (Pay-Radio), ein Informationsprogramm und ein religiöses Programm.
- 23 Anbieter von landesweit verbreiteten Hörfunkprogrammen, hierin sind die Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin und Hamburg nicht enthalten; eingerechnet sind hingegen drei Anbieter sog. Mantelprogramme für Lokalsender.
- 152 Anbieter von Hörfunkprogrammen mit regionaler/lokaler Verbreitung; neben den Anbietern aus den beiden Stadtstaaten gibt es diese nur in den Bundesländern, die die rechtlichen und technischen Voraussetzungen für Lokalsender geschaffen haben. In der Zahl enthalten sind auch zwölf Programmzulieferer, die in Bayern mit einer eigenen Sendelizenz bis zu 12 Stunden pro Woche auf den Frequenzen anderer Lokalanbieter senden.

Im Jahr 1996 haben bis zum Abschluß der Umfrage durch die AKM vier weitere private Hörfunkveranstalter ihre Sendungen aufgenommen. Diese wurden wie die vergleichbaren TV-Anbieter in die Befragung zur Beschäftigungssituation im letzten Quartal 1996 einbezogen. Es handelt sich um je ein bundesweit und ein landesweit verbreitetes Programm sowie um zwei neue Lokalprogramme, darunter den ersten privaten Rundfunkveranstalter in Bremen.

Auch im Bereich des privaten Hörfunks ist eine deutliche regionale Schwerpunktbildung festzustellen. In den vier Flächenstaaten, die lokale Hörfunksender zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen), sind vier Fünftel aller privaten Hörfunkveranstalter ansässig (145 von 185). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist auch der Großraum Berlin, in dem weitere 11 Anbieter ihren Sitz haben (Tabelle 1.2).

Die Antwortquote der privaten Hörfunkveranstalter lag mit 97 vH erfreulich hoch. Es wurden jeweils vollständige Antworten sowohl zur Beschäftigung als auch zur wirtschaftlichen Situation gegeben. Die Daten der

Sitz des Veranstalters	Private Hörfunk-Veranstalter			
Region Bundesland	**Insgesamt**	**bundesweit**	**landesweit[1)]**	**lokal/regional**
Nord:				
Bremen	0	0	0	0
Hamburg	5	1	0	4
Niedersachsen	2	0	2	0
Schleswig-Holstein	3	1	2	0
Mecklenburg-Vorpommern	2	0	2	0
West:				
Nordrhein-Westfalen	46	0	1	45
Ost:				
Berlin	10	1	0	9
Brandenburg	1	0	1	0
Sachsen	13	0	4	9
Sachsen-Anhalt	2	0	2	0
Thüringen	2	0	2	0
Südwest:				
Hessen	3	2	1	0
Saarland	1	0	1	0
Rheinland-Pfalz	6	3	2	1
Baden-Württemberg	18	0	0	18
Süd:				
Bayern[2)]	71	2	3	66
Deutschland insg.	185	10	23	152
Ende 1996	189	11	24	154

[1)] Einschließlich Mantelprogramme. - [2)] Einschließlich lokaler Fensterprogramme mit eigener Lizenz.
Quelle: ALM-Jahrbuch. **DIW 1997**

Tabelle 1.2: Private Hörfunk-Veranstalter und TV-Programme Ende 1995 nach Bundesländern

übrigen sechs Hörfunkanbieter konnten auf Basis von Zusatzinformationen geschätzt werden (vgl. im Detail Punkt A 1 im methodischen Anhang).

1.3 Anbieterstruktur und Umfragebeteiligung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

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

Sitz der Anstalt	Rundfunkaktivitäten			Fernsehprogramme			Hörfunkprogramme		
Region Bundesland	**Anstalt mit ...**	**...TV-Aktivität**	**...Hörfunk-Aktivität**	**Zahl der Vollprogramme**		**zusätzl. Regional fenster**	**Anstalt**	**Zahl der Programme**	
				Insgesamt	**Bundesweit**			**Insgesamt**	**Bundesweit**
Nord:				Gemeinschaftsprogramme: ARD1, 3SAT	2				
Bremen[1)]	RB	1	1				RB	4	1
Hamburg									
Niedersachsen									
Schleswig-Holstein	NDR	1	1	N3	1	4	NDR	8	4
Mecklenburg-Vorpommern									
West:							DW	6	6
Nordrhein-Westfalen[2)]	WDR,DW,DLR	2	2	WDR3,DW-TV	2		WDR	5	5
Ost:							DLR	2	2
Berlin	SFB	1	1	B1	0		SFB	5	1
Brandenburg	ORB	1	1	ORB	0	1	ORB	4	0
Sachsen									
Sachsen-Anhalt	MDR	1	1	MDR	1	2	MDR	7	4
Thüringen									
Südwest:									
Hessen	HR	1	1	HR3	0		HR	4	4
Saarland[3)]	SR	1	1				SR	4	1
Rheinland-Pfalz[4)]	ZDF,SWF	1		Südwest3	1	2	SWF	4	2
Baden-Württemberg[5)]	SDR,ARTE	3	2	ZDF,ARTE	2		SDR	4	3
Süd:									
Bayern	BR	1	1	Bayern3	1		BR	5	5
Deutschland insg.	15	14	12	13	10	9	13	62	38
Ende 1996	15	14	12	13	10	9	13	62	38

[1)] Der NDR veranstaltet mit Radio Bremen ein gemeinsames III. Programm. - [2)] Deutsche Welle und Deutschlandradio produzieren auch in Berlin. - [3)] SWF und SDR veranstalten mit dem Saarländischen Rundfunk ein gemeinsames III. Programm. - [4)] Die Zweiländeranstalt Südwestfunk hat ihren Hauptsitz in Baden-Württemberg. - [5)] Die ARTE Deutschland GmbH koordiniert die deutsche Programmzulieferung für den in Straßburg ansässigen deutsch-französischen Sender ARTE.
Quelle: Hans-Bredow-Institut. **DIW 1997**

Tabelle 1.3: Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Programme im Jahr 1995

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

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

- Im nationalen Rahmen die gemeinsamen III. TV-Programme der beiden norddeutschen Rundfunkanstalten Radio Bremen und NDR sowie der drei südwestdeutschen Rundfunkanstalten Saaländischer Rundfunk, Südwestfunk und Süddeutscher Rundfunk. Außerdem veranstalten SFB und ORB zwei Hörfunkgemeinschaftsprogramme.
- Im internationalen Rahmen veranstalten die ARD-Anstalten, das ZDF, der Österreichische Rundfunk und der deutschsprachige Schweizer Rundfunk das Programm „3 SAT". Für „ARTE" liefern sowohl ARD-Anstalten wie ZDF Programmelemente.

Insgesamt sendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland Ende 1995 13 Fernsehvollprogramme, von denen 10 bundesweit über Satellit verbreitet wurden. Hinzu kommen 9 zusätzliche TV-Regionalfenster für einzelne Bundesländer, die wochentags terrestrisch im Rahmen der ARD 1-Programmes oder der III. Programme ausgestrahlt werden. Hörfunkprogramme werden insgesamt 62 veranstaltet (einschließlich der 6 Programme der Deutschen Welle), davon wurden 38 bundesweit auch über Satellit verbreitet.

Im Hinblick auf die Datenlage gibt es einen großen Unterschied zum privaten Rundfunk, da die öffentlich-rechtlichen Anstalten in ihren Jahrbüchern und Geschäftsberichten eine große Zahl von Informationen zur Beschäftigung und zur Aufwands- und Ertragsstruktur veröffentlichen.

Zusätzliche Informationen finden sich in den Berichten der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). Das Ziel der vom Hans-Bredow-Institut durchgeführten Befragung bestand deshalb darin, die folgenden, üblicherweise nicht veröffentlichten Informationen zu erfragen, die eine bessere Vergleichbarkeit von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk ermöglichen:

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

Das HBI hat einen eigenen Fragekatalog zu diesen Komplexen entwickelt und diesen den einzelnen Rundfunkanstalten im Oktober 1996 zugestellt. Insbesondere die Zuordnung nach Hörfunk- und TV-Aktivitäten konnte von einigen ARD-Anstalten aufgrund ihrer Kostenrechnungssysteme nur partiell vorgenommen werden. In diesen Fällen wurden die nicht zuzuordnenden Anteile vom HBI nach einem Schlüssel aufgeteilt, der mit Fachleuten aus den ARD-Anstalten abgestimmt wurde.

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

1.4 Aufbau der Studie

Im folgenden Abschnitt der Studie erfolgt zunächst ein Überblick über die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen in Deutschland anhand der Produktionskennziffern Erwerbstätigenzahl, Produktionswert und Bruttowertschöpfung, die einen direkten Vergleich mit den Daten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ermöglichen. Die Darstellung erfolgt

getrennt nach Fernsehen und Hörfunk sowie nach öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk, wobei auch eine Regionalisierung nach Regionen bzw. Bundesländern vorgenommen wurde. Zusätzlich werden in Abschnitt 2 der Studie die vorliegenden Informationen zur Vorleistungsnachfrage der deutschen Rundfunkunternehmen zusammengefaßt, um auch die indirekten Wirkungen des Rundfunks auf andere inländische Wirtschaftszweige (wie beispielsweise die Filmwirtschaft) deutlich zu machen.

In Abschnitt 3 der Studie wird ausführlich auf die Beschäftigung im privaten Rundfunk eingegangen. Neben der Zahl und Struktur der festen Mitarbeiter (Erwerbstätige) wurden auch Informationen zur Zahl und Struktur der sonstigen Mitarbeiter ausgewertet. Die Darstellung erfolgt zum einen für verschiedene Anbietertypen (differenziert nach Verbreitungsgebieten der jeweiligen Programme) und zum anderen differenziert nach Regionen. Wegen der geringen Zahl von privaten TV-Anbietern in verschiedenen Bundesländern sind die TV-Daten dabei aus Anonymisierungsgründen stärker regional aggregiert als die Hörfunk-Daten. Neben der Aufgliederung nach Bundesländern wurde auch eine Aufgliederung nach den vier wichtigsten Medienstädten in Deutschland durchgeführt.

In Abschnitt 4 der Studie wird die wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks im Jahr 1995 anhand der Gewinnsituation und der Aufwands- und Ertragsstrukturen (differenziert nach Anbietertypen und nach Regionen) dargestellt. Unterschiede für einzelne Anbietertypen erklären sich unter anderem durch die jeweiligen Programmstrukturen, so daß diese für die wichtigsten Anbietertypen (bundesweites Fernsehen, landesweiter und lokaler Hörfunk) ebenfalls erfragt wurden.

In Abschnitt 5 der Studie werden die Beschäftigungs-, Aufwands- und Ertrags- sowie die Programmstrukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dargestellt. Die Differenzierung nach Fernsehen und Hörfunk sowie die regionale Differenzierung nach Regionen erfolgt so, daß eine möglichst gute Vergleichsmöglichkeit zu den entsprechenden Aktivitäten des privaten Rundfunks gegeben ist.

In Abschnitt 6 werden für einzelne Regionen bzw. Bundesländer noch einmal die wichtigsten Kennziffern zur Rundfunkwirtschaft zusammengefaßt. Eine zusätzliche knappe Darstellung der jeweiligen Anbieterstruktur ermöglicht dabei eine bessere Interpretation der regionalen Unterschiede in der jeweiligen Bedeutung des privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

In einem methodischen Anhang werden schließlich die Durchführung der AKM- und der DIW-Umfrage (einschließlich des Vorgehens bei der

Hochrechnung der TV-Daten) sowie die Arbeit des Hans-Bredow-Instituts ausführlich erläutert. Zusätzlich werden die Definitionen für die wichtigsten Begriffe erläutert, die bei der Umfrage und bei der Darstellung der Ergebnisse zugrunde gelegt worden sind.

2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks im Jahr 1995

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 gesamtwirtschaftliche Bedeutung miteinander verglichen werden kann. Ein solcher Vergleich läßt sich auf Basis der im Rahmen der vorliegenden Studie erhobenen Daten für das Jahr 1995 auch für die Rundfunkwirtschaft, d. h. für alle öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunk- und Fernsehveranstalter durchführen.

Hierbei kann auf verschiedene Kennziffern zurückgegriffen werden, die im Rahmen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) entwickelt wurden. Sie messen

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

Die Kennziffer, mit der der direkte Beitrag eines Wirtschaftzweiges zur Einkommensentstehung gemessen wird, ist die *Bruttowertschöpfung*. Sie entspricht der Differenz aus dem Produktionswert der Branche und den Vorleistungsbezügen aus anderen Branchen.[4] Wird die Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftszweige addiert, so erhält man das Bruttoinlandsprodukt (BIP) – das Maß für das gesamte im Inland entstandene volkswirtschaftliche Einkommen. Die Bruttowertschöpfung läßt sich dabei in verschiedene Einkommenskomponenten zerlegen. Im wesentlichen sind dies

- Einkommen aus Erwerbstätigkeit (Löhne und Gehälter sowie Sozialbeiträge),
- Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen (Gewinne bzw. Verluste),

4 Vgl. im Detail Punkt 4.2 im methodischen Anhang.

- Abschreibungen, die rechnerisch zur Erhaltung des Produktionskapitals notwendig sind,
- indirekte Steuern (z. B. spezielle Verbrauchssteuern, Gewerbesteuer usw.).

Der Beitrag eines Wirtschaftszweiges zur Gesamtbeschäftigung wird in der Regel auf Basis der in allen Unternehmen einer Branche insgesamt beschäftigten Erwerbstätigen gemessen. Zu den Erwerbstätigen zählen alle entlohnten Mitarbeiter mit einem festen Arbeitsvertrag sowie die in ihrem eigenen Unternehmen tätigen Inhaber und mithelfenden Familienangehörigen. Hierbei spielt es keine Rolle, ob für diese Mitarbeiter eine Sozialversicherungspflicht besteht oder nicht. Ein zunehmendes statistisches Problem ergibt sich in einzelnen Wirtschaftszweigen durch die wachsende Zahl von freien Mitarbeitern sowie Leiharbeitern bzw. -angestellten. Eine eindeutige Zuordnung zu einem bestimmten Wirtschaftszweig oder einem bestimmten Unternehmen ist aufgrund wechselnder Arbeitsstellen oder paralleler Arbeit für mehrere Auftraggeber oft nicht möglich. Um Doppelzählungen möglichst zu vermeiden, werden solche Erwerbstätige in der amtlichen Statistik speziellen Wirtschaftszweigen, wie beispielsweise „selbständigen Journalisten", „selbständigen Künstlern" oder „Vermittlung und Verleih von Arbeitskräften" zugeordnet.

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

2.2 Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigkeit im Jahr 1995

Der Produktionswert der Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat 1995 bei 20 Mrd. DM gelegen. Hierin sind vor allem Werbeerträge (einschließlich der Provisionszahlungen an Agenturen) sowie Erträge aus Rundfunk- bzw. Abonnentengebühren sowie Umsätze aus weiteren Unternehmensaktivitäten (Auftragsproduktionen für Dritte, Merchandising, Tele-Shopping etc.) enthalten. Zieht man vom Produktionswert die bezogenen Vorleistungen in Höhe von 14,3 Mrd. DM ab, so errechnet sich eine Bruttowertschöpfung von 5,7 Mrd. DM (Tabelle 2.1).

Produktionskennziffern	Rundfunk insgesamt	Öffentl-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen	Hörfunk
			Mill. DM		
Produktionswert	20010	12005	8005	14590	5420
Vorleistungen	14290	7220	7070	11550	2740
Bruttowertschöpfung	5720	4785	935	3040	2680
darunter:					
Einkommen aus					
Erwerbstätigkeit	5090	4310	785	2990	2100
Gewinneinkommen	-210	-220	5	-500	290
			Anzahl		
Erwerbstätige	39290	30278	9012	22402	16888
			Tausend DM		
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	145,7	158,0	104,3	135,7	159,0
			Anteile in vH		
Produktionswert	100	60	40	73	27
Vorleistungen	100	51	49	81	19
Bruttowertschöpfung	100	84	16	53	47
darunter:					
Einkommen aus					
Erwerbstätigkeit	100	85	15	59	41
Erwerbstätige	100	77	23	57	43

Quelle: Berechnungen des DIW. **DIW 1997**

Tabelle 2.1 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995
Deutschland insgesamt

Die Rundfunkwirtschaft ist damit gesamtwirtschaftlich betrachtet ein relativ kleiner Wirtschaftszweig. Ihr Anteil am Bruttoinlandsprodukt liegt allerdings z. B. über dem der Luft- und Raumfahrtindustrie oder dem des Bekleidungsgewerbes. Eine entsprechende Vergleichsmöglichkeit mit anderen Medienbranchen ist schwierig, da aktuelle Daten für das Jahr 1995 bislang weder für das Verlagsgewerbe noch die Film- oder Musikwirtschaft vorliegen. 1992 hatte die Wertschöpfung der Rundfunkunternehmen (einschließlich sog. Werbetöchter) jedoch bei knapp einem Drittel der Wertschöpfung aller Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlage gelegen.[5] Dieses Verhältnis dürfte sich bis 1995 geringfügig zugunsten der Rundfunkwirtschaft verbessert haben.

Die Zahl der Erwerbstätigen in den deutschen Rundfunkunternehmen hat Ende 1995 rund 39.300 betragen. Dabei war die Bruttowertschöpfung

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

pro Kopf mit 146.000 DM deutlich höher als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (etwa 100.000 DM).

Das Verhältnis öffentlicher Rundfunk zu privatem Rundfunk hat beim Produktionswert 60 : 40 betragen. Hingegen hat der Anteil der öffentlich-rechtlichen Anstalten an der Bruttowertschöpfung des Rundfunks bei 84 vH und damit noch höher gelegen als der Anteil an den Erwerbstätigen, von denen über drei Viertel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigt waren. Diese Unterschiede sind auf die weniger personalintensive Produktion und die höheren Vorleistungsbezüge des privaten Rundfunks zurückzuführen.

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

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

Aufgrund der Angaben der öffentlich-rechtlichen Anstalten zum jeweiligen Gewicht ihrer TV- und Hörfunkaktivitäten können Erwerbstätige und Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft für das Jahr 1995 auch den beiden Medien Hörfunk und Fernsehen zugeordnet werden:

- Rund 22.400 der Erwerbstätigen waren mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen beschäftigt (57 vH), die anderen 16.900 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.
- Der Wertschöpfungsanteil des Fernsehens lag mit 53 vH allerdings niedriger. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, daß sowohl die privaten wie die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei der Fernsehproduktion Defizite hinnehmen mußten, die die Wertschöpfung reduzieren. Zum anderen ist der Eigenproduktionsanteil des Hörfunks in beiden Teilbereichen des dualen Rundfunksystems deutlich höher als im Fernsehen.

2.3 Nachfrage der Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen

Von den Waren und Dienstleistungen im Wert von 14,3 Mrd. DM, die 1995 von den Rundfunkunternehmen für die laufende Produktion bezogen wurden (Vorleistungen), stammte der überwiegende Teil von anderen inländischen Unternehmen. Im Ausland wurden vor allem Film- und Übertragungsrechte sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Satellitenverbreitung von Programmen nachgefragt. Der Anteil der Importe an den Vorleistungen hat schätzungsweise bei einem Fünftel der Vorleistungsbezüge gelegen (rund 3 Mrd. DM). Der größere Teil der Nachfrage der Rundfunkwirtschaft im Umfang von rund 11,3 Mrd. DM wurde jedoch im Inland wirksam und sicherte dort mittelbar Einkommen und Arbeitsplätze (Tabelle 2.2):

- Schätzungsweise 1,25 Mrd. DM wurden für Telekom-Dienstleistungen im Inland ausgegeben, um die Programme über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender zu verbreiten.

	Mrd. DM
Vorleistungsnachfrage insgesamt	14,3
darunter	
Nachfrage im Inland	11,3
darunter	
Telekommunikationsdienste	1,2
Vergütungen für freie Mitarbeiter	1,9
Auftragsproduktionen, Programmkäufe etc.	4,0
Sonstiger Rechteerwerb (z.B Gema,GVL)	0,5
Agenturprovisionen	0,5
Investitionsnachfrage insgesamt	1,4
darunter	
Bauten	0,5
Ausrüstungen	0,9
Quelle: Berechnungen des DIW.	**DIW 1997**

Tabelle 2.2: Nachfrage der Rundfunkwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen 1995

- Rund 0,5 Mrd. DM gingen als Provisionen an Unternehmen, die die Werbezeitvermarktung betreiben, oder an Werbeagenturen.
- Für TV-Auftragsproduktionen und andere Leistungen der deutschen Filmwirtschaft (z. B. Synchronisierung) wurde 1995 ein Betrag von rund 4 Mrd. DM ausgegeben. Die Nachfrage der privaten TV-Veranstalter übertraf dabei mit 2,4 Mrd. DM die Nachfrage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (1,6 Mrd. DM) deutlich.
- Weiterhin wurden 0,45 Mrd. DM für den Erwerb notwendiger Urheber-, Leistungsschutz- oder Übertragungsrechte im Inland aufgewendet. Auf Gema- und GVL-Gebühren, die vor allem im Hörfunkbereich ein wichtiger Kostenfaktor sind, entfielen dabei allein 0,3 Mrd. DM. Der Rest wurde für die Sendelizenzen von deutschen Spielfilmen und anderen audiovisuellen Werken sowie vor allem für die Übertragungsrechte von Veranstaltungen (Sportereignisse, Konzerte etc.) ausgegeben.
- Innerhalb der Ausgaben für die Programmproduktion summierten sich die Vergütungen für die freien Mitarbeiter im journalistischen, künstlerischen und technischen Bereich auf 1,85 Mrd. DM.
- Die restliche Nachfrage von 3 Mrd. DM entfiel auf Requisiten, Büromaterial, Reisen etc.

Außer der Vorleistungsnachfrage der Rundfunkwirtschaft sichert auch deren Investitionsgüternachfrage mittelbar Arbeitsplätze in anderen Wirtschaftszweigen. Die Investitionen in Bauten und Ausrüstungen (Studiotechnik, Fuhrpark etc.) haben 1995 einen Betrag von rund 1,4 Mrd. DM erreicht. Hiervon entfiel knapp 1 Mrd. DM auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Bei der Beurteilung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Rundfunks ist schließlich auch zu berücksichtigen, daß sich ein großer Teil der Werbewirtschaft mit der Konzeption und Durchführung von Hörfunk- und TV-Werbekampagnen beschäftigt. Die in diesem Zusammenhang erbrachten Leistungen sind nur zum Teil (als Provisionszahlungen der Rundfunkanbieter) in den Vorleistungsbezügen der Rundfunkunternehmen enthalten. Die damit unmittelbar zusammenhängende Produktion der Werbespots hingegen nicht. Untersuchungen vom Beginn der 90er Jahre haben ergeben, daß hierfür allein rund 10–15 vH der TV-Werbebudgets ausgegeben werden. Dies hätte 1995 einem Betrag von 0,65 bis 1 Mrd. DM entsprochen. Im Hörfunkbereich ist der Kostenanteil der Werbespots mit rund 5 vH deutlich niedriger, zudem gehört vor allem bei vielen Lokalanbietern die Werbespotproduktion zu den eigenen Unternehmensaktivitäten. Die 1995 außerhalb

der Rundfunkwirtschaft produzierten Hörfunkwerbespots dürften deshalb einen Wert von unter 100 Mill. DM gehabt haben.

Eine genaue Quantifizierung der Zahl der Erwerbstätigen, die mittelbar von der Rundfunkwirtschaft abhängen, würde aufwendige zusätzliche Berechnungen erfordern. Allein in den Werbezeitvermarktungsgesellschaften (ARD-Werbetöchter, ipa, MGM, RMS etc.) waren Ende 1995 jedoch über 1.000 feste Mitarbeiter tätig.

2.4 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft

Im Rahmen der Studie wurden die Wertschöpfung aller privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter entsprechend ihren Angaben zur regionalen Verteilung der bei ihnen beschäftigten Erwerbstätigen einzelnen Bundesländern zugerechnet.

Wie bereits dargestellt wurde, ist allerdings das private Fernsehen so stark regional konzentriert, daß bei einer Ergebnisdarstellung auf Bundesländerebene die zugesagte Vertraulichkeit der Anbieterangaben nicht mehr gewährleistet wäre. Bei der Berechnung der Bruttowertschöpfung des Rundfunks für einzelne Regionen werden deshalb die Ergebnisse der Bundesländer

- Bremen, Hamburg, Niedersachsen,
- Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein,
- Berlin, Brandenburg,
- Sachsen-Anhalt, Thüringen,
- Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

zusammen ausgewiesen (Tabellen 2.3 bis 2.5).

Zusätzlich läßt sich eine Aggregation für fünf Großregionen durchführen:

- Norddeutschland (Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein) mit einem Bevölkerungs- und BIP-Anteil von jeweils 18 vH,
- Westdeutschland (Nordrhein-Westfalen) mit einem Bevölkerungs- und BIP-Anteil von jeweils 22 vH.
- Ostdeutschland (Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) mit einem Bevölkerungsanteil von 19 vH, aber einen BIP-Anteil von nur 13 vH,
- Südwestdeutschland (Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland) mit einem Bevölkerungsanteil von 26 vH und einem BIP-Anteil von 30 vH,

Produktionskennziffern	Deutschland insg.	Nord. insg.	Bremen, Hamburg, Nieders.	Schleswig-Holstein, Meckl.-Vorp.	Nordrhein-Westfalen	Ost insg.	Berlin, Brandenbg.	Sachsen	Sachsen-Anhalt, Thüringen	Südwest insg.	Hessen, Saarland, Rheinl.-Pfalz	Baden-Württembg.	Bayern
					Mill. DM								
Produktionswert	20008	3128	2848	280	5075	2652	1520	922	210	5469	3767	1703	3683
Vorleistungen	14288	2357	2195	162	3654	1756	1009	617	130	3652	2593	1059	2868
Bruttowertschöpfung	5721	771	653	118	1421	896	511	305	79	1817	1174	643	814
darunter													
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	5092	852	745	107	1218	715	483	189	43	1645	1014	631	663
Gewinneinkommen	-214	-210	-199	-11	31	67	-32	74	25	-164	-59	-106	38
					Anzahl								
Erwerbstätige	39290	6760	5882	878	8419	6522	3907	2093	522	11816	7278	4538	5774
					Tausend DM								
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	146	114	112	131	169	137	131	146	152	154	161	142	141
					Anteile in vH								
Produktionswert	100	16	14	1	25	13	8	5	1	27	19	9	18
Vorleistungen	100	16	15	1	26	12	7	4	0	26	18	7	20
Bruttowertschöpfung	100	13	11	2	25	15	9	5	1	32	21	11	14
darunter													
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	100	17	15	2	24	14	9	4	0	32	20	12	13
Erwerbstätige	100	17	15	2	21	17	10	5	1	30	19	12	15
Zum Vergleich: Bruttoinlandsprodukt insg.	100	18	14	4	22	13	6	3	4	30	16	14	17

Quelle: Berechnungen des DIW. DIW 1997

Tabelle 2.3: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995
Aufgliederung nach Regionen/Bundesländern

Produktionskennziffern	Deutschland insg.	Nord insg.	Bremen, Hamburg, Niedersachsen	Schleswig-Holstein, Meckl.-Vorp.	Nordrhein-Westfalen	Ost insg.	Berlin, Brandenbg.	Sachsen	Sachsen-Anhalt, Thüringen	Südwest insg.	Hessen, Saarland, Rheinl.-Pfalz	Baden-Württembg.	Bayern
					Mill. DM								
Produktionswert	12004	1607	1395	212	2566	2082	1071	858	153	4436	2880	1557	1312
Vorleistungen	7218	959	830	130	1457	1247	572	573	102	2768	1796	973	786
Bruttowertschöpfung	4786	648	565	82	1109	836	499	286	51	1668	1084	584	525
darunter													
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	4309	699	610	89	996	608	401	176	32	1529	950	580	476
Gewinneinkommen	-221	-151	-131	-20	-17	131	46	73	12	-160	-53	-107	-23
					Anzahl								
Erwerbstätige	30278	4825	4208	617	6614	5168	3033	1814	321	10360	6499	3861	3311
					Tausend DM								
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	158	134	134	133	168	162	165	158	158	161	167	151	159
					Anteile in vH								
Produktionswert	100	13	12	2	21	17	9	7	1	37	24	13	11
Vorleistungen	100	13	11	2	20	17	8	8	1	38	25	13	11
Bruttowertschöpfung	100	14	12	2	23	17	10	6	1	35	23	12	11
darunter													
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	100	16	14	2	23	14	9	4	0	35	22	13	11
Erwerbstätige	100	16	14	2	22	17	10	6	1	34	21	13	11
ZumVergleich: Bruttoinlandsprodukt insg.	100	18	14	4	22	13	6	3	4	30	16	14	17

Quelle: Berechnungen des DIW. DIW 1997

Tabelle 2.4: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1995

Produktionskennziffern	Deutschland insg.	Nord insg.	Hamburg, Nieders.	Schleswig-Holstein, Mecki.-Vorp.	Nordrhein-Westfalen	Ost insg.	Berlin, Brandenbg.	Sachsen	Sachsen-Anhalt, Thüringen	Südwest insg.	Hessen, Saarland, RheinI.-Pfalz	Baden-Württemb.	Bayern
						Mill. DM							
Produktionswert	8005	1521	1453	68	2509	570	450	64	57	1033	887	146	2371
Vorleistungen	7070	1398	1365	32	2197	510	438	44	28	884	797	87	2082
Bruttowertschöpfung	935	124	88	36	312	61	12	20	29	149	90	59	289
davon													
Fernsehen	450	29	29	0	224	-19	-19	0	0	37	31	6	178
Hörfunk	485	94	59	36	88	80	31	20	29	112	59	52	111
darunter													
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	783	152	135	17	222	107	81	14	11	115	64	51	187
Gewinneinkommen	7	-58	-67	9	48	-64	-78	0	13	-4	-5	1	61
						Anzahl							
Erwerbstätige	9012	1935	1674	261	1805	1354	874	279	201	1456	779	677	2463
						Tausend DM							
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	104	64	53	125	173	45	14	71	143	102	116	87	117
						Anteile in vH							
Produktionswert	100	19	18	1	31	7	6	0	0	13	11	2	30
Vorleistungen	100	20	19	0	31	7	6	0	0	13	11	1	29
Bruttowertschöpfung	100	13	9	4	33	7	1	2	3	16	10	6	31
davon													
Fernsehen	100	7	7	0	50	-4	-4	0	0			1	40
Hörfunk	100	19	12	7	18	16	6	4	6	23	12	11	23
darunter													
Einkommen aus Erwerbstätigkeit	100	19	17	2	28	14	11	2	1	15	8	7	24
Erwerbstätige	100	21	18	3	20	15	10	3	2	16	9	8	27
Zum Vergleich: Bruttoinlandsprodukt insg.	100	18	14	4	22	13	6	3	4	30	16	14	17

Quelle: Berechnungen des DIW. DIW 1997

Tabelle 2.5: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des privaten Rundfunks 1995

– Süddeutschland (Bayern) mit einem Bevölkerungsanteil von 15 vH mit einem BIP-Anteil von 17 vH.

Vergleicht man die Wirtschaftskraft dieser fünf Regionen mit der Bruttowertschöpfung der dort ansässigen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkunternehmen, so hat die Rundfunkwirtschaft in Westdeutschland (Wertschöpfungsanteil: 25 vH), Südwestdeutschland (Wertschöpfungsanteil: 32 vH) und Ostdeutschland (Wertschöpfungsanteil: 16 vH) ein überdurchschnittliches Gewicht innerhalb der Gesamtwirtschaft. West- und Südwestdeutschland profitieren dabei vor allem von einem überproportionalen Anteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. In Ostdeutschland ist das relativ hohe Gewicht der Rundfunkwirtschaft dagegen mehr auf die schlechte Lage der übrigen Wirtschaftszweige zurückzuführen. Die privaten Rundfunkunternehmen tragen vor allem in West- und Süddeutschland überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung bei.

Sowohl beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk als auch beim privaten Rundfunk sind die regionale Verteilung von Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigenzahlen nicht deckungsgleich. Dies liegt daran, daß Gewinne und Verluste der einzelnen Rundfunkunternehmen sehr unterschiedlich ausfallen und deshalb die Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen in den Regionen Nord und Südwest sogar insgesamt negativ sind.

Auf die Ursachen für diese regional unterschiedlichen Beiträge der Runfunkwirtschaft zu Erwerbstätigkeit und Einkommensentstehung wird im Detail in den folgenden Abschnitten der Studie eingegangen.

3 Beschäftigungsumfang und Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk

3.1 Datengrundlagen

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

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

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

Die Abgrenzung der ersten Gruppe der festen Mitarbeiter entspricht der Erwerbstätigendefinition des Statistischen Bundesamtes. Die gewonnenen Daten sind deshalb direkt mit den Erwerbstätigenzahlen anderer Wirtschaftszweige bzw. der Gesamtwirtschaft vergleichbar, die im Rahmen der volks-

wirtschaftlichen Gesamtrechnung veröffentlicht werden. Sie wurden bereits in Abschnitt 2 für die Rundfunkwirtschaft insgesamt dargestellt.

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

Sowohl für die Teilgruppen der festen Mitarbeiter als auch für die der sonstigen Mitarbeiter wurde die Zahl der Beschäftigten Ende 1995 und zum Zeitpunkt der Umfrage, d. h. im letzten Quartal 1996 erfragt. Für die Ende 1995 tätigen festen Mitarbeiter wurde zudem das Geschlecht, der Haupttätigkeitsbereich sowie der Anteil der Führungskräfte (Beschäftigte mit personeller Entscheidungs- und Dispositionskompetenz) ermittelt. Vergleichbare Strukturinformationen für die Gruppe der sonstigen Mitarbeiter konnten nicht erhoben werden, da sich viele private Fernseh- und Hörfunkveranstalter außerstande sahen, für ihre unregelmäßig tätigen sonstigen freien Mitarbeiter eine entsprechende Ausdifferenzierung vorzunehmen.

3.2 Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995/96: Gesamtüberblick

Ende 1996 waren bei den privaten Hörfunk- und TV-Anbietern in Deutschland zusammen rund 9.400 feste Mitarbeiter und 7.800 sonstige Mitarbeiter tätig (Tabelle 3.1). Gegenüber dem Jahresende 1995 entspricht dies einem Anstieg von 4,2 vH (feste Mitarbeiter) bzw. 2,7 vH (sonstige Mitarbeiter). Der private Rundfunk ist damit einer der wenigen Wirtschaftsbereiche in Deutschland, der 1996 vor dem Hintergrund eines gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungsrückgangs zusätzliche Arbeitsplätze schaffen konnte. Der Zuwachs war dabei allerdings beim Fernsehen mit 7 vH (feste Mitarbeiter) und 5 vH (sonstige Mitarbeiter) deutlich höher als im Hörfunk, mit einem Anstieg von jeweils 1 vH bei beiden Mitarbeitergruppen.

	Beschäftigung			Beschäftigungsstruktur			Relation Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insgesamt	Fernsehen	Hörfunk
	Anzahl			Anteile in vH			Anteile in vH		
Erwerbstätige Ende 1996	9391	5267	4124	-	-	-	100	56	44
Erwerbstätige Ende 1995	9012	4925	4087	100	100	100	100	55	45
weiblich	4308	2198	2110	48	45	52	100	51	49
männlich	4704	2727	1977	52	55	48	100	58	42
Vollzeitbeschäftigte	7296	4052	3244	81	82	79	100	56	44
Teilzeitbeschäftigte	1160	661	499	13	13	12	100	57	43
Auszubildende	556	212	344	6	4	8	100	38	62
Organisation/Verwaltung	986	561	425	11	11	10	100	57	43
Verkauf/Marketing	1146	522	624	13	11	15	100	46	54
Produktion/Technik	1215	953	261	13	19	6	100	79	21
Programm	5666	2889	2777	63	59	68	100	51	49
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	7824	3056	4768	-	-	-	100	39	61
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	7621	2912	4709	100	100	100	100	38	62
Praktikanten	755	286	469	10	10	10	100	38	62
Feste freie Mitarbeiter	2256	1071	1185	30	37	25	100	47	53
Sonstige freie Mitarbeiter	4610	1555	3055	60	53	65	100	34	66
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	17215	8323	8892	-	-	-	100	48	52
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	16633	7837	8796	-	-	-	100	47	53
Führungskräfte Ende 1995	1115	510	605	100	100	100	100	46	54
weiblich	297	145	152	27	28	25	100	49	51
männlich	818	365	453	73	72	75	100	45	55
Organisation/Verwaltung	256	123	133	23	24	22	100	48	52
Verkauf/Marketing	228	102	126	20	20	21	100	45	55
Produktion/Technik	166	120	46	15	24	8	100	72	28
Programm	465	165	300	42	32	50	100	35	65

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 3.1: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995/1996

Rechnet man beide Beschäftigtengruppen zusammen, so waren Ende 1996 bei den 189 privaten Hörfunkveranstaltern geringfügig mehr Personen tätig als bei den 70 privaten Fernsehveranstaltern. Betrachtet man allerdings nur die festen Mitarbeiter, so arbeiteten hiervon mit einem Anteil von 56 vH deutlich über die Hälfte bei den Fernsehveranstaltern. Umgekehrt wurden über 60 vH der sonstigen Mitarbeiter von Hörfunkveranstaltern beschäftigt.

Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu Praktikanten und freien Mitarbeitern lag Ende 1996 für den gesamten privaten Rundfunk bei 1 : 0,8 und damit weit über dem in der Gesamtwirtschaft. Beim privaten Fernsehen betrug die Relation 1 : 0,6, beim privaten Hörfunk 1 : 1,15, d. h. dort waren weniger feste Mitarbeiter als sonstige Mitarbeiter tätig.

Nach den Angaben der befragten Unternehmen hatten die festen Mitarbeiter (Erwerbstätigen) im privaten Rundfunk Ende 1995 folgende Struktur:

- Der Frauenanteil entsprach bei den privaten Fernsehveranstaltern mit 45 vH in etwa dem aller Erwerbstätigen in Deutschland. Im privaten Hörfunk lag er mit 52 vH dagegen deutlich über diesem Durchschnittswert.
- Der Anteil der Auszubildenden an den Erwerbstätigen lag beim privaten Fernsehen bei 4 vH, beim privaten Hörfunk war er mit 8 vH doppelt so hoch. Insgesamt befanden sich Ende 1995 über 550 Personen in einem Ausbildungsverhältnis mit einem privaten Rundfunkunternehmen. Zusätzlich gehörten rund 10 vH der sonstigen Mitarbeiter zur Gruppe der Praktikanten und Hospitanten (zusammen über 750 Beschäftigte).
- Das Verhältnis von Vollzeit- zu Teilzeitbeschäftigten war bei den privaten Hörfunk- und Fernsehanbietern fast gleich. Auf je 100 Vollzeitbeschäftigte kamen 16 Teilzeitbeschäftigte. Dieser Wert entspricht in etwa dem Wert der Gesamtwirtschaft.
- Hinsichtlich der Tätigkeitsschwerpunkte gab es folgende Verteilung: Mit 59 vH (Fernsehen) bzw. 69 vH (Hörfunk) war jeweils der überwiegende Teil der festen Mitarbeiter mit der Programmgestaltung beschäftigt. Der höhere Technikaufwand des Fernsehens korrespondiert mit einem höheren Mitarbeiteranteil im Bereich Produktion/Technik (19 vH im Vergleich zu 6 vH beim privaten Hörfunk). Dabei ist zu berücksichtigen, daß bereits ein Teil der bundesweiten TV-Anbieter seine Sendetechnik in eigenständige Unternehmen ausgegliedert hat. Ausgelagert haben die meisten bundesweiten TV-Anbieter auch einen erheblichen Teil der Werbeakquisition. Der Anteil der im Fernsehen im Bereich Werbung/Marketing tätigen festen Mitarbeiter liegt deshalb mit 11 vH unter dem 15 vH-Anteil des Hörfunks, bei dem insbesondere die Lokalanbieter in der Regel vor Ort eigenständig Werbung akquirieren. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 11 vH (Fernsehen) bzw. 10 vH (Hörfunk) der festen Mitarbeiter zuzuordnen.

Die Zahl der Führungskräfte mit personeller Entscheidungs- und Dispositionskompetenz hat Ende 1995 zusammen über 1.100 betragen, dies entsprach rund 12 vH der festen Mitarbeiter. Der Frauenanteil unter den Führungskräften lag dabei mit 27 vH deutlich unter dem gesamten Frauenanteil im privaten Rundfunk, verglichen mit anderen Wirtschaftsbereichen ist diese Quote jedoch keineswegs niedrig.

3.3 Regionale Verteilung der Beschäftigten im privaten Rundfunk

Eine Zuordnung von Beschäftigten zu einzelnen Regionen ist zum einen anhand der jeweiligen Hauptsitze der Rundfunkunternehmen möglich. Eine genauere regionale Zuordnung sollte jedoch auch die Verteilung der Mitarbeiter auf einzelne Betriebsstätten berücksichtigen. Im privaten Hörfunk sind Mehrbetriebsunternehmen nicht anzutreffen, im privaten Fernsehen ist dies jedoch der Fall. Die TV-Anbieter wurden deshalb auch nach der Verteilung der festen Mitarbeiter auf verschiedene Betriebe in einzelnen Bundesländern befragt. Für die sonstigen Mitarbeiter wurde dieser Verteilungsschlüssel übernommen.

Wie erläutert, können die Befragungsergebnisse nicht für alle 16 Bundesländer getrennt dargestellt werden, da sonst die zugesagte Vertraulichkeit der Daten nicht gewährleistet wäre. Bundesländer mit wenigen Anbietern wurden jeweils mit anderen Bundesländern zusammengefaßt (Tabelle 3.2).

Ende 1995 konzentrierten sich über drei Viertel aller festen Mitarbeiter auf nur sechs Bundesländer:

- rund 2.450 Mitarbeiter waren in Bayern tätig (Anteil 27 vH),
- rund 1.800 in Nordrhein-Westfalen (Anteil 20 vH),
- knapp 1.700 in Hamburg/Niedersachsen (Anteil 19 vH),
- knapp 900 in Berlin/Brandenburg (Anteil 11 vH).

Bayern (plus 450) und Nordrhein-Westfalen (plus 150) konnten bis Ende 1996 ihre führenden Positionen weiter ausbauen, die Region Hamburg/Niedersachsen (minus 200) hatte dagegen bei der Zahl der festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk einen deutlichen Rückgang zu verzeichnen. In den übrigen Bundesländern gab es 1996 nur geringe Veränderungen.

	Deutschland insg.	Nord insg.	Bremen, Hamburg, Niedersachsen	Schleswig-Holstein, Meckl.-Vorp.	Nordrhein-Westfalen	Ost insg.	Berlin, Brandenbg.	Sachsen	Sachsen-Anhalt, Thüringen	Südwest insg.	Hessen, Saarland, Rheinl.-Pfalz	Baden-Württemb.	Bayern
						Anzahl							
Erwerbstätige Ende 1996	9391	1752	1482	270	1937	1373	868	297	208	1427	760	667	2902
Erwerbstätige Ende 1995	9012	1935	1674	261	1805	1354	874	279	201	1456	779	677	2463
weiblich	4308	879	749	130	870	635	389	129	117	736	417	319	1188
männlich	4704	1056	925	131	935	719	485	150	84	719	362	358	1275
Vollzeitbeschäftigte	7296	1376	1155	221	1592	1128	739	211	178	1255	714	542	1945
Teilzeitbeschäftigte	1160	505	482	23	100	138	104	29	5	130	45	85	287
Auszubildende	556	54	37	17	114	88	50	20	18	70	19	50	231
Organisation/Verwaltung	1034	199	168	31	168	173	106	41	27	153	76	76	341
Verkauf/Marketing	1220	273	222	51	252	164	99	29	36	234	93	141	296
Produktion/Technik	1241	471	440	31	73	238	198	30	10	216	158	58	243
Programm	5986	1060	875	185	1421	854	511	202	141	922	478	444	1729
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	7824	807	681	126	2174	1040	664	264	112	1811	1331	480	1992
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	7821	896	771	125	1973	982	624	261	97	1816	1319	497	1954
Praktikanten	755	101	64	37	130	108	65	30	13	119	66	53	298
Feste freie Mitarbeiter	2256	282	254	28	685	262	127	116	19	390	187	203	636
Sonstige freie Mitarbeiter	4610	514	454	60	1158	611	432	115	65	1307	1067	240	1019
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	17215	2560	2164	396	4111	2412	1531	561	320	3237	2091	1147	4894
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	16633	2831	2445	386	3778	2335	1497	540	298	3271	2097	1174	4417
Führungskräfte Ende 1995	1110	181	152	29	230	171	92	51	28	184	80	104	345
weiblich	297	50	46	4	76	36	15	12	9	42	14	28	93
männlich	813	131	106	25	153	135	76	40	19	142	66	76	252
Organisation/Verwaltung	255	34	27	7	38	51	27	15	9	47	19	28	85
Verkauf/Marketing	226	41	34	7	64	27	17	7	4	38	13	25	57
Produktion/Technik	166	44	41	3	22	24	15	5	4	28	14	14	48
Programm	463	62	50	12	106	69	33	25	11	72	35	37	154

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage.

DIW 1997

Tabelle 3.2: Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995/1996 nach Regionen

Die starke Stellung der genannten Bundesländer beruht unter anderem auf einer Konzentration des privaten Rundfunks in wenigen Medienstädten. Im Rahmen der Studie wurden die Erwerbstätigenzahlen für die vier in dieser Hinsicht wichtigsten Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich Unterföhring) getrennt ausgewertet (Tabelle 3.3). Danach arbeiten in diesen vier Stadtregionen allein über die Hälfte aller festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk. Auf München und Hamburg entfielen Ende 1995 jeweils Anteile von 15 vH, Köln – das im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eine herausragende Stellung besitzt – hatte bei den festen Mitarbeitern im privaten Rundfunk einen Anteil von 12 vH. Auf den Großraum Berlin entfielen weitere 10 vH aller Erwerbstätigen.

	Deutschland	Berlin[1]	Hamburg	Köln	München[2]	Summe der vier Städte
				Anzahl		
Erwerbstätige Ende 1995	39290	3907	4355	7399	4578	20239
davon:						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	30278	3033	2983	6314	3211	15541
Privater Rundfunk	9012	874	1372	1085	1367	4698
davon:						
Fernsehen	22402	2266	2696	3989	2940	11891
Hörfunk	16888	1641	1659	3410	1638	8348
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	123765	20210	8151	34789	14210	77360
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	163055	24117	12506	42188	18788	97599
				Anteil am Bundesgebiet in vH		
Erwerbstätige Ende 1995	100	9,9	11,1	18,8	11,7	51,5
davon:						
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	100	10,0	9,9	20,9	10,6	51,3
Privater Rundfunk	100	9,7	15,2	12,0	15,2	52,1
davon:						
Fernsehen	100	10,1	12,0	17,8	13,1	53,1
Hörfunk	100	9,7	9,8	20,2	9,7	49,4
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	100	16,3	6,6	28,1	11,5	62,5
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	100	14,8	7,7	25,9	11,5	59,9

[1] Einschließlich Potsdam. - [2] Einschließlich München-Unterföhring.
Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage; Hans-Bredow-Institut.

DIW 1997

Tabelle 3.3: Beschäftigung im Rundfunk in den vier wichtigsten deutschen Medienstädten 1995

	Privater Fernsehen insgesamt		Anbietertypen			Anteile der einzelnen Anbietertypen			
	Beschäftigte	Struktur	bundesweit	landesweit	lokal/regional	Insgesamt	bundesweit	landesweit	lokal/regional
	Anzahl	vH	Anzahl			Anzahl in vH			
Erwerbstätige Ende 1996	5257	-	4059	255	953	100	76	5	19
Erwerbstätige Ende 1995	4925	100	3796	270	859	100	77	5	17
weiblich	2198	45	1730	120	348	100	79	5	16
männlich	2727	55	2066	150	511	100	76	6	19
Vollzeitbeschäftigte	4052	82	3148	230	674	100	78	6	17
Teilzeitbeschäftigte	661	13	525	30	106	100	79	5	16
Auszubildende	212	4	123	10	79	100	58	5	37
Organisation/Verwaltung	561	11	430	33	97	100	77	6	17
Verkauf/Marketing	522	11	418	18	86	100	80	3	17
Produktion/Technik	953	19	709	35	210	100	74	4	22
Programm	2889	59	2239	185	465	100	78	6	16
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	3056	-	2322	191	543	100	77	5	18
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	2912	100	2229	186	497	100	77	6	17
Praktikanten	286	10	169	54	63	100	59	19	22
Feste freie Mitarbeiter	1071	37	852	59	160	100	80	6	15
Sonstige freie Mitarbeiter	1555	53	1208	73	274	100	78	5	18
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	8323	-	6381	446	1496	100	76	5	19
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	7837	-	6025	456	1356	100	77	6	17
Führungskräfte Ende 1995	505	100	306	47	152	100	60	9	31
weiblich	145	28	12	38	95	100	8	26	66
männlich	360	72	294	9	57	100	81	2	17
Organisation/Verwaltung	122	24	65	14	43	100	53	11	36
Verkauf/Marketing	100	20	77	4	19	100	76	4	21
Produktion/Technik	120	24	80	7	33	100	67	6	28
Programm	163	32	84	22	57	100	51	13	36

Quelle: DIW-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 3.4: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1995/1996 nach Anbietertypen

3.4 Beschäftigung im privaten Fernsehen 1995/96

3.4.1 Beschäftigung nach Anbietertypen

Von den knapp 5.300 festen Mitarbeitern, die zum Zeitpunkt der Umfrage Ende 1996 bei privaten Fernsehveranstaltern beschäftigt waren, arbeiteten

- über 4.000 oder 76 vH bei den 21 Anbietern bundesweit verbreiteter Programme,
- knapp 1.000 oder 19 vH bei den 39 Anbietern von Ballungsraum- und sonstigen Lokalprogrammen,
- weniger als 300 oder 5 vH bei den 10 Anbietern von landesweit verbreiteten Programmen.

Die Verteilung der rund 3.000 sonstigen Mitarbeiter des privaten Fernsehens auf diese drei Anbietertypen war nahezu identisch (Tabelle 3.4).

Unterschiede in der Beschäftigtenstruktur der drei Anbietertypen sind nur wenige festzustellen. Bei den Lokal- bzw. Regionalanbietern lag Ende 1995 der Frauenanteil deutlich unter dem der bundesweiten Anbieter, der Anteil der Auszubildenden und der Praktikanten dagegen darüber. Auffällig ist zudem der hohe Anteil der Praktikanten bei den Anbietern landesweiter Programme.

3.4.2 Beschäftigung nach Großregionen

Wegen der geringen Anzahl privater Fernsehanbieter in vielen Bundesländern wurden die Beschäftigtendaten nur aggregiert für die fünf Großregionen

- Nord (Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein),
- West (Nordrhein-Westfalen),
- Ost (Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen),
- Südwest (Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland) und
- Süd (Bayern)

ausgewertet (Tabelle 3.5).

Allein 80 vH der 5.300 festen Mitarbeiter im privaten Fernsehen waren danach Ende 1996 in den Bundesländern Bayern und Nordrhein-Westfalen sowie in Norddeutschland tätig, wo 18 von 21 Anbietern bundesweiter Programme ihren Sitz haben:

- knapp 1.900 oder 34 vH arbeiteten in Bayern,
- rund 1.200 oder 26 vH waren in Nordrhein-Westfalen beschäftigt,
- rund 1.050 oder 20 vH waren es in Norddeutschland.

	Deutschland insg.	Nord	West	Ost	Südwest	Süd
				Anzahl		
Erwerbstätige Ende 1996	5267	1060	1224	654	452	1876
Erwerbstätige Ende 1995	4925	1232	1089	644	492	1468
Struktur nach Geschlecht:						
weiblich	2198	532	503	273	205	685
männlich	2727	700	586	371	287	783
Vollzeitbeschäftigte	4052	812	1029	545	431	1235
Teilzeitbeschäftigte	661	406	37	71	42	105
Auszubildende	212	14	24	28	19	128
Organisation/Verwaltung	561	112	143	68	43	195
Verkauf/Marketing	522	163	85	54	60	159
Produktion/Technik	953	406	54	186	117	190
Programm	2889	539	822	330	270	928
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	3056	399	994	397	335	930
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	2912	443	813	405	382	868
Praktikanten	286	21	36	26	48	156
Feste freie Mitarbeiter	1071	174	386	71	191	248
Sonstige freie Mitarbeiter	1555	249	391	308	144	463
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	8323	1460	2218	1051	787	2806
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	7837	1675	1902	1049	874	2336
Führungskräfte Ende 1995	505	113	107	61	61	164
weiblich	145	35	42	10	13	45
männlich	360	78	64	50	48	119
Organisation/Verwaltung	122	16	35	17	13	40
Verkauf/Marketing	100	27	24	10	10	30
Produktion/Technik	120	36	20	14	17	33
Programm	163	34	28	20	21	60

Quelle: DIW-Umfrage. **DIW 1997**

Tabelle 3.5: Beschäftigung im privaten Fernsehen 1995/1996 nach Regionen

Im Vergleich hierzu fallen Ostdeutschland (650 feste Mitarbeiter von privaten TV-Anbietern) und Südwestdeutschland (450 feste Mitarbeiter) deutlich ab. Auch die regionale Verteilung der 3.050 sonstigen Mitarbeiter entspricht dieser Rangfolge.

Hinsichtlich der Beschäftigtenstruktur sind zwischen den einzelnen Regionen keine auffälligen Unterschiede festzustellen, sieht man vom hohen Anteil der Teilzeitbeschäftigten in Norddeutschland ab, der auf das besondere Mitarbeiterprofil eines bundesweiten Anbieters zurückzuführen ist.

3.5 Beschäftigung im privaten Hörfunk 1995/96

3.5.1 Beschäftigung nach Anbietertypen

Anders als im privaten Fernsehen hat im Hörfunk die Gruppe der Lokal- bzw. Regionalanbieter (einschließlich der Anbieter aus den Stadtstaaten Berlin und Hamburg) den größten Beschäftigtenanteil (Tabelle 3.6). Ende 1996 fielen auf diese 154 Veranstalter knapp 2.600 der 4.100 festen Mitarbeiter bzw. ein Anteil von 62 vH. Bei den 4.800 sonstigen Mitarbeitern war es sogar zwei Drittel. Das Verhältnis von festen Mitarbeitern zu sonstigen Mitarbeitern beim lokalen Hörfunk lag damit bei 1 : 1,2, d. h. die Festangestellten waren in der Minderzahl.

Die 24 Veranstalter landesweiter Programme (einschließlich Mantelprogrammanbieter) beschäftigten Ende 1996 rund 1.250 feste und 750 sonstige Mitarbeiter, was Anteilen von 31 vH bzw. 16 vH an den beiden Mitarbeitergruppen des privaten Hörfunks entsprach. Das Verhältnis von festen zu sonstigen Mitarbeitern lag bei 1 : 0,6, d. h. es unterschied sich deutlich von dem der Lokal- und Regionalanbieter und entsprach mehr der Mitarbeiterstruktur des privaten Fernsehens.

Eine besondere Struktur wiesen Ende 1996 die 11 Veranstalter von bundesweiten Hörfunkprogrammen auf. Mit 300 festen Mitarbeitern (Anteil 7 vH), aber nahezu 900 sonstigen Mitarbeitern (Anteil 19 vH) lag dieses Verhältnis bei 1 : 3. Die Veranstaltergruppe ist allerdings heterogener als die übrigen Anbietertypen. Die besondere Struktur wird durch einige Einzelfälle verursacht.

Weitere Besonderheiten in der Beschäftigtenstruktur der privaten Hörfunkanbieter betreffen insbesondere die Gruppe der Lokal- bzw. Regionalanbieter. Wie im privaten Fernsehen weist sie überdurchschnittliche Anteile bei den Auszubildenden und den Praktikanten auf. Gleiches gilt bei den lokalen Hörfunkanbietern auch für Teilzeitbeschäftigte und die Mitarbeitergruppe der sog. festen Freien.

	Privater Hörfunk insgesamt		Anbietertypen			Anteile der einzelnen Anbietertypen			
	Beschäftigte	Struktur	bundesweit	landesweit[1]	lokal/-regional[2]	insgesamt	bundesweit	landesweit[1]	lokal/-regional[2]
	Anzahl	vH	Anzahl			Anzahl in vH			
Erwerbstätige Ende 1996	4124	-	299	1259	2567	100	7	31	62
Erwerbstätige Ende 1995	4087	100	287	1227	2574	100	7	30	63
weiblich	2110	52	176	649	1286	100	8	31	61
männlich	1977	48	111	578	1288	100	6	29	65
Vollzeitbeschäftigte	3244	79	263	1042	1940	100	8	32	60
Teilzeitbeschäftigte	499	12	17	112	370	100	3	22	74
Auszubildende	344	8	7	73	264	100	2	21	77
Organisation/Verwaltung	425	10	40	145	241	100	9	34	57
Verkauf/Marketing	624	15	46	139	439	100	7	22	70
Produktion/Technik	261	6	71	81	109	100	27	31	42
Programm	2777	68	131	860	1786	100	5	31	64
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	4768	-	886	755	3128	100	19	16	66
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	4709	100	867	763	3080	100	18	16	65
Praktikanten	469	10	22	108	339	100	5	23	72
Feste freie Mitarbeiter	1185	25	26	132	1027	100	2	11	87
Sonstige freie Mitarbeiter	3055	65	819	523	1714	100	27	17	56
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	8892	-	1184	2013	5695	100	13	23	64
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	8796	-	1153	1989	5654	100	13	23	64
Führungskräfte Ende 1995	605	100	33	142	430	100	5	23	71
weiblich	152	25	8	33	112	100	5	21	74
männlich	453	75	26	110	318	100	6	24	70
Organisation/Verwaltung	133	22	13	38	83	100	9	28	62
Verkauf/Marketing	126	21	7	22	98	100	5	17	78
Produktion/Technik	46	8	3	16	27	100	7	35	59
Programm	300	50	11	67	222	100	4	22	74

[1] Einschließlich Mantelprogramme. - [2] Einschließlich Zulieferprogramme in Bayern.

Quelle: AKM-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 3.6: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1995/1996 nach Anbietertypen

3.5.2 Beschäftigung nach Regionen

Die regionale Konzentration der Anbieter privater Hörfunkprogramme ist zwar nicht ganz so stark wie die der privaten Fernsehanbieter (Tabelle 3.7). Dennoch waren Ende 1996 allein 55 vH der festen Mitarbeiter in den drei westdeutschen Flächenstaaten beschäftigt, die sich Mitte der 80er Jahre für die Zulassung von Lokal- bzw. Regionalanbietern entschieden haben (Baden-Württemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen).

Aufgrund von Anonymisierungsgeboten mußten auch im Hörfunkbereich bei der Ergebnisdarstellung einige Länder zusammengefaßt werden. Insgesamt ergab sich Ende 1996 hinsichtlich der Zahl fester Mitarbeiter von privaten Hörfunkveranstaltern folgende Rangfolge der einzelnen Bundesländer bzw. Regionen:

- 1.026 oder 25 vH waren bei bayerischen Hörfunkanbietern tätig,
- 713 oder 17 vH in Nordrhein-Westfalen,
- 554 oder 13 vH in Baden-Württemberg,
- 422 bzw. 421 (jeweils 10 vH) in den zwei Regionen Bremen/Hamburg/Niedersachsen und Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland,
- 324 oder 8 vH in Berlin/Brandenburg,
- 270 oder 6,5 vH in Mecklenburg-Vorpommern/Schleswig-Holstein,
- 208 oder 5 vH in Sachsen-Anhalt/Thüringen,
- 187 oder 4,5 vH in Sachsen.

Die sonstigen Mitarbeiter weichen in ihrer regionalen Verteilung hiervon ab, so daß sich das Verhältnis von festen zu sonstigen Mitarbeitern von Region zu Region unterscheidet. Dies und andere Strukturunterschiede zwischen den einzelnen Regionen sind im wesentlichen auf jeweils unterschiedliche Anbieterprofile zurückzuführen. In einigen Bundesländern wird der private Hörfunk stärker von Lokalanbietern oder bundesweiten Anbietern dominiert, in anderen stärker von landesweiten Anbietern. Deren Unterschiede in der Beschäftigtenstruktur treten dann auch in regionalen Unterschieden zutage.

Auch innerhalb der größten Anbietergruppe des privaten Hörfunks – den Lokalanbietern – gab es jedoch einige auffällige regionale Unterschiede (Tabelle 3.8):

- So lag die durchschnittliche Zahl der festen Mitarbeiter je Lokalveranstalter in den beiden Stadtstaaten Ende 1996 deutlich über den Durchschnittswerten in den vier Flächenstaaten. In Berlin waren im Durchschnitt 29 Erwerbstätige je Sender beschäftigt, in Hamburg – trotz eines starken Personalabbaus im Verlauf des Jahres 1996 – sogar 41. Von den

	Deutschland insgesamt	Nord insgesamt	Bremen, Hamburg, Niedersachsen	Schleswig-Holstein Meckl.-Vorp.	Nordrhein-Westfalen	Ost insgesamt	Berlin Brandenburg	Sachsen	Sachsen-Anhalt, Thüringen	Südwest insgesamt	Hessen, Saarland, Rheinl.-Pfalz	Baden-Württemberg	Bayern
	Anzahl												
Erwerbstätige Ende 1996	4124	692	422	270	713	719	324	187	208	975	421	554	1026
Erwerbstätige Ende 1995	4087	703	442	261	716	710	322	187	201	964	408	556	995
weiblich	2110	347	217	130	367	362	146	99	117	532	252	280	503
männlich	1977	356	225	131	349	348	176	88	84	432	156	276	492
Vollzeitbeschäftigte	3244	564	343	221	563	583	252	153	178	824	377	448	710
Teilzeitbeschäftigte	499	99	76	23	63	67	42	20	5	88	18	70	182
Auszubildende	344	40	23	17	90	60	28	14	18	51	13	38	103
Organisation/Verwaltung	409	77	53	26	21	92	42	26	26	106	45	61	129
Verkauf/Marketing	613	98	53	44	150	99	48	19	34	164	41	122	119
Produktion/Technik	245	56	31	26	14	50	26	11	10	96	65	28	50
Programm	2779	471	305	162	530	468	206	132	133	607	257	350	697
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	4768	408	282	126	1180	643	304	227	112	1476	1029	447	1062
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	4709	453	328	125	1160	577	256	224	97	1434	996	438	1086
Praktikanten	469	80	43	37	94	82	39	30	13	71	28	43	142
Feste freie Mitarbeiter	1185	108	80	28	299	191	93	79	19	199	23	176	388
Sonstige freie Mitarbeiter	3055	265	205	60	767	304	124	115	65	1164	945	219	556
Gesamtbeschäftigung Ende 1996	8892	1100	704	396	1893	1361	628	413	320	2450	1449	1001	2088
Gesamtbeschäftigung Ende 1995	8796	1156	770	386	1876	1286	578	410	298	2397	1403	994	2081
Führungskräfte Ende 1995	605	68	39	29	123	110	49	33	28	123	45	78	181
weiblich	152	15	11	4	34	26	8	9	9	30	9	21	48
männlich	453	53	28	25	89	85	41	25	19	94	37	57	133
Organisation/Verwaltung	133	18	11	7	3	34	15	10	9	34	13	21	45
Verkauf/Marketing	126	14	7	7	40	18	9	5	4	28	6	22	27
Produktion/Technik	46	8	5	3	2	10	5	1	4	11	3	8	15
Programm	300	28	16	12	78	49	20	18	11	51	24	27	94

Quelle: AKM-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 3.7: Beschäftigung im privaten Hörfunk 1995/1996 nach Regionen

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württeberg	Bayern[1]	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin[2]	Hamburg
	Anzahl					
Zahl der Veranstalter	15	54	45	9	11	4
Erwerbstätige Ende 1996	316	833	630	57	324	163
Erwerbstätige Ende 1995	327	808	633	61	322	191
weiblich	146	411	313	27	146	105
männlich	181	397	320	34	176	86
Vollzeitbeschäftigte	243	560	486	48	252	146
Teilzeitbeschäftigte	54	161	60	4	42	30
Auszubildende	30	87	87	9	28	15
Organisation/Verwaltung	39	107	4	11	42	19
Verkauf/Marketing	70	100	141	4	48	33
Produktion/Technik	14	35	5	4	26	11
Programm	204	567	482	42	206	127
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	354	946	1151	122	304	123
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	349	975	1131	119	256	141
Praktikanten	35	125	94	14	39	27
Feste freie Mitarbeiter	115	330	299	51	93	62
Sonstige freie Mitarbeiter	199	520	738	54	124	52
Gesamtbeschäftigung 1996	670	1779	1781	179	628	286
Gesamtbeschäftigung 1995	676	1783	1764	180	578	332
Führungskräfte Ende 1995	58	138	112	17	49	19
weiblich	16	39	31	6	8	4
männlich	42	99	81	11	41	15
Organisation/Verwaltung	16	38	0	5	15	5
Verkauf/Marketing	13	24	38	2	9	4
Produktion/Technik	6	11	0	0	5	2
Programm	23	65	74	10	20	8

[1] Ohne lokale Programmzulieferer. - [2] Einschließlich eines bundesweiten Anbieters.

Quelle: AKM-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 3.8: Beschäftigung im lokalen Hörfunk 1995/1996

vier Flächenstaaten wies Baden-Württemberg mit 21 den höchsten Durchschnittswert für feste Mitarbeiter auf. Er lag um 50 vH über dem Bayerns und Nordrhein-Westfalens und sogar mehr als dreimal so hoch als in Sachsen.

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

3.6 Veränderungen gegenüber dem 1. Halbjahr 1994

Die Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) hatte zum Beschäftigtenstand des privaten Rundfunks im ersten Halbjahr 1994 eine ähnliche Befragung durchgeführt. Ein Unterschied zur vorliegenden Erhebung bestand darin, daß die Mitarbeitergruppen Volontäre/Auszubildende und Praktikanten/Hospitanten zusammen erfaßt wurden. Um einen Vergleich mit den aktuellen Daten zu ermöglichen, wurden diese Zahlen für 1994 entsprechend der heutigen Struktur auf beide Gruppen aufgesplittet. Außerdem wurde in der AKM-Studie von 1994 nicht zwischen bundes- und landesweiten Hörfunkanbietern sowie zwischen landesweiten und lokalen/regionalen Fernsehanbietern differenziert, so daß sich der Vergleich auf eine geringere Zahl von Anbietertypen beschränken muß (Tabelle 3.9).

Von Anfang 1994 bis Ende 1995 hat es folgende wesentlichen Veränderungen im Beschäftigungsumfang der privaten deutschen Rundfunkanbieter gegeben:

- Die Zahl der festen Mitarbeiter hat sich insgesamt um ein Drittel erhöht. Der Zuwachs lag bei den privaten TV-Veranstaltern bei 35 vH, bei den privaten Hörfunkveranstaltern betrug er 31 vH. In der Gesamtwirtschaft ist die Zahl der Erwerbstätigen im gleichen Zeitraum dagegen um 1 vH zurückgegangen.
- Bei den sonstigen Mitarbeitern ist für Hörfunk- und Fernsehanbieter eine gegenläufige Entwicklung festzustellen. Während die Zahl der sonstigen Mitarbeiter im Hörfunk ebenfalls zugenommen hat (plus 24 vH), ist sie im Fernsehbereich um 15 vH zurückgegangen. Der Rückgang ist ausschließlich in der Kategorie der sonstigen freien Mitarbeiter eingetreten. Zu diesem Ergebnis könnte teilweise die geänderte Erhebungsmethodik (telefonische Befragung versus schriftliche Befragung) beigetragen haben,

	Privater Rundfunk insgesamt			Privates Fernsehen			Privater Hörfunk		
	1.Hj.1994	Ende 1995	Veränderung	1.Hj.1994	Ende 1995	Veränderung	1.Hj.1994	Ende 1995	Veränderung
	Anzahl		vH	Anzahl		vH	Anzahl		vH
Erwerbstätige insgesamt	6762	9012	33	3646	4925	35	3116	4087	31
Voll-/Teilzeitbeschäftigte	5938	8456	42	3504	4713	35	2434	3743	54
Auszubildende	400	556	39	142	212	49	258	344	33
Sonst. Mitarbeiter insgesamt	7222	7621	6	3415	2912	-15	3807	4709	24
Praktikanten	532	755	42	188	286	52	344	469	36
Feste freie Mitarbeiter	1803	2256	25	702	1071	53	1101	1185	8
Sonstige freie Mitarbeiter	4887	4610	-6	2525	1555	-38	2362	3055	29
Gesamtbeschäftigung	13984	16633	19	7061	7837	11	6923	8796	27

Quellen: AKM-Umfragen 1994 und 1996; DIW-Umfrage 1996. **DIW 1997**

Tabelle 3.9: Veränderung der Beschäftigung im privaten Rundfunk 1995/1. Halbjahr 1994

da bei der hier verwendeten schriftlichen Methode die Gruppe der sonstigen Mitarbeiter präziser definiert war. Der Zeitreihenbruch sollte deshalb nicht überinterpretiert werden.

- Innerhalb des privaten Fernsehens war der Mitarbeiterzuwachs bei den bundesweiten Anbietern mit 27 vH nicht so stark wie bei den Veranstaltern landesweiter und lokaler TV-Programme, bei denen die Zahl der Festangestellten um fast 70 vH angestiegen ist. Hintergrund ist der seit 1994 erfolgte Start mehrerer Ballungsraumsender, die vergleichsweise personalintensiv arbeiten.
- Innerhalb des privaten Hörfunks verzeichnete die Gruppe der Lokalanbieter einen Anstieg der festen Mitarbeiter um 20 vH, obwohl ihre Zahl von 163 auf 152 zurückgegangen ist. Fast verdreifacht hat sich von Anfang 1994 bis Ende 1995 die Mitarbeiterzahl bei den Veranstaltern bundesweiter und landesweiter Hörfunkprogramme, deren Anzahl von Anfang 1994 bis Ende 1995 von 22 auf 33 zugenommen hat.

4 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1995

4.1 Datengrundlagen

Die Rundfunkwirtschaft ist Teil des Dienstleistungssektors, für den die amtliche Statistik bislang nur wenige Informationen zur Verfügung stellt. Die einzige Quelle, die regelmäßig Informationen zu den Umsätzen von Rundfunkunternehmen liefert, ist die Umsatzsteuerstatistik. In ihr wird jedoch nicht zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstaltern getrennt und die nicht umsatzsteuerpflichtigen Erträge (z. B. die Rundfunkgebühren) werden dabei nicht erfaßt. Die aktuellsten zur Zeit zur Verfügung stehenden Daten stammen zudem aus dem Jahr 1992.

Zu Beschäftigung, Erträgen und Aufwendungen der Rundfunkveranstalter in Deutschland wurden vom Statistischen Bundesamt für das Jahr 1993 erstmals differenzierte Daten im Rahmen einer EU-weiten Pilotstudie erhoben, die alle Teilbereiche der audiovisuellen Dienstleistungen (d. h. auch Filmherstellung und Filmtheater) einschloß. Diese Erhebung auf freiwilliger Basis konnte für den Rundfunkbereich aufgrund der niedrigen Rücklaufquote allerdings keine repräsentativen Ergebnisse liefern. Für das gleiche Jahr stehen jedoch Daten aus der bereits erwähnten AKM-Befragung von 1994 zur Verfügung.

Die im Rahmen dieses Projektes durchgeführte Befragung war im Hinblick auf die Aufgliederung von Erträgen und Aufwendungen allerdings differenzierter als die Erhebung von 1994. Werte für das Jahr 1995 waren bei diesem Differenzierungsgrad die aktuellsten Daten, die dabei sinnvollerweise abgefragt werden konnten. Um einerseits möglichst exakte Angaben zu bekommen, andererseits aber den Befragungsaufwand minimal zu halten, mußte ein Befragungszeitpunkt gewählt werden, bei dem die Veranstalter auf vorliegende Gewinn- und Verlustrechnungen bzw. Bilanzdaten zurückgreifen konnten. Dies ist in der Regel erst im letzten Quartal des Folgejahres möglich, in diesem Fall also Ende 1996 für das Kalenderjahr 1995.

Bei den betrieblichen Erträgen wurden folgende Ertragsarten explizit abgefragt:

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

Bei der Auswertung der Werbeerträge wurden die Anbieterangaben teilweise bereinigt. Ein Teil der Anbieter hatte Bruttowerbeeinnahmen angegeben und auf der Kostenseite entsprechende Provisionszahlungen an Agenturen verbucht. Die Mehrheit folgte jedoch dem Nettoprinzip, bei dem die Provisionen weder in den Erträgen noch in den Aufwendungen enthalten sind. Um Verzerrungen zu vermeiden – Brutto- und Nettowerbeeinnahmen können um 15–25 vH voneinander abweichen – erfolgte eine entsprechende Bereinigung. Grundlage bildeten dabei Angaben zu den Nettowerbeeinnahmen, die für das Jahr 1995 gegenüber dem Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) gemacht worden waren.

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

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

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

- Käufe von Rechten (TV-Lizenzen für audiovisuelle Werke, Übertragungsrechte, Zahlungen an Verwertungsgesellschaften etc.),
- Kosten für TV-Auftragsproduktionen,
- Kosten der technischen Programmverbreitung,

- sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen für die laufende Produktion.

Weiterhin wurden alle Veranstalter nach ihren Investitionen in Bauten und in Sachanlagen (technisches Equipment, Fahrzeuge etc.) im Jahr 1995 befragt.

4.2 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 1995: Gesamtüberblick

Die privaten Rundfunkveranstalter erzielten 1995 zusammen Erträge von knapp 7,6 Mrd. DM. Etwa 6,5 Mrd. DM oder 86 vH gingen davon an die 65 privaten TV-Anbieter, der Rest an die 185 privaten Hörfunkanbieter (Tabelle 4.1).

Privater Rundfunk ist überwiegend werbefinanzierter Rundfunk. Rechnet man Einnahmen aus Sponsoring und Teleshopping bzw. Direct-Response-Radio ein, so stammten im privaten Fernsehen 89 vH und im privaten Hörfunk 92 vH der Gesamterträge aus Werbeaufwendungen.

Insbesondere der private Hörfunk konnte sich in den Regionen Deutschlands, in denen Anbieter mit lokalen bzw. regionalen Verbreitungsgebieten zugelassen wurden, auch als lokales Werbemedium etablieren. Nahezu 400 Mill. DM der Werbespoterträge und ein großer Teil der Sponsoringeinnahmen der 152 lokalen Hörfunkanbieter stammten von Werbungtreibenden aus dem jeweils eigenen Sendegebiet. Die lokalen Werbeeinnahmen der 35 privaten TV-Anbieter mit lokalen Verbreitungsgebieten haben 1995 hingegen lediglich 50 Mill. DM betragen.

Auch neue Werbeformen haben im privaten Hörfunk eine größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an den Gesamterträgen lag bei allen Hörfunkveranstaltern zusammen bei 8 vH, bei den TV-Anbietern dagegen unter 1 vH. Insgesamt wurden durch Sponsoring, Teleshopping und Direct-Response-Radio Erträge in Höhe von 150 Mill. DM erzielt. Der Wert der beworbenen Handelsware selbst ist hierbei nicht eingerechnet. Zu berücksichtigen ist bei diesen Zahlen, daß der erste reine Teleshopping-Kanal seine Sendungen erst im letzten Quartal 1995 aufgenommen hat.

Ende 1995 gab es jeweils nur einen privaten TV- und Hörfunkveranstalter, der sich primär über Abonnenten zu finanzieren versuchte. Die Erträge des Pay-TV-Anbieters wurden bereits veröffentlicht, so daß eine getrennte Darstellung dieser Ertragsart im Rahmen der Studie die Vertraulichkeit nicht verletzt. Im Radio-Bereich ist dies nicht der Fall, so daß hier die Abonnenteneinnahmen in die sonstigen Erträge eingerechnet wurden. Sie erreichten

	Erträge/Aufwand			Aufwands- und Ertragsstruktur			Anteile Fernsehen/Hörfunk		
	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk	Rundfunk insg.	Fernsehen	Hörfunk
Gewinne (Verluste)	7	Mill. DM -129	135	100	Anteile in vH 100	100	-	Anteile in vH -	-
Erträge	7582	6533	1049	100	100	100	100	86	14
Werbespots insgesamt	6644	5766	879	88	88	84	100	87	13
davon:									
überregionale Werbung	6199	5714	485	82	87	46	100	92	8
regionale Werbung	445	52	393	6	0	37	100	12	88
Sponsoring/Teleshopping	156	75	80	2	1	8	100	48	52
Abonnementsgebühren	430	430	k.A.	6	7	k.A.	100	100	k.A.
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte	59	56	3	0	0	0	100	95	5
Fördermaßnahmen	43	37	7	0	0	0	100	85	15
Sonstige Erträge	249	169	80	3	3	8	100	68	32
Aufwand	7575	6661	914	100	100	100	100	88	12
Personalkosten	783	505	279	10	8	30	100	64	36
Vergütungen	254	175	80	3	3	9	100	69	31
Sachkosten	6393	5908	484	84	89	53	100	92	8
Abschreibungen/indir. Steuern	145	74	71	2	1	8	100	51	49
Investitionen	412	349	64	100	100	100	100	85	15
Sachanlagen	361	307	54	88	88	85	100	85	15
Bauten	51	42	10	12	12	15	100	81	19
Kostendeckungsgrad (vH)	100	98	115	-	-	-	-	-	-

Quellen: AMK-Umfragen; DIW-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 4.1: Wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks 1995

1995 jedoch bei weitem nicht das Gewicht der Pay-TV-Einnahmen, auf die rund 7 vH der Gesamterträge aller privaten TV-Anbieter entfielen.

Erträge aus Merchandising, d. h. der Vermarktung eigener Senderlogos und sonstiger im Zusammenhang mit Rundfunkprogrammen stehenden geschützten Titel, Symbole oder Bilder sowie Erträge aus eigenen Veranstaltungen der privaten Rundfunkanbieter hatten nur im Hörfunkbereich eine größere Bedeutung. Sie summierten sich dort 1995 zu rund 30 Mill. DM – rund 3 vH aller Erträge der privaten Hörfunkveranstalter.

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

Etwa 3 vH der Erträge der TV-Veranstalter und 4 vH der Erträge der Hörfunkveranstalter wurden von diesen schließlich der Position „sonstige Erträge" zugeordnet.

Die gesamten betrieblichen Aufwendungen der privaten Rundfunkanbieter betrugen 1995 ebenfalls 7,6 Mrd. DM und erreichten damit in etwa die Höhe ihrer betrieblichen Erträge. Die Produktion und Verbreitung der TV-Programme kostete die 65 privaten Veranstalter rund 6,7 Mrd. DM, für die 185 Hörfunkprogramme der privaten Veranstalter wurden 0,9 Mrd. DM aufgewendet.

Die Kostenstrukturen von TV- und Hörfunkanbietern unterscheiden sich dabei deutlich. Der Personalaufwand spielte im privaten Fernsehen eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 8 vH, rechnet man die Vergütungen für die nicht festangestellten Mitarbeiter hinzu (zusammen 680 Mill. DM) bei 11 vH. Im privaten Hörfunk hatten die Kosten der festen Mitarbeiter dagegen allein einen Anteil von 30 vH. Insgesamt wendeten die Hörfunkveranstalter für ihre festen und sonstigen Mitarbeiter im Jahr 1995 rund 360 Mill. DM auf – ein Anteil von 39 vH. Das unterschiedliche Gewicht von Eigenproduktionen im Fernsehen und im Hörfunk zeigt sich ebenfalls an den jeweiligen Sachkostenanteilen. Dieser lag im Fernsehen mit Ausgaben von 5,9 Mrd. DM bei nahezu 90 vH, während im Hörfunk mit 0,5 Mrd. DM nur 53 vH der gesamten Aufwendungen auf den Kauf von Rechten, Waren und Dienstleistungen entfielen.

Betriebliche Erträge und Aufwendungen glichen sich damit 1995 für den gesamten privaten Rundfunk aus. Während allerdings die Hörfunkanbieter auf einen Überschuß von 135 Mill. DM kamen, erwirtschafteten die TV-

	Deutschland insg.	Nord insg.	Hamburg, Nieders.	Schleswig-Holstein, Meckl.-Vorp.	Nordrhein-Westfalen	Ost insg.	Berlin, Brandenbg.	Sachsen	Sachsen-Anhalt, Thüringen	Südwest insg.	Hessen, Saarland, Rheinl.-Pfalz	Baden-Württemb.	Bayern
						Mill. DM							
Gewinne (Verluste)	7	-49	-58	9	48	-62	-76	0	13	8	7	1	61
Erträge	7582	716	650	66	2415	275	162	56	57	1931	1796	135	2245
Werbespots insg.	6644	215	157	58	2321	239	143	49	47	1837	1738	99	2033
davon:													
überregionale Werbung	6199	149	111	38	2242	163	108	26	29	1734	1697	37	1910
regionale Werbung	445	66	46	20	78	76	35	23	18	103	41	62	123
Sponsoring/Teleshopping	156	14	11	3	44	20	13	4	4	32	17	15	45
Abonnementsgebühren	430	430	430	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte	59	9	9	0	20	3	2	0	0	2	0	1	26
Fördermaßnahmen	43	7	6	0	0	4	0	0	2	1	0	1	32
Sonstige Erträge	248	40	36	4	31	10	4	1	4	58	39	19	109
Aufwand	7575	764	707	57	2367	337	238	55	44	1923	1789	134	2184
Personalkosten	783	117	100	17	222	95	69	14	11	162	111	51	187
Vergütungen	254	13	11	2	67	31	23	5	3	68	56	12	75
Sachkosten	6393	603	575	28	2036	193	137	31	25	1679	1614	65	1881
Abschreibungen/Steuern	145	30	21	9	42	18	8	5	5	14	8	6	40
Investitionen	412	44	37	7	37	22	14	3	5	98	87	11	212
Sachanlagen	361	40	35	5	31	20	13	3	5	86	75	10	184
Bauten	51	4	2	2	5	2	0	0	0	12	11	0	28
Kostendeckungsgrad (vH)	100	94	92	116	102	82	68	102	128	100	100	101	103

[1] Regionale Zuordnung der einzelnen Anbieter nach dem Hauptsitz des Unternehmens.

Quellen: AKM-Umfrage; DIW-Umfrage.

DIW 1997

Tabelle 4.2: Wirtschaftliche Situation des privaten Rundfunks 1995 nach Regionen[1)]

Anbieter zusammen einen Verlust von knapp 130 Mill. DM. Setzt man diese absoluten Beträge zum jeweiligen Gesamtaufwand ins Verhältnis, so errechnet sich für den privaten Hörfunk ein Kostendeckungsgrad von 115 vH (bzw. eine Umsatzrendite von 15 vH), für die privaten TV-Anbieter ein Kostendeckungsgrad von 98 vH.

Die Befragungsergebnisse zur wirtschaftlichen Lage des privaten Rundfunks lassen sich – soweit dem keine Anonymisierungsgebote entgegenstehen – auch für einzelne Bundesländer und Regionen darstellen (Tabelle 4.2). Hierbei wird deutlich, daß die Anbieter mit Gewinnen und solche mit Verlusten regional unterschiedlich verteilt sind. So erwirtschaftete der private Rundfunk in Hamburg/Niedersachsen und Berlin/Brandenburg insgesamt Verluste. Dies ist allerdings weniger auf medienpolitische Besonderheiten dieser Regionen sondern in erster Linie auf die spezifische Anbieterstruktur der dortigen privaten Veranstalter zurückzuführen, da die wirtschaftliche Lage einzelner Anbietertypen sowohl innerhalb der Gruppe der privaten TV-Veranstalter als auch innerhalb der Gruppe der privaten Hörfunkveranstalter sehr unterschiedlich war. Auf diese Unterschiede wird im folgenden näher eingegangen.

4.3 Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens

4.3.1 Gewinnsituation bei unterschiedlichen Anbietertypen

Die Angaben der privaten TV-Veranstalter zu den Erträgen und Aufwendungen im Jahr 1995 wurden, wie die Beschäftigtendaten, für folgende Anbietertypen ausgewertet:

- die 18 Veranstalter, die Ende 1995 insgesamt 20 TV-Programme mit bundesweiter Verbreitung sendeten,
- die 11 Veranstalter, die zum gleichen Zeitpunkt 16 TV-Programme landesweit – in der Mehrzahl sog. Landesfenster auf den Frequenzen bundesweiter Anbieter – ausstrahlten,
- die 36 Veranstalter von TV-Programmen mit regionalem/lokalem Sendegebiet, die zusammen 39 Programme gestalteten (Tabelle 4.3).

4.3.2 Wirtschaftliche Lage der bundesweiten privaten TV-Anbieter

Die Gruppe der bundesweiten Anbieter erreichte 1995 insgesamt ein nahezu ausgeglichenes Ergebnis und damit den höchsten Kostendeckungsgrad aller Anbietertypen, wobei allerdings nur 5 der 18 Veranstalter Gewinne aus-

	Privates Fernsehen insg.		Anbietertypen					Anteile der einzelnen Anbietertypen					
			bundesweit	landesweit/lokal/regional				insg.	bundesweit	landesweit/lokal/regional			
				insg.	Landesweit	Ballungsraumsender	Lokalanbieter			insg.	Landesweit	Ballungsraumsender	Lokalanbieter
	Beträge	Stuktur											
	Mill. DM	vH	Mill. DM						Anteile in vH				
Gewinne (Verluste)	-129	-	-22	-107	-32	-72	-2	100	17	83	25	56	2
Erträge	6533	100	6360	173	81	40	52	100	97	3	1	0	0
Werbespots insg.	5766	88	5686	79	30	26	23	100	99	1	0	0	0
davon:													
überregionale Werbung	5714	87	5686	27	20	6	2	100	100	0	0	0	0
regionale Werbung	52	0	0	52	11	20	21	100	0	100	20	39	41
Sponsoring/Teleshopping	75	1	70	5	2	2	2	100	93	7	2	3	2
Abonnementsgebühren	430	7	430	0	0	0	0						
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte	56	0	22	34	27	4	3	100	39	61	48	8	5
Fördermaßnahmen	37	0	6	31	8	5	19	100	16	84	20	12	51
Sonstige Erträge	169	3	146	23	14	3	5	100	86	14	8	2	3
Aufwand	6661	100	6382	280	113	113	54	100	96	4	2	2	0
Personalkosten	505	8	418	86	27	41	18	100	83	17	5	8	4
Vergütungen	175	3	153	21	6	10	5	100	88	12	4	6	3
Sachkosten	5908	89	5751	157	75	58	25	100	97	3	1	0	0
Abschreibungen/Steuern	74	1	59	14	5	4	6	100	80	20	7	5	8
Investitionen	349	100	325	23	5	9	10	100	93	7	1	2	3
Sachanlagen	307	88	286	21	5	7	9	100	93	7	2	2	3
Bauten	42	12	39	2	0	1	0	100	94	6	0	3	2
Kostendeckungsgrad (vH)	98	-	100	62	71	36	96						
			Anzahl										
Zahl der Programme	75	-	20	55	16	8	31	-	-	-	-	-	-
				Stunden									
Sendestunden im Jahr	190624	-	113773	76851	4555	57409	14887	-	-	-	-	-	-
davon:Erstsendungen	96965		75011	21954	4555	13160	4239	-	-	-	-	-	-
				Mill. DM									
Aufwand je Programm	89	-	319	5	7	14	2	-	-	-	-	-	-
				DM									
Aufwand je Sendeminute	582	-	935	61	414	33	60	-	-	-	-	-	-
Aufwand je Min. Erstsendung	1145	-	1418	212	414	143	212	-	-	-	-	-	-

Quelle: DIW-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 4.3: Wirtschaftliche Situation des privaten Fernsehens 1995 nach Veranstaltertypen

wiesen. Klammert man den einzigen Pay-TV-Anbieter aus der Betrachtung aus, so stammten die Erträge der bundesweiten privaten TV-Anbieter 1995 fast ausschließlich (zu 96 vH) aus überregionaler Werbung. Im Durchschnitt wurden für jedes der insgesamt 20 bundesweit verbreiteten Programme 320 Mill. DM aufgewendet, d. h. mehr als für alle landesweiten und regionalen/lokalen Angebote zusammen. Berücksichtigt man zusätzlich, daß von den 18 Veranstaltern 2 lediglich Programmzulieferer für einige Programmstunden pro Woche sind, so steigt der durchschnittliche Aufwand für ein Programm sogar auf fast 400 Mill. DM. Auch das Kostenniveau je Minute Erstsendung lag 1995 bei den bundesweiten Anbietern mit rund 1.400 DM weit über den Beträgen, die die Veranstalter landesweiter und lokaler TV-Angebote aufbringen konnten. Dabei war die Spanne zwischen den verschiedenen Programmen allerdings sehr groß.

Dies wird deutlich, wenn man die Wirtschaftsdaten der fünf bundesweiten Vollprogramme (Pro 7, RTL, RTL 2, SAT 1 und vox) und die der übrigen, überwiegend Spartenprogramme getrennt analysiert (Tabelle 4.4):

- Während die Vollprogramme zusammen einen Überschuß von 277 Mill. DM erreichten (dies entspricht einem Kostendeckungsgrad von 105 vH), mußten die Anbieter der Spartenprogramme zusammen Verluste von 300 Mill. DM hinnehmen und konnten nur drei Viertel ihrer Aufwendungen durch Erträge decken. Die Werbeerträge betrugen dabei mit rund 400 Mill. DM weniger als ein Zehntel der Werbeerträge der Vollprogramm-Anbieter.
- Der durchschnittliche Aufwand je Vollprogramm lag mit über 1 Mrd. DM mehr als zehnmal so hoch wie der durchschnitliche Aufwand der übrigen bundesweiten Anbieter.
- Auch das Kostenniveau der Vollprogramme betrug mit über 2.700 DM je Minute Erstsendung ein Vielfaches des Minutenaufwandes der Anbieter von Spartenprogrammen.

Dabei entfielen bei den bundesweiten Anbietern zusammen 5,8 Mrd. DM oder 90 vH aller Aufwendungen auf Sachkosten:

- Für die Verbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Frequenzen wurden mit 280 Mill. DM weniger als 5 vH dieses Kostenblocks aufgewendet. Der Anteil war bei den insgesamt kostengünstigeren Spartenprogrammen naturgemäß höher, lag aber auch dort noch unter 10 vH.
- Knapp 1,4 Mrd. DM, ein Viertel der Sachkosten, wurde für insgesamt rund 13.400 Stunden Auftragsproduktionen ausgegeben. Bei den Sparten-

	Bundesweite Anbieter			Strukturen		
	Insg.	Vollprogramme	Übrige Programme	Insg.	Vollprogramme	Übrige Programme
		Mill. DM			Anteile in vH	
Gewinne (Verluste)	-22	277	-299	-	-	-
Erträge	6380	5434	926	100	100	100
Werbespots insg.	5686	5283	403	89	97	44
davon:						
überregionale Werbung	5686	5283	403	89	97	44
regionale Werbung	0	0	0	0	0	0
Sponsoring/Teleshopping	70	50	20	1	0	2
Abonnementsgebühren	430	0	430	7	0	46
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte	22	15	7	0	0	0
Fördermaßnahmen	6	0	6	0	0	0
Sonstige Erträge	146	86	60	2	2	6
Aufwand	6385	5157	1228	100	100	100
Personalkosten	418	286	132	7	6	11
Vergütungen	153	109	44	2	2	4
Sachkosten	5754	4726	1028	90	92	84
davon:						
Käufe von TV-Lizenzen, anderen Rechten und fertigen Programmen	3255	2708	547	51	53	45
Kosten von Auftragsproduktionen	1388	1319	69	22	26	6
Kosten der technischen Programmverbreitung	279	181	98	4	4	8
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	832	518	314	13	10	26
Abschreibungen/Indirekte Steuern	55	41	14	0	0	1
Kostendeckungsgrad (vH)	100	105	75	-	-	-
		Anzahl				
Zahl der Programme Ende 1995	20	5	15	-	-	-
		Stunden				
Sendestunden im Jahr	113773	43358	70415	-	-	-
*davon:*Erstsendungen	75011	31663	43348	-	-	-
		Mill.DM				
Aufwand je Programm	319	1031	82	-	-	-
		DM				
Aufwand je Sendeminute	935	1982	290	-	-	-
Aufwand je Min. Erstsendung	1418	2715	471	-	-	-

Quelle: DIW-Umfrage.

DIW 1997

Tabelle 4.4: Erträge und Aufwendungen der bundesweiten privaten TV-Programme 1995

programmen war dieser Anteil mit 6 vH allerdings weit niedriger als bei den Vollprogrammen.

- Der größte Anteil der Sachkosten entfiel mit 57 vH auf den Erwerb fertiger Sendungen bzw. den Kauf der notwendigen Rechte zur Ausstrahlung solcher Programmteile. Für die rund 58.800 Std. an Kaufprogrammen, die 1995 einschließlich Wiederholungen ausgestrahlt wurden, gaben die bundesweiten TV-Anbieter 3,25 Mrd. DM aus. In diesem Betrag sind teilweise auch Ausgaben für die Synchronisierung fremdsprachiger Programme enthalten.

Auftragsproduktionen waren damit im Durchschnitt je ausgestrahlter Minute mit rund 1.750 DM fast doppelt so teuer wie Kaufprorgramme mit 925 DM. Dies erklärt unter anderem, warum letztere im Unterhaltungsangebot der privaten TV-Anbieter noch ein deutlich höheres Gewicht haben als Auftragsproduktionen oder Eigenproduktionen.

Das Gesamtprogramm der privaten bundesweiten TV-Anbieter war 1995 überwiegend unterhaltungsorientiert (Tabelle 4.5). Den Kategorien

	Stunden	Anteile in vH
Sendestunden	113773	100
darunter:		
Werbespots, Sponsoreinblendungen, Dauerwerbesendungen	13026	11,4
Programmstunden	100747	100
davon:		
Fiction-Programme	44793	44,5
Musikprogramme	17790	17,7
Sonst. Unterhaltungsprogramme	8077	8,0
Sportprogramme	7487	7,4
Informationsprogramme	19039	18,9
Nicht zuzuordnende Programme	3560	3,5
davon:		
Eigenproduktionen	28601	28,4
Auftragsproduktionen	13393	13,3
Programmkäufe	58752	58,3
davon:		
Erstsendungen (ohne Werbung)	61985	61,5

Quelle: DIW-Umfrage.

DIW 1997

Tabelle 4.5: Programmstruktur der bundesweiten privaten TV-Programme 1995

Fiction-Programme, Musikprogramme, sonstige Unterhaltungsprogramme und Sportprogramme wurden nach Abzug der Werbung zusammen fast vier Fünftel der ausgestrahlten Sendestunden zugeordnet. Allein Fiction-Programme (Spielfilme, TV-Filme, TV-Serien, Cartoons etc.) machten 45 vH des Gesamtangebotes aus. Auf Informationssendungen entfielen 19 vH der Sendezeit.

4.3.3 Wirtschaftliche Lage der landesweiten und lokalen TV-Anbieter

Die Anbieter landesweiter Programme hatten 1995 einen Kostendeckungsgrad von 71 vH. Je Programm wurden im Durchschnitt 7 Mill. DM im Jahr aufgewendet. Der Wiederholungsanteil war dabei zu vernachlässigen. Je Minute Erstsendung wurden von dieser Anbietergruppe durchschnittlich 415 DM für das Programm ausgegeben. Dieser Betrag lag dreieinhalbmal so hoch wie bei den Ballungsraumsendern und doppelt so hoch wie bei den übrigen Lokalanbietern. Der erreichte Kostendeckungsgrad spiegelt die wirtschaftliche Situation der landesweiten Anbieter jedoch nur zum Teil wider. Bei mehreren Veranstaltern von Landesfenstern handelt es sich um Tochterunternehmen der bundesweiten Anbieter, auf deren Frequenzen das Programm ausgestrahlt wird. Ein Teil dieser Veranstalter hat in einem erheblichen Umfang Erträge aus Programmverkäufen an ihre Muttergesellschaft angegeben. Nimmt man allein die Werbeerträge dieser Anbietergruppe, so deckten diese im Durchschnitt nur knapp 30 vH der Aufwendungen.

Innerhalb der Gruppe der lokalen TV-Anbieter wurden die Daten der 8 Veranstalter sog. Ballungsraumprogramme (in den Städten Berlin, Hamburg, Karlsruhe, München und Nürnberg) und der 28 übrigen lokalen TV-Anbieter getrennt ausgewertet, da sich deren wirtschaftliche Lage deutlich voneinander unterscheidet.

Während die Gruppe der Ballungsraumsender im Durchschnitt nur auf einen Kostendeckungsgrad von 36 vH kam und damit das schlechteste wirtschaftliche Ergebnis erzielte, konnten die übrigen Veranstalter von Lokal-TV-Programmen ihre Aufwendungen zu 96 vH durch Erträge decken. Einer der Gründe für diesen Unterschied liegt auf der Kostenseite. Die Ballungsraumprogramme, die überwiegend als regionale 24-Stunden-Angebote konzipiert sind, waren mit durchschnittlich 14 Mill. DM mehr als siebenmal so teuer wie der Durchschnitt der übrigen Lokal-TV-Programme, deren Sendedauer zwischen einer halben Stunde und mehreren Stunden am Tag liegt.

Die wesentlichen Ursachen für die unterschiedliche wirtschaftliche Lage beider Gruppen von Lokalanbietern sind jedoch auf der Ertragsseite zu suchen. Zum einen ist es 1995 den Ballungsraumsendern nicht gelungen, in nennenswertem Umfang Werbeerträge aus überregionaler Werbung zu akquirieren. Die überwiegend regionalen Werbeerträge deckten nur ein Viertel ihrer Gesamtaufwendungen. Voraussetzung für mehr überregionale Werbeeinnahmen sind entsprechend hohe Zuschauermarktanteile während des gesamten Tages. Dabei sind aber die Wettbewerbsmöglichkeiten aus finanziellen Gründen stark eingeschränkt. Obwohl die Ballungsraumsender im Durchschnitt nur ein Fünftel ihres Programmes täglich neu produzieren, konnten sie mit 145 DM je Minute jedoch im Durchschnitt weniger Mittel in ihre Erstsendungen investieren, als die anderen Anbietertypen. Hinzu kommt, daß sich 4 der 8 Ballungsraumsender im Jahr 1995 noch in der Startphase befanden.

Allerdings haben sich auch die übrigen Lokalanbieter 1995 nur zu 48 vH aus (überwiegend regionalen und lokalen) Werbeerträgen finanziert. Ein erheblicher Finanzierungsbeitrag kam durch Fördermaßnahmen bzw. besondere Finanzierungsregelungen in den Bundesländern Bayern und Sachsen zustande, in denen die Mehrzahl dieses Anbietertyps ihre Programme ausstrahlt. Hierzu zählen zum einen Zusatzgebühren für Kabelnutzer (Bayern) und zum anderen Abgaben von bundesweiten Anbietern mit terrestrischer Ausstrahlung (Bayern und Sachsen), die den jeweiligen Lokalanbietern zuflossen und dabei den Aufwand zu durchschnittlich 35 vH deckten. In Bayern erreichte diese Anbietergruppe hierdurch sogar einen positiven Kostendeckungsgrad von 106 vH.

4.3.4 Wirtschaftliche Lage des privaten Fernsehens in einzelnen Regionen

Nur in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Bayern konnten die privaten TV-Anbieter 1995 insgesamt einen Überschuß erzielen, da dort bundesweite Anbieter mit positiven Betriebsergebnissen ihren Sitz haben. In allen anderen Regionen lag der Kostendeckungsgrad – bedingt durch einen höheren Anteil von weniger rentablen bundesweiten, landesweiten oder lokalen Anbietern – unter 100 vH. Am angespanntesten war dabei die wirtschaftliche Lage der privaten TV-Anbieter in Ostdeutschland. Diese konnten 1995 nur knapp die Hälfte ihres Aufwandes durch Erträge decken (Tabelle 4.6).

	Deutschland	Nord	West	Ost	Südwest	Süd
	Mill. DM					
Gewinne (Verluste)	-129	-75	28	-82	-24	25
Erträge	6533	527	2220	76	1672	2037
Werbespots insg.	5766	48	2147	69	1641	1861
davon:						
überregionale Werbung	5714	44	2147	58	1628	1837
regionale Werbung	52	5	0	11	13	24
Sponsoring/Teleshopping	75	2	23	4	16	30
Abonnementsgebühren	430	430	0	0	0	0
Programmverkäufe/Auftrags-produktionen für Dritte	56	9	19	2	1	25
Fördermaßnahmen	37	6	0	0	0	30
Sonstige Erträge	169	32	31	1	14	91
Aufwand	6661	602	2193	158	1696	2012
Personalkosten	505	67	164	50	94	129
Vergütungen	175	6	52	16	47	54
Sachkosten	5908	516	1945	90	1553	1805
Abschreibungen/Steuern	74	12	32	3	2	25
Investitionen	349	33	27	9	85	195
Sachanlagen	307	31	23	8	74	171
Bauten	42	2	4	1	11	24
Kostendeckungsgrad (vH)	98	87	101	48	99	101

Quelle: DIW-Umfrage. **DIW 1997**

Tabelle 4.6: Wirtschaftliche Situation des privaten Fernsehens 1995 nach Regionen

4.4 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks

4.4.1 Gewinnsituation bei unterschiedlichen Anbietertypen

Die Angaben der privaten Hörfunkanbieter zu ihren Erträgen und Aufwendungen im Jahr 1995 wurden ebenfalls für unterschiedliche Anbietertypen ausgewertet (Tabelle 4.7):

– für die 10 Veranstalter von Programmen mit bundesweiter Verbreitung,

	Hörfunk insg.		Anbietertypen			Anteile der einzelnen Anbietertypen			
	Beträge	Stuktur	bundesweit	landesweit	Regionale Lokale	Insgesamt	bundesweit	landesweit	Regionale Lokale
	Mill. DM	vH	Mill. DM						
Gewinne (Verluste)	135	-	-18	111	43	100	-13	82	31
Erträge	1049	100	46	457	546	100	4	44	52
Werbespots insg.	879	84	14	416	448	100	2	47	51
davon:									
überregionale Werbung	485	46	12	289	184	100	2	60	38
regionale Werbung	393	37	2	127	265	100	0	32	67
Sponsoring/Teleshopping	80	8	3	18	59	100	3	23	74
Abonnementsgebühren	k.A:	0	k.A.	0	0	100	k.A.	0	0
Programmverkäufe/Auftrags-produktionen für Dritte	3	0	0	2	1	100	7	50	43
Fördermaßnahmen	7	0	0	3	3	100	4	48	48
Sonstige Erträge	80	8	29	18	33	100	36	23	42
Aufwand	914	100	64	346	503	100	7	38	55
Personalkosten	279	30	15	95	168	100	6	34	60
Vergütungen	80	9	4	27	49	100	5	33	62
Sachkosten	484	53	40	189	255	100	8	39	53
Abschreibungen/Steuern	71	8	5	36	31	100	7	50	43
Investitionen	64	100	3	23	37	100	5	36	58
Sachanlagen	54	85	3	19	31	100	6	36	58
Bauten	10	15	0	4	6	100	0	38	62
Kostendeckungsgrad (vH)	115	-	72	132	108	-	-	-	-
			Anzahl						
Zahl der Programme	185	-	1	23	152	-	-	-	-
			Stunden						
Sendestunden im Jahr	1425554	-	86944	195988	1142622	-	-	-	-
darunter: Eigenproduktionen	941696	-	86158	190977	664561				
			Mill.DM						
Aufwand je Programm	5	-	6	15	3	-	-	-	-
			DM						
Aufwand je Sendeminute	11	-	12	29	7	-	-	-	-
Aufwand je Min. Eigenproduktion	16	-	12	30	13	-	-	-	-

Quelle: AKM-Umfrage. **DIW 1997**

Tabelle 4.7: Wirtschaftliche Situation des privaten Hörfunks 1995 nach Veranstaltertypen

- für die 23 Veranstalter landesweit verbreiteter Programme, einschließlich Mantelprogramme,
- für die 152 Veranstalter von Programmen mit lokaler bzw. regionaler Verbreitung einschließlich 12 sog. lokaler Programmzulieferer, deren Programme in Bayern stundenweise auf den Frequenzen von Lokalanbietern ausgestrahlt werden.

Weitaus am profitabelsten wirtschaftete die Gruppe der landesweiten Anbieter. Sie erreichte 1995 einen Kostendeckungsgrad von 132 vH, obwohl sie mit durchschnittlich 15 Mill. DM je Programm die vergleichsweise höchsten Kosten hatte. Erträgen von 455 Mill. DM standen Aufwendungen von 345 Mill. DM gegenüber. Die Programme wurden nahezu vollständig selbst produziert, der Anteil der gekauften Programmteile lag unter 1 vH. Je eigenproduzierter Minute wurden im Durchschnitt 30 DM aufgewendet. Überraschend hoch war der Anteil der regionalen Werbeerträge, die immerhin rund 30 vH der gesamten Werbeerträge dieses Veranstaltertyps ausmachten. Werbung hatte wiederum einen Anteil von über 90 vH an den Gesamterträgen.

Auch die Einnahmen der 152 Anbieter lokaler bzw. regionaler Hörfunkprogramme waren mit 545 Mill. DM insgesamt höher als die Kosten von 505 Mill. DM. Der Kostendeckungsgrad dieser Gruppe lag damit 1995 bei 108 vH. Allerdings waren 48, d. h. rund 30 vH der Lokalanbieter in der Verlustzone. Von den übrigen mußte ein großer Teil aus seinen Überschüssen noch Verlustvorträge aus der Startphase des lokalen Rundfunks abtragen. Diese betrugen Ende 1995 rund 320 Mill. DM. Für die lokalen Hörfunkanbieter hatten die Erträge aus lokaler Werbung naturgemäß die größte Bedeutung. Immerhin knapp 37 vH der Werbeerträge entfielen 1995 aber auch auf überregionale Werbung. Klammert man die 12 bayerischen Programmzulieferer aus der Betrachtung aus, so wurden je Programm im Durchschnitt 4 Mill. DM aufgewendet. Der Anteil der gekauften Programmteile war mit rund 35 vH (berechnet nach Abzug der Werbung) relativ hoch. Je eigenproduzierter Minute wurden durchschnittlich 13 DM aufgewendet. Dies sind rund zwei Fünftel des Aufwandes der landesweiten Anbieter.

Die Gruppe der 10 bundesweiten Hörfunkanbieter konnte ihre Kosten 1995 insgesamt nur zu 72 vH decken. Sie ist allerdings am heterogensten und umfaßt neben Spartenmusikanbietern den einzigen Pay-Radio-Anbieter sowie 2 sog. Einkaufsradios, die spezielle Programme für Verbrauchermärkte und Filialisten anbieten. Insgesamt waren 7 der 10 Anbieter in der Verlustzone. Ein grundsätzliches Problem aller Anbieter von bundesweiten Radioprogrammen ist dabei, daß ein großer Teil der Kabel- und Satellitenhaushalte auf diesem Übertragungsweg lediglich Fernsehprogramme empfängt und die technischen Möglichkeiten zum Empfang zusätzlicher Radioprogramme nur zum Teil nutzt. Am erfolgreichsten sind deshalb Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme, die zusätzlich über terrestrische Verbreitungsmöglichkeiten verfügen.

Auf Basis der Anbieterangaben können Programm- und Kostenstruktur von landesweiten und lokalen Programmen detaillierter aufgeschlüsselt werden. Für die heterogene Gruppe der landesweiten Anbieter erschien dies nicht sinnvoll (Tabelle 4.8). Bei den Kostenstrukturen fällt zum einen der höhere Kostenanteil auf, den Lokalanbieter für ihre festen und sonstigen Mitarbeiter aufwenden. Zusammen waren dies 1995 über 43 vH des Gesamtaufwandes, bei den landesweiten Anbietern dagegen nur 35 vH. Für letztere hatten insbesondere die Kosten der technischen Verbreitung und die Ausgaben für Verwertungsgesellschaften mit 10 vH bzw. 14 vH des Gesamtaufwandes ein deutlich höheres Gewicht als bei den Lokalanbietern. Dort lagen die entsprechenden Anteile nur bei 4 vH bzw. 8 vH. Ein höherer technischer Aufwand der landesweiten Anbieter gegenüber den Lokalanbietern wird überdies durch ihren höheren Anteil der Abschreibungen (10 vH des Gesamtaufwandes im Vergleich zu 6 vH) deutlich.

Der Werbeanteil am Gesamtprogramm war mit 6 vH bzw. 7 vH bei beiden Anbietertypen nahezu gleich. Unterschiede in der Programmstruktur

	Landesweite		Regionale/Lokale	
	Mill.DM	vH	Mill. DM	vH
Gesamtaufwand	346	100	503	100
Personalkosten	95	27	168	33
Vergütungen	27	8	49	10
Sachkosten insg.	189	55	255	51
davon:				
Programmkäufe	2	1	3	1
Verwertungsgesellschaten	48	14	41	8
Kosten der technischen Programmverbreitung	36	10	21	4
Sonstige Käufe von Waren und Dienstleistungen	103	30	189	38
Abschreibungen/Steuern	36	10	31	6

Quelle: AKM-Umfrage. **DIW 1997**

Tabelle 4.8: Kostenstruktur der privaten Hörfunkprogramme 1995

	Landesweite		Regionale/Lokale	
	Stunden	vH	Stunden	vH
Sendestunden	195988	100	1142622	100,0
davon:				
Musiksendungen	152834	78	948608	83
Wortsendungen	32159	16	110154	10
Werbung	10995	6	83860	7
darunter:				
Eigenproduktion	190977	97	664561	58

Quelle: AKM-Umfrage. **DIW 1997**

Tabelle 4.9: Programmstruktur der privaten Hörfunkprogramme 1995

gab es außer beim Anteil der Programmkäufe vor allem beim Anteil der Wortsendungen.[6] Er lag bei den landesweiten Anbietern bei 16 vH, bei den Lokalanbietern insgesamt nur bei 10 vH (Tabelle 4.9).

4.4.2 Wirtschaftliche Lage des privaten Hörfunks in einzelnen Regionen

Die wirtschaftliche Lage der privaten Hörfunkanbieter differiert zwischen den einzelnen Bundesländern in Deutschland bei weitem nicht so stark wie beim privaten Fernsehen. Geht man vom jeweiligen Kostendeckungsgrad aus, so stehen mit Sachsen-Anhalt/Thüringen und der Region Hessen/Saarland/Rheinland-Pfalz solche Bundesländer an der Spitze, die von landes- und bundesweiten Hörfunkanbietern geprägt sind. Baden-Württemberg und Berlin/Brandenburg bilden die Schlußlichter (Tabelle 4.10). In beiden Regionen haben ausschließlich bzw. überwiegend private Lokalanbieter ihren Sitz. Ein systematischer Vorsprung der Bundesländer ohne Lokalanbieter ist allerdings nicht ablesbar.

Vielmehr gab es zwischen den verschiedenen Bundesländern mit Lokalanbietern deutliche Unterschiede (Tabelle 4.11):

- In den beiden Stadtstaaten wurde im Durchschnitt je Programm 8 Mill. DM (Berlin) bzw. 9 Mill. DM (Hamburg) aufgewendet und damit ein Mehrfaches der durchschnittlichen Aufwendungen in den vier Flächen-

6 Der Anteil der Wortsendungen ist nicht mit dem Wortanteil am Gesamtprogramm gleichzusetzen. Letzterer umfaßt auch alle Moderationen in Musiksendungen und liegt deutlich höher.

	Deutschland insg.	Nord insg.	Hamburg, Niedersachsen	Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern	Nordrhein-Westfalen	Ost insg.	Berlin, Brandenburg	Sachsen	Sachsen-Anhalt Thüringen	Südwest insg.	Hessen, Saarland, Rheinland-Pfalz	Baden-Württemberg	Bayern
	Mill. DM												
Gewinne (Verluste)	135	27	17	9	21	20	1	6	13	32	26	5	36
Erträge	1049	189	123	66	195	199	89	53	57	259	141	117	208
Werbung insg.	879	167	109	58	173	170	76	48	47	197	111	85	172
überregionale Werbung	485	106	68	38	95	105	50	26	29	106	73	33	73
regionale Werbung	393	61	41	20	78	65	25	22	18	90	38	52	99
Sponsoring/Teleshopping	80	12	9	3	21	16	10	3	4	16	2	14	15
Abonnementsgebühren													
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Fördermaßnahmen	7	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	0	2
Sonstige Erträge	80	9	5	4	0	8	3	1	4	44	27	17	18
Aufwand	914	162	105	57	174	179	88	47	44	227	115	112	172
Personalkosten	279	50	33	17	57	44	24	9	11	69	27	42	59
Vergütungen	80	7	5	2	15	15	8	5	3	21	12	9	21
Sachkosten	484	87	59	28	91	104	50	28	25	126	70	56	76
Abschreibungen	49	12	4	7	8	12	6	3	4	9	5	4	8
Indirekte Steuern	22	6	4	2	3	3	0	2	1	2	1	0	8
Investitionen	64	11	4	7	10	13	6	2	5	13	4	10	17
Sachanlagen	54	8	4	5	8	12	6	2	5	12	3	9	13
Bauten	10	2	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0	4
Kostendeckungsgrad (vH)	115	116	117	116	112	111	101	113	128	114	123	105	121

Quelle: AKM-Umfrage. DIW 1997

Tabelle 4.10: Wirtschaftliche Situation des privaten Hörfunks 1995 nach Regionen

	Flächenstaaten				Stadtstaaten	
	Baden-Württemberg	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Sachsen	Berlin	Hamburg
			Mill.DM			
Gewinne (Verluste)	-5	12	12	1	1	9
Erträge	49	129	153	15	89	45
Werbespots insg.	41	107	131	12	76	41
davon:						
überregionale Werbung	14	24	53	2	50	24
regionale Werbung	27	83	78	10	26	17
Sponsoring	5	11	21	2	10	2
Merchandising/Veranstaltungen	1	7	0	1	1	2
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte	0	1	0	0	0	0
Fördermaßnahmen	1	2	0	0	1	0
Sonstige Erträge	0	2	2	1	1	0
Aufwand	54	117	141	14	88	36
Personalkosten	20	43	45	2	24	12
Vergütungen	6	16	12	2	8	2
Sachkosten	26	50	76	9	50	18
Abschreibungen/Steuern	2	8	8	1	6	4
Kostendeckungsgrad (vH)	91	110	109	107	101	125
			Anzahl			
Zahl der Programme	15	54	45	9	11	4
			Stunden			
Sendestunden im Jahr	131040	389792	391560	78624	94536	34944
*davon:*Eigenproduktion	118335	308037	225370	48329	84188	34788
			Mill.DM			
Aufwand je Programm	3,6	2,2	3,1	1,6	8,0	9,0
			DM			
Aufwand je Sendeminute	7	5	6	3	16	17
Aufwand je Min. Eigenprod.	8	6	10	5	17	17

Quelle: AKM-Umfrage. **DIW 1997**

Tabelle 4.11: Erträge und Aufwendungen im lokalen Hörfunk 1995

staaten mit Lokalanbietern. Ein Grund für dieses höhere Kostenniveau ist der vergleichsweise leichtere Zugang zu überregionalen Werbegeldern. Deren Anteil an den Gesamterträgen lag 1995 in Berlin und Hamburg über 50 vH, während in Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen die Hälfte bis zwei Drittel der Erträge aus der regionalen Werbung kamen. Auffällig sind dabei die Unterschiede im Kostendeckungsgrad zwischen Berlin und Hamburg. Während die vier Hamburger Anbieter mit 125 vH beinahe den Durchschnittswert der landesweiten Programme erreichten, führte der starke Konkurrenzdruck

in Berlin dazu, daß die Gesamterträge insgesamt nur knapp über den Gesamtaufwendungen der Hörfunkanbieter lagen.

- Die Kostendeckungsgrade der lokalen Hörfunkanbieter in Bayern, Nordrhein-Westfalen und Sachsen unterschieden sich 1995 nur leicht. Sie lagen zwischen 107 vH (Sachsen) und 110 vH (Bayern ohne lokale Programmzulieferer). Dabei gab es allerdings große Unterschiede im durchschnittlichen Aufwand je Programm. In Nordrhein-Westfalen wurde mit etwa 3,1 Mill. DM im Jahr fast doppelt so viel ausgegeben wie in Sachsen. In Baden-Württemberg war der Aufwand je Programm mit durchschnittlich 3,6 Mill. DM sogar noch höher. Die baden-württembergischen Lokalanbieter konnten jedoch im Durchschnitt auch nur 90 vH ihres Aufwandes durch Erträge decken.

4.5 Veränderungen gegenüber 1993

Die in der Studie der AKM von 1994 ermittelten Daten erlauben einen Vergleich mit der aktuellen wirtschaftlichen Lage des privaten Rundfunks mit der im Jahr 1993. Damals wurden Erträge und Kosten jedoch weniger stark differenziert, sondern es wurden lediglich Werbeerträge und Personalaufwendungen (einschließlich der Vergütungen für sonstige Mitarbeiter) getrennt erfragt.

Auf dieser Basis lassen sich für den Zeitraum 1993 bis 1995 folgende wesentliche Entwicklungen feststellen (Tabelle 4.12):

- Bei allen Anbietergruppen hat sich die wirtschaftliche Lage seit 1993 deutlich verbessert. Am stärksten gilt dies für das private Fernsehen, das seine Erträge um fast 50 vH steigern konnte und seinen Kostendeckungsgrad von 86 vH auf 98 vH verbesserte (darunter die bundesweiten TV-Anbieter von 86 vH auf 100 vH). Der private Hörfunk konnte seine Erträge gegenüber 1993 ebenfalls um 36 vH steigern und seinen Kostendeckungsgrad von 108 vH auf 115 vH erhöhen (darunter die bundes- und landesweiten Anbieter von 116 vH auf 123 vH).
- Mit einem Ertragszuwachs von insgesamt 45 vH ist der private Rundfunk damit weit stärker gewachsen als die Gesamtwirtschaft. Im gleichen Zeitraum hat das nominale Bruttoinlandsprodukt in Deutschland nur um 10 vH zugenommen. Wesentlich hierfür war vor allem der Anstieg der Werbeerträge, die von 1993 bis 1995 im privaten Fernsehen um 43 vH und im privaten Hörfunk immerhin noch um 19 vH zugenommen haben.

	Privater Rundfunk insgesamt			Privates Fernsehen			Privater Hörfunk		
	1993	1995	Veränderung	1993	1995	Veränderung	1993	1995	Veränderung
	Mill. DM		vH	Mill. DM		vH	Mill. DM		vH
Erträge insgesamt	5223	7579	45	4450	6530	47	773	1049	36
darunter: Werbeerträge	4773	6644	39	4032	5765	43	741	879	19
Aufwand insgesamt	5897	7571	28	5180	6657	29	717	914	27
darunter: Personalaufwand und Vergütungen	795	1039	31	496	680	37	299	359	20
Kostendeckungsgrad (vH)	89	100	-	86	98	-	108	115	-

Quellen: AKM-Umfragen 1994 und 1996; DIW-Umfrage 1996. DIW 1997

Tabelle 4.12: Veränderung der Erträge und Kosten des privaten Rundfunks 1995/1993

5 Beschäftigte und wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

5.1 Datengrundlagen

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

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

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

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

Bei einem Vergleich dieser vom Hans-Bredow-Institut ermittelten Daten mit denen des privaten Rundfunks ist allerdings folgendes zu berücksichtigen:

- Da bei verschiedenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Personalverwaltungs- und Kostenrechnungssysteme nicht strikt zwischen Fernseh- und Hörfunkaktivitäten trennen, basiert diese Aufteilung zu einem erheblichen Teil auf Schätzungen.
- Die Angaben zur Gruppe der sonstigen Mitarbeiter sind nicht direkt mit denen der privaten Veranstalter vergleichbar, insbesondere was die „sonstigen freien Mitarbeiter" betrifft. Wegen der sehr großen Zahl waren die Rundfunkanstalten nicht in der Lage, diese für einen bestimmten Zeitpunkt, nämlich das Jahresende 1995 zu bestimmen. Als Hilfsgröße wurde oft die Gesamtzahl während des Jahres 1995 oder ein geschätzter Jahresdurchschnitt genannt. Damit erhöht sich aber die Wahrscheinlichkeit von Doppel- und Mehrfachzählungen.
- Das betriebswirtschaftliche Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist – seinem gesetzlichen Auftrag entsprechend – nicht das der Gewinnerzielung. Überschüsse oder Defizite eines Jahres dürften deshalb auch nicht als Ausdruck einer erfolgreichen oder weniger erfolgreichen Wirtschaftstätigkeit betrachtet werden – zumal sie immer nur Momentaufnahmen darstellen, die stark vom Zeitpunkt innerhalb einer Gebührenperiode abhängen.
- Schließlich ist zu berücksichtigen, daß die Personalaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht allein auf die aktuellen Beschäftigtenzahlen bezogen werden dürfen, da sie in einem erheblichen Umfang Betriebsrenten an ehemalige Mitarbeiter enthalten.

Trotz dieser Einschränkungen ermöglichen die ermittelten Daten zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen detaillierten Vergleich mit den Beschäftigten-, Ertrags- und Aufwandsstrukturen des privaten Rundfunks. Erstmals ist dabei mit dem vorliegenden Datenmaterial nicht nur ein Gesamtvergleich beider Teilbereiche des dualen Rundfunksystems möglich, sondern auch eine getrennte Gegenüberstellung für die beiden Medien Fernsehen und Hörfunk.

5.2 Beschäftigungsumfang und Beschäftigtenstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

5.2.1 Gesamtüberblick

Ende 1996 waren bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten rund 29.200 feste Mitarbeiter beschäftigt und damit mehr als dreimal soviel wie bei den privaten Rundfunkveranstaltern. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk

ist allerdings aus finanziellen Gründen gezwungen Personal abzubauen. Im Vergleich zum Jahresende 1995 ging die Erwerbstätigenzahl um über 1.100 zurück (Tabelle 5.1).

Ein Gesamtbild zu den sonstigen Mitarbeitern im öffentlich-rechtlichen Rundfunk liegt nur für Ende 1995 vor. Die Zuordnung zur Gruppe der sonstigen freien Mitarbeiter erfolgte dabei jedoch offensichtlich überwiegend nach einem anderen Konzept als beim privaten Rundfunk. Zumindest ist ihre Gesamtzahl mit über 107.000 vierzehnmal größer als die des privaten Rundfunks. Bei den Praktikanten (Ende 1995 waren knapp 1.400 beschäftigt) betrug die Relation dagegen nur 1,8 : 1 und bei den sog. festen Freien (7.400 Beschäftigte) 3,3 : 1.

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Beschäftigte	Struktur		
	Anzahl	vH	Anzahl	
Erwerbstätige Ende 1996	29161	-	16860	12301
Erwerbstätige Ende 1995	30278	100	17478	12800
weiblich[1]	12960	43	7389	5571
männlich	17318	57	9997	7321
Vollzeitbeschäftigte	27580	91	16016	11564
Teilzeitbeschäftigte	1930	6	1060	870
Auszubildende	768	3	402	366
Organisation/Verwaltung	5968	19	3599	2369
Verkauf/Marketing	18	0	18	0
Produktion/Technik	11890	39	7878	4012
Programm	12402	41	5984	6417
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	k.A.	-	k.A.	k.A.
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	116144	100	51920	64225
Praktikanten	1379	0	787	592
Feste freie Mitarbeiter	7423	7	2988	4435
Sonstige freie Mitarbeiter[2]	107342	92	48145	59198
Führungskräfte Ende 1995	1579	100	811	768
weiblich	214	14	110	108
männlich	1365	86	701	660
Organisation/Verwaltung	323	20	175	148
Verkauf/Marketing	1	0	1	0
Produktion/Technik	287	18	185	102
Programm	968	61	450	518

[1] Für den Bayerischen Rundfunk wurde die Beschäftigtenstruktur geschätzt. - [2] Daten sind mit denen des privaten Rundfunks nicht direkt vergleichbar.
Quelle: Hans-Bredow-Institut

DIW 1997

Tabelle 5.1: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1995/1996

Im Hinblick auf die Struktur der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks können für Ende 1995 folgende Unterschiede zum privaten Rundfunk festgestellt werden:

- Der Frauenanteil entsprach mit 43 vH zwar in etwa dem Durchschnitt aller Erwerbstätigen, lag jedoch unter dem Frauenanteil des privaten Rundfunks (48 vH).
- Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten war mit 91 vH sowohl höher als in der Gesamtwirtschaft (87 vH) als auch im privaten Rundfunk (81 vH).
- Der Anteil der Auszubildenden war mit 3 vH nur halb so hoch wie im privaten Rundfunk.
- Deutlich sichtbar werden die Strukturunterschiede zum privaten Rundfunk vor allem, wenn man die einzelnen Haupttätigkeitsfelder betrachtet: Der Bereich Werbung/Marketing spielt für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk naturgemäß kaum eine Rolle.[7] Klammert man dieses Tätigkeitsfeld aus, so zeigt sich der vergleichsweise hohe Eigenproduktionsanteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie der Besitz eigener terrestrischer Sendernetze im größeren Gewicht des Tätigkeitsfeldes Produktion/Technik. In ihm waren Ende 1995 fast 40 vH der festen Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tätig, im privaten Rundfunk waren es dagegen nur 15 vH. Auch im Tätigkeitsfeld Organisation/Verwaltung beschäftigte der öffentlich-rechtliche Rundfunk vergleichsweise mehr Mitarbeiter: 19 vH im Vergleich zu 13 vH bei den privaten Anbietern.
- Mit knapp 1.600 Führungskräften lag deren Anteil an allen festen Mitarbeitern bei 5 vH und damit deutlich niedriger als im privaten Rundfunk (12 vH). Der Frauenanteil innerhalb der Führungskräfte betrug lediglich 14 vH und erreichte damit nur die Hälfte des Frauenanteils bei den Führungskräften des privaten Rundfunks.

Von den 15 öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen veranstalten 12 sowohl Fernseh- als auch Hörfunkprogramme. Insbesondere im Bereich Organisation/Verwaltung ist dabei eine eindeutige Zuordnung zu einem der beiden Medien nur schwer möglich. Nicht eindeutig zuordenbare Mitarbeiter wurden deshalb proportional zu den übrigen Mitarbeitern aufgeteilt. Danach waren 58 vH aller festen Mitarbeiter der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Ende 1996 vorwiegend mit der Produktion und der Verbreitung von Fernsehprogrammen beschäftigt. Diese Verteilung entspricht damit fast der des privaten Rundfunks, bei dem die TV-Veranstalter einen Erwerbstätigenanteil von 56 vH hatten.

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

Auch in zwei anderen Bereichen gibt es Parallelen. So lag der Anteil der festen Mitarbeiter, die dem Fernsehen zuzuordnen sind, mit 58 vH deutlich über dem Anteil der sonstigen Mitarbeiter, der 45 vH betragen hat. Dies war auch im privaten Rundfunk der Fall. Ebenso überwogen innerhalb des Tätigkeitsfeldes Produktion/Technik die Mitarbeiter des Fernsehens deutlich. Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk lag das Verhältnis Fernsehen zu Hörfunk allerdings Ende 1995 nur bei 2 : 1, während es im privaten Rundfunk zum gleichen Zeitpunkt sogar bei 4 : 1 gelegen hat.

5.2.2 Regionale Verteilung der Beschäftigten

Wie beim privaten Rundfunk konnten die Beschäftigten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nach den Angaben zu ihren Betriebsstätten einzelnen Bundesländern zugeordnet werden. Die Darstellung erfolgt analog zum privaten Rundfunk, d. h. es werden in einigen Fällen mehrere Bundesländer zusammengefaßt (Tabelle 5.2).

Danach waren Ende 1996 mit 6.250 festen Mitarbeitern in Nordrhein-Westfalen die meisten Erwerbstätigen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beschäftigt, während die Länder Sachsen-Anhalt/Thüringen mit zusammen lediglich 300 Mitarbeitern die Schlußlichter bildeten. Für die 5 Großregionen, die im Rahmen der vorliegenden Studie zur Analyse des privaten Rundfunks gebildet worden sind, ergibt sich folgende Rangfolge:

In Südwestdeutschland war Ende 1996 mit 9.850 festen Mitarbeitern der größte Teil (34 vH) dieser Beschäftigtengruppe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tätig. Dieser Anteil lag damit weit über dem Bevölkerungsanteil der Region von 26 vH, während er in allen anderen Regionen darunter lag. Dabei

- entfiel auf Westdeutschland mit 21 vH oder 6.250 Mitarbeitern der zweitgrößte Anteil,
- waren in Ostdeutschland 4.950 feste Mitarbeiter tätig, der Anteil betrug 17 vH,
- waren in Norddeutschland 4.750 feste Mitarbeiter (Anteil 16 vH) beschäftigt,
- entfielen auf Süddeutschland 3.400 feste Mitarbeiter (Anteil 12 vH).

Süddeutschland ist dabei die einzige Region, bei der die Mitarbeiterzahl im Vergleich zum Jahresende 1995 leicht zugenommen hat. Den größten Beschäftigungsabbau innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gab es von 1995 bis 1996 in Südwestdeutschland (minus 500 feste Mitarbeiter).

	Deutschland insg.	Nord insg.	Bremen, Hamburg, Nieders.	Schleswig-Holstein, Meckl.-Vorp.	Nordrhein-Westfalen	Ost insg.	Berlin, Brandenbg.	Sachsen	Sachsen-Anhalt, Thüringen	Südwest insg.	Hessen, Saarland, Rheinl.-Pfalz	Baden-Württemb.	Bayern [1]
Erwerbstätige Ende 1996	29161	4742	4139	603	6251	4940	2833	1791	317	9847	6087	3760	3382
Erwerbstätige Ende 1995	30278	4825	4208	617	6614	5168	3033	1814	321	10360	6499	3861	3311
weiblich	12960	2102	1832	270	3335	2309	1421	754	133	4056	2621	1435	1159
männlich	17318	2723	2376	347	3279	2859	1612	1060	188	6304	3878	2426	2152
Vollzeitbeschäftigte	27580	4311	3761	549	6100	4650	2703	1654	293	9529	5997	3533	2989
Teilzeitbeschäftigte	1930	327	285	42	347	436	290	124	22	616	401	214	205
Auszubildende	768	187	161	26	167	82	40	36	6	215	101	114	117
Organisation/Verwaltung	5968	905	786	120	1319	1031	527	422	82	2070	1256	814	644
Verkauf/Marketing	18	0	0	0	0	0	0	0	0	16	12	4	0
Produktion/Technik	11890	2220	1938	282	2828	1774	1080	597	97	3617	2395	1221	1451
Programm	12402	1700	1484	216	2467	2362	1425	796	141	4657	2836	1822	1216
Sonst. Mitarbeiter Ende 1996	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A	k.A
Sonst. Mitarbeiter Ende 1995	116144	11592	9980	1612	33946	22696	19601	2633	462	34590	16142	18447	13320
Praktikanten	1379	5	4	0	704	109	47	52	9	518	240	277	44
Feste freie Mitarbeiter	7423	539	478	60	2463	2217	1614	515	88	1297	797	500	907
Sonstige freie Mitarbeiter[2]	107342	11048	9497	1551	30779	20371	17940	2066	364	32775	15105	17670	12369
Führungskräfte Ende 1995	1579	590	509	81	208	301	211	77	13	429	246	183	51
weiblich	214	93	80	13	19	48	26	19	3	48	36	12	6
männlich	1365	497	428	69	188	253	185	58	10	381	211	171	45
Organisation/Verwaltung	323	92	80	12	35	77	53	21	3	101	48	53	18
Verkauf/Marketing	1									1		1	
Produktion/Technik	287	108	93	15	31	54	40	12	2	82	39	43	12
Programm	968	390	336	54	142	170	118	45	8	245	159	87	21

[1] Für den Bayerischen Rundfunk wurde die Beschäftigtenstruktur geschätzt. - [2] Daten sind mit denen des privaten Rundfunks nicht direkt vergleichbar.

Quelle: Hans-Bredow-Institut.

DIW 1997

Tabelle 5.2: Beschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1995/1996 nach Regionen

In Westdeutschland ging die Zahl der festen Mitarbeiter um rund 350, in Ostdeutschland um über 200 und in Norddeutschland um knapp 100 zurück.

5.3 Ertrags- und Aufwandsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

5.3.1 Gesamtüberblick

Die betrieblichen Aufwendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben 1995 rund 220 Mill. DM über den betrieblichen Erträgen gelegen. Das so entstandene Defizit war ein Resultat stagnierender Gebühren- und Werbeerträge bei steigenden Personal- und Sachkosten. Es hat einerseits zu dem bereits festgestellten Personalabbau im Jahr 1996 beigetragen und andererseits zu dem Beschluß der Ministerpräsidenten über die Erhöhung der Rundfunkgebühren ab 1997 geführt.

Mit rund 8,9 Mrd. DM stammten drei Viertel der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Rundfunkgebühren. Weitere 630 Mill. DM bzw. 5 vH wurden aus dem Bundeshaushalt gezahlt und dienten der Finanzierung der Deutschen Welle (Tabelle 5.3).

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unterliegen starken Restriktionen im Hinblick auf ihre Werbemöglichkeiten. Der Ertragsanteil der Einnahmen aus Werbespots hat deshalb nach Abzug der Kosten der ARD-Werbetöchter nur knapp 6 vH betragen. Mit 670 Mill. DM wurden von ARD und ZDF lediglich ein Zehntel der Werbespoterträge des privaten Rundfunks erzielt, obwohl ihre Zuschauer- und Höreranteile deutlich höher lagen. Zusätzliche Einnahmen aus Sponsoring in einer Höhe von rund 50 Mill. DM hatten innerhalb der Gesamterträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nur ein untergeordnetes Gewicht. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erzielten damit aber immerhin ein Viertel aller Rundfunk-Sponsoringerträge des Jahre 1995.

Einnahmen aus Programmverkäufen und Auftragsproduktion spielen wie im privaten Rundfunk kaum eine Rolle. Die 11 Rundfunkanstalten, von denen hierüber genauere Angaben vorliegen, erzielten damit Erträge von rund 140 Mill. DM.

Für ihre 13 TV-Vollprogramme, 9 Regionalfenster und 68 Hörfunkprogramme wendeten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 1995 insgesamt 12,1 Mrd. DM auf. Davon wurden für Löhne, Gehälter und Sozialversicherungsbeiträge der festen Mitarbeiter 3,3 Mrd. ausgegeben, weitere 1,0 Mrd. DM für zusätzliche Sozialleistungen (fast ausschließlich

	Öffentlich-rechtl. Rundfunk insg.		Fernsehen	Hörfunk
	Aufwand/Ertrag	Struktur	(geschätzt)	(geschätzt)
	Mill. DM	vH	Mill. DM	
Gewinne (Verluste)	-222	-	-374	153
Erträge	11904	100	7540	4364
Werbung	671	6	546	125
Rundfunkgebühren	8927	75	5500	3428
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte[1]	142	1	140	2
Zuwendungen	633	5	367	267
Sonstige Erträge	1531	13	988	543
Aufwand	12126	100	7914	4212
Personalkosten	4309	36	2486	1823
Vergütungen	1586	13	854	732
Sachkosten	5533	46	4101	1432
Abschreibungen	634	5	415	219
Indirekte Steuern	64	0	59	5
Investitionen	963	100	606	357
Sachanlagen	547	57	328	219
Bauten	416	43	278	138
			Anzahl	
Zahl der Programme	-	-	13	62
Sendestunden im Jahr	-	-	88096	500203
			DM	
Aufwand je Programm	-	-	609	68
			DM	
Aufwand je Sendeminute	-	-	1497	140

[1] Ohne BR, MDR, SDR und SWF.
Quelle: Hans-Bredow-Institut. **DIW 1997**

Tabelle 5.3: Wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1995

für betriebliche Zusatzrenten). Rechnet man außerdem die 1,6 Mrd. DM für die Vergütungen der freien Mitarbeiter und des selbständigen künstlerischen und technischen Personals ein, so bestand nahezu die Hälfte der Gesamtaufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Personalausgaben. Beim privaten Rundfunk lag der Anteil hingegen bei lediglich 13 vH.

Hierfür gibt es insbesondere zwei Ursachen

- der höhere Eigenproduktionsanteil im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und

- ein hoher Anteil personalintensiver Programmelemente (Tabellen 5.4 und 5.5).

Der erste Punkt wird insbesondere an den vergleichsweise hohen Abschreibungen sichtbar, die 1995 rund 5 vH der Gesamtaufwendungen betragen haben und damit zweieinhalbmal so hoch wie im privaten Rundfunk waren. Hinsichtlich der Programmstrukturen gab es sowohl beim Fernsehen als auch beim Hörfunk große Unterschiede zum privaten Rundfunk. Der Anteil der Informationssendungen lag 1995 in den öffentlich-rechtlichen TV-Programmen über 50 vH, bei den bundesweit verbreiteten privaten TV-Programmen hat er im gleichen Zeitraum nur rund 20 vH betragen. Legt man das Kategoriensystem der öffentlich-rechtlichen Anstalten zugrunde, so war im Hörfunk der Anteil der Wortsendungen am Gesamtangebot aller öffentlich-rechtlichen Programme mit 43 vH ebenfalls deutlich höher als bei den vom Typ her am ehesten vergleichbaren landesweiten Privatprogrammen. Ein exakter Vergleich ist allerdings nicht möglich, da es bislang keine allgemein akzeptierten Zuordnungskriterien für Wort- bzw. Musiksendungen gibt.

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

	Stunden	Anteile in vH
Sendestunden	88096	100
darunter:		
Werbespots, Sponsoreinblendungen	1082	1,2
Programmstunden	87014	100
davon:		
Fiction-Programme	12627	14,5
Musikprogramme	1608	1,8
Sonst. Unterhaltungsprogramme	12644	14,5
Sportprogramme	4041	4,6
Informationsprogramme	47157	54,2
Nicht zuordenbare Programme	10028	11,5
darunter:		
Erstsendungen	48979	56,3

Quelle: Hans-Bredow-Institut. **DIW 1997**

Tabelle 5.4: Programmstruktur der öffentl.-rechtl. Fernsehprogramme 1995

	Stunden	Anteile in vH
Sendestunden	500203	100
davon:		
Wortsendungen	215573	43,1
Musiksendungen	280341	56,0
Werbung	4290	0,9
Quelle: Hans-Bredow-Institut.		**DIW 1997**

Tabelle 5.5: Programmstruktur der öffentl.-rechtl. Hörfunkprogramme 1995

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

- Das Defizit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten entstand 1995 ausschließlich im Fernsehbereich. Beim Hörfunk konnten die öffentlich-rechtlichen Anstalten im gleichen Jahr noch insgesamt einen Überschuß erzielen.
- Wie im privaten Rundfunk war der Personalkostenblock im Fernsehen mit 42 vH (einschließlich der Vergütungen) deutlich niedriger als im Hörfunk mit 60 vH.
- Im Vergleich zu den bundesweiten privaten TV-Programmen war der durchschnittliche Aufwand je öffentlich-rechtlichem TV-Vollprogramm mit etwa 600 Mill. DM um 50 vH höher. Dies gilt auch für den durchschnittlichen Aufwand je Sendeminute, der bei knapp 1.500 DM lag.
- Verglichen mit dem durchschnittlichen Aufwand der landesweiten privaten Hörfunkprogramme gab der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit fast 70 Mill. DM je Programm sogar das fünffache der privaten Anbieter aus. Dies gilt auch für den durchschnittlichen Aufwand je Hörfunk-Sendeminute, der 1995 eine Höhe von 140 DM erreicht hatte.

5.3.2 Regionale Betrachtung

Ordnet man die einzelnen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nach dem jeweiligen Hauptsitz einzelnen Bundesländern bzw. Regionen zu, wird

	Deutschland	Nord	West	Ost		Südwest		Süd
		NDR,RB	WDR,DLR,DW	ORB,SFB	MDR	HR,SR,ZDF	SWF,SDR,ARTE	BR
	Mill.DM							
Gewinne (Verluste)	-221	-152	6	24	85	-27	-135	-23
Erträge	11905	1512	2821	655	971	2981	1706	1259
Werbung	671	58	64	15	43	363	102	25
Rundfunkgebühren	8927	1261	1682	509	795	2240	1421	1019
Programmverkäufe/Auftragsproduktionen für Dritte	143	18	60	10	k.A.	55	k.A.	k.A.
Zuwendungen	633	0	625	0	0	6	2	0
Sonstige Erträge	1531	175	391	120	133	317	180	215
Aufwand	12126	1664	2815	631	886	3008	1840	1282
Personalkosten	4309	688	1110	243	203	933	666	466
Vergütungen	1586	109	524	108	151	253	211	230
Sachkosten	5533	770	1043	246	488	1636	835	516
Abschreibungen	634	93	138	33	43	133	124	70
Indirekte Steuern	64	4	0	1	0	54	4	0
Investitionen	963	122	269	59	104	213	112	83
Sachanlagen	547	91	133	31	67	98	73	54
Bauten	416	32	136	28	36	115	39	29
Quelle: Hans-Bredow-Insitut.								**DIW 1997**

Tabelle 5.6: Wirtschaftliche Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 1995 nach Regionen

deutlich, daß 1995 die öffentlich-rechtlichen Anstalten mit Sitz in Westdeutschland und in Ostdeutschland noch kleinere Überschüsse erzielen könnten (Tabelle 5.6). Hierbei ist allerdings bereits der ARD-interne Finanzausgleich berücksichtigt, durch den Radio Bremen, der Saarländische Rundfunk und der Sender Freies Berlin 1995 zusammen zusätzliche Erträge in einem Volumen von insgesamt 188 Mill. DM erhalten haben.

Unterschiede in den Aufwands- und Ertragsstrukturen sind weitgehend auf die regional unterschiedlichen Gewichte von Hörfunk- und Fernsehaktivitäten oder auf Sonderfinanzierungen wie bei der Deutschen Welle zurückzuführen. Auffällig ist lediglich der sehr geringe Personalkostenanteil des MDR, der darauf zurückzuführen ist, daß der MDR als relativ junge Anstalt (wie der ORB) bislang keine Betriebsrentenansprüche befriedigen muß.