

Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1999/2000

Studie im Auftrag des Direktorenkonferenz
der Landesmedienanstalten (DLM)

Federführung: Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)

DIW Berlin
AKM - Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München
HBI - Hans-Bredow-Institut, Hamburg

Vorläufiger Endbericht

Berlin, Oktober 2001

0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

0.1 Ziel und Durchführung der Studie

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat im Dezember 2000 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, (DIW Berlin) beauftragt, einen Bericht über die Beschäftigung und die wirtschaftliche Situation des Rundfunks in Deutschland zu erstellen. Wie in den vergangenen Jahren bildete hierfür eine Primärdatenerhebung bei sämtlichen deutschen privaten Rundfunkveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Grundlage. Damit konnte das bereits für den Zeitraum 1995 bis 1998 ermittelte umfassende Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft - getrennt nach privaten und öffentlich-rechtlichen, sowie nach Fernseh- und Hörfunkaktivitäten - fortgeschrieben werden.¹

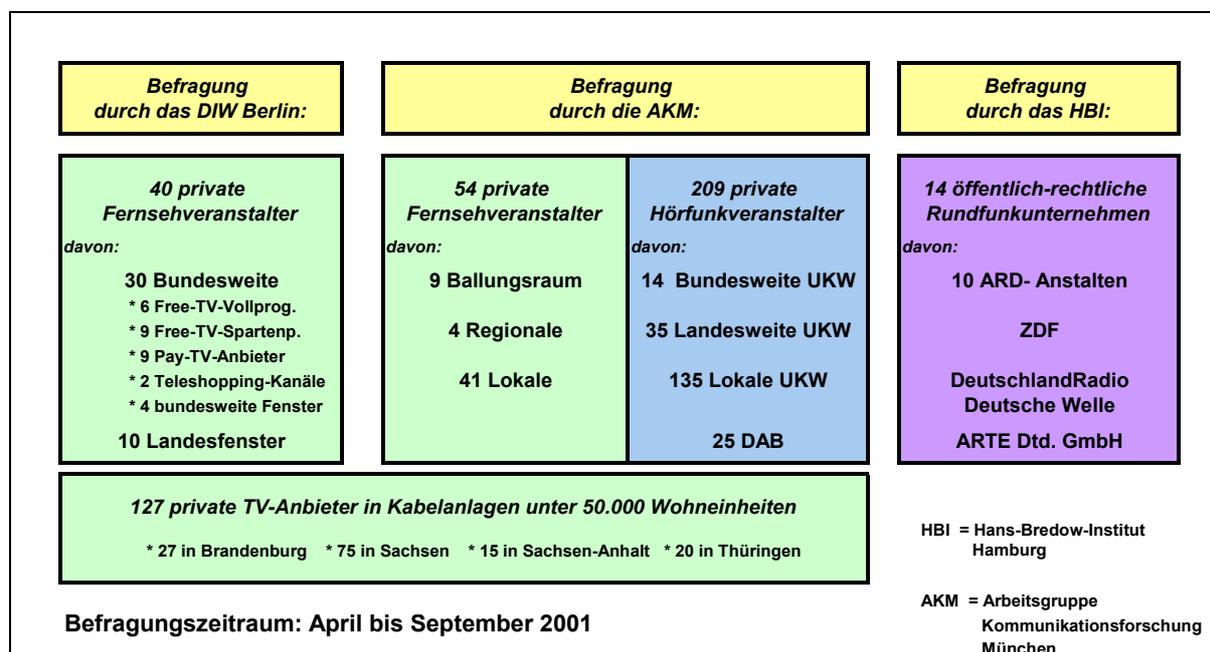
Bei der Datenerhebung kooperierte das DIW Berlin erneut mit der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM) sowie dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg (HBI), wobei von der DLM folgende Arbeitsteilung vorgegeben worden war (Abbildung 01-1):

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

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

¹ Erstmals wurden in den Ländern Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen TV-Anbieter in Kabelanlagen unter 50 000 Wohneinheiten in die Erhebung einbezogen. Die Befragung wurde vom DIW Berlin in Kooperation mit der AKM durchgeführt. Die Antwortquoten waren jedoch so gering, dass die Schätzungen nicht in die Gesamtwerte des privaten Fernsehens einbezogen wurden.

Abbildung 01-1

Datengrundlagen - Befragte Rundfunkveranstalter 1999/2000

Das große Interesse der Rundfunkunternehmen an einer ausreichenden Datenlage zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland hat erneut zu einer für eine freiwillige Umfrage außergewöhnlich hohen Antwortquote von über 95 % (bundes- und landesweites Fernsehen 80 %, lokales und regionales Fernsehen 100 %, Hörfunk 98 %) geführt. Zum Erfolg der Umfrage bei den privaten Anbietern dürfte zudem die Unterstützung durch den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) beigetragen haben. Bei den TV-Anbietern in den Kabelanlagen der vier neuen Bundesländer lag der Rücklauf nur bei knapp der Hälfte. Zu berücksichtigen ist hierbei allerdings, dass ihr wirtschaftliches Gewicht nur gering ist, da ein großer Teil dieser Programme mehr ehrenamtlich als mit kommerziellen Motiven betrieben wird.

0.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 2000

a) Wertschöpfung und inländische Nachfrage 2000

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

Tabelle 0.1

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2000

	Rundfunk insgesamt	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Privater Rundfunk	Fernsehen (geschätzt)	Hörfunk (geschätzt)
	Mill. DM				
Produktionswert ¹⁾	27.480	13.795	13.685	20.965	6.515
Vorleistungen ²⁾	21.610	9.570	12.040	18.495	3.115
Bruttowertschöpfung ³⁾	5.870	4.225	1.645	2.470	3.400
<i>davon:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	5.987	4.531	1.456	3.728	2.259
Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen, Abschreibungen	297	128	169	-1.050	1.347
Indirekte Steuern abzügl. Subventionen	-414	-434	20	-208	-206
	Anzahl				
Erwerbstätige	44.507	29.255	15.252	27.726	16.781
	Tausend DM				
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen	132,0	144,6	107,9	89,2	202,6
	Anteile in %				
Produktionswert	100	50	50	76	24
Vorleistungen	100	44	56	86	14
Bruttowertschöpfung	100	72	28	42	58
<i>darunter:</i>					
Einkommen aus unselbst. Arbeit	100	76	24	62	38
Erwerbstätige	100	66	34	62	38
1) Gesamterträge zuzüglich Provisionen für Werbemittler abzüglich Wiederverkaufsware und Subventionen.- 2) Von Dritten bezogene Waren und Dienstleistungen.- 3) Produktionswert abzüglich Vorleistungen.					
<i>Quellen:</i> AKM; HBI; Berechnungen des DIW Berlin.					
					DIW Berlin 01

- Ende 2000 waren bei den deutschen Rundfunkunternehmen zusammen rund 44 500 feste Mitarbeiter (Erwerbstätige) beschäftigt, davon rund 27 700 mit der Veranstaltung von Fernsehprogrammen und 16 800 mit der Veranstaltung von Hörfunkprogrammen.
- Der Produktionswert (betriebliche Erträge abzüglich Wert der Wiederverkaufsware und Subventionen) der Rundfunkunternehmen im Jahr 2000 betrug zusammen rund 27,5 Mrd. DM.
- Die Bruttowertschöpfung - d.h. der Beitrag der Rundfunkwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) - lag 2000 bei 5,9 Mrd. DM. Dies entspricht in etwa einem Drittel der Wertschöpfung des Verlagsgewerbes. Die Wertschöpfung je Erwerbstätigem war dabei in der Rundfunkwirtschaft mit knapp 132 000 DM deutlich höher als der Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (108 000 DM).

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Rundfunkunternehmen lässt sich nicht nur anhand ihrer Bruttowertschöpfung, d.h. an ihrem direkten Beitrag zur Einkommensentstehung quanti-

fizieren (Abbildung 02-1). Ebenso bedeutsam sind die indirekten Wirkungen, die von den Vorleistungsbezügen und den Investitionen auf andere Wirtschaftszweige ausgehen. Bei anderen Unternehmen und von selbständigem technischem und künstlerischem Personal wurden 2000 - bei Einrechnung der Provisionszahlungen an Werbeagenturen - Waren und Dienstleistungen im Wert von 21,6 Mrd. DM nachgefragt. Hiervon entfielen rund 15,8 Mrd. DM auf die Nachfrage im Inland und sicherten damit mittelbar Arbeitsplätze und Einkommen:

Abbildung 02-1

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 2000

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

- Für 1,2 Mrd. DM wurden Telekommunikationsdienste zur Programmverbreitung über Satelliten, Kabelnetze und terrestrische Sender in Anspruch genommen.
- 1,8 Mrd. DM wurden als Vergütungen an selbständiges künstlerisches und technisches Personal (freie Mitarbeiter) gezahlt.

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

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

b) Entwicklung seit 1995

Vergleicht man die Ergebnisse der bisherigen vier Erhebungen, so zeigt sich, dass die Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft seit 1995 nahezu stagniert hat (Tabelle 0.2), während der Produktionswert in diesem Zeitraum um fast 40 % zunahm. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass der Zuwachs der Wertschöpfung im privaten Rundfunk von einem Rückgang im öffentlich-rechtlichen Rundfunk begleitet wurde. Zum anderen hat das private Fernsehen zwar umsatzmäßig stark zugelegt, es ist aber insgesamt defizitär geblieben, so dass bislang nur der private Hörfunk einen positiven Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt leisten konnte.

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

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

- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk verzeichnete einen Ertragsrückgang um 3 % von 14,8 auf 14,3 Mrd. DM) und baute 2000 auch einen Teil seines Personals ab (Rückgang der festen Mitarbeiter um 1,5 %).
- Der private Hörfunk wuchs im Vergleich zu den Vorjahren stärker (Anstieg der Erträge um 10 % auf 1,45 Mrd. DM) und stellte zusätzliche feste Mitarbeiter ein (Zuwachs um 7 % auf rund 4 630).
- Noch expansiver war das private Fernsehen. Die Erträge stiegen um 20 % auf rund 12,4 Mrd. DM, das feste Personal wurde um 16 % oder 1 500 feste Mitarbeiter aufgestockt.

Tabelle 0.2

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks 1995 - 2000

Deutschland insgesamt

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

Abbildung 02-2

Rundfunkwirtschaft und Gesamtwirtschaft 1999/2000

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

0.3 Anbieterstruktur des privaten Rundfunks

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

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

- 30 Unternehmen verbreiteten bundesweite Programme; darunter waren 4 Zulieferprogramme mit eigener bundesweiter Sendelizenz und nur einigen Stunden Programmproduktion pro Woche, 9 Pay-TV-Anbieter und 2 Teleshopping-Kanäle.
- 10 Unternehmen verbreiteten ihre Programme landesweit als sog. Fensterprogramme auf den Frequenzen von RTL, SAT.1 und tm3.

- 13 Sender sendeten ein mehrstündiges (bis zu 24 Stunden täglich) Programm in regionalen Ballungsräumen oder in anderen regionalen Sendegebieten.
- 41 Lokal-Sender verbreiteten mit deutlich geringerer Programmleistung ihre Programme entweder nur in größeren Kabelnetzen oder zusätzlich terrestrisch als lokale Programmfenster.

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

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

0.4 Beschäftigung im privaten Rundfunk

a) Zahl der Beschäftigten im privaten Fernsehen 2000

Die 94 privaten TV-Anbieter beschäftigten Ende 2000 zusammen rund 10 620 Erwerbstätige (Abbildungen 04-1 und 04-2):

- mit 8 965 festen Mitarbeitern waren davon über vier Fünftel bei den 30 Veranstaltern bundesweiter TV-Programme tätig,
- bei den 13 Ballungsraum- und Regionalsendern arbeiteten zusammen 769 Festangestellte (7 %),
- 638 feste Mitarbeiter (6 %) wurden von den 41 kleineren Lokalanbietern beschäftigt,
- weitere 249 Festangestellte (2 %) gab es bei den 10 Anbietern von landesweit verbreiteten Programmen.

Abbildung 04-1

Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1995 - 2000

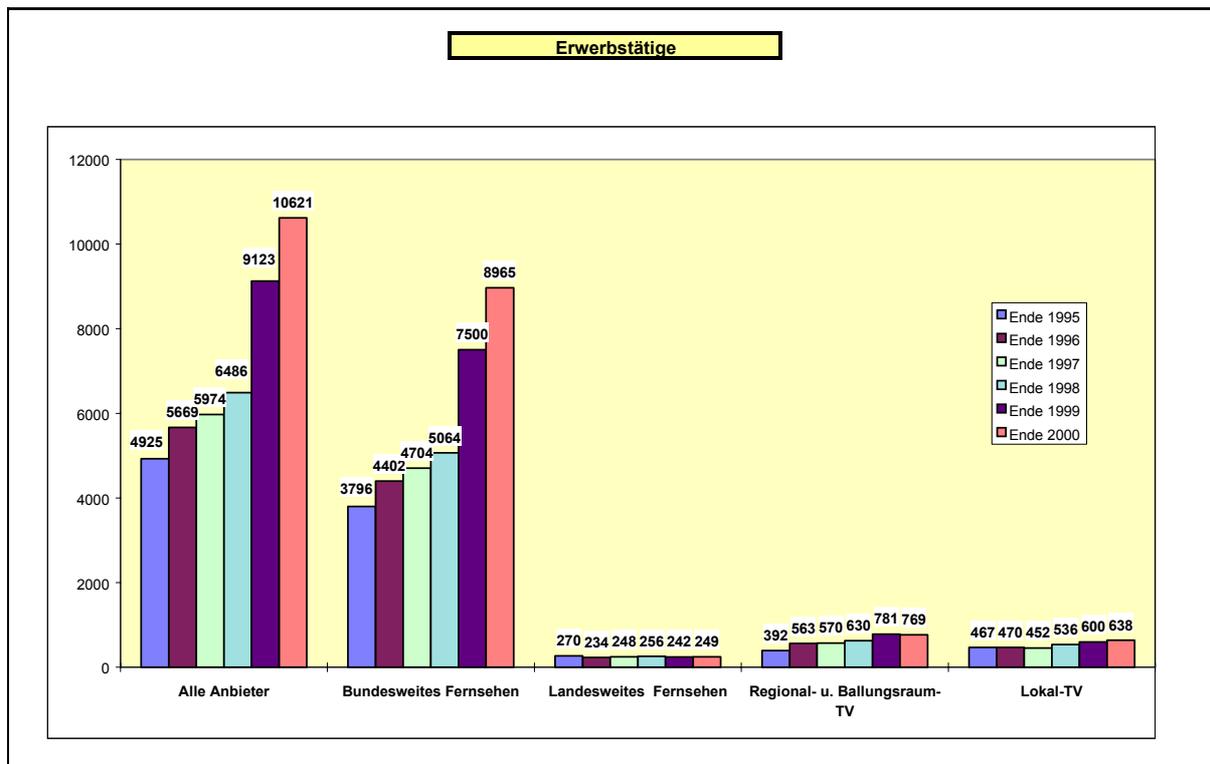
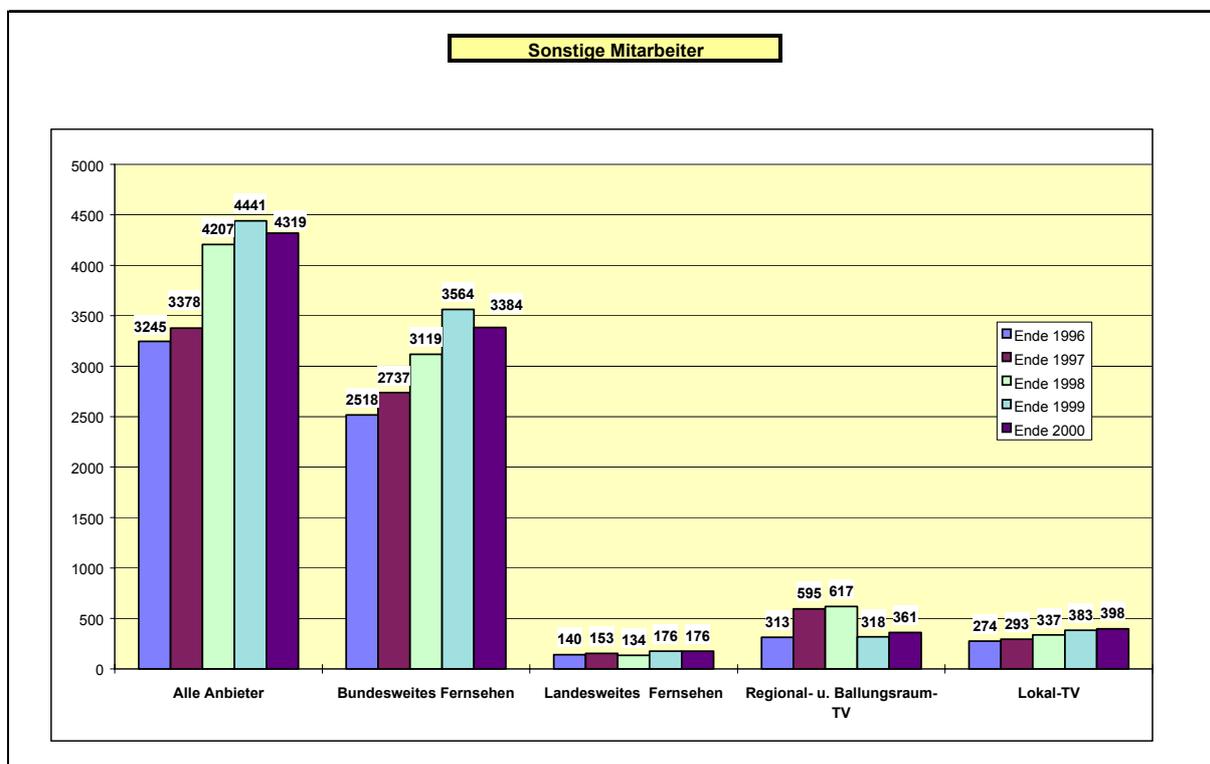


Abbildung 04-2

Beschäftigungsentwicklung im privaten Fernsehen 1996 - 2000



Zusätzlich zu diesen festen Mitarbeitern wurden Ende 2000 von den privaten TV-Veranstaltern noch über 4 300 freie Mitarbeiter (Praktikanten, feste Freie und sonstige Freie) beschäftigt. Das Verhältnis dieser Gruppe von Beschäftigten zu den festen Mitarbeitern betrug damit etwa 1 : 0,4.

b) Veränderungen im privaten Fernsehen seit 1995

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

c) Zahl der Beschäftigten im privaten Hörfunk

Bei den 209 privaten Hörfunkveranstaltern waren Ende 2000 zusammen über 4 600 Mitarbeiter mit festem Arbeitsverhältnis tätig. Die Aufteilung auf die verschiedenen Anbietertypen unterscheidet sich dabei deutlich vom privaten Fernsehen (Abbildungen 04-3 und 04-4):

- bei den 14 bundesweiten UKW-Anbietern waren 539 und damit nur 12 % aller Erwerbstätigen im privaten Hörfunk beschäftigt,
- bei den 35 landesweiten UKW-Anbietern waren es 1 823 oder 39 % der festen Mitarbeiter,
- bei den 135 privaten Lokalsendern waren es 2 220 und damit nahezu die Hälfte der festen Hörfunkmitarbeiter,
- bei den 25 DAB-Anbietern waren mit 49 Festangestellten lediglich 1 % der Festangestellten im privaten Hörfunk tätig.

Deutlich höher als im privaten Fernsehen war der Anteil der Mitarbeiter ohne festen Arbeitsvertrag an der Gesamtzahl aller Hörfunk-Beschäftigten. Insgesamt addierte sich im privaten Hörfunk die Zahl der Praktikanten, festen Freien und sonstigen Freien Ende 2000 auf 3 081. Insbesondere bei den UKW-Lokalsendern war das Verhältnis „Feste“ zu „Freien“ mit 1 : 0,85 sehr hoch.

Abbildung 04-3

Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1995 - 2000

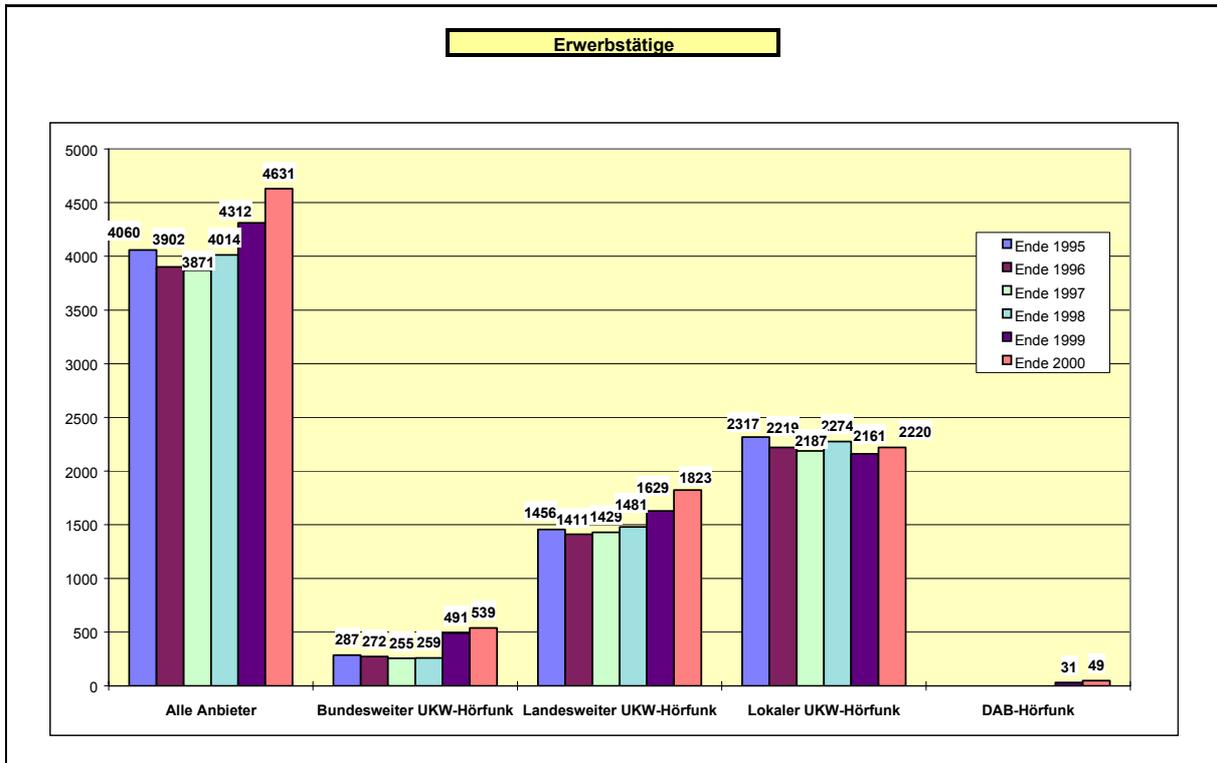
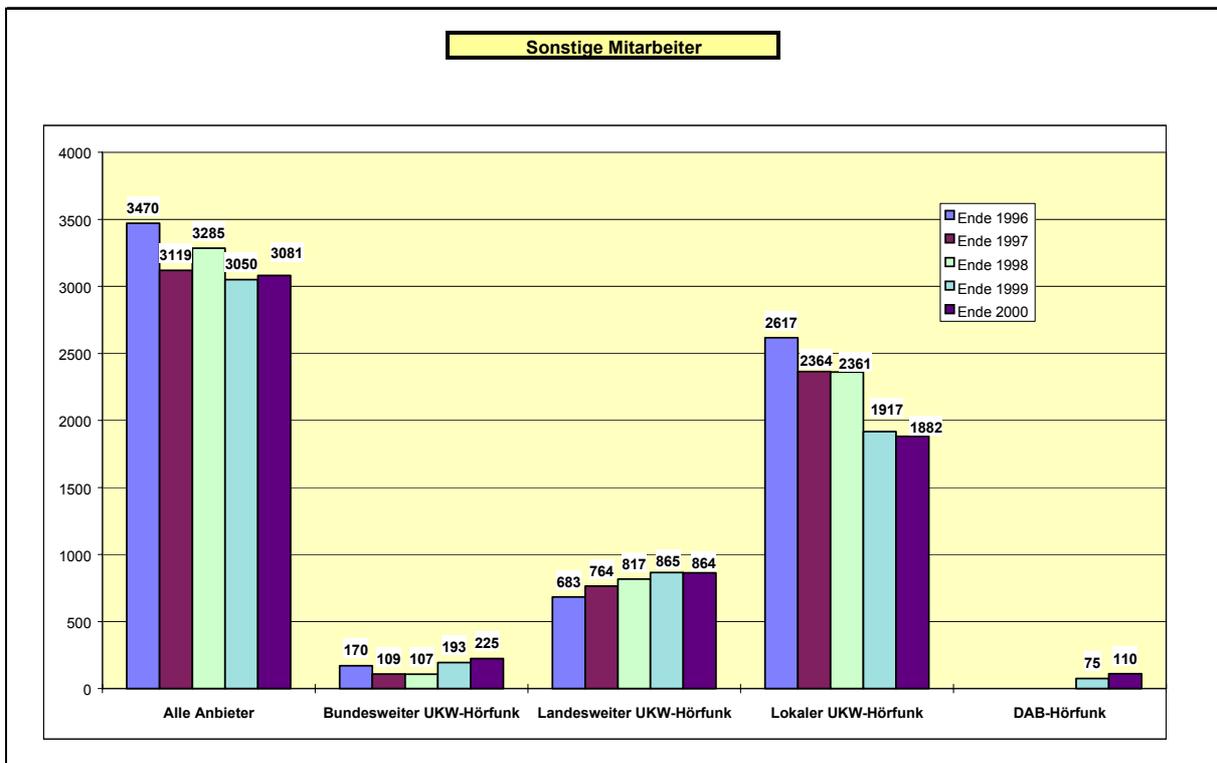


Abbildung 04-4

Beschäftigungsentwicklung im privaten Hörfunk 1996 - 2000



d) Veränderungen im privaten Hörfunk seit 1995

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

e) **Beschäftigtenstruktur**

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

Das Verhältnis von Frauen zu Männern betrug Ende 2000 bei den Erwerbstätigen des privaten Fernsehens 40 : 60. Der Frauenanteil lag damit etwas unter dem der Gesamtwirtschaft im gleichen Jahr. Deutlich höher war der Frauenanteil unter den Erwerbstätigen des privaten Hörfunks. Über 2 300 oder 50 % der festen Mitarbeiter waren dort Ende 2000 Frauen.

Strukturiert man die festen Mitarbeiter im privaten Rundfunk nach Haupttätigkeiten, so sind mit 30 % (Fernsehen) bzw. 59 % (Hörfunk) jeweils die meisten mit der Programmgestaltung beschäftigt. Der höhere Technikaufwand des Fernsehens zeigt sich in dem vergleichsweise hohen Anteil der Mitarbeiter im Bereich Produktion/Technik: Einem Anteil von 18 % im Fernsehen steht ein Anteil von 8 % im Hörfunk gegenüber. Dies obwohl ein Teil der bundesweiten TV-Anbieter seine Sendetechnik in eigenständige Unternehmen ausgelagert hat. Ausgelagert haben die bundesweiten TV-Anbieter auch einen erheblichen Teil der Werbeakquisition. Dennoch sind im privaten Fernsehen noch 8 % der festen Mitarbeiter im Bereich Verkauf/Marketing tätig. Im privaten Hörfunk sind es wegen der hohen Zahl von Lokalanbietern mit eigener Werbeakquisition sogar über 18 %. Dem Bereich Organisation/Verwaltung sind schließlich 14 % (Fernsehen) bzw. 15 % (Hörfunk) der festen Mitarbeiter zuzurechnen. Im Fernsehen gibt es insbesondere bei den Pay-TV-Anbietern und Teleshopping-Kanälen eine große Zahl von Mitarbeitern, die mit der Abonnentenbetreuung und dem Handling von Teleshopping-Verkaufsware befasst sind und deshalb keinem der vier Tätigkeitsbereiche zugeordnet werden können (Abbildung 04-6).

Abbildung 04-5

Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 2000

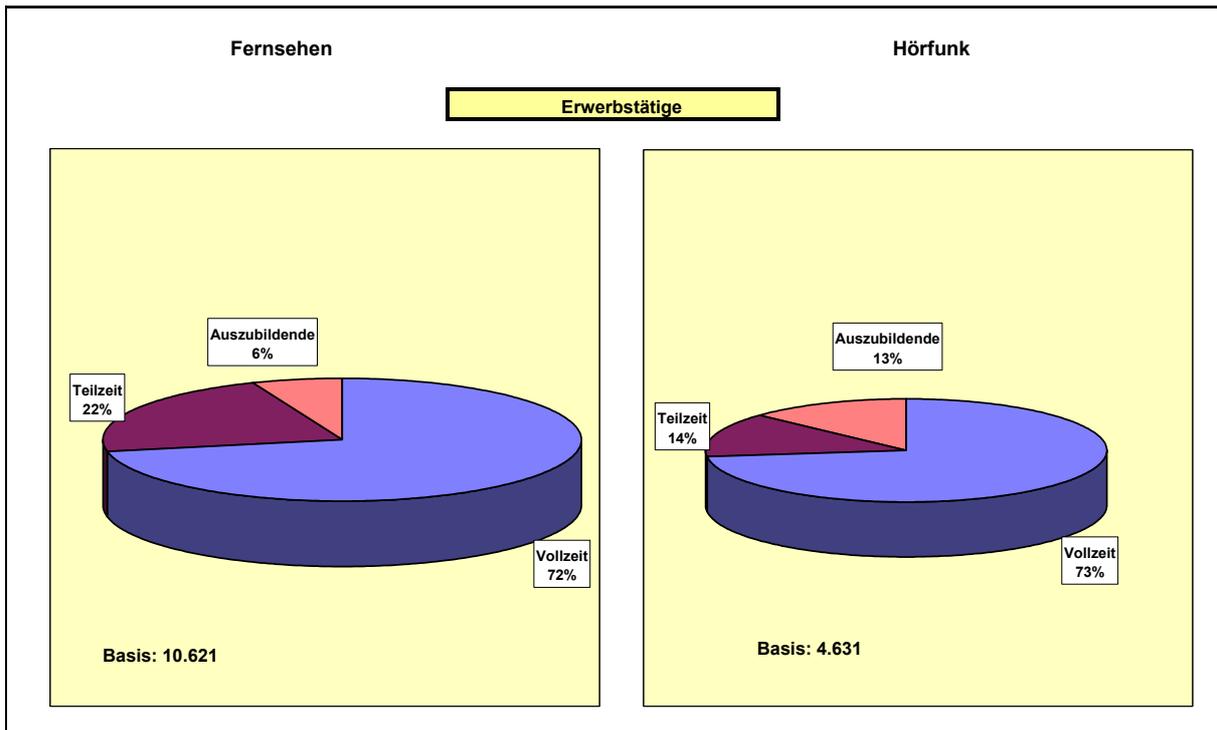
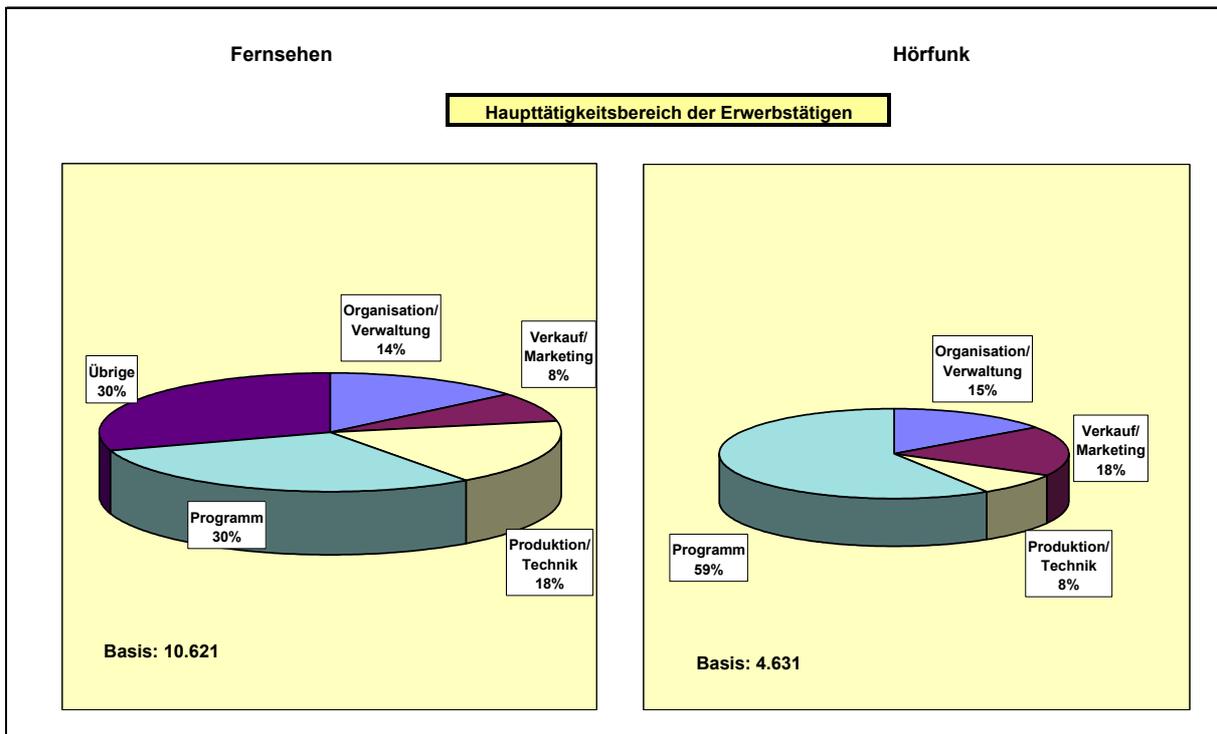


Abbildung 04-6

Beschäftigtenstruktur im privaten Rundfunk Ende 2000



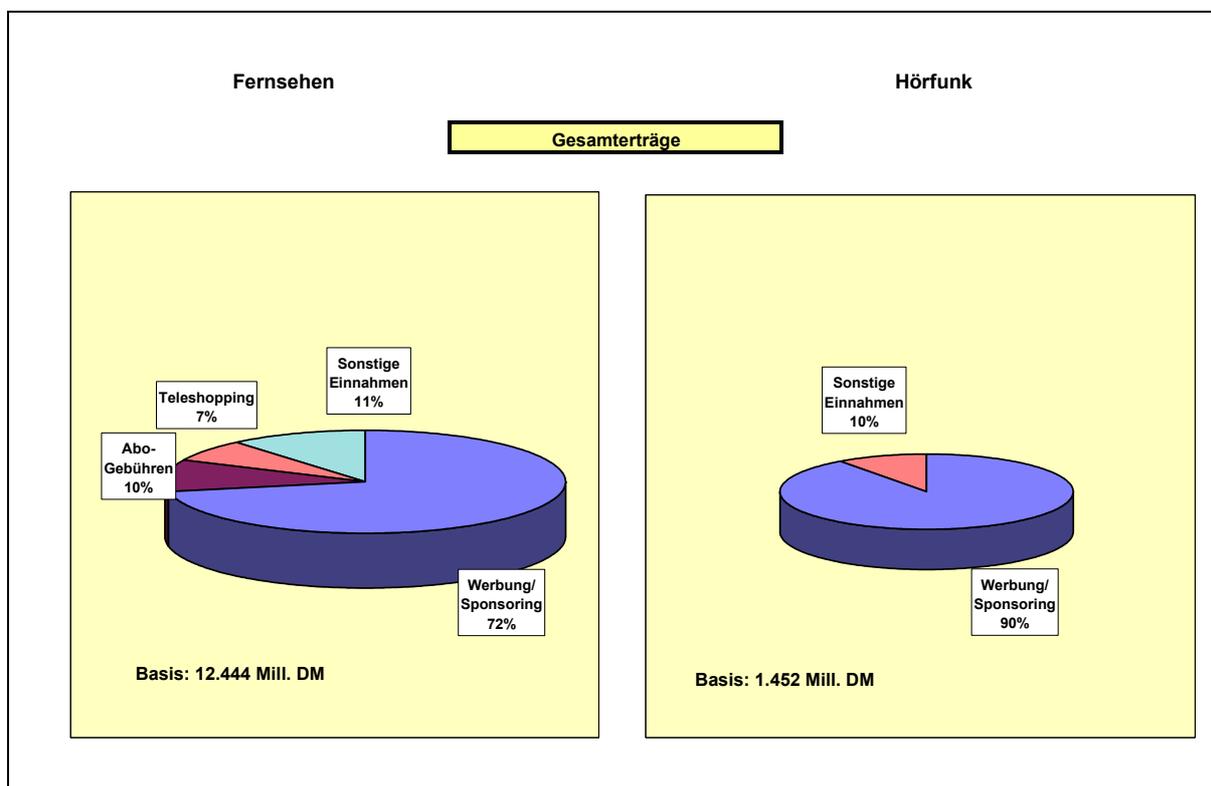
0.5 Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks im Jahr 2000

a) Ertragsstruktur

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

Abbildung 05-1

Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 2000



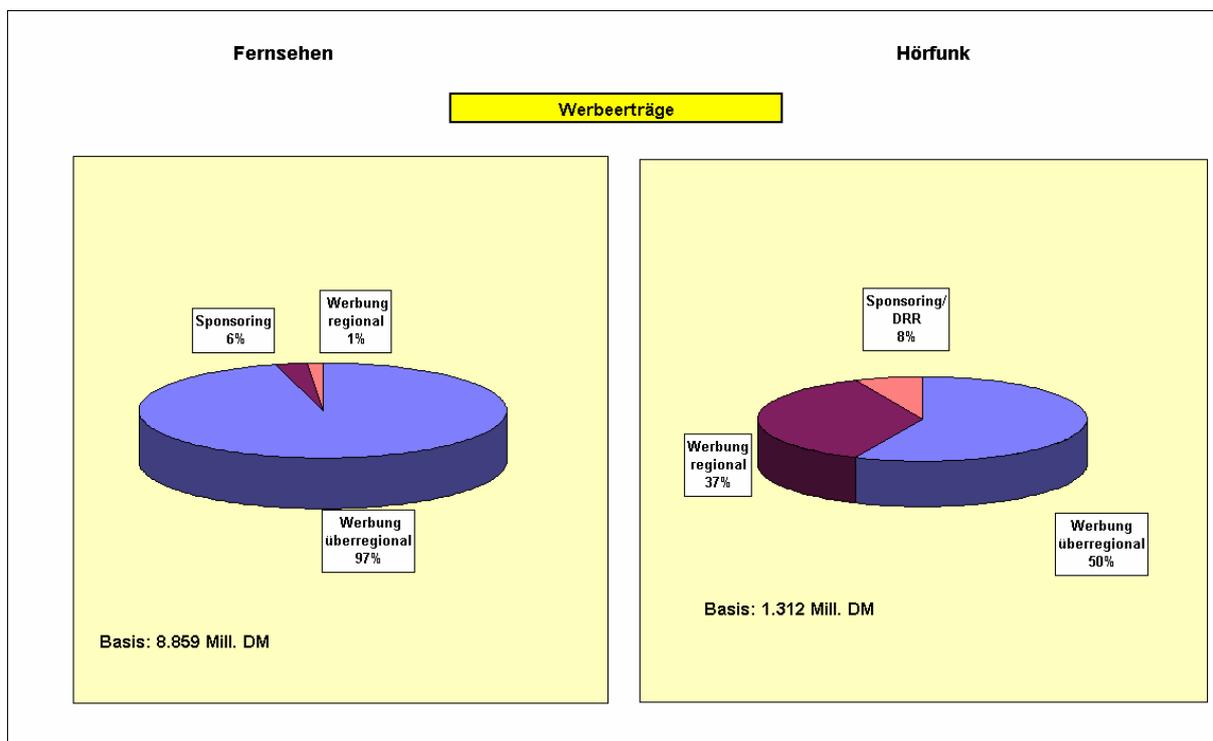
Während sich der private Hörfunk in allen Bundesländern, in denen lokale Programme zugelassen wurden, als lokaler Werbeträger etabliert hat, wird das private Fernsehen immer noch fast ausschließlich für überregionale Werbekampagnen genutzt: Der Anteil der Erträge aus lokaler Werbung lag 2000 im Hörfunk bei 37 %, beim Fernsehen hingegen bei 1 %. Auch neue Werbeformen wie Sponsoring oder Direkt-Response-Radio etc. haben im privaten Hörfunk eine größere Bedeutung als im Fernsehen. Ihr Anteil an allen Erträgen betrug dort 2000

über 6 %, im Fernsehen nur 1 %. Der Umsatz aus Teleshopping hat jedoch vor allem wegen der 2 reinen Teleshopping-Kanäle deutlich auf 0,9 Mrd. DM zugenommen (Abbildung 05-2).

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

Abbildung 05-2

Ertragsstruktur im privaten Rundfunk 2000



b) Aufwandsstruktur

Die Gesamtaufwendungen aller privaten Fernsehveranstalter lagen 2000 bei insgesamt 12,8 Mrd. DM. Der Personalaufwand spielte dabei eine relativ geringe Rolle. Sein Anteil lag bei 9 %, rechnet man die Vergütungen für die nicht fest angestellten Mitarbeiter ein, bei 11 %. Der größte Teil der Aufwendungen waren hingegen Sachkosten. Für die bundesweiten Veranstalter ist dabei eine Aufschlüsselung dieses Kostenblocks für das Jahr 2000 möglich. Von den etwa 10,9 Mrd. DM entfielen 4,4 Mrd. DM auf den Ankauf fertiger Programme

Abbildung 05-3

Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 2000

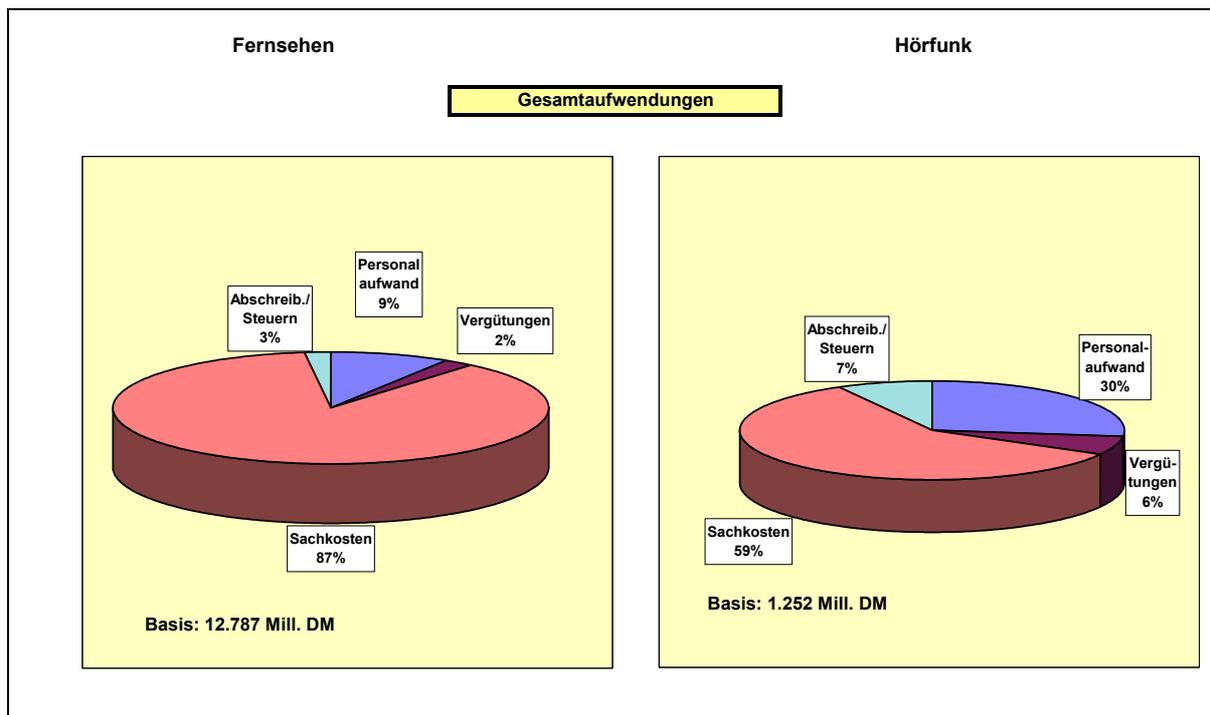
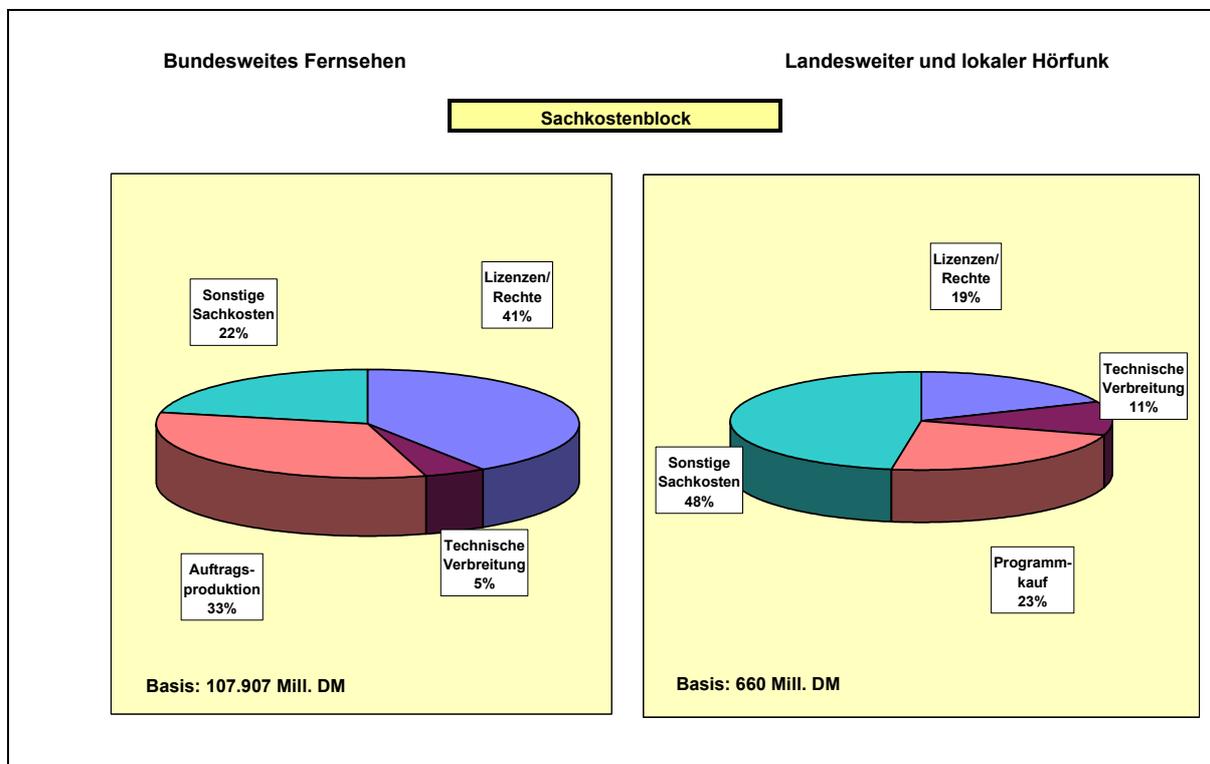


Abbildung 05-4

Aufwandsstruktur im privaten Rundfunk 2000



und den Erwerb anderer Rechte, 3,6 Mrd. DM wurden für Auftragsproduktionen ausgegeben und rund 0,5 Mrd. DM für die technische Programmverbreitung (Abbildung 05-3).

Die Gesamtaufwendungen des privaten Hörfunks haben 2000 bei 1,25 Mrd. DM gelegen. Seine Kostenstruktur unterschied sich deutlich vom privaten Fernsehen. Der Personalkostenanteil lag bei 27 %, zusammen mit den Vergütungen für nicht fest angestellte Mitarbeiter bei 33 %. Innerhalb des Sachkostenblocks von rund 0,75 Mrd. DM gab es ebenfalls deutliche Unterschiede zum privaten Fernsehen. So entfielen auf den Rechteerwerb (vor allem Gema- und GVL-Gebühren) nur 19 %, auf die technische Programmverbreitung jedoch 13 % aller Sachkosten der landesweiten und lokalen UKW-Hörfunkanbieter (Abbildung 05-4).

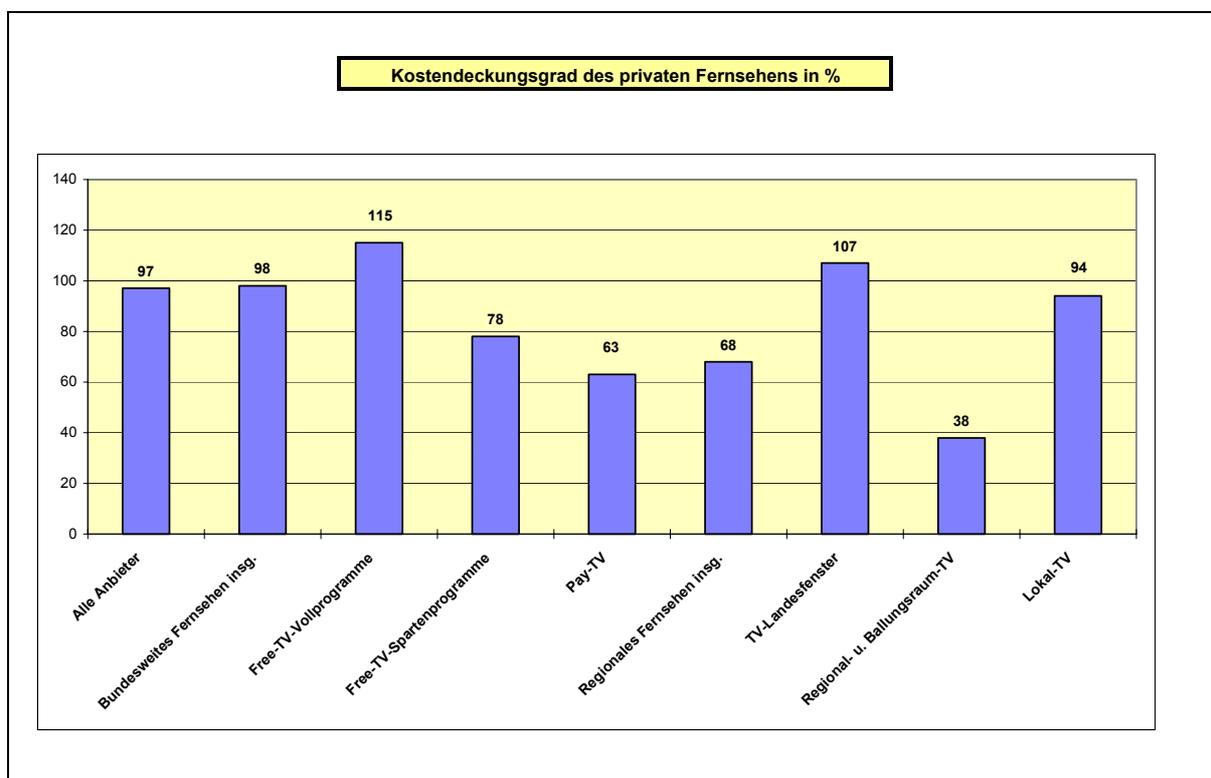
0.6 Entwicklung der Kostendeckung seit 1995

a) Kostendeckung 2000

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

- die Gruppe der 6 bundesweiten werbefinanzierten Vollprogrammanbieter erreichte vorwiegend durch Werbeeinnahmen einen Betriebsüberschuss von 685 Mill. DM, wobei kein Veranstalter Verluste hinnehmen musste,
- die Gruppe der 9 bundesweiten Free-TV-Spartensender kam zusammen auf ein Defizit von 325 Mill. DM, nur zwei Anbieter arbeiteten kostendeckend,
- die 9 Pay-TV-Anbieter kamen zusammen auf ein Defizit von über 1 Mrd. DM,
- die übrigen 6 Anbieter bundesweiter Programme, insbesondere die Teleshopping-Kanäle erwirtschafteten zusammen einen leichten Überschuss von 6 Mill. DM,
- die 10 Anbieter landesweiter TV-Programme kamen auf ein positives Ergebnis, da sie in der Regel ihre Programme zu festen Konditionen an die bundesweiten Mantelprogramme abgeben; Werbung trug nur zu 22 % zu den Erträgen bei,
- die Gruppe der 13 Regional- und Ballungsraumsender erzielte mit einem Kostendeckungsgrad von 38 % (darunter 56 % Werbeerträge) das insgesamt schlechteste Ergebnis aller TV-Anbietertypen,
- die Gruppe der übrigen 41 Lokal-TV-Sender konnte dagegen 94 % ihrer Aufwendungen durch Erträge decken, davon etwas über die Hälfte aus Werbeerträgen.

Abbildung 06-1

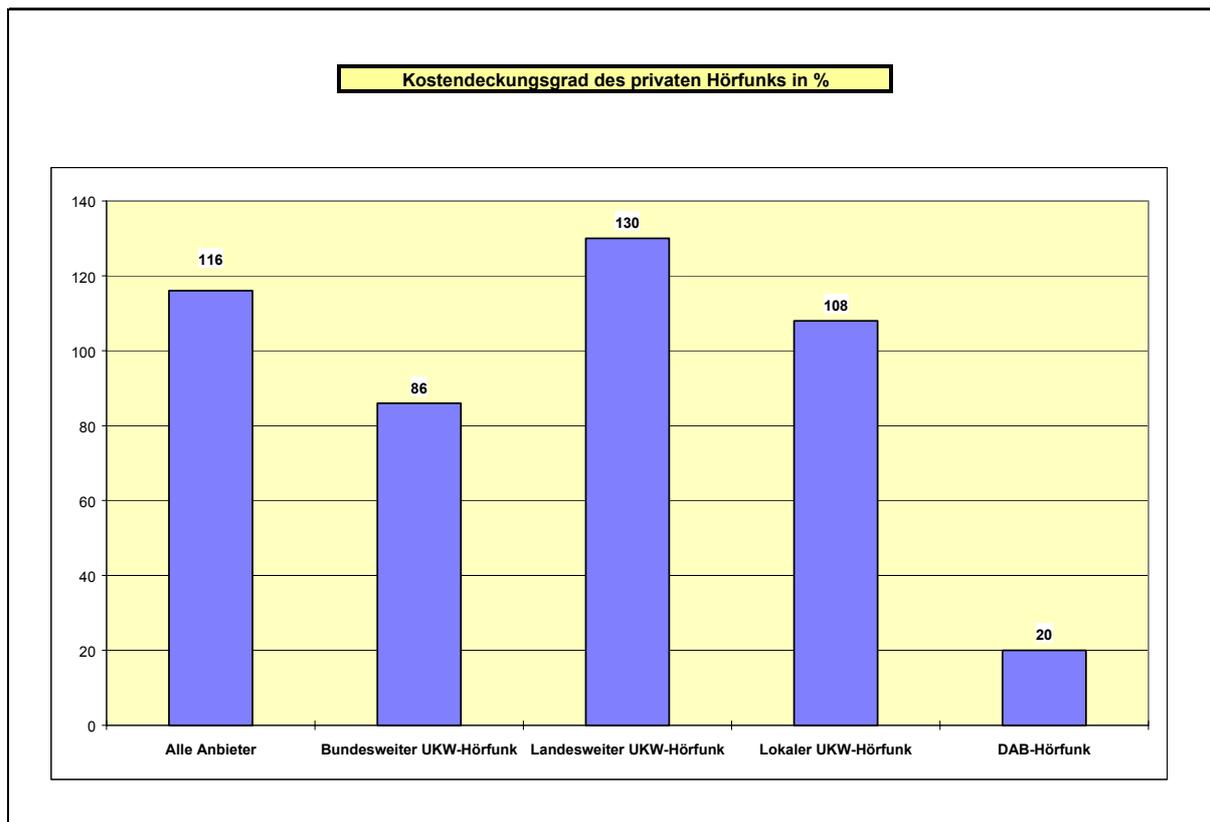
Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2000

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

- wirtschafteten die Anbieter der 35 landesweiten bzw. Mantelprogramme wiederum überaus profitabel; sie kamen im Durchschnitt auf einen Kostendeckungsgrad von 130 %, lediglich 10 Anbieter dieses Typs waren 2000 in der Verlustzone.
- Dagegen erreichten die 14 bundesweiten Anbieter zusammen nur einen Kostendeckungsgrad von 86 %; lediglich 4 dieser Anbieter waren in der Gewinnzone.
- Auch innerhalb der Gruppe der 135 Lokalsender, die insgesamt auf einen Kostendeckungsgrad von 108 % kam, machten zwei Fünftel aller Anbieter Verluste.
- Die Gruppe der 25 DAB-Anbieter kam lediglich auf einen durchschnittlichen Kostendeckungsgrad von 20 %. 20 Anbieter machten Verluste.

Abbildung 06-2

Wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks 2000



b) Veränderungen seit 1995

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

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

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

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

0.7 Entwicklung des dualen Rundfunksystems

a) Entwicklungsstand 2000

Auch 2000 haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihre wirtschaftlich dominante Stellung innerhalb der deutschen Rundfunkwirtschaft beibehalten. Gleichzeitig unterscheidet sich ihre Struktur deutlich von der des privaten Rundfunks:

- Nahezu zwei Drittel der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft waren Ende 2000 bei den 14 öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (einschließlich ARTE Deutschland) beschäftigt, der Anteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft lag 2000 sogar bei 72 % (Abbildung 07-1).
- Die Unterschiede in der Produktionsstruktur - insbesondere beim Fernsehen produzieren die öffentlich-rechtlichen Anbieter einen deutlich höheren Anteil des Programmes selbst - werden vor allem durch die Personalkostenanteile (Verhältnis 76 : 34) deutlich. Selbst wenn man berücksichtigt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk rund ein Viertel seiner Personalaufwendungen für betriebliche Sozialleistungen (vor allem für Betriebsrenten) ausgibt, arbeitet er damit insgesamt deutlich personalintensiver als der private Rundfunk.
- Auf dem TV- und Hörfunkwerbemarkten spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur noch eine geringe Rolle. Von den gesamten Werbeerträgen der Rundfunkveranstalter gingen 2000 über 92 % an die privaten Anbieter (Abbildung 07-2).

Abbildung 07-1

Entwicklungsstand des dualen Rundfunkssystems 2000

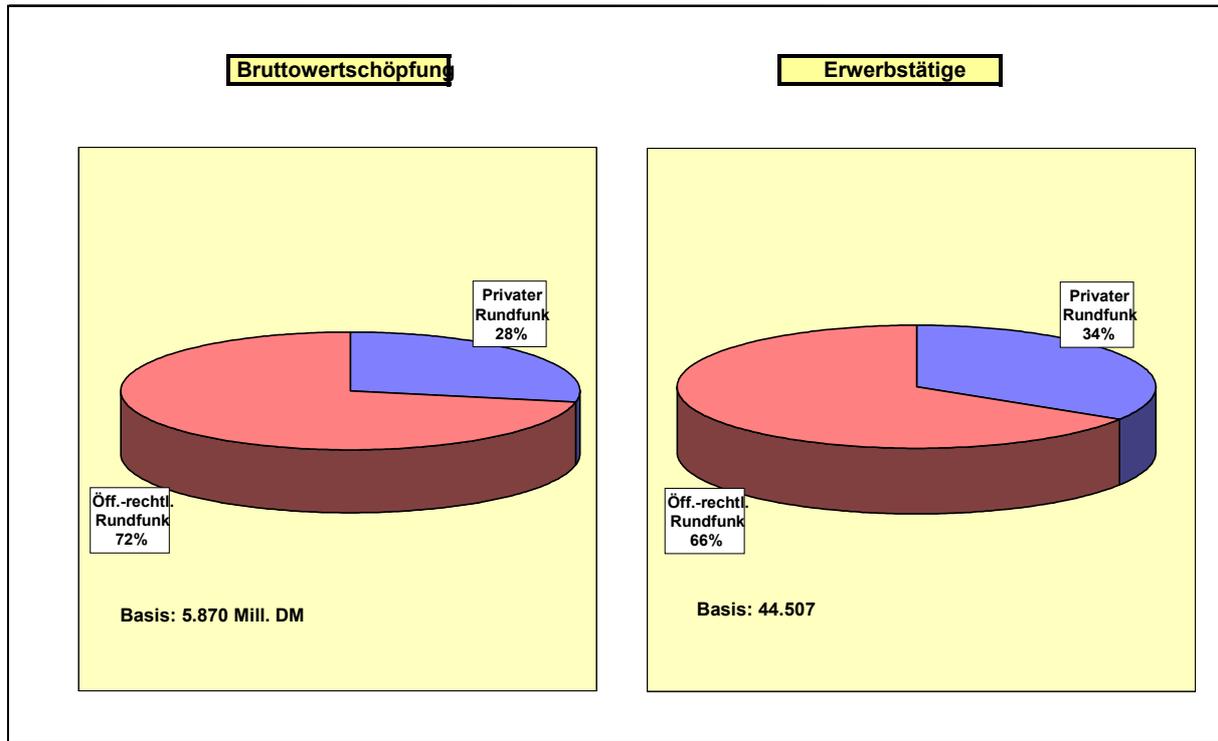
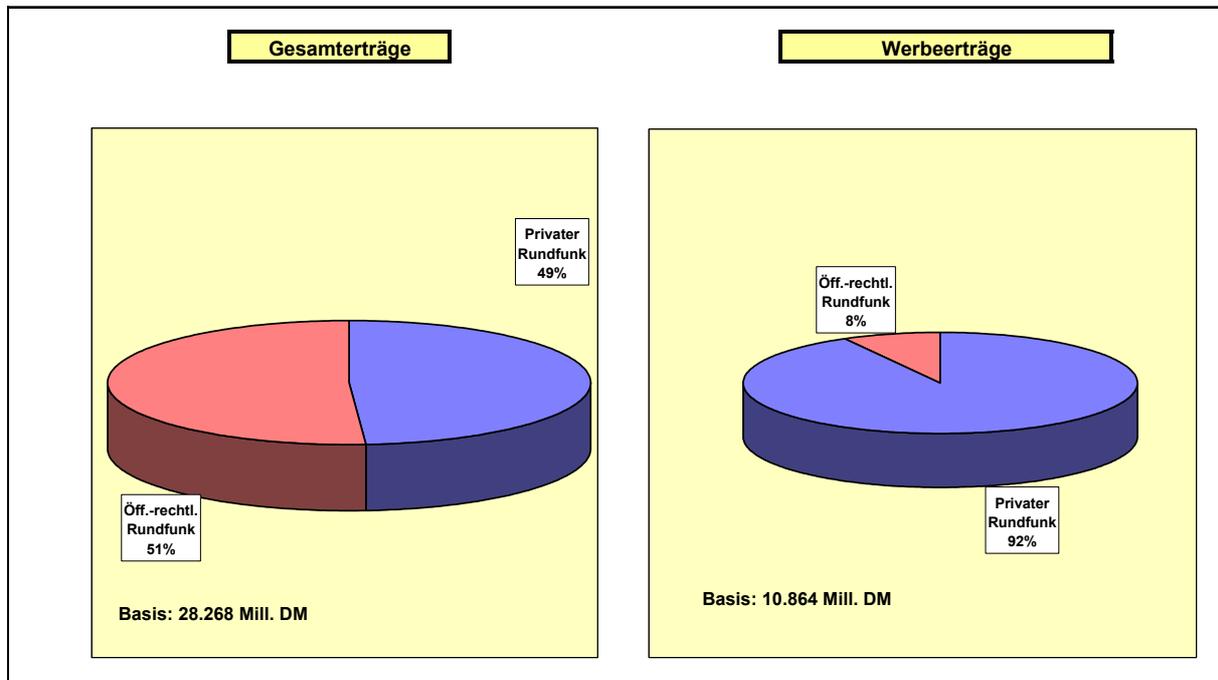


Abbildung 07-2

Entwicklungsstand des dualen Rundfunkssystems 2000



b) Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks seit 1995

Die unterdurchschnittliche Beschäftigungsentwicklung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist in erster Linie eine Reaktion auf die unterschiedlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Vergleich zu den privaten Rundfunkanbietern. Zwar sind seit 1995 im öffentlich-rechtlichen Rundfunk - ebenso wie im privaten Rundfunk - die Erträge langsamer gestiegen als die Aufwendungen. Das Entwicklungstempo bei den Einnahmen lag jedoch deutlich unter dem des privaten Bereichs (Abbildungen 07-3 und 07-4).

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

Abbildung 07-3

Entwicklung des dualen Rundfunksystems 1995 - 2000

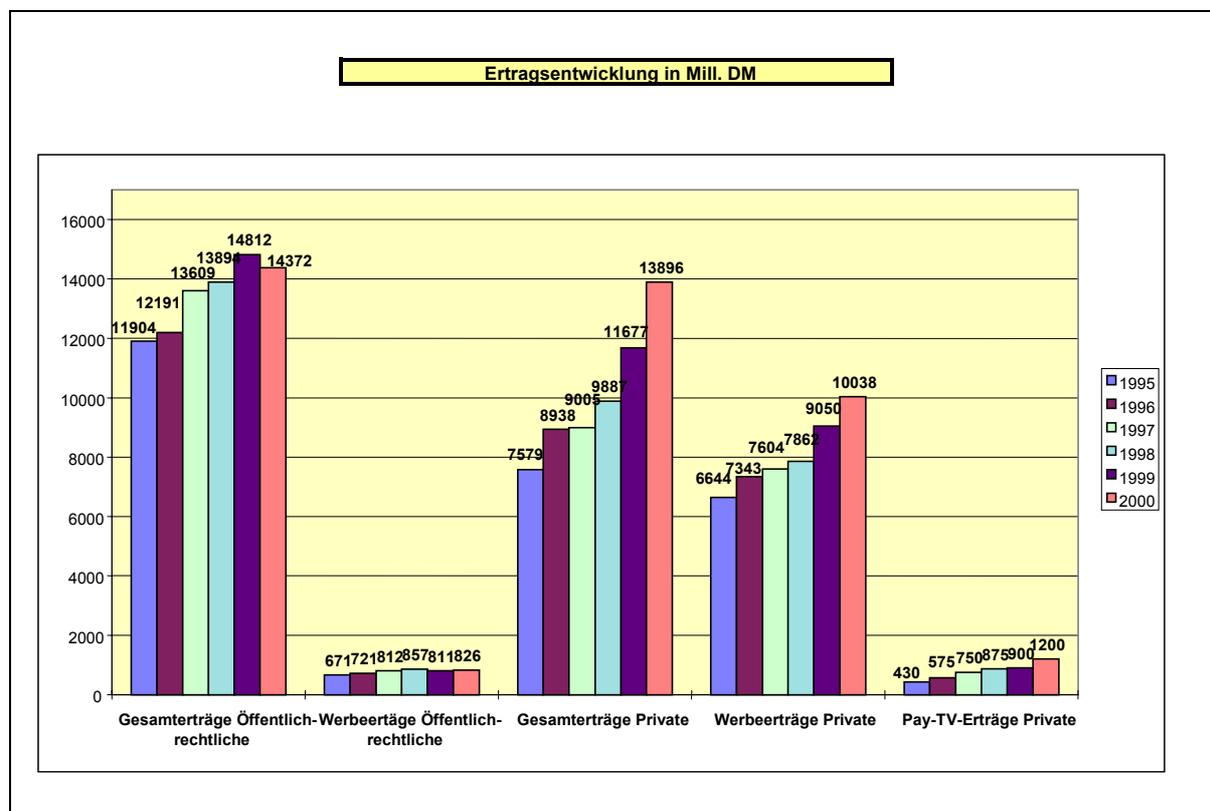
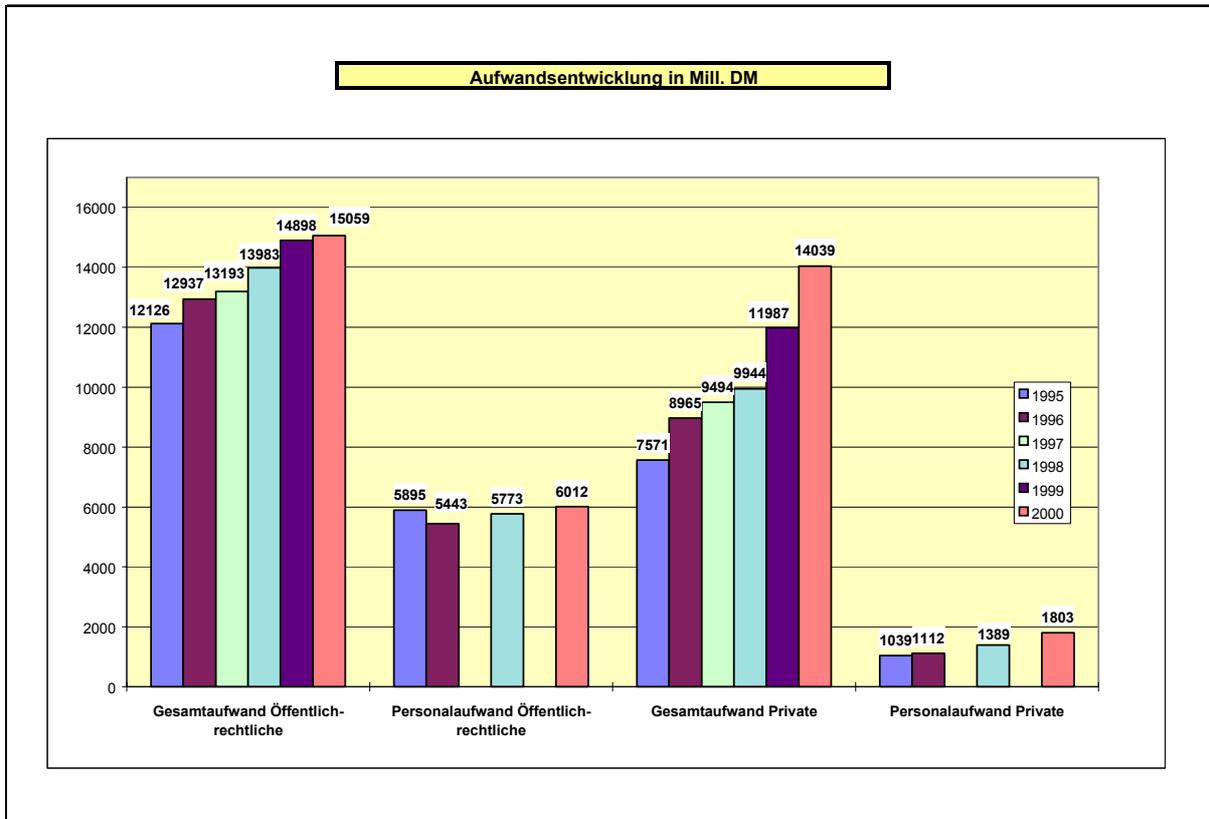


Abbildung 07-4

Entwicklung des dualen Rundfunksystems 1995 - 2000



0.8 Regionale Verteilung der Rundfunkwirtschaft 2000

Die privaten Fernsehunternehmen sind auf wenige Bundesländer konzentriert. Allein 24 der 30 bundesweiten Anbieter haben ihren Sitz in den beiden Bundesländern Bayern und Nordrhein-Westfalen, 26 von 54 Regional- und Lokalanbietern senden in Bayern. Hingegen gab es Ende 2000 in drei der 16 Bundesländer noch überhaupt kein größeres privates Fernsehunternehmen. Die regionale Konzentration ist im privaten Hörfunkbereich nicht ganz so ausgeprägt. Dennoch wurden drei Viertel (160 von 209) der Programme in den vier Flächenstaaten ausgestrahlt, die lokale Hörfunksender zugelassen haben (Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen). Bedeutend für den privaten Hörfunk ist außerdem der Großraum Berlin, in dem weitere 17 Anbieter ihren Sitz haben.

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

Betrachtet man die Kennziffern Produktionswert, Bruttowertschöpfung und Erwerbstätige so sind mehr als vier Fünftel der deutschen Rundfunkwirtschaft in sieben der sechzehn Bundesländer konzentriert. Nach den Erwerbstätigenzahlen Ende 2000 im privaten und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gab es für die Rundfunkwirtschaft in Deutschland nach der absoluten Größe folgende Rangfolge (Abbildung 08-1):

- Nordrhein-Westfalen 9 589 Erwerbstätige (davon 3 257 bei den Privaten)
- Bayern 8 630 (5 119 Private)
- Berlin-Brandenburg 4 903 (2 096 Private)
- Baden-Württemberg 4 391 (972 Private)
- Rheinland-Pfalz 4 242 (378 Private)
- Hamburg 4 010 (1 253 Private)
- Hessen 2 259 (391 Private)
- Sachsen 1 881 (338 Private)
- Niedersachsen 975 (374 Private)
- Saarland 795 (k. A.)
- Schleswig-Holstein 734 (418 Private)
- Mecklenburg-Vorpommern 686 (k. A.)
- Bremen 629 (k. A.)
- Sachsen-Anhalt 557 (102 Private)
- Thüringen 226 (99 Private)

Auch innerhalb der einzelnen Bundesländer ist die Rundfunkwirtschaft auf wenige Standorte konzentriert. Wie in den Vorjahren wurden die Erwerbstätigenzahlen der Großräume Berlin (einschließlich Potsdam), Hamburg, Köln und München (einschließlich des nahen Umlandes) gesondert ausgewertet (Abbildung 08-2). Danach befinden sich sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk über 50 % aller Rundfunkarbeitsplätze in diesen vier Städten. Beim privaten Fernsehen sind es sogar über zwei Drittel. Als Sitz der Rundfunkanstalten WDR, Deutsche Welle und Deutschlandradio hält Köln beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk allein einen Anteil von 20 %. Beim privaten Rundfunk liegt München mit 25 % der Erwerbstätigen deutlich vor Berlin mit 14 %, gefolgt von Köln mit 9 % und Hamburg mit 8 %.

Abbildung 08-1

Regionale Verteilung der Erwerbstätigen nach Bundesländern Ende 2000

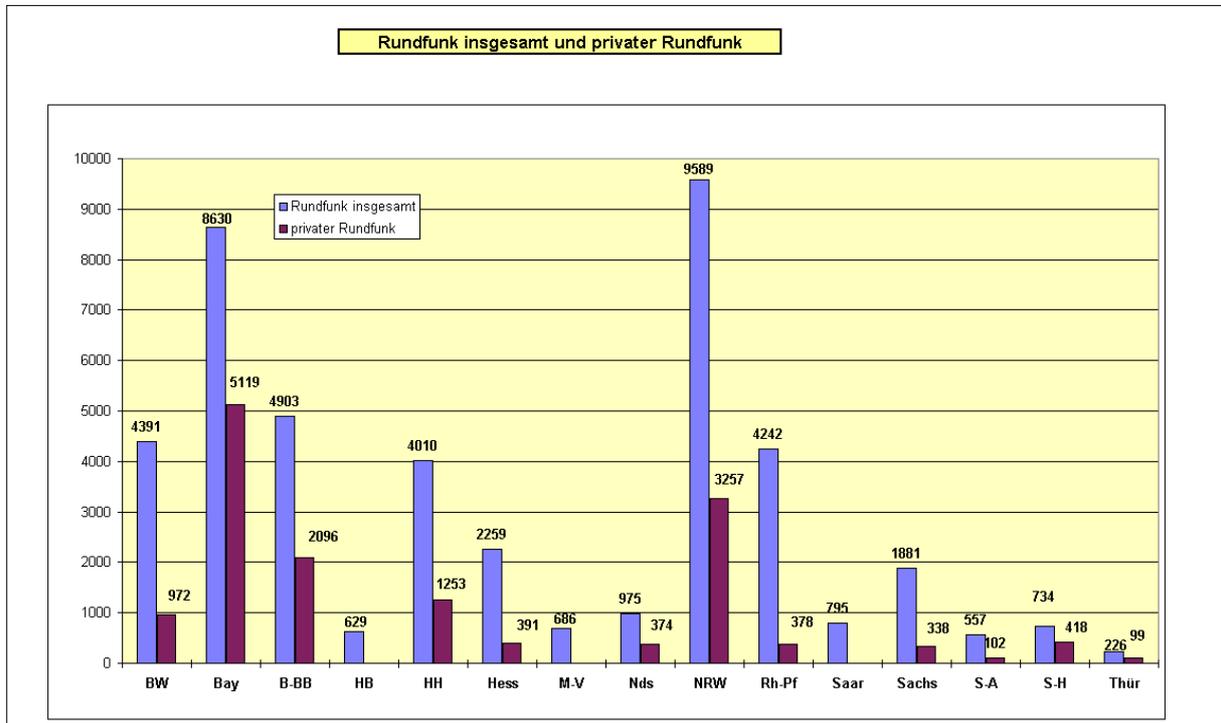
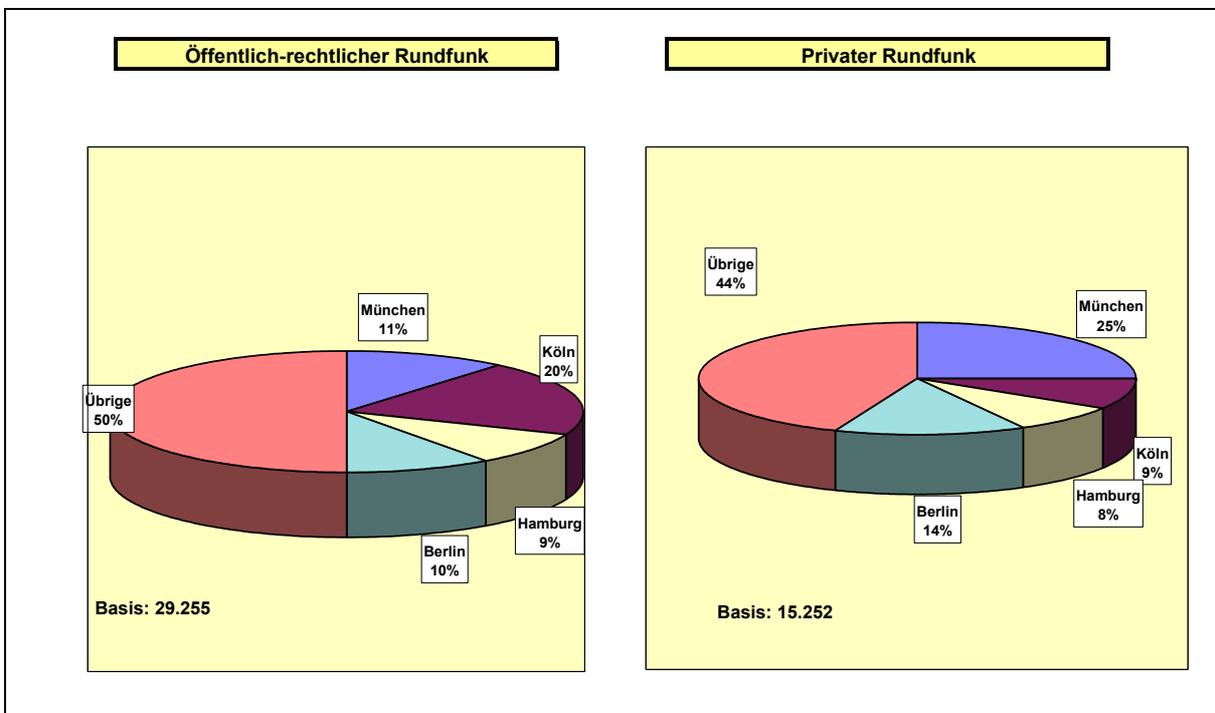


Abbildung 08-2

Verteilung der Erwerbstätigen auf die vier wichtigsten Medienstädte Ende 2000



Vergleicht man den Anteil der Bundesländer an der Rundfunkwirtschaft mit dem Beitrag des jeweiligen Landes zur Entstehung des deutschen Bruttoinlandsproduktes, so zeigt sich über-

dies, das die Rundfunkunternehmen 2000 in folgenden Ländern überdurchschnittlich zur Einkommensentstehung beigetragen haben:

- Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 26 % und einem Anteil am gesamten Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 22 %,
- Rheinland-Pfalz mit einem Anteil an der Bruttowertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 12 % und einem BIP-Anteil von 4 %,
- Berlin-Brandenburg mit 11 % Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft und einem BIP-Anteil von 6 %,
- das Saarland und Bremen mit jeweils einem Anteil an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft von 2 % und einem BIP-Anteil von 1 %.

Ein vergleichsweise hohes Gewicht innerhalb der Gesamtwirtschaft hat die Rundfunkwirtschaft darüber hinaus in Hamburg und Sachsen mit einem Anteil von jeweils 4 % an der Wertschöpfung der Rundfunkwirtschaft bei einem gleich hohen BIP-Anteil.

Auf den ersten Blick überraschend ist die Tatsache, dass die Rundfunkwirtschaft - gemessen an der Wertschöpfung - in Bayern und in Baden-Württemberg 2000 eine vergleichsweise geringe Bedeutung hatte. Deutlich unter den jeweiligen BIP-Anteilen der Bundesländer lagen außerdem die Wertschöpfungsanteile der Rundfunkwirtschaft in den Ländern Hessen und Niedersachsen. Eine getrennte Betrachtung des privaten Rundfunks zeigt, dass in Bayern hierfür die hohen Verluste der privaten Anbieter insbesondere im Pay-TV und in den übrigen genannten Ländern der jeweils geringe Umfang der privaten Rundfunkwirtschaft als Ursachen auszumachen sind.