

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

**Hans Rütten**

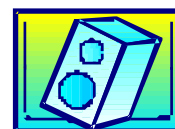
**Strategische Überlegungen der Anteilseigner  
lokaler Hörfunk- und Fernsehprogramme**

**Reihe Arbeitspapiere**

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

**Nr. 53/1996**

**Köln, im Mai 1996**



**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 3-930788-42-X

Schutzgebühr 5,-- DM

## Hans Rütten

### Strategische Überlegungen der Anteilseigner lokaler Hörfunk- und Fernsehprogramme\*

1. Wenn schon Privatfunk in NRW, dann nur mit den Zeitungen.....2
2. Eigene Profit-Center oder Verlagsdienstleistungen .....3
3. Rahmenprogramm mit oder ohne WDR? .....4
4. Verkauf über "Kombis" ankurbeln .....6
5. Zwei-Säulen-Modell auf dem Prüfstand .....6
6. Lokalfernsehen - ein Medium der Zukunft? .....8

---

\* Überarbeitete Fassung eines Vortrages, den der Autor, Geschäftsführer der Westfunk GmbH & Co. KG, Essen, am 6. 5. 1996 vor dem "Rundfunkökonomischen Kolloquium" des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln gehalten hat.



## 1. Wenn schon Privatfunk in NRW, dann nur mit den Zeitungen

Um die heutige Situation im nordrhein-westfälischen Medienmarkt mit Blick auf lokale Hörfunk- und Fernsehprogramme bewerten zu können, muß die Ausgangssituation in den Jahren 1985/86 betrachtet werden. Die Grundsatzentscheidung, neben dem öffentlich-rechtlichen Westdeutschen Rundfunk mit seinen damals vier Hörfunkprogrammen ein privatrechtlich strukturiertes Programm zu installieren, war damals bereits gefallen. Nun ging es um die Entscheidung, sollte es ein landesweites Programm mit sogenannten lokalen "Fenstern" sein oder ein miteinander verbundenes System lokaler Radioprogramme.

Doch ehe die Politik für das eine und damit gegen das andere System votieren konnte, mußten weitere Probleme aus dem Weg geräumt werden. Die nordrhein-westfälischen Zeitungsverleger sahen im Bereich der Printwerbung ihren Markt gefährdet und wollten zukünftig am privaten Hörfunk in ihrem Bundesland beteiligt werden. Dieser Vorgehensweise stand allerdings ein Urteil des Bundesverfassungsgerichtes entgegen, in dem den sogenannten "Doppel-Monopolen" eine klare Absage erteilt worden war.

In diesem Spagat schlug die Geburtsstunde des auch heute immer noch heftig diskutierten "Zwei-Säulen-Modells". Da sich das zitierte Urteil in seinen wesentlichen Argumenten auf die publizistischen Aspekte der Monopolbildung konzentriert hatte, mußte es darum gehen, den Zeitungsverlagen die Möglichkeit zu eröffnen, am Privatfunk in Nordrhein-Westfalen beteiligt zu werden, ohne jedoch Einfluß auf redaktionelle Inhalte der Programme ausüben zu können. Hier schien das "Zwei-Säulen-Modell" als einzig praktikable Variante alle Interessierten zufriedenzustellen.

Die Veranstaltergemeinschaft sollte für das gesamte redaktionelle Programm verantwortlich sein, allein für die Einstellung des redaktionellen Personals und außerdem die rundfunkrechtliche Gesamtverantwortung übernehmen. "Pluralistisch" sollten die Veranstaltergemeinschaften zusammengesetzt werden, Vertreter aller "gesellschaftlich relevanten Gruppen" sollten Sitz und Stimme in diesem Gremium bekommen. Rundfunkspezifische Professionalität hatte der Gesetzgeber mit seinen Vorschriften allerdings nicht erreichen können.

Der Betriebsgesellschaft wurde die Zuständigkeit für die Werbung, die Gesamtfinanzierung, die Technik und die nötige Administration zugesprochen. In diesem Bereich erhielten die Zeitungsverlage das sogenannte "Presse-Privileg", dies bedeutet, daß ein Zeitungsverlag, der im entsprechenden Verbreitungsgebiet eine Lokalzeitung herausgibt, die Option auf bis zu 75 Prozent der



Gesellschaftsanteile an der Betriebsgesellschaft bekommen sollte. Die übrigen 25 Prozent sollten an kommunale Anteilseigner gehen.

Heute - sechs Jahre nach dem Sendestart der nordrhein-westfälischen Lokalradios - sieht die Wirklichkeit in manchen Verbreitungsgebieten anders aus. Die notorisch finanzschwachen Kommunen und Kreisen konnten - in manchen Fällen wollten - viele der nötigen Kapitalerhöhungen nicht mitvollziehen, so daß den Zeitungsverlagen nichts übrig blieb, als die dringend benötigten Mittel selbst einzuschießen. Um die gesetzlich verankerten Mehrheitsverhältnisse in den Gesellschaften nicht zu verschieben, wurden die entsprechenden Anteile dann einem Treuhänder übertragen, der anschließend mit einem Mehrheitsbeschluß der Gesellschafter stimmrechtslos gestellt wurde.

## **2. Eigene Profit-Center oder Verlagsdienstleistungen**

Zurück zu den Anfängen. Für die beteiligten Zeitungsverlage stellte sich zunächst die Frage, ob sie ihre Rundfunkbeteiligungen in die Verlagsarbeit einfließen lassen oder stattdessen eigene Profit-Center bilden sollten. Man entschied sich landesweit für die zweite Lösung.

Eigene Profit-Center bieten den deutlichen Vorteil einer größeren Transparenz (ich komme auf diesen wichtigen Punkt später ausführlich zurück); sie gestatten außerdem klarere Abgrenzungsmöglichkeiten. Zudem sah man bereits in den "Kinderjahren" des nordrhein-westfälischen Privatfunks die Notwendigkeit, sich möglichst bald einer zusätzlichen Service-Gesellschaft zu bedienen. So konnten deutliche Synergie-Effekte erreicht werden, die in vielen Bereichen den einzelnen Gesellschaften überhaupt erst zum wirtschaftlichen Erfolg verhalfen.

Grundlage aller Kostenschätzungen waren in Nordrhein-Westfalen zunächst die Werte, die in einem später wirklich legendären Werk der Landesanstalt für Rundfunk (LfR) zusammengefaßt waren: Die grüne Broschüre. Für viele die Bibel, für andere die Auflistung des betriebswirtschaftlichen Schwachsinn, wurde dieses rund 80 Seiten starke Werk zunächst zum Leitfaden aller Diskussionen. Hierin waren die Eckdaten zusammengestellt. Die Anzahl der lokalen Sendestunden, die Zahl der benötigten Redakteure, deren Gehälter, die Technik-Investitionen ebenso wie die Vorlaufkosten im Marketing- und Verwaltungsbereich, mit einem Wort ein erster - wenn auch grober - Stellen- und Wirtschaftsplan für die neuen Lokalradios.

Hätte man sich gleich auf die in der Broschüre genannten Daten und Zahlen zwischen den Veranstaltergemeinschaften und den Betriebsgesellschaften ge-



einigt, so wäre manchem Sender in Nordrhein-Westfalen schon bald das Licht ausgeblasen worden, so unrealistisch waren diese Forderungen mit Blick auf die spezifischen Gegebenheiten in den einzelnen Verbreitungsgebieten. Es ist eben doch etwas anderes, Radio für Großstädte wie Köln und Dortmund zu machen oder ein Programm für den Hochsauerlandkreis oder den Landkreis Heinsberg. Aus dieser Differenzierung heraus sahen sich dann natürlich einige Veranstaltergemeinschaften urplötzlich in die Lage versetzt, mit deutlich erhöhten Forderungen an die Betriebsgesellschaften heranzutreten. Als Druckmittel half in manchen Fällen die Erklärung, erst dann auf Sendung zu gehen, wenn die Forderungen erfüllt würden.

### **3. Rahmenprogramm mit oder ohne WDR?**

Parallel zu diesen Gesprächen liefen die Verhandlungen über die Installation eines Rahmenprogramms, das alle Zeiten, in denen die Lokalstationen nicht selbst das Programm gestalten, auffüllen sollte. Dabei gab es zahlreiche strategische Überlegungen zu berücksichtigen.

So mußte unbedingt dafür gesorgt werden, daß eine landesweit einheitliche Musikkarte zur Verfügung stehen würde. Nur durch ein solches professionelles Instrumentarium konnte gewährleistet werden, daß eine Vermarktung über das gesamte Nielsen-II-Gebiet stattfindet. Die hieraus resultierende "Vertriebsprovision" ist für die meisten Lokalradios heute einer der wichtigsten Faktoren des wirtschaftlichen Überlebens.

Besonders intensiv wurde seinerzeit darüber diskutiert, ob man den Westdeutschen Rundfunk als Gesellschafter bei radio NRW zulassen sollte. Nach meiner Auffassung war es absolut richtig, den WDR mit ins Boot zu nehmen, radio NRW hatte es dadurch in der Startphase wesentlich leichter, hoffähig zu werden, Widerstände auf dem für dieses Unternehmen neuen Markt zu überwinden.

Heute stellt sich diese Situation völlig anders dar. Der WDR wird zunehmend zum ungeliebten Partner. Der WDR hat den Wettbewerb mit den Lokalradios in voller Schärfe aufgenommen und ist heute privater als jeder Private in Nordrhein-Westfalen. Da mag sich WDR-Intendant Pleitgen in seinen öffentlichen Erklärungen noch so sehr mühen und pausenlos erklären, daß er lediglich ein "geregeltes Nebeneinander" wolle. Fakt ist und bleibt, daß der WDR mit seinen gesamten Ressourcen, zu denen die Gebühren in dreistelliger Millionenhöhe beitragen, auf dem Weg ist, den Werbemarkt abzuschöpfen, wo immer es mög-



lich ist. Dabei geht man auch den Diskussionen über Programmauftrag und gesetzlicher Grundversorgungspflicht nicht aus dem Weg. Als Beispiel müssen dann Sendungen zu wichtigen und brisanten Themen herhalten, die ganz sicher professionell und zum Teil journalistisch brillant aufbereitet sind.

Allein eine Tatsache möchte man beim WDR sehr gerne unter den Teppich gekehrt wissen. Solche Themen erscheinen heute nicht mehr in den Prime-Times, sondern spätabends, wenn man die Radio-Hörer im Land auch gut und gerne per Handschlag persönlich begrüßen könnte. Stattdessen präsentiert das "Informations-Flaggschiff des WDR", nämlich WDR 2, am frühen Vormittag Spargel-Rezepte aus den Regionen. So geht's auch.

Es wäre unter vielen Aspekten sinnvoll, darüber zu diskutieren, ob es dem WDR und seinem Programmauftrag nicht näherliegen würde, wenn er sich aus den Gebühren finanziert und die Einnahmen aus der Werbung den Privaten überläßt. Eine Alternative hierzu wäre der Rückzug aus radio NRW, wobei eine dem gesetzlichen Auftrag gemäße Gestaltung der Strukturen und Formate seiner Programm hier eine unverzichtbare Voraussetzung ist.

Der aktuellen Konkurrenzsituation zuzuschreiben ist sicher auch die zur Zeit erneut aufkommende Diskussion über den Zuschnitt der einzelnen Verbreitungsgebiete. In der Gründungsphase der nordrhein-westfälischen Lokalradios hat es langanhaltende Auseinandersetzungen gegeben, ehe mit der Formel "Cuius Regio - Euius Radio" endlich die Basis für eine Verständigung gefunden war. Zunächst sollte jeder Kreis oder jede kreisfreie Stadt mit mehr als 600.000 Einwohner ein eigenes Lokalradio erhalten, später einigte man sich auf 400.000 Einwohner, Realität ist heute, daß es auch Radios in Städten und Landkreisen mit rund 200.000 Einwohnern gibt. Ich denke, daß ich Ihnen nicht erklären muß, um wieviel eine erfolgreiche Vermarktung schwieriger wird, je kleiner die Verbreitungsgebiete werden.

#### **4. Verkauf über "Kombis" ankurbeln**

Was folgte, war logisch und konsequent. Um in Wirtschaftsräumen arbeiten zu können, die den Werbetreibenden und den Agenturen vom Zuschnitt her ein Angebot machten, das ihren Ansprüchen entgegenkam, wurden den Kunden zunehmend "Kombinationsangebote" gemacht. Hier können geschlossene Wirtschaftsräume gebucht werden, ohne daß für jeden einzelnen Sender detaillierte Gespräche geführt werden müssen. Eine "Kopfstelle" bearbeitet die Wünsche der Kunden und kann über die zentralen Dispositionsmöglichkeiten sofort



Auskunft darüber geben, ob man diese Wünsche auch realisieren kann. Dieses System funktioniert umso besser, als es in ganz Nordrhein-Westfalen nur ganze zwei Stationen gibt, die als "Einzelkämpfer" arbeiten. Dies bedeutet, alle übrigen 43 Sender gehören zu Verbundsystemen, in denen ein Zeitungsverlag mehrere Lokalradios betreibt. Selbst die beiden "Solisten" im Chor der Lokalfunker haben mittlerweile über sogenannte "Kollegen-Kombis" den Anschluß an größere Einheiten im Bereich der Vermarktung gefunden. Die "Zentralen" der Service-Gesellschaften sitzen in Bielefeld, Münster, Dortmund, Essen, Düsseldorf und Köln.

## 5. Zwei-Säulen-Modell auf dem Prüfstand

Die Rahmenbedingungen für das Lokalradio sind somit aufgezeigt. Es gilt nun, die heutige, aktuelle Situation einer kritischen Überprüfung zu unterziehen. Der Blick muß in diesem Zusammenhang vor allem darauf gerichtet werden, ob sich das Verhältnis zwischen Kosten und Erlösen in den Einzelgesellschaften auf einem vertretbaren Niveau bewegt. Gleichzeitig müssen sich Verlage, die an mehreren Radio-Gesellschaften beteiligt sind, Gedanken darüber machen, ob sich ihr Engagement im Radiobereich insgesamt rechnet.

Seit einigen Monaten macht das Zitat von der "Drei-Klassen-Gesellschaft" im nordrhein-westfälischen Lokalradio-System die Runde. Ein Drittel aller Sender sei in einer wirtschaftlich guten Situation und könne bereits Gewinne verbuchen (oder sei zumindest kurz davor). Bei einem weiteren Drittel der Sender sei zur Zeit nicht abzusehen, ob sie es schaffen könnten, rentabel zu arbeiten, eine Chance gibt man diesen Sendern auf jeden Fall. Schließlich folgt das Drittel, dem eben jene Chance nicht zugeschrieben wird. Sie werden - nach den heutigen Erkenntnissen - nicht in der Lage sein, jemals profitabel zu wirtschaften.

Wo liegen die Gründe? Zum einen ist der Gesamt-Hörfunkmarkt in der Bundesrepublik zur Zeit rückläufig, wir verlieren gegenüber dem Vorjahr etwa drei Prozent bundesweit. Diese Entwicklung wird sich - so erklären momentan die Experten - frühestens im Jahr 1998 wieder umkehren. Der wesentlich wichtigere Grund für die Misere in einem Drittel aller Lokalradios ist aber die ungünstige Kostenstruktur. Dies muß man doch ändern können, wird jeder einigermaßen vernünftige Kaufmann an dieser Stelle konstatieren. Das stimmt - aber nicht im nordrhein-westfälischen Zwei-Säulen-Modell". Hier gilt per Gesetz eine andere Voraussetzung. Das Landesrundfunkgesetz NRW sagt nämlich, daß Betriebsgesellschaft und Veranstaltergemeinschaft jeweils bis zum Ende November des laufenden Jahres den Stellen- und Wirtschaftsplan für das neue Jahr





auszuhandeln haben. Kommt eine Einigung nicht zustande, so gilt automatisch die sogenannte "Zwölftel-Regelung". Das bedeutet, für jeden Monat des neuen Jahres steht der Veranstaltergemeinschaft automatisch ein Zwölftel des Vorjahres-Etats zur Verfügung. Konsequenz zu Ende gedacht stehen wir vor der Tatsache, daß eine Etat-Reduzierung nur dann möglich ist, wenn die Veranstaltergemeinschaft einer solchen Maßnahme zustimmt. Die Wahrscheinlichkeit dieses Falles ist - vorsichtig formuliert - nicht sehr hoch.

Wir sind hier an einer Stelle angekommen, in der die Entwicklungen der Vergangenheit mit den aktuellen Ereignissen tangieren. Während es mancher Veranstaltergemeinschaft vor sechs oder sieben Jahren gelungen ist, ihre Betriebsgesellschaft zur Bereitstellung sehr hoher Etats zu bewegen, steht man heute vor dem Ergebnis dieser Entwicklungen. Kosten und Erlöse laufen in einer derart dramatischen Weise auseinander, daß innerhalb kürzester Zeit Veränderungen herbeigeführt werden müssen.

So kam es vor wenigen Wochen dazu, daß wir acht unserer Veranstaltergemeinschaften angeschrieben haben, um sie davon zu unterrichten, daß wir als Betriebsgesellschaft einen gesetzlich vorgesehenen Weg einschlagen wollen, um diese Radios auf Dauer doch noch retten zu können. Wir haben die Landesanstalt für Rundfunk über die wirtschaftliche Situation der einzelnen Gesellschaften ausführlich informiert und sie um Schlichtung in diesem Verfahren gebeten. Zuvor waren zahlreiche Gespräche mit den Veranstaltergemeinschaften nicht erfolgreich gewesen, als es darum ging, die Etats der Sender deutlich zu reduzieren. Zwischenzeitlich sind unabhängige Wirtschaftsprüfungsunternehmen an die Arbeit gegangen, um anhand eines umfangreichen Fragen-Katalogs Historie und aktuelle Situation der Sender zu analysieren. Wir haben bereits vorab erklärt, daß wir als letzten Schritt die Verträge mit den Veranstaltergemeinschaften aufkündigen werden, wenn es keine einvernehmliche Lösung mit einem wirtschaftlich vertretbaren Ergebnis geben sollte.

## **6. Lokalfernsehen - ein Medium der Zukunft?**

Lassen Sie mich zum Schluß noch einen kurzen Blick auf die aktuelle Lage zum Thema "Lokalfernsehen" werfen. Es gibt in diesem Zusammenhang deutliche Parallelen mit der Entwicklung im Bereich des Lokalradios. Auch heute stehen die Zeitungsverleger wieder in der Situation, entweder fremde Konkurrenz in ihre ureigenen Märkte einzuladen, oder sich aber selbst an diesem neuen Medium zu beteiligen.



Was tut man in einer solchen Lage? Man beauftragt einen Gutachter. Der Verband Rheinisch-Westfälischer Zeitungsverleger hat dies getan. Man wollte explizit wissen, ob sich in Nordrhein-Westfalen lokales werbefinanziertes Fernsehen rechnen würde, wenn ja - an welchen Standorten und unter welchen Voraussetzungen. Zeitgleich gab es einen Gutachter-Auftrag des Deutschen Gewerkschaftsbundes mit der gleichen Fragestellung. Und es geschah genau das, mit dem wirklich niemand gerechnet hatte. Beide Gutachten erklärten übereinstimmend, daß ein lokales werbefinanziertes Fernseh-Programm jährlich mindestens über rund zwölf Millionen Mark Werbeeinnahmen erreichen müßte, um auf die Dauer von zehn Jahren rentabel zu arbeiten. In NRW würde sich dieses Modell an höchstens einem Standort rechnen, nämlich in Köln, wenn man hier noch das gesamte Umfeld so mit einbeziehen würde, daß mindestens 1,5 Millionen Menschen technisch erreichbar sein würden.

So bleibt lediglich die Initiative des WDR, der zunächst an elf Standorten in NRW mit einem neuen werbefreien "Metropolen-Fernsehen" im Oktober des vergangenen Jahres beginnen wollte. Alle Aktivitäten wurden auf 1996 verschoben, mittlerweile gibt es zu den bestehenden Fensterprogrammen drei zusätzliche Angebote, an eine weitere Ausweitung denkt man derzeit beim Westdeutschen Rundfunk nicht.





In der Reihe  
"Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie"  
sind bisher erschienen:

**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 Ausge-  
staltung einer föderalen Rundfunkordnung  
Köln, im Februar 1993, 3. Aufl. 1996,  
ISBN 3-930788-00-4  
140 + XII Seiten, Schutzgebühr 20,- 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  
vergriffen

**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 Beziehun-  
gen zwischen Rundfunk und Printmedien  
Köln, im Nov. 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 Nov. 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 Dez. 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 Kommunika-  
tionspolitik 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 entstehen-  
de 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 Sept. 1994, ISBN 3-930788-02-0  
VI + 102, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 16/95**

Robert Fahle:  
Ausrichtung der Programmgestaltung von öffentlich-rechtl. und privaten TV-Anbietern auf die Vermarktung von Werbezeiten  
Köln, im Dez. 1994, ISBN 3-930788-07-1  
X + ca. 90 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 17/94**

Lutz Marmor:  
Kooperation zwischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten  
Köln, im Dez. 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 Dez. 1994, ISBN 3-930788-03-9  
11 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM;  
vergriffen; als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 19/94**

Manfred Kops:  
Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühr  
Köln, im Dez. 1994, ISBN 3-930788-04-7  
VII + 107 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM  
vergriffen; als Band II der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 20/94**

Manfred Kops:  
Eine ökonomische Definition d. Programmauftrags des öffentlich-rechtl. Rundfunks  
Köln, im Dez. 1994, ISBN 3-930788-09-8  
VIII + 80 Seiten, Schutzgebühr 12,-- DM  
vergriffen, Neuauflage in Vorbereitung

**Heft 21/94**

Manfred Kops:  
Finanzwissenschaftliche Grundsätze einer Finanzierung des öff.-rechtl. Rundfunks  
Köln, im Dez. 1994, ISBN 3-930788-10-1  
VIII + 120 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM  
vergriffen, Neuauflage in Vorbereitung

**Heft 22/95**

Dieter Dörr:  
Eine rundfunkrechtliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung  
Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-12-8  
8 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 23/95**

Norbert Seidel:  
Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils z. Gebührenbemessung  
Köln, im Jan. 1995, ISBN 3-930788-11-X  
18 Seiten, Schutzgebühr 7,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**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  
147 + VI 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  
vergriffen; als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**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  
vergriffen; als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**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  
vergriffen; als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 28/95**

Institut für Rundfunkökonomie (Hrsg.):  
Tätigkeitsbericht für 1993 und 1994  
Köln, im Januar 1995, ISBN 3-930788-17-9  
20 Seiten, Schutzgebühr 20,-- DM

**Heft 29/95**

Manfred Kops:  
Darstellung und Systematisierung der Vorschläge zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks,  
2. Aufl., Köln, Nov. 1995,  
ISBN 3-930788-18-7  
IV + 123 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 30/95**

Andreas Kamps:  
Prozesskostenrechnung im WDR - Einsatzmöglichkeiten und Grenzen, dargestellt am Beispiel des Filmarchivs  
Köln, im Mai 1995, ISBN 3-930788-19-5  
6 + 91 Seiten, Schutzgebühr 13,-- DM

**Heft 31/95**

Manfred Kops:  
Ökonomische Beurteilung einer Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
Köln, im Juni 1995, ISBN 3-930788-20-9  
I + 22 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 32/95**

Ralf Groth/Georg Pagenstedt:  
Neue Formen der Finanzierung für private Fernsehanbieter  
Köln, im März 1995, ISBN 3-930788-21-7  
15 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 33/95**

Manfred Kops:  
Ökonomische Kriterien zur Beurteilung der Organisationsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
Köln, im Juni 1995, ISBN 3-930788-22-5  
ca. 70 Seiten, Schutzgebühr 15,-- DM

**Heft 34/95**

Ernst Elitz:  
Chancen und Probleme einer Fusionierung von Rundfunkanstalten - Das Beispiel DeutschlandRadio  
Köln, im Juni 1995, ISBN 3-930788-23-3  
27 Seiten, Schutzgebühr 8,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 35/95**

Manfred Buchwald  
Die Fusion von Landesrundfunkanstalten - eine Bewertung aus Sicht des Saarländischen Rundfunks  
Köln, im Juli 1995, ISBN 3-930788-24-1  
10 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 36/95**

Günter Struve  
Notwendigkeit und Möglichkeiten einer Verbesserung der Organisationsstruktur d. ARD  
Köln, im Juni 1995, ISBN 3-930788-25-X  
13 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie im Buchhandel erhältlich

**Heft 37/95**

Reinhard Grätz  
Die Willensbildung in der ARD - eine kritische Darstellung  
Köln, im Juni 1995, ISBN 3-930788-26-8  
20 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 38/95**

Manfred Kops  
Die Willensbildung in der ARD -  
eine ökonomische Beurteilung  
Köln, im August 1995, ISBN 3-930788-27-6  
ca. 50 Seiten, Schutzgebühr 10,-- DM  
vergriffen, Neuauflage in Vorbereitung

**Heft 39/95**

Martin Gläser  
Alternative Modelle zur Neuordnung  
des Rundfunks im Südwesten  
Köln, im Sept. 1995, ISBN 3-930788-26-4  
8 + I Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schrif-  
ten zur Rundfunkökonomie im Buchhandel  
erhältlich

**Heft 40/95**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Hinweise zum Studium der Rundfunk-  
ökonomie an der Universität zu Köln  
Köln, im Juni 1995, ISBN 3-930788-29-2  
20 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM

**Heft 41/95**

Manfred Kops  
Perspektiven einer rundfunkspezifischen  
Theorie des Finanzausgleichs  
Köln, im Juli 1995, ISBN 3-930788-30-6  
44 + I Seiten, Schutzgebühr 8,-- DM

**Heft 42/95**

Ruth Hieronymi  
Brauchen wir ARD und ZDF?  
Positionen der CDU zur Strukturreform des  
öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
Köln, im August 1995, ISBN 3-930788-31-4  
8 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schrif-  
ten zur Rundfunkökonomie im Buchhandel  
erhältlich

**Heft 43/95**

Manfred Kops  
Strukturreform und Vielfalt des öffentlich-  
rechtlichen Rundfunkangebots  
Köln, im Okt. 1995, ISBN 3-930788-32-2  
79 + III Seiten, Schutzgebühr 12,-- DM

**Heft 44/95**

**Michael Holthaus**  
Realisationschancen für Lokales Fernsehen  
am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberech-  
nung für ausgewählte Gebiete Nordrhein-  
Westfalens,  
Köln, im Sept. 1995, ISBN 3-930788-33-0  
78 + 50 Seiten, Schutzgebühr 20,-- DM

**Heft 45/95**

Reinhard Klimmt  
Brauchen wir ARD und ZDF?  
Positionen der SPD zur Strukturreform des  
öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
Köln, im Oktober 1995, ISBN 3-930788-34-9  
10 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schrif-  
ten zur Rundfunkökonomie im Buchhandel  
erhältlich

**Heft 46/95**

Reinhard Grätz  
Zur regionalen Abgrenzung der Landesrund-  
funkanstalten in Deutschland  
Köln, im Okt. 1995, ISBN 3-930788-35-7  
19 Seiten, Schutzgebühr 6,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schrif-  
ten zur Rundfunkökonomie im Buchhandel  
erhältlich

**Heft 47/95**

Hermann Fünfgeld  
Ein Zwischenruf zur Neuordnungsdiskussion  
im Südwesten  
Köln, im Nov. 1995, ISBN 3-930788-36-5  
12 Seiten, Schutzgebühr 5,-- DM  
vergriffen; als Beitrag in Band III der Schrif-  
ten zur Rundfunkökonomie im Buchhandel  
erhältlich

**Heft 48/95**

Karl-Heinrich Hansmeyer  
Der Wandel des öffentlich-rechtlichen  
Rundfunks vom gruppenspezifischen zum  
kollektiven Gut  
Köln, im Dez. 1995, ISBN 3-930788-37-3  
23 Seiten, Schutzgebühr 6,-- DM

**Heft 49/95**

Kerstin Föll  
Corporate Identity bei öffentlich-rechtlichen  
Rundfunkanstalten  
Köln, im Dez. 1995, ISBN 3-930788-38-1  
VIII + 144 Seiten, Schutzgebühr 22,-- DM

**Die Arbeitspapiere können mit dem  
umseitigen Formular bestellt werden!**



## DRUCKSACHE

Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln  
Hohenstaufenring 57a  
**50674 Köln**

## BESTELLUNG

Anzahl	Nr.	Autor/Titel	Einzel- Preis	Gesamt- Preis
_____	1	Grätz: Zur Zahl und Abgrenzung...	5,--	_____
_____	2	Kops/Hansmeyer: Zur ökonomischen Begründung ...	20,--	_____
_____	4	Heimlich: Begründung u. Ausgestaltung ...	5,--	_____
_____	5	Droste: Komplementäre oder substitutive ...	15,--	_____
_____	6	Oltmanns: Das öffentlich-rechtliche TV-Angebot ...	15,--	_____
_____	7	Institut f. Rundfunkökonomie (Hrsg.): Controlling ...	25,--	_____
_____	8	Pagenstedt/Schwertzel: Controlling ...	5,--	_____
_____	9	Hansmeyer/Kops/Schwertzel: Perspektiven ...	5,--	_____
_____	10	Dörr: Das Verfahren zur Bemessung der RF-Gebühr...	7,--	_____
_____	11	Grätz: Aufgaben der Rundfunkräte	5,--	_____
_____	12	Holtmann: Kommunikationspolitik ...	15,--	_____
_____	13	Muck: Regulierungsbedarf der Hörfunk-Übertragung	15,--	_____
_____	14	Kantimm: Spartenrundfunkveranstalter in Europa	15,--	_____
_____	15	Wurth: Programmstruktureffekte alternativer...	15,--	_____
_____	16	Fahle: Vermarktung von Werbezeiten	15,--	_____
_____	17	Marmor: Kooperationen im öffentl.-rechtl. Rundfunk	5,--	_____
_____	24	Kleine-Erfkamp: Terrestrische Verbreitung von Fernsehen	20,--	_____
_____	28	Institut für Rundfunkökonomie: Tätigkeitsbericht 1993 - 1994	20,--	_____
_____	30	Kamps: Prozesskostenrechnung im WDR	13,--	_____
_____	31	Kops: Ökonomische Beurteilung einer Strukturreform...	5,--	_____
_____	32	Groht/Pagenstedt: Neue Formen der Finanzierung für Private	5,--	_____
_____	33	Kops: Kriterien zur Beurteilung der Organisationsstruktur...	15,--	_____
_____	37	Grätz: Willensbildung in der ARD - kritische Darstellung	5,--	_____
_____	40	Institut für Rundfunkökonomie: Hinweise zum Studium...	5,--	_____
_____	41	Kops: Perspektiven eines rundfunkspezifischen Finanzausgleichs	8,--	_____
_____	42	Hieronymi: Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der CDU...	5,--	_____

___	43	Kops: Strukturreform u. Vielfalt des öff.-rechtl. Rundfunkangebots	15,--	_____
___	44	Holthaus: Realisationschancen für Lokales Fernsehen...	20,--	_____
___	48	Hansmeyer: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Kollektivgut	6,--	_____
___	49	Föll: Corporate Identity beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk	22,--	_____

---

\_\_\_ Summe für die bestellten Publikationen insgesamt: \_\_\_\_\_

\_\_\_ zuzüglich Versandkostenpauschale:\* \_\_\_\_\_

---

\_\_\_ Summe incl. Versandkostenpauschale: \_\_\_\_\_

---

\* 1 - 3 Hefte: 5,-- DM; 4 - 9 Hefte: 7,-- DM; 10 Hefte und mehr: 10,-- DM pro Lieferung  
für Lieferungen ins Ausland zusätzlich 5,-- DM pro Lieferung

\_ Ich bitte um Rechnung und Lieferung bitte an folgende Anschrift:

---



---



---



---



---

\_\_\_\_\_

Ort

\_\_\_\_\_

Datum

\_\_\_\_\_

Unterschrift





ISSN 0945-8999

ISBN 3-930788-42-X

