



KEF

15. Bericht
Band 2

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

Dieser Bericht ist zu beziehen bei der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten
Geschäftsstelle, Peter-Altmeier-Allee 1, 55116 Mainz
Telefon: 0 61 31/16 47 - 30 oder - 60, Telefax: - 88
E-Mail: kef@stk.rlp.de
Internet: www.kef-online.de

Titel- und Rücken-Gestaltung Rainer Conrad

Innenseiten-Gestaltung Antoinette LePère-Design, Wiesbaden

Druck Druckzentrum Lang, Mainz



15. KEF-Bericht

Dezember 2005

Band 2



Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

Kapitel 8

Aktuelle Effekte eines Verzichts der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf Werbung und Sponsoring	11
1. Auftrag der KEF	11
2. Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten	11
2.1 ARD	12
2.2 ZDF	13
2.3 Anmerkungen zu den Ergebnissen	14
2.3.1 ARD	14
2.3.2 ZDF	15
2.4 Volumen der Werbung	17
2.5 Ergebnis für die Gebührenperiode 2005-2008	17
2.6 Weitere Effekte des Entfallens von Werbung und Sponsoring	18
3. Abschließende Bemerkung der Kommission	18
Anlage:	
Stellungnahme von ARD und ZDF zu den Effekten des Entfallens von Werbung und Sponsoring sowie zur Bedeutung von Werbung und Sponsoring für ihre publizistischen Aufgaben	19

Kapitel 9

Leistungsbericht	23
1. Vorbemerkung	25
2. Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	27
2.1 Gesamtüberblick	27
2.2 Das Erste Fernsehprogramm der ARD	32
2.3 ZDF	37
2.4 Die Dritten Fernsehprogramme der ARD	43
2.5 Die analogen Fernsehspartenkanäle	52
2.6 Die digitalen Fernsehkanäle	56
3. Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	59
3.1 Gesamtüberblick	59
3.2 Die Hörfunkprogramme der ARD	60
3.3 Deutschlandradio	68
4. Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	73
4.1 Vorbemerkung	73
4.2 Gesamtüberblick	74

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

4.3	Das Online-Gemeinschaftsangebot der ARD	77
4.4	Das Online-Angebot des ZDF	82
4.5	Das Online-Angebot der Landesrundfunkanstalten	86
4.6	Das Online-Angebot der analogen Fernsehspartenkanäle	89
4.7	Das Online-Angebot des Deutschlandradios	91

Kapitel 10

Gesamtdarstellung Personal	94
1. Strukturelle Grundlagen	94
2. Darstellung des gesamten Personalbereichs	99
3. Analyse und Bewertung der Aufwendungen für Personal und freie Mitarbeiter	103
3.1 ARD	104
3.2 ZDF	104
3.3 Deutschlandradio	104
3.4 GSEA mit mehreren Beteiligungen	105

Kapitel 11

Richtpositionenvergleich II	106
1. Darstellung der Anstalten	106
1.1 Nutzung vorhandener bzw. sich ergebender Handlungsspielräume durch Fluktuation, Organisationsänderungen oder Freiräume im Tarifgefüge	107
1.2 Umgestaltung bei technischen Entwicklungen/neuen Berufsbildern	108
1.3 Gestaltung im Rahmen von Tarifverhandlungen	109
2. Bewertung durch die Kommission	109

Kapitel 12

Produktionsbetriebe Fernsehen und Hörfunk	110
1. Darstellung	110
2. Stellungnahme der Anstalten	119
3. Bewertung durch die Kommission	120

Kapitel 13

Erhebungen der KEF im Zusammenhang mit dem Vergleich einzelner Produktionen und Feststellungen zur Qualität der Kostendaten	122
1. Zielsetzung der Erhebung	122
2. Umfang und Grundlagen der Erhebung	122
3. Ergebnisse der Erhebung	124
3.1 Wirtschaftsmagazine	124
3.1.1 Allgemeines	124
3.1.2 Kosten	125
3.1.3 Kapazitäten	126
3.1.4 Zusammenfassung Wirtschaftsmagazine/Vergleichszahlen Ersterhebung	127
3.2 Kulturmagazine	128
3.2.1 Allgemeines	128
3.2.2 Kosten	129
3.2.3 Kapazitäten	130
3.2.4 Zusammenfassung Kulturmagazine/Vergleichszahlen Ersterhebung	131
3.3 Politikmagazine	132
3.3.1 Allgemeines	132
3.3.2 Kosten	133
3.3.3 Kapazitäten	134
3.3.4 Zusammenfassung Politikmagazine/Vergleichszahlen Ersterhebung	135
3.4 Ratgebersendungen	135
3.4.1 Allgemeines	135
3.4.2 Kosten	137
3.4.3 Kapazitäten	138
3.4.4 Zusammenfassung Ratgebersendungen/Vergleichszahlen Ersterhebung	139
3.5 Tatort-Produktionen (ARD) und Samstagkrimis (ZDF)	139
3.5.1 Allgemeines	139
3.5.2 Kosten	140
3.5.3 Kapazitäten	142
3.5.4 Zusammenfassung Tatort-Produktionen und Samstagkrimis/ Vergleichszahlen Ersterhebung	142
4. Kostenvergleich auf Basis der Selbstkosten	146

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

5. Stellungnahmen der Anstalten	148
5.1 ARD	148
5.2 ZDF	149
6. Abschließende Anmerkungen der Kommission	149

Kapitel 14

Programmverratshaltung Fernsehen	151
1. Entwicklung des Programmvermögens Fernsehen	151
2. Spielfilmvorräte	153
3. Durchschnittliche Minutenkosten der fertigen Programmverratshaltung	154
4. Sendungen	155
5. Bevorratungsquoten	156
6. Abschreibungen auf Programmvermögen	158
7. Geplante Bestandsveränderungen bei den Programmverratshaltungen Fernsehen	158
8. Stellungnahmen der Anstalten	159
9. Bewertung durch die Kommission	159

Kapitel 15

Ausstrahlung der Programme	160
-----------------------------------	------------

Kapitel 16

Prüfungsschwerpunkte zur Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit	164
Verwaltungskosten	164
1. Darstellung der Anstalten	164
1.1 Verwaltungskosten allgemein	164
1.2 Intendanz	166
1.3 Honorare und Lizenzen	166
1.4 Organisation und Datenverarbeitung	168
1.5 Verwaltungskostenvergleich Hörfunk und Fernsehen	168
2. Bewertung durch die Kommission	169
2.1 Verwaltungskosten allgemein	169
2.2 Intendanz	169
2.3 Honorare und Lizenzen	170
2.4 Organisation und Datenverarbeitung	170

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen	171
1. Darstellung der Anstalten	172
1.1 ARD	172
1.2 ZDF	174
1.3 Deutschlandradio	175
1.4 ARTE	176
2. Bewertung durch die Kommission	177
3. Grundzüge für ein kooperatives Marketing	178
3.1 Darstellung der Anstalten	178
3.2 Bewertung durch die Kommission	178
4. Kosten-Nutzen-Analyse	179
4.1 Darstellung der Anstalten	179
4.2 Bewertung durch die Kommission	180
Outsourcing	181

Auftrag/Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten

Aktuelle Effekte eines Verzichts der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf Werbung und Sponsoring

Auf Bitten der Rundfunkkommission der Länder hat die Kommission die im 12. Bericht vorgelegte Darstellung der Auswirkungen eines Verzichts der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf Werbung und Sponsoring aktualisiert.

Für die Gebührenperiode 2005-2008 ergäbe sich die Notwendigkeit eines Ausgleichs durch einen Gebührensatzschlag von 1,42 Euro, wovon 1,24 Euro auf Werbung und 0,18 Euro auf Sponsoring entfallen. Der Betrag von 1,42 Euro verteilt sich auf 0,95 Euro bei der ARD und 0,47 Euro beim ZDF. Die KEF hat den folgenden Bericht bereits am 30. August 2005 den Ländern und der Rundfunkkommission zugeleitet.

1. Auftrag der KEF

Die **Rundfunkkommission** hat mit Schreiben des Herrn Staatssekretär Stadelmaier vom 14. Dezember 2004 die KEF gebeten, die Darstellung der Auswirkungen eines Verzichts der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf Werbung und Sponsoring zu aktualisieren, die von der Kommission in ihrem 12. Bericht vorgelegt worden war. Tz. 312

In einer Protokollerklärung aller Länder zu § 19 Rundfunkstaatsvertrag haben diese anlässlich der Beschlussfassung zum 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Aussicht genommen, „den Stellenwert von Werbung und Sponsoring zu prüfen und deren Bedeutung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu klären.“

In ihrem 12. Bericht vom Dezember 1999 hatte die KEF auf die Bitte der Ministerpräsidentenkonferenz „einen Sonderbericht zu erstatten, in dem die Auswirkungen einer Werbe- und Sponsoringfreiheit auf die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks untersucht werden, insbesondere unter Berücksichtigung der Bemessung der Höhe der Rundfunkgebühr“ eine Darstellung solcher Auswirkungen vorgelegt (11. Kapitel des 12. Berichts). Die Kommission ist damals zu dem Ergebnis gekommen, dass zum Ausgleich eines Wegfalls von Werbung und Sponsoring der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine Gebührenerhöhung von insgesamt 3,02 DM erforderlich wäre. Bei dieser würden 1,99 DM auf die ARD und 1,03 DM auf das ZDF entfallen. Ein Verzicht auf Sponsoring müsste mit einer Erhöhung der Gebühr um 0,18 DM kompensiert werden. Tz. 313

2. Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten

Die Effekte eines Verzichts auf Werbung und Sponsoring im laufenden Gebührenzeitraum 2005-2008 lassen sich nicht durch einfache Fortschreibung der Ergebnisse des 12. Berichts feststellen. Denn die Nettoauswirkungen ergeben sich aus der **Verrechnung von Erlösminderungen einerseits und den Aufwandsminderungen und -erhöhungen andererseits**, die sich nicht gleichmäßig entwickelt haben. Es bedarf daher einer aktuellen Ermittlung der relevanten Rechnungsfaktoren. Hierfür soll von den Anmeldungen der Anstalten zum 15. Bericht ausgegangen werden. Tz. 314

Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten

Tz. 315 Die Auswirkungen des Verzichts auf Werbung und / oder Sponsoring ergeben sich nach folgendem Wirkungsschema:

A.	+	Entfallende Erlöse / Vorsteuerabzug
B.	./.	Entfallende Aufwendungen
C.	+	Zusätzliche Aufwendungen
		= Zusätzlicher Finanzbedarf

Tz. 316 Auf Grundlage der Anmeldungen zum 15. Bericht sowie unter Hinzunahme der von den Anstalten eingeholten weiteren Auskünfte und unter Berücksichtigung der von der Kommission vorgenommenen Anpassungen sind demnach die folgenden Rechnungen anzustellen.

2.1 ARD

Tz. 317 Die Auswirkungen des Entfallens von Werbung und Sponsoring sind für die ARD-Anstalten in den Tabellen 55 und 56 dargestellt.

Tab. 55 Entfallen von Werbung und Sponsoring bei der ARD 2005-2008 (in Mio. Euro)

	Anmeldung zum 15. Bericht	Anpassung	Ergebnis
A. Entfallende Erlöse/Vorsteuerabzug			
Nettoumsätze Werbung HF und FS	1.427,6	+ 12,0	1.439,6
Nettoumsätze Sponsoring	180,4	+ 16,7	197,1
Vorsteuerabzug (USt.)	81,3	+ 2,8	84,1
Sonstige Erlöse im Zusammenhang mit Werbegeschäften	5,7		5,7
Zwischensumme	1.695,0	+ 31,5	1.726,5
B. Entfallende Aufwendungen			
Eigenkosten der Werbegesellschaften	- 235,3		- 235,3
Ertragsteuern Werbung/Sponsoring (KSt, GewSt)	- 143,3	- 1,2	- 144,5
Provisionen AS&S	- 90,9	- 0,8	- 91,7
Zwischensumme	- 469,5	- 2,0	- 471,5
C. Zusätzliche Aufwendungen			
Zusätzliche Programmkosten			
FS:	186,0	- 6,0	180,0
HF:	49,5	- 19,5	30,0
bis 2008 verbleibende Sach- und Personalkosten	137,7		137,7
Einmalige Aufwendungen Sozialplan	10,1		10,1
Zwischensumme	383,3	- 25,5	357,8
Zusätzlicher Finanzbedarf	1.608,8	+ 4,0	1.612,8

Tab. 56 Gesondert - Entfallen von Sponsoring in der ARD 2005-2008 (in Mio. Euro)

	Anmeldung zum 15. Bericht	Anpassung	Ergebnis
Nettoumsatzerlöse Sportsponsoring	79,0	+ 8,2	87,2
Nettoumsatzerlöse Programmsponsoring	101,4	+ 8,5	109,9
Zwischensumme	180,4	+ 16,7	197,1

Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten

2.2 ZDF

Die Auswirkungen des Entfallens von Werbung und Sponsoring sind für das ZDF in den Tabellen 57 und 58 dargestellt.

Tz. 318

Tab. 57 Entfallen von Werbung und Sponsoring beim ZDF 2005-2008 (in Mio. Euro)

	Anmeldung zum 15. Bericht	Anpassung	Ergebnis
A. Entfallende Erlöse/Vorsteuerabzug			
Nettoerlöse Werbung	470,0	+ 25,0	495,0
Nettoerlöse Sponsoring	90,0	+ 8,0	98,0
Vorsteuerabzug (USt.)	28,2	+ 1,6	29,8
Sonstige Erlöse im Zusammenhang mit Werbegeschäften	1,6		1,6
Zwischensumme	589,8	+ 34,6	624,4
B. Entfallende Aufwendungen			
Personal	- 5,3		- 5,3
Körperschaftsteuer	- 30,6	- 1,8	- 32,4
Gewerbesteuer	- 19,8	- 1,1	- 20,9
Sonstiges	- 18,8		- 18,8
Zwischensumme	- 74,5	- 2,9	- 77,4
C. Zusätzliche Aufwendungen			
Zusätzliche Programmkosten	215,9	- 35,9	180,0
bis 2008 verbleibende Sach- und Personalkosten	7,4		7,4
Zwischensumme	223,3	- 35,9	187,4
Zusätzlicher Finanzbedarf	738,6	- 4,2	734,4

Tab. 58 Gesondert – Entfallen von Sponsoring im ZDF 2005-2008 (in Mio. Euro)

	Anmeldung zum 15. Bericht	Anpassung	Ergebnis
Nettoumsatzerlöse Sportsponsoring	38,3	+ 3,7	42,0
Nettoumsatzerlöse Programmsponsoring	51,7	+ 4,3	56,0
Zwischensumme	90,0	+ 8,0	98,0

Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten

2.3 Anmerkungen zu den Ergebnissen

Tz. 319 Die Kommission geht aufgrund der Prüfung der Anmeldungen davon aus, dass im Gebührenzeitraum 2005-2008 bei der ARD insgesamt 12 Mio. Euro mehr Werbeerlöse und 16,7 Mio. Euro mehr Sponsoringerlöse erzielt werden dürften. Beim ZDF werden im Verhältnis zu den Anmeldungen von der Kommission 25 Mio. Euro mehr bei Werbung und 8 Mio. Euro mehr bei Sponsoring angesetzt.

Zum erforderlichen Programmaufwand für den Ersatz der Werbung durch Programm ist Folgendes zu sagen:

2.3.1 ARD**Fernsehen**

Tz. 320 Für 2005-2008 hält die ARD einen Programmaufwand von 186 Mio. Euro für erforderlich, um die entfallenden Werbeflächen durch Programm zu ersetzen. Davon entfallen 162,2 Mio. Euro auf die harte Werbung, 19,8 Mio. Euro auf Überleitungen und der Rest (4,0 Euro Mio.) auf Ausstrahlungskosten. Dies entspricht bei jährlich 6.100 Minuten harter Werbung und 743 Minuten Überleitungen Selbstkosten von 6.646 Euro pro Minute, die etwa 400 Euro pro Minute unter den Selbstkosten für das harmonisierte Vorabendprogramm nach dem „ARD-Kostenvergleich 2003“ liegen.

Zwar entfällt bei einem Wegfall von Werbung und Sponsoring der Zwang zu besonderer Masseattraktivität, der den vergleichsweise hohen Aufwand für das Vorabendprogramm ausgelöst hat. Deshalb ist zu fragen, ob den Anstalten nicht ein geringerer Aufwand genügen würde, um ihren Programmauftrag zu erfüllen. Dabei ist allerdings nicht zu übersehen, dass die ARD gegenüber dem 12. KEF-Bericht ihren Aufwand von damals rd. 9.970 Euro pro Sendeminute mittlerweile beträchtlich reduziert hat. Außerdem ist ihr das Bestreben, ein jüngeres Publikum für das Vorabendprogramm zu erhalten, nicht zu verwehren. Die Kommission erkennt deshalb die Vorstellungen der ARD im Grundsatz an.

Nach Kürzung der Ausstrahlungskosten, die auch schon für die Werbung anfielen, geht sie – abgerundet – von einem Betrag von **180 Mio. Euro für den Ersatz der harten Werbung durch Programm** aus.

Hörfunk

Tz. 321 Beim Hörfunk setzt die ARD einen Aufwand von 49,5 Mio. Euro für 2005-2008 an, um die zuletzt (2004) gesendeten 229.411 Minuten harter Werbung durch Programm zu ersetzen. Dabei geht sie von durchschnittlichen Selbstkosten von rd. 52 Euro pro Minute (2005) aus. Die Selbstkosten streuen bei Betrachtung der einzelnen Anstalten auf der Basis 2003 zwischen 22,76 Euro (SR) und 93,49 Euro (WDR) und darüber hinaus auch innerhalb der Anstalten sehr stark nach Art des Programms. Außerdem sind die kostengünstigeren – populären – Programme die hauptsächlichen Werbeträger, während bei den teuren Programmen (Kultur und Bildung, klassische Musik) die Werbung eine untergeordnete Rolle spielt.

Die **Kommission kürzt deshalb den Ansatz der ARD pauschal auf 30 Mio. Euro.**

2.3.2 ZDF

Das ZDF macht für 2005-2008 für den Ersatz von pauschal jährlich 6.240 Minuten harter Werbung durch Programm einen Aufwand von 215,9 Mio. Euro geltend, der vor allem für die Verlängerung von Serien eingesetzt werden soll. Dies entspricht Selbstkosten von 8.650 Euro pro Minute. Die Überlegungen, die die Kommission bei der ARD zum notwendigen Aufwand angestellt hat, gelten entsprechend für das ZDF.

Tz. 322

Die Kommission hält den Betrag von 180 Mio. Euro auch beim ZDF für ausreichend.

Der bei Entfallen von Werbung und Sponsoring entstehende Finanzbedarf wird auch durch **zusätzliche Aufwendungen** beeinflusst. Dies sind nicht nur zusätzliche Programmkosten, sondern auch kurzfristig nicht abbaubare Sach- und Personalkosten sowie (bei der ARD) einmalige Sozialplanaufwendungen.

Tz. 323

Die **Entwicklung der TV-Nettowerbeumsätze** von ARD und ZDF verdeutlicht Abb. 10. Für die Jahre 2001-2003 wurden die Ist-Zahlen, für das Jahr 2004 das vorläufige Ist und für den Zeitraum 2005-2008 die Anmeldung der Anstalten zum 15. Bericht zu Grunde gelegt.

Tz. 324

Die Entwicklung der Nettowerbeumsätze der ARD ist durch eine leicht steigende Tendenz gekennzeichnet und bildet die Jahre mit und ohne Sportgroßereignisse deutlich ab. Nach Auffassung der Kommission könnte die positive Tendenz der Nettowerbeumsätze auch in eine positive Entwicklung der Werbeerträge umgesetzt werden.

Die Entwicklung beim ZDF verläuft mit geringeren jährlichen Veränderungen. Für die Jahre 2007 und 2008 erwartet die Anstalt aufgrund aktueller Fachprognosen eine positive Entwicklung der Nettowerbeumsätze, die in Abbildung 10 noch nicht berücksichtigt ist. Nach Auffassung der Kommission könnten die Chancen in den Jahren mit Großsportereignissen genutzt werden, um zu einer nachhaltigen Stabilisierung und Verbesserung zu gelangen.

Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten

Vergleich der TV-Nettowerbeumsätze ARD und ZDF

in Mio. Euro

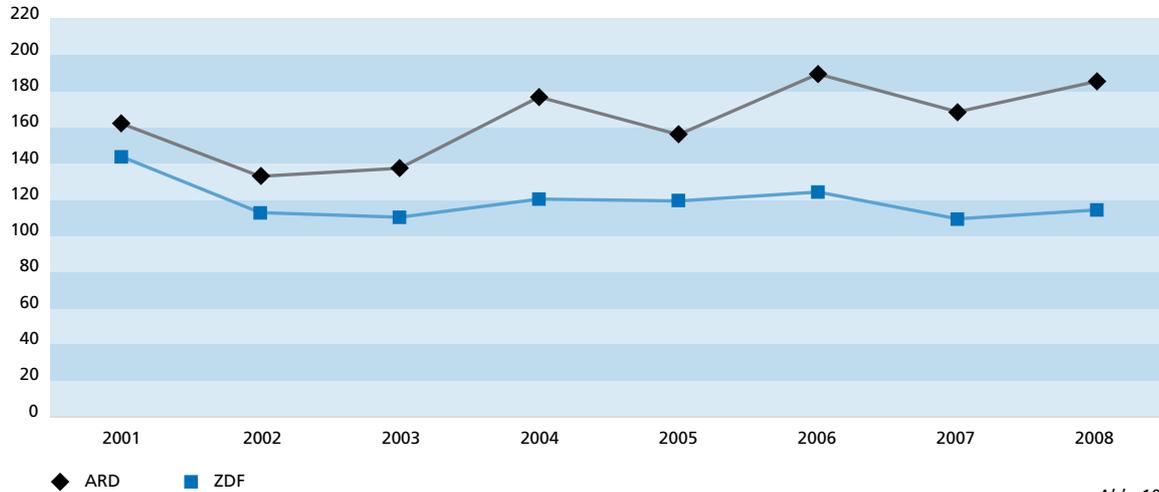


Abb. 10

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ARD	163,1	133,7	138,1	177,8	156,9	190,5	169,5	186,5
ZDF	144,8	113,5	111,0	121,0	120,0	125,0	110,0	115,0

* Umsätze aus Bundesliga-Übertragungen seit Mitte 2003 eingerechnet

2.4 Volumen der Werbung

Die **Fernsehwerbung** des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde mit der Gründung des ZDF auf 20 Minuten an Werktagen bis 20.00 Uhr und in Form von Blockwerbung **beschränkt**. In den Rundfunkstaatsverträgen von 1987 und 1991 wurde auch die **Hörfunkwerbung** auf 90 Minuten an Werktagen **zeitlich begrenzt**, sofern nicht am Stichtag 01.01.1987 schon mehr Werbung ausgestrahlt wurde. Dieser Rahmen ist bei einzelnen Rundfunkanstalten, etwa beim NDR, durch landesgesetzliche Regelungen noch enger gesteckt worden. Der Rundfunkstaatsvertrag beschränkt die Fernsehwerbung explizit auf das Erste und das Zweite Fernsehprogramm.

Tz. 325

Die Landesrundfunkanstalten dürfen **werktäglich maximal 20 Minuten Werbung** im Jahresdurchschnitt ausstrahlen.

TV-Werbung kann von der **ARD** an insgesamt 303 Tagen ausgestrahlt werden. Folgende Sendezeiten sind beim Entfallen von Werbung im harmonisierten Vorabendprogramm des ARD-Fernsehens (Basisjahr 2004) zu ersetzen:

Mögliche jährliche Werbeminuten	6.100 min
Sendeminuten Spot / Überleitungen (harmonisiertes Vorabendprogramm)	743 min

In der Hörfunkwerbung müssten die Anstalten die Sendezeiten für die der ARD derzeit in der Regel gestatteten werktäglichen 90 Minuten mit Ersatzprogramm ausfüllen.

Die Gesamtdauer der Werbung für das ZDF ist nach § 16 Rundfunkstaatsvertrag auf 20 Minuten werktäglich im Jahresdurchschnitt festgesetzt. Nicht vollständig genutzte Werbezeit darf höchstens bis zu fünf Minuten werktäglich nachgeholt werden.

TV-Werbung kann vom ZDF an insgesamt 307 Tagen ausgestrahlt werden. Die Abweichung zur ARD beruht auf den unterschiedlichen Feiertagsregelungen in den Ländern.

Folgende Sendezeiten sind beim Entfallen von Werbung im ZDF zu ersetzen (Basisjahr 2004):

Mögliche jährliche Werbeminuten	6.240 min
Sendeminuten Spot / Überleitungen	1.020 min

2.5 Ergebnis für die Gebührenperiode 2005-2008

Für die Gebührenperiode 2005-2008 ergibt sich die **Notwendigkeit eines Ausgleichs durch einen Gebührensatzschlag von 1,42 Euro**.

Tz. 326

Davon entfallen auf **Werbung 1,24 Euro** und auf **Sponsoring 0,18 Euro**.

Von 1,42 Euro entfallen
0,95 Euro auf die ARD
0,47 Euro auf das ZDF.

Ermittlung von Mindererlösen und Mehrkosten / Abschließende Bemerkung

2.6 Weitere Effekte des Entfallens von Werbung und Sponsoring

Tz. 327 In den heute praktizierten Kommunikationsstrategien stellen **Werbung und Sponsoring** sich **ergänzende Faktoren** dar. Dementsprechend kann man nicht davon ausgehen, dass sich die Auswirkungen eines Verzichts lediglich auf Sponsoring ausschließlich auf diese Werbeform beschränken. Es sind auch bei der Spot-Werbung Erlösminderungen zu erwarten, da die Formen des komplementären Auftritts von Unternehmen sowohl in der Werbung als auch im Sponsoring für die öffentlich-rechtlichen Anstalten damit entfielen. Diese Auswirkungen könnten aber erst in der Marktpraxis quantifiziert werden.

Die Stellungnahmen der ARD und des ZDF zu den weiteren Effekten des Entfallens von Werbung und Sponsoring sowie zur Bedeutung von Werbung und Sponsoring für ihre publizistischen Aufgaben sind in der Anlage zu diesem Bericht wiedergegeben.

Die Anstalten haben noch darauf hingewiesen, dass der Anteil von Werbung und Sponsoring der kleinen Anstalten RB und SR an deren Gesamteinnahmen im ARD-Vergleich überproportional hoch ist. Die kleinen Anstalten wären daher von einem Wegfall von Werbung und Sponsoring stärker als die anderen betroffen. Dies würde eine weitere Schwächung dieser Anstalten bedeuten.

3. Abschließende Bemerkung der Kommission

Tz. 328 Bei der Ermittlung der Auswirkungen eines Verzichts auf Werbung und/oder Sponsoring auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten kann die Kommission lediglich den für die Anstalten unmittelbar wirksamen **ökonomischen Aspekt** darstellen.

Das Ergebnis der Untersuchung zeigt, dass ein vollständiger oder teilweiser Verzicht auf Werbung oder Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in jedem Fall eine **signifikante Auswirkung auf die Höhe der Rundfunkgebühr** hätte. Es ist allein Sache der Länder, über Beschränkungen oder das Entfallen von Werbung und/oder Sponsoring zu entscheiden.

Stellungnahme von ARD und ZDF zu Effekten des Entfallens von Werbung und Sponsoring sowie zur Bedeutung von Werbung und Sponsoring für ihre publizistischen Aufgaben

Die Ermittlung der Auswirkungen eines Verzichts auf Werbung und/oder Sponsoring durch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten kann lediglich den für die Anstalten unmittelbar wirksamen ökonomischen Aspekt darstellen. Nicht Gegenstand der Betrachtung der KEF sind die weiteren Fragen z.B. der evtl. programmlichen Auswirkungen eines Verzichts, der Einfluss auf das Verhalten der werbungstreibenden Wirtschaft und dessen Auswirkungen auf den Rundfunk-Werbemarkt.

Werbung und Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind nie Selbstzweck. Sie dienen der Finanzierung des Gesamtprogramms und sind dem öffentlich-rechtlichen Programmauftrag untergeordnet. Über die reine Ertragsseite hinaus sind Werbung und Sponsoring für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk aus einer Vielzahl von Gründen höchst wichtige Instrumente. Im Einzelnen sind dies:

- Werbe- und Sponsoringeinnahmen bieten ein Stück Flexibilität und Unabhängigkeit: Anders als die Gebühren, die über einen bestimmten Zeitraum festgeschrieben sind, ermöglichen diese Finanzierungsquellen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein gewisses, wenn auch begrenztes Maß an flexibler Reaktion auf unvorhergesehene Entwicklungen des Finanzbedarfs und sichern ihm damit ein Stück Unabhängigkeit.
- Werbe- und Sponsoringeinnahmen halten die Gebühr niedriger: Diese Erträge entlasten den Gebührenzahler und helfen mit, die Sozialverträglichkeit der Rundfunkgebühr zu gewährleisten.
- Werbung ist selbstverständlicher Teil eines modernen Vollprogramms: Werbung als essentieller und akzeptierter Faktor der Marktwirtschaft ist auch selbstverständlicher Teil des täglichen Lebens. Werbung sorgt für Markttransparenz und dient der Information der Zuschauer über das Wirtschaftsleben, über Produkte, Preise und Märkte. Deshalb gehört sie zu einem Vollprogramm, das die Lebenswirklichkeit der Menschen in der heutigen Gesellschaft widerspiegeln will.
- Das werbefinanzierte Vorabendprogramm bindet junge Zuschauer an ARD und ZDF: In diesem Programmsegment, das sich aus Werbung finanziert, muss sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk der unmittelbaren Reichweitenkonkurrenz der Privatsender stellen. Hier ist es ARD und ZDF gelungen, jüngere Zuschauer, sowohl Frauen als auch Männer, für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zurückzuholen und zu binden. Als Einstiegstor in den Fernsehabend sorgt das Vorabendprogramm für eine ausgeglichene demografische Struktur des Gesamtpublikums. Zielgruppen, die sonst für den öffentlich-rechtlichen Programmauftrag kaum erreichbar wären, werden an ARD und ZDF herangeführt.
- Öffentlich-rechtliche Werbung hat offensichtlich die Funktion eines Werbemarktkorrektivs: Die werbungsführenden Vorabendprogramme von ARD und ZDF vor 20 Uhr stellen sicher, dass im TV-Werbemarkt wenigstens zwischen 18 und 20 Uhr Wettbewerb herrscht. Nach 20 Uhr, wenn

Anlage

ARD/ZDF nicht mehr werben dürfen, verlangen die Privaten nach wie vor zum Teil erheblich höhere Tausendkontaktpreise als vor 20 Uhr. Ohne Werbung bei ARD/ZDF würde sich diese monopolistische Stärke der Privat-TV-Vermarkter noch erheblich verschärfen. Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk dagegen erhöht die Wahlmöglichkeiten und belebt den Markt.

- Gleiches gilt auch für den Sponsoring-Markt: Eine Monopolisierung des Sponsorings (oder auch nur eine Teilmonopolisierung nach 20 Uhr) bei privat-kommerziellen Anbietern hätte ähnliche Auswirkungen auf die Preispolitik wie im Werbemarkt. Nur der Wettbewerb zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten sorgt für eine wirtschaftliche und wettbewerbsfähige Tarifikalkulation für die Kunden.
- Werbung bei ARD/ZDF bietet der Werbewirtschaft attraktive Zielgruppen und ist im Werbemarkt konkurrenzfähig: Bestimmte hochwertige Zielgruppen sind für die Werbewirtschaft über die privaten Programme nur schwer oder nicht erreichbar (z. B. Selektivseher, Entscheider, Kulturorientierte, etc.). Bis zu einem Drittel aller Personen, die an einem Tag fernsehen, widmen sich exklusiv den öffentlich-rechtlichen Programmen. Ohne Werbung bei ARD und ZDF wären diese in der Regel kaufkräftigen Premium-Zielgruppenpotenziale der Werbewirtschaft entzogen – das bedeutet aus gesamtwirtschaftlicher Sicht eine gravierende Einschränkung für die deutsche Wirtschaft.

Der Erfolg einer Produktinformation hängt nicht allein von der Glaubwürdigkeit ihres Inhalts ab, Image und Akzeptanz von Werbung profitieren ebenso von einem positiven Werbeträgerimage und der Qualität des Programmumfelds. Die öffentlich-rechtlichen Programme verbinden Qualitätsumfelder mit Zielgruppenqualität.

- Radiowerbung in der ARD sichert die Existenz des Werbeträgers Radio: Werbung in der ARD-Hörfunkprogrammen ist für die Werbewirtschaft unerlässlich, da sie sonst mehr als die Hälfte aller Radiohörer tagsüber nicht mehr erreichen kann. Darunter sind auch die attraktiven Premium-Zielgruppen, die sich stärker bei den ARD-Programmen wiederfinden. Radiowerbung im Media-Mix wäre dann auch keine relevante Alternative mehr, und das wäre insbesondere für die werbefinanzierten Privatradios schlecht.
- Werbung und Sponsoring sind notwendige Instrumente für den Programmrechte-Erwerb: Werbung und vor allem Sponsoring sind heute zwingend erforderlich zur Refinanzierung des Rechte-Erwerbs – nicht nur im Bereich des Sports, sondern auch im Rahmen größerer Events, die zum Programmauftrag der Öffentlich-rechtlichen gehören und dort auch vom Publikum erwartet und nachgefragt werden. Eine Gesamtvermarktung von großen, insbesondere den internationalen Sportereignissen ist heute ohne Sponsoring nicht mehr möglich, da die Rechte meist vertraglich an begleitende Sponsoringmöglichkeiten gekoppelt sind und es daher gar keine Wahlfreiheit gibt. Die Wettbewerbsfähigkeit von ARD und ZDF beim Sportrechte-Erwerb wäre ohne dieses Instrument massiv eingeschränkt. Dies gilt in besonderem Maße für die Möglichkeit, nach 20 Uhr sowie an Sonn- und Feiertagen Sponsorhinweise zu schalten. Gerade die Übertragung von Großveranstaltungen von nationalem Interesse wäre den Öffentlich-rechtlichen unmöglich.

- Sponsoring bietet Flexibilität und Entwicklungschancen: Der Sponsoring-Markt wächst seit vielen Jahren kontinuierlich und dynamisch. So haben sich beispielsweise die weltweiten Sponsoringlöhne aus dem Verkauf der Olympischen Spiele zwischen 1985 und 2004 versechsfacht.
- Beschränkungen von Sponsoring gefährden auch das konventionelle Werbegeschäft im Rundfunk: Werbung und Sponsoring sind sich ergänzende Bausteine, die gemeinsam eine wirkungsvolle Kommunikationsstrategie ermöglichen. Sponsoring wird so gut wie nie allein eingesetzt, die Verschränkung mit klassischen Werbeformen nimmt in den letzten Jahren immer mehr zu. Laut einer Umfrage der Bob Bomlitz Group, die alle zwei Jahre durchgeführt wird, ist Sponsoring 2004 bei fast drei Viertel der 200 umsatzstärksten deutschen Unternehmen (74 %) fester Bestandteil ihres Kommunikationsmix – gegenüber 2002 ist dies ein Anstieg um fast 5 Prozentpunkte (Sponsoring Trends 2002 und 2004).
- Von der Kombination der klassischen Werbespots mit Sponsoring erwarten die Unternehmen eine stärkere Wirkung ihrer Werbebotschaften. Zahlreiche Studien haben die Wirkungssteigerung dieser Kombination inzwischen belegt. Ein Wegfall oder eine Beschränkung des Sponsorings (z.B. nach 20 Uhr) würde daher auch das klassische Werbegeschäft stark beeinträchtigen und damit auch den Finanzierungsbeitrag der klassischen Werbung zur Gesamtfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramms schmälern.
- Umgekehrt gilt: Über Sponsoring können Neu- und Nichtkunden für das Werbegeschäft von ARD und ZDF gewonnen werden. Wie schon im Sonderbericht „Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ von ARD, ZDF und KEF aus dem Jahr 2001 dargestellt, kommt dem Sponsoring eine „Schlüsselreizfunktion“ zu. Die Erfahrungen von ARD und ZDF bei der Vermarktung des Sponsorings haben gezeigt, dass die Werbekunden zunehmend die synergetischen Potenziale der Verbindung ihrer Sponsorhinweise mit klassischer Werbung nutzen wollen. Damit ergeben sich für ARD und ZDF Möglichkeiten, sowohl Neukunden als auch Nichtkunden der Werbung am Vorabend zuzuführen.
- Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk bietet der Bewirtschaftung (wie bei der klassischen Werbung) Programm- und Zielgruppenqualität: Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ermöglicht die Belegung von Qualitätsumfeldern, die für die Image- und Markenbildung eines Unternehmens wichtig sind. Der positive Transfer der seriösen und glaubwürdigen Premium-Umfelder durch Sponsoring gibt deren Produkten wichtige Impulse.
- Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist programmverträglich: Das Instrument Sponsoring wird bei ARD und ZDF restriktiv gehandhabt. In Kultur-, Ratgeber-, Kindersendungen, Dokumentationsreihen, politischen Magazinen – alles Sendungen, die wegen ihres anspruchsvollen Images für Markenartikler besonders interessant sind – wird bei der ARD z.B. auf Sendungssponsoring ganz verzichtet (ARD-Selbstverpflichtungserklärung).
- Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist beim Zuschauer akzeptiert: Die Zuschauer haben sich entgegen anders lautenden Meldungen längst an das Sponsoring gewöhnt. Repräsentative Umfrageergebnisse zeigen, dass sie sich dadurch nicht gestört fühlen, sondern sich

Anlage

vielmehr über Unterbrecherwerbung, wie sie von den privaten Anbietern praktiziert wird, ärgern. So ermittelt das Emnid-Institut im Auftrag der Agentur Mediaedge:cia seit Jahren kontinuierlich die Akzeptanz der verschiedenen Werbeformen. In allen Befragungswellen erwies sich Sponsoring mit weitem Abstand als beliebteste Werbeform. 72 % der Befragten fanden es im November 2004 gut. Damit gilt weiterhin die im schon zitierten Sonderbericht getroffene Feststellung, dass die „gegen massierte Werbespots nicht selten festzustellende Verdrussreaktionen bei Sponsorhinweisen nicht auf(treten).“

Leistungsbericht

- *Das quantitative Leistungsangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat sich in den Jahren 2003 und 2004 gegenüber dem Jahr 2002 kaum verändert, im Kernbereich des Fernsehens ist es leicht rückläufig. Gründe liegen im inzwischen fast durchgängigen 24-stündigen Sendebetrieb aller Programme und in der Fusion von SFB und ORB. Insgesamt haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Jahr 2004 im Fernsehen rd. 9,85 Mio. Sendeminuten in 20 Programmen angeboten.*
- *Die Gesamtsendeleistung des Ersten Fernsehprogramms der ARD betrug im Jahr 2004 rd. 518.500 Sendeminuten. Der Erstsendeanteil von 66,2 % entspricht dabei der Sendeleistung von ca. 337.300 Erstsendeminuten. Das Ressort „Sport“ stellte im Jahr 2004 nach Selbstkosten das bedeutendste Ressort dar, wohingegen bei den Erstsendeminuten das Ressort „Politik und Gesellschaft“ dominierte.*
- *Das ZDF weist im Jahr 2004 eine Sendeleistung von rd. 487.600 Sendeminuten aus. 318.700 Erstsendeminuten entsprechen hier einem Erstsendeanteil von 65,4 %. Nach den Selbstkosten ist beim ZDF „Sport“ der bedeutendste Programmbereich, danach folgt „Unterhaltung“, bei den Erstsendeminuten dominiert der Programmbereich „Aktuelles“.*
- *Bei den Dritten Programmen der ARD mit einer Gesamtsendeleistung von rd. 4,09 Mio. Sendeminuten und einem Erstsendeanteil von 34,7 % (1,42 Mio. Erstsendeminuten) ist „Politik und Gesellschaft“ sowohl nach Erstsendeminuten als auch nach Selbstkosten mit Abstand das bedeutendste Ressort.*
- *Neben fünf analogen Spartenkanälen boten ARD und ZDF im Jahr 2004 zudem jeweils drei digitale Fernsehprogramme an.*
- *Im Hörfunkbereich hat sich der Trend zum langfristigen Leistungsausbau fortgesetzt, aber in den digitalen Bereich verlagert. Trotz der Fusion von SFB und ORB zum RBB ist das Angebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Jahr 2004 auf 66 Hörfunkprogramme gestiegen, neun Hörfunkprogramme sind digitale Angebote. Im analogen Hörfunk boten die Anstalten insgesamt rd. 31,84 Mio. Sendeminuten und damit rd. 9,5 % weniger an als im Jahr 2002. Im öffentlich-rechtlichen Hörfunk sowohl der ARD als auch des Deutschlandradios stellt „Information und Service“ nach Selbstkosten und Sendeminuten die bedeutendste Programmgestaltung dar.*
- *Alle Anstalten unterhalten umfangreiche und differenzierte Online-Angebote, die in diesem Leistungsbericht erstmals systematisch dokumentiert werden. Gemessen an der Nutzung des öffentlich-rechtlichen Online-Angebotes erscheint dieses konkurrenzfähig, ohne andere Anbieter zu marginalisieren. Alle Anstalten bieten thematische und auf Programmmarken bezogene Zugänge zu ihren Online-Angeboten und bemühen sich um eine interaktive Zuschaueransprache über interaktive Angebote wie Foren, Chats, Newsletter und Communities. Der weitaus überwiegende Teil der regelmäßigen Fernsehsendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie*

alle Hörfunkprogramme werden durch Webauftritte, zum Teil in Form einer eigenständigen Homepage, begleitet. Zudem veranstalten alle Anstalten Online-Programmschwerpunkte und Webspecials zu bestimmten Themen und Ereignissen. Die Anstalten bieten in erheblichem Maße On-Demand-Streams an. Der weitaus größte Teil des öffentlich-rechtlichen Hörfunkangebots wird live gestreamt, d.h. ist parallel im Internet zu empfangen. Die Webauftritte der beiden öffentlich-rechtlichen Fernseh-Hauptprogramme weisen die größte technische Eloquenz und Funktionalität auf, wobei die Online-Bereitstellung von Programmangeboten (Richmedia), interaktive Kommunikationsformen und Online-Spiele essentielle Bestandteile sind. Der Webauftritt des Deutschlandradios ist davon geprägt, dass er der Begleitung zweier Hörfunkprogramme dient und sich daher durch den medienbedingten Verzicht auf aufwändige audiovisuelle Gestaltungselemente und Animationen auszeichnet.

1. Vorbemerkung

Die folgende Übersicht über die Leistungsdaten der Rundfunkanstalten dokumentiert Struktur und Entwicklung des umfangreichen Leistungsangebots des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. Es ist nicht Sache der Kommission, diese Programmangebote zu kommentieren. Die Kommission fordert jedoch die verantwortlichen Gremien auf, die hier aufgezeigten Entwicklungen zur Kenntnis zu nehmen und bei zukünftigen Entscheidungen zu berücksichtigen.

Tz. 329

Die folgende Leistungsdarstellung stützt sich auf Daten, die der Kommission von den Rundfunkanstalten zur Verfügung gestellt worden sind. Der überwiegende Teil dieser Daten wird auch in den Jahrbüchern der Rundfunkanstalten ausgewiesen.

Tz. 330

Dieser Leistungsbericht schreibt die Leistungsdarstellung des 14. Berichts weitgehend fort und behält daher das Jahr 1992 als Vergleichsbasis bei. Für künftige Berichte plant die Kommission eine Aktualisierung der Vergleichsbasis, um Angebotsveränderungen zeitnäher zu dokumentieren und um auf Veränderungen in den Genrekategorien der Anstalten zu reagieren.

Auch in diesem Bericht werden **Prioritätensetzungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk** auf der Basis der Erstsendeminuten und der von den Anstalten gelieferten Kostendaten dokumentiert, auch wenn die Erhebungen der Kommission gezeigt haben, dass die Kostenrechnungssysteme der Anstalten zum Teil eine sehr unterschiedliche Schlüsselung von Gemeinkosten vornehmen, die die reale Ressourcenwidmung nicht adäquat wiedergeben. Die Kommission ist sich bewusst, dass die Aussagekraft der von den Anstalten zugelieferten Kostendaten problematisch und die Vergleichbarkeit der ausgewiesenen Selbstkosten selbst innerhalb der ARD nicht gegeben ist. Sie sieht den Rückgriff auf diese Daten aber als unerlässlich an, um die notwendige Transparenz über Leistungen und Kosten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks herzustellen. Die Kommission hat die Anstalten wiederholt aufgefordert, eine größere Zuverlässigkeit, Transparenz und Vergleichbarkeit ihrer Kostendaten sicherzustellen. Tatsächlich haben sich die Anstalten um Verbesserungen bemüht. So haben sie ihre unterschiedlichen Kostenrechnungssysteme dokumentiert; die ARD hat Anstrengungen zur Vereinheitlichung ihrer Kostenrechnungssysteme unternommen und das ZDF seine Kostenträgerrechnung deutlich verbessert. Ungeachtet dessen sind die vorgelegten Kostendaten noch weit davon entfernt, verlässliche Kostenvergleiche zu ermöglichen.

Beide Anstaltssysteme erklären in ihren Stellungnahmen, dass die Vergleichbarkeit der an internen Steuerungszwecken ausgerichteten Kostenrechnungssysteme an ihre Grenzen stoße. Die ARD macht geltend, die Kritik an der Zuverlässigkeit und Transparenz der Ergebnisse der Kostenrechnungen sei nicht nachvollziehbar. Die von den ARD-Anstalten verwendeten Methoden der Gemeinkostenzuweisung seien durchaus in Theorie und Praxis bekannte und gängige Verfahren. Darüber hinaus sei bereits eine Vereinheitlichung der Kostenrechnungen erreicht worden. Die Forderung der KEF nach einer weiteren **Vereinheitlichung der Kostenrechnungssysteme** würde eine unrealistische „Gleichschaltung“ der Zieldefinition und der Wege zur Zielerreichung in den Landesrundfunkanstalten voraussetzen.

Die Kommission möchte die Anstalten weder „gleichschalten“ noch den Aufwand für die Erhebung von Kostendaten unnötig erhöhen. Sie gibt jedoch zu bedenken, dass die Anstalten sich besonde-

Vorbemerkung

ren Erwartungen an die Transparenz und die Wirtschaftlichkeit ihrer Leistungserbringung gegenübersehen. Eine höhere Transparenz von Kostendaten muss daher im eigenen Interesse der Anstalten sein.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

2. Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

2.1 Gesamtüberblick

Das Leistungsangebot des öffentlich-rechtlichen Fernsehens

Sendeminutenentwicklung

Sendezeit in Mio. Minuten

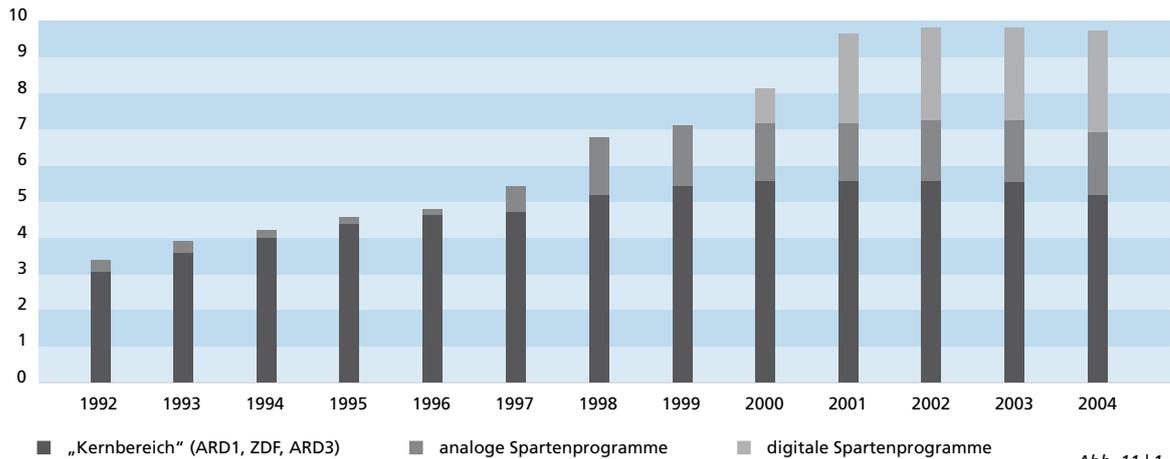


Abb. 11 | 1

Zusammensetzung 2004

Gesamtsendeleistung Fernsehen = 9,85 Mio. Sendeminuten

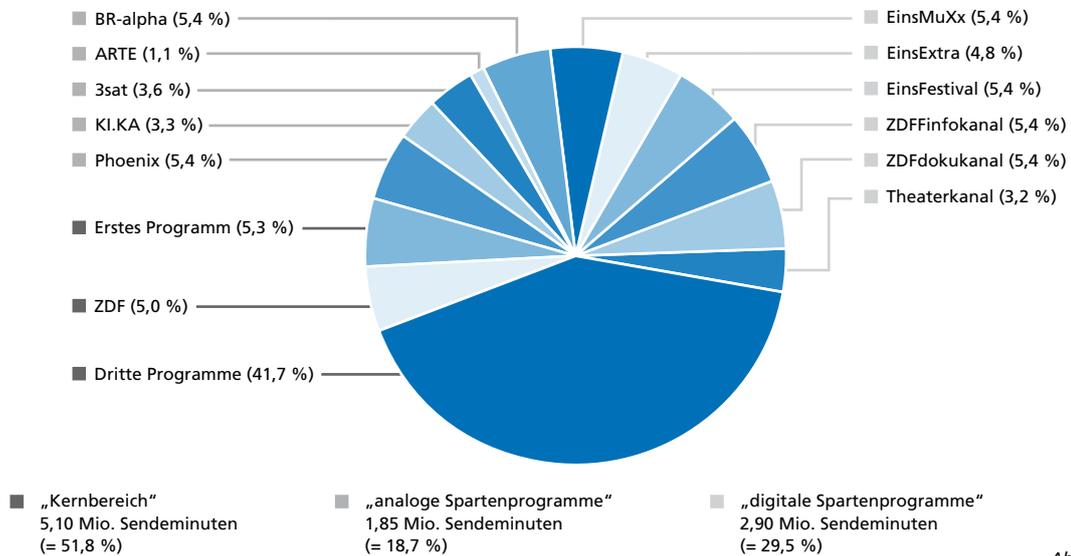


Abb. 11 | 2

Im „Kernbereich“ werden die Programmleistungen der beiden Hauptprogramme von ARD und ZDF sowie der Dritten Fernsehprogramme der ARD erfasst. Die Datenerfassung hat sich gegenüber dem 14. Bericht auf Grund einer veränderten Erhebungsmethodik der ARD für das Erste Fernsehprogramm verändert. Die Daten geben nun das reale Angebotsvolumen des Ersten Fernsehprogramms (inkl. Vormittagsprogramm und Vorabendprogramm) wieder.

Die „analogen Spartenprogramme“ umfassen die aggregierten Sendeleistungen von Phoenix, Kinderkanal und BR-alpha sowie die Zulieferungsleistungen von ARD und ZDF für 3sat und ARTE.

In der Rubrik „digitale Spartenprogramme“ werden die Sendeminuten jener Fernsehprogramme von ARD und ZDF erfasst, die ausschließlich in den jeweiligen Digitalbouquets angeboten werden. Die Zulieferung der ARD umfasste die Leistungsdaten ihrer digitalen Spartenprogramme für die Jahre 2001-2004. Die Zulieferung des ZDF die Leistungsdaten der digitalen Programme von 1999-2004.

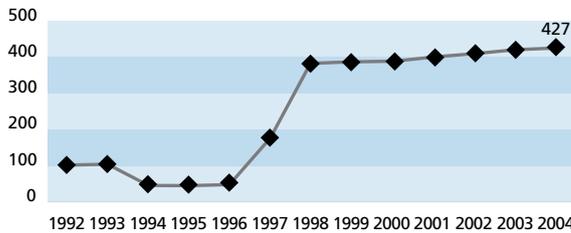
Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tz. 331 Gegenüber dem 14. Bericht ist festzustellen, **dass der langfristige Trend zum Ausbau des öffentlich-rechtlichen Fernsehangebots zum Erliegen gekommen ist**. Zum ersten Mal, seitdem die Kommission sich der Erfassung von Leistungsdaten widmet, ist das Gesamtfernsehangebot der Rundfunkanstalten leicht rückläufig (- 1,08 % 2004 gegenüber 2003 und - 0,09 % 2003 gegenüber 2002). Insgesamt haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Jahr 2004 rd. 9,85 Mio. Sendeminuten in 20 Programmen angeboten. Der größte Sendeminutenanteil entfällt dabei weiterhin auf die Dritten Programme. Danach folgen der ZDFdokukanal, Phoenix, BR-alpha, EinsMuXx, EinsFestival, ZDFinfokanal, das Erste Fernsehprogramm der ARD und das Zweite Deutsche Fernsehen, die alle inzwischen ein 24-stündiges Programm anbieten. Das Erste Fernsehprogramm der ARD und das ZDF weisen dabei gemeinsame Angebote im Morgen- und Mittagsmagazin auf. Mit einem Anteil von über 29,5 % der öffentlich-rechtlichen Gesamtsendeleistung liegen die digitalen Fernsehangebote der öffentlich-rechtlichen Anstalten bereits über dem Anteil des öffentlich-rechtlichen analogen Spartenangebots (18,7 %).

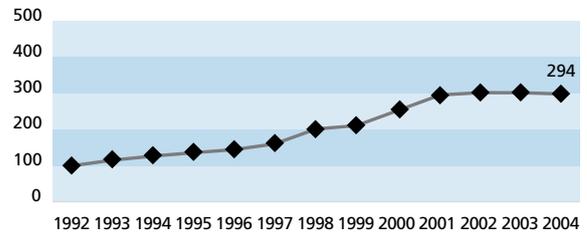
Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Entwicklung der Sendeleistung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach Angebotsformen
(Gesamtsendeminutenentwicklung in %)

„analoge Spartenprogramme“



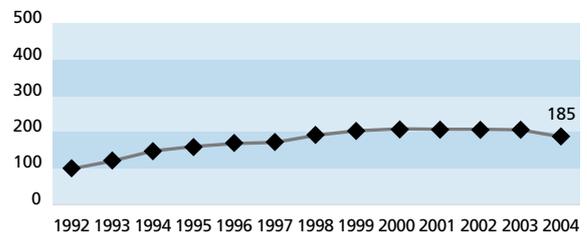
öffentlich-rechtliches Fernsehen gesamt



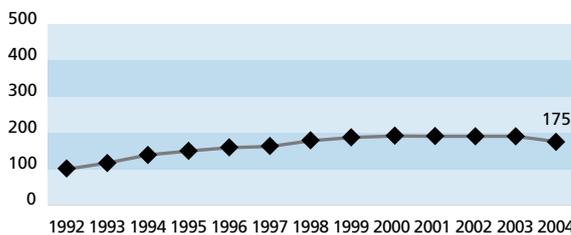
„digitale Spartenprogramme“*



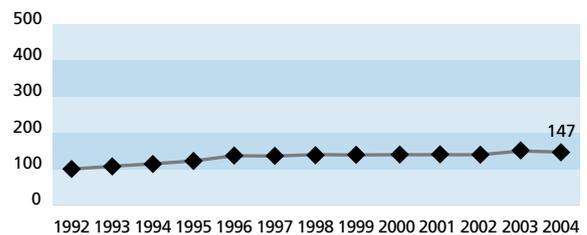
ARD 3



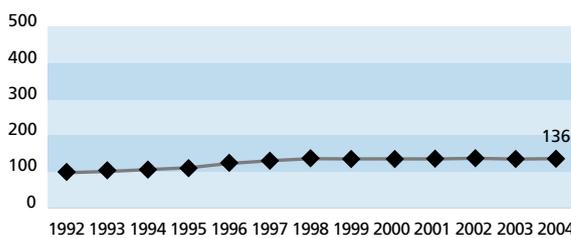
„Kernbereich“



ARD 1



ZDF



* Leistungsdaten zum digitalen Spartenangebot liegen für das ZDF seit dem Jahr 2000 und für die ARD seit dem Jahr 2001 vor. Eine Ausnahme bildet der Ende 1999 auf Sendung gegangene Theaterkanal im digitalen Programmangebot des ZDF. Aufgrund der noch 1999 angefallenen geringen Sendeleistung des Theaterkanals (rd. 13.000 Sendeminuten) wurde als Basis für diese Darstellung für das öffentlich-rechtliche digitale Spartenangebot das Jahr 2000 gewählt.

Abb. 12

Im Zeitraum von 1992-2004 hat sich das öffentlich-rechtliche Gesamtangebot fast verdreifacht (+ 194 %). Bei den Gesamtsendeminuten sind die größten Zuwächse im öffentlich-rechtlichen „analogen Spartenangebot“ zu verzeichnen, das sich nach Gesamtsendeminuten von 1992-2004 auf 427 % vermehrt hat. Zu einer erheblichen Steigerung des Gesamtsendeminutenangebots trug in den letzten Jahren das „digitale Spartenangebot“ bei, das sich innerhalb von vier Jahren nahezu verdreifacht hat. Während die Sendeleistung 2003 gegenüber 2002 leicht rückläufig war (- 2,0 %), ist von 2003 auf 2004 ein deutlicher Zuwachs von 11,1 % zu verzeichnen. Des Weiteren sind von 2002 auf 2004 Zuwächse im Leistungsangebot der analogen Spartenprogramme (2002 auf 2003:

Tz. 332

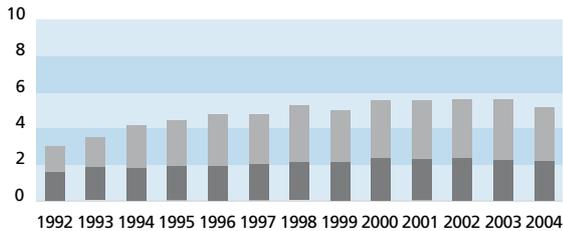
Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

+ 3,3 %; 2003 auf 2004: + 0,4 %) zu verzeichnen. Zwischen 2003 und 2004 ist ein starker Rückgang des Leistungsangebots im Bereich der Dritten Programme (- 9,1 %) festzustellen, der in erster Linie auf die Fusion von ORB und SFB zum RBB zurückzuführen ist.

Entwicklung der Sendeleistung im „Kernbereich“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

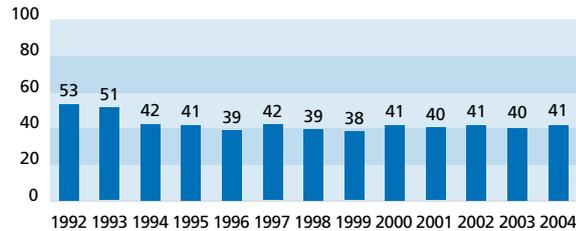
Gesamtseindeminutenentwicklung

Sendezeit in Mio. Minuten



Entwicklung Erstsendeanteile

Anteil an der Gesamtseindeminutenleistung in Prozent



■ Erstsendeminute (ohne Übernahme) ■ Wiederholung oder Übernahme

Abb. 13

Tz. 333 Nachdem alle Programmangebote im „Kernbereich“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks spätestens im Jahr 2000 zu 24-Stunden-Vollprogrammen ausgebaut worden sind, fanden keine weiteren Ausweitungen der Gesamtseindeminuten statt. Die **Anzahl der Gesamtseindeminuten** betrug 2004 5,1 Mio. und war damit gegenüber 2003 (5,5 Mio.) sogar **deutlich rückläufig**. Der Rückgang der Gesamtseindeminutenleistung ist in erster Linie auf eine Reduzierung der Sendeleistung bei den Dritten Programmen zurückzuführen – die Ursache liegt insbesondere in der Fusion von ORB und SFB zum RBB. Gegenüber dem Jahr 2000 blieb der Erstsendeanteil von 40,8 % relativ konstant (2002: 40,6 %; 2003: 39,9 %).

In den beiden Hauptprogrammen betrug der Erstsendeanteil im Jahr 2004 für die ARD rd. 66 % (2003: 68 %), für das ZDF rd. 65 % (2003: 65 %).

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Entwicklung der Sendeleistung im „Kernbereich“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

(Erstsendeminutenentwicklung in %)

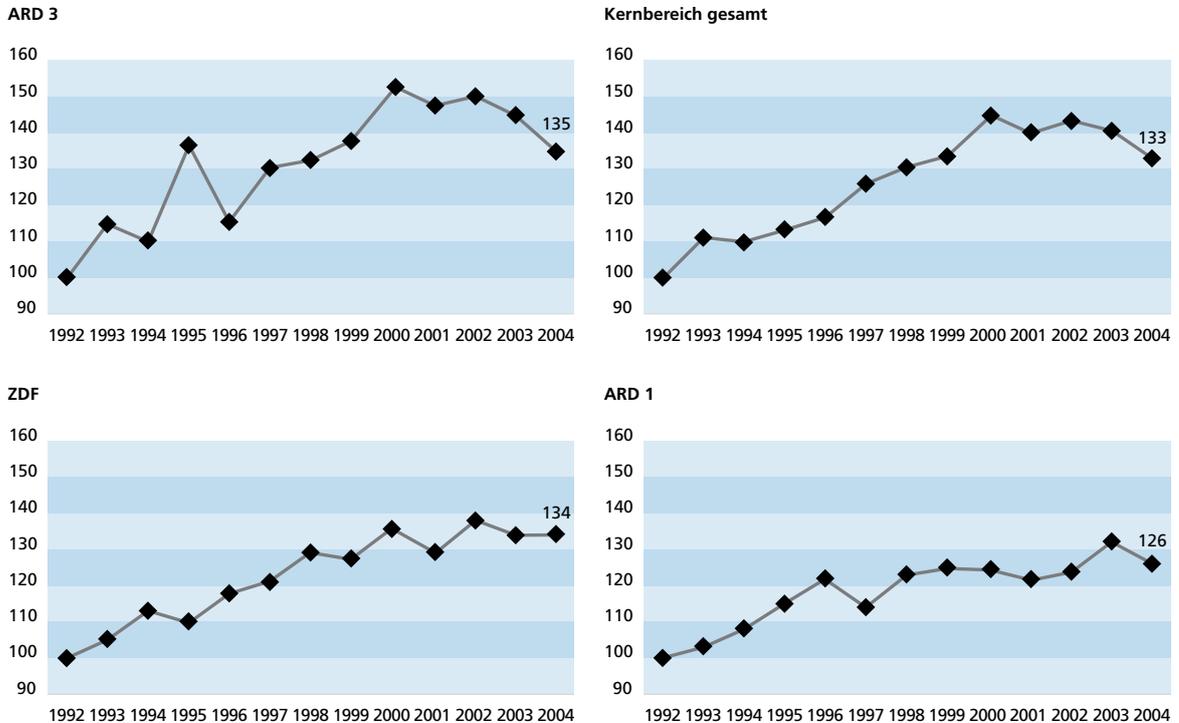


Abb. 14

Die Erstsendeleistung im Kernbereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat sich von 1992-2004 insgesamt um 33 % erhöht, wobei die Anzahl der angebotenen Erstsendeminuten seit 2002 rückläufig ist. Ursächlich dafür sind die Angebotsreduktionen vor allem in den Dritten Programmen, die der Fusion von ORB und SFB zum RBB geschuldet sind, sowie die Angebotsreduktion im Ersten Fernsehprogramm der ARD im Jahr 2004. Für alle Angebote im Kernbereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gilt, dass der Trend zur Ausweitung des Erstsendeminutenangebotes im Jahr 2000 gebrochen wurde.

Tz. 334

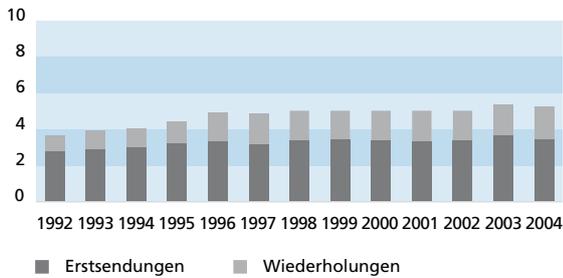
Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

2.2 Das Erste Fernsehprogramm der ARD

Entwicklung der Programmleistung des Ersten Fernsehprogramms von 1992 bis 2004

Sendeminutenentwicklung

Sendezeit in Mio. Minuten



Entwicklung Erstsendeanteile

Anteil an der Gesamtsendeleistung in Prozent

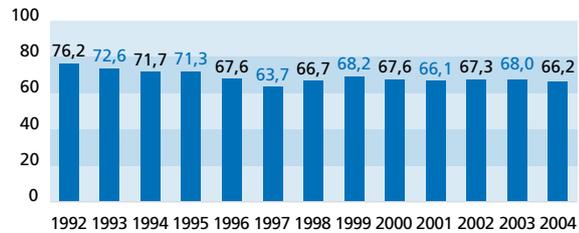


Abb. 15

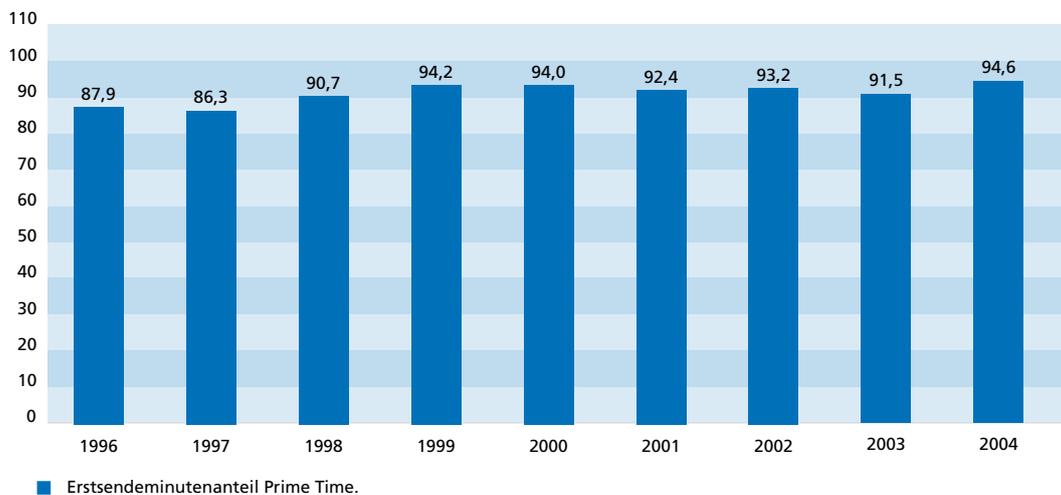
Tz. 335

Seit 1998 stagnierte die Sendeminutenentwicklung des Ersten Fernsehprogramms der ARD. Dieser Leistungsbericht weist dagegen für 2003 eine Steigerung der Gesamtsendeleistung auf rd. 528.000 Sendeminuten, für 2004 dann aber wieder ein Abfallen auf 519.000 Sendeminuten aus. Bei der Gesamtsendeleistung wurde dabei auch die Werbung berücksichtigt. Die Steigerung im Jahr 2003 geht teilweise auf eine veränderte Erfassung des Sendeangebots des Ersten Fernsehprogramms zurück, die nun auch detailliert das Vorabendprogramm berücksichtigt, für das zuvor nur ein ARD-weiter Durchschnittswert angesetzt wurde. Der **Erstsendeanteil** bewegt sich seit Mitte der neunziger Jahre zwischen 66 % und 68 % und betrug **2004 66,2 %**. Die Kommission greift bei der Berechnung der Erstsendeanteile dabei grundsätzlich wie in früheren Leistungsberichten nur auf die Zahlen zur redaktionell gestalteten Sendeleistung ohne Werbung zurück.

Leistungsangebot des Ersten Fernsehprogramms differenziert nach Gesamtprogramm und Prime Time 2004

Sendeanteile Prime Time und Gesamtprogramm Erstsendeminutenanteile

in Prozent



■ Erstsendeminutenanteil Prime Time.

Die ARD erfasst als Prime Time des Ersten Fernsehprogramms die Zeitschiene von 20.00 bis 23.00 Uhr

Abb. 16 | 1

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Sendeanteile Prime Time und Gesamtprogramm
in Prozent

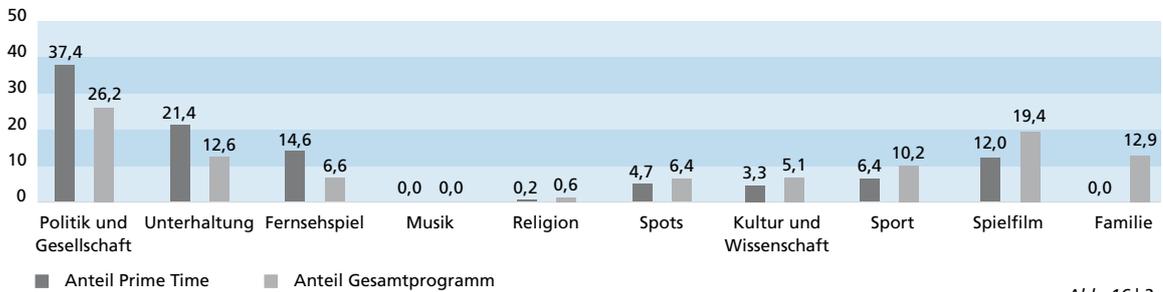


Abb. 16 | 2

Die ARD liefert für diesen Leistungsbericht zum ersten Mal Daten zur Zusammensetzung ihres **Prime Time-Angebots**, das im Ersten Fernsehprogramm als die Zeitschiene von 20.00 bis 23.00 Uhr definiert wird. Die Erstsendeanteile in der Prime Time bewegen sich seit 1998 kontinuierlich über 90 %. Von 2003 auf 2004 war ein Zuwachs um 3,41 Prozentpunkte zu verzeichnen, so dass der **Erstsendeanteil 2004 bei 94,6 %** lag.

Tz. 336

Im Hinblick auf die inhaltliche Zusammensetzung von **Prime Time** und Gesamtsendezeit ist festzuhalten, dass die Ressorts „**Politik und Gesellschaft**“, „**Unterhaltung**“ und „**Fernsehspiel**“ in der Prime Time – jeweils im Vergleich zur Zusammensetzung der Gesamtsendezeit – **stark überrepräsentiert** sind, die Ressorts „**Spielfilm**“ und „**Familie**“ dagegen stark unterrepräsentiert.

Prioritätensetzung beim Ersten Fernsehprogramm der ARD 2004

Anzahl der Erstsendeminuten 2004
Selbstkosten des Ressorts 2004 in Mio. Euro

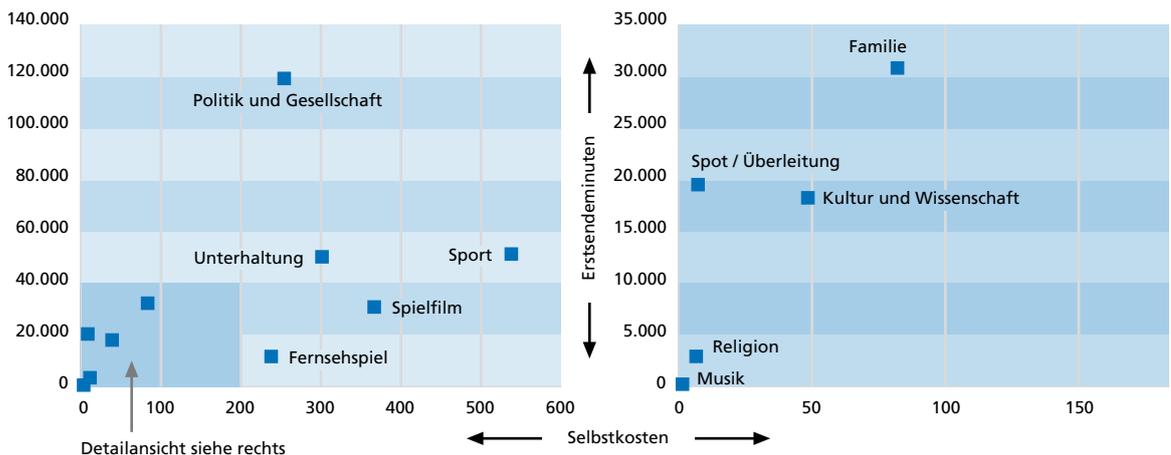


Abb. 17

Nachdem in den vorangegangenen Leistungsberichten „**Sport**“ das nach Erstsendeminuten und Selbstkosten wichtigste Ressort des Ersten Fernsehprogramms war, hat die ARD, um missverständlichen Interpretationen zuvorzukommen, die Ressorts „**Politik und Gesellschaft**“ und „**ARD-aktuell**“ zu einem Ressort zusammengefasst. Darüber hinaus werden nun auch Informations- und Infotainment-Angebote des Vormittags- und Vorabendsprogramms in dieser Kategorie erfasst. Dies ist inso-

Tz. 337

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

weit angemessen, als diese Sendeleistungen in diesen Tagesabschnitten nun auch unter inhaltlichen Aspekten erfasst werden, während zuvor nur Daten über Tagesabschnitte dokumentiert wurden.

Im Hinblick auf die Bildung einer neuen umfassenden Programmkategorie weist die Kommission aber darauf hin, dass die Anstalten sich bemühen sollten, ihr öffentlich-rechtliches „Kerngeschäft“ der Information und Berichterstattung so sorgfältig und genau wie möglich zu dokumentieren. Sie begrüßt es daher, dass die ARD in ihrer Stellungnahme den Anteil der „harten“ Nachrichten ausweist. Dieser beträgt rd. 43.200 Sendeminuten, d.h. 32 % der Sendezeit des neuen Ressorts „Politik und Gesellschaft“.

Wird die **Bedeutung der Ressorts des Ersten Fernsehprogramms** nach Erstsendeminuten und Selbstkostenanteilen gemessen, so zeigt sich, dass das neu gebildete Ressort **„Politik und Gesellschaft“ bei den Erstsendeminuten** mit klarem Abstand dominiert (35 %), gefolgt von **„Sport“** (15 %), **„Unterhaltung“** (15 %) und **„Spielfilm“** (9 %). Bei den **Selbstkostenanteilen** dominiert das Ressort **„Sport“** (29 %), gefolgt von **„Spielfilm“** (20 %), **„Unterhaltung“** (16 %) und **„Politik und Gesellschaft“** (14 %).

Tz. 338

Die neue Erhebungssystematik der ARD **beeinträchtigt die Fortführung der** von der Kommission realisierten **Langzeitvergleiche**. Aufgrund der Veränderung im Ressortzuschnitt des Ersten Fernsehprogramms der ARD ist es in diesem Leistungsbericht notwendig, das Jahr 2003 als neue Ausgangsbasis für die Untersuchung der Zeitreihenentwicklung festzusetzen. Damit können keine langfristigen Angebotsentwicklungen, sondern lediglich Leistungsverschiebungen zwischen einem „Normaljahr“ (2003) und einem „Sportjahr“ (2004) dokumentiert werden. Auf eine grafische Aufbereitung der Daten verzichtet die Kommission daher an dieser Stelle.

Allerdings möchte sie darauf hinweisen, dass die **Strukturverschiebungen zwischen einem „Sportjahr“ und einem „Normalfernsehjahr“ erheblich** sind: Im Hinblick auf die Gesamtsendeleistung weisen die Ressorts „Sport“ (+ 14 %), „Unterhaltung“ (+ 4 %) und „Spielfilm“ (+ 3 %) 2004 überdurchschnittliche Zuwächse gegenüber 2003 auf. Die stärkere Präsenz des Sports im Ersten Fernsehprogramm hat 2004 Angebotsreduktionen gegenüber 2003 bei „Kultur und Wissenschaft“ (- 2 %), „Familie“ (- 3 %), „Fernsehspiel“ (- 3 %) sowie „Politik und Gesellschaft“ (- 13 %) zur Folge.

Auch die Entwicklung der Erstsendeminuten bestätigt diese Verschiebungen zwischen „Sportjahr“ und „Normaljahr“. Gegenüber 2003 weist das Ressort „Sport“ im Jahr 2004 Zuwächse von + 13 % auf. Gleichzeitig wurden die Erstsendungen von „Fernsehspiel“ (+ 8 %), „Familie“ (+ 6 %) und „Unterhaltung“ (+ 4 %) überdurchschnittlich gesteigert. Die Erstsendeleistung für „Kultur und Wissenschaft“ (- 5 %), „Politik und Gesellschaft“ (- 14 %) sowie für „Spielfilm“ (- 18 %) wurde im Vergleich zu 2003 reduziert.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Vergleich der Durchschnittselbstkosten der wichtigsten Ressorts des Ersten Fernsehprogramms der ARD 2004

Durchschnittselbstkosten pro Gesamtendeminute

in Tausend Euro

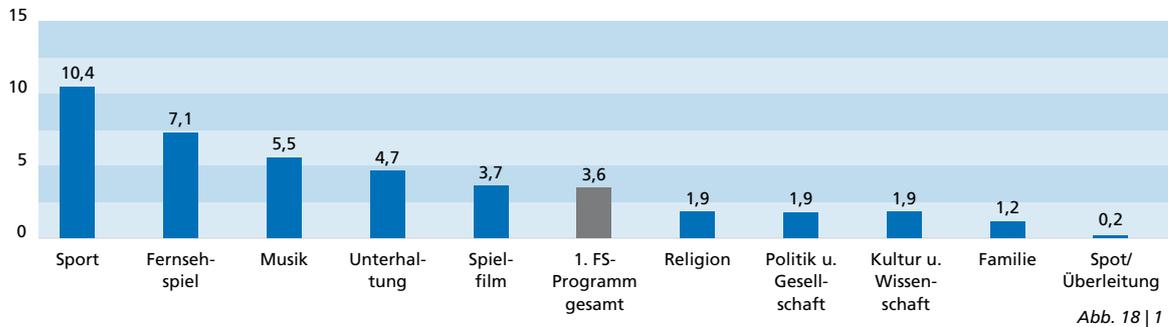


Abb. 18 | 1

Durchschnittselbstkosten pro Erstsendeminute

in Tausend Euro

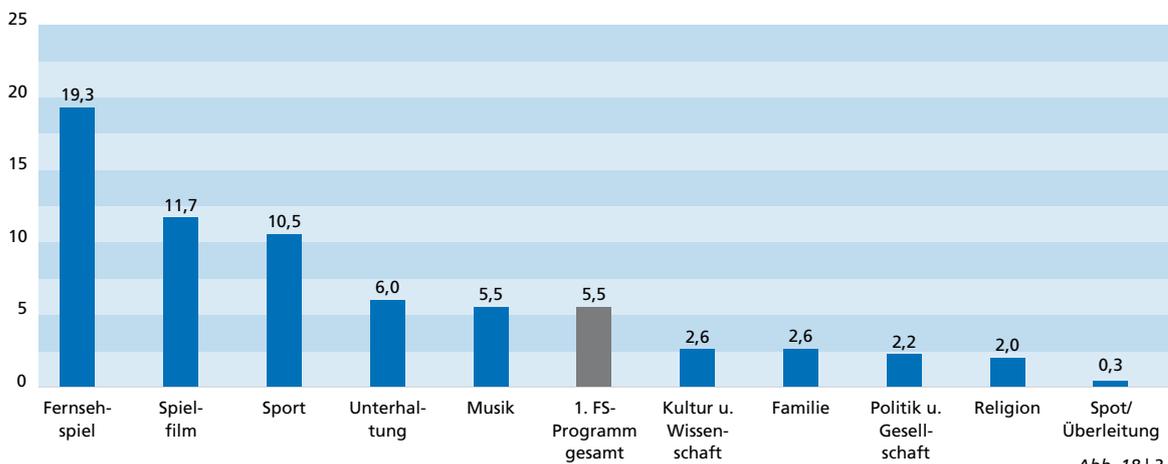


Abb. 18 | 2

Ein Vergleich der **Durchschnittselbstkosten für die einzelnen Ressorts zeigt, dass nach den Durchschnittselbstkosten pro Gesamtendeminute „Sport“, „Fernsehspiel“, „Musik“, „Unterhaltung“ und „Spielfilm“** besonders aufwändige Ressorts darstellen. Die Ressorts „Religion“, „Politik und Gesellschaft“, „Kultur und Wissenschaft“, „Familie“ sowie „Spots“ weisen unterdurchschnittliche Kosten-Leistungs-Relationen auf.

Tz. 339

Der Vergleich der **Durchschnittselbstkosten pro Erstsendeminute** führt hingegen zu dem Ergebnis, dass **„Fernsehspiel“** das deutlich aufwändigste Ressort des Ersten Fernsehprogramms ist. Überdurchschnittliche Selbstkosten pro Erstsendeminute weisen auch „Spielfilm“, „Sport“, „Unterhaltung“ und „Musik“ auf. Die Durchschnittskosten der Ressorts „Familie“, „Kultur und Wissenschaft“, „Politik und Gesellschaft“, „Religion“ sowie „Spots“ liegen zum Teil erheblich unter den Durchschnittskosten des Ersten Fernsehprogramms.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ressourcenaufbringung für die wichtigsten Ressorts des Ersten Fernsehprogramms

Veränderung 2004 gegenüber 2003

Veränderungen in Prozent

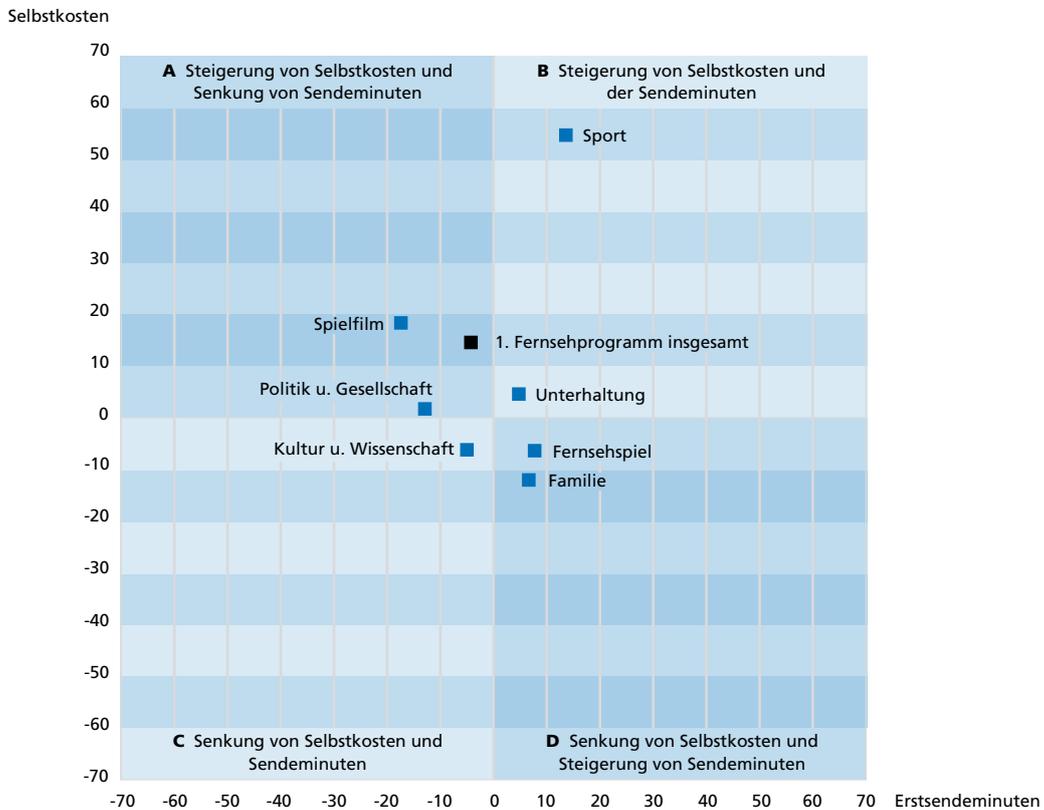


Abb. 19

Tz. 340

Der Vergleich der Veränderungen in den Ressourcenaufbringungen für die Ressorts des Ersten Fernsehprogramms zeigt, dass von den **Veränderungen in den Selbstkosten** im „Sportjahr“ 2004 vor allem „Sport“ aber auch „Spielfilm“ profitiert haben. Während die **Erstsendeminuten von „Sport“ deutlich ausgeweitet** wurden, waren die Erstsendeminuten von „Spielfilm“ im Vergleichszeitraum rückläufig. Bei „Politik und Gesellschaft“ stehen nahezu unveränderte Selbstkosten einer überdurchschnittlichen Erstsendeminutenreduzierung gegenüber. Während das Ressort „Kultur und Wissenschaft“ sowohl bei den Selbstkosten als auch bei den Erstsendeminuten leichte Einbußen hinnehmen musste, konnte das Ressort „Unterhaltung“ sowohl bei den Selbstkosten als auch bei den Erstsendeminuten leicht zulegen. Bei „Fernsehspiel“ und „Familie“ ist im Erhebungszeitraum ein leichter Zuwachs bei den Erstsendeminuten bei einer zeitgleichen Reduzierung der Selbstkosten festzustellen.

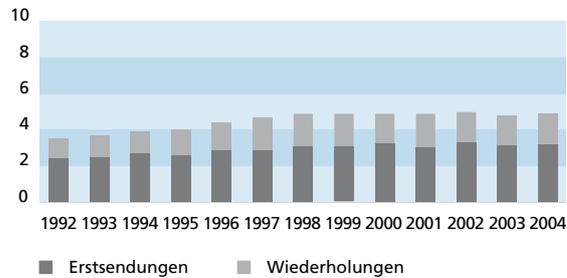
Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

2.3 ZDF

Entwicklung der Programmleistung beim Zweiten Deutschen Fernsehen von 1992 bis 2004

Sendeminutenentwicklung

Sendezeit in Mio. Minuten



Entwicklung Erstsendeanteile

Anteil an der Gesamtsendeleistung in Prozent

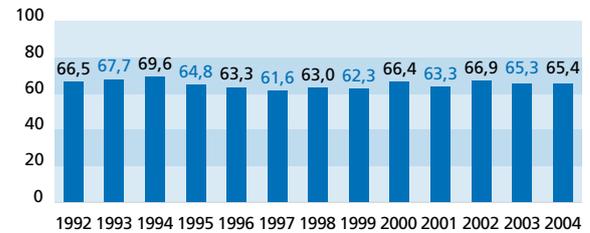


Abb. 20

Die **Sendeminutenentwicklung des ZDF stagniert seit 1998** und hat nach einem leichten Rückgang im Jahr 2003 wieder fast das Niveau des Jahres 2002 erreicht. Das ZDF bot 2004 in seinem Hauptprogramm insgesamt rd. 488.000 Sendeminuten an. Im Jahr 2003 sank der **Erstsendeminutenanteil** beim ZDF leicht auf 65,3 %, was auf den Charakter des Jahres 2002 als Sportjahr zurückzuführen ist, um dann im Jahr 2004 wieder leicht auf **65,4 %** zuzulegen.

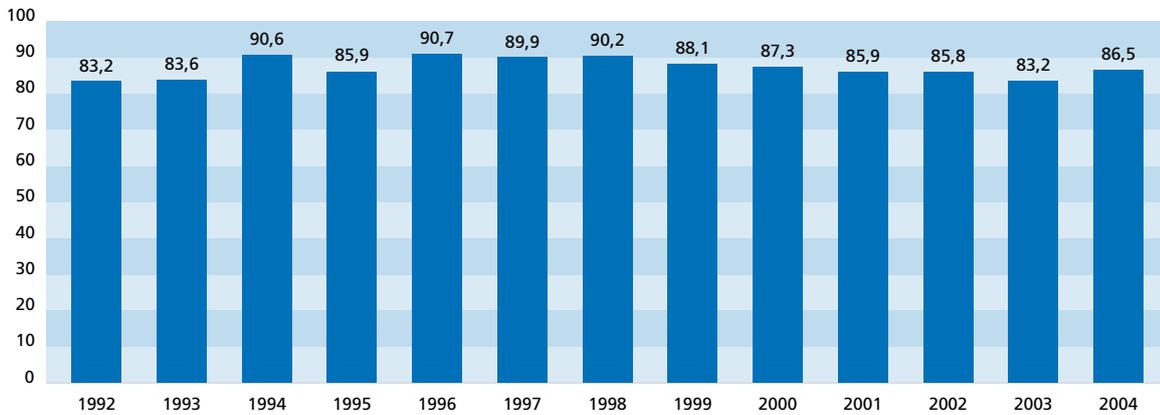
Tz. 341

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Leistungsangebot des ZDF differenziert nach Gesamtprogramm und Prime Time 2004

Entwicklung der Erstsendeminutenanteile

in Prozent



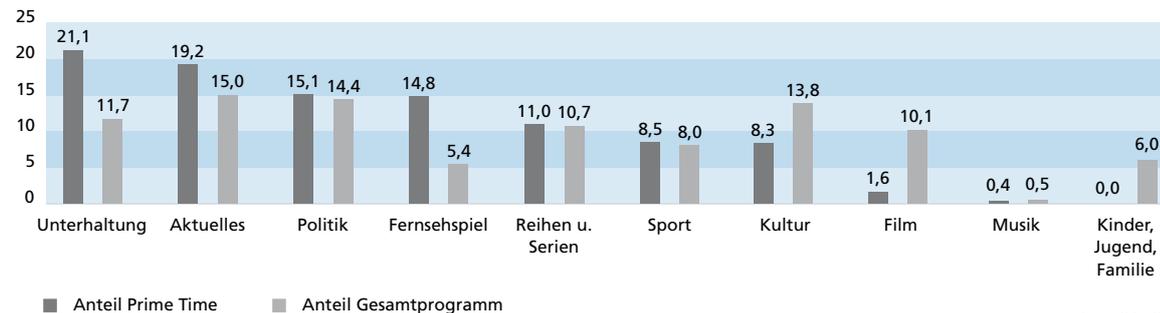
■ Erstsendeminutenanteil Prime Time

1992 bis 1998 wurde als Prime Time beim ZDF der Zeitraum von 19.15 - 22.15 Uhr erfasst. Ab 1999 der Zeitraum von 19.00 - 23.00 Uhr.

Abb. 21 | 1

Sendeanteile Prime Time und Gesamtprogramm

in Prozent



■ Anteil Prime Time ■ Anteil Gesamtprogramm

Abb. 21 | 2

Tz. 342 Ein Vergleich der Zusammensetzung des Sendeangebotes in der Gesamtsendezeit und der **Prime Time** nach Erstsendeminuten und Wiederholungen zeigt, dass das ZDF wie die ARD seine Erstsendungen vor allem in der nachfrageintensiven Prime Time konzentriert. Der **Erstsendeanteil** beträgt hier **im Jahr 2004 rd. 86,6 %** im Vergleich zu 65,4 % in der Gesamtsendezeit und hat im Vergleich zu 2003 leicht zugenommen (2003: 83,2 %).

Inhaltlich sind in der **Prime Time** im Vergleich zur Gesamtsendezeit die Programmbereiche „**Unterhaltung**“, „**Aktuelles**“, „**Politik**“, „**Fernsehspiel**“, „**Reihen und Serien**“ sowie „**Sport**“ **überrepräsentiert**. Die Programmbereiche „**Kultur**“, „**Film**“ und „**Musik**“ waren in der Prime Time dagegen unterrepräsentiert, während der Programmbereich „**Kinder, Jugend und Familie**“ in der Prime Time nicht platziert ist.

Das ZDF weist darauf hin, dass sein Erstsendeanteil in der Prime Time seit 1998 unter 90 % liegt. Es weist weiter darauf hin, dass sich die Daten von ARD und ZDF auf unterschiedliche Zeiträume beziehen, da beim ZDF die Prime Time bereits ab 19.00 beginnt. Dadurch erhöhe sich der Anteil der Unterhaltung. Bei vergleichbaren Zeitzonen der Prime Time habe das ZDF einen höheren Informationsanteil.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Prioritätensetzung beim Zweiten Deutschen Fernsehen 2004

Anzahl der Erstsendeminuten 2004

Selbstkosten des Programmbereichs 2004 in Mio. Euro

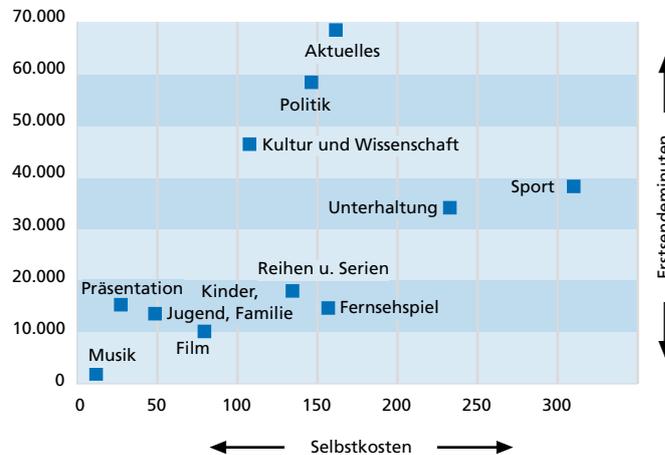


Abb. 22

Wird die **Bedeutung der Programmbereiche des ZDF** nach Erstsendeminuten- und Kostenanteilen gemessen, so dominieren bei den Erstsendeminutenanteilen die Programmbereiche **„Aktuelles“** (21 %) und **„Politik“** (18 %). Darauf folgen **„Kultur und Wissenschaft“** (15 %), **„Sport“** (12 %) sowie **„Unterhaltung“** (11 %). **„Reihen und Serien“** (5 %), **„Fernsehspiel“** (5 %), **„Präsentation“** (5 %), **„Kinder, Jugend und Familie“** (4 %), **„Film“** (3 %) sowie **Musik** (1 %) kommt eine geringere Bedeutung zu. Die **größten Anteile an den Programmaufwendungen** des ZDF entfallen auf **„Sport“** (22 %) und **„Unterhaltung“** (16 %). Darauf folgen **„Aktuelles“** (11 %), **„Fernsehspiel“** (11 %) und **„Politik“** (10 %). Im Vergleich zu den Erstsendeminutenanteilen zeichnen sich die Programmbereiche **„Reihen und Serien“** (9 %) sowie **„Film“** (6 %) durch einen höheren Anteil an den Programmaufwendungen aus.

Tz. 343

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Entwicklung der Sendeleistungen der wichtigsten Programmbereiche des ZDF

Gesamtsendeminutenentwicklung

Zuwächse 2004 gegenüber 1992 in Prozent

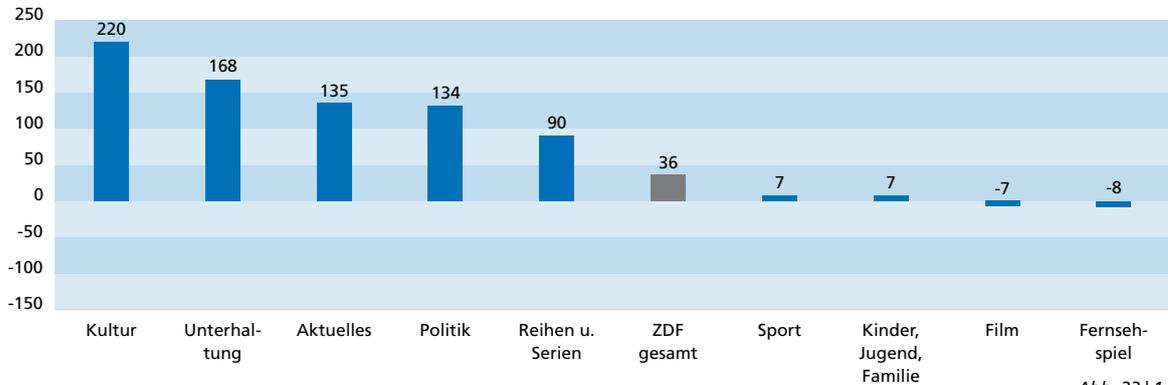


Abb. 23 | 1

Erstsendeminutenentwicklung

Zuwächse 2004 gegenüber 1992 in Prozent

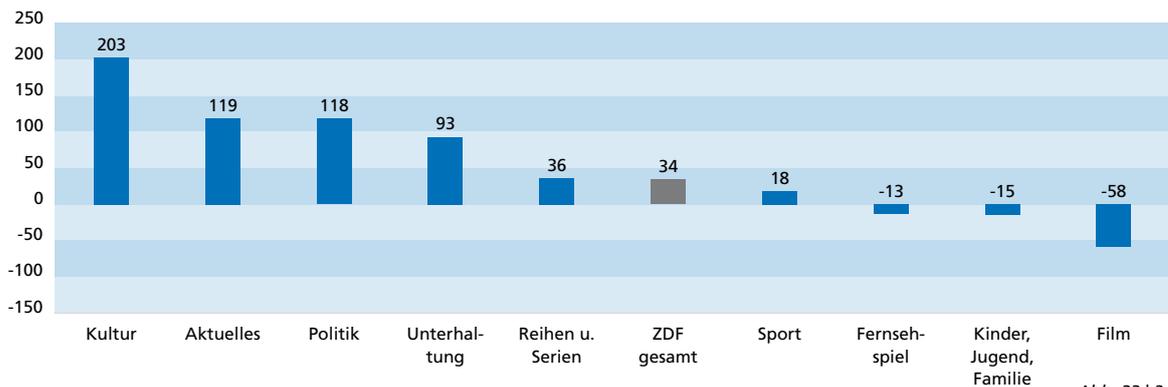


Abb. 23 | 2

Tz. 344

Wird die Veränderung der Sendeminuten 2004 gegenüber 1992 betrachtet, so zeigt sich, dass die **größten Steigerungen bei den Gesamtsendeminuten** auf die Programmbereiche „**Kultur und Wissenschaft**“ (+ 220 %), „**Unterhaltung**“ (+ 168 %), „**Aktuelles**“ (+ 135 %) und „**Politik**“ (+ 134 %) sowie „**Reihen und Serien**“ (+ 90 %) entfallen. Unterdurchschnittlich gesteigert wurde dagegen das Gesamtseendeangebot bei „**Sport**“ (+ 7 %) sowie „**Kinder, Jugend und Familie**“ (+ 7 %). Bei „**Film**“ (- 7 %) und „**Fernsehspiel**“ (- 8 %) sind die Gesamtsendeminuten im Vergleich zu 1992 rückläufig.

Bei den **Erstsendeminuten** haben wiederum die Programmbereiche „**Kultur und Wissenschaft**“ (+ 203 %), „**Aktuelles**“ (+ 119 %), „**Politik**“ (+ 118 %) und „**Unterhaltung**“ (+ 93 %) beträchtlich von den Steigerungen der Erstsendeminuten profitiert. Überdurchschnittliche Zuwächse finden sich auch bei „**Reihen und Serien**“ (+ 36 %). Die Erstsendeminuten im Programmbereich „**Sport**“ sind hingegen unterdurchschnittlich gewachsen (+ 18 %). Die übrigen Programmbereiche „**Fernsehspiel**“ (- 13 %), „**Kinder, Jugend und Familie**“ (- 15 %) sowie „**Film**“ (- 58 %) weisen dagegen zum Teil beträchtliche Reduktionen der Erstsendeminuten auf.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Vergleich der Durchschnittskosten der Programmbereiche des Zweiten Deutschen Fernsehens im Jahre 2004

Durchschnittskosten pro Gesamtseminute
in Tausend Euro

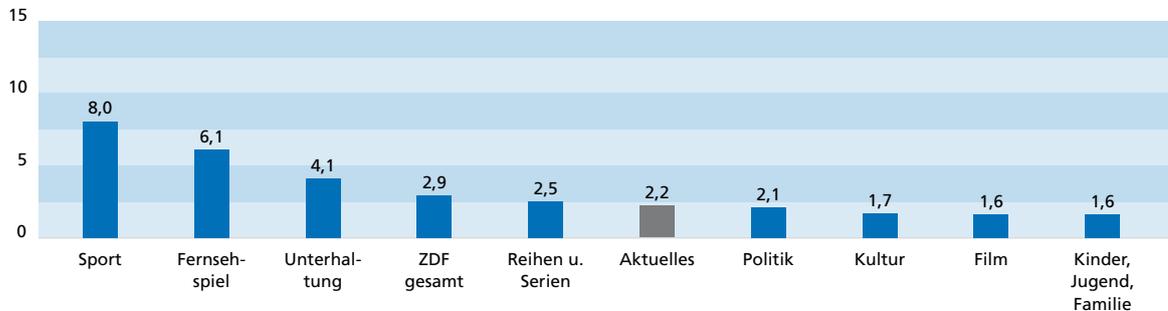


Abb. 24 | 1

Durchschnittskosten pro Erstsendeminute
in Tausend Euro

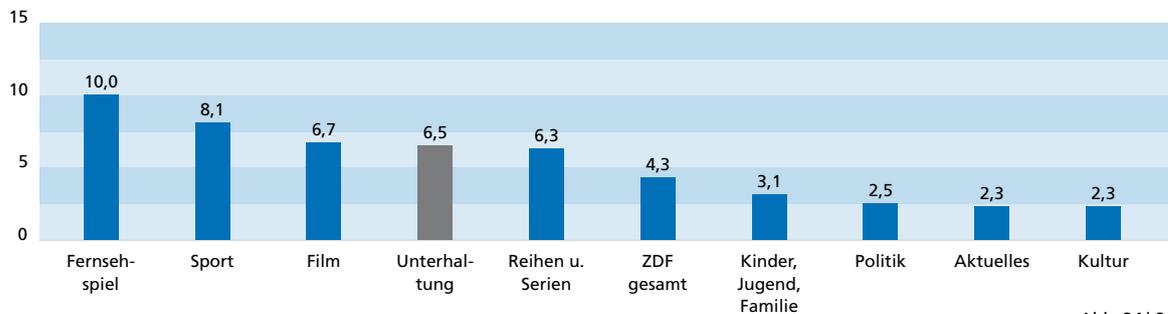


Abb. 24 | 2

Ein Vergleich der Durchschnittskosten für die einzelnen Programmbereiche des ZDF zeigt, dass „Sport“ auf der Ebene der Durchschnittskosten pro Gesamtseminute mit Abstand die höchsten Kosten-Leistungs-Relationen aufweist, gefolgt von „Fernsehspiel“ sowie „Unterhaltung“. „Reihen und Serien“, „Aktuelles“ und „Politik“ weisen leicht unterdurchschnittliche Durchschnittskosten auf, „Kultur“, „Film“ und „Kinder, Jugend und Familie“ dagegen deutlich unterdurchschnittliche Kosten pro Gesamtseminute.

Tz. 345

Ein Vergleich der Durchschnittskosten pro Erstsendeminute weist „Fernsehspiel“ als den aufwändigsten Programmbereich aus. Darauf folgen die Programmbereiche „Sport“, „Film“, „Unterhaltung“ und „Reihen und Serien“. Alle andere Programmbereiche weisen unterdurchschnittliche Kosten je Erstsendeminute auf.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ressourcenaufbringung für die wichtigsten Programmbereiche des ZDF

Veränderung 2004 gegenüber 1992

Veränderungen in Prozent

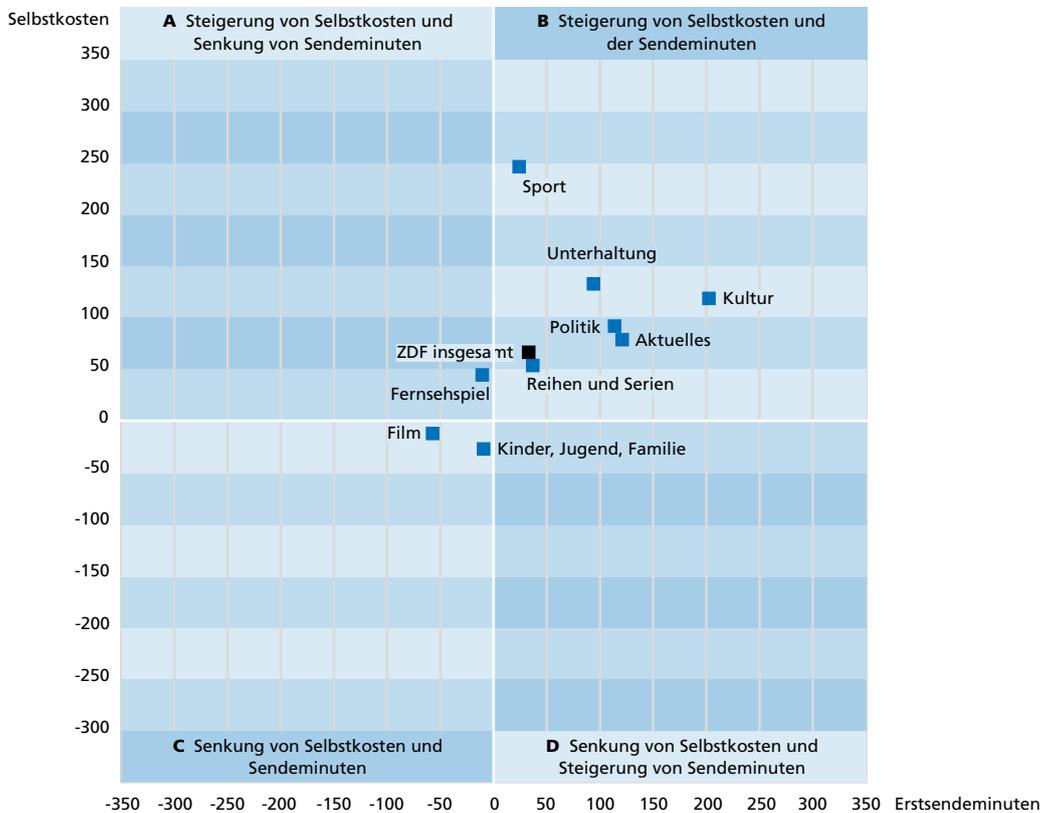


Abb. 25

Tz. 346

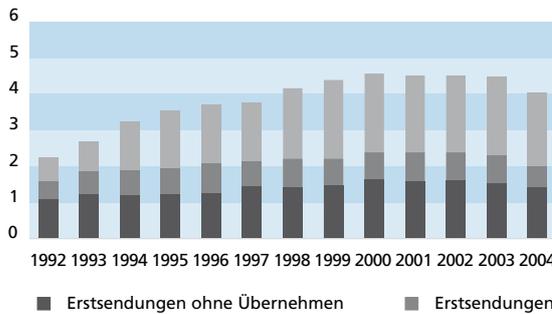
Der Vergleich der Veränderungen in den Ressourcenaufbringungen für die Programmbereiche des ZDF zeigt, dass von der **Steigerung der Erstsendeminuten** und der Programmaufwendungen vor allem „**Kultur**“, „**Unterhaltung**“, „**Politik**“ und „**Aktuelles**“ profitiert haben. Beim „**Sport**“ stehen nahezu konstanten Erstsendeminuten **die größten Aufwandssteigerungen** gegenüber. Die Veränderung in der Ressourcenaufbringung – sowohl für die Erstsendeminuten als auch für die Programmaufwendungen – beim Programmbereich „Reihen und Serien“ entspricht nahezu exakt der durchschnittlichen Entwicklung für das Gesamtprogramm. Die Erstsendeminutenleistung der Programmbereiche „Fernsehspiel“, „Kinder, Jugend und Familie“ sowie „Film“ wurden reduziert, während auch die Aufwendungen dieser Programmbereiche nur unterdurchschnittlich gesteigert oder sogar reduziert wurden.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

2.4 Die Dritten Fernsehprogramme der ARD

Entwicklung der Programmleistungen bei den Dritten Fernsehprogrammen der ARD von 1992 bis 2004

Sendeminutenentwicklung
Sendezeit in Mio. Minuten



Entwicklung Erstsendeanteile (ohne Übernahmen)
Anteil an der Gesamtsendeleistung in Prozent

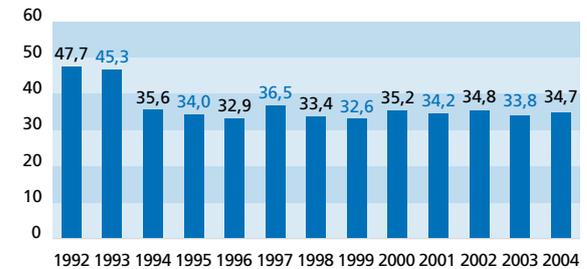


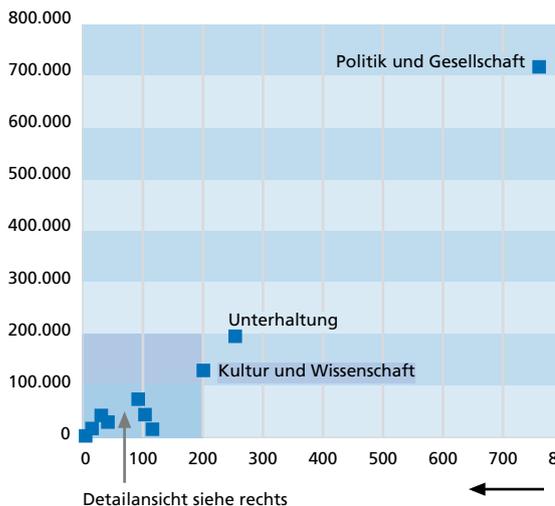
Abb. 26

Seit 1999 ist der Trend zur Angebotsausweitung in den Dritten Fernsehprogrammen abgeflacht und 2001 zum Erliegen gekommen. Im Jahr 2004 betrug die Sendeleistung der Dritten Fernsehprogramme insgesamt ca. 4,1 Mio. Sendeminuten. Damit ist gegenüber 2003 eine **deutliche Reduzierung der Gesamtsendeleistung** zu verzeichnen (- 9,1 %), die in erster Linie auf die **Fusion von ORB und SFB zum RBB** zurückzuführen ist. Der Erstsendeanteil stagniert nach einem langfristigen Abfall seit 1998 zwischen 32 % und 35 % (2004: 34,7 %).

Tz. 347

Prioritätensetzung bei den Dritten Fernsehprogrammen der ARD 2004

Anzahl der Erstsendeminuten 2004
Selbstkosten des Ressorts 2004 in Mio. Euro



Detailansicht

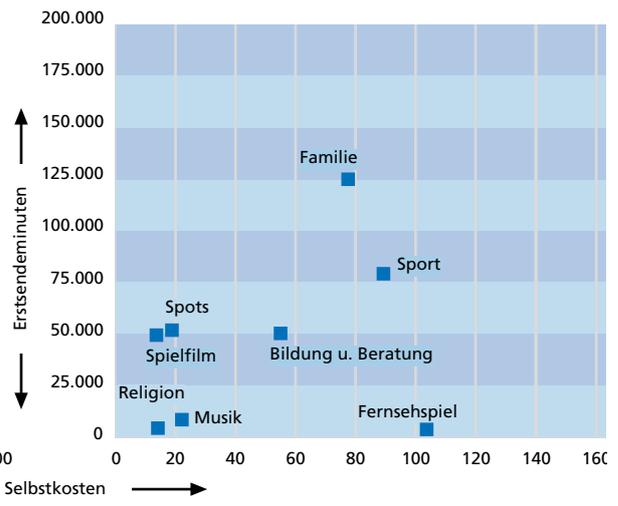


Abb. 27

Im Leistungsangebot der Dritten Fernsehprogramme dominiert klar das Ressort „Politik und Gesellschaft“, das den weitaus größten Anteil an Erstsendeminuten (51 %) und Selbstkosten (47 %) einnimmt. Darauf folgen mit beträchtlichem Abstand „Unterhaltung“ sowie „Kultur und Wissenschaft“.

Tz. 348

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Entwicklung der Sendeleistungen der wichtigsten Ressorts der Dritten Fernsehprogramme der ARD

Gesamtsendeminutenentwicklung

Zuwächse 2004 gegenüber 1992 in Prozent

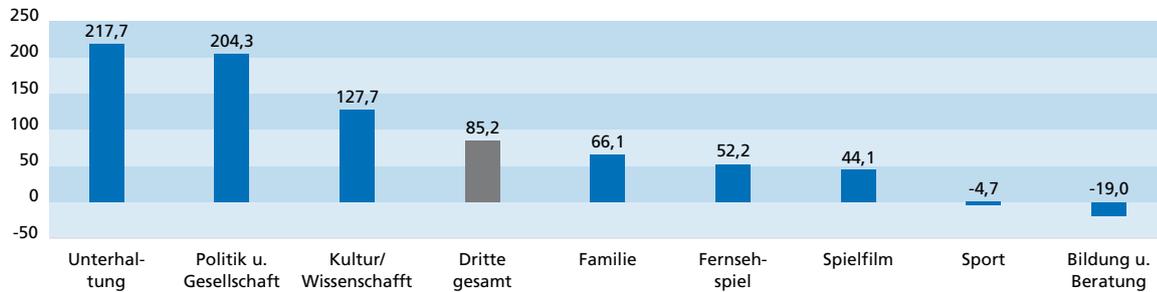


Abb. 28 | 1

Erstsendeminutenentwicklung

Zuwächse 2004 gegenüber 1992 in Prozent

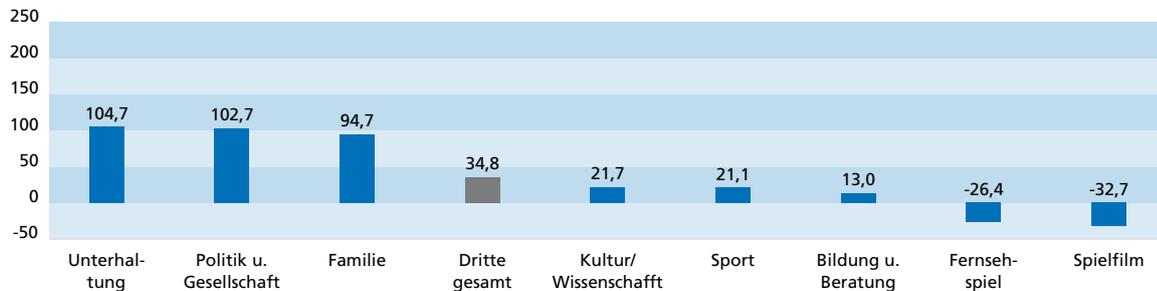


Abb. 28 | 2

Tz. 349 Von den **beträchtlichen Programmausweitungen** in den Dritten Fernsehprogrammen haben bei den **Gesamtsendeminuten** vor allem „**Unterhaltung**“ (+ 218 %), „**Politik und Gesellschaft**“ (+ 204 %) sowie „**Kultur und Wissenschaft**“ (+ 128 %) profitiert. Hier hat sich das Angebot mehr als verdoppelt. Die restlichen Ressorts wurden nur unterdurchschnittlich ausgebaut. Die geringsten Gesamtsendeminutenausweitungen finden sich bei „**Spielfilm**“ (+ 44 %). In den Ressorts „**Sport**“ (- 5 %) sowie „**Bildung und Beratung**“ (- 19 %) war die Gesamtsendeminutenentwicklung sogar rückläufig.

Bei den **Erstsendeminuten** zeigt sich, dass hier „**Unterhaltung**“ (+ 105 %), „**Politik und Gesellschaft**“ (+ 103 %) und „**Familie**“ (+ 95 %) überdurchschnittlich von den Programmausweitungen profitiert haben. Unterdurchschnittlich gesteigert wurden dagegen die Erstsendeminutenleistungen bei „**Kultur und Wissenschaft**“ (+ 22 %), „**Sport**“ (+ 21 %) sowie „**Bildung und Beratung**“ (+ 13 %). Ein Erstsendeminutenabbau ist hingegen bei „**Fernsehspiel**“ (- 26 %) und „**Film**“ (- 33 %) zu verzeichnen.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Vergleich der Durchschnittselbstkosten der wichtigsten Ressorts der Dritten Fernsehprogramme der ARD 2004

Durchschnittselbstkosten pro Gesamtendeminute
in Tausend Euro

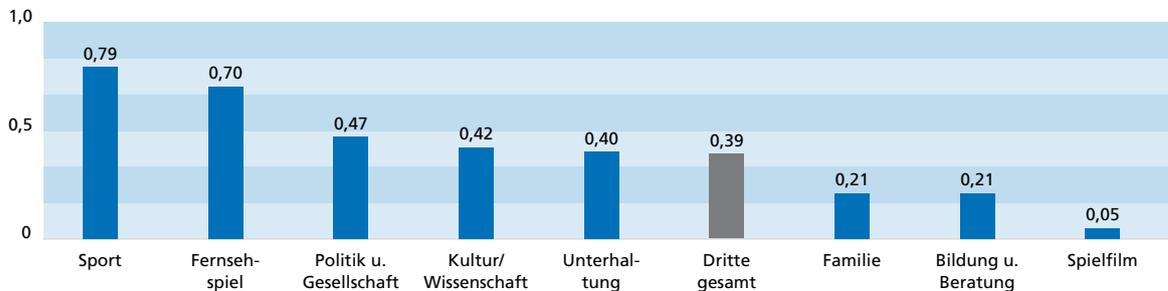


Abb. 29 | 1

Durchschnittselbstkosten pro Erstsendeminute
in Tausend Euro

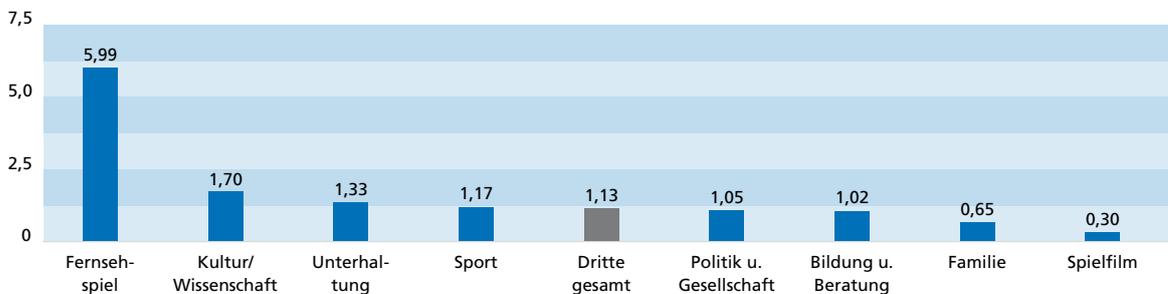


Abb. 29 | 2

Ein Vergleich der Durchschnittskosten für die einzelnen Ressorts der Dritten Programme zeigt, dass „Sport“ und „Fernsehspiel“ die höchsten Durchschnittskosten pro Gesamtendeminute aufweisen. Überdurchschnittliche Kosten-Leistungs-Relationen weisen bei den Gesamtendeminuten auch „Politik und Gesellschaft“, „Kultur und Wissenschaft“ sowie „Unterhaltung“ auf. Tz. 350

Bei den Durchschnittskosten pro Erstsendeminute zeigt sich, dass „Fernsehspiel“ mit großem Abstand das aufwändigste Ressort darstellt. Darauf folgen die Ressorts „Kultur und Wissenschaft“ und „Unterhaltung“, während die Kosten-Leistungs-Relationen zwischen den anderen Ressorts vergleichsweise wenig differieren. Lediglich „Familie“ und „Spielfilm“ verfügen über deutlich günstigere Kosten-Leistungs-Relationen.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ressourcenaufbringung für die wichtigsten Ressorts der Dritten Programme der ARD

Veränderung 2004 gegenüber 1992

Veränderungen in Prozent



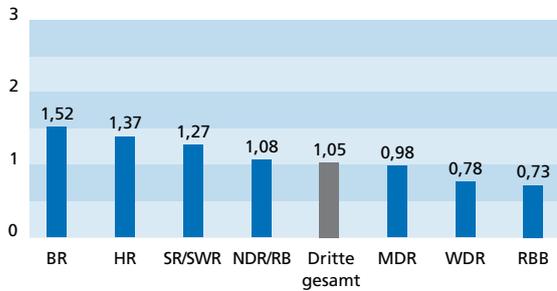
Abb. 30

Tz. 351 Der Überblick über die **Ressourcenaufbringung** für die wichtigsten Ressorts der Dritten Fernsehprogramme zeigt noch einmal, dass „**Unterhaltung**“, „**Politik und Gesellschaft**“ sowie „**Familie**“ **am stärksten vom Ausbau der Erstsendeleistung profitiert** haben. Die **größten Selbstkostensteigerungen** finden sich dagegen **bei „Fernsehspiel“**, dessen Erstsendeleistung leicht zurück ging. Der Ausbau der Erstsendeleistung und die Steigerung der Selbstkosten von „Sport“ bewegen sich dagegen nahezu im Durchschnitt der Ressourcensteigerung der Dritten Programme. Bei „Kultur und Wissenschaft“ finden sich eine sowohl unterdurchschnittliche Erstsendeleistungssteigerung als auch ein unterdurchschnittlicher Zuwachs an Selbstkosten. Eine Senkung der Selbstkosten wie auch der Erstsendeleistung ist im Ressort „Spielfilm“ zu erkennen. Beim Ressort „Bildung und Beratung“ kommt es bei nahezu unveränderten Selbstkosten zu einer leichten Erhöhung der Erstsendeminuten.

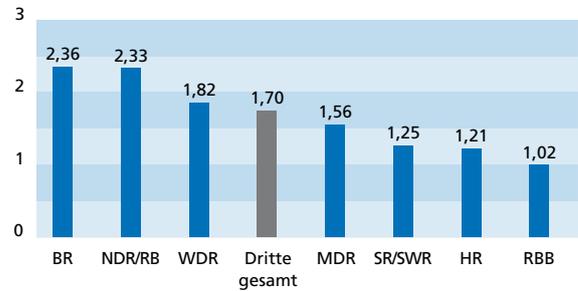
Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Vergleich der Durchschnittselbstkosten der wichtigsten Ressorts der Dritten Fernsehprogramme der ARD 2004
(in Tausend Euro je erste Sendeminute)

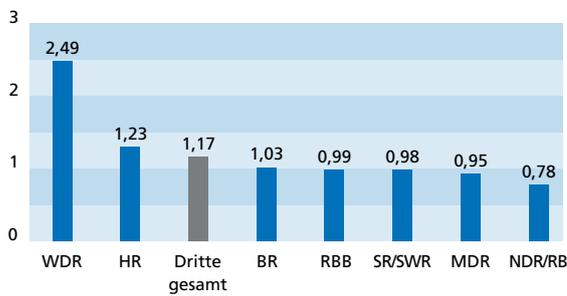
Politik und Gesellschaft



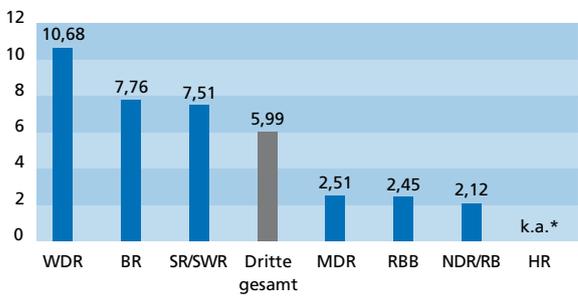
Kultur und Wissenschaft



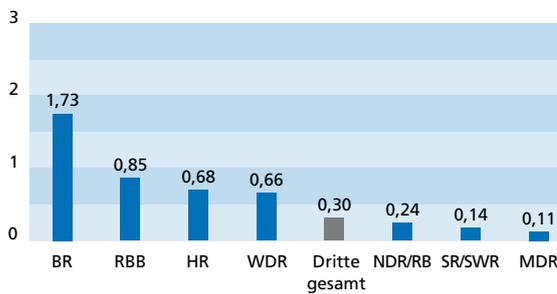
Sport



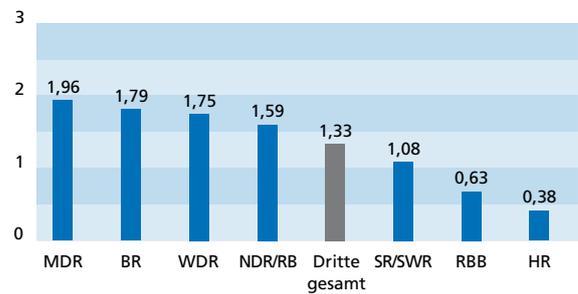
Fernsehspiel



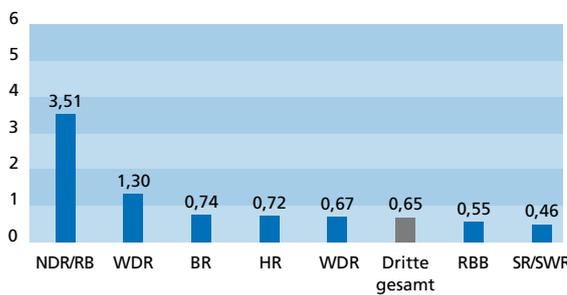
Spielfilm



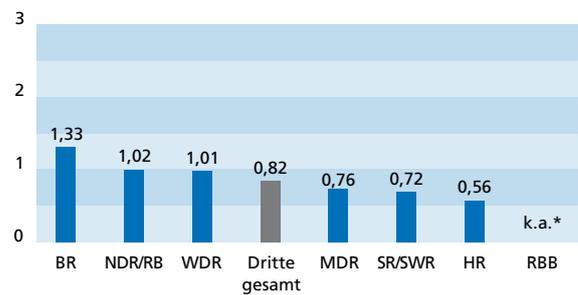
Unterhaltung



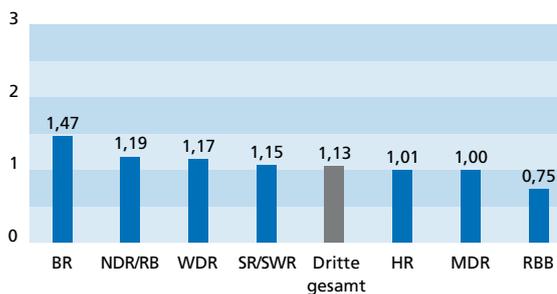
Familie



Bildung und Beratung



Gesamtprogramm der Dritten Programme der ARD



* k.a. = Die Anstalten weisen 2004 keine Sendeminuten in diesem Ressort aus.

Abb. 31

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tz. 352 Der Vergleich der **durchschnittlichen Selbstkosten je Erstsendeminute** in den Dritten Fernsehprogrammen bestätigt das Bild des 14. Berichts. Wiederum zeigt sich **eine erhebliche Streuung** der Durchschnittskostendaten. Insgesamt wird sichtbar, dass die kleineren Anstalten (RBB und HR) deutlich günstigere Kosten-Leistungs-Relationen aufweisen als die größeren Anstalten, insbesondere BR, NDR/RB, WDR und SR/SWR.

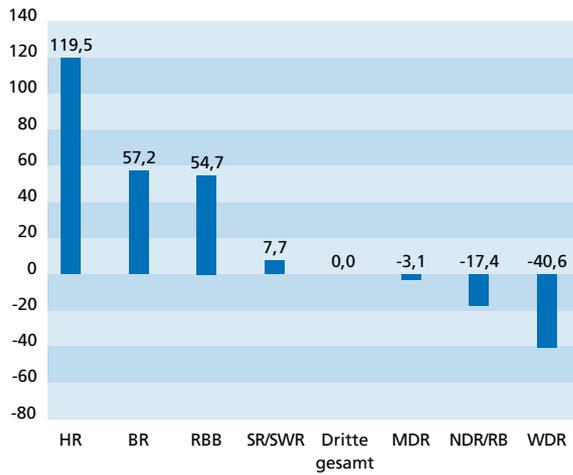
Zur Streuung der Kostendaten merkt die ARD an, dass aufwändige Formate in deutlich überproportionalem Umfang von den größeren Anstalten hergestellt würden. Der Vergleich der Kosten pro Sendeminute vernachlässigt die Qualität und die Programmstehungsart der erstellten „Produkte“. Auch innerhalb eines Genres wiesen verschiedene Formate z.T. sehr unterschiedliche Qualitätslevel aus, die zu deutlich abweichenden Produktionskosten führen. Die ARD macht daher geltend, dass die kleineren Anstalten dagegen in hohem Maße vom kostenlosen **Programmaustausch** zwischen den Dritten Programmen der ARD profitieren würden. Die von ihnen übernommene Anzahl der Sendeminuten übersteige die Anzahl der weitergegebenen Sendeminuten deutlich. Ohne diese Übernahmen könnten die kleineren ARD-Landesrundfunkanstalten nur schwerlich ein eigenes Drittes Programm gestalten. Diese verstärkte Teilhabe am Programmaustausch entspräche gerade auch der Forderung der KEF nach verstärkten Kooperationen.

Die KEF begrüßt den Programmaustausch im Bereich der Dritten Programme, sie gibt aber zu bedenken, dass das Qualitätsargument nicht pauschal gegen Durchschnittskostenvergleiche vorgebracht werden kann, weil die Kostendaten auch zwischen den großen Anstalten erheblich streuen.

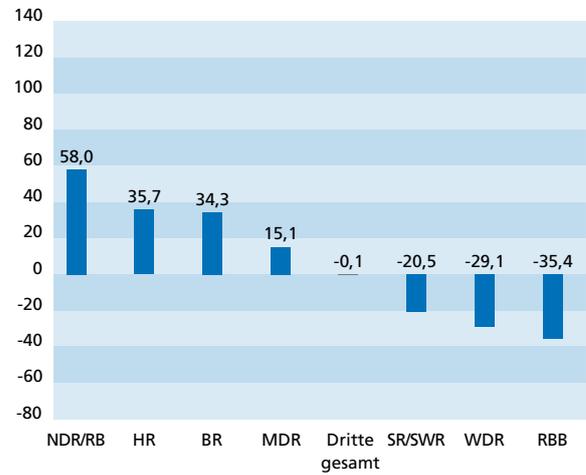
Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Prozentuale Veränderung der durchschnittlichen Sendeminutenkosten der Dritten Fernsehprogramme der ARD von 1992 bis 2004 der wichtigsten Ressorts (Veränderungen in %)

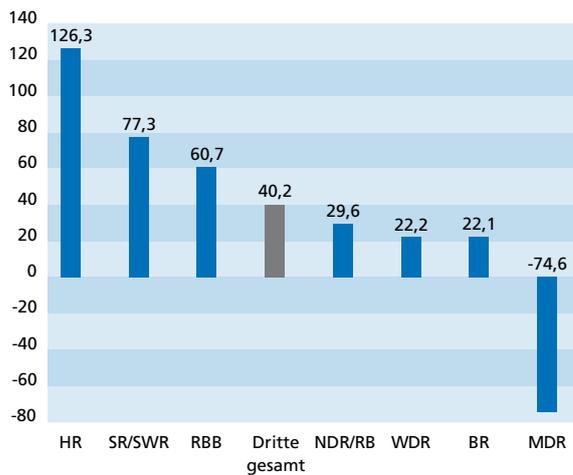
Politik und Gesellschaft



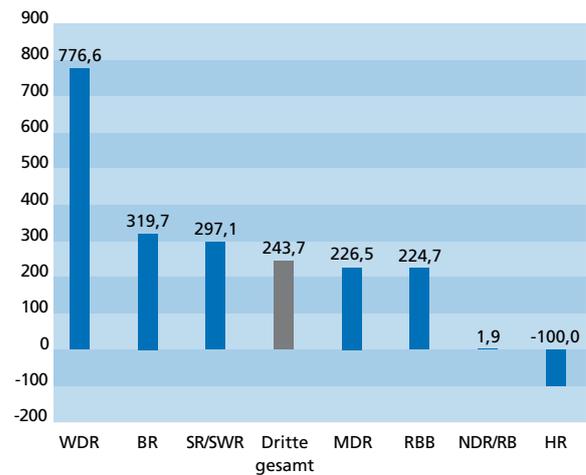
Kultur und Wissenschaft



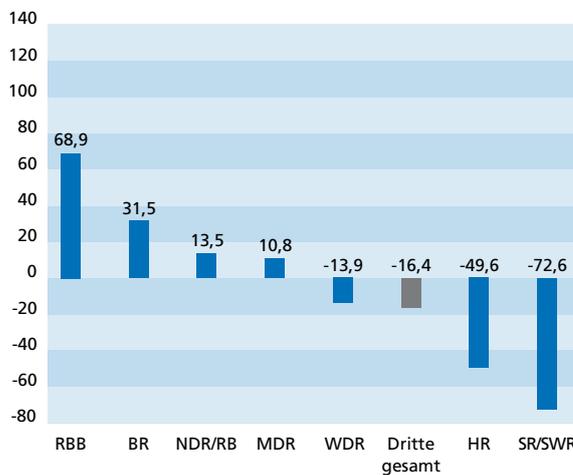
Sport



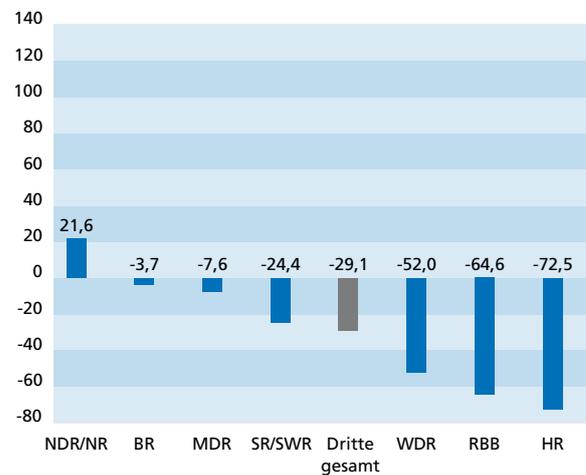
Fernsehspiel



Spielfilm



Unterhaltung



Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

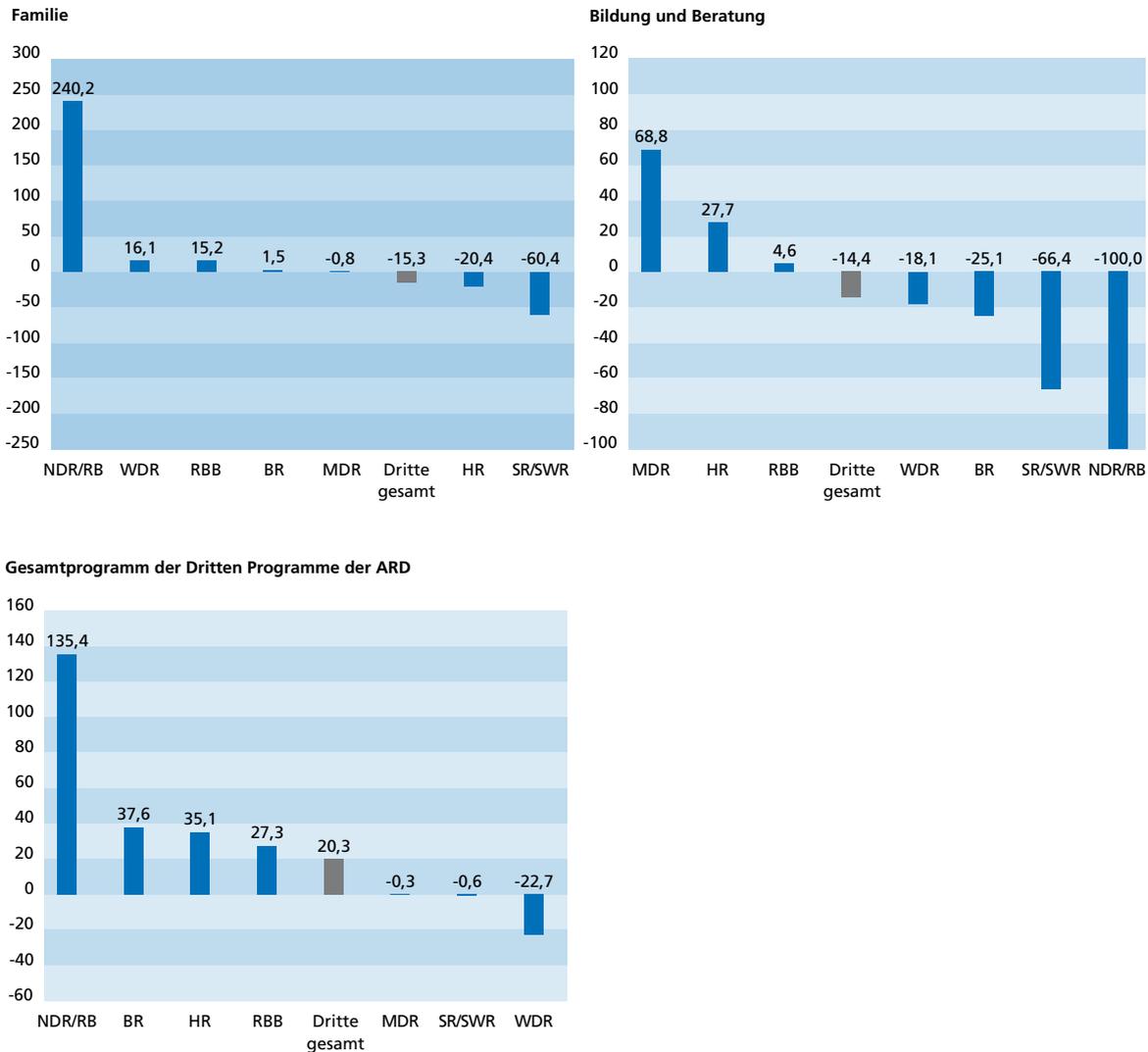


Abb. 32 | 2

Tz. 353 Ein Vergleich der Entwicklung der durchschnittlichen Selbstkosten je Erstsendeminute in den Dritten Fernsehprogrammen zeigt, dass die **Durchschnittskosten der Dritten Fernsehprogramme von 1992-2004 um 20,3 % gestiegen** sind. Diese Steigerung geht vor allem auf die Entwicklung im Jahr 2003 zurück. Gegenüber den Hauptprogrammen stellt aber auch dies noch eine große Kostenstabilität dar. Dass die Durchschnittskostenentwicklung nicht rückläufig ist, geht auf die **erheblichen Kostensteigerungen bei NDR/RB, BR, HR und RBB** zurück. Insbesondere der HR weist in einigen Ressorts erhebliche Durchschnittskostensteigerungen auf.

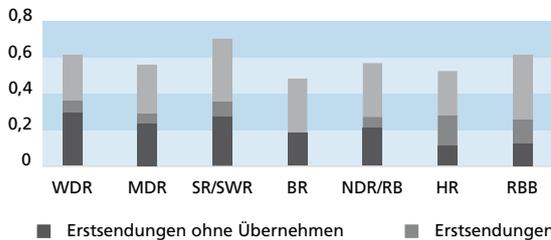
Die ARD bemerkt dazu, dass die hohen Kostensteigerungen beim gemeinsamen Dritten Fernsehprogramm von NDR und RB im Wesentlichen auf zwei Faktoren der Berechnung im Jahr 1992 zurückgehen: die Berücksichtigung der damaligen Sendeanteile des SFB ohne Berücksichtigung der Kosten und die Ausweisung der Ausstrahlung von Videotext in der Nachtlücke als Erstsendeminuten. Für künftige Berichte wird die Kommission aus prinzipiellen Erwägungen ein aktuelleres Vergleichsjahr wählen.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Vergleich der Programmleistungen der Dritten Fernsehprogramme 2004

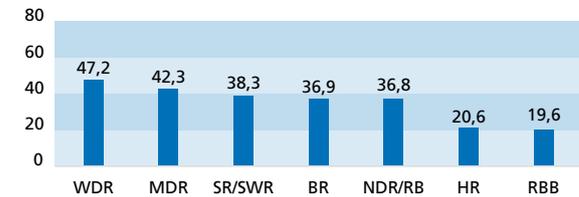
Sendeleistungen

in Mio. Sendeminuten



Erstsendeanteile (Erstsendungen ohne Übernahmen)

Anteile an der Gesamtsendezeit in Prozent



■ Erstsendungen ohne Übernahmen ■ Erstsendungen Übernahmen ■ Wiederholungen

Abb. 33

Der Vergleich der Sendeleistungen der Dritten Programme zeigt, dass die **größten Leistungsunterschiede** im Programmangebot der Anstalten **bei den Erstsendeminuten** bestehen. Hier bieten die leistungsstarken Anstalten (SR/SWR und WDR) weit mehr als doppelt so viele Erstsendeminuten an wie der HR. Durch den stärkeren Einsatz von Wiederholungen und Übernahmen fallen die Leistungsunterschiede zwischen den Anstalten dagegen deutlich geringer aus, selbst wenn auch hier SR/SWR und WDR das größte Leistungsangebot stellen. Die unterschiedliche Bereitstellung von Erstsendeminuten schlägt sich in den Erstsendeanteilen nieder. WDR, MDR und SR/SWR gestalten über 38 % ihres Leistungsangebotes mit Erstsendeminuten, während der fusionierte RBB einen Erstsendeanteil von 20 % aufweist.

Tz. 354

Tab. 59 Vergleich der Zusammensetzung der Erstsendeminuten (ohne Übernahme) der Dritten Fernsehprogramme im Jahr 2004

	BR	HR	MDR	WDR	NDR/RB	SR/SWR	RBB
Politik und Gesellschaft	34,6 %	45,7 %	39,6 %	62,0 %	66,8 %	45,7 %	60,9 %
Kultur und Wissenschaft	12,7 %	6,8 %	5,8 %	6,3 %	6,8 %	12,4 %	6,9 %
Religion	2,1 %	1,2 %	0,5 %	0,3 %	0,0 %	0,5 %	0,8 %
Sport	7,8 %	8,7 %	3,5 %	3,3 %	7,1 %	6,5 %	3,0 %
Fernsehspiel	1,7 %	0,0 %	1,6 %	1,6 %	1,9 %	0,9 %	0,6 %
Spielfilm	1,6 %	0,1 %	12,6 %	1,7 %	1,1 %	1,8 %	1,0 %
Unterhaltung	9,2 %	21,1 %	13,7 %	9,4 %	12,0 %	16,1 %	15,3 %
Musik	1,1 %	0,2 %	0,2 %	2,5 %	0,3 %	1,0 %	0,7 %
Familie	21,7 %	4,0 %	18,1 %	0,2 %	0,2 %	10,8 %	2,9 %
Bildung und Beratung	2,3 %	4,6 %	3,7 %	8,1 %	0,0 %	2,0 %	3,9 %
Spot / Überleitung	5,5 %	7,6 %	0,8 %	4,6 %	3,8 %	2,2 %	4,1 %

Ein Vergleich der Erstsendeleistungen der Dritten Fernsehprogramme macht **unterschiedliche Prioritätensetzungen** zwischen den Landesrundfunkanstalten deutlich, die sich vor allem in unterschiedlichen Anteilen für „Politik und Gesellschaft“ niederschlagen (NRD/RB: 66,8 %; BR: 34,6 %). Weitere Ressorts, in denen sich große Leistungsunterschiede zeigen, sind „Familie“ (BR: 21,7 %; NDR und WDR: 0,2 %), „Spielfilm“ (MDR: 12,6 %; HR: 0,1 %), „Bildung und Beratung“ (WDR: 8,1 %; NDR/RB: 0,0 %) sowie „Spot/Überleitung“ (HR: 7,6 %; MDR: 0,8 %).

Tz. 355

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

2.5 Die analogen Fernsehspartenkanäle

Tz. 356 Neben den beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen und den Dritten Fernsehprogrammen veranstalten ARD und ZDF auch fünf analoge Spartenkanäle, nämlich 3sat (seit 1984), ARTE (seit 1992), den Kinderkanal und Phoenix (beide seit 1997) sowie BR-alpha (seit 1998). Nur bei dem Bildungskanal BR-alpha handelt es sich um ein anstaltsindividuelles Projekt des Bayerischen Rundfunks, alle anderen Spartenkanäle werden von ARD und ZDF gemeinsam betrieben.

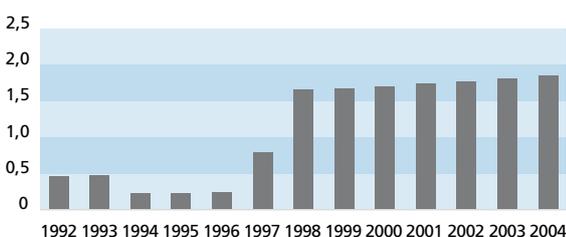
Für den Leistungsbericht hat der gemeinsame Betrieb von Spartenkanälen die Konsequenz, dass sich die Erfassung von Leistungsdaten, d.h. sowohl von Sendeminuten als auch Kosten, schwierig gestaltet, da die Kosten bei unterschiedlichen federführenden und zuliefernden Anstalten entstehen und dort in jeweils eigener Systematik erfasst werden. Damit ist ein über alle Sender hinweg additiver und kostenrechnerisch durchgängiger Ausweis von Selbstkosten fast unmöglich. Dies beeinträchtigt die Darstellung der Leistungen und Kosten der analogen Fernsehspartenkanäle beträchtlich, so dass sich die Kommission weitgehend auf die Darstellung hochaggregierter Sendeleistungsdaten beschränken muss.

Tz. 357 Insgesamt belief sich die **gemeldete Sendeleistung** der analogen Spartenfernsehprogramme auf **rd. 1,85 Mio. Sendeminuten**. Das sind rd. 18,7 % der gesamten öffentlich-rechtlichen Sendeleistung im Fernsehbereich. Den größten Anteil an dieser Sendeleistung beanspruchten Phoenix und BR-alpha, bei denen es sich um 24stündige Programme handelt, die freilich bei Weitem nicht den redaktionellen Aufwand verursachen wie die Spartenkanäle 3sat, Kinderkanal und Arte. Zudem sind die letztgenannten Kanäle entweder keine 24-Stundenprogramme oder werden mit Zulieferungen ausländischer Partner betrieben.

Die ARD hat sich gegenüber der Kommission gegen die Verwendung des Begriffs „Spartenkanäle“ gewandt, da sich 3sat als Vollprogramm verstehe und Spartenkanälen bei der Verbreitung in Kabelnetzen eine geringere Priorität eingeräumt werde. Die Kommission möchte hierzu anmerken, dass sie den Begriff des Spartenkanals hier nicht im Sinne der Regelungen zur Sendeeinspeisung verwendet, sondern damit dem besonderen Inhaltsprofil und der spezifischen Nachfragesituation dieser Programmangebote am Zuschauermarkt Rechnung tragen möchte.

Die analogen Fernsehspartenkanäle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Überblick

Sendeminutenentwicklung
Sendezeit in Mio. Minuten



Zusammensetzung 2004
Sendeleistung in Mio. Minuten

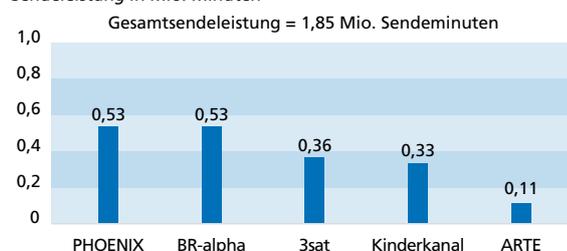


Abb. 34

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Gemäß den Daten des ZDF lieferten ARD und ZDF dem analogen Spartenprogramm **3sat** 2004 insgesamt **rd. 0,36 Mio. Sendeminuten** zu. Werden die zugelierten Sendeminuten nach Entstehungsart differenziert, so zeigt sich, dass es sich bei rd. 30 % der zugelierten Sendeminuten um Erstsendungen handelt. Sowohl bei den ARD-Zulieferungen als auch bei den Zulieferungen des ZDF überwiegen klar die Wiederholungen. Die ARD lieferte insgesamt rd. 0,17 Mio. Sendeminuten zu, die Zulieferung des ZDF umfasste rd. 0,19 Mio. Sendeminuten.

Tz. 358

Die Zulieferungen von ARD und ZDF für 3sat

Programmstehung 2004

Gesamtzulieferung von ARD und ZDF = 0,36 Mio. Sendeminuten

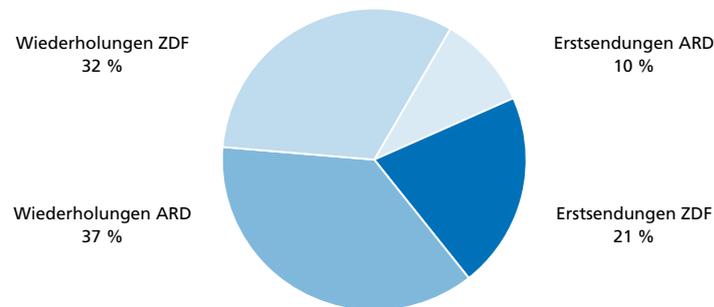


Abb. 35

Nach den Daten der ARD lieferten ARD und ZDF dem deutsch-französischen Kulturkanal **ARTE** insgesamt rd. 0,11 Mio. Sendeminuten zu. Für die inhaltsstatistisch erfasste Hauptsendezeit (19.00 bis 01.00 Uhr) liefern ARD und ZDF vor allem Beiträge zu den Arte-Themenabenden, Spiel- und Fernsehfilme, Dokumentationen, Theater- und Musikprogramme sowie Magazinbeiträge und Kurzfilme zu.

Tz. 359

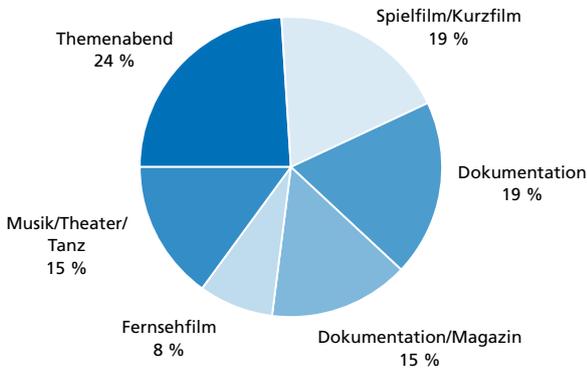
Werden die gesamten Zulieferungen von ARD und ZDF nach Art der Programmstehung untersucht, so handelt es sich bei 40 % um reine Erstaussstrahlungen. Wiederholungen (14 %) und Zweitausstrahlungen nach ARD und ZDF (5 %) haben eine klar geringere Bedeutung. Die verbleibenden 41 % sind sogenannte "Multidiffusionen"; bei diesen handelt es sich nach Angaben der Anstalten um die sich an eine kostenpflichtige ARTE-Ausstrahlung anschließende(n) kostenfreie(n) Wiederholung(en) in einem Zeitfenster von 7 bis 14 Tagen.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Sendeanteile von ARD und ZDF für ARTE

Zusammensetzung 2004

Zulieferungsleistung für die Hauptsendezeit von
19.00 bis 01.00 Uhr = 50.863 Sendeminuten



Programmstehung 2004

Gesamtzulieferungsleistung von
ARD und ZDF = 0,11 Mio. Sendeminuten

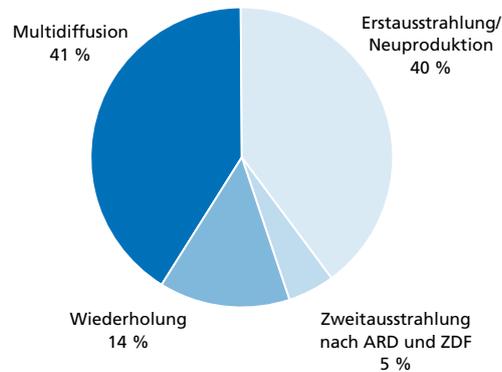


Abb. 36

Tz. 360 Nach den Zulieferungen der ARD sendete der **Kinderkanal** im Jahr 2004 insgesamt rd. 0,33 Mio. Sendeminuten, wobei sich ab dem **Jahr 2003 die Ausweitung der Sendezeit auf 21.00 Uhr deutlich bemerkbar** macht. Eine Analyse des Programms nach Entstehungsart macht deutlich, dass rd. 67 % des Programms aus Zulieferungen von ARD und ZDF stammen, die restlichen 33 % werden direkt vom Kinderkanal produziert. Im Zeitvergleich fällt auf, dass die Aufschaltungen auf die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bereits im Jahr 2000 auf Null reduziert worden sind. Mit der Sendezeitemausweitung um rd. 15 % im Jahr 2003 verzichtete der Kinderkanal auch darauf, seine Sendezeit mit der Ausstrahlung der Senderkennung zu füllen.

Der Zeitreihenvergleich macht deutlich, dass der Kinderkanal nach seiner Etablierung bis zum Jahr 2000 ein stetiges Absinken der Erstsendeanteile zu verzeichnen hatte. Dieser Trend kehrte sich erst 2001 um. 2004 sank der **Erstsendeanteil** wieder auf rd. **17 %**, allerdings gilt es dabei die erhebliche Sendezeitemausweitung in Betracht zu ziehen.

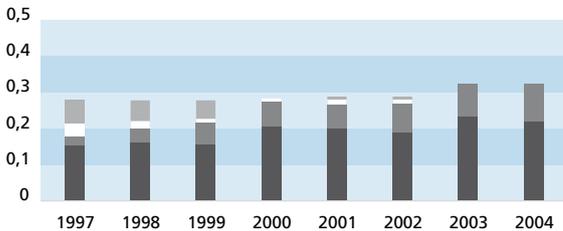
Die Anstalten weisen darauf hin, dass die Erstsendeminutenberechnung der KEF auch **Aufschaltungen** und die Ausstrahlung der Senderkennung als Erstsendeminuten ansieht. Dies sei insoweit nicht korrekt, da die Aufschaltungen bereits bei ARD und ZDF als Erstaussstrahlungen erfasst worden seien. Bei einer um diese Aufschaltungen bereinigten Sendezeitenstatistik sei eine Steigerung der Erstsendeanteile von 11 % auf 15 % im Jahre 2002 zu verzeichnen. Die Kommission gibt zu, dass eine korrekte Berücksichtigung der Aufschaltungen in der Sendestatistik schwierig ist. Für ihre Berechnung spricht die Tatsache, dass die Aufschaltungen für die Zuschauer tatsächlich Erstsendungen sind. Im übrigen gibt sie zu bedenken, dass die Anstalten selbst über sinkende Erstsendeanteile beim Kinderkanal klagen und entsprechende Projektanmeldungen vorgelegt haben.

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Sendeleistung des Kinderkanals

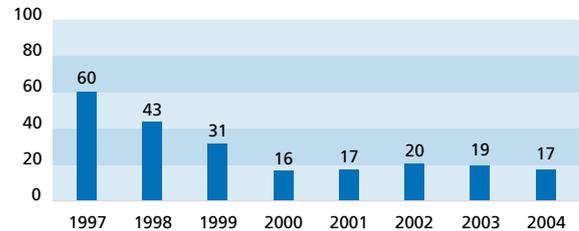
Sendeminutenentwicklung

Sendezeit nach Entstehungsart in Mio. Minuten



Erstsendeanteil

in Prozent



■ Zulieferung von ARD und ZDF ■ Eigenproduktion KiKa □ Senderkennung ■ Aufschaltung

Abb. 37

Nach der Meldung der ARD beträgt die Sendeleistung von **Phoenix** rd. **0,53 Mio. Sendeminuten**. Rd. 59,5 % der Sendeleistungen stellen Gemeinschaftssendungen des Programms dar; 25,9 % stammen aus Zulieferungen der ARD-Anstalten, 13,6 % aus Zulieferungen des ZDF.

Tz. 361

Die Sendeleistung von Phoenix

Programmgestehung 2004

Gesamtsendeleistung = 0,35 Mio. Minuten

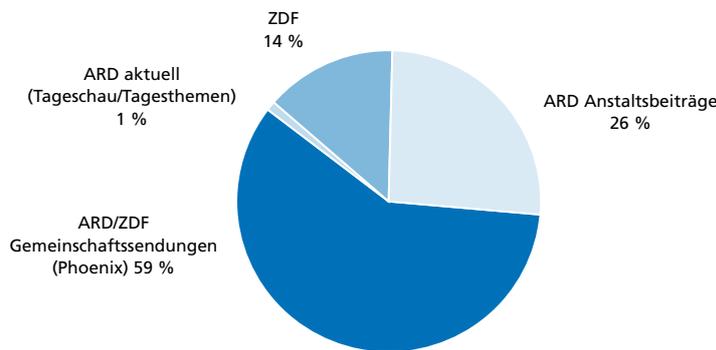


Abb. 38

Für das anstaltsindividuell veranstaltete Spartenprogramm **BR-alpha** liefert die ARD nur aggregierte Daten zur Sendeleistung zu. Diese betrug 2004 **0,53 Mio. Sendeminuten**, von denen es sich zu rd. 8,6 % um Eigenproduktionen handelte. Die ARD erklärt, dass die auch vom Rechnungshof immer wieder für das Programm angemahnte Sendezeitenerfassung bisher nicht geleistet werden konnte. Der Verwaltungsaufwand für BR-alpha beschränke sich bisher auf das absolute Minimum und unbedingt Erforderliche. Die Kommission fordert die ARD gleichwohl auf, die Leistungsdokumentation für BR-alpha zu verbessern.

Tz. 362

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

2.6 Die digitalen Fernsehkanäle

Tz. 363 ARD und ZDF sind staatsvertraglich ermächtigt, jeweils drei digitale Fernsehprogramme zu veranstalten, die nach der jüngsten Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags ihren Schwerpunkt in Kultur, Bildung und Information haben sollen.

Die Kommission geht davon aus, dass die Anstalten ihre Bemühungen zur Leistungsdokumentation auch in diesem Angebotssegment intensivieren werden, um die Erfüllung dieser staatsvertraglichen Verpflichtung dokumentieren zu können.

Nach verschiedenen Angaben konnten **bis zum Jahr 2003 4,71 Mio. Fernsehhaushalte, d.h. 13 % der Gesamtfernsehhaushalte, digitales Fernsehen empfangen**. Diese Empfangssituation wird sich nach Angaben der Anstalten stetig verbessern, allerdings werden die technischen Reichweiten des digitalen Fernsehens in Abhängigkeit vom Verbreitungsweg differieren. Die digitale Satellitenverbreitung wird Ende 2005 eine hundertprozentige technische Reichweite erreichen, im Kabel wird das digitale Fernsehen über eine Reichweite zwischen 30 und 40 % verfügen. Die terrestrische Verbreitung (DVB-T) wird dagegen rd. 60 % der Haushalte erreichen.

Von der technischen Reichweite zu unterscheiden ist die **tatsächliche Ausstattung der Fernsehhaushalte** mit Digitalempfängern. Nach den Erhebungen der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang der Landesmedienanstalten hatten im Juli 2005 **25,7 % bzw. 8,7 Mio.** deutschsprachige TV-Haushalte Zugang zu digitalem Fernsehen. Zugang bedeutet, dass sich im Haushalt ein Fernsehgerät befindet, mit dem die TV-Programme über eine der Empfangsebenen Kabel, Satellit oder Terrestrik digital empfangen werden können. Rd. **19,1 %** der Haushalte sind „voll digitalisiert“, weitere 6,6 % sind „teildigitalisiert“.

Sendeleistung der digitalen Fernsehprogramme der ARD im Jahr 2004

Gesamtsendeleistung nach Erstsendungen und Wiederholungen

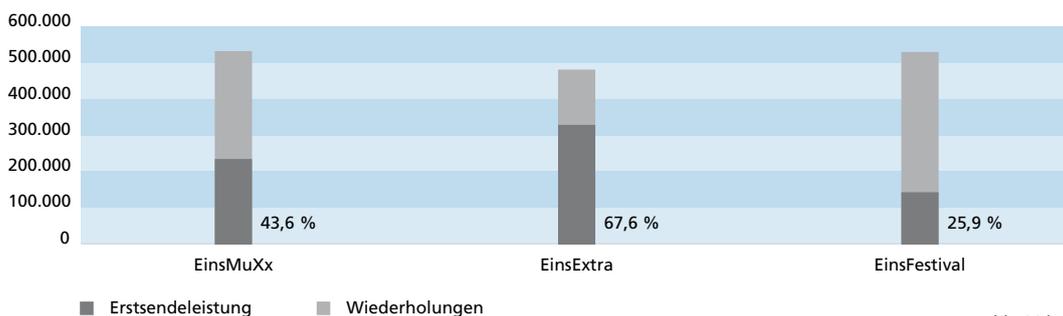


Abb. 39 | 1

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Anteil der einzelnen Ressorts an der Gesamtsendeleistung

EinsMuXx, EinsExtra und EinsFestival in Prozent

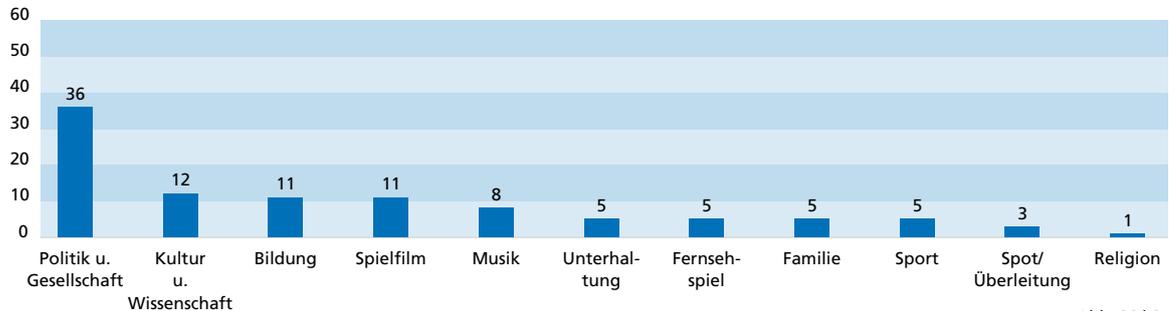


Abb. 39 | 2

Die Sendeleistung der digitalen Fernsehprogramme der ARD betrug im Jahr 2004 rd. 1,53 Mio.

Tz. 364

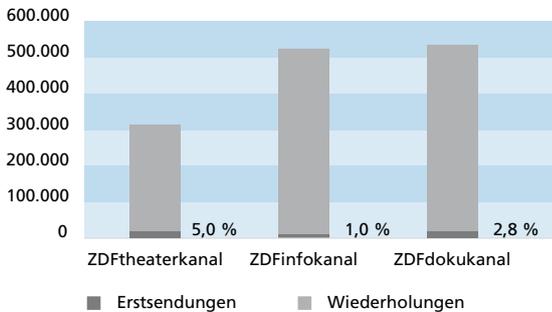
Sendeminuten, davon waren nach der Definition der ARD **0,69 Mio. Sendeminuten bzw. 44,8 % Erstsendeminuten**. Den weitaus größten Erstsendeanteil hat dabei EinsExtra (67,6 %). Der sowohl im Vergleich zu den digitalen Fernsehsendern des ZDF als auch zum Ersten Fernsehprogramm der ARD äußerst hohe Erstsendeanteil ist darauf zurückzuführen, dass die ARD ihrer Erhebung im digitalen Bouquet eine Definition von Erstsendungen zu Grunde legt, nach der eine Erstsendung im ersten Einsatz einer Sendung im jeweiligen Programm besteht. Im Gegensatz zur Definition des ZDF ist der Begriff der digitalen Erstsendung bei der ARD nicht im Sinne von einer Premiere für die Zuschauer zu verstehen. Diese Definition von Erstsendeminuten weicht von der ab, die die ARD bei der Erfassung ihrer sonstigen Sendeleistungen anlegt. Bei den Dritten Programmen wird bspw. zwischen Erstsendungen (als Premieren für die Zuschauer) und Erstsendungen im jeweiligen Programm aus dem gemeinsamen Programmpool der ARD (Übernahmen) unterschieden. Nachdem die KEF die ARD gebeten hat, diese Unterscheidung auch im Digitalangebot vorzunehmen, sicherte die ARD zu, dieses Problem intern zu diskutieren.

Vergleicht man die Anteile der einzelnen Ressorts an der Gesamtsendeleistung, so stellt „**Politik und Gesellschaft**“ das mit großem Abstand **bedeutendste Ressort** dar (36 %). Ebenfalls wichtige Ressorts sind „Kultur und Wissenschaft“ (12 %), „Bildung“ (11 %) und „Spielfilm“ (11 %).

Das Fernsehangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Sendeleistung der digitalen Fernsehprogramme des ZDF im Jahr 2004

Gesamtsendeleistung nach Erstsendungen und Wiederholungen



Anteil der einzelnen Ressorts an der Gesamtsendeleistung ZDFtheaterkanal, ZDFinfokanal und ZDFdokukanal in Prozent

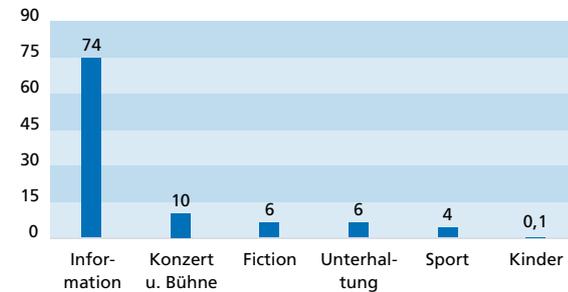


Abb. 40

Tz. 365 Die **Sendeleistung der digitalen Fernsehprogramme des ZDF** betrug im Jahr 2004 rd. **1,38 Mio. Sendeminuten**, davon waren 0,04 Mio. Sendeminuten bzw. 2,6 % Erstsendeminuten. Das ZDF legt seiner Erhebung im digitalen Bouquet dabei folgende Definition von Erstsendungen zu Grunde: Als „Erstsendungen“ werden nur solche Programme deklariert, die im ZDF-Verbund (d.h. einschließlich Partnerprogramme und Digitalprogramme) noch nicht – ganz oder zumindest teilweise – ausgestrahlt wurden bzw. für die Anschlusslizenzen erworben werden mussten. Daraus resultiert für die digitalen Fernsehprogramme des ZDF ein deutlich geringerer Erstsendeanteil als für die der ARD.

Vergleicht man die Anteile der einzelnen Ressorts an der Gesamtsendeleistung, so stellt „Information“ das mit großem Abstand **bedeutendste Ressort** dar (74 %). Mit großem Abstand folgen „Konzert und Bühne“ (10 %), „Fiction“ (6 %) und „Unterhaltung“ (6 %).

Werden die vom ZDF vorgelegten Kostendaten herangezogen, so erscheinen die **digitalen Fernsehprogramme als außerordentlich günstige Programmangebote**. Die Durchschnittskosten der digitalen Fernsehprogramme des ZDF betragen zwischen 29,3 Euro (ZDFtheaterkanal) und 12,3 Euro (ZDFinfokanal). Zum Vergleich: Eine Sendeminute im ZDF-Hauptprogramm kostet im Durchschnitt 2.930 Euro. Die digitalen Fernsehprogramme beanspruchen also nur 0,57 % dieser Durchschnittskosten.

Im 14. Bericht (Tz. 27) hat die Kommission allerdings bereits darauf aufmerksam gemacht, dass im Zuge der Ausweitung u.a. die Forderungen für Rechtekosten steigen werden. Im digitalen Angebot **sind daher erhebliche Kostensteigerungen zu erwarten**.

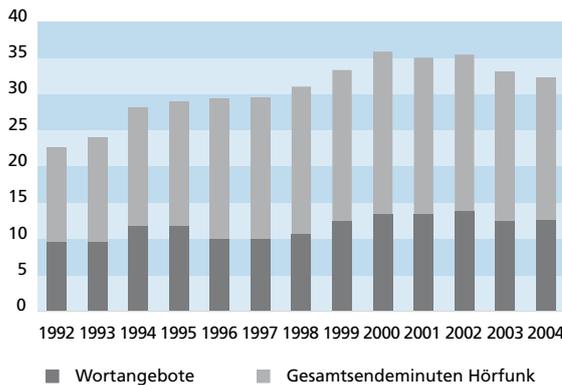
Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

3. Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

3.1 Gesamtüberblick

Das Leistungsangebot des öffentlich-rechtlichen Hörfunks

Sendeminutenentwicklung
Sendezeit in Mio. Minuten



Anzahl der Hörfunkprogramme
Hörfunkprogramme

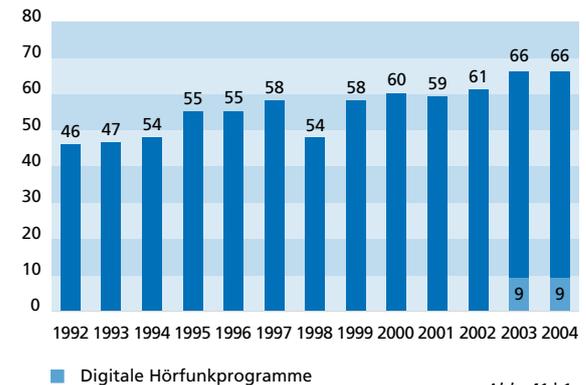
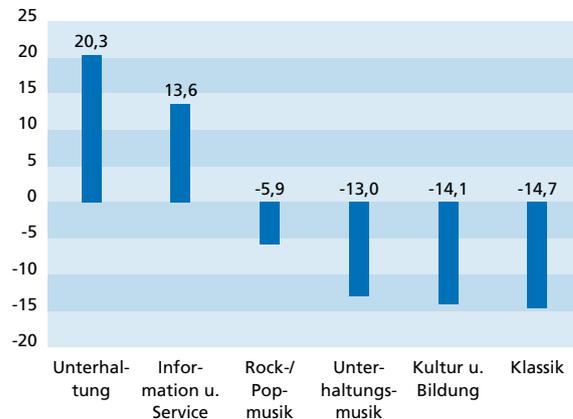


Abb. 41 | 1

Sendegattungszuwächse 2004 gegenüber 1999
Zuwächse in Prozent



Zusammensetzung 2004
Gesamtsendeleistung Hörfunk = 31,84 Mio. Sendeminuten

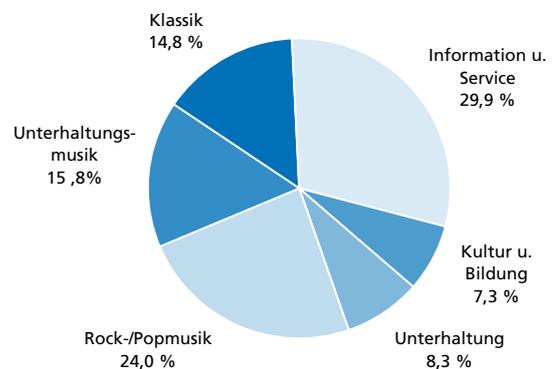


Abb. 41 | 2

Im Hörfunkbereich hat sich **der langfristige Trend zur Angebotsausweitung fortgesetzt**, allerdings hat er sich in das digitale Angebot verlagert. So ist die **Anzahl der insgesamt angebotenen Hörfunkprogramme** trotz der Fusion von ORB und SFB zum RBB nicht gesunken, sondern auf **66** gestiegen. Davon stellen **neun digitale Hörfunkprogramme** dar.

Tz. 366

Dass dieser Trend nicht in der Dokumentation der Sendeminutenentwicklung sichtbar wird, ist allein dem Umstand geschuldet, dass die ARD die Sendeminutenleistung der digitalen Hörfunkprogramme der Kommission bislang nicht gemeldet hat. Die ARD hat erklärt, dass bislang keine umfassende Leistungsdokumentation für diese Programme vorgenommen wurde, weil es sich um Programme mit Experimentalcharakter handele und diese Programme derzeit nicht annähernd die gleiche Verbreitung wie herkömmliche Programme aufweisen. Sie erklärt, dass sie prüfen werde, inwieweit zukünftig die digitalen Programme in die Sendezeitstatistik aufgenommen werden

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

können. Die Kommission geht davon aus, dass der Leistungsbericht die Aufgabe hat, alle Angebotssegmente des öffentlich-rechtlichen Rundfunks transparent zu machen, und es daher nicht im Belieben der Anstalten liegen kann, bestimmte Angebotsbereiche einer Leistungsdokumentation zu entziehen. Sie fordert die ARD auf, Leistungsmengendaten für sämtliche Hörfunkprogramme einschließlich der Digitalprogramme zu melden.

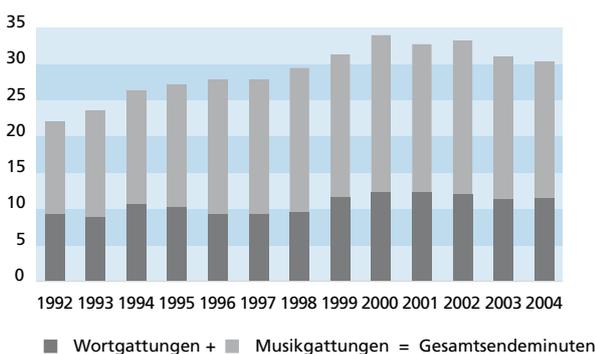
Tz. 367 Die nach Sendeminuten **bedeutendsten Programmsparten im öffentlich-rechtlichen Hörfunkangebot stellen 2004 weiterhin „Information und Service“ sowie „Rock-/Popmusik“** dar. Danach folgen die Musiksendegattungen „Unterhaltungsmusik“ und „Klassik“. Insgesamt nehmen die Wortsparten nach einem Leistungsabbau in 1996 und 1997 seit 1998 rd. 38,1 % des Leistungsangebotes ein.

Tz. 368 Ein Längsschnittvergleich der inhaltlichen Zusammensetzung der Programmleistungen kann auf Grund der veränderten Erfassung von Programmleistungsdaten nur **ab 1999** erfolgen. In diesem Zeitabschnitt wurden vor allem die **Sendegattungen „(Wort-)Unterhaltung“, „Information und Service“ ausgebaut**. Die Reduktionen im Leistungsangebot seit dem letzten Bericht gingen vor allem zu Lasten von „Unterhaltungsmusik“, „Kultur und Bildung“ und „Klassik“. Ebenso wie der Programmbereiche „Rock- und Popmusik“ nahmen diese Sparten im Jahr 2004 einen geringeren Stellenwert im öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramm ein als im Jahr 1999.

3.2 Die Hörfunkprogramme der ARD

Entwicklung der Hörfunkprogramme der ARD 1992 bis 2004

Sendeminutenentwicklung
Sendezeit in Mio. Minuten



Anzahl der Hörfunkprogramme
in Prozent

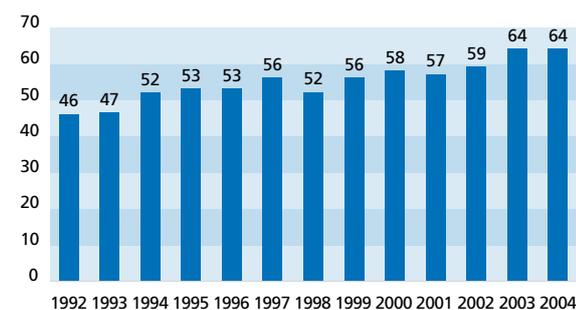


Abb. 42

Tz. 369 Der Umfang der Gesamtsendeminuten der Hörfunkprogramme der ARD ist seit 1992 bis zum Jahr 2000 kontinuierlich gestiegen. Erst im Jahr 2001 wurde dieser **Trend zur Ausdehnung des Leistungsangebotes im analogen ARD-Hörfunk gebrochen**, 2003 (- 6,4 %) und 2004 (- 2,7 %) reduzierte sich die Anzahl der angebotenen Hörfunksendeminuten erneut. Ursache dieser ausgewiesenen Reduktion ist einerseits die Fusion von ORB und SFB, andererseits hat die ARD keine Leistungsmengen für die digitalen Hörfunkangebote gemeldet, so dass keine Klarheit über die tatsächliche Gesamtmenge besteht.

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Nach den vorliegenden Daten bot die ARD 2004 insgesamt **30,70 Mio. analoge Hörfunksendeminuten** an. Im Gegensatz zum erfassten Sendeminutenvolumen hat die Anzahl der ARD-Hörfunkprogramme seit 2002 weiter zugenommen. Nach Angaben der ARD **veranstalteten die Landesrundfunkanstalten 55 analoge und 9 digitale Hörfunkprogramme**. Der **Wortanteil** im erfassten Hörfunkangebot der ARD ist nach einem bis 1998 anhaltenden Rückgang seit 1999 wieder gestiegen und bewegt sich auf einem Niveau von rd. **37 %**.

Prioritätensetzung beim ARD-Hörfunk 2004

Gesamtsendeminuten 2004 (in Mio.)

Selbstkosten der Programmgestaltung 2004 in Mio. Euro

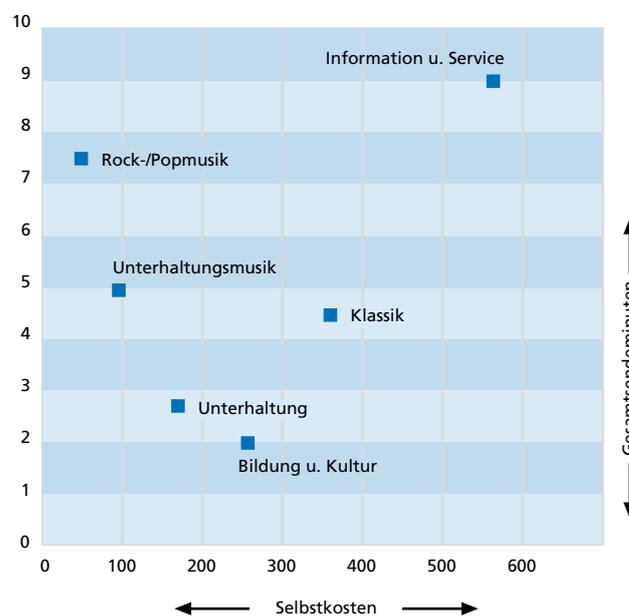


Abb. 43

Eine Analyse der Hörfunk-Sendeminuten der ARD ergibt, dass den **Programmgattungen „Information und Service“ (29,4 %) sowie „Rock-/Popmusik“ (24,5 %) am meisten Sendezeit eingeräumt wird**. Mit einigem Abstand folgen die Musikbereiche „Unterhaltungsmusik“ (16,0 %) und „Klassik“ (14,7 %).

Tz. 370

Mit einem **Selbstkostenanteil von 37,6 %** der gesamten Programmkosten besitzt der Bereich **„Information und Service“ die größte Bedeutung im ARD-Hörfunkprogramm**, gefolgt von „Klassik“ (23,8 %) sowie „Kultur und Bildung“ (17,3 %).

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Entwicklung der Sendeleistung der Programmgestaltungen der Hörfunkprogramme der ARD

Zuwächse 2004 gegenüber 1999

in Prozent

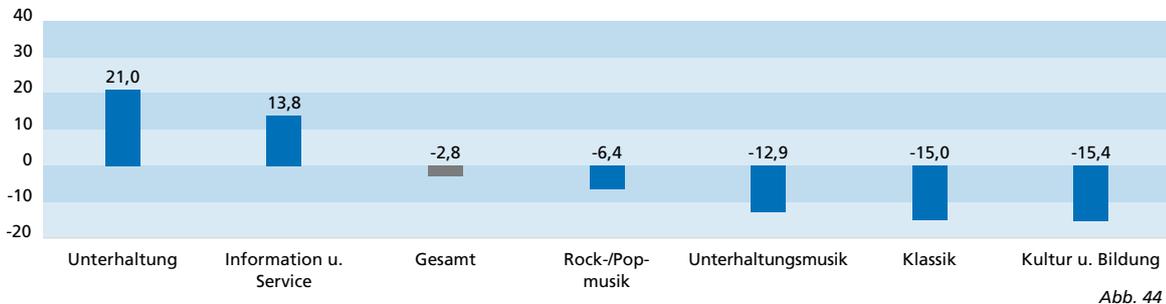


Abb. 44

Tz. 371 Seit der Veränderung der Erfassung der Programmleistungen im ARD-Hörfunk im Jahr 1999 hat die ARD ihr Angebot vor allem in der Wortunterhaltung (+ 21,0 %) und im Bereich von Information und Service (+ 13,8 %) ausgebaut. Gegenüber dem 14. Bericht ist besonders hervorzuheben, dass die Sendeminutenreduktion in 2004 vor allem zu Lasten von „Kultur und Bildung“ (- 15,4 %), „Klassik“ (- 15,0 %) und „Unterhaltungsmusik“ (- 12,9 %) sowie „Rock- und Popmusik“ (- 6,4 %) gingen.

Tab. 60 Klassifizierung der Hörfunkprogramme der ARD 2004-Clusteranalyse auf der Basis der Sendegattungsanteile

Bezeichnung	Anzahl (%)	Information und Service	Kultur und Bildung	Unterhaltung	Rock- und Popmusik	Unterhaltungsmusik	Klassik
Durchschnittliche Sendegattungsanteile der Programme in %							
Rock- und Popradios	19 (34,5 %)	19,7	1,4	8,4	67,8	0,4	0,8
Klassikradios	10 (18,2 %)	8,7	17,8	0,6	0,1	2,2	70,5
Mischprogramme	9 (16,4 %)	37,3	12,4	17,4	0,7	16,6	15,3
Informationsprogramme	8 (14,5 %)	82,0	4,7	1,6	7,6	3,5	0,1
Unterhaltungsmusikprogramme	8 (14,5 %)	17,8	0,4	8,4	0,5	71,8	0,1

Als Distanzmaß diente die Quadrierte Euklidische Distanz. Kombiniert wurden die Cluster nach der Average Linkage between Groups-Methode (auch: UPGMA = unweighted pair-group method using arithmetic averages).

Tz. 372 Auf der Basis der Sendegattungsanteile wurde eine hierarchische Clusteranalyse der 55 analogen Hörfunkprogramme der ARD vorgenommen. Die hier wiedergegebene Lösung mit sechs Clustern trägt der Heterogenität der ARD-Hörfunkprogramme ausreichend Rechnung. Auf Grund seiner im Vergleich zu den anderen Hörfunkprogrammen stark abweichenden programmstatistischen Erfassung (59,9 % Wortunterhaltung) musste das vom NDR angebotene Hörfunkprogramm „N-Joy“ dabei einem separaten Cluster zugeordnet werden. Der NDR erklärt hierzu, dass im Programm von N-Joy in erster Linie neue Musikrichtungen gespielt würden, die sich nicht in die musikbezogenen Kategorien der Statistik, Rock-/Popmusik und Unterhaltungsmusik, einordnen lassen. Das Programm werde daher der Kategorie „Unterhaltung“ zugerechnet, obwohl diese Kategorie üblicherweise für wortbezogene Programme vorgesehen ist. Die Kommission vermag diesen Darlegungen nicht zu folgen, da die sendestatistische Erfassung vergleichbarer Jugendmusikprogramme keine Probleme bereitet. Die ARD hat erklärt, sich diesem Problem zu widmen.

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Gegenüber dem 14. Bericht weist die Ausrichtung der Hörfunksender einige Verschiebungen auf, die vor allem die Mischprogramme betreffen. Desweiteren zeigt sich ein stärkeres Gewicht der Rock- und Popsender sowie der Informationsprogramme. Nach der Clusteranalyse muss **der überwiegende Teil der ARD-Hörfunkprogramme als Musikprogramme** bezeichnet werden, insgesamt 38 bzw. 69,1 % der erfassten Hörfunkprogramme sind überwiegend Musikprogramme. Gegenüber dem 14. Bericht ist hervorzuheben, dass mehr als **ein Drittel des Hörfunkangebotes aus Rock- und Popsendern** besteht (19 Programme bzw. 34,5 %). 10 (18,2 %) der ARD-Hörfunkprogramme stellen **Klassikradios** dar. Bei den Rock- und Popradios beträgt der Musikanteil rd. 68 %, bei den Klassikradios rd. 70 %. **8 Programme (14,5 %)** sind nach den vorliegenden Daten **Informationsprogramme** mit einem Informationsanteil von über 80 %. Ebenfalls **8 Programme (14,5 %)** können als **Unterhaltungsmusikprogramme** klassifiziert werden, die über einen Unterhaltungsmusikanteil von durchschnittlich 72 % verfügen. 9 Hörfunkprogramme (16,4 %) stellen Mischprogramme mit einem Mix aus Information, Unterhaltung und Unterhaltungsmusik dar.

Ressourcenaufbringung für die Programmgattungen der Hörfunkprogramme der ARD

Veränderung 2004 gegenüber 1999

Veränderungen in Prozent

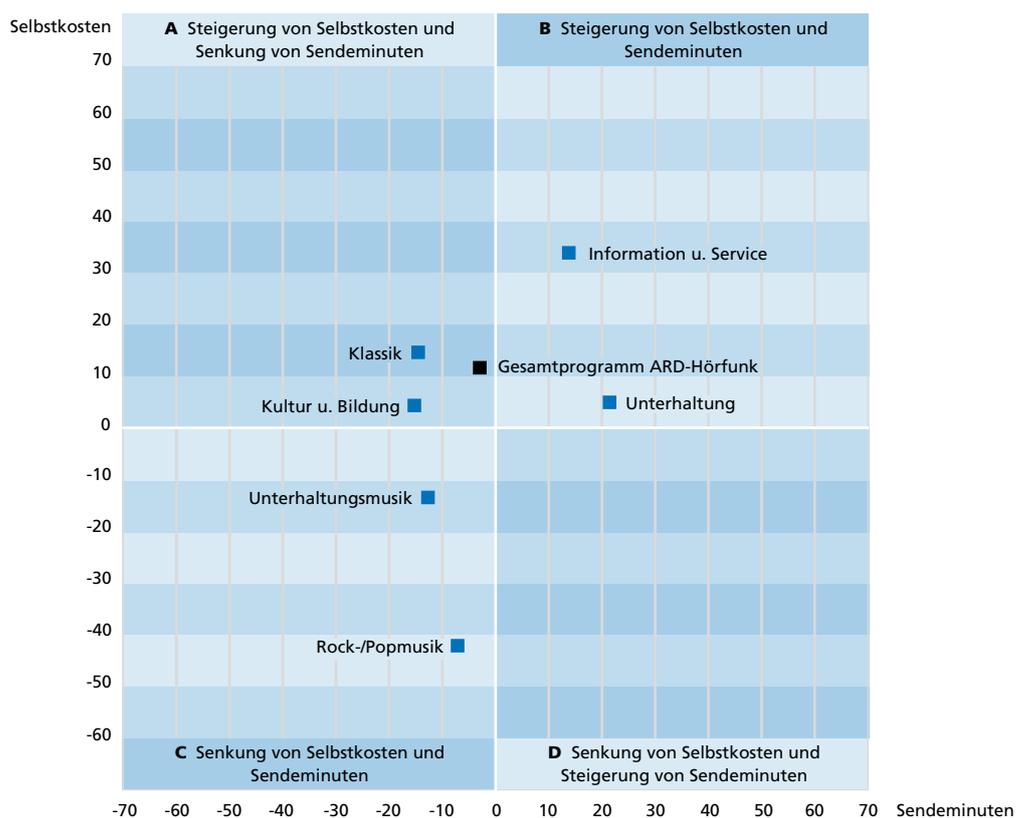


Abb. 45

Die Entwicklung der Ressourcenaufbringungen zeigt, dass die Sendegattung „Information und Service“ nicht nur am stärksten von der Ausweitung der Sendeminuten, sondern auch von der Steigerung der Selbstkosten profitiert hat. Das Ressort „(Wort-)Unterhaltung“ hat bei einer leichten Selbstkostensteigerung am stärksten an Sendeleistung zugelegt. Während „Kultur und Bildung“

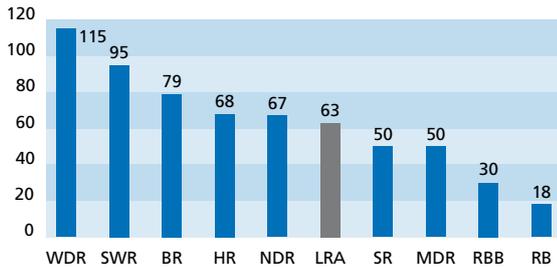
Tz. 373

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

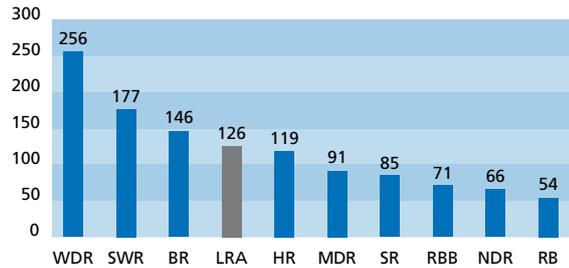
sowie „Klassik“ Reduktionen bei den Sendeminuten hinnehmen mussten, sind die Selbstkosten dieser Gattungen gestiegen. Reduktionen sowohl bei den Sendeminuten als auch den Selbstkosten mussten „Unterhaltungsmusik“ und „Rock- und Popmusik“ hinnehmen.

Durchschnittliche Sendeminutenkosten des analogen Hörfunkprogramms der Landesrundfunkanstalten nach Sendegattungen (in Euro je Sendeminute)

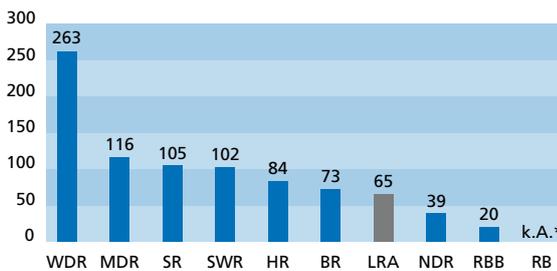
Information und Service



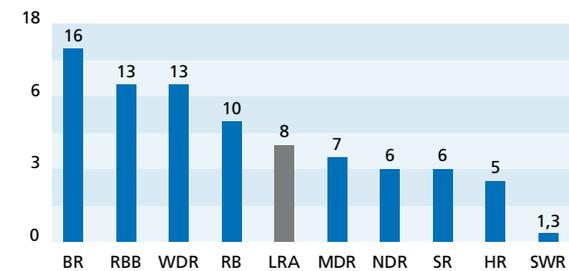
Kultur und Bildung



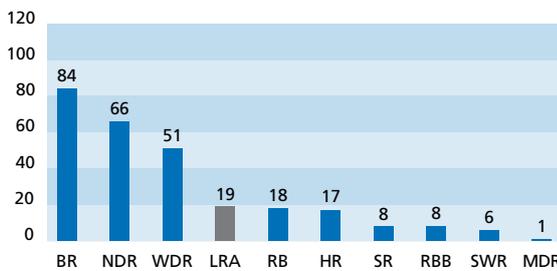
Unterhaltung



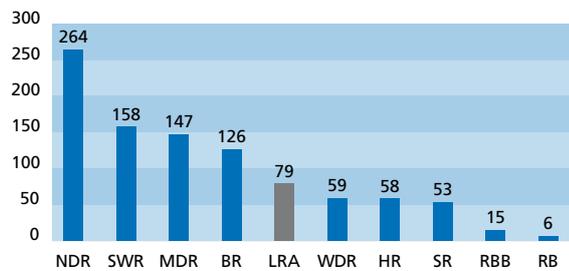
Rock-/Popmusik



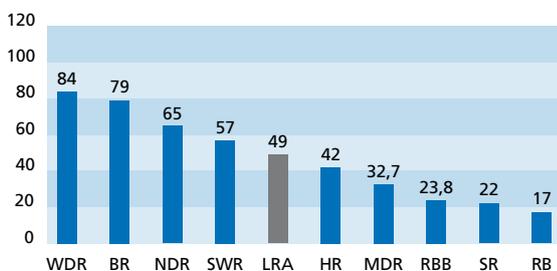
Unterhaltungsmusik



Klassik



Gesamtprogramm ohne Werbung



* k.A. = Die Anstalten wiesen 2004 keine Sendeminuten in diesem Ressort aus.

Abb. 46

Tz. 374 Eine Analyse der von der ARD vorgelegten Kostendaten zeigt auch in diesem Bericht **eine erhebliche und unverständliche Streuung der durchschnittlichen Selbstkosten pro Sendeminute** unter den einzelnen Landesrundfunkanstalten (in einzelnen Sendegattungen differieren die Durch-

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

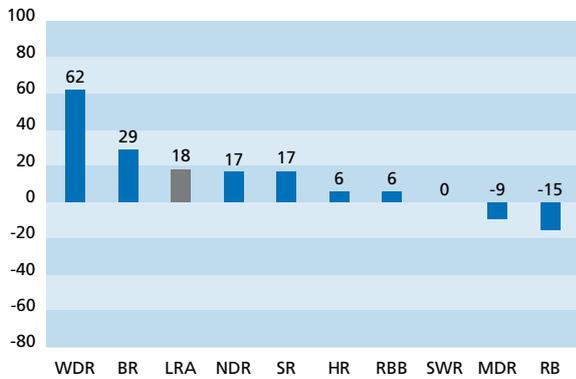
schnittskosten pro Sendeminute zwischen den Anstalten um mehr als das Achtzigfache). Auch hier zeigt sich wie bei den Dritten Fernsehprogrammen, dass **die großen Sendeanstalten sehr viel ungünstigere Durchschnittskostenrelationen als die kleinen Anstalten aufweisen**. Wiederum scheinen sich die Sparzwänge bei den kleineren Anstalten auch in besseren Kosten-/Leistungsrelationen niederzuschlagen.

Die ARD bemerkt dazu, dass dem Programmaustausch bei der Ermittlung der Durchschnittskosten eine nicht unwichtige Bedeutung zukomme. Bei der Berechnung der Durchschnittsminutenkosten würden die Selbstkosten durch die gesamten Sendeminuten dividiert. Rundfunkanstalten mit einem hohen Anteil an Übernahmen wiesen somit grundsätzlich günstigere Durchschnittskosten auf als Anstalten mit weniger Übernahmen.

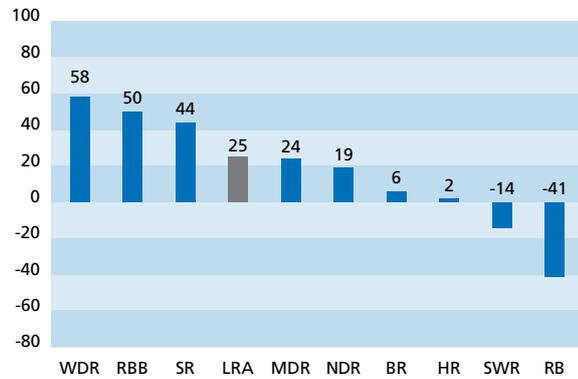
Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Prozentuale Veränderung der durchschnittlichen Sendeminutenkosten des analogen Hörfunkprogramms der Landesrundfunkanstalten 2004 gegenüber 1999 nach Sendegattung (Veränderungen in %)

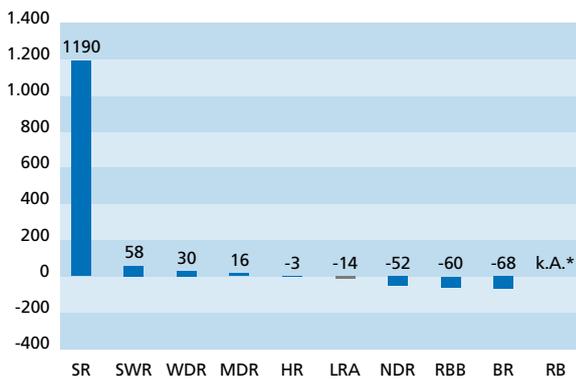
Information und Service



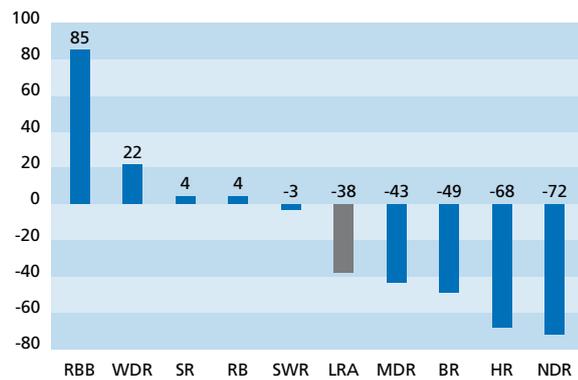
Kultur und Bildung



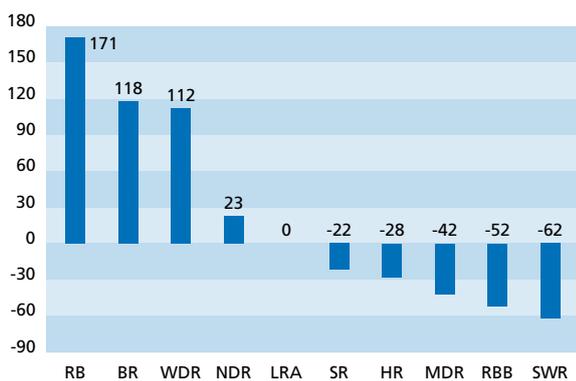
Unterhaltung



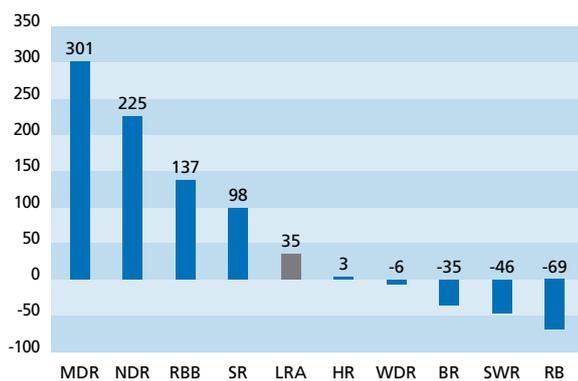
Rock-/Popmusik



Unterhaltungsmusik



Klassik



* k.A. = Die Anstalten wiesen 2004 keine Sendeminuten in diesem Ressort aus.

Abb. 47 | 1

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

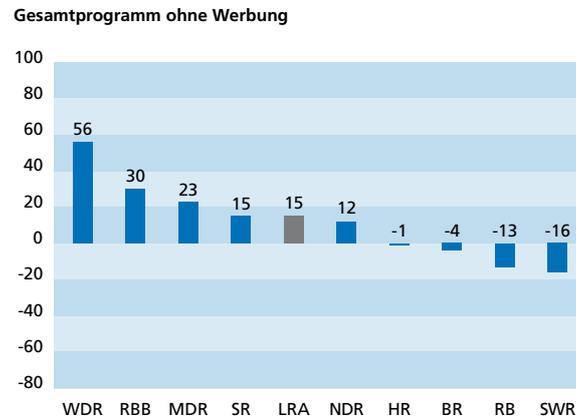


Abb. 47 | 2

Im Vergleich zum 14. Bericht, der feststellte, dass die Durchschnittskosten je Sendeminute für den gesamten ARD-Hörfunk im Zeitraum von 1999-2002 leicht rückläufig waren (- 2 %), kommt dieser Leistungsbericht zu dem Ergebnis, dass die Kosten von 1999-2004 um 15 % stiegen, d.h. es fand **eine deutliche Steigerung der Durchschnittskosten in den Jahren 2003 und 2004** statt. Dies ist umso bemerkenswerter, als vier Rundfunkanstalten zum Teil erhebliche Senkungen der Durchschnittskosten je Sendeminute ausweisen. Die **Steigerung der Durchschnittskosten in den letzten zwei Jahren für den gesamten ARD-Hörfunk geht auf Kostensteigerungen bei RBB (+ 30 %), MDR (+ 23 %), SR (+ 15 %) und NDR (+ 12 %)** zurück. Der **WDR** senkte dagegen seine Durchschnittskosten 2003 und 2004 geringfügig, gegenüber dem Vergleichsjahr 1999 weist der WDR jedoch immer noch die mit Abstand höchste Steigerung der Durchschnittskosten auf (**+ 56 %**).

Tz. 375

Auf der Ebene der einzelnen Programmhaltungen weisen die Daten eine **große Volatilität der Kosten-Leistungs-Relationen** auf, die ohne detaillierte Analysen und verlässlichere Kostendaten schwer erklärlich bleibt.

Die ARD bemerkt hierzu, dass auch im Hörfunk deutlich zu sehen sei, dass die großen Anstalten für ihre Hörfunkprogramme mehr Finanzmittel einsetzen als die kleineren, obwohl die Anzahl der Hörfunkprogramme pro Landesrundfunkanstalt in etwa gleich sei und es sich durchweg um sog. Vollprogramme handele. Auch hier profitieren die kleineren Anstalten aufgrund des Programmaustauschs von den „Großen“ (z. B. kostenaufwändige Hörspielproduktionen, E-Musikproduktionen der großen Anstalten mit eigenen Klangkörpern, Übernahme von nahezu 50 % der Kosten des „nordwestradios“ durch den NDR bei vollständiger Anrechnung der Sendeminuten für RB).

Darüber hinaus macht die ARD geltend, dass die Kostensteigerungen beim WDR fast ausschließlich methodische Gründe hätten, die im Zusammenhang mit der Verrechnung von Gemeinkosten im Rahmen der Kostenrechnung stehen. 2002 habe der WDR erstmalig die anteiligen Betriebskosten verursachungsgerechter zugeordnet. Hierdurch habe sich eine deutliche Verschiebung dieser Kosten zwischen Hörfunk und Fernsehen zu Lasten des Hörfunks ergeben.

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Der überproportionale Steigerungssatz beim RBB erkläre sich durch die unterschiedlichen Erfassungssystematiken von Programmaufwendungen in den Vorgängeranstalten ORB und SFB.

Auch für den MDR seien die Kostendaten von 2004 nicht vergleichbar mit denen des Jahres 1999, weil erstmalig die Aufwendungen des Klangkörpers unter der Programmgestaltung Klassik erfasst worden seien. Ohne Klangkörper seien beim MDR durchschnittliche Selbstkosten der analogen Hörfunkprogramme in der Programmgestaltung Klassik von 23 Euro pro Sendeminute angefallen.

Die Steigerung der Durchschnittsminutenkosten im SR-Hörfunk um 15 % sei im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass der SR bis 2003 noch die Welle SR 4 ausgestrahlt habe. Das Programm von SR 4 sei weitestgehend mit Übernahmen aus anderen SR-Programmen bestritten worden und habe deshalb unterdurchschnittliche Minutenkosten ausgewiesen.

Der NDR erklärt seine Kostensteigerungen damit, dass das Programm von NDR Kultur 2003 grundlegend reformiert und in diesem Zusammenhang durch zusätzliches Redaktionspersonal verstärkt wurde.

Die Kommission bleibt trotz dieser Darlegungen bei ihrer allgemeinen Bewertung.

3.3 Deutschlandradio

Entwicklung der ProgrammlLeistungen des Deutschlandradios

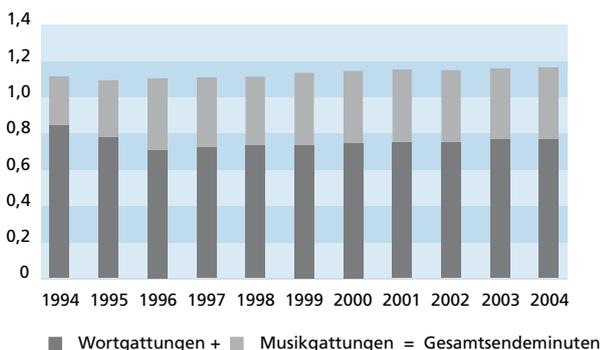
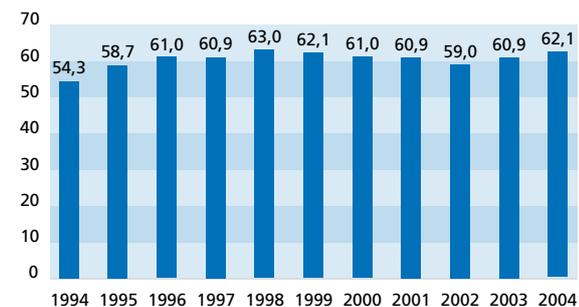
Sendeminutenentwicklung
Sendezeit in Mio. MinutenErstsendeanteile
in Prozent von der Gesamtsendeleistung

Abb. 48

Tz. 376 Die **Sendeleistung** des Deutschlandradios ist seit 1999 **nur geringfügig ausgebaut** worden. Sie betrug auch in 2004 rd. 1,14 Mio. Sendeminuten. Der Langzeitvergleich zeigt, dass in den Hörfunkangeboten des Deutschlandradios der Wortanteil seit 1994 um rd. 10 % reduziert wurde. Er bewegte sich seit 1997 zwischen 64 % und 65 %.

Der **Erstsendeanteil** der Angebote des Deutschlandradios bewegte sich seit 1996 zwischen 60 % und 63 % und betrug nach einem leichten Abfall in 2002 im Jahr 2004 rd. **62 %**.

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Erstsendeanteile und Sendegattungszuwächse in den einzelnen Sendegattungen des Deutschlandradios (in Prozent)

Erstsendeanteile 2004

Deutschlandfunk

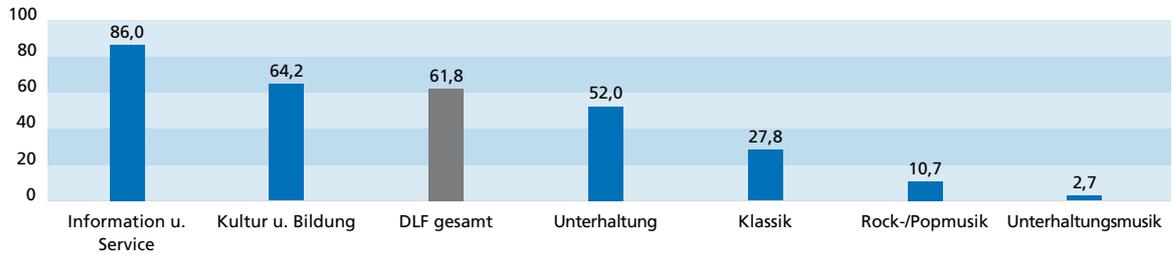


Abb. 49 | 1

Sendegattungszuwächse von 1999 bis 2004

Deutschlandfunk

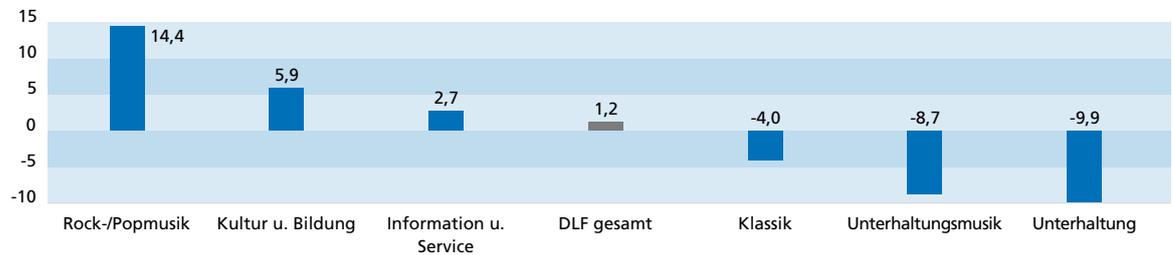


Abb. 49 | 2

Erstsendeanteile 2004

Deutschlandradio Berlin

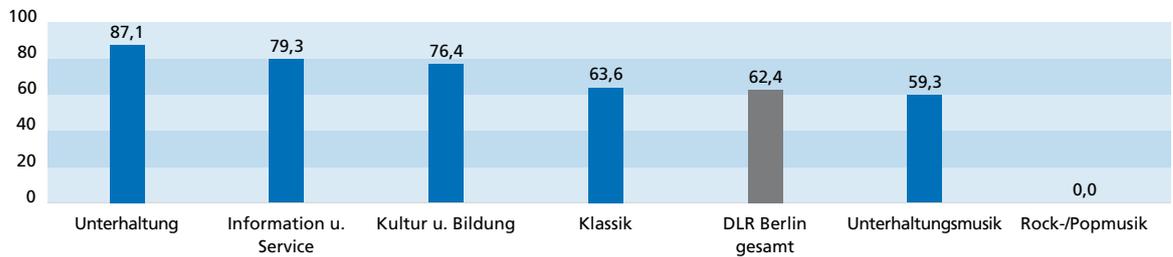


Abb. 49 | 3

Sendegattungszuwächse von 1999 bis 2004

Deutschlandradio Berlin

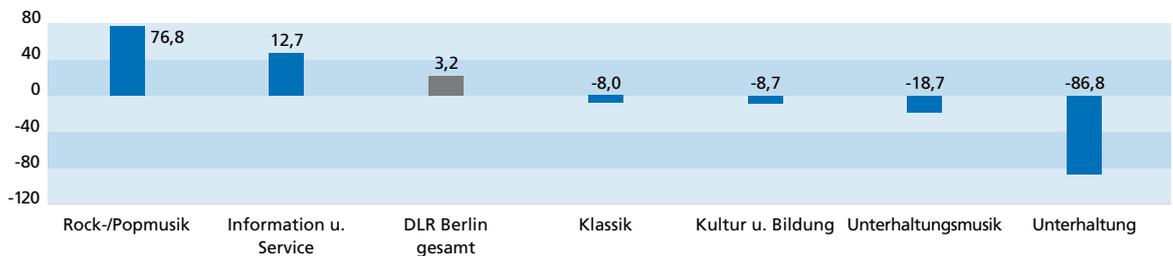
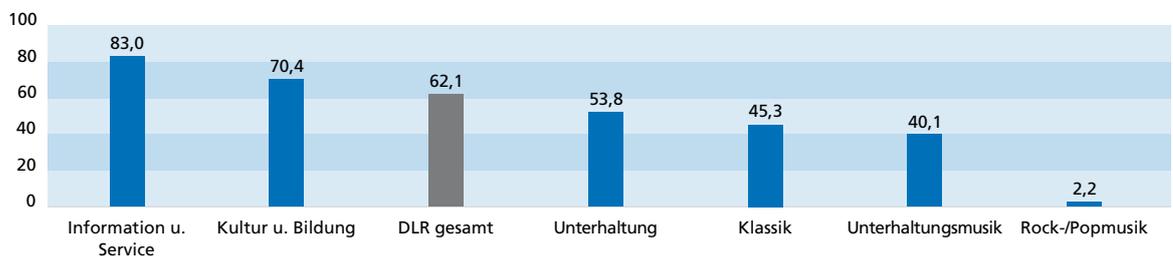


Abb. 49 | 4

Erstsendeanteile 2004

Deutschlandradio gesamt



Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Sendegattungszuwächse von 1999 bis 2004

Deutschlandradio gesamt



Abb. 49 | 6

Tz. 377 Insgesamt weist das Leistungsangebot des Deutschlandradios gegenüber dem 14. Bericht eine große Stabilität auf. Allerdings haben sich gegenüber 1999 bei der Zusammensetzung des Sendeangebotes des Deutschlandradios einige Verschiebungen ergeben. Die **größten Veränderungen fanden sich dabei beim Deutschlandradio Berlin (jetzt: Deutschlandradio Kultur)**, bei dem vor allem die Sendegattung „(Wort-)Unterhaltung“, aber auch die Gattungen „Unterhaltungsmusik“ und „Kultur und Bildung“ hauptsächlich **zugunsten der „Rock- und Popmusik“** reduziert wurden. Auch beim Deutschlandfunk wurde die Programmgattung „Rock- und Popmusik“ im Vergleich zu dem Jahr 1999 ausgebaut, allerdings in einem weitaus geringeren Maße als beim Deutschlandradio Berlin.

Der Vergleich der Erstsendeanteile zeigt, dass die Hörfunkangebote des Deutschlandradios sich zu ca. 62 % aus Erstsendungen zusammensetzen. Dabei liegen die Erstsendeanteile des Deutschlandradios Berlin im Durchschnitt um 0,6 % höher als die des Deutschlandfunks. Dies bedeutet gegenüber dem 14. Bericht, dass **der Erstsendeanteil des Deutschlandradios Berlin gesteigert** wurde.

Ein Spartenvergleich der Erstsendeanteile beim Deutschlandradio ergibt, dass die unterschiedlichen Erstsendeanteile vor allem auf die Wortgattung **„Information und Service“** zurückgeht, die mit **rd. 83 % den höchsten Erstsendeanteil** aufweist. Darauf folgen die Wortgattungen „Kultur und Bildung“ sowie „(Wort-)Unterhaltung“. Die Musikgattungen zeichnen sich dagegen zwar durch deutlich niedrigere Erstsendungsanteile aus, aber immerhin stellen 45 % des Klassikangebotes Erstsendungen dar. Gegenüber 2002 (38 %) bedeutet dies eine deutliche Steigerung. Darauf folgt mit einem Erstsendeanteil von 40 % die „Unterhaltungsmusik“ und dann „Rock- und Popmusik“ (2 %).

Das Deutschlandradio hat zur Frage seiner Erstsendeanteile erklärt, dass es in seiner Sendezeitenstatistik als Eigenproduktionen/Erstsending all jene Programmleistungen ausweise, deren Urhebererschaft bei der Anstalt liege und die erstmalig ausgestrahlt würden. So seien in den Erstsendungen im Musikbereich nur solche CD-Premieren enthalten, bei denen das Deutschlandradio Produzent der entsprechenden CDs war, d.h. dass das Deutschlandradio sein Musikangebot in den Gattungen „Klassik“ und „Unterhaltungsmusik“ zu über 40 % mit selbstproduzierten Stücken betreibt. Allerdings sind die Ausführungen des Deutschlandradios zu seiner Sendestatistik insoweit widersprüchlich, als es auch erklärt, dass die sendestatistisch erfassten Programmflächen sich nicht im Abspielen von Industrieträgern erschöpfen, sondern ganz überwiegend journalistisch gestaltete Sendungen – häufig auch monothematische Featureformate – mit einem hohen Wortanteil bieten würden und auch darin die Erklärung für die hohen Minutenkosten z.B. im Bereich „Rock und Popmusik“ zu sehen ist.

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Zusammensetzung der Sendeleistungen des Deutschlandradios nach Sendegattungen im Jahr 2004

Deutschlandradio Berlin

in Prozent

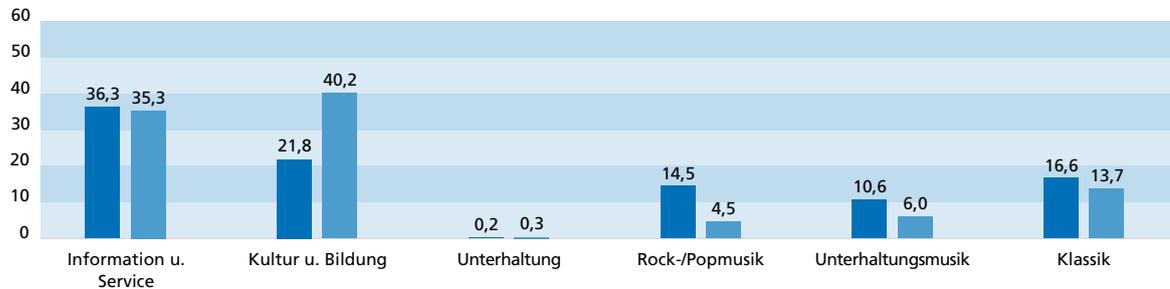


Abb. 50 | 1

Deutschlandfunk

in Prozent

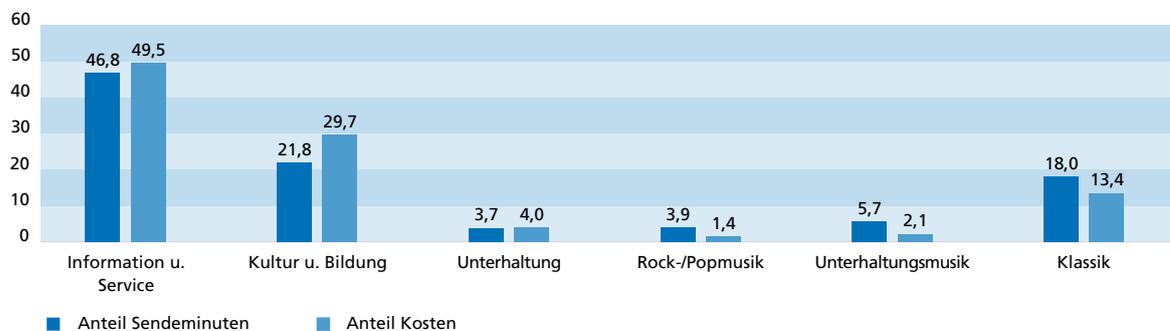


Abb. 50 | 2

Zwischen den beiden Programmen des Deutschlandradios zeigen sich Leistungsunterschiede vor allem bei der größeren Informationslastigkeit des Deutschlandfunks und den höheren Musikanteilen bei Deutschlandradio Berlin. In beiden Programmen entfällt sowohl der größte Anteil der Sendeminuten als auch der Selbstkosten auf „Information und Service“ sowie „Kultur und Bildung“. Auffallend ist der große Unterschied des Selbstkostenanteils von „Kultur und Bildung“ zwischen Deutschlandfunk und Deutschlandradio Berlin bei etwa gleicher Sendeleistung.

Tz. 378

Das Hörfunkangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Durchschnittliche Sendeminutenkosten des Deutschlandradios im Vergleich mit dem Hörfunkangebot der ARD

Durchschnittliche Selbstkosten

pro Sendeminuten in Euro

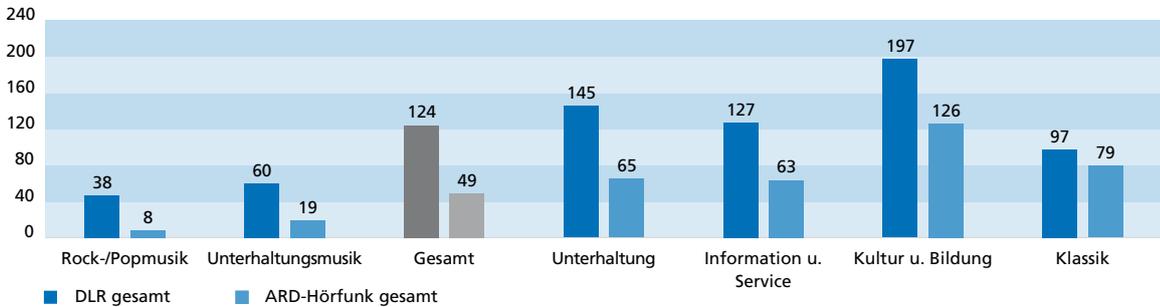


Abb. 51

Tz. 379 Ein Vergleich der durchschnittlichen Selbstkosten pro Sendeminute zeigt zunächst, dass die **Wortgattungen beim Deutschlandradio die aufwändigsten Sendegattungen** darstellen. Die höchsten Durchschnittskosten weist „Kultur und Bildung“ auf, gefolgt von „(Wort-)Unterhaltung“. Unter den Musikgattungen ist „Klassik“ die aufwändigste Gattung.

Im Vergleich zum ARD-Hörfunk weist das Deutschlandradio **Durchschnittskosten auf dem Niveau von 252 %** auf. In den Programmgattungen „Kultur und Bildung“ sowie „Klassik“ fallen die Unterschiede zum ARD-Hörfunk in den Kosten-/Leistungsrelationen weniger stark aus. In allen anderen Programmgattungen sind die Durchschnittskosten des Deutschlandradios mindestens doppelt so hoch, bei „Rock- und Popmusik“ mehr als viermal so hoch wie beim ARD-Hörfunk.

Das Deutschlandradio erklärt die unbestreitbar hohen Kosten pro Sendeminute mit dem hohen Anspruch, der an die Programme der Körperschaft gestellt werde. Um diesen zu erfüllen, bedürfe es eines überdurchschnittlichen Anteils redaktioneller Arbeit und der Mobilisierung entsprechender Ressourcen.

4. Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

4.1 Vorbemerkung

Nachdem die KEF die Darstellung des Online-Angebotes durch die Anstalten in ihrem 14. Bericht für ihre fehlende Systematik und Transparenz kritisiert hat (Tz. 38), haben sich die Anstalten bemüht, für den 15. Bericht eine vereinheitlichte Erfassung des Online-Angebotes vorzulegen. Die KEF begrüßt diese Bemühungen und sieht in ihnen eine **deutliche Verbesserung in der Dokumentation des Leistungsangebotes der Rundfunkanstalten**. Als großes methodisches Hindernis für eine aggregierte Darstellung der Online-Angebote erweist sich weiterhin, dass im Online-Bereich kein Äquivalent für die quantitative Leistungsgröße „Sendeminuten“ existiert und daher andere, medienadäquate Formen der Leistungsdokumentation gefunden werden müssen. Die Anstalten haben einen wichtigen Schritt zu einer solchen Dokumentation unternommen, jedoch eignen sich die Zulieferungen weiterhin nur in begrenztem Maße für eine aggregierte Darstellung, wie sie im Rahmen des Leistungsberichts der KEF geboten ist.

Tz. 380

Die Anstalten differenzieren ihre Leistungsdarstellung für den Online-Bereich nun nach „Themen“, „Programmen“ sowie „onlinespezifischen Kategorien“. Außerdem legen sie Sitemaps vor, die Auskunft über die Angebotsteile, ihre Strukturierung und Vernetzung geben. Bei den „onlinespezifischen Kategorien“ unterscheiden die Anstalten zwischen „Richmedia“ und „Interaktion/Kommunikation“. Die Kategorie Richmedia umfasst Livestreams und On-Demand-Streams. Unter Live-Streaming wird die zeitgleiche Ausstrahlung von Sendungen über das Internet verstanden. On-Demand-Streams sind Audio- oder Videobeiträge, die zeitunabhängig vom Nutzer abgerufen werden können. Bei Flashes handelt es sich um Angebote, die mit Hilfe des Multimedia-Entwicklungsprogramms „Flash“ erstellt wurden, das hochinteraktive Präsentationen und Anwendungen, etwa zur Erschließung komplexer Zusammenhänge mit Hilfe animierter grafischer Darstellungen sowie für Online-Spiele, erlaubt.

Die Kategorie Interaktion/Kommunikation umfasst Chats, Newsletter und Foren. Chats sind virtuelle Unterhaltungsräume, wo Nutzer in Echtzeit für eine vorgegebene Zeit miteinander diskutieren. Foren sind thematische Diskussionsplattformen, die längere Zeit geöffnet sind. Chats und Foren werden von den Anstalten betreut bzw. moderiert. Newsletter sind Informationsbriefe, die der Nutzerbindung an Sendungen und Angebote dienen. Sie werden in der Regel automatisiert erstellt und speisen sich aus Überschriften und Artikeln der Onlineangebote.

Schließlich haben alle Anstalten ihre „technische Infrastruktur“ erläutert.

Um den Anstalten weitere Anregungen für die Fortentwicklung ihrer Leistungsdokumentation zu geben und um die Vorstellungen der Kommission zu den Konturen eines Online-Berichts beispielhaft zu skizzieren, hat die Kommission **eigene Erhebungen zum Online-Angebot der Anstalten durchgeführt**. Diese Erhebung basiert auf einem Kategoriensystem, das neunzehn unterschiedliche Online-Gestaltungselemente berücksichtigt. Die Erhebungen wurden für das Online-Angebot des Ersten Fernsehprogramms der ARD, des ZDF und des Deutschlandradios **an mehreren Stichtagen** im Mai, Juli und August 2005 realisiert. Die Ergebnisse dieser Stichtagsbetrachtung sind mit den Leistungsdaten der Anstalten nicht direkt vergleichbar, da sich diese auf 2004 beziehen. Ungeachtet der differenzierteren Methodik handelt es sich auch beim Ansatz der Kommission nicht um ein Er-

Tz. 381

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

hebungsinstrument, das im eigentlichen Sinne Leistungsmengen oder gar den konkreten Leistungsaufwand abbilden kann. Ebenso wenig kann die Kommission in ihrem Online-Bericht entscheiden, ob ein bestimmtes Online-Angebot noch programmbezogen und programmbegleitend ist. Die Ergebnisse der Erhebungen der Kommission werden jeweils im Anschluss an die Darstellung der Anstalten wiedergegeben.

4.2 Gesamtüberblick

Tz. 382 Nach den Ergebnissen der ARD/ZDF-Online-Studie für das Jahr 2005 hat die Internet-Nutzung in Deutschland seit Mitte der neunziger Jahre stetig zugenommen. **Rd. 58 % der Personen ab 14 Jahre** nutzten 2005 das Internet zumindest gelegentlich, das entspricht **rd. 37,5 Mio. Nutzern**. Der **Zuwachs** an Internet-Nutzern hat sich gegenüber den zweistelligen Zuwachsraten bis zum Jahr 2004 **deutlich verlangsamt**. Während die Online-Studie aus dem Jahr 2004 davon ausging, dass das Potenzial an Internet-Nutzern weitgehend ausgeschöpft war, stieg die Anzahl der Internet-Nutzer allerdings **von 2004-2005** noch einmal um 5 %. Diese jüngste Steigerung geht auf die „onlineabstinenten“ Gruppen der Älteren und formal niedriger Gebildeten zurück. Nach den Prognosen der Online-Studie ist damit zu rechnen, dass **im Jahr 2010 rd. 70 % der Erwachsenen** „online“ sein werden.

Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben das Medium Internet vor allem als Instrument der Zuschauerbindung und Ansprache jüngerer Zuschauergruppen verstanden und stets argumentiert, dass ein eigenständiger Internet-Auftritt auch für Hörfunk- und Fernsehanbieter unerlässlich sei, um im dualen System wettbewerbsfähig zu bleiben.

Nach den Ergebnissen auch der jüngsten Online-Studie konnte bislang **kein Verdrängungseffekt** nachgewiesen werden. Die Studie stellt ausdrücklich fest, dass die Nutzung der tagesaktuellen Medien Fernsehen, Radio und Tageszeitung erstaunlich konstant sei. Bei den Internetanwendern sind sowohl der **Fernseh- als auch der Radiokonsum in den letzten Jahren angestiegen**. Es dominieren offenbar Komplementärbeziehungen zwischen den Medien.

Das **Internet** ist bislang **kein Allround-Medium wie Fernsehen und Hörfunk**, es dient nach wie vor als Kommunikationsmittel, Informationspool und „Shopping-Center“, also nicht primär der passiven Entspannung und Unterhaltung wie Fernsehen oder Hörfunk. Bei den abgerufenen Inhalten stehen weiterhin tagesaktuelle Inhalte an erster Stelle, gefolgt von Informationen aus Wissenschaft, Bildung und Forschung sowie Freizeitinformationen. Trotz einer verbesserten Infrastruktur für Breitbandempfang stagniert die Nutzung multimedialer Anwendungen im Internet. Dies gilt vor allem für die Nutzung von Audio- und Videodateien, die sich verringert hat, sowie für die Radionutzung über das Internet.

Tz. 383 Werden die Meldungen der Anstalten zu Grunde gelegt, so haben ARD, ZDF und Deutschlandradio **im Jahr 2004 rd. 52 Mio. Euro** für öffentlich-rechtliche Online-Angebote aufgewandt. ARD, ZDF und Deutschlandradio bleiben unter der inzwischen vorgesehenen Obergrenze eines Anteils von 0,75 % der Aufwendungen für Online an den Gesamtaufwendungen.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Im Hinblick auf die Nutzung des Online-Angebotes, für die Daten aus November und Dezember 2004 vorliegen, ist festzuhalten, dass die Webseiten der öffentlich-rechtlichen Anstalten in diesem Zeitraum rd. **624,7 Mio. Pageimpressions (PIs)** verzeichnen konnten (vgl. Tab. 61). Das am **meisten nachgefragte Online-Angebot stellte die Webseite zdf.de** dar, die rd. 111,9 Mio. Pageimpressions erzielte, dichtauf folgte die Webseite **tagesschau.de** mit 110,3 Pageimpressions. Zur Nutzung der Webseiten des Kinderkanals konnten die Anstalten noch keine Daten liefern, weil sich die Webseiten des Kinderkanals zu diesem Zeitraum in einer Testphase befanden.

Tz. 384

Die Anstalten weisen zudem darauf hin, dass die Anzahl der Visits eine geeignetere Kennzahl für Akzeptanz und Qualität eines Online-Angebots darstelle, da es möglich sei, eine Seite auf das Erzielen einer möglichst hohen Zahl von Pageimpressions pro Visit zu optimieren. Die Kommission teilt diese Auffassung, ihr standen jedoch keine Daten zu Visits aller öffentlich-rechtlichen Anstalten zur Verfügung.

Die ARD hat gegen die Verwendung der PIs-Daten zudem eingewandt, dass es sich dabei um Testdaten handele, die noch nicht belastbar seien. Auch sei die ARD wegen ihrer föderalen Struktur bei ihren Onlineangeboten anders aufgestellt als das ZDF, so dass der aufgestellte Vergleich „hinke“. zdf.de sei als Angebot nicht mit den einzeln betrachteten Angeboten ARD.de, DasErste.de oder sport.ARD.de vergleichbar.

Die Kommission nimmt die Vorbehalte der ARD zur Qualität der Online-Daten zur Kenntnis. Die Kommission weist darauf hin, dass sie nicht an einem Publikumswettbewerb zwischen ARD und ZDF im Internet interessiert ist, sondern ihr vor allem daran gelegen ist, die quantitative Dimension der Online-Nutzung zu illustrieren. Sie geht davon aus, dass für den nächsten Leistungsbericht eine valide Nutzungswährung für den gesamten öffentlich-rechtlichen Rundfunk existiert.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tab. 61 Nutzung des Online-Angebots der Anstalten (Pageimpressions) in den Monaten November und Dezember 2004

Webseite	Pageimpressions (in Mio.)
zdf.de	111,9
tagesschau.de	110,3
wdr.de	95,5
swr.de	71,0
heute.t-online.de	39,9
DasErste.de	38,8
br-online.de	26,2
dradio.de	25,0*
ndr.de	21,5
mdr.de	18,9
hr-online.de	12,6
sport.ARD.de	12,4
3sat.de	10,7
rbb-online.de	10,0
ARD.de	9,2
boerse.ARD.de	6,5
sr-online.de	2,0
phoenix.de	1,2
radiobremen.de	0,7
theaterkanal.de	0,4
kinderkanal.de	k.A.

* berechnet auf der Basis der Gesamtjahresnutzung

Tz. 385 Um die Interpretation dieser Nutzungsdaten zu erleichtern, seien an dieser Stelle die Vergleichswerte für die wichtigsten Wettbewerber des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Fernsbereich genannt: Im Vergleichszeitraum November und Dezember 2004 erzielte das Webangebot rtl.de 611,4 Mio. Pls, sat1.de 133,5 Pls und prosieben.de 138,1. Lässt man den Marktführer RTL außer Betracht, dessen Publikum sich demographisch aus Zuschauern zusammensetzt, die das Internet bereitwilliger nutzen, so erlaubt dieser Vergleich das vorsichtige Fazit, dass das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks **als durchaus konkurrenzfähig mit dem der privaten Anbieter erscheint**, ohne dass von einer Marginalisierung privater Wettbewerber im Online-Bereich gesprochen werden könnte.

Tz. 386 In ihrer **Struktur** folgen die Online-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks insoweit einer einheitlichen Logik, als dass die Einstiegsseiten als Portalseiten aufgebaut sind, die sowohl einen thematischen Zugriff auf Online-Inhalte über spezifische Themenrubriken (etwa: Ratgeber, Kultur, Nachrichten, Kinder, Boulevard etc.) sowie einen Einstieg nach „Programmmarken“, d.h. nach konkreten Sendungen bzw. Programmen ermöglichen. Alle Anstalten halten nicht nur eine breite Palette regelmäßig begleiteter Sendungen vor, sondern unterhalten auch permanente oder temporäre „Webspecials“ bzw. Online-Programmschwerpunkte zu politischen Ereignissen, historischen Jahrestagen, kulturellen Veranstaltungen oder aktuellen gesellschaftlichen Fragen.

4.3 Das Online-Gemeinschaftsangebot der ARD

Das ARD-Gemeinschaftsangebot bietet im Internet insgesamt 6 Portalseiten an:

Tz. 387

- Das Portal **ARD.de** dient als Einstieg in das Gesamtangebot der ARD.
- Die Seite **tagesschau.de** stellt das Nachrichtenportal der ARD mit entsprechenden umfassenden Funktionalitäten dar.
- Bei **sport.ARD.de** handelt es sich um das Sportportal der ARD, das die aktuelle Sportberichterstattung der ARD begleitet.
- Das Portal **boerse.ARD.de** soll ein verbraucherorientiertes Börsenangebot bereitstellen.
- Das Portal **Das-Erste.de** stellt den Online-Auftritt des Ersten Fernsehprogramms der ARD dar.
- Schließlich werden die von der ARD veranstalteten Hörfunkangebote mit dem Portal **radio.ARD.de** vernetzt.

In ihrer Stellungnahme hat die ARD darauf hingewiesen, dass ihre Onlineangebote ein arbeitsteiliges Netzwerk bildeten. Die Präsentation der Online-Angebote der ARD in diesem Bericht, der zwischen gemeinschaftlichen und anstaltsindividuellen Angeboten trennt, werde dieser Struktur nicht gerecht. Die Kommission nimmt diesen Hinweis gern auf, bleibt aber bei ihrer Darstellung der Online-Angebote der Anstalten, um die Systematik der übrigen Berichtsteile beizubehalten.

Detailliertere Informationen hat die ARD vor allem für den Online-Auftritt des **Ersten Fernsehprogramms** vorgelegt. Nach diesen Angaben hält die ARD Online-Angebote für rd. 80 sich aktuell im Programm befindliche Sendungen des Ersten Fernsehprogramms vor. Darüber hinaus werden auch Angebote zu nicht aktuellen Sendungen bereitgestellt.

Tz. 388

Der **Aktualisierungsrhythmus** und die Angebotstiefe für die einzelnen Sendungen des Ersten Fernsehprogramms gestalten sich nach Angaben der ARD sehr unterschiedlich. Zum Aktualisierungsrhythmus liegen standardisierte Daten vor (Tab. 62).

Tab. 62 Aktualisierungsrhythmus der Online-Angebote des Ersten Fernsehprogramms der ARD

Aktualisierungsfrequenz	Anzahl	(in %)
(Mehrmals) tägliche Aktualisierung	10	6,6 %
Aktualisierung 2 bis 5mal wöchentlich	19	12,5 %
Wöchentliche Aktualisierung	60	39,5 %
Aktualisierung in größeren Abständen	52	34,2 %
Einmalige bzw. statische Angebote	11	7,2 %

Da die ARD auch die von den einzelnen Anstalten dezentral aktualisierten Beitragsseiten zählt, weicht die Summe der gezählten Webseiten von der Anzahl der Sendungen ab, für die ein Online-Angebot gemeldet wurde.

Danach wird der **überwiegende Teil der Online-Angebote mindestens wöchentlich aktualisiert**. Nur etwa 7 % der Online-Angebote unterliegen der intensivsten redaktionellen Betreuung und werden mehrmals täglich aktualisiert. Jedes achte Online-Angebot wird zwei bis fünfmal wöchentlich aktualisiert. Nur bei rd. 7 % der Online-Angebote des Ersten Fernsehprogramms der ARD handelt es sich um einmalige bzw. statische Angebote, die nach ihrer Erstellung keinen weiteren Betreuungsaufwand erfordern.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tz. 389 Neben regelmäßig vorgehaltenen Angeboten bildet die ARD im Online-Bereich auch besondere **Programmschwerpunkte**, die im Fernsehen eine übergeordnete Rolle spielen. Die ARD unterscheidet drei unterschiedliche Arten der Begleitung von Programmschwerpunkten:

- Das Modell „Special“, in dem eine Redaktion von ARD online ein Angebot erstellt, auf das alle anderen Rundfunkanstalten verweisen (2004: WM und EM im Sport [Eishockey, Handball, Biathlon etc.], Wahl in den USA, Flutkatastrophe in Südasien, Europawahl, EU-Osterweiterung [alle tagesschau.de], Hörspieltage der ARD [Radio], 75 Jahre Schwarzer Freitag [Börse]).
- Das Modell „Übersichtsseiten“, in dem eine Redaktion von ARD Online Übersichtsseiten erstellt, die verschiedene Aspekte eines Themas bündeln und in die Angebote der Landesrundfunkanstalten verweisen (2004: Energiesparen, Altersvorsorge, Kulturhauptstadt, ARD Musiksommer, Radionacht der Hörbücher, diverse Festival- und Konzertkalender in der Rubrik Radio [alle ARD.de], Wintersport [sport.ARD.de]).
- Das Modell „Sendungsschwerpunkt“, in dem DasErste.de, bezugnehmend auf Programmschwerpunkte im Ersten umfangreichere Onlineauftritte zu einzelnen Sendungen oder Programm-Highlights dokumentiert (2004: 10 Jahre „Verbotene Liebe“, „Abenteuer 1900 – Leben im Gutshaus“, „Berlin, Berlin“, Relaunch „Morgenmagazin“, „Harald Schmidt“, „Debüt im Ersten“, „Heimat 3“ und diverse Specials im Kinderangebot Check Eins).

Einen **dauerhaften Schwerpunkt** im Angebot von DasErste.de bilden die Online-Angebote zum **Vorabend- bzw. Werberahmenprogramm** („Verbotene Liebe“, „Marienhof“, „Großstadtrevier“ etc.).

Tz. 390 Im Hinblick auf die Darstellung des Angebots nach onlinespezifischen Kategorien ist für den Bereich **Richmedia** festzuhalten, dass die Teilangebote von ARD Online keine dauerhaften Livestreams anbieten. **tagesschau.de** bietet Live- und On-Demand-Video-Streams im Umfang von **täglich zwei Stunden zu den Nachrichtensendungen** der ARD, den ARD-Brennpunkten und -Jahresrückblicken sowie Live- und On-demand-Audio-Streams zu Hörfunkbeiträgen der ARD-Korrespondenten. **sport.ARD.de** stellt im Durchschnitt **täglich 7 Audios und Videos on demand** ein. Bei **DasErste.de** dominieren **On-Demand-Streams**, die zu verschiedenen Sendungen angeboten wurden („Beckmann“ [100 Streams], „Menschen bei Maischberger“ [39 Streams], „Morgenmagazin“ [766 Streams], „Scheibenwischer“ [10 Streams], „neun ½“ [33 Streams] sowie „Best of Harald Schmidt“ [1 Stream]). Daneben wurden kurze Programmtrailer, Vorspanne und Sendungsausschnitte zu Fernsehsendungen (ca. 50 Stück) sowie Zusammenfassungen zu den Vorabend-Serien (ca. 500) angeboten. Temporäre On-Demand-Angebote fanden sich bei der ARD auch für die Hörspieltage.

Schließlich erklärt die ARD, dass **Flash** bei ARD Online zur Erklärung komplexer Sachverhalte eingesetzt werde, spezifiziert aber den Leistungsumfang nicht.

Tz. 391 Zu den **Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten** des Internet, die ARD Online nutzt, gehören Chats, Foren, Gästebücher, Newsletter und Votings. tagesschau.de bietet wöchentlich nach der Sendung „Bericht aus Berlin“ **Chats** an. DasErste.de hat insgesamt acht Live-Chats mit Darstellern veranstaltet. Darüber hinaus wurden im Rahmen des „Morgenmagazins“ 2004 50 Expertenchats realisiert.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Dauerhaft angeboten werden Foren bei sport.ARD.de und tagesschau.de. DasErste.de bot 2004 10 sendungsbezogene Foren an. Umfragen und Votings werden mehrmals in der Woche von sport.ARD.de und tagesschau.de angeboten. Zur Vergabe des Online Awards während der ARD Hörspieltage wurde von ARD.de temporär ebenfalls ein Voting angeboten. DasErste.de hat 2004 rd. 50 Votings durchgeführt. Insgesamt bot ARD Online 2004 9 Newsletter an.

Im Hinblick auf **technische Infrastruktur und Anwendungen** stellt die ARD fest, dass sämtliche Angebote mit einem Content Management System (CMS) arbeiten. Mit Hilfe dieser CMS werden auf den Websites der ARD Inhalte auch technisch so vorgehalten, dass sie mobil abgerufen und genutzt werden können (z.B. über Wap-Handys, PDA). Dies ist zum Beispiel für die Nutzung aktueller tagesschau.de-Nachrichten möglich. Viele Inhalte und Rubriken in den Onlineangeboten der ARD speisen sich aus vorhandenen Datenbanken der ARD und der LRA. Dies gilt zum Beispiel für einige Inhalte von DasErste.de, die sich aus Datenbanken der Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen speisen (interaktiver Programmführer mit 4 Wochen-Vorschau, Programmarchiv, Einschaltquoten).

Tz. 392

Zur redaktionellen Abstimmung dienen **zwei Datenbanken**, die von ARD.de betrieben werden. Dabei handelt es sich um eine Import-Datenbank (zur Übernahme von Teasern aus anderen ARD-Angeboten) und eine Planungsdatenbank für alle ARD Online-Angebote.

Nach den **eigenen Erhebungen der Kommission** (s. Tz. 381), **die sich auf die ARD-Hauptseite DasErste.de beschränkten**, hielt die ARD zu den Erhebungszeitpunkten auf DasErste.de **Online-Angebote für 102 Sendungen** der ARD vor. Während die ARD ein Standardwebdesign für den Online-Auftritt des Ersten Fernsehprogramms entwickelt hat, variiert das Design der Webseiten zu den einzelnen Sendungen beträchtlich. Dies ist offensichtlich Ergebnis des dezentralisierten Content-Managements der Webseiten. Bei zwei Online-Angeboten (2,0 %) findet sich ein Verweis auf **kommerzielle Veranstalter**. ard-fernsehlotterie.de wird von der Deutsche Fernsehlotterie GmbH veranstaltet. Nach Angaben der ARD handelt es sich um das Angebot einer privatrechtlichen Gesellschaft, das von den journalistischen Angeboten der ARD getrennt ist. Dabei werden die Sponsoren der Gewinne der Fernsehlotterie auf der Seite präsentiert. Die Fernsehlotterie erhalte dafür keinerlei Entgelt oder Gegenleistungen. Bei sabine-christiansen.de handelt es sich um ein Angebot der TV21 GmbH. Daneben werden seit dem Frühjahr 2004 reguläre Pressemeldungen der "Christiansen"-Sendung auch an Vodafone weitergeleitet. Vodafone verbreitet die Themen- und Gästeankündigung an Kunden als Zusatzdienst via MMS gegen eine Gebühr, die an den Netzbetreiber zu entrichten ist. Die ARD weist darauf hin, dass TV21 für dieses Angebot keinerlei Entgelt oder sonstige Gegenleistungen erhalte.

Tz. 393

Die folgende Tabelle gibt wieder, welche Gestaltungselemente in welcher Häufigkeit auf den Webseiten des Ersten Fernsehprogramms der ARD zum Einsatz kommen.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tab. 63 Einsatz von Gestaltungselementen auf den Webseiten des Ersten Fernsehprogramms der ARD

Kategorie	Häufigkeit	(in %)
Sendungsbezogene Informationen	101	99,0 %
Hintergrundinformationen	85	83,3 %
Archiv	75	73,5 %
Bilderstrecken (Slideshows)	45	44,1 %
Videoclips	38	37,3 %
Downloads	31	30,4 %
Onlinespiele	28	27,5 %
Diskussionsforen	22	21,6 %
Newsletter	20	19,6 %
Zusatzmaterialien	19	18,6 %
Digitale Postkarten	18	17,6 %
Gewinnspiel	17	16,7 %
Andere interaktive Elemente	16	15,7 %
Soundclips	11	10,8 %
Gästebuch	7	6,9 %
Chats	7	6,9 %
Online-Kandidatenbewerbung	5	4,9 %
Online-Kartenreservierung	2	2,0 %
Videostreams	2	2,0 %
Externe Partner	2	2,0 %
Soundstreams (Audio on Demand)	0	0,0 %

Tz. 394

Die Aufstellung macht deutlich, dass die ARD nahezu alle Sendungen des Ersten Fernsehprogramms online mit „Sendungsbezogene Informationen“ betreut. Zu über 80 % der Sendungen finden sich auf den Webseiten „Hintergrundinformation“, zu nahezu drei Viertel der Sendungen „Archivmaterial“. Relativ häufig werden „Bilderstrecken“ (fotografisch illustrierte Inhaltsangaben) und „Zusatzmaterialien“ angeboten. Für rd. ein Drittel der Sendungen werden zudem Videoclips und Downloads vorgehalten, „Onlinespiele“ kommen bei über 27 % der Sendungen zum Einsatz; **Diskussionsforen** und **Newsletter** existieren für jede fünfte Sendungen. Von einiger Bedeutung als Funktionsangebot sind schließlich „Zusatzmaterialien“, „Digitale Postkarten“, „Gewinnspiele“ und andere „interaktive Elemente“. Die übrigen Kategorien haben dagegen eine vergleichsweise geringe Bedeutung für die Gestaltung des Onlineangebotes des Ersten Fernsehprogramms.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Anzahl der eingesetzten Gestaltungselemente pro begleiteter Sendung

Gestaltungselemente
in Prozent

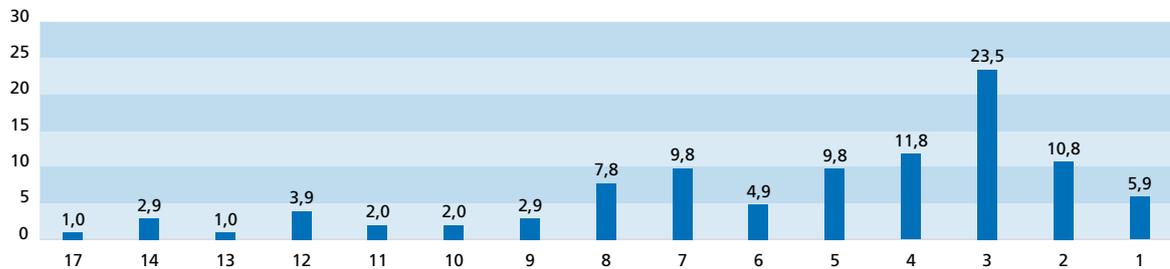


Abb. 52

Wird nach Häufigkeit der eingesetzten Gestaltungselemente gefragt, so wird deutlich, dass sich **multifunktionale Angebote** (mehr als acht eingesetzte Online-Gestaltungselemente) bei rd. einem **Viertel der Sendungen** finden, wobei sich die höchste Funktionalität (12 bis 17 Gestaltungselemente) bei vier Kinderangeboten, zwei „Soaps“, dem Nachrichtenangebot sowie für die Sendungen „Harald Schmidt“ und „Kopfball“ findet. Der durchschnittliche Funktionalitätswert für alle Online-Angebote des Ersten Fernsehprogramms der ARD beträgt 5,4, bei über der Hälfte der erfassten Online-Angebote des Ersten Fernsehprogramms kommen mehr als fünf Gestaltungselemente zu Einsatz.

Tz. 395

Die Zahl der von der ARD für das Erste Fernsehprogramm angebotenen **Online-Spiele beträgt 119**, d.h. **Online-Spiele sind ein integrativer Bestandteil des ARD-Online-Angebotes**. Online-Spiele finden sich schwerpunktmäßig

Tz. 396

- im Kinder-Angebot,
- im Informations- und Nachrichtenangebot, wo verschiedene Wissensquiz angeboten werden,
- bei fiktionalen Angeboten wie den Langzeitserien, sowie
- bei Unterhaltungssendungen mit Quizcharakter.

Bei den **Online-Spielen** dominiert – mit der Ausnahme des Kinderangebotes und bei einigen Langzeitserien – das **Quizformat**. Hochinteraktive Flashanwendungen finden sich vorwiegend auf den Webseiten für das Kinderprogramm – hier ist das ARD-Angebot mit dem des ZDF vergleichbar – sowie für die Soaps „Lindenstraße“ und „Verbotene Liebe“. Flashanwendungen zum Nachvollziehen von Experimenten finden sich auch auf den Webseiten für die Wissenssendung „Kopfball“. Ungeachtet dessen, dass die Zahl der von der ARD angebotenen Spiele ungefähr der des ZDF entspricht, scheint der Gestaltungsaufwand insgesamt geringer zu sein.

Die Erhebung erfasste für das Erste Fernsehprogramm der ARD **neunzehn Online-Gewinnspiele**, von denen sich sechs im Kinder-Angebot fanden. Die restlichen Gewinnspiele verteilten sich auf unterschiedliche Programmbereiche. Die offerierten Gewinnpreise stellen ausschließlich Sachpreise dar. Sie umfassen Reisen, Medienprodukte wie Bücher, CDs und DVDs sowie Merchandising-Textilien und nicht näher spezifizierte Sachpreise. Die bevorzugte Gewinnspielform ist das Quiz bzw. das Ratespiel (siebenmal), gefolgt vom Zuschauerwettbewerb (viermal).

Tz. 397

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

4.4 Das Online-Angebot des ZDF

Tz. 398 Das ZDF bietet im Internet drei Portalseiten an:

- Das ZDF-Nachrichtenportal **heute.de**,
- **tivi.de** richtet sich als Kinderportal an Kinder und ihre Eltern, die das ZDF Kinderprogramm oder ZDF-Sendungen im Kinderkanal nutzen wollen.
- Das Gesamtportal **zdf.de** gibt dem Nutzer dagegen Übersicht über das ZDF Gesamtprogramm und ist mit den Partnerprogrammen des ZDF verlinkt.

Tz. 399 Der **Aktualisierungsrythmus** und die Angebotstiefe der einzelnen Sendungen gestaltet sich nach Angaben des ZDF sehr unterschiedlich. Zum Aktualisierungsrythmus legte das ZDF jedoch standardisierte Daten vor (Tab. 64).

Tab. 64 Aktualisierungsrythmus der Online-Angebote des ZDF

Aktualisierungsfrequenz	Anzahl	(in %)
(Mehrals) tägliche Aktualisierung	14	10,9 %
Aktualisierung 2 bis 5mal wöchentlich	40	31,3 %
Wöchentliche Aktualisierung	24	18,8 %
Aktualisierung in größeren Abständen	35	27,3 %
Einmalige bzw. statische Angebote	15	11,7 %

Danach wird **der überwiegende Teil der Online-Angebote mindestens wöchentlich aktualisiert**. Nur etwa 11 % der Online-Angebote unterliegen der intensivsten redaktionellen Betreuung und werden mehrmals täglich aktualisiert. Nahezu ein Drittel der Online-Angebote werden zwei bis fünfmal wöchentlich aktualisiert. Nur bei rd. 12 % der Online-Angebote des ZDF handelt es sich um einmalige bzw. statische Angebote, die nach ihrer Erstellung keinen weiteren Betreuungsaufwand erfordern.

Tz. 400 Neben regelmäßig vorgehaltenen Angeboten bildet das ZDF im Online-Bereich auch besondere **Programmschwerpunkte**, die im Fernsehen eine übergeordnete Rolle spielen. Dabei handelt es sich sowohl um TV-Events als auch von der Nachrichtenlage bestimmte Ereignisse. Dabei werden Informationen aus unterschiedlichen Sendungen auf einem Themenschwerpunkt gebündelt, der dann als eigener Navigationspunkt erscheint. Zu den Programmschwerpunkten werden häufig interaktive, multimediale „Webspecials“ erstellt. Derartige Webspecials werden als Auftragsproduktionen an Webagenturen vergeben, da das ZDF nicht die entsprechenden Programmierressourcen bereithält. 2004 zählten zu diesen Programmschwerpunkten u.a. die Olympischen Spiele, die Fußball-Europameisterschaft, die Erweiterung der Europäischen Union, verschiedene Wahlen sowie die Einführung des ALG II.

Tz. 401 Im Hinblick auf die Darstellung des Angebots nach onlinespezifischen Kategorien ist für den Bereich **Richmedia** festzuhalten, dass das ZDF einige Sendungen als Livestream anbietet („WISO“, „Frontal 21“, „ZDF Reporter“, „Berlin direkt“, „Aspekte“, „Johannes B. Kerner“, das Mittagmagazin und den sonntäglichen Gottesdienst). Darüber hinaus gibt es Livestreams temporär zu Ereignissen und

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Programmaktionen (z.B. Bundestagsdebatten, Pressekonferenzen bei Buchmessen und Filmfestspielen, etc.). Insgesamt bot das ZDF 2004 ca. **750 Livestreams** an. On Demand wurden Programmbeiträge und Ausschnitte z.B. aus Interviews oder Talkshows als Videos (selten als Audios) angeboten. Im Jahr 2004 waren das rd. **11.000 On-Demand-Streams**. Die Videos stammten vor allem aus Nachrichten-, Magazin-, Sport- und Unterhaltungssendungen.

Zu den Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten des Internet, die das ZDF nutzt, gehören Chats, Foren, Gästebücher, Newsletter und Votings. Insgesamt wurden 2004 **481 Foren** und **570 Chats** angeboten. Alle Chats des ZDF sind moderiert, Foreneinträge werden geprüft. Das ZDF veranstaltet Experten-Chats zu Magazinsendungen, aber auch auch Fan-Chats zu fiktionalen Serienangeboten sowie Star-Chats zu Unterhaltungsshow und Sportereignissen. Darüber hinaus gab es **20 Gästebücher** (vorwiegend bei tivi.de) und es wurden **37 verschiedene Newsletter** mit unterschiedlichen Erscheinungsrhythmen angeboten. tivi.de bietet einen geschützten Community Bereich für Kinder; dieser umfasst Gästebücher, Chats, Foren und das Erstellen von eigenen Homepages.

Tz. 402

Im Hinblick auf **technische Infrastruktur and Anwendungen** stellt das ZDF wie die ARD fest, dass es mit unterschiedlichen Content Management Systemen (CMS) sowie Datenbanken arbeitet. Flashanimationen werden vor allem für themenvertiefende interaktive Angebote und Spiele produziert, 2004 z.B. zu Olympia, zur EU-Erweiterung, zum ALG II, zur US-Wahl, etc. Insgesamt kamen 2004 **175 Flashanimationen** zum Einsatz.

Tz. 403

Nach den **eigenen Erhebungen der Kommission** hielt das ZDF an den Erhebungstagen auf seiner Hauptseite „www.zdf.de“ **Online-Angebote für 107 Sendungen** des ZDF vor. Von den entsprechenden Websites waren 99 bzw. 92,5 % im Standardwebdesign des ZDF gestaltet. Lediglich die Kinder- und Jugendangebote des ZDF verwendeten ein anderes Web-Design. Die Online-Angebote von sieben Sendungen (6,5 %) wurden mit Hilfe **externer, auch kommerzieller Partner** gestaltet. Dies betrifft die Sendungen „Bianca – Wege zum Glück“ (Cora Verlag), „Die Rettungsflyer“ (Bundeswehr), Gottesdienste (Evangelische und Katholische Kirche), „nightscreen“ (Bildschirm-schoner.de), „Politbarometer“ (Forschungsgruppe Wahlen), „tivi“ (KIDDINX Online GmbH), „Volle Kanne Susanne“ (CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH) sowie „WISO“ (www.teletarif.de). Darüber hinaus sind mehrere Angebote mit dem Online-Shop des ZDF verlinkt.

Tz. 404

Das ZDF weist darauf hin, dass diese Kooperationen sehr unterschiedlich und nicht miteinander vergleichbar seien. So habe beispielsweise bei „Bianca – Wege zum Glück“ der kommerzielle Partner lediglich Hörbücher für einzelne „Audios“ zur Verfügung gestellt. Beim „Politbarometer“ würden die Zahlen (auch für die TV-Sendungen) von der Forschungsgruppe Wahlen geliefert, die Umsetzung erfolge im ZDF. Bei tivi.de sei dem ZDF für das Begleitangebot zur Sendung „Bibi Blocksberg“ vom Rechteinhaber Kiddinx.de Material zur Verfügung gestellt worden, alle anderen Kinderangebote entstünden ausschließlich im ZDF selbst.

Die folgende Tabelle gibt wieder, welche Gestaltungselemente in welcher Häufigkeit auf den Webseiten des ZDF zum Einsatz kommen.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tab. 65 Einsatz von Gestaltungselementen auf den Webseiten des ZDF

Kategorie	Häufigkeit	(in %)
Sendungsbezogene Informationen	106	99,1 %
Archiv	98	91,6 %
Hintergrundinformationen	88	82,2 %
Bilderstrecken (Slideshows)	76	71,0 %
Zusatzmaterialien	69	64,5 %
Videoclips	59	55,1 %
Diskussionsforen	47	43,9 %
Onlinespiele	37	34,6 %
Downloads	20	18,7 %
Digitale Postkarten	18	16,8 %
Gewinnspiel	16	15,0 %
Soundclips	10	9,3 %
Gästebuch	9	8,4 %
Newsletter	9	8,4 %
Andere interaktive Elemente	7	6,5 %
Chats	7	6,5 %
Online-Kandidatenbewerbung	4	3,7 %
Online-Kartenreservierung	4	3,7 %
Videostreams	1	0,9 %
Soundstreams	0	0,0 %

Tz. 405 Die Aufstellung macht deutlich, dass das ZDF **nahezu alle seine Sendungen online mit „Sendungsbezogene Informationen“ sowie „Archivmaterial“ und „Hintergrundinformationen“ betreut**. Der Umfang der in den einzelnen Kategorien angebotenen Leistungen kann in hohem Maße variieren: Für den ZDF-Krimi „Derrick“ hielt das ZDF im Erhebungszeitraum bspw. eine umfassende Datenbank vor, die sich auf alle Folgen der Serie seit 1974 erstreckte. Ein solch umfassendes Archiv-Angebot findet sich nicht für alle Serien.

Relativ häufig werden „Bilderstrecken“ (fotografisch illustrierte Inhaltsangaben) und „Zusatzmaterialien“ angeboten. Für die Hälfte der Sendungen werden zudem Videoclips vorgehalten. Diskussionsforen und Onlinespiele kommen bei über einem Drittel der Sendungen zum Einsatz. „Digitale Postkarten“ und „Gewinnspiele“ finden sich bei fast jeder sechsten Sendung. Die übrigen Kategorien haben dagegen eine vergleichsweise geringe Bedeutung für die Gestaltung des ZDF-Onlineangebotes.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Anzahl der eingesetzten Gestaltungselemente pro begleiteter Sendung

Gestaltungselemente
in Prozent

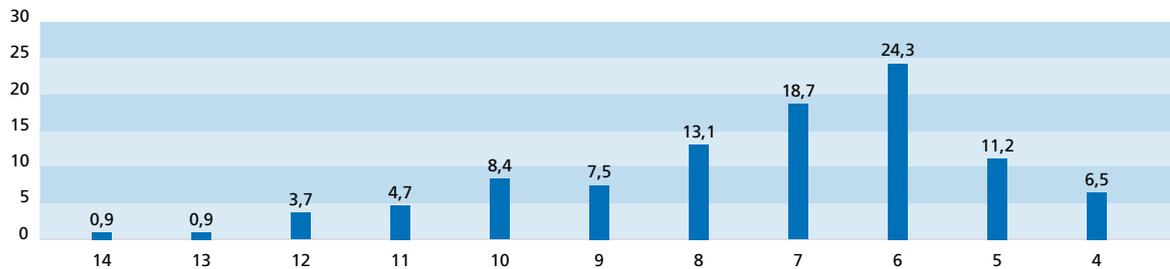


Abb. 53

Wird nach der Häufigkeit der eingesetzten Gestaltungselemente gefragt, so wird deutlich, dass sich **multifunktionale Angebote** (mehr als acht eingesetzte Online-Gestaltungselemente) **bei rd. einem Viertel der Sendungen** finden, wobei sich die höchste Funktionalität (12 bis 14 Gestaltungselemente) bei drei Kinderangeboten, einer „Telenovela“, dem „Sportstudio“ und der Verbrauchersendung „WISO“ findet. Der durchschnittliche Funktionalitätswert für alle Online-Angebote des ZDF beträgt 7,4, bei über der Hälfte der online-unterstützten Sendungen kommen mehr als 7 Gestaltungselemente zum Einsatz.

Tz. 406

Die Zahl der vom ZDF angebotenen **Online-Spiele beträgt 135, d.h. Online-Spiele sind ein integrativer Bestandteil des ZDF-Online-Angebotes**. Dabei handelt es sich vorwiegend um interaktive Flash-Spiele. Gestaltungsaufwand und Umfang der Spiele variieren beträchtlich. Auf der einen Seite finden sich einfache Quiz- sowie Zuordnungs- bzw. Memory-Spiele. Auf der anderen Seite werden aufwändige Wirtschaftssimulationen mit der Möglichkeit, Spielstände zu speichern und sich in Bestenlisten einzutragen, angeboten. Teilweise werden auch Editoren-Tools angeboten, die es den Spielern ermöglichen, eigene Spielwelten zu entwerfen und anderen Nutzern zur Verfügung zu stellen. In vereinzelt Fällen enthielten Spiele eine Mehrspieleroption, über die es den Nutzern ermöglicht wird, interaktiv via Internet mit bzw. gegen andere Nutzer zu spielen.

Tz. 407

Online-Spiele finden sich schwerpunktmäßig

- im Kinder-Angebot, wo sie als Gemeinschaftsangebot vorgehalten werden,
- im Unterhaltungsangebot, vor allem bei „Wetten dass ...?“
- im Sport-Angebot, wo sich zu vielen Sportarten bzw. Sportereignissen Spiele finden, sowie
- bei den Krimi-Genres des ZDF, wo sie als Gemeinschaftsangebot vorgehalten werden.

Die Erhebung erfasste **sechzehn Online-Gewinnspiele**, von denen sich sechs im Kinder-Angebot fanden. Die restlichen zehn Gewinnspiele verteilten sich auf unterschiedliche Programmbereiche. Die offerierten Gewinnpreise stellen ausschließlich Sachpreise dar. Sie umfassen Reisen, Medienprodukte wie Bücher, CDs und DVDs, Computer-Software, Verbraucherelektronik, aber auch Spielzeug, Jacken und Küchenprodukte. Die bevorzugte Gewinnspielform ist das Quiz bzw. das Ratespiel (achtmal), gefolgt von der Verlosung und Zuschauerwettbewerben (jeweils dreimal). Es finden sich aber auch aufwändige Onlinespiele wie die Regierungssimulation zur Sendung „Kanzleramt“.

Tz. 408

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tz. 409 Als „**Sonstige interaktive Elemente**“ kamen beim ZDF multimediale Lerninhalte (bspw. über Relativitätstheorie) im Programmbereich „Dokumentation“, für die Sendungen „Heute in Europa“, „History“, „WISO“ (auch Ausfüllhilfe für ALG II-Anträge), „ZDF Expedition“ und „ZDF Reporter“ zum Einsatz. Zur Programmbegleitung von „Ricks Wohnwelten“ hielt das ZDF ein Raumplanungsprogramm vor.

4.5 Das Online-Angebot der Landesrundfunkanstalten

Tz. 410 Die ARD hat umfangreiche Meldungen zu den Online-Angeboten der Landesrundfunkanstalten vorgelegt, die im Rahmen dieses Leistungsberichts nur in Form einer synoptischen Darstellung wiedergegeben werden können.

Tz. 411 Allgemein gilt für alle Onlineangebote der Landesrundfunkanstalten, dass ihre Portale zu den jeweiligen programmbezogenen Inhalten einen **thematischen Zugang**, einen **regionalen Einstieg**, sowie einen **Zugang über Programmmarken**, d.h. Sendungen oder Hörfunkprogramme anbieten.

Tz. 412 Alle **Anstalten begleiten** in unterschiedlichem Umfang und in unterschiedlicher Angebotstiefe **regelmäßige Sendungen bzw. ihre Hörfunkwellen**, bilden aber daneben **Webspecials** zu verschiedensten Programmschwerpunkten. Dabei handelt es sich um politische Ereignisse von nationaler und regionaler Bedeutung, kulturelle und kirchliche Ereignisse oder gesellschaftspolitische Initiativen der Anstalten. Die ARD weist darauf hin, dass die in Tabelle 66 dargestellten Programmschwerpunkte lediglich eine Auswahl der Webspecials darstellen.

Tab. 66 Regelmäßiges Angebot und Pro-grammschwerpunkte/Webspecials der Landesrundfunkanstalten

LRA/Portal	Regelmäßig begleitete Angebote	Programmschwerpunkte/Webspecials
Bayerischer Rundfunk (BR) br-online.de	239 Sendungen in Fernsehen und Hörfunk	Ausländerinformationsprojekt „Deutsche Klasse“, Dossier „Tod auf Bayerns Straßen“
Hessischer Rundfunk (HR) hr-online.de	7 Radioprogramme 40 Sendungen im HR-Fernsehen	Landfest „Hessentag“, Frankfurter Buchmesse, Hörspielprojekt „Otherland“, Mordprozess Jakob von Metzler, HR-Aktion „dolles Dorf“
Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) mdr.de	8 Radioprogramme 80 Sendungen im MDR-Fernsehen.	„Wahlen“, „Via Europa“, „Leipzig Liest“, „17. Juli“, „Damals in der DDR“, „Nordische Ski-WM“.
Norddeutscher Rundfunk (NDR) ndr.de	8 Radioprogramme 51 von rd. 70 Sendungen im NDR-Fernsehen	Eurovision Song Contest, Royalty, Landtagswahlen, 30. Evangelischer Kirchentag, Schulprojekt schule@ndr.de
Radio Bremen Online (RB) radiobremen.de	4 Radioprogramme Angebote zum Regional-Fernsehen	Bürgerschaftswahlen, Bewerbung Bremens um den Titel der Kulturhauptstadt 2010, bremische Ereignisse
Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) rbb-online.de	7 Radioprogramme 35 Fernsehsendungen des RBB	Hartz IV, Polen, Europa, RBB Laufbewegung sowie regionale Großereignisse
Saarländischer Rundfunk (SR) sr-online.de	4 Radioprogramme nicht genauer definierte Anzahl von Fernsehsendungen des SR	Max Ophüls-Festival, St. Ingberter Jazzfestival, Musikfestspiele Saar, Tour de Kultur.
Südwestrundfunk (SWR) swr.de	8 Radioprogramme 100 Sendungen im SWR-Fernsehen	Kommunalwahlen, Das neue Europa, Jugendliche im Straßenverkehr, Unterwegs in Afrika, Klangwelten u.ä.
Westdeutscher Rundfunk (WDR) wdr.de	5 Radioprogramme 55 Sendungen im WDR-Fernsehen 14 Sendungen des WDR im Ersten Deutschen Fernsehen	Kommunalwahlen, Kohleland NRW, Bewerbung von Städten aus NRW für die europäische Kulturhauptstadt 2010

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Darstellung des Online-Angebots nach **onlinespezifischen Kategorien** zeigt, dass die Landesrundfunkanstalten ihre **Hörfunkwellen mit Audio-Livestreams begleiten** und darüber hinaus eine **große Anzahl an On-Demand-Streams** anbieten.

Tz. 413

Insgesamt werden **48 Radioprogramme live gestreamt**; daneben werden rd. **70 temporäre Livestreams** (Audio oder Video) angeboten. Die Anstalten haben Meldungen über rd. **150.000 On-Demand-Streams aus den Bereichen Audio und Video** gemacht. Darüber hinaus kommen eCards, Bildergalerien und Live-Ticker zum Einsatz. Der SWR bietet auch Bildschirmschoner an.

Alle Landesrundfunkanstalten setzen **interaktive Kommunikationsformen** zur Zuschauerbindung, allerdings in sehr unterschiedlichem Maße ein. Insgesamt machten die Anstalten der Kommission Meldungen über 9 regelmäßige und 220 temporäre Chats, 124 Gästebücher, 154 Newsletter, 418 Foren, 5 Community Angebote, 234 Votings, 34 Online-Spiele, jeweils einem Online-Tagebuch und einem temporären Weblog.

All diesen Zahlen stellen jedoch **keine vollständige Erhebung** der relevanten Angebote dar, da nicht alle Anstalten quantifizierte Angaben gemacht haben.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tab. 67 Richmedia und Interaktive Online-Angebote der Landesrundfunkanstalten

LRA/Portal	Richmedia	Interaktive Kommunikation
Bayerischer Rundfunk (BR) br-online.de	7 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; rund 2.400 On-Demand-Streams (Audio/Video)	2 regelmäßige Chats; 2 Gästebücher für Radiowellens; 16 Newsletter; vereinzelt Foren und Votings
Hessischer Rundfunk (HR) hr-online.de	2 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; rund 10.000 On-Demand-Streams (Audio/Video); einzelne eCards, Bildergalerien, Webcams	Community Angebot mit Foren und Chats 2 dauerhafte Chats rd. 20 temporäre Chats; rund 100 Foren; 12 Newsletter
Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) mdr.de	4 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; 8 temporäre Livestreams; rund 50.000 On-Demand-Streams (Audio/Video); einzelne eCards und Bildergalerien	150 Foren; 3 Gästebücher; 114 Votings; 25 Newsletter; 1 Onlinetagebuch
Norddeutscher Rundfunk (NDR) ndr.de	8 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; 3 temporäre Livestreams; rund 6.000 On-Demand-Streams (Audio/Video); Live-Ticker für Sportveranstaltungen	2 dauerhafte Foren; 2 Gästebücher; 5 regelmäßige Votings; 8 Newsletter; 2 Communities.
Radio Bremen Online (RB) radiobremen.de	1 Audio-Livestream von Hörfunkprogrammen; 1 On-Demand-Stream des Regionalfernsehens; rund 3.500 On-Demand-Streams (Audio/Video); gelegentlicher Einsatz von eCards	temporäre Chats; 2 längerfristige Foren; Event-Foren
Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) rbb-online.de	7 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; rund 18.500 On-Demand-Streams (Audio/Video) 8 Onlinespiele; 2 Einsatz von eCards	4 dauerhafte Chats; 22 thematische Foren; 3 Gästebücher; 14 Newsletter; verschiedene Votings und Quizangebote
Saarländischer Rundfunk (SR) sr-online.de	4 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; nicht genauer definierte Anzahl von On-Demand-Streams (Audio/Video);	Nicht genauer definierte Anzahl von temporären Chats und Foren; Newsletter für alle Hörfunkwellen sowie ausgewählte Fernsehsendungen
Südwestrundfunk (SWR) swr.de	5 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; 58 temporäre Livestreams; 10 Audio-Web-Channels; vereinzelte eCards; 13 Bildschirmschoner	133 Foren; 62 Gästebücher; 115 Votings; mehr als 200 Chats; 62 Newsletter. 2 Community-Bereiche; 26 Lern- und Wissensspiele
Westdeutscher Rundfunk (WDR) wdr.de	5 Audio-Livestreams von Hörfunkprogrammen; 2 tägliche Video-Livestreams regionaler TV-Nachrichtensendungen; vereinzelte Livestreams; rund 60.000 On-Demand-Streaming-Beiträge (Audio/Video); einzelne Bildergalerien und eCards	12 ständige Gästebücher; 40 Gästebücher zu aktuellen Themen; 9 Foren; 1 regelmäßige wöchentlicher Chat; temporäre Chats; 17 Newsletter; 1 temporärer Weblog

Tz. 414 Im Hinblick auf die **technische Infrastruktur** ist festzuhalten, dass – mit Ausnahme von Radio Bremen – alle Landesrundfunkanstalten Content Management Systeme einsetzen, alle Anstalten nutzen Datenbanken zur medienübergreifenden Inhaltenuutzung, bei den meisten Anstalten kommen Flash-Anwendungen zum Einsatz, wenn ein Inhalt besonders attraktiv präsentiert werden soll.

4.6 Das Online-Angebot der analogen Fernsehspartenkanäle

ARD und ZDF haben auch Meldungen zu den Online-Angeboten der öffentlich-rechtlichen Fernsehspartenkanäle 3sat, Phoenix und Kinderkanal vorgelegt. Tz. 415

Der Kultursender **3sat** bietet unter 3sat.de ein Onlineangebot an, das im Wesentlichen ergänzende Informationen zum 3sat-Programmangebot offeriert. Insgesamt wurden 2004 rd. **102 3sat-Sendungen** mit Online-Angeboten, in unterschiedlicher Tiefe, begleitet. Zu einigen Sendungen gibt es neben aktuellen Programmvorschauen auch die aufbereiteten Inhalte der einzelnen Sendungsbeiträge zur vertiefenden Nutzung, zu einigen Sendungsbeiträgen werden grundlegende Informationen zu Sendedatum und Redaktion zur Verfügung gestellt. Daneben bietet 3sat mit „3satTV“ einen **Live-Stream** an, es finden sich zudem **ausführliche On-Demand-Programmhinweise**. Darüber hinaus wird das aktuelle „Programmschema“ von 3sat, eine „Monatsvorschau“ auf die unterschiedlichen Programmakzente von 3sat, den 3sat-Videotext sowie ein zusätzlicher Zugriff auf die Volltextsuchmaschine angeboten. Schließlich bildet auch 3sat Thementage und Specials, zu denen eigene Internet-Angebote vorgehalten werden. Dabei greift 3sat nach den Angaben der Anstalten vorwiegend auf die Archive der deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sender zurück. Tz. 416

Das Online-Angebot von **Phoenix** phoenix.de informiert zum einem über das aktuelle TV-Programm und begleitet andererseits Programmschwerpunkte intensiv. Da Phoenix selbst keine Nachrichten produziert, sich aber zur Darstellung der aktuellen Lage auch der Nachrichtenangebote von ARD und ZDF bedient, werden im Internet in einem Nachrichtenblock automatisiert und nach Phoenix-spezifischen Themengebieten sortierte aktuelle Nachrichten der Portale tagesschau.de und heute.de eingespielt. Die einzelnen Sendungen von Phoenix werden dabei in **unterschiedlicher Tiefe** begleitet. Zu einigen werden lediglich grundlegende Daten zum Sendedatum und einer kleinen Inhaltsbeschreibung abgebildet, zu einigen anderen gibt es neben diesem Grundangebot auch die aufbereiteten Inhalte der einzelnen Sendungsbeiträge zur begleitenden Nutzung. Neben den **regelmäßig begleiteten Programmschwerpunkten** bildet auch Phoenix **Webspecials** zu zentralen Ereignissen oder Thementagen. Dabei bedient sich das Phoenix-Angebot überwiegend der Sendearchive der ARD und des ZDF. Hier werden zusätzlich vorhandene Informationen redaktionell verarbeitet und im Phoenix-Onlineangebot als Information für die Zuschauer wieder verwendet. Tz. 417

Im Hinblick auf die Darstellung des Angebots nach onlinespezifischen Kategorien ist festzuhalten, dass Phoenix.online von Montag bis Freitag **rd. 19 Stunden täglich** und an den Wochenenden insgesamt **rd. 9 Stunden** des Fernsehprogramms **live im Internet via Stream** überträgt. Darunter fallen alle selbst produzierten Phoenix-Sendungen. Da für einen Großteil der Dokumentationen die für eine Ausstrahlung im Internet erforderlichen internationalen Senderechte nicht vorliegen, sind diese vom Live-Streaming ausgenommen. Tz. 418

In einem werktäglich erhältlichen **Programm-Newsletter** wird das Programm der nächsten drei Tage dezidiert dargestellt. Im Jahr 2004 hat Phoenix mit der Einführung sendebegleitender Chats bei wichtigen Großereignissen wie beispielsweise Wahlen begonnen. Daneben nutzt Phoenix das Medium „Mail“ für die Beantwortung von Zuschauerfragen zum laufenden Programm.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tz. 419 Der **Webauftritt des Kinderkanals**, kika.de, begleitet nicht nur die Angebote und Sendungen des Kinderkanals, sondern verzahnt auch vorhandene Kinderangebote von ARD und ZDF. In der TV-Rubrik befinden sich Sendungen, das aktuelle Fernsehprogramm (Vorlauf von 4 Wochen, angereichert mit Bildern, Links und Videos), die wöchentliche Wunschfilmaktion und die Vorgucker, die einen Ausblick auf kommende Serien, Filme und Sendungen mittels Video, Text und Bildern gibt. Die Webseite hält ein umfangreiches Angebot an Online-Spielen vor; zudem stellt sich der Sender mit einer virtuellen Studiotour vor.

Die Sendungen des Kinderkanals werden online in unterschiedlicher Tiefe begleitet. Die Online-Redaktion widmet sich vor allem der Begleitung der Produktionen des Standorts Erfurt. Insgesamt weist die Meldung der ARD **15 Sendungen bzw. Programmplätze** aus, die regelmäßig mit Online-Angeboten begleitet werden.

Daneben bietet auch der KI.KA Webspecials zu Programmschwerpunkten und -ereignissen an. Dabei handelt es sich um das Feiertagsprogramm zu Ostern und Weihnachten. Weitere Webspecials wurden 2004 zur EU-Osterweiterung und zur Off-Air-Tour des Kinderkanals veranstaltet.

Tz. 420 Im Hinblick auf **Richmedia** ist festzuhalten, dass der Kinderkanal nahezu jede zweite Sendung mit **Videotrailern** von ca. drei Minuten Länge präsentiert. Für die Talk-Sendungen „Kikania“ und „KI.KA LIVE“ werden per Webcam Bilder aus dem Studio ins WWW gesendet. Schließlich werden auch Audiofiles zu Sendungen angeboten.

Moderierte **Chats** werden jede Woche für die interaktive Talksendung „KI.KA LIVE“ durchgeführt. Per E-Mail und über **Votings** werden regelmäßig die Meinungen der Zuschauer zu Themen/Sendungen abgefragt und veröffentlicht. Kinderarbeiten zu Wettbewerb werden im Internet präsentiert und zur Abstimmung freigegeben. Daneben können die Zuschauer bei der wöchentlichen Wunschfilmaktion auch im Internet abstimmen.

Tz. 421 Im Hinblick auf die technische Infrastruktur stellt der Kinderkanal fest, dass der Großteil der Internetseiten manuell erstellt werde, um die Seiten grafisch so abwechslungsreich wie möglich zu präsentieren. Standardbereiche würden per SSI integriert. Daneben verwende die Online-Redaktion selbstprogrammierte Web-Applikationen und Benutzeroberflächen mit teilweisen CMS-Charakter. Es existiere eine Schnittstelle zur KI.KA-Press-Datenbank, aus der alle Programminformationen, Videos und Grafiken fürs Internet bezogen werden. Für zahlreiche Features seien benutzerspezifische individuelle Datenbanken angelegt worden.

4.7 Das Online-Angebot des Deutschlandradios

Das Deutschlandradio hält zwei Portale vor:

Tz. 422

- Das Portal **dradio.de** und
- das Portal **kakadu.de**.

Bei dradio.de handelt es sich um ein Vernetzungsangebot, das einen thematischen Zugang zu den Inhalten der beiden Hörfunkprogramme Deutschlandfunk und Deutschlandradio Berlin/Deutschlandradio Kultur schaffen soll. Gleichzeitig soll das Portal die Klammer für die Programmbegeleitung der beiden Programme bilden, thematische Zugänge zu den Angeboten der beiden Programme bereitstellen und die Inhalte bündeln. So finden sich neben dem Zugang über beide Programmmarken die Themenportale Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung, Literatur, Kultur, Feature, Hörspiel, Musik, Kinder und Medien.

Dagegen richtet sich kakadu.de an das kindliche Publikum und soll eine zielgruppengerechte Auspielung der Inhalte über Programmmarken möglich machen.

Über die Rubrik Sendungen wurden 2004 für den **Deutschlandfunk 38 Sendungen**, für **Deutschlandradio Berlin 37 Sendungen** mit Online-Angeboten von sehr unterschiedlicher Tiefe begleitet. Zu einigen Sendungen wurden neben aktuellen Programmvorschauen auch die aufbereiteten Inhalte der einzelnen Sendungsbeiträge zur vertiefenden Nutzung, in einem Fall auch ein Forum angeboten. Zu anderen Sendungen werden nur wenige grundlegende Informationen zu Sendedatum und Redaktion zur Verfügung gestellt.

Tz. 423

Daneben stellt dradio.de **Bündelseiten zu den Programmschwerpunkten** von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur/Deutschlandradio Berlin bereit. Im Archiv befanden sich weitere programmbegeleitende Inhalte aus früheren Schwerpunkten.

Tz. 424

Darüber hinaus war dradio.de an der Erstellung des Dossiers zur Europawahl von tagesschau.de beteiligt. Weitere **Kooperationen** mit tagesschau.de und ard.de werden tagesaktuell festgelegt. Gemeinsam mit der Bundeszentrale für politische Bildung und dem Zentrum für Zeithistorische Forschung betreibt dradio.de die Online-Projekte 17juni53.de und chronik-der-mauer.de.

Tz. 425

Zur Leistungsdokumentation nach onlinespezifischen Kategorien ist festzuhalten, dass das Deutschlandradio jeweils einen **Audio-Livestream** für Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur/Deutschlandradio Berlin anbietet. **On-Demand** werden Programmbeiträge aus den beiden Hörfunkprogrammen zum Nachhören angeboten. Flash wird als Anwendung in speziellen Angeboten, wie dem Kakadu-Kinderangebot, Programmschwerpunkten und für den Audio-On-Demand-Player angeboten.

Tz. 426

Das Deutschlandradio nutzt in seinem Onlineangebot **Foren** und **Newsletter**. Insgesamt konnten die Nutzer 2004 im Angebot auf insgesamt acht Newsletter zurückgreifen.

Tz. 427

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Tz. 428 Zur technischen Infrastruktur ist festzuhalten, dass auch das Deutschlandradio ein CMS verwendet, wobei sich einige Inhalte im Onlineangebot aus Datenbanken der beiden Deutschlandradio-Programme speisen.

Tz. 429 Nach den **eigenen Erhebungen der Kommission** hielt das Deutschlandradio auf seinen Webseiten **Online-Angebote für 85 Sendungen** vor. Von den entsprechenden Websites waren 83 (97,6 %) im Standardwebdesign des Deutschlandradios gestaltet. Lediglich die Formate „Kakadu“ und „Wurfsendung“ wurde durch aufwändige Flashseiten begleitet, wobei die Seiten zu „Wurfsendung“ von einer externen Agentur betreut wurden. Keines der Angebote wurde mit Hilfe externer Partner gestaltet.

Die folgende Abbildung gibt wieder, welche Gestaltungselemente in welcher Häufigkeit auf den Webseiten des Deutschlandradios zum Einsatz kommen.

Tab. 68 Einsatz von Gestaltungselementen auf den Webseiten des Deutschlandradios

Kategorie	Häufigkeit	(in %)
Sendungsbezogene Informationen	85	100,0 %
Archiv	83	97,6 %
Soundstreams (Audio on Demand)	65	76,5 %
Zusatzmaterialien	10	11,8 %
Hintergrundinformationen	5	5,9 %
Downloads	5	5,9 %
Newsletter	3	3,5 %
Diskussionsforen	2	2,4 %
Digitale Postkarten	2	2,4 %
Andere interaktive Elemente	2	2,4 %
Onlinespiele	1	1,2 %
Online-Kandidatenbewerbung	1	1,2 %
Gewinnspiel	1	1,2 %
Gästebuch	1	1,2 %
Videostreams	0	0,0 %
Videoclips	0	0,0 %
Soundclips	0	0,0 %
Online-Kartenreservierung	0	0,0 %
Externe Partner	0	0,0 %
Chats	0	0,0 %
Bilderstrecken (Slideshows)	0	0,0 %

Tz. 430 Die Aufstellung macht deutlich, dass das Deutschlandradio alle seine Sendungen online mit „Sendungsbezogene Informationen“ sowie nahezu alle Sendungen mit „Archivmaterialien“ begleitet. Zu über drei Viertel der Sendungen wurden Soundstreams, d.h. Audio-On-Demand-Files, angeboten. Zudem kann man die Playlist der gespielten Musiktitel einsehen. Allen anderen Gestaltungselementen kommt nur eine untergeordnete Bedeutung zu, wobei die Nicht-Nutzung bestimmter Gestaltungselemente dem Charakter des Deutschlandradios als Hörfunkanstalt Rechnung trägt. Eine Ausnahme stellt das Kinderportal kakadu.de dar, das über ein eigenes Layout, aufwändige Downloads und vielfältige Nutzungsmöglichkeiten bietet.

Das Online-Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Anzahl der eingesetzten Gestaltungselemente pro begleiteter Sendung

Gestaltungselemente
in Prozent

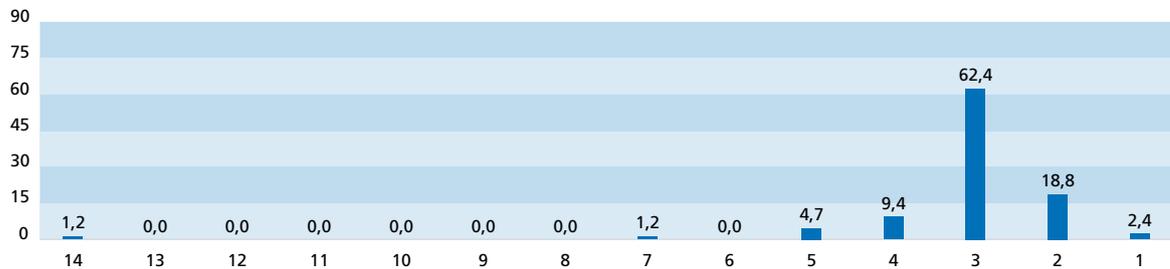


Abb. 54

Insgesamt fällt die **Anzahl der pro Webseite eingesetzten Gestaltungselemente** daher deutlich niedriger als bei ARD und ZDF aus. Der durchschnittliche Funktionalitätswert für alle Online-Angebote des Deutschlandradios beträgt 3,1. Bei rd. 62 % der betreuten Sendungen wurden drei Gestaltungselemente eingesetzt, die wenigsten Angebote erreichten höhere Funktionalitätswerte. Die mit Abstand höchste Funktionalität (14) erreicht das Kinderangebot kakadu.de. Die Kinderseite kakadu.de ist auch die einzige Seite des Deutschlandradios, auf der sich **Online-Spiele** fanden.

Tz. 431

Strukturelle Grundlagen

Gesamtdarstellung Personal

-
- *Für eine Gesamtdarstellung Personal ist die Betrachtung der Personalaufwendungen und der Planstellen und Sonstigen Stellen um eine Betrachtung insbesondere der Freien Mitarbeiter sowie der Mitarbeiterkapazitäten bei Gemeinschaftssendungen, -einrichtungen und -aufgaben (GSEA) und Beteiligungen zu ergänzen; dabei ist bei den GSEA zu unterscheiden zwischen denjenigen GSEA, bei denen ausschließlich ARD-Anstalten zusammenarbeiten und GSEA mit Beteiligung der ARD und des ZDF (z.B. GEZ, Kinderkanal, Phoenix) oder Dritter.*
 - *Die jährlichen Steigerungsraten der gesamten Aufwendungen für Personal, Freie Mitarbeiter und Mitarbeiter in GSEA (hier ausschließlich von ARD-Anstalten) sollen im Planungszeitraum 2005-2008 im Durchschnitt 0,3 % bei ARD und ZDF sowie 2,4 % bei Deutschlandradio betragen. Die Steigerungsraten haben sich gegenüber dem Ergebnis des 14. Berichts bei ARD und ZDF deutlich verringert, worin auch die eingegangenen Selbstbindungen der Anstalten zum Ausdruck kommen.*
 - *Der beim Deutschlandradio im Vergleich zu ARD und ZDF deutlich höhere Anstieg der Personalaufwendungen beruht ganz wesentlich auf dem stark abgesenkten Personalbestand des Jahres 2004, der dazu führte, dass die Personalkosten 2004 im Ist gegenüber dem Vorjahr konstant geblieben sind. Ausgehend von dem niedrigen Wert des Jahres 2004 ergibt sich im Jahr 2005 ein verhältnismäßig hoher Personalkostenanstieg, der den Durchschnittswert der gesamten Gebührenperiode beeinflusst. Gegenüber den angesetzten Beträgen im 14. Bericht plant das Deutschlandradio eine Reduzierung der Personalaufwendungen um 3,5 %.*
-

Tz. 432 Die Rundfunkanstalten setzen zur Erbringung ihrer jeweiligen Leistungen **verschiedene Personengruppen** (fest angestellte Mitarbeiter, eigene Mitarbeiter mit Zeitverträgen, Aushilfen, Freie Mitarbeiter und Mitarbeiter in GSEA und bei Beteiligungsunternehmen) u.a. abhängig vom jeweiligen Geschäftsmodell in unterschiedlicher Zusammensetzung ein. Die dadurch verursachten Aufwendungen sind nicht allein dem Personalaufwand, sondern auch dem Programm- oder Sachaufwand zuzuordnen. Die Kommission hat die Fülle von Kriterien und Einflussfaktoren zum Anlass genommen, bereits in den letzten Berichten eine Gesamtbetrachtung Personal zu beginnen, die im vorliegenden 15. Bericht erweitert wird. Die Kommission fordert die Anstalten auf, die Harmonisierung ihrer Darstellungen zur Personalwirtschaft fortzusetzen, um die Transparenz weiter zu verbessern und weitergehende Analysen zu ermöglichen.

Der Gesamtdarstellung Personal im folgenden Abschnitt schließen sich konkrete Analysen der Aufwendungen und der Personalstärke für ARD, ZDF und Deutschlandradio sowie ein Vergleich der Anmeldungen zum 15. gegenüber den anerkannten Beträgen im 14. Bericht an.

1. Strukturelle Grundlagen

Tz. 433 Die teilweise erheblichen Unterschiede im Leistungsspektrum der Rundfunkanstalten und teilweise unterschiedliche Geschäftsmodelle auch zur Erstellung ähnlicher Leistungen wirken sich auf die Struktur der Aufwandsarten und die Zusammensetzung des Aufwands für den „Produktionsfaktor

Arbeit“ aus. Die dadurch entstehenden Aufwendungen des Bestands- und Entwicklungsbedarfs werden in **verschiedenen Aufwandsarten** abgebildet. Das folgende Schaubild verdeutlicht die komplexe Struktur von Leistungsquellen und Leistungsarten:

Leistungsquellen und Leistungsarten der Rundfunkanstalten

Leistungsquellen (Bestand und Entwicklung)	Aufwandsart bei den Anstalten	Leistungsarten	Anstalten
Befristet und unbefristet fest angestellte Mitarbeiter (Stellenplan)	Personalaufwand	Nationaler Hörfunk	DLR
Eigene Mitarbeiter auf Stellen außerhalb des Stellenplans (Sonstige Stellen), Aushilfen		Regionaler Hörfunk (Landesprogramme)	ARD
Freie Mitarbeiter	Programmaufwand	Regionales Fernsehen (3. Programme)	ARD
Mitarbeiter in GSEA	Programmaufwand und/oder	Nationales Fernsehen (Erstes bzw. zweites Programm)	ARD ZDF
Mitarbeiter in Beteiligungsunternehmen (Produktionsunternehmen, Outsourcing u.a. – soweit sie für die Anstalten tätig sind)		Sachaufwand	Gemeinschaftsprogramme (Kinderkanal, Phoenix, ARTE, 3sat) Fernsehen
Bezogene Leistungen von Dritten (enthalten auch Personalaufwendungen)			

Abb. 55

Die links genannten Leistungsquellen erzeugen je nach Anstalt in unterschiedlicher Zusammensetzung – auch innerhalb der ARD und innerhalb einer Anstalt – die rechts genannten Leistungen der Rundfunkanstalten.

Diese Gesamtdarstellung Personal umfasst die in der Übersicht genannten Produktionsquellen mit Ausnahme der von Dritten bezogenen Leistungen. Entsprechend werden im Folgenden sowohl die Personalaufwendungen in der handels- und haushaltsrechtlichen Definition für fest angestellte Mitarbeiter und Mitarbeiter mit Zeitverträgen und Aushilfen bei den Anstalten und die Aufwendungen für Freie Mitarbeiter (Honorare u.a.) sowie Mitarbeiter bei GSEA (jeweils zuzüglich Mehrarbeit, Zuschläge, Personalnebenkosten und Ausbildungsvergütungen) berücksichtigt. Die Altersversorgung wird hier nur nachrichtlich erwähnt; sie wird in Bd. 1, Tzn. 63 ff. umfassend gesondert dargestellt. Aufwendungen für Mitarbeiter in Beteiligungsunternehmen werden ebenfalls erläutert, auch wenn sie nicht ausschließlich oder gar überwiegend nicht für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten tätig sind.

Tz. 434

Die in den bezogenen Leistungen enthaltenen (unmittelbaren und mittelbaren) Aufwendungen für den „Produktionsfaktor Arbeit“ werden nicht einbezogen. Die Veränderung von Aufwandssegmenten, z.B. durch Verringerung des Personalaufwands bei gleichzeitiger Verstärkung des Sachaufwands durch Outsourcing-Maßnahmen wird in den Tzn. 628 ff. dargestellt.

Entsprechend der Betrachtung der Personalaufwendungen sind bei der Darstellung der **Personalkapazitäten** sowohl die Mitarbeiter auf Planstellen als auch die Mitarbeiter, die außerhalb des Stellenplans bei den Anstalten oder GSEA fest oder auf Zeit beschäftigt werden, berücksichtigt. Mitarbeiter bei Beteiligungsunternehmen sind zwar in die Gesamtdarstellung Personal, nicht aber in die Personalkapazitäten der Anstalten einzubeziehen, da sie teilweise in erheblichem Umfang außer für die Anstalten auch für Dritte tätig sind.

Strukturelle Grundlagen

Tz. 435 Die **Fertigungstiefe** bei Planung, Produktion und Ausstrahlung des jeweiligen Programms unterscheidet sich signifikant bei **Hörfunk und Fernsehen**, beim Fernsehen zwischen **ARD und ZDF** (vgl. Bd. 1, Tzn. 37 ff.) und innerhalb der ARD.

Bei einer geringen Fertigungstiefe verzichtet eine Rundfunkanstalt weitgehend auf überwiegend selbsterstellte Produktionen und setzt stattdessen in erster Linie von Dritten erstellte Produkte (z.B. Spielfilme, Auftragsproduktionen oder Sportübertragungen) im Programm ein. Bei einer hohen Fertigungstiefe werden Programme überwiegend selbst produziert. Die Frage „make or buy“ mit seinen möglichen Varianten wird nach Erläuterungen der Anstalten weitgehend im Einzelfall auch abhängig vom Programmspektrum und auf Grundlage der bestehenden Verhältnisse entschieden.

Bei einem hohen Anteil an von Dritten bezogenen Produktionen (Fremdproduktionen) fallen die Personalkosten bei den Zulieferern an. Die bezogenen Programme verursachen Programmaufwand einschließlich der darin enthaltenen Personalkosten bei den Zulieferern.

Tz. 436 Der **Personalkostenanteil** einer Rundfunkanstalt **mit einem hohen Anteil an Fremdproduktionen ist bezogen auf die Gesamtkosten geringer als** bei einer Rundfunkanstalt **mit einem hohen Anteil an Eigenproduktionen**. Diese beschäftigt dagegen eine große Anzahl an Mitarbeitern zur Erstellung von Programm. Ein hoher Anteil an Eigenproduktionen am Gesamtaufwand geht grundsätzlich mit einem hohen Personalkostenanteil bezogen auf den Gesamtaufwand einher.

Der relative Anteil der Personalaufwendungen oder der Honoraraufwendungen allein lässt in der Regel keine unmittelbaren Rückschlüsse insbesondere auf die Wirtschaftlichkeit einer Rundfunkanstalt zu. Dies gilt auch für einen möglichen Vergleich zwischen ARD, ZDF und Deutschlandradio. Eine Bewertung eines niedrigen oder hohen Personalkostenanteils oder Anteils der Honoraraufwendungen jeweils bezogen auf den Gesamtaufwand muss die Struktur und Fertigungstiefe sowie weitere Kriterien und Einflussfaktoren der Leistungserbringung berücksichtigen, z.B., dass die Anstalten sich in ihren Programmaufgaben und hinsichtlich der Art der Leistungserstellung unterscheiden.

Außerdem kann über die Entscheidung „make or buy“ die Personalaufwandsquote gezielt gesteuert werden, wodurch sich eigene Personalaufwendungen durch die Vergabe von Fremdproduktionen oder auch durch Outsourcingmaßnahmen grundsätzlich verringern, ohne dass dies zwangsläufig zu einer Verringerung der Gesamtaufwendungen und zu einem positiven Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit führen muss.

Tz. 437 Bei einer Betrachtung des **Zeitablaufes** sind außerdem Aufgabenmehrungen oder Aufgabenentlastungen bei Outsourcing- und Insourcingmaßnahmen zu berücksichtigen. Auch dürften die Rationalisierungsmöglichkeiten bei Hörfunk und Fernsehen (z.B. Digitalisierung) sowie bei unterschiedlichen Produktions- und Leistungsstrukturen differieren.

Einflussfaktoren auf die Personalkostenquote sind nach den Erläuterungen der Anstalten beispielsweise:

Tz. 438

- Eigenproduzierte große Showsendungen, Aktualitätsprogramme (Nachrichten, aktuelle Magazine) und regionale Berichterstattung sind in der Regel personalintensiv.
- Personalintensive Nachrichten- und Berichterstattungsaktivitäten sind bei einzelnen Anstalten (im wesentlichen NDR) und beim Hauptstadtstudio der ARD gebündelt.
- Einzelne Anstalten (z.B. MDR, künftig möglicherweise auch RB) haben ihre Produktionsbetriebe weitgehend oder ganz ausgelagert.
- Die Struktur des Hörfunks: Programme werden im Wesentlichen durch fest angestellte und Freie Mitarbeiter in den Räumlichkeiten der Anstalten und mit deren Betriebsmitteln produziert. Der Ankauf größerer, sendefertiger Programmbestandteile, die vollständig von Auftragsproduzenten hergestellt werden, ist – anders als beim Fernsehen – beim Hörfunk nur bedingt möglich und finanziell unerheblich.
- Teure Sport- und Filmrechte verursachen hohe Gesamtaufwendungen im nationalen Fernsehprogramm. Diese hohen Rechtenkosten finden sich weder bei den Gemeinschaftsprogrammen noch bei den Dritten Fernsehprogrammen noch im Hörfunk.
- Das ZDF deckt als Einzelanstalt mehrere Gemeinschaftsprogramme jeweils hälftig ab, hat ein Hauptstadtstudio eingerichtet, betreibt In- und Auslandsstudios und berichtet über Olympische Spiele und Weltmeisterschaften. Die vergleichbaren Aktivitäten bei der ARD verteilen sich dort auf mehrere Einzelanstalten mit einer insgesamt deutlich größeren Personalbasis. Entsprechendes gilt für den Hörfunk teilweise auch bei einem Vergleich des Deutschlandradios mit der ARD.
- Die Berichterstattung von ARD und ZDF über Sport-Großereignisse wird von den Dritten Programmen der ARD ohne eigenen Personalaufwand übernommen.
- Fast alle ARD-Anstalten betreiben und unterhalten ein Sendernetz für das Erste Programm des Fernsehens und den Hörfunk, auch Deutschlandradio verfügt über eigene Sender mit eigenem Personal. Das ZDF und die Dritten Programme strahlen demgegenüber auf von der Telekom angemieteten Sendern aus.
- Der am Sendestandort zur Verfügung stehende medienspezifische Arbeits- und Produzentenmarkt wirkt sich auf die Notwendigkeit und Möglichkeit von Eigenproduktionen durch Arbeitnehmer der Rundfunkanstalten aus.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die **Fertigungstiefe** sowie die **Geschäftsfeldaktivitäten einer Rundfunkanstalt in hohem Maße den Anteil der Personalkosten am Gesamtaufwand beeinflussen**. Ein niedriger bzw. hoher Personalkostenanteil allein kann nicht als Hinweis auf Effizienz

Tz. 439

Strukturelle Grundlagen

bzw. Ineffizienz interpretiert werden. Die Kommission stellt die Anteile des Personalaufwands am Gesamtaufwand dennoch dar, da sie einen Einstieg in eine weitergehende Analyse zur Wirtschaftlichkeit auf breiterer Basis ermöglichen. Die Kommission hat die Rundfunkanstalten um die Erstellung der dafür erforderlichen Grundlagen, insbesondere um Zahlenmaterial zur Strukturanalyse gebeten.

2. Darstellung des gesamten Personalbereichs

In den folgenden Tabellen werden **die Personalstruktur** und die entsprechenden Aufwendungen für ARD, ZDF und Deutschlandradio dargestellt und Relationen zum Gesamtaufwand aufgeführt. Die Tabellen umfassen Bestand und Entwicklung (anerkannte Projekte). Die Stellenentwicklung und die Entwicklung der Aufwendungen werden in Bd. 1, Tzn. 52 ff. dargestellt.

Tz. 440

Die Personalaufwendungen der Gemeinschaftssendungen, -einrichtungen und -aufgaben (GSEA) betreffen ausschließlich GSEA, die nur ARD-Anstalten zuzuordnen sind (z.B. Hauptstadtstudio der ARD – das Hauptstadtstudio des ZDF wird vollständig im Personalaufwand berücksichtigt). Sie werden bei den Anmeldungen von der ARD zum Teil im Sachaufwand ausgewiesen, zum Teil sind sie im Personalaufwand enthalten und werden dann nicht separat gezeigt. Aufwendungen für andere GSEA (GEZ, Phoenix, Hörfunk-Sternpunkt u.a.) werden nicht ARD, ZDF bzw. Deutschlandradio zugeordnet, sondern nur verbal dargestellt. Diese Aufwendungen werden bei den ARD-Anstalten und beim Deutschlandradio im Sachaufwand, beim ZDF im Personalaufwand ausgewiesen.

Aufwendungen für Freie Mitarbeiter (im Wesentlichen Leistungsvergütungen) werden im Programmaufwand angemeldet.

Die Personalaufwendungen bei Beteiligungsunternehmen (u. a. aus Outsourcingmaßnahmen) werden zur Gesamtbetrachtung verbal erläutert. Eine vollständige oder anteilige Zurechnung zu den Anstalten wird nicht vorgenommen, da die Beteiligungsunternehmen z.T. wesentlich für Dritte tätig sind.

In die Analyse der Personalwirtschaft werden die Aufwendungen für Altersversorgung nicht einbezogen, da die Besonderheiten der betrieblichen Altersversorgung (vgl. 7. Bericht, Tz. 245; 8. Bericht, Tz. 193) einen Vergleich und eine einheitliche Bewertung der Planzahlen erschweren.

Darstellung des gesamten Personalbereichs

Tab. 69 Gesamtdarstellung Personal ARD
(ohne Altersvorsorgung, ohne Rückstellungen für Altersteilzeit, in Mio. Euro bzw. Stellen)

	2001-2004 Ist	2005 Vorschau	2006 Vorschau	2007 Vorschau	2008 Vorschau	2005 -2008
Personalaufwand ohne Altersvorsorgung	5.528,9	1.418,1	1.427,4	1.435,0	1.448,1	5.728,6
Steigerungsrate		- 0,2 %	0,7 %	0,5 %	0,9 %	0,5 %
Davon entfallen auf:						
- Bestandsbedarf	5.492,6	1.408,4	1.417,7	1.424,9	1.437,4	5.688,4
- Entwicklungsbedarf	36,3	9,7	9,7	10,1	10,7	40,2
nachrichtlich:						
Aufwendungen für Altersvorsorgung und Rückstellungen für Altersteilzeit	1.793,2	500,5	456,7	459,0	463,5	1.879,7
Personalaufwand inkl. Altersvorsorgung	7.322,1	1.918,6	1.884,1	1.894,0	1.911,6	7.608,3
Personalaufwand der GSEA (ARD)	130,6	37,2	37,4	37,0	37,4	149,0
Gesamtpersonalaufwand ohne Altersvorsorgung	5.659,5	1.455,4	1.464,8	1.472,0	1.485,4	5.877,6
Leistungsvergütungen für Freie Mitarbeiter	1.801,9	452,5	457,4	462,4	471,1	1.843,4
Summe Aufwand für Personal und Freie Mitarbeiter	7.461,4	1.907,9	1.922,1	1.934,4	1.956,6	7.721,0
bereinigter Gesamtaufwand	23.124,4	5.846,0	5.958,0	5.909,9	6.110,9	23.824,8
Anteil am bereinigten Gesamtaufwand						
- Personalaufwand	23,9 %	24,3 %	24,0 %	24,3 %	23,7 %	24,0 %
- Personalaufwand der GSEA	0,6 %	0,6 %	0,6 %	0,6 %	0,6 %	0,6 %
- Gesamtpersonalaufwand	24,5 %	24,9 %	24,6 %	24,9 %	24,3 %	24,7 %
- Leistungsvergütungen	7,8 %	7,7 %	7,7 %	7,8 %	7,7 %	7,7 %
- Summe/Gesamtpersonalaufwand und Leistungsvergütungen	32,3 %	32,6 %	32,3 %	32,7 %	32,0 %	32,4 %
Planstellen		21.389	21.196	21.057	20.883	
Stellenbesetzungsquote Planstellen		95,6 %	95,8 %	95,7 %	95,8 %	
Besetzte Planstellen		20.454	20.296	20.150	20.004	
Besetzte Sonstige Stellen		446	438	436	434	
Besetzte Stellen		20.900	20.734	20.586	20.438	
Steigerungsrate		- 0,9 %	- 0,8 %	- 0,7 %	- 0,7 %	- 0,8 %
Mitarbeiterkapazität der GSEA (ausschließlich ARD)		542	542	514	507	
Besetzte Gesamtstellen		21.442	21.276	21.100	20.945	
Steigerungsrate		- 0,8 %	- 0,8 %	- 0,8 %	- 0,7 %	- 0,8 %

Darstellung des gesamten Personalbereichs

Tab. 70 Gesamtdarstellung Personal ZDF

(ohne Altersvorsorgung, ohne Rückstellungen für Altersteilzeit, in Mio. Euro bzw. Stellen)

	2001-2004 Ist	2005 Vorschau	2006 Vorschau	2007 Vorschau	2008 Vorschau	2005 -2008
Personalaufwand ohne Altersvorsorgung	1.046,3	275,1	270,9	268,5	262,1	1.076,6
Steigerungsrate		4,4 %	- 1,5 %	- 0,9 %	- 2,4 %	- 0,1 %
Davon entfallen auf:						
- Bestandsbedarf	1.024,8	268,9	264,6	262,2	255,7	1.051,4
- Entwicklungsbedarf	21,5	6,2	6,3	6,3	6,4	25,2
nachrichtlich:						
Aufwendungen für Altersvorsorgung	203,5	55,7	70,5	72,3	74,4	272,9
Personalaufwand inkl. Altersvorsorgung	1249,8	330,8	341,4	340,8	336,5	1.349,5
Leistungsvergütungen für Freie Mitarbeiter	338,4	84,5	86,2	87,9	89,6	348,2
Summe Aufwand für Personal und Freie Mitarbeiter	1.385,2	359,6	357,1	356,4	351,7	1.424,8
Gesamtaufwand	7.139,9	1.842,6	1.969,4	1.882,7	1.997,4	7.692,1
Anteil am Gesamtaufwand						
- Personalaufwand	14,7 %	14,9 %	13,8 %	14,3 %	13,1 %	14,0 %
- Leistungsvergütungen	4,7 %	4,6 %	4,4 %	4,7 %	4,5 %	4,5 %
- Summe/Personalaufwand und Leistungsvergütungen	19,4 %	19,5 %	18,1 %	18,9 %	17,6 %	18,5 %
Planstellen		3.631	3.631	3.631	3.631	
Stellenbesetzungsquote-Planstellen		97,5 %	97,5 %	97,5 %	97,5 %	
Besetzte Planstellen		3.558	3.558	3.558	3.558	
Besetzte Sonstige Stellen		224	145	67	- 73	
Besetzte Stellen		3.782	3.703	3.625	3.485	
Steigerungsrate		- 1,6 %	- 2,1 %	- 2,1 %	- 3,9 %	- 2,4 %

Die rechnerische Größe von - 73 besetzten Sonstigen Stellen soll beim ZDF aus heutiger Sicht eine Reduktion des Stellenplans bewirken. Diese Entscheidung bedarf der Mitwirkung der Gremien des ZDF, die erst Ende 2005/2006 vorliegen wird. Allerdings sei gesichert, dass der Personalaufwand analog der Reduktion der Stellen Folgewirkungen für den kommenden Gebührenzeitraum haben werde.

Darstellung des gesamten Personalbereichs

Tab. 71 Gesamtdarstellung Personal Deutschlandradio
(ohne Altersversorgung, ohne Rückstellungen für Altersteilzeit, in Mio. Euro bzw. Stellen)

	2001-2004 Ist	2005 Hochrg.	2006 Vorschau	2007 Vorschau	2008 Vorschau	2005-2008
Personalaufwand ohne Altersversorgung	190,4	50,2	50,9	51,6	52,5	205,1
Steigerungsrate		4,8 %	1,4 %	1,4 %	1,9 %	2,3 %
nachrichtlich:						
Aufwendungen für Altersversorgung und Rückstellungen für Altersteilzeit	68,3	13,2	13,5	14,0	14,7	55,5
Personalaufwand inkl. Altersversorgung	258,7	63,4	64,4	65,6	67,2	260,6
Leistungsvergütungen für Freie Mitarbeiter	30,5	8,4	8,8	8,9	9,1	35,2
Summe Aufwand für Personal und Freie Mitarbeiter	220,8	58,6	59,6	60,5	61,6	240,3
Gesamtaufwand	779,8	201,9	205,7	208,2	212,5	828,3
Anteil am Gesamtaufwand						
- Personalaufwand	24,4 %	24,8 %	24,7 %	24,8 %	24,7 %	24,8 %
- Leistungsvergütungen	3,9 %	4,2 %	4,3 %	4,3 %	4,3 %	4,2 %
- Summe/Personalaufwand und Leistungsvergütungen	28,3 %	29,0 %	29,0 %	29,1 %	29,0 %	29,0 %
Planstellen		731	715	706	694	
Stellenbesetzungsquote-Planstellen		91,1 %	92,3 %	93,9 %	95,8 %	
Besetzte Planstellen		666	660	663	665	
Besetzte Sonstige Stellen		5	5	5	5	
Besetzte Stellen		671	665	668	670	
Steigerungsrate		0,8 %	- 0,9 %	0,5 %	0,3 %	0,2 %

3. Analyse und Bewertung der Aufwendungen für Personal und Freie Mitarbeiter

In den folgenden Tabellen werden die Entwicklung der Aufwendungen für Personal und Freie Mitarbeiter von 2001-2008 sowie die Entwicklung vom 14. zum 15. Bericht von 2005-2008 dargestellt. Dabei umfassen die Aufwendungen für Personal den Bestands- und Entwicklungsbedarf ohne Altersversorgung und ohne Rückstellungen für Altersteilzeit sowie die Personalaufwendungen der GSEA (ausschließlich ARD).

Tz. 441

Tab. 72 Entwicklung der Aufwendungen für Personal und Freie Mitarbeiter 2001-2008

	ARD		ZDF		DLR	
	Aufwendungen	Veränderung gegenüber Vorjahr	Aufwendungen	Veränderung gegenüber Vorjahr	Aufwendungen	Veränderung gegenüber Vorjahr
	(in Mio. Euro)	(in %)	(in Mio. Euro)	(in %)	(in Mio. Euro)	(in %)
2000 (Ist)	1.781,0		332,5		53,1	
2001 (Ist)	1.809,6	1,6	343,2	3,2	53,3	0,4
2002 (Ist)	1.845,3	2,0	349,0	1,7	55,6	4,3
2003 (Ist)	1.877,9	1,8	344,4	- 1,3	56,0	0,7
2004 (Plan)	1.928,6	2,7	348,1	1,1	56,0	0,0
Summe 2001-2004	7.461,4	2,0	1.384,7	1,2	220,9	1,4
2005 (Vorschau)	1.907,9	- 1,1	359,6	3,3	58,6	4,6
2006 (Vorschau)	1.922,1	0,7	357,1	- 0,7	59,6	1,7
2007 (Vorschau)	1.934,4	0,6	356,4	- 0,2	60,5	1,5
2008 (Vorschau)	1.956,6	1,1	351,7	- 1,3	61,6	1,8
Ø Summe 2005-2008	7.721,0	0,3	1.424,8	0,3	240,3	2,4
Ø Summe 2001-2008	15.182,4	1,2	2.809,5	0,7	461,2	1,9

Tab. 73 Anmeldungen der Anstalten zum 15. Bericht im Vergleich zu den angesetzten Beträgen im 14. Bericht (in Mio. Euro)

	ARD			ZDF			DLR		
	14. Bericht	Anmeldung 15. Bericht	Abweichung	14. Bericht	Anmeldung 15. Bericht	Abweichung	14. Bericht	Anmeldung 15. Bericht	Abweichung
2005	1.929,0	1.907,9	- 21,1	365,2	359,6	- 5,6	60,3	58,6	- 1,7
2006	1.971,1	1.922,1	- 49,0	372,2	357,1	- 15,1	61,7	59,6	- 2,1
2007	2.010,1	1.934,4	- 75,7	379,4	356,4	- 23,0	63,1	60,5	- 2,6
2008	2.056,2	1.956,6	- 99,6	386,5	351,7	- 34,8	64,1	61,6	- 2,5
Summe 2005-2008	7.966,4	7.721,0	- 245,4	1.503,3	1.424,8	- 78,5	249,2	240,3	- 8,9
Abweichung (in %)			- 3,1			- 5,2			- 3,5

Analyse und Bewertung

3.1 ARD

Tz. 442

Bei der ARD **erhöhen sich die Aufwendungen für Personal und Freie Mitarbeiter** im Zeitraum 2005-2008 **um durchschnittlich 0,3 % p.a.** Gegenüber den angesetzten Beträgen im 14. Bericht sollen sich diese Aufwendungen um 3,1 % reduzieren. Die in den letzten Jahren erfolgten **Reduzierungen bei den besetzten Gesamtstellen** setzen sich bei der ARD in Höhe von durchschnittlich 0,8 % p.a. fort. Die Zahl der besetzten Stellen innerhalb und außerhalb des Stellenplans und bei GSEA geht im Berichtszeitraum Zeitraum kontinuierlich zurück und kompensiert damit teilweise die Personalkostensteigerungen und den Anstieg der Aufwendungen für Freie Mitarbeiter.

Außerdem entstehen bei Tochterunternehmen jährlich Personalaufwendungen für etwa 1.500 bzw. 760 Beschäftigte jeweils zum 31. Dezember (ca. 92 Mio. Euro bei 100 %-Beteiligungen, ca. 39 Mio. Euro bei 50 %-100 %-Beteiligungen).

Ein Großteil der Beteiligungsunternehmen der ARD-Landesrundfunkanstalten erbringt Leistungen für Dritte in nicht unerheblichem Umfang. So produzieren beispielsweise die großen Produktionsbeteiligungsunternehmen Bavaria oder Studio Hamburg in erheblichem Maße für Dritte, so z.B. auch für das ZDF. Eine vollständige Zuordnung der Aufwendungen und Stellen der Beteiligungsunternehmen zur ARD würde die Beschäftigungssituation der ARD unrichtig wiedergeben.

3.2 ZDF

Tz. 443

Das ZDF **erhöht die Aufwendungen für Personal und Freie Mitarbeiter** im Zeitraum 2005-2008 **um ebenfalls durchschnittlich 0,3 % p.a.** Gegenüber den angesetzten Beträgen im 14. Bericht sollen sich die Aufwendungen um 5,2 % verringern. Im gleichen Zeitraum soll die **Zahl der besetzten Stellen** um durchschnittlich 2,4 % p.a. **reduziert** werden und damit teilweise die Personalkostensteigerungen und die Zunahme der Aufwendungen für Freie Mitarbeiter kompensieren. Das ZDF beabsichtigt, Stellen außerhalb des Stellenplans abzubauen, indem sie in den Stellenplan übertragen werden, wo entsprechend frei gewordene Stellen besetzt werden.

Bei Tochterunternehmen entstehen jährlich weitere Personalaufwendungen (ca. 10 Mio. Euro bei 100 %-Beteiligungen für 185 Mitarbeiter jeweils zum 31. Dezember).

3.3 Deutschlandradio

Tz. 444

Beim Deutschlandradio **steigen die Aufwendungen für Personal und Freie Mitarbeiter** im Zeitraum 2005-2008 **um durchschnittlich 2,4 % p.a.** an. Dieser im Vergleich zu ARD und ZDF hoch erscheinende Durchschnittswert beruht ganz wesentlich auf dem **stark abgesenkten Personalbestand des Jahres 2004**, der dazu führte, dass die Personalkosten 2004 im Ist gegenüber dem Vorjahr konstant geblieben sind. Ausgehend von dem niedrigen Wert des Jahres 2004 ergibt sich im Jahr 2005 ein verhältnismäßig hoher Personalkostenanstieg, der den Durchschnittswert der gesamten Gebührenperiode beeinflusst. Daneben wird der hohe Steigerungswert im Jahr 2005 (4,6 %) vom Deutschlandradio mit Höhergruppierungen, Stufensteigerungen, der Bildung von Rückstellungen für Aufhebungsverträge sowie den Aufwendungen für fünf Mitarbeiter des Sondervorhabens „Frequenzmarketing“ begründet. Den Personalkosten dieser fünf Mitarbeiter stehen niedrigere

Kosten beim Sachaufwand gegenüber. **Gegenüber** den anerkannten Beträgen im **14. Bericht** hat das Deutschlandradio zum 15. Bericht eine **Reduzierung der Personalaufwendungen um 3,5 %** angemeldet. Die Zahl der besetzten Stellen bleibt im Betrachtungszeitraum bezogen auf das im Jahr 2004 reduzierte Niveau nahezu konstant.

Bei einem Tochterunternehmen des Deutschlandradios entstehen weitere Personalaufwendungen (2005: 3,9 Mio. Euro für 72 Mitarbeiter zum 31. Dezember). Die Deutschlandradio Service GmbH (DRS) führt in weiten Teilen Aufgaben aus, die früher von Drittfirmen erledigt wurden.

3.4 GSEA mit mehreren Beteiligten

Bei GSEA mit Beteiligung der ARD und des ZDF (z.B. GEZ, Phoenix, Kinderkanal) und bei GSEA mit Beteiligung Dritter (z. B. Satellitenprogramm 3sat mit Beteiligung von ARD, ZDF, ORF und SF DRS) fallen jährlich Personalaufwendungen in Höhe von ca. 64 Mio. Euro an. Sie betreffen im Wesentlichen Mitarbeiter bei der GEZ (Durchschnitt 2005-2008: 884), Kinderkanal (49) und Phoenix (45).

Tz. 445

Bei GSEA mit Beteiligung des Deutschlandradios und anderen fallen jährliche Personalaufwendungen in Höhe von 0,1 Mio. Euro an.

Darstellung der Anstalten

Richtpositionenvergleich II

Die Anstalten sehen in den Ergebnissen des Richtpositionenvergleichs II sowie in den Handlungsmöglichkeiten, die von der Kommission im 14. Bericht aufgezeigt wurden, eine Unterstützung der eingeleiteten strukturellen Veränderungsprozesse bei ihren personalpolitischen Überlegungen. Es ist festzustellen, dass sie an den eingeleiteten Veränderungs- und Umstrukturierungsprozessen der Vergütungssysteme weiterarbeiten.

Tz. 446 Die Kommission hat auf der Grundlage des Gutachtens zum Vergleich des Gehaltsgefüges der Anstalten aus dem Jahr 2002 (Richtpositionenvergleich II) im 14. Bericht den Anstalten eine Reihe von Handlungsmöglichkeiten (14. Bericht, Tz. 118) aufgezeigt. Sie sollen bei den Anstalten den notwendigen, strukturellen Veränderungsprozess der Vergütungssysteme unterstützen, beschleunigen, und eine bessere Vergleichbarkeit der Gehalts- und Personalstrukturen herstellen.

Tz. 447 Empfehlungen der Kommission:

- Herstellung der Vergleichbarkeit zwischen Gehaltsgefüge und Funktion
- Prüfung von Auffälligkeiten über Abweichungen der Durchschnittsgehälter
- Flexibilisierung der Vergütungselemente bei höherwertigen Funktionen
- Einsatz zeitgemäßer Führungsinstrumente

1. Darstellung der Anstalten

Tz. 448 Die ARD-Anstalten, das ZDF und das Deutschlandradio haben hierzu gemeinsam Stellung genommen. Die Stellungnahme wurde durch konkrete Nutzungs- und Umsetzungsbeispiele ergänzt. Die Anstalten sehen den Richtpositionenvergleich II über das Gehaltsgefüge als Standortbestimmung und als Unterstützung bei personalpolitischen Überlegungen. Alle Anstalten arbeiten aktiv an der Umsetzung der Erkenntnisse aus dem Richtpositionenvergleich II, die sich auf die Kernaussagen „Flexibilisierung“ und „Umstrukturierung der Vergütungssysteme“ sowie die „Einbeziehung leistungsorientierter Vergütungsbestandteile“ beziehen. Auch in den nachfolgenden Beispielen nicht genannte Anstalten einschließlich des Deutschlandradios entwickeln nach eigenen Angaben mit unterschiedlichen Schwerpunkten gleichwertige Aktivitäten.

Die konkreten Bemühungen fassen sie in den nachfolgenden drei Punkten zusammen.

1.1 Nutzung vorhandener bzw. sich ergebender Handlungsspielräume durch Fluktuation, Organisationsänderungen oder Freiräume im Tarifgefüge

Tz. 449

Um eine bessere Vergleichbarkeit zwischen Gehaltsgefüge und Funktionen zu erreichen, arbeiten die Anstalten daran, verschiedene Berufsbilder mit ihren Funktionen zu überprüfen und zu überarbeiten. Die im Richtpositionenvergleich II aufgezeigten Erkenntnisse aufgrund der Eingruppierungsbeispiele führten in einigen Fällen zu einer Änderung der Stellenstruktur oder auch zur Stellenabwertung. Bei nachweisbarer Zunahme der Kernaufgaben werden Zulagenmodelle anstelle von Höhergruppierungen praktiziert.

Die Abweichungen von mehr als 5 % bei den Durchschnittsgehältern gegenüber anderen Anstalten könnten sich somit durch neue bzw. veränderte Funktionen langfristig angleichen. Aufwendungen für Vertretungen und Aushilfen können durch die Ausschöpfung der vorhandenen Mitarbeiterkapazität deutlich verringert werden.

Beispiele einzelner Anstalten:

- BR:** Die Verpflichtung der Mitarbeiter ab Gehaltsgruppe 16, die neue Leitungsaufgaben übernehmen, ist seit 2003 nur noch befristet und wird nur mit Funktionszulagen vergütet, die wieder wegfallen können. Ein neues Leistungssystem, für das keine tarifvertragliche Regelung notwendig ist, wird mit dem Personalrat erörtert.
- HR:** Die Erkenntnisse aus dem Richtpositionenvergleich II führten u. a. zu neuen Regelungen bei den Cutterinnen. Betrug das Verhältnis der höheren Ausprägungsstufe zur mittleren Ausprägungsstufe vor ca. 10 Jahren noch 1,2 :1, beträgt es derzeit nur noch 0,7:1.
- WDR:** Bei Wiederbesetzungen vakanter Planstellen wird geprüft, ob ggf. eine niedrigere Eingruppierung möglich ist. Bei Arbeitsplatzbewertungen werden die Ergebnisse des Richtpositionenvergleichs II mit einbezogen. Zulagenmodelle verschiedenster Art ersetzen die dauerhaften Höhergruppierungen. Die Ergebnisse des Vergleichs werden auch bei innerbetrieblichen Organisationsmaßnahmen herangezogen. So werden Doppelfunktionen vermieden, die bimediale (Einsatz bei Fernsehen und Hörfunk) und trimediale (Einsatz bei Fernsehen, Hörfunk und Online) Arbeitsweise wurde in den Redaktions- und Technikbereichen eingeführt.
- ZDF:** Das Potenzial zur besseren Wirtschaftlichkeit, das sich aus dem Richtpositionenvergleich II bei den Leitungsfunktionen ergibt, wird umgesetzt. Für die Tarifmitarbeiter in Leitungsfunktionen erfolgte eine 15-monatige Nullrunde ohne Einmalzahlung, im AT/ÜT-Bereich eine 24-monatige Nullrunde mit jeweils uneingeschränkter Fortwirkung.

Darstellung der Anstalten

Tz. 450 1.2 Umgestaltung bei technischen Entwicklungen/neuen Berufsbildern

Mit der Einführung der digitalen Hörfunk- und Fernsehtechnik und der zunehmenden technischen Entwicklungen in der Verwaltung haben sich die Aufgabenstellungen und Arbeitsverfahren rundfunkspezifischer Berufsbilder verändert. Bei diesem Prozess wurden die Ergebnisse des Richtpositionenvergleichs II berücksichtigt.

Beispiele einzelner Anstalten:

- BR:** Der BR hat für den Bereich Ton ein Gutachten zum Thema Auswirkung der digitalen Tonbearbeitung im Hörfunk auf die Stellenstruktur und die Personalkosten in Auftrag gegeben. Ziel des BR ist eine Neustrukturierung des Bereiches Ton, der Funktionen und eine angemessene Eingruppierung. Die bisher im oberen Bereich vergüteten Technikerfunktionen der Richtposition „Senderegie“ sind in die übrigen Tontechnikerberufsbilder integriert und seit mehreren Jahren nicht mehr besetzt.
- SWR:** Beim SWR laufen derzeit Untersuchungen hinsichtlich der Auswirkung neuer Berufsbilder, wie z. B. dem des Video-Journalisten. Neue Berufsbilder spiegeln sich auch in den Ausbildungsgängen wider, die beim SWR angeboten werden. Eine Änderung der bestehenden oder die Einführung neuer Vergütungsmerkmale ist nicht erforderlich, da diese sehr flexibel sind.
- WDR:** Beim WDR werden umfassende Funktionskoppelungen bei geeigneten Berufsbildern vorgenommen. Tontechniker übernehmen zusätzlich fernsehtechnische Aufgaben. Integrierte Arbeitsabläufe im Bereich Hörfunk-Technik wie die Übernahme von ingenieurspezifischen Tätigkeiten durch Tontechniker verdichten die Berufsbilder und führen zu Einsparungen.
- WDR/ZDF:** Beide Anstalten überprüfen die Sekretariatsbereiche. Herkömmlich waren ca. 10 % der Mitarbeiter im Sekretariatsbereich tätig. Aufgrund der technologischen Veränderungen und der damit verbundenen Neuausrichtung des Berufsbildes werden Sekretariate abgebaut und ein Teil dieser Funktionen hin zur höherwertigen Redaktionsassistenz und Sachbearbeitung weiterentwickelt.
- ZDF:** Veränderungen erfolgen auch im Kamera- und Schnittbereich. Hier ergaben sich noch vor einigen Jahren hohe Vergütungsgruppen durch die starken künstlerischen Anforderungen an diese Berufsgruppe. Die technische Anpassung in den Produktionsbereichen macht einen sukzessiven Abbau der höchsten Vergütungsgruppen in diesem Berufsbild möglich. Derzeit gilt eine Sperre für die obersten, dort angesiedelten Vergütungsgruppen.

1.3 Gestaltung im Rahmen von Tarifverhandlungen

Tz. 451

Schwerpunkte im Personalbereich bei den Anstalten bilden die Weiterentwicklung der flexiblen Vergütungsinstrumente sowie die Leistungsorientierung und die befristete Vergabe bei den höherwertigen Funktionen. Die meisten Anstalten haben die erforderlichen tarifvertraglichen Rahmenbedingungen für eine zeitlich befristete Übertragung von Leitungsfunktionen geschaffen. Die dem Flexibilisierungsgedanken entgegenstehenden Regelaufstiege sind weitestgehend abgeschafft worden. Die Schaffung tarifvertraglicher Rahmenbedingungen für einen flexibleren und an Leistungsorientierten Personaleinsatz wird bei den Tarifgesprächen der nächsten Jahre ein wichtiger Punkt sein. Sind Tarifpositionen anzupassen, werden die Anstalten die Ergebnisse des Richtpositionenvergleichs II einbeziehen.

Zum Einsatz **zeitgemäßer Führungsinstrumente** führen die Anstalten ergänzend aus, dass seit Jahren ein bedarfsgerechter Mix verschiedener Führungsinstrumente eingesetzt und auch genutzt wird. Mit den Tarifpartnern sollen Vereinbarungen über den Einsatz moderner Instrumente bei der Personalsteuerung wie z.B. die befristete Besetzung von Führungspositionen und der Abschluss von Zeitverträgen geschlossen werden.

2. Bewertung durch die Kommission

Tz. 452

Die Anstalten sind in ihrer Stellungnahme und in ihren Nutzungs- und Umstrukturierungsbeispielen nicht auf alle Punkte eingegangen, die die Kommission in ihrer Darstellung der Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt hat. Gleichwohl erkennt die Kommission an, dass die Anstalten am Veränderungs- und Umstrukturierungsprozess bei den Vergütungssystemen weiterarbeiten.

Die Nutzung vorhandener tariflicher Handlungsspielräume, die Umgestaltung und Anpassung von bestehenden Berufsbildern und die Entwicklung neuer Berufsbilder sind Maßnahmen, die eine Vergleichbarkeit im Vergütungsbereich wie auch die Erhöhung der Einsparquoten auf dem Personalsektor verbessern.

Die begonnenen Veränderungen auf dem Personalsektor über die stärkere Verknüpfung der Gehaltsstrukturen mit leistungsbezogenen und flexibel einsetzbaren Vergütungselementen, die Überprüfung der Einstiegstarife und das Abschmelzen (Angleichen) von signifikanten Abweichungen der Durchschnittsgehälter, insbesondere bei den höherwertigen Funktionen, sind **weiterführende Ansätze zu höherer Transparenz und Wirtschaftlichkeit**. Über den Einsatz zeitgemäßer Führungsinstrumente sollte ein Erfahrungsaustausch stattfinden, um positive Ergebnisse auf alle Anstalten entsprechend ihrer Struktur zu übertragen.

Weiter zu verfolgen ist die **Entwicklung eines anstaltsübergreifenden Gesamtkonzepts**, das die Bündelung aller personalrelevanten Maßnahmen als Grundlage für die Verhandlungen mit den Tarifpartnern festlegt. Die Kommission empfiehlt den Anstalten, Koordination und Abstimmung insbesondere vor den dezentral zu führenden Tarifverhandlungen zu intensivieren, um den eingeschlagenen Weg einer wirtschaftlich sinnvollen und vergleichbaren Personalpolitik erfolgreich fortzusetzen. Sie erwartet einen Sachstandsbericht bis zum Ende des Jahres 2006.

Darstellung

Produktionsbetriebe Fernsehen und Hörfunk

- *Die Produktionskosten pro Sendeminute Fernsehen konnten seit 1993 sowohl im ARD-Durchschnitt als auch beim ZDF um mehr als 30 % gesenkt werden. Dies ist insbesondere auf eine Verbesserung des Verhältnisses Personaleinsatz zu erstellter Leistung zurückzuführen. Die Kommission geht davon aus, dass diese Entwicklungen durch ihre Erhebungen angestoßen und gefördert wurden.*
- *Bei Betrachtung der Kosten für das Erste/Hauptprogramm zeigen sich allerdings nach wie vor deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Anstalten. Die Anstalten sind deshalb und auch in Hinblick auf die aktuelle Gebührensituation gefordert, eine weitere Optimierung der wirtschaftlichen Abläufe anzustreben.*

Tz. 453 1. Darstellung

Die Kommission hat die seit dem Erhebungsjahr 1979 durchgeführte Untersuchung der Auslastung, Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Produktionsbetriebe Fernsehen und Hörfunk weitergeführt. Anhand der Zahlen des Jahres 2003 hat sie hierbei die **Kosten und Leistungen der Produktionsbetriebe bei den ARD-Anstalten, beim ZDF und beim Deutschlandradio** unter Berücksichtigung der Veränderungen gegenüber früheren Ergebnissen einem kritischen Vergleich unterzogen.

Die seit 1987 angestellten Zeitreihenvergleiche wurden fortgeführt. Aufgrund der zwischenzeitlich eingetretenen Veränderungen wurden die bisher auf Basis des Jahres 1983 ermittelten Indexwerte auf das Basisjahr 1993 umgestellt. Die Übersicht über die Indexwerte 2003 für den Fernsehbereich findet sich unter Tz. 464. Den Werten der aus Fusionen hervorgegangenen Anstalten wurden dabei die zusammengefassten Zahlen der Vorgängeranstalten gegenübergestellt.

Auf die detaillierte Darstellung der Ergebnisse der Untersuchung des Produktionsbetriebs Hörfunk wird hier verzichtet. Sie ist den Anstalten mit einem ausführlichen Bericht über die Untersuchung 2003 zu den Produktionsbetrieben Fernsehen und Hörfunk zugegangen, der den Anstalten Kennzahlen und Anstöße zu ihren weiteren Bemühungen um eine Verbesserung der Wirtschaftlichkeit im Produktionsbereich geben soll.

Tz. 454 Bei den in die Untersuchung einbezogenen Kosten handelt es sich ausschließlich um die **Personal- und Sachkosten der eigenen Produktionsbetriebe der Anstalten**, also um indirekte Programmkosten (inkl. der damit zusammenhängenden Kosten für Fremdleistungen), die durch die Bereitstellung eines bestimmten Produktionspotenzials bedingt sind. Die anteiligen Kosten der betrieblichen Altersversorgung wurden nicht in den Vergleich einbezogen, da die Versorgungsregelungen und deren kostenwirksame Behandlung bei den einzelnen Anstalten voneinander abweichen.

Tz. 455 Im Jahre 2003 waren in den Produktionsbetrieben für Fernsehen und Hörfunk bei den ARD-Anstalten 7.151, in der Fernsehproduktion des ZDF 1.344 und in der Hörfunkproduktion des Deutschlandradios 150 fest angestellte Mitarbeiter tätig. Dazu kamen bei der ARD weitere 1.098, beim ZDF 491 und beim DeutschlandRadio 14 Mannjahre von Freien Mitarbeitern. Die untersuchten

indirekten Kosten betragen bei den ARD-Anstalten 923,3 Mio. Euro, von denen 716,8 Mio. Euro auf den Fernsehbereich und 206,5 Mio. Euro auf den Hörfunkbereich entfielen. Beim ZDF beliefen sie sich auf 206,1 Mio. Euro, beim Deutschlandradio auf 18,4 Mio. Euro. Das entspricht 15,5 % des Gesamtaufwands der ARD, 12,2 % des Gesamtaufwands des ZDF und 9,4 % des Gesamtaufwands des Deutschlandradios, also einem durchaus bedeutsamen Bereich im Etat der Rundfunkanstalten.

Die folgenden Ausführungen stellen das zusammengefasste Ergebnis zu den Produktionsbetrieben Fernsehen dar. Tz. 456

Die Aufgliederung der o.g. Personal- und Sachkosten der Produktionsbetriebe Fernsehen im Jahre 2003 ergibt sich aus folgender Tabelle: Tz. 457

Tab. 74 Personal- und Sachkosten der Produktionsbetriebe Fernsehen 2003 (in Mio. Euro)

Anstalt	Angeglichene Gesamtkosten ohne betriebliche Altersversorgung	darin enthalten			
		Abschreibungen auf Sachanlagen einschließlich Gebäude	Gebäude- und Bewirtschaftungskosten (ohne Abschreibungen auf Gebäude) und Kosten für gemietete Räume	Personalkosten für Festangestellte (ohne betriebliche Altersversorgung) und Kosten für freies Produktionspersonal	Sonstige Kosten
BR	104,6	12,3	6,3	63,1	22,9
HR	53,9	7,7	2,1	29,1	15,0
MDR	94,8	11,0	3,4	31,7	48,7
NDR	100,7	18,3	5,2	57,8	19,5
RB	14,1	1,6	1,1	9,3	2,1
RBB	55,8	6,8	3,3	31,0	14,8
SR	15,9	1,7	1,2	10,6	2,5
SWR	116,1	17,1	6,8	62,9	29,3
WDR	160,8	21,9	11,5	99,5	27,8
ARD	716,8	98,4	40,8	394,9	182,6
ZDF	206,1	36,7	10,1	124,4	34,8

Hiernach entfallen auf Tz. 458

	ARD	ZDF
Personalkosten	55,1 %	60,4 %
Gebäude- und Bewirtschaftungskosten ohne Abschreibungen	5,7 %	4,9 %
Abschreibungen auf technische Anlagen	11,9 %	15,7 %
Anteilige Gebäudeabschreibungen	1,8 %	2,1 %
Sonstige Kostenarten	25,5 %	16,9 %

Diesen Personal- und Sachkosten der Produktionsbetriebe im Jahre 2003 standen bei den ARD-Anstalten 2003: 1.449.017 (2001: 1.482.925) und beim ZDF: 298.030 (2001: 262.556) produzierte Sendeminuten ohne gestaltete Programmüberleitungen gegenüber. Tz. 459

Darstellung

Tz. 460 Die **Durchschnittskosten je hergestellter Sendeminute** ergeben sich aus der nachfolgenden Tabelle. Dabei wurden Kosten, die nicht durch selbstproduzierte Sendeminuten der Anstalten verursacht waren (Kosten für Produktionsbeistellungen, für Programm-, Produktions- und Sendehilfen und für Leistungen an Dritte ohne Gegenleistung), aus den Gesamtkosten ausgeschieden.

Tab. 75 Angeglichene Kosten, Leistungen und Durchschnittskosten der Produktionsbetriebe Fernsehen 2003

Anstalt	Angeglichene Kosten der Produktionsbetriebe ohne betriebliche Altersversorgung	Hergestelltes Programm ohne gestaltete Programmüberleitungen	Durchschnittliche Kosten je hergestellter Sendeminute		
			2003 (in Mio. Euro)	2003 Minuten	2003 (in Euro)
BR	102,3	225.623	453	475	448
HR	50,3	109.481	459	441	448
MDR	82,3	172.994	476	509	476
NDR	92,7	188.303	493	525	540
RB	11,7	20.294	579	595	491
RBB	55,9	141.359	395	355	326
SR	14,7	57.907	255	237	370
SWR	101,6	223.694	454	427	529
WDR	144,2	309.362	466	456	438
ZDF	186,2	298.030	625	703	738

Tz. 461 Danach liegt die Schwankungsbreite bei den ARD-Anstalten im Jahre 2003 zwischen 255 Euro (SR) und 579 Euro (RB) pro Sendeminute. Beim ZDF betragen die Durchschnittskosten 625 Euro gegenüber 703 Euro im Jahre 2001.

Tz. 462 Seit der Erhebung 2001 melden die Anstalten der ARD Daten aufgrund von anstaltsindividuellen Aufteilungsrechnungen, die eine **Differenzierung zwischen Erstem Programm und den übrigen Programmen** ermöglichen. Die von der ARD für 2003 gemeldeten Aufteilungswerte und die aufgrund der Meldung des ZDF ermittelten Werte für das Hauptprogramm und die übrigen Programme sind in der nachfolgenden Tabelle zusammengefasst und den für 2001 ermittelten Werten gegenübergestellt.

Tab. 76 Durchschnittliche Kosten je hergestellter Sendeminute (in Euro)

Anstalt	Durchschnittliche Kosten je hergestellter Sendeminute						
	Insgesamt	Erstes / Hauptprogramm				Übrige Programme	
		2003	2001	2003	2001	2003	2001
BR	453	475	857	955	413	409	
HR	459	441	1.295	1.111	381	370	
MDR	476	509	1.003	998	428	458	
NDR	493	525	542	735	488	499	
ORB		302		541		266	
RB	579	595	787	690	313	476	
RBB	395		818		371		
SR	255	237	346	448	249	220	
SFB		414		588		397	
SWR	454	427	882	837	391	371	
WDR	466	456	988	734	340	388	
ARD	453	448	901	802	394	394	
ZDF	625	703	778	776	320	469	

Demnach liegen die Durchschnittskosten für das Erste Programm bei etwa dem Eineinhalb- bis Dreieinhalbfachen der Durchschnittskosten für das übrige Programm. Die Kosten des ZDF für sein Hauptprogramm lagen 2003 deutlich unter dem Durchschnittswert der ARD.

Zur Verdeutlichung werden die Werte der Anstalten für 2003 nochmals grafisch dargestellt.

Durchschnittliche Kosten je hergestellter Sendeminute insgesamt und getrennt nach Erstem Programm/ Hauptprogramm und den übrigen Programmen

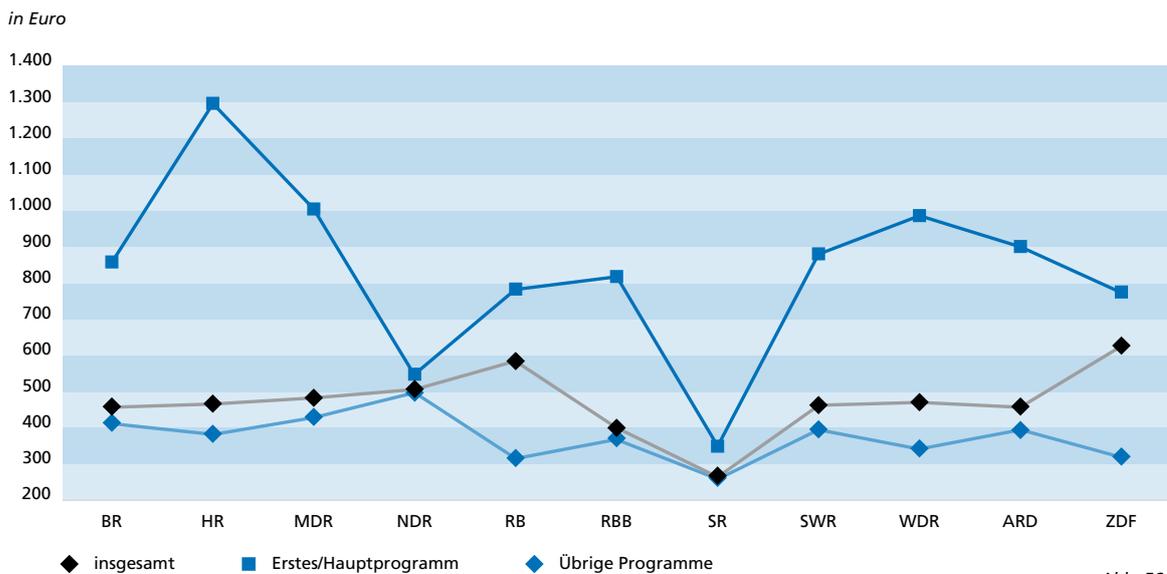


Abb. 56

Darstellung

Bei den übrigen Programmen, die einen erheblichen Anteil an der gesamten Programmproduktion ausmachen (ARD: rd. 90 %, Ausnahme RB: rd. 45 %), handelt es sich in erster Linie um die Dritten Programme und die Zulieferungen zu den Satellitenprogrammen. Beim ZDF liegt der Anteil der übrigen Programme (3sat, ARTE, ZDFtheaterkanal, Kinderkanal, ZDFinfokanal, ZDFdokukanal) an der Gesamtproduktion dagegen nur bei rd. 33 %, was auch den hohen Wert von 625 Euro je Sendeminute bei der Gesamtbetrachtung relativiert.

Tz. 463 Die Entwicklung der Durchschnittskosten je hergestellter Sendeminute bei den einzelnen Anstalten im Vergleich der Jahre 1983 und 2003 ist in der nachfolgenden Grafik dargestellt:

Entwicklung der durchschnittlichen Produktionskosten je Sendeminute Fernsehprogramm 2003 im Vergleich zu 1983

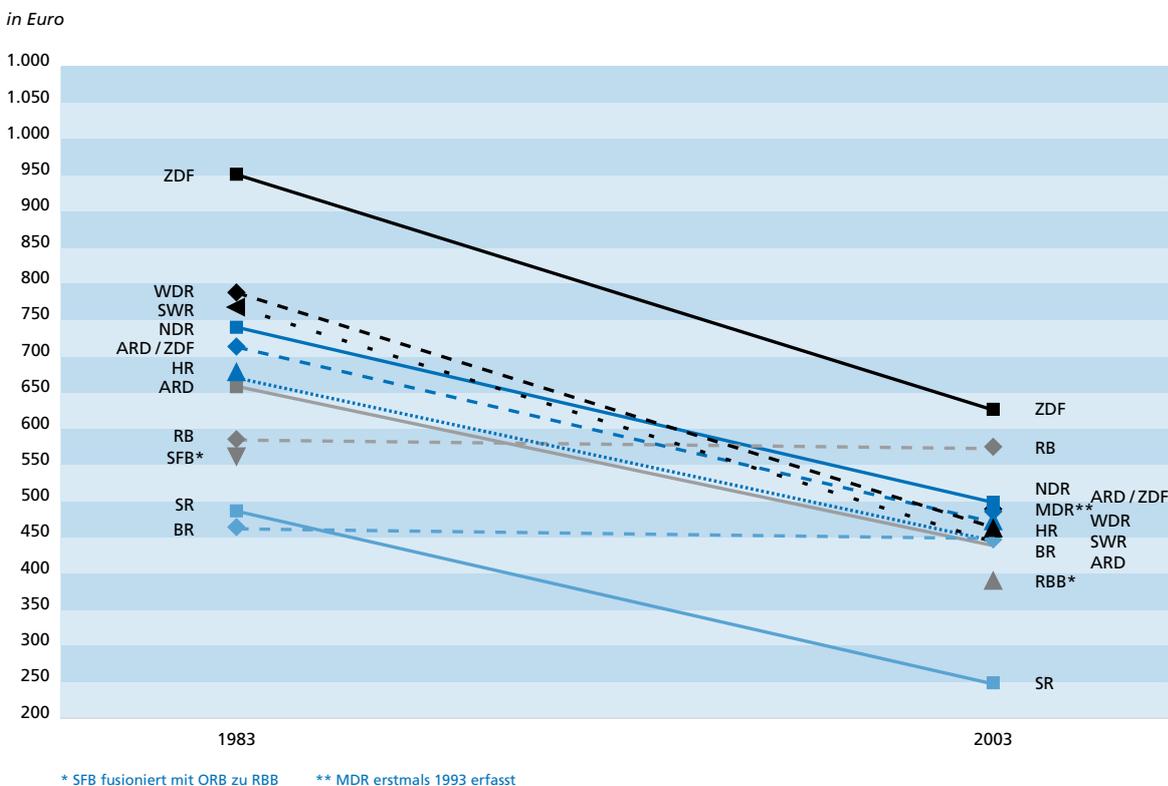


Abb. 57

Die vorstehende Grafik zum **Langzeitvergleich 1983-2003** zeigt, dass sich die Bandbreite der Minutenkosten bei den Anstalten der ARD, die 1983 noch zwischen 451 Euro (BR) und 787 Euro (WDR) lag, 2003 im Wesentlichen auf den Bereich zwischen 450 Euro und 500 Euro begrenzte und sich damit auf niedrigerem Niveau stark angenähert hat. Dies ergibt sich hauptsächlich dadurch, dass die früher zu hohen Minutenkosten produzierenden Anstalten ihre Minutenkosten nachhaltig senken konnten. Der ARD-Durchschnittswert verminderte sich von 1983-2003 von 653 Euro auf 453 Euro, also um 30,6 %. Auch die Absenkung des Kostenniveaus beim ZDF von 943 Euro im Jahre 1983 auf nunmehr 625 Euro (minus 318 Euro = 33,7 %) ist beachtlich.

Die **Entwicklungen** im Bereich der Produktionsbetriebe Fernsehen sind anhand von **Indexzahlen** in folgender Tabelle zusammengefasst: Tz. 464

Tab. 77 Indexzahlen 2003 für die Entwicklungen der Produktionsbetriebe Fernsehen (1993 = 100)*

	BR	HR	MDR	NDR	RB	RBB	SR	SWR	WDR	ARD	ZDF
1. Produktionskosten/Sendeminute	84	71	93	69	119	100	58	68	84	80	83
2. Sendefertiges Programm ohne gestaltete Programmüberleitungen	174	151	181	178	85	123	154	166	162	160	147
3. Angeglichene Gesamtkosten für fertiggestelltes Programm	146	108	167	122	101	123	89	113	136	128	122
4. a) Personalkosten insgesamt	122	95	130	119	91	100	87	101	139	115	102
b) Personalkosten Festangestellte	106	97	106	113	87	96	91	83	123	104	96
c) Personalkosten freie Mitarbeiter	242	61	259	186	153	116	62	312	461	223	116
5. Gebäude- und Bewirtschaftungskosten	143	56	100	135	77	93	88	88	135	108	143
6. Abschreibungen auf Sachanlagen einschließlich Gebäude	91	70	238	188	74	102	76	88	126	113	338
7. Sonstige Kosten	222	371	243	137	180	256	165	276	176	219	119
8. a) Anzahl Produktionspersonal insgesamt	104	83	101	97	73	76	76	80	110	93	86
b) Anzahl festangestellte Mitarbeiter	93	85	85	92	70	74	79	67	99	85	82
c) Anzahl freie Mitarbeiter	210	53	203	154	125	84	56	254	372	178	98
9. Personalkosten/Festangestellter	114	115	125	122	124	129	115	123	124	122	118
10. Produktionsstunden/Sendeminute	60	55	56	54	86	62	49	48	68	58	58

* Umstellung von Basisjahr 1983 (14. KEF-Bericht) auf Basisjahr 1993

Ein Vergleich der Indexentwicklungen der durchschnittlichen Sendeminutenkosten von ARD und ZDF mit der Entwicklung des Preisindex für die Lebenshaltung ergibt folgendes Bild: Tz. 465

Vergleich Index Minutenkosten / Index Preise Lebenshaltung

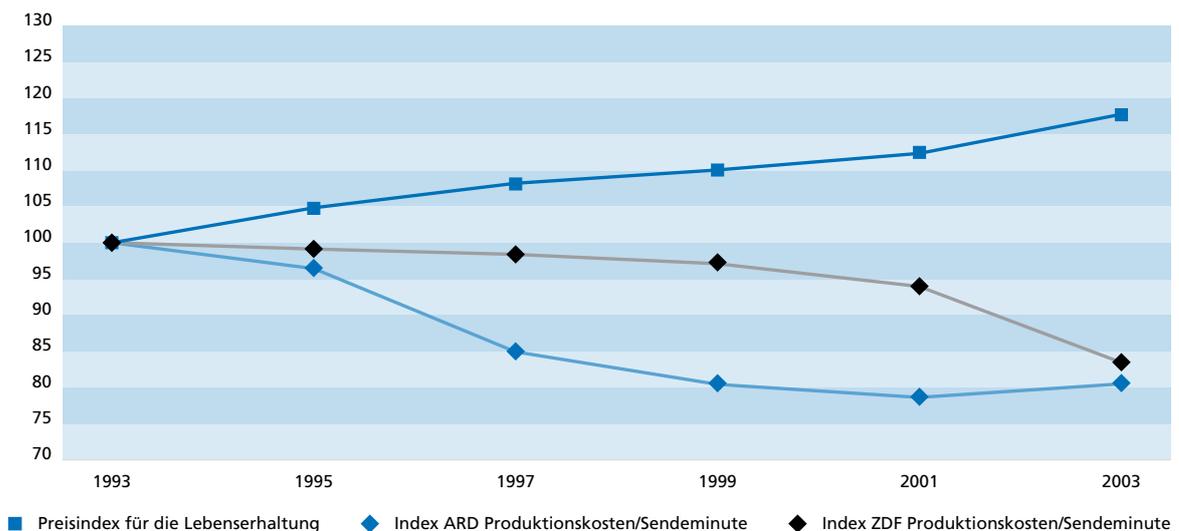


Abb. 58

Wie bei den vorhergegangenen Untersuchungen hat die Kommission einzelne Faktoren der Durchschnittskosten je Sendeminute näher untersucht. Dabei war festzustellen, dass auch im Erhebungszeitraum 2003 den **Personalkosten** das größte Gewicht zukommt. Tz. 466

Darstellung

Zur Frage des unterschiedlich hohen Anteils an aufwändigeren Produktionen, zum Einfluss der Gebäudeabschreibungen und zur Einbeziehung der Gebäude- und Bewirtschaftungskosten in die Erhebung stellte die Kommission schon bei früheren Erhebungen fest, dass sich daraus **keine einheitlichen Tendenzen zur Höhe der Durchschnittskosten je Sendeminute** ableiten lassen bzw. dass diese Kosten nur von untergeordneter Bedeutung sind.

Tz. 467 Eine genauere Betrachtung der Personalkosten führt zusammengefasst zu folgenden Feststellungen:

Die durchschnittlichen Personalkosten je hergestellter Sendeminute lagen im Jahre 2003 bei den ARD-Anstalten zwischen 183 Euro und 456 Euro, beim ZDF bei 418 Euro. Weitere Werte sind aus der Tabelle ersichtlich:

Tab. 78 Durchschnittliche Personalkosten je hergestellter Sendeminute Fernsehprogramm (in Euro)

Anstalt	2003	2001	1999
BR	280	272	257
HR	266	237	274
MDR	183	185	191
NDR	307	326	344
RB	456	483	387
RBB	219	205	203
SR	183	166	263
SWR	281	242	316
WDR	322	310	283
ARD	273	259	274
ZDF	418	471	503

Tz. 468 Im Durchschnitt beträgt der Anteil der Personalmehrkosten an den gesamten Mehrkosten gegenüber der Anstalt mit den niedrigsten Gesamtkosten rd. 42 %. Damit ist der Personalaufwand nach wie vor der gewichtigste Faktor bei den Mehrkosten der meisten Anstalten gegenüber der Anstalt mit den geringsten Minutenkosten.

Tz. 469 Maßgebenden Einfluss auf die Höhe der Produktionskosten hat vor allem der Personaleinsatz. Aus der nachstehenden Tabelle ergibt sich zunächst, wie viele Personalstunden durchschnittlich im Jahre 2003 je hergestellter Sendeminute aufgewandt wurden:

Tab. 79 Durchschnittliche Personalstunden je hergestellter Sendeminute Fernsehprogramm (in Stunden)

Anstalt	2003	2001	1999
BR	7,5	7,7	7,4
HR	7,9	7,0	8,0
MDR	5,4	5,6	5,9
NDR	8,2	8,6	9,6
RB	11,8	12,7	10,2
RBB	5,9	6,0	6,0
SR	5,0	4,7	7,4
SWR	7,4	6,4	8,7
WDR	8,1	8,0	7,5
ZDF	10,1	11,2	13,0

Stellt man eine Beziehung zwischen der eingesetzten Arbeitszeit des Produktionspersonals und den Sendeminutenkosten her, so zeigt sich, dass die Höhe der Produktionskosten und die durchschnittlichen Personalstunden je Sendeminute in der Tendenz gleich liegen. Dies wird aus folgendem Schaubild deutlich:

Tz. 470

Produktionskosten und Personaleinsatz 2003 je Sendeminute

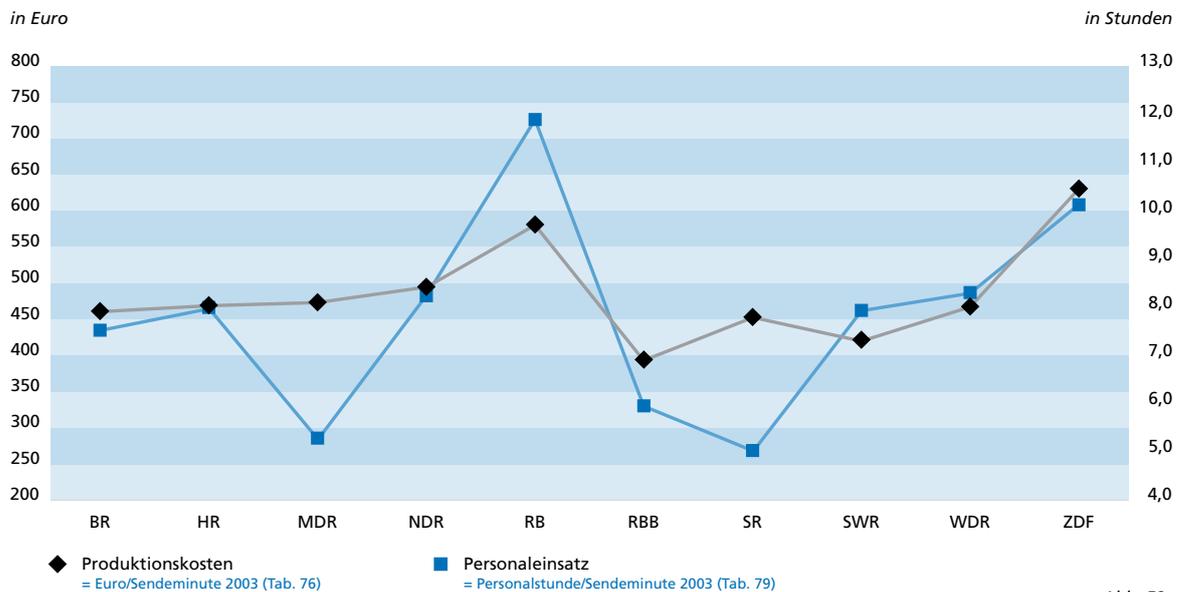


Abb. 59

Zusammenfassend ist festzuhalten:

Während die kleinere Anstalt SR und der aus der Fusion zweier kleinerer Anstalten hervorgegangene RBB zu besonders günstigen Minutenkosten produzieren, liegen die übrigen Anstalten inzwischen mit ihren durchschnittlichen Minutenkosten ziemlich nahe beieinander. Am teuersten unter den ARD-Anstalten produziert RB, das aber einen überproportional hohen Anteil seiner Gesamtproduktion für das Erste Programm erstellt.

Tz. 471

Darstellung

Es ist zu erkennen, dass sich die Masse der Produktionen für die Dritten und die übrigen Programme auf die Durchschnittskosten pro Sendeminute bei den Anstalten der ARD stark dämpfend und nivellierend auswirkt, während im Bereich der Produktionen für das Erste bzw. das Hauptprogramm nach wie vor erhebliche Kostenunterschiede bestehen (siehe Grafik Tz. 462).

Unbeschadet der positiven Entwicklung seit 1983 (siehe Grafik Tz. 463) – sind Überlegungen zu einer weiteren Verbesserung der Wirtschaftlichkeit und eine Fortsetzung der Einsparungsbemühungen bei den Produktionsbetrieben nach wie vor angezeigt.

Tz. 472 Aus den Indexwerten (Tz. 464) ist für die zehn in den Zeitreihenvergleich einbezogenen Anstalten festzuhalten,

- a) dass bei neun Anstalten der Index für die Leistungen 2003 bezogen auf 1993 stärker anstieg als der Gesamtkostenindex, obwohl bei den Gesamtkosten die Personalkostenentwicklung und die allgemeine Preissteigerung zu Buche schlagen;
- b) dass bei neun Anstalten der Index für die „Personalkosten insgesamt“ weniger anstieg als der Gesamtkostenindex;
- c) dass der Personalkostenindex für freie Mitarbeiter bei sechs Anstalten – teilweise erheblich – stärker anstieg als der Gesamtkostenindex;
- d) dass der Indexwert für die Anzahl des Produktionspersonals 2003 – wie schon bei den letzten vier Erhebungen – bei allen Anstalten unter dem Indexwert für die Leistungen, bei sieben Anstalten für 2003 trotz teilweise erheblich gesteigener Leistungen sogar unter 100 lag;
- e) dass sich als Folge dieser Entwicklungen das Verhältnis Produktionsstunden/Leistungen trotz des geänderten Basisjahrs bei allen zehn Anstalten – und zwar zum Teil gravierend (Indexwerte unter 50; ARD-Durchschnitt insgesamt unter 60) – verbesserte, was wiederum dazu führte,
- f) dass bei neun von zehn Anstalten und im ARD-Durchschnitt (ARD-Index 80; ZDF-Index 83) die Kosten/Sendeminute im Jahre 2003 niedriger lagen als 1993. Sie liegen bei sechs ARD-Anstalten und dem ZDF sogar noch unter den Werten von 1983.

Tz. 473 Die Untersuchung der Zusammenhänge zwischen den Personalaufwendungen und den unterschiedlichen Gesamtaufwendungen je produzierter Sendeminute betrifft zum einen das Vergütungsniveau und zum anderen den Umfang des Einsatzes an Mitarbeitern.

Tz. 474 Das Vergütungsniveau differiert zwischen den Anstalten nicht unbeträchtlich, die durchschnittlichen Personalkosten je Festangestellter lagen im Jahre 2003 zwischen 52.800 Euro und 64.400 Euro. Trotzdem ist das Vergütungsniveau allein nicht der entscheidende Faktor für die Höhe der Produktionskosten, wenn es sich auch kumulativ auswirken mag.

Wie sich aus dem Schaubild in Tz. 470 ergibt, ist der verschieden hohe Personaleinsatz weiterhin als wesentlichste Ursache für die Differenzen in der Höhe der Produktionskosten zwischen den Anstalten anzusehen. Beim MDR wirkt sich hier aus, dass er infolge seines Outsourcing-Konzeptes verstärkt Personalkapazität über Fremdleistungen zukaft.

Tz. 475

Der ARD-Durchschnitt erhöhte sich von 2001: 7,1 Stunden auf 2003: 7,3 Stunden. Der deutlich darüber liegende Aufwand bei RB (Tz. 469) sollte auf Auslastungsreserven im Personalbereich hin untersucht werden. Beim ZDF ist eine nochmalige Absenkung um knapp 10 % gegenüber den Vorjahren zu erkennen, wobei das Niveau allerdings noch immer deutlich über dem ARD-Durchschnitt bleibt.

Auch die nicht weiter aufgegliederten Sonstigen Kosten haben bei einigen Anstalten einen erheblichen Umfang. Sie liegen 2003 zwischen 15,1 % und 51,4 % der angeglichenen Gesamtkosten bei den ARD-Anstalten (siehe Tz. 457). Der hohe Anteil von 51,4 % beim MDR ist auf das bereits angesprochene Outsourcing-Konzept zurückzuführen. Beim ZDF entfallen 16,9 % auf Sonstige Kosten. Sowohl bei der ARD als auch beim ZDF war dieser Bereich im Vergleich zu 2001 rückläufig.

Tz. 476

2. Stellungnahme der Anstalten

In der **Stellungnahme der ARD vom 1. Juli 2005** wird hervorgehoben, dass die durchschnittlichen Kosten je hergestellter Sendeminute bei der ARD deutlich niedriger als beim ZDF seien. Außerdem verbiete sich ein Vergleich der Kosten für die übrigen Programme des ZDF (vgl. Tz. 462) mit den Kosten für die übrigen Programme der ARD. Die hier bei der ARD erfassten Dritten Programme würden eine völlig eigene Kategorie bilden, die sich so beim ZDF nicht finden würde. Die ARD führt hierzu hohe Produktionsaufwendungen für regionale Sportberichterstattungen und Außenübertragungen an.

Tz. 477

Außerdem betont die ARD die im Vergleich der Erhebungsergebnisse seit 1983 (Grafik Tz. 463) erkennbar werdenden Verbesserungen im Produktionsbereich. Sie verweist darauf, dass Einsparpotenziale auch an ihre Grenzen stoßen. Selbstverständlich sei es, dass die ARD zukünftig weitere Rationalisierungen zur Erhöhung der Wirtschaftlichkeit durchführen werde.

Das **ZDF hebt in seiner Stellungnahme vom 29. Juni 2005** besonders positiv hervor, dass die durchschnittlichen Minutenkosten getrennt für das Erste Programm und die übrigen Programme ermittelt und dem Durchschnittswert für das ZDF-Programm gegenüber gestellt werden. Es sieht sich in diesem Vergleich gut positioniert.

Tz. 478

Trotz der gegenüber einer undifferenzierten Gesamtbetrachtung verbesserten Vergleichsebene hält das ZDF seine Bedenken gegen eine volle Vergleichbarkeit – insbesondere wegen der Einbeziehung der Regionalprogramme und der Erfassung der Kosten – aufrecht.

Insgesamt bestätigt der Bericht nach Auffassung des ZDF zu Recht die überwiegend positiven Entwicklungen der Anstalten im Sinne verbesserter Wirtschaftlichkeit. Gleichzeitig erklärt das ZDF, auch künftig das gemeinsame Ziel einer weiteren Steigerung der Wirtschaftlichkeit der Produktion mit großem Engagement zu verfolgen, wenn auch nicht verkannt werden dürfe, dass der Spielraum für zusätzliche Verbesserungen der Wirtschaftlichkeit abnehme.

Bewertung durch die Kommission

3. Bewertung durch die Kommission

Tz. 479 Wegen der **Vergleichbarkeit** der Anstalten untereinander und den hierzu vertretenen unterschiedlichen Auffassungen der Anstalten einerseits und der Kommission auf der anderen Seite wird auf die vorhergehenden Berichte der Kommission (5.-7. Bericht) verwiesen. Die Kommission verkennt nicht, dass die Rundfunkanstalten aus verschiedenen Gründen nicht über exakt dieselbe Kostenstruktur verfügen können und dass ein reiner Zahlenvergleich zwischen den unterschiedlich kostengünstig produzierenden Anstalten zwangsläufig einzelne Gesichtspunkte außer Acht lassen muss, welche die Minutenkosten unterschiedlich beeinflussen können. Gleichwohl hält sie aber an der Auffassung fest, dass die Anforderungen, die an die Produktionsbetriebe gestellt werden, sich nicht grundsätzlich voneinander unterscheiden. Sie bedingen im Prinzip die Bereitstellung gleichartiger Potenziale, wenn auch die nötigen Vorhaltungen im Einzelnen von verschiedenen Gegebenheiten beeinflusst oder von bestimmten Mindestausstattungen bedingt sein mögen. Damit erscheinen der Kommission die Sendeminutenkosten der Produktionsbetriebe, auch bei Berücksichtigung der selbständigen Kostenverantwortung jeder Rundfunkanstalt, relativ gut vergleichbar. Dies gilt grundsätzlich auch in Hinblick auf die getrennte Ermittlung der Minutenkosten für das Erste Programm und die übrigen Programme der ARD.

Tz. 480 Die Indexwerte 2003 (Tz. 464) zeigen den Trend zu einer weiteren **Verbesserung der Nutzung der anstaltseigenen Produktionsressourcen** im Vergleich zum Basisjahr 1993 bei einer Reihe von Anstalten. Noch deutlicher wird dies bei der Betrachtung der Entwicklung seit 1983 (Grafik Tz. 463). Insofern sind die Bemühungen der Anstalten offenkundig und anzuerkennen.

Tz. 481 Die Kommission geht davon aus, dass diese positive Entwicklung zu einem nicht unwesentlichen Teil auch durch ihre Erhebungen zu den Kosten und Leistungen der Produktionsbetriebe angestoßen und gefördert wurde. Die im Einzelnen noch feststellbaren Unterschiede bei den Minutenkosten sollten allerdings bei den betroffenen Anstalten auch in Zukunft Anlass sein, sich weiterhin um Verbesserungen zu bemühen. Im Übrigen ist die Kommission der Ansicht, dass die sich ständig verändernden Anforderungen an die Produktionsbetriebe es auch in Zukunft erforderlich machen, eine laufende Optimierung der wirtschaftlichen Abläufe anzustreben. Nicht zustimmen kann sie deshalb den Einwendungen der Anstalten, dass die Einsparpotenziale angesichts der erzielten Verbesserungen bei den durchschnittlichen Kosten je Sendeminute an ihre Grenzen stoßen. Die Kommission sieht – auch unter Hinblick auf die aktuelle Gebührensituation – nach wie vor die Notwendigkeit weiterer Rationalisierungen zur Erhöhung der Wirtschaftlichkeit.

Tz. 482 Die getrennte **Ermittlung der durchschnittlichen Minutenkosten für das Erste Programm und die übrigen Programme der ARD** zeigt erhebliche Unterschiede in der Höhe der durchschnittlichen Kosten für Produktionen in diesen beiden Bereichen aber auch im Vergleich zwischen den einzelnen Anstalten. Die Kommission sieht hier die Basis für detailliertere Vergleiche und beabsichtigt deshalb, diese Werte auch weiterhin in ihren Erhebungen darzustellen. Auch unter Einbeziehung der vom ZDF vorgebrachten Einschränkungen hält sie den anstaltsübergreifenden Vergleich zwischen den Kosten für das Hauptprogramm des ZDF und den Kosten für das Erste Programm für aussagekräftig.

Sie bittet die Anstalten, die Daten für die Aufgliederung in Zukunft regelmäßig zu melden und auch weitere Aufgliederungen im Bereich der übrigen Programme zu ermöglichen.

Die durch die langjährigen Erhebungen durch die Kommission möglich gewordenen **Zeitreihenvergleiche** werden auch von den Rundfunkanstalten als geeigneter Maßstab für die Beurteilung der Wirtschaftlichkeit beim Einsatz der Produktionskapazitäten angesehen. Die Kommission wird deshalb diese Kennzahlen auch zukünftig fortschreiben, da sie davon ausgeht, dass sie den Anstalten – gerade in ihrer gegenwärtigen Finanzsituation und angesichts der bei den einzelnen Anstalten durchaus unterschiedlichen Entwicklungen – gute Anhaltspunkte für ihre weiteren Bemühungen zur Stabilisierung geben können.

Tz. 483

Zielsetzung / Umfang und Grundlagen der Erhebung

Erhebungen der KEF in Zusammenhang mit dem Vergleich einzelner Produktionen und Feststellungen zur Qualität der Kostendaten

- *Der erstmals im 14. KEF-Bericht angestellte Vergleich des Kosten- und Kapazitätseinsatzes bei einzelnen Produktionen wurde für den 15. KEF-Bericht aktualisiert. Aus den Ergebnissen wird erkennbar, dass bereits der erste Vergleich zu Reaktionen bei den Anstalten geführt hat.*
- *Die Kommission sieht in den bei der Untersuchung gewonnenen Daten auch zukünftig eine Grundlage für die Anstalten, aus der sie Erkenntnisse für Wirtschaftlichkeitsüberlegungen bezüglich der untersuchten Produktionen, aber auch grundsätzlicher Art gewinnen können.*
- *Die Kommission hält bei einer Reihe von ARD-Anstalten Verbesserungen im Bereich der Kostenrechnung – auch in Hinblick auf über den Untersuchungsbereich hinausgehende Entscheidungen – für erforderlich.*

1. Zielsetzung der Erhebung

Tz. 484 Ergänzend zu den Erhebungen zu den Kosten und Leistungen der Produktionsbetriebe Hörfunk und Fernsehen hat die Kommission – nicht zuletzt auch auf Anregungen aus den Reihen der Rundfunkanstalten hin – versucht, den Kosten- und Kapazitätseinsatz der Rundfunkanstalten in Zusammenhang mit einzelnen Produktionen festzustellen, um einen Vergleich auf dieser Ebene vorzunehmen. Die erstmals auf Basis der Daten 1998 und 1999 angestellten Vergleiche (14. KEF-Bericht, S. 198 ff.) werden mit dieser Erhebung auf Grundlage der Daten 2003 und 2004 aktualisiert.

2. Umfang und Grundlagen der Erhebung

Tz. 485 In Abstimmung mit den Anstalten wurden Produktionen aus den Bereichen Wirtschaftsmagazine, Kulturmagazine, Politikmagazine, Ratgebersendungen und die Tatort-Produktionen bzw. Produktionen aus verschiedenen Serien der Samstagkrimis des ZDF ausgewählt, die in ähnlicher Form von mehreren Anstalten hergestellt und ausgestrahlt werden. Es handelt sich dabei überwiegend um von den Anstalten im eigenen Produktionsbetrieb hergestellte, zu einem geringen Teil – hauptsächlich im Bereich der Krimi-Produktionen – auch um Auftragsproduktionen. Die Sendungen wurden in den Jahren 2003 und 2004 im Gemeinschaftsprogramm der ARD bzw. im ZDF erstmals ausgestrahlt.

Tz. 486 Da sich die Anstalten nach wie vor nicht in der Lage sehen, vergleichbare Daten auf Basis der Selbstkosten zu liefern, wird auch für die aktuelle Untersuchung von einem mit den Anstalten abgestimmten „abgegrenzten Kostenbereich“ ausgegangen, der unterhalb der Ebene der Selbstkosten liegt. Abweichend von der ersten Erhebung wird dieses Mal auf die Erfassung der Kosten für die Altersversorgung (AV) verzichtet.

In Absprache mit den Anstalten wurde hierfür ein **abgegrenzter Kostenbereich aus Einzel- und Redaktionskosten** festgelegt, der als Basis für den Vergleich von allen Anstalten gemeldet werden konnte. Die Einzelkosten setzen sich zusammen aus den Fremdkosten bzw. den direkten Kosten und den anteiligen Betriebskosten oder indirekten Kosten. Beim ZDF werden die indirekten Kosten im Rahmen der Verrechnung von Dienstleisterprodukten (DLP) erfasst. Die Redaktionskosten umfassen in Abstimmung mit den Anstalten die Personalkosten der festen und freien Redaktionsmit-

arbeiter, soweit diese nicht schon in den direkten Kosten enthalten sind. Dazu kommen Personalnebenkosten (ohne AV) und sonstige Kosten der Redaktion. Bei Betrachtung der nachfolgend für den Vergleich herangezogenen Minutenkosten ist zu berücksichtigen, dass somit ein nicht unbeachtlicher Teil der durch die Produktionen verursachten Kosten, der im Rahmen der Gemeinkosten zu erfassen wäre, nicht einbezogen werden konnte.

Ergänzend zum Kostenvergleich wurden die Anstalten gebeten, die durchschnittlich eingesetzten **Personalkapazitäten** in verschiedenen Aufgabenbereichen (Redaktion, Produktion Studio, Beitragsproduktion und Bearbeitung) zu melden, um etwas detailliertere Vergleichsmöglichkeiten zu erschließen.

Tz. 487

Die Anstalten stimmen mit der Kommission darin überein, dass die in Abstimmung mit ihnen in der oben angeführten Weise erhobenen Einzel- und Redaktionskosten grundsätzlich miteinander vergleichbar sind.

Tz. 488

Das ZDF ist allerdings der Auffassung, dass aufgrund der unterschiedlichen Kostenverrechnungssysteme und Buchungsweisen ein Kostenvergleich auch auf Basis dieses Teilkostenansatzes problembehaftet wäre. Es verweist speziell auf die von ihm praktizierte Verrechnung von Dienstleisterprodukten, die tendenziell zu einem umfassenderen und vollständigeren und damit im Vergleich zu den ARD-Anstalten zu einem höheren Kostenausweis führen würde.

Die Kommission spricht hiermit die Erwartung aus, dass bei einer zukünftigen Aktualisierung der Vergleiche die Anstalten aufgrund von Verfeinerungen in ihren Kostenrechnungen in der Lage sein werden, zumindest den gesamten Bereich der Selbstkosten – einschließlich der Gemeinkosten – einzelnen Produktionen so zuzuordnen, dass Vergleiche auf dieser Basis stattfinden können (siehe hierzu auch Tzn. 538 ff.).

Tz. 489

Ergebnisse der Erhebung

3. Ergebnisse der Erhebung

Tz. 490 Ein ausführlicher Bericht über die Ergebnisse der Erhebung wurde den Anstalten zusammen mit umfangreichem, detailliertem Datenmaterial zur Verfügung gestellt.

Im Folgenden werden die wesentlichen Ergebnisse des Vergleichs zusammengefasst. Die Ergebnisse weisen sowohl bei den Kosten als auch bei den Kapazitäten erhebliche Unterschiede auf. Die ARD-Anstalten haben darauf hingewiesen, dass diese im Wesentlichen auf unterschiedliche Programminhalte und Programmqualitäten sowie auf eine Reihe anderer Ursachen zurückzuführen seien. Auch wenn dieser Hinweis nicht gänzlich von der Hand zu weisen ist, ist die Kommission dennoch der Meinung, dass die hier einbezogenen Produktionen grundsätzlich vergleichbar sind und die Ergebnisse eine Reihe von Ansätzen für Wirtschaftlichkeitsmaßnahmen bieten. Würde man auf jeden Einwand der Rundfunkanstalten im Detail Rücksicht nehmen, käme man bei einer derartigen grundsätzlichen Untersuchung nie zu Ergebnissen.

3.1 Wirtschaftsmagazine**3.1.1 Allgemeines**

Tz. 491 In den Vergleich wurden das von verschiedenen Anstalten der ARD produzierte Wirtschaftsmagazin „plusminus“ und die vom ZDF produzierte Sendung „WISO“ einbezogen.

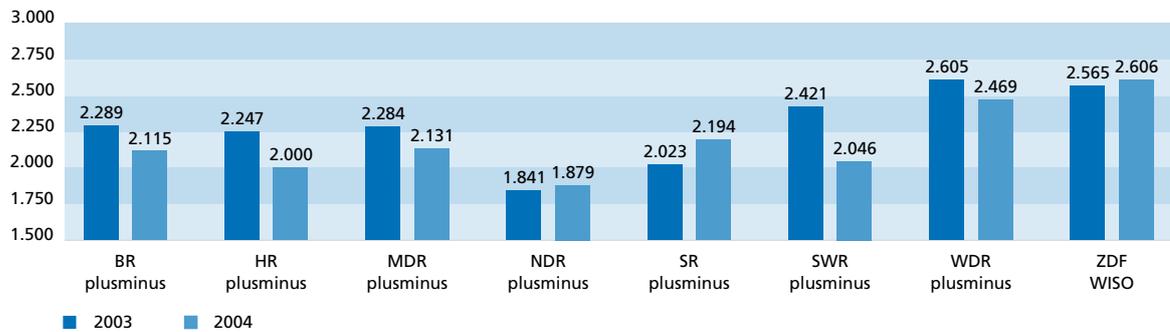
Tz. 492 Bei plusminus handelt es sich um ein von sieben Anstalten der ARD abwechselnd produziertes Wirtschaftsmagazin, das im Untersuchungszeitraum in der Regel am Dienstag zwischen 21.55 und 22.30 Uhr ausgestrahlt wurde. Die einzelnen Anstalten produzierten in den Jahren 2003 und 2004 zwischen fünf und sieben Sendungen jährlich. Die Produktion erfolgte im Studio. Die Sendungen wurden moderiert und zum Teil vorproduziert, zum Teil live ausgestrahlt. Die Sendungen enthielten gewöhnlich fünf bis sieben Beiträge zu unterschiedlichen, verbraucherrelevanten Themen aus dem Bereich der Wirtschaft.

Tz. 493 WISO ist das Wirtschaftsfachmagazin des ZDF. Es handelt sich um eine wöchentlich am Montag zwischen 19.25 und 20.15 Uhr ausgestrahlte – einmal durch Werbung unterbrochene – Sendung von 45 Minuten Länge. 2003 wurden 45, 2004 44 Folgen gesendet. Die moderierten Sendungen wurden in der Regel live aus dem Studio (mit Publikum) übertragen. Aus besonderen Anlässen erfolgten auch Außenübertragungen. Die Sendungen setzten sich durchschnittlich aus neun bis zehn Beiträgen zusammen, die sich mit aktueller und Hintergrundberichterstattung zu Wirtschaftsthemen befassten. Dazu kamen häufig Interviews und Expertengespräche im Studio oder per Live-Schaltung.

3.1.2 Kosten

Kosten pro Sendeminute Erstsendung

Einzel- und Redaktionskosten Wirtschaftsmagazine – vor Kürzung von Erlösen
in Euro



Der Durchschnitt der **Minutenkosten** über alle sieben Anstalten der ARD und beide Jahre lag bei 2.182 Euro (Ersterhebung 2.432 Euro).

Tz. 494

Bei den Anstalten der ARD betragen die Kosten pro Sendeminute

2003 zwischen 1.841 Euro (NDR) und 2.605 Euro (WDR), Durchschnitt 2.244 Euro;

2004 zwischen 1.879 Euro (NDR) und 2.469 Euro (WDR), Durchschnitt 2.119 Euro;

beim ZDF lagen die Minutenkosten

2003 bei 2.565 Euro und

2004 bei 2.606 Euro.

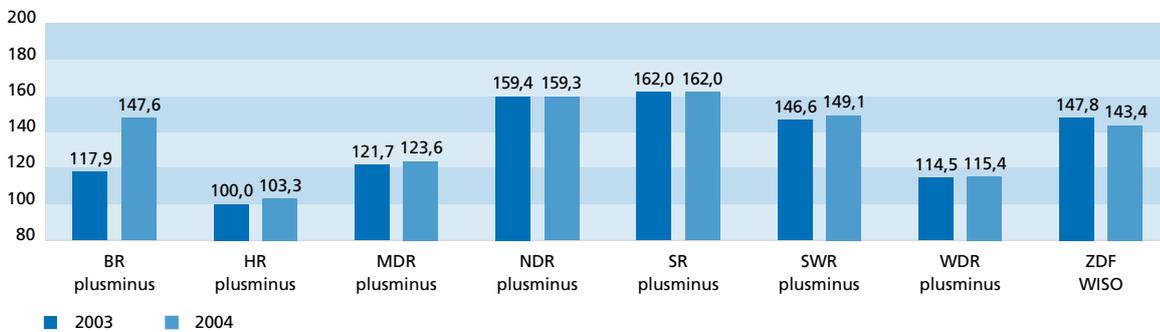
Die Spanne bei den ARD-Anstalten beläuft sich auf 764 Euro (2003) bzw. 590 Euro (2004).

Das ZDF lag mit seinen Minutenkosten 14,3 bzw. 23,0 % über dem ARD-Durchschnittswert.

Das ZDF hat darauf hingewiesen, bei der Beurteilung der Kosten und Kapazitäten der Sendung WISO sei zu berücksichtigen, dass die zuständige Redaktion zusätzlich beachtliche fachredaktionelle Aufgaben für andere Bereiche wahrnehme. Die damit verbundenen Kosten und der Kapazitätseinsatz konnten aus systematischen Gründen nicht herausgerechnet werden und führten zu höheren Minutenkosten und Kapazitäten.

Ergebnisse der Erhebung

3.1.3 Kapazitäten

Einsatz Personalkapazität pro Sendung Wirtschaftsmagazine
in Tage

Tz. 495 Der Durchschnitt der **Einsatztage** über alle sieben Anstalten der ARD und beide Jahre lag bei 134,5 Tagen (Ersterhebung 127,3 Tage). Auch beim Einsatz des Personals ergaben sich teilweise erhebliche Unterschiede.

Bei den Anstalten der ARD lag der durchschnittliche Personaleinsatz pro Sendung
 2003 zwischen 100,0 Tagen (HR) und 162,0 Tagen (SR), Durchschnitt 131,7 Tage;
 2004 zwischen 103,3 Tagen (HR) und 162,0 Tagen (SR), Durchschnitt 137,2 Tage;

beim ZDF lag der durchschnittliche Personaleinsatz
 2003 bei 147,8 und
 2004 bei 143,4 Tagen.

Die Spanne bei den sieben ARD-Anstalten beläuft sich auf 62,0 Tage (2003) bzw. 58,7 Tage (2004).

Damit lag das ZDF 12,2 bzw. 4,5 % über dem Durchschnittswert der ARD. Allerdings ist bei der Gegenüberstellung zu beachten, dass es sich bei WISO um eine 45-Minuten-Sendung handelt, die teilweise einen höheren Personaleinsatz erforderlich macht.

3.1.4 Zusammenfassung Wirtschaftsmagazine/Vergleichszahlen Ersterhebung

In der nachfolgenden Tabelle werden die Werte der Ersterhebung den aktuellen Werten gegenübergestellt.

Tz. 496

Jahr	plusminus BR		plusminus HR		plusminus MDR		plusminus NDR	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	2.381	128,5	2.387	171,4	3.338	135,3	2.054	85,2
1999	2.448	128,5	1.829	189,7	2.694	127,4	1.763	95,1
2003	2.289	117,9	2.247	100,0	2.284	121,7	1.841	159,4
2004	2.115	147,6	2.000	103,3	2.131	123,6	1.879	159,3

Jahr	plusminus SR		plusminus SWR		plusminus WDR		WISO ZDF	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	2.320	99,2	2.227	150,3	2.949	112,9	2.686	128,9
1999	2.261	99,2	2.262	150,3	3.133	109,3	2.485	128,9
2003	2.023	162,0	2.421	146,6	2.605	114,5	2.565	147,8
2004	2.194	162,0	2.046	149,1	2.469	115,4	2.606	143,4

Bei allen Anstalten ergaben sich für das Jahr 2004 gegenüber 1998 niedrigere Minutenkosten (bis zu - 36,2 % MDR) trotz zum Teil gegenläufiger Entwicklungen bei den eingesetzten Kapazitäten. Dies ist sicherlich nur zu einem geringeren Teil dadurch zu erklären, dass bei der aktuellen Erhebung die Kosten der Altersversorgung nicht mehr erfasst wurden. U.a. wird hier erkennbar, dass hohe Minutenkosten und umfangreicher Personaleinsatz nicht immer korrelieren. Es ist vorstellbar, dass sich kostenrelevante Bedingungen nicht in gleichem Maße auf den Personaleinsatz auswirken (z.B. Umfang der nicht zur Ausstrahlung kommenden Beiträge, unterschiedliche Besetzung mit mehr oder weniger kostenaufwendigen Funktionen u.ä.). Außerdem kann sich hier auch die Erhebungssystematik auswirken, nach der zwar die tatsächlichen Kosten aller Sendungen des jeweiligen Jahres abgefragt wurden, bei den Kapazitäten aber von einer „einzelnen, möglichst repräsentativen Produktion“ ausgegangen wurde. Allerdings erscheinen auch weitere Verbesserungen bezüglich des von den Anstalten zur Verfügung gestellten Datenmaterials erforderlich (siehe auch Tzn. 538 ff. und 553 ff.).

Tz. 497

Ergebnisse der Erhebung

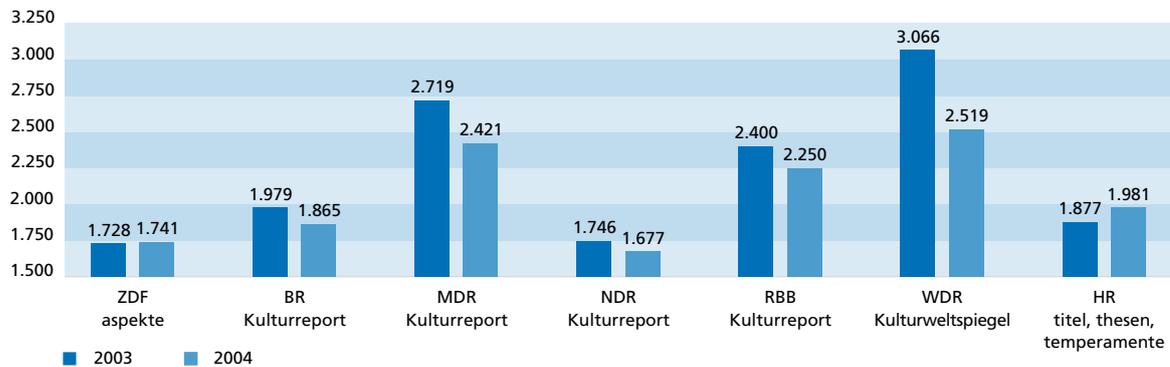
3.2 Kulturmagazine**3.2.1 Allgemeines**

- Tz. 498* In den Vergleich wurden das von verschiedenen Anstalten der ARD produzierte Kulturmagazin „Kulturreport“, der „Kulturweltspiegel“ des WDR, die Sendung „titel, thesen, temperamente“ vom HR und die ZDF-Produktion „aspekte“ einbezogen.
- Tz. 499* Beim Kulturreport handelt es sich um ein von vier Anstalten der ARD abwechselnd produziertes Kulturmagazin, das im Untersuchungszeitraum in der Regel am Sonntag zwischen 22.45 und 23.15 Uhr bzw. 23.00 und 23.30 Uhr ausgestrahlt wurde. Die einzelnen Anstalten produzierten in den Jahren 2003 und 2004 zwischen zwei und zehn Sendungen jährlich. Die Sendungen waren – außer beim MDR – unmoderiert und wurden vorab aufgezeichnet. Studiokapazitäten wurden nur beim MDR eingesetzt. Die Sendungen umfassten in der Regel fünf Beiträge zu unterschiedlichen Themen auf der Grundlage eines weit gefassten Kulturbegriffs. Dabei sollten Hintergründe und Zusammenhänge deutlich gemacht werden.
- Tz. 500* Der WDR produzierte für den sonntäglichen Kultur-Sendeplatz der ARD im Jahr 2003 zehn und im Jahr 2004 neun Sendungen unter dem Titel Kulturweltspiegel. Die Sendung wurde 2003 moderiert im Studio aufgezeichnet. Seit 2004 wird sie nicht mehr moderiert. Die durchschnittlich fünf Beiträge je Sendung befassten sich mit der gesamten Breite des kulturellen Spektrums.
- Tz. 501* Das vom HR produzierte Kulturmagazin titel, thesen, temperamente wurde im Jahr 2003 mit neun Folgen und im Jahr 2004 mit acht Folgen auf dem gleichen Sendeplatz wie Kulturreport und Kulturweltspiegel ausgestrahlt. Diese Sendung wurde nicht moderiert. Die Themen – pro Sendung durchschnittlich fünf bzw. sechs Beiträge – stammten aus den Bereichen Kunst und Kulturpolitik. Im Zentrum stand dabei die Hintergrundberichterstattung.
- Tz. 502* aspekte, das Kulturmagazin des ZDF, wurde regelmäßig freitags zwischen 22.30 und 23.00 Uhr ausgestrahlt. 2003 wurden 52, 2004 50 Folgen gesendet. Die moderierte Sendung wurde mit Ausnahme einzelner Vor-Ort-Produktionen ausschließlich im Studio hergestellt. Pro Sendung wurden durchschnittlich fünf Beiträge gezeigt. aspekte beschäftigt sich gründlicher und aufwendiger, als das tägliche Nachrichtensendungen können, mit künstlerischen und gesellschaftspolitischen Entwicklungen und deren Hintergründen.

3.2.2 Kosten

Kosten pro Sendeminute Erstsendung

Einzel- und Redaktionskosten Kulturmagazine – vor Kürzung von Erlösen
in Euro



Der Durchschnitt der **Minutenkosten** über alle sechs Anstalten der ARD und beide Jahre lag bei 2.208 Euro (Ersterhebung 2.026 Euro).

Tz. 503

Bei den Anstalten der ARD betrug die Kosten pro Sendeminute

2003 zwischen 1.746 Euro (NDR) und 3.066 Euro (WDR), Durchschnitt 2.298 Euro;

2004 zwischen 1.677 Euro (NDR) und 2.519 Euro (WDR), Durchschnitt 2.119 Euro;

beim ZDF lagen die Minutenkosten

2003 bei 1.728 Euro und

2004 bei 1.741 Euro.

Ins Auge fallen die hohen Minutenkosten bei WDR und MDR im Jahre 2003 (jeweils moderiert).

2004 produzierte der WDR unmoderierte Sendungen. Die Minutenkosten des WDR verminderten sich um über 500 Euro. Sie lagen allerdings, ebenso wie beim MDR, noch immer verhältnismäßig hoch. Das ZDF (moderiert) lag 2003 24,8 und 2004 17,8 % unter dem ARD-Durchschnittswert.

Die Spanne bei den ARD-Anstalten beläuft sich auf 1.320 Euro (2003) bzw. 842 Euro (2004).

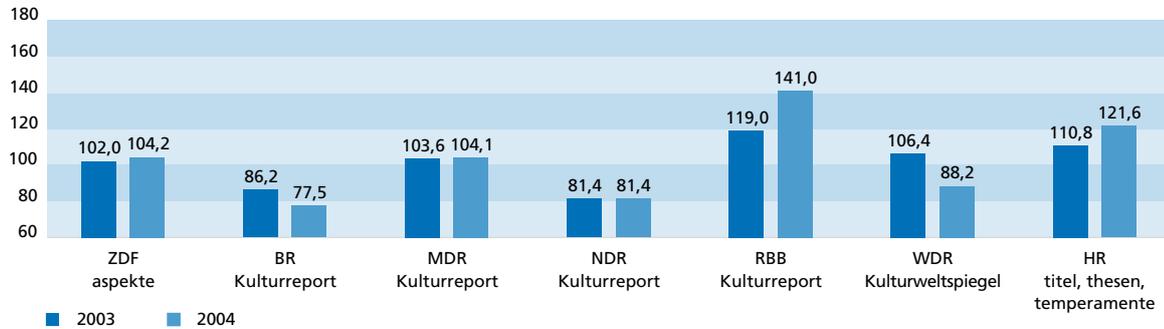
Das ZDF zählte in beiden Jahren zu den am günstigsten produzierenden Anstalten.

Ergebnisse der Erhebung

3.2.3 Kapazitäten

Einsatz Personalkapazität pro Sendung Kulturmagazine

in Tage



Tz. 504 Der Durchschnitt der Einsatztage über alle sechs Anstalten der ARD und beide Jahre lag bei 101,8 Tagen (Ersterhebung 115,2 Tage). Auch hier ergaben sich teilweise erhebliche Unterschiede.

Bei den Anstalten der ARD lag der durchschnittliche Personaleinsatz pro Sendung

2003 zwischen 81,4 Tagen (NDR) und 119,0 Tagen (RBB), Durchschnitt 101,2 Tage;

2004 zwischen 77,5 Tagen (BR) und 141,0 Tagen (RBB), Durchschnitt 102,3 Tage;

beim ZDF lag der durchschnittliche Personaleinsatz

2003 bei 102,0 Tagen,

2004 bei 104,2 Tagen.

Die Spanne bei den sechs ARD-Anstalten beläuft sich auf 37,6 Tage (2003) bzw. 63,5 Tage (2004).

3.2.4 Zusammenfassung Kulturmagazine/Vergleichszahlen Ersterhebung

In der nachfolgenden Tabelle werden die Werte der Ersterhebung den aktuellen Werten gegenübergestellt. Tz. 505

Jahr	aspekte ZDF		Kulturreport BR		Kulturreport MDR		Kulturreport NDR	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	2.017	121,8	1.419	95,3	2.795	161,7	1.661	90,9
1999	2.163	125,1	1.529	95,3	2.728	147,1	1.692	91,1
2003	1.728	102,0	1.979	86,2	2.719	103,6	1.746	81,4
2004	1.741	104,2	1.865	77,5	2.421	104,1	1.677	81,4

Jahr	Kulturreport RBB		Kulturweltspiegel WDR		titel, thesen, temperamente HR	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	1.994		3.234	117,7	1.548	89,0
1999	1.722		2.823	103,9	1.511	89,0
2003	2.400	119,0	3.066	106,4	1.877	110,8
2004	2.250	141,0	2.519	88,2	1.981	121,6

Im Vergleich zu 1998 ergaben sich bei drei Anstalten im Jahr 2004 um 13,4 bis 22,1 % niedrigere Minutenkosten, bei vier Anstalten stiegen sie um 1,0 bis 31,4 % an. Im Übrigen wird auf die Anmerkungen zu den Wirtschaftsmagazinen (Tz. 497) verwiesen. Tz. 506

Ergebnisse der Erhebung

3.3 Politikmagazine**3.3.1 Allgemeines**

Tz. 507 In den Vergleich wurden die politischen Magazine „Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (RBB), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report aus München“ (BR) und „Report aus Mainz“ (SWR) einbezogen. Neu wurde in die aktuelle Erhebung „Frontal 21“, das Politikmagazin des ZDF, aufgenommen.

Fakt, Report aus München und Report aus Mainz wurden abwechselnd am Montag, Kontraste, Monitor und Panorama am Donnerstag in der Zeit zwischen 21.00 und 21.45 Uhr ausgestrahlt. Frontal 21 wurde wöchentlich am Dienstag in der Zeit von 21.00 bis 21.45 Uhr gesendet.

Tz. 508 Fakt war 2003 und 2004 mit jeweils 14 Sendungen auf dem Bildschirm vertreten. Es handelt sich um ein live moderiertes, im Studio produziertes Magazin mit durchschnittlich fünf bis sechs Beiträgen pro Sendung. Es wurden alle politischen Themen mit allgemein gesellschaftlichem Interesse aufgegriffen. Zu den Themen gab es exklusiv recherchierte, investigative Beiträge ebenso wie Hintergrundberichte zu politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen.

Tz. 509 Report aus München wurde in den Jahren 2003 und 2004 sechzehn- bzw. fünfzehnmal gesendet. Die moderierten Sendungen wurden kurz vor der Ausstrahlung im Studio aufgezeichnet, in Einzelfällen auch live produziert. Die Sendungen setzten sich durchschnittlich aus fünf bis sechs Beiträgen zusammen. Ziel war es, kritisch über Themen und Trends, die unsere Gesellschaft berühren, zu berichten und dabei klare und zur Diskussion anregende Positionen zu vertreten.

Tz. 510 Report aus Mainz wurde 2003 und 2004 fünfzehn- bzw. dreizehnmal ausgestrahlt. Die Sendungen wurden live im Studio moderiert. Pro Folge wurden durchschnittlich fünf Beiträge eingespielt. Es handelt sich um ein überwiegend innenpolitisches Magazin, das mit eigenrecherchierten, möglichst investigativen Beiträgen zur Meinungsbildung der Zuschauer beitragen will und sich auf zeitgeschichtliche Themen spezialisiert hat.

Tz. 511 Kontraste wurde 2003 elf-, 2004 zwölfmal gesendet. Die Sendungen wurden im Studio aufgezeichnet. Die durchschnittlich fünf Beiträge pro Sendung wurden durch Moderationen verbunden. Das Hintergrundmagazin des RBB beschäftigte sich u.a. mit Problemen des vereinigten Deutschland und mit Themen aus und über Berlin.

Tz. 512 Monitor wurde 2003 fünfzehnmal und 2004 vierzehnmal live oder als Aufzeichnung ausgestrahlt. Es handelt sich um eine moderierte Sendung mit durchschnittlich sechs Einspielfilmen. Monitor versteht sich als zeitkritisches Politikmagazin mit exklusiven, aufwändig recherchierten, investigativen Berichten, Reportagen und Hintergrundberichten zum aktuellen innenpolitischen Geschehen.

Tz. 513 Panorama wurde 2003 fünfzehn- und 2004 zwölfmal gesendet. Die Live-Sendungen setzten sich aus durchschnittlich sieben Beiträgen mit Zwischenmoderationen zusammen. Das Themenspektrum reichte von der klassischen Politik über Gesellschaftskritik bis zu Zeitgeistgeschichten. Bei den Spielfilmen handelte es sich sowohl um exklusiv recherchierte, investigative Beiträge und Hintergrundberichte als auch um Reportagen, Porträts, Glossen, Trickfilme und Live-Interviews.

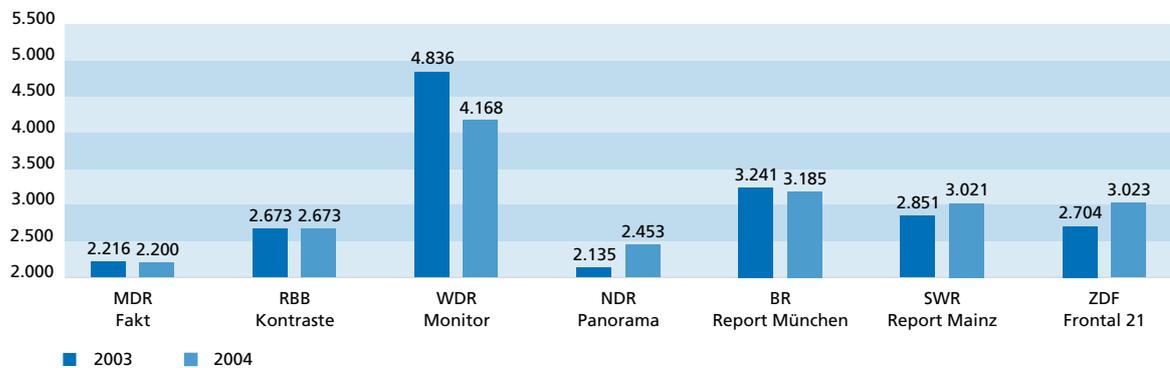
Das seit April 2001 gesendete ZDF-Politikmagazin Frontal 21 wurde neu in die Erhebung aufgenommen. Im Jahr 2003 wurden 39, im Jahr 2004 38 live moderierte Sendungen ausgestrahlt. Pro Folge kamen durchschnittlich sechs Beiträge zur Ausstrahlung. Es handelt sich um ein zeitkritisches, investigatives Magazin mit ausschließlich eigenrecherchierten Beiträgen zu Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, die ganz überwiegend im ZDF als Eigenproduktionen realisiert werden.

Tz. 514

3.3.2 Kosten

Kosten pro Sendeminute Erstsendung

Einzel- und Redaktionskosten Politikmagazine – vor Kürzung von Erlösen
in Euro



Der Durchschnitt der **Minutenkosten** über alle sechs Anstalten der ARD und beide Jahre lag bei 2.968 Euro (Ersterhebung 3.063 Euro).

Tz. 515

Bei den Anstalten der ARD betragen die Kosten pro Sendeminute

- 2003 zwischen 2.135 Euro (NDR) und 4.836 Euro (WDR), Durchschnitt 2.986 Euro;
- 2004 zwischen 2.200 Euro (MDR) und 4.168 Euro (WDR), Durchschnitt 2.950 Euro;

beim ZDF lagen die Minutenkosten

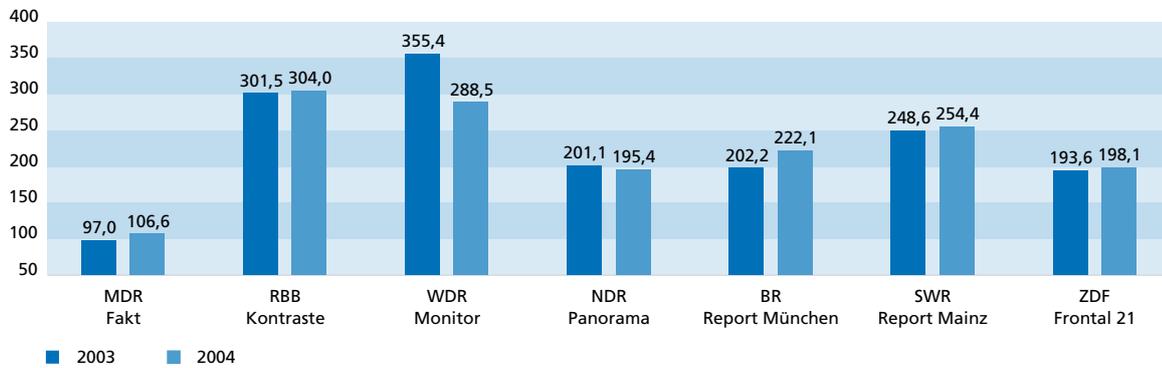
- 2003 bei 2.704 Euro und
- 2004 bei 3.023 Euro.

Bei den Politikmagazinen betrieb der WDR wie schon in den Jahren 1998 und 1999 den mit Abstand größten Aufwand. Selbst nach einer deutlichen Reduzierung der Minutenkosten im Jahre 2004 lag er noch immer um mehr als 50 % über dem durchschnittlichen Aufwand der übrigen ARD-Anstalten.

Die Spanne bei den ARD-Anstalten beläuft sich auf 2.701 Euro (2003) bzw. 1.968 Euro (2004).

Ergebnisse der Erhebung

3.3.3 Kapazitäten

Einsatz Personalkapazität pro Sendung Politikmagazine
in Tage

Tz. 516 Der Durchschnitt der **Einsatztage** über alle sechs Anstalten der ARD und beide Jahre lag bei 231,4 Tagen (Ersterhebung: 242,2 Tage). Es ergaben sich teilweise erhebliche Unterschiede von Anstalt zu Anstalt.

Wie aus der Grafik ersichtlich wird, lag der durchschnittliche Personaleinsatz pro Sendung bei den Anstalten der ARD

2003 zwischen 97,0 Tagen (MDR) und 355,4 Tagen (WDR), Durchschnitt 234,3 Tage;
2004 zwischen 106,6 Tagen (MDR) und 304,0 Tagen (RBB), Durchschnitt 228,5 Tage;

beim ZDF lag der durchschnittliche Personaleinsatz

2003 bei 193,6 Tagen,
2004 bei 198,1 Tagen.

Die Spanne bei den sechs ARD-Anstalten beläuft sich auf 258,4 Tage (2003) bzw. 197,4 Tage (2004).

3.3.4 Zusammenfassung Politikmagazine/Vergleichszahlen Ersterhebung

In der nachfolgenden Tabelle werden die Werte der Ersterhebung den aktuellen Werten gegenübergestellt. Tz. 517

Jahr	Fakt MDR		Kontraste RBB		Monitor WDR		Panorama NDR	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	2.212	155,6	2.527	261,3	5.152	331,7	1.639	218,0
1999	2.367	167,3	2.453	278,8	5.241	348,9	1.775	218,0
2003	2.216	97,0	2.637	301,5	4.836	355,4	2.135	201,1
2004	2.200	106,6	2.673	304,0	4.168	288,5	2.453	195,4

Jahr	Report BR		Report SWR		Frontal 21 ZDF	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	2.502	201,8	3.583	261,3		
1999	3.641	201,8	3.668	261,5		
2003	3.241	202,2	2.851	248,6	2.704	193,6
2004	3.185	222,1	3.021	254,4	3.023	198,1

Der WDR verminderte seinen Aufwand gegenüber der Ersterhebung (inkl. AV) zwar deutlich, lag mit seinen Minutenkosten aber nach wie vor erheblich über den Kosten der übrigen Anstalten. Auch der SWR senkte seine Kosten erkennbar, während sich beim NDR die Kosten gegenüber 1998 um 50 % erhöhten. Im Übrigen wird auf die Anmerkungen zu den Wirtschaftsmagazinen (Tz. 497) verwiesen. Tz. 518

3.4 Ratgebersendungen

3.4.1 Allgemeines

Die in den Vergleich einbezogenen Ratgebersendungen der ARD beschäftigten sich mit den Themen „Auto und Verkehr“ (SWR), „Bauen und Wohnen“ (WDR), „Gesundheit“ (BR/RBB), „Reise“ (SR), „Geld“ (BR), „Heim und Garten“ (WDR), „Recht“ (WDR/SWR) und „Technik“ (NDR). Der 1998/99 vom SR produzierte Ratgeber „Mode“ wurde zwischenzeitlich eingestellt. Tz. 519

Die Sendeplätze verteilten sich auf Samstag (Auto und Verkehr, Bauen und Wohnen, Gesundheit und Reise) und Sonntag (Geld, Heim und Garten, Recht und Technik). Sendezeit war in der Regel von 17.03 bis 17.30 Uhr.

Der Ratgeber Auto und Verkehr wurde 2003 zehn- und 2004 neunmal gesendet. Es handelte sich meist um moderierte Studioaufzeichnungen mit durchschnittlich fünf Filmeinspielungen, in Ausnahmefällen erfolgte die Präsentation als Außenmoderation. Die Beiträge befassten sich mit allen Verkehrsmitteln, Testergebnissen, Themen zur Verkehrserziehung und allgemein interessierenden Ratschlägen. Tz. 520

Der Ratgeber Bauen und Wohnen erschien in den Jahren 2003 und 2004 neun- bzw. zehnmal auf dem Bildschirm. Die Sendungen enthielten durchschnittlich fünf bis sechs Beiträge, die sich mit allen Tz. 521

Ergebnisse der Erhebung

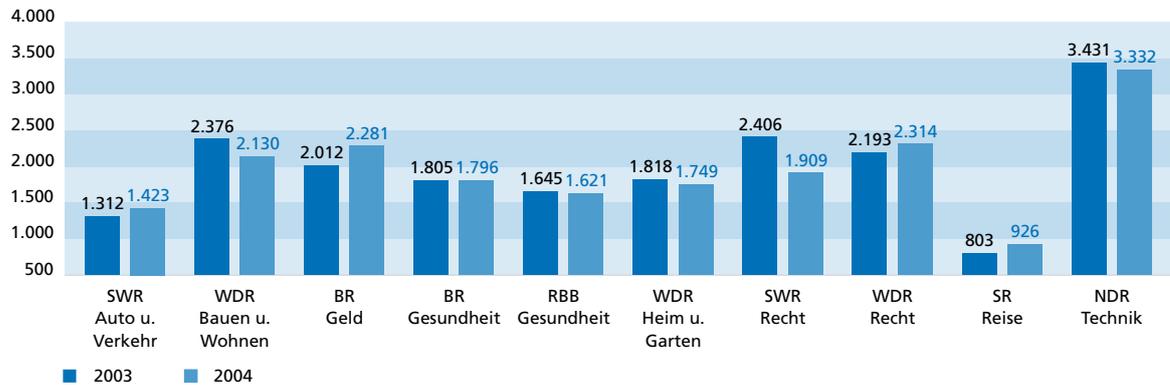
Bereichen von Bauen und Wohnen (außer Garten) beschäftigten und die durch szenisch aufbereitete Moderationen an verschiedenen Orten verbunden wurden.

- Tz. 522* Der Ratgeber Gesundheit wurde 2003 neunmal (fünf BR, vier RBB) und 2004 zehnmal (sechs BR, vier RBB) ausgestrahlt. Die Sendungen bestanden aus durchschnittlich vier bis fünf Beiträgen. Bei den vom RBB ausgestrahlten Sendungen handelte es sich um Auftragsproduktionen, bei den BR-Sendungen um Produktionen des eigenen Produktionsbetriebs.
- Tz. 523* Der vom SR produzierte Ratgeber Reise wurde 2003 zehnmal und 2004 neunmal gezeigt. Die Sendungen bestanden aus durchschnittlich vier bis fünf Beiträgen.
- Tz. 524* Der Ratgeber Geld wurde 2003 neun- und 2004 elfmal ausgestrahlt. Die Sendungen wurden moderiert und im Studio aufgezeichnet. Durchschnittlich wurden fünf bis sieben Beiträge je Sendung gezeigt, die sich mit Themen befassen, die für Verbraucher und Bürger relevant sind und von diesen im Alltag unmittelbar umgesetzt werden können.
- Tz. 525* Beim vom WDR ausgestrahlten Ratgeber Heim und Garten handelte es sich um eine Auftragsproduktion. 2003 und 2004 wurden zwölf bzw. neun Produktionen mit durchschnittlich vier Beiträgen gesendet. Moderation und Beiträge wurden an wechselnden Orten innerhalb Deutschlands, gelegentlich auch im benachbarten Ausland aufgezeichnet. Der Ratgeber beschäftigte sich mit Themen rd. um Haus und Garten.
- Tz. 526* Der Ratgeber Recht wurde abwechselnd vom SWR und vom WDR produziert. Die Anstalten lieferten 2003 vier (SWR) bzw. sechs (WDR) Sendungen, 2004 jeweils sechs Sendungen für das Gemeinschaftsprogramm der ARD. Es handelte sich dabei um im Studio vorproduzierte Magazinsendungen mit sechs bis sieben Beiträgen pro Folge. Sie befassen sich mit Rechtsproblemen aus dem Alltag und versuchen, Gesetze, Bescheide und Urteile in eine allgemein verständliche Sprache zu übersetzen.
- Tz. 527* Der Ratgeber Technik wurde in den Jahren 2003 und 2004 jeweils neunmal ausgestrahlt. Die moderierten Sendungen beschäftigten sich in durchschnittlich vier Beiträgen mit Tipps und Tests von Industrieprodukten und Dienstleistungen im Interesse der Verbraucher.

3.4.2 Kosten

Kosten pro Sendeminute Erstsendung

Einzel- und Redaktionskosten Ratgebersendungen – vor Kürzung von Erlösen
in Euro



Der Durchschnitt der **Minutenkosten** über alle Produktionen und beide Jahre lag bei 1.964 Euro (ohne Reise und Technik 1.924 Euro). Ersterhebung 1.849 Euro (ohne Reise und Technik 1.804 Euro).

Tz. 528

Bei den Ratgebersendungen ist zu erkennen, dass bei einem Großteil der Produktionen der Minutenpreis in einer Bandbreite von 300 Euro über und unter dem Mittelwert angesiedelt war. Deutliche Abweichungen ergaben sich beim Ratgeber Reise und beim Ratgeber Technik.

Lässt man die Ratgeber Reise und Technik außer Betracht, so ergibt sich folgendes Bild:

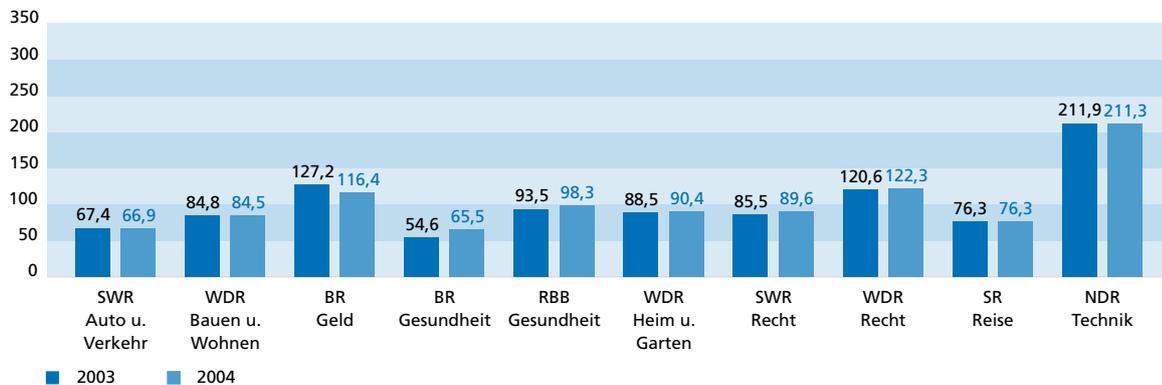
Die Kosten pro Sendeminute für die übrigen Produktionen lagen

- 2003 zwischen 1.312 Euro (SWR Auto und Verkehr) und 2.406 Euro (SWR Recht),
Durchschnitt 1.946 Euro;
- 2004 zwischen 1.423 Euro (SWR Auto und Verkehr) und 2.314 Euro (WDR Recht),
Durchschnitt 1.902 Euro.

Die Spanne beläuft sich auf 1.094 Euro (2003) bzw. 891 Euro (2004).

Ergebnisse der Erhebung

3.4.3 Kapazitäten

Einsatz Personalkapazität pro Sendung Ratgeber
in Tage

Tz. 529 Der Durchschnitt der **Einsatztage** über alle zehn Anstalten und beide Jahre lag bei 101,6 Tagen. Auch beim Einsatz des Personals ergaben sich teilweise erhebliche Unterschiede von Anstalt zu Anstalt.

Wie aus der Grafik ersichtlich wird, lag der durchschnittliche Personaleinsatz pro Sendung (inkl. Auftragsproduktionen)

2003 zwischen 54,6 Tagen (BR Gesundheit) und 211,9 Tagen (NDR Technik),
Durchschnitt 101,0 Tage;

2004 zwischen 65,5 Tagen (BR Gesundheit) und 211,3 Tagen (NDR Technik),
Durchschnitt 102,1 Tage.

Die Spanne bei diesen Produktionen beläuft sich auf 157,3 Tage (2003) bzw. 145,8 Tage (2004).

3.4.4 Zusammenfassung Ratgebersendungen/Vergleichszahlen Ersterhebung

In der nachfolgenden Tabelle werden die Werte der Ersterhebung den aktuellen Werten gegenübergestellt.

Tz. 530

Jahr	Auto und Verkehr SWR		Bauen und Wohnen WDR		Geld BR		Gesundheit BR		Gesundheit RBB	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	1.323	103,2	2.126	71,5	1.791	120,9	1.758	72,6	1.467	
1999	1.376	91,9	2.304	76,4	2.463	120,9	1.875	72,6	1.646	
2003	1.312	67,4	2.376	84,8	2.012	127,2	1.805	54,6	1.645	93,5
2004	1.423	66,9	2.130	84,5	2.281	116,4	1.792	65,5	1.621	98,3

Jahr	Heim und Garten WDR		Recht SWR		Recht WDR		Reise SR		Technik NDR	
	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten	Kosten	Kapazitäten
	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage	Euro	Tage
1998	1.685		1.619	102,0	2.393	127,6	656	83,1	3.527	234,9
1999	1.675		1.789	100,7	2.127	113,5	557	76,6	3.455	234,9
2003	1.818	88,5	2.406	85,5	2.193	120,6	803	76,3	3.431	211,9
2004	1.749	90,4	1.909	89,6	2.314	122,3	926	76,3	3.332	211,3

Im Vergleich zu 1998 ergaben sich bei zwei Anstalten im Jahr 2004 um 3,3 bzw. 5,5 % niedrigere Minutenkosten, bei acht Anstalten steigen sie um 0,2 bis 41,2 % an. Im Übrigen wird auf die Anmerkungen zu den Wirtschaftsmagazinen (Tz. 497) verwiesen.

Tz. 531

3.5 Tatort-Produktionen (ARD) und Samstagkrimis (ZDF)

3.5.1 Allgemeines

In den Vergleich wurden die in den Jahren 2003 und 2004 von den ARD-Anstalten erstmals ausgestrahlten „Tatort-Sendungen“ (inklusive einer „Schimanski“-Folge) einbezogen. Es handelt sich dabei um 19 im eigenen Produktionsbetrieb hergestellte Folgen (HR 4 Sendungen, RB 3, SWR 12) und um 41 Auftragsproduktionen (BR 6 Sendungen, MDR 6, NDR 11, RBB 4, SR 2, WDR 12), die in den Jahren 2001-2004 gedreht wurden. Die Erstausstrahlung erfolgte jeweils am Sonntag in der Zeit zwischen 20.15 und 21.45 Uhr. Das Konzept der Fernseh-Krimi-Reihe zielt darauf ab, die regionalen Besonderheiten des jeweiligen Sendegebiets vorzustellen und einen bestimmten Kommissar oder ein Team in die Geschichte einzubinden.

Tz. 532

Vom ZDF wurden die Daten zu zwölf Produktionen aus verschiedenen Krimireihen gemeldet, die 2003 und 2004 im Rahmen der so genannten „Samstagkrimis“ ausgestrahlt wurden. Es handelt sich dabei um Folgen aus den Reihen „Stubbe – Von Fall zu Fall“, „Bella Block“, „Rosa Roth“, „Wilsberg“ und „Die Verbrechen des Prof. Capellari“, die sämtlich als Auftragsproduktionen des ZDF erstellt wurden. Die Erstausstrahlung der in den Jahren 2002 bis 2004 hergestellten Filme erfolgte in der Regel samstags zwischen 20.15 und 21.45 Uhr.

Ergebnisse der Erhebung

3.5.2 Kosten

Tz. 533 Der Durchschnitt der **Minutenkosten** über alle Anstalten der ARD und beide Jahre lag bei 15.618 Euro (Ersterhebung = 13.817 Euro). Dabei fielen für Auftragsproduktionen durchschnittlich 16.202 Euro (2003: 15.970 Euro, 2004: 16.446 Euro; Ersterhebung = 13.785 Euro) und für im eigenen Produktionsbetrieb produzierte Folgen 14.356 Euro (Ersterhebung = 13.926 Euro) pro Minute an. Die Durchschnittskosten für Auftragsproduktionen lagen damit um 1.846 Euro (12,9 %) über den Kosten für eigenproduzierte Folgen. Die Durchschnittskosten bei den „Samstagskrimis“ (Auftragsproduktionen) über beide Jahre lagen bei 14.487 Euro (Ersterhebung = 12.798 Euro).

Die Kosten pro Sendeminute lagen bei der ARD

2003 zwischen 11.643 Euro (SWR) und 20.947 Euro (BR), Durchschnitt 15.438 Euro;
2004 zwischen 12.503 Euro (SWR) und 20.489 Euro (BR), Durchschnitt 15.823 Euro.

Beim ZDF lagen die Minutenkosten

2003 zwischen 13.007 Euro und 15.575 Euro, Durchschnitt 14.231 Euro,
2004 zwischen 14.168 Euro und 15.885 Euro, Durchschnitt 14.742 Euro.

Der ZDF-Durchschnitt lag 2003 10,9 %, 2004 10,4 % unter dem ARD-Durchschnittswert für Auftragsproduktionen.

Die Spanne bei der ARD beläuft sich auf 9.304 Euro (2003) bzw. 7.986 Euro (2004).

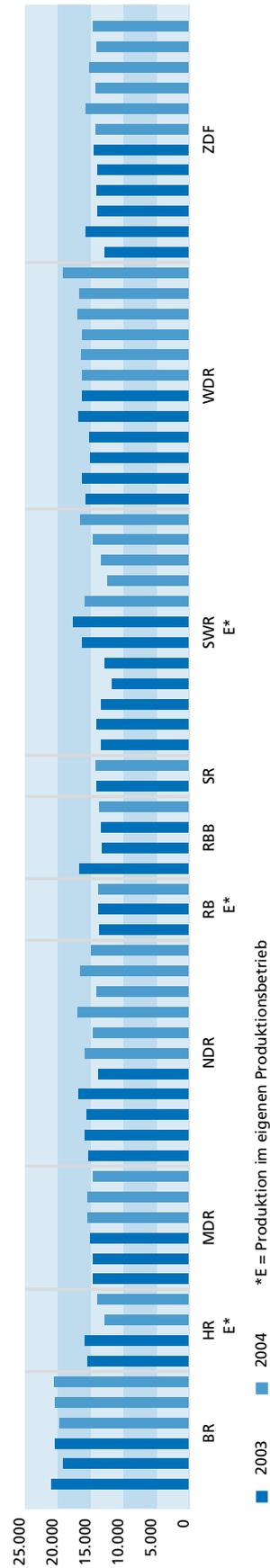
Ins Auge fallen die hohen Produktionskosten des BR, die bei dieser Erhebung noch über den Kosten für die einzige in den Jahren 2003 und 2004 ausgestrahlte Schimanski-Folge lagen.

Tz. 534 Es wird nochmals darauf hingewiesen, dass es sich bei den in Tz. 533 dargestellten Minutenkosten um die Kosten für einen extra für die Untersuchung abgegrenzten Bereich handelt und dass damit nicht sämtliche Kosten, die in den Anstalten in Zusammenhang mit den Produktionen anfielen, erfasst sind.

Kosten pro Sendeminute Erstsendung 2003 und 2004

Einzel- und Redaktionskosten Tatortproduktionen (ARD) und Samstagkrimis (ZDF) – vor Kürzung von Erlösen

in Euro



Ergebnisse der Erhebung

3.5.3 Kapazitäten

Tz. 535 Die Schaubilder auf Seite 143 zeigen den durchschnittlichen Einsatz an Personaltagen pro Produktion bei den Anstalten. Für das Jahr 2003 wurden die Anstalten gebeten, die eingesetzten Personalkapazitäten auch für die Produktionen zu melden, die an Auftragsproduzenten vergeben wurden. Die Anstalten kamen dieser Bitte für sämtliche Produktionen 2003 (MDR, SR, ZDF) oder zumindest für eine beispielhafte Produktion (BR, NDR, RBB, WDR) nach. Für das Jahr 2004 wurden lediglich die Kapazitäten für die im eigenen Produktionsbetrieb hergestellten Sendungen abgefragt. Das ZDF meldete die Daten auch für die Auftragsproduktionen 2004.

Tz. 536 Auch beim Einsatz des Personals ergaben sich teilweise erhebliche Unterschiede von Anstalt zu Anstalt.

Für die in der Grafik 2003 erfassten Produktionen ergibt sich ein Durchschnitt von 1.651 Personaleinsatztagen pro Sendung. Bei den Eigenproduktionen (nur ARD) lag der Durchschnitt bei 1.906 Tagen, bei den Auftragsproduktionen insgesamt bei 1.450 Tagen (ARD 1.370 Tage, ZDF 1.558 Tage).

Wie aus der Grafik ersichtlich wird, lag der Personaleinsatz 2003 zwischen
1.086 Tagen (Auftragsproduktion „Atlantis“, MDR) und
2.609 Tagen (Eigenproduktion „Romeo und Julia“, SWR).

Die Spanne beläuft sich auf 1.523 Tage.

Für die in der Grafik 2004 erfassten ARD-Eigenproduktionen ergibt sich ein Durchschnitt von 1.914 Tagen pro Sendung, für die ZDF-Auftragsproduktionen wurden durchschnittlich 1.617 Personaleinsatztage pro Sendung benötigt.

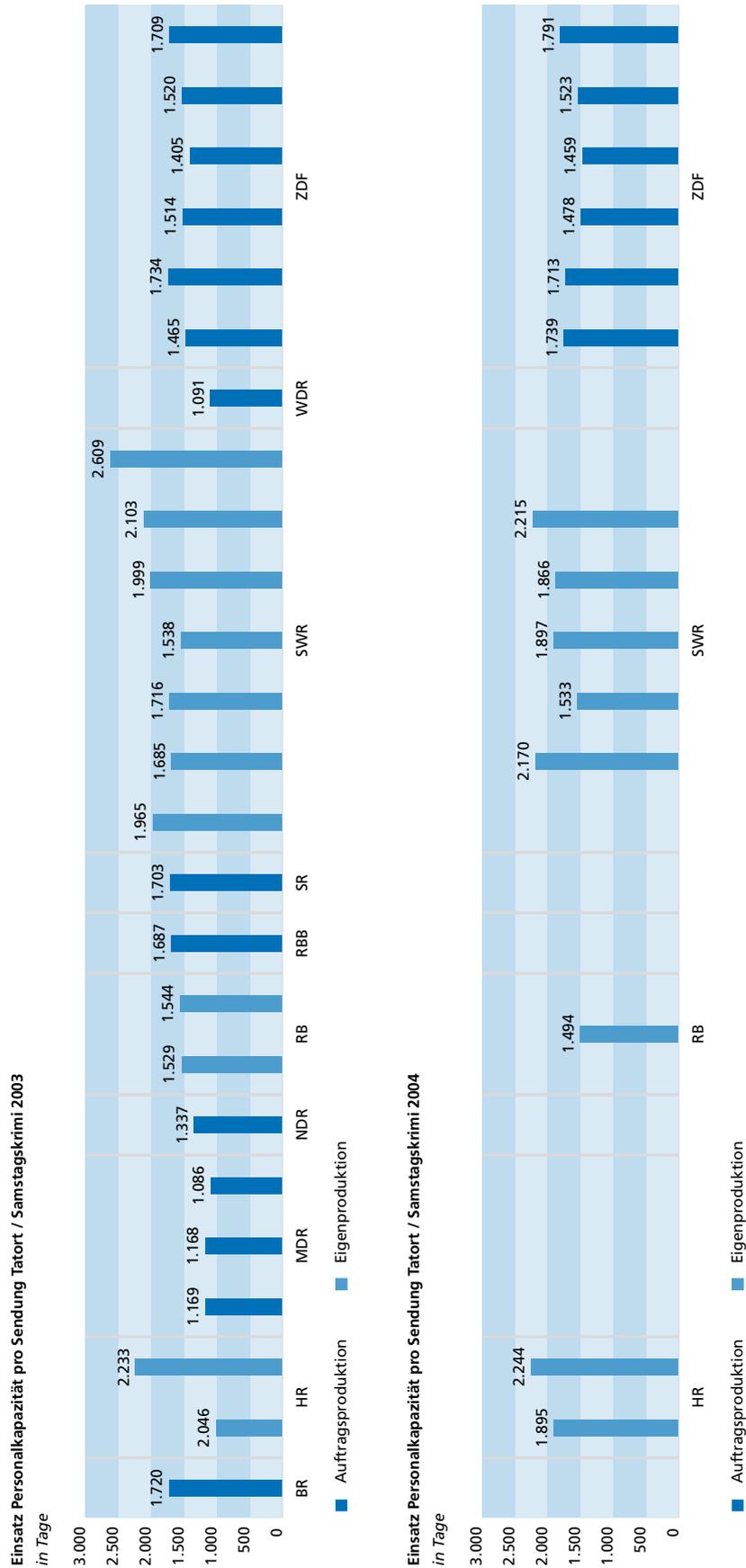
Der Personaleinsatz 2004 lag bei den Eigenproduktionen der ARD zwischen 1.494 und 2.215 Tagen, beim ZDF (Auftragsproduktionen) zwischen 1.459 und 1.791 Tagen.

Die ARD hat darauf hingewiesen, dass es bei zwei Tatorten des SWR („Romeo und Julia“ 2003 und „Abgezockt“ 2004) wegen des Unfalls der Hauptdarstellerin zu erheblichen Produktionsverzögerungen gekommen ist, die zu einem erhöhten Personaleinsatz geführt hätten. Ohne diese Ausreißer würde sich der ARD-Durchschnitt entsprechend verringern.

Große Unterschiede ergaben sich auch bei den von den Anstalten gemeldeten Drehtagen. Hier reicht die Bandbreite von 21 bis zu 30 Tagen.

3.5.4 Zusammenfassung Tatort-Produktionen und Samstagkrimis/Vergleichszahlen Ersterhebung

Tz. 537 In der Tabelle auf den Seiten 144 f. werden die wesentlichen Daten zusammengefasst und – soweit möglich – den Werten der Ersterhebung gegenübergestellt. Insgesamt ergab sich gerade bei den Krimis – also den teuersten Produktionen – gegenüber der Erstuntersuchung eine deutliche Tendenz zur Verteuerung.



Anstalt	Titel	E = Eigenproduktion A = Auftragsproduktion	Erstausstrahlung	Kosten/Minute	Kapazitätseinsatz	Drehtage
				Euro	Tage	Tage
BR						
	Wenn Frauen Austern essen	A	2003	20.947	1.720,4	24
	Der Prügelnabe	A	2003	19.127		24
	Im Visier	A	2003	20.455		24
	Sechs zum Essen	A	2004	19.781		24
	Vorstadtballade	A	2004	20.461		24
	Nicht jugendfrei	A	2004	20.489		24
	Ersterhebung niedrigster Wert			14.000		21
	Ersterhebung höchster Wert			18.837		24
HR						
	Frauenmorde	E	2003	15.394	2.045,5	27
	Das Böse	E	2003	16.001	2.233,2	26
	Janus	E	2004	12.889	1.895,0	27
	Herzversagen	E	2004	14.071	2.244,3	27
	Ersterhebung niedrigster Wert			9.201	1.516,0	30
	Ersterhebung höchster Wert			12.558	2.143,0	30
MDR						
	Rotkäppchen	A	2003	14.524	1.168,6	22
	Außer Kontrolle	A	2003	14.507	1.167,6	22
	Atlantis/ Entsorgt	A	2003	15.110	1.085,6	22
	Abseits	A	2004	15.186		22
	Waidmanns Heil	A	2004	15.176		22
	Teufelskreis	A	2004	14.726		22
	Ersterhebung niedrigster Wert			10.172		24
	Ersterhebung höchster Wert			12.689		32
NDR						
	Hexentanz	A	2003	15.305		23
	Harte Hunde	A	2003	15.797	1.337,0	23
	Mietsache	A	2003	15.591		22
	Sonne und Sturm	A	2003	16.777		24
	Väter	A	2003	13.880		23
	Todesbande	A	2004	15.896		23
	Heimspiel	A	2004	14.694		25
	Schichtwechsel	A	2004	16.979		23
	Stirb und Werde	A	2004	14.177		23
	Märchenwald	A	2004	16.539		23
	Verlorene Töchter	A	2004	14.890		23
	Ersterhebung niedrigster Wert			13.509		23
	Ersterhebung höchster Wert			14.890		24
RB						
	Der schwarze Troll	E	2003	13.778	1.529,0	25
	Die Liebe der Schlachter	E	2003	13.908	1.543,8	24
	Abschaum	E	2004	13.959	1.493,5	24
	Ersterhebung niedrigster Wert			15.406	1.692,0	25
	Ersterhebung höchster Wert			18.283	1.863,0	26
RBB						
	Die Liebe und ihr Preis	A	2003	16.747		22
	Rosenholz	A	2003	13.270		22
	Dschungelbrüder	A	2003	13.495	1.686,5	22
	Der vierte Mann	A	2004	13.705		23
	Ersterhebung niedrigster Wert			9.039		
	Ersterhebung höchster Wert			12.687		

Anstalt	Titel	E = Eigenproduktion A = Auftragsproduktion	Erstausstrahlung	Kosten/Minute Euro	Kapazitätseinsatz Tage	Drehtage Tage
SR						
	Veras Waffen	A	2003	14.157	1.702,5	25
	Teufel im Leib	A	2004	14.178		25
	Ersterhebung niedrigster Wert			15.325		23
	Ersterhebung höchster Wert			16.786		24
SWR						
	Stiller Tod	E	2003	13.452	1.964,9	26
	Schöner Sterben	E	2003	14.128	1.685,1	26
	Bienzle und der Taximord	E	2003	13.475	1.715,6	25
	Bienzle und der Tod im Teig	E	2003	11.643	1.537,8	22
	Leyla	E	2003	12.931	1.999,1	25
	Der Schächter	E	2003	16.307	2.102,6	25
	Romeo und Julia	E	2003	17.612	2.608,7	30
	Abgezockt	E	2004	16.066	2.169,8	23
	Bienzle und der steinerne Gast	E	2004	12.503	1.533,0	21
	Bitteres Brot	E	2004	13.445	1.896,6	26
	Gefährliches Schweigen	E	2004	14.662	1.866,3	25
	Große Liebe	E	2004	16.544	2.214,9	25
	Ersterhebung niedrigster Wert			10.881	1.502,0	23
	Ersterhebung höchster Wert			15.558	2.330,0	29
WDR						
	Mutterliebe	A	2003	15.778	1.090,6	23
	Schattenlos	A	2003	16.376		23
	Das Phantom	A	2003	15.025		23
	Bermuda	A	2003	15.216		23
	3x schwarzer Kater	A	2003	16.872		23
	Sag nichts	A	2003	16.420		23
	Hundeleben	A	2004	16.351		23
	Mörderspiele	A	2004	16.489		23
	Odins Rache	A	2004	16.284		23
	Verraten ...	A	2004	16.982		23
	Leiche zuviel	A	2004	16.758		23
	Geheimnis des Golem	A	2004	19.173		24
	Ersterhebung niedrigster Wert			12.554		22
	Ersterhebung höchster Wert			19.622		27
ZDF						
	Stachel im Fleisch	A	2003	13.007	1.465,1	23
	Kurschatten	A	2003	15.575	1.734,1	27
	Tödlicher Schulweg	A	2003	14.054	1.514,1	23
	Auf Liebe und Tod	A	2003	14.099	1.404,6	23
	Gedanken sind frei	A	2003	14.049	1.519,5	25
	Wilsberg und der stumme Zeuge	A	2003	14.604	1.709,4	25
	Die Freiheit der Wölfe	A	2004	14.303	1.713,0	26
	Das Gegenteil von Liebe	A	2004	15.885	1.739,0	28
	Von Fall zu Fall - Stubbe in Gefahr	A	2004	14.170	1.477,5	23
	Freundeskreis	A	2004	15.161	1.459,4	25
	Der Minister und das Mädchen	A	2004	14.168	1.522,9	25
	Der alte Freund	A	2004	14.768	1.790,6	25
	Ersterhebung niedrigster Wert			11.748		23
	Ersterhebung höchster Wert			13.570		24

Kostenvergleich auf Basis der Selbstkosten

4. Kostenvergleich auf Basis der Selbstkosten

- Tz. 538** Bereits bei der ersten Untersuchung war vorgesehen, für den Kostenvergleich die Selbstkosten (= Gesamtkosten ohne Ausstrahlungskosten) der zu untersuchenden Produktionen heranzuziehen (vgl. 14. Bericht, Tzn. 453 ff.). Die Kommission ist seinerzeit davon ausgegangen, dass die Selbstkosten von den Anstalten ohne größeren Aufwand hätten gemeldet werden können. Die Anstalten konnten diese Zahlen aber erst nach mehr oder weniger aufwändigen Zusatzauswertungen liefern. Dabei wurden die verhältnismäßig hohen Gemeinkosten den untersuchten Produktionen nicht ausreichend verursachungsgerecht zugeschlüsselt.
- Tz. 539** Ein Vergleich auf dieser Basis wäre nur sehr eingeschränkt aussagekräftig gewesen. Im Einzelnen wird dazu auf die Ausführungen unter Tzn. 476 ff des 14. Berichts verwiesen. Folglich hatte die Kommission gemeinsam mit den Anstalten das **Modell mit den abgegrenzten Kosten** entwickelt, um zu einer **einheitlichen Datenbasis** zu gelangen. Die ARD-Anstalten hatten damals die Kritik an der Qualität und der damit verbundenen eingeschränkten Vergleichbarkeit der Selbstkosten bestätigt und angekündigt, das System der Gemeinkostenzuordnung in ihren Kostenrechnungen zu überdenken und diese Problematik mit der Kommission zu erörtern. Das ZDF hatte zugesagt, die Anregungen der Kommission konstruktiv aufzunehmen und ab 2002 die Gemeinkosten durch geänderte Gewichtungen und Schlüsselungen verursachungsgerechter zu verteilen. Die Kommission hat die Anstalten deshalb im 14. Bericht (vgl. Tz. 486) gebeten, über die weitere Entwicklung bei der Ermittlung aussagekräftiger Selbstkosten zu berichten.
- Tz. 540** Die **ARD-Anstalten** haben zwischenzeitlich die „Darstellung der Kostenrechnungssysteme bzw. der Kostenträgerrechnungen der Landesrundfunkanstalten“ (Stand September 2004) übermittelt und – abgesehen vom RBB – ergänzend je ein Exemplar der Kosten(träger)rechnung bzw. Betriebsabrechnung 2003 vorgelegt. In der Vorbemerkung der vorgenannten Darstellung wird u.a. ausgeführt: „Im Grundsatz basiert die Ausgestaltung dieser Kostenrechnungssysteme bis zum heutigen Tag auf den damaligen Beschlüssen. Allerdings haben sich im Zeitverlauf im Detail unterschiedliche Entwicklungen und Veränderungen ergeben, die auf die dynamische Entwicklung der Anforderungen in den einzelnen Häusern an die Kostenrechnungen zurückzuführen sind, die aber einen Vergleich der Ergebnisse einzelner Bestandteile dieser Systeme zwischen den Landesrundfunkanstalten erheblich erschweren.“ Beim RBB befand sich die Kostenrechnung fusionsbedingt noch im Umbruch. Der WDR hält weiterhin an seiner Teilkostenrechnung fest, in der nur die sog. beeinflussbaren Kosten ausgewiesen werden und auf eine Umlage der Gemeinkosten verzichtet wird. Der Anteil der Gemeinkosten an den Selbstkosten lag laut Kostenrechnungen 2003 zwischen 44,2 und 58,3 %. Für den Bereich Hörfunk lag er zwischen 60,2 und 78,1 %, für den Bereich Fernsehen zwischen 35,6 und 52,3 %.
- Tz. 541** Der Beschreibung der **Kostenrechnungssysteme** und den vorgelegten Kostenrechnungsexemplaren zufolge sind bei den ARD-Anstalten hinsichtlich einer verursachungsgerechteren Zuordnung der Gemeinkosten **kleinere Fortschritte** erzielt worden. Die Kosten(träger)rechnungen und Betriebsabrechnungen des Jahres 2003 beruhten aber weitgehend noch auf den in den 80iger Jahren gefassten Beschlüssen.

Von den ARD-Anstalten am weitesten fortgeschritten ist der BR, der zwischenzeitlich u.a. ein mehrstufiges Umlageverfahren mit einer stärkeren Differenzierung der einzelnen Gemeinkostenbereiche eingeführt hat und ab 2003 zumindest teilweise auch die Entstehungsart berücksichtigt. Dadurch konnten die Kosten des Produktionsbetriebs zu einem weit höheren Anteil bei den anteiligen Betriebskosten erfasst und die verbliebenen Produktionsgemeinkosten auf Basis der anteiligen Betriebskosten deutlich zutreffender zugeschlüsselt werden. Gegenüber den Ergebnissen des Jahres 2002 ergaben sich erhebliche Kostenverschiebungen zwischen dem Ersten Programm und dem Bayerischen Fernsehen, die die Kritik der Kommission bestätigten.

Der im Februar 2005 von der AG-Kosten der ARD mit dem Ziel einer Harmonisierung der Kosteninhalte und der Zuordnung verabschiedete „Leitfaden zur Erstellung des ARD-Kostenvergleichs“ konkretisiert zwar die Kosteninhalte und die Verteilung und Schlüsselung der Gemeinkosten für diesen ARD-Kostenvergleich. Die Gemeinkosten werden aber immer noch nicht ausreichend verursachungsgerecht zugeschlüsselt.

Tz. 542

Sowohl die in den Kostenrechnungen als auch die im ARD-Kostenvergleich **ausgewiesenen Kosten** haben – soweit sie über den Ausweis der Einzelkosten hinausgehen – immer noch nur eine sehr **eingeschränkte Aussagekraft**.

Im Gegensatz dazu hat das ZDF seine **Kostenträgerrechnung** zwischenzeitlich **deutlich verbessert**. Die Gemeinkosten sind in zehn verschiedene Gemeinkostenarten gegliedert, bei einer weiteren Untergliederung der Kosten der Verwaltung. Diese verschiedenen Gemeinkostenblöcke werden je nachdem, ob es sich um programmnahe oder programmfernere Bereiche handelt, teils auf der Basis Sendeminuten, teils auf der Basis Kostenträgereinzelkosten, teils auf der Basis anderer Schlüssel und je nach Beschaffungsart (Eigenproduktion, Auftragsproduktion, Ankäufe, Wiederholungen usw.) unterschiedlich gewichtet den Programmen zugeordnet. Dabei werden die Kosten bis auf die Ebene „Hauptredaktion“ bzw. „Magazin“, nicht aber auf die Ebene Redaktion bzw. Sendung untergebrochen. Die im Vergleich zu den ARD-Anstalten deutlich niedrigeren Gemeinkosten des ZDF (Anteil der Gemeinkosten an den Selbstkosten 2003: 31,2 %) werden damit relativ verursachungsgerecht bis auf die Ebene Hauptredaktion zugeschlüsselt. Das ZDF hat mitgeteilt, dass es in der Lage sei, auch für einzelne Sendungen realitätsnahe Zuschlagssätze zu ermitteln.

Tz. 543

Wegen der immer noch nicht ausreichend verursachungsgerechten Zuschlüsselung der hohen Gemeinkosten bei den ARD-Anstalten war auch bei dieser Untersuchung ein **Kostenvergleich auf Basis der Selbstkosten nicht möglich**. Es konnten wiederum nur die relativ aufwändig zu ermittelnden abgegrenzten (Teil-)Kosten herangezogen werden. Für nicht ganz unproblematisch hält die Kommission den Hinweis des WDR im Schlusswort der Beschreibung seiner Kostenrechnungssystematik: „Auch wenn die Primärziele der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durchaus vergleichbar sind, so bestehen doch Unterschiede bei der Vorgehensweise zur Optimierung des wirtschaftlichen Handelns im Betrieb. Dadurch ist gerade in letzter Zeit zu erkennen, dass sich die Ausgestaltungen der Kostenrechnungssysteme eher weiter voneinander entfernen, als sich konfektionieren zu lassen.“

Tz. 544

Die Kommission hält es aus Gründen der Kostentransparenz für dringend erforderlich, dass die ARD-Anstalten ihre **Kostenrechnungen** noch weiter **verfeinern** sowie die Qualität und damit

Tz. 545

Kostenvergleich auf Basis der Selbstkosten / Stellungnahmen der Anstalten

die Aussagekraft der Zahlen erhöhen. Die Gemeinkosten müssen verursachungsgerechter zugeordnet werden. Zunächst sollten die Anstalten die Gemeinkosten noch in weitere Gemeinkosten(unter)arten differenzieren. Die Zuschlüsselung dieser verschiedenen Gemeinkostenblöcke sollte nicht nur auf der Basis Kosten erfolgen. Es sollten auch andere, sachgerechtere Schlüssel (z.B. Sendeminuten, genutzte Flächen usw.) zur Anwendung kommen. Außerdem müsste bei der Schlüsselung die jeweilige Entstehungsart (z.B. Eigen- bzw. Fremdproduktion mit weiteren Unterarten) der Sendungen durch eine unterschiedliche Gewichtung berücksichtigt werden. Unstrittig ist, dass die Gemeinkostenbereiche durch Fremdproduktionen deutlich geringer in Anspruch genommen werden als durch Eigenproduktionen.

5. Stellungnahmen der Anstalten

5.1 ARD

Tz. 546 Die ARD-Anstalten haben – vertreten durch den Bayerischen Rundfunk – mit Schreiben vom 12. September 2005 zu den Ergebnissen der Erhebung Stellung genommen. Der WDR hat in einem der Stellungnahme beigefügten Papier die ihn betreffenden hohen Minutenkosten zusätzlich kommentiert.

Tz. 547 Die ARD hat zunächst darauf hingewiesen, dass ein Vergleich von Minutenkosten ohne Einbeziehung von Programminhalten und Programmqualität **zu verzerrten und missverständlichen Ergebnissen** führe. Die Anstalten setzten bewusst eigene Schwerpunkte in ihrer Programmgestaltung mit unterschiedlichen Kostenfolgen. Es handele sich um eigenständige, nicht deckungsgleiche Formate, die in z.T. unterschiedlichen Produktionsverfahren hergestellt werden würden. Bei den Ratgebersendungen sei abhängig vom Thema ein unterschiedlich hoher Personaleinsatz notwendig. Die Tatorte als Unikate hätten wegen unterschiedlicher Drehbücher und Protagonisten divergente Anforderungen.

Tz. 548 Hinsichtlich der Kritik der Kommission an der Qualität der Kostenrechnungen und des ARD-Kostenvergleichs sowie des von der Kommission angestrebten Kostenvergleichs auf Basis der Selbstkosten beschreiben die ARD-Anstalten die mit einer verursachungsgerechten Verteilung der Gemeinkosten verbundenen Schwierigkeiten (z.B. Erfordernis von Leistungsaufschreibungen, keine allgemeingültigen Regeln), bezweifeln die Aussagekraft eines Vergleichs auf Selbstkostenbasis und halten eine Vollkostenrechnung auf Ebene einzelner Kostenträger nicht für zielführend. Das jetzt praktizierte und abgestimmte Verfahren der abgegrenzten Kosten erfasse nur die in unmittelbaren Zusammenhang mit der Produktion stehenden Kostenelemente. Nur diese seien unmittelbar beeinflussbar. Im übrigen seien bereits einige **Fortschritte hinsichtlich der Gemeinkostenverteilung** im ARD-Kostenvergleich erzielt worden. Gleichwohl seien die Anstalten bemüht, ihr Berichtswesen mit dem Ziel einer möglichst verursachungsgerechten Kostenzuordnung weiterzuentwickeln. Bei den Kostenrechnungen würde versucht werden, eine zunehmende Vergleichbarkeit zu erreichen. Im Zeitverlauf hätten sich aber Unterschiede in der Ausgestaltung ergeben. Außerdem würden die anstaltsindividuellen Anforderungen an dieses Steuerungsinstrument einer Vereinheitlichung Grenzen setzen. Ein Vergleich von Produktionen sollte sich auch künftig auf die abgegrenzten Kosten beschränken.

Tz. 549 Wegen unterschiedlicher Zuordnung und Verbuchung von Erträgen und unterschiedlicher Rechtemfänge bei den Tatorten schlug die ARD vor, hier einen Kostenvergleich auf Nettobasis vorzunehmen.

In seiner ergänzenden Stellungnahme begründet der WDR die im Vergleich zu den anderen Anstalten hohen Minutenkosten bei seinem Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, dem „Kulturweltspiegel“, dem Politikmagazin „Monitor“ und der Ratgebersendung „Recht“ jeweils mit dem hohen Qualitätsanspruch. Außerdem hat er darauf hingewiesen, dass er im Jahre 2004 mit Ausnahme beim „Ratgeber Recht“ bei allen anderen Magazinen und Ratgebersendungen die Kosten z.T. deutlich gesenkt hat.

Tz. 550

5.2 ZDF

In seiner Stellungnahme vom 12. September 2005 wertet das ZDF die Untersuchung als einen sehr **aufschlussreichen Vergleich**. Die vorgelegten Zahlen lieferten den Redaktionen einen Ansatz, die Kosten und den Kapazitätseinsatz kritisch mit dem Ziel weiterer Verbesserungen und Effizienzsteigerungen zu hinterfragen.

Tz. 551

Hinsichtlich der Vergleichbarkeit der Daten sieht es gegenüber der Ersterhebung zwar deutliche Verbesserungen. Trotzdem bestünden aber nach wie vor **Vergleichsprobleme**. Dies liege zum einen an der tendenziell vollständigeren Kostenerfassung beim ZDF im Bereich der DLP-Kosten, zum anderen an der Ermittlung einzelner Kosten auf Basis erfragter Mengengerüste. Der gegenüber den ARD-Anstalten deutlich geringere Anteil an Gemeinkosten beim ZDF würde die vollständigere Kostenerfassung bestätigen. Allein diese Kostenerfassungssystematik des ZDF führe gegenüber den ARD-Anstalten zu höheren Minutenkosten. Außerdem sieht das ZDF in einigen Fällen bei den gemeldeten Werten der ARD-Anstalten Unplausibilitäten.

Tz. 552

Die Minutenkosten bei der Sendung Frontal 21 seien durch die investigativen Themen mit hohem Rechercheaufwand beeinflusst.

6. Abschließende Anmerkungen der Kommission

Ziel dieser Untersuchung ist es, die Anstalten dazu anzuregen, die Ursachen für den zum Teil sehr unterschiedlich hohen Finanzmittel- und Kapazitätseinsatz bei grundsätzlich vergleichbaren Produktionen zu erforschen und nicht, einzelne Anstalten an den Pranger zu stellen. Die Kommission stimmt mit den Anstalten darin überein, dass der Mitteleinsatz auch durch den Programminhalt und die Programmqualität sowie durch andere Einflüsse bestimmt wird. Sie sieht allerdings auch den Grad der wirtschaftlichen Umsetzung als weitere wesentliche Ursache für die unterschiedlichen Ergebnisse. Nach Ansicht der Kommission muss es für die Verantwortlichen in den Anstalten von erheblichem Interesse sein, wie sich programmliche Entscheidungen auf die Höhe der Kosten und den Kapazitätsbedarf auswirken. Sie fühlt sich durch den Hinweis des WDR auf die im Jahre 2004 bei fast allen Sendungstypen z.T. durch konzeptionelle Änderungen erreichten Kostensenkungen in dieser Ansicht bestätigt. Sie sieht aber nach wie vor **Wirtschaftlichkeitspotenziale**.

Tz. 553

Trotz gewisser Einschränkungen und Probleme in der Vergleichbarkeit der Zahlen (z.B. DLP-Kosten/ anteilige Betriebskosten) stellen die vorliegenden Ergebnisse nach Auffassung der Kommission eine **geeignete Grundlage** dar, Erkenntnisse für die von den Anstalten immer wieder bekundeten Bemühungen um eine weitere Steigerung der Wirtschaftlichkeit zu gewinnen. Die Vielzahl der gewon-

Tz. 554

Anmerkungen der Kommission

nenen Daten ermöglicht eine Analyse der aufgezeigten Unterschiede und einen Quervergleich mit anderen Anstalten. Inwieweit diese Vergleichsmöglichkeiten ausgeschöpft werden, hängt allerdings von der Bereitschaft der Anstalten ab, das Zahlenwerk eingehend zu analysieren. Dabei sollte sich die Analyse aber nicht auf die Suche nach Fehlern in den Meldungen der jeweils anderen Anstalten beschränken.

- Tz. 555* Die auch vom ZDF angesprochenen Widersprüche und Unplausibilitäten (z.B. geringe Minutenkosten bei überdurchschnittlich hohem Personaleinsatz und umgekehrt) einzelner Ergebnisse der ARD-Anstalten mögen zum Teil in besonderen Bedingungen begründet sein. Nach Ansicht der Kommission sind diese aber zumindest teilweise auch auf die Qualität der von den ARD-Anstalten gelieferten Daten zurückzuführen. Die Kommission fordert die ARD-Anstalten deshalb auf, ihre Datenbasis zu verbessern, um künftig einen qualifizierteren Vergleich vornehmen zu können.
- Tz. 556* Wie unter Tzn. 538 ff. ausgeführt, konnte der Vergleich bisher nur auf der **Ebene von abgegrenzten Kosten** erfolgen. Die Ermittlung dieser Teilkosten ist nicht nur zeitaufwändig, sondern auch mit nicht unerheblichen Ungenauigkeiten (z.B. Ermittlung eines Teils der Kosten auf der Grundlage von Mengengerüsten) verbunden. Dies zeigen auch die vorgenannten Unplausibilitäten. Die Kommission begrüßt die Bemühungen der ARD-Anstalten zur Weiterentwicklung des Berichtswesen bezüglich der Gemeinkostenzuordnung und zur weiteren Vereinheitlichung der Kostenrechnungen. Sie teilt allerdings nicht die Auffassung der ARD-Anstalten, dass nur die abgegrenzten Kosten unmittelbar beeinflussbar sind und eine Vollkostenrechnung auf Ebene von Produktionen wenig Aussagekraft hat. Die von den Anstalten bei einer Vollkostenrechnung gesehenen Schwierigkeiten bestehen beim Teilkostenmodell in gleichem Maße. Das Beispiel des ZDF zeigt, dass eine Vollkostenrechnung mit realitätsnahen Selbstkosten zu realisieren ist. Auch der BR hat auf diesem Gebiet bereits deutliche Fortschritte erzielt. Die Kommission fordert die Anstalten der ARD auf, durch eine sachgerechtere Kostenzuordnung die **Kostentransparenz** in den Kostenrechnungen und im ARD-Kostenvergleich zu **erhöhen**. Sie bittet die ARD-Anstalten darum, ihr Berichtswesen so weiterzuentwickeln, dass künftig eine Meldung von ausreichend belastbaren Selbstkosten auch heruntergebrochen für einzelne Sendungen möglich ist. Wesentliche Voraussetzung dafür ist eine verursachungsgerechtere Verteilung der Gemeinkosten, die zu realitätsnahen Selbstkosten führt.
- Tz. 557* Die Kommission bittet die ARD-Anstalten bis Ende 2006 über die weiteren Entwicklungen im Bereich der Kostenrechnungen und des ARD-Kostenvergleichs sowie bei der Ermittlung aussagekräftiger Selbstkosten zu berichten.
- Tz. 558* Dem Vorschlag der ARD, bei den Tatorten den Kostenvergleich auf Basis der Nettokosten vorzunehmen, ist die Kommission nicht gefolgt.
- Tz. 559* Die Kommission beabsichtigt die Erhebung zum Vergleich einzelner Produktionen auch in Zukunft fortzuschreiben und ggf. auch andere Sendungen in die Untersuchung mit einzubeziehen.

Programmvorratshaltung Fernsehen

- Bei den ARD-Anstalten ist gegenüber der letzten Untersuchung der Wert des Programmvermögens um knapp 7,0 %, die Menge sogar um 25,0 % zurückgegangen.
- Beim ZDF ist der Wert des Programmvermögens geringfügig angestiegen bei einem weiteren Rückgang der Menge um insgesamt 28,9 %.
- Hauptursache für die gegenläufige Entwicklung beim Wert und bei der Menge ist der Anstieg der Rechtekosten für Spielfilme und Sportgroßereignisse.
- Bezogen auf den Sendebedarf ist die Vorratslage der ARD-Anstalten günstiger als die des ZDF.

1. Entwicklung des Programmvermögens Fernsehen

Die Programmvorräte Fernsehen von ARD und ZDF haben sich wie folgt entwickelt:

Tz. 560

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
ARD:										
Mio. Euro	623,1	607,0	613,2	734,7	829,6	858,3	845,1	890,5	828,3	830,9
Minuten	393.151	344.764	324.780	350.722	343.158	323.122	253.891	239.873	193.609	179.838
ZDF:										
Mio. Euro	431,9	448,6	453,3	468,7	462,5	456,1	494,7	522,5	481,3	527,4
Minuten	100.429	87.702	82.935	71.257	72.168	67.312	65.702	68.578	58.099	48.766

Enthalten sind auch die Vorräte der ARD-Anstalten für die Dritten Programme und der ARD-Werbegesellschaften, die von den Anstalten für den Kinderkanal vorgehaltenen Programmvorräte sowie die Vorräte für 3sat und ARTE. Dagegen wurden die Programmvorräte des Kinderkanals in Erfurt (2002: 3,1 Mio. Euro / 798 Minuten; 2003: 2,9 Mio. Euro / 2.513 Minuten), des von ARD und ZDF gemeinsam getragenen Ereignis- und Dokumentationskanals Phoenix, des Programms BR-alpha und der digitalen Programme ZDFtheaterkanal, ZDFinfokanal und ZDFdokukanal wegen sehr geringer Vorratsrelevanz nicht in die Untersuchung einbezogen.

Die deutlich höhere Menge der Vorräte der ARD-Anstalten ist u.a. auf die Vorräte für die Dritten Programme und die Erfassungssystematik der Vorräte für das Vorabendprogramm zurückzuführen. Die gemeinsam beschafften Serien für das Vorabendprogramm wurden von den einzelnen Anstalten zutreffend nur mit den anteiligen Kosten, aber wegen des Programmsplittings von fast allen Anstalten jeweils mit der gesamten Sendelänge gemeldet. Die ARD-Anstalten haben mitgeteilt, die Erfassungssystematik bei künftigen Abfragen entsprechend anzupassen. Bei den Vorräten für das Erste Programm der ARD-Anstalten und das ZDF-Programm (bei Ausklammerung des Vorabendprogramms bzw. des Programms im Umfeld der Werbung) ist der Unterschied zwischen ARD und ZDF weit geringer (2003: ARD: 58.218 Minuten, ZDF: 32.552 Minuten).

Entwicklung des Programmvermögens

Tz. 561 Zusammensetzung des Programmvermögens Fernsehen der Jahre 2002 und 2003:

Zusammensetzung des Programmvermögens Fernsehen der Jahre 2002 und 2003:

	31.12.2002		31.12.2003	
	Mio. Euro	Minuten	Mio. Euro	Minuten
ARD:				
Fertige Programmvorräte	385,6	181.988	388,7	171.255
Einzelwiederholungsrechte/Übernahmen	6,0	11.621	4,0	8.583
Pauschale Wiederholungsrechte	71,0		73,6	
Unfertige Programme/Anzahlungen (einschl. unfertige Einzelwiederholungsrechte)	365,7		364,6	
Gesamt:	828,3	193.609	830,9	179.838
ZDF:				
Fertige Programmvorräte (ohne Anschlusslizenzen)	209,8	51.510	216,9	45.727
Anschlusslizenzen	14,1	6.589	5,6	3.039
Bilanzierte Wiederholungsrechte	57,8		59,0	
Unfertige Programme/Anzahlungen (einschl. unfertige Anschlusslizenzen)	199,5		245,9	
Gesamt:	481,3	58.099	527,4	48.766

Die pauschalen/bilanzierten Wiederholungsrechte, die unfertigen Programme und die geleisteten Anzahlungen konnten nur wert-, jedoch nicht mengenmäßig erfasst werden.

Tz. 562 Der Wert des Programmvermögens hat sich bei den **ARD-Anstalten** zum 31.12.2002 gegenüber dem Vorjahr um 62,2 Mio. Euro (= 7,0 %) verringert und zum 31.12.2003 geringfügig erhöht. Der größte Anteil des Werts der Vorräte entfällt mit 78,7 % (31.12.2002) bzw. 79,7 % (31.12.2003) auf die Vorräte für das Erste Programm (einschließlich Degeto-Filme und Vorabendprogramm).

Die Menge der Programmvorräte (in Sendeminuten) ist im Untersuchungszeitraum – wie auch schon in den Vorjahren – weiter stark zurückgegangen (2002: - 19,3 %; 2003: - 7,1 %). Zu einem geringen Teil ist dies auch auf statistische Effekte (geänderter Minutenausweis der Vorräte für das Vorabendprogramm des SR) zurückzuführen. Einen deutlichen Rückgang gab es bei den Filmvorräten der Degeto Film GmbH und beim Vorabendprogramm. Bei Letzterem ist dies auch in der geänderten Sendungsstruktur begründet. Der höhere Anteil an Livesendungen führt zu einem geringeren Einsatz an Vorproduktionen. Die Gesamtmenge der Programmvorräte ist auf den bisher niedrigsten Stand gesunken.

Tz. 563 Beim **ZDF** ist der Wert des Programmvermögens nach einem Rückgang von 7,9 % zum 31.12.2002 um 9,6 % zum 31.12.2003 angestiegen und hat damit wertmäßig den bisher höchsten Stand erreicht. Der Anstieg im Jahre 2003 ist im Wesentlichen auf die Anzahlungen für Sportgroßereignisse und die erstmalige Aktivierung der nichtabzugsfähigen Vorsteuer (23,2 Mio. Euro) zurückzuführen. Wie bei den Anstalten der ARD ist auch beim ZDF die Menge der einsetzbaren Programmvorräte deutlich zurück gegangen (2002: - 15,3 %; 2003: - 16,1 %) und hat damit ebenfalls den bisher niedrigsten Stand erreicht.

Entwicklung des Programmvermögens / Spielfilmvorräte

Hauptursache für diese gegenläufige Entwicklung beim Wert und bei der Menge der Vorräte sowohl bei ARD als auch beim ZDF sind die insbesondere für Spielfilme und Sport-Großereignisse gestiegenen Rechtekosten (höhere Preise für weniger Minuten). Die Vorratssituation für ARD und ZDF und deren Bewertung durch die Kommission sind in den Tzn. 573 ff., insbesondere in Tz. 579 dargestellt.

Tz. 564

2. Spielfilmvorräte

Der Wert der gesamten Spielfilmvorräte hat sich wie folgt entwickelt:

Tz. 565

Spielfilmvorräte ARD und ZDF
in Mio. Euro

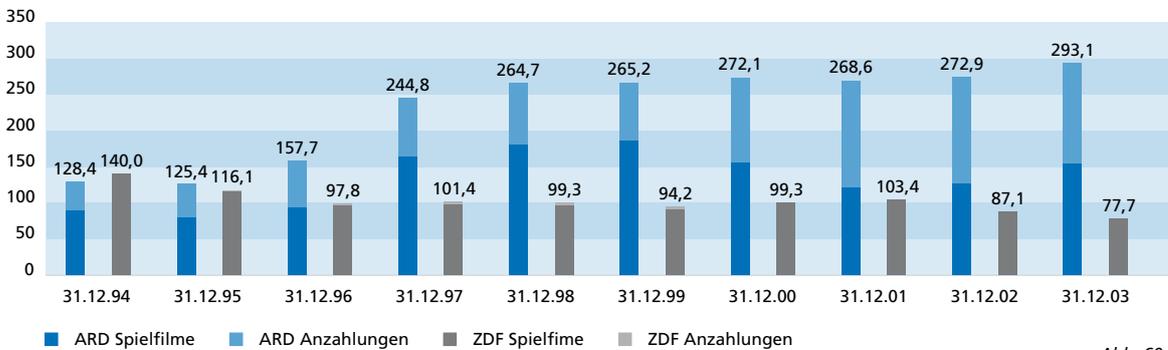


Abb. 60

Bei der Entwicklung des Werts der Spielfilmvorräte (einschl. der teilfinanzierten und noch nicht synchronisierten Filme) zeigt sich eine stark unterschiedliche Entwicklung. Während er zum 31.12.2003 bei den ARD-Anstalten den bisher höchsten Stand erreicht hat, ist er beim ZDF auf den niedrigsten Stand seit Beginn dieser Untersuchung im Jahre 1989 gefallen. Der Gesamtwert der Spielfilmvorräte der ARD-Anstalten übersteigt den des ZDF um knapp 280 %.

Tz. 566

Die Entwicklung der Menge der Spielfilmvorräte zeigt sich wie folgt:

Tz. 567

Spielfilmvorräte ARD und ZDF
in Sendeminuten

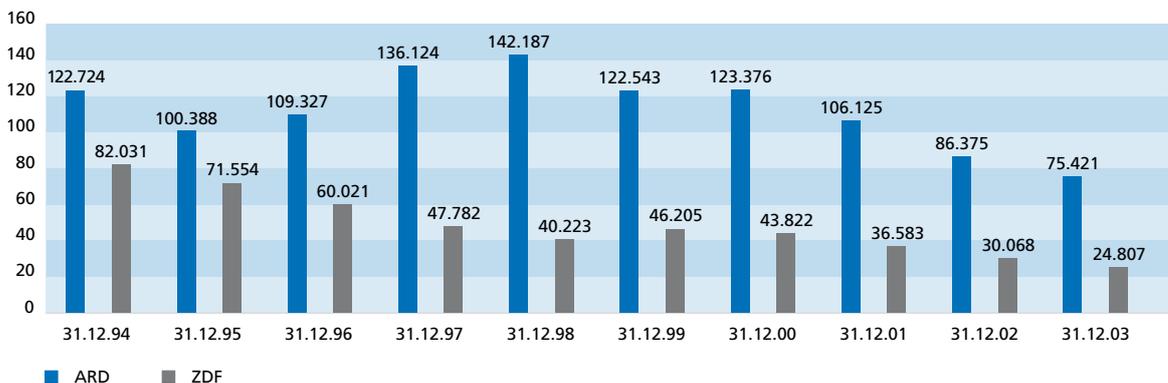


Abb. 61

Spielfilmvorräte / Durchschnittliche Minutenkosten

Tz. 568 Die dargestellten Mengen der Spielfilmvorräte sind nur eingeschränkt vergleichbar, da eine mengenmäßige Erfassung der sehr hohen Anzahlungen der ARD-Anstalten (vgl. Grafik in Tz. 565) nicht möglich war. Sowohl bei den ARD-Anstalten als auch beim ZDF hat sich die Menge der Spielfilmvorräte weiter verringert und jeweils den bisher niedrigsten Stand seit Beginn dieser Erhebung erreicht. Von den Spielfilmvorräten der ARD-Anstalten zum 31.12.2003 mit insgesamt 75.421 Minuten entfallen 37.957 auf das Erste Programm und 37.464 Minuten auf die Dritten und die anderen Programme. Von den Spielfilmvorräten des ZDF entfallen 19.658 Minuten auf das ZDF-Programm. Die Spielfilmvorräte der ARD-Anstalten für das Erste Programm liegen damit um fast 100 % über denen des ZDF für das ZDF-Programm. Ausführungen zur Vorratslage von ARD und ZDF bei Spielfilmen enthalten die Tzn. 573 ff.

Zur Ursache für die gegenläufige Entwicklung beim Wert und bei der Menge der Spielfilmvorräte wird auf Tz. 564 verwiesen. Infolge der Marktverknappung sind Lizenzdauer und Anzahl der Ausstrahlungen pro Filmerwerb gegenüber früheren Lizenzankäufen deutlich abgesunken. Dies führt zu einer weiteren Verteuerung der Spielfilme.

3. Durchschnittliche Minutenkosten der fertigen Programmvorräte

Tz. 569 Da wegen der Vorräte für die Dritten Programme und Zählweise der Vorräte für das Vorabendprogramm ein Vergleich der Minutenkosten der Gesamtvorräte nur sehr eingeschränkt aussagekräftig ist, wurden hier die durchschnittlichen Minutenkosten der Vorräte für das Erste Programm bzw. das ZDF-Programm (einschl. der Einzelwiederholungsrechte und Anschlusslizenzen) gegenübergestellt und dabei die Vorräte für das Vorabendprogramm und im Umfeld der Werbung ausgeklammert. Daneben werden die Minutenkosten der Spielfilmvorräte für das Erste Programm (Degeto-Filme) und das ZDF-Programm verglichen.

Minutenkosten in Euro	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
ARD 1. Programm	1.540	1.589	1.446	1.809	2.068	2.642	2.822	2.789	3.697	4.355
ZDF-Programm	2.202	2.283	2.589	3.136	3.282	3.359	3.194	3.141	3.789	4.908
ARD-Spielfilme (Degeto-Filme)	1.024	1.195	1.134	1.648	1.809	2.428	2.019	1.935	2.534	3.789
ZDF-Spielfilme	1.881	1.842	2.079	2.560	3.333	3.059	2.818	3.419	4.207	6.005

Tz. 570 Die durchschnittlichen Minutenkosten der fertigen Programmvorräte lagen beim ZDF zum Teil deutlich über denen der ARD-Anstalten. Zur Ursache für den starken Anstieg der Minutenkosten wird auf Tzn. 564 und 568 verwiesen. Das ZDF hat ergänzend mitgeteilt, dass der Anstieg der Minutenkosten neben der Aktivierung der Vorsteuer vor allem auf den Sendeabfluss kostengünstiger Filme zurückzuführen sei.

4. Sendungen

Die Einzelkosten der gesamten Sendungen der ARD-Anstalten im Jahre 2003 betrugen 1.873,2 Mio. Euro, davon entfielen 1.829,3 Mio. Euro (97,7 %) auf die vorratsrelevanten Erstsendungen. Von der gesamten Sendeleistung des Jahres 2003 mit insgesamt 5.294.163 Sendeminuten betreffen 1.972.174 Minuten (37,3 %) die vorratsrelevanten Erstsendungen. Beim Ersten Programm (einschl. Vormittags-, aber ohne Vorabendprogramm) mit insgesamt 454.628 Sendeminuten und 303.470 Erstsendeminuten lag der Anteil der Erstsendungen an der Sendeleistung bei 66,8 % (2001: 64,8 %).

Tz. 571

Die gesamten Sendungen des ZDF (ohne die digitalen Programme ZDFtheaterkanal, ZDFinfokanal und ZDFdokukanal) im Jahre 2003 verursachten Einzelkosten i.H.v. 960,8 Mio. Euro, von denen 942,6 Mio. Euro (98,1 %) die vorratsrelevanten Erstsendungen betrafen. Das ZDF hat 2003 insgesamt 1.175.506 Sendeminuten ausgestrahlt (ohne ZDFtheaterkanal, ZDFinfokanal und ZDFdokukanal). Von der Sendeleistung entfielen 484.230 Minuten auf das ZDF-Programm. Bereinigt um die Programme im Umfeld der Werbung waren es 462.098 Minuten, darin enthalten sind Erstsendeminuten von 309.776 Minuten (67,0 %). Der Anteil der vorratsrelevanten Erstsendungen an den Gesamtsendungen (476.331 Minuten) lag bei 40,5 % (ohne digitale Programme). Zusätzlich wurden in den digitalen Programmen ZDFtheaterkanal, ZDFinfokanal und ZDFdokukanal insgesamt 1.133.447 Minuten ausgestrahlt. Darin enthalten sind 38.294 Erstsendeminuten.

Tz. 572

Der Anteil der Erstsendungen von 67,0 % (2001: 64,4 %) beim ZDF-Programm (ohne Sendungen im Umfeld der Werbung) entspricht dem der ARD-Anstalten von 66,8 % (2001: 64,8 %) beim Ersten Programm (ohne Vorabend-, einschl. Vormittagsprogramm).

Bevorratungsquoten

5. Bevorratungsquoten

Tz. 573 Nachfolgend sind die Bevorratungsquoten (Verhältnis des Werts bzw. der Menge der fertigen Programmvorräte ohne Wiederholungsrechte/Anschlusslizenzen zum 31.12.2003 zu den Kosten bzw. Sendeminuten der Erstsendungen des Jahres 2003) dargestellt. Die Bevorratungsquoten für den Wert und die Menge konnten – abgesehen von „Spielfilm“ – nur für die fertigen Vorräte ermittelt werden, da für die unfertigen Programme und Anzahlungen grundsätzlich keine Mengenangaben möglich waren. Allerdings konnten bei der Quote „Spielfilm“ die teilfertigen Filme (noch nicht synchronisierte Spielfilme) einbezogen werden, da entsprechende Meldungen von ARD und ZDF vorlagen.

Tz. 574 Beim **Wert** der gesamten fertigen Programmvorräte (ohne Einzelwiederholungsrechte und Anschlusslizenzen) ergaben sich zum 31.12.2003 folgende Bevorratungsquoten:

Prozentualer Anteil des Werts der Programmvorräte Fernsehen 31.12.2003 an den Kosten der Erstsendungen Fernsehen 2003
in Prozent

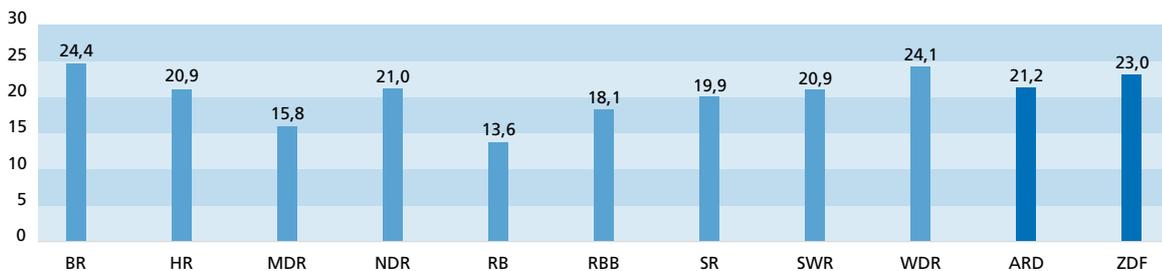


Abb. 62

Die Bevorratungsquoten beim Wert der gesamten Programmvorräte der ARD-Anstalten insgesamt und des ZDF liegen nahe beieinander.

Tz. 575 Bevorratungsquote bei der **Menge** der fertigen Programmvorräte zum 31.12.2003:

Prozentualer Anteil der Menge der Programmvorräte Fernsehen 31.12.2003 an den Sendeminuten der Erstsendungen Fernsehen 2003
in Prozent

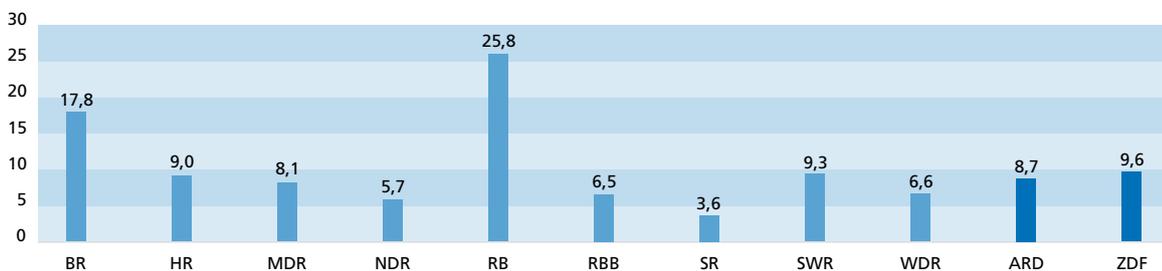


Abb. 63

Tz. 576 Die Bevorratungsquoten hinsichtlich der Menge der Vorräte von ARD insgesamt und ZDF liegen etwa gleich hoch. Innerhalb der ARD-Anstalten ist eine größere Bandbreite der Bevorratung festzustellen.

Bevorratungsquoten

Für das Erste Programm der ARD-Anstalten ergab sich eine Bevorratungsquote bezogen auf den Wert von 30,8 % und bezogen auf die Menge von 19,1 %. Für das ZDF-Programm lagen die Quoten mit 20,2 % beim Wert bzw. mit 9,7 % bei der Menge deutlich darunter. Wegen der Zählweise bei den ARD-Anstalten sind auch hier die Vorräte und der Sendeaufwand für das Vorabendprogramm bzw. das Programm im Umfeld der Werbung ausgedehnter worden.

Tz. 577

Bei den Spielfilmen (einschl. noch nicht synchronisierten Spielfilmen) für das Erste Programm und das ZDF-Programm zeigt sich folgende Vorratslage: Beim Wert ergibt sich für die ARD-Anstalten eine Bevorratungsquote von 81,0 %, für das ZDF von 87,0 %. Bei der Menge der Spielfilmvorräte liegt die Bevorratungsquote für die ARD-Anstalten bei 84,4 %, beim ZDF bei 112,1 %.

Tz. 578

Zusammenfassung der Quoten für die verschiedenen Bereiche 2001 und 2003:

Tz. 579

in %	Gesamtvorräte				Erstes Programm/ ZDF-Programm				Spielfilme			
	Wert		Menge		Wert		Menge		Wert		Menge	
	2001	2003	2001	2003	2001	2003	2001	2003	2001	2003	2001	2003
ARD:	19,8	21,2	10,4	8,7	26,1	30,8	25,7	19,1	67,2	81,0	168,6	84,4
ZDF:	22,2	23,0	13,7	9,6	19,0	20,2	14,3	9,7	108,0	87,0	122,6	112,1

Bei den **ARD-Anstalten** hat sich die Vorratslage beim **Wert** gegenüber der letzten Untersuchung bei den Gesamtvorräten, beim Ersten Programm und bei den Spielfilmen zwar jeweils leicht erhöht, bei der **Menge** aber z.T. deutlich vermindert. Die Quote bei der Menge der Spielfilme hat sich halbiert. Beim ZDF hat sich die Quote für den **Wert** der Gesamtvorräte und das ZDF-Programm geringfügig erhöht, die für die Spielfilmvorräte um 19,4 % verringert. Die Quoten für die **Menge** der Vorräte sind bei den Gesamtvorräten um 29,9 %, beim ZDF-Programm um 32,2 % und bei den Spielfilmen um 8,6 % zurückgegangen.

Die Menge der gesamten fertigen Vorräte der ARD-Anstalten hätte die Sendeleistung für einen Zeitraum von 32 Tagen (2001: 38), die des ZDF die von 35 Tagen (2001: 50) abgedeckt. Die Menge der Vorräte der ARD-Anstalten für das Erste Programm hätte für 70 Tage (2001: 94), die des ZDF für das Hauptprogramm für 35 Tage (2001: 52) ausgereicht. Die Spielfilmvorräte der ARD-Anstalten für das Erste Programm hätten die entsprechende Sendeleistung von 308 Tagen (2001: 616), die des ZDF für das ZDF-Programm das entsprechende Sendevolumen von 409 Tagen (2001: 447) gedeckt.

Wie bereits ausgeführt, konnten bei der Ermittlung der vorgenannten Quoten die unfertigen Programme (außer bei „Spielfilm“) und Anzahlungen nicht einbezogen werden. Angesichts der erheblich höheren unfertigen Programme und Anzahlungen der ARD-Anstalten beim Ersten Programm und bei den Spielfilmen ist die Vorratslage der ARD-Anstalten zum 31.12.2003 in allen untersuchten Bereichen („Gesamtvorräte“, „Erstes Programm“/„ZDF-Programm“, „Spielfilme“) sowohl beim Wert als auch bei der Menge letztlich günstiger als die des ZDF.

Abschreibungen auf Programmvermögen / Geplante Bestandsveränderungen

6. Abschreibungen auf Programmvermögen

Tz. 580 Die Abschreibungen auf Programmvermögen betragen:

Abschreibungen (in Mio. Euro)	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
ARD:	5,8	14,8	12,4	5,4	3,8	6,6	7,4	5,8	4,0	4,3
davon Vorabendprogramm										
- der Anstalten	0,1	1,8	0,4	0,3	0,2	1,5	0,6	0,8	1,4	0,8
- der Werbegesellschaften	4,0	10,2	9,1	3,2	2,8	2,6	2,2	3,6	0,3	2,0
ZDF:	2,0	2,2	1,6	2,2	2,4	1,9	2,0	1,7	3,7	1,5

Tz. 581 Die Abschreibungen von Produktionen (Ausbuchung fertiger und abgebrochener, nicht gesendeter Produktionen) sind nach Ansicht der Kommission unkritisch. Sie lagen bei den ARD-Anstalten in den Jahren 2002 und 2003 bei jeweils 0,5 % der gesamten Programmvermögen, beim ZDF bei 0,8 % (2002) bzw. 0,3 % (2003). Die höheren Abschreibungen 2002 des ZDF betrafen aufgezeichnete Programme, die wegen der Ereignisse am 11. September 2001 nicht mehr realisierbar waren.

7. Geplante Bestandsveränderungen bei den Programmvermögen Fernsehen

Tz. 582 Die ARD-Anstalten haben in den Mittelfristigen Finanzbedarfsplanungen (Stand 30.4.2005) insgesamt die folgenden geplanten Bestandsveränderungen finanzbedarfswirksam ausgewiesen:

Geplante Bestandsveränderungen (in Mio. Euro)	Vorläufiges Ist	Lt. Mittelfristige Finanzbedarfsplanungen (Finanzvorschau)				Gesamt	Gesamt
	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008	2005-2008
Programmvermögen							
Abnahme	5,6	0,0	10,5	0,0	3,6	19,7	14,1
Zunahme	33,9	56,7	19,6	29,1	27,0	166,3	132,4
Saldo gesamt (einschl. Degeto)	28,3	56,7	9,1	29,1	23,4	146,6	118,3

Die geplanten Bestandserhöhungen der ARD-Anstalten betreffen vor allem die Filmvermögen der Degeto Film GmbH.

Tz. 583 Ausgehend vom Programmvermögen zum 31.12.2003 i.H.v. 830,9 Mio. Euro führen die geplanten Bestandserhöhungen der ARD-Anstalten von insgesamt 146,6 Mio. Euro für die Jahre 2004 – 2008 zu einem Bestand von 977,5 Mio. Euro zum 31.12.2008. Dies entspricht einem Gesamtanstieg von 17,6 % in 5 Jahren bzw. einer durchschnittlichen Steigerungsrate von 3,3 % pro Jahr.

Tz. 584 In der Finanzvorschau weist das ZDF folgende Bestandsveränderungen aus:

Geplante Bestandsveränderungen Zu-/Abnahme der Programmvermögen	Soll lt. Haushaltsplan		lt. Finanzvorschau			Gesamt	Gesamt
	2004	2005	2006	2007	2008	2004-2008	2005-2008
in Mio. Euro	-13,5	30,0	-35,3	21,9	-18,0	-14,9	-1,4
in Minuten	-1.330	-4.105	-1.060	-1.060	-1.060	-8.615	-7.285

Stellungnahmen der Anstalten / Bewertung durch die Kommission

Nach den Planungen für 2004-2008 wird der Wert der Programmvorräte geringfügig, die Menge der Vorräte spürbar zurückgehen. Bei den Spielfilmen hat das ZDF höhere Entnahmen als Zuführungen und eine Preissteigerung von 2 % zugrunde gelegt. Anzahlungen für bereits abgeschlossene Sportverträge sind berücksichtigt.

8. Stellungnahmen der Anstalten

Mit Schreiben vom 1. Juli 2005 haben die ARD-Anstalten zu den Erhebungen Stellung genommen. Soweit angezeigt, wurden die Anmerkungen der ARD-Anstalten in den jeweiligen Ausführungen ergänzt. Außerdem haben sie darauf hingewiesen, dass ihre Gesamtvorräte im Untersuchungszeitraum wert- und mengenmäßig stärker abgenommen haben als die des ZDF und die Programmvorräte des ZDF deutlich höhere Minutenkosten ausweisen. Nicht zutreffend sind die Ausführungen der ARD, dass der in Tz. 566 im Vergleich zum ZDF höhere Gesamtwert der Spielfilmvorräte der ARD-Landesrundfunkanstalten in erster Linie in der Versorgung der Dritten Programme begründet sei. Von den gesamten Spielfilmvorräten i.H.v. 293,1 Mio. Euro entfallen lediglich 7,8 Mio. Euro (= 2,7 %) auf die Dritten Programme und 3,0 Mio Euro (= 1,0 %) auf Andere Programme.

Tz. 585

Das ZDF hat mit Schreiben vom 13. Juli 2005 Stellung genommen. Die Hinweise und Ergänzungen wurden in die vorstehenden Ausführungen aufgenommen, soweit dies erforderlich erschien. Zu den höheren durchschnittlichen Minutenkosten bei den Spielfilmen hat es ausgeführt, dass sich sein Vorratsbedarf insbesondere auf die wichtigen fiktionalen Sendeplätze in der Prime Time mit genebedingt höheren Minutenpreisen konzentrierte, während die ARD ihre Durchschnittskosten durch Vorratshaltung auch in Randzonen des Programms absenken könne. Abschließend hat das ZDF auf die Unterschiede bei den geplanten Bestandsveränderungen hingewiesen.

Tz. 586

9. Bewertung durch die Kommission

Die Ergebnisse dieser Untersuchung – insbesondere die Entwicklung des Werts und der Menge der Vorräte und die Höhe der Abschreibungen – geben unter Berücksichtigung der Programmhoheit der Anstalten sowie der Situation des Rechtemarktes (z.B. Preisentwicklung bei den Spielfilmrechten bei gleichzeitiger Reduzierung der Anzahl der Ausstrahlungen pro Filmerwerb usw.) keinen Anlass zur Korrektur.

Tz. 587

Ausstrahlung der Programme

Im Vergleich zum 14. Bericht können die Ausstrahlungskosten der ARD um 10,6 %, die des ZDF um 6,1 % gesenkt werden. Die Kosten des Deutschlandradios steigen wegen der Projekte DAB um 2,4 %. Die Kosten der Programmausstrahlung von ARTE steigen um 1,5 %.

Tz. 588 Entsprechend der Bitte der Kommission haben ARD, ZDF, Deutschlandradio und ARTE die Kosten der Programmverteilung aufgeschlüsselt. Von der ARD und vom Deutschlandradio sind auch die Kosten der eigenen Senderbetriebe benannt worden.

Tz. 589 Die ARD hat mit Schreiben vom 20. Mai 2005 die folgenden Zahlen genannt (in Mio. Euro):

	14. Bericht 2005	15. Bericht 2005	14. Bericht 2006	15. Bericht 2006	14. Bericht 2007	15. Bericht 2007	14. Bericht 2008	15. Bericht 2008
Terrestrische Verteilung (inkl. Leitungskosten)								
Hörfunkprogramme	25,7	27,1	25,7	27,3	27,2	28,7	27,2	28,9
Fernsehprogramme	130,5	117,7	130,9	108,7	134,4	115,6	134,7	115,6
Digitaler Hörfunk (DAB)	12,1	14,9	12,1	17,2	12,2	18,1	12,2	19,5
Digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T)	19,8	19,3	20,3	21,7	20,6	23,7	21,0	24,3
Eigener Senderbetrieb für Hörfunk und Fernsehen	111,6	97,8	113,4	99,3	115,2	100,9	117,1	100,4
Satellitenausstrahlung								
Hörfunkprogramme (analog und digital)	2,8	2,3	2,8	3,4	2,8	2,3	2,8	3,1
Erstes Fernsehprogramm	5,7	5,3	5,8	5,3	5,9	5,3	6,0	4,2
Dritte Fernsehprogramme	61,2	49,6	61,7	48,3	62,3	48,2	62,8	40,0
3sat (ARD-Anteil)	3,0	2,8	3,1	2,8	3,1	2,8	3,2	2,8
Kinderkanal (ARD-Anteil)	2,0	2,1	2,0	2,1	2,0	2,1	2,1	1,6
Phoenix (ARD-Anteil)	3,0	2,7	3,1	2,7	3,1	2,7	3,1	2,1
Digitale Satellitenausstrahlung DVB	10,2	14,3	10,2	13,1	10,1	14,3	10,1	17,4
Kabelverbreitung								
Hörfunkprogramme (analog und digital)	0,7	3,7	0,7	3,8	0,7	3,8	0,7	3,9
Erstes Fernsehprogramm	4,6	2,7	4,6	2,7	4,7	2,7	4,8	2,8
Dritte Fernsehprogramme	18,2	13,3	18,5	13,2	18,8	13,4	19,1	13,7
3sat (ARD-Anteil)	1,4	1,3	1,4	1,3	1,4	1,4	1,5	1,4
Kinderkanal (ARD-Anteil)	0,9	1,3	1,0	1,3	1,0	1,4	1,0	1,4
Phoenix (ARD-Anteil)	1,4	1,3	1,4	1,3	1,4	1,4	1,5	1,4
Digitale Kabelverbreitung DVB	7,6	5,4	7,6	5,3	8,0	5,4	8,0	5,4
Hoheitskosten (bedingt durch die terrestrische Verteilung der Hörfunk- und Fernsehprogramme)	18,9	14,7	18,9	14,4	19,5	14,4	19,5	14,8
Gesamt	441,3	399,6	445,2	395,2	454,6	408,4	458,3	404,8

Tz. 590 In der Summe belaufen sich die Kosten für die Jahre 2005-2008 gemäß Anmeldung zum 14. Bericht auf 1.799,4 Mio. Euro und gemäß Anmeldung zum 15. Bericht auf 1.608,0 Mio. Euro. Die **Absen-**

kung entspricht 10,6 % der zum 14. Bericht gemeldeten Kosten. Eine erhebliche Kostensteigerung ist bei der digitalen Satellitenausstrahlung (DVB) sowie bei der Kabelverbreitung der Hörfunkprogramme zu vermerken.

Auf Nachfrage der Kommission nannte die ARD mit Schreiben vom 17. Juni 2005 die folgenden **Begründungen** für einige der besonders signifikanten Abweichungen:

Tz. 591

1. Terrestrische Verteilung der Fernsehprogramme: Kostenreduktion durch Mengenanpassung bei analogen Fernsehsendern und bei Leitungen sowie Ausstieg aus der analogen Fernsehverbreitung und Verschiebung zu digitalen Sendern;
2. Kosten des eigenen Senderbetriebes: geringere Kosten für die Altersversorgung sowie Verringerungen von Personalaufwendungen, Sachaufwendungen und Abschreibungen;
3. analoge Satellitenausstrahlung der Dritten Fernsehprogramme: neuer Rahmenvertrag mit SES Astra;
4. digitale Satellitenausstrahlung (DVB): Kapazitätsausweitung auf drei Satellitentransponder in den Jahren 2005-2007 sowie auf vier Transponder im Jahr 2008 bei gleichzeitigen Preisnachlässen pro Transponder;
5. Kabelverbreitung: neue Einspeiseverträge mit den Kabelnetzbetreibern bei gleichzeitiger Veränderung der Vertragsstruktur, wodurch die Kosten der UKW-Einspeisung steigen.

Von den in Bd. 1, Tz. 49 genannten Beträgen unterscheiden sich die hier dargestellten Zahlen aus verschiedenen systematischen Gründen. Unter anderem sind hier die Kosten der Projekte DAB und DVB-T sowie die Kosten des eigenen Senderbetriebs berücksichtigt.

Die Aufwendungen für die Projekte **DAB** und **DVB-T** unterscheiden sich nach Aussagen der ARD (Schreiben vom 17. Juni 2005) deshalb von den in der Projektanmeldung genannten Werten, weil dort auch Investitionen einbezogen werden, während in der obigen Tabelle nur laufende Aufwendungen erfasst sind. Anders als das ZDF hat die ARD den tatsächlichen Anstieg der DVB-T-Verbreitungskosten über die Berichtsjahre in dieser Darstellung abgebildet.

Tz. 592 Die vom ZDF geplanten Kosten der Programmverteilung lassen sich wie folgt darstellen (in Mio. Euro):

	14. Bericht 2005	15. Bericht 2005	14. Bericht 2006	15. Bericht 2006	14. Bericht 2007	15. Bericht 2007	14. Bericht 2008	15. Bericht 2008
Terrestrische Verteilung des Hauptprogramms einschließlich Leitungs- und Hoheitskosten	84,5	82,3	84,5	83,6	87,4	86,6	90,6	89,7
Digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T)	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3
Satellitenausstrahlung (inkl. Uplinkkosten)								
ZDF-Hauptprogramm	6,4	5,5	6,5	5,5	6,5	5,5	6,5	5,5
3sat (ZDF-Anteil)	3,1	3,0	3,1	3,0	3,1	3,0	3,1	3,0
Kinderkanal (ZDF-Anteil)	2,0	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	1,8
Phoenix (ZDF-Anteil)	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	2,5
ZDF.vision (digital)	6,7	5,8	6,7	5,3	7,5	5,4	6,7	5,4
Kabelverbreitung		5,0		5,3		6,1		6,1
ZDF-Hauptprogramm	2,5		2,5		2,7		2,7	
3sat (ZDF-Anteil)	1,2		1,3		1,3		1,3	
Kinderkanal (ZDF-Anteil)	0,6		0,7		0,7		0,7	
Phoenix (ZDF-Anteil)	1,2		1,3		1,3		1,3	
ZDF.vision (digital)	3,8		3,8		3,8		3,8	
Gesamt	123,4	115,1	123,9	116,2	127,0	120,1	130,2	122,3

Tz. 593 In der Summe belaufen sich die Kosten für die Jahre 2005-2008 gemäß Anmeldung zum 14. Bericht auf 504,5 Mio. Euro und gemäß Anmeldungen zum 15. Bericht auf 473,7 Mio. Euro. Die **Absenkung** entspricht **6,1 %** der zum 14. Bericht gemeldeten Kosten. Besonders auffallend ist die Abweichung bei den Kosten der Kabelverbreitung. Sie beläuft sich auf 16,0 Mio. Euro und entspricht damit einer Reduktion um 42 % gegenüber den im 14. Bericht genannten Beträgen. Auf Nachfrage erklärte das ZDF, diese drastische Verringerung sei die Folge neuer Verträge mit den Kabelnetzbetreibern.

Von den in Bd. 1, Tz. 49 genannten Beträgen unterscheiden sich die hier dargestellten Zahlen aus verschiedenen systematischen Gründen. Unter anderem ist hier das Projekt DVB-T berücksichtigt. Dass die Kosten der **DVB-T** Verbreitung scheinbar über die Jahre konstant bleiben, entspricht nicht der Realität. Das ZDF weist nach eigenen Angaben **konstante Jahresraten** aus, um die Logik der ursprünglichen Projektanmeldung nicht zu verlassen.

Die bei **Deutschlandradio** geplanten Kosten der Programmverteilung lassen sich wie folgt darstellen Tz. 594
(in Mio. Euro):

	14. Bericht 2005	15. Bericht 2005	14. Bericht 2006	15. Bericht 2006	14. Bericht 2007	15. Bericht 2007	14. Bericht 2008	15. Bericht 2008
Terrestrische Verteilung über Sender der Deutschen Telekom AG und der ARD einschließlich der Signalheranführung	23,2	21,4	23,3	22,1	24,0	22,9	24,1	23,1
Digitaler Hörfunk DAB	5,1	6,8	5,1	6,8	5,2	6,8	5,2	8,6
Kosten des eigenen Sendebetriebs für die terrestrische Verteilung	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Satellitenausstrahlung und Kabelverbreitung	1,3	1,2	1,3	1,2	1,3	1,2	1,3	1,2
Hoheitskosten	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Gesamt	31,2	31,0	31,3	31,7	32,1	32,5	32,2	34,5

In der Summe belaufen sich die Kosten für die Jahre 2005-2008 gemäß Anmeldung zum 14. Bericht Tz. 595
auf 126,8 Mio. Euro und gemäß Anmeldungen zum 15. Bericht auf 129,7 Mio. Euro. Dies entspricht
einer **Steigerung um 2,4 %**.

Von den in Bd. 1, Tz. 49 genannten Beträgen unterscheiden sich die hier dargestellten Zahlen aus
systematischen Gründen. Hier sind die Kosten der Projekte **DAB** und **UKW** sowie die Kosten des ei-
genen Sendebetriebs berücksichtigt. Nicht berücksichtigt sind die dort berücksichtigten Kosten der
vorübergehend überlassenen Leitungen, des Sternpunkts in Frankfurt und des HybNet.

Die Kosten der Technischen Leistungen zur Fernsehversorgung von **ARTE**, welche durch ARTE Tz. 596
Deutschland getragen werden, können wie folgt aufgeschlüsselt werden (in Mio. Euro):

	14. Bericht 2005	15. Bericht 2005	14. Bericht 2006	15. Bericht 2006	14. Bericht 2007	15. Bericht 2007	14. Bericht 2008	15. Bericht 2008
Satellitenausstrahlung (analog und digital)	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	5,7
Uplinkkosten	0,4	0,5	0,4	0,5	0,4	0,5	0,4	0,5
Kabelverbreitung (analog und digital)	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Gesamt	8,1	8,2	8,1	8,2	8,1	8,2	8,1	8,3

In der Summe belaufen sich die Kosten für die Jahre 2005-2008 gemäß Anmeldung zum 14. Bericht Tz. 597
auf 32,4 Mio. Euro und gemäß Anmeldungen zum 15. Bericht auf 32,9 Mio. Euro. Dies entspricht
einer **Steigerung um 1,5 %**.

Verwaltungskosten

Prüfungsschwerpunkte zur Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit**Verwaltungskosten**

- *Der Verwaltungskostenanteil der ARD-Anstalten beläuft sich im Zeitraum 2001-2004 auf durchschnittlich 4,0 % im Vergleich zu den Gesamtaufwendungen. Beim ZDF beträgt die Quote 3,5 %, beim Deutschlandradio 4,9 %. Die Kommission ist der Auffassung, dass die Bemühungen der Anstalten um mehr Wirtschaftlichkeit bei den Verwaltungskosten erkennbar sind.*
- *Die sachgerechte Erarbeitung der Zuordnungskriterien und die Herausgabe eines anstaltsübergreifenden Leitfadens erhöht die Transparenz im Verwaltungskostenbereich. Zukünftig sind anstaltsübergreifend Benchmarks möglich, aus denen die Anstalten die notwendigen Schlüsse ziehen müssen.*

1. Darstellung der Anstalten**1.1 Verwaltungskosten allgemein**

Tz. 598

Die Verwaltungskosten enthalten die Kosten für Intendanz, Justizariat, Verwaltungsdirektion mit Finanzen, Personal, Honorare und Lizenzen, auf die Verwaltung entfallende Aufwendungen für Organisation und Datenverarbeitung, Verwaltung der Außenstellen (Inlandsstudios) sowie die Kosten für die Allgemeine Verwaltung.

Die ARD-Anstalten haben aufgrund der Analysen der Kommission im 14. Bericht die Erhebung der Verwaltungskosten überprüft und einen **Leitfaden für die Ermittlung der Verwaltungskosten** entwickelt. ZDF und Deutschlandradio wenden diesen Leitfaden mit Zuordnungskriterien für die Verwaltungskosten ebenfalls an.¹

Im Einvernehmen mit der Kommission wurden die Gesamtaufwendungen der ARD zur Bereinigung von Doppelerfassungen neu abgegrenzt. Auch beim Deutschlandradio wurde die Methodik zur Ermittlung der Gesamtaufwendungen durch die Anwendung des ARD-Leitfadens geändert.

Der Anteil der Verwaltungskosten der Anstalten an den Gesamtaufwendungen zeigt für die Jahre 2001-2004 folgendes Bild:

Tab. 80 Anteil der Verwaltungskosten an den Gesamtaufwendungen 2001-2004

Jahr	BR	HR	MDR	NDR	RB	RBB	SR	SWR	WDR	ARD	ZDF	DLR
2001	4,3 %	4,1 %	3,6 %	4,4 %	5,2 %	4,9 %*	4,7 %	4,5 %	3,4 %	4,1 %	3,5 %	5,4 %
2002	4,0 %	3,9 %	3,6 %	4,3 %	6,0 %	5,3 %*	5,1 %	5,0 %	3,4 %	4,1 %	3,4 %	5,0 %
2003	3,8 %	4,2 %	3,6 %	3,9 %	5,7 %	4,1 %	5,4 %	3,9 %	3,6 %	3,9 %	3,6 %	4,7 %
2004	3,8 %	3,9 %	3,5 %	3,9 %	5,7 %	3,6 %	5,3 %	3,9 %	3,6 %	3,8 %	3,3 %	4,6 %
Ø	4,0 %	4,0 %	3,6 %	4,1 %	5,7 %	4,3 %	5,1 %	4,2 %	3,5 %	4,0 %	3,5 %	4,9 %

*Mittel aus SFB und ORB

¹ Die Zuordnungskriterien für die Verwaltungskosten und auch für die Gesamtaufwendungen haben sich gegenüber dem 14. Bericht (Tzn. 512 ff.) verändert. In Abstimmung mit der KEF wurde auch die Berechnung der Aufwendungen für die Altersversorgung vereinheitlicht, so dass sie ab 2003 für alle ARD-Anstalten und das Deutschlandradio aufgrund gleicher Vorgaben berechnet werden.

ARD

Tz. 599

In der Gesamttendenz zeigt sich, dass die **Verwaltungskostenquote** im Zeitraum 2001-2004 bei der ARD zurückgegangen ist. Leichte Erhöhungen ergeben sich 2003/2004 nur bei RB, SR und WDR.

Der **Personalkostenanteil** an den Verwaltungskosten liegt nach der Darstellung aller ARD-Anstalten in den Jahren 2001-2004 bei durchschnittlich 67,6 %. Die Aufwendungen für die Altersversorgung sind bei der ARD von 10,2 % im Jahr 2001 (24,2 Mio. Euro) auf 3,4 % (7,7 Mio. Euro) im Jahr 2004 gesunken. Die gesamten Personalkosten inklusive Altersversorgung gingen von 160 Mio. Euro im Jahr 2001 auf 152,3 Mio. Euro im Jahr 2004 zurück.

ZDF

Tz. 600

Kostenreduzierungen ergeben sich im Jahr 2004 bei den Studio-Verwaltungen durch verursachungsgerechte Verrechnungen der Fahrdienstleistungen sowie bei der Organisation und Datenverarbeitung durch Abschluss von Sonderprojekten und Reduzierung der Wartungsleistungen. Auch im Bereich Personal und im Bereich Finanzen sind die Kosten gesunken. Die Kosten der Intendanz und des Justizariates haben sich 2003 und 2004 nicht signifikant verändert.

Der **Personalkostenanteil** inklusive Altersversorgung betrug beim ZDF im Jahr 2001 57 % an den Verwaltungskosten und ist bis zum Jahr 2004 auf 62 % angestiegen.

Deutschlandradio

Tz. 601

Das Deutschlandradio ermittelt die Verwaltungskosten ab dem Jahr 2003 auch nach den Vorgaben des Leitfadens der ARD. Dadurch ist eine unmittelbare Vergleichbarkeit mit den Vorjahren nur eingeschränkt gegeben.

Der prozentuale Anteil der Verwaltungskosten an den Gesamtaufwendungen für den Zeitraum 2001-2004 beläuft sich auf durchschnittlich 4,9 %. In den Jahren 2003 und 2004 ist die **Verwaltungskostenquote** auf 4,6 % bei Berücksichtigung der Modifizierung der Gesamtkosten **gesunken**.

Der **Personalkostenanteil** an den Verwaltungskosten beim Deutschlandradio betrug im Jahr 2003 71,6 % und ist um 3,4 % (413.000 Euro) gegenüber dem Jahr 2002 gesunken. Nach Darstellung des Deutschlandradios ist dies auch auf die modifizierte Berechnung der Aufwendungen für die Altersversorgung zurückzuführen. Im Jahr 2004 verringerte sich der Personalaufwand erneut und erreicht 66,8 % an den Verwaltungskosten.

Verwaltungskosten

Tz. 602 Im Einzelnen setzt sich die Entwicklung der Verwaltungskosten der Jahre 2003 und 2004 wie folgt zusammen:

Tab. 81 Verwaltungskosten 2003 und 2004 (in Mio. Euro)

	ARD		ZDF		DLR	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Intendanz	20,6	21,0	3,9	4,0	0,9	0,9
Justizariat	10,7	10,3	2,4	2,6	0,3	0,3
Verwaltungsdirektion (Leitung)	5,7	5,3	0,8	0,8	0,4	0,4
Finanzverwaltung	28,7	28,3	8,1	7,9	1,8	1,8
Personal	33,4	33,7	7,5	7,2	1,9	1,9
Honorare und Lizenzen	22,9	23,3	8,1	8,2	1,4	1,4
Organisation und Datenverarbeitung	36,6	36,4	8,2	7,3	0,7	0,6
Verwaltung der Außenstellen	11,3	11,8	6,2	4,9	0,0	0,0
Allgemeine Verwaltung	55,4	55,7	16,8	16,7	1,3	1,3
Summe Verwaltungskosten	225,2	225,9	62,1	59,5	8,7	8,6
Gesamtaufwendungen	5.775,1	5.917,4	1.714,1	1.821,5	186,2	185,1
Anteil Verwaltungskosten	3,9 %	3,8 %	3,6 %	3,3 %	4,7 %	4,6 %

1.2 Intendanz

Tz. 603 Die Kosten der Intendanz beim **WDR** sind zwar im Jahr 2003 gegenüber 2002 zurückgegangen, haben sich aber im Jahr 2004 wieder erhöht. Der WDR teilt dazu mit, dass im Vergleich zu anderen großen Landesrundfunkanstalten der Bereich „HA Revision“, der bei der Intendanz angesiedelt ist, höhere Personalkosten durch eine Vielzahl von Zusatzaufgaben (z.B. intere Beratungstätigkeit als Ersatz für externe Unternehmensberatungen) verursache.

Der **BR** begründet die gestiegenen Kosten der Intendanz in den Jahren 2003/2004 mit einem Umstrukturierungsprozess, der von Unternehmensberatern begleitet wurde. Im Jahr 2005 würden sich die Kosten wieder reduzieren.

Der Kostenanstieg des **NDR** in den Jahren 2003/2004 wird mit dem ARD-Vorsitz begründet.

1.3 Honorare und Lizenzen

Tz. 604 Nachdem von den ARD-Anstalten in den Jahren 2002/2003 bei den Kosten für Honorare und Lizenzen eine Reduzierung von 1,3 Mio. Euro ausgewiesen wurde, haben sich in den Jahren 2003/2004 die Kosten um 0,4 Mio. Euro erhöht.

Der Bereich Honorare und Lizenzen wurde zum 14. Bericht in einer **vergleichenden Untersuchung** zwischen WDR, BR und NDR auf weitere Möglichkeiten der Kosteneinsparung überprüft. Die Kommission empfahl den Anstalten, die Untersuchung unter Einbeziehung aller ARD-Anstalten fortzusetzen und mögliche Kosteneinsparungen zu realisieren.

Die Anstalten haben den neuen Untersuchungsbericht vorgelegt, der nun alle **ARD-Anstalten** mit einbezieht. Der interne Vergleich basiert auf den Zahlen des Jahres 2003.

Aus Sicht der ARD besteht derzeit Konsens nur hinsichtlich der Daten über die Kosten und Personalkapazitäten, die mit ca. 82,6 % den größten Kostenbestandteil ausmachen. Damit ergibt sich folgende Übersicht:

Tab. 82 Kosten und Personalkapazitäten für Honorare und Lizenzen im Jahre 2003

	Kosten 2003 (in Mio. Euro)	Personal
BR	3.116,3	47,5
HR	1.738,0	34,4
MDR	2.588,0	43,0
NDR	2.579,5	41,5
RB	349,0	7,1
RBB	1.886,9	33,3
SR	640,4	11,3
SWR	3.395,0	53,7
WDR	6.596,2	80,0

Der Gesamtvergleich zeigt, dass der WDR mit den höchsten ausgewiesenen Kosten auch einen entsprechend hohen Personalbestand hat. Dieser wird mit der Anzahl der Honorarverträge und der im Vergleich höchsten Anzahl an Lizenzverträgen begründet sowie mit dem Abrechnungssystem (Überwiegenheitsprinzip), das vom WDR angewandt wird.

Tz. 605

Die Anstalten wenden bei der Abrechnung der Honorarverträge und bei den freien Mitarbeitern **unterschiedliche Abrechnungsverfahren** an: das Überwiegenheitsverfahren, die pauschale sozialversicherungsrechtliche Beurteilung der Tätigkeit und die Rahmenvereinbarung. Die Anwendung der Verfahren ist insbesondere abhängig von den jeweiligen Standortgegebenheiten, wobei das Angebot von und die Nachfrage nach Mediendienstleistungen an unterschiedlichen Standorten z.T. beträchtlich voneinander abweichen.

Zwar hat das Überwiegenheitsverfahren den höchsten personellen Aufwand, schließt aber Nachforderungen der Sozialversicherungsträger weitgehend aus und führt nach Angaben des WDR zu geringeren Arbeitgeberanteilen (z.B. BR 13,5 Mio. Euro, MDR 7,7 Mio. Euro, NDR 7,4 Mio. Euro, SWR 14,9 Mio. Euro, WDR 3,5 Mio. Euro). Bei der sozialversicherungsrechtlichen Beurteilung der Tätigkeit wird anhand der Kataloge der Versicherungsträger eine pauschale Festlegung getroffen. Die Rahmenvereinbarung ist personell mit geringeren Aufwendungen verbunden, kann aber bei Prüfungen im Einzelfall zu Nachforderungen führen. Der WDR ist durch die Sozialversicherungsträger angewiesen worden, das Überwiegenheitsverfahren anzuwenden.

Beim ZDF sind die Kosten für Honorare und Lizenzen im Jahr 2003 gestiegen; dies wird mit einem leichten Anstieg der Personalkosten begründet, wogegen die Sachfremdkosten gesunken sind. Ursächlich für den Anstieg der Personalkosten sind gestiegene Anforderungen im Zusammenhang mit den neueren Programmen, Online- und Multimediadiensten.

Tz. 606

Verwaltungskosten

1.4 Organisation und Datenverarbeitung

Tz. 607

Da die Kostenentwicklung der Position Organisation und Datenverarbeitung bei den Anstalten unterschiedlich verläuft, bat die Kommission für den 15. Bericht um eine Darstellung der weiteren Entwicklungsschritte der Arbeitsgruppe Informatik von ARD, ZDF und Deutschlandradio. Ziel der anstaltsübergreifenden Zusammenarbeit ist die **Bündelung der Aufgaben** im Bereich Information und Kommunikation, der **wirtschaftliche Einkauf** und die gemeinsame **Weiterentwicklung von Standards** für die Rundfunkanstalten. Die Arbeitsgruppe unter der Federführung vom HR beschreibt in ihrem Bericht die **Synergie- und Wirtschaftlichkeitseffekte**, wodurch konkrete Einsparungen durch Kooperationen erreicht wurden und höhere Aufwendungen durch die Bündelung von anstaltsübergreifenden Aufgaben vermieden werden konnten.

Beispiele für Einsparungen durch die Arbeitsgruppe:

- Hohe Rabatte beim Kauf von Software-Lizenzen;
- Einsparungen bei den jährlichen Software-Wartungskosten;
- Einsparungen über Rahmenverträge mit Lieferanten und den Einbau von Öffnungsklauseln in Einzelverträge, die anderen Anstalten den Einstieg in die Verträge zu günstigen Konditionen erlauben;
- Einsparungen durch Bündelung und entsprechende Vertragsgestaltung für die Festnetzanschlüsse und für den Mobilfunk;
- verstärkte Nutzung des Informations-Verarbeitungs-Zentrums Berlin (IVZ);
- Kooperation bei den Archivdatenbanken.

Die Arbeitsgruppe beziffert die erzielten Einsparungen im IT-Bereich durch Kooperationen bei Entwicklungen und verbesserte Vertragsgestaltung für den Zeitraum 2000-2004 auf 20,3 Mio. Euro für Einzelprojekte, die jährlichen Einsparungen sollen sich zwischen 15,7 Mio. Euro und 17,6 Mio. Euro belaufen.

1.5 Verwaltungskostenvergleich Hörfunk und Fernsehen

Tz. 608

Die ARD hat eine Arbeitsgruppe eingesetzt, um zu überprüfen, ob Hörfunk und Fernsehen unterschiedliche Verwaltungskosten verursachen. Am Beispiel der drei Anstalten NDR, SR und WDR wurde eine Trennung der Verwaltungskosten in Hörfunk und Fernsehen erarbeitet.

Ein Verwaltungskostenvergleich Hörfunk und Fernsehen am Beispiel von WDR, NDR und SR scheint die **strukturellen Unterschiede** zu bestätigen und damit auch die unterschiedlichen finanziellen Aufwendungen der Verwaltung zwischen Hörfunk und Fernsehen. Hörfunk ist durch seine Kleinteiligkeit aufwändiger als Fernsehen, dadurch ergibt sich ein höherer Personalbedarf. Es gibt fast keine Fremdproduktionen.

Da am Verwaltungskostenvergleich Hörfunk und Fernsehen nur drei von insgesamt neun ARD-Anstalten beteiligt waren, kann der Vergleich nicht als repräsentativ bewertet werden.

2. Bewertung durch die Kommission

2.1 Verwaltungskosten allgemein

Tz. 609

- Die detaillierte und sachgerechte Erarbeitung der Zuordnungskriterien und Herausgabe eines anstaltsübergreifenden Leitfadens erhöht die Transparenz im Verwaltungskostenbereich. Dadurch, wie auch durch die Veränderung der Definition der Gesamtaufwendungen, kam es bei einzelnen Anstalten zu Veränderungen von Einzelpositionen innerhalb der Verwaltungskosten und der Verwaltungskostenquote. Zukünftig sind anstaltsübergreifend Vergleiche (Benchmarks) möglich, aus denen die Anstalten die notwendigen Schlüsse ziehen müssen.
- Der Verwaltungskostenanteil der **ARD**-Anstalten beläuft sich im Zeitraum 2001-2004 auf durchschnittlich 4 % im Vergleich zu den Gesamtaufwendungen. Im Jahr 2004 weist die ARD eine Verwaltungskostenquote von 3,8 % aus.
- Die durchschnittliche Verwaltungskostenquote im Zeitraum 2001-2004 liegt beim **ZDF** bei 3,5 %. Nach dem Anstieg der Verwaltungskosten im Jahr 2002 um 2 Mio. Euro konnten diese vom Jahr 2003 auf 2004 um insgesamt 2,6 Mio. Euro gesenkt werden. Die Gesamtaufwendungen sind zwar im Jahr 2003 um 85 Mio. Euro gesunken, haben sich aber 2004 wieder um 107 Mio. Euro erhöht. Diese Veränderung trägt dazu bei, dass beim ZDF im Jahr 2004 eine Verwaltungskostenquote von 3,3 % ausgewiesen wird.
- Die durchschnittliche Verwaltungskostenquote für den Zeitraum 2001-2004 liegt beim **Deutschlandradio** bei 4,9 %. Der Anteil der Verwaltungskosten an den Gesamtaufwendungen ist beim Deutschlandradio in den Jahren 2002-2004 um 0,4 % gesunken, die realen Einsparungen belaufen sich auf 3,6 % oder 321.000 Euro bezogen auf das Jahr 2001. Das Deutschlandradio hat durch die Anwendung des Leitfadens für die Verwaltungskosten seine Aufwendungen harmonisiert und ist somit der Anregung der Kommission im 14. Bericht gefolgt.

Die Kommission ist der Auffassung, dass die **Bemühungen der Anstalten um mehr Wirtschaftlichkeit bei den Verwaltungskosten erkennbar** sind. Die Anstalten sollten die Rationalisierungspotenziale über die Vergleichsmöglichkeiten durch den neuen Leitfaden weiter nutzen. Möglichkeiten von Kosten- und Effizienzsteigerungen aber auch zur Schaffung von mehr Transparenz sieht die Kommission u.a. in folgenden Bereichen:

2.2 Intendanz

Tz. 610

Wie in den letzten Berichten bereits aufgeführt (14. Bericht, Tz. 541), sind die Kosten der Intendanz beim **WDR** weiterhin am höchsten. Auch unter Würdigung der Erläuterung der Kosten durch den WDR sieht die Kommission hier Möglichkeiten der Kosteneinsparung, ebenso bei SWR, NDR und BR.

Verwaltungskosten

Tz. 611 2.3 Honorare und Lizenzen

Der Personalbedarf steht einerseits in engem Zusammenhang mit dem Abrechnungsverfahren, kann aber andererseits auch unterschiedliche Einsparungen bewirken. Daher kann die Kommission die Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit allein anhand der Benchmark-Studie nicht abschließend prüfen.

Einige Anstalten stellen in ihrem Ausblick **Organisations- und Strukturveränderungen** für Honorare und Lizenzen (Einführung neuer, EDV-gestützter Abrechnungssysteme, Datenbank für die Rechteverwaltung und die Zusammenführung von Funktionen und Neuorganisationen der Verwaltungen) in Aussicht, und es werden konkrete Einsparungen im Personalbereich aufgezeigt. Diese Maßnahmen sollten mit Auswirkung auf Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit weiterentwickelt und durchgeführt werden. Dabei sind evtl. zukünftige einheitliche Abrechnungsverfahren der Sozialversicherungsträger zu berücksichtigen.

Tz. 612 2.4 Organisation und Datenverarbeitung

Die Arbeitsgruppe Informatik der Rundfunkanstalten zeigt in ihrem Bericht auf, wie **inhaltliche und wirtschaftliche Koordination und Kooperation** im Informatik-Bereich der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit aller Beteiligten dient: Die Kooperation SWR/SR bei den Honorarabrechnungssystemen für Rundfunkbeauftragte, die verstärkte Nutzung des IVZ in Berlin durch den HR und das Deutschlandradio, die gemeinsame Rechteverwaltung von MDR, BR und RBB, die Bereitstellung des ZDF-Rechenzentrums zur gemeinsamen Nutzung der Pressedatenbank oder die anstaltsübergreifend begonnene Neuentwicklung einer Datenbank für die Fernseharchive sind Beispiele, wie wirtschaftliche Entlastung im Verwaltungskostenbereich funktioniert. Diese Möglichkeiten sind auch bei anderen Positionen bei den Verwaltungskosten zu nutzen (s. Honorare und Lizenzen).

Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen

- *Die ARD hat die Aufwendungen für Marketing und Sonstige Kommunikation in den Jahren 2001-2004 gegenüber den Anmeldungen zum 14. Bericht um 30,8 Mio. Euro reduziert und plant weitere Kosteneinsparungen für die Jahre 2005-2008 von 73,2 Mio. Euro. Beim ZDF entwickeln sich die Aufwendungen parallel zum Gesamtaufwand. Das Deutschlandradio weist für den Zeitraum 2005-2008 wegen der zusätzlich von der Kommission anerkannten Mittel in Höhe von 12 Mio. Euro einen leichten Kostenanstieg aus.*
- *ARD, ZDF und Deutschlandradio haben sich auf einen gemeinsamen neuen Leitfaden zur Definition der Marketingaufwendungen in Abgrenzung zu den Sonstigen Kommunikationsaufwendungen verständigt.*

ARD und ZDF verpflichteten sich 2004 gegenüber den Bundesländern im Rahmen einer **Selbstbindungserklärung**, die Marketingaufwendungen bezüglich des Sachaufwands auf 1 % der Gesamtaufwendungen zu begrenzen (vgl. Bd. 1, Tz. 272).

Tz. 613

Das Deutschlandradio hat sich in einer Selbstbindungserklärung verpflichtet, ab 2009 den Anteil der Marketingaufwendungen, ebenfalls bezüglich des Sachaufwands, auf 1,5 % des Gesamtaufwands zu begrenzen (vgl. ebenfalls Bd. 1, Tz. 272). Für die Jahre 2005-2008 hat die Kommission einen angemeldeten Mehrbedarf für die Frequenzwerbung von 3,0 Mio. Euro jährlich anerkannt (14. Bericht, Tz. 162).

Unter Berücksichtigung der von ARD, ZDF und Deutschlandradio eingegangenen Selbstbindungen haben die Anstalten zum 15. Bericht einen neuen Leitfaden erstellt. Sie haben sich auf eine Definition für Marketingaufwendungen in Abgrenzung zu den Sonstigen Kommunikationsaufwendungen verständigt (vgl. Bd. 1, Tz. 273):

Tz. 614

Marketingaufwendungen	Öffentlichkeitsarbeit/Zentrales Marketing
	Öffentlichkeitsarbeit/Programmmarketing
Sonstige Kommunikationsaufwendungen	Pressestellen
	Medienforschung
	Rundfunkgebührenstellen

Die nachfolgend ausgewiesenen Aufwendungen für Marketing und Sonstige Kommunikation enthalten auch den Personalaufwand, die Altersversorgung und beim ZDF interne Leistungen (Umlagen). Dabei sind die Kosten für die Altersversorgung im 15. Bericht erstmals berücksichtigt. Die Berechnung der Altersversorgung erfolgte in Abstimmung mit der Kommission durch eine Zuschlagskalkulation auf der Basis von „Heubeck“.

Tz. 615

Um einen Gesamtüberblick aller Marketingaufwendungen zu vermitteln, werden die Aufwendungen für die Werbegesellschaften und die Gegengeschäfte nachrichtlich aufgeführt. Die Kosten

Marketingaufwendungen

für die Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen sind in die Marketingaufwendungen der ARD mit aufgenommen worden.

Tz. 616 Die Kommission hat die Anstalten im 14. Bericht gebeten, Grundzüge für ein kooperatives Marketing zu entwickeln und Ergebnisse einer Kosten-Nutzen-Analyse darzustellen. Entsprechende Aussagen sind in der Darstellung der Anstalten aufgeführt. Der Vergleich mit dem 14. Bericht erfolgt, soweit möglich, in einer Zusammenführung der Marketingaufwendungen neu und der Sonstigen Kommunikationskosten.

1. Darstellung der Anstalten

1.1 ARD

Tz. 617 Tab. 83 Marketingaufwendungen der ARD – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Marketingaufwendungen	262,4	239,5	501,9
in % zum Gesamtaufwand	1,1	1,0	1,1
Personalaufwendungen	18,7	20,3	38,9
Altersversorgung	1,0	1,1	2,1
Summe	282,1	260,9	542,9

Tab. 84 Sonstige Kommunikationsaufwendungen der ARD – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Sonstige Kommunikationsaufwendungen	79,6	74,6	154,2
in % zum Gesamtaufwand	0,3	0,3	0,3
Personalaufwendungen	35,2	38,1	73,3
Altersversorgung	1,9	2,1	4,0
Summe	116,7	114,8	231,5

Tab. 85 Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Summe Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen	342,0	314,1	656,1
in % zum Gesamtaufwand	1,5 %	1,3 %	1,4 %
Personalaufwendungen inkl. Altersversorgung	56,8	61,6	118,3
Gesamtsumme	398,8	375,7	774,4
in % zum Gesamtaufwand	1,7 %	1,6 %	1,6 %
nachrichtlich: Summe Werbegesellschaften / Gegengeschäfte	96,0	84,7	180,7
nachrichtlich: Gesamtaufwand	23.124,4	23.825,0	46.949,4

Marketingaufwendungen

Tab. 86 Anmeldungen der ARD im Vergleich zum 14. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004			2005-2008			2001-2008		
	14. Bericht	Anmeld. 15. Bericht	Abwei- chung	14. Bericht	Anmeld. 15. Bericht	Abwei- chung	14. Bericht	Anmeld. 15. Bericht	Abwei- chung
Marketingaufwendungen	282,0	262,4	- 19,6	278,4	239,5	- 38,9	560,4	501,9	- 58,5
Sonstige Kommunikationsaufwendungen	93,6	79,6	- 14,0	97,0	74,6	- 22,4	190,7	154,2	- 36,5
Personalaufwendungen*	53,4	56,8	+ 3,4	58,8	61,6	+ 2,8	112,2	118,3	+ 6,2
nachrichtlich: Werbegesellschaften/Gegengeschäfte	96,5	96,0	- 0,5	99,4	84,7	- 14,7	195,9	180,7	- 15,2
Summe	429,1	398,8	- 30,3	434,2	375,7	- 58,5	863,3	771,3	- 88,8

* 14. Bericht ohne Altersversorgung, 15. Bericht mit Altersversorgung

Die ARD weist im Vergleich zum 14. Bericht **Kostenreduzierungen** bei den Marketingaufwendungen im Zeitraum 2005-2008 um 38,9 Mio. Euro aus. Die Einsparungen im Zeitraum 2001-2008 liegen verglichen zum 14. Bericht bei 58,5 Mio. Euro. Die Reduzierungen bei den Sonstigen Kommunikationsaufwendungen belaufen sich im Zeitraum 2005-2008 auf 22,4 Mio. Euro, 2001-2008 auf 36,5 Mio. Euro.

In der Einzelauswertung lässt sich feststellen, dass die **Ist-Aufwendungen** des Jahres 2004 gegenüber den Planzahlen 2004 im 14. Bericht bereits **zurückgegangen** sind. Die jährlichen Aufwendungen für die Jahre 2005-2008 entsprechen nominal dem Aufwand der Jahre 2003/2004, der deutlich unter dem Vergleichswert der Jahre 2001/2002 liegt.

Der Personalaufwand für den Zeitraum 2001-2008 hat sich mit der Einrechnung der Altersversorgung um insgesamt 6,2 Mio. Euro erhöht. Dies liegt unter den im 14. Bericht angegebenen Steigerungsraten der Personalaufwendungen von 2,1 % jährlich.

Die Personalaufwendungen einschließlich Altersversorgung betragen bei den Marketingaufwendungen der ARD-Anstalten im Verhältnis zum Sachaufwand im Zeitraum 2001-2008 8,2 %, bei den Sonstigen Kommunikationsaufwendungen beläuft sich der Anteil der Personalaufwendungen auf 50,1 %. Die ARD begründet diesen Unterschied mit den **unterschiedlichen Aufgabenstellungen** der beiden Bereiche. Während beim Marketing viele Aufgaben fremd vergeben werden, arbeiten die Abteilungen Pressestelle, Medienforschung und Rundfunkgebührenstelle intensiv mit eigenem Personal.

Die Aufwendungen der Werbegesellschaften sowie die Gegengeschäfte werden nachrichtlich ausgewiesen. Im Vergleich mit den Anmeldungen zum 14. Bericht ergibt sich eine Reduzierung um 15,2 Mio. Euro für den Betrachtungszeitraum 2001-2008.

Der RBB erhöht seine Aufwendungen bei den Werbegesellschaften von 20,6 Mio. Euro in den Jahren 2001-2004 auf 21,4 Mio. Euro in den Jahren 2005-2008. Dies wird mit Umstrukturierungsmaßnahmen im Zuge der Fusionierung begründet. Die höchsten Einsparungen weisen in den Anmeldungen zum 15. Bericht der MDR (2001-2004: 16,6 Mio. Euro, 2005-2008: 8,5 Mio. Euro), der BR (2001-2004: 7,7 Mio. Euro, 2005-2008: 7,0 Mio. Euro), der WDR (2001-2004: 15,3 Mio. Euro, 2005-2008: 13,7 Mio. Euro) und der SR (2001-2004: 1,0 Mio. Euro, 2005-2008: 0,6 Mio. Euro) aus.

Marketingaufwendungen

1.2 ZDF

Tz. 618 Für den Zeitraum 2001-2004 wurde der Anteil der Marketingaufwendungen und Sonstigen Kommunikationsaufwendungen im 14. Bericht mit 114,6 Mio. Euro bzw. 1,5 % am Gesamtaufwand ausgewiesen.

Tab. 87 Marketingaufwendungen des ZDF – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Marketingaufwendungen ¹⁾	62,5	66,8	129,3
in % zum Gesamtaufwand	0,9	0,9	0,9
Personalaufwendungen inkl. Altersversorgung ²⁾	19,8	23,6	43,3
Summe	82,3	90,4	172,7

1) In den Marketingaufwendungen dieses Kapitels ist der Sendeaufwand von 28,4 Mio. Euro für die Jahre 2005-2008, der Bestandteil der Selbstbindung des ZDF war (vgl. Bd. 1, Tz. 275), nicht enthalten, um eine Vergleichbarkeit mit der ARD zu gewährleisten. Die in den Marketingaufwendungen enthaltenen Sachkosten entsprechen dem unter den Anstalten abgestimmten Leitfaden und schließen die innerbetrieblichen Leistungen mit ein.

2) Für den Planungszeitraum 2005-2008 liegen die Personalaufwendungen des ZDF nur inkl. Altersversorgung vor.

Tab. 88 Sonstige Kommunikationsaufwendungen des ZDF – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Sonstige Kommunikationsaufwendungen	29,4	34,8	64,2
in % zum Gesamtaufwand	0,4	0,5	0,4
Personalaufwendungen inkl. Altersversorgung ¹⁾	13,8	16,9	30,7
Summe	43,2	51,7	94,9

1) Für den Planungszeitraum 2005-2008 liegen die Personalaufwendungen des ZDF nur inkl. Altersversorgung vor.

Tab. 89 Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen des ZDF – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Summe Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen	91,9	101,6	193,6
in % zum Gesamtaufwand	1,3	1,3	1,3
Personalaufwendungen gesamt	33,55	40,42	73,97
Gesamtsumme	125,5	142,1	267,6
in % zum Gesamtaufwand	1,8	1,8	1,8
nachrichtlich: Gesamtaufwand	7.036,3	7.692,1	14.728,4

Der Anteil des Personalaufwands bei den Marketingaufwendungen beträgt im Verhältnis zum Sachaufwand für den Zeitraum 2001-2008 33,5 %, bei den Sonstigen Kommunikationsaufwendungen 47,7 %. Die gesamten Personalaufwendungen erhöhen sich im Zeitraum 2005-2008 um 6,9 Mio. Euro. Nach Aussage des ZDF sind 2005-2008 keine Personalausweitungen vorgesehen. Das ZDF verweist darauf, dass in den Personalaufwendungen beim Marketing auch 50 % der Personalaufwendungen der HA Leitung und des Controllings Kommunikation sowie der Zuschauerredaktion enthalten sind, deren Aufgaben ggf. über die Definition im Leitfaden hinausgehen.

Da das ZDF über keine Werbegesellschaft verfügt, weist es auch keine Aufwendungen für Werbegesellschaften aus¹.

¹ Das ZDF weist für das Jahr 2005 für den Werbeaufwand von ZDF-Enterprises 1,1 Mio. Euro aus. Das ZDF teilt mit, dass es sich hierbei nicht um Aufwendungen handelt, die mit den Werbegesellschaften der ARD zu vergleichen sind, sondern es sich um Marketing für den Vertrieb seiner Produktionen handelt. Deshalb sind diese Aufwendungen in diesem Berichtsteil nicht berücksichtigt.

Marketingaufwendungen

1.3 Deutschlandradio

Für den Zeitraum 2001-2004 wurde der Anteil der Marketingaufwendungen und Sonstigen Kommunikationsaufwendungen im 14. Bericht mit 27 Mio. Euro bzw. 3,7 % am Gesamtaufwand ausgewiesen.

Tz. 619

Tab. 90 Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen des Deutschlandradios – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Marketingaufwendungen	14,2	25,1	39,3
in % zum Gesamtaufwand	1,8 %	3,0 %	2,4 %
Personalkosten inkl. Altersversorgung	1,9	3,2	5,1
Personalaufwendungen	1,8	3,1	4,9
Altersversorgung	0,1	0,1	0,3
Summe	16,2	28,3	44,5

Tab. 91 Sonstige Kommunikationsaufwendungen des Deutschlandradios – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Sonstige Kommunikationsaufwendungen	8,6	11,1	19,7
in % zum Gesamtaufwand	1,1 %	1,3 %	1,2 %
Personalkosten inkl. Altersversorgung	0,9	0,9	1,8
Personalaufwendungen	0,8	0,8	1,6
Altersversorgung	0,1	0,1	0,2
Summe	9,5	12,0	21,5

Tab. 92 Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen des Deutschlandradios – Anmeldung zum 15. Bericht (in Mio. Euro)

	2001-2004	2005-2008	2001-2008
Summe Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen	22,8	36,2	59,0
in % zum Gesamtaufwand	2,9 %	4,4 %	3,7 %
Personalkosten inkl. Altersversorgung	2,8	4,1	6,9
Gesamtsumme	25,7	40,3	66,0
in % zum Gesamtaufwand	3,3 %	4,9 %	4,1 %
nachrichtlich: Gesamtaufwand	779,7	828,3	1.608,0

Gegenüber den Anmeldungen zum 14. Bericht sind die Aufwendungen im Zeitraum 2001-2004 zurückgegangen. Begründet wird dieser Rückgang mit der Verschiebung von Mitteln in Höhe von 0,6 Mio. Euro aus dem Jahr 2004 in das Jahr 2005 für eine ursprünglich für das Berliner Programm geplante Kampagne. Die eingesparten Mittel wurden 2005 für die Bewerbung der Programmreform mit dem neuen Namen „Deutschlandradio Kultur“ eingesetzt. Im Planungszeitraum 2005-2008 steigen die Marketingaufwendungen an. Hier wirken sich neben der Kostenverschiebung aus 2004 die von der KEF zusätzlich genehmigten Mittel für Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit für die Frequenzwerbung in Höhe von 11,2 Mio. Euro aus (vgl. 14. Bericht, Tz. 162).

Marketingaufwendungen

Die Personalaufwendungen für das Marketing erhöhen sich von 2001-2004 auf 2005-2008 um 1,3 Mio. Euro. Darin sind ebenfalls Anteile der zusätzlich anerkannten Mittel für die Frequenzwerbung in Höhe von 0,8 Mio. Euro enthalten.

1.4 ARTE

Tz. 620 Die ARTE Deutschland TV GmbH weist für den Zeitraum 2001-2004 folgende Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen aus:

Tab. 93 Die Marketingaufwendungen und Sonstigen Kommunikationsaufwendungen von ARTE 2001-2004 (in Mio. Euro)

	2001	2002	2003	2004	2001-2004
Marketingaufwendungen: Programmmarketing und Zentrales Marketing	2,3	2,4	2,3	2,4	9,4
Sonstige Kommunikationsaufwendungen					
- Pressearbeit	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6
- Medienforschung	0,8	0,8	0,7	0,7	3,0
Summe	0,9	0,9	0,9	0,9	3,6
Marketingquote (in %)	1,59	1,69	1,53	1,60	1,60
nachrichtlich: Gesamtaufwendungen	145,5	142,0	151,3	148,7	587,5

Die Marketingaufwendungen und Sonstigen Kommunikationsaufwendungen für 2005 wurden entsprechend des von ARD, ZDF und Deutschlandradio abgestimmten Leitfadens erstellt. Für 2006-2008 liegen keine Planzahlen vor.

Tab. 94 Marketingaufwendungen und Sonstige Kommunikationsaufwendungen von ARTE 2005 (in TEuro)

Marketingaufwendungen	
Werbekampagnen	1.920
Eventmarketing/Veranstaltungen	140
Werbemittel	45
Gesamt	2.105
in % zum Gesamtaufwand	1,47
Sonstige Kommunikationsaufwendungen	
Pressearbeit	177
Medienforschung	707
Gesamt	884
in % zum Gesamtaufwand	0,62

Die Marketingaufwendungen belaufen sich auf **1,47 % des Wirtschaftsvolumens** von ARTE in Höhe von 143 Mio. Euro, die Aufwendungen für die Sonstige Kommunikation haben einen Anteil von 0,62 %. In einer Gesellschafterversammlung von ARTE im Juni 2005 wurde festgelegt, dass **ab 2006** die **Obergrenze von 1,5 %** des Wirtschaftsvolumens für die Marketingaufwendungen zu gelten habe.

2. Bewertung durch die Kommission

Tz. 621

Die Überarbeitung und Abstimmung des Leitfadens mit der Neudefinition der Marketingaufwendungen unter Berücksichtigung der Selbstbindung sowie die Einbeziehung der Altersversorgung bei den Personalaufwendungen führt zu einer **eindeutigeren Kostenzuordnung, Transparenz und Vergleichbarkeit** bei der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung.

Die gesamten Aufwendungen für Marketing und Sonstige Kommunikation einschließlich der Personalaufwendungen mit Altersversorgung machen für den Zeitraum 2005-2008 bei der ARD 1,6 %, beim ZDF 1,8 % der Gesamtaufwendungen aus.

Die **Aufwendungen** für Marketing und Sonstige Kommunikation bei der **ARD gehen** in den Jahren 2005-2008 gemessen am Gesamtaufwand der Anstalten **zurück**. Dieser Trend war bereits im 14. Bericht erkennbar. Die ARD reduziert im Zeitraum 2005-2008 ihre Aufwendungen gegenüber dem 14. Bericht unter Einbeziehung der Personalaufwendungen inkl. Altersversorgung um insgesamt 23,1 Mio. Euro. Die Veränderung gegenüber dem 14. Bericht im Zeitraum 2005-2008 beträgt - 58,5 Mio. Euro.

Beim **ZDF** entwickeln sich die Marketingaufwendungen einschließlich der Sonstigen Kommunikationsaufwendungen **parallel zum Gesamtaufwand**. Im Zeitraum 2005-2008 steigen die Sachaufwendungen für Marketing und Sonstige Kommunikation um 9,7 Mio. Euro. an, unter Einbeziehung der Personalkosten erhöhen sich die Aufwendungen um 16,6 Mio. Euro.

Das Deutschlandradio erhöht seine Aufwendungen für Marketing und Sonstige Kommunikation einschließlich Personalaufwendungen mit Altersversorgung im Zeitraum 2005-2008. Durch die von der Kommission zusätzlich anerkannten Mittel in Höhe von insgesamt 12 Mio. Euro unter Einbeziehung einer Verschiebung von Mitteln i.H.v. 0,6 Mio. Euro aus dem Jahr 2004 in das Jahr 2005 ist ein **leichter Anstieg der Kosten** zu verzeichnen.

Bei ZDF und Deutschlandradio sind Tendenzen, die Marketingaufwendungen und Sonstigen Kommunikationsaufwendungen zu reduzieren, nicht eindeutig erkennbar. Zwar gelingt es dem ZDF, die Selbstbindung von 1 % der Gesamtaufwendungen für die Sachaufwendungen des Marketings zu erfüllen, insgesamt gibt es für die beiden Positionen im Zeitraum 2005-2008 im Vergleich zur ARD keine Einsparungen. Lediglich im Zeitraum 2001-2004 wurden Reduzierungen von 0,2 % am Gesamtaufwand ausgewiesen.

Marketingaufwendungen

3. Grundzüge für ein kooperatives Marketing**3.1 Darstellung der Anstalten**

Tz. 622 Wie im 14. Bericht, Tz. 558 empfohlen, haben sich ARD, ZDF und Deutschlandradio auf nachfolgende Grundzüge für ein kooperatives Marketing verständigt:

Die Marketingaktivitäten sind grundsätzlich von der Rundfunkfreiheit umfasst. Da die Programmangebote innerhalb der ARD kooperativ angelegt sind, sei zwangsläufig auch das programmbegleitende Marketing kooperativ ausgerichtet.

Weiterhin erklären ARD, ZDF und Deutschlandradio die **grundsätzliche Bereitschaft zur Beschränkung der Marketingkosten** und weisen darauf hin, dass dies durch die Abgabe der entsprechenden Selbstbindungserklärung nachhaltig dokumentiert wird (vgl. Bd. 1, Tz. 272).

Marketing bei der ARD, beim ZDF und beim Deutschlandradio orientiert sich an professionellen und fachspezifischen Kriterien sowie entsprechenden wissenschaftlichen Erkenntnissen und an sorgfältig erarbeiteten und ausgestalteten Marketingstrategien. Diese enthalten insbesondere präzise formulierte und – wenn möglich – überprüfbare Marketingziele.

Eine Nutzung externer Medien erfolgt nach individueller Prüfung nur insoweit, wie die Kommunikationsziele nicht durch die Platzierung in den anstaltseigenen Programmen erreichbar sind.

Konkurrenzsituationen öffentlich-rechtlicher Programme untereinander sollen – wo immer möglich – **vermieden werden**, sind jedoch bedingt durch das Nebeneinander von nationalen und regionalen Angeboten nicht gänzlich auszuschließen. Die Landesrundfunkanstalten begrenzen ihre Aktivitäten räumlich auf die jeweiligen Vertragsgebiete.

Die Anstalten arbeiten hinsichtlich begleitender **Werbewirkungsuntersuchungen** zusammen bzw. tauschen in diesem Bereich gewonnene Erkenntnisse untereinander aus.

Tz. 623 **3.2 Bewertung durch die Kommission**

Die von den Anstalten vorgelegten Grundzüge für ein kooperatives Marketing beschreiben zwar einige kooperative Aktivitäten der Anstalten untereinander, erlauben der Kommission jedoch noch keine ausreichende Beurteilung. Die Kommission hält es für wichtig, dass die Anstalten eine ausgereifte, transparente und nachvollziehbare sowie zwischen den Anstalten abgestimmte **Konzeption vorlegen**, die auf Kooperation, Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ausgerichtet und in der Umsetzung belegbar ist. Die Kommission erwartet für Ende 2006 eine ausführliche Dokumentation.

4. Kosten-Nutzen-Analyse

4.1 Darstellung der Anstalten

Im 14. Bericht, Tz. 557 bat die Kommission um Darstellung der Marketingziele und Ergebnisse von Kosten-Nutzen-Analysen für die Marketingbereiche der Anstalten. Die ARD hat Erläuterungen zu diesem Thema vorgelegt und führt folgendes aus:

Tz. 624

Die **Marketingziele** für alle relevanten Programme der ARD sind der weiteste Zuschauer-/Hörerkreis und die Bekanntheit, die erreicht werden soll. Sie dienen der Akzeptanz der öffentlich-rechtlichen Qualitätsprogramme und sind damit Legitimation für die Gebührenfinanzierung.

Die Kosten-Nutzen-Analyse beinhaltet die Durchführung von Erfolgskontrollen, sofern die dafür anfallenden Kosten eine relevante Größenordnung haben. Diese Kontrollen werden insbesondere bei Werbekampagnen und Eigenveranstaltungen vorgenommen. Es wurden frühzeitig **Marketing-Controlling-Instrumente** eingeführt, um damit den Grad des Erfolgs der Maßnahmen kontinuierlich steigern zu können. Diese Instrumente ermöglichen Analysen, die zu einer Optimierung der Jahresmarketingpläne beitragen.

Der **Marketing-Regelkreis** steht im Zentrum des Marketing-Controlling, der für die strategische und damit auch für die darauf aufbauende operative Zielsetzung die angemessene Zielgruppenselektion, Konzeption, Durchführung und Kontrolle sicherstellt.

Bei der Messung des Erfolges von Marketingmaßnahmen sind grundsätzlich folgende **Schwierigkeiten** zu beachten:

Tz. 625

- Die Auswirkungen der Marketingmaßnahmen auf den Marktanteil sind schwer von anderen internen und externen Faktoren zu trennen. Sachliche Ausstrahlungseffekte können das Seh- und Hörverhalten des Publikums beeinflussen.
- Die Auswirkungen von Marketingmaßnahmen treten erst nach einer Zeitverzögerung auf, die spezifisch ist und nicht vorher bestimmt werden kann. Somit können vorangegangene Marketingmaßnahmen nachwirken und das Wirkungsergebnis aktueller Werbekampagnen beeinflussen.

Für die Bewertung der Wirkung von Marketingmaßnahmen setzen die ARD-Anstalten verschiedene Instrumente ein. Hier sind insbesondere zu nennen:

- quantitative Untersuchungen, mit denen Informationen über Quoten generiert werden;
- qualitative Untersuchungen;
- Benchmark-Analysen von Marketingmaßnahmen innerhalb der ARD (regelmäßiger Erfahrungsaustausch);
- spezielle qualitative Untersuchungen vor und nach der Durchführung von Maßnahmen.

Die **Messmethoden** (Pre- und Post-Tests) unterscheiden sich je nach Marketing-Maßnahme. Es werden bei einer Werbekampagne zuerst die Werbemotive einem sogenannten Pre-Test unterzogen. Hierbei werden im Rahmen einer Zufallsstichprobe Testpersonen die Motive vorgelegt und eine

Marketingaufwendungen

Bewertung hinterfragt. Nach Durchführung dieser Maßnahme kann durch telefonische repräsentative Befragung ebenfalls die Wirksamkeit der Motive getestet werden.

Die Erfolgskontrolle bei Veranstaltungen findet durch Messkriterien, wie z. B. Kontaktzahl, Presse- resonanz, Besucherzahl bei Einladungsveranstaltungen, Antworten auf Gewinnspiele, Umfragen nach Zufriedenheit und Bekanntheit statt. Sie wird u.a. durch begleitende Diplom- oder Magisterarbeiten durchgeführt.

Entscheidend bei der Auswahl der Instrumente ist das Ziel sowie Art und Größenordnung der Marketingmaßnahme. So kann der Erfolg z.B. von Veranstaltungen nur in begrenztem Umfang gemessen werden. Die Zusatzkosten für Befragungspersonal erlauben nur vereinzelt Befragungen. Realisierbar sind Befragungen zur Akzeptanz ausgewählter Veranstaltungselemente. Geplant ist ein stärkerer Ausbau der Pre-Post-Tests bei klassischen Werbekampagnen über 250.000 Euro.

Tz. 626 Grundsätzlich stellt sich die Frage der **Verhältnismäßigkeit des Mitteleinsatzes**. Umfangreiche Werbewirkungsforschung, wie sie große Konsumgüterunternehmen betreiben, würde zu einer unverhältnismäßigen Erhöhung der Marketingaufwendungen führen und die Mittel der Anstalten weit überschreiten. Wo kostenneutral Erfolgskontrollen durchgeführt werden können, werden diese auch durchgeführt.

Tz. 627 **4.2 Bewertung durch die Kommission**

Der Bericht der ARD über die Marketingziele und die Kosten-Nutzen-Analyse mit den dazugehörigen Messmethoden und Erfolgskontrollen ist nachvollziehbar. Anstaltsübergreifende Arbeitsmethoden führen auch in diesem Bereich bei **mehr Kooperation** zu verbesserter Effizienz und damit Wirtschaftlichkeit. Die Kommission erwartet hierzu entsprechende Untersuchungen aller Anstalten.

Outsourcing

Die Outsourcingmaßnahmen des WDR und des MDR zeigen positive Ergebnisse. Der SWR hat bei der MARAN FILM GmbH aufgrund einer rückläufigen Auftragsentwicklung die Einsparungen nach unten korrigieren müssen. RB plant die komplette Ausgliederung der Hörfunk- und Fernsehproduktion in eine Beteiligungsgesellschaft, an der die Anstalt mit 49 %, die Bavaria Film GmbH mit 51 % beteiligt sind. Die Wirtschaftlichkeit dieser Maßnahme kann derzeit nicht bestätigt werden.

Die ARD-Anstalten WDR, SWR und MDR haben der Kommission die Fortschreibungen ihrer Outsourcing-Maßnahmen zum 14. Bericht mit Plandaten für den Zeitraum 2001-2008 übermittelt. Die Kommission hat im 14. Bericht die Steigerungsraten für die Personalaufwendungen von 2,3 % auf 2 % (14. Bericht, Tz. 96; ARD um 55 Mio. Euro, ZDF um 10 Mio. Euro, Deutschlandradio um 2 Mio. Euro) und für die übrigen betrieblichen Aufwendungen von 1,5 % auf 1,2 % (14. Bericht, Tz. 153) reduziert. Dies wirkt sich sowohl ertrags- als auch aufwandsseitig auf die Ergebnisse der Wirtschaftlichkeit für die Outsourcingmaßnahmen aus.

Tz. 628

Die Anstalten haben zum 15. Bericht ihre Prognosen für die Wirtschaftlichkeit für den Planungszeitraum 2001-2008 aktualisiert und angepasst. Die sich daraus ergebenden **Veränderungen bei den Einsparungen** haben Einfluss auf die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung:

Tab. 95 Veränderung der Einsparungen (in Mio. Euro)

	14. Bericht	Anmeldung 15. Bericht	Abweichung	Veränderung der Einsparungen in %
WDR				
2001-2004	21,900	26,878	4,978	+ 22,7
2005-2008	22,800	19,269	- 3,531	- 15,5
2001-2008	44,700	46,147	1,447	+ 3,2
MDR				
2001-2004	1,455	0,720	- 0,735	- 50,5
2005-2008	6,934	7,895	0,961	+ 13,9
2001-2008	8,389	8,615	0,226	+ 2,7
SWR				
2001-2004	0,160	0,553	0,393	+ 245,6
2005-2008	1,760	1,050	- 0,710	- 40,3
2001-2008	1,920	1,603	- 0,317	- 16,5

WDR (Gebäudemanagement GmbH „GMG“)

Tz. 629

Aus der Darstellung in der Tabelle wird ersichtlich, dass die wirtschaftliche Entwicklung der Outsourcing-Maßnahme Gebäudemanagement GmbH („GMG“) weiter positiv verläuft.

Outsourcing

Tz. 630 MDR (mehrere Outsourcing-Maßnahmen)

Der MDR kann die an die Outsourcing-Unternehmen personalgestellten Mitarbeiter schneller abbauen als dies im 14. Bericht dargestellt worden ist. Diese Veränderung hat auch Auswirkungen auf den Stellenplan des MDR.

Durch die Verminderung dieser personalgestellten Mitarbeiter erhöht sich der Einkauf von Fremdpersonalleistungen; damit steigt der Programmaufwand im Vergleich zum 14. Bericht an. Dieser Anstieg wird durch Einsparungen im Personalaufwand beim MDR kompensiert.¹

Die wirtschaftliche Planung der Outsourcing-Maßnahmen des MDR weist einen deutlichen Anstieg der Erträge ab dem Jahr 2007 durch Kostenerstattungen und Zinserträge aus.

Tz. 631 SWR (MARAN FILM GmbH)

Nachfolgende Tabelle zeigt die wirtschaftlichen Effekte der MARAN Film GmbH (in Mio. Euro):

	Mehrerträge	Minderaufwand			Mehraufwand			Einsparung
		Programm-aufwand	Personal-aufwand	Sach-aufwand	Programm-aufwand	Personal-aufwand	Sach-aufwand	
2002	- 0,087	+ 0,870	+ 0,820	+ 0,960	- 1,800	0	- 0,770	- 0,007
2003	+ 0,065	+ 0,870	+ 0,820	+ 0,990	- 1,800	0	- 0,840	+ 0,105
2004	+ 0,215	+ 0,870	+ 0,820	+ 1,130	- 1,800	0	- 0,780	+ 0,455
2005	+ 0,070	+ 0,870	+ 0,820	+ 0,960	- 1,800	0	- 0,680	+ 0,240
2006	+ 0,100	+ 0,870	+ 0,820	+ 0,960	- 1,800	0	- 0,680	+ 0,270
2007	+ 0,100	+ 0,870	+ 0,820	+ 0,960	- 1,800	0	- 0,680	+ 0,270
2008	+ 0,100	+ 0,870	+ 0,820	+ 0,960	- 1,800	0	- 0,680	+ 0,270
Summe	+ 0,563	+ 6,090	+ 5,740	+ 6,920	- 12,600	0	- 5,110	+ 1,603

Die im 14. Bericht prognostizierten Mehrerträge von 1,08 Mio. Euro und Einsparungen von 1,92 Mio. Euro sind aufgrund der eingetretenen Auftragsentwicklung reduziert worden. Der Wegfall einiger Produktionen kann nicht vollständig kompensiert werden, da Nachfolgeproduktionen derzeit nicht in Sicht sind. Die Gewinnung von Dritten als Auftraggeber gestaltet sich für die MARAN FILM GmbH weiterhin schwieriger als erwartet. Deshalb wurden die Prognosen bis zum Jahr 2008 entsprechend korrigiert, was zur Ausweisung geringerer Mehrerträge und zu **geringeren Einsparungen** für den SWR führt. Die MARAN FILM GmbH ist weiter davon überzeugt, das Drittgeschäft in der Zukunft erfolgreich gestalten zu können.

¹ Im Rahmen der Outsourcing-Maßnahmen des MDR wurden diejenigen Mitarbeiter, deren Aufgaben an die neu gegründeten Tochterunternehmen übertragen wurden, den Unternehmen über ein Personalgestellungsmodell zur Verfügung gestellt. Soweit diese Mitarbeiter Leistungen für den MDR erbringen, stellen die Tochtergesellschaften keinen Personalaufwand in Rechnung, er ist weiterhin Bestandteil des MDR-Personalaufwands. Es findet lediglich eine Erfassung der Kosten statt. Erbringen die personalgestellten Mitarbeiter Leistungen für Dritte, erhält der MDR eine entsprechende Vergütung. Scheiden personalgestellte Mitarbeiter aus, erfolgt der Ersatz beim Tochterunternehmen selbst. Bei Einstellungen kommt der MDR-Tarifvertrag nicht zur Anwendung, so dass sich dadurch deutliche Kostenvorteile ergeben. Die Personalleistungen der in den Tochtergesellschaften angestellten Mitarbeiter fließen in deren Kalkulation ein und werden berechnet.

Gegenüber der Wirtschaftlichkeitsberechnung im 14. Bericht kann der MDR personalgestellte Mitarbeiter schneller abbauen als ursprünglich geplant. Die zu berechnenden Personalanteile der Tochterunternehmen steigen an und damit auch der Programmaufwand des MDR, der über den Angaben des 14. Berichtes liegt. Gleichzeitig wird dieser Anstieg durch Einsparungen beim Personalaufwand überkompensiert. Diese Veränderung spiegelt sich im Stellenplan des MDR wider.

Radio Bremen (Ausgliederung der Hörfunk- und Fernsehproduktion in die „Produktionszentrum Bremen GmbH“)

Bei der von Radio Bremen angemeldeten neuen Outsourcing-Maßnahme handelt es sich um die Ausgliederung der Hörfunk- und Fernsehproduktion der Anstalt. Der Bereich umfasst die Planung, Herstellung, Sendung und die wirtschaftliche Führung von Produktionen. Die dafür in Gründung befindliche „Produktionszentrum Bremen GmbH“ ist eine Beteiligungsgesellschaft, an der Radio Bremen mit 49 % und die Bavaria Film GmbH mit 51 % beteiligt sind.

Tz. 632

Bei der Maßnahme handelt es sich um einen **Betriebsübergang** gem. § 613 a BGB. Ein Überleitungsvertrag soll den Übergang der Arbeitsverhältnisse auf das neue Tochterunternehmen regeln. Von der Maßnahme werden ca. 150 Mitarbeiter betroffen sein. Die Anzahl der ausgegliederten Mitarbeiter soll bei Beginn der Maßnahme auf ca. 130 sinken.

Nach der Ausgliederung der Produktion ist bei Radio Bremen mit Ausnahme einer Koordinationsinstanz keine Planstelle für diesen Bereich mehr vorhanden.

Der Verwaltungsrat von Radio Bremen wie auch der Rundfunkrat haben der Maßnahme im Juni 2005 zugestimmt. Die arbeitsvertraglichen Regelungen sind in die Wege geleitet. Eine Aussage über eventuelle Widersprüche gegen die Überleitung von Vertragsverhältnissen und ihre Bedeutung für die Outsourcing-Maßnahme kann zunächst noch nicht getroffen werden.

Radio Bremen geht davon aus, dass das **Personal** in der Gesellschaft längerfristig **zu günstigeren Konditionen** angestellt werden kann. Bis zum Jahr 2010 werden laut Plan 26 Stellen auf Basis des günstigeren Haustarifvertrages der GmbH ersetzt.

Tz. 633

Aufgrund des Projektes „Bremen neu“ ist eine vollständige **technische Neuausstattung** für Fernsehen und Hörfunk geplant. Die neue Technik wird von einer Tochtergesellschaft von Radio Bremen (100 %-Beteiligung) an die Produktionsgesellschaft zu Marktpreisen vermietet.

Mit zusätzlichen Erträgen wird durch die **Kooperationsvereinbarung mit der Bavaria Film GmbH** gerechnet. Die Bavaria Film GmbH beabsichtigt, mittelfristig bis zu 5 Mio. Euro pro Jahr an Aufträgen in die Produktionsgesellschaft einzubringen. Ergänzt werden soll dies durch die zunehmende Akquisition von Drittgeschäften in Höhe von bis zu 1,3 Mio. Euro pro Jahr.

Der Businessplan Produktionszentrum Bremen sieht bis zum Jahr 2010 kumulierte Einsparungen von 371.000 Euro für Radio Bremen vor. Außerdem soll das Produktionszentrum zur Stärkung des Medienstandortes Bremen beitragen. Es ist geplant, durch die **Drittumsätze** über die Bavaria Film GmbH insgesamt 37 Arbeitsplätze zusätzlich zu schaffen.

Der Wirtschaftsplanung liegt ein gemischter Mehrwertsteuersatz von 10 % zugrunde.

Nach zwei Jahren soll nach anfänglichen Verlusten der „Break-Even“ im Jahr 2008 erreicht werden. Bis zum Ende der Planung im Jahr 2010 soll die Outsourcing-Maßnahme auch **kumuliert einen positiven Effekt erzielen**.

Outsourcing

Tz. 634 Die Effekte der Outsourcingmaßnahme „Produktionszentrum Bremen GmbH“ sollen sich nach den Angaben von RB wie folgt ergeben (in Mio. Euro):

	Mehrerträge	Minderaufwand			Mehraufwand			Effekt Einsparung
		Programm- aufwand	Personal- aufwand	Sach- aufwand	Programm- aufwand	Personal- aufwand	Sach- aufwand	
2006	+ 3,875	+ 6,672	+ 9,373	+ 0,565	- 20,608	0	- 0,928	- 1,052
2007	+ 4,460	+ 6,772	+ 9,513	+ 0,571	- 21,235	0	- 0,324	- 0,243
2008	+ 4,808	+ 6,874	+ 9,656	+ 0,576	- 21,635	0	0	+ 0,279
2009	+ 5,049	+ 6,977	+ 9,801	+ 0,582	- 21,864	0	0	+ 0,544
2010	+ 5,345	+ 7,047	+ 9,948	+ 0,588	- 22,084	0	0	+ 0,843
Summe	+ 23,537	+ 34,342	+ 48,291	+ 2,882	- 107,426	0	- 1,252	+ 0,371

Auf Nachfrage der Kommission hat Radio Bremen zur wettbewerbskonformen Regelung der Auftragsvergabe an das Produktionszentrum Bremen Stellung genommen und hält die Einhaltung der Transparenzrichtlinie der EU-Wettbewerbskommission für unproblematisch.

Tz. 635 **Bewertung durch die Kommission**

Die Outsourcingmaßnahme des **WDR** zeigt auch weiterhin deutliche Einsparungen.

Dies gilt auch für die Outsourcing-Maßnahmen des **MDR**. Durch Korrekturen in der Umsetzung konnte dieses Outsourcing wirtschaftlich verbessert werden.

Der **SWR** hat bei der MARAN FILM GmbH aufgrund der rückläufigen Auftragsentwicklung den Mehrertrag um - 47,9 % und entsprechend die Einsparungen um - 16,5 % korrigieren müssen. Die Kommission schätzt den Markt für einen Anstieg von Neuproduktionen bei den vorhandenen Kapazitäten sehr vorsichtig ein und erwartet zum 16. Bericht eine fundierte Aussage, welche **Maßnahmen** die MARAN FILM GmbH einleitet und umsetzt, um das Unternehmen besser am Markt zu platzieren.

Die Plausibilität des Businessplanes der Outsourcing-Maßnahme „Produktionszentrum Bremen GmbH“ von **Radio Bremen** wurde von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft auf der Grundlage der getroffenen Annahmen als konsistent und rechnerisch nachvollziehbar bewertet. Bis Dezember 2005 sollen weitere notwendige Detaillierungen zum Betriebsübergang (Überleitungsvertrag) und zum Wirtschaftsplan 2006 mit mittelfristiger Finanzplanung inklusive der Auswirkungen der Kooperationsprojekte mit der Bavaria Film GmbH vorgelegt werden. Ebenso soll eine Berechnung zu den Auswirkungen einer eventuellen Mehrwertsteuererhöhung erfolgen. Aus den vorgenannten Gründen kann seitens der Kommission derzeit die **Wirtschaftlichkeit** der Outsourcingmaßnahme von Radio Bremen **nicht bestätigt** werden.



Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten



Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

