

An den
Präsidenten des
Schleswig-Holsteinischen Landtages
Herrn Torsten Geerds
Landeshaus
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

**Information der Landesparlamente über die wirtschaftliche und finanzielle Lage
des Norddeutschen Rundfunks**

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,
lieber Herr Geerds,

beigefügt erhalten Sie zur Information des Schleswig-Holsteinischen Landtages den Bericht
über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Norddeutschen Rundfunks.

Mit freundlichen Grüßen


Lutz Marmor

Anlage

Hinweis: Der "Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Norddeutschen Rundfunks" vom Mai 2012 wurde an die Mitglieder des Innen- und Rechtsausschusses verteilt und kann im Ausschussbüro - Zi. 138 - eingesehen werden.

Bericht an die Landesparlamente
Mai 2012



**Bericht an die Landesparlamente
der NDR-Staatsvertragsländer
über die wirtschaftliche und finanzielle Lage
des Norddeutschen Rundfunks**

Mit diesem Bericht informiert der Norddeutsche Rundfunk gemäß § 32 a des NDR-Staatsvertrages in Verbindung mit § 5 a des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages alle zwei Jahre über seine wirtschaftliche und finanzielle Lage. Er ergänzt damit den Bericht der ARD gemäß § 5 a des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage.

Hamburg, im Mai 2012

Inhalt

Fakten zum Norddeutschen Rundfunk	3
Kurzdarstellung	5
1. Wirtschaftliche Lage bis 2015	8
1.1 Jahresabschluss 2010	
1.2 Mittelfristige Entwicklung	
2. Das neue Beitragsmodell	17
3. Beteiligungen	18
3.1 NDR Media GmbH	
3.2 Studio Hamburg	
3.3 Medienförderung in den Staatsvertragsländern	
4. Entwicklungsperspektiven	21
4.1 Programm	
4.2 Trimedialität	
4.3 Produktion und Technik	
4.4 Personal	

Fakten zum Norddeutschen Rundfunk

- Der **NDR** ist eine gemeinnützige Anstalt des öffentlichen Rechts zur Veranstaltung von Rundfunksendungen.
- Rechtsgrundlagen sind der Staatsvertrag der Länder Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein (**NDR-StV**) sowie der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien der Länder (Rundfunkstaatsvertrag).
- Sitz des **NDR** ist Hamburg. Entsprechend §§ 2 und 3 **NDR-StV** unterhält der **NDR** in seinen vier Staatsvertragsländern Landesfunkhäuser. Darüber hinaus ist der **NDR** mit 14 Studios und sieben Korrespondentenbüros in Norddeutschland vertreten.
- Mehr als zehn Millionen Menschen entscheiden sich täglich für den **NDR**. Mit seinen Programmen versorgt er rund ein Viertel der gesamten Fläche Deutschlands.
- Der **NDR** bietet insgesamt acht Radioprogramme, vier Fernseh-Landesprogramme und das **NDR Fernsehen**. In seinem Online-Auftritt setzt der **NDR** vor allem auf eine differenzierte regionale Versorgung sowie auf Angebote für ein jüngeres Publikum.
- Die vier Hörfunk-Landesprogramme **NDR 1 Niedersachsen**, **NDR 1 Welle Nord**, **NDR 1 Radio MV** und **NDR 90,3** werden exklusiv für das jeweilige Sendegebiet produziert und im jeweiligen Land ausgestrahlt. Innerhalb der Landesprogramme der Flächenländer gibt es mehrmals täglich parallel ausgestrahlte sog. subregionale Fensterprogramme.
- Die zentralen Hörfunk-Programme **NDR 2** und **N-JOY** sind die informativen und unterhaltenden Angebote für eine breite Bevölkerungsschicht im ganzen Norden. **NDR Info** und **NDR Kultur** versorgen die informationsorientierten und kulturinteressierten Zielgruppen. Mit dieser Ausrichtung des Hörfunks stellt der **NDR** sicher, dass sein Angebot die Interessen sowohl von Mehrheiten als auch von Minderheiten berücksichtigt.
- Für das Erste Deutsche Fernsehen ist der **NDR** Leistungsträger und verlässlicher Partner. Er ist für die norddeutschen Akzente im Ersten zuständig, am Vorabend ebenso wie am Hauptabend. Dazu zählen fiktionale Serien, Dokumentationen, Polittalks, Fernsehfilme, Unterhaltungssendungen und Sportübertragungen. Darüber hinaus stärkt der **NDR** mit seinen Zulieferungen die Spartenprogramme Arte, 3sat, KI.KA, PHOENIX und Deutsche Welle TV.
- Mit ARD-aktuell, der Gemeinschaftseinrichtung aller Landesrundfunkanstalten, ist die Nachrichtenkompetenz der ARD beim **NDR** angesiedelt. Die Redaktion verantwortet die „Tagesschau“, die „Tagesthemen“, das „Nachtmagazin“, und den „Wochenspiegel“. Ferner gehören tagesschau24, der digitale Informationskanal der ARD, und das Online-Portal tagesschau.de zur Redaktion von ARD-aktuell.
- Das **NDR Fernsehen** ist mit seinem vielfältigen Angebot an Information, Unterhaltung, Bildung, Kultur, Sport und Service seit vielen Jahren außerordentlich erfolgreich. Seine hohe Verlässlichkeit und Zuschauerfreundlichkeit tragen dazu bei, dass der **NDR** in Imagestudien als „aktuell, freundlich, informativ, typisch norddeutsch und seriös“ bewertet wird.

Bericht an die Landesparlamente der NDR-Staatsvertragsländer
über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Norddeutschen Rundfunks

- Die **NDR** Landesfunkhäuser gestalten in eigener Verantwortung jeweils ein Fernseh-Regionalprogramm. Die Akzeptanzwerte der auseinandergeschalteten Landesprogramme um 19.30 Uhr sind herausragend. Ebenso bewährt haben sich die Gemeinschaftsredaktionen der Landesfunkhäuser: Sowohl die regionalen Reportagen auf dem Sendeplatz um 18.15 Uhr als auch die neue Nachrichtensendung **NDR aktuell** um 21.45 Uhr leisten einen Beitrag zur norddeutschen Identitätsstiftung.
- Mit seinen Veranstaltungen vor Ort ist der **NDR** fester Bestandteil des kulturellen Lebens in Norddeutschland. Als Kulturträger über die Grenzen hinaus bekannt sind das **NDR Sinfonieorchester**, die **NDR Radiophilharmonie**, die **NDR Bigband** und der **NDR Chor**.
- Der **NDR** hat rund 3.600 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sein Jahresumsatz beträgt rund eine Milliarde €, davon entfallen ca. 90 % auf Gebühreneinnahmen. Als drittgrößte Landesrundfunkanstalt im ARD-Verbund trägt der **NDR** 17,6 % zur Finanzierung der Arbeitsgemeinschaft bei.

Kurzdarstellung

✓ Der NDR ist ein Garant für Qualität

Die Unabhängigkeit von politischen und wirtschaftlichen Interessen bedeutet objektive und kritische Berichterstattung. So trägt der **NDR** zur Schärfung des öffentlich-rechtlichen Profils bei, unterstützt den demokratischen Meinungsbildungsprozess und wirkt als stabilisierender gesellschaftlicher Faktor.

Mit seiner in den vergangenen Jahren gestarteten Qualitätsoffensive hat der **NDR** neue Sendungen im **NDR Fernsehen** verankert wie z. B. **Panorama – die Reporter** und einen festen Sendeplatz für Dokumentationen wie **45 min** eingerichtet. Seit Juni 2011 gibt es mit **NDR aktuell** werktäglich um 21.45 Uhr eine regionale Nachrichtensendung – eine Art „**Tagesschau für den Norden**“. Zusätzliche Qualitätsangebote hält auch der **NDR Hörfunk** bereit, so z. B. die einstündigen Sonder-sendungen „**NDR 2 Spezial**“ – eine Art „**Brennpunkt**“ im Radio, die **NDR 2** bei aktuellen Ereignissen ausstrahlt. Für die ganz Jungen gibt es auf **NDR Info** die Nachrichten für Kinder, die auch im **NDR Videotext** abrufbar sind. Außerdem wurde das Internetangebot **NDR.de** deutlich journalistischer und norddeutscher ausgerichtet.

Eine Reihe von **NDR** Sendungen ist auch im vergangenen Jahr wieder mit hochrangigen Preisen ausgezeichnet worden. Dazu zählen der Deutsche Fernsehpreis (fünf Auszeichnungen) oder der Deutsche Radiopreis (zwei von insgesamt zehn Preisen).

Für den **NDR** ist es wichtig, seine Angebote allen Menschen zugänglich zu machen. Er wird daher den barrierefreien Zugang weiter zügig ausbauen. Dazu gehören die Untertitelung von Fernsehsendungen ebenso wie Hörfilme oder der Internet-Auftritt, aber auch die Möglichkeit, Programme auf unterschiedlichen Ausspielwegen zu konsumieren.

✓ Der NDR ist sein Geld wert

Über den **NDR** sagen rund zwei Drittel der Norddeutschen, er sei sein Geld wert. Als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt lebt der **NDR** von der Solidarfinanzierung. Für 60 Cent täglich gibt es ein vielfältiges Programmangebot: Das Erste und das ZDF inklusive der jeweiligen Digitalkanäle, die Dritten mit ihren Landesprogrammen, Arte, 3sat, PHOENIX, den Kinderkanal KI.KA, das Deutschlandradio und die Deutsche Welle.

Der **NDR** macht den Menschen in seinen vier Staatsvertragsländern ein umfassendes Angebot. Dazu gehören das **NDR Fernsehen**, die vier zentralen sowie die vier Landes-Hörfunkprogramme, **NDR Online** und der Videotext. Hinzu kommen die zahlreichen Kulturangebote seiner Orchester und seines Chores. Darüber hinaus engagiert sich der **NDR** bei der Musik- und Filmförderung in Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Hamburg. Für viele Kultureinrichtungen dieser Länder ist er außerdem ein gefragter Medienpartner.

✓ **Der NDR sichert sechs Jahre Beitragsstabilität**

Der **NDR** kann die noch bis Ende 2012 laufende Gebührenperiode finanziell ausgeglichen gestalten. Dazu tragen das direktionsübergreifende Sparpaket von 50 Mio. Euro sowie die damit einhergehenden Überprüfungen und Anpassungen bestehender interner Strukturen bei. Im Jahr 2013 wird die Finanzierungsgrundlage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umgestellt. Statt der geräteabhängigen Gebühr wird es dann einen Rundfunkbeitrag pro Wohnung und Betrieb - gestaffelt nach Betriebsgröße - geben.

Im Rahmen der Finanzbedarfsanmeldung der ARD bei der KEF hat sich der **NDR** mit einer Aufwandssteigerung von durchschnittlich 0,5 % pro Jahr besonders zurückhaltend gezeigt. Der angemeldete Finanzbedarf der ARD war mit 225 Mio. Euro pro Jahr äußerst moderat und lag deutlich unter der Inflationsrate. Im Übrigen begrüßt der **NDR** die Entscheidung der KEF, die monatliche Gebühr bzw. den monatlichen Beitrag bis 2014 bei 17,98 Euro festzuschreiben. Damit ist die Beitragsstabilität für insgesamt sechs Jahre gesichert.

Auch wenn mit der Umstellung auf den Beitragseinzug vorübergehend Mehraufwand verbunden ist, ermöglicht das veränderte Finanzierungssystem mittelfristig sowohl bei der GEZ als auch in den Rundfunkgebührenabteilungen der Landesrundfunkanstalten eine Reduzierung der Kosten. Sie sollen im Ergebnis um 20 % niedriger ausfallen als 2012.

✓ **Der NDR schafft Synergien durch Kooperationen**

Der **NDR** hat in den vergangenen Jahren eine Reihe von Kooperationsvereinbarungen mit anderen Landesrundfunkanstalten der ARD wie dem WDR und dem SWR geschlossen oder die Zusammenarbeit mit ihnen intensiviert. Dazu gehört auch Radio Bremen, das der **NDR** in Verwaltung und Technik, in der Ausbildung, aber auch in redaktionellen Bereichen wie beim Hörspiel und im Kinderprogramm sowie durch die Übernahme des Verkehrsservices umfangreich unterstützt. Damit wird Radio Bremen um rund 1,5 Mio. € jährlich entlastet. Mit den Kooperationen will der **NDR** Synergien schaffen, die letztendlich den Gebührenzahlern zugutekommen.

✓ **Der NDR ist ein bedeutender Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor**

Der **NDR** ist ein verlässlicher Wirtschaftsfaktor in der Region. Mit ca. 3.600 festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist er der wichtigste Arbeitgeber unter den elektronischen Medien im Norden. Zählt man die Gemeinschaftsredaktion ARD-aktuell hinzu, die u. a. die „Tagesschau“ verantwortet, sind es zusammen sogar rund 3.900 Menschen, die als Festangestellte beim **NDR** arbeiten. Hinzu kommen noch zahlreiche freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Autoren, Produzenten und Regisseure.

Außerdem ist der **NDR** einer der führenden Ausbildungsbetriebe in Norddeutschland, im Bereich der audiovisuellen Medien sogar der führende. Er bietet sieben staatlich anerkannte Ausbildungsberufe an und bildet jedes Jahr weit über 200 junge Leute aus. In der Journalisten-Ausbildung ist er europaweit sogar die Nr. 1 unter den elektronischen Medien. Seit 1981 haben ca. 750 Volontäre eine journalistische Ausbildung beim **NDR** absolviert.

✓ **Der NDR ist starker Partner der ARD**

Mit seiner Leistungsstärke sichert der **NDR** auch Relevanz und Akzeptanz des Ersten Deutschen Fernsehens. So ist mit ARD-aktuell die Informationskompetenz der ARD beim **NDR** angesiedelt. Unangefochtener Spitzenreiter bei den deutschen Nachrichtensendungen ist nach wie vor die „Tagesschau“, auch bei jüngeren Leuten. Erschließung und Nutzung neuer Ausspielwege wie Smartphone Apps, HbbTV oder On-Demand-Angebote werden perspektivisch eine zunehmend wichtigere Rolle für die Versorgung mit Informationen spielen. Der Erfolg der „Tagesschau“-App zeigt, dass ARD-aktuell hierbei auf dem richtigen Weg ist.

1. Wirtschaftliche Lage bis 2015

1.1 Jahresabschluss 2010

Da für das Jahr 2011 zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts noch kein vom Wirtschaftsprüfer testierter Jahresabschluss vorlag, betreffen die folgenden Angaben durchgängig das Geschäftsjahr 2010. Das Jahr 2010 war das zweite Jahr der laufenden Gebührenperiode 2009 bis 2012 und schließt mit einem Jahresüberschuss von 28,0 Mio. Euro ab.

Der **NDR** ist aufgrund seiner Finanzordnung verpflichtet, Aufwendungen und Erträge innerhalb einer Gebührenperiode auszugleichen. Aufgrund der gleichmäßigen Höhe der Gebühr und tendenziell steigender Kosten erwirtschaftet der **NDR** idealtypisch zum Beginn einer Gebührenperiode Überschüsse, die in späteren Jahren üblicherweise durch Fehlbeträge wieder kompensiert werden.

Ergebnis des NDR	2010 Mio. €	2009 Mio. €
Erträge	1.102,3	1.083,3
Aufwendungen	1.074,3	1.056,2
Jahresüberschuss/ -fehlbetrag	+28,0	+27,1

1.1.1 Erträge

Im Berichtsjahr hat der **NDR** Erträge in Höhe von 1.102,3 Mio. € erzielt, hiervon 953,0 Mio. Euro (86,5 %) Gebührenerträge.

	2010 Mio. €	2009 Mio. €
I. Erträge		
1. Erträge aus Teilnehmergebühren	953,0	955,6
a) Grundgebühren (ARD-Anteil, ohne Anteil DR)	(451,1)	(450,4)
b) Fernsehgebühren (ARD-Anteil, ohne Anteil ZDF)	(493,0)	(496,2)
c) Gebührenrückflüsse von den Landesmedienanstalten	(8,9)	(9,0)
2. Erträge aus dem Finanzausgleich	0	0
3. Erträge aus der Strukturhilfe	0	0
4. Erhöhung oder Verminderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Produktionen	11,7	0,3
5. Andere aktivierte Eigenleistungen	2,4	2,8
6. Erträge aus Kostenerstattungen/Konzessionsabgaben	29,6	27,7
a) Werbung	(13,6)	(11,9)
b) Sonstige	(20,4)	(20,2)
c) ./.. weiterverrechnete Kosten für GSEA ¹ (vgl. II.15)	(./.. 4,4)	(./.. 4,4)
7. Sonstige betriebliche Erträge	77,1	67,9
8. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungen vor Abzug von Anstaltssteuern	7,5	6,0
a) Werbung	(7,5)	(6,0)
b) Sonstige Beteiligungserträge	(0,0)	(0,0)
9. Finanzerträge	21,0	23,0
Summe	1.102,3	1.083,3

Die Ertragserhöhung gegenüber dem Vorjahr beträgt 19,0 Mio. Euro. Sie ergibt sich im Wesentlichen aufgrund von Mehrerträgen aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens durch den Verkauf einer Immobilie in Hamburg und Entschädigungen für das Studio London, das wegen der Erweiterung der Londoner U-Bahn aufgegeben werden musste. Hinzu kommt eine Erhöhung des Bestandes an fertigen und unfertigen Produktionen.

Dagegen sind die Erträge aus Teilnehmergebühren im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. Die Ursache für diese Ertragsminderung liegt in der seit dem Jahr 2008 zurückgehenden Zahl der gebührenpflichtigen Rundfunkgeräte. Bei insgesamt rückläufigen Geräteanmeldungen hat zudem die Zahl der Gebührenbefreiungen zugenommen. Lediglich bei den Forderungsausfallquoten wirkte sich die konjunkturelle Erholung positiv aus.

¹ GSEA: Gemeinschaftssendungen, -einrichtungen und -aufgaben

1.1.2 Aufwendungen

Die Aufwendungen zeigten folgende Entwicklung:

	2010 Mio. €	2009 Mio. €
II. Aufwendungen		
1. Personalaufwand	335,9	343,8
a) Vergütungen und sonstige Arbeitsentgelte	(218,8)	(215,3)
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	(37,7)	(37,0)
c) Aufwendungen für Altersversorgung	(79,4)	(91,5)
2. Urheber-, Leistungs- u. Herstellervergütungen	220,4	216,3
3. Anteil an Programmgemeinschaftsaufgaben u. Koproduktionen	188,2	163,0
4. Produktionsbezogene Fremdleistungen	17,2	18,6
5. Kosten der Programmverbreitung	49,7	50,8
6. Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter	52,6	52,3
7. Aufwendungen für den Gebühreneinzug	30,5	30,7
8. Übrige betriebliche Aufwendungen	157,5	167,8
9. Zuwendungen an andere Rundfunkanstalten	7,7	7,4
a) Finanzausgleich	(7,4)	(7,1)
b) Strukturhilfe	(0,3)	(0,3)
10. Aufwendungen für die KEF	0,1	0,1
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	3,8	1,6
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	11,5	6,6
13. Sonstige Steuern	3,6	1,6
14. ./.. weiterverrechnete Kosten für GSEA (vgl. I.5 c)	(./.. 4,4)	(./.. 4,4)
Summe	1.074,3	1.056,2

Die Erhöhung der **Personalaufwendungen** (ohne Altersversorgung) im Jahr 2010 um 4,2 Mio. Euro auf 256,5 Mio. Euro ergibt sich überwiegend aus einer Tarifierhöhung von 2,3 % zum 1. Juli 2010. Mit dem Jahresabschluss 2010 wurden die Altersversorgungsrückstellungen erstmals nach den durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) geänderten handelsrechtlichen Vorschriften bewertet. Die sich aus der Umstellung ergebenden Mehraufwendungen werden auf 15 Jahre verteilt. Der höhere Wert des Vorjahres ergibt sich aus einem 2009 vereinbarten mehrjährigen Tarifvertrag, für den die Zuführung zur Pensionsrückstellung für die gesamte Laufzeit im Jahr der Tarifvereinbarung erfolgen musste. (Zur Planstellen-Entwicklung siehe auch Kap. 4.4.1.)

Der Anstieg der **Sachaufwendungen**² im Jahr 2010 gegenüber dem Vorjahr (insgesamt + 25,7 Mio. Euro) ergibt sich vor allem aus der Berichterstattung über die Fußballweltmeisterschaft in Südafrika und höhere anteilige Aufwendungen aus der Filmbeschaffung der Degeto, denen allerdings entsprechend höhere Erträge aus der Erhöhung des Programmvermögens gegenüberstehen. Zurückgegangen sind die Aufwendungen für Unterhalts- und Reparaturkosten sowie für Mieten und Pachten.

Die **Abschreibungen** auf Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter waren mit 52,6 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert.

1.1.3 Bilanzstruktur, Liquiditäts- und Finanzlage

Das Bilanzvolumen des **NDR** hat sich im Jahr 2010 gegenüber 2009 von 1.433,3 Mio. Euro um 64,4 Mio. Euro auf 1.497,7 Mio. Euro erhöht.

- **Aktiva** | Die Aktiva des **NDR** zum 31.12.2010 setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2010 Mio. €	31.12.2009 Mio. €
A. Anlagevermögen	1.202,5 80,3%	1.164,8 81,3 %
B. Programmvermögen	170,1 11,4 %	172,2 12,0 %
C. Umlaufvermögen	121,9 8,1 %	92,3 6,4 %
D. Rechnungsabgrenzungsposten	3,2 0,2 %	4,0 0,3 %
Summe	1.497,7	1.433,3

² Positionen 2 - 5; 7 - 14 in Tabelle „II. Aufwendungen“ (inkl. unmittelbare Programmaufwendungen)

- **Passiva** | Die Passiva des **NDR** zum 31.12.2010 setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.2010 Mio. €	31.12.2009 Mio. €
A. Anstaltseigenes Kapital	314,7 21,0 %	286,7 20,0 %
B. Sonderposten aus Zuwendungen Dritter	6,1 0,4 %	6,1 0,4 %
C. Rückstellungen	1.101,9 73,6 %	1064,3 74,3 %
D. Verbindlichkeiten	58,1 3,9 %	59,8 4,2 %
E. Rechnungsabgrenzungsposten	16,9 1,1 %	16,4 1,1 %
Summe	1.497,7	1.433,3

Das überwiegend langfristig gebundene Vermögen des **NDR** ist durch Eigenkapital und Rückstellungen langfristig finanziert. Zum 31.12.2010 beträgt der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme 21,0 %. Die kurzfristig verfügbaren Mittel reichen aus, den laufenden Geldbedarf zu decken.

1.1.4 Risikomanagement

1998 wurde das Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) verabschiedet. Der **NDR** gehört als öffentlich-rechtliches Unternehmen nicht unmittelbar zum Adressatenkreis des Gesetzes, sieht es aber im Einvernehmen mit seinem Verwaltungsrat als sinnvoll an, dessen Grundlinien anzuwenden.

Die Wirtschaftsführung des **NDR** richtet sich nach der vom Verwaltungsrat erlassenen Finanzordnung, einer mehrjährigen Finanzplanung, dem Entwicklungsplan und dem jährlichen Wirtschaftsplan. Überwacht wird sie durch seine Aufsichtsgremien und die Landesrechnungshöfe. Der **NDR** erstellt einen Jahresabschluss und einen Konzernabschluss entsprechend der Vorschriften des Dritten Buchs des Handelsgesetzbuchs für große Kapitalgesellschaften, die beide durch Wirtschaftsprüfer testiert werden. Er verfügt darüber hinaus über ein differenziertes Planungs- und Steuerungssystem, einschließlich eines adäquaten Berichtswesens und Controllings. Der **NDR** führt im Rahmen seines Risikomanagements regelmäßig eine Bestandsaufnahme sämtlicher wesentlicher Risiken durch und erstellt jährlich einen Risikoreport.

1.2 Mittelfristige Entwicklung

Insgesamt weist die Mittelfristige Finanzplanung des **NDR** für die Gebührenperiode 2009 bis 2012 ein positives Ergebnis von rund 54,7 Mio. Euro aus. Der **NDR** erfüllt damit im Erfolgsplan die Vorgaben seiner Finanzordnung, die einen Ausgleich von Aufwendungen und Erträgen innerhalb einer Gebührenperiode vorschreibt. Unter Berücksichtigung des erforderlichen Überschusses zur Schließung der Deckungsstocklücke in der Altersversorgung für den Zeitraum 2009 bis 2012 in Höhe von 81,9 Mio. Euro sowie der erwarteten Ergebnisverbesserung 2011 und dem Überschuss der Vorperiode in Höhe von 33,0 Mio. Euro ergibt sich ein Überschuss von 9,7 Mio. Euro.

Ab dem Jahr 2013 sollen die bisherigen geräteabhängigen Teilnehmergebühren durch haushalts- und betriebsstättenabhängige Beiträge abgelöst werden. Die KEF hat in ihrem 18. Bericht einen ungedeckten Finanzbedarf in der Größenordnung von insgesamt 18 Cent für ARD, ZDF und Deutschlandradio anerkannt. Gleichwohl sieht die Kommission davon ab, eine Anhebung des Rundfunkbeitrags zu empfehlen, da wegen der Unsicherheiten infolge der Umstellung des Finanzierungssystems eine verlässliche Ertragsplanung nicht möglich ist. Eine Überprüfung soll im 19. Bericht erfolgen. In der Planung wurde daher unverändert mit monatlich 17,98 € gerechnet.

Bericht an die Landesparlamente der NDR-Staatsvertragsländer
über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Norddeutschen Rundfunks

Mittelfristige Finanzplanung bis 2015 | Stand Oktober 2011

In Mio. €	Ist 2009	Ist 2010	WP 2011	WP 2012	Gebühren- periode 2009 - 2012	Plan 2013	Plan 2014	Plan 2015
<u>Erträge</u>								
Teilnehmergebühren*	946,6	944,0	924,4	938,3	3.753,4	923,2	933,2	936,3
Rückflüsse LMA	9,0	8,9	8,7	8,6	35,2	8,4	8,3	8,3
Zuflüsse NDR Media	17,9	21,1	28,0	26,7	93,7	25,8	27,2	26,5
Kapitalerträge	40,3	46,9	49,0	45,2	181,4	48,0	52,2	54,2
Übrige Erträge	55,1	52,9	43,8	46,3	198,2	40,3	39,8	38,9
Summe	1.069,0	1.073,8	1.054,0	1.065,0	4.261,8	1.045,8	1.060,7	1.064,2
<u>Aufwendungen</u>								
Personal- aufwendungen	343,8	334,8	364,6	365,5	1.408,6	369,9	365,8	372,9
Sachaufwendungen	636,8	649,6	615,7	652,0	2.554,1	635,3	661,6	640,7
Abschreibungen	52,3	52,6	52,7	51,7	209,2	53,6	56,6	56,6
Aufwendungen LMA	9,0	8,9	8,7	8,6	35,2	8,4	8,3	8,3
Summe	1.041,8	1.045,9	1.041,7	1.077,7	4.207,1	1.067,1	1.092,2	1.078,5
Ergebnis im Erfolgsplan	27,1	28,0	12,4	-12,7	54,7	-21,3	-31,5	-14,3
Erwartete Ergebnisveränderung 2011					3,9			
Erforderlicher Überschuss zur Schließung der Deckungsstocklücke Altersversorgung					-81,9			
Verwendung des Überschusses der Vorperiode					33,0			
Ergebnis					9,7			

*) ab 2013 Beitragserträge

Zu den Positionen der Mittelfristigen Finanzplanung im Einzelnen:

1.2.1 Ertragsentwicklung

Seit dem 1. Januar 2009 beträgt die Rundfunkgebühr 17,98 € (davon für die ARD 12,51 €). Die Gebührenanpassung im Jahr 2009 wird jedoch durch den Rückgang des Bestandes gebührenpflichtiger Hörfunk- und Fernsehgeräte geschmälert. Der Ertragsrückgang scheint sich jedoch nunmehr abzuwächen. Ab 2013 wird ein Rundfunkbeitrag pro Wohnung und Betriebsstätte (gestaffelt nach Beschäftigtenanzahl pro Betriebsstättenstandort) die bisherige gerätebezogene Gebühr ablösen. Für die Jahre 2013 bis 2015 basiert die Planung der GEZ auf dem neuen Finanzierungsmodell. Als monatlicher Rundfunkbeitrag wird ein Betrag von 17,98 € angenommen.

Die Planung der Werbeerträge ist ambitioniert und geht davon aus, dass sich der Werbemarkt sowohl im Bereich der Fernseh- als auch im Bereich der Hörfunkwerbung erholen wird. Nach wie vor hat der **NDR** im Hörfunkbereich jedoch mit besonderen strukturellen Nachteilen zu kämpfen, da er nur eine werbetragende Hörfunkwelle mit höchstens 60 Minuten werktäglicher Werbung betreiben darf, die zudem vier Bundesländer abdeckt. Dies macht es potenziellen Hörfunkwerbekunden unmöglich, gezielt regionale Werbung zu buchen. Darüber hinaus ist bei den Werbetreibenden ein genereller Trend zur Verschiebung der Budgets zugunsten der Onlinewerbung zu beobachten.

1.2.2 Aufwandsentwicklung

Die Höhe der Aufwendungen innerhalb einer Gebührenperiode wird grundsätzlich durch die Erträge bestimmt. Insgesamt sind die finanziellen Spielräume enger geworden. Daher reagiert der **NDR** mit einer Vielzahl von Maßnahmen, die die Kosten reduzieren bzw. der Verbesserung seiner Wirtschaftlichkeit dienen. So hat der **NDR** für die Jahre 2011 und 2012 ein Sparpaket in Höhe von insgesamt 50 Mio. Euro beschlossen. Diese Etatabsenkung wird ab 2013 mit 25 Mio. Euro pro Jahr fortgeschrieben. Auch unter diesen verschlechterten Rahmenbedingungen hat für den **NDR** oberste Priorität, die Qualität und Wettbewerbsfähigkeit seiner Hörfunk- und Fernsehprogramme zu sichern.

○ Personalaufwendungen | Stellenplan

Der **NDR** reduziert seinen Stellenbestand weiter, im Jahr 2012 um 20 Planstellen. Seit Mitte der 90er Jahre hat der **NDR** damit seinen Personalbestand sozialverträglich um 647 auf 3.462 Planstellen gesenkt. Für die Wirtschaftspläne der Jahre 2013 bis 2016 ist geplant, zusätzlich mindestens 26 Stellen sozialverträglich abzubauen.

Mit dem im Jahr 2011 abgeschlossenen Gehaltstarifabschluss, der eine Laufzeit bis zum 31.03.2013 hat, orientiert sich der **NDR** an den Entwicklungen im öffentlichen Dienst. Nach Ablauf des Tarifvertrages wird der zzt. Personalaufwand mit einer Steigerungsrate von 1,5 % pro Jahr geplant.

○ Sachaufwendungen

Aufgrund der ungünstigen Entwicklung auf der Ertragsseite ist es dem **NDR** für 2011 und 2012 nicht mehr möglich, die Regeletats für Hörfunk und Fernsehen zu erhöhen.

Spielräume gibt es lediglich für punktuelle Verstärkungen im Programm, wie z. B. für die Landtagswahl in Schleswig-Holstein, die Fußball-EM, die Weiterentwicklung des Fernseh-Vorabendprogramms im Ersten und die Olympischen Sommerspiele in London, für die der **NDR** die Federführung hat. Bei den übrigen nicht unmittelbar programmbezogenen Sachaufwendungen wurde bereits seit 2010 keine lineare Steigerung vorgenommen. Durch das Einsparpaket in Höhe von 50 Mio. Euro ergeben sich nicht nur real, sondern auch nominal rückläufige Budgets.

Für 2013 bis 2015 beträgt der Steigerungssatz im Hörfunk und im Fernsehen nach derzeitiger Planung 1,5 % p. a., bei den übrigen Sachaufwendungen 1,0 % p. a. Da es 2013 zu keiner Anpassung des monatlichen Rundfunkbeitrags kommen wird, müssen jedoch auch diese geringen, unter der Inflationsrate liegenden Etatanpassungen noch einmal auf ihre Realisierbarkeit geprüft werden.

○ Abschreibungen | Investitionen

Die Abschreibungen wurden auf Basis der aktuellen Planung der Investitionsansätze unter Berücksichtigung der ARD-einheitlich festgelegten Abschreibungssätze und der voraussichtlichen Inbetriebnahme der Investitionen ermittelt.

Der **NDR** muss zur Zukunftssicherung kontinuierlich in seine Infrastruktur investieren, insbesondere in seine Hörfunk- und Fernsehtechnik. Tendenziell sinkenden Preisen für digitale Geräte stehen dabei kürzere Innovations- und damit Re-Investitionszyklen der softwarebasierten Technik gegenüber.

Der **NDR** hat folgende Mittel für Investitionen aufgebracht bzw. eingeplant:

2009: (Ist)	60,0 Mio. €
2010 (Ist)	45,0 Mio. €
2011: (Wirtschaftsplan)	57,1 Mio. €
2012: (Wirtschaftsplan)	46,9 Mio. €
2013: (Plan)	63,4 Mio. €
2014: (Plan)	53,1 Mio. €
2015: (Plan)	47,0 Mio. €

2. Das neue Beitragsmodell

Im Dezember 2010 haben die Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten der Länder den 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag unterzeichnet, der den rechtlichen Rahmen für ein neues Rundfunkfinanzierungsmodell schafft. Dieser Staatsvertrag wurde im Laufe des Jahres 2011 von allen 16 Landesparlamenten ratifiziert. Damit wird ab 2013 die bisherige gerätebezogene Rundfunkgebühr durch einen Rundfunkbeitrag pro Wohnung und pro Betriebsstätte abgelöst. Pro Betriebsstättenstandort soll der Beitrag gestaffelt nach der Zahl der sozialversicherungspflichtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhoben werden. Gleichzeitig entfällt die bisherige Differenzierung nach Grund- und Fernsehgebühr. Mit dem Rundfunkbeitrag sind alle Nutzungsmöglichkeiten für Fernsehen, Hörfunk, Telemedien und PC abgedeckt.

Mit der Systemumstellung der Rundfunkfinanzierung ist seitens der Länder die Erwartung eines über 2012 hinaus stabilen monatlichen Beitrags verbunden. Auch die KEF hat sich in ihrem 18. Bericht gegen eine Beitragsanpassung im Jahr 2013 ausgesprochen. Damit ist die monatliche Gebühr bzw. der Beitrag für mindestens zwei weitere Jahre stabil. Über diese Vorgehensweise besteht Einvernehmen zwischen der KEF und der ARD.

Damit schafft die ARD eine Voraussetzung für eine mögliche Beitragsstabilität. Mit dem Modellwechsel verbindet die ARD die Hoffnung, die verfassungsrechtlich garantierte Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mittel- und langfristig zu sichern. Die Planungsergebnisse der GEZ zeigen eine derartige Stabilisierung. Für den **NDR** werden im Zeitraum 2013 bis 2016 Beitragserträge prognostiziert, die geringfügig über dem Niveau der laufenden Periode liegen werden. Aufgrund der mit dem Modellwechsel verbundenen finanziellen Unsicherheit ist eine Überprüfung und eventuelle Anpassung der Beitragshöhe mit dem 19. KEF-Bericht vorgesehen.

Mit der Umstellung auf das Beitragsmodell sollen die Verfahren einfacher, transparenter und gerechter werden. Die damit verbundenen Einsparerwartungen im Bereich des Beitragseinzugs werden sich nach Abschluss der Übergangs- und Migrationsphase und der Aufnahme des Regelverfahrens realisieren. Auch wenn mit der Umstellung vorübergehend Mehraufwand verbunden ist, ermöglicht die Veränderung des Finanzierungssystems mittelfristig sowohl bei der GEZ als auch in den Rundfunkgebührenabteilungen der Landesrundfunkanstalten eine Reduzierung der Kosten. Diese sollen im Jahr 2016 um mindestens 20 % geringer sein als im Jahr 2012.

3. Beteiligungen

Der **NDR** hält Beteiligungen im Rahmen der ihm gesetzlich zugewiesenen Aufgaben und entsprechend den Vorschriften des **NDR**-Staatsvertrages. Die Beteiligungspolitik des **NDR** ist primär auf zwei Ziele ausgerichtet: Die Beteiligungen sollen die programmlichen Zielsetzungen des **NDR** unterstützen, indem sie dazu beitragen, den Zugang des **NDR** zu Programmbeschaffungs- und -absatzmärkten zu sichern. Ohne eine eigene Beteiligung an schlagkräftigen Produktions- oder Rechtehandelsgesellschaften bestünde die Gefahr, z. B. auf den Beschaffungsmärkten in die Abhängigkeit von großen Medienkonzernen zu geraten. Die Beteiligungen ermöglichen es dem **NDR** zudem, auf diesen Märkten flexibel zu agieren. Daneben wird ein positiver Beitrag zum Ergebnis des **NDR** angestrebt. Erwerbswirtschaftliche Betätigungen hat der **NDR** in erster Linie in sein hundertprozentiges Tochterunternehmen NDR Media GmbH ausgelagert. Dazu gehört auch die Beteiligung an der Studio Hamburg GmbH. Operativ ist die NDR Media GmbH vor allem in den Geschäftsbereichen Werbung und Marketing tätig.

Der **NDR** besitzt außerdem - gemeinsam mit den anderen ARD-Landesrundfunkanstalten und teilweise auch mit dem ZDF und dem Deutschlandradio - Beteiligungen an Gemeinschaftseinrichtungen (GSEA). Durch die zentrale Wahrnehmung der Aufgaben werden erhebliche Synergie- und Rationalisierungseffekte innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erzielt.

Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag enthält zahlreiche neue Anforderungen, die die strikte Trennung von kommerzieller und öffentlich-rechtlicher Tätigkeit regeln. Kommerzielle Tätigkeiten sollen grundsätzlich durch rechtlich selbstständige Tochtergesellschaften ausgeübt werden. Sie dürfen nur unter Marktbedingungen erbracht werden. Die Marktkonformität der kommerziellen Tätigkeiten wurde von den Abschlussprüfern erstmals für das Geschäftsjahr 2010 auf der Grundlage zusätzlicher, von den jeweils zuständigen Rechnungshöfen festzulegender Fragestellungen geprüft. Der Hauptfachausschuss des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW) hat dazu auf Basis eines einheitlichen Fragenkatalogs der Rechnungshöfe einen Prüfungsstandard (IDW PS 721) zur „Berichterstattung über die Erweiterung der Abschlussprüfung nach § 16 d Abs. 1 Satz 2 Rundfunkstaatsvertrag“ vorgegeben. Als Ergänzung dieses Fragenkatalogs und des IDW-Standards haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine Verrechnungspreisrichtlinie entwickelt.

3.1 NDR Media GmbH

Der **NDR** ist Alleingesellschafter der NDR Media GmbH. Aufgabe dieses Unternehmens ist im Geschäftsbereich Werbung die Akquisition von Fernseh- und Hörfunkwerbung inkl. Sponsoring im Sendebereich des **NDR**. Darüber hinaus betreut die NDR Media im Geschäftsbereich Marketing die Planung und Durchführung von Marketing- und Merchandising-Aktivitäten sowie öffentlichen Veranstaltungen zur Unterstützung des Programmauftrages des **NDR**, die Herausgabe von Veröffentlichungen, den An- und Verkauf sowie die Produktion und Auswertung von Programmen. Weitere Tätigkeiten im Bereich Marketing sind u. a. der Betrieb von Ticketshop und Mitschnittservice sowie der Einkauf und die Disposition von Merchandisingartikeln. Die NDR Media fungiert zudem als Holding für Tochter- und Beteiligungsgesellschaften.

Die Zuflüsse von der NDR Media übertrafen 2010 aufgrund der verbesserten Situation auf den Werbemärkten mit 21,1 Mio. € deutlich das Ergebnis des Vorjahres. Die für das Jahr 2010 erwartete Gewinnausschüttung und die Kostenerstattung blieben allerdings um 2,2 Mio. € hinter der ambitionierten Planung zurück. Zwar konnten im Bereich der Fernsehwerbung die Umsätze und der Planansatz sogar übertroffen werden. Im Hörfunk konnte jedoch trotz der Erholung des Werbemarktes und guter Reichweiten von **NDR 2** der hohe Planwert nicht erreicht werden. Hinzu kommt, dass der Gewinn 2010 der NDR Media noch nicht in voller Höhe vom **NDR** vereinnahmt werden konnte.

Im Vorgriff auf den erwarteten Gewinn des Geschäftsjahres erfolgte eine Vorabausschüttung in Höhe von 7,5 Mio. €. Der die Vorabausschüttung übersteigende Gewinn (0,9 Mio. €) verblieb zunächst bei der NDR Media und wurde im Jahr 2011 an den **NDR** ausgekehrt. Im Jahresergebnis der NDR Media 2010 enthalten ist eine Ausschüttung der Studio Hamburg GmbH in geplanter Höhe von 1,85 Mio. €, die sich auf deren Geschäftsjahr 2009 bezieht.

3.2 Studio Hamburg GmbH

Die Studio Hamburg GmbH, eine hundertprozentige Tochter der NDR Media GmbH, fungiert als Managementholding für die Studio Hamburg Gruppe. Kernbereiche des Leistungsspektrums sind Atelier und Technik, Produktion und Distribution sowie Consulting und Service. Die Studio Hamburg Gruppe hat ca. 840 Mitarbeiter.

Die Studio Hamburg Gruppe stellt dem **NDR** einen modernen Atelierbetrieb einschließlich aller produktionstechnischen Dienstleistungen zur Verfügung, der in der Lage ist, mit seinen technischen und personellen Kapazitäten auf die wechselnden Anforderungen des Marktes und die Bedürfnisse des **NDR** flexibel zu reagieren. Er ermöglicht es dem **NDR**, die Vorhaltekosten durch wirtschaftlich sinnvolle Begrenzung seiner eigenen Kapazitäten niedrig zu halten. Die Produktionsfirmen der Studio Hamburg Gruppe sichern dem **NDR** bei der kreativen Programmproduktion den Zugang zu den Programmmärkten, ohne dass dieser hierfür selbst Entwicklungskapazitäten vorhalten müsste.

Das Geschäftsjahr 2010 gestaltete sich bei der Studio Hamburg Gruppe schwieriger als erwartet. Grund hierfür waren anhaltende Auslastungsprobleme im Bereich Atelier und Technik, die sich auch 2011 fortsetzten. Die neue Geschäftsführung wird dieser Entwicklung mit einer Neuausrichtung des Geschäftsbereiches entgegenwirken. Das deutlich unter Plan liegende Ergebnis 2010 des Geschäftsbereichs Atelier und Technik konnte durch Verbesserungen im Geschäftsbereich Produktion und Distribution nicht vollständig kompensiert werden. Insgesamt erzielte die Studio Hamburg Gruppe einen Überschuss von 1,7 Mio. €, der im Jahr 2011 eine Ausschüttung im vorgesehenen Umfang ermöglichte.

3.3 Medienförderung in den Staatsvertragsländern

Ein Teil der Rundfunkgebühren ist staatsvertraglich für besondere Zwecke gebunden. Den Landesmedienanstalten steht grundsätzlich ein Anteil an der Rundfunkgebühr für ihre Finanzierung zu. Diesen Anteil können die Landesgesetzgeber aber in Teilen für andere Verwendungszwecke festschreiben. Die über diesen Weg teilweise in den Staatsvertragsländern finanzierte Medienförderung hat die Förderung des Medienstandortes sowie die Stärkung der kulturellen Identität in Norddeutschland zum Ziel.

Der **NDR** beteiligt sich am Förderbudget der gemeinsamen Filmförderung der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein. Zudem ist die Unterstützung der Filmwerkstatt in Kiel und die Förderung von Filmfestivals in Schleswig-Holstein aus Rundfunkgebühren im Medienstaatsvertrag Hamburg/Schleswig-Holstein festgeschrieben.

Im Landesfunkhaus Hamburg wird die Geschäftsstelle der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein geführt. Primäres Ziel der Medienstiftung ist es, Nachwuchs an den Medienstandorten Hamburg und Schleswig-Holstein zu fördern. Zum Beispiel werden vielfältige Aus- und Fortbildungsangebote im Medienbereich unterstützt. Weiterhin ist die kontinuierliche Förderung der Hamburg Media School sowie des Hans-Bredow-Instituts verbindlich festgelegt. Im Bereich Bürgermedien werden der Hamburgische Bürger- und Ausbildungskanal sowie der Offene Kanal in Schleswig-Holstein gefördert.

Die Orchester- und Filmförderung in Mecklenburg-Vorpommern erfolgt mittels eines Beirats im **NDR** Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern. In Niedersachsen engagiert sich der **NDR** insbesondere durch seine Beteiligung an der nordmedia Fonds GmbH. Diese betreibt Film- und Standortförderung in Niedersachsen und Bremen. Die „Musikförderung in Niedersachsen“ wird durch eine Geschäftsstelle organisiert und betreut, die als rechtlich nicht selbstständige Einrichtung im **NDR** Landesfunkhaus Niedersachsen in Hannover ihren Sitz hat.

Des Weiteren engagiert sich der **NDR** auf freiwilliger Basis im Rahmen der jeweiligen Filmförderergesellschaften in Niedersachsen und Hamburg/Schleswig-Holstein.

4. Entwicklungsperspektiven

4.1 Programm

NDR – das Beste am Norden. Diesen Claim kennen 93 % der Menschen im **NDR** Staatsvertragsgebiet mit seinen gut 14 Mio. Einwohnern. Fast 90 % der Norddeutschen schalten die Programmangebote des **NDR** in Radio, Fernsehen oder Online zumindest gelegentlich ein, bei den 14- bis 29-Jährigen sind es immerhin 80 %. Regionale Kompetenz und Nähe zu den Menschen im Norden zeichnen den **NDR** aus. Vier Landesfunkhäuser, 14 Studios und sieben Korrespondentenbüros bürgen für aktuelle und schnelle Informationen. Die Menschen vertrauen dem **NDR**, der im Norden fest verankert ist.

4.1.1 Hörfunk

Die **NDR** Radioprogramme wollen auch in Zukunft ihre starke Stellung im Markt behaupten. Ihr Marktanteil in Norddeutschland liegt bei 47,7 % und damit deutlich vor den privaten Anbietern mit 41,9 %. Das Publikum schätzt das vielfältige Angebot, das sich durch hohe Qualität auszeichnet und Orientierung in der multimedialen Informationsfülle bietet. Mit seiner Beteiligung am Nordwestradio leistet der **NDR** außerdem einen erheblichen Beitrag zur finanziellen Entlastung von Radio Bremen.

Das Ziel für die **NDR** Hörfunkprogramme lautet, mit ihrem ausdifferenzierten Angebot einen möglichst großen Anteil der Bevölkerung im Norden zu erreichen. Dabei ist es strategisch wichtig, die Marktposition des **NDR** Hörfunks durch eine breite Akzeptanz in den verschiedenen Zielgruppen zu sichern. Nicht umsonst ist der **NDR** in drei seiner vier Staatsvertragsländer Marktführer. Diese ausgezeichnete Wettbewerbsposition soll 2012 durch programmliche Weiterentwicklungen gestärkt werden. Ein erfolgreicher Anknüpfungspunkt, um das Renommee des Mediums Radio weiter zu stärken, ist der Deutsche Radiopreis. Die Vergabe dieser 2010 vom **NDR** initiierten und von einer Kooperation aus öffentlich-rechtlichen und privaten Radios getragenen Auszeichnung wird auch in den nächsten Jahren fortgeführt.

- **Die NDR Hörfunk-Landesprogramme**

Die Landesprogramme des **NDR** Hörfunks leisten einen wichtigen Beitrag zur Verankerung des **NDR** im norddeutschen Raum. Ziel ist es, ihre Marktposition durch eine weitgehende Ausschöpfung des Hörerpotenzials beim Stammpublikum und einer gleichzeitigen gezielten Ansprache jüngerer Zielgruppen zu stärken und nachhaltig auszubauen. Dazu dient eine auf den jeweiligen regionalen Radiomarkt abgestimmte Steuerung der Musikmischung und des Modernisierungskurses. Orientierungspunkte sind dabei einerseits die jeweiligen spezifischen Wettbewerbsbedingungen und andererseits die Ausrichtung von **NDR 2**.

NDR 1 Niedersachsen möchte seine schon 17 Jahre währende Marktführerschaft auch 2012 mit deutlichem Abstand behaupten. Schritte auf diesem Weg sind die weitere vorsichtige Modernisierung der Musikfarbe durch die kontinuierliche Erneuerung des Repertoires und ein verkleinertes Moderationsteam, um die Personalisierung des Programms weiter voranzutreiben. Dadurch sollen Gelegenheitshörer das Programm besser wahrnehmen. Außerdem ist geplant, verstärkt das Eroberungsmilieu, die Generation 50+, zielgenau anzusprechen.

Die **NDR 1 Welle Nord** wird die Zahl der eigenrecherchierten und exklusiven Themen noch einmal deutlich steigern. Bei besonders wichtigen Ereignissen sollen vertiefende Hintergrundberichte das Thema ergänzen. Ferner soll das Serviceangebot weiter gestärkt werden, u. a. durch subregionale Wettervorhersagen und verlässlichere Verkehrsinformationen für die steigende Zahl von mobilen Nutzern. Hinsichtlich der Erschließung neuer Hörergruppen ist es u. a. erforderlich, den sogenannten „Weitesten Hörerkreis“ auszubauen (WHK).³

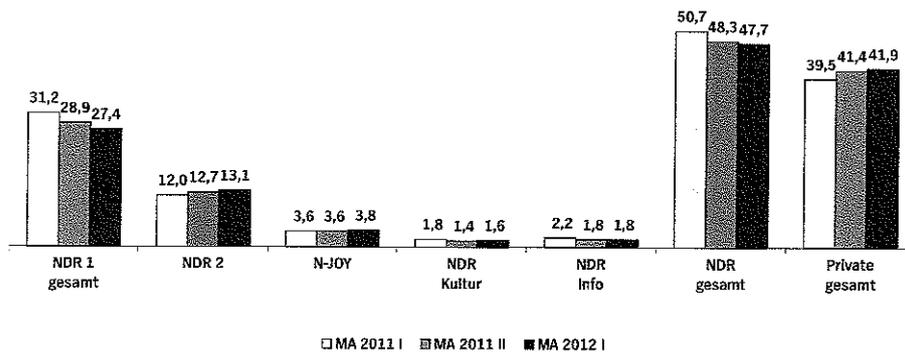
Im Jahr 2012 sendet der **NDR** seit 20 Jahren aus und für Mecklenburg-Vorpommern. **NDR 1 Radio MV** bleibt weiterhin das reichweitenstärkste ARD-Radioprogramm in seinem Sendegebiet, wenngleich sich die Marktsituation in Mecklenburg-Vorpommern durch die Neupositionierung des kommerziellen Senders Antenne MV verschlechtert hat. Die drei Säulen des Angebots von **NDR 1 Radio MV**: regional geprägte aktuelle Informationen, umfassender Service und mehr Abwechslung in der Musik haben auch 2012 Bestand. Sie sollen weiter gestärkt sowie deutlicher herausgearbeitet und kommuniziert werden.

Die Positionierung des Landesfunkhauses Hamburg als dem Anbieter für alles, was in Hamburg wichtig und aktuell oder „gut zu hören“ ist, wird auch 2012 im Zentrum der Arbeit am Programm von **NDR 90,3** stehen. Gleichzeitig werden die 2010 eingeleiteten und 2011 fortgeführten Maßnahmen zur Modernisierung des Programms weiter verfolgt. Eine wesentliche Aufgabe der Zukunft wird sein, Hörer auch außerhalb des derzeitigen „Weitesten Hörerkreises“ zu gewinnen. Dafür sind der gemeinsame Auftritt mit dem **Hamburg Journal** sowie die bewährten Crosspromotion-Maßnahmen von besonderer Bedeutung, um neues Publikum für den Hörfunk zu erreichen.

³ Unter dem „Weitesten Hörerkreis“ (WHK) versteht man den Prozentsatz der Befragten, die angeben, in den letzten 14 Tagen vor der Befragung mindestens einmal Radio bzw. ein bestimmtes Programm gehört zu haben. Die Angabe bezieht sich auf die Zahl der potenziellen Radiohörer.

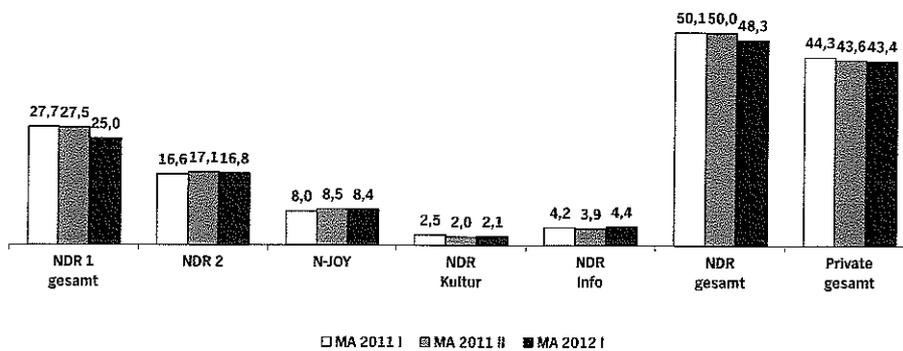
NDR Gebiet | Marktanteile

(in %, Mo-So)



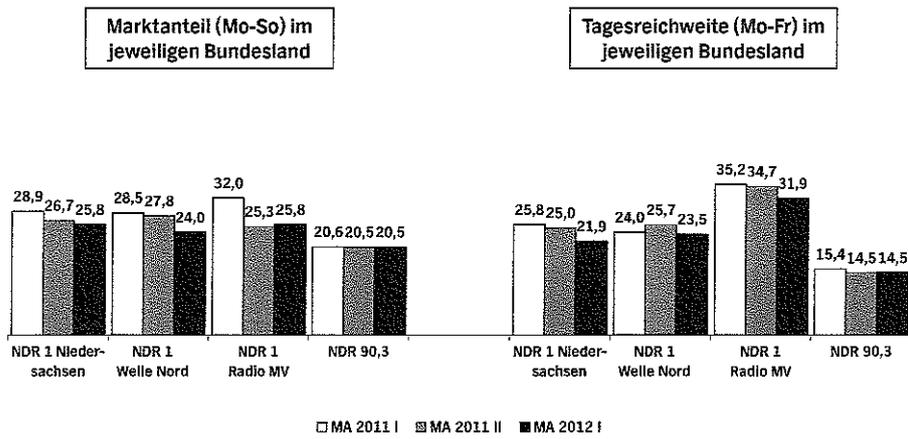
NDR Gebiet | Tagesreichweite

(in %, Mo-Fr)



NDR Landesprogramme

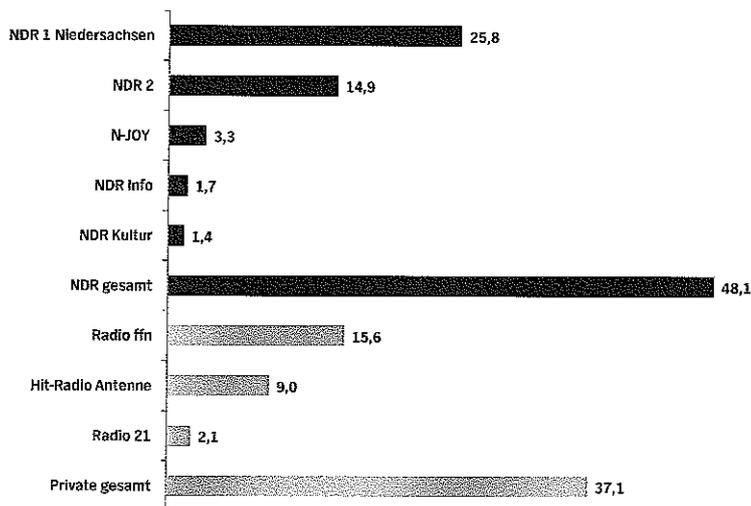
(in %)



Bericht an die Landesparlamente der NDR-Staatsvertragsländer
über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Norddeutschen Rundfunks

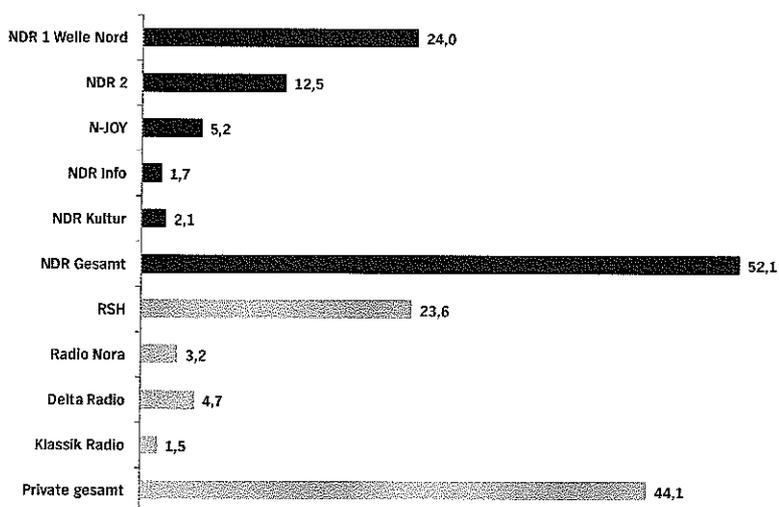
Niedersachsen | Marktanteile

(in %, Mo-So, MA 2012 I)



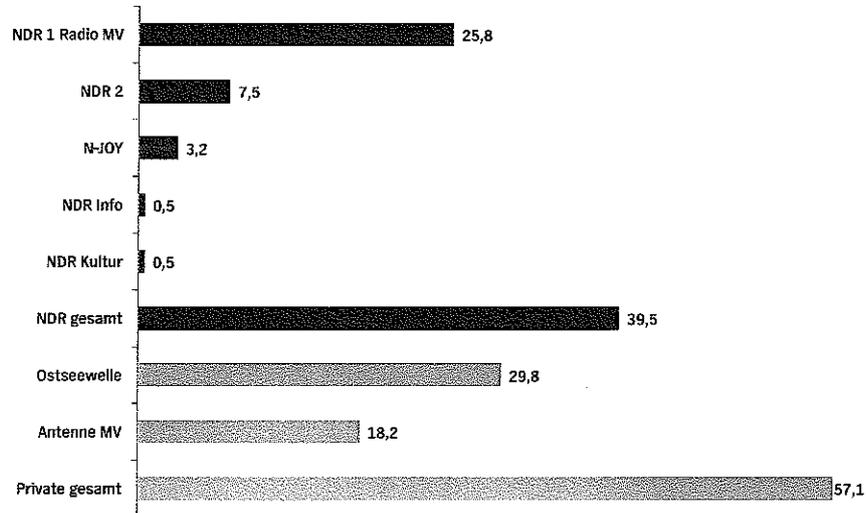
Schleswig-Holstein | Marktanteile

(in %, Mo-So, MA 2012 I)



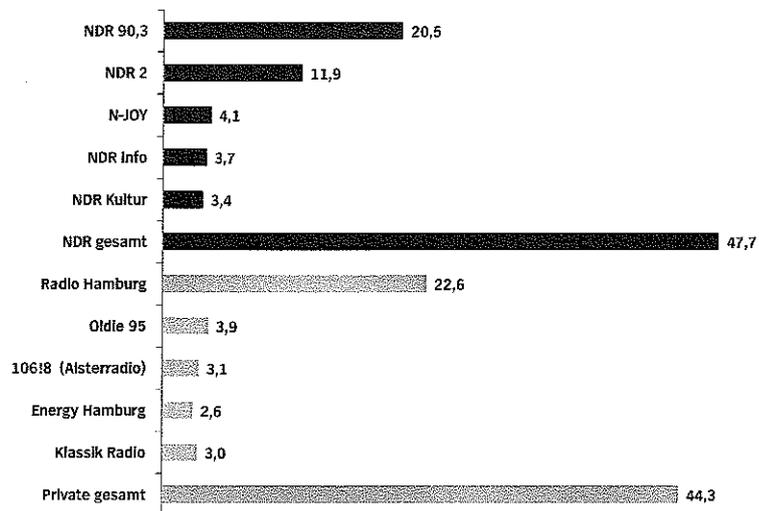
Mecklenburg-Vorpommern | Marktanteile

(in %, Mo-So, MA 2012 I)



Hamburg | Marktanteile

(in %, Mo-So, MA 2012 I)



Quelle für alle Hörfunk-Grafiken:
Media Analyse Radio,
deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren

○ **Die NDR Hörfunk-Zentralprogramme**

Mit **NDR 2**, **N-JOY**, **NDR Kultur** und **NDR Info** strahlt der **NDR** vier zentrale Radioprogramme aus. Nach wie vor ist er anderen Landesrundfunkanstalten gegenüber insofern strukturell benachteiligt, als er nur auf **NDR 2** Werbung ausstrahlen darf und das auch nur werktäglich maximal 60 Minuten. Programmlich ist es **NDR 2** in den vergangenen zwei Jahren gelungen, seine Marktposition im Norden sukzessive auszubauen. Diese positive Entwicklung gilt es zu stabilisieren bzw. weiterzuführen.

Ziel ist es, vor allem in der wichtigen Sendezeit am Morgen den Kreis der Hörer zu erweitern und im Kernmarkt Niedersachsen Marktführer der Pop-Programme zu werden. In diesem Zusammenhang sollen die Moderatoren zu echten „Radio-Personalities“ weiterentwickelt, Potenzialhörer gewonnen und das Musikangebot behutsam nachjustiert werden. Mit neuen Serien und tagesaktueller Comedy will **NDR 2** darüber hinaus seine Unterhaltungskompetenz weiter stärken. Off air setzt **NDR 2** auch künftig auf die etablierte Eventmarke „**stars@NDR2 – live**“.

N-JOY, das Radioprogramm für Jugendliche und junge Erwachsene, kann und soll frecher, innovativer und kantiger sein als die anderen **NDR** Programme. Dieses Profil soll 2012 schwerpunktmäßig weiter ausgebaut werden. Das Programm soll für seine witzigen, selbstironischen und gelegentlich verrückten Aktionen, für eine unkonventionelle und kreative Herangehensweise an Themen, für seine direkte Art der Ansprache und für seine Zuverlässigkeit bei Service und Information bekannt werden. Mit seinem differenzierten Musikangebot kommt **N-JOY** bei seinen Hörern gut an. Ein besonderer Fokus liegt 2012 auf der Etablierung der im Herbst 2011 gestarteten Morningshow, die sich neben der einzigen männlichen Doppelmoderation im Norden durch alltagsnahen Sitcom-Humor, kompakte Informationen und einen aktuellen, dynamischen Musik-Mix auszeichnet. Die beiden Moderatoren Andreas Kuhlage und Jens Hardeland sollen neben ihrer täglichen Moderation der Frühstrecke auch off air, auf **N-JOY XTRA** und in sozialen Netzwerken im Internet präsent sein. Die Weiterentwicklung des kompakten **N-JOY** Nachrichtenformats und die noch stärkere Nutzung der Schnelligkeit des Mediums Radio werden die Schwerpunkte in der Entwicklung der Informationsangebote sein.

Dem Ziel, verstärkt auch ein jüngeres Publikum anzusprechen, kommt **NDR Kultur** mit einer Mischung aus profunder Kulturberichterstattung in den aktuellen Magazinen, Konzert- und Opernübertragungen, Hörspielen, Features am Abend und täglichen Lesereihen peu à peu näher. Es gilt nun, die erreichten Akzeptanzwerte zu halten und neue Zielgruppen zu erschließen, ohne die traditionelle Klientel zu verlieren. Den Bekanntheitsgrad zu steigern sowie die Hörerbindung und die regionale Verankerung im gesamten Sendegebiet zu festigen, sind für **NDR Kultur** wichtige Herausforderungen.

Neben der kontinuierlichen Pflege des abwechslungsreichen Musikrepertoires lautet ein weiteres Ziel von **NDR Kultur**, verstärkt auch Aufnahmen der **NDR** Orchester sowie norddeutscher Ensembles in das Tagesprogramm einzubinden. Mit der Reihe „Wissen“ versucht **NDR Kultur** den neuen und teils jüngeren Hörergruppen ein zeitgemäßes Angebot zu bieten. Auch bei den langen Formaten am Abend geht **NDR Kultur** neue Wege: So wird bei den Features der Sendereihe „Kulturforum“ u. a. das thematische Spektrum erweitert. Es geht nicht allein um Wissensvermittlung, sondern um spannend gestaltete Radiogeschichten und zeitgeschichtlich relevante Inhalte.

NDR Info steht für hochwertige Nachrichten und investigative Recherche. Der **NDR Info** Reporter-pool erfüllt die hochgesteckten qualitativen und quantitativen Erwartungen. Die selbst gesetzten Standards zu halten, ist auch 2012 die wichtigste Aufgabe. Daneben bleibt die Satire-Reihe „Intensiv-Station“ die herausragende Programmmarke von **NDR Info**. Sie soll auch ein Labor für die Entwicklung neuer satirischer Programmelemente werden.

Die Tagesreichweite von **NDR Info** hält sich auf hohem Niveau. Allerdings hat sich gezeigt, dass gerade im größten Staatsvertragsland Niedersachsen die Schwankungsbreite vergleichsweise groß ist. Zuversichtlich stimmen die kontinuierlichen Zuwächse beim „Weitesten Hörerkreis“ und beim Bekanntheitsgrad. Vergleiche mit anderen, schon länger auf dem Markt befindlichen Inforadios verdeutlichen, dass **NDR Info** hier noch Steigerungspotenzial hat, das es besser auszuschöpfen gilt.

- **Die NDR Orchester und der NDR Chor**

Seit Jahrzehnten sind das **NDR Sinfonieorchester**, die **NDR Radiophilharmonie**, die **NDR Bigband** und der **NDR Chor** wichtige Botschafter im kulturellen Leben Norddeutschlands und darüber hinaus. Sie setzen im Konzertleben immer wieder Impulse und stärken durch neue Angebote ihre Attraktivität.

In den nächsten Jahren wird es wichtig sein, neue, auch jüngere Zielgruppen zu erschließen. Außer-gewöhnliche Aufführungsorte und der direkte Kontakt zwischen Orchester, Dirigent und Publikum spielen dabei eine wesentliche Rolle. Dazu gehören z. B. Einführungen in die Werke durch den Chef-dirigenten des **NDR Sinfonieorchesters**, Thomas Hengelbrock, ebenso wie Education-Programme von Orchestern und Chor, die sich speziell an Kinder und Jugendliche richten.

Gleichzeitig gilt es, auch Maßnahmen zu entwickeln, die Orchestern und Chor größere finanzielle Spielräume eröffnen. Die **NDR Bigband** plant, ihre Präsenz, insbesondere in Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern, zu erhöhen. Der **NDR Chor** strebt eine Steigerung der Besucherzahlen in den Abonnementsreihen an. Auch Kooperationen und Partnerschaften mit anderen Kulturträgern sowie die Prüfung von Sponsoring-Möglichkeiten u. a. für Tourneen gehören zu diesem Konzept.

4.1.2 Fernsehen

Regional verankert, journalistisch profiliert und an den Bedürfnissen der Zuschauer orientiert, so präsentiert sich das **NDR Fernsehen**. Sein Angebot umfasst Information, Kultur, Wissen, Service, Sport, Fiktion und Unterhaltung. Jüngerer Publikum zu gewinnen und knapper werdende Mittel effizient zu verwenden, sind die beiden großen Herausforderungen für 2012. Das **NDR Fernsehen** setzt dabei auch auf die gezielte Ansprache der 50- bis 59-Jährigen.

Im ARD-Verbund wird der **NDR** als starker Partner auch zukünftig seine Rolle wahrnehmen, um Akzeptanz und Relevanz des Ersten zu sichern. Darüber hinaus wird er sein gewohntes Engagement für die Spartensender aufrechterhalten. Dazu gehören die Zulieferungen zu Sendungen auf Arte, KI.KA, PHOENIX, 3sat und Deutsche Welle TV.

o **Der NDR im Ersten**

Für das Erste besteht eine der größten Aufgaben darin, zukünftig vermehrt junge Zielgruppen zu erschließen. Dafür setzt das Programm auf die Stärkung derjenigen Marken, die diese Zielgruppen ansprechen. Dazu gehören die „Tagesschau“, die „Tatort“-Reihe und die „Sportschau“. Weiter entwickelt werden sollen erfolgreiche serielle Unterhaltungsformate nach dem Vorbild des preisgekrönten Casting-Formates „Unser Star für Oslo“.

Der **NDR** ist wesentlicher Leistungsträger für das Erste. Im Informationssegment ist er als Federführer der Gemeinschaftseinrichtung ARD-aktuell für die wichtigste und erfolgreichste deutsche Nachrichtenredaktion verantwortlich („Tagesschau“, „Tagesthemen“, „Nachtmagazin“, und „Wochenspiegel“). Die 20-Uhr-Ausgabe der „Tagesschau“ sehen täglich durchschnittlich neun Millionen Menschen; bei den unter 30-Jährigen erreicht sie einen Marktanteil von rund elf Prozent. Mit tageschau.de und dem Informationskanal tagesschau24 hat der **NDR** sein digitales Informationsprofil konsequent ausgebaut und den Erfordernissen moderner Informationsvermittlung angepasst.

In einem sich ständig verändernden Medienumfeld muss auch die Redaktion von ARD-aktuell die neuen Möglichkeiten bei der Verbreitung und Nutzung von Nachrichten ausschöpfen. Darum gibt es das Nachrichtenangebot der „Tagesschau“ linear und non-linear auf allen relevanten Plattformen und Ausspielwegen: als App, als tagesschau.24 für Hybrid-TV (HbbTV), in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und YouTube sowie als „Tagesschau in 100 Sekunden“ für weitere Portale wie „Handelsblatt“ oder „Tagesspiegel“.

Seit September 2011 hat das Erste mit „Günther Jauch“ ein weiteres politisches und erfolgreiches Gesprächsformat. „Panorama“, seit 1961 regelmäßig auf Sendung, wurde 2011 erneut Spitzenreiter unter den Politikmagazinen im deutschen Fernsehen. Dabei setzt das vom **NDR** verantwortete Magazin auf investigative Recherche, journalistische Einordnung und Orientierung.

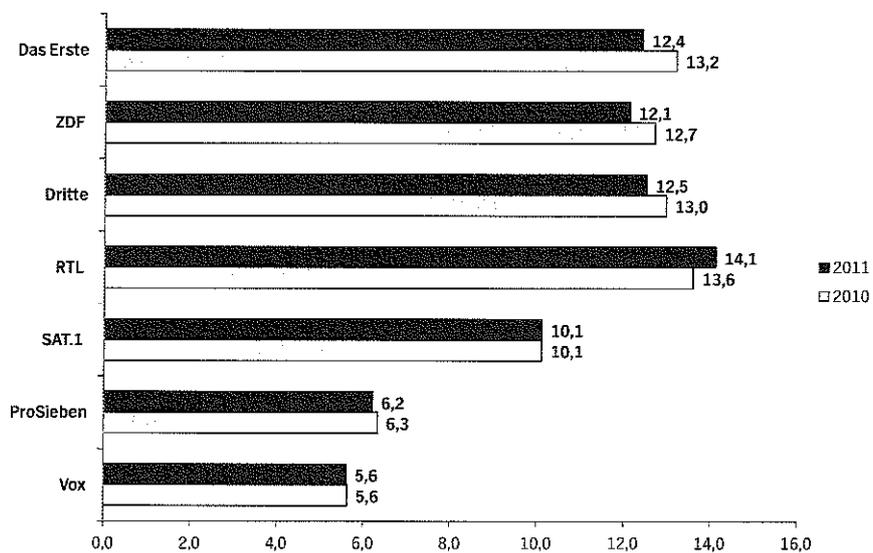
Einen weiteren starken Akzent im Programm des Ersten bilden die **NDR** Dokumentationen. Ihr neuer Sendeplatz am späteren Abend bietet ihnen aufgrund des weniger starken Gegenprogramms die Chance zur weiteren Profilierung.

Der **NDR** wird mit Til Schweiger einen neuen Kommissar für den Hamburger „Tatort“ präsentieren, eine der erfolgreichsten Marken des Ersten. Federführend für die ARD überträgt der **NDR** 2012 den Eurovision Song Contest aus Baku. In diesem Zusammenhang wird auch die politische Situation in Aserbaidschan kritisch begleitet. Zu den sportlichen Höhepunkten des Jahres 2012 zählen u. a. die Olympischen Spiele in London, über die der **NDR** federführend für die ARD berichten wird.

Mit der Ernennung des Programmdirektors **NDR Fernsehen** zum Koordinator des ARD-Vorabends hat der **NDR** eine Schlüsselposition für das Erste übernommen. Die sechsköpfige Gemeinschaftsredaktion Vorabend hat im Herbst 2011 einen der schwierigsten und wichtigsten Sendeplätze einer weitreichenden Reform unterzogen. Mitentscheidend für den langfristigen Erfolg dieses umfangreichen Umbaus wird auch die Zeit sein, die man den Angeboten lässt, um sich beim Publikum zu etablieren. Hier sind Geduld und der Mut zu Zwischenschritten erforderlich - so wie z. B. bei den regional geprägten Krimiserien, von denen die erfolgreichsten Formate fortgesetzt werden.

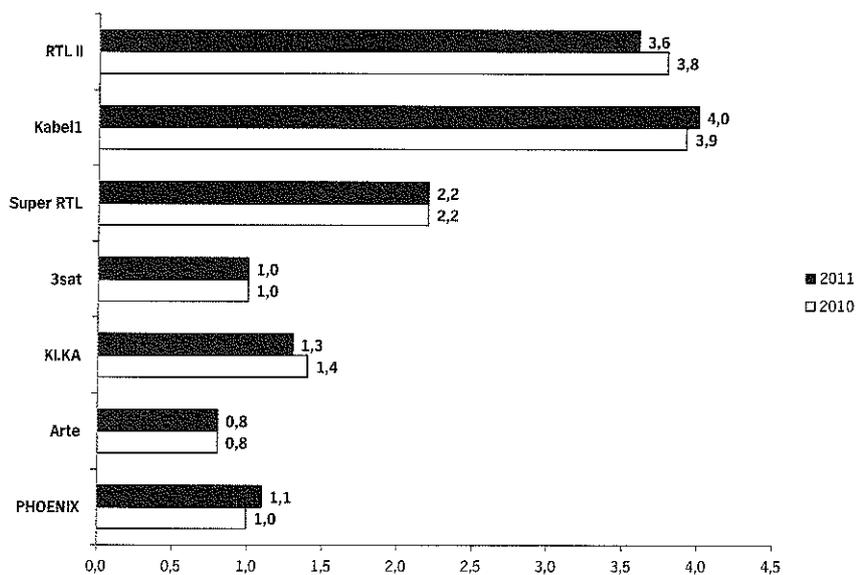
Marktanteile | Große Sender

(in %, BRD, 2010 und 2011)



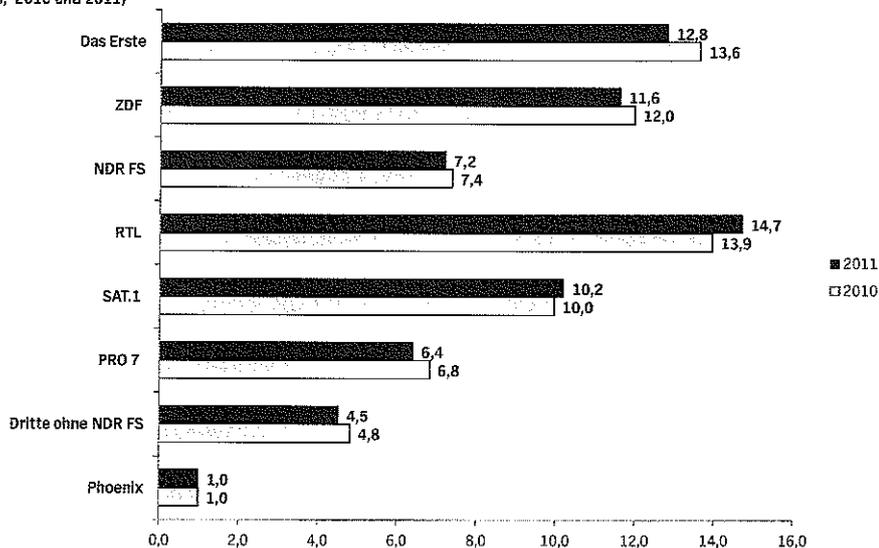
Marktanteile | Kleine Sender

(in %, BRD, 2010 und 2011)



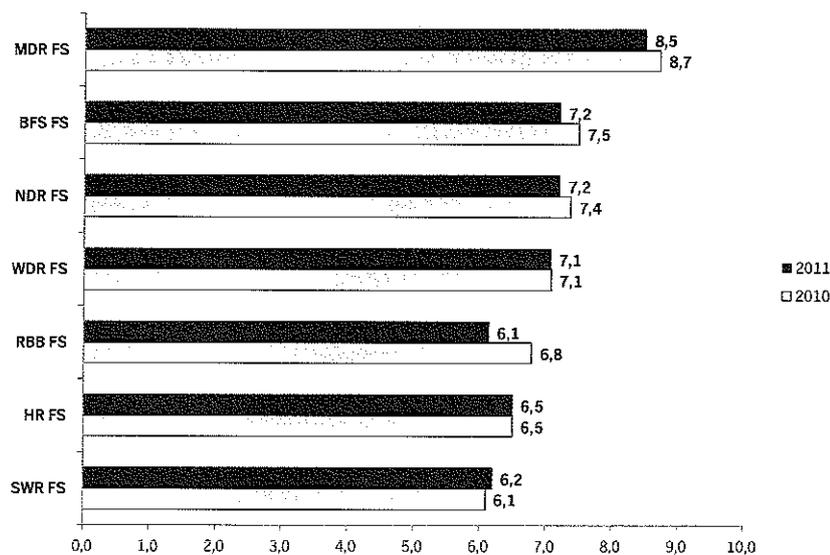
Marktanteile | NDR FS Gebiet

(in %, 2010 und 2011)



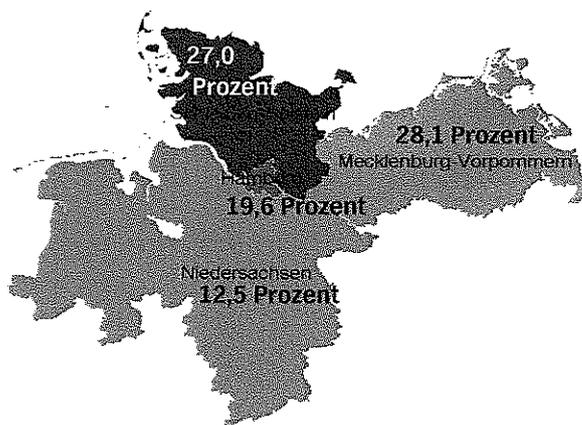
Marktanteile | Dritte im jeweiligen Sendegebiet

(in %, 2010 und 2011)



NDR Fernsehen | Landesprogramme 19.30 Uhr

(Marktanteile in % im jeweiligen Bundesland, 2011)



Quelle für alle Fernsehgrafiken:
AGF/GfK TV Scope, Fernsehpanel D+EU,
Zuschauer gesamt, ab 3 Jahre

- **Das NDR Fernsehen**

Das **NDR Fernsehen** ist das gemeinsame Dritte Fernsehprogramm von **NDR** und Radio Bremen. Es befindet sich unverändert in der Spitzengruppe aller Dritten. Sein Alleinstellungsmerkmal ist die Regionalität, der Schlüssel für eine dauerhafte und breite Akzeptanz ist die Qualität des Programms.

In den vergangenen Jahren hat sich das **NDR Fernsehen** konsequent journalistisch positioniert und damit sein klares, öffentlich-rechtliches Profil gestärkt. Ein wesentlicher Baustein dafür ist die im Juni 2011 eingeführte werktägliche regionale Nachrichtensendung **NDR aktuell** um 21.45 Uhr, die in Hannover als Gemeinschaftssendung der Landesfunkhäuser produziert wird. Dazu gehören aber auch Sendungen wie **Panorama – die Reporter** und die Dokumentationsreihe **45 min**. Um das Informationsprofil weiter zu stärken, werden die Rahmenbedingungen für investigative und langfristige Recherchen optimiert.

Das mit der Nachrichtensendung eingeführte neue Programm-Schema am Hauptabend hat sich bewährt und die Relevanz des **NDR Fernsehens** nochmals gestärkt. Ob es darüber hinaus noch weitere Optimierungsmöglichkeiten für das Schema gibt, soll 2012 geprüft werden. Vermehrt nachkommen will das **NDR Fernsehen** dem Wunsch nach unterhaltenden Sendungen. Dazu braucht es ansprechende Formate und Moderationstalente, die auch jüngeres Publikum erreichen.

Wichtig für die Zuschauerbindung sind Maßnahmen zur Innovationsförderung. Auch 2012 werden in einem Innovationsfonds der Programmdirektion Fernsehen fünf Mio. € für die Entwicklung neuer Formate bereitgestellt, die durch Umschichtungen finanziert werden. Zudem werden auch Optimierungsmöglichkeiten für Sendestrecken jenseits des Hauptabends geprüft.

- **Die NDR Fernseh-Landesprogramme**

Die Landesfunkhäuser der vier **NDR-Staatsvertragsländer** stehen für regionale Kompetenz. Ihre Berichterstattung aus den Regionen bildet das Fundament für die norddeutsche Prägung des **NDR Fernsehens** und für die Verankerung des **NDR** im Norden.

Die erfolgreichsten Regionalmagazine Deutschlands sind das **Nordmagazin** des Landesfunkhauses Mecklenburg-Vorpommern und das **Schleswig-Holstein Magazin** aus Kiel, in der Zuschauergunst stetig zugelegt hat auch **Hallo Niedersachsen**.

Mit der bereits erwähnten Nachrichtensendung **NDR aktuell** um 21.45 Uhr unterstreichen die Landesfunkhäuser ihre Kompetenz im Nachrichtensegment. Ebenfalls gemeinschaftlich von den vier Landesfunkhäusern werden die regionalen Reportagen und **Lust auf Norden** auf dem Sendeplatz um 18.15 Uhr erstellt. Sie tragen zum norddeutschen Programmprofil des **NDR Fernsehens** ebenso bei wie die **Nordtour** oder die „Nordschau“-Formate mit **Nordseereport**, **Ostseereport**, **Hanseblick** und **Rund um den Michel**.

Im Jahr 2012 wollen die Landesprogramme ihre Position als akzeptanzstärkste Sendungen mit enger Bindung zum norddeutschen Publikum im **NDR Fernsehen** weiter behaupten und ihren Marktanteil auf hohem Niveau festigen.

Hallo Niedersachsen hat seit Einführung des neuen Magazinformates vor zwei Jahren kontinuierlich steigende Akzeptanzwerte. Daher sollen 2012 die tragenden Elemente des Angebotes noch weiter optimiert werden. Im Mittelpunkt stehen dabei die exklusive Recherche, die schnelle Reaktion auf aktuelle Ereignislagen sowie eine pointierte Hintergrundberichterstattung. „Plattdüütsch“ wird seinen festen Platz im **NDR Fernsehen** behalten. **Niedersachsen 18.00** will seine Akzeptanz durch Liveschalten und den verstärkten Wechsel zwischen verschiedenen Beitragslängen steigern.

Das **Schleswig-Holstein Magazin** will seine aktuelle Berichterstattung mit Hintergrundinformationen weiter intensivieren. Die geplante Verstärkung des Studios Norderstedt durch ein eigenes Kamera-Team ist für 2012 vorgesehen, um Themen aus der Region Südholstein mehr Gewicht im Programm zu verleihen. Die engere Verzahnung verschiedener Ressorts in Hörfunk und Fernsehen und ein trimedialer Recherchepool für mehr Exklusiv-Geschichten dienen der Stärkung der publizistischen Schlagkraft des Landesfunkhauses Schleswig-Holstein. Die Serie „Zeitreise“ soll als Format für die jüngere Landesgeschichte zu einem Markenzeichen der Sendung weiterentwickelt werden. Das Konzept von **Schleswig-Holstein 18:00** als monothematisches Programmangebot wird als Reporter-Format und Außenübertragung aus dem Lande weiterentwickelt.

2012 sendet der **NDR** seit 20 Jahren aus Mecklenburg-Vorpommern. Auch im Jubiläumsjahr gilt für das **Nordmagazin** das Ziel, die Nr. 1 unter den deutschen Regionalprogrammen zu sein. Im Umfeld fiktionaler Konkurrenzangebote muss sich das **Nordmagazin** noch deutlicher als *das* Leitmedium am Abend profilieren. Dabei wird der inhaltliche Nutzen dahingehend überprüft, ob das Magazin die Lebenswirklichkeit, das „Tagesgefühl“ der Zuschauer trifft. Das gilt auch für die tägliche Live-Berichterstattung vor Ort in der Sendung **Land und Leute**. Die größte Herausforderung für beide Sendungen ist 2012 die Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung zum 30. April. Welche Auswirkungen dies auf die Quotenentwicklung haben wird, ist nicht absehbar.

Auf dem hart umkämpften Hamburger Fernsehmarkt ist das **Hamburg Journal** bestrebt, sein öffentlich-rechtliches Profil weiter zu schärfen. Markenzeichen der Sendung sind die stets hochaktuelle Berichterstattung und die sorgfältig recherchierten Hintergrund-Stücke zu allen relevanten Themen in der Stadt. Erhöht wurde der Stellenwert der Nachrichten im Magazin, die jetzt von Journalisten statt wie bisher von Sprechern präsentiert werden. In der Frühausgabe des **Hamburg Journal um 18.00 Uhr** gibt es 15 Minuten aktuelle Informationen über das politische und kulturelle Geschehen sowie unterhaltsame Live-Reportagen aus der Stadt.

4.1.3 Telemedien

Mit seinem Onlineauftritt profiliert sich der **NDR** auch zukünftig als Anbieter qualitativ hochwertiger publizistischer Inhalte im Netz. Er wird seine Angebote auf den Feldern Internet, Videotext und Multimedia weiterentwickeln und optimieren, wobei die Schärfung des journalistischen Profils der Redaktion einen der Schwerpunkte des Prozesses darstellt.

Dazu gehören der Ausbau der Eigenrecherchen sowie die Darstellung fundierter Hintergründe zu aktuellen Themen und Ereignissen in Norddeutschland. Einhergehend mit den verbesserten technischen Möglichkeiten soll der Anteil von Videos und Audios im Programm gestärkt werden. Ein weiterer Fokus soll bei der Unterhaltung, in der Kultur sowie beim Sport gesetzt werden.

Die Nutzung des **NDR** Online-Angebotes entwickelt sich kontinuierlich positiv. Im Jahr 2011 konnte **NDR** Online erstmals über eine halbe Milliarde Page-Impressions (PI) verzeichnen. Das entspricht einem Tagesdurchschnitt von 1,54 Mio. PIs und bedeutet eine Steigerung von 20 % gegenüber 2010. Wichtiger Baustein des **NDR** Online-Angebotes ist die Mediathek. Allerdings stehen viele Beiträge aufgrund der im Telemedienkonzept festgelegten Verweildauerregeln nur für einen beschränkten Zeitraum zur Verfügung. 2012 soll die **NDR** Mediathek überarbeitet werden, um den Zugang zu Videos und Audios zu verbessern, die Funktionen zu erweitern und ein höheres Maß an Barrierefreiheit zu erreichen. Außerdem soll die technische Bereitstellung von Videos aus dem Fernsehen deutlich beschleunigt werden.

Bei **N-JOY XTRA** stehen – im ersten Jahr nach dem Start – die Schärfung des Angebotsprofils und die Steigerung der Beitragsqualität im Vordergrund. Technische Innovationen sollen für die junge Zielgruppe eine optimale und interaktive Begleitung des Radioprogramms und ausgesuchter Inhalte des **NDR Fernsehens** gewährleisten. Gleichzeitig soll mit Hilfe dieser Innovationen die Hörerbindung erhöht werden. Dabei wird **N-JOY XTRA** ein besonderes Augenmerk auf die Auspielung auf unterschiedlichen Endgeräten legen. Präsenzen auf geeigneten Drittplattformen sollen zudem helfen, die Bekanntheit des Angebotes zu steigern.

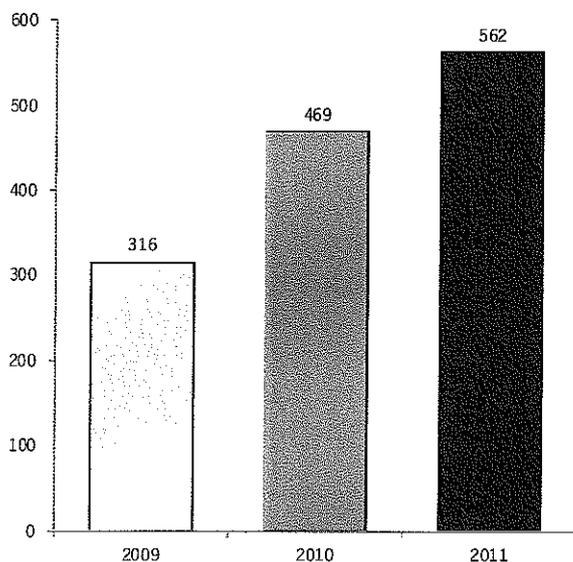
Auch andere Inhalte des **NDR** sollen verstärkt auf Plattformen mit einer großen Marktdurchdringung zur Verfügung gestellt werden. Im Zentrum stehen dabei soziale Netzwerke, Videoplattformen, Angebote für Handys und Smartphones sowie HbbTV-Angebote für hybride Fernsehgeräte. Verschiedene Inhalte des **NDR** werden bereits heute dort verbreitet. Zu den Voraussetzungen für eine Zusammenarbeit mit einer Drittplattform gehören die redaktionelle Hoheit des **NDR** und ein freier Zugang. Zudem dürfen die Inhalte nicht kommerziell verbreitet oder in einem unmittelbar werblichen Umfeld präsentiert werden.

Bei den Programminhalten für hybride Fernseher (HbbTV) hat sich der **NDR** zunächst auf die „Tageschau“ konzentriert. Im Rahmen eines Pilotprojektes soll nun eine HbbTV-Version der **NDR** Mediathek erstellt werden. Dies ermöglicht eine zeitsouveräne Nutzung von Videos und Audios des **NDR** auch auf diesen Endgeräten. In einem zweiten Schritt soll dann auch eine HbbTV-Version des **NDR** Textes für diese Plattform aufgebaut werden.

Der **NDR** will sein Online-Angebot möglichst allen Bevölkerungsgruppen zugänglich machen, sodass jeder Nutzer unabhängig von körperlichen oder technischen Einschränkungen darauf zugreifen kann. Nach der Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik (BITV) nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) ist **NDR.de** weitgehend barrierefrei. Menschen mit motorischen oder visuellen Einschränkungen können das **NDR** Online-Angebot nutzen. Blinde und stark sehbehinderte Menschen können sich den Auftritt mit Hilfe eines Screenreaders erschließen, der die Texte auf der jeweiligen Seite vorliest. Das hohe Niveau bei der Sicherung eines barrierefreien Zugangs zu seinem Telemedienangebot wird der **NDR** auch in Zukunft beibehalten und, wenn möglich, ausbauen.

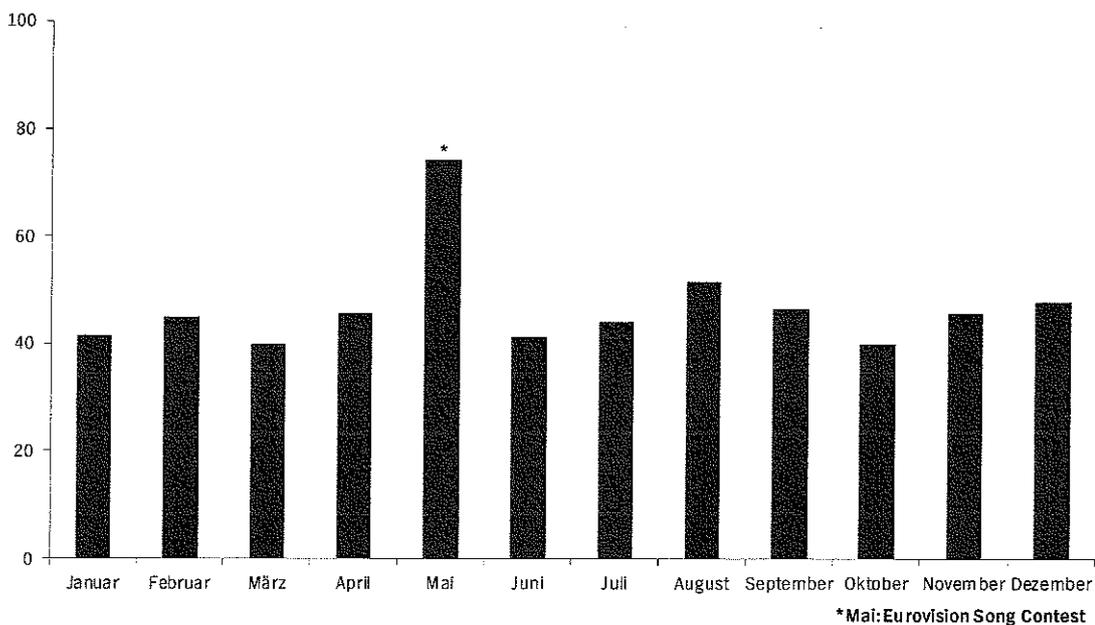
NDR Online Gesamt | Entwicklung 2009 bis 2011

(PageImpressions in Mio.)



NDR Online Gesamt | 2011

(PageImpressions in Mio.)



Quelle für alle Online-Grafiken:
IVW/INFOnline

Auch bei seinen Fernsehangeboten wird der **NDR** die Barrierefreiheit weiter voranzutreiben. So soll beispielsweise die Untertitelungsquote zügig erhöht werden: bis Ende 2013 auf über 50 % im **NDR Fernsehen**. Bis dahin sollen auch möglichst alle Sendungen des **NDR** im Ersten Untertitelt sein. In den letzten drei Jahren hat das **NDR Fernsehen** seine Untertitelungsquote bereits von elf auf 37 % gesteigert. Auch die Quote der Hörfilmfassungen für sehbehinderte oder blinde Menschen soll erhöht werden.

4.2. Trimedialität

Mit der Umsetzung der Digitalstrategie hat der **NDR** verstärkt trimediale Arbeitsabläufe erprobt und eingeführt. Grundsätzlich verspricht er sich davon eine deutlichere publizistische Wahrnehmung seiner Inhalte und das Erreichen möglichst vieler Gebührentzahler. Gleichzeitig stärken das medienübergreifende Arbeiten und die Nutzung unterschiedlicher Ausspielwege die Wiedererkennbarkeit der **NDR** Programmmarken und vertiefen deren Bindung an das Publikum.

Die Anzahl der Projekte und Programmplanungen, die gemeinsam oder mit jeweils einem anderen Medium umgesetzt werden, steigt stetig: Bilder von Videojournalisten werden im Fernsehen gesendet, O-Töne aus dem Fernsehen im Hörfunk genutzt, der Hörfunk führt Künstlerinterviews im Multimedia-Labor, der Sport plant medienübergreifend, die Recherchen des Reporterpools von **NDR Info** stehen auch online zur Verfügung und führen zu Reportagen oder Sendungen im Fernsehen.

Beispiele für trimediale Projekte sind der **NDR** Schwerpunkt „Wünsch Dir Deinen **NDR**“, die beiden Großveranstaltungen Eurovision Song Contest und Deutscher Radiopreis sowie die für 2012 geplante Dokumentation „Der Tag der Norddeutschen“.

Als Anker im jungen Publikum spielt **N-JOY** für den **NDR** eine besondere Rolle. Das Onlineangebot **N-JOY XTRA** flankiert die Bemühungen von **N-JOY** im Internet. Darüber hinaus dient es als multimediale Plattform, um relevante Inhalte für ein junges Publikum im **NDR** Hörfunk und Fernsehen zu bündeln und somit neue Zielgruppen zu erreichen.

Die Landesfunkhäuser des **NDR** haben aufgrund ihrer thematischen und logistischen Voraussetzungen bereits sehr frühzeitig bi- bzw. trimediale Arbeitsabläufe organisiert. Dabei verlaufen die Prozesse angepasst an die spezifischen Erfordernisse und Strukturen des jeweiligen Landesfunkhauses mit dem Ziel einer kontinuierlichen Optimierung.

So hat das Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern 2011 eine grundlegende Strukturreform durchgeführt und die trimediale Themensteuerung eng verzahnt. Im Landesfunkhaus Hamburg wurde die bi- bzw. trimediale Zusammenarbeit bislang vor allem durch die Fachredaktionen, bei Recherchethemen und den Einsatz derselben Moderatoren in Hörfunk und Fernsehen realisiert.

Für das Landesfunkhaus Niedersachsen haben das Nachrichtenmagazin **NDR aktuell** um 21.45 Uhr und das Projekt „**NDR** Online: Niedersachsen regional“ zu einem grundlegenden Einschnitt geführt. Die schon entstandenen und zukünftigen synergetischen Produktionsprozesse sind in möglichst feste, effiziente Strukturen zu überführen.

Im Landesfunkhaus Schleswig-Holstein ist das konsequent verzahnte Konferenzsystem inzwischen erfolgreich geübte Praxis. Durch die Etablierung des trimedial arbeitenden Recherche pools konnte der Anteil exklusiver Nachrichten und Berichte sowie profilbildender Geschichten deutlich gesteigert werden. Ähnlich wie in Hamburg und Niedersachsen sollen organisatorisch wirksame Strukturveränderungen in einem kontinuierlichen Prozess vorgenommen werden.

Mit der Fusion der Fernsehredaktion ARD-aktuell und der Online-Redaktion tagesschau.de hat der **NDR** den Grundstein für eine medienübergreifende Nachrichtenproduktion gelegt. Das erste große Gemeinschaftsprojekt ist der Aufbau eines sogenannten Content Centers. Basis der Arbeit im Content Center ist die Präsenz in sozialen Netzwerken wie Facebook, YouTube oder Twitter. Durch den Aufbau des Informationskanals tagesschau24 hat die Fernsehredaktion den Brückenschlag zum Hörfunk geschaffen. Der Prozess des trimedialen Arbeitens soll in den kommenden Jahren fortgesetzt werden.

4.3 Produktion und Technik

Die Produktionsdirektion stellt die zur Programmproduktion und -verbreitung notwendigen technischen und personellen Ressourcen zur Verfügung, wobei nicht alle Leistungen durch eigenes Personal bzw. mit eigener Technik erbracht werden. Das Verhältnis von Eigen- und Fremdleistung wird jedoch immer wieder neu justiert und den veränderten Märkten und Anforderungen angepasst. Der durch die Vernetzung mögliche schnelle, unaufwändige Austausch von Audio- und Videodaten schafft ausgezeichnete Voraussetzungen für die im **NDR** grundsätzlich angestrebte und in Teilen bereits umgesetzte trimediale Zusammenarbeit.

Die Hauptprogramme von ARD und ZDF haben 2010 den HDTV-Regelbetrieb aufgenommen. Das **NDR Fernsehen** wird ab 30. April 2012 digital in HD über Satellit übertragen. Allerdings werden für die HD-Produktion keine Investitionen vorgezogen, sodass erst im Laufe der nächsten Jahre alle Inhalte originär in HD zur Verfügung stehen werden.

Die für den 30. April 2012 festgelegte Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung wird durch umfängliche, stufenweise gesteigerte Kommunikationsmaßnahmen vorbereitet und begleitet. Die Informationskampagne umfasst sowohl ARD-weite als auch **NDR** spezifische Aktionen. Nach der Entscheidung der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) vom Februar 2011, die Mittel für das Projekt „Radio der Zukunft“ freizugeben, sind seit dem 22. November 2011 die vier **NDR 1** Landesprogramme sowie **N-JOY**, **NDR 2**, **NDR Kultur** und **NDR Info** über den neuen Standard DAB+ zu empfangen. Seit Anfang 2012 werden im Rahmen eines Testbetriebes auch die Programme **NDR Traffic** und **NDR Musik Plus**, deren Verbreitung im Juni 2011 aufgrund der Installation der neuen DAB+ Technik vorübergehend unterbrochen worden war, sowie **NDR Info Spezial** über DAB+ verbreitet. Damit bietet der **NDR** auch ARD-weit abgestimmte Zusatzprogramme für das Digitalradio an.

4.4 Personal

4.4.1 Planstellen-Entwicklung

Insgesamt hat der **NDR** seine Planstellen seit 1994 um 15 % reduziert. Zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit wurde eine Reihe substanzieller Sparmaßnahmen eingeleitet, darunter auch der sozialverträgliche Abbau von Planstellen. Von 2005 bis 2012 werden insgesamt 189,5 Stellen entfallen. Im Gegenzug hat der **NDR** für wichtige Aufgaben 50 Stellen neu geschaffen.

Darüber hinaus hat der **NDR** sich vorgenommen, den Stellenabbau ab 2013 in vertretbarem Umfang sozialverträglich kontinuierlich fortzusetzen, auch um die aus den Vorgaben der KEF abgeleitete Entwicklung der Personalkosten zu erreichen.

4.4.2 Nachwuchsförderung

Der **NDR** zählt zu den führenden Ausbildungsbetrieben in Norddeutschland, im Bereich der audiovisuellen Medien ist er sogar Spitzenreiter. Jedes Jahr bildet er weit über 200 junge Leute aus: Journalisten für Hörfunk, Fernsehen und Online, Techniker in der Produktion, Kaufleute und andere. In diesem Engagement sieht der **NDR** zum einen die Grundlage für die Sicherung seiner Qualität, zum anderen kommt er seiner Verantwortung als größtes elektronisches Medienunternehmen in Norddeutschland nach.

Ende 2011 waren 237 junge Menschen beim **NDR** in Ausbildung, davon 167 Auszubildende in insgesamt sieben staatlich anerkannten Ausbildungsberufen, 36 im Programmvolontariat und 34 im Aufnahmeleitervolontariat.

In der Journalisten-Ausbildung ist der **NDR** europaweit die Nr. 1 unter den elektronischen Medien. Seit 1981 haben ca. 750 Frauen und Männer ein Programm-Volontariat beim **NDR** in Hannover absolviert, der zentralen Ausbildungsstätte für **NDR** Journalisten. Anfang März 2012 wurde das neue digitale multimediale Ausbildungsstudio in der niedersächsischen Landeshauptstadt in Betrieb genommen, das auch die ARD.ZDF medienakademie zur Weiterbildung von Journalisten nutzt. Der **NDR** wird sein starkes Engagement für eine qualitativ hochwertige Ausbildung auch zukünftig beibehalten. Um im Wettbewerb der Anbieter als Ausbildungsbetrieb attraktiv zu bleiben, setzt er auf eine zielgruppenadäquate Ansprache der Jugendlichen. So können sie sich z. B. über ein neu entworfenes Bewerberportal künftig online für ein Praktikum im **NDR** bewerben.

4.4.3 Chancengleichheit

Der **NDR** wird auch zukünftig seine zahlreichen Maßnahmen für Chancengleichheit weiterentwickeln. Insbesondere ist eine zielgerichtete Frauenförderung gerade auf der Führungsebene sowie in Produktion und Technik vorgesehen. Innerhalb der ARD ist der **NDR** Federführer im „MINT-Pakt“ (für mehr Frauen in Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik). Durch Vernetzung, gerade mit dem Land Niedersachsen, steigt die Möglichkeit, die Zielgruppe an Fachhochschulen und Universitäten direkt zu erreichen.

Dem **NDR** als öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalt kommt bei den Themen Migration und Integration eine besondere Rolle zu: Er ist zum einen Berichterstatter über entsprechende politische Diskussionen, zum anderen kann er den Prozess der gesellschaftlichen Veränderungen durch Programminhalte und -präsentatoren sicht- und hörbar dokumentieren.

Immer mehr Menschen mit Migrationshintergrund bereichern inzwischen die Programme des **NDR**. Er wird auch weiterhin auf die Förderung der interkulturellen Kompetenz aller Mitarbeiter setzen. Dazu gehören entsprechende Fortbildungsangebote für Programmverantwortliche und Führungskräfte ebenso wie Workshops und Informationsveranstaltungen für Mitarbeiter.

Gesellschaftliche Anerkennung wird in besonderem Maße davon bestimmt, auf welche Weise und in welchem Umfang der Einzelne seinen Lebensunterhalt selbst bestreiten kann. Der Teilhabe am Arbeitsleben kommt dabei vor allem für behinderte Menschen eine Schlüsselrolle zu. Aus diesem Grund fördert der **NDR** die Integration von Menschen mit Behinderungen in die betrieblichen Abläufe des Unternehmens durch Praktika und Kooperationen mit Behindertenorganisationen. Er wird auch hier seine Rolle als verantwortungsbewusster Arbeitgeber weiter engagiert wahrnehmen.