

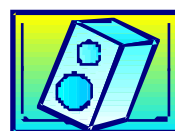
**Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln**

**Tätigkeitsbericht  
des Instituts für Rundfunkökonomie  
für die Jahre 1993 und 1994**

**Reihe Arbeitspapiere  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln**

**Nr. 28/1995**

**2. Aufl., Köln, im Februar 1995**



**Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln**

Direktoren: Prof. Dr. K. - H. Hansmeyer, Prof. Dr. G. Sieben

Hohenstaufenring 57a

D-50674 Köln

Telefon: (0221) 23 35 36

Telefax: (0221) 24 11 34

ISSN 0945-8999

ISBN 3-930788-17-9

Schutzgebühr 20,-- DM





## Inhalt

	Seite
<b>1. Zur Lage der Rundfunkökonomie in der Bundesrepublik Deutschland .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln .....</b>	<b>5</b>
2.1. Die Entstehungsgeschichte des Instituts.....	5
2.2. Aufgaben, Organisation und Rechtsform des Instituts.....	6
2.3. Die Institutsleitung.....	7
2.4. Der Beirat des Instituts .....	8
2.5. Der Förderverein des Instituts .....	10
2.6. Derzeitige personelle Ausstattung.....	11
2.7. Derzeitige räumliche Ausstattung.....	14
2.8. Geplante längerfristige Entwicklungen .....	14
<b>3. Die Bibliothek des Instituts für Rundfunkökonomie .....</b>	<b>17</b>
<b>4. Rundfunkökonomische Lehrveranstaltungen.....</b>	<b>21</b>
4.1. Die Entstehungsgeschichte des rundfunkökonomischen Lehrangebots .....	21
4.2. Die Inhalte der bisher abgehaltenen Lehrveranstaltungen im einzelnen .....	24
4.3. Der geplante Ausbau des rundfunkökonomischen Lehrprogramms zu einem "Wahlpflichtfach" Rundfunkökonomie .....	41
<b>5. Rundfunkökonomische Diplomarbeiten und Dissertationen .....</b>	<b>43</b>
5.1. Die mit der Vergabe rundfunkökonomischer Diplomarbeiten und Dissertationen verfolgten Zielsetzungen.....	43
5.2. Zusammenstellung bisher abgeschlossener Diplomarbeiten zu rundfunkökonomischen Themen .....	44
5.3. Kurzbeschreibung der im Berichtszeitraum bearbeiteten Diplomarbeiten.....	53
5.4. Kurzbeschreibung ausgewählter aktuell bearbeiteter Dissertationen .....	88
5.4.1. Bamme: Kostenträgerrechnung und Erfolgsrechnung .....	88
5.4.2. Nafziger: Werbefinanziertes Metropolenfernsehen.....	90
5.4.3. Oltmanns: Abschaffung/Privatisierung von ARD und ZDF .....	91
5.4.4. Pagenstedt: Strategische Planung für Abonnement-TV.....	93
5.4.5. Susen: Bedeutung von Marketing-Strategien.....	94



## Inhalt

	Seite
<b>6. Forschungsaktivitäten des Instituts</b> .....	97
6.1. Vorbemerkungen .....	97
6.2. Dokumentation des Fortschritts der im letzten Berichtszeitraum begonnenen und bereits im letzten Tätigkeitsbericht beschriebenen Forschungsaktivitäten.....	98
6.2.1. Indexierung der Rundfunkgebühr.....	98
6.2.2. Größe und Abgrenzung von Rundfunkanstalten .....	100
6.2.3. Finanzausgleich zwischen Landesrundfunkanstalten.....	102
6.2.4. Finanzausgleich und Gebührenausschöpfung.....	103
6.2.5. Personale Verteilungswirkungen im Fernsehsektor.....	105
6.2.6. Gebührenbefreiung als staatliche Aufgabe .....	107
6.2.7. Wettbewerbsvorteile des Übernehmers von RIAS 2 .....	109
6.2.8. Substitution der Werbeeinnahmen durch Gebühren .....	110
6.2.9. Digitaler Hörrundfunk (DAB) und Regulierungsbedarf .....	112
6.2.10. Preispolitik für entgeltfinanzierte Fernsehangebote.....	115
6.2.11. Kooperation zwischen Landesrundfunkanstalten.....	118
6.2.12. Rundfunk als private oder öffentlich-rechtliche Aufgabe..	120
6.3. Dokumentation der im Berichtszeitraum begonnenen Forschungsaktivitäten .....	122
6.3.1. Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland.....	122
6.3.2. Kinderprogramm als Pay-TV-Angebot .....	123
6.3.3. Nahraum-TV in Nordrhein-Westfalen .....	124
6.3.4. Controlling in Rundfunkunternehmen.....	127
6.3.5. Neuregelung des Gebührenfestsetzungsverfahrens .....	128
6.3.6. Kennziffern zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit.....	130
6.3.7. Qualitätsmanagement im Rundfunk .....	132
6.3.8. Rundfunkgebühr zwischen Entgelt und Steuer.....	133
6.3.9. Künftiger Stellenwert des öffentl.-rechtl. Rundfunks.....	133
6.3.10. Werbung im öffentl.-rechtl. Rundfunk.....	136



## Inhalt

	Seite
<b>7. Veröffentlichungen des Instituts für Rundfunkökonomie im Berichtszeitraum 1993 - 1994</b> .....	139
7.1. Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie.....	139
7.2. Sonstige Veröffentlichungen des Instituts für Rundfunkökonomie ...	144
<b>8. Sonstige Aktivitäten des Instituts</b> .....	145
8.1. Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen.....	145
8.2. Untersuchung zur Entwicklung des Rundfunkwesens in Osteuropa, insbesondere in den Staaten der GUS.....	148
8.3. Zusammenarbeit mit Rundfunkanbietern bei der Betreuung von Diplomarbeiten und bei der Vermittlung von Praktika.....	149
8.4. Spezifikation praxisbezogener rundfunkökonomischer Ausbildungsinhalte in Zusammenarbeit mit öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern.....	150
<b>Anhang</b>	
Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie.....	150
Satzung des Fördervereins des Instituts für Rundfunkökonomie .....	152
Antragsformular für die Mitgliedschaft im Förderverein des Instituts für Rundfunkökonomie ....	155
Bestellformular für Publikationen des Instituts für Rundfunkökonomie .....	157



## Vorwort zur 2. Auflage

Der im Januar vorgelegte Tätigkeitsbericht des Instituts war innerhalb weniger Wochen vergriffen. Das darin zum Ausdruck kommende Interesse an der Forschungsarbeit des Instituts bestätigt unsere Hoffnung, hiermit sowohl zur Lösung einzelwirtschaftlicher Fragen der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbieter als auch gesamtwirtschaftlicher Fragen der an der Gestaltung der Rundfunkordnung Beteiligten beitragen zu können.

Auf der anderen Seite zeigt die aktuelle Diskussion, etwa über die Struktur der ARD oder die Wirksamkeit der Wettbewerbskontrolle privater Rundfunkanbieter, daß in der Rundfunkpolitik Entscheidungen mit erheblichen finanziellen und gesellschaftspolitischen Konsequenzen anstehen, die von den Wirtschafts- und Gesellschaftswissenschaften bisher noch nicht in der erforderlichen Intensität untersucht worden sind. Daß auch das Institut für Rundfunkökonomie zur wissenschaftlichen Diskussion solcher Fragen noch nicht im wünschenswerten Umfang beigetragen hat, erklärt sich allerdings nicht - wie ein Blick auf die im Tätigkeitsbericht beschriebenen Projektvorhaben bestätigt - daraus, daß solche Probleme nicht erkannt worden wären, sondern aus seiner begrenzten Finanzausstattung, die eine intensivere Untersuchung vieler aktueller rundfunkpolitischer Probleme leider nicht zuläßt.

Bei der Neuauflage wurde die Gelegenheit genutzt, neben der Korrektur der obligatorischen Druckfehler einige inhaltliche Verbesserungen vorzunehmen, die von den Mitgliedern des Institutsbeirats angeregt worden sind. So wird bei der Beschreibung der derzeitigen Forschungsvorhaben nunmehr deren Bearbeitungszustand anhand verschiedenen Kategorien explizit ausgewiesen. Auch dies soll dazu beitragen, mit dem hier vorgelegten Tätigkeitsbericht nicht nur die bisher abgeschlossenen Arbeiten sondern auch und gerade diejenigen Aufgaben zu beschreiben, die bisher nur angedacht werden konnten und nur dann im geplanten Umfang abgeschlossen werden können, wenn es gelingt, die finanzielle und personelle Ausstattung des Instituts in absehbarer Zukunft wesentlich zu verbessern.

Köln, im Februar 1995

Dr. Manfred Kops





## **1. Zur Lage der Rundfunkökonomie in der Bundesrepublik Deutschland**

Die Lage der Rundfunkökonomie in der Bundesrepublik Deutschland wurde bereits im Tätigkeitsbericht 1991/92 ausführlich dargestellt. Sie braucht an dieser Stelle somit lediglich für den Berichtszeitraum fortgeschrieben zu werden.

Wie bereits im letzten Tätigkeitsbericht ausgeführt, ist die Rundfunkökonomie eine vergleichsweise junge Spezialdisziplin der Wirtschaftswissenschaften. Sie befaßt sich mit den einzel- und gesamtwirtschaftlichen Fragen der Bereitstellung und Finanzierung von Rundfunk, d. h. von Radio- und Fernsehsendungen. Zum Teil geht es dabei lediglich um die Übertragung allgemeiner betriebs- und volkswirtschaftlicher Erkenntnisse auf das Gut Rundfunk. Zum Teil ist eine solche Übertragung aufgrund einiger gutstechnischer und institutioneller Besonderheiten des Rundfunks aber nicht möglich, so daß die betriebs- und volkswirtschaftliche Theorie in diesen Bereichen fortentwickelt werden muß.

Obwohl erste Versuche zur Entwicklung einer solchen spezifischen Rundfunkökonomie bereits kurz nach der Einführung des Rundfunks unternommen wurden, setzte die systematische Auseinandersetzung mit rundfunkökonomischen Fragen erst nach dem zweiten Weltkrieg ein. Die wichtigsten dieser Arbeiten wurden in den USA entwickelt, vorrangig wohl wegen der dort stärker marktwirtschaftlich ausgerichteten Rundfunkordnung und der damit verbundenen unternehmenspolitischen Zielsetzungen von Rundfunkanbietern. Im Mittelpunkt dieser Arbeiten standen Fragen des betriebswirtschaftlichen Wettbewerbs um Rundfunkmärkte sowie um Produktion und Beschaffung von Rundfunkprodukten. Demgegenüber sind gesamtwirtschaftliche Themen, insbesondere ordnungs- und wettbewerbspolitische Fragen der Rundfunkordnung, in den USA erst in den letzten Jahren in den Blickpunkt gerückt.

In den vergleichsweise wenigen Arbeiten, die sich in der Bundesrepublik mit rundfunkökonomischen Fragen befaßt haben, standen ordnungs- und wettbewerbspolitischen Themen hingegen traditionell im Mittelpunkt. Ursache hierfür war die zunächst ausschließlich öffentlich-rechtliche Zuständigkeit für die Bereitstellung von Rundfunk. Hieraus erklärt sich auch, warum die Gestaltung der Rundfunkordnung in der Bundesrepublik weniger als ökonomische, sondern primär als politikwissenschaftliche und staats- und verfassungsrechtliche Fragestellung verstanden wurde. Aus der öffentlich-rechtlichen Organisation des deutschen Rundfunksystems erklärt sich im übrigen auch das zunächst geringe Interesse der Betriebswirtschaftslehre am Rundfunk. Von einigen wenigen



Ausnahmen abgesehen wurden die öffentlich-rechtlichen Anstalten entweder überhaupt nicht als betriebswirtschaftlichen Zwängen unterliegende Unternehmen erkannt oder die betriebswirtschaftlichen Zielsetzungen als anderen Zielen nachgelagert und damit weniger bedeutsam eingeschätzt.

Mit der Zulassung privater Rundfunkunternehmen verstärkte sich auch in der Bundesrepublik das Interesse am Rundfunk als einem Wirtschaftsgut. Hierzu hat zum einen naturgemäß beigetragen, daß die privaten Rundfunkanstalten mit ihrer Gewinnerorientierung und den damit verbundenen Rationalisierungs- und Effizienzsteigerungsbestrebungen klassische Felder der Betriebswirtschaftslehre, beispielsweise nach effizienten Produktionstechniken, nach Absatz- und Marketingstrategien oder nach geeigneten Controlling-Verfahren, auch für ihre Aufgabenstellungen "entdeckt" und genutzt haben. Sie haben im Zuge des steigenden Wettbewerbsdrucks, gerade auch im Berichtszeitraum, an Bedeutung gewonnen, und zwar nicht nur für die privaten Rundfunkanbieter, sondern auch für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, wiewohl sie auf diese nicht ohne Beachtung ihres Programmauftrags und der dahinter stehenden spezifischen Zielsetzungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks übertragen werden können. Vor allem die dramatischen Einbrüche bei den Werbeeinnahmen, die die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den beiden letzten Jahren erlitten haben, daneben aber auch die nicht vorgenommene Anpassung der Rundfunkgebühren an rundfunkspezifische Kostensteigerungen, zwingen ARD und ZDF zu erheblichen Sparmaßnahmen und Wirtschaftlichkeitsprüfungen.

Die Bedeutung einer betriebswirtschaftlichen Betrachtung des Rundfunks wird noch dadurch verstärkt, daß es sich bei ihm um einen stark expansiven Wirtschaftssektor handelt. In der Bundesrepublik liegt dies sicherlich primär an der Zulassung privater Rundfunkanbieter, die im Zuge der Befriedigung eines "Nachholbedarfs" in den vergangenen Jahren hohe Umsatzsteigerungen erzielt haben und deren Wachstum voraussichtlich auch in den kommenden Jahren überdurchschnittlich ausfallen wird. Unabhängig von diesem in der Bundesrepublik eingetretenen medienpolitischen Strukturwandel handelt es sich beim Rundfunk aber ohnehin um ein superiores Gut, dessen Bedeutung mit zunehmendem Einkommen, zunehmender Freizeit und zunehmender Saturierung von Gütermärkten steigt. Auch wegen dieses Anstiegs der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Rundfunks kommt der Fortentwicklung rundfunkspezifischer betriebswirtschaftlicher Kenntnisse und deren Berücksichtigung durch die privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter ein in Zukunft sicherlich noch steigender Stellenwert zu.



Neben diesen betriebswirtschaftlichen Fragen hat sich die Rundfunkökonomie aber auch mit gesamtwirtschaftlichen Aspekten des Rundfunks zu befassen. Auch hier hat die medienpolitische Entscheidung zur Zulassung privater Rundfunkanbieter in der Bundesrepublik zu einer Intensivierung der ökonomischen Forschung geführt. Während die ordnungspolitische und wettbewerbspolitische Diskussion vor 1985 eher im kleinen Kreis einiger Experten geführt wurde, haben Fragen der Rundfunkordnung und -finanzierung mit der Einführung der dualen Rundfunkordnung eine breitere Öffentlichkeit gefunden. Anders als früher, als die Gestaltung der Medienordnung im wesentlichen von verfassungs- und staatsrechtlichen Argumenten geleitet wurde, haben dabei ökonomische Überlegungen an Bedeutung gewonnen. Als Beispiele seien die Frage der instrumentellen und institutionellen Ausgestaltung der Wettbewerbskontrolle im Rundfunk genannt, die im Zusammenhang mit der regionalen und funktionalen Zuständigkeit nationaler und internationaler Aufsichtsbehörden überdacht wird; des organisatorischen Aufbaus des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der in der Bundesrepublik derzeit bspw. im Zusammenhang mit der regionalen und funktionalen Zuständigkeit der Landesrundfunkanstalten und des bundesweiten Programmangebots von ARD und ZDF diskutiert wird, und die Frage der regulatorischen Eingriffe in private Rundfunkangebote, die z. B. im Hinblick auf Gewalt und auf Art und Umfang von Werbung im Fernsehen erörtert wird. Dabei zeigt sich, daß eine Vielzahl von in der Volkswirtschaftslehre und der Finanzwissenschaft entwickelten Erkenntnisse und Instrumente mit Gewinn auf den Rundfunk übertragen werden kann. Als Beispiele seien nur die ökonomischen Spezialdisziplinen der Wettbewerbstheorie und -politik, der Regulierungstheorie, der finanzwissenschaftlichen Abgabenlehre, der finanzwirtschaftlichen Theorie des Föderalismus oder der Theorie der öffentlichen und meritorischen Güter genannt. Solche gesamtwirtschaftlichen Fragen erfordern allerdings die Entwicklung originärer Lösungen, die die politischen, kulturellen und institutionellen Besonderheiten der Bundesrepublik beachten. Eine Übernahme und Weiterentwicklung rundfunkökonomischer Arbeiten aus anderen Ländern, insbesondere aus den USA, ist hier deshalb kaum möglich.

Auf die gestiegene materielle Bedeutung des Rundfunks und die zunehmende Komplexität der betriebswirtschaftlichen und gesamtwirtschaftlichen Fragestellungen der Rundfunkökonomie hat die Lehre an den Hochschulen der Bundesrepublik bisher kaum reagiert. Der im letzten Tätigkeitsbericht konstatierte Befund, daß bisher bspw. an keiner deutschen Hochschule ein Lehrstuhl für Rundfunkökonomie eingerichtet worden ist und auch ein "Studiengang Rundfunkökonomie" bisher in Deutschland nicht angeboten wird, gilt weiterhin.



Auch in der Lehre haben sich die Hochschulen noch immer nicht auf den erheblich gestiegenen Bedarf nach rundfunkökonomisch ausgebildeten Betriebswirten und Volkswirten eingestellt. Zwar werden von benachbarten Disziplinen, z. B. von der Publizistik, der Mediensoziologie oder dem Rundfunkrecht vereinzelt auch rundfunkökonomische Themen aufgegriffen; eine spezielle rundfunkökonomische Ausbildung wird an deutschen Hochschulen bisher aber noch immer nicht vermittelt. Dies ist vor allem deshalb zu beklagen, weil infolge der angesprochenen steigenden Bedeutung der Rundfunkanbieter eine hohe Nachfrage nach Ökonomen mit spezifischen rundfunkökonomischen Kenntnissen besteht. In manchen Regionen, bspw. auch im Kölner Raum, sind mittlerweile, je nach Abgrenzung der Tätigkeiten, fast 10 % aller Arbeitsplätze direkt oder indirekt der Medienwirtschaft zuzurechnen. Die Medienunternehmen, und hier vor allem die Rundfunkunternehmen, gehören damit zu denjenigen Dienstleistungsbranchen, die in den letzten Jahren überdurchschnittlich gewachsen sind und eine weit überdurchschnittliche Nachfrage nach Beschäftigten entfaltet haben. Diese Nachfrage kann zur Zeit nicht durch ein ausreichendes Angebot an Ökonomen, die speziell für die Tätigkeit im Medienbereich qualifiziert sind, gedeckt werden. Training on the Job und für die Unternehmen kostspielige betriebsinterne Weiterbildungsmaßnahmen sind die Folge.

Die Wirtschaftswissenschaften an den deutschen Hochschulen werden sich in den kommenden Jahren daher verstärkt den theoretischen und arbeitsmarktpolitischen Anforderungen zu stellen haben, die sich aus dem Bedeutungsgewinn des Rundfunks ergeben. In der Forschung sind zum einen die speziellen betriebswirtschaftlichen Probleme der privaten wie der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter zu untersuchen und die Verfahren einer zielgerichteten und wirtschaftlichen Aufgabenerfüllung aufzuzeigen; zum anderen sind die gesamtwirtschaftlichen und finanzwirtschaftlichen Fragen einer zweckmäßigen Ausgestaltung des dualen Rundfunksystems zu analysieren. In der Lehre müssen diese betriebs- und volkswirtschaftlichen Erkenntnisse in strukturierten und praxisrelevanten Studiengängen einem wachsenden Kreis von Ökonomen vermittelt werden, die in privaten Rundfunkunternehmen, in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und in einer Vielzahl sonstiger Unternehmen oder Gremien mit einzel- oder gesamtwirtschaftlichen Fragen des Rundfunks befaßt sind.



## 2. Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln

### 2.1. Die Entstehungsgeschichte des Instituts

Die für eine Fachdisziplin "Rundfunkökonomie" bestehenden Defizite in Forschung und Lehre sind wie für alle deutschen Hochschulen auch für die Universität zu Köln festzustellen. Andererseits haben sich gerade an der Kölner Universität schon früh verschiedene ökonomische Teildisziplinen auch mit rundfunkökonomischen Fragestellungen beschäftigt. So wurden z. B. an den Seminaren für Marktforschung und Marketing, für Organisationslehre, für Unternehmensrechnung, für Beschaffung und Produktpolitik und für Wirtschaftsprüfung wissenschaftliche Untersuchungen und Gutachten zu rundfunkökonomischen Fragen erstellt oder auch Diplomarbeiten und Dissertationen zu Themen der Rundfunkökonomie angefertigt. Diese eher eklektischen "ad hoc-Kontakte" einzelner wirtschaftswissenschaftlicher Seminare und Institute mit rundfunkökonomischen Themen führten aber dazu, daß die Notwendigkeit einer systematischeren Erforschung erkannt und die institutionelle Einbindung in das wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Studium an der Universität zu Köln von verschiedener Seite gefordert wurde.

Das Seminar für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und für Wirtschaftsprüfung spielte bei diesen Bemühungen eine Vorreiterrolle. Ausgehend von den fachlichen und persönlichen Kontakten, die dieses Seminar zum Westdeutschen Rundfunk unterhielt, wurden dort eine Reihe betriebswirtschaftlicher Fragen des (primär öffentlich-rechtlichen) Rundfunks bearbeitet, die die Institutionalisierung einer Rundfunkökonomie an der Universität erstrebenswert erscheinen ließen. Hierzu zählten etwa Fragen des Controllings, der Personalführung, des Marketing und der Produktions- und Beschaffungspolitik von Rundfunkanstalten. Bereits 1978 entwickelte der Direktor dieses Seminars, Prof. G. Sieben, in einem Papier erste Vorstellungen über die Gründung eines "Forschungsinstituts für Rundfunkökonomik" an der Universität zu Köln, in dem die Aktivitäten eines solchen Instituts, die abzudeckenden Lehr- und Forschungsinhalte und Möglichkeiten der personellen Besetzung und Finanzierung diskutiert wurden - Vorstellungen, die dann in den kommenden Jahren weiterentwickelt und modifiziert und von anderen wirtschaftswirtschaftlichen Seminaren aufgegriffen und ergänzt wurden.

Erst Ende der achtziger Jahre konnten diese Bestrebungen dann konkretisiert werden. Als förderlich erwies sich dabei die während der achtziger Jahre eingetretene Entwicklung Kölns zu einer Medienmetropole, die neben dem WDR, der



Deutschen Welle und dem Deutschlandfunk als den großen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auch zum Standort privater Rundfunkunternehmen, allen voran RTL, und verschiedener "rundfunknaher" Produktions- und Verwertungsunternehmen geworden war. Von der Stadt Köln selbst wurde diese wirtschaftspolitische Entwicklung als wünschenswert und förderungswürdig erkannt und durch verschiedene Initiativen, etwa durch die Planung eines sog. Mediaparks auf dem Gelände des früheren Gereonsbahnhofs im Kölner Norden, vorangetrieben.

Ebenfalls förderlich für die Bestrebungen zur Gründung eines Instituts für Rundfunkökonomie war die Intensivierung der Kontakte zwischen der Universität Köln und dem Westdeutschen Rundfunk, der in verschiedenen Fragen auf den Sachverstand wirtschaftswissenschaftlicher Lehrstühle der Universität zurückgreifen konnte und diesen umgekehrt als Objekt betriebswirtschaftlicher Untersuchungen zur Verfügung stand. Der Westdeutsche Rundfunk war es dann auch, der durch die Übernahme des Hauptanteiles einer finanziellen Förderung durch seine "Werbetochter", das Westdeutsche Werbefernsehen, die lang angestrebte Gründung des Instituts Mitte 1990 ermöglichte. Vorausgegangen war die Erarbeitung einer Institutssatzung, die Genehmigung der Institutsgründung durch das Wissenschaftsministerium NW, die Berufung der Institutsdirektoren durch die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät der Universität zu Köln und die Einberufung eines Beirates und eines Fördervereins als den für Universitätsinstitute erforderlichen Gremien.

## **2.2. Aufgaben, Organisation und Rechtsform des Instituts**

In der Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie, die am 23. 8. 1990 verabschiedet wurde, wird der Institutszweck in § 1 wie folgt beschrieben: "Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln hat die Aufgabe, auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie Grundlagenforschung zu betreiben sowie die Anwendbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse in die Praxis zu untersuchen. Es soll gleichzeitig die Ausbildung der Studenten fördern. Die Ergebnisse stehen der Universität sowie den Mitgliedern des "Vereins zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" und gegebenenfalls der Öffentlichkeit zur Verfügung.

In § 2 der Satzung ist geregelt, daß das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln seinen Sitz in Köln hat und in Lehre und Forschung der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln ein-



gegliedert ist. Der Name als Institut *an der* Universität zu Köln bringt zudem den rechtlichen Unterschied zu Instituten *der* Universität zu Köln zum Ausdruck, wie er in § 85 der 1968 in Kraft getretenen Verfassung der Universität zu Köln geregelt ist: Während Institute *der* Universität Einrichtungen sind, deren Etat nicht durch Drittmittel, sondern durch das Land Nordrhein-Westfalen bestritten wird und die daher unmittelbar in den Haushaltsplan eingegliedert sind, handelt es sich bei "An-Instituten" um Einrichtungen, die ganz oder zum überwiegenden Teil aus Mitteln finanziert werden, die nicht Haushaltsmitteln der Universität entstammen.

Wie bereits erwähnt, entstammen die dem Institut zufließenden Fördermittel derzeit ganz überwiegend der Westdeutschen Werbefernsehen GmbH als Werbetochter des Westdeutschen Rundfunks. Weitere geringere Zuweisungen werden von anderen Institutionen und Personen bereitgestellt. Diese sind im sog. "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" (kurz: Förderverein) zusammengefaßt. Dessen Aufgabe besteht allgemein in der finanziellen Förderung des Instituts und der fachlichen Beratung des Institutsbeirats und der Institutsleitung; seine Einflußnahme auf die wissenschaftliche Arbeit des Instituts ist durch § 6 der Institutssatzung allerdings ausgeschlossen. Die Einzelheiten werden weiter unten (Abschnitt 2.4.) erläutert.

### 2.3. Die Institutsleitung

Gemäß § 3 der Institutssatzung besteht die Institutsleitung aus mindestens zwei Universitätsprofessoren der Betriebs- und/oder Volkswirtschaftslehre der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln, die von dieser Fakultät zu benennen sind. Die Aufgaben des Instituts liegen im Zuständigkeitsbereich dieser Direktoren, wobei die Direktoren die Geschäftsführung des Instituts unter sich regeln.

Mit Gründung des Instituts wurden die Professoren Dr. K.-H. Hansmeyer und Dr. G. Sieben von der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät als Direktoren des Rundfunkinstituts ernannt. Prof. Dr. Hansmeyer war bis zu seiner Emeritierung im SS 1994 Direktor des Seminars für Finanzwissenschaft und des finanzwissenschaftlichen Forschungsinstituts an der Universität zu Köln; er ist unter anderem Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats beim Bundesfinanzministerium und beim Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten; außerdem (Mit-) Herausgeber des Archivs für Kommunalwissenschaft, der Zeitschrift für Umweltpolitik sowie der Schriftenreihe "Finanzwissenschaftliche Forschungsarbeiten". Prof. Dr. Sieben ist Direktor des Seminars für Allge-



meine Betriebswirtschaftslehre und für Wirtschaftsprüfung und des Wirtschaftsarchivs der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät; er ist unter anderem Vorstandsmitglied der Schmalenbachgesellschaft - Deutsche Gesellschaft für Betriebswirtschaft sowie (Mit-)Herausgeber der Zeitschriften "Das Wirtschaftsstudium" und "Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis" sowie der Schriftenreihe "Betriebswirtschaftliche Beiträge".

Die Zusammensetzung des Direktoriums des Rundfunkinstituts mit zwei Professoren der Betriebswirtschaftslehre und der Finanzwissenschaft berücksichtigt den bereits hervorgehobenen Tatbestand, daß es sich bei der Rundfunkökonomie um eine Disziplin handelt, in der einzel- und gesamtwirtschaftliche Fragen gleichermaßen von Bedeutung sind und deren adäquate Untersuchung die Zusammenführung betriebswirtschaftlicher und volkswirtschaftlicher Erkenntnisse erfordert. Diese interdisziplinäre Ausrichtung der Rundfunkökonomie hätte im übrigen auch die personale Präsentanz eines Rundfunkrechtlers im Institutsdirektorium als wünschenswert erscheinen lassen. Im speziellen Fall der Universität Köln konnte hierauf aber verzichtet werden, weil an dieser Universität mit dem Institut für Rundfunkrecht schon seit Jahren ein renommiertes Institut existiert. Die mit ihm angestrebte intensive Zusammenarbeit dürfte daher ebenso notwendig wie fruchtbar sein.

#### **2.4. Der Beirat des Instituts**

Dem Institut für Rundfunkökonomie steht ein Beirat zur Seite, der die Arbeit des Instituts in allen wichtigen Angelegenheiten zu unterstützen hat. Er setzt sich gemäß § 4 der Beiratssatzung (der vollständige Text dieser Satzung ist im Anhang dieses Tätigkeitsberichts enthalten) zusammen aus:

1. dem Rektor der Universität zu Köln;
2. dem Vorsitzenden des Kuratoriums der Universität zu Köln;
3. dem Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln;
4. bis zu zehn vom Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie benannten Mitgliedern.

Die in der ursprünglichen Beiratssatzung enthaltene Regelung, nach der auch die Institutsdirektoren dem Beirat angehören, hat sich als unzweckmäßig erwiesen und wurde deshalb mit Wirkung vom 3. 1. 1995 notariell verändert. Seitdem gehören die Direktoren dem Institutsbeirat nicht mehr an, stattdessen sind sie Mitglieder im Vorstand des Fördervereins (siehe unten); dadurch wird eine bes-





sere und schnellere Koordination zwischen Institutsleitung und Förderverein erreicht als nach der ursprünglichen Konstruktion.

Dem Beirat des Instituts gehören gegenwärtig (Stand 3. 1. 1995) folgende Personen an:

Dipl.-Ing. Reinhard Grätz, MdL,

Vorsitzender des Rundfunkrates des Westdeutschen Rundfunks  
(Vorsitzender des Beirats des Instituts für Rundfunkökonomie)

Axel Berger,

Mitglied des Vorstandes der KPMG, Köln

Dr. Heinz Bolsenkötter,

Wibera Wirtschaftsberatung AG Düsseldorf

Norbert Burger,

Oberbürgermeister der Stadt Köln

Prof. Dr. Richard Köhler,

Direktor des Seminars für allgemeine Betriebswirtschaftslehre,  
Marktforschung und Marketing

Prof. Dr. Udo Koppelman,

Prodekan der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät  
der Universität Köln

Dr. h.c. Adalbert Leidinger,

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Landkreistages NRW, a. D.

Prof. Dr. Ulrich Matz,

Rektor der Universität zu Köln

Friedrich Nowotny,

Intendant des WDR

Dr. Theodor Schwefer,

Vorsitzender des Verwaltungsrates des Westdeutschen Rundfunks

Prof. Dr. Norbert Seidel,

Verwaltungs- und Finanzdirektor des Westdeutschen Rundfunks

Prof. Dr. Götz Voppel,

Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät  
der Universität Köln



Der Beirat tritt mindestens einmal jährlich zu einer Sitzung zusammen. Er nimmt den Tätigkeits- und Finanzbericht der Institutsdirektoren für das abgelaufene Geschäftsjahr entgegen, entlastet die Direktoren des Instituts, berät sie und übermittelt Anregungen, Wünsche und Vorschläge für die Tätigkeit des Instituts. Ihm steht das Recht zu, einen Wirtschaftsprüfer zu bestimmen, dem die Kassenprüfung des Instituts obliegt. Über die Aufnahme neuer Mitglieder entscheidet der Beirat auf Vorschlag des Fördervereins.

## **2.5. Der Förderverein des Instituts**

Das Institut für Rundfunkökonomie wird vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V." getragen. Er hat seinen Sitz in Köln. Der Verein verfolgt gemäß § 2 seiner Satzung (siehe Anhang) ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts "steuerbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung. Er hat den Zweck, die Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln zu fördern und insbesondere das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln bei der Durchführung seiner Aufgaben zu unterstützen. Der Satzungszweck wird vor allem verwirklicht durch die Unterstützung des Instituts bei der Durchführung von praxisbezogenen Forschungsprojekten zu aktuellen volks- und betriebswirtschaftlichen Fragen des Rundfunkwesens sowie bei der Abhaltung wissenschaftlicher Veranstaltungen. Die Förderung soll neben der Bereitstellung finanzieller Mittel auch dadurch erfolgen, daß einzelne Vereinsmitglieder dem Institut ihr fachliches Wissen und ihre praktische Erfahrung zur Verfügung stellen. Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsgemäßen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder dürfen keine Gewinnanteile und in ihrer Eigenschaft als Mitglieder auch keine sonstigen Zuwendungen aus Vereinsmitteln erhalten. Der Verein darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigen. Das Institut für Rundfunkökonomie wird den Mitgliedern die Ergebnisse seiner wissenschaftlichen Arbeit zur Kenntnis bringen.

Mitglieder des Vereins können laut § 4 seiner Satzung öffentlich-rechtliche Körperschaften oder Anstalten, Unternehmen und Verbände sowie Einzelpersonen werden. Die Mitgliedschaft wird durch Anmeldung beim Vorstand erworben, der über die Aufnahme entscheidet. Die Mitgliedschaft erlischt durch schriftliche Abmeldung, die dem Vorstand drei Monate vor Ablauf des Vereinsjahres einzureichen ist.



Der Förderverein, der Beirat und das Direktorium des Instituts sind bestrebt, den Kreis der Mitglieder des Fördervereins auszuweiten. Sie sind der Auffassung, daß die Mitgliedschaft weiterer Institutionen und Einzelpersonen, die sich der Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie verpflichtet fühlen, die Verfolgung der Vereinszwecke erleichtert. Mittelfristig wird daher angestrebt, den Förderverein zu einem Gremium auszubauen, in dem die maßgeblichen Bereiche des Rundfunkwesens vertreten sind.

Die Höhe des jährlichen Mitgliedsbeitrages wird gemäß § 5 der Vereinssatzung durch Vereinbarung mit dem Vorstand festgelegt. Derzeit (Stand 1. 1. 1995) beläuft sich der jährliche Mindestbeitrag auf 25,- DM für Einzelpersonen und auf 100,- DM für Unternehmen und Institutionen. Den Mitgliedern des Fördervereins werden die Programme der vom Rundfunkinstitut durchgeführten Veranstaltungen kostenlos zugesandt; die vom Rundfunkinstitut veröffentlichten wissenschaftlichen Schriften erhalten sie zum Selbstkostenpreis. (Ein Antrag auf Mitgliedschaft im Förderverein findet sich im Anhang zu diesem Tätigkeitsbericht).

Organe des Vereins sind (gem. § 6 der Satzung) der Vorstand und die Mitgliederversammlung. Die Vertretung des Vereins obliegt (gem. § 7 der Satzung) dem Vorstand. Derzeit (Stand 3. 1. 1995) ist Herr Walter Wössner, WDR, Vorsitzender des Vereins; stellvertretende Vorsitzende sind seit der oben erwähnten Änderung der Beiratssatzung die Herren Professoren Dr. Hansmeyer und Dr. Sieben als Institutsdirektoren. Die Mitgliederversammlung findet (gem. § 9 der Satzung) mindestens einmal jährlich statt. Einzelheiten hierzu sowie zur Beschlußfassung sind der im Anhang beigefügten Satzung des Fördervereins zu entnehmen.

## **2.6. Derzeitige personelle Ausstattung**

Die im Institut beschäftigten wissenschaftlichen und sonstigen Mitarbeiter werden auf Vorschlag der Institutsdirektoren vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" angestellt (§ 7 der Satzung des Institutsbeirats). Das wissenschaftliche Personal muß den für vergleichbare Tätigkeiten in der Universität geltenden Anforderungen entsprechen. Die Zahl der am Institut zu beschäftigenden Mitarbeiter hängt von der Höhe der vom Förderverein gewährten laufenden Zuschüsse sowie der Höhe der dem Institut zufließenden Drittmittel für die Bearbeitung von Projekten externer Auftraggeber ab. Im Berichtszeitraum konnten aus den Fördermitteln lediglich ein



wissenschaftlicher Mitarbeiter, eine Bibliothekskraft sowie eine studentische Hilfskraft beschäftigt werden.

Die im letzten Tätigkeitsbericht avisierte Erweiterung dieser personellen Ausstattung konnte nur zum Teil erreicht werden. Zum einen wurden Drittmittelstudien zum Kinderfernsehen und zum Ballungsraumfernsehen bearbeitet, in deren Rahmen wissenschaftliche Mitarbeiter vorübergehend beschäftigt werden konnten; weitere Mittel für Personalausgaben wurden dadurch freigesetzt, daß der Geschäftsführer des Instituts, Herr Dr. Kops, eine Lehrstuhlvertretung an der Universität zu Trier übernahm, während der er dem Institut in begrenztem Umfang weiterhin beratend zur Verfügung stand. Die geplante dauerhafte Erweiterung der personellen Ausstattung konnte demgegenüber bisher nicht erreicht werden, weil es trotz intensiver Bemühungen nicht gelang, zusätzliche Mitglieder des Fördervereins zu gewinnen, die bereit wären, eine finanzielle Förderung in einer dem Westdeutschen Werbefernsehen vergleichbaren Größenordnung zu leisten. Dies ist umso bedauerlicher, als zum Zeitraum der Institutsgründung berechtigte Hoffnung bestand, einen solchen Förderer zu gewinnen, und auch Einigkeit darüber herrschte, daß für die dauerhafte Funktionsfähigkeit eines in Forschung und Lehre tätigen Universitätsinstitut eine solche Erhöhung des Institutsetats auch unabdingbar sei.

Am Ende des Zeitraums des vorliegenden Tätigkeitsberichts, mit dem die erwähnten Drittmittelprojekte abschlossen werden, steht das Institut damit hinsichtlich seiner personellen Ausstattung nicht besser da als zum Zeitpunkt der Institutsgründung. Es steht zu befürchten, daß die wissenschaftlichen Mitarbeiter, die im Rahmen der Drittmittelprojekte beschäftigt wurden und sich dabei ein erhebliches Fachwissen in rundfunkökonomischen Fragen erarbeiten konnten, dem Institut verloren gehen und damit auch die Bemühungen, die personelle Ausstattung des Instituts zu verbessern, einen gravierenden Rückschlag erleiden. Zu befürchten steht damit auch, daß ein Teil der in Bearbeitung befindlichen (in Teil 6 des Berichts im Detail beschriebenen) Forschungsvorhaben des Instituts nicht zum Abschluß gebracht werden kann.

## **2.7. Derzeitige räumliche Ausstattung**

Die mit Aufnahme der Tätigkeit des Instituts zum 1. 1. 1991 angemieteten Räumlichkeiten im Haus Hohenstaufenring 57a, 50674 Köln haben sich für die Arbeit des Instituts als geeignet erwiesen und wurden daher beibehalten. Sie sowohl in der Nähe des Stadtzentrums wie auch des Hauptgebäudes der Universität Köln (von dort circa 10 Fußminuten entfernt) gelegen und mit öffentli-



chen Verkehrsmitteln bestens erreichbar. Auf die geplante Anmietung größerer Räumlichkeiten mußte wegen der fehlenden dauerhaften personellen Ausweitung des Instituts bisher verzichtet werden. Auch ein dem Institut von der Betreibergesellschaft des Mediaparks unterbreitetes Angebot, geeignete Räume im Mediapark zu beziehen, wurde daher nicht weiter verfolgt, obwohl - wie im letzten Tätigkeitsbericht ausgeführt - damit positive Fühlungsvorteile und Kontakte zu den sich in diesem Park ansiedelnden Medien-Unternehmen verbunden wären.

Die Arbeitsplätze des Instituts sind mit Personal Computern ausgestattet, über die auch der Bibliotheksbetrieb abgewickelt wird; ferner steht ein Fotokopiergerät zur Verfügung, das gegen Kostenerstattung auch von den Besuchern des Instituts und der Bibliothek genutzt werden kann, sowie verschiedene Medien zur Abhaltung von Besprechungen, Präsentationen etc (wie Flip Charts, Magnettafeln u. ä.). Nachstehend sind die Öffnungszeiten der Institutsbibliothek, die gegenüber dem letzten Berichtszeitraum ausgeweitet wurden, sowie die derzeit gültigen Sprechstunden (Stand 1. 1. 1995) der Institutsdirektoren und -mitarbeiter aufgeführt. Auswärtigen Bibliotheksbenutzern und Institutsbesuchern wird vor Anreise eine Terminabsprache mit den Sekretariaten der Institutsdirektoren bzw. mit den Institutsmitarbeitern empfohlen.

Bibliothek:

Dipl.-Dokumentar A. Hilger;  
Tel. 23 35 36

Öffnungszeiten der Bibliothek im Semester:

Mo. 13.00 - 16.00 Uhr, Mi. 10.00 - 16.00 Uhr, Fr. 10 - 13.00 Uhr

Öffnungszeiten in den Semesterferien:

Mo. 10.00 - 13.00 Uhr, Mi. 10.00 - 13.00 Uhr

Sprechstunden:

Prof. Dr. K.-H. Hansmeyer:  
im Seminar für Finanzwissenschaft, WiSo-Hochhaus, 7. Stock;  
nach Vereinbarung unter Tel. 470-3366



Prof. Dr. G. Sieben:  
im Seminar für Allgem. BWL und für Wirtschaftsprüfung;  
nach Vereinbarung unter Tel. 470-2360

Dr. M. Kops:  
im Institut für Rundfunkökonomie;  
im Semester Mo. 10.00 - 13.00 Uhr und nach Vereinbarung unter Tel. 23 35 36;  
in den Semesterferien nach Vereinbarung unter Tel. 23 35 36

Dipl. Kaufm. U. Schwertzel:  
im Institut für Rundfunkökonomie;  
Mi. 10.00 - 13.00 Uhr und nach Vereinbarung unter Tel. 23 35 36

## **2.8. Geplante längerfristige Entwicklungen**

Die zum Teil bereits in Abschnitt 1 angesprochenen Entwicklungen, wie die Expansion des Rundfunksektors, die noch nicht abgeschlossene Umgestaltung der nationalen und internationalen Rundfunkordnung, der bezüglich des Lokalfunks noch in mehreren Bundesländern wie auch im Ausland bestehende medienpolitische Regelungsbedarf wie auch verschiedene technische Neuerungen (z. B. der Preisverfall bei Satellitenempfangsgeräten, bei Dekodergeräten für Pay-TV, bei neuen Verbreitungsformen von Rundfunk (etwa über Telefonnetze) und die Einführung von digitalem Hörrundfunk) werden den rundfunkökonomischen Forschungsbedarf in den kommenden Jahren noch erheblich erhöhen. Das Institut muß den dadurch bewirkten veränderten Anforderungen, Interessen und Berufschancen der WiSo-Studenten sowie dem gerade in Köln steigenden Bedarf der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbieter an Betriebs- und Volkswirten mit rundfunkökonomischen Fachkenntnissen Rechnung tragen.

Inwieweit die damit erforderliche Ausweitung der Forschungs- und Lehraktivitäten des Instituts vorgenommen werden kann, ist wegen der in Abschnitt 2.6. beschriebenen finanziellen und personellen Ausstattungslücken allerdings zweifelhaft. Bereits im letzten Tätigkeitsbericht wurde darauf hingewiesen, daß die Erfüllung dieser Aufgaben auch bei einer Beschränkung auf das sachlich vertretbare Minimum mit der bisherigen personellen und sachlichen Ausstattung nicht bewältigt werden kann. Sollte es nicht geringen, innerhalb naher Zukunft den Institutsetat nachhaltig und dauerhaft aufzustocken, können die vielfältigen Aufgaben, bspw. die Vorbereitung und Durchführung rundfunkökonomischer Lehrveranstaltungen einschließlich der Unterstützung der externen rundfunkökonomischen Lehrbeauftragten, die Betreuung von Diplomanden und Dokto-



randen, der Ausbau und Betrieb der Institutsbibliothek sowie die Durchführung rundfunkökonomischer Forschungen kaum mehr erfüllt, geschweige denn aus-  
geweitet werden. Dies ist um so bedauerlicher, als damit mehrere qualifizierte  
jüngere Ökonomen, von denen ein Teil an den Seminaren der Institutsdirek-  
toren über rundfunkökonomische Themen promoviert hat, nicht wie ursprünglich  
gehofft, in den Institutsbetrieb übernommen werden können, und selbst die  
Bearbeiter der jetzt auslaufenden Drittmittelprojekte, die sich im Zuge ihrer  
Tätigkeit wertvolle rundfunkspezifische Sachkenntnisse erworben haben, dem  
Institut verloren gehen.

Die bereits im letzten Tätigkeitsbericht beschriebenen Versuche einer finanziel-  
len Aufstockung des Institutsetats und einer Verbesserung der personelle  
Ausstattung des Instituts müssen daher dringend weiterverfolgt und zum Erfolg  
geführt werden. Zum ersten muß, wie unter 2.5. bereits erwähnt, intensiver als  
bisher nach Förderern Ausschau gehalten werden, die neben dem WWF, als  
dem derzeitigen Hauptförderer, eine dauerhafte Grundfinanzierung des Instituts  
sichern. Als in der Bundesrepublik einzigem Universitätsinstitut, das sich mit  
rundfunkökonomischer Forschung befaßt, dürften dabei prinzipiell die Lan-  
desrundfunkanstalten aller Bundesländer bzw. deren Werbetöchter sowie die in  
der Bundesrepublik tätigen bundesweiten öffentlich-rechtlichen Rundfunk-  
anstalten in Betracht kommen. Daneben sollte versucht werden, auch ausländi-  
sche Rundfunkanstalten für eine Förderung der rundfunkökonomischen For-  
schung zu gewinnen, zumal z. B. rundfunkökonomische Grundlagenstudien und  
Untersuchungen zur europäischen Rundfunkordnung auch für ausländische  
Rundfunkanstalten relevant sind.

Nicht zuletzt sollten auch private Rundfunkanbieter für eine Mitgliedschaft im  
Förderverein gewonnen werden. Gerade bei den z. T. noch im Aufbau befindli-  
chen privaten Rundfunkanbietern besteht ein erheblicher Bedarf an betriebs-  
wirtschaftlichen Untersuchungen, deren Durchführung gerade von einem auf  
rundfunkökonomische Fragen spezialisierten Universitätsinstitut erwartet wird.  
Umgekehrt stellen die privaten Rundfunkanbieter ein zunehmend interessanter  
werdendes Forschungsobjekt der Betriebswirtschaftslehre dar, über deren  
Unternehmenspolitik bisher nur wenige gesicherte Kenntnisse vorliegen und die  
daher ebenfalls gerade von einer unabhängigen wissenschaftlichen Einrichtung  
wie dem Institut für Rundfunkökonomie untersucht werden müssten. Dabei  
kommen vorrangig die lokalen und bundesweiten Rundfunkanbieter mit Sitz in  
Nordrhein-Westfalen und hier vor allem die in Köln ansässigen Unternehmen in  
Betracht; es sollten aber auch - nicht zuletzt mit Blick auf die überregionale  
Relevanz der zu erwartenden Forschungsergebnisse - auch Unternehmen aus  
anderen Bundesländern, ggf. auch aus dem Ausland, angesprochen werden.



Parallel zu diesen Bemühungen sollte das Institut weiterhin versuchen, seine finanzielle Basis durch Drittmittel auszuweiten. Allerdings hat sich im Berichtszeitraum die im letzten Tätigkeitsbericht bereits angedeutete Schwierigkeit bestätigt, daß dies in der Gründungs- bzw. Aufbauphase eines Instituts besonders schwierig ist, weil in dieser Phase die von etablierten Instituten nutzbaren Synergieeffekte und die für eine Akquisition von Drittmittelprojekten wichtigen Kontakte zu den potentiellen Auftraggebern solcher Projekte fehlen. Die mit der Entwicklung und Abhaltung von Lehrveranstaltungen, mit externen Vorträgen, mit verschiedenen Veröffentlichungen und mit der Bearbeitung einiger erster Drittmittelprojekte gewonnenen Kenntnisse haben zwar dazu geführt, daß zu verschiedenen Fragestellungen Projektskizzen erstellt wurden, die als Angebote für Drittmittelprojekte an verschiedene potentielle Interessenten herangetragen wurden (in Teil 6 des vorliegenden Tätigkeitsberichts werden einige dieser Fragestellungen genauer dargestellt). Die im letzten Tätigkeitsbericht hieran geknüpften Erwartungen, daß solche Drittmittelprojekte zum Abschluß kommen und damit auch die finanzielle Basis des Instituts entscheidend verbreitert werden kann, haben sich bisher aber nicht erfüllt.





### 3. Die Bibliothek des Instituts für Rundfunkökonomie

Der Aufbau einer Bibliothek mit rundfunkspezifischen Monographien und Fachzeitschriften gehörte zu einer der zentralen Aufgaben des Instituts. Ausgehend von einem - wenngleich relativ bescheidenen - Anfangsbestand einschlägiger Fachliteratur, der dem Institut vom Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und für Wirtschaftsprüfung in Form von Dauerleihgaben zur Verfügung gestellt wurde, sind im Verlauf der beiden ersten Jahre nach der Institutsgründung eine Reihe wichtiger Monographien angeschafft worden. Zudem sind in diesen Jahren die (bereits im Tätigkeitsbericht 1991/92 beschriebenen) organisatorischen Voraussetzungen für eine geregelte Nutzung der Bibliothek geschaffen worden. Dazu gehörten die Inventur des Altbestandes - dabei handelte es sich zu einem großen Teil um Dauerleihgaben des Treuhandseminars -, die Signierung der Bücher u. ä. Maßnahmen, vor allem aber die EDV-Katalogisierung der Titel.

Mittlerweile ist der gesamte Bestand über "Allegro-C", ein durch das Rechenzentrum der Universität angebotenes und in mehreren Institutsbibliotheken im Einsatz befindliches Katalogisierungssystem erschlossen. Allegro-C bietet die grundlegenden Recherchiermöglichkeiten über Titel, Verfasser, Stichworte u. ä. Zur besseren inhaltlichen Erschließung des Bestandes wurde 1992 eine Schlagwortliste entwickelt, die ebenfalls für die Recherche genutzt werden kann. Diese wurde im Berichtszeitraum verfeinert und den spezifischen Inhalten rundfunkökonomischer Literatur angepaßt; mittlerweile ist die Schlagwortliste fertiggestellt und der größte Teil der in der Bibliothek vorhandenen Titel mit Hilfe dieser Liste kategorisiert worden. Damit ist es möglich, nahezu die gesamte Literatur sowohl anhand der im Titel und Untertitel enthaltenen Wörter als auch anhand der Schlagwortliste zu durchsuchen. Für eine manuelle Literatursuche liegt zusätzlich ein Ausdruck des alphabetischen Katalogs im Institut aus, der monatlich aktualisiert wird. Diese Neuerscheinungslisten werden zudem an Mitarbeiter des Instituts sowie an externe Interessenten verschickt.

Im Bibliothekskatalog waren zum 31. 12. 1994 etwa 4.300 Einzeltitel nachgewiesen. Davon sind ca. 75 % Einzelbeiträge aus Zeitschriften und Sammelbänden. Dabei werden die Zeitschriften "Media Perspektiven", "Rundfunk und Fernsehen", "TV Business" und "Medien-Bulletin" als monatliche und "Kabel und Satellit" sowie der "Medienspiegel" als wöchentliche Informationsdienste regelmäßig ausgewertet. Die Aufnahme von anderweitig nicht nachgewiesenen Einzelaufsätzen erhöht die Benutzerfreundlichkeit der Bibliothek, insbesondere für die Teilnehmer der vom Institut angebotenen Lehrveranstaltungen.



Ansonsten umfaßt der Bestand knapp 1.000 Monographien und 100 Diplomarbeiten. Hinzu kommen diverse Handbücher und Nachschlagewerke (ARD-, ZDF-Jahrbuch, Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen, KEF-Berichte, Ring Medienrecht etc.).

Im Berichtszeitraum wurden ca. 2.000 Neuzugänge verzeichnet, davon ca. 300 Monographien. Von letzteren wurden ca. 160 Titel im Buchhandel erworben, bei den anderen Monographien handelt es sich um Geschenke und Dauerleihgaben von anderen Bibliotheken, Rundfunkanstalten u. ä. Institutionen. Es wurden vorrangig Grundlagenwerke sowie einige Neuerscheinungen aus dem Rundfunkbereich angeschafft. Entsprechend der inhaltlichen Zielsetzung wurden vor allem Titel mit ökonomischen Bezug erworben; daneben finden sich Neuanschaffungen aus angrenzenden Wissenschaftsbereichen, insbesondere Medienrecht und Medienforschung, sofern diese in größerem Umfang auch rundfunkökonomische Fragestellungen behandeln. Auf die Anschaffung ausschließlich rundfunkrechtlicher Literatur wurde mit Blick auf die Bestände des Instituts für Rundfunkrecht allerdings auch im Berichtszeitraum 1993 - 1994 wieder bewußt verzichtet.

Auf die Ausweitung des Bestands der laufend gehaltenen Zeitschriften und Informationsdienste mußte im Berichtszeitraum wegen der knappen Finanzausstattung verzichtet werden. Im Gegenteil wurde das Abonnement der Zeitschrift "Journal of media economics", dessen Preis in den beiden letzten Jahren um ca. 150 % erhöht worden war, zum Ende des Jahres 1994 gekündigt.

Eine Abonnieung weiterer Fachzeitschriften ist auch für die Zukunft nicht geplant; die Ausgaben des Bibliotheksetats verteilen sich mittlerweile in etwa im angestrebten Verhältnis von 80:20 auf Monographien und Fachzeitschriften (einschließlich Buchbindekosten). Auch die Ausgaben für den Nachkauf wichtiger älterer rundfunkökonomischer Literatur können in den kommenden Jahren zurückgeführt werden, so daß der Bibliotheksetat stärker für den Erwerb von Neuerscheinungen sowie für den Ausbau spezieller inhaltlicher Schwerpunkte verwendet werden kann, die in die Bibliotheken anderer Institute und Seminare kaum eingestellt werden. So ist für das Jahr 1995 im Zusammenhang mit den geplanten Veranstaltungsangeboten z. B. eine Ausweitung der Literatur zur Organisationsstruktur und zur Willenbildung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geplant; auch Literatur zur europäischen Rundfunkordnung soll wegen ihrer aktuellen Relevanz wie auch wegen der großen Zahl der zu dieser Thematik veröffentlichten Arbeiten auch in Zukunft besonders berücksichtigt werden.



Die Bibliothek ist grundsätzlich eine Ausleihbibliothek; wobei die Ausleihfrist allerdings auf eine Woche beschränkt ist. Die Literatur zu den laufenden Veranstaltungen wird in einem Handapparat zusammengestellt und ist dann ebenso wie allgemeine Nachschlagewerke, Jahrbücher, Zeitschriften und Diplomarbeiten nicht ausleihbar. Dies ist zu vertreten, da sich der Benutzerkreis der Bibliothek vorwiegend aus den Teilnehmern an den Lehrveranstaltungen des Instituts sowie aus Diplomanden zusammensetzt. Weitere Benutzer der Bibliothek sind Doktoranden, Assistenten anderer Seminare der Universität sowie Mitarbeiter von Rundfunk- bzw. Medienunternehmen. Für diese Nutzer besteht die Möglichkeit, eigene Anschaffungsvorschläge einzubringen.

Die Bibliothek befindet sich in den Räumen des Instituts am Hohenstaufenring 57a, 50674 Köln. Während des Semesters ist die Bibliothek montags von 13.00 - 16.00 Uhr, mittwochs von 10.00 bis 16.00 Uhr und freitags von 10 - 13.00 Uhr geöffnet. Während der Semesterferien ist die Bibliothek nur montags und mittwochs von 13.00 - 16.00 Uhr geöffnet. Während der Öffnungszeiten ist der Bibliotheksmitarbeiter bei Literaturrecherchen am PC gerne behilflich. Eine Benutzung außerhalb der Öffnungszeiten ist nur nach vorheriger telephonischer Absprache mit den Institutsmitarbeitern möglich. Auswärtigen Benutzern kann gegen Kostenerstattung ein Ausdruck der Bibliotheksbestände zugesandt werden.





## 4. Rundfunkökonomische Lehrveranstaltungen

### 4.1. Die Entstehungsgeschichte des rundfunkökonomischen Lehrangebots

Ausgehend von dem in Abschnitt 1 des Tätigkeitsberichts konstatierten Bedarf nach einem strukturierten Lehrangebot für die Rundfunkökonomie stellt die Planung und Durchführung rundfunkökonomischer Lehrveranstaltungen einen Schwerpunkt der Institutsarbeit dar. Die hieran beteiligten Institutsdirektoren, Lehrbeauftragten und Institutsmitarbeiter bewegten sich dabei bisher weitgehend auf Neuland, da - wie in Abschnitt 1 ebenfalls bereits ausgeführt wurde - rundfunkökonomische Studiengänge an deutschen Hochschulen bisher fehlen und somit weder auf ausgearbeitete Studiengänge noch auf Veranstaltungskonzepte oder gar veranstaltungsbegleitende Lehrbücher zurückgegriffen werden kann.

Die somit erforderliche Entwicklung originärer Lehrveranstaltungen zu rundfunkökonomischen Inhalten hatte eine Reihe von Überlegungen zu berücksichtigen, die bei der Einordnung der Lehrveranstaltungen in den Studienaufbau, bei der Abgrenzung der Lehrinhalte wie auch bei der Art der didaktischen Vermittlung des Lehrstoffes gefordert werden müssen:

1. Die Rundfunkökonomie ist eine Teildisziplin der Ökonomie, die die Kenntnisse grundlegender einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sachverhalte voraussetzt; ein Studiengang Rundfunkökonomie ist somit zweckmäßigerweise in den Hauptstudiengang des Ökonomiestudiums (der im Regelfall mit dem 5. Semester beginnt) zu integrieren.
2. Die Rundfunkökonomie hat sowohl einzelwirtschaftliche als auch gesamtwirtschaftliche Fragestellungen zu behandeln. Sie hat deshalb sowohl die allgemeinen Erkenntnisse und Methoden der Betriebswirtschaftslehre als auch der Volkswirtschaftslehre bzw. der Finanzwissenschaft zu beachten. Die einzel- und gesamtwirtschaftlichen Belange der Rundfunkökonomie sollten beim Aufbau des Studiengangs gleichgewichtig berücksichtigt werden. Die Zweckmäßigkeit oder Notwendigkeit zur Differenzierung in einen einzelwirtschaftlich ausgerichteten Studiengang, der die rundfunkökonomischen Kenntnisse des im Rundfunkunternehmen beschäftigten Betriebswirts in den Vordergrund stellt, und in einen gesamtwirtschaftlich ausgerichteten Studiengang, in dem die volks- und finanzwissenschaftlichen Kenntnisse für den mit gesamtwirtschaftlichen und medienpolitischen Fragen befaßten Volkswirt vermittelt werden, ist allenfalls in einer späteren Phase der Entwicklung des Studiengangs zu prüfen.



3. Die Rundfunkökonomie hat sich mit Inhalten zu befassen, die für einen Arbeitsmarkt von Interesse sind, der infolge hoher technischer Innovation und starker gesellschaftlich-institutioneller Veränderungen überdurchschnittlich wächst und zugleich hinsichtlich der erforderlichen berufsbezogenen Studieninhalte schwer einschätzbar ist. Aus diesem Grund sind beim Aufbau des Studiengangs ein enger Praxisbezug und eine enge Rückkopplung mit den Berufsanforderungen der im Rundfunkbereich tätigen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, privaten Rundfunkunternehmen und sonstigen potentiellen Arbeitgeber von rundfunkspezifisch ausgebildeten Ökonomen erforderlich.

Auf der Basis dieser Überlegungen wurden seit dem Wintersemester 1991/92 die rundfunkökonomischen Lehrangebote an der Universität zu Köln ausgeweitet. Ausgangspunkt bildete dabei die Veranstaltung "Aktuelle Probleme der Rundfunkökonomie", die bereits seit dem Sommersemester 1986 im Rahmen eines Lehrauftrags vom Finanz- und Verwaltungsdirektor des Westdeutschen Rundfunks, Prof. Dr. Norbert Seidel, regelmäßig durchgeführt wurde. Im Durchschnitt nehmen an dieser, bisher von Prof. Seidel seit 1986 in jedem Semester angebotenen zweistündigen Veranstaltung mittlerweile jeweils zwischen 25 und 35 Studentinnen und Studenten teil. Ab dem WS 1994/95 wird diese Veranstaltung - gemäß ihrer Ausrichtung an Studierenden im Hauptstudium - als Proseminar abgehalten. Dabei sollen die in den ersten Jahren relativ breiten und unveränderten Lehrinhalte - begründet durch die stärkere Ausdehnung und Differenzierung des gesamten rundfunkökonomischen Lehrangebots (s. u.) - sukzessive durch wechselnde, jeweils aktuelle Schwerpunkte ersetzt werden. -- Die Inhalte dieser Veranstaltung können im einzelnen den im folgenden Abschnitt dargestellten Veranstaltungsprogrammen entnommen werden.

Hinzu kam im WS 1991/92 als weitere Veranstaltung das sog. "Rundfunkökonomische Kolloquium", welches seit der Gründung des Instituts für Rundfunkökonomie im Jahr 1991 (vgl. oben, Abschnitt 2) regelmäßig, d. h. in jedem Semester, von den Direktoren bzw. dem Geschäftsführer des Instituts abgehalten wird. In dieser Veranstaltung zweistündigen, 14-täglichen Veranstaltung referieren externe Praktiker oder Hochschulexperten zu aktuellen rundfunkökonomischen Fragen, wobei die Generalthemen der Veranstaltung von Semester zu Semester wechseln. Das Konzept des rundfunkökonomischen Kolloquiums berücksichtigt damit die oben konstatierte Notwendigkeit, die rundfunkökonomischen Ausbildungsinhalte den Anforderungen des Rundfunkmarktes anzupassen und dabei auch auf ggf. kurzfristige Veränderungen zu reagieren. Nachdem an dieser Veranstaltung im WS 1991/ 91 circa 40 Studierende und im SS 1992 circa 70 teilgenommen hatten, ist die Teilnehmerzahl seit dem WS 1992/ 93 mit



jeweils ca. 60 Studierenden konstant geblieben. Hinzu kommen - je nach Thema unterschiedlich viele - externe Gäste, insbesondere Mitarbeiter der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbieter. -- Die Inhalte der im Berichtszeitraum abgehaltenen rundfunkökonomischen Kolloquien sind im folgenden Abschnitt im einzelnen dokumentiert.

Als weitere Veranstaltung wurde im WS 1991/92 eine "Arbeitsgemeinschaft Rundfunkökonomie" angeboten. Diese war als zweistündige 14tägliche Veranstaltung konzipiert und hatte primär das Ziel, rundfunkökonomische Diplomarbeiten zu initiieren, den Diplomanden Gelegenheit zu geben, ihre Arbeiten gegenseitig vorzustellen und zu kritisieren und durch den Dozenten dieser Veranstaltung betreuen zu lassen. Seit dem SS 1992 ist diese Veranstaltung durch eine "Übung zur Rundfunkökonomie" ersetzt worden. Dabei handelt es sich um eine zweistündige wöchentliche Veranstaltung, die bestimmte zentrale Themen der Rundfunkökonomie behandelt. Entsprechend ihrem Charakter als Übung werden dabei von den Studenten und Studentinnen Referate gehalten, die anschließend diskutiert werden. Die Referate werden benotet; eine Benotung als mindestens "ausreichend" führt zum Erwerb eines sog. SL-Scheins, der eine der Voraussetzungen für die Zulassung zur Examensprüfung darstellt.

Abgerundet wird das rundfunkökonomische Lehrangebot durch eine seit dem SS 1994 angebotene "Vorlesung zur Rundfunkökonomie". Die Inhalte dieser ebenfalls für Studierende des Hauptstudiums gedachten Veranstaltung sind am Institut für Rundfunkökonomie seit dessen Gründung teils gezielt erarbeitet worden, teils im Zusammenhang mit der Durchführung anderer Veranstaltungen oder der Bearbeitung von Forschungsprojekten entstanden. Mit der Erarbeitung, Strukturierung und Komprimierung dieser Lehrinhalte, um die sich vor allem Dipl. Kaufm. U. Schwertzel besonders verdient gemacht hat, konnte eine letzte Lücke des rundfunkökonomischen Lehrangebots geschlossen und der Stellenwert dieses Lehrangebots wesentlich erhöht werden. Derzeit wird diese Vorlesung als einstündige (bzw. zweistündige vierzehntägliche) Veranstaltung abgehalten. Mit der Aufnahme und Vertiefung des Lehrinhalts ist für die nahe Zukunft aber der Ausbau zu einer zweistündigen (wöchentlichen) Veranstaltung geplant.

Entsprechend der beschriebenen sowohl einzel- wie auch gesamtwirtschaftlichen Ausrichtung der Rundfunkökonomie ist die "Vorlesung zur Rundfunkökonomie" in zwei Teilveranstaltungen aufgeteilt, die alternierend, d. h. jeweils im zweisemestrigen Turnus, angeboten werden. Die Vorlesung "Rundfunkökonomie I", die erstmals im SS 1994 von Herrn Dr. Kops abgehalten wurde, behan-



delt gesamtwirtschaftliche Fragen der Rundfunkökonomie, wie die ökonomischen Charakteristika des Rundfunkmarktes, die ökonomische Begründung und Ausgestaltung einer dualen und föderalen Rundfunkordnung und Fragen der Willensbildung und Finanzierung (die Inhalte der einzelnen Sitzungen sind im folgenden Abschnitt aufgeführt). Die Vorlesung "Rundfunkökonomie II", die erstmals im WS 1994/95 von Professor Sieben abgehalten wurde, behandelt einzelwirtschaftliche Fragen der Rundfunkökonomie, wie Ziele, Entscheidungsfelder und Rahmenbedingungen der Wirtschaftlichkeit von Rundfunkunternehmen und deren Organisation, strategische Planung, Controlling, Finanzmanagement und Marketing (siehe auch hier die Darstellung der genauen Veranstaltungsinhalte im folgenden Abschnitt).

Damit werden seit dem SS 1994 in jedem Semester jeweils zwei einstündige Veranstaltungen (Kolloquium, Vorlesung) und zwei zweistündige Veranstaltungen (Proseminar und Übung) angeboten. Die nachstehende Übersicht beschreibt dieses aktuelle Veranstaltungsangebot wie auch dessen Entstehung seit 1991. Für Studierende der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln sowie Magisterstudiengänge mit Nebenfach Betriebs- oder Volkswirtschaft ist innerhalb dieser Seminare ein Erwerb von Leistungsnachweisen für das Hauptstudium möglich. Obwohl der "Rundfunkökonomie", der angestrebte Status eines Wahlpflichtfachs (siehe unten, Abschnitt 4.3.) noch nicht eingeräumt worden ist, werden die in den rundfunkökonomischen Lehrveranstaltungen erworbenen Leistungsnachweise in bis zu sechs anderen Prüfungsfächern (z. B. "Wirtschaftsprüfung" oder "Finanzwissenschaft") als Zulassungsvoraussetzungen für die Diplomprüfung anerkannt.

#### **4.2. Die Inhalte der im Berichtszeitraum abgehaltenen Lehrveranstaltungen im einzelnen**

Die im Berichtszeitraum abgehaltenen Lehrveranstaltungen werden im folgenden unkommentiert aufgelistet. Dabei werden zunächst die Inhalte des rundfunkökonomischen Kolloquiums dargestellt; es folgen die Inhalte der Veranstaltung "Aktuelle Probleme der Rundfunkökonomie" (bzw. seit dem WS 1994/95: "Rundfunkökonomisches Proseminar"), der Übungen zur Rundfunkökonomie und der Vorlesungen zur Rundfunkökonomie. Detailliertere Informationen können in der Bibliothek des Instituts für Rundfunkökonomie eingesehen bzw. von dort angefordert werden.



Entwicklung der rundfunkökonomischen Lehrangebots  
an der Universität zu Köln; WS 1991/91 - SS 1995

Semester	Veranstaltung				Gesamtzahl der Semester-Wochen-Stunden
	Ausgewählte Probleme der Rundfunk-ökonomie/ Rundfunkök. Proseminar	Rundfunk-ökonomisches Kolloquium	Arbeitsgemeinschaft/ Übung zur Rundfunk-ökonomie	Vorlesung zur Rundfunk-ökonomie	
seit SS 1986 - SS 1991	Seidel				2
WS 1991/ 1992	Seidel	Hansmeyer/ Sieben	Müller- Wiegand		4
SS 1992	Seidel	Hansmeyer/ Sieben	Kops		5
WS 1992/ 1993	Seidel	Hansmeyer	Kops		5
SS 1993	Seidel	Sieben	Schwertzel		5
WS 1993/ 1994	Seidel	Hansmeyer	Schwertzel		5
SS 1994	Seidel	Sieben	Pagenstedt/ Schwertzel	Kops	6
WS 1994/ 1995	Seidel	Kops	Schwertzel	Sieben	6
SS 1995 (angep.)	Seidel	Sieben/ Kops	Schwertzel	Hansmeyer	6



## **Rundfunkökonomisches Kolloquium SS 1993 (SL)**

Prof. Dr. Günter Sieben

2 St. (14-tägl.) Mo. 17.00 - 18.30 Uhr in Raum B VI, Bibliotheksgebäude

### **Management in Rundfunkunternehmen**

- 26. 4. 1993**     **Die Organisation der ARD:  
Ziele, Aufgabenverteilung und Perspektiven**  
Prof. Dr. Norbert Seidel  
Verwaltungsdirektor des Westdeutschen Rundfunks
- 10. 5. 1993**     **Unternehmensführung am Beispiel eines bundesweit  
operierenden Fernseh-Vollprogrammanbieters**  
P. Hoenisch, Kommunikationsdirektor RTL Plus  
Deutschland GmbH & Co. KG
- 24. 5. 1993**     **"Lean production" in öffentlich-rechtlichen  
Rundfunkanstalten**  
M. Meiers, Fernsehproduktion MDR
- 7. 6. 1993**     **Controlling-Konzeptionen für Rundfunkunternehmen**  
Prof. Dr. Günter Sieben  
Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln
- 21. 6. 1993**     **Zukunftsperspektiven und Strategien für entgeltfinanzierte  
Fernsehangebote in der Bundesrepublik Deutschland**  
Dr. Lothar Hunsel,  
Geschäftsführer premiere, Hamburg
- 5. 7. 1993**     **Programmbeschaffung und -verwertung  
als eigenständige Unternehmenseinheiten  
bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern**  
Peter T. Heimes  
Geschäftsführer Degeto-Film GmbH
- 12. 7. 1993**     **Abschlußklausur**  
**(Ort und Zeit werden gesondert bekannt gegeben)**



**Rundfunkökonomisches Kolloquium WS 1993/94 (SL)**

Prof. Dr. Karl-Heinrich Hansmeyer

2 St. (14-tägl.) Mi. 17.00 - 18.30 Uhr in HS D

**Finanzierungs- und Organisationsprobleme  
öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten**

- 20. 10. 93**      **Die Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten  
in der Bundesrepublik Deutschland  
aus finanzwissenschaftlicher Sicht**  
Prof. Dr. K.-H. Hansmeyer
- 3. 11. 93**      **Perspektiven für den Nationalen Hörfunk  
in der Bundesrepublik Deutschland**  
Helmut Haunreiter,  
Verwaltungsdirektor des Deutschlandfunks, Köln
- 1. 12. 93**      **Das Verfahren zur Bemessung der Rundfunkgebühr  
in der Diskussion**  
Professor Dr. Dieter Dörr,  
Institut für Europäisches Medienrecht, Saarbrücken
- 15. 12. 93**      **Die Privatisierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter  
als Ausweg aus der Finanzierungskrise ?**  
(ausgefallen)
- 12. 1. 94**      **Neue Finanzierungsmöglichkeiten durch technische  
Innovationen im Rundfunk - das Beispiel DAB**  
Dipl.-Ing. Frank Müller-Römer, Technischer Direktor des BR
- 26.1. 94**      **Kooperationen innerhalb der ARD  
- Das Beispiel ORB und seine Anwendbarkeit  
auf die "alten Landesrundfunkanstalten"**  
Lutz Marmor, Verwaltungsdirektor des ORB
- 9. 2. 94**      **Abschlußklausur VWL und Finanzwissenschaft**



## **Rundfunkökonomisches Kolloquium SS 1994 (SL)**

Prof. Dr. Günter Sieben

2 St. (14-tägl.) Mi. 17.00 - 18.30 Uhr in HS D

### **Planung und Kontrolle im Rundfunk**

- 18. 4. 1994**      **Möglichkeiten und Grenzen der Prozeßkostenrechnung in Rundfunkanstalten**  
Dr. Helmut Maltry, Universität zu Köln
- 2. 5. 1994**      **Die Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Rundfunkräten und ihre Entscheidungs- und Kontrollaufgaben**  
Reinhard Grätz, MdL,  
Vorsitzender des Rundfunkrates des WDR, Köln
- 16. 5. 1994**      **Die Praxis der ORF-Medienforschung und ihre Nutzung für die Programmplanung**  
Dr. Peter Diem,  
Österreichischer Rundfunk ORF, Wien
- 30. 5. 1994**      **Funktionen und Inhalte der Prüfung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten durch den Landesrechnungshof**  
Min.Rat Raimund Welzel,  
Landesrechnungshof NRW, Düsseldorf
- 13. 6. 1994**      **Strategische Unternehmensplanung privater Rundfunkunternehmen**  
Alexander Isadi,  
Generalsekretär RTL Köln
- 27. 6. 1994**      **Die Kontrolle des privaten Rundfunkmarktes durch die Landesmedienanstalten**  
Dr. Hans Hege,  
Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, Berlin
- 4. 7. 1994**      **Klausur**



**Rundfunkökonomisches Kolloquium WS 1994/95 (SL)**

Dr. Manfred Kops

2 St. (14tägl.). Mi. 17.00 - 18.30 Uhr in HS D

**Die künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
in Deutschland nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts**

- 26. 10. 94      Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung  
des öffentlich-rechtlichen Rundfunks**  
Dr. Manfred Kops, Institut für Rundfunkökonomie, Universität Köln
- 9. 11. 94      Die bisherige Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühren**  
Min. Dir. Rainer Conrad, Bayerischer Oberster Rechnungshof,  
München,      Vorsitzender der Kommission zur Ermittlung des  
Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, Mainz
- 23. 11. 94      Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung  
der Rundfunkgebühren**  
Dr. Manfred Kops,  
Institut für Rundfunkökonomie, Universität Köln
- 30. 11. 94      Eine rundfunkrechtliche Beurteilung  
des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung**  
Prof. Dr. Dieter Dörr, Justitiar des Saarländ. Rundfunks,  
Dr. Hermann Kresse, Justitiar von RTL Television, Köln
- 21. 12. 94      Eine ökonomische Beurteilung  
des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung**  
Frau Ursula Adelt,  
Verband Privater Rundfunk u. Telekommunikation (VPRT), Bonn  
Prof. Dr. Norbert Seidel, Westdeutscher Rundfunk, Köln
- 11. 01. 95      Eine politikwissenschaftliche Beurteilung  
des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung**  
Dr. Manfred Kops,  
Institut für Rundfunkökonomie, Universität zu Köln
- 18. 01. 95      Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung  
des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung**  
Reinhard Grätz, Mitglied des Landtags NRW, Düsseldorf
- 08. 02. 95      Abschlußklausur**



## **Rundfunkökonomisches Kolloquium SS 1995 (SL)**

Prof. Dr. Günter Sieben/Dr. Manfred Kops

2 St. (14tägl.). Mo. 17.00 - 18.30 Uhr in B IV, Bibliotheksgebäude

### **Der organisatorische Aufbau des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der aktuellen Diskussion**

- 24. 4. 95      Ökonomische Kriterien für eine Beurteilung der Organisationsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks**  
Prof. Dr. Günter Sieben,  
Institut für Rundfunkökonomie, Universität Köln (zugesagt)
- 8. 5. 95      Kooperation und Fusion im öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Spannungsfeld von Wirtschaftlichkeit und Vielfalt**  
Dr. Manfred Kops,  
Institut für Rundfunkökonomie, Universität Köln (zugesagt)
- 22. 5. 95      Die Fusionspläne innerhalb der ARD im Urteil einzelner Landesrundfunkanstalten**  
Dr. Günter Struve,  
Programmdirektor Deutsches Fernsehen, München (zugesagt)  
Dr. Manfred Buchwald,  
Intendant des Saarländischen Rundfunks, Saarbrücken (zuges.)
- 12. 6. 95      Die zukünftige Willensbildung in der ARD: Von der Einstimmigkeit zum Quorum?**  
Reinhard Grätz,  
Mitglied des Landtags NRW, Düsseldorf (zugesagt)  
Dr. Manfred Kops,  
Institut für Rundfunkökonomie, Universität Köln (zugesagt)
- 19. 6. 95      Chancen und Probleme einer Fusionierung von Rundfunkanstalten - Das Beispiel DeutschlandRadio**  
Ernst Elitz, DeutschlandRadio, Köln (zugesagt)
- 3. 7. 95      Zwei bundesweite öffentlich-rechtliche Programmanbieter - Brauchen wir ARD und ZDF?**  
Dr. Edmund Stoiber, Ministerpräsident des Freistaats Bayern  
Albert Scharf, Intendant des BR und Vorsitzender der ARD,  
oder Jobst Plog, Intendant des NDR  
Prof. Dieter Stolte,  
Intendant des Zweiten Deutschen Fernsehens, Mainz  
(werden angefragt)
- 10. 7. 95      Abschlußklausur**

**Übung zur Rundfunkökonomie SS 1993 (SL)**

Uwe Schwertzel (für Hansmeyer und Sieben)

2 St., Do. 15.15 - 16.45 Uhr in Raum 725a

**Ausgewählte Aspekte der europäischen Rundfunkordnung**

<b>Nr.</b>	<b>Datum</b>	<b>Thema</b>
	22.04.93	Konstituierende Sitzung
1	29.04.93	Die Bereitstellung und Finanzierung von Rundfunkleistungen aus finanzwissenschaftlicher Sicht
2	06.05.93	Vergleiche der Finanzierungsformen des öffentlichen Rundfunks in Europa aus Sicht der Theorie der öffentlichen Einnahmen
3	13.05.93	Rundfunkordnung in Osteuropa - Probleme und Perspektiven der Neuordnung und Finanzierung von Rundfunkanbietern
4	27.05.93	Ökonomische Begründung eines Regulierungsbedarfs im Rundfunk und wirtschaftliche Implikationen der Regulierung von Rundfunkveranstaltern in Europa
5	17.06.93	Marktchancen von Spartenanbietern und pan-europäischen Rundfunkveranstaltern in Europa unter besonderer Berücksichtigung von Sprachraumprogrammen
6	24.06.93	Die Auswirkungen technischer Innovationen im Rundfunk auf Regulierungsbedarf und -intensität am Beispiel des Digital Audio Broadcasting
7	01.07.93	Ökonomische Begründung einer föderativen Rundfunkordnung in Europa
8	08.07.93	Internationale Kooperationen zwischen Rundfunkveranstaltern - Begründung, Kooperationsebenen und Ausgestaltung
	15.07.93	Abschlußklausur

Der Erwerb eines SL-Scheins in den Fächern Allgemeine BWL, Finanzwissenschaft oder allgemeine VWL (bzw. alternativ Wirtschaftspolitik bzw. Volkswirtschaftstheorie) durch Klausurteilnahme oder Übernahme eines der Referatsthemen Nr.1 - 8 möglich. Die Anmeldung für die Referate kann ab sofort im Institut für Rundfunkökonomie vorgenommen werden.





**Übung zur Rundfunkökonomie WS 1993/94 (SL)**

Uwe Schwertzel (für Hansmeyer und Sieben)

2 St., Do. 15.15 - 16.45 Uhr in Raum 725a

- |            |   |
|------------|---|
| 19. 10. 93 | 0. Konstituierende Sitzung  |
| 26. 10. 93 | 1. Grundlagen I :<br>Die Bereitstellung und Finanzierung von Rundfunkangeboten aus ökonomischer Sicht   |
| 02. 11. 93 | 2. Grundlagen II:<br>Die funktionale und föderale Abgrenzung von europäischen Rundfunkanbietern: Eine föderalismustheoretische Analyse  |
| 09. 11. 93 | 3. Wettbewerb und Konzentration im Rundfunk I<br>Vergleichende Bewertung der gesetzlichen Regelungen zur ökonomischen und publizistischen Konzentration auf nationaler und auf EG-Ebene |
| 16. 11. 93 | 4. Wettbewerb und Konzentration im Rundfunk II<br>Ordnungspolitische Legitimation für eine Harmonisierung der Regelungen zur Sicherung der Programmviefalt auf europ. Ebene             |
| 23. 11. 93 | 5. Wettbewerb und Konzentration im Rundfunk III<br>Wettbewerbsprobleme auf dem Markt für Rundfunkproduktionen und ordnungspolitische Konsequenzen                                       |
| 30. 11. 93 | 6. Europäische Rundfunkproduktionen und ihre Finanzierungsformen - eine Analyse unter besonderer Berücksichtigung der nationalen und internationalen Filmförderungsprogramme            |
| 07. 12. 93 | 7. Wirtschaftliche Konsequenzen urheberrechtlicher Regelungen im Rundfunkbereich  |
| 14. 12. 93 | 8. Wettbewerbsstrategien für pay-tv-Anbieter in Europa  |
| 21. 12. 93 | 9. Die wirtschaftlichen Auswirkungen neuer technischer Verbreitungsmöglichkeiten im Rundfunk  |
| 11. 01. 94 | 10. Strategische Entwicklungsmöglichkeiten für Medienunternehmen am Beispiel Osteuropa  |
| 25. 01. 94 | 11. Ökonomische Konsequenzen neuer technischer Normen im Rundfunk am Beispiel des hochauflösenden Fernsehens (HDTV)   |
| 10. 02. 94 | Abschlussklausur  |

Der Erwerb eines SL-Scheins ist durch Teilnahme an der Abschlussklausur oder durch Übernahme eines Referates in den Fächern Allgemeine BWL (alle Referatsthemen außer 1, 3, 4 und 5), allgemeine VWL, Volkswirtschaftstheorie oder -politik (alle Referatsthemen außer 8 und 10) sowie Finanzwissenschaft (nur Referatsthemen 1, 2 und 4) möglich.



## **Übung zur Rundfunkökonomie SS 1994 (SL)**

Georg Pagenstedt/Uwe Schwertzel (für Hansmeyer/Sieben)

2 St., Di. 17.00 - 18.30 Uhr in HS 17a

### **Perspektiven für ein effizienzorientiertes Rundfunkangebot - eine einzelwirtschaftliche Betrachtung -**

- 12.04.94 Konstituierende Sitzung I: Organisatorische Fragen und Grundbegriffe der Rundfunkökonomie
- 19.04.94 Konstituierende Sitzung II: Allgemeine Einführung in die Rundfunkökonomie
- 26.04.94 Betriebsarten und Zielkonzeptionen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkanbieter
- 03.05.94 Strategische Programmplanung öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkanbieter
- 10.05.94 Die Entstehung einer Sendung am Beispiel von WDR und RTL
- 17.05.94 Serienproduktionen als Profit-Center?
- 31.05.94 Eigen- oder Fremdproduktion? Eine strategische Betrachtung
- 07.06.94 Strategische Planung für das Abonnementfernsehen
- 14.06.94 Personalwirtschaft öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkanbieter
- 21.06.94 Technische Perspektiven für den Rundfunk im 21. Jahrhundert und ihre Auswirkungen auf den Leistungsprozeß von Rundfunkanbietern
- 28.06.94 Quality-Management im Rundfunk?
- 05.07.94 Abschlußklausur

**Übung zur Rundfunkökonomie WS 1994/95 (SL)**

Uwe Schwertzel (für Hansmeyer und Sieben)

2 St., Di. 15.15 - 16.45 Uhr in HS G

Die Übung vertieft die Inhalte der Vorlesung Rundfunkökonomie II von Prof. Sieben.

Termine der Vorlesung:

**1. Einführung in die Rundfunkökonomie**

17.10.94	Kapitel 1	Rundfunkanbieter als Erkenntnisobjekt der Betriebswirtschaftslehre: Zielplan und Entscheidungsfeld der Rundfunkunternehmung
31.10.94	Kapitel 2	Rahmenbedingungen der Wirtschaftlichkeit von Rundfunkveranstaltern

**2. Ausgewählte Managementfelder in Rundfunkunternehmen**

14.11.94	Kapitel 3	Organisation und Kooperationen von Rundfunkveranstaltern
28.11.94	Kapitel 4	Strategische Planung von Rundfunkanbietern
12.12.94	Kapitel 5	Controlling in Rundfunkunternehmen
09.01.95	Kapitel 6	Finanzmanagement von Rundfunkveranstaltern
23.01.95	Kapitel 7	Marketing in Rundfunkunternehmen
06.02.95		Abschlußklausur

Termine der Übung: 24. 10. 94, 7. 11. 94, 21. 11. 94, 5. 12. 94,  
19. 12. 94, 16. 1. 95, 30. 1. 95



## **Ausgewählte Probleme der Rundfunkökonomie SS 1993 (SL)**

Prof. Dr. Norbert Seidel

2 St., Do. 17.00 - 18.30 Uhr, Bibliothek des Treuhandseminars

### **Programmübersicht**

- 29. 4. 1993 Rechtliche Grundlagen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter und das System der Gebührenfinanzierung
- 3./7. 5.1993 WDR-Besichtigung (genauer Termin wird noch festgelegt)
- 13. 5. 1993 Werbe- und sonstige Finanzierungsquellen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkanbieter
- 27. 5. 1993 Haushaltsplanung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
- 3. 6. 1993 Jahresabschlußprüfung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten I: Prüfungs- und Rechnungslegungsvorschriften
- 17. 6. 1993 Jahresabschlußprüfung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten II: Fallbeispiel
- 24. 6. 1993 Kostenrechnung als Controllinginstrument öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
- 1. 7. 1993 Controllingssysteme bei privaten Rundfunkanbietern, dargestellt am Beispiel von RTL
- 8. 7. 1993 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten im externen und internen Kontrollgefüge
- 15. 7. 1993 Klausur



## **Ausgewählte Probleme der Rundfunkökonomie WS 1993/94 (SL)**

Prof. Dr. Norbert Seidel

2 St., Do. 17.00 - 18.30 Uhr, Bibliothek des Treuhandseminars

### **1. Grundlagen**

- 21. 10. 1993 Ökonomische und rechtliche Grundlagen öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter
- 28. 10. 1993 Finanzierung öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkanbieter
- 4. 11. 1993 ARD-Formen der Zusammenarbeit
- 11. 11. 1993 WDR-Besichtigung
- 18. 11. 1993 WDR-Besichtigung
- 25. 11. 1993 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten im externen und internen Kontrollgefüge

### **2. Controlling für öffentlich-rechtliche und private Rundfunkanbieter**

- 9. 12. 1993 Planungsinstrumente öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, insbesondere im Rahmen eines Finanzcontrolling
- 16. 12. 1993 Die Bedeutung der Kosten- und Leistungsrechnung als Controllinginstrument öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
- 13. 1. 1994 Produktionscontrolling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (externer Referent)
- 20. 1. 1994 Projektcontrolling, insbesondere für Beschaffungsstellen in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (externer Referent)
- 27. 1. 1994 Controlling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit Hilfe neuer Möglichkeiten der Datenverarbeitung (externer Referent)
- 3. 2. 1994 Controlling bei privaten Rundfunkanbietern, dargestellt am Beispiel von RTL (externer Referent)
- 10. 2. 1994 Klausur



## **Ausgewählte Probleme der Rundfunkökonomie SS 1994 (SL)**

Prof. Dr. Norbert Seidel

2 St., Do. 17.00 - 18.30 Uhr, Bibliothek des Treuhandseminars

### **Programmübersicht**

- 14. 4. 1994 Ökonomische und rechtliche Grundlagen öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter und das System der Gebührenfinanzierung
- 21. 4. 1994 Finanzierung privater Rundfunkanbieter dargestellt am Beispiel von SAT 1 (externer Referent)
- 28. 4. 1994 WDR-Besichtigung
- 5. 5. 1994 Zusammenarbeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten am Beispiel des VVDR
- 19. 5. 1994 Haushaltsplanung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
- 9. 6. 1994 Jahresabschlußprüfung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten; Prüfungs- und Rechnungslegungsvorschriften
- 16. 6. 1994 Kosten- und Leistungsrechnung als Gegenstand der Jahresabschlußprüfung und als Controllinginstrument
- 23. 6. 1994 Controlling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
- 30. 6. 1994 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten im externen und internen Kontrollgefüge
- 7. 7. 1994 Klausur



### **Rundfunkökonomisches Proseminar**

#### **Ausgewählte Probleme der Rundfunkökonomie, WS 1994/95 (SL)**

Prof. Dr. Norbert Seidel

2 St., Do. 17.00 - 18.30 Uhr, Bibliothek des Treuhandseminars

#### **Planungssysteme öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten im Rahmen eines Management-Informationssystems**

#### **Programmübersicht**

- 27. 10. 1994 Ökonomische und rechtliche Grundlagen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
- 3. 11. 1994 Strategische Planung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
- 17.11. 1994 Technischer Stand und technische Weiterentwicklungsmöglichkeiten in öffentlich-rechtl. Rundfunkanstalten (externer Referent)
- 1. 12. 1994 Grundlagen der Finanzplanung
- 8. 12. 1994 WDR-Besichtigung
- 15. 12. 1994 Grundlagen der Personalplanung (externer Referent)
- 12. 1. 1995 Grundlagen der Investitionsplanung (externer Referent)
- 26. 1. 1995 Planung von Fernseh-Produktionen (externer Referent)
- 9. 2. 1995 Klausur



**Vorlesung Rundfunkökonomie I, SS 1994 (SL)**  
**Rundfunksysteme in Deutschland und Europa**

Dr. Manfred Kops

2 St. (14tägl.), Mi. 17.00 - 18.30 Uhr in HS D

**Terminübersicht**

- |           |            |   |
|-----------|------------|---|
| 20. 4. 94 | Kapitel 1: | <b>Technische, rechtliche und ökonomische Charakteristika des Rundfunkmarktes</b> |
| 4. 5. 94  | Kapitel 2: | <b>Ökonomische Begründung und Ausgestaltung dualer Rundfunksysteme</b>            |
| 18. 5. 94 | Kapitel 3: | <b>Föderale und funktionale Struktur des Rundfunkangebotes</b>                    |
| 8. 6. 94  | Kapitel 4: | <b>Willensbildung im Rundfunk</b>   |
| 22. 6. 94 | Kapitel 5: | <b>Anforderungen an die Finanzierung von Rundfunkangeboten</b>                    |
| 6. 7. 94  |            | <b>Abschlußklausur</b>  |

In der Veranstaltung kann durch die erfolgreiche Teilnahme an einer 90-minütigen Abschlußklausur ein SL-Schein in den Fächern Allgemeine Volkswirtschaftslehre, Volkswirtschaftspolitik, Volkswirtschaftstheorie oder Finanzwissenschaft erworben werden.



**Vorlesung Rundfunkökonomie II, WS 1994/95 (SL)****Management in öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkunternehmen**

Prof. Dr. G. Sieben

2 St. (14tägl.), Mo. 17.00 - 18.30 Uhr in Bibl. Geb. B IV

**I. Einführung in die Rundfunkökonomie**

17. 10. 94 Kap. 1 Rundfunkanbieter als Erkenntnisobjekt der Betriebswirtschaftslehre: Zielplan und Entscheidungsfeld der Rundfunkunternehmung
31. 10. 94 Kap. 2 Rahmenbedingungen der Wirtschaftlichkeit von Rundfunkveranstaltern

**II. Ausgewählte Managementfelder  
in Rundfunkunternehmen**

14. 11. 94 Kap. 3 Organisation und Kooperationen von Rundfunkveranstaltern
28. 11. 94 Kap. 4 Strategische Planung von Rundfunkanbietern
12. 12. 94 Kap. 5 Controlling in Rundfunkunternehmen
9. 1. 95 Kap. 6 Finanzmanagement von Rundfunkveranstaltern
23. 1. 95 Kap. 7 Marketing in Rundfunkunternehmen
6. 2. 95 Abschlußklausur

Ein SL-Schein im Fach Allgemeine Betriebswirtschaftslehre kann durch erfolgreiche Teilnahme an der Abschlußklausur erworben werden. Im Wechsel mit der Vorlesung wird zur Vertiefung der Kenntnisse eine Übung angeboten, in der die Inhalte der einzelnen Kapitel wiederholt und diskutiert werden können.



### **4.3. Der geplante Ausbau des rundfunkökonomischen Lehrprogramms zu einem "Wahlpflichtfach" Rundfunkökonomie**

Wie in Abschnitt 4.1. ausgeführt, ist an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln mittlerweile eine breite Palette rundfunkökonomischer Lehrveranstaltungen unterschiedlichen Charakters und unterschiedlicher Inhalte etabliert worden. Damit sind auch die materiellen und formalen Voraussetzungen für die Anerkennung der Rundfunkökonomie als eigenständigem Prüfungsgebiet geschaffen worden. Das laut Studienordnung der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät erforderliche Veranstaltungsangebot von mindestens 18 Semesterwochenstunden über die vorgesehene Studiendauer von 4 Semestern wird mit dem derzeitigen Angebot von 6 Semesterwochenstunden bereits überschritten. Die Institutsdirektoren haben aus diesem Grund im SS 1994 bei der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät den Antrag gestellt, die Rundfunkökonomie in den Kanon der sog. Wahlpflichtfächer aufzunehmen. Dabei handelt es sich um Studienbereiche, die von den Studierenden der WiSo-Fakultät - in nach Studiengängen differenziertem Umfang - als Prüfungsfächer für die Diplomprüfung ausgewählt werden können. Die Bewertung der erbrachten Prüfungsleistungen wird im Diplomzeugnis ausgewiesen und in die Diplomnote einbezogen.

Die bereits erwähnte wachsende gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunksektors und vor allem die durch die zunehmende Ansiedlung von Rundfunkanbietern bedingte Entwicklung der Stadt Köln zu einer Medienmetropole läßt einen weiteren Ausbau des rundfunkökonomischen Lehrangebots der Universität Köln und eine Aufwertung zu einem eigenständigen Prüfungsfach wünschenswert erscheinen. Allerdings kann die Zulassung von Wahlpflichtfächern nicht entschieden werden, ohne die Beziehungen und möglicherweise auftretenden Überschneidungen mit anderen Wahlpflichtfächern zu beachten. Zudem muß geprüft werden, inwieweit die bei neuen Wahlpflichtfächern einzugehenden Lehrveranstaltungen personell abgedeckt werden können und ob die damit verbundenen zusätzlichen Belastungen in Lehre und Forschung mit den der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät insgesamt verfügbaren Ressourcen vereinbar sind. Da diese Fragen, insbesondere im Hinblick auf die erfolgte bzw. absehbare Emeritierung der derzeitigen Institutsdirektoren, bisher nicht ausreichend geklärt werden konnten, hat die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät dem Antrag auf Anerkennung des Fachs Rundfunkökonomie als Wahlpflichtfach noch nicht stattgegeben. Vielmehr hat sie beschlossen, sich innerhalb einer Strukturreformkommission, die eine ohne-



hin anstehende Neuregelung des Studienaufbaus der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften vorzubereiten hat, mit dem Antrag zu befassen. Die Institutsdirektoren sind bemüht, im Rahmen des damit vorgezeichneten Verfahrens eine baldige Anerkennung der Rundfunkökonomie zum Wahlpflichtfach zu erwirken.

Die ursprünglich für 1994 geplante Erweiterung des rundfunkökonomischen Lehrangebots um ein rundfunkökonomisches Hauptseminar sowie ggf. um ein Mittelseminar (vgl. Tätigkeitsbericht 1991/92) kann bis dahin zurückgestellt werden, zumal sie zur Erfüllung der für die Anerkennung erforderlichen Semesterwochenstunden nicht erforderlich ist (s. o.) und wegen der beschriebenen personellen Engpässe am Institut für Rundfunkökonomie mit der derzeitigen Besetzung auch nicht realisierbar wäre.



## **5. Rundfunkökonomische Diplomarbeiten und Dissertationen**

### **5.1. Die mit der Vergabe rundfunkökonomischer Diplomarbeiten und Dissertationen verfolgten Zielsetzungen**

Die Vergabe von Diplomarbeiten und Dissertationen zu rundfunkökonomischen Themen ist aus mehreren Gründen sinnvoll. Zum ersten stellen sich in der Rundfunkökonomie eine Fülle neuer, teils betriebswirtschaftlicher, teils gesamtwirtschaftlicher Fragestellungen, die im Rahmen von Diplomarbeiten und Dissertationen detailliert untersucht werden können. Solche Arbeiten tragen somit zum Erkenntnisfortschritt in diesem Teilgebiet der Ökonomie bei. Aus Sicht des einzelnen Diplomanden und Doktoranden ist die intensive Beschäftigung mit einer rundfunkökonomischen Fragestellung über einen längeren Zeitraum (bei Diplomarbeiten über mindestens ein halbes Jahr, bei Dissertationen im Schnitt über etwa drei Jahre) zudem im Hinblick auf eine anschließende berufliche Tätigkeit im Rundfunksektor von Vorteil: Die dadurch erworbenen Spezialkenntnisse verbessern den beruflichen Einstieg und erleichtern in vielen Fällen die Bewältigung der sich dort stellenden Aufgaben.

Erfahrungsgemäß werden bei der Erstellung vieler Diplomarbeiten und Dissertationen auch häufig Kontakte hergestellt, die einen späteren beruflichen Einstieg erleichtern. Gerade im Kölner Raum, in dem eine besonders hohe Nachfrage nach Ökonomen mit rundfunkspezifischen Spezialkenntnissen besteht, werden solche Kontakte als Vorbereitung auf einen späteren beruflichen Einstieg gern gesehen. Auch das Institut für Rundfunkökonomie ist daher daran interessiert, solche Kontakte herzustellen. Aus diesem Grund werden auch die Anregungen von Rundfunkanstalten und -unternehmen, bestimmte praxisrelevante Fragen im Rahmen von Diplomarbeiten und Dissertationen untersuchen zu lassen, begrüßt und Themenvorschläge gerne aufgegriffen.

Solange die Rundfunkökonomie noch kein eigenständiges Studienfach darstellt und folglich auch kein Lehrstuhl für dieses Fach existiert, sind die rundfunkökonomischen Arbeiten den Lehrstühlen der beiden Institutsdirektoren zugeordnet: Wenn es sich um primär betriebswirtschaftliche Themen handelt, sind sie dem Seminar für Allgemeine BWL und für Wirtschaftsprüfung zugeordnet; wenn es sich um primär volkswirtschaftliche bzw. finanzwissenschaftliche Themen handelt, sind sie dem Seminar für Finanzwissenschaft zugeordnet. Unabhängig davon werden die Arbeiten inhaltlich am Institut für Rundfunkökonomie betreut.



## 5.2. Zusammenstellung bisher abgeschlossener Diplomarbeiten zu rundfunkökonomischen Themen

Die folgende Aufstellung enthält die bisher am Institut für Rundfunkökonomie (ab 1991) bzw. am Seminar für Allgemeine BWL und für Wirtschaftsprüfung (vor 1991) abgeschlossenen Diplomarbeiten und Dissertationen mit rundfunkökonomischen Themen. Sämtliche der aufgeführten Arbeiten sind in der Bibliothek des Instituts für Rundfunkökonomie eingestellt, die Signatur ist angegeben.<sup>1</sup> Im Berichtszeitraum 1993 - 1994 wurden am Institut ca. 40 Diplomarbeiten betreut, davon wurden bis zum 31. 12. 1994 bei 27 Diplomarbeiten (die in der folgenden Auflistung mit einem \* markiert sind) das Prüfungsverfahren abgeschlossen; die restlichen (hier noch nicht aufgeführten) Arbeiten werden voraussichtlich im ersten Halbjahr 1995 fertiggestellt und eingereicht.

Andersen, Holger:

**\*Implementierungsmöglichkeiten des Lean-Management  
im Privatfernsehen am Beispiel der Serienproduktion.**

1993, VIII, 94 S.: graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/171

Anton, Elke:

**Die Kostenkontrolle in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1988, III, 78 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/23

Aust, Michael P.:

**Ökonomische Auswirkungen von EG-Richtlinien im Rundfunkbereich.**

1991, XXX, 69 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/199

Becker, Uwe:

**Überlegungen zur Etablierung von lokalem Rundfunk  
in Nordrhein-Westfalen.**

1988, VII, 117S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/21

Blechsmidt, Burkhard:

**Fernsehen als Werbeträger - Möglichkeiten zur Verwirklichung  
von Kommunikationsstrategien in einer dynamischen Umwelt.**

1990, VI, 107 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 90/74

Börmann, Barbara:

**Die Kostenrechnung als Controlling-Instrument  
bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1992, V, 88 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/191

---

<sup>1</sup> Diplomarbeiten können nach den Bestimmungen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln eingesehen, nicht aber vervielfältigt werden. Dies gilt auch für die im folgenden aufgelisteten Arbeiten.



Borstell, Thomas:

**Möglichkeiten der Organisation und der Finanzierung von Kabel- und Satellitenfernsehen und ihrer Integration in das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland.**

1984, XIV, 160 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 84/13

Darius, Winfried:

**Möglichkeiten und Grenzen der erwerbswirtschaftlichen Betätigung von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland.**

1984. -VI, 77, XI S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 84/12

Droste, Felix W.:

**\*Komplementäre und substitutive Beziehungen zwischen Rundfunk und Printmedien.**

1993. - 150 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/109

Eck, Peter:

**\*Kosten der Regulierung privater Rundfunkanbieter durch Fensterprogramme: die Beispiele SAT.1 und RTL.**

1994. - 84 S. : graph. Darst. Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/327

Eiloff, Petra:

**Die Möglichkeiten des zeitgerechten Einsatzes von ausgewählten Finanzmanagementinstrumenten in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1990. - IX, 112 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 90/63

Eskes, Ursula:

**\*Allgemeine Darstellung von Kostenrechnungssystemen und ihre Anwendung im Rundfunkbereich am Beispiel des Westdeutschen Rundfunks.**

1993. VII, 70 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/223

Fahle, Robert:

**\*Ausrichtung der Programmgestaltung von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Anbietern auf die Vermarktung von Werbezeiten.**

1994. - 96 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/3 16

Fingerhuth, Angela, M.:

**\*Förderung der Filmwirtschaft - Rechtfertigung, Darstellung und Beurteilung. -**

1993, V, 201 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/158

Fitzen, Hiltrud:

**\*Nutzungsmöglichkeiten der Medienforschung für die Programmpolitik des Fernsehens.**

1993, XXXI, 81 S. : graph. Darst. Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 3/169



Fleischmann, Knut:

**Unternehmensführung in privaten Fernsehunternehmen auf der Grundlage einer fernhespezifischen Controllingkonzeption.**  
1992, V, 64 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/189

Frey, Heinz G.:

**Strategische Planung und strategische Kontrolle in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**  
1986. -V, 85 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 86/21

Gillies, Judith-Maria:

**Die Diffusion der Medieninnovation. Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen.**  
1991, 73 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 91/14

Graner, Susanne:

**Möglichkeiten zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch die Entwicklung eines spezifischen Controlling-Konzeptes.**  
1990, 65 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 90/37

Groth, Ralf:

**\*Analyse der Finanzierungssysteme werbe- und entgeltfinanzierter Fernsehanbieter aus betriebswirtschaftlicher Sicht am Beispiel RTL und Premiere.**  
1994, XVI, 204 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/4 13

Hagen, Jörg:

**Die Finanzierung der audiovisuellen Kommunikation in Frankreich und deren Perspektiven.**  
1987, VI, 143 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 87/15

Hetzenegger, Martin J.:

**\*Marketing privater Rundfunkveranstalter unter besonderer Berücksichtigung spezieller Fernsehangebotsformen.**  
1993. - XXI, 90 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/225

Hoffmann, Dagmar:

**\*Aufbau einer dualen Rundfunkordnung in Rußland.**  
1993. XL, 40 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/299

Hoffmann, Johannes:

**Unternehmenskultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und Perspektiven für die Unternehmensführung.**  
1991. -VII, 102 S. : graph. Darst. Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/201

Holtmann, Ursula:

**\*Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikationspolitik öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten am Beispiel des WDR.**  
1993, VIII, 96 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/318





Jansing, Uwe:

**\*Die Preisbildung für Spielfilme.**

1993, V, 93 S. - Köln, Univ., Dipl. Arb., Signatur: 93/108

Jost, Ralph:

**Die interne Revision in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1991. -VIII, 111 S. : graph. Darst. -Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/200

Kallrath, Christobal J.:

**Überlegungen zum Controlling**

**beim lokalen Rundfunk in Nordrhein-Westfalen.**

1989, XXI, 66 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 89/39

Kalsbach, Jörg:

**\*Die Integrationsfunktion des Rundfunks**

**am Beispiel der Namibian Broadcasting Corporation (NBC).**

1993. -74, XII S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/278

Kantimm, Oliver:

**\*Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen  
von Sparten-Rundfunkveranstaltern in Europa.**

1993. -VI, 113 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/319

Kehren, Hendrik:

**Innovationsmanagement in Nonprofit-Organisationen:  
Möglichkeiten zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit  
durch Innovationsstrategien,  
dargestellt am Beispiel des öffentlichen Rundfunks.**

1991, 126 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 91/27

Kischkies, Christel:

**Bewertungsprobleme in einer entscheidungsorientierten Kostenrechnung  
öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.**

1988, VI, 78 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/22

Köhler, Marianne:

**Externe Prüfung von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten  
nach § 53 HGrG.**

1984, XII, 78, XVI S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 84/11

Kolb, Gabriele:

**Programmcontrolling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1992, 68, XII 3 S.: graph. Darst. - Köln, Univ., Dipi.-Arb., Signatur: 92/194

Kraetsch, Ulrich:

**Die Principal-Agent-Theorie und der Stakeholder-Ansatz zur Steuerung  
von Entscheidungen in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen.**

1992, XXVIII, 79 S.: graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/198



Krüll, Claudia:

**Möglichkeiten der Effizienzsteigerung  
durch Konzeptierung zeitgemäßer Anreizsysteme  
im Bereich des Personalwesens  
öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.**

1991, V, 70, X S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 91/16

Laupenmühlen, Kerstin:

**Marketing der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten  
unter besonderer Berücksichtigung der privaten Konkurrenz  
in der dualen Rundfunkordnung.**

1990, 83, 11 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 90/64

Laws, Astrid:

**Die Nutzung des Mediums Fernsehen  
durch die werbetreibende Wirtschaft  
in der Bundesrepublik Deutschland.**

1988, II, 87 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/30

Lugt, Andrea:

**Die Einsatzmöglichkeiten des strategischen Controlling  
als zeitgemäßes Führungsinstrument  
in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1991. -VII, 94 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 91/30

Möller, Gerd:

**Notwendigkeit und Grenzen der Übertragung von Ideen  
der strategischen Unternehmensplanung  
auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1985, 127 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 85/10

Moussa, Adel:

**\*Ein finanzwissenschaftlicher Vergleich zwischen Gebühren und Steuern  
als Finanzierungsinstrumenten des öffentlichen Rundfunks in Ägypten.**

1993 - II, 80 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/59

Muck, Michael:

**\*Der Regulierungsbedarf bei der Neuordnung der Eigentums- und  
Nutzungsrechte für das Übertragungsnetz des Hörfunks  
durch die Einführung von DAB in der Bundesrepublik Deutschland.**

1994, 94, X S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/326

Mulanovic, Antun:

**\*Ökonomische Begründung und Ausgestaltungsmöglichkeiten  
für die Privatisierung des ZDF.**

1994. - 71, X S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/325

Müller, Christine:

**\*Die Prinzipien der Aufgaben- und Einnahmenverteilung zwischen den  
Landesstudios einer öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt.**

1993, 96 S. graph. Darst. - Literaturverz. Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/57



Müller, Horst-Herbert:

**Die Anwendung der Kostenrechnung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei Fernseh-Live-Show-Produktionen und die Möglichkeit der Durchführung von Kostenabweichungsanalysen.**

1988, III, 75 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/26

Oltmanns, Torsten:

**\*Entwicklung des Programmangebots und der Programmnutzung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Eine ökonomische Betrachtung.**

1993, 100 S. : graph. Darst. - Lit.verz. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/82

Pagenstedt, Georg:

**Operatives Investitions-Controlling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen.**

1992, XVI, 68 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/192

Palm, Hans-Joachim:

**Die Einbeziehung qualitativer Aspekte in die Kosten- und Leistungsrechnung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten mit Hilfe des Konzeptes der zweckneutralen Grundrechnungen.**

1991, IX, 96 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/197

Pfennings, Igor:

**Zur Rechtsformwahlproblematik privater, lokaler Hörfunk-Betriebsgesellschaften in Nordrhein-Westfalen. Eine betriebswirtschaftlich theoretische Betrachtung.**

1989, IX, 126 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 89/3 1

Pöggeler, Klaus:

**Überlegungen zur Nutzung des Marketing für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten.**

1986, V, 101 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 86/18

Preußners, Sabine:

**\*Möglichkeiten zur Berücksichtigung finanzwissenschaftlicher Kriterien im Finanzausgleich zwischen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1994, 86, XXIV S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/396

Quacken, Ludwig:

**Die Kostenrechnung als Instrument der Wirtschaftlichkeitsanalyse in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik.**

1982, XX, 67 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 82/16

Redel, Arja:

**\*Lizenzierungs- und Kontrollgremien der Fernsehveranstalter in der Bundesrepublik Deutschland aus Sicht der politischen Ökonomie.**

1994. - V, 79 S. : Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/395



Rosenthal, Uwe:

**Kennzahlen als Controlling-Instrument  
in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1984, VI, 88 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 84/17

Rusch, Guido:

**Möglichkeiten der Ausgestaltung einer Marketingkonzeption  
für den lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen.**

1991, III, 58 S. - Köln, Univ. Dipl.-Arb., Signatur: 91/15

Russek, Andreas:

**Strategische Perspektiven der Werbeträger-Eigenschaften  
des Satellitenfernsehens im europäischen Binnenmarkt.**

1991, XIX, 84 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/196

Sänger, Esther:

**Investitionsplanung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1988, 63 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/25

Schindler, Uwe:

**\*Betriebswirtschaftliche Konsequenzen der gesellschaftspolitischen  
Umgestaltung für Rundfunkunternehmen in Rußland.**

1993, XXXII, 112 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/170

Schloen, Karen:

**Produktionscontrolling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen.**

1992, VII, 107 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/203

Schmieja, Karin:

**Die externe Prüfung von Rundfunkanstalten  
durch den Landesrechnungshof.**

1988, getr. Zähl. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/19

Schneider, Petra:

**Marketing-Controlling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen.**

1992. - 7, 85, 16 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/190

Schneiderbauer, Ute:

**\*Ökonomische Begründung und Ausgestaltung von Kooperationen  
zwischen Rundfunkveranstaltern - Ausgewählte Beispiele nationaler und  
internationaler Kooperationsebenen,**

1994. -X, 98 S., XX S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/140

Schönenberg, Thomas:

**Frühwarnsysteme und Möglichkeiten der Nutzung  
durch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten.**

1985. -V, 98 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 85/9

Schumacher, Gerd:

**Notwendigkeit und Grenzen von Wirtschaftlichkeitsprüfungen bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch einen externen Prüfer.**

1984, V, 84 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 84/14

Schüttken, Georg:

**Strategieentwicklung und integrierte Unternehmensplanung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, dargestellt am Beispiel des Westdeutschen Rundfunks.**

1990, XXVIII, 87 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 90/65

Skladny, Armin:

**\*Kooperationen in der ARD. Eine föderalismustheoretische Betrachtung.**

1994, 118, LXIII S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/398

Skoppek, Bernd:

**Organisation in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1989, XVII, 63 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 89/30

Söffge, Martin:

**Strategische Planung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unter besonderer Berücksichtigung der Anwendbarkeit ausgewählter Methoden zur Unterstützung des strategischen Planungsprozesses.**

1986, VII, 86 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 86/20

Sterner, Ingo:

**Ökonomische Möglichkeiten und rechtlicher Rahmen des Kabeltextverteilendienstes.**

1992, V, 83 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/202

Strack, Jürgen:

**Die Kostenrechnung als Instrument der Unternehmensführung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1986, V, 109 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 86/19

Thiel, Ruben:

**\*Die optimale Regionalität von Werbung im Rundfunk.**

1994, 74 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/300

Tilch, Thomas:

**Lokaler Rundfunk in Nordrhein-Westfalen. Konfliktsituationen zwischen Lokalfunkveranstaltern und -betreibern und Kooperationsmöglichkeiten mit dem Westdeutschen Rundfunk Köln.**

1988, X, 72 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 88/24

Timmerbeil, Götz:

**Die Einbeziehung des gesellschaftsbezogenen Erfolgsziels "Nutzen des Rezipienten" in die externe Rechnungslegung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.**

1991, V, 129 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/195



Toennessen, Wilma:

**Ansätze zur Messung der Effizienz fremdbezogener Dienstleistungen, dargestellt am Beispiel der Betriebsverpflegung des WDR.**

1990, IX, 92 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 90/66

Trube, Marc:

**Unternehmenskultur in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dargestellt am Beispiel des WDR.**

1991, V, 108 S. : graph. Darst. - Literaturverz. S. 96 106 - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/29

Tümp, Norbert:

**\*Ökonomische Begründung des nationalen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland.**

1993, XXIII, 65 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/298

Ulrich, Markus:

**Die Bilanzierung des Programmvermögens in der Vermögensrechnung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.**

1989. - 81 S. Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 89/35

Vieth, Gabriele:

**Die neuen Medien und ihre möglichen Auswirkungen auf das Rundfunksystem in der Bundesrepublik Deutschland.**

1983, IV, 94 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 83/14

Winkelsen, Stefan:

**Probleme bei der Bilanzierung immaterieller Wirtschaftsgüter im Jahresabschluß öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland.**

1987. - XI, 63 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 87/16

Wirth-Bauer, Barbara:

**Unternehmensführung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten auf der Basis einer rundfunkspezifischen Controlling-Konzeption.**

1992, 66 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 92/193

Wollny, Waldemar:

**\*Finanzierungsprobleme bei Aufbau neuer Rundfunkanstalten in Polen.**

1993, VI, 88 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 93/107

Woyke, Martin:

**Überlegungen zum Eigenkapital öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland.**

1986, XIV, 97 S. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 86/17

Wurth, Ulrich:

**\*Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung am Beispiel eines Kinderprogramms.**

1994, VIII, 110 S. : graph. Darst. - Köln, Univ., Dipl.-Arb., Signatur: 94/397

### **5.3. Kurzbeschreibung der im Berichtszeitraum bearbeiteten Diplomarbeiten\***

#### **Entwicklung eines leistungsorientierten Gehaltssystems für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten am Beispiel der Deutschen Welle (DW)**

Ulrich Baumert

Überlegungen, ein leistungsbezogenes Vergütungssystem bei einer Rundfunkanstalt des öffentlichen Rechts wie der Deutschen Welle einzuführen, wurden in der Vergangenheit mit dem Hinweis auf die starren öffentlich-rechtlichen Vergütungsstrukturen verworfen. Keine Landesrundfunkanstalt - auch nicht die der ARD angeschlossene DW - arbeitete bisher mit einem institutionalisierten, beurteilungsgestützten und leistungsorientierten Gehaltssystem. Andere Auslandsrundfunkanstalten hingegen, wie z. B. der BBC-Worldservice, Voice of America oder Radio Free Europe, kennen seit Jahren leistungsorientierte Gehaltskomponenten. Ausgangspunkt für die Einführung war in Großbritannien eine politische Initiative hin zu einer stärkeren Leistungsorientierung des öffentlichen Dienstes. Auch die Bundesregierung regte in jüngster Zeit in ihrem "Perspektivbericht über die Fortentwicklung des öffentlichen Dienstrechtes" eine Leistungshonorierung an. -- Als Bundesrundfunkanstalt hat die DW diese Anregungen aufgegriffen. Sie plant im Rahmen einer "strategischen Reorganisation des Personalmanagements" eine auf einer institutionalisierten, individuellen Leistungsbeurteilung basierende leistungsorientierte Vergütung.

Die Arbeit stellt zunächst den Gedanken der leistungsorientierten Entlohnung als Element eines ganzheitlichen Personalmanagements vor. Die Wechselwirkungen zwischen Leistung, Leistungsbeurteilung und leistungsorientierter Entlohnung werden einer kritischen Analyse unterzogen. Sodann wird die DW als Untersuchungsgegenstand eingeführt. Dabei stehen die "strategischen Reorganisationsbemühungen" nach der Übernahme von RIAS- und Deutschlandfunk-Mitarbeitern und mehrfachen Kürzungen des Haushalts im Mittelpunkt. Die Auswertung der jüngsten Mitarbeiterbefragung bei der DW ergibt erste Hinweise auf die Arbeitseinstellung der Mitarbeiter und Ansatzpunkte zur Steigerung der Motivation.

---

\* Die folgenden Zusammenfassungen wurden mit wenigen Ausnahmen von den Diplomand/innen selbst erstellt. Im Anspruch und in der Qualität der Themenbearbeitung zwischen den Arbeiten bestehende (und sich auch in der Notengebung niederschlagende) Unterschiede sollen dabei deutlich werden; ggf. enthaltene inhaltliche und formale Mängel wurden vom Institut daher bewußt nicht korrigiert.



Auf der Grundlage dieser Ergebnisse wird im Hauptteil der Arbeit der Versuch unternommen, ein "rundfunkspezifisches" leistungsorientiertes Gehaltssystem zu entwickeln. Dabei wird ein "unternehmenszielorientiertes Beurteilungssystem" vorgeschlagen, mit dem auch für den Programmbereich operationale Beurteilungen möglich werden sollen. Anschließend werden verschiedene theoretische Ansätze und praktische Möglichkeiten der leistungsbezogenen Vergütung dargestellt und bewertet. Untersucht wird insbesondere, inwieweit Beurteilungs- und Gehaltssysteme anderer Auslandsrundfunkanstalten auf die DW übertragen werden können und ob Erfahrungen bei deutschen und ausländischen öffentlichen Verwaltungen auch für ein rundfunkspezifisches Beurteilungs- und Gehaltssystem verwertbar sind.

Akzeptanz und Widerstände bei Vorgesetzten und Mitarbeitern werden in der Untersuchung ebenso berücksichtigt wie arbeits- und sozialrechtliche Rahmenbedingungen. Da für die DW zusammen mit DLF, NDR, RB, SFB, SDR und SWF ein einheitlicher Manteltarifvertrag gilt, können einige Ergebnisse zumindest auf diese öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten übertragen werden. Dieser Transfer ist allerdings nicht ohne Einschränkungen möglich, da die DW - im Gegensatz zu den genannten ARD-Anstalten - eine Bundesrundfunkanstalt mit nach außen gerichtetem Auftrag und multinationaler Personalstruktur ist. Abschließend werden Chancen und Gefahren des vorgeschlagenen leistungsorientierten Gehaltssystems für das gesamte Personalmanagement evaluiert.

### **Strategische Perspektiven des digitalen Rundfunks für Infrastruktur- und Programmanbieter**

Jörg Borowski

Es zeichnet sich ab, daß sich die Strukturen der Medienlandschaft in der Zukunft gravierend verändern. Grundlage dieses Wandels ist die Entwicklung digitaler Übertragungstechniken, die ganz neue Formen von Rundfunkprogrammen und -diensten ermöglichen. Die interaktive Einflußnahme des Zuschauers auf das Rundfunkangebot wird über Rückkanäle möglich. So lassen sich Dienste wie Video-on-Demand und Teleshopping realisieren. Langfristig wird sich ein neues Kommunikationsnetz etablieren, über das die verschiedensten Inhalte, wie Telefongespräche, Computerdaten und Fernsehprogramme, zum Zuschauer transportiert und dort über ein gemeinsames Endgerät genutzt werden können. Als Folge dieser Entwicklung werden die Märkte für Rundfunk, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Datenverarbeitung miteinander verschmelzen.



Rundfunkunternehmen werden zwangsläufig mit der neuen Technologie konfrontiert. Daher ist es notwendig, daß schon heute strategische Überlegungen darüber angestellt werden, welche neuen Märkte und Produkte in der digitalen Zukunft entstehen. Vor diesem Hintergrund untersucht diese Arbeit die strategischen Perspektiven, die sich aus der Entwicklung des digitalen Rundfunks ergeben. Die wesentlichen Akteure im digitalen Fernsehen sind neben den Programmanbietern, die sich mit den Inhalten beschäftigen, die Anbieter von Infrastrukturen, denen die Aufgabe der Distribution der Rundfunksignale zukommt.

In einem ersten Schritt wird die technische und politische Umwelt dieser Akteure untersucht. Bei der Analyse der technischen Umwelt steht eine Darstellung der Infrastrukturen und der möglichen Angebotsformen im Mittelpunkt. Die Betrachtung der politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen analysiert die Situation des Rundfunks und der Telekommunikation auf nationaler und europäischer Ebene. Die Ergebnisse der Umweltanalysen führen zu einer Beschreibung der möglichen Marktstrukturen, mit denen die Akteure in der Zukunft konfrontiert werden. Es folgt eine Untersuchung der Wettbewerbskräfte innerhalb der bestehenden und zu erwartenden Märkte. Darauf aufbauend zeigt diese Arbeit die wesentlichen Strategien auf, mit denen sich Infrastruktur- und Programmanbieter im Wettbewerb des digitalen Fernsehens positionieren können.

### **Analyse der Branche Fernsehproduktion zur Schaffung einer Wettbewerbsstrategie für TV-Produktionsgesellschaften**

Jürgen Brandt

Unabhängige Fernsehproduktionsgesellschaften sind für die Fernsehveranstalter eine wichtige Quelle bei der Beschaffung von Fernsehprogrammen. In jüngerer Vergangenheit haben die Fernsehproduktionsgesellschaften durch verschiedene outsourcing-Konzeptionen der Fernsehveranstalter an Bedeutung gewonnen. Auch in Zukunft ist aufgrund der voraussichtlichen Erhöhung der Zahl der Fernsehkanäle mit einer steigenden Nachfrage nach Fernsehprogrammen zu rechnen. Aber in einem solchen, sich schnell verändernden und relativ positiv erscheinenden Markt ist es für eine Fernsehproduktionsgesellschaft unbedingt notwendig, sich über eine eigene Wettbewerbsstrategie klar zu werden. Hierzu möchte die Arbeit beitragen.

Im Rahmen der Arbeit wird zunächst das Konzept von Porter bezüglich der Schaffung einer Wettbewerbsstrategie dargestellt. Anschließend folgt eine detaillierte Branchenanalyse der Branche Fernsehproduktion, die alle Aspekte der



Branche, wie z. B. Produktions- und Vertriebstechnologie, Käufer- und Verkäuferverhalten, Produktarten, Lieferanten, Marketing, komplementäre Produkte, Wachstumsraten, Innovationen, Konkurrenten sowie das rechtliche, politische und gesellschaftliche Umfeld enthält.

Danach erfolgt eine Einordnung der Branche Fernsehproduktion in die von Porter typisierten Branchensituationen, um im Anschluß den Versuch zu unternehmen, eine voraussichtliche Branchenentwicklung zu prognostizieren. Da in der Realität Fernsehproduktionsgesellschaften unterschiedlichster Art aufgrund von Größenunterschieden, unterschiedlichen Produktpaletten und Zielsetzungen existieren, ist es voraussichtlich unmöglich, für alle Fernsehproduktionsgesellschaften eine gleiche oder ähnliche Wettbewerbsstrategie zu entwerfen. Aus diesem Grund wird im Anschluß an die Branchenanalyse versucht, für mehrere typisierte Fernsehproduktionsgesellschaften eine Wettbewerbsstrategie zu artikulieren.

### **Komplementäre und substitutive Beziehungen zwischen Rundfunk und Printmedien**

Felix W. Droste

Die Arbeit geht davon aus, daß komplementäre oder substitutive Beziehungen zwischen Rundfunk und Printmedien ihren Ausgangspunkt beim Rezipienten haben und daß der Erfolg beim Medienkonsumenten sowohl die Werbeeinnahmen als auch - soweit vorhanden - die Vertriebseinnahmen beeinflußt. Unter diesen Annahmen werden u. a. die folgenden Annahmen überprüft:

1. Die Nutzung von Rundfunk und Printmedien ist zeitintensiv. Printmedien und Fernsehen werden meist in der Freizeit genutzt, der Hörfunk wird oft auch als Begleitmedium während der Arbeitszeit eingeschaltet. Fünf Stunden täglich für Mediennutzung scheinen einen Grenzwert zu bilden. Hier ist vor allem von Interesse, wie das erweiterte Rundfunkangebot, das sowohl an Vielfalt als auch an Sendezeit zugenommen hat, auf den Konsum von Printmedien wirkt. Eine Differenzierung nach unterschiedlichen Merkmalen sowohl der Rezipienten als auch der Medien ist hier notwendig.
2. Zu fragen ist, ob der Konsument von Medien ein pekuniäres Medienbudget kennt - dann gäbe es starke Kreuzpreiseffekte der Medien untereinander - oder ob der Konsument den Konsum nicht so stark differenziert - dann würden Rundfunkgebührenerhöhungen und die neu entstanden Kabelgebühr nicht auf den Konsum von Printmedien wirken. In diesem Zusammenhang

sind auch Einkommenseffekte von Bedeutung (so haben z. B. teure Zeitschriften in Ostdeutschland kaum Erfolg).

3. Zu untersuchen sind auch die Verschiebungen der Marktanteile zwischen den Printmedien mit unterschiedlichen Verteilungsformen. (So ist z. B. seit zwei Jahren laut Angaben des Verbandes der Pressegrossisten ein Rückgang des gesamten Einzelverkaufs zu beobachten. Die anteilige Auflage der Straßenverkaufszeitung geht bereits seit längerem stetig zurück. Dagegen ist die Auflage der Abonnementszeitung stabil und der Markt gefestigt. Im Zeitschriftenmarkt gibt es viel Bewegung. Hier kann man jedoch nicht von einem Auflagenrückgang sprechen.) Angesichts dieser Verschiebungen liegt die Vermutung nahe, daß Printmedien mit unterhaltendem Charakter eher in substitutiver Beziehung (im Sinne eines Verdrängungswettbewerbs) zum Rundfunk stehen.
4. Printmedien, die vom Rezipienten zur Information genutzt werden, stehen vermutlich eher in einem komplementären Verhältnis zum Rundfunk. Hier ergänzen sich die Aktualität von Rundfunk mit der besseren Erfäßbarkeit von Information in Printmedien.

Die Hypothesen werden anhand einer quantitativen Auswertung empirischer Daten der Medien-Analyse untersucht. Dabei werden unterschiedliche Gruppen von Zeitschriften-Nutzern gebildet. Es wird deutlich, daß Zeitschriften und Zeitungen - abhängig von ihren Inhalten - durch den Rundfunk in ganz unterschiedlichem Maß verdrängt werden: Printmedien, die sich an ähnliche Nutzergruppen wenden wie das (private) Fernsehen, haben durch die Ausweitung seines Programmangebots besonders hohe Auflagenrückgänge erlitten.

### **Kosten der Regulierung privater Rundfunkanbieter durch Fensterprogramme: Die Beispiele SAT 1 und RTL**

Peter Eck

Die Arbeit versucht, die Kosten der Regulierung der privaten Fernsehanbieter RTL und SAT 1 durch Fensterprogramme zu quantifizieren und volkswirtschaftlich günstigere Alternativen aufzuzeigen. Dabei wird zwischen direkt bei den privaten Sendern anfallenden Kosten und den Auswirkungen der Regulierung auf andere Marktteilnehmer unterschieden.

Zu den Kosten der privaten Sender zählen neben den höheren Sendekosten, hier als "technische Kosten" dargestellt, vor allem die Kosten aus entgangener Werbung. Erstellte Musterrechnungen sollen hier eine wenigstens annähernde



Quantifizierung dieser Kosten möglich machen. Des weiteren stellt die Arbeit auch Kosten der Regulierung durch Fensterprogramme dar, wie sie den öffentlich-rechtlichen Anbietern (Stichworte: Programmqualität, Gebührenprivileg) und den Rezipienten entstehen.

Allein die direkt quantifizierbaren Kosten der Regulierung durch entgangene Werbung geben genügend Manövriermasse her, um einen besseren Einsatz der Fensterprogramme möglich zu machen. Die Arbeit untersucht hier sowohl die Verlagerung der Fensterprogramme in andere Sendezeiten der privaten Anbieter als auch zu den öffentlich-rechtlichen Sendern. Zur Finanzierung einer solchen Verlagerung wird unter anderem ein Modell der "flexiblen" und eines der "direkten" Kompensation vorgeschlagen.

In einer Schlußbetrachtung kommt die Arbeit zu dem Ergebnis, daß die derzeitige Struktur suboptimal ist. Zwar erscheint die Gesamtproblematik der Fensterprogramme durch die zunehmende Satellitenverbreitung mehr und mehr als ein Problem auf Zeit; für die öffentlich-rechtlichen Programme und die Rezipienten hätte eine Beibehaltung der derzeitigen Lösung jedoch Auswirkungen auch über einen solchen Zeitpunkt hinaus.

### **Allgemeine Darstellung von Kostenrechnungssystemen und ihre Anwendung im Rundfunkbereich am Beispiel des Westdeutschen Rundfunks**

Ursula Eskes

Ziel der Arbeit ist die Darstellung einer entscheidungsorientierten Kostenrechnung im Sinne eines Management-Informationssystems, das den unterschiedlichen Informationsbedürfnissen der Koalitionspartner einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt nachkommt. Da es kein Kostenrechnungssystem gibt, das sämtliche an eine Kostenrechnung gestellten Aufgaben erfüllen kann, werden ausgewählte Systeme dargestellt. So zum Beispiel die Vollkostenrechnung auf Istkostenbasis, Teilkostensysteme, die u. a. Planungsrechnungen ausgestaltet werden können, sowie die Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung nach RIEBEL. Insbesondere wird darauf eingegangen, welche Informationen aus den jeweiligen Systemen zu gewinnen sind. Daran anschließend erfolgt eine Analyse des im WDR verwendeten Kostenrechnungssystems. Abschließend werden, unter Berücksichtigung der Erkenntnisse des allgemeinen Teiles, Gestaltungsmöglichkeiten für eine Kostenrechnung aufgezeigt.

## **Ausrichtung der Programmgestaltung von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Anbietern auf die Vermarktung von Werbezeiten**

Robert Fahle

Die Arbeit stellt die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Vermarktung von TV-Werbung in Deutschland dar und untersucht besonders den wachsenden Einfluß der werbetreibenden Wirtschaft auf Struktur und Inhalt von privaten und öffentlich-rechtlichen TV-Programmen. In diesem Zusammenhang wird auch die vergleichsweise neue Rolle von Werbetreibenden als TV-Anbieter beschrieben. Neben einer modelltheoretischen Analyse der ökonomischen Bedeutung der Einnahmen aus TV-Werbung für die Finanzierung werden anhand von Praxisbeispielen Werbeformen wie Product Placement, Bartering und Merchandising auf rechtliche Verstöße untersucht und deren Auswirkungen aus Sicht der Rezipienten dargestellt.

Ein Vergleich der Programmausrichtung auf die Vermarktung von TV-Werbung bei RTL und ARD dient dabei als Grundlage für eine Analyse der Folgen einer kommerziellen Programmausrichtung für verschiedene Gruppen von Rezipienten. Diese erstreckt sich auch auf die Konvergenz-Theorie und die Wirkung neuer Werberichtlinien. Die Ergebnisse dieser Analyse werden schließlich der derzeitigen staatlichen Rundfunkpolitik gegenübergestellt, wobei auch die Rolle der Landesmedienanstalten behandelt wird.

## **Förderung der Filmwirtschaft. Rechtfertigung, Darstellung und Beurteilung**

Angela M. Fingerhuth

Filme sind Wirtschaftsgüter, die den bekundeten Konsumentenpräferenzen entsprechend produziert und zur individuellen Bedürfnisbefriedigung konsumiert werden. Filme können aber auch Kulturgüter sein, durch deren Konsum zusätzlich ein gesellschaftlicher Nutzen entsteht. Staatliche Institutionen bewerten die Allokationsergebnisse des Marktes dann i. a. als nicht zufriedenstellend. Um das gesamtwirtschaftliche Nutzenniveau zu erhöhen, wird das Gut Film durch eine politische Entscheidung meritorisiert.

Regulierende Maßnahmen, die zu einer Ausweitung der Nachfrage führen, sind auch im marktwirtschaftlichen System der Bundesrepublik Deutschland aus allokations- und verteilungspolitischen Erwägungen zu rechtfertigen. Aus den Marktstrukturen und Marktbeziehungen der einzelnen Teilbereiche resultieren insbesondere im Produktions- und Verleihsektor geringe Amortisationschancen



für deutsche Filme. Dieser Sachverhalt war historischer Anlaß für die staatlichen Interventionen und ist bis heute Ursache für den Förderungsbedarf der Unternehmen der Filmwirtschaft.

Regulierungsmaßnahmen beziehen sich auf die Produkte selbst oder auf die Unternehmen, die diese herstellen, verleihen, vertreiben, abspielen oder ihrer filmtechnischen Realisierung dienen. Die filmfördernden Maßnahmen wirken sich sowohl auf die kulturellen als auch auf die wirtschaftlichen Elemente der Produkte und Unternehmen aus. Die Filmförderungsinstitutionen können durch die Festlegung der Auswahlkriterien und der Förderungsziele allenfalls kulturelle oder wirtschaftliche Schwerpunkte setzen. Durch den föderalistischen Aufbau der Bundesrepublik Deutschland fällt das Gut Film zudem in den Grenzbe- reich der Gesetzgebungskompetenzen des Bundes und der 16 Bundesländer, so daß inzwischen über 20 verschiedene Institutionen filmfördernde Maßnah- men durchführen.

Neben den möglichen Zielkonflikten, die durch die standortpolitischen Bestre- bungen der einzelnen Bundesländer tendenziell verstärkt werden, liegt eine weitere Problematik der staatlichen Filmförderung in der unabänderlichen Ent- scheidungsnotwendigkeit. Eine Meritorisierung ist weder für jedes Filmvorhaben wünschenswert, noch aufgrund der bestehenden Budgetrestriktion finanzierbar. Eine Auswahl der als förderungswürdig anzusehenden Projekte ist erforderlich, obwohl keine objektivierbaren Entscheidungskriterien existieren.

### **Nutzungsmöglichkeiten der Medienforschung für die Programmpolitik des Fernsehens**

Hiltrud Fitzen

Die Einführung des dualen Rundfunksystems und die damit verbundene zuneh- mende Zahl der Rundfunkanstalten führte zu einem Wandel auf dem Fernseh- markt. Die Ausweitung des Programmangebots sowie das verstärkt selektive und individuelle Fernsehverhalten der Zuschauer wirken sich erheblich auf die Anforderungen an die Programmpolitik eines Senders aus. Die Akzep- tanz und damit auch die langfristige Existenz eines Senders kann insbesondere durch ein von den Zuschauern positiv beurteiltes Programm gesichert werden. Aus diesem Grund gewinnt die Ausrichtung der Programmpolitik an den Zuschauern, deren Interessen und Bedürfnissen an Bedeutung.

Eine wesentliche Voraussetzung für die Ausrichtung der Programmpolitik an der Zuschauernachfrage liegt in der Gewinnung von Informationen über das Publikum. Die Medienforschung als einzige Form der Rückkopplung zwischen

Fernsehsendern und Zuschauern ermöglicht die Untersuchung und Analyse des Publikums, seiner Bedürfnisse und Fernsehnutzung und stellt damit eine bedeutende Basis für zuschauerorientierte Programmpolitik dar.

Medienforschung wird häufig als rein zahlenmäßige Erfassung der Zuschauer, d. h. als Einschaltquotenmessung verstanden. Es existieren jedoch wesentlich umfangreichere Forschungsmethoden zur Analyse des Publikums, beispielsweise Befragungen, Gruppendiskussionen und Studiotests. Diese Methoden werden derzeit jedoch oftmals eher unzureichend eingesetzt, zum einen aufgrund der teilweise mangelnden Akzeptanz durch die Redaktionen, zum anderen wegen der noch nicht überall bekannten und geläufigen Einsatzmöglichkeiten der Forschung. In dieser Arbeit werden diese Methoden vorgestellt und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Bereiche Programmplanung bzw. die Planung des Programmschemas und der Programmstruktur, für die Gestaltung konkreter Sendungen und für die Programmpromotion erarbeitet.

Für die Zukunft wird es wichtig werden, bestehende Forschungsmethoden zu erweitern und weitere Forschungsansätze zu entwickeln, um dem zunehmenden Informationsbedarf der Sender gerecht zu werden. Hierbei ist beispielsweise an die Einrichtung von Kabelinseln zu denken, die die Ausstrahlung einer Sendung über das Kabelnetz bei einer Testgruppe ermöglichen. Kabelinseln können aussagefähigere Ergebnisse liefern als Studiotests. Des Weiteren erscheint die Entwicklung einer qualitativen Medienwährung neben der bestehenden quantitativen Reichweitenwährung sinnvoll. Diese neue Währung könnte die Beurteilung einer Sendung nach qualitativen Gesichtspunkten erlauben und nicht nur nach den erreichten Zuschauerzahlen. Diese und weitere Zukunftsperspektiven der Medienforschung werden in dieser Arbeit diskutiert und könnten Ansatzpunkte für die zukünftige Medienforschung liefern.

### **Corporate Identity bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten - dargestellt am Beispiel des Westdeutschen Rundfunks**

Kerstin Föll

Die bewußte Gestaltung der Unternehmensidentität, die Entwicklung eines klaren Profils werden in Zeiten zunehmenden Wettbewerbs und steigender Informationsüberlastung immer wichtiger. Dies gilt in besonderem Maße für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die sich seit Einführung des dualen Systems einer zunehmend dynamischer und komplexer werdenden Medienlandschaft mit veränderten Wettbewerbsbedingungen gegenübersehen.



Gewissermaßen als "Wunderwaffe" für unternehmerischen Erfolg macht das Schlagwort der "Corporate Identity" (CI) die Runde. Ziel der Arbeit ist es, dieses Konzept zu erhellen und Möglichkeiten seiner Anwendung im Bereich der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten darzustellen. Dazu ist es erforderlich, zunächst den Begriff "CI" zu klären, für den eine Vielzahl unterschiedlicher Definitions- und Interpretationsversuche existiert. In Anlehnung an die (umfassende) Definition von BIRKIGT/STADLER wird CI im Rahmen dieser Arbeit als strategisch geplante und operativ eingesetzte Selbstdarstellung und Verhaltensweise nach innen und außen auf Basis eines definierten Soll-Zustandes verstanden.

Aufgabe einer CI-Strategie ist der Aufbau eines Corporate Image, das die Basis für Vertrauens- und Unterstützungspotentiale bildet. Durch eine klare, langfristig angelegte Positionierung soll die Verwirklichung unternehmenspolitischer Maßnahmen erleichtert werden. Unternehmensintern soll durch Aufbau eines "Wir-Gefühls" die Integrations- und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter erhöht und ihre Motivation gefördert werden. In diesem Zusammenhang gewinnt der Ansatz der Unternehmenskultur an Bedeutung. Neben Überlegungen zur Übertragbarkeit des in der Literatur vor allem auf erwerbswirtschaftliche Unternehmen ausgerichteten CI-Konzeptes erfordert die Entwicklung einer CI-Konzeption für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten zunächst eine umfassende Situationsanalyse. Hierbei sind die allen Rundfunkanstalten gemeinsamen Identitätsfaktoren zu ermitteln. Je nach Übereinstimmung der konkreten Ist-Identität mit der jeweils gewünschten Soll-Identität ergeben sich verschiedene Handlungsrichtungen. Zur Identitätsvermittlung bedient sich die Rundfunkanstalt des sog. CI-Mixes, des aufeinander abgestimmten Einsatzes von Corporate Communications, Corporate Design und Corporate Behaviour. -- Diese Aktionsparameter der CI-Strategie sind Gegenstand einer eingehenderen Analyse, wobei hier verschiedene Schwerpunkte gesetzt werden. Gegenstand der weiteren Betrachtung sind Organisation der CI-Aktivitäten und ihre Kontrolle.

Der Entwicklung einer generellen CI-Konzeption für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten folgt eine Bestandsaufnahme der tatsächlichen CI-Aktivitäten des Westdeutschen Rundfunks. Im Anschluß daran wird der Versuch unternommen, diese Aktivitäten kritisch zu beurteilen und, wenn nötig, Handlungsempfehlungen aufzuzeigen.



## **Planung der Programmbeschaffung in öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten**

Melanie Friedrich

Aus programmpolitischen, kosten- und produktionsbedingten Gründen sind neben den privaten Veranstaltern auch öffentlich-rechtliche Fernsehanstalten auf Fremdprogramme angewiesen; sie sind somit den verschärften Wettbewerbsbedingungen auf den spezifischen Beschaffungsmärkten ausgesetzt. Aus dieser Entwicklung ergibt sich die Notwendigkeit einer Planung der Programmbeschaffung in öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, um den gesetzlich vorgegebenen Programmauftrag wirtschaftlich zu erfüllen.

Im Rahmen der Arbeit soll der enge Zusammenhang von Planung und praktisch normativer Entscheidungstheorie zur Lösung der Problemstellung genutzt werden. Dementsprechend wird die Planung der Programmbeschaffung unter Einbezug des Ansatzes der praktisch normativen Entscheidungstheorie als Strukturierungshilfe dargestellt. Hierbei wird neben der strategischen Ebene schwerpunktmäßig die operative Ebene betrachtet.

Nach einer kurzen Einordnung der Programmbeschaffung in das Planungssystem der Fernsehanstalten wird der Planungsprozeß der Programmbeschaffung dargestellt, der in einzelne Teilprozesse bzw. Elemente zerlegt werden kann. Diese bestehen zunächst aus dem Zielsystem, welches sich aus den Vorgaben der Programmplanung sowie den spezifischen Beschaffungszielen zusammensetzt. Anschließend werden im Zuge der Alternativengenerierung die Kauf-, Auftrags- und Koproduktion als mögliche Handlungsalternativen für die Beschaffung von Spielfilmrechten und Fernsehproduktionen beschrieben. Anhand einer Umweltanalyse werden externe Umwelteinflüsse näher untersucht, so zum Beispiel das Verhalten der Beschaffungskonkurrenz und der Zulieferanten auf den Beschaffungsmärkten. Dabei soll die Prognose der Entwicklungstendenzen dieser Märkte mögliche Gefahren und Chancen für öffentlich-rechtliche Fernsehanstalten hervorheben. Zu berücksichtigen sind ferner interne Einflüsse, wie beispielsweise die von den Anstalten verfolgte Programmpolitik, die die Wahl bestimmter Beschaffungsalternativen beeinflussen.



**Analyse der Finanzierungssysteme  
werbe- und entgeltfinanzierter Fernsehanbieter  
aus betriebswirtschaftlicher Sicht  
am Beispiel RTL und Premiere**

Ralf Groth

Mit der Ausweitung des Programmangebotes hat sich der Wettbewerb um knappe Werbemittel erheblich verstärkt. Die klassische Spotwerbung hat ihren Stellenwert als ausschließliche Einnahmequelle privater Fernsehprogrammangebote verloren. Dieser Wettbewerbsdruck veranlaßt die Anbieter, nach weiteren Einnahmequellen zu suchen; er hat zu zahlreichen innovativen Formen der Fernsehwerbung geführt, die für die Finanzierung kommerziellen Programmangebotes zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Bedingt durch die weitgehende Sättigung des Marktes für werbefinanzierte Programme entwickelt sich die Entgeltfinanzierung zu einer alternativen Finanzierungsform mit zunehmender Perspektive. Durch das Merkmal der geschlossenen Benutzergruppe bietet Pay-TV eine zusätzliche Auswertungsmöglichkeit, bestehende Erlöspotentiale am Markt auszuschöpfen.

Die Arbeit analysiert in einem theoretischen Teil die unterschiedlichen Einnahmemöglichkeiten kommerzieller Fernsehprogrammanbieter, unter Berücksichtigung der ökonomischen und normativen sowie technischen Rahmenbedingungen. Aufbauend auf dieser theoretischen Analyse wird in einem empirischen Teil der Arbeit die spezifische Ausgestaltung der Finanzierungssysteme des werbefinanzierten Programmanbieters RTL und des entgeltfinanzierten Anbieters Premiere untersucht. Die Grundlage dieser Analyse bildet eine mündliche bzw. schriftliche Expertenbefragung mit den Entscheidungsträgern der untersuchten Fernsehanbieter. -- Den Abschluß der Arbeit bildet ein Ausblick auf die sich durch technische Innovationen ergebenden Konsequenzen für die Angebotsform und die Finanzierung von privatem Fernsehangebot.

**Marketing privater Rundfunkveranstalter  
unter besonderer Berücksichtigung spezieller Fernsehangebotsformen.**

Martin J. Hetzenegger

In der Arbeit wird die Anwendung allgemeiner Marketing-Konzepte bei privaten Rundfunkveranstaltern dargestellt. Dabei wird vor allem die Anwendung marktpolitischer Instrumente zur Ausgestaltung eines Marketing-Mix für spezielle Fernsehangebotsformen zum Zweck der Rezipientenansprache diskutiert. Die

Orientierung an speziellen Fernsehangebotsformen wie z. B. Spartenprogrammen oder Pay-TV geschieht unter dem Aspekt der zunehmenden Zahl von Fernsehanbietern am bundesdeutschen Markt und der damit verbundenen verschärften Konkurrenz um Zuschauer und Finanzierungsquellen. Eine Produktdifferenzierung in Form spezieller Fernsehangebote gewinnt in dieser Situation an Bedeutung - nicht zuletzt, weil der technische Fortschritt im Bereich der Rundfunkdistribution einen individuelleren Fernsehkonsum fördert.

In der Arbeit wird zunächst die Funktion des Marketing bei Rundfunkveranstaltern erläutert und der relevante Markt abgegrenzt. Anschließend werden der Fernsehmarkt als Betätigungsfeld und die dort möglichen strategischen Angebotsalternativen und Marketingstrategien aufgezeigt. Dann wird ausführlich die Anwendung der verschiedenen marktpolitischen Instrumente zur Rezipientenansprache diskutiert. Nach einer kurzen Erläuterung der Notwendigkeit der Koordination der Marketingaufgaben im Rundfunkunternehmen werden die Zukunftsaspekte spezieller Fernsehangebotsformen herausgestellt. Die Arbeit erläutert nicht nur mögliche Marketingmaßnahmen von privaten Fernsehprogrammanbietern, sondern vor allem Chancen spezieller Fernsehangebotsformen als zukünftige potentielle Handlungsalternativen.

**Realisationschancen für Lokales Fernsehen  
am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung  
für ausgewählte Gebiete Nordrhein-Westfalens**

Michael Holthaus

Die Arbeit ist angelehnt an die Wirtschaftlichkeitsberechnungen für den Lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen. Neben einigen grundlegenden Voraussetzungen befaßt sie sich hauptsächlich mit den wahrscheinlichen Kosten und Erlösen. Dabei werden verschiedene Methoden der Ermittlung von Werbepotentialen für Lokalfernsehen angewandt, die abschließend miteinander verglichen werden. Dieser Vergleich ermöglicht eine Festlegung des Umfanges der Sendezeit für die ausgewählten Ballungsräume.

Anhand der Sendezeit wird im Anschluß die Kostenstruktur der Ballungsräume untersucht. Hier werden die Sendezeit sowie die Größe der Ballungsräume als Berechnungsgrundlage ausgewählt. Abschließend werden die Kosten den Erlösen gegenübergestellt, wobei insbesondere der Zinseffekt eine wichtige Rolle spielt. Der Finanzplan sowie die Plankosten- und Planleistungsrechnung ermöglicht eine Beurteilung der wirtschaftlichen Realisationschancen von Lokalem Fernsehen in Nordrhein-Westfalen.



## **Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikationspolitik öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten am Beispiel des WDR**

Ursula Holtmann

Kommunikationspolitik als gestaltendes Marketinginstrument rückt im dualen Wettbewerb immer stärker in den Vordergrund. Kommunikation dient dem Austausch von Informationen über die Leistungen einer Rundfunkanstalt und prägt weitgehend ihr Bild in der Öffentlichkeit. So fungieren Rundfunkanstalten nicht nur als Kommunikationskanal werbetreibender Unternehmen, sondern sind auch für sich selbst kommunikationspolitisch tätig.

Ziel der Arbeit ist die Entwicklung eines allgemeinen Kommunikationskonzeptes für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten. Dies erfordert zunächst eine grundlegende Analyse des Instrumentariums, das ihnen im Rahmen der Kommunikationspolitik zur Verfügung steht. Aufbauend auf theoretischen Grundlagen des Marketings und der Kommunikationswissenschaft folgt eine kurze Darstellung der Kommunikationspolitik. Den Ausgangspunkt für die Entwicklung eines neuen Kommunikationskonzeptes bietet dann eine Marktanalyse am Beispiel der gegenwärtigen Situation des WDRs. Sie soll besondere Marktprobleme sowie den daraus resultierenden Kommunikationsbedarf dieser Rundfunkanstalt aufzeigen. Unter Beachtung des rundfunkspezifischen Zielsystems und restriktiver Rahmenbedingungen werden alternative kommunikationspolitische Instrumente entwickelt. Besonderes Gewicht wird dabei auf das spezielle Gestaltungsmittel der Eigenwerbung gelegt, d. h. auf die Möglichkeiten, das eigene Medium für eine gezielte Informationspolitik zu nutzen.

### **Die Preisbildung für Spielfilme**

Uwe Jansing

Die Arbeit untersucht die Frage, ob für das Gut Spielfilm auf den Märkten Kino, Video und Fernsehen feste Strukturen für die Preisbildung im engeren Sinne vorhanden sind. Dabei bilden Nachfrager und Anbieter den Ausgangspunkt der Betrachtung. Die Nachfrager sind hierbei Händler, Verleiher und Fernsehsender; eine Zwischenstufe zum Konsumenten. Zielsetzung sind Rückschlüsse auf die Möglichkeiten, optimale Preise für Spielfilme zu erzielen, ohne die Vielzahl der diesem Gut immanenten Einschränkungen zu vernachlässigen.

Zunächst wird im Rahmen der Mikroökonomie der Spielfilm als öffentliches oder privates Gut abgegrenzt und sein meritorischer Charakter geprüft. Anschließend erfolgt eine kurze Beschreibung von Besonderheiten auf den Märkten für

Spielfilme in Deutschland und den USA sowie der Zielsetzung, die mit der Produktion von Spielfilmen verbunden ist. Anhand der verschiedenen Märkte für Spielfilme schließt sich eine Situationsanalyse auf der Betrachtungsebene der Nachfrage nach Spielfilmen an. Die Betrachtungsebene der Anbieter auf diesen Märkten und die Möglichkeiten zur Vermarktung bilden den nächsten Untersuchungsbereich. Diese Vermarktungsmöglichkeiten stellen die Grundlage zur Ermittlung von Handlungsalternativen dar, um Rückschlüsse auf die Preisbildung auf den verschiedenen Märkten zu ziehen.

Der Anstieg der Nachfrage nach attraktiven Spielfilmen führt zu einer ausgeprägten Konkurrenzsituation bei den Nachfragern und gleichzeitig zu einer günstigen Vermarktungsposition für die Anbieter. Die Frage nach der Gewinnmaximierung ist dabei nur dadurch zu beantworten, daß es eine klare Abgrenzung der Marktbedingungen für Anbieter und Nachfrager gibt. Die Preise beim Verkauf von Spielfilmen hängen somit von der Marktform und den beteiligten Marktteilnehmern ab. Dabei bieten die Möglichkeiten der Preisdifferenzierung den Spielfilmproduzenten die Chance, hohe Gewinne zu erzielen; insbesondere, wenn sie in der Lage sind, ihre Bedingungen beim Absatz von Spielfilmen durchzusetzen.

### **Die Integrationsfunktion des Rundfunks am Beispiel der Namibian Broadcasting Corporation (NBC)**

Jörg Kalsbach

Der Verfasser hat während des akademischen Jahres 1993 (Februar bis Dezember) an der Universität Windhoek studiert und das Thema während dieser Zeit bearbeitet. Zunächst wurden in einem theoretischen Teil bestehende Ansätze im Bereich Massenkommunikation betrachtet. Es wurde versucht, daraus etwaige Implikationen für die Integrationsfunktion des Rundfunks zu deduzieren. Nach diesen Vorarbeiten wurden in einem nächsten Schritt ordnungspolitische Konzeptionen erarbeitet, die geeignet scheinen, die Erfüllung der Integrationsfunktion sicherzustellen. Daraus wurden in einem letzten Schritt konkrete Organisationsformen entwickelt.

Im empirischen Teil der Arbeit wurde die reale Organisation des Rundfunks in Namibia untersucht und in Beziehung gesetzt zu den rechtlichen, ökonomischen und gesellschaftlichen Gegebenheiten des Landes. Abschließend wurde geprüft, inwieweit die reale Organisationsform der Integration der Gesellschaft Namibias zu- oder abträglich ist.



### **Prozeßkostenrechnung im Westdeutschen Rundfunk - Einsatzmöglichkeiten und Grenzen, dargestellt am Beispiel des Filmarchivs**

Andreas Kamps

Die Prozeßkostenrechnung stellt ein neueres Verfahren dar, die Kosten einzelner betrieblichen Prozesse oder Verfahren zu erfassen. In der Arbeit werden Möglichkeiten und Grenzen für den Einsatz einer Prozeßkostenrechnung am Beispiel des Filmarchivs im Westdeutschen Rundfunk untersucht.

### **Betriebliches Vorschlagswesen in Rundfunkunternehmen**

Andreas Käppeler

Beim betrieblichen Vorschlagswesen wird den Betriebsangehörigen die Möglichkeit gegeben, sich aktiv am Betriebsgeschehen zu beteiligen, indem sie Verbesserungsvorschläge einreichen und somit über ihre eigentliche Arbeitsaufgabe hinaus freiwillig zusätzliche Leistungen erbringen. Diese führen im Unternehmen in der Hauptsache zu Kosteneinsparungen und/oder Produktverbesserungen. Als Motivationsanreiz werden u. a. Prämien gezahlt. Die Arbeit versucht, das System des Vorschlagswesens auf die Anforderungen der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkunternehmen abzustimmen, um es zu einem leistungsfähigen Instrument zur Ausschöpfung des Ideenpotentials der Mitarbeiter zu entwickeln.

### **Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen von Spartenrundfunkveranstaltern in Europa**

Oliver Kantimm

Die Arbeit untersucht, inwiefern die auf dem europäischen Rundfunkmarkt zu beobachtende Programmvielfalt und speziell die Spartenprogramme ökonomisch zu rechtfertigen sind und wie groß die Marktchancen dieser Spartenanbieter einzuschätzen sind. Zu Beginn werden die grundlegenden Voraussetzungen dargestellt, die die heutige Vielfalt an Rundfunkprogrammen erst ermöglicht haben. Dazu gehört die sich Mitte der achtziger Jahre durchgesetzte Dualisierung der Rundfunksysteme in Europa genauso wie die Schaffung und Verbesserung der technischen Mittel für die Verbreitung von Rundfunkprogrammen, wie z. B. Kabelnetze und Satelliten. Es folgt ein kurzer Überblick über internationale Institutionen des Rundfunks und der Telekommunikation, die für



europäische Programmveranstalter von Interesse sind. Danach werden die rechtlichen Grundlagen dargestellt, die für europäische Rundfunkveranstalter relevant sind.

Der folgende Teil der ökonomischen Rechtfertigung von Sparten-Rundfunkveranstaltern basiert in seiner Argumentation auf der Theorie des natürlichen Monopols und der Clubgütertheorie. Dabei wird in einem Exkurs auch untersucht, ob auf dem Markt für rundfunkverbreitende Anlagen und Dienste, insbesondere auf dem Markt für Satelliten, ein natürliches Monopol besteht. Während dieser Markt für die ökonomische Rechtfertigung von Sparten-Rundfunkveranstaltern keine Rolle spielt, ist dies bei der Untersuchung der Marktchancen der Fall. Insbesondere im Zusammenhang mit der technischen Reichweite und mit Markteintrittsbarrieren ist diese Betrachtung von Interesse.

Es folgt eine Darstellung der Wettbewerbsstrategien und Wettbewerbskräften nach Porter sowie ein Versuch, die heute gängigen Programmformate bzw. -formate als Umsetzung der Wettbewerbsstrategien von Porter auf den Rundfunkmarkt zu erklären. Der anschließende Teil deckt spezielle Problemfelder für Spartenanbieter auf und versucht, entsprechende Lösungsansätze zu liefern. Aus den Problemfeldern und den erläuterten Lösungsansätzen wird schließlich versucht, entsprechende Normstrategien für potentielle Programmanbieter zu entwickeln, deren Einhaltung sich positiv auf die Marktchancen auswirken. Daraufhin wird anhand ausgewählter Programmveranstalter untersucht, inwiefern die erarbeiteten Normstrategien eingehalten werden und wie die Marktposition des jeweiligen Veranstalters einzuschätzen ist.

## **Strategische Planung in Medienunternehmen für Osteuropa**

Bruno Kempen

Ausgehend von einer Analyse der Ausgangssituation von Medienunternehmen wird der Prozeß der strategischen Planung am Beispiel der Länder Russische Föderation, Polen und Ungarn analysiert. Dabei wird zwischen einer Strategieentwicklung auf der Ebene des Gesamtunternehmens und der Ableitung von Geschäftsfeldstrategien unterschieden.



## **Führungskräfteweiterbildung in Rundfunkunternehmen**

Thomas Kessler

Die Wettbewerbsfähigkeit der Rundfunkunternehmen hängt heute mehr denn je von den Qualitäten und dem Wissensstand ihrer Mitarbeiter ab. Vor diesem Hintergrund erfolgt eine theoretische und empirische Analyse der Notwendigkeit und der instrumentellen Ausgestaltungsmöglichkeiten für die betriebliche Weiterbildung in Rundfunkunternehmen. -- Der empirische Teil der Untersuchung basiert auf einer Fragebogenerhebung bei 28 Rundfunkunternehmen (Rücklaufquote 60 %).

## **Strategische Planung für das Abonnementfernsehen**

Elisabeth Klein

In der Arbeit werden Einsatzmöglichkeiten und -instrumente der Strategischen Planung für Veranstalter von Abonnementfernsehen in Europa aufgezeigt. Ausgangspunkt der Untersuchung stellen die Strategiekonzepte von Porter dar.

## **Szenarioanalyse für die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Terrestrik, BK-Netze und Satellit in der Bundesrepublik Deutschland bis ins Jahr 2000**

Stefan Kleine-Erfkamp

Die Arbeit entstand auf Anregung und durch Kooperation mit der Abt. Strategisches Marketing der Fa. Rohde & Schwarz, München. Ihr Ziel ist die Analyse der wichtigsten Faktoren, die die Entwicklung der Distributionswege von Fernsehen beeinflussen. Dazu werden zwei verschiedene, in sich konsistente Szenarien der Verbreitung von Fernsehprogrammen über die genannten Verteilwege erstellt.

Der erste Teil der Arbeit besteht aus einer umfassenden Untersuchung des zukünftigen Angebots- und Nachfrageverhaltens relevanter Marktakteure unter Zugrundelegung bestimmter Prämissen, die einen optimalen Verlauf der Marktentwicklung gewährleisten. Die Ex-post-Betrachtung quantitativer Marktdaten zur Ermittlung der 'treibenden Kräfte' einer Marktentwicklung fehlt ebensowenig wie die Ableitung von Analogien zu einer idealtypischen Entwicklung. Der mögliche Einfluß qualitativer Einflußfaktoren wie 'technologischer Fortschritt', 'gesamtwirtschaftliche Entwicklung' etc. wird in einem zweiten Abschnitt untersucht.



Der Distributionsweg Kabel wird bis zum Jahr 2000 der 'Königsweg' der Entwicklung einer Verbreitung von Fernsehprogrammen mit einem Anteil von voraussichtlich 60 - 65 % der Haushalte sein. Über das Breitbandkabel wird der Konsument an sämtlichen Vorzügen digitaler Verbreitung teilhaben können. Der Satellitendirektempfang wird ebenfalls leicht auf einen Haushaltsanteil von etwa 20 - 25 % ansteigen, wobei die Entwicklung in West- und Ostdeutschland gegenläufig sein wird. Der Haushaltsanteil mit ausschließlich terrestrischer Verbreitung wird auf 10 - 15 % absinken, was dazu führen wird, daß die Akzeptanz des terrestrischen Verteilweges auf Marktnischen beschränkt bleiben wird (*Projektion 'Optim-Szenario'*).

Die Risiken einer Entwicklung des Einflußbereichs 'Technologie' sind begrenzt, da durch Koordinierungsbemühungen der European Launching Group maßgebliche Voraussetzungen zur Einführung digitalen Fernsehens geschaffen werden. Ordnungspolitische Restriktionen wären bis zum Jahr 2000 zwar denkbar, jedoch existieren alternative Strategieoptionen der Anbieter, die die Entwicklung verlangsamten, nicht aber aufheben würden. Der Engpaßfaktor 'gesamtwirtschaftliche Entwicklung' ist im Rahmen eines Pessim-Szenarios von maßgeblicher Bedeutung, da das Ausgabeverhalten des Konsumenten die Geschwindigkeit der Einführung innovativer Technologien bestimmen wird (*Projektion Pessim-Szenario*).

**Die Rolle des Personalwesens  
als internem Dienstleistungsinstrument eines Unternehmens  
dargestellt am Beispiel eines privaten Rundfunkunternehmens**

Michael Kubusch

Die Arbeit beschäftigt sich mit dem Personalwesen eines Unternehmens als Kompetenz-Center. Der Fokus liegt auf der Rolle der Personalabteilung im Organisationsgefüge eines Unternehmens. Ein vorhandenes Personalmanagementsystem wird (in Theorie und Praxis) aufgezeigt. In Abstimmung mit dem Unternehmensziel werden Verbesserungsvorschläge erarbeitet, wie das Personalwesen als interner Dienstleister im Unternehmen eine kompetente Funktion wahrnehmen kann, da das Personalwesen lange Zeit als "notwendiges Übel" betrachtet wurde, das nur wenig zum Gesamtergebnis einer Organisation beiträgt.

Untersucht wird die Arbeit an verschiedenen Zielgruppen - insbesondere der Mitarbeitergruppen im Rundfunkunternehmen, deren Interessen besonders berücksichtigt werden - und welches Rollenverständnis der Personalarbeit als



Dienstleister dabei zukommt. Hierbei spielen besonders die Erwartungen, die von den verschiedenen Gruppen (Mitarbeitern, Führungskräften) ausgehen, eine besondere Rolle.

Abschließend werden Instrumente vorgestellt, wie man der Rolle der Personalabteilung als interner Dienstleister gerecht werden kann (z.B. Durchführung einer Kundenbefragung) und es wird ein kurzer Ausblick auf die zukünftige Einordnung des Personalwesens in einem Unternehmen gegeben, in der der Mensch im Mittelpunkt einer ganzheitlichen und zukunftsorientierten kompetenten Personalberatung steht.

### **Möglichkeiten und Grenzen der Markenpolitik im Fernsehen, dargestellt am Beispiel eines privaten TV-Anbieters**

Hossein Mhagssudnia

Marken sind in vielen Produktbereichen zu einem zentralen Bestandteil unserer heutigen Konsumwelt geworden. Dabei findet die Ausweitung der Verwendung von Marken auf immer neue Märkte statt, wovon auch der Dienstleistungsmarkt betroffen ist. Sowohl auf wachsenden als auch auf stagnierenden Dienstleistungs-Märkten können auch aufmerksame Dienstleistungsanbieter erreichen, daß bei den Marktpartnern auf der Nachfrageseite die Vorstellung der Inanspruchnahme einer einzigartigen und unvergleichbaren Leistung entsteht.

Markenpolitik zielt auf die Bildung und Festigung solcher Vorstellungen bei den Nachfragern ab. Durch die Bündelung aufeinander abgestimmter Maßnahmen kann der Markenpolitik betreibende Akteur eine wettbewerbliche Vorzugsstellung seiner Produkte bzw. seiner Dienstleistungen erreichen. Wenn ein Produkt oder eine Dienstleistung als Markenartikel von anderen Angeboten abgehoben und als etwas Unverwechselbares wahrgenommen werden soll, muß es in spezifischer Weise auf die Bedürfnisse der Zielgruppen zugeschnitten sein. Für die Merkmale der Dienstleistungsangebote eines privaten Fernsehsenders an die Zuschauer und den Werbekunden ist dann eine an den Nachfrageranforderungen orientierte Ausprägung anzustreben. Eine solche Angebotsgestaltung wird in strategischer Hinsicht auch als Positionierung bezeichnet, wobei es entscheidend auf die entsprechende Wahrnehmung durch die Adressaten ankommt.

Die Arbeit beginnt mit der begrifflichen Klärung und der Darstellung des theoretischen Forschungsstandes in der Markenliteratur. Anschließend erfolgt eine Auseinandersetzung des wirkungsbezogenen Erklärungsansatzes des Marken-

artikels für Rundfunkleistungen. Die der Arbeit zugrundeliegende Betrachtungsweise legt es nahe, fünf Ebenen, die aber miteinander in Verbindung stehen, zu unterscheiden. Im Kapitel über die Rahmenbedingungen der Markenpolitik geht es um die allgemeinen Einflußfaktoren der Markenpolitik. Die im anschließenden Kapitel diskutierten Markenziele werden nur in ökonomische und außerökonomische Ziele untergliedert. Das Kapitel "Markenstrategien" befaßt sich schwerpunktmäßig mit Produkt- bzw. Produkt-Programmstrategien und Positionierungsmöglichkeiten. Im Anschluß daran erfolgt eine Analyse möglicher Einsatzinstrumente und Querverbindungen zu Funktionsbereichen in den Rundfunkanstalten. Den Abschluß dieser Arbeit bietet das Kapitel über die Kontrollmechanismen der Markenpolitik.

### **Marktstrategien für Pay-per-View-Veranstalter**

Lars Michaelsen

Die digitale Kompression schafft in den nächsten Jahren die technischen Voraussetzung für eine Fülle neuer Fernsehangebote. Aufgrund der zunehmenden Stagnation auf dem Fernsehwerbemarkt erwartet man, daß der Großteil der neuen Fernsehangebote durch einen finanziellen Beitrag der Zuschauer finanziert wird, also dem Pay-TV-Bereich zuzurechnen ist. Die Arbeit soll die Chancen und Risiken in einem Teilmarkt des Pay-TV-Spektrums untersuchen, dem Markt für Einzelentgeltprogramme oder Pay-per-view.

Von den technischen und rechtlichen Rahmenbedingungen ausgehend werden die Wettbewerbsbedingungen auf den für Pay-per-View-Anbieter relevanten Märkten analysiert. Insbesondere die Konkurrenzsituation zu Free- und Pay-TV-Veranstaltern auf dem Zuschauer- und Programmarkt wird eingehend untersucht, um abschätzen zu können, inwieweit ein neu in den Markt tretender Veranstalter die Chance besitzt, attraktive Programmsoftware zu erwerben, die bei den Zuschauern auf eine ausreichende Nachfrage stößt. Darüber hinaus sollen die generelle Bereitschaft der Zuschauer zum Konsum von Fernsehinhalten und die Verhältnisse auf den Märkten für Fernsehprogramme analysiert werden.

Des weiteren werden die Funktionsbereiche eines Pay-per-View-Veranstalters und deren Bedeutung für die Erschließung des Nachfragepotentials dargestellt. Insbesondere Programmkomposition und -marketing als entscheidende Faktoren für die Zuschauernachfrage werden untersucht. Als weiterer wesentlicher Punkt ist die Distribution zu nennen. Die technische Komponente der Distribution zielt auf die Decodertechnik und die Notwendigkeit für deren benutzer-



freundliche Umsetzung. Die zweite Seite der Distribution betrifft die Vertriebswege, über die die Decoder zum Konsumenten gelangen. Einer der weiteren Bereiche, die betrachtet werden, ist das Abonnenten-Management.

Schließlich wird untersucht, durch welche Art von Unternehmensstrategien (=corporate strategies) die Aufgabenerfüllung der funktionalen Bereiche unterstützt werden kann. Ausgehend von einer Darstellung der Gründe für Integrationsstrategien wird insbesondere die vertikale Integration betrachtet, die etwa im Rahmen der Programmbeschaffung einen wesentlichen Beitrag leisten kann.

### **Ein finanzwissenschaftlicher Vergleich zwischen Gebühren und Steuern als Finanzierungsinstrumenten des öffentlichen Rundfunks in Ägypten**

Adel Moussa

Der Rundfunk in Ägypten ist eine staatliche Einrichtung und unterliegt behördlichen Richtlinien. Die Regierung nutzt den Rundfunk, um durch dieses Medium auf das eigene und auf fremde Völker Einfluß zu nehmen. Durch die Finanzierung des Rundfunks durch den Staat ergeben sich für diesen Möglichkeiten und Verfahren der Politiksteuerung. Die Arbeit geht der Frage nach, ob und inwieweit die bisherige Finanzierung des Rundfunks durch Steuern durch eine Gebührenfinanzierung ersetzt werden kann.

Die Höhe und Zahlungsweise der Steuern wird von der öffentlichen Hand festgelegt. In finanzwissenschaftlicher Sicht sind Steuern Zwangsabgaben ohne Anspruch auf Gegenleistung. Daher müssen auch Personen, die nicht zum begünstigten Personenkreis gehören, d. h. kein Rundfunkgerät besitzen, Steuern bezahlen. In Ägypten geschieht das auf die Weise, daß alle Bürger eine monatliche Stromgebühr für jede Kw-Stunde bei einem Stromverbrauch über 45 Kwh bezahlen müssen.

Gegen eine Finanzierung durch den Staat spricht die Tatsache, daß der Staat durch die verstärkte Kontrolle der finanziellen Zuweisungen großen Einfluß auf die Rundfunkanstalten und damit auf den Inhalt der Programme ausübt. Ziel der Studie ist es, aufzuzeigen, daß durch eine Finanzierung des öffentlichen Rundfunks durch Gebühren die staatliche Einflußnahme unterbunden wird. Um dieses Ziel zu verwirklichen, wäre die Einführung von Rundfunkgebühren ein erster Schritt zur Selbständigkeit und Freiheit des Rundfunks. Ferner wäre die Einführung von Gebühren eine adäquate Möglichkeit, um die staatlichen Subventionen zu verringern, da in Ägypten die dringend benötigten Devisenein-

nahmen bedingt durch einen Rückgang des Tourismus, Transitgebühren für den Suezkanal, Erdölpreissenkungen usw. zurückgegangen sind.

**Der Regulierungsbedarf bei der Neuordnung der Eigentums- und Nutzungsrechte für das Übertragungsnetz des Hörfunks durch die Einführung von DAB in der Bundesrepublik Deutschland**

Michael Muck

Diese Diplomarbeit befaßt sich volkswirtschaftstheoretisch mit den Folgen der Digitalisierung des terrestrischen Hörfunk-Übertragungsnetzes. Überlegungen zur Regulierung ergeben sich aus drei Gründen:

1. Das Ausschlußprinzip ist in den DAB-Systemparametern enthalten. Somit kann das Hörfunkprogramm nicht mehr ohne weiteres als öffentliches Gut bezeichnet werden.
2. Die Übertragungskapazität erweitert sich beträchtlich. Der Binnenpluralismus verliert seine ökonomische Rechtfertigung.
3. DAB ermöglicht zudem die Übertragung von Datendiensten. Diese beanspruchen ihrerseits Übertragungskapazitäten.

Unter diesen Voraussetzungen werden mit Hilfe von Effizienzkriterien die Folgen einer privaten Bereitstellung des DAB-Übertragungsnetzes (z. B. Bevorzugung von Ballungsgebieten und monopolisierte Übertragung) untersucht. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt skizzieren:

- Die Eigentumsrechte am Übertragungsnetz können mit Hilfe spezieller Auktionsverfahren an Private vergeben werden, die ihrerseits die Nutzungsrechte an die Programmveranstalter marktlich vergeben.
- Ein im öffentlichen Eigentum stehendes Sendernetz ist sinnvoll, wenn kurzfristig ein lückenloses, regional gleich verteiltes Netz entstehen soll, jedoch nur bei marktlicher Allokation der Nutzungsrechte.
- Das sogenannte Bitmanagement kann ökonomisch in Form zeitlicher Preisdifferenzierung ausgestaltet werden.
- Öffentlich-Rechtliche Programme können nicht vorrangig im DAB-System abgebildet werden.
- Die Werbefinanzierung der DAB-Programme sollte eingeschränkt oder sogar verboten werden, um eine konsumentengerechte Entwicklung des DAB-Systems zu ermöglichen.
- In der Simulcastphase kann unter Effizienz Gesichtspunkten lediglich ein Interessenausgleich der etablierten Hörfunkveranstalter mit Hilfe der Regulie-



rungsmethode "temporäres Veranstaltermonopol" herbeigeführt werden, zu Lasten des Zugangs innovativer Programme.

Innerhalb der genannten Problembereiche entsteht somit ein entsprechender (De-)Regulierungsbedarf, der die Entwicklung hin zu einem funktionierenden Pluralismus in die Wege leitet.

### **Ökonomische Begründung und Ausgestaltungsmöglichkeiten für die Privatisierung des ZDF**

Antun Mulanovic

Die aktuelle Diskussion um eine Privatisierung des ZDF diene als Anlaß für diese Diplomarbeit. Eine Analyse der ökonomischen Argumente, die für ein öffentliches Angebot des ZDF-Programms hätten sprechen können - im Vordergrund hier die Musgravesche Theorie des öffentlichen Gutes -, konnte ein fort-dauerndes öffentlich-rechtliches Angebot des ZDF-Programms nicht begründen, zumal ein wesentlicher Unterschied zwischen den Programminhalten des ZDF und denjenigen der ARD in den Augen der Zuschauer empirisch nicht nachzuweisen ist. Vielmehr stellen Aspekte des Property-Rights-Ansatzes und der Beiträge der außermärklichen Ökonomie eine zeitgemäße Erfüllung der Anforderungen des Versorgungsauftrages - der Inhalt dieses Begriffs wird alles andere als einheitlich wiedergegeben - in einer ökonomisch vertretbaren Weise mit Hilfe eines öffentlich-rechtlich organisierten ZDF in Frage.

Eine Betrachtung der Eigentumsverhältnisse auf dem Fernsehmarkt hat einen hohen Grad der Marktkonzentration auf dem privaten Fernsehsektor ergeben. Gefahren, die von dieser Konzentration ausgehen, spielen in den meisten Argumenten für eine Aufrechterhaltung des ZDF als eine öffentlich-rechtliche Anstalt eine zentrale Rolle. Da die bereits vorgeschlagenen Privatisierungswege insbesondere hinsichtlich des Konzentrationsproblems nicht überzeugen konnten, wurde ein alternatives Modell, das die Privatisierung des ZDF als grundlegende Veränderung der gesamten Struktur des Fernsehmarktes begreift, zu entwickeln versucht. Sein wichtigstes Anliegen ist es aufzuzeigen, daß Ansätze denkbar sind, die einerseits die Konkurrenz unter den privaten Anstalten auf der Redaktionsebene fördern und die Markteintrittskosten für Neueinsteiger senken, andererseits den öffentlichen Charakter der ARD stärker betonen und das öffentlich-rechtliche Fernsehen vor parteilichen Interessen besser schützen können als es die gegenwärtige Lösung tut.

## **Die Prinzipien der Aufgaben- und Einnahmenverteilung zwischen den Landesstudios einer öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt**

Christine Müller

Im Rahmen dieser Diplomarbeit werden zunächst die normativen Bestimmungsgrößen der Aufgaben und Einnahmen der Landesstudios einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt abgeleitet. Zu diesem Zweck erfolgt eine Analyse des Gutes (Güterbündels) "Rundfunk" aus Sicht der Theorie der öffentlichen Güter, welche Ansatzpunkte für die Begründung eines öffentlichen Angebots liefert. Seine Verfassungsmäßigkeit und die daraus resultierenden Implikationen für eine öffentliche Bereitstellung (Grundversorgungsauftrag) unterliegen der weiteren Betrachtung. Ihr Resultat ist die Forderung nach einem regionalen Programmangebot.

Die Ableitung der Aufgaben der Landesstudios einer öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt erfolgt in Analogie zum für die Aufgabenverteilung von Gebietskörperschaften entwickelten sog. passiven Finanzausgleich. Aus der Theorie der Klubgüter und der ökonomischen Theorie des Föderalismus läßt sich die optimale Zahl und Größe öffentlicher Aufgabenträger bestimmen, der eine vorausgegangene Betrachtung der größenabhängigen Kostenarten (inwieweit sind economies of scale bzw. economies of scope realisierbar?) zugrunde liegt. Die qualitativen Anforderungen an die derart begründeten regionalen Aufgabenträger einer Föderation runden diese Betrachtung ab.

Danach lassen sich die Prinzipien der Aufgabenverteilung formulieren und auf den Rundfunkbereich projizieren. Nach der qualitativen und quantitativen Festlegung der Aufgaben der Landesstudios erfolgt in Analogie zum passiven Finanzausgleich eine originäre Aufgabendeterminierung der unterschiedlichen Aufgabenträger, woraufhin die Möglichkeiten des Bedarfs ergänzender Regelungen aufgezeigt werden. Nach dieser normativen Aufgabenfestlegung unterliegen die Prinzipien der Einnahmenverteilung - in Analogie zum aktiven Finanzausgleich - der weiteren Betrachtung. Aus diesem Grunde werden zuerst die prinzipiellen Möglichkeiten der Rundfunkfinanzierung aufgezeigt. Nach der Begründung einer staatlichen Finanzierung werden für den Rundfunk kompatible, reine öffentliche Finanzierungsformen diskutiert. Daran werden die Möglichkeiten einer Mischfinanzierung untersucht. -- Nachdem diese grundsätzlichen Fragen der Finanzierung geklärt worden sind, wird zum Abschluß dieses normativen Teils die Verteilung der Einnahmen auf die Landesstudios geregelt.

Die Darstellung der bestehenden Strukturen schließt sich an diese Betrachtungen an. Sie erfolgt am Beispiel des WDR, der größten bundesdeutschen Lan-



desrundfunkanstalt. Im Rahmen der Aufgabenerfüllung wird zunächst die Ausgestaltung des Grundversorgungsauftrags durch das Land und die Landesrundfunkanstalt skizziert. Eng damit verknüpft sind das Programmangebot und die Organisationsstruktur der Landesrundfunkanstalt: Die Arbeit der Landesstudios - ihre Kompetenzen, ihre tatsächlichen Aufgaben, ihre Kooperation und ihre Kosten - werden erläutert.

Um die praktizierte Einnahmenverteilung darzustellen, wird zunächst die Einnahmenstruktur einer öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt aufgezeigt. Danach erfolgt eine Betrachtung ihrer Verwendung. Eng damit zusammen hängt die Verteilung der Einnahmen auf die Landesstudios und die dortige Mittelbewirtschaftung. Im letzten Kapitel dieser Arbeit werden abschließend die bestehenden Strukturen der Aufgaben- und Einnahmenverteilung an den normativen Anforderungen gemessen.

## **Entwicklung des Programmangebots und der Programmnutzung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Eine ökonomische Betrachtung**

Torsten Oltmanns

Die Gegner des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Deutschland lassen sich in zwei Gruppen einteilen: Auf der einen Seite stehen die "Hardliner", die argumentieren, ARD und ZDF seien in die marktwirtschaftliche Mündigkeit zu entlassen; die Gebühren müßten abgeschafft werden und die Anstalten sich, in welcher Rechtsform auch immer, wie die privaten Konkurrenten durch den Verkauf von Werbezeit finanzieren. Die gemäßigeren Kritiker hingegen wollen den öffentlich-rechtlichen Programmauftrag und die Gebührenfinanzierung erhalten. Sie urteilen jedoch, Leistungs- und Finanzrahmen von ARD und ZDF seien angesichts der kontinuierlichen Ausweitung, Auffächerung und Regionalisierung des Fernsehangebotes durch private Anbieter zu weit gesteckt.

In diesem Zusammenhang ist die Kenntnis der säkularen Entwicklung der Qualität (Struktur) und Quantität (Umfang, Sendedauer) des öffentlich-rechtlichen Fernsehangebotes von Interesse. Was die qualitative Seite dieses Problems angeht, so hat im Zusammenhang mit dem Markteintritt der privaten Anbieter eine erschöpfende Auseinandersetzung um die sog. Konvergenztheorie stattgefunden; ein Streit um die These, die Programme der Anbieter im dualen System würden sich einander auf lange Sicht inhaltlich angleichen. Es scheint daher geboten, die Aufmerksamkeit auf die Ausdehnung des Programmangebotes im Verlauf der vergangenen vierzig Jahre zu lenken, auf die quantitative





Nutzung dieses Angebotes durch die Zuschauer und die dafür erhobene Gebühr.

- Zunächst wird ermittelt, wie sich das Gesamtangebot an Fernseh-Sendezeit seit der Gründung der ARD im Jahre 1952 entwickelt hat. In einem zweiten Schritt wird untersucht, ob und wenn ja wie die jeweils auf dem TV-Markt vertretenen öffentlich-rechtlichen Anbieter auf das Auftreten von Konkurrenten hinsichtlich der Veränderung des mengenmäßigen Angebotes reagiert haben.
- Anschließend wird gefragt, wie sich die Zahl der (registrierten) fernsehkonsumierenden Haushalte, der Gesamt- und Durchschnittskonsum und die Präferenzen für die einzelnen Anbieter (ARD, ZDF, Dritte ...) im Zeitablauf verändert haben.
- Weiterhin wird aufgezeigt, wie sich die Höhe der Fernsehgebühren seit 1952 entwickelt hat (absolut und real) und wie sich die Relationen Gebühr/Sendeminute, Gebühr/ Zuschauerminute etc. im Zeitablauf verändert haben.
- Schließlich werden die einzelnen empirischen Ergebnisse zusammengestellt und kombiniert, um eine abschließende ökonomische Bewertung zu ermöglichen.

### **Möglichkeiten zur Berücksichtigung finanzwissenschaftlicher Kriterien im Finanzausgleich der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten**

Sabine Preußners

Die Schwerpunkte der Arbeit liegen bei der Untersuchung der Verbesserungsmöglichkeiten des Finanzausgleichs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Dabei werden einerseits bereits diskutierte Alternativvorschläge aufgegriffen, andererseits werden aufgrund der - innerhalb eines theoretischen Teils erarbeiteten - Parallelen zu den zwischen Gebietskörperschaften bestehenden Finanzausgleichsverfahren auch neue Vorschläge unterbreitet.

### **Lizensierungs- und Kontrollinstanzen der Fernsehveranstalter in der Bundesrepublik Deutschland aus Sicht der politischen Ökonomie**

Arja Redel

Die Arbeit versucht, die Interessen und Verhaltensweisen der Aufsichts- und Kontrollgremien öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter vor dem Hintergrund modelltheoretischer Überlegungen der ökonomischen Theorie der Politik zu analysieren.



## **Betriebswirtschaftliche Konsequenzen der gesellschaftspolitischen Umgestaltung für Rundfunkunternehmen in Rußland**

Uwe Schindler

Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der Analyse des in Rußland bestehenden Rundfunksystems, der Finanzierungsmöglichkeiten und der Organisation der dort vorhandenen Rundfunkanstalten. Aus diesem Grund umfaßte das Projekt insgesamt zwei dreiwöchige Forschungsaufenthalte in Moskau. Der erste Besuch diente im wesentlichen der ersten Kontaktaufnahme mit den Organen und Institutionen des russischen Rundfunksystems. Zunächst wurden zahlreiche Interviews innerhalb der einzelnen Rundfunkanstalten durchgeführt, die betreffenden Ministerien besucht und verschiedene Massenmedien - unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierungsform Werbung - untersucht. Ansprechpartner wurden durch die Unterstützung der Deutschen Welle und die Presseabteilung der Deutschen Botschaft in Moskau gewonnen. Bei einem zweiten Aufenthalt wurde die Bestandsaufnahme durch Detailinformationen ergänzt, soweit dies angesichts der oben dargestellten Probleme möglich war.

Die Untersuchung wurde vor allem durch die instabile politische Situation Rußlands erschwert. Nach 70-jähriger Herrschaft eines kommunistischen Systems ergeben sich Probleme durch unklare Eigentumsverhältnisse und Nachwirkungen der Zentralverwaltungswirtschaft. Diese Probleme machen sich auch im Rundfunkbereich bemerkbar. Die staatliche Rundfunkanstalt "Gosteleradio" als Monopolanbieter von Rundfunksendungen für ca. 220 Millionen Konsumenten in der gesamten früheren Sowjetunion wurde dezentralisiert, zusätzlich entstanden bereits einige kommerzielle Radiosender. Die gesetzlichen Grundlagen wurden aber bisher nur in Ansätzen geschaffen: Ein Gesetz über Massenmedien wurde immerhin verabschiedet, eine gültige Verfassung - als Basis für speziellere Rechtsnormen - existiert dagegen noch nicht. Ein Gesetz zur Regelung der Werbung wurde ebenfalls noch nicht beschlossen. Ähnlich unübersichtlich stellte sich die finanzielle Situation der meisten Rundfunkanbieter dar, von denen einige Zuweisungen aus dem Staatshaushalt erhalten, während die übrigen auf Werbung und sonstige Finanzierungsquellen angewiesen sind. Vor allem die Werbefinanzierung stellt angesichts der derzeitigen Situation des Handels in Rußland eine sehr unsichere Finanzierungsbasis für Rundfunkunternehmen dar.

**Ökonomische Begründung und Ausgestaltung von Kooperationen  
zwischen Rundfunkveranstaltern  
Ausgewählte Beispiele nationaler und internationaler Kooperation**

Ute Schneiderbauer

Die Arbeit versucht in einem ersten theoretischen Teil, die ökonomischen Gründe für Kooperationen aufzuzeigen. Dazu greift sie auf betriebswirtschaftliche Ansätze zur Erklärung der Zusammenarbeit von Unternehmen (Coase, Williamson) und auf föderalismustheoretische Ansätze zur Erklärung der Zusammenarbeit von Gebietskörperschaften zurück. Diese Ansätze werden auf die Kooperation von Rundfunkunternehmen übertragen.

In einem zweiten, empirischen Teil werden ausgewählte Formen nationaler und internationaler Kooperation von Rundfunkveranstaltern dargestellt und mit Hilfe der zuvor referierten theoretischen Ansätze zu erklären versucht. Als Beispiele internationaler Zusammenarbeit von Rundfunkanbietern dienen dabei die Kooperationen im Rahmen der European Broadcasting Union (EBU) und der Eurovision, als Beispiele nationaler Zusammenarbeit die Kooperationen im Rahmen amerikanischer Networks und zwischen nordrhein-westfälischen Lokalfunkstationen.

**Kooperationen in der ARD  
- Eine föderalismustheoretische Betrachtung -**

Armin Skladny

Wenn es um die Sparpotentiale des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geht, wird regelmäßig die Forderung nach intensiverer Kooperation aufgestellt. Was aber konkret unter dem Begriff "Kooperation" zu verstehen ist (und wo eine *Fusion* anfängt) und wo sich der optimale Kooperationsgrad für die ARD befindet, hängt hauptsächlich von dem jeweiligen Betrachter und dessen Intention ab. Gesucht wird also nach einer Möglichkeit, einen objektiv optimalen Kooperationsgrad für die ARD zu entwickeln.

Unter Zugrundelegung *finanzwissenschaftlicher* und *föderalismustheoretischer* Erkenntnisse wird zwischen drei Arten kooperationsabhängiger Kosten unterschieden: Produktionskosten, Transaktionskosten und Kompromißkosten. Generell vermindern sich dabei mit zunehmender Kooperationsintensität die *Produktionskosten* aufgrund von economies of scale und economies of scope, während die Kosten der *Transaktionen* - abhängig von der Spezifität (Ansatz von Oliver Williamson) - mit der Kooperationsintensität steigen oder fallen kön-



nen und *Kompromißkosten* mit der Kooperationsintensität generell steigen (Clubtheorie von Buchanan, Theorie der Kollektive von Mancur Olson).

Der Hauptteil dieser Arbeit besteht in der Umsetzung dieser theoretischen Erkenntnisse auf den Rundfunk im allgemeinen und die Rundfunkanstalten der ARD im speziellen. So werden unter anderem die *Werbung*, das *Vorabendprogramm*, die *ARD-Kommissionen*, *Hörfunkkooperationen* zwischen SWF/SDR, das ARD-Nachtprogramm (*Sternpunkt*), die Forderung nach *Spezialisierung* einzelner Rundfunkanstalten auf bestimmte Programmsparten, die Kooperation der *"Dritten"* und die *Gemeinschaftseinrichtungen* hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Produktions-, Transaktions- und Kompromißkosten untersucht.

### **Die Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten im europäischen Vergleich**

Susanne Stieffermann

Unter dem zunehmenden Einfluß der privaten Rundfunkanbieter sind einige der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Europa in eine finanzielle Krise geraten. Dies gefährdet die Erfüllung des Programmauftrages. Seine Erfüllung ist allerdings nicht nur von der Höhe sondern auch von der Art der Einnahmen abhängig. Es stellt sich die Frage, durch welche Finanzierungsformen die europäischen öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten mit ihren spezifisch öffentlichen Aufgaben auch unter diesen veränderten Rahmenbedingungen erhalten werden können. Die Arbeit versucht, aus der Perspektive der europäischen öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten optimale Finanzierungsformen abzuleiten, die die Sicherung des Programmauftrages und die größtmögliche finanzielle Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten gewährleisten.

Vor diesem Hintergrund stellt sich der Aufbau der Arbeit wie folgt dar. Den Ausgangspunkt bilden die theoretischen Grundlagen. Hierbei wird zunächst die "öffentliche Leistung" der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender präzisiert und eine allgemeine Übersicht über die öffentlichen Einnahmen des Staates geliefert. Anschließend werden die Finanzierungsformen der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten betrachtet, die den Hintergrund für eine Modifizierung des Gebühregrundrahmens liefern.

Im empirischen Teil werden die Finanzierungsformen ausgewählter europäischer öffentlich-rechtlicher Fernsehanstalten miteinander verglichen. Dabei werden die überwiegend reine Gebührenfinanzierung (Skandinavien, Großbritannien), die gemischte Finanzierung aus Werbung und Gebühren (sie ist in den meisten europäischen Ländern üblich) und natürlich die reine Werbefinanzie-



rung, wie sie in Spanien praktiziert wird, in Ländergruppen zusammengefaßt, dargestellt und beurteilt. Den Abschluß dieser Arbeit bildet eine Darstellung möglicher Entwicklungstendenzen bzw. Gestaltungsempfehlungen für die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten.

### **Die optimale Regionalität von Werbung im Rundfunk**

Ruben Thiel

Die Zahl der Rundfunkanbieter in der Bundesrepublik Deutschland hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Das hatte nicht nur eine Ausweitung des insgesamt verfügbaren Programmangebotes zur Folge, sondern ließ auch die Werbezeit im Rundfunk anwachsen. Dies gilt insbesondere deshalb, weil sich viele der neuen Sender vor allem durch Werbeeinnahmen finanzieren. Zudem hat sich das Kundenpotential für Rundfunkwerbung hat sich geändert: Primär lokal oder regional orientierte Werbekunden sowie finanzschwächere Firmen können als Folge dieser Entwicklung den Rundfunk als Werbeträger für ihre Produkte und Dienstleistungen nutzen.

Innerhalb der Diplomarbeit werden zunächst Werbespots mehrerer Rundfunksender empirisch untersucht. Die so gewonnenen Erkenntnisse werden anschließend in Beziehung zu der von Buchanan entwickelten ökonomischen Theorie der Clubs gesetzt. Ausgehend von der Überlegung, daß sich die Auftraggeber durch die Schaltung von Werbespots einen möglichst großen Nutzenzuwachs (z. B. in Form von steigenden Absatzzahlen für ein Produkt) erhoffen, wird der Versuch unternommen, Kriterien für eine optimale Regionalität von Werbung im Rundfunk zu finden.

### **Ökonomische Begründung des Nationalen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland**

Norbert Tümp

Die Arbeit beschreibt zunächst die durch die deutsche Wiedervereinigung notwendig gewordene Neuordnung der Rundfunksender Deutschlandfunk, Rias Berlin und Deutschlandsender Kultur zu einem Nationalen Hörfunk. Ausgehend von der historischen Entwicklung der drei beteiligten Sendeanstalten und der durch die deutsche Einheit bedingten gesellschaftlichen Umgestaltung wird die Notwendigkeit einer rundfunkpolitischen Neuordnung diskutiert. Nach der Klärung dieser grundlegenden Voraussetzungen wird die Ausgestaltung des Natio-



nenalen Hörfunks aus rechtlicher und anschließend aus betriebswirtschaftlicher Sicht detailliert erläutert.

Im theoretischen Teil der Arbeit wird untersucht, wie der nationale Hörfunk als "zentralistische" Einrichtung mit dem föderativen System der Bundesrepublik in Einklang zu bringen ist. Zur Beantwortung dieser Frage werden die Theorie der öffentlichen Güter und die ökonomische Theorie des Föderalismus zu Rate gezogen. Nach einer Erläuterung und Darstellung dieser Theorien erfolgt eine Übertragung auf den Rundfunk: Es wird anhand von verschiedenen Kriterien untersucht, ob und inwiefern die Ausgestaltung des Nationalen Hörfunks im Sinne der ökonomischen Theorie des Föderalismus durch Synergieeffekte als gelungen bezeichnet werden kann.

### **Verfahren zur Erfassung der Quantität und Qualität von Rundfunkkonsum und ihre Bedeutung für die Rundfunkanbieter und die werbetreibende Wirtschaft**

Sven-Philip Wengeler

Nach einer allgemeinen und spezifischen Definition der Begriffe Quantität und Qualität versucht die Arbeit, einen Anforderungskatalog an ein System zur Messung des Zuschauerhaltens aus Sicht der Rundfunkanbieter und der Werbetreibenden zu erstellen.

Im zweiten Teil wird die Entwicklung von Verfahren der Zuschauermessung in der USA und in Deutschland dargestellt. Außerdem wird anhand der heutigen Verfahren geprüft, ob ein einzelnes Verfahren die Anforderungen der Werbetreibenden und Rundfunkanbieter erfüllen kann oder ob mehrere verschiedene Verfahren hierzu nötig sind. Außerdem wird die Allgemeingültigkeit der Ergebnisse dieser Verfahren untersucht; und die Hauptfehlerquellen und die Möglichkeiten, sie zu beseitigen, werden dargestellt.

### **Die Wahl zwischen Eigenerstellung und Fremdbezug von Fernsehprogrammen. Ein Lösungsansatz aus transaktionskostentheoretischer Sicht**

Guido Wilden

Infolge der Anerkennung der dualen Rundfunkordnung durch das Bundesverfassungsgericht im Jahr 1986 ist die Zahl der Rundfunkanbieter, und damit einhergehend der Programmbedarf, in der Bundesrepublik stark angestiegen. Im

Rahmen dieser Diplomarbeit wurde versucht herauszustellen, welche alternativen Koordinationsmechanismen der Programmbeschaffung den Fernsehanbietern zur Verfügung stehen und mit welchen Transaktionskosten zu rechnen ist. Anhand dieser Analyse werden Entscheidungshilfen bei der "Make or buy"-Entscheidung für die Fernsehunternehmen gegeben, und es wird versucht, den wünschenswerten Grad der vertikalen Integration im Beschaffungsbereich zu ermitteln. Dabei finden die durch die Zielsetzung implizierten Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern besondere Beachtung.

Im Anschluß an eine ausführliche Darstellung der theoretischen Grundlagen des Transaktionskostenansatzes nach Coase bzw. Williamson und eine Beschreibung der gegenwärtigen Lage der Fernsehmärkte in den USA als Referenzsituation erfolgt eine empirische Analyse des deutschen Fernsehmarktes sowie die Anwendung der zuvor erarbeiteten theoretischen Grundlagen auf diese Ist-Zustände. Innerhalb der abschließenden Vorschläge bezüglich möglicher Transaktionskostensenkungspotentiale sowie der optimalen Zuordnung von Koordinationsmechanismen und Programmgestaltungen wird besonderer Wert gelegt auf die Darstellung der Interdependenzen zwischen dem Programmmarkt einerseits und dem Zuschauermarkt sowie dem Werbemarkt andererseits.

Es zeigt sich, daß die Rahmenbedingungen der Programmbeschaffung in der Bundesrepublik aus transaktionskostentheoretischer Sicht nicht optimal sind. Vor allem in der Produktionsinfrastruktur bestehen unter anderen folgende Verbesserungsmöglichkeiten:

- Errichtung einer effizienten Struktur unabhängiger Produzenten,
- Modifizierung der praktizierten Rechtspolitik bei Zweitauswertung des Programmes,
- Förderung von Ausbildungsinstitutionen im kreativen Bereich der Fernsehproduktionen und
- Einbindung privatwirtschaftlicher Finanzierungspartner in den Produktionsprozeß.

### **Finanzierungsprobleme bei Aufbau neuer Rundfunkanstalten in Polen**

Waldemar Wollny

Die Arbeit befaßt sich mit der Umgestaltung des polnischen Rundfunks im Zuge der sog. Transformation der polnischen Wirtschaft. Sie befaßt sich speziell mit den Finanzierungsproblemen, denen sich die neu gegründeten öffentlichen wie vor allem privaten Rundfunkanstalten in Polen gegenübersehen. In einem ersten Teil der Arbeit wird die bisherige Entwicklung des politischen Rundfunks



beschrieben, der vor der "politischen Wende" 1989 stark zentralistisch organisiert war: Die Zentrale in Warschau hatte die Entscheidungsmacht über das gesamte Programm. Kontrolliert und verwaltet wurde das polnische Rundfunksystem von einer Art Ministerium, dem "Komitee für Hörfunk und Fernsehen", das in erster Linie die Interessen der Regierungspartei vertreten hat. Hauptziele der Gespräche der Untergruppe Massenmedien des "runden Tisches" zwischen der Opposition (Solidarität) und der Regierung waren Entmonopolisierung und Vergesellschaftung des Rundfunks. Diese Zielsetzungen sollten mit Hilfe des neuen Mediengesetzes verwirklicht werden. Es wurden mehrere Gesetzesentwürfe im Parlament beraten. Nach einer fast dreijährigen Beratungszeit ist das neue Mediengesetz am 15. 10. 1992 verabschiedet worden. Es soll die umfangreichen Reformen des Staatsfunks, wie z. B. die Bildung eines nationalen Medienrates regeln.

In einem zweiten Teil der Arbeit werden die derzeitigen Veränderung des polnischen Rundfunks dargestellt. So sieht das neue Mediengesetz eine Reorganisation des Staatsfunks vor. Hörfunk und Fernsehen werden in Zukunft als selbständige Gesellschaften mit staatlichem Kapital auftreten, die ihre Wirtschaftstätigkeit auf eigene Rechnung durchführen. Eine weitere Hauptaufgabe des neuen Mediengesetzes ist die Regulierung der Lizenzvergabe für kommerzielle Rundfunkanbieter, die seit 1991 in Polen entstanden sind und von denen einige "experimentellen", andere ohne die jegliche Lizenzverträge arbeiten.

In einem dritten Hauptteil wird auf die Finanzierungsquellen dieser Veranstalter (in erster Linie Lokalsender), wie Spot-Werbung und Sponsoring, eingegangen. Dabei werden insbesondere die durch die "Schwäche" des Werbemarktes begrenzten Möglichkeiten dieser Finanzierungsformen behandelt und Folgerungen für die Entwicklung des privaten Rundfunksystems Polens gezogen.

### **Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung am Beispiel eines Kinderprogramms**

Uli Wurth

Ziel der Arbeit ist es, den Zusammenhang zwischen der Finanzierungsart und der Programmstruktur aufzuweisen und zu erklären. Dabei bezieht sich der letztgenannte Terminus sowohl auf die Determinanten des programmlichen Erscheinungsbildes jedes einzelnen Senders (mikroökonomische Betrachtung) als auch auf dessen Einordnung in das Programmspektrum der deutschen Fernsehlandschaft insgesamt (makroökonomische Betrachtung). Diese rundfunkökonomischen Analysen werden auf ein kommerzielles Kinderprogramm





projiziert, um eine eventuelle Überlegenheit einer Finanzierungsalternative hinsichtlich der Leistungsfähigkeit, ein qualitativ hochwertiges Kinderprogramm anbieten zu können, festzustellen. Grundsätzlich sind die ökonomischen Ausführungen jedoch auch für andere Programmsparten relevant und können durchaus auf andere Marktsegmente übertragen werden.

Zunächst wird anhand des Fernsehnutzungsverhaltens von Kindern aufgezeigt, daß die Gesamtheit dieser Zielgruppe eine enorme ökonomische Ressource für private Fernsehanbieter darstellt. Dies wird einerseits durch die Nutzungsdichte und andererseits durch die nach sozio-demographischen Gesichtspunkten differenzierte Darstellung dieser Zielgruppe deutlich. Später erfolgt eine Beschreibung der alternativen privaten Rundfunkfinanzierungsformen und der sich aus den jeweiligen Gewinnmaximierungskalkülen ergebenden allokativen Effekte. Daraus lassen sich bereits erste Erwartungen ableiten, inwiefern kindliche Interessen in der programmlichen Aufbereitung berücksichtigt werden. An diese eher einzelwirtschaftliche Analyse schließt sich eine Darstellung der vornehmlich in den USA entwickelten Programmvielfalts-Modelle an, welche unter Berücksichtigung verschiedener Parameter (z. B. Marktform, Distributionskanäle, Zahlungsbereitschaft, Zuschauerpräferenzen, Substituierbarkeit von Programmen etc.) Aussagen über das Maß der Konsumentenbefriedigung treffen. Diese Ergebnisse werden schließlich in ihrer Bedeutung für die Bereitstellung von privat finanzierten Kinderprogrammen ausgewertet, so daß nach einer kritischen Würdigung der einzelnen Modelle und einer Synthese der zentralen Gedanken eine Stellungnahme im Hinblick auf Effektivitäts- und Effizienzbewertung der verschiedenen Finanzierungsalternativen möglich ist.



## **5.4. Kurzbeschreibung ausgewählter aktuell bearbeiteter Dissertationen**

Am Institut für Rundfunkökonomie werden derzeit mehr als zehn Dissertationen betreut. Darunter finden sich Arbeiten, die erst vor kurzem mit den Institutsdirektoren vereinbart wurden und deren Themen erst vorläufig formuliert sind, bis hin zu Arbeiten, die kurz vor der Fertigstellung stehen. Die im folgenden wiedergegebenen Kurzbeschreibungen eines Teils der - bereits in fortgeschrittenem Bearbeitungsstadium befindlichen - Promotionsvorhaben wurden von den Doktoranden für die Zwecke des Tätigkeitsberichts erstellt.

### **5.4.1. Der Aufbau der Kostenträgerrechnung für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und ihr Ausbau zu einer Erfolgsrechnung**

Klaus Bamme

Durch die Veränderungen der wirtschaftlichen Voraussetzungen bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ergeben sich neue Anforderungen an die Kosten- und Leistungsrechnungen. Im Mittelpunkt der Arbeit soll der Versuch stehen, die Kostenträgerrechnung der ARD durch die Einbeziehung der Erlöse zu einer Erfolgsrechnung auszubauen. Der Aufbau einer Erfolgsrechnung setzt allerdings voraus, daß es gelingt, Kriterien für die Zuordnung der Erlöse auf die Kostenträger zu finden, da bei einer vor allem aus Gebühreneinnahmen finanzierten Rundfunkanstalt kein direkter Zusammenhang zwischen Kosten und Erlösen besteht. Ausgehend von den rundfunkpolitischen Zielen müssen bei der Erfolgsermittlung die Erreichung sowohl wirtschaftlicher als auch gesellschaftsbezogener Zielsetzungen berücksichtigt werden.

Grundlage der derzeit praktizierten Kostenträgerrechnung ist das von einer ARD/ZDF-Arbeitsgruppe erarbeitete Vollkostenrechnungskonzept, welches von allen Landesrundfunkanstalten (mit Ausnahme des WDR) eingeführt wurde. Dieses Konzept wird zunächst dargestellt und anschließend weiterentwickelt. Vor allem der Ausbau der Kostenträgerrechnung zur Kontrolle der Wirtschaftlichkeit wird im Mittelpunkt der folgenden Überlegungen stehen. Durch eine als Voll- wie Teilkostenrechnung (auf der Basis von beeinflussbaren Kosten) durchgeführte Stück- und Zeitrechnung sollen dafür die Voraussetzungen geschaffen werden.

Die derzeitige Leistungsrechnung der ARD ist eine reine Mengenrechnung, in der detailliert die Sendeminuten der Programmleistungen dargestellt werden. Eine Bewertung der Leistungen im Rahmen der Erlösrechnung erfolgt nicht. Gründe für das Fehlen einer Erlösrechnung waren bisher Schwierigkeiten vor allem bei der Zurechnung der Erlöse auf die Kostenträger. Ausgehend von der Erfüllung des Programmauftrags als Ziel unter Beachtung des Grundsatzes der Wirtschaftlichkeit wird ein Indikatorensystem zur Messung der Programmleistung entwickelt. Mit Hilfe der Indikatoren Kosten je Sendeminute, Gesellschaftlicher Auftrag, Programmbeurteilung und Programmreichweite soll eine Basis für eine Zuordnung der Gebühreneinnahmen gefunden werden. Ausgangspunkt des Indikatorensystems zur Leistungsbewertung werden die Sendeminuten, Endpunkt die auf sie verteilten Gebühreneinnahmen sein.

Das größte Problem beim Aufbau einer Leistungsrechnung stellen die Gewichtung und Addierbarkeit der verschiedenen Indikatorenwerte dar. Die in dieser Arbeit als Arbeitshypothese vorgenommene Gewichtung bedarf noch weiterer Untersuchungen und läßt sich objektiv vermutlich letztlich nicht lösen.

Nach Darstellung der Konzepte für eine verbesserte Kostenträger- und Leistungsrechnung kann aus ihnen eine spezielle, für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geeignete Erfolgsrechnung entwickelt werden. Um den Zielen einer Rundfunkanstalt gerecht werden zu können, muß sie auf der Basis von Voll- und von Teilkosten durchgeführt werden. Der grundsätzliche Unterschied zu einem erwerbswirtschaftlich orientierten Unternehmen besteht allerdings darin, daß sich durch eine höhere Leistungsmenge der Gesamt-Erlös nicht verändern läßt, da zwischen dem Sendevolumen und der Höhe der Gebühreneinnahmen kein unmittelbarer Zusammenhang besteht.

Eine sich aus der Kosten- und Leistungsrechnung ergebende Erfolgsrechnung würde die Rundfunkanstalten erstmalig in die Lage versetzen, ihre Erfolgsquellen zu erkennen. Sie kann die Basis liefern sowohl für Erfolgsbeurteilungen als auch Kosten- und Leistungsstrukturanalysen und zu einer optimalen, das Produktionsverfahren und die Programminhalte betreffenden Programmstruktur beitragen.



### **5.4.2. Werbefinanziertes Metropolenfernsehen. Modelle zur sukzessiven Optimierung der Rentabilität unter Einbeziehung strategischer Planungsüberlegungen**

Rolf Nafziger

Regionale Lebensräume gewinnen im zusammenwachsenden Europa politisch, wirtschaftlich und kulturell an Bedeutung. Subsidiarität ist das Ziel - übergeordnete gesellschaftliche Einheiten sollen hiernach nur solche Aufgaben übernehmen, zu deren Wahrnehmung untergeordnete Einheiten nicht in der Lage sind. Diesem Prinzip trägt das Fernsehen in Deutschland nur in sehr geringem Maße Rechnung. Insbesondere Bedürfnisse nach Partizipation, Nähe und Überschaubarkeit werden vom Fernsehen bislang kaum befriedigt.

Aus der Sicht der Medienunternehmen eröffnet sich mit dem Metropolenfernsehen eine der letzten Marktnischen der bundesdeutschen Fernsehlandschaft. Der Erfolg des lokalen Hörfunks verstärkt die Zuversicht potentieller lokaler Fernsehanbieter. Experten warnen allerdings vor den hohen wirtschaftlichen Risiken, die die Erschließung des lokalen Fernsehmarktes in sich birgt.

Die Vorgehensweise der Arbeit vollzieht sich in zwei aufeinander aufbauenden Schritten. Zunächst werden vor dem Hintergrund der Investitionsrechnung Modelle zur Prognose der Wirtschaftlichkeit lokaler Fernsehveranstalter entwickelt. Wirtschaftlichkeitsanalysen stehen jedoch immer unter bestimmten einengenden Prämissen. Prämissen sind im ersten Teil der Arbeit gängige Annahmen über Organisation und Struktur determinanten der Sender. Solche Determinanten, die beispielsweise die Eigenproduktionsquoten oder die Kooperationsformen betreffen, werden im zweiten Teil der Arbeit aufgehoben. Durch Variation der Struktur determinanten im Sinne strategisch veränderter Ausgangspositionen stehen dann Maßnahmen im Vordergrund, die Wirtschaftlichkeit und erneuter Anwendung des im ersten Arbeitsteil entwickelten Bewertungsinstrumentariums zu evaluieren. Die Arbeit liefert somit nicht nur Aussagen über Chancen und Risiken lokaler Fernsehprojekte, sondern gibt auch Hinweise auf deren verbesserte Ausgestaltung.

### **5.4.3. ARD und ZDF zwischen Abschaffung und Privatisierung? Ökonomische Beurteilung von Reformansätzen für das öffentlich- rechtliche Fernsehen und ihre politischen Durchsetzungs-Chancen**

Torsten Oltmanns

Mit einer Reihe von Einzelmaßnahmen und Konzepten versuchen Politik, Wissenschaft und die Rundfunkanstalten, selbst das öffentlich-rechtliche TV-Angebot trotz der sich abzeichnenden Finanzkrise zu erhalten. So wird Personal abgebaut, der Produktionsaufwand wird heruntergefahren, eine Strukturreform der ARD ist in Planung. Darüber hinaus stehen Möglichkeiten zur Ausschöpfung von Synergie-Potentialen zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten ebenso in der Diskussion wie die Forderung nach Abschaffung der 20.00-Uhr Werbegrenze, der Ausweitung von des Merchandising oder zur Herausgabe einer öffentlich-rechtlichen TV-Zeitschrift.

Radikaler sind zwei Vorschläge für öffentliche Aufmerksamkeit, die über Ansätze zur Effizienzverbesserung, Einnahmensteigerung und Einsparung hinausgehen und die Abschaffung eines öffentlich-rechtlichen Vollprogramms und die dauerhafte Reduzierung "meritorischen Fernsehens" zum Ziel haben: Im Sommer des vergangenen Jahres hat die FDP erneut für die Privatisierung des ZDF plädiert, im Herbst 1994 hat der bayerische Ministerpräsidenten Edmund Stoiber angekündigt, er werde sich für die Abschaffung des ersten Programms der ARD stark machen.

Ziel der Arbeit ist es, diese Vorschläge mit Hilfe einer gesamtwirtschaftlichen Kosten-Nutzen-Analyse zu bewerten, Beurteilungskriterien für Umfang und Intensität öffentlich-rechtlichen Fernsehens im sich erweiternden TV-Markt zu entwickeln und die Handlungsalternativen vor dem Hintergrund der ökonomischen Theorie der Politik auf ihre Realisierungschancen zu untersuchen. Dabei sind die folgenden Schritte geplant:

In einem ersten Schritt sollen die Vorschläge zur Abschaffung des ersten bzw. zur Privatisierung des zweiten Fernsehprogramms konkretisiert und im Hinblick auf ihre unmittelbare ökonomische Wirkung bewertet werden. So lassen sich verschiedene Privatisierungskonzepte für das ZDF anwenden - denkbar wäre beispielsweise eine öffentliche Versteigerung der Sendelizenzen, wie sie bei der Privatisierung des zweiten britischen Fernsehprogramms ITV vorgenommen wurde oder die schrittweise Überführung der Anstalt in eine Aktiengesellschaft, ähnlich dem Verfahren bei der Deutschen Bundespost etc. - unmittelbar auf die Höhe der zu erwartenden Privatisierungserlöse etc. ein. Überdies sind realisierbaren Einsparungen, wie bei der Abschaffung des ersten Programms



die Kosten für die Übernahme von Versorgungsverpflichtungen, den Erlösen aus den Verkäufen von Lizenzen etc. sind mögliche Kosten für die Miete von Sendezeiten (Informationssendungen) gegenüberzustellen.

Zweitens ist die Wirkung der Reformansätze auf den gesamten Markt für TV-Programme zu untersuchen. Hier gilt es zwei Charakteristika dieses Marktes in Rechnung zu beachten: Bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern handelt es sich um Akteure, die ein publizistischen Maximierungskalkül verfolgen müssen, sie sind einer pluralen, umfassenden Informationsversorgung verpflichtet. Hinzu kommt, daß die Fernsehprogramme öffentliche Güter darstellen. In der Konsequenz heißt dies, daß öffentlich-rechtlichen TV-Anbieter mit den privaten Sendern im dualen System lediglich auf drei Wettbewerbsmärkten miteinander konkurrieren: Auf dem Werbe-, dem Personal- und dem Rechte-Markt. Für alle drei Märkte sind die Auswirkungen des Wegfalls eines öffentlich-rechtlichen Vollprogramms durch Abschaffung des "Ersten" oder Privatisierung des "Zweiten" zu untersuchen. Darüber hinaus sind mögliche Rückwirkungen der Veränderungen auf diesen Wettbewerbsmärkten mit der zu erwartenden Strategieänderung der Marktteilnehmer und Prognosen über die Nachfrage nach TV-Programmen in Verbindung zu setzen. Schließlich sollten die Wirkungen des Wegfalls eines öffentlich-rechtlichen Vollprogrammes auf Marktform, Angebotsstruktur mögliche externe Effekte abschätzbar sein.

Drittens ist die Frage zu klären, ob der Wegfall des ersten oder zweiten Programmes den Auftrag einer informationellen Grundversorgung gefährdet. Dabei wird der Versuch im Zentrum stehen, unter Berücksichtigung der Nachfrage nach öffentlich-rechtlichen Programmangeboten, dem Programmangebot auf dem Gesamtmarkt, der Akzeptanz für die Fernsehgebühren und einer Schätzung der externen Effekte qualitative und quantitative Richtwerte für den Bedarf an "meritorischem Fernsehen" zu entwickeln und die vorgestellten Reformansätze daran zu messen.

Viertens sollen auf der Grundlage der ökonomischen Theorie der Politik Interessen, Präferenzen und Restriktionen der politischen Akteure im Hinblick auf die Realisierungschancen der vorgestellten Reformansätze herausgearbeitet, der Spielraum für umsetzbare Konzepte beschrieben werden.

#### 5.4.4. Strategische Planung für Anbieter von Abonnementfernsehen

Georg Pagenstedt

Der Markt für Abonnementfernsehen befindet sich in Deutschland noch in der Entwicklungsphase. Die entsprechende Branche ist bislang nicht systematisch untersucht worden. Der verschärfte Wettbewerb auf den für Anbieter von Abonnementfernsehen relevanten Absatz- und Beschaffungsmärkten erfordert eine spezifische Strategiekonzeption. Als Anbieter von Abonnementfernsehen werden alle Unternehmen verstanden, die Fernsehen gegen ein monatlich zu entrichtendes Entgelt anbieten mit der Absicht der Gewinnerzielung. Entscheidend für die Abgrenzung ist die Zusammenstellung von Programminhalten im Unternehmen. Als Grundlage der strategischen Planung für die Anbieter von Abonnementfernsehen wird insbesondere auf den Ansatz von Michael E. Porter zurückgegriffen. Dieses Konzept erscheint geeignet, um im relativ jungen Markt für Abonnementfernsehen die Rahmenbedingungen der Branche und die Prozesse innerhalb entsprechender Unternehmen differenziert zu beschreiben.

Die Arbeit „Strategische Planung für Anbieter von Abonnementfernsehen“ besteht aus zwei Hauptteilen. Im ersten Teil sollen die Einsatzbedingungen strategischer Planung in Abonnementfernsehunternehmen dargestellt werden. Im zweiten Teil wird eine Strategie für Anbieter von Abonnementfernsehen im Hinblick auf ihre Unternehmensziele entwickelt. Im ersten Teil wird zunächst nach einer Begriffsklärung die Ausbreitung von Abonnementfernsehen auf verschiedenen Märkten beschrieben. Anschließend werden Ziele, Interessengruppen und Leistungsprozesse sowie die Grundlagen strategischer Planung für die Anbieter von Abonnementfernsehen dargestellt. Die brancheninterne Analyse untersucht im zweiten Teil der Arbeit zunächst in Anlehnung an die fünf Wettbewerbskräfte Markteintrittsbarrieren, Rivalität unter den Anbietern, Ersatzmedien sowie den Zuschauer- und den Beschaffungsmarkt der Branche für Abonnementfernsehen. Die unternehmensinterne Analyse wird mit Hilfe der Wertkette durchgeführt. Dabei werden auch unternehmensübergreifende Verknüpfungen von Wertketten berücksichtigt. Die Ausführungen zu Branche und Unternehmen münden in der Bestimmung der Wettbewerbsposition von Abonnementfernsehunternehmen.

Diese Wettbewerbsposition stellt gleichzeitig den Ausgangspunkt für die Strategieentwicklung dar. Die Auswahl der Grundstrategie erfolgt auf der Basis des im ersten Teil ermittelten Zielsystems sowie der branchen- und unternehmensinternen Analyse. Bei der Entwicklung von Teilstrategien im Bereich primärer und unterstützender Wertaktivitäten wird als Grundstrategie die Differenzierung



verfolgt. Im Bereich primärer Aktivitäten werden Teilstrategien für die Beschaffung und Aufbereitung der Programme, für Marketing und Vertrieb, für die Weiterentwicklung der Übertragungs- und Empfangsmöglichkeiten sowie für den Service dargestellt. Anschließend werden Teilstrategien für die Schaffung und den Ausbau von Wettbewerbsvorteilen der Anbieter von Abonnementfernsehen im Bereich unterstützender Aktivitäten angesprochen.

#### **5.4.5. Die Bedeutung von Marketing-Strategien für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags**

Stefan Susen

Rundfunkanstalten bewegen sich seit der Zulassung privater Anbieter 1984 in einem Raum, für den sie eigentlich nicht gedacht sind: dem Markt. Zwar ist öffentlich-rechtlicher Rundfunk nicht gewinnorientiert, sondern richtet sich nach dem Ziel des gesellschaftlichen Nutzens, vorgegeben durch den Programmauftrag; trotzdem ist er den Gesetzen des Marktes unterworfen, und das finanzwirtschaftliche Formalziel "Kostendeckung" ist dem Ziel Profitmaximierung auch vergleichbar.

Allerdings scheint diese ökonomische Seite der Öffentlich-rechtlichen in der Wissenschaft eher stiefmütterlich behandelt zu werden. In der deutschsprachigen Literatur finden sich nur wenige Veröffentlichungen, die sich explizit mit wirtschaftswissenschaftlichen und vor allem betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und Problemen von Rundfunkanstalten beschäftigen. Marktorientierte Fragestellungen und Konzepte sind für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten in der Vergangenheit eher ein Tabu-Thema gewesen. Dies entspricht eigentlich weder der ökonomischen noch der gesellschaftlichen Bedeutung des Rundfunks. Gerade öffentliche Einrichtungen können sich die Erkenntnisse der modernen Betriebswirtschaftslehre zunutze machen. Viele der allgemein be- und anerkannten Theorien der Betriebswirtschaftslehre sind auf Rundfunkanstalten übertragbar.

Im Rahmen eines Dissertationsvorhabens soll auf das Dienstleistungs-Marketing als Beispiel der Anwendung betriebswirtschaftlicher Konzepte auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eingegangen werden. Um eine klare Abgrenzung der Betrachtungsobjekte zu ermöglichen, ist ausschließlich das Fernsehen Ziel der Betrachtung.

Die Rundfunkanstalten befinden sich aufgrund der Konkurrenzsituation und den sinkenden Zuschauerzahlen in einem doppelten Dilemma: Einerseits gefährdet





diese Entwicklung die Erfüllung eines umfassenden Programmauftrages, andererseits schmälern die daraus resultierenden geringeren Werbeeinnahmen die finanzielle Basis für ein attraktives Programmangebot bei stark steigenden Programmpreisen.

Ziel der Arbeit ist die Entwicklung eines strategischen Konzeptes für Rundfunkanstalten. Aufbauend auf frühere eigene Arbeiten wird ein Marktmodell für Rundfunkanstalten dargestellt und die zentrale Bedeutung des Teilmarktes Medien-Markt aufgezeigt. Die Einordnung des Rundfunks als Dienstleistung zeigt über die Theorie des Dienstleistungsmarketings Wege zur Ermittlung von marktorientierten Strategien für den Rundfunk zur Bearbeitung des zentralen Marktes auf. Über eine empirische Untersuchung werden Möglichkeiten aufgezeigt, inwieweit öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten durch Marketingstrategien den für sie relevanten Absatzmarkt beeinflussen können, um Möglichkeiten zur Verbesserung der wirtschaftlichen Situation unter Beibehaltung der Vorgaben des Programmauftrages zu finden.



## 6. Forschungsaktivitäten des Instituts

### 6.1. Vorbemerkungen

Die im folgenden beschriebenen Forschungsaktivitäten sollen einen Einblick in die thematische Arbeit des Instituts vermitteln. Die dabei behandelten Fragestellungen bauen zum Teil auf früheren Arbeitsgebieten der Institutsdirektoren und -mitarbeiter auf, die in wissenschaftlichen Publikationen oder in Eigenregie durchgeführten Gutachten bereits vertieft behandelt worden sind. Zum Teil handelt es sich aber auch um Themen, die im Rahmen von Publikationen, Vorträgen oder Vorstudien bisher mehr oder weniger cursorisch untersucht wurden und bei denen eine Fortentwicklung der Überlegungen in der skizzierten Weise wünschens- und lohnenswert erscheint.

Der Stand der beschriebenen Forschungsaktivitäten ist ganz unterschiedlich. Teilweise wurden die entsprechenden Arbeiten bereits abgeschlossen; sie liegen dann in Form von Publikationen oder internen Gutachten und Stellungnahmen schriftlich vor (siehe auch Abschnitt 7 des Tätigkeitsberichts); diese Projekte werden im folgenden mit dem Bearbeitungsstatus "abgeschlossen" gekennzeichnet. Teilweise handelt es sich um laufende Vorhaben, die als Auftragsgutachten oder auch im Rahmen der Grundlagenforschungen des Instituts bzw. im Zusammenhang mit durchgeführten Lehrveranstaltungen und Vorträgen ohne externen Auftrag angestellt wurden; diese Arbeiten werden im folgenden mit dem Status "in Bearbeitung" sowie dem prozentualen Anteil der geleisteten Arbeit am voraussichtlichen Gesamtaufwand gekennzeichnet. Teilweise handelt es sich lediglich um Projektbeschreibungen und -anträge, die möglichen externen Interessenten vorgelegt wurden oder in Kürze vorgelegt werden; solche Arbeiten sind im folgenden mit dem Bearbeitungsstatus "beantragt" gekennzeichnet.

Die Aufstellung verfolgt in erster Linie den Zweck, einen Eindruck vom inhaltlichen Spektrum der am Institut betriebenen wie auch der möglicherweise durch externe Forschungsaufträge weiter vertiefbaren Fragestellungen zu vermitteln. Sie soll damit auch Institutionen, die an der Klärung rundfunkökonomischer Fragestellungen interessiert sind, Anregungen für die Vergabe von Forschungsaufträgen zu den im folgenden dargestellten oder benachbarten Themenstellungen geben. Die Beschreibung unterscheidet zwischen Projekten, die bereits im letzten Tätigkeitsbericht enthalten waren und deren Abschluß bzw. Fortsetzung im vorliegenden Tätigkeitsbericht dokumentiert wird (Abschnitt 6.2.), und neuen Projekten, deren Bearbeitung erst im Berichtszeitraum begon-



nen wurde (Abschnitt 6.3.). Jede Projektbeschreibung enthält jeweils den Projekt- bzw. Arbeitstitel, die Namen der federführenden Bearbeiter, eine kurze Inhaltsbeschreibung und den voraussichtlichen Abschlußtermin der vorgestellten Forschungsaktivitäten. Sofern vorhanden, werden außerdem die aus dem jeweiligen Projekt hervorgegangenen Publikationen nachgewiesen.

## **6.2. Dokumentation des Fortschritts der im letzten Tätigkeitsbericht begonnenen und beschriebenen Forschungsaktivitäten**

### **6.2.1. Betriebswirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Fragen einer Indexierung der Rundfunkgebühr**

Prof. Dr. G. Sieben, Dr. Manfred Kops, Dr. Matthias Müller-Wiegand

Die Indexierung der Rundfunkgebühr wird seit längerem als ein Verfahren diskutiert, das wegen der mit ihm verbundenen Planungssicherheit für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (aber auch für andere Bereiche wie bspw. die privaten Rundfunkanbieter und die Gebührenzahler), wegen seiner Objektivität und Transaktionskostenarmut sowie auch im Hinblick auf den verfassungsgesetzlich vorgegebenen Bestands- und Entwicklungsschutz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gewichtige Vorteile aufweist. Bereits Anfang der achtziger Jahre haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten deshalb vorgeschlagen, die Rundfunkgebühr anhand eines Index regelgebunden festzulegen. Auch die in Art. 4 Abs. 2 und 3 des Rundfunkstaatsvertrags von 1987 angenommene Forderung, daß "bei der Ermittlung des Finanzbedarfs ein hoher Grad der Objektivierbarkeit erreicht" und dabei "die allgemeine Kostenentwicklung und die besondere Kostenentwicklung im Medienbereich" berücksichtigt werden sollte, kann als Schritt in Richtung Indexierung der Rundfunkgebühr gesehen werden. Schließlich hat das Bundesverfassungsgericht in seinem Urteil vom 22. 2. 1994 die Notwendigkeit einer stärkeren Objektivierung des Gebührenfestsetzungsverfahrens nochmals hervorgehoben und die Indexierung ausdrücklich als ein hierfür zulässiges Verfahren erwähnt.

Auf der anderen Seite stößt eine Indexierung auf grundlegende ökonomische, insbesondere ordnungs- und währungspolitische Bedenken: Allokativ und distributiv wünschenswerte Anpassungen an angebots- oder nachfragebedingte Veränderungen der Knappheitsverhältnisse werden verhindert; u. U. werden durch die Außerkraftsetzung von Preissignalen auch Anreize zur wirtschaftli-

chen und sparsamen Ressourcenverwendung beseitigt; inflationäre Wirkungen, die währungspolitisch bedenklich sind, können die Folge sein.

Ob eine Indexierung der Rundfunkgebühr vorgenommen werden sollte, ist damit eine Frage, die aus der Abwägung der mit diesem Verfahren verbundenen Vor- und Nachteile (ökonomisch: Nutzen und Kosten) zu beantworten ist. Gleiches gilt für die Wahl des Indexierungsgrades, die erforderlich wird, wenn die (vereinfachende) dichotome Betrachtungsweise (pro oder kontra Indexierung) durch eine (angemessenere) graduelle Betrachtungsweise ersetzt wird.

Wie bei vielen solcher Kosten-Nutzen-Analysen ist eine eindeutige Entscheidung allerdings nicht zu erwarten, weil die Höhe des (positiven oder negativen) Nettonutzens einer Rundfunkgebühren-Indexierung auch - und maßgeblich - von der Gewichtung der verschiedenen Nutzen- und Kostenkomponenten abhängt. Da die rundfunk- und gesellschaftspolitischen Auffassungen über diese Gewichtungen unterschiedlich sind, kann auch mit Hilfe einer formalen Kosten-Nutzen-Analyse nicht eindeutig beantwortet werden, ob die Rundfunkgebühr indexiert werden sollte bzw. - bei gradueller Betrachtungsweise - welche Indexierungsintensität gewählt werden sollte. Gleichwohl trägt die Behandlung der Indexierungsfrage als Form einer Kosten-Nutzen-Analyse zu einer Strukturierung und Rationalisierung der Diskussion bei: Wer sich für oder gegen die Indexierung (bzw. einen bestimmten Indexierungsgrad) ausspricht, muß die Für- und Gegenargumente qualitativ aufzeigen und er muß die Bedeutsamkeit, die er den einzelnen Argumenten beimißt, quantifizieren.

Die vorliegende Untersuchung geht in dieser Weise vor. Sie stellt zunächst die für und gegen eine Indexierung sprechenden Argumente qualitativ gegenüber. Anschließend wird die relative Bedeutung der einzelnen Argumente aufgezeigt und, in einer Art Kosten-Nutzen-Analyse, eine optimale Indexierungsintensität bestimmt. Diese kann - je nach Gewichtung der verschiedenen Vor- und Nachteile - zwischen einem unteren Grenzwert von Null (keinerlei Indexierung) und einem oberen Grenzwert von 1 (Vollindexierung ohne jegliche Möglichkeit diskretionärer politischer Eingriffe) variieren.

Im weiteren Verlauf der Arbeit werden die mit der Umsetzung eines als optimal erachteten Indexierungsgrades verbundenen methodischen Probleme behandelt. Dabei werden im einzelnen die zur Variation des Indexierungsgrades verfügbaren Parameter aufgezeigt, der der Indexierung z ugrunde zu legende Warenkorb diskutiert und die bei Abweichungen zwischen der prognostizierten und der tatsächlichen Veränderung der Rundfunkkosten erforderlichen Korrekturen beschrieben. Ferner werden die neben dem Gebührensatz wirksamen



Determinanten der Gesamteinnahmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks daraufhin geprüft, ob sie in das Indexierungsverfahren einbezogen werden sollten, und es wird die Notwendigkeit einer für die einzelnen Rundfunkanstalten differenzierten Gebührenindexierung erörtert .

Abschließend werden mit der Indexierung verbundene politische Fragen behandelt. Im Mittelpunkt steht die Prüfung der Zuständigkeit für die Gebührensatzung (und damit auch für deren eventuelle Indexierung) nach dem achten Rundfunkurteil. Anschließend wird gezeigt, daß die an der Gebührensatzung Beteiligten, je nachdem, wie diese Zuständigkeit geregelt wird, eine Indexierung der Rundfunkgebühr unterschiedlich beurteilen bzw., in der hier verwendeten Terminologie, eine unterschiedliche Indexierungsintensität bevorzugen. Überlegungen zum Zeitplan und den verschiedenen Verfahrensschritten einer möglichen Indexierung schließen das Kapitel ab.

*Bearbeitungsstand:* *Abgeschlossen*

*Ursprünglich geplanter Abschluß:* *Mitte 1993*

*Tatsächlicher Abschluß:* *November 1994*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Kops, Manfred: Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühren, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 19/94, Köln 1994*

*Sieben, Günter: Gutachterliche Stellungnahme zu einer Substitution der Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch zusätzliche Gebühren, Gutachten erstellt für den Verband deutscher Zeitschriftenverleger, Köln 1994*

### **6.2.2. Zur optimalen Größe und regionalen Abgrenzung von Rundfunkanstalten**

Prof. Dr. Karl-Heinrich Hansmeyer, Dr. Manfred Kops

Mit Blick auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den neuen Bundesländern hat die Frage nach der optimalen Größe und der zweckmäßigen regionalen Abgrenzung von Rundfunkanstalten eine neue, aktuelle Bedeutung gewonnen. Die Finanzwissenschaft, insbesondere die ökonomische Theorie des Föderalismus, hat sich mit dieser Problematik - primär für Gebietskörperschaften, aber auch für funktional abgegrenzte Aufgabenträger (etwa die Gewerkschaften oder die Sozialfisci) - bereits ausführlich befaßt. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse werden im hier beschriebenen Forschungsvorhaben

auf die Optimierung der Größe und regionalen Abgrenzung von Rundfunkanstalten übertragen.

Dabei stellt sich zum ersten die Aufgabe, den größenabhängigen Verlauf der Produktionskosten von Rundfunkanstalten zu bestimmen und - unter Berücksichtigung von Skalenvor- und -nachteilen - eine optimale Ausbringungsmenge für die einzelnen Produkte bzw. die insgesamt erbrachte Produktpalette zu ermitteln. Des weiteren sind die sog. Kompromißkosten, auch externe Kosten (expected external costs) oder "Frustrationskosten" genannt, zu erfassen, die darin bestehen, daß der Nutzen eines (öffentlichen, d. h. im Konsum nicht rivalisierenden) Gutes c. p. um so geringer ist, je stärker das - für alle Nutzer identische - Produkt von den Präferenzen der einzelnen Nutzer abweicht. Schließlich müssen als dritte Kostenart die sog. Transaktionskosten (d. h. Kosten, die marktliche Produktions- und Austauschprozesse begleiten bzw. ermöglichen) ermittelt werden. Auch diese Kosten variieren mit der Größe (und damit der Anzahl) und regionalen Ausdehnung von Rundfunkanstalten.

Neben der theoretischen Fundierung des Ansatzes wird im Rahmen des Forschungsvorhabens angestrebt, für die unterschiedenen Kostenarten auch die Möglichkeiten und Probleme ihrer Operationalisierung aufzuzeigen. Schließlich wird versucht, die verschiedenen größenabhängigen Kostenarten empirisch annähernd zu quantifizieren und damit die derzeitige regionale Abgrenzung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie denkbare alternative Abgrenzungen zu beurteilen.

*Bearbeitungsstand:* *Abgeschlossen*

*Ursprünglich geplanter Abschluß:* *März 1993*

*Tatsächlicher Abschluß:* *Mai 1993*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Grätz, Reinhard: Zur Zahl und Abgrenzung von ARD-Rundfunkanstalten, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 1/1993, Köln, 1993*

*Kops, Manfred /Hansmeyer, Karl-Heinrich: Zur ökonomischen Begründung und Ausgestaltung einer föderalen Rundfunkordnung, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 1/93, 2. Aufl., Köln 1994*

*Heimlich, Rüdiger: Begründung und Ausgestaltung des nationalen Rundfunks, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 4/93, Köln 1993*

*Tümp, Norbert: Ökonomische Begründung des nationalen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland, Univ., Dipl.-Arb., Köln 1993*



### 6.2.3. Finanzwissenschaftliche Kriterien für die Ausgestaltung des Finanzausgleichs zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD

Dr. Manfred Kops

Zwischen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der ARD findet ein Finanzausgleich statt, durch den die großen, finanzstarken Anstalten einen Teil ihrer Einnahmen an die kleineren, finanzschwächeren Anstalten transferieren. Intensität und Ausgestaltung dieses Ausgleichs sind politisch umstritten, ebenso wie die Frage, ob die in den neuen Bundesländern entstandenen Rundfunkanstalten in diesen Finanzausgleich einbezogen werden sollen.

Das Forschungsvorhaben will zur Klärung dieser Fragen beitragen, indem es die von der Finanzwissenschaft (primär für Gebietskörperschaften) entwickelten Prinzipien für die Ausgestaltung von Finanzausgleichsverfahren auf den ARD-Finanzausgleich anwendet. Obwohl das generelle Ausgleichsprinzip, das den Finanzbedarf und die originäre Einnahmekraft der einzelnen Finanzausgleichsbeteiligten einander gegenüberstellt und die zwischen beiden Größen ermittelten Differenzen aus- bzw. angleicht, dabei ebenso übernommen werden kann wie die grundsätzlichen Verfahren zur Messung der beiden Komponenten, ergeben sich bei der Operationalisierung interessante Besonderheiten. So stellt sich bei der Finanzbedarfsbestimmung die Frage nach der Anerkennung und Quantifizierung von Sonderbedarfen einzelner Anstalten. Bei der Messung der originären Einnahmekraft ist zu erörtern, welche Einnahmearten (Gebühren, Werbeeinnahmen, Einnahmen aus Lizenzen bzw. sonstigen Verwertungsrechten) zu berücksichtigen sind und inwieweit hierbei (nicht) genutzte Einnahmepotentiale finanzkraftsteigernd veranschlagt werden sollten.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>in Bearbeitung</i>
<i>Ursprünglich geplanter Abschluß:</i>	<i>Mitte 1993</i>
<i>Neuer voraussichtlicher Abschluß:</i>	<i>Mitte 1995</i>
<i>Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand</i>	<i>ca. 50 %</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Kops, Manfred: Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 21/1994, Köln 1994, in Vorbereitung*

*Preußners, Sabine: Möglichkeiten zur Berücksichtigung finanzwissenschaftlicher Kriterien im Finanzausgleich zwischen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Dipl.-Arb., Köln 1994*



#### **6.2.4. Zur Notwendigkeit einer Berücksichtigung der Gebührenausschöpfung im Finanzausgleich der Landesrundfunkanstalten der ARD**

Dr. Manfred Kops, Dipl. Kfm. U. Schwertzel

Das derzeitige Finanzausgleichsverfahren zwischen den Sendeanstalten der ARD orientiert sich im wesentlichen an den tatsächlichen originären Gebühreneinnahmen in den Sendegebietten. Vergleiche der regionalen Gebührenaufkommen pro Haushalt lassen jedoch den Rückschluß zu, daß die einzelnen Landesrundfunkanstalten die ihnen zugewiesenen Einnahmepotentiale nicht in vergleichbarem Maße ausschöpfen. Innerhalb des ARD-Finanzausgleichs wären daher bei der Bemessung von Zuweisungsansprüchen und -pflichten der beteiligten Sendeanstalten auch deren unterschiedliche Anstrengungen zur Erzielung von Rundfunkgebühreneinnahmen zu berücksichtigen.

Generell beschneiden Ausfälle von Gebühreneinnahmen den Handlungsspielraum der Landesrundfunkanstalten, denn die entgangenen Mittel stehen nicht für die Erfüllung des Programmauftrags zur Verfügung. Dieser Nachteil könnte durch eine Umgestaltung des ARD-Finanzausgleichs verhindert werden, wenn dadurch die einzelnen Landesanstalten zu einer gleichmäßigen Ausschöpfung ihres Gebührenpotentials veranlaßt würden. Bisher erhalten innerhalb des ARD-Finanzausgleichs diejenigen Sendeanstalten, die wegen unterschiedlicher Sendegebietsgrößen nur über geringe originäre Gebühreneinnahmen verfügen, Zuweisungen von Anstalten, die wegen großer Sendengebiete über hohe Gebühreneinnahmen verfügen. Im Rahmen des derzeitigen Verfahrens werden diese Zuweisungen implizit an die Entwicklung der tatsächlichen Gebühreneinnahmen gekoppelt. Damit fehlen die oben angesprochenen Anreize zur optimalen Ausschöpfung der eigenen Gebührenpotentiale. Eine Orientierung der Finanzkraftmessung an den tatsächlich erzielten Einnahmen ist grundsätzlich nur dann akzeptabel, wenn alle Sendeanstalten ihre Gebührenpotentiale gleichermaßen ausschöpfen. Solange die tatsächlichen Rundfunkgebühreneinnahmen einzelner Landesrundfunkanstalten nennenswert unter den für sie möglichen Gebührenerträgen zurückbleiben, wird eine unzureichende Ausschöpfung des Gebührenpotentials der betreffenden Anstalten durch die anderen Anstalten ausgeglichen, was nicht Ziel des ARD-Finanzausgleichs sein kann.

Daher bietet sich eine nähere Analyse interregionaler Aufkommensdivergenzen aus finanzwissenschaftlicher Sicht an. Mögliche Einflußfaktoren wären hinsichtlich ihrer Beeinflußbarkeit durch die Landesrundfunkanstalten zu gliedern.



Ausgehend von einer eindeutigen Unterscheidbarkeit dieser sogenannten externen und internen Determinanten von Gebührenauffällen müßte sich die Messung der Finanzkraft der Landesrundfunkanstalten primär am potentiellen Gebührenaufkommen im Sendegebiet orientieren. Bei der Berechnung von Zuweisungsansprüchen und -pflichten innerhalb des ARD-Finanzausgleichs wäre demnach die Relation zwischen den tatsächlichen Gebühreneinnahmen und der ermittelten Finanzkraft zugrunde zu legen.

Ein normorientierter Finanzausgleich berücksichtigt den aus der finanzwissenschaftlichen Theorie bekannten Grundsatz, den Körperschaften Mehreinnahmen, die auf überdurchschnittlichen eigenen Aufwand zurückgehen, zu belasten und Mindereinnahmen, die auf externen Ursachen beruhen, als finanzkraftmindernd anzuerkennen, d. h. die eigene über- oder unterdurchschnittliche Leistungsfähigkeit für die jeweilige Körperschaft fühlbar werden zu lassen.

Als Vorteile der modifizierten Finanzkraftmessung können zusammenfassend die mögliche Steigerung des Rundfunkgebührenaufkommens sowie die Anreize zur wirtschaftlichen Ausschöpfung des Teilnehmerpotentials für die Landesrundfunkanstalten angeführt werden.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>Abgeschlossen</i>
<i>Geplanter Abschluß:</i>	<i>Ende 1993</i>
<i>Tatsächlicher Abschluß:</i>	<i>Ende 1993</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Kops, Manfred/Schwartzel, Uwe: Finanzwissenschaftliche Kriterien für die Berücksichtigung der Rundfunkgebühreneinnahmen im Finanzausgleich der ARD-Landesrundfunkanstalten, interne Projektskizze, Institut für Rundfunkökonomie, Köln 1993*

*Schwartzel, Uwe: Determinanten der Finanzkraft der Landesrundfunkanstalten, eine Projektskizze, internes Arbeitspapier des Instituts für Rundfunkökonomie, Köln 1992*

#### **5.4.5. Personale Verteilungswirkungen der Nutzung und Finanzierung von Fernsehprogrammen in der Bundesrepublik Deutschland**

Uwe Schwertzel

Die rundfunkökonomische Diskussion der vergangenen Jahrzehnte befaßte sich vorrangig mit allokativen und finanzierungstechnischen Aspekten alternativer Rundfunksysteme. Demgegenüber nahmen distributive Fragestellungen in der Literatur einen eher untergeordneten Raum ein. Die daraus resultierenden Kenntnislücken sind vor allem im Hinblick auf die steigende Bedeutung der Ausgaben für Medien und insbesondere für den Fernsehkonsum zu beklagen. Innerhalb einer Rundfunkordnung ergeben sich redistributive Effekte, wenn zwischen Haushalten verschiedener Einkommensklassen das Verhältnis zwischen dem Nutzen aus dem Rundfunkkonsum und den dafür aufgewendeten Finanzierungsbeiträgen variiert. Eine ältere Untersuchung des Fernsehmarktes kam beispielsweise zu dem Ergebnis, daß innerhalb des amerikanischen werbefinanzierten Rundfunksystems ein positiver Redistributionseffekt zugunsten geringer verdienender Haushalte existiert. Dabei wurde von der Prämisse ausgegangen, daß die werbetreibenden Unternehmen ihre Ausgaben für Fernsehwerbung vollständig auf die Produktpreise überwälzen können und den Haushalten gemäß ihrer Fernsehprogrammanspruchnahme ein Einkommenstransfer zufließt, dessen Höhe von der Anzahl der konsumierten Programmminuten abhängig ist. Die Analyse wies als Ergebnis für Haushalte mit höheren Konsumausgaben bzw. Haushaltseinkommen insgesamt negative und für die unteren Einkommensklassen eher positive Nettotransfers aus. Demnach existierte innerhalb des rein werbefinanzierten Systems ein Redistributionseffekt zugunsten der geringer Verdienenden. Folglich finanzierten Haushalte der oberen Einkommensklassen über ihre höheren Konsumgüteraussgaben die Fernsehnutzung der unteren Einkommensklassen mit. Vergleichbare Überlegungen lassen sich auch hinsichtlich möglicher Redistributionseffekte eines gebühren- bzw. mischfinanzierten Rundfunksystems formulieren.

Das Dissertationsvorhaben beinhaltet eine Untersuchung personaler Verteilungswirkungen am Beispiel der Nutzung und Finanzierung von Fernsehprogrammangeboten in der Bundesrepublik Deutschland. Falls für das duale System nennenswerte Divergenzen zwischen Nutzer- und Finanziererkreis festgestellt werden können, stellt sich die Frage, ob derartige Umverteilungseffekte ein durch die Rundfunkpolitik zu behebendes (verteilungspolitisches) Problem darstellen oder ob sie als u. U. wünschenswerte positive Nebenwir-



kung der Rundfunkfinanzierung gesellschaftspolitisch akzeptiert, bzw. sogar erwünscht sind. Allerdings kann der erwähnte amerikanische Untersuchungsansatz nicht ohne weiteres auf das duale Rundfunksystem übertragen werden. Dies liegt vor allem daran, daß es für den seinerzeit ausschließlich werbefinanzierten amerikanischen Rundfunkmarkt möglich war, die (redistributiven) Auswirkungen zweier unterschiedlicher marktlicher Finanzierungsverfahren miteinander zu vergleichen. Die damalige Untersuchung ging - vereinfachend formuliert - der Frage nach, welche redistributiven Wirkungen sich ergeben würden, wenn - bei annahmegemäß *konstanter* Angebotsstruktur - die Werbefinanzierung durch eine Finanzierung über Einzelentgelte ersetzt würde. Bezogen auf die Bundesrepublik Deutschland sind allerdings einige Unterschiede in der Ausgangssituation zu beachten:

Zum ersten erfordert die Koexistenz von Rundfunkunternehmen mit heterogenen Unternehmenszielen eine institutionell getrennte Untersuchung privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter. Zum zweiten divergieren die qualitativen Anforderungen an Programme öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter, so daß zusätzlich eine Differenzierung der Untersuchung nach Programmattung(sgruppen) (z. B. Bildung, Unterhaltung, Information) notwendig erscheint. Zum dritten existieren in der Bundesrepublik parallel drei Hauptfinanzierungsformen (Rundfunkgebühren, Abonnemententgelte und Werbefinanzierung) für Fernsehangebote, bei denen hinsichtlich ihrer Belastungsmuster stark unterschiedliche Charakteristika unterstellt werden können. Zusätzlich besteht die Schwierigkeit, daß sich das Aufkommen aus diesen Hauptfinanzierungsformen den genannten Programmsparten nicht betragsmäßig zurechnen läßt.

Angesichts der abweichenden Voraussetzungen und starker Vereinfachungen innerhalb der amerikanischen Arbeit ist eine Modifizierung der Analysemethoden anzustreben. Würden die Verteilungswirkungen der verschiedenen Rundfunkfinanzierungsformen und -nutzungsmuster an der Alternative "Einzelentgeltfinanzierung" gemessen, so ließe sich der Einwand geltend machen, daß beispielsweise bei einem Wechsel von der Finanzierungsform Rundfunkgebühr zum pay-per-view nicht ohne weiteres konstante Angebotsstrukturen angenommen werden können.

Im ersten Hauptteil des Dissertationsvorhabens wird der Schwerpunkt bei der Untersuchung der theoretischen Möglichkeiten zur Messung von personalen Verteilungswirkungen der Nutzung und Finanzierung von Fernsehprogrammen liegen. Im zweiten Hauptteil sollen die personalen Verteilungswirkungen dieser

Angebote auf empirischer Basis unter alternativen Überwälzungshypothesen ermittelt werden. Dabei wird auf das - praktikabel erscheinende - Instrumentarium finanzwissenschaftlicher Budgetinzidenzanalysen zurückgegriffen. Innerhalb des abschließenden Teils sollen mögliche Konsequenzen der ermittelten Ergebnisse für die Rundfunkordnungspolitik aus finanzwissenschaftlicher Sicht dargelegt werden.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>In Bearbeitung</i>
<i>Ursprünglich geplanter Abschluß:</i>	<i>Ende 1993</i>
<i>Neuer voraussichtlicher Abschluß:</i>	<i>Ende 1995</i>
<i>Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand:</i>	<i>Ca. 50 %</i>

#### **6.2.6. Die verteilungspolitisch begründete Befreiung von Rundfunkgebühren als staatliche Aufgabe**

Prof. Dr. K.-H. Hansmeyer, Dr. Manfred Kops, Dipl.-Kfm. U. Schwertzel

Wegen seiner Informationsfunktion und der besonderen Bedeutung für die politische Meinungsbildung ist es gesellschaftspolitisch weitgehend unstrittig, daß der Rundfunk auch von solchen Personengruppen zugänglich sein sollte, die finanziell nicht in der Lage sind, die hierfür geforderte Rundfunkgebühr zu zahlen. Aus diesem Grund wird diese Gebühr einkommenschwachen Gruppen in der Bundesrepublik auf Antrag erlassen. Dies führt zu jährlichen Gebührenaussfällen in einer Größenordnung von etwa 750 Mio. DM. Die vorliegende Studie untersucht, ob diese mit der Erfüllung einer verteilungspolitischen Aufgabe entstehenden Einnahmeausfälle von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten getragen werden sollten, wie es derzeit in der Bundesrepublik der Fall ist, oder ob diese Aufgabe nicht vielmehr dem Staat obliegt und aus diesem Grund auch die mit der Aufgabenerfüllung verbundenen Einnahmeausfälle vom Staat getragen, d. h. den Rundfunkanstalten erstattet werden müßten.

Für letztere Auffassung spricht vor allem, daß es sich bei der mit der Gebührenbefreiung angestrebten distributiven Zielsetzung um eine originär staatliche Aufgabe handelt. Diese sollte innerhalb eines am Leistungsfähigkeitsprinzip orientierten Steuersystems oder durch ein zusätzliches, die Leistungsfähigkeit der Empfänger berücksichtigendes staatliches Transfersystem erfüllt werden. Hierdurch würde gesichert, daß alle Mitglieder der Gesellschaft in vergleichbarer Weise und entsprechend ihrer wirtschaftlichen Situation zur Finanzierung der



Lasten herangezogen werden. Bei der jetzigen Regelung wird die mit den Gebührenbefreiungen verbundene Umverteilungsmaßnahme zugunsten der befreiten Rundfunkteilnehmer demgegenüber ausschließlich durch den Kreis der gebührenpflichtigen Rundfunkteilnehmer finanziert; während einkommensstarke Bevölkerungsgruppen, die kein Rundfunkgerät besitzen, nicht an der Finanzierung dieser Aufgabe beteiligt werden. Damit begünstigt die derzeitige Lastverteilung durch die Rundfunkgebührenbefreiungsregelung bei gleichen Einkommensverhältnissen Nichtinhaber von Rundfunkgeräten gegenüber Rundfunkgerätebesitzern. Zudem werden Rundfunkgerätebesitzer mit niedrigen Einkommen gegenüber einkommensschwachen Personen ohne Rundfunkgerät besser gestellt. Diese Verteilungswirkungen der Finanzierungslast der Gebührenbefreiungen verstoßen damit in mehrerer Hinsicht gegen den Grundsatz der horizontalen Gerechtigkeit.

Innerhalb des beschriebenen Eigenprojektes soll diese Argumentation weiter ausgeführt werden. Die finanzwissenschaftliche Lehre von der Kompetenzverteilung zwischen Staat und anderen kollektiven Aufgabenträgern (Parafisci), zu denen auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu rechnen sind, wird dabei im Mittelpunkt stehen. Es dürfte aber auch hilfreich und erforderlich sein, auf staats- und verfassungsrechtliche Argumente einzugehen. Dabei ist z. B. die Rechtsprechung bei ähnlich gelagerten Fällen aus anderen Leistungsbereichen, etwa "versicherungsfremde" (distributive) Leistungen der Sozialversicherungsanstalten, die ebenfalls Erstattungsansprüche gegenüber dem Staat begründen und die von der höchstrichterlichen Rechtsprechung zum Teil auch bejaht worden sind, zu berücksichtigen. Schließlich ist unter Berücksichtigung der föderativen Aufgabenverteilung ausführlicher zu erörtern, welcher staatlichen Ebene die mit der Rundfunkgebührenbefreiung angestrebte verteilungspolitische Aufgabe zugeordnet ist und ob es insofern dem Bund oder den Ländern (oder beiden gemeinschaftlich) obliegt, den Rundfunkanstalten die aus der Gebührenbefreiung resultierenden Einnahmeherausfälle zu erstatten.

*Bearbeitungsstand:*

*In Bearbeitung*

*Ursprünglich geplanter Abschluß:*

*Mitte 1994*

*Neuer voraussichtlicher Abschluß:*

*Mitte 1995*

### **6.2.7. Gutachterliche Stellungnahme zur Bestimmung und zum Ausgleich des Wettbewerbsvorteils des Übernehmers von RIAS 2**

Prof. Dr. Günter Sieben

Die Neuordnung des Rundfunks in Berlin nach der Wiedervereinigung betraf auch die Hörfunksender von RIAS Berlin, deren ursprüngliche Grundlage entfallen war. Die Frequenz von RIAS 2 sollte von einem anderen Hörfunkanbieter übernommen werden. Nach einer Vorauswahl (u. a. war eine öffentlich-rechtliche Alternative abgelehnt worden) hatte der Kabelrat am 24.04.92 die Entscheidung zu treffen zwischen zwei privaten Anbietern.

Bei der Neuvergabe der Frequenz sollte durch geeignete Maßnahmen der chancengleiche Zugang zum Berliner Hörfunk und die Sicherung der Meinungsvielfalt erreicht werden. Die gutachterliche Stellungnahme sollte den Wettbewerbsvorteil bestimmen, der dem Übernehmer durch die Übernahme von Hörerkontakten zufiel, und sollte Maßnahmen untersuchen zum Ausgleich dieses Wettbewerbsvorteils. Berücksichtigt werden sollte dabei zusätzlich, daß dem Übernehmer durch Auflagen vorgeschrieben werden sollte, ein qualitativ gleichwertiges Programm zu RIAS 2 anzubieten.

Zu bestimmen war zunächst der Wettbewerbsvorteil für den Übernehmer von RIAS 2. Basis dafür war eine Gegenüberstellung der Zahlungsströme bei Übernahme der Frequenz von RIAS 2 und einer alternativen Neueinführung eines Hörfunksenders auf dem Berliner Markt. Determinanten der Differenzen der beiden Zahlungsreihen und damit des Wettbewerbsvorteils waren insbesondere Ersparnisse bei den notwendigen Erstinvestitionen, geringere laufende Ausgaben und höhere Werbeeinnahmen in den ersten Betriebsjahren. Demgegenüber war die Verpflichtung zu der Fortführung eines qualitativ hochwertigen Programms als möglicher Wettbewerbsnachteil zu berücksichtigen. Ergebnis der Berechnungen waren zwei Zahlungsreihen (Übernahme bzw. Neueinführung) in Form von Einnahmenüberschüssen, deren Differenz durch Abzinsung in den Wettbewerbsvorteil des Übernehmers überführt werden konnte. Probleme ergaben sich dabei insbesondere bei der Prognose der Werbeeinnahmen der beiden zu vergleichenden Alternativen (Schätzung der Entwicklung der Tausend-Hörer-Preise, der durchschnittlichen Stundenreichweiten sowie der Auslastung mit verkaufbaren Werbezeiten). Um der Unsicherheit Rechnung zu tragen, wurden drei Szenarien für die Zeit von 1992 - 1994 aufgestellt, die die Bandbreite der für möglich gehaltenen Entwicklung repräsentieren sollten. Die oben beschriebenen Berechnungen wurden dann für ein pessimistisches, ein



wahrscheinliches und ein optimistisches Szenario durchgeführt. Nach 1994 wurde nur noch eine einwertige Prognose bis 2000 zugrunde gelegt.

Bei der Untersuchung des Ausgleichs des Wettbewerbsvorteils wurden zunächst verschiedene Möglichkeiten diskutiert (einmalige Zahlung, Beschränkung der Werbeeinnahmen, Beschränkung der Werbezeiten). Als beste Lösung bei Abwägung von Vor- und Nachteilen der einzelnen Konzeptionen erwies sich die Beschränkung der Werbezeiten pro Stunde. Der Umfang der Werbezeitbeschränkung war so zu berechnen, daß durch die Beschränkung für einen Übernehmer der Wettbewerbsvorteil gegenüber einer Neueinführung ohne Beschränkungen gerade ausgeglichen wurde.

*Bearbeitungsstand:* *Abgeschlossen*

*Ursprünglicher geplanter Abschluß:* *Anfang 1992*

*Tatsächlicher Abschluß:* *Anfang 1992*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Sieben, Günter: Gutachterliche Stellungnahme zur Bestimmung und zum Ausgleich des Wettbewerbsvorteils des Übernehmers von RIAS 2, internes Gutachten, Köln 1992*

#### **6.2.8. Gutachten zur Frage der Substitution der Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch zusätzliche Gebühren oder durch Zahlungen Dritter**

Prof. Dr. Günter Sieben

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind in jüngster Zeit unter starken ökonomischen und politischen Druck geraten. Ursächlich hierfür waren Veränderungen auf den rundfunkspezifischen Märkten, in deren Folge die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erhebliche Einbußen bei den Werbeeinnahmen hinnehmen mußten. In der Öffentlichkeit hat diese Entwicklung eine (erneute) Diskussion um die Legitimation und die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausgelöst. Vor dem Hintergrund der dabei geäußerten Vorschläge wird im folgenden eine Substitution der Werbeeinnahmen durch zusätzliche Rundfunkgebühren, also der Übergang zu einer (nahezu) reinen Gebührenfinanzierung, als eine von mehreren Möglichkeiten für eine Neugestaltung des Finanzierungssystems des öffentlich-rechtlichen Rundfunks untersucht. Es geht darum, erste Grundlagen für eine Beurteilung der grundsätzlichen Machbarkeit



und Zumutbarkeit entsprechender Regelungen aus Sicht der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, der Gebührenzahler und sonstiger Beteiligter zu erarbeiten. Im Vordergrund steht die Frage, in welchem Ausmaß die Rundfunkgebühren erhöht werden müßten, um die Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu substituieren. Juristische und kommunikationswissenschaftliche Aspekte sind nicht Gegenstand der Untersuchung.

Ausgehend von einer kurzen Darstellung des derzeitigen Finanzierungssystems und der gegenwärtigen Finanzierungsprobleme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wird in der Studie zunächst die reine Gebührenfinanzierung mit indexgebundener Fortschreibung der Gebührenhöhe als eine den Zielen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gerecht werdende Alternative herausgearbeitet. Anschließend werden Aspekte der Realisierbarkeit eines solchen Systems erörtert. Im Mittelpunkt steht dabei die überschlägige Berechnung der notwendigen Gebührenerhöhung bei Wegfall der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk als ein wesentlicher Beurteilungsmaßstab für die Zumutbarkeit eines solchen Systems aus Sicht der Gebührenzahler. In diesem Zusammenhang werden auch Modelle zur Indexierung der Rundfunkgebühren untersucht. Im neuesten Urteil des Bundesverfassungsgerichts wird in der indexgestützten Gebührenfestsetzung eine Möglichkeit (neben anderen) gesehen, die Rundfunkfreiheit zu stärken. Diese Aufgabe gewinnt an Bedeutung bei einer (nahezu) reinen Gebührenfinanzierung. In einem letzten Abschnitt der Studie werden weitergehende Fragestellungen aufgezeigt, die für die Beurteilung der intendierten Regelung von Bedeutung sind.

*Bearbeitungsstand:*

*Abgeschlossen*

*Ursprünglich geplanter Abschluß:*

*Anfang 1993*

*Tatsächlicher Abschluß:*

*Ende 1993*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Sieben, Günter: Gutachterliche Stellungnahme zu einer Substitution der Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch zusätzliche Gebühren, Gutachten erstellt für den Verband deutscher Zeitschriftenverleger, Köln 1994*



### **6.2.9. Der aus der Einführung des digitalen Hörrundfunks (DAB) resultierende Regulierungsbedarf**

Dr. Manfred Kops, Dipl. Kfm. Uwe Schwertzel, Prof. Günter Sieben

Im Zusammenhang mit der 1995 geplanten Einführung des digitalen Hörrundfunks (DAB) in der Bundesrepublik Deutschland und der daraus resultierenden Erweiterung der Anwendungsmöglichkeiten für Konsumenten und Anbieter ergeben sich aus ökonomischer Sicht einige interessante Fragestellungen, die im folgenden ausschnittsweise skizziert werden. Als Hauptprobleme werden regulatorische Aspekte und Übergangsprobleme, die Art und Finanzierungsform der über DAB verfügbaren Dienste, die Ausgestaltung der technischen Infrastruktur und Benutzerkonfiguration sowie urheberrechtliche Belange diskutiert.

Bei Digital Audio Broadcasting handelt es sich um ein Datenrundfunksystem, das ab 1995 zunächst auf einem Fernsehkanal parallel zu konventionellen UKW-Übertragungen (Simulcastbetrieb) angeboten werden soll. Nach einer längeren Übergangsphase soll eine vollständige Umstellung des Hörfunks auf DAB vorgenommen werden. Die Übertragungskapazitäten im digitalen Rundfunk ermöglichen innerhalb eines sogenannten Multiplex-Signals eine Vielzahl von Programmen und Diensten. Dabei ist es sinnvoll und technisch möglich, für die verschiedenen Nutzungsformen (z. B. Hörfunk, Textdienste oder Fernsehen) unterschiedliche Datenraten zu verwenden. In einem Multiplex-Signal können zum ersten (synchrone) Echtzeitanwendungen übertragen werden, die eine Zuweisung einer bestimmten Kapazität (Kanal) zu einer Anwendungsform (z. B. Hörfunkprogramme in CD-Qualität) erfordern. Parallel ist eine Übertragung programmbegleitender Informationen möglich. Zum zweiten sind Anwendungen möglich, die nur situativ eine geringe Kapazität erfordern (z. B. Aktualisierung von Datenbanken). Darüber hinaus ist auch eine Übertragung großer Dateien zur Speicherung beim Empfänger möglich; dies erfordert allerdings entsprechende Aufzeichnungsgeräte. Durch diese Option könnten beispielsweise Transportkosten für physikalische Datenträger wie CD's, Tonbänder, Chips, Postwurfsachen, Telefonbücher u. ä. eingespart und die mit den physischen Transport verbundenen Zeitverluste vermieden werden.

Anhand der beschriebenen Beispiele wird deutlich, daß bei der Vergabe des Frequenzspektrums für DAB prinzipiell auch Unternehmen berücksichtigt werden könnten, die keine Rundfunksendungen übertragen, sondern andere Informationen vertreiben. Daher werden die DAB-Kapazitäten nicht nur von den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkunternehmen nachgefragt werden,

sondern auch von anderen informationsverbreitenden Unternehmen, etwa der Unterhaltungs- und Softwareindustrie.

Diese universalere Nutzbarkeit der DAB-Frequenzen führt somit auch zu einer Wertsteigerung dieser Frequenzen; die damit verbundenen ökonomischen Fragen bedürfen einer Analyse. So ist zum einen zu untersuchen, inwieweit die mit einer Ausweitung der Nutzungsformen verbundene Wertsteigerung von DAB-Frequenzen vom Staat zum Anlaß genommen werden könnte, (höhere) Preise für die Nutzungsrechte zu erheben oder die Nutzung gesetzlich auf bestimmte Nutzungsformen zu beschränken. Ersteres könnte womöglich gegen vertragliche Vereinbarungen verstoßen oder im Zuge des Vertrauensschutzes abzulehnen sein, letzteres erscheint unter allokativen Gesichtspunkten unzweckmäßig, weil es die volle Ausschöpfung der technischen Möglichkeiten von DAB verhindern würde: Wenn rundfunkfremde Nutzer (z. B. Software-Anbieter) eine höhere Zahlungsbereitschaft für DAB-Übertragungskapazitäten hätten als Rundfunkunternehmen, wäre es ineffizient, erstere von vorneherein von der Nutzung auszuschließen. Es wäre allerdings zu überprüfen, ob die Übertragungskapazitäten gegebenenfalls durch ein Auktionsverfahren neu zugeteilt oder vom Staat Kompensationszahlungen für die Wertsteigerung der DAB-Frequenzen gefordert werden könnten. Zu fragen wäre auch, wem diese Auktions- oder Kompensationserlöse zufließen sollten und wie sie (ggf. zweckgebunden) zu verwenden wären.

Im Zusammenhang mit der Frequenzzuweisung wäre darüber hinaus die in der aktuellen Diskussion problematisierte Frage der Chancengleichheit zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern zu thematisieren. Träger der DAB-Planungen sind die derzeitigen Sendernetzbetreiber, von der Koordination sind beispielsweise die Landesmedienanstalten und die privaten Rundfunkveranstalter ausgeschlossen. Private Hörfunkanbieter befürchten, daß ihre wirtschaftlichen Entfaltungsmöglichkeiten bei einer Einführung des digitalen Hörfunks wegen mangelnder Zuteilung von DAB-Frequenzen übermäßig beschränkt werden. Hier wäre sowohl für die Übergangsphase als auch auf längere Sicht zu überprüfen, in welcher Weise faire Wettbewerbsvoraussetzungen zwischen den bisherigen und potentiellen neuen Anbietern geschaffen werden können.

Durch DAB werden die Möglichkeiten zur Finanzierung der angebotenen Dienstleistungen beträchtlich erweitert. Die digitalisierte Datenübermittlung ermöglicht per Verschlüsselung, daß nur auf bestimmte Dienste zugegriffen werden kann: er erlaubt hierbei auch eine individuelle Adressierung der einzel-



nen Rezipienten (bspw. könnten über chipkartengesteuerte Empfangsgeräte einzelentgeltfinanzierte Anwendungen angeboten werden.) Damit stellt sich die Frage nach der Ausgestaltung der Endgeräte, wobei neben portablen Geräten mit Aufzeichnungsmöglichkeit ("Autoradio-Rekorder") auch höherentwickelte Konfigurationen (beispielsweise Einbau in - tragbare - Personal Computer) realisiert werden können. Die Kosten solcher Konfigurationen spielen besonders in der Einführungsphase von DAB eine bedeutende Rolle für die wirtschaftliche Tragfähigkeit der angebotenen Dienste; die Investitionskosten der DAB-Anbieter könnten sich u. U. als prohibitiv erweisen, wenn sich die Endgeräte nicht zügig am Markt durchsetzen.

Die mit einer CD vergleichbare Tonqualität der DAB-Hörfunkübertragungen und die erweiterten digitalen Speicherungsmöglichkeiten (DCC, CD, Disketten) bei den Benutzern werfen allerdings auch Fragen im Bereich des Urheberrechts auf. Hier ist insbesondere die Tonträger-Industrie betroffen. Der physische Vertrieb könnte theoretisch mit zunehmender Ausbreitung geeigneter Endgeräte komplett durch digitale Übermittlung ersetzt werden, falls Übertragungskapazitäten verfügbar gemacht werden. Ähnliche Folgen sind für die Anbieter anderer Software-Formen zu erwarten. Abstrakt betrachtet verringern sich durch DAB damit langfristig die materiellen Produktionskosten im Verhältnis zu den immateriellen Copyrights, so daß die Eigentumsrechte an Informationen und die Maßnahmen zu ihrem Schutz einen noch größeren Stellenwert einnehmen werden als bisher. Die aus diesen Veränderungen resultierenden einzel- und gesamtwirtschaftlichen Folgen für den Medienmarkt sollten unter der Annahme alternativer Finanzierungs- und Angebotsformen prognostiziert werden, wobei alternative Annahmen zu den derzeit noch weitgehend fehlenden gesetzlichen Regelungen getroffen werden müssten.

Zusammenfassend läßt sich festhalten, daß durch die neuen Übertragungstechnologien im Mediensektor ein hoher Regulierungs- und damit auch Forschungsbedarf entstanden ist - und zwar nicht nur auf nationaler, sondern auch auf europäischer Ebene. Der ökonomischen Analyse des Regulierungsbedarfs durch DAB kommt daher in Kürze eine hohe politische Bedeutung zu. Dabei wären in einem ersten theoretischen Arbeitsschritt die alternativen Möglichkeiten einer Zuteilung von neuen Eigentumsrechten für das Frequenzspektrum und die ggf. erforderlichen Kompensationsverfahren des Wertzuwachses bestehender Eigentumsrechte zu erörtern. In einem zweiten Schritt müßten die wirtschaftlichen Auswirkungen der alternativen Regulierungsverfahren für die betroffenen Informationsanbieter untersucht werden. In einem dritten Schritt wären die einzel- und gesamtwirtschaftlichen Folgen der verschiedenen Regu-

lierungsverfahren miteinander zu vergleichen und das relativ geeignetste Verfahren zu bestimmen. Schließlich wären in einem vierten Schritt die urheberrechtlichen Fragen und einzelbetrieblichen Konsequenzen der vorgeschlagenen regulatorischen Maßnahmen zu erörtern.

*Bearbeitungsstand:* *In Bearbeitung*

*Ursprünglich geplanter Abschluß:* *Ende 1993*

*Neuer voraussichtlicher Abschluß:* *Ende 1995*

*Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand:* *Ca. 60 %*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Muck, Michael: Der mit der Einführung von DAB entstehende Bedarf zur Regulierung der Hörfunk-Übertragung, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 13/94, Köln 1994*

### **6.2.10. Preispolitik für entgeltfinanzierte Fernsehangebote**

Prof. Dr. Günter Sieben, Dipl. Kfm. Uwe Schwertzel

Fragestellung: Im geplanten Projekt soll gezeigt werden, daß sich für einen pay-tv-Anbieter durch eine differenzierte Preispolitik gute Chancen ergeben, die Ertragssituation erheblich zu verbessern. Preisdifferenzierung wird dabei allgemein als Verkauf eines bestimmten, homogenen Produktes zu unterschiedlichen Preisen verstanden. Ziel einer Preisdifferenzierung ist die Steigerung der Erlöse eines Unternehmens durch eine Ausdehnung der Absatzmenge.

Anbieter, die eine Differenzierung ihrer Angebotspreise praktizieren wollen, sehen sich grundsätzlich zwei Problemen gegenüber. Zum ersten müssen die durch die Aufspaltung der Nachfrage bedingten Mehrerlöse die durch die Differenzierung entstandenen zusätzlichen Kosten übersteigen. Zum zweiten besteht durch das Angebot des Produkts zu verschiedenen Preisen die Gefahr, daß mit höherem Preis die Zahlungsbereitschaft für die Produktvarianten und damit die Gesamtnachfrage zurückgehen, so daß im Endergebnis sogar ein niedrigerer Gewinn hingenommen werden muß. Daher empfiehlt es sich, die Preisdifferenzierung durch flankierende kommunikations- bzw. marketingpolitische Maßnahmen zu ergänzen.

Es liegt nahe, den Grundgedanken der Preisdifferenzierung auch auf den Rundfunkbereich zu übertragen, da gerade hier durch neue technische Entwick-



lungen eine Segmentierung der Nachfrager mit geringen Transaktionskosten möglich sein dürfte. Daher wären im Rahmen des beabsichtigten Projektes konkrete Strategien abzuleiten, um die Ertragssituation von pay-tv-Anbietern sowohl durch eine Verringerung der (preisdifferenzierungsbedingten) Kosten als auch durch Erhöhung der (ebenfalls preisdifferenzierungsbedingten) Umsätze zu verbessern.

Vorgehensweise: An die Untersuchung des preistheoretische Handlungsspielraums entgeltfinanzierter Fernsehanbieter haben sich konkrete Vorschläge für die Preispolitik anzuschließen; dabei ist zwischen kurzfristigen Maßnahmen (basierend auf der bisherigen Programmpolitik) und langfristigen Maßnahmen (bei erweiterter Programm- und Distributionspolitik) zu unterscheiden.

Beispiele für Preisdifferenzierungen finden sich in fast allen Branchen und sind besonders häufig bei öffentlichen Unternehmen (Kulturbetriebe) anzutreffen, wobei in den meisten Fällen der Preis aus sozialen Gründen differenziert wird. Im Mediensektor ist Preisdifferenzierung bisher vor allem in der Kinobranche üblich. Die Existenz von Sozialtarifen wird von der Mehrheit der Bevölkerung akzeptiert. Sie ist auch wohlfahrtstheoretisch zu befürworten, da sie zu einer Steigerung der Gesamtwohlfahrt führt: Wenn sich ein pay-per-channel-Anbieter einer fallenden Nachfragekurve gegenüber sieht und für die Versorgung zusätzlicher Konsumenten vernachlässigenswerte Grenzkosten anfallen, entstehen bei positiven Angebotspreisen Wohlfahrtsverluste, da die Gesamtwohlfahrt - als Summe von Konsumenten- und Produzentenrente - bei einer Preisdifferenzierung höher ausfallen würde, wenn beispielsweise allen nicht zum Zuge gekommenen Nachfragern ein zweiter, geringerer Abonnementpreis offeriert würde.

Grundsätzlich kann eine Preisdifferenzierung unter persönlichen, räumlichen, zeitlichen, quantitativen und materiellen Gesichtspunkten erfolgen. Allgemein wären für eine erfolgreiche Preisdifferenzierung Heterogenität der Konsumentenpräferenzen bzw. nennenswerte Unterschiede der Nachfrageelastizitäten vorauszusetzen. Arbitragemöglichkeiten zwischen den Konsumenten müssen ausgeschlossen sein. Im Zusammenhang mit den genannten Preisdifferenzierungsvarianten wären mehrteilige Tarife (multipart-Tariffs) oder Selbstwählertarife (Self-Selecting-Tariffs) für pay-TV-Anbieter eine interessante Option zur Steigerung der Erlöse. Bei multi-part-tariffs handelt es sich um Preise, die für verschiedene Größenordnungen von Abnahmemengen (Programminuten) progressiv oder degressiv gestaffelt sind oder aus einer Kombination von Grundgebühr und Benutzertarif bestehen (access-usage-tariffs). Eine Anwendung mehrteiliger Tarife setzt jedoch eine Meßbarkeit der Nutzungszeit (und damit

das Vorhandensein entsprechender technischer Einrichtungen zu akzeptablen Preisen) voraus. Self-selecting tariffs stellen dagegen eine beliebige Anzahl verschiedener Preisangebote dar, unter denen die Konsumenten die ihnen angemessen erscheinenden Tarife selbst auswählen. Eine Erhöhung der Anzahl der Tarife bzw. eine Differenzierung innerhalb eines gegebenen Tarifs hat nachweislich eine Steigerung der Gesamtwohlfahrt in Form einer Erhöhung der Konsumentenrente zur Folge. Positive Auswirkungen auf die Erlöse des Anbieters können sich infolge der vermehrten Nutzung zusätzlich ergeben. Akzeptanzprobleme einer Preisdifferenzierung können primär mit dem Gerechtigkeitsempfinden der Konsumenten erklärt werden, sind aber durch eine aktive Kommunikationspolitik eingrenzbar, wobei vor allem das Angebot von self-selecting-tariffs positive Auswirkungen auf die Nachfrage haben könnte. Bei veränderten technischen Bedingungen vermeidbare Probleme könnten sich in Einzelfällen durch Arbitragegeschäfte zwischen den Konsumenten ergeben.

In der ersten Phase des Projektes soll die Zahlungsbereitschaft für pay-tv-Angebote in der Bundesrepublik empirisch ermittelt werden. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse könnte ein mittelfristiges Erlöspotential für pay-tv-Angebote prognostiziert werden. Anschließend sind die (Grenz-)Kosten der Preisdifferenzierung zu quantifizieren, wobei die Implementierungskosten alternativer Übertragungssysteme miteinander verglichen werden. Auf der Basis der Ergebnisse des empirischen Teils wird das Ertragspotential für pay-per-minute-tv prognostiziert, das bei Realisierung der technologischen Möglichkeiten in der Bundesrepublik zu erwarten ist.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>In Bearbeitung</i>
<i>Ursprünglich geplanter Abschluß:</i>	<i>Oktober 1993</i>
<i>Neuer voraussichtlicher Abschluß:</i>	<i>Mitte 1995</i>
<i>Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand:</i>	<i>Ca. 50 %</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Institut für Rundfunkökonomie: Kinderprogramm als wünschenswertes Angebot eines Pay-TV-Anbieters, internes, unveröffentlichtes Gutachten, erstellt im Auftrag der Premiere Medien GmbH & Co. KG, Hamburg, Köln 1994*

*Kantimm, Oliver: Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen von Spartenrundfunk-Veranstaltungen in Europa, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 14/94, Köln 1994*

*Wurth, Uli: Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung am Beispiel eines Kinderprogramms, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 15/94, Köln 1994*



### **6.2.11. Ökonomische Vor- und Nachteile einer Kooperation zwischen den Landesanstalten der ARD**

Dr. Manfred Kops

Angesichts ihrer Finanzknappheit erörtern die ARD-Landesrundfunkanstalten derzeit verstärkt, inwieweit die bereits praktizierten Kooperationsmöglichkeiten intensiviert und neue Formen der Zusammenarbeit eingeführt werden können. Dahinter steht die Überlegung, daß bei der Produktion bestimmter Leistungen der Rundfunkanstalten Skalenerträge (Economies of Scale) und Fühlungsvorteile (Economies of Scope) auftreten oder gar die Nichtrivalität öffentlicher Güter genutzt werden kann und damit die Stückkosten einer gemeinschaftlichen oder abgestimmten Produktion geringer ausfallen als diejenigen bei autonomem, nicht koordiniertem Wirtschaften.

In der hier beschriebenen Studie sollen diese Zusammenhänge genauer untersucht werden. Hierzu wird zunächst eine Bestandsaufnahme der bestehenden Formen der Zusammenarbeit zwischen den ARD-Rundfunkanstalten vorgenommen und versucht, die dadurch im Vergleich zu einem isolierten Wirtschaften erzielten Kosteneinsparungen abzuschätzen. Daran anknüpfend sollen Möglichkeiten einer zusätzlichen Kosteneinsparung aufgezeigt werden, indem die bestehenden Formen der Zusammenarbeit weiter intensiviert und neue Formen der Kooperation aufgezeigt werden.

In einem weiteren Abschnitt sollen die die Probleme und möglichen Kosten einer intensiveren Kooperation aufgezeigt und empirisch bestimmt werden. Diese ergeben sich zum einen aus mit dem Kooperationsgrad ansteigenden Transaktionskosten, zum zweiten aus der bei verstärkter Kooperation erforderlichen Aufgaben autonomer Entscheidungsfelder. Bezogen auf die ARD-Rundfunkanstalten ist dabei vor allem zu berücksichtigen, daß Gemeinschaftsproduktionen auch inhaltliche "Kompromisse" erfordern, indem lokal- und regionalspezifische Themen ausgespart werden, unterschiedliche politische Auffassungen der einzelnen Landesrundfunkanstalten nicht zum Ausdruck gebracht werden können und thematische Schwerpunkte oder gestalterische Besonderheiten der einzelnen Landesrundfunkanstalten zu einer "Gemeinschaftslösung" integriert (und "verwässert") werden müssen. Damit verursacht die Kooperation für die Zuschauer der einzelnen Landesrundfunkanstalten "Kompromißkosten", soweit sich deren Zuschauerpräferenzen systematisch unterscheiden, die Gemeinschaftsproduktionen den Landesrundfunkanstalten aber nicht erlauben, diese Präferenzunterschiede durch landesspezifische Programme zu bedienen.





Führt man diesen Gedanken fort, läßt sich, in Anlehnung an die ökonomische Theorie des Föderalismus, für die Zusammenarbeit der ARD-Anstalten ein optimaler Kooperationsgrad bestimmen, indem die verschiedenen kooperationsabhängigen Kostenarten (insbesondere die mit der Kooperation tendenziell fallenden Produktionskosten einerseits und die mit der Kooperation tendenziell ansteigenden Transaktions- und Kompromißkosten andererseits) saldiert werden und das Minimum der gesamten kooperationsabhängigen Kostenarten bestimmt wird. Aus dem Vergleich dieses theoretischen Optimums mit dem im ersten Teil der Studie bestimmten Grad der tatsächlich bestehenden Kooperation lassen sich dann Anhaltspunkte für die erforderliche Intensivierung (bis hin zur Fusionierung) oder ggf. auch Einschränkung der Zusammenarbeit zwischen den einzelnen ARD-Rundfunkanstalten ableiten.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>In Bearbeitung</i>
<i>Ursprünglich geplanter Abschluß:</i>	<i>Mitte 1994</i>
<i>Neuer voraussichtlicher Abschluß:</i>	<i>Mitte 1995</i>
<i>Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand:</i>	<i>Ca. 50 %</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Kops, Manfred: Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Nr. 21/94, Köln, 1994*

*Lutz Marmor: Kooperation zwischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Nr. 17/1994, Köln, 1994*

*Schneiderbauer, Ute: Ökonomische Begründung und Ausgestaltung von Kooperationen zwischen Rundfunkveranstaltern - Ausgewählte Beispiele nationaler und internationaler Kooperationsebenen, Dipl.-Arb., Univ. Köln, Köln 1994*

*Skladny, Armin: Kooperationen in der ARD. Eine föderalismustheoretische Betrachtung, Dipl.-Arb., Univ. Köln, Köln 1994*



### 6.2.12. Der Rundfunk als private oder öffentlich-rechtliche Aufgabe - eine Antwort aus Sicht der Theorie der öffentlichen Güter

Dr. Manfred Kops

Das im folgenden beschriebene Forschungsvorhaben knüpft an den Versuch an, die Theorie der öffentlichen Güter auf den Rundfunk anzuwenden (siehe hierzu auch das Programm der rundfunkökonomischen Übung, die der Verfasser im WS 1992/1992 an der Universität Köln abhielt, in Teil 4.2. des Tätigkeitsberichts). Ein solcher Versuch setzt zunächst die Aufteilung des heterogenen Güterbündels "Rundfunk" in verschiedene Güterarten voraus. Für diese verschiedenen Arten von Rundfunkgütern ist dann jeweils separat zu untersuchen, ob sie die Charakteristika privater Güter aufweisen, die nach den Gesetzen des Marktes bereitgestellt und finanziert werden können (sog. "marktfähige Güter"), oder ob sie Eigenschaften öffentlicher Güter aufweisen, die eine marktliche Bereitstellung beeinträchtigen (und damit regulierende staatliche Eingriffe begründen = "Marktmängel") oder vollkommen verhindern (und damit eine kollektive Bereitstellung und Finanzierung erforderlich machen = "Marktversagen").

Von besonderem medienpolitischem Interesse ist eine solche gutspezifische Analyse für den Teilmarkt der "empfangsfähigen" Rundfunksendungen, d. h. der Sendungen, die von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und den privaten Rundfunkunternehmen a) terrestrisch, b) über Kabel oder c) über Satellit verbreitet und von den privaten Haushalten empfangen werden. Überprüft man diese Art von Rundfunkgütern bezüglich der Eigenschaften, die von der Theorie der öffentlichen Güter als Ursachen von Marktmängeln und Marktversagen entwickelt wurden, so ergeben sich interessante Schlußfolgerungen für Möglichkeiten und Grenzen einer privatwirtschaftlichen Bereitstellung von Rundfunksendungen - und damit auch für die Legitimierung einer staatlichen Bereitstellung bzw. einer (im Hinblick auf die Staatsferne des Rundfunks zu bevorzugenden) kollektiven nicht-staatlichen (hier: öffentlich-rechtlichen) Bereitstellung.

Als ein erstes zentrales Merkmal thematisiert die Theorie der öffentlichen Güter dabei die "*Nicht-Ausschließbarkeit*" (vom Konsum nicht zahlungsbereiter Nutzer): Liegt für ein Gut das Merkmal der "Nicht-Ausschließbarkeit" vor, kommt eine private Bereitstellung nicht zustande, da der private Anbieter keinen Preis und damit keinen Gewinn erzielen kann - eine kollektive Bereitstellung (und deren Finanzierung über kollektive Zwangseinnahmen) ist dann erforderlich. Als zweites zentrales Merkmal öffentlicher Güter ist die "*Nichtrivalität im Konsum*"

für Rundfunksendungen zu überprüfen. Darunter versteht man die Eigenschaft, daß die Zahl der Nutzer eines Gutes ausgeweitet werden kann, ohne daß dadurch die Nutzenstiftung für die einzelnen Konsumenten abnimmt. Als weiteres Merkmal weist die Theorie der öffentlichen Güter auf die Existenz *durchgängig fallender Stückkosten* hin. Bei Gütern mit einem solchen Kostenverlauf kann sich langfristig nur ein Anbieter am Markt halten (der natürliche Monopolist), sodaß ein (unreguliertes) privatwirtschaftliches Angebot wegen der Marktmacht des Monopolisten und der wohlfahrtsmindernden Monopolgewinne unerwünscht sein könnte. Rundfunksendungen sind in der Studie dann darauf hin zu untersuchen, inwieweit sie diese (sowie einige weitere, weniger wichtige) Merkmale aufweisen und welche Folgerungen sich hieraus für eine privatwirtschaftliche oder kollektive Bereitstellung ergeben.

Neben diesen "gutstechnischen" Merkmalen ist bei einer weitergefaßten Definition der Theorie der öffentlichen Güter der sog. "(De-)Meritorisierungsbedarf" einer privatwirtschaftlichen Versorgung zu erörtern. Darunter versteht man die im Hinblick auf manche Güter vertretene Auffassung, der Konsument könne aufgrund fehlender oder "verzerrter" Informationen oder infolge "irrationalen" Verhaltens (Sucht u. ä.) den "wahren" Nutzen des Gutes nicht erkennen, so daß der Staat korrigierend eingreifen müsse, indem er die sich nach Maßgabe der individuellen Nachfrage gebildete Güterversorgung verringere (demeritorisiere), etwa durch Besteuerung oder Verbote, oder ausweitere (meritorisiere), etwa durch Subventionen oder durch ein Bereitstellungsgebot. Die Übertragung dieses Arguments auf das Gut Rundfunksendungen läßt interessante Ergebnisse erwarten. Zum einen begründet es einen gewissen Regulierungsbedarf bei Sendearten, bei denen es politisch unstrittig ist, daß ein privates, an den Konsumentenpräferenzen ausgerichtetes Rundfunkangebot demeritorisiert werden muß (wie etwa bei gewaltverherrlichenden oder demokratiegefährdenden Sendungen) oder meritorisiert werden sollte (wie z. B. bestimmte Kulturangebote, Minderheitenprogramme, Sendungen zur politischen Bildung etc.). Zum anderen verdeutlicht es die auch beim Rundfunk bestehende, mit dem (De-)Meritorisierungsargument grundsätzlich verbundene Problematik, daß die Mißachtung der "Konsumentensouveränität" (hier des Fernsehzuschauers) immer auch die Gefahr einer staatlichen Bevormundung beinhaltet. Die derzeitigen Auseinandersetzungen um die Abgrenzung des Programmauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten stellen somit eine gutspezifische Variante der allgemeineren Frage nach der (De-)Meritorisierungsberechtigung einer privatwirtschaftlichen Güterbereitstellung dar.



Die zu dieser Problematik von der Finanzwissenschaft entwickelten Erkenntnisse sollen in der hier vorgestellten Studie daraufhin geprüft werden, inwieweit sie zur Konkretisierung des Programmauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beitragen können. Damit werden die guttspezifischen Argumente, die die Theorie der öffentlichen Güter für die Abgrenzung zwischen einer privatwirtschaftlichen und kollektiven Güterbereitstellung entwickelt hat, um die eher politischen Argumente des Meritorik-Ansatzes ergänzt. Die Kombination beider Ansätze ermöglicht es dann, den Aufgabenkatalog des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unter Berücksichtigung aller ökonomischen und politischen Gesichtspunkte umfassend zu spezifizieren.

*Bearbeitungsstand:* *Abgeschlossen*

*Geplanter Abschluß:* *Ende 1994*

*Tatsächlicher Abschluß:* *Ende 1994*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Kops, Manfred: Eine ökonomische Definition des Programmauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 20/94, Köln 1994, in Vorbereitung*

### **6.3. Dokumentation der im Berichtszeitraum begonnenen Forschungsaktivitäten**

#### **6.3.1. Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland**

Prof. Dr. Karl-Heinrich Hansmeyer,  
Dr. Manfred Kops, Dipl.-Kfm. Uwe Schwertzel

Die Studie versucht, die Entwicklung des Fernsehangebotes in der Bundesrepublik Deutschland mittelfristig, etwa für einen Zeitraum von zehn Jahren, abzuschätzen. Zu diesem Zweck werden einmal technische Faktoren, wie die zukünftige Verfügbarkeit der verschiedenen Übertragungsmedien von Fernsehen (z. B. terrestrisch, über Kabel oder über Satellit), zum anderen ökonomische Faktoren, wie etwa die Entwicklung der Konsumentenpräferenzen für Fernsehangebote (und konkurrierende Medien) oder die Entwicklung der Produktionskosten (unterschiedlicher Arten) von Fernsehsendungen prognostiziert, wobei zwischen diesen "systemimmanenten" Bestimmungsgrößen des Fernsehangebots bestehende Interdependenzen berücksichtigt werden.

In die Prognose einbezogen werden außerdem die absehbaren Veränderungen der rundfunkpolitischen Rahmenbedingungen, die im dualen System der Bundesrepublik den Umfang und Struktur des zukünftigen Fernsehangebots - neben den "systemimmanenten" Bestimmungsgrößen - maßgeblich beeinflussen. Dies gilt unmittelbar für das öffentlich-rechtliche Fernsehangebot, dessen Umfang und Inhalte ganz maßgeblich von politischen Entscheidungen abhängt. Es gilt aber auch für das private Fernsehangebot, das von systemimmanenten technischen und ökonomischen Größen zwar unmittelbarer geprägt wird als das öffentlich-rechtliche Angebot, aufgrund der vergleichsweise hohen Regulierungsintensität des privaten Fernsehmarktes aber ebenfalls von (rundfunk-) politischen Faktoren beeinflusst wird.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>Abgeschlossen</i>
<i>Bearbeitungsbeginn:</i>	<i>Oktober 1993</i>
<i>Geplanter Abschluß:</i>	<i>Ende 1993</i>
<i>Tatsächlicher Abschluß:</i>	<i>Ende 1993</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Karl-Heinrich Hansmeyer/Manfred Kops/Uwe Schwertzel: Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 9/94, Köln 1994*

*Karl-Heinrich Hansmeyer/Manfred Kops/Uwe Schwertzel, Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland, in: epd, Kirche und Rundfunk, Nr. 3 und Nr. 4, 1994*

### **6.3.2. Kinderprogramm als wünschenswertes Angebot eines Pay-TV-Anbieters**

Institut für Rundfunkökonomie

Die Studie untersucht die einzelwirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Vorteile eines entgeltfinanzierten Fernsehprogramms für Kinder. Hierzu wird in einem ersten, deskriptiven Teil zunächst ein Überblick über das im Ausland und in Deutschland bestehende Angebot an Kinderprogrammen vermittelt. In einem zweiten, analytischen Teil wird die allokativen und distributiven Leistungsfähigkeit eines entgeltfinanzierten Kinderfernsehens abzuschätzen versucht. Dabei werden zunächst die bei den unterschiedlichen Finanzierungs- und Bereitstellungsformen von Fernsehen (werbefinanziert, gebührenfinanziert, entgeltfinanziert) bestehenden Einflußmöglichkeiten der an der Bereitstellung Beteiligten beschrieben, wobei als solche die "Programmmacher", die Rundfunkanbieter



ter, die werbetreibende Wirtschaft, der Staat und die Nachfrager unterschieden werden (und bei letzteren nochmals zwischen Eltern und Kindern unterschieden wird). Hierauf aufbauend werden die grundsätzlichen allokativen Vorteile einer entgeltfinanzierten Bereitstellung von Kinderprogrammen im Vergleich zu einer gebühren- und werbefinanzierten Bereitstellung aufgezeigt. Schließlich werden Vorbehalte gegenüber einem entgeltfinanzierten Kinderprogramm erörtert, die sich aus der fehlenden Konsumrivalität von Fernsehprogrammen, aus dem möglichen Meritorisierungsbedarf von Kindersendungen und aus verteilungspolitischen Gesichtspunkten ergeben könnten.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>Abgeschlossen</i>
<i>Bearbeitungsbeginn:</i>	<i>Oktober 1993</i>
<i>Geplanter Abschluß:</i>	<i>März 1994</i>
<i>Tatsächlicher Abschluß:</i>	<i>März 1994</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Kantimm, Oliver: Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen von Spartenrundfunk-Veranstaltern in Europa, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 14/94, Köln 1994*

*Nafziger, Rolf/Pagenstedt, Georg/Schwertzel, Uwe: Kinderprogramm als wünschenswertes Angebot eines Pay-TV-Anbieters, unveröffentlichtes Gutachten erstellt im Auftrag der Premiere Medien GmbH & Co, KG, Köln 1994*

*Pagenstedt, Georg: Pay-TV in Europa: Im Markttrend, in: Infosat, Nr. 10/1994, S. 26 - 36*

*Wurth, Uli: Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung am Beispiel eines Kinderprogramms, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 15/94, Köln 1994*

### **6.2.3. Auswirkungen von Nahraum-TV auf die Medienlandschaft Nordrhein-Westfalens**

Prof. Dr. Günter Sieben,  
Dipl. Kfm. Rolf Nafziger, Dipl. Kfm. Uwe Schwertzel

Die Untersuchung möglicher Auswirkungen von Nahraumfernsehangeboten auf die Verleger und Hörfunkanbieter in Nordrhein-Westfalen soll in drei Arbeitsschritten erfolgen. Die Untersuchung beinhaltet unterschiedliche kommunikationswissenschaftliche und ökonomische Fragestellungen, die zwischen Infra-test Kommunikationsforschung, Professor Dr. W. Teichert, der Gebera GmbH

Köln und dem Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln unter Leitung von Professor Sieben koordiniert werden.

Der erste der insgesamt drei Teile des Projektes soll eine globale Abschätzung der Auswirkungen möglicher lokaler Fernsehangebote auf die Werbe- und Rezipientenmärkte der Zeitungsanbieter und der lokalen Hörfunkanbieter in Nordrhein-Westfalen ermöglichen. Als Ergebnis dieses Arbeitsschrittes sind die durch Nahraumfernsehen abgeschöpften Werbegelder bzw. Marktanteilsverschiebungen im Werbemarkt sowie mögliche Abwanderungen der Nutzer etablierter lokaler Medien zu beschreiben. Der zweite Untersuchungsabschnitt wird sich - ausgehend von den Ergebnissen des ersten Teils - mit Ausgestaltungs- und Wirtschaftlichkeitsproblemen des lokalen Fernsehens befassen. Ergebnis dieses Arbeitsschrittes stellen konkretere Prognosen über die Erfolgspotentiale lokal orientierter Fernsehanbieter dar. In einem abschließenden Teil sind mögliche Handlungsempfehlungen für die nordrhein-westfälische Medienpolitik abzuleiten. Die Untersuchung soll sich daher auf das gesamte Gebiet Nordrhein-Westfalens beziehen.

Im ersten Projektabschnitt sind Orientierungsgrößen für die Potentialbestimmung des lokalen Fernsehens zu entwickeln, wobei im wesentlichen wirtschafts- und medienstatistische Kennziffern und Zahlen herangezogen werden. Ausgehend von einer Bestimmung des gesamten Fernsehwerbepotentials für NRW sind die möglichen Marktanteile der Werbung für Nahraumfernsehen abzuleiten. Im zweiten Teilabschnitt des Projektes sollen möglichst zuverlässige Angaben über die Umschichtungen der Werbemittel in den lokalen Medienmärkten durch die Einführung möglicher Nahraumfernsehangebote gewonnen werden. Im dritten Teilabschnitt des Projektes sind die Reaktionen der Rezipienten in den lokalen Medienmärkten im Hinblick auf Nahraumfernsehangebote einzuschätzen. Dabei ist von Interesse, inwieweit Nutzer von Tageszeitungen - beispielsweise als Reaktion auf Frühstücksfernsehangebote mit lokalen Inhalten - ihr Zeitungsleseverhalten ändern bzw. u. U. sogar ihr Tageszeitungsabonnement stornieren bzw. das Fernsehangebot zu Lasten ihres Konsums von lokalem Hörfunk nutzen würden. Als vorläufiges Ergebnis des ersten Abschnitts der Untersuchung sollten grobe Orientierungswerte aufgezeigt werden können, die die wirtschaftlichen Auswirkungen für konkurrierende lokale Medien zum Ausdruck bringen.

Ausgehend von den Ergebnissen des ersten Teils der Untersuchung müssten mögliche Ausgestaltungsformen für lokale Fernsehangebote in Nordrhein-Westfalen diskutiert werden. Differenzierungskriterien, die in Modellrechnungen



neben den lokalen Werbe- und Zuschauermarktstrukturen zu berücksichtigen sind, wären beispielsweise die tägliche Sendezeit und -dauer, Wiederholungsquote, Eigenproduktionsanteile, Produktionskostenentwicklung, Kooperationsintensität und Sendegebietsgröße. Fraglich ist, inwieweit technisch überhaupt in allen Gebieten NRWs eine (terrestrische) Versorgung mit Nahraumfernsehen etabliert werden kann.

Im Anschluß an die qualitativen Überlegungen sollen die Determinanten der Kosten- und Erlösentwicklung und deren Größenordnung systematisiert werden. Obwohl wegen der Einbeziehung von Kooperationslösungen die Kosten- und Erlösseite für die lokalen TV-Anbieter nicht völlig problemlos getrennt werden kann, ist im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeitsberechnung zwischen Determinanten auf der Kosten- und Einflußfaktoren auf der Erlösseite zu unterscheiden. Die Ergebnisse der Modellrechnungen zur Wirtschaftlichkeit stellen die Grundlage für Handlungsempfehlungen an die Medienpolitik dar, die im letzten Abschnitt abgeleitet werden.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>Abgeschlossen</i>
<i>Bearbeitungsbeginn:</i>	<i>Mai 1994</i>
<i>Geplanter Abschluß:</i>	<i>Dezember 1994</i>
<i>Tatsächlicher Abschluß:</i>	<i>Januar 1995</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Holthaus Michael: Realisationschancen für Lokales Fernsehen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung für ausgewählte Gebiete Nordrhein-Westfalens, Dipl.-Arbeit, Univ. Köln, Köln 1994*

*Sieben, Günter (wissenschaftliche Leitung)/Nafziger, Rolf/Schwertzel, Uwe (Bearbeiter): Auswirkungen von Nahraum-TV auf die Medienlandschaft Nordrhein-Westfalens, unveröffentlichtes Gutachten, erstellt dem Verband nordrhein-westfälischer Zeitungsverleger, Köln 1995*



### 6.3.4. Controlling in Rundfunkunternehmen

Dipl.-Kfm. Georg Pagenstedt, Dipl.-Kfm. Uwe Schwertzel

Wettbewerbsdruck für private und stagnierende Gebührenaufkommen für öffentlich-rechtliche Anbieter sowie die steigenden Kosten für die Programmgestaltung und -produktion erfordern den Einsatz zielorientierter Controlling-Konzeptionen für Rundfunkunternehmen. Im hier beschriebenen Forschungsprojekt werden die Erfordernisse des Controlling für unterschiedliche Anbieter vergleichend dargestellt und bewertet. Dabei wird insbesondere auf den Fernsehbereich eingegangen. Nicht angesprochen werden Fragen des Marketing und des Personal-Controlling.

Unter Controlling wird die systembildende und systemkoppelnde Koordination der Führungsteilsysteme Planung, Kontrolle und Informationsversorgung im Hinblick auf die Erfüllung der Unternehmensziele verstanden. Die systembildende Koordination bezieht sich auf den Entwurf von Planungssystemen, die systemkoppelnde Koordination auf die Abstimmung und Koordination in einem bestehenden System. Zudem wird zwischen strategischem und operativem Controlling unterschieden, wobei zu ersterem Fragen mit einem Planungshorizont von über fünf Jahren, zu letzterem Fragen mit kürzerem Zeithorizont gerechnet werden.

Die Organisation privatwirtschaftlicher Rundfunkunternehmen ist tendenziell weniger durch gesetzliche Anforderungen determiniert als die öffentlicher Unternehmen. Die in der Studie dargestellten Verfahren des strategischen Controlling sind sowohl für private als auch für öffentlich-rechtliche Anbieter nützlich, um Absatz- und Beschaffungsmärkte zu beobachten. Allerdings bedarf es der Anpassung der Controlling-Instrumente an die Besonderheiten, durch die sich Rundfunkunternehmen hinsichtlich ihrer Zielsetzung und ihrem organisatorischen Aufbau kennzeichnen.

Die Implementierung von Controlling-Systemen wird sich wegen institutioneller Hemmnisse in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen allerdings tendenziell schwieriger gestalten als in privaten. Der hohe Anteil der Gemeinkosten an den Gesamtkosten wirft insbesondere für das öffentlich-rechtliche Fernsehen das Problem fehlender Motivation der Kostenstellenverantwortlichen auf. Hier wird die Zukunft bei Controlling-Instrumenten liegen, die das Kostenbewußtsein und das Wirtschaftlichkeitsdenken in den Gemeinkostenbereichen stärken können. In diesem Zusammenhang können Instrumente wie die Prozeßkostenrechnung als Zurechnungshilfe und die Gemeinkostenwertanalyse zur syste-



matischen Durchdringung des Gemeinkostenblocks und zur Suche nach Einsparungsmöglichkeiten eine erste Hilfestellung leisten. Für alle Fernsehanbieter ist ein Gefüge integrierter Dokumentations- und Überwachungsrechnungen anzustreben, welches die Grundlage der Koordinationsprozesse von Planungs-, Kontroll- und Informationssystemen bilden muß.

*Bearbeitungsstand:* Abgeschlossen

*Bearbeitungsbeginn:* Januar 1994

*Geplanter Abschluß:* Dezember 1994

*Tatsächlicher Abschluß:* Dezember 1994

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Institut für Rundfunkökonomie (Hrsg.): Controlling für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 7/93, Köln, 1993*

*Pagenstedt, Georg/Schwartzel, Uwe: Controlling für öffentlich-rechtliche und private Fernsehanbieter, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 8/93, Köln, 1993*

### **6.3.5. Die Neuregelung des Gebührenfestsetzungsverfahrens nach dem achten Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts**

Dr. Manfred Kops

Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem achten Rundfunkurteil vom 22. 2. 1994 die bisherige Praxis der Rundfunkgebührenfestsetzung als nicht verfassungsgemäß beurteilt. Das Gericht sah vor allem das Gebot der Staatsfreiheit des Rundfunks beim bisherigen Verfahren nicht gewährleistet, zudem kritisierte es die nicht ausreichende Transparenz und Operabilität der Kriterien, anhand derer die Höhe der Rundfunkgebühren bestimmt wird. Dem Gesetzgeber wurde eine alsbaldige Neuregelung der Gebührenfestsetzung auferlegt, wobei das Urteil deren Grundprinzipien vorgegeben hat.

Im Rahmen der hier beschriebenen Studie soll untersucht werden, wie das neue Gebührenfestsetzungsverfahren aus ökonomischer Sicht aussehen sollte. Dabei werden zum einen - vorwiegend anhand der ökonomischen Prinzipal-Agent-Theorie - die am Gebührenfestsetzungsverfahren zu beteiligenden Personengruppen und Institutionen (als solche werden die Gebührenzahler, die Landesparlamente, die Rundfunkanstalten sowie eine staatsferne Fachkommission und eine staatsferne politische Kommission unterschieden) und deren Ent-



scheidungsanteile zu bestimmen versucht, zum anderen die Aufgaben, die den verschiedenen Beteiligten im Rahmen des vom Verfassungsgericht geforderten "kooperativen und abgestuften Verfahrens" zukommen sollten.

Im abschließenden Teil der Studie sollen mehrere Modelle mit unterschiedlichen Entscheidungsanteilen der verschiedenen Beteiligten und mit unterschiedlicher Bedeutung der ihnen zugewiesenen aktiven (Initiativ-) und passiven (Kontroll-)Funktionen entwickelt werden. Diese Modelle sollen anhand verschiedener Kriterien (Produktions- und Transaktionskosteneffizienz, Staatsferne, gesellschaftspolitische Legitimation u. a.) miteinander verglichen werden, um die - im Rahmen der vom Verfassungsgericht gemachten Vorgaben - ökonomisch bestgeeignete Form der Gebührenfestsetzung zu bestimmen.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>In Bearbeitung</i>
<i>Bearbeitungsbeginn:</i>	<i>Oktober 1994</i>
<i>Geplanter Abschluß:</i>	<i>März 1995</i>
<i>Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand:</i>	<i>Ca. 80 %</i>

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Adelt, Ursula: Die künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 25/94, Köln 1994*

*Conrad, Rainer: Die bisherige Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühren, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 18/94, Köln 1994*

*Dörr, Dieter : Das Verfahren zur Bemessung der Rundfunkgebühr in der Diskussion, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 10/94, Köln 1994*

*Dörr, Dieter: Eine rundfunkrechtliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 22/94, Köln 1994*

*Grätz, Reinhart: Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 27/94, Köln 1994*

*Kops, Manfred: Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 21/94, Köln 1994*

*Kops, Manfred: Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühren, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 19/94, Köln 1994*

*Kresse, Hermann: Öffentlich-rechtliche Werbefinanzierung und Grenzen der Grundversorgung im dualen Rundfunkssystem. - Eine rundfunkrechtliche*



*Beurteilung unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 26/94, Köln 1994*

*Seidel, Norbert: Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsurteils zur Gebührenbemessung, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 23/94, Köln 1994*

### **6.3.6. Möglichkeiten und Grenzen von Kennziffern zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten**

Prof. Dr. Günter Sieben, Dr. Manfred Kops

Die Bemühungen zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten haben sich in letzterer Zeit verstärkt und werden sich auch in Zukunft weiter verstärken. Dies erklärt sich einmal aus der wirtschaftlich sinnvollen und auch verfassungsrechtlich geforderten Form des Gebührenfestsetzungsverfahrens: Um die aufgaben- bzw. bedarfsgerechte Höhe der Rundfunkgebühren festsetzen zu können, benötigen die hiermit befaßten Gremien sachliche Maßstäbe. Die dadurch erreichte "Objektivierung" des Verfahrens liegt auch im Interesse der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, da sie sachfremde Einflüsse, insbesondere politischer Art, ausschließt, zur Planungssicherheit der Rundfunkanstalten beiträgt und die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beim Zuschauer verbessert. Hinzu kommt, daß auch für eine sachgerechte Verteilung knapper Finanzmittel zwischen den einzelnen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Wirtschaftlichkeitsmaßstäbe berücksichtigt werden müssen.

Wie bei einer Reihe anderer Güter, etwa im Kulturbereich, im Gesundheitssektor und im Bereich der sozialen Sicherung, stehen allerdings auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk einer Beurteilung der Wirtschaftlichkeit der Leistungserbringung gravierende Schwierigkeiten entgegen, weil keine Marktpreise existieren bzw. weil die marktlichen Präferenzen der Nachfrager keinen alleinigen Maßstab für die Produktqualität darstellen. Unterschiede in den Ausgaben pro Output-Einheit können daher nicht eindeutig auf ggf. bestehende Unterschiede in der Wirtschaftlichkeit der Leistungserbringung zurückgeführt werden, sondern können sich auch daraus ergeben, daß sich die Qualität der erbrachten Leistungen unterscheidet.

Ein Versuch, diese Schwierigkeiten zu überwinden, wird in der Entwicklung durchschnittsbezogener Kennziffern gesehen. Im Gesundheitswesen sind solche Ziffern bereits weit verbreitet, sie werden bspw. der Bewertung der Wirtschaftlichkeit von Krankenhäusern oder auch der Beurteilung (und Entgeltung) der ärztlichen Leistungen zugrunde gelegt. Es ist daher zu erwarten - und neuere von der KEF getätigte Überlegungen bestätigen dies -, daß auch zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Zukunft verstärkt auf solche Kennziffern zurückgegriffen wird.

Aus diesen Gründen erscheint es sinnvoll, sich im Rahmen einer umfassenderen Untersuchung mit den Möglichkeiten und Grenzen von Kennziffern als einem Instrument zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten zu befassen. Innerhalb dieser Studie sollen gemäß der angedeuteten Fragestellungen die folgenden Teilaufgaben gelöst werden:

1. sollen die allgemeinen methodischen Möglichkeiten und Probleme von durchschnittsbasierten Kennziffern dargestellt werden,
2. sollen die in den verschiedenen Sektoren, insbesondere im Gesundheitswesen, materiell angewandten Kennziffern beschrieben werden,
3. sollen die mit den unter (2) beschriebenen Kennziffern gewonnenen Erfahrungen dargestellt werden,
4. sollen die unter (1) bis (3) erarbeiteten Ergebnisse auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk übertragen werden, und
5. sollen übergreifende rundfunkpolitischer Fragen, die sich mit einem Einsatz von Wirtschaftlichkeitskennziffern stellen, wie z. B. die damit ggf. verbundene Gefährdung der Programmautonomie der Rundfunkanstalten, diskutiert werden.

*Bearbeitungsstand:*

*beantragt*

*Voraussichtlicher Bearbeitungsbeginn:*

*März 1995*

*Voraussichtlicher Abschluß:*

*Dezember 1995*

### **6.3.7. Qualitätsmanagement im Rundfunk unter besonderer Berücksichtigung öffentlich-rechtlicher Fernsehanstalten**

Dipl.-Kfm. Rolf Nafziger

Seit vielen Jahren expandiert die Zahl der Fernsehsender in Deutschland. Ursprünglich sollte durch die Deregulierung der Fernsehlandschaft ein breiteres



und besseres Programmangebot geschaffen werden. Obwohl bezüglich der Quantität des Programmangebots kein Zweifel besteht, ist hinsichtlich der Qualität eine rege öffentliche Diskussion entstanden. Die hohe rundfunkspezifische Teuerungsrate belastet zudem bei stagnierendem Gebührenaufkommen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Vor diesem Hintergrund sind die Fernsehveranstalter gefordert, Qualität und Effizienz ihrer Arbeit zu steigern und hierfür auch entsprechende Managementmethoden zu entwickeln. Hierzu ist zunächst zu klären, welche Auffassungen von Qualität existieren und wodurch sich Qualität im Rundfunk von den vorhandenen Qualitätsdefinitionen unterscheidet. Zudem sind Modelle zu entwickeln, mit denen die Leistungserstellung einzelner Sender und einzelner Redaktionen besser operationalisiert und gemessen werden können.

Im Vordergrund steht hierbei die Analyse, Modifikation und Anwendung bestehender Kennzahlensysteme. Des weiteren wird die Möglichkeit der Übertragung des Total Quality Managements (TQM) auf Rundfunkanstalten geprüft. Die Operationalisierung der Programmqualität ist auch hier nicht ohne Kundenorientierung, d. h. die Einbeziehung des subjektiven Zuschauergeschmacks denkbar. Deshalb wird mit Hilfe der Medienforschung untersucht, ob eine qualitative Erfassung der Zuschaueransprüche in der Lage ist, die bislang praktizierte quantitative Quotenanalyse zu ergänzen oder zu ersetzen.

*Bearbeitungsstand:* *beantragt*

*Voraussichtlicher Bearbeitungsbeginn:* *März 1995*

*Voraussichtlicher Abschluß:* *Dezember 1995*

### 6.3.8. Die Rundfunkgebühr zwischen Entgelt und Steuer

Prof. Dr. K. - H. Hansmeyer

Die Finanzwissenschaft bemüht sich seit langem um eine exakte Definition des Gebührenbegriffs. Überwiegend wird die Gebühr dabei als "politischer Preis" angesehen, der einerseits Äquivalenzelemente enthält - und damit dem Entgelt ähnelt - andererseits aber auch Elemente des Leistungsfähigkeits- und Bedarfsprinzips beinhaltet - und damit einer Steuer oder allgemeiner: einer Zwangsabgabe nahesteht. Die genaue Einordnung hängt zum einen davon ab, ob ein Ausschluß der bereitgestellten Güter technisch, gesellschaftspolitisch und ökonomisch möglich ist bzw. gewünscht wird und - dadurch bedingt - in welchem Verhältnis diese beiden Elemente zueinander stehen.

Auf der Basis dieser Gebührenlehre soll geprüft werden, unter welchen Bedingungen (bei welcher Ausgestaltung) die Rundfunkgebühr - ungeachtet ihrer Bezeichnung - in der Tat eine Gebühr im finanzwissenschaftlichen Sinn darstellt und wann, auch abhängig von den genannten technischen, ökonomischen und gesellschaftspolitischen Gegebenheiten, der Äquivalenzcharakter oder der Zwangscharakter dominiert (oder normativ: dominieren sollte) und die Rundfunkgebühr daher als Entgelt oder (Zweck-)Steuer anzusehen wäre.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>in Bearbeitung</i>
<i>Bearbeitungsbeginn:</i>	<i>Ende 1994</i>
<i>Voraussichtlicher Abschluß:</i>	<i>Mai 1995</i>
<i>Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand:</i>	<i>Ca. 30 %</i>

### 6.3.9. Der künftige gesellschaftspolitische Stellenwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Dr. Manfred Kops

Folgt man der ökonomischen Allokationstheorie, ist der Rundfunk privat bereitzustellen, soweit er ein "marktfähiges" Gut darstellt bzw. soweit seine Marktmängel (und die daraus resultierenden Versorgungsmängel) geringer sind als die bei einer kollektiven Bereitstellung anfallenden "Staatsmängel" und sofern dem Rundfunknutzer die Fähigkeit ("Konsumentensouveränität") zugestanden wird, den Nutzen unterschiedlicher Programmangebote selbst beurteilen zu können. Neben diesen gutspezifischen Eigenschaften von Rundfunk hängt die relative Leistungsfähigkeit des kommerziellen im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen Programmangebot aber auch von der konkreten "Performance" der vor-



handenen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbieter und von deren Fähigkeit ab, ihre spezifischen Vorzüge im Prozeß der (medien-)politischen Auseinandersetzung herauszustreichen und dadurch die politischen Entscheidungen über die relative Bedeutung der beiden Teile des dualen Systems zu ihren Gunsten zu beeinflussen.

Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bedeutet dies, daß er selbst durch eine zufriedenstellende Erfüllung der ihm derzeit übertragenen Aufgaben und durch eine überzeugende Darlegung der Gründe, die zu einem Bedeutungsgewinn des öffentlich-rechtlichen Rundfunks führen, dafür sorgen kann, daß sich sein Aufgabenspektrum und seine Finanzausstattung bei der mittelfristig zu erwartenden Beschränkung seines Programmauftrags auf nicht-marktliche Inhalte nicht wesentlich verringert: Wenn der Wert, den die Gesellschaft meritorischen Programmangeboten beimißt, im Zeitablauf steigt, würde sich die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks trotz der erforderlichen ordnungspolitischen Beschränkung auf nichtmarktliche und meritorische Programme im Zeitablauf sogar erhöhen.

Die Gründe, die zu einem solchen Bedeutungszuwachs des öffentlich-rechtlichen Fernsehens führen könnten und damit auch eine Ausweitung seines Programmauftrags und seiner finanziellen Ausstattung erforderlich machen würden, sollen in der hier skizzierten Untersuchung im einzelnen dargelegt werden. Sie lassen sich allgemein aus der - wohl unstrittigen - Tatsache ableiten, daß die Medien im allgemeinen und das Fernsehen im besonderen superiore Güter darstellen, die mit zunehmendem Realeinkommen und zunehmender Freizeit überproportional nachgefragt werden und daß - weniger unumstritten - innerhalb des Rundfunkangebots die öffentlich-rechtlichen Programme wiederum superiore Güter bilden, die mit steigendem Einkommen und steigender Freizeit, aber auch mit anderen Merkmalen saturierter Gesellschaften (wie: zunehmende Arbeitsteilung und sonstige gesellschaftliche Ausdifferenzierung, zunehmende soziale Isolation, abnehmende Kommunikationsfähigkeit u. a.) im Verhältnis zu den Programmangeboten der Privaten aus unterschiedlichen Ursachen an Bedeutung gewinnen:

- So ist unter Gesellschaftswissenschaftlern unstrittig, daß sich die modernen Industriegesellschaften durch eine *zunehmende Individualisierung* der Lebensformen und -ansprüche des einzelnen kennzeichnen. Dazu gehört unter anderem die zunehmende Differenzierung oder - umgekehrt ausgedrückt - das Abrücken von einheitlichen, standardisierten oder auch nur "typischen" Gütern. Bezogen auf den Rundfunk bedeutet dies, daß massenattraktive Pro-



gramme mit hohen Einschaltquoten zunehmend durch "Minderheitenprogramme" ersetzt werden. Die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hinsichtlich der Bereitstellung solcher Minderheitenprogramme wird damit in Zukunft eher wachsen als abnehmen.

- Unstrittig ist für die moderne Industriegesellschaft auch der *Trend zum Alleinleben*. Dieser erklärt sich zum einen aus der zunehmenden Neigung zum gewollten "Single-Dasein", zum anderen aber auch aus dem zunehmenden Anteil alter Menschen, die ungewollt allein leben müssen. Unter diesen veränderten gesellschaftlichen Bedingungen wächst dem Fernsehen eine höhere Bedeutung als Kommunikationsmittel zu, durch das sich Menschen über die Lebensweisen, Interessen, Probleme etc. anderer Menschen informieren. Dabei geht es in erster Linie nicht um Unterhaltung oder Ablenkung, sondern um den Ersatz direkter Kommunikation mit anderen - Aufgaben, deren Lösung sich *nicht* an den individuellen Präferenzen der Konsumenten (Fernsehzuschauer) ausrichten kann (weil die Fernsehzuschauer gar nicht die Gelegenheit haben, solche Präferenzen zu entwickeln), sondern einem kollektiven - öffentlich-rechtlichen - Fernsehen obliegen muß.
- Eine weitere für die moderne Industriegesellschaft charakteristische Entwicklung besteht in der zunehmenden Bedeutung, die den Medien bei der Vermittlung und Erläuterung der (komplexer gewordenen) Realität obliegt; eine Funktion, der vor allem bezüglich der *politischen Willensbildung* ein besonderes Gewicht beizumessen ist (Stichwort "Mediendemokratie"). Wegen der Gefahren, die von einem privaten Fernsehen bei einer Verknüpfung wirtschaftlicher und politischer Interessen ausgehen können, ist die Erfüllung dieser Aufgabe vor allem dem (allerdings staatsfreien) öffentlich-rechtlichen Rundfunk zuzuweisen.
- Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist im Zeitablauf schließlich auch wegen seiner *verteilungspolitischen Funktion* eine zunehmende Bedeutung einzuräumen (diese besteht allgemein darin, bestimmte Rundfunkinhalte, die der gesellschaftlichen Chancengleichheit dienen, unabhängig von der individuellen Einkommenskraft bereitzustellen, insbesondere Nachrichtensendungen und Bildungsprogramme, aber auch kulturelle Angebote). Während diese Funktion gegenüber einem werbefinanzierten Privatrundfunk, der durch die Überwälzung der Werbekosten auf die beworbenen Produkte finanziert wird, weniger bedeutsam ist, kommt ihr mit der absehbaren zunehmenden Entgeltfinanzierung privater Rundfunkangebote (und der damit verbundenen Abhän-



gigkeit der Rundfunkversorgung von der individuellen Kaufkraft) steigende Bedeutung zu.

Soweit diese und ähnliche säkulare gesellschaftliche Entwicklungen eintreten, könnten sich die für eine komplexe Gesellschaft wichtigen Funktionen des Rundfunks nicht nach den Regeln des Marktes quasi automatisch vollziehen, indem der Zuschauer aus einem breiten (und in Zukunft noch breiter werdenden) Spektrum an Programmangeboten auswählt. Vielmehr lägen beim Gut Rundfunk dann auf der Angebots- und Nachfrageseite und auch im Austauschmechanismus "Defekte" vor, die eine gesellschaftspolitische Bereitstellung (oder zumindest eine Korrektur der marktlichen Bereitstellung) erforderlich machen würden. Im Rahmen der geplanten Studie soll die Existenz und das Ausmaß solcher Defekte nachgewiesen und die sich daraus ergebende Notwendigkeit eines nicht-marktlichen, öffentlich-rechtlichen Rundfunkangebots aufgezeigt werden.

<i>Bearbeitungsstand:</i>	<i>beantragt</i>
<i>Bearbeitungsbeginn:</i>	<i>Anfang 1995</i>
<i>Voraussichtlicher Abschluß:</i>	<i>Ende 1995</i>

### **6.3.10. Vor- und Nachteile von Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk**

Dr. Manfred Kops

Angesichts der gravierenden Rückgänge, die die ARD und vor allem das ZDF in letzter Zeit bei den Werbeeinnahmen hinnehmen mußten, verstärken sich die Bemühungen, die Werbebegrenzungen für das öffentlich-rechtliche Fernsehen aufzuheben oder zumindest abzubauen. So hat z. B. der Intendant des ZDF, Dieter Stolte, unlängst für den Wegfall der geltenden 20-Uhr-Werbebegrenze plädiert und gefordert, zukünftig 10 der insgesamt 20 Minuten zulässiger Werbung nach 20 Uhr ausstrahlen zu dürfen.

Der geplante Studie will sich kritisch mit den von Stolte in diesem Zusammenhang genannten "zehn guten Gründen" für eine Ausweitung der Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen auseinandersetzen und ihnen die Nachteile gegenüberstellen, die ein Wegfall der 20-Uhr-Werbebegrenze für das öffentlich-rechtliche Fernsehen hätte. In einer Art Kosten-Nutzen-Analyse will sie die (qualitativen) Vor- und Nachteile von Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen gegenüberstellen und die in letzter Zeit des öfteren vertretene These prü-



fen, daß eine Ausweitung der Werbefinanzierung insgesamt gesehen und in längerfristiger Perspektive für das öffentlich-rechtliche Fernsehen per Saldo nachteilig sei, da sie dessen Programmauftrag gefährde, seine Legitimation aushöhle und die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Fernsehens im allgemeinen und speziell der Fernsehgebühren verringere.

*Bearbeitungsstand:* *In Bearbeitung*

*Bearbeitungsbeginn:* *Mitte 1994*

*Geplanter Abschluß:* *Mitte 1995*

*Bisher geleistete Arbeiten als Anteil am Gesamtaufwand:* *Ca. 80 %*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Fahle, Robert: Ausrichtung der Programmgestaltung von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Anbietern auf die Vermarktung von Werbezeiten. Univ., Dipl.-Arb., Köln 1994*

*Kops, Manfred: Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Heft 22/94, Köln, 1994*



## **7. Veröffentlichungen des Instituts für Rundfunkökonomie (im Berichtszeitraum 1993 - 1994)**

### **7.1. Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie**

Mit der seit 1993 begonnenen Reihe "Arbeitspapiere" steht dem Institut die Möglichkeit offen, am Institut oder im Zusammenhang mit der Arbeit des Instituts entstandene schriftliche Ausarbeitungen schnell und kostengünstig zu publizieren. Die Reihe eignet sich damit zum einen für Veröffentlichungen, die nur einen kleineren Kreis von Lesern, bspw. die Teilnehmer bestimmter Lehrveranstaltungen der Universität, interessieren, und diesem Kreis schnell und kostengünstig zugänglich gemacht werden sollen, zum anderen für Veröffentlichungen, die vor ihrer endgültigen Publikation in auflagenstärkeren bzw. renommierten Fachzeitschriften oder -reihen schnell und gezielt einem kleinen Kreis von Experten zugänglich gemacht werden sollen, damit diese die Inhalte kritisch erörtern und ggf. Anregungen für eine Verbesserung oder Erweiterung machen. -- Gleichwohl handelt es sich bei dieser Schriftenreihe, die über eine eigene ISSN-Nr. verfügt (0945-8999) und bei der jedes einzelne Arbeitspapier eine eigene ISBN-Nr. besitzt, um eine vollwertige wissenschaftliche Publikation, die auch über den Buchhandel ausgewiesen wird und bezogen werden kann.

Bis zum Ende des Berichtszeitraums wurden 21 Arbeitspapiere veröffentlicht. Dabei handelt es sich um Forschungsberichte und Projektskizzen, die am Institut erstellt worden sind, und um Vorträge, die von den Institutsmitarbeitern oder von externen Referenten auf rundfunkökonomischen Veranstaltungen des Instituts, bspw. dem rundfunkökonomischen Kolloquium, gehalten worden sind. Außerdem enthält die Reihe mehrere Diplomarbeiten, die mit Prädikatsexamen benotet wurden und auch vom Thema her einen größeren Personenkreis interessieren. -- Für den Januar und Februar 1995 ist absehbar, daß sich die Zahl der Arbeitspapiere beträchtlich erhöhen wird (um ca. 10), insbesondere weil im WS 1994/95 wegen der Aktualität des Generalthemas des rundfunkökonomischen Kolloquiums (dessen Programm in Abschnitt 4.2. aufgeführt ist) erstmals alle Referate dieser Veranstaltung als Arbeitspapiere veröffentlicht werden.

Die bisher erschienenen bzw. in der Drucklegung befindlichen Arbeitspapiere werden im folgenden aufgelistet. Sie können im Buchhandel oder direkt über die Bibliothek des Instituts für Rundfunkökonomie bezogen werden; im letzteren Fall kann auf das im Anhang dieses Tätigkeitsberichts enthaltene Bestellformular zurückgegriffen werden.



### **Heft 1/93**

Reinhard Grätz:

Zur Zahl und Abgrenzung von ARD-Rundfunkanstalten;  
Köln, im Januar 1993, ISBN 3-9803886-0-3,  
22 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

### **Heft 2/93**

Manfred Kops/Karl-Heinrich Hansmeyer:

Zur ökonomischen Begründung und Ausgestaltung  
einer föderalen Rundfunkordnung  
Köln, im Februar 1993, 2. Aufl. 1994, ISBN 3-930788-00-4  
ca. 200 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

### **Heft 3/93**

Institut für Rundfunkökonomie (Hrsg.):  
Geschäftsbericht 1991 - 1992 des Instituts  
Köln, im Februar 1993, ISBN 3-9803886-1-1  
109 Seiten, Schutzgebühr 10,-- DM

### **Heft 4/93**

Rüdiger Heimlich:

Begründung und Ausgestaltung des nationalen Rundfunks  
Köln, im April 1993, ISBN 3-9803886-2-X  
7 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

### **Heft 5/93**

Felix Droste:

Komplementäre oder substitutive Beziehungen  
zwischen Rundfunk und Printmedien  
Köln, im November 1993, ISBN 3-9803886-3-8  
XXV + 101 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

### **Heft 6/93**

Torsten Oltmanns:

Das öffentlich-rechtliche TV-Angebot 1952 bis 1991 und seine Nutzung;  
Köln, im November 1993, ISBN 3-9803886-4-6  
VII + 91 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

### **Heft 7/93**

Institut für Rundfunkökonomie (Hrsg.):

Controlling für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen  
Köln, im Dezember 1993, ISBN 3-9803886-5-4  
X + 176 Seiten, Schutzgebühr 25,-- DM

### **Heft 8/94**

Georg Pagenstedt/Uwe Schwertzel:

Controlling für öffentlich-rechtliche und private Fernsehanbieter  
Köln, im Januar 1994, ISBN 3-9803886-6-2  
14 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 9/94**

Karl-Heinrich Hansmeyer/Manfred Kops/Uwe Schwertzel:  
Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland  
Köln, im Januar 1994, ISBN 3-9803886-7-0  
17 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 10/94**

Dieter Dörr:  
Das Verfahren zur Bemessung der Rundfunkgebühr in der Diskussion  
Köln, im März 1994, ISBN 3-9803886-8-9  
30 Seiten, Schutzgebühr 7,-- DM

**Heft 11/94**

Reinhard Grätz:  
Die Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Rundfunkräten  
und ihre Entscheidungs- und Kontrollaufgaben  
Köln, im Mai 1994, ISBN 3-9803886-9-7  
22 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 12/94**

Ursula Holtmann:  
Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikationspolitik  
öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten am Beispiel des WDR  
Köln, im Juli 1994, ISBN 3-930788-01-2  
VII + 90 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 13/94**

Michael Muck:  
Der mit der Einführung von DAB entstehende Bedarf zur Regulierung  
der Hörfunk-Übertragung  
Köln, im August 1994, ISBN 3-930788-06-3  
IV + 83 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 14/94**

Oliver Kantimm:  
Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen von Spartenrundfunk-  
Veranstaltern in Europa  
Köln, im August 1994, ISBN 3-930788-05-5  
X + 142 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 15/95**

Uli Wurth:  
Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung  
am Beispiel eines Kinderprogramms  
Köln, im September 1994, ISBN 3-930788-02-0  
VI + 102, Schutzgebühr 15,-- DM



**Heft 16/95**

Robert Fahle:

Ausrichtung der Programmgestaltung von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Anbietern auf die Vermarktung von Werbezeiten  
Köln, im Dezember 1994, ISBN 3-930788-01-7  
X + ca. 90 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 17/94**

Lutz Marmor:

Kooperation zwischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten  
Köln, im Dezember 1994, ISBN 3-930788-08-X  
13 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 18/94**

Rainer Conrad:

Die bisherige Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühren  
Köln, im Dezember 1994, ISBN 3-9307886-03-9  
11 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 19/94**

Manfred Kops:

Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühren  
Köln, im Dezember 1994, ISBN 3-9307886-04-7  
VII + 107 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 20/94**

Manfred Kops:

Eine ökonomische Definition des Programmauftrags  
des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
Köln, im Dezember 1994, ISBN 3-930788-09-8  
VIII + 80 Seiten, Schutzgebühr 12,-- DM

**Heft 21/94**

Manfred Kops:

Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung  
des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
Köln, im Dezember 1994, ISBN 3-930788-10-1  
VIII + 120 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 22/95**

Dieter Dörr:

Eine rundfunkrechtliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils  
zur Gebührenbemessung  
Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-11-X  
8 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM



**Heft 23/95**

Norbert Seidel:

Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils  
zur Gebührenbemessung

Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-12-8

ca. 25 Seiten, Schutzgebühr 7,-- DM

**Heft 24/95**

Stefan Kleine-Erfkamp:

Szenario-Analyse für die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Terrestrik,  
BK-Netze und Satellit in der Bundesrepublik Deutschland bis ins Jahr 2000,

Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-13-6

ca. 130 Seiten, Schutzgebühr 20,-- DM

**Heft 25/95**

Ursula Adelt:

Die künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts

Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-14-4

20 Seiten, Schutzgebühr 7,-- DM

**Heft 26/95**

Hermann Kresse:

Öffentlich-rechtliche Werbefinanzierung und Grenzen der Grundversorgung  
im dualen Rundfunkssystem.- Eine rundfunkrechtliche Beurteilung unter Berücksichtigung  
der aktuellen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts -

Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-15-2

20 Seiten, Schutzgebühr 7,-- DM

**Heft 27/95**

Reinhart Grätz:

Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung  
des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung

Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-16-0

ca. 20 Seiten, Schutzgebühr 7,-- DM

**Heft 28/95**

Institut für Rundfunkökonomie (Hrsg.):

Tätigkeitsbericht für die Jahre 1993 und 1994

Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-17-9

20 Seiten, Schutzgebühr 20,-- DM

**Die Arbeitspapiere können mit dem  
im Anhang enthaltenen Formular bestellt werden!**



## 7.2. Sonstige Veröffentlichungen

Hansmeyer, Karl-Heinrich/Kops, Manfred/Schwartzel, Uwe:

Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland,

in: epd, Kirche und Rundfunk, Nr. 3 und 4/1994

Seidel, Norbert:

Wirtschaftliche Betätigung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten,

Vortrag vor dem Institut für Rundfunkrecht, erscheint in der Schriftenreihe

des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln, Berlin 1993

Seidel, Norbert:

Perspektiven des dualen Rundfunksystems, Vortrag am 11. Nov. 1994 in

Speyer (Veröffentlichung in Vorbereitung)

Norbert Seidel/Michael Libertus:

Lehrbuch "Grundzüge der Rundfunkökonomie",

Gabler Verlag, Wiesbaden 1993

Sieben, Günter:

Gutachterliche Stellungnahme zu einer Substitution der Werbeeinnahmen der

öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch zusätzliche Gebühren,

Gutachten erstellt für den Verband deutscher Zeitschriftenverleger, Köln 1994



## 8. Sonstige Aktivitäten des Instituts

### 8.1. Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen

Von den Institutsdirektoren und -mitarbeitern, den Lehrbeauftragten für Rundfunkökonomie und den Mitgliedern des Beirats wurden im Berichtszeitraum verschiedene Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen gehalten. Im folgenden sind diese - ohne Anspruch auf Vollständigkeit - zusammengestellt.

Reinhard Grätz:

Die Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Rundfunkräten  
und ihre Entscheidungs- und Kontrollaufgaben,  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 2. 5. 1994

Reinhard Grätz:

Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung  
des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 18. 1. 1995

Prof. Dr. K.-H. Hansmeyer:

Die Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten  
in der Bundesrepublik Deutschland aus finanzwissenschaftlicher Sicht,  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 20. 10. 1993

Dr. Manfred Kops:

Die Arbeit des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln  
Vortrag auf dem Medienforum Nordrhein-Westfalen,  
Köln, 8. 6. 1994

Dr. Manfred Kops:

Broadcasting Economics,  
Vortrag eines Seminars der Deutschen Welle vor Werbeverantwortlichen  
staatlicher und privater Sender Ost-, Südosteuropas und der GUS,  
Köln, 15. 8. 1994



Dr. Manfred Kops:

Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung  
des öffentlich-rechtlichen Rundfunks,  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 26. 10. 1994

Dr. Manfred Kops:

Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühren  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 23. 11. 1994

Dr. Manfred Kops:

Eine politikwissenschaftliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils  
zur Gebührenbemessung  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 11. 1. 1995

Rolf Nafziger:

Qualitätsmanagement,  
Vortrag auf einer Fortbildungsveranstaltung der Deutschen Welle, Köln,  
für Programm- und Personalmanager osteuropäischer Radiostationen,  
1. 12. 1994

Rolf Nafziger/Georg Pagenstedt:

Finanzplanung,  
Vortrag auf einer Fortbildungsveranstaltung der Deutschen Welle, Köln,  
für Programm- und Personalmanager osteuropäischer Radiostationen,  
1. 12. 1994

Rolf Nafziger/Georg Pagenstedt:

Radio Economics - Budget Planning,  
Vortrag auf einer Fortbildungsveranstaltung der Deutschen Welle, Köln,  
für Mitglieder der Palastine Broadcasting Corporation (PBC),  
13. 12. 1994

Georg Pagenstedt/Uwe Schwertzel:

Wirtschaftlichkeit in der Rundfunkplanung und -praxis.  
Grundfragen der Ökonomie,  
Vortrag auf einem Seminar der Deutschen Welle, Köln, 7. 9. 1993



Prof. Dr. Norbert Seidel:

Die Organisation der ARD: Ziele, Aufgabenverteilung und Perspektiven  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 26. 4. 1993

Prof. Dr. Norbert Seidel:

Perspektiven des dualen Rundfunksystems, Vortrag am 11. Nov. 1994 in  
Speyer

Prof. Dr. Norbert Seidel:

Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Vortrag an der Verwaltungs-  
und Wirtschaftsakademie Köln im Rahmen des Lehrgangs "Kulturelles  
Management" am 12. Dez. 1994

Prof. Dr. Norbert Seidel:

Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils  
zur Gebührenbemessung,  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 21. 12. 1994

Prof. Dr. Günter Sieben:

Controlling-Konzeptionen für Rundfunkunternehmen  
Vortrag auf dem rundfunkökonomischen Kolloquium  
des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 7. 6. 1993

Prof. Dr. Günter Sieben:

Substitution der Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten  
durch zusätzliche Gebühren, Präsentation eines Gutachtens erstellt für den  
Verband deutscher Zeitschriftenverleger, Bonn Bad-Godesberg, 18. 4. 1994



## 8.2. Untersuchungen zur Entwicklung des Rundfunkwesens in Osteuropa, insbesondere in den Staaten der GUS

Wie im letzten Tätigkeitsbericht dargestellt, ist das Institut bei mehreren Gelegenheiten mit osteuropäischen Rundfunkexperten in Kontakt getreten. Diese Aktivitäten wurden auch im Berichtszeitraum fortgesetzt, bspw. durch verschiedene Gespräche mit Vertretern osteuropäischer Rundfunkanstalten und durch Vorträge bei für diesen Personenkreis abgehaltenen Veranstaltungen der Deutschen Welle.

Auch bei der Vermittlung von Kontakten zu geeigneten Gesprächspartnern staatlicher und privater Rundfunkanbieter war die Deutsche Welle weiterhin behilflich. Trotz der im letzten Tätigkeitsbericht ausführlich dargelegten Probleme konnten durch diese Unterstützung eine Reihe von Diplomarbeiten fertiggestellt werden, die sich mit den Veränderungen des Rundfunkwesens in Osteuropa befaßt haben. Weitere Arbeiten sind in Planung. Dagegen konnten die im letzten Tätigkeitsbericht angedeuteten Beratungstätigkeiten, nicht zuletzt wegen der ungeklärten Deckung der damit verbundenen Kosten, bisher nicht realisiert werden.

*Geplanter Abschluß:* *Ende 1994*

*Tatsächlicher Abschluß:* *Ende 1994*

*Im Zusammenhang mit dem Untersuchungsthema stehende Publikationen:*

*Hoffmann, Dagmar: Aufbau einer dualen Rundfunkordnung in Rußland, Dipl.-Arb., Univ. Köln, 1993*

*Schindler, Uwe: Betriebswirtschaftliche Konsequenzen der gesellschaftspolitischen Umgestaltung für Rundfunkunternehmen in Rußland, Dipl.-Arb., Univ. Köln, 1993*

*Wollny, Waldemar: Finanzierungsprobleme bei Aufbau neuer Rundfunkanstalten in Polen. Dipl.-Arb., Univ. Köln, 1993*



### **8.3. Zusammenarbeit mit Rundfunkanbietern bei der Betreuung von Diplomarbeiten und bei der Vermittlung von Praktika**

Die im vorigen Abschnitt beschriebene Zusammenarbeit mit der Deutschen Welle stellt nur ein Beispiel für die Bemühungen des Instituts dar, Kontakte herzustellen zwischen den an rundfunkökonomischen Themenstellungen interessierten Studenten der Universität Köln und den Anstalten, Unternehmen und Gremien des Rundfunksektors. Soweit es dabei um Fragestellungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks handelt, ist vor allem der Westdeutsche Rundfunk als in Köln ansässige und zugleich größte Landesrundfunkanstalt Deutschlands ein dem Institut besonders eng verbundener Ansprechpartner. Mit dieser Anstalt steht das Institut sowohl bezüglich mehrerer geplanter Forschungsvorhaben als auch verschiedener laufender Diplomarbeiten im Kontakt.

Wie bereits im letzten Tätigkeitsbericht beschrieben, wurden mittlerweile aber auch zu anderen in Köln ansässigen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern Kontakte aufgenommen, wobei sich das rundfunkökonomische Kolloquium, vor dem externe Praktiker zu aktuellen rundfunkökonomischen Fragen referieren (siehe Abschnitt 4), als besonders geeignete Veranstaltung erwiesen hat, solche Kontakte herzustellen. So haben in der Vergangenheit neben Mitarbeitern des Westdeutschen Rundfunks auch Mitarbeiter des Deutschlandfunks, von RTL, von SAT.1 und von VOX vor dem Kolloquium referiert. Mittlerweile haben Studierende des Instituts für Rundfunkökonomie zu sämtlichen dieser Häuser Verbindung hergestellt, etwa bezüglich einer erbetenen Beratung zu bearbeiteten Diplomarbeitsthemen oder zweck einer Verfügbarmachung von Datenmaterial.

Das Institut ist weiterhin bemüht, interessierten Studenten Praktikantenstellen im Rundfunksektor zu vermitteln. Die bereits im letzten Tätigkeitsbericht beschriebenen Kontakte konnten hierzu des öfteren genutzt werden. Das Institut würde begrüßen, wenn diese Kontakte erhalten und vertieft werden könnten und wenn weitere öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und private Rundfunkanbieter, die zur Einstellung von Praktikanten bereit sind, von sich aus Verbindungen zum Institut herstellen würden.

*Beginn:*

*Anfang 1993*

*Abschluß:*

*offen*



#### **8.4. Spezifikation praxisbezogener rundfunkökonomischer Ausbildungsinhalte in Zusammenarbeit mit öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern**

Im Zuge des weiteren Ausbaus des rundfunkökonomischen Lehrangebots wie auch im Bemühen um ein praxis- und zeitgerechtes Lehrangebot beabsichtigt das Institut, die in dieser Frage bisher eher unregelmäßigen und unsystematischen Kontakte zu den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern im Kölner Raum zu vertiefen und zu institutionalisieren. Ziel ist die Einrichtung eines regelmäßig zusammentreffenden Arbeitskreises, in dem das Institut zusammen mit von den Rundfunkanbietern benannten Mitarbeitern (etwa aus den an der innerbetrieblichen Ausbildung beteiligten Abteilungen wie auch aus Abteilungen, für die die Art und Qualität der rundfunkökonomischen Ausbildung besonders wichtig ist) die Inhalte der rundfunkökonomischen Ausbildung an der Universität zu Köln zu spezifizieren und ggf. zu aktualisieren.

Die Zusammenarbeit soll zum einen zu einer praxisgerechten Weiterentwicklung der Art und der Inhalte der verschiedenen universitären Lehrveranstaltungen des Instituts beitragen, zum anderen zur Entwicklung von Lehrmaterialien, mit denen das in der Praxis (etwa im Zuge innerbetrieblicher Ausbildungsmaßnahmen) erarbeitete Know-How in die Hochschulausbildung (und von dort zurück in die Praxis) transferiert werden kann.

*Geplanter Beginn:*

*Anfang 1995*

*Geplanter Abschluß:*

*offen*







## Anhang

### Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln

#### § 1 Institutszweck

Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln hat die Aufgabe, auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie Grundlagenforschung zu betreiben sowie die Anwendbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse in der Praxis zu untersuchen. Es soll gleichzeitig die Ausbildung der Studenten fördern. Die Ergebnisse stehen der Universität sowie den Mitgliedern des "Vereins zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" und gegebenenfalls der Öffentlichkeit zur Verfügung.

#### § 2 Sitz, Stellung

Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln hat seinen Sitz in Köln und ist in Lehre und Forschung der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät eingegliedert.

#### § 3 Institutsleitung

Die Direktoren des Instituts sind mindestens zwei von der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät zu benennende Universitätsprofessoren der Betriebs- und/oder Volkswirtschaftslehre der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln, in deren Zuständigkeitsbereich die Aufgaben des Instituts liegen. Die Direktoren regeln unter sich die Geschäftsführung des Instituts.

#### § 4 Institutsbeirat

Dem Institut für Rundfunkökonomie steht ein Beirat zur Seite. Er setzt sich zusammen aus:

1. dem Rektor der Universität zu Köln;
2. dem Vorsitzenden des Kuratoriums der Universität zu Köln;
3. dem Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln;
4. bis zu zehn vom Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie benannten Mitgliedern.

Der Beirat hat die Arbeit des Instituts in allen wichtigen Angelegenheiten zu unterstützen.

#### § 5 Tätigkeit des Beirats

Der Beirat tritt mindestens einmal jährlich zu einer Sitzung zusammen. Er nimmt den Tätigkeits- und Finanzbericht der Institutsdirektoren für das abgelaufene Geschäftsjahr entgegen, entlastet die Direktoren des Instituts, berät sie und übermittelt Anregungen, Wünsche und Vorschläge für die Tätigkeit des Instituts. Ihm steht das Recht zu, einen Wirtschaftsprüfer zu bestimmen, dem die Kassenprüfung des Instituts obliegt.

**§ 6 Förderverein**

Das Institut für Rundfunkökonomie wird vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" getragen. Eine Einflußnahme des Vereins auf die wissenschaftliche Arbeit des Instituts ist ausgeschlossen.

**§ 7 Institutspersonal**

Die im Institut beschäftigten wissenschaftlichen und sonstigen Mitarbeiter werden auf Vorschlag der Institutsdirektoren vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" angestellt. Das wissenschaftliche Personal muß den für vergleichbare Tätigkeiten in der Universität geltenden Anforderungen entsprechen.

**§ 8 Institutsauflösung**

Bei Auflösung des Instituts für Rundfunkökonomie fällt das gesamte Vermögen an die Universität zu Köln, die die Bücher-, Archiv- und Sammlungsbestände der weiteren Benutzung zugänglich zu machen hat.

**§ 9 Mitgliederversammlung**

Die Mitgliederversammlung findet mindestens einmal jährlich statt. Auf schriftlichen Antrag von mindestens fünf Mitgliedern hat der Vorstand jedoch innerhalb von vier Wochen eine außerordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen. Die Einladung zur Mitgliederversammlung erfolgt durch den Vorstand mindestens 14 Tage vor dem Termin der Versammlung. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden mit einfacher Mehrheit, Beschlüsse über Satzungsänderungen mit 2/3 Mehrheit gefaßt. Auch ohne Versammlung der Mitglieder ist ein Beschluß gefaßt, wenn 2/3 aller Mitglieder ihre Zustimmung schriftlich erteilen. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden in einfacher Schriftform protokolliert und vom Vorsitzenden und von einem von der Mitgliederversammlung zu bestimmenden Schriftführer unterzeichnet. Bei Beschlußfassung im Umlaufverfahren ist das Ergebnis den Mitgliedern mitzuteilen.

**§ 10 Auflösung des Vereins**

Über die Auflösung des Vereins beschließt eine ordnungsgemäß einberufene Mitgliederversammlung mit 2/3 Mehrheit sämtlicher Mitglieder. Sind weniger als 2/3 der Mitglieder anwesend, so kann erneut eine Mitgliederversammlung einberufen werden, die die Auflösung dann auch durch eine einfache Mehrheit der erschienenen Mitglieder beschließen kann. Das Vermögen des Vereins und die etwaigen Stiftungsmittel gehen im Fall der Auflösung des Vereins an die Universität zu Köln über, die diese Mittel unmittelbar und ausschließlich für gemeinnützige Zwecke zu verwenden hat.



**Satzung für den  
"Verein zur Förderung der Forschung  
auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V."**

**§ 1 Name, Sitz**

Der Verein führt den Namen "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie", nach Eintragung in das Vereinsregister, die alsbald erwirkt werden soll, mit dem Zusatz "eingetragener Verein (e.V.)". Er hat seinen Sitz in Köln.\*

**§ 2 Vereinszweck**

Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts "steuernbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung. Er hat den Zweck, die Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln zu fördern und insbesondere das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln bei der Durchführung seiner Aufgaben zu unterstützen. Der Satzungszweck wird vor allem verwirklicht durch die Unterstützung des Instituts bei der Durchführung von praxisbezogenen Forschungsobjekten zu aktuellen volks- und betriebswirtschaftlichen Fragen des Rundfunkwesens sowie bei der Abhaltung wissenschaftlicher Veranstaltungen. Die Förderung soll neben der Bereitstellung finanzieller Mittel auch dadurch erfolgen, daß einzelne Vereinsmitglieder dem Institut ihr fachliches Wissen und ihre praktische Erfahrung zur Verfügung stellen. Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsgemäßen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder dürfen keine Gewinnanteile und in ihrer Eigenschaft als Mitglieder auch keine sonstigen Zuwendungen aus Vereinsmitteln erhalten. Der Verein darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigen. Das Institut für Rundfunkökonomie wird den Mitgliedern die Ergebnisse seiner wissenschaftlichen Arbeit zur Kenntnis bringen.

**§ 3 Geschäftsjahr**

Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

**§ 4 Erwerb und Beendigung der Mitgliedschaft**

Mitglieder des Vereins können öffentlich-rechtliche Körperschaften oder Anstalten, Unternehmen und Verbände sowie Einzelpersonen werden. Die Mitgliedschaft wird durch Anmeldung beim Vorstand erworben, der über die Aufnahme entscheidet. Die Mitgliedschaft erlischt durch schriftliche Abmeldung, die dem Vorstand drei Monate vor Ablauf des Vereinsjahres einzureichen ist.

**§ 5 Beiträge**

Die Höhe des jährlichen Mitgliedsbeitrages wird durch Vereinbarung mit dem Vorstand festgelegt. Der Mindestbeitrag wird durch die Mitgliederversammlung im Einvernehmen mit dem Vorstand festgelegt. Die Einzahlung des Mitgliedsbeitrages ist bis zum 15. April jeden Jahres vorzunehmen. Im laufenden Jahr nicht verausgabte Beiträge werden zur Erfüllung des Vereinszweckes auf neue Rechnung vorgetragen.

---

\* Die Eintragung ins Vereinsregister ist mittlerweile erfolgt beim Amtsgericht Köln unter der Nr. 10457



## § 6 Organe des Vereins

Organe des Vereins sind der Vorstand und die Mitgliederversammlung.

## § 7 Vorstand

Die Vertretung des Vereins obliegt dem Vorstand, der aus dem Vorsitzenden und bis zu fünf Mitgliedern besteht und alle drei Jahre von der Mitgliederversammlung gewählt wird. Je zwei Vorstandsmitglieder sind zur Vertretung des Vereins berechtigt.

## § 8 Beirat

Dem Institut für Rundfunkökonomie steht ein Beirat zur Seite. Er setzt sich zusammen aus:

1. dem Rektor der Universität zu Köln;
2. dem Vorsitzenden des Kuratoriums der Universität zu Köln;
3. dem Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln;
4. bis zu zehn vom Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie benannten Mitgliedern.

Der Beirat soll mindestens einmal jährlich zusammentreten. Er hat den Vorstand in allen wichtigen Angelegenheiten zu unterstützen.

## § 9 Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung findet mindestens einmal jährlich statt. Auf schriftlichen Antrag von mindestens 25 % der Mitglieder hat der Vorstand jedoch innerhalb von vier Wochen eine außerordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen. Die Einladung zur Mitgliederversammlung erfolgt schriftlich durch den Vorstand mindestens 14 Tage vor dem Termin der Versammlung. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden mit einfacher Mehrheit, Beschlüsse über Satzungsänderungen mit 2/3 Mehrheit gefaßt. Auch ohne Versammlung der Mitglieder ist ein Beschluß gefaßt, wenn 2/3 aller Mitglieder ihre Zustimmung schriftlich erteilen. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden in einfacher Schriftform protokolliert und vom Vorsitzenden und von einem von der Mitgliederversammlung zu bestimmenden Schriftführer unterzeichnet. Bei Beschlußfassung im Umlaufverfahren ist das Ergebnis den Mitgliedern mitzuteilen.

## § 10 Auflösung des Vereins

Über die Auflösung des Vereins beschließt eine ordnungsgemäß einberufene Mitgliederversammlung mit 2/3 Mehrheit sämtlicher Mitglieder. Sind weniger als 2/3 der Mitglieder anwesend, so kann erneut eine Mitgliederversammlung einberufen werden, die die Auflösung dann auch durch eine einfache Mehrheit der erschienenen Mitglieder beschließen kann. Das Vermögen des Vereins und die etwaigen Stiftungsmittel gehen im Fall der Auflösung des Vereins oder bei Wegfall steuerbegünstigter Zwecke an die Universität zu Köln über, die diese Mittel unmittelbar und ausschließlich für gemeinnützige Zwecke zu verwenden hat.

Satzung vom 25. 9. 1990, notariell geändert am 3. 1. 1995



An den Vorstand des Vereins  
zur Förderung der Forschung  
auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V.  
Appellhofplatz 1  
**50667 Köln**

**Antrag auf Mitgliedschaft  
im Verein zur Förderung der Forschung  
auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V.**

Hiermit bitte ich um die Mitgliedschaft im Verein zur Förderung der Forschung  
auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V. zum (Datum) \_\_\_\_\_ .

Ich möchte beitreten als

\_\_\_ Privatperson: (Name, Anschrift) \_\_\_\_\_

\_\_\_ Institution: (Name, Anschrift): \_\_\_\_\_

Ich möchte einen jährlichen Mitgliedsbeitrag in Höhe von DM \_\_\_\_\_  
(Mindestbeitrag für Privatpersonen 25,-- DM, für Institutionen 100,-- DM) ent-  
richten. Den Betrag überweise ich unter Angabe des Zahlungszwecks und Bei-  
tragszeitraums auf das Konto Nr. 20 30 21 70 bei der Sparkasse der Stadt Köln  
(BLZ 370 501 98).

Die Einladungen zur Jahrestagung des Vereins in Köln, die Mitteilungen über  
Veranstaltungen des Instituts für Rundfunkökonomie und die kostenlosen Insti-  
tutsveröffentlichungen senden Sie bitte an

\_\_\_ obige Anschrift

\_\_\_ folgende Anschrift:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ort

\_\_\_\_\_  
Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift





## DRUCKSACHE

Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln  
Hohenstaufenring 57a  
50674 Köln

### BESTELLUNG

Anzahl	Autor/Titel	Einzel- Preis	Gesamt- Preis
_____	Grätz: Zur Zahl und Abgrenzung...	5,--	_____
_____	Kops/Hansmeyer: Zur ökonomischen Begründung ...	20,--	_____
_____	Geschäftsbericht 1991 - 1992 des Instituts	10,--	_____
_____	Heimlich: Begründung u. Ausgestaltung ...	5,--	_____
_____	Droste: Komplementäre oder substitutive ...	15,--	_____
_____	Oltmanns: Das öffentlich-rechtliche TV-Angebot ...	15,--	_____
_____	Institut f. Rundfunkökonomie (Hrsg.): Controlling ...	25,--	_____
_____	Pagenstedt/Schwertzel: Controlling ...	5,--	_____
_____	Hansmeyer/Kops/Schwertzel: Perspektiven ...	5,--	_____
_____	Dörr: Das Verfahren zur Bemessung der RF-Gebühr...	7,--	_____
_____	Grätz: Aufgaben der Rundfunkräte	5,--	_____
_____	Holtmann: Kommunikationspolitik ...	15,--	_____
_____	Muck: Regulierungsbedarf der Hörfunk-Übertragung	15,--	_____
_____	Kantimm: Spartenrundfunkveranstalter in Europa	15,--	_____
_____	Wurth: Programmstruktureffekte alternativer...	15,--	_____
_____	Fahle: Vermarktung von Werbezeiten	15,--	_____
_____	Marmor: Kooperationen im öffentl.-rechtl. Rundfunk	5,--	_____
_____	Conrad: Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühr	5,--	_____
_____	Kops: Indexierung der Rundfunkgebühr	15,--	_____
_____	Kops: Ökonomische Definition des Programmauftrags	12,--	_____
_____	Kops: Finanzierung des öffentlich-rechtl. Rundfunks	15,--	_____
_____	Dörr: Rundfunkrechtliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils	5,--	_____
_____	Seidel: Ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils	7,--	_____
_____	Kleine-Erfkamp: Terrestrische Verbreitung von Fernsehprogrammen	20,--	_____
_____	Adelt: Künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	7,--	_____
_____	Kresse: Rundfunkrechtliche Beurteilung des Gebührenurteils	10,--	_____
_____	Grätz: Probleme der politischen Umsetzung des Gebührenurteils	7,--	_____
_____	Institut für Rundfunkökonomie: Tätigkeitsbericht 1993 - 1994	20,--	_____
Summe für die bestellten Publikationen insgesamt:			_____
zuzüglich 5,-- DM Versandkostenpauschale:			5,--
Summe incl. Versandkostenpauschale:			_____

Den Gesamtbetrag in Höhe von DM: \_\_\_\_\_  
habe ich am (Datum) \_\_\_\_\_ auf das Konto 20 30 21 70 bei der Sparkasse  
der Stadt Köln (BLZ 370 501 98), überwiesen.

Rechnung und Lieferung bitte an umseitige Anschrift:

b.w.

---

---

---

---

---

---

-----

Ort

-----

Datum

-----

Unterschrift





ISBN 3-930788-17-9