



Mit Ludger Abeln, Yared Dibaba und Sandra Keck wurde die Autorenriege der Sendereihe „Hör mal'n beten to“ durch drei prominente „Plattschnacker“ verjüngt.

Im September 2007 ging die neue Theaterseite der **NDR 1 Welle Nord** im Internet an den Start. Sie liefert einen einzigartigen Service für das ganze Land und bietet neben allen relevanten Informationen zum Spielplan der etablierten Theater Schleswig-Holsteins zu jeder Premiere den Hörfunkbeitrag als Audio.

Mit Blick auf das Bauprojekt „Feste Fehmarnbeltquerung“ initiierte die **NDR 1 Welle Nord** in der zweiten Jahreshälfte eine ständige Zusammenarbeit mit dem Programm des Dänischen Rundfunks für die Inseln Lolland, Falster, Moen und Seeland (DR P4 Sjaelland).

Im Fernsbereich war das **Schleswig-Holstein Magazin** auch 2007 eines der erfolgreichsten Regionalmagazine in Deutschland. Am Konzept der „elektronischen Abendzeitung“ mit aktuellen Informationen und Nachrichten aus Schleswig-Holstein, ergänzt um Service- und Unterhaltungselemente, wurde festgehalten. Die regionale Kompetenz wurde durch häufigere Live-Berichte und Live-Schaltungen zu den Korrespondentinnen und Korrespondenten in den Studios verstärkt, das Informationsprofil durch mehr Aktualität und exemplarische

lokale Themen zugunsten von weniger überregionalen Anteilen geschärft.

Die Sendung **Schleswig-Holstein Unser Land** um 18.00 Uhr wurde konzeptionell weiterentwickelt und zur Betonung des tagesaktuellen Ansatzes zunächst in **Schleswig-Holstein 18:00** umbenannt. Mit dem Kurswechsel am Ende des Jahres hin zu einer monothematischen Live-Reportage konnte eine deutlich verbesserte Präsenz in der Region erreicht werden. Im Mittelpunkt der Sendung stehen Ereignisse und Anlässe, die im **Schleswig-Holstein Magazin** nicht in dieser Ausführlichkeit abgebildet werden können. Die Nachrichten des Tages werden in einer Bilder-Flotte präsentiert. Mit diesem Format ist die Unterscheidbarkeit zum **Schleswig-Holstein Magazin** gewährleistet.

Einen Programmschwerpunkt bildete im Sommer erneut das Schleswig-Holstein Musik Festival (SHMF) als herausragendes Kulturereignis des Landes. Im Festival-Fernsehen, täglich in **Schleswig-Holstein 18:00** und am Wochenende im **Schleswig-Holstein Magazin** stand das SHMF sieben Wochen lang mit Berichten, Reportagen und Interviews im Mittelpunkt der Fernsehberichterstattung. Für das **NDR Fernsehen** produzierte das Landesfunkhaus Schleswig-Holstein ein 45-minütiges Feature zum Abschluss des SHMF.



Der **Ostsee Report** feierte 2007 seinen 20. Geburtstag. Im **NDR Fernsehen** wurde dieses Jubiläum mit einer „Best of“-Spezialsendung zu Ostern und mit einer „Ostsee-Nacht“ gewürdigt. Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 10,0 % belegte der **Ostsee Report** den zweiten Platz unter den „Nordschau“-Formaten, bundesweit mit einem Marktanteil von 3,1 % sogar den ersten Rang. Besonders erfreulich ist die Zuschauer-Resonanz weiterhin bei den Spezialausgaben des **Ostsee Reports**, so unter anderem bei der Sendung „Kreuzfahrt zwischen Eisbergen“, die bundesweit fast eine Million Zuschauerinnen und Zuschauer und im **NDR** Sendegebiet einen Marktanteil von 12,7 % erreichte. Die bei den „Nordischen Filmtagen“ entstandenen Kontakte zu Dokumentarfilmern und Produzenten aus dem Ostseeraum ermöglichten es, noch häufiger Kurzfassungen ihrer Filme im **Ostsee Report** zu senden.



Auch 2007 lieferte das Landesfunkhaus Schleswig-Holstein zahlreiche erfolgreiche Sendungen mit Marktanteilen zwischen 8,1 % und 13,1 % für verschiedene Sendeplätze im **NDR Fernsehen**, insbesondere für die Regionalsendungen aus den Landesfunkhäusern um 18.15 Uhr. Zum Programmangebot des Landesfunkhauses für das **NDR Fernsehen**, das erneut mehr als 40 Sendestunden umfasste, zählten außerdem zwei **Nordabende**, die Aufzeichnungen zweier Musik-Unterhaltungssendungen, eine Operette sowie Dokumentationen und Features über Land und Leute.

Die Crosspromotion zwischen der **NDR 1 Welle Nord** und dem **Schleswig-Holstein Magazin** sowie **Schleswig-Holstein 18:00** wurde 2007 nochmals intensiviert und verbessert, vor allem um die regionale Kompetenz des **NDR** in Schleswig-Holstein zu unterstreichen. Auch die Crosspromotion mit anderen **NDR** Redaktionen und Programmen wurde weiter optimiert.

Die Medienpartnerschaften mit dem Schleswig-Holstein Musik Festival und den „Nordischen Filmtagen“ wurden ebenso fortgesetzt wie die mit der in Schleswig-Holstein gegründeten Schülerinitiative „Schüler Helfen Leben“. Ihre regionale Verankerung und ihre regionale Verbundenheit zeigten die **NDR 1 Welle Nord** und das **Schleswig-Holstein Magazin** unter anderem auch auf ihrer gemeinsamen Sommertour, beim landes-

weiten „Tag des offenen Hofes“, bei der 100-Jahr-Feier des Westerhever Leuchturms und bei diversen Sportevents.

#### LANDESFUNKHAUS MECKLENBURG-VORPOMMERN

Das Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern stand 2007 vor besonderen Herausforderungen. Zur täglichen, aktuellen Programmarbeit kamen Großereignisse mit überregionaler Bedeutung hinzu wie der G 8-Gipfel in Heiligendamm und die zentrale Veranstaltung zum „Tag der Deutschen Einheit“ in Schwerin. Die damit einhergehende Berichterstattung für die ARD sowie die vielen Sondersendungen im **NDR Fernsehen** und in den **NDR** Hörfunkprogrammen wurden gemeinsam mit den Hamburger Redaktionen und der Produktion professionell und erfolgreich umgesetzt. Die Landesprogramme haben dadurch ihre Stärke als öffentlich-rechtliches Informationsmedium weiter profilieren können.



Das **Nordmagazin** behauptete auch 2007 seinen Platz als Regionalprogramm mit der höchsten Zuschauerakzeptanz in Deutschland. Die Aktuell-Redaktion wurde neu aufgestellt und im Programm deutlicher gewichtet. Die Mischung aus aktueller Information und unterhaltsamen Beiträgen erfreut sich im Land großer Beliebtheit.

Der Programmbereich Fernsehen des Landesfunkhauses lieferte neben den Regelsendungen **Land und Leute** und **Nordmagazin** 3.371 zusätzliche Erstsendeminuten, darunter die beliebten, 2007 gründlich reformierten **Nordabende**, die Reportagereihe um 18.15 Uhr und die **Nordstories**. Hinzu kamen Sonderformate, wie beispielsweise von der Hanse Sail in Rostock. Aufwändig produziert wurde der dritte Film zur Landesgeschichte Mecklenburg-Vorpommerns, der sich dem Maler Caspar David Friedrich widmete. Dieser Film wurde darüber hinaus auch Schulen des Landes für Unterrichtszwecke zur Verfügung gestellt.

Das maritime Magazin **Hanseblick** beschäftigte sich schwerpunktmäßig mit den Ostsee-Anrainer-Staaten wie Polen oder Litauen. Durch vertiefende Reportagen über Land und Leute sowie durch die serviceorientierten Erlebnistouren wurde spürbar Interesse für diese Länder geweckt. Mehrere tausend Zuschaueranfragen pro Sendung waren dabei keine Seltenheit.



**NDR 1 Radio MV** wurde laut Media Analyse 2007 II erneut das erfolgreichste öffentlich-rechtliche Radioprogramm Deutschlands, bezogen auf die Tagesreichweite im eigenen Sendegebiet. Sie betrug 30,1%, der Marktanteil lag bei 26,9%. Allerdings war ein Rückgang der Hörerzahlen, vor allem in den jungen Altersgruppen, festzustellen. Erfreulich hingegen waren die Zuwächse in der Kernzielgruppe der 50 bis 59-Jährigen sowie eine Stabilisierung bei der Altersgruppe 60 plus. Besonders hervorzuheben ist die Akzeptanz am Nachmittag. Das neue, informationsverdichtete Format von 16 Uhr bis 19 Uhr wurde von den Hörerinnen und Hörern gut angenommen. Weitere Schwerpunkte lagen in der Neukonzipierung der Morningshow, der Sendestrecke von 13 Uhr bis 15 Uhr sowie des Sonnabendvormittags.

Erneut erfolgreich war die Sommertour von **NDR 1 Radio MV** und **Nordmagazin**, 2007 mit fast 120.000 Gästen an neun Stationen. Außerdem begleitete das Landesfunkhaus viele kulturelle und sportliche Ereignisse mit einem ausführlichen Rahmenprogramm – ob bei der Eröffnung der Rügenbrücke, der 150-Jahrfeier des Schweriner Schlosses, der Hanse Sail oder dem Greifswalder Fischerfest: Der **NDR** war mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, seinen Farben und seinen Programmen vor Ort.

Neben der täglichen Programmarbeit und den Zulieferungen zu aktuellen Formaten

des Ersten und des **NDR Fernsehens** führte das Landesfunkhaus für den **NDR** das Pilotprojekt „Videojournalist“ durch und arbeitete intensiv an verschiedenen bi- und trimedialen Projekten.

#### LANDESFUNKHAUS HAMBURG

Eine schwere Sturmflut und der Orkan „Hanno“, der Ausfall der beiden Kernkraftwerke Krümmel und Brunsbüttel, das Sparprogramm bei Airbus, die Vorbote der Hamburger Bürgerschaftswahl 2008 und das neue Wahlrecht – das waren nur einige der Themen, über die das **Hamburg Journal** und **NDR 90,3** im Jahr 2007 ausführlich berichteten.

Positiv waren wieder die Akzeptanzwerte für **NDR 90,3**: Täglich schalteten 427.000 Menschen das erfolgreichste **NDR** Radioprogramm in Hamburg ein. Dabei gelang es nicht nur, jüngere Hörerinnen und Hörer in den Altersgruppen ab 40 zu gewinnen, auch die Hördauer stieg erkennbar, so dass **NDR 90,3** einen Marktanteil von 24,1% (Montag bis Sonntag) erreichte. Mit seiner hohen Qualität setzt **NDR 90,3** Maßstäbe beim Informationsangebot zu allen relevanten Hamburger Themen. Die Nachrichtensendung **NDR 90,3** Aktuell ist für die Multiplikatoren und Entscheider der Hansestadt ebenso unverzichtbar wie für die Politiker. Im bereits 2007 angelaufenen Wahlkampf bestätigten zahlreiche exklusive Geschichten von **NDR 90,3** diesen besonderen Stellenwert.



Die große Gemeinschaftsaktion von **NDR 90,3** und dem **Hamburg Journal** stand 2007 im Zeichen des 100. Geburtstags des Tierparks Hagenbeck. „Sieben Tage Hagenbeck“ lobte **NDR 90,3** aus und lud seine Hörerinnen und Hörer sowie die Zuschauerinnen und Zuschauer des **Hamburg Journals** ein, eine Woche als Tierpfleger bzw. als Tierpflegerin zu arbeiten. Mehr als 700 Hamburgerinnen und Hamburger bewarben sich, um einmal einen Blick hinter die Kulissen des Tierparks zu werfen. Mit mehreren Filmbeiträgen begleitete das Fernsehen die Tierpfleger und Tierpflegerinnen und verstärkte so die Aufmerksamkeit für die Aktion auch in den Printmedien. Eine Dokumentation über „100 Jahre Hagenbeck“ im **NDR Fernsehen** sorgte für zusätzliche Resonanz und erreichte einen Marktanteil von 16 %.

Mit „Hamburg Sounds“ hat die Hamburger Musikszene ein neues Zuhause bekommen: Insgesamt neun Mal präsentierte **NDR 90,3** im „Schmidts Tivoli“ die besten Hamburger Songwriter und die spannendsten Newcomer und bot damit vielversprechenden Talenten ein gemeinsames Podium mit etablierten Stars der Szene. **NDR 90,3** zeichnet „Hamburg Sounds“ auf und sendet den Mitschnitt immer am darauffolgenden Sonntagabend – für viele Künstlerinnen und Künstler der erste Radioauftritt in ihrer Karriere. Stefan Gwildis, Ingo Pohlmann, Orange Blue und viele andere gehörten zu den Künstlern bei „Hamburg Sounds“, die für viel Auf-

merksamkeit sorgten und dem Programm neue Hörerinnen und Hörer brachten.

Im Tagesprogramm blieb **NDR 90,3** dem Schlager treu, behutsam wurde das Angebot – zu bestimmten Zeiten und an ausgesuchten Stellen – jedoch durch den einen oder anderen Oldie „jünger und internationaler“ gestaltet.

Das **Hamburg Journal** konnte seine Akzeptanz 2007 beim Publikum erneut steigern. Zwischen 19.30 und 20.00 Uhr war es wieder die erfolgreichste Sendung in der Hansestadt und erreichte mit einem Marktanteil von 23,3 % mehr Zuschauerinnen und Zuschauer als alle privaten regionalen Anbieter in Hamburg zusammen. Auch die 18 Uhr-Ausgabe setzte ihre Erfolgsstory fort und erreichte 14 % Marktanteil sowie den ersten Platz unter den Landesprogrammen.

Sehr erfolgreich liefen die Dokumentationen des Landesfunkhauses Hamburg für das **NDR** Gesamtprogramm, so zum Beispiel „Stürme, Fluten, Hitzewellen“, die mit guten Marktanteilen im Ersten sowie in fast allen dritten Programmen, in PHOENIX und in 3sat ausgestrahlt wurde. Aber auch Themen wie „Sommer zwischen Alster und Elbe“, „Abenteuer Hamburg – St. Petersburg – 50 Jahre Städtepartnerschaft“, „Spitzköpfe, Bordsteinschwalben und Hafenslotsen“ und „Hamburger Hafengeschichten“ kamen von den erfolgreichen Fernseh-Autoren des Landesfunkhauses Hamburg. Nicht nur die



„Schattenkinder“ im Ersten sorgten für viel Diskussionsstoff, ungebrochen ist auch die Beliebtheit der „Hamburg damals“-Folgen, vor allem in der sogenannten „Nacht des Landesfunkhauses“.

Drei Tage lang feierte der Hamburger Hafen mit mehr als einer Million Besucherinnen und Besuchern seinen 818. Geburtstag. Das Publikum von **NDR 90,3** und **Hamburg Journal** genoss an Bord der „Mare Frisium“ das Hafengeburtstagsprogramm aus nächster Nähe und traf dabei die Moderatorinnen und Moderatoren sowie die Programm-macherinnen und Programm-macher von Radio und Fernsehen. Insgesamt wurden 13 Törns für mehr als 600 Besucherinnen und Besucher angeboten.

Richard von Weizsäcker, Margot Käßmann, Loki Schmidt und Christiane Nüsslein-Vollhard hießen die hochkarätigen Gäste, die Landesfunkhaus-Direktorin Maria von

Welser 2007 in ihrer Gesprächsreihe „klug und mutig!“ begrüßen konnte. Sie findet bereits im zweiten Jahr im KörperForum in der Hamburger HafenCity statt. Neu war, dass „klug und mutig!“ neben der Ausstrahlung bei **NDR 90,3** auch in einem 30-minütigen Zusammenschnitt im **NDR Fernsehen** miterlebt werden konnte.





### DIE PROGRAMMBEGLEITENDEN DIENSTE DES NDR

Dem immer größer werdenden Wunsch nach zeitsouveräner und ortsunabhängiger Nutzung von Programminhalten kommen die Podcast-Angebote des **NDR** entgegen, die mit über 58 % die größte Zuwachsrate verzeichneten. Täglich wurden durchschnittlich über 20.000 Podcasts abgerufen.

Die Zahl breitbandiger Internetanschlüsse und die damit einhergehende starke Zunahme von abgerufenen Videoinhalten war Anlass, ab September testweise das **NDR Fernsehen** als Livestream anzubieten. Bereits in den ersten vier Monaten wurden über 700.000 Zugriffe erzielt. Bei den live gestreamten **NDR** Hörfunkprogrammen konnte die Nutzung gegenüber 2006 erneut um 47 % gesteigert werden.

Verbesserte Technik machte es auch möglich, den Kinofilm „Gegen die Wand“ in sehenswerter Qualität anzubieten und die Anwender durch interaktive Formate wie „Von Japan nach Sibirien“ oder den **extra 3**-Blog an das Internetangebot zu binden.

Mit einer Steigerungsrate von 17 % bei der Zahl der abgerufenen Internetseiten erhöhte **NDR** Online seine Nutzungszahlen im Vergleich zur generellen Entwicklung der Internetnutzung überdurchschnittlich. Im Mai erzielte der Programmbereich „Programm-begleitende Dienste / Multimedia“ ein neues

Rekordergebnis: Knapp 31 Millionen Zugriffe (Page-Impressions) verbuchten die Internet-Angebote des **NDR** insgesamt innerhalb eines Monats – so viel wie noch nie zuvor. Besonderen Anteil an diesem Erfolg hatten der Web-Auftritt des Eurovision Song Contests sowie das Angebot der Kindersendung „Die Pfefferkörner“. Auch die Online-Dossiers zum ASEM- und G 8-Gipfel sowie das große ARD-Special zum „America's Cup“ trugen zu dem Rekord bei.

Die Darstellung von Inhalten wurde im Rahmen der Einführung des neuen Web-Content-Management-Systems (WCMS) modernisiert und verbessert. Die Startseite ndr.de und die Seiten der Hörfunk-Landesprogramme präsentieren sich seit April 2007 in einem neuen Design, das unter anderem eine bessere Übersicht, klarere Strukturen und eine prägnantere Bildsprache bietet.

Als besonders innovativ hat sich der **NDR** beim viel beachteten Pilotprojekt „Creative Commons“ gezeigt, bei dem er neue, aus dem angelsächsischen Raum stammende Rechteinverwertungsformen ausprobiert.

Fast 24 Millionen Menschen haben im Jahr 2007 den **NDR** Text genutzt. Bundesweit erreichte der **NDR** Text in der Gunst der Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer erneut Platz zwei der regionalen Teletexte.



Zu diesem Erfolg beigetragen haben die konsequent umgesetzten Optimierungsstrategien, in die auch Erkenntnisse der Medienforschung eingeflossen sind. So kamen zur aktuellen Berichterstattung verstärkt Hintergrundinformationen und Dossiers hinzu; der Sport erweiterte sein Angebot und es wurden Service-Angebote eingerichtet. Mit verschiedenen Live-Tickern trug der **NDR** Text dem Wunsch vieler Zuschauerinnen und Zuschauer Rechnung, sich schnell und topaktuell zu informieren. Außerdem wurde der Ergebnisdienst noch einmal ausgeweitet: Der Videotext berichtet jetzt unter anderem über alle Spiele der norddeutschen Fußballclubs bis zur siebten Liga – mit diesem Service besitzt der **NDR** Text im Norden ein weiteres Alleinstellungsmerkmal.

Der Bereich „Aktuelles“ war 2007 das erfolgreichste Angebot des Teletextes. Er konnte mit 52,4 % seinen senderinternen Erfolgsanteil im Vergleich zu 2006 noch einmal leicht steigern (2006: 51,3 %). Deutliche Gewinne verzeichneten die Sportseiten. Das Angebot legte um 8,4 % zu und kam so insgesamt auf 27,6 %. An dritter Position der am häufigsten frequentierten Seiten steht die Fernsehbegleitung mit 9,6 %. In Analogie zur Fernsehnutzung verzeichnete der **NDR** Text zwischen 18 und 23 Uhr die meisten Zugriffe.

Im Juni 2007 startete darüber hinaus das Pilotprojekt „Barrierefreies Fernsehen/Live-

Untertitelung **DAS**“. Seither erstellt der Bereich jeden Abend das Serviceangebot für gehörlose und hörgeschädigte Menschen. Durch die Untertitelung des Magazins **DAS** verdoppelte der **NDR** seine Untertitelquote im Vergleich zu 2006 auf rund 11 % in 2007.

#### **PRODUKTION UND TECHNIK**

Thematische Schwerpunkte in der Produktionsdirektion im Jahr 2007 waren die Digitalisierung des Fernsehens, die großen Außenübertragungen und die digitale Programmverbreitung. Bei der Digitalisierung des Fernsehens wurde ein Rahmenterminplan für das weitere Vorgehen vereinbart und ein Tool für die Herstellung von Programmbeiträgen am redaktionellen Arbeitsplatz ausgewählt. Vorbild für das weitere Vorgehen sind die Erfahrungen aus dem digitalen Pilotsystem der Magazinsendung **DAS**. Künftig wird es keine neuen Produktionen im **NDR Fernsehen** mehr auf Band geben.

Für alle **NDR** Produktionen wurde 2007 das Breitbildformat 16:9 eingeführt; Vorreiter war hier die Sendung „**Niedersachsen 19.30 das Magazin**“. Neben der Auflistung, Analyse und Umstellung der Programmbestandteile mussten dafür viele, noch im 4:3-Format produzierte Beiträge in das Breitbildformat überführt werden.

Vor ihrer Ausstrahlung werden **NDR** Sendungen für die einzelnen Verbreitungswege in der Sendeabwicklung mit Zusatzdaten ver-





sehen. Dafür erhält das Mantelprogramm des **NDR Fernsehens** VPS, Bild- und Tonformatinformationen, Programmdetails und andere Daten. Die hierfür nötige Technik wurde 2007 ersetzt und damit die perspektivische Verknüpfung mit dem künftigen digitalen Langzeitarchiv geschaffen.

Das Vorschau-Archiv (DIVA) der Archivdatenbanken erhielt eine neue Funktion für den Programmaustausch, die den Transfer von Beiträgen zwischen allen ARD-Anstalten erlaubt, die über diese gemeinsame Technik verfügen. Um die Realisierung eines digitalen Archivs kümmert sich seit 2007 eine Arbeitsgruppe aus Programm und Produktion.

Zur Vorbereitung der Einführung von Produktionen im hochauflösenden Format (HDTV) wurden zunächst zwei CamCorder beschafft und zwei Schnittplätze in Hamburg für die HDTV-Bearbeitung aufgerüstet.

Bei der Gestaltung von Bühnenbildern erleichtern seit 2007 Medienserver die Arbeit erheblich. In ihnen sind alle Einstellungen für Beleuchtung und Dekoration sowie verschiedene Grafiken und Elemente zum direkten Abruf von Lichtstimmungen abgespeichert und per Mausclick oder über Touchscreen abrufbar.

Die vernetzte Produktionstechnik für das Fernsehen, die sich beim **NDR** noch im Aufbau befindet, wurde bei ARD-aktuell bereits

schrittweise eingeführt. Parallel zum Sendebetrieb wurde zunächst ein Basissystem für EinsExtra in Betrieb genommen. Anschließend erfolgte der Umbau der Redaktionsräume, der Aufzeichnung und der Regien ARD 1 und ARD 2. Nach und nach wurden die Sendungen des „Nachtmagazins“ sowie die einzelnen Ausgaben der „Tagesschau“ auf die neue Technik umgestellt. Inzwischen werden alle Sendungen von ARD-aktuell vernetzt produziert und gesendet.

Der Zugriff auf digitale Daten wird auch in der Pressearbeit immer wichtiger. So steht die Bilddatenbank von **NDR** und ARD-aktuell seit dem vergangenen Jahr nahezu im gesamten **NDR** für die multimediale Nutzung zur Verfügung. Die Bibliothek und die Presseudokumentation wurden zum neuen Bereich „Recherche Presse und Buch“ zusammengefasst.

Von der durch die ARD vorangetriebenen Entwicklung der neuen gemeinsamen Hörfunk-Datenbank profitiert auch der **NDR**. Die Bemusterungsarchive der Landesrundfunkanstalten sind seit 2007 umfassend vernetzt. Durch die Erweiterung des Speichers beim Sternpunkt in Frankfurt kann die Tonträgerindustrie die ARD-Anstalten datenbasiert bemustern – ein Verfahren, das mit dem Herunterladen von Musiktiteln auf MP3-Player im Internet vergleichbar ist.



Im **NDR** Landesfunkhaus Schleswig-Holstein begann der Umbau des Produktions- und Sendekomplexes für die **NDR 1 Welle Nord**. Der Hörfunk-Übertragungswagen Ü 56 des Landesfunkhauses erhielt neueste Digitaltechnik. Der neue Fernsehübertragungswagen Ü 3 mit seinem Rüstwagen wurde Anfang 2007 in Dienst gestellt.

Auch 2007 hat der **NDR** wieder viele Großereignisse aus Politik, Sport und Unterhaltung übertragen. Beim G 8-Gipfel lieferte er das sogenannte „Weltbild“ für alle angeschlossenen Sender und war mit mehr als 90 Kameras, elf Ü-Wagen und 14 Satellitenwagen vor Ort. Bei der weltumspannenden Veranstaltung „Live Earth“ wurden nicht nur die **NDR** Programme, sondern die gesamte ARD mit Interviews, Hintergrundberichten und Reportagen versorgt. Federführend für die ARD war der **NDR** auch bei der Übertragung der Leichtathletik-WM und des 32. „America's Cup“. Abgerundet wurde das vielfältige Engagement bei den Außenübertragungen mit der Berichterstattung über eine Reihe weiterer hochkarätiger Sportveranstaltungen.

Weil zum Fernsehbild auch der gute Ton gehört, produzierte der **NDR** wiederum Sendungen unter dem Schlagwort „Kino für die Ohren – Dolby Digital 5.1“, so zum Beispiel für den Grand Prix-Vorentscheid, den Eurovision Song Contest und das Abschlusskonzert des Schleswig-Holstein Musik Festivals.

Abgeschlossen wurde der Ausbau des digitalen Antennenfernsehens (DVB-T) für Norddeutschland, so dass nunmehr 95 % der Einwohner in den **NDR** Staatsvertragsländern DVB-T über die Hausantenne empfangen können. Das Ziel der Politik, die Umstellung auf digitalen Antennenempfang bis 2010 zu vollziehen, wurde bundesweit früher als vorgegeben erreicht. Die Vereinbarung mit dem ZDF, mindestens 90 % der Bevölkerung mit DVB-T zu erreichen, konnte im **NDR** Sendegebiet sogar übertroffen werden.

Neben der digitalen Programmverbreitung über Antenne, Satellit und Kabel nimmt das Internetfernsehen immer breiteren Raum ein. Der **NDR** mit seinen Landes- und Hörfunkprogrammen sowie die „Tagesschau“ bieten im Internet Live-Streams und Streams auf Abruf rund um die Uhr in aktuellen technischen Formaten an, um möglichst viele Internet-Nutzer zu erreichen.



### VERWALTUNG

Umfangreiche Arbeiten im Zusammenhang mit der Erstellung des 16. KEF-Berichts prägten das Jahr 2007. Trotz der moderaten Finanzbedarfsanmeldung der ARD für den Zeitraum 2009 bis 2012 hat die KEF signifikante Aufwandskürzungen bzw. Ertragszuschätzungen vorgenommen.

Die KEF empfiehlt in ihrem Anfang Januar 2008 vorgestellten 16. Bericht, die seit dem Jahr 2005 unveränderte Rundfunkgebühr ab dem 1. Januar 2009 um 95 Cent anzuheben. Von dieser Anpassung sollen 56,5 Cent auf die ARD entfallen. Dies bedeutet auf das Jahr gerechnet eine Steigerung von durchschnittlich 1,2 %, während sich die Inflationsrate im ersten Halbjahr 2008 auf 2,9 % beläuft. Da die Gebührenanpassung für die jetzt laufende Gebührenperiode 2005 bis 2008 nur 1,1 % pro Jahr beträgt, muss die ARD über einen Zeitraum von acht Jahren mit real sinkenden Erträgen auskommen. Dies bedeutet für alle ARD-Anstalten große Spar- und Rationalisierungsanstrengungen, was nur begrenzten Spielraum für zusätzliche Umverteilungen innerhalb der ARD lässt. Die letztendliche Entscheidung über die Gebührenhöhe im Zeitraum 2009 bis 2012 obliegt den 16 Landesregierungen bzw. Landesparlamenten.

Bei den Erträgen aus Teilnehmergebühren sind die Wachstumsraten vergangener Jahre nicht mehr zu erreichen. Dies liegt zum ei-

nen daran, dass aufgrund der langjährigen erfolgreichen Zusammenarbeit der GEZ mit der Abteilung Rundfunkgebühren des **NDR** die Ausschöpfung des Gebührenpotenzials nunmehr an Grenzen stößt. Belastend wirkt zum anderen, dass die Zahl der von der Gebührenpflicht befreiten Rundfunkteilnehmer zugenommen hat und weiterhin hohe Forderungsausfälle zu verzeichnen waren.

Erschwerend kommt hinzu, dass die Diskussion über eine gerätebezogene Rundfunkgebühr, das Serviceverhalten der GEZ und das Vorgehen der Gebührenbeauftragten mit der Einführung der Gebührenpflicht für neuartige Empfangsgeräte eine neue Qualität erlangt hat. Der **NDR** hält es daher für geboten, neue Wege zur nachhaltigen Verbesserung der Akzeptanz der Rundfunkfinanzierung und des Rundfunkgebühreneinzugs zu beschreiten. Besonders hervorzuheben ist dabei die Einrichtung eines Servicebüros für Rundfunkgebühren in Kiel und die Vereinbarung einer Kooperation mit den Verbraucherzentralen in Norddeutschland.

Über die **NDR MEDIA GmbH** fließen dem **NDR** Erträge aus der Rundfunkwerbung zu. Gegenüber dem Vorjahr fielen die Zuflüsse der **NDR MEDIA GmbH** 2007 geringer aus. Im Hörfunk konnten zwar die Erträge gegenüber 2006 gesteigert werden, in der Fernsehwerbung wurden aber die Werbeerträge des Vorjahres nicht erreicht, da keine mit der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in



Deutschland vergleichbaren Sportgroßeignisse stattgefunden haben. Auch die regionalen Umsätze blieben hinter dem Vorjahreswert zurück.

Die Höhe der Aufwendungen wird durch die erzielbaren Erträge begrenzt. Durch die Gebührenanpassungen steigen die Erträge zwar noch nominal, unter Berücksichtigung der Preissteigerung ist jedoch ein rückläufiger Trend erkennbar. Auf diese Tatsache hat der **NDR** bereits in den letzten Jahren mit einer Vielzahl von Maßnahmen reagiert, die der Verbesserung seiner Wirtschaftlichkeit und der Reduzierung der Kosten dienen. So wurden zum Beispiel neben dem Abschluss eines bis September 2009 reichenden Gehaltstarifvertrages mit moderaten Steigerungssätzen auch die Budgets der Programme generell eingefroren bzw. nur noch geringfügig gesteigert. Gleichwohl ist der **NDR** bestrebt, Qualität und Wettbewerbsfähigkeit seiner Hörfunk- und Fernsehprogramme zu sichern und – wenn möglich – weiter zu erhöhen.

Durch die fortwirkenden Maßnahmen konnte der **NDR** auch im Jahr 2007, dem dritten Jahr der Gebührenperiode, mit einem deutlichen Überschuss von 62,0 Mio. € ein erfreuliches Ergebnis erzielen. Aufgrund des guten Jahresergebnisses 2007 kann der **NDR** die Gebührenperiode 2005 bis 2008 im Erfolgsplan voraussichtlich mit einem Überschuss abschließen. Dieser Überschuss wird

dringend benötigt, um auch die kommende Gebührenperiode 2009 bis 2012 mit einem ausgeglichenen Ergebnis abzuschließen und damit die Vorgaben der Finanzordnung zu erfüllen.

Um auf variierende programmliche Anforderungen, den technischen Wandel und neue medienpolitische Rahmenbedingungen reagieren zu können, braucht der **NDR** leistungsfähige und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die qualitative Personalentwicklung spiegelt sich nicht zuletzt auch in den Anstrengungen des **NDR** im Bereich der Nachwuchsförderung wider.

Der **NDR** gehört in Norddeutschland unverändert zu den größten und renommiertesten Ausbildungsunternehmen. Regelmäßig werden die Auszubildenden aufgrund ihrer sehr guten Ausbildungsabschlüsse und der **NDR** als hervorragender Ausbildungsbetrieb von den jeweils zuständigen Handelskammern geehrt bzw. ausgezeichnet. Dieser Erfolg bestätigt das bisher entwickelte und realisierte Ausbildungskonzept, das den kontinuierlich wechselnden Anforderungen angepasst wird.

Ende 2007 waren 157 Auszubildende in insgesamt neun staatlich anerkannten Ausbildungsberufen beschäftigt. Der **NDR** bietet insbesondere auch schwerbehinderten jungen Menschen einen Ausbildungsplatz an. 2007 befanden sich insgesamt fünf Auszu-



bildende mit Schwerbehinderung in der Ausbildung zum Kaufmann bzw. zur Kauffrau für Bürokommunikation. Die Kooperation des **NDR** mit Radio Bremen bei der Ausbildung von Kaufleuten für Bürokommunikation ist erfolgreich und wird fortgesetzt.

In der Journalistenausbildung ist der **NDR** seit vielen Jahren einer der führenden Ausbildungsbetriebe in den elektronischen Medien Europas. Das Volontariat genießt einen exzellenten Ruf. Außerdem bietet der **NDR** ein Aufnahmeleiter-Volontariat an. Ende 2007 befanden sich 52 Programm-Volontärinnen und -Volontäre und 29 Aufnahmeleiter-Volontärinnen und -Volontäre in der Ausbildung. Im betriebswirtschaftlichen Bereich nahmen fünf Stipendiatinnen am Studienprogramm der Nordakademie in Elmshorn teil. In der Verwaltungsdirektion absolvierte ein Trainee das Ausbildungsprogramm. Zusätzlich erhielten 935 junge Menschen die Möglichkeit, durch Hospitationen und Praktika erste Erfahrungen in der Arbeitswelt des **NDR** zu sammeln.

Seit 2007 unterstützt der **NDR** aktiv die Möglichkeit der internen Hospitation. Ziele sind ein generations- und arbeitsplatzübergreifender Wissens- und Qualifikationsaustausch sowie eine engere Vernetzung der einzelnen Betriebsbereiche.

Mit Blick auf den demografischen Wandel hat der **NDR** eine Studie über die zu erwar-

tenden Veränderungen in den wesentlichen Berufsgruppen in Auftrag gegeben. Im Ergebnis wird das Durchschnittsalter der Belegschaft von 46,8 auf 45,7 Jahre sinken, obwohl das durchschnittliche Renteneintrittsalter von 61,3 auf 64 Jahre steigt. Die Auswertungen für die einzelnen Berufsgruppen fließen in die Anpassung der Ausbildungskonzepte mit ein. Wegen des steigenden Bedarfs an Ingenieurinnen und Ingenieuren unterstützt der **NDR** Auszubildende in den technischen Berufen jetzt erstmals mit einem Stipendium während ihres Ingenieurstudiums.

Weiterer Schwerpunkt der Personalarbeit ist eine familienbewusste Personalpolitik. Die bereits bestehenden Möglichkeiten wie Teilzeitarbeit, Langzeitkonten und das Pilotprojekt „Teleheimarbeit“ werden von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit unverändert steigender Tendenz angenommen. Die Zahl der Teilzeitmitarbeiterinnen und -mitarbeiter stieg im Jahr 2007 um ca. 3% auf 657. Das Grundzertifikat zum „Audit Beruf und Familie“ der gemeinnützigen Hertie-Stiftung und ein erster Zwischenbericht förderten die familienbewusste Personalpolitik. Die Serviceangebote für Familien z. B. bei der Kinderbetreuung und der Kinderferienfreizeit wurden ausgebaut. Zukünftig wird auch das Thema „Pflege“ eine größere Rolle einnehmen.



Als weiteres Ziel hat sich der **NDR** die Förderung der Gesundheit seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesetzt. Besondere Bedeutung hat dabei der Schutz vor Passivrauchen. Neben der Umsetzung der Vorgaben aus dem Nichtrauchergesetz hat der **NDR** daher eine Dienstanweisung zum Nichtraucherschutz erlassen.

Im Auftrag des **NDR** erstellten drei große Krankenkassen eine Analyse über die häufigsten Erkrankungen der **NDR** Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auf deren Grundlage Präventionsmaßnahmen und Angebote für die Gesundheitsfürsorge entwickelt wurden. Teil des Programms waren auch die Gesundheitstage 2007, auf denen, rund um das Thema Gesundheit, vor allem zu eigenem Engagement aufgerufen wurde.

Erfolgreich umgesetzt hat der **NDR** die Organisationspflichten des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG). Die damit verbundene Mitarbeiterschulung erfolgte überwiegend durch ein eigens dafür entwickeltes e-learning-Programm. Die Beschwerdestelle verzeichnete 2007 den Eingang von fünf Beschwerden, bei deren Überprüfung allerdings in keinem Fall eine Benachteiligung festgestellt wurde.

Ende 2007 hatten insgesamt 482 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Altersteilzeitverträge abgeschlossen; 337 dieser Verträge sind zwischenzeitlich durch den Übergang

in den Ruhestand bereits beendet. Die Zahl der Planstellen wurde im Jahr 2007 durch die Nutzung der Fluktuation sozialverträglich um 19,5 reduziert. Von den 3.542 (2006: 3.561,5) Planstellen waren 3.418 (2006: 3.445) Stellen zum 31.12.2007 besetzt.

Die ursprünglich geplanten Ausführungsfristen für den zweiten Bauabschnitt des Hörfunkneubaus am Rothenbaum mussten verschoben werden. Auslöser war der insolvenzbedingte Verzug des Rohbaus. Durch das kooperative Miteinander der Projektbeteiligten konnte dieser Verzug mit der vorzeitigen Inbetriebnahme der Tiefgarage im Dezember 2007 bereits deutlich verringert werden. Die Ausbauarbeiten wurden im vierten Quartal 2007 begonnen und, wie ursprünglich vorgesehen, Mitte 2008 abgeschlossen. Die baulichen Voraussetzungen zur Einhaltung des geplanten Sendestarttermins für **NDR 90,3** im Januar 2009 sind damit geschaffen.

Der Europäische Gerichtshof hat mit seinem Urteil aus dem Dezember 2007 entschieden, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als öffentliche Auftraggeber das europäische Vergaberecht zu beachten haben, wenn sie Aufträge oberhalb der EU-Schwellenwerte vergeben. Die Werte liegen zur Zeit bei 5.150.000 € zzgl. MwSt. für Bauaufträge und bei 206.000 € zzgl. MwSt. für Dienst- und Lieferaufträge. Aus seiner Einordnung als öffentlicher Auftraggeber folgt,



dass der **NDR** – oberhalb der EU-Schwellenwerte – nunmehr ein streng formalisiertes Vergabeverfahren durchführen muss, das zu einem erheblichen zusätzlichen Aufwand im Einkauf und in den Fachbereichen führt. Die Anordnung über Beschaffungen, die allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die entsprechenden Formulare wurden überarbeitet und angepasst.

Hinsichtlich der finanzwirtschaftlichen Analysen des **NDR** wurden die Auswertungs- und Analysemöglichkeiten weiter ausgebaut; der Schwerpunkt lag dabei auf Anwendungen für die Allgemeine Betriebswirtschaft. Technische Grundlage bilden das SAP-System „Finanzen und Logistik“ und insbesondere das Analysetool „SAP Business Warehouse“. Für die Disposition der **NDR** Fahrzeuge wurde eine IT-Unterstützung eingeführt, um Zeit- und Kostenersparnisse zu ermöglichen, unter anderem durch eine verbesserte Auslastung des Fuhrparks. Auf der Grundlage des Strategiekonzeptes zur Dateiablage wurde das Projekt STRADA umgesetzt, um die strukturierte und bereichsübergreifende Ablage und Verwaltung der Dokumente im Büroumfeld zu optimieren.

#### **NDR MEDIA GmbH**

Der **NDR** hält direkte und indirekte Beteiligungen an einer Reihe privatwirtschaftlicher Unternehmen. Die hundertprozentige Tochter des **NDR**, die seit 1997 als **NDR MEDIA GmbH** firmiert, operiert auf drei Gebieten: der Hörfunk- und Fernsehwerbung, dem Marketing und der Beteiligungsverwaltung.

Das Jahr 2007 zeigte im Fernseh- und Hörfunkwerbemarkt trotz fehlender Sportgroßereignisse und weiterhin rückläufiger Quoten im ARD-Vorabendprogramm in der Gesamtbetrachtung ein recht gutes Ergebnis. Während die nationalen Fernsehkontingente 2007 in der ARD vollständig ausgebucht waren, blieben die regionalen Umsätze jedoch deutlich unter denen des Vorjahres 2006 zurück. Aus der Fernsehwerbung konnte **NDR MEDIA** 27,8 Mio. € Erlösen. In der Hörfunkwerbung stellte sich die Umsatzsituation in der Gesamtbetrachtung für 2007 sehr erfreulich dar. Aus der Hörfunkwerbung konnte **NDR MEDIA** 17 Mio. € Erlösen.

Obwohl aufgrund der Fußball-EM 2008 und der Olympischen Sommerspiele 2008 attraktive Werbeblöcke im Umfeld der Berichterstattung zur Verfügung standen, ist sowohl die Fernseh- als auch die Hörfunkwerbung eher verhalten angelaufen. Nach wie vor bildet die Reichweitenentwicklung im Vorabendprogramm und auch die Fragmentierung des Medienkonsums durch Digitalisierung und neue Verbreitungswege



einen erheblichen Risikofaktor. Ein weiteres Handicap, speziell für die Hörfunkwerbung, ist die fehlende Werbemöglichkeit im Internet der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, da zukünftig immer mehr neue und umfassendere Kommunikationskonzepte im Werbefokus stehen und die rein klassische Werbung ablösen werden.

Neben den bereits beschriebenen Risiken ist die Geschäftsentwicklung der Gesellschaft abhängig vom Werbemarkt und der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Nach wie vor ist der wirtschaftliche Vorteil des **NDR** aus Hörfunk- und Fernsehwerbung beträchtlich und unverzichtbar für die Finanzierung der **NDR** Programme. Dabei ist das Sponsoring ein bedeutendes Instrument, um klassische Werbung zu gewinnen. Sponsoring bietet dem Kunden die Möglichkeit vernetzter Kommunikation. Ein Wegfall des Sponsorings würde die Wettbewerbsposition erheblich schmälern und auch Verluste bei den Einnahmen aus klassischer Werbung erzeugen.

Die Geschäftsfelder des seit Januar 1996 bei der **NDR MEDIA** angesiedelten Geschäftsbereiches Marketing wurden auch 2007 erfolgreich weiterentwickelt. Die verschiedenen Geschäftsfelder bieten gemeinsam mit dem Bereich Werbung das gesamte Kommunikationsnetzwerk, das synergetisch verknüpft ist. Zugleich trägt das komplexe Marketingangebot dazu bei, die Hörer- und

Zuschauerbindung an den **NDR** und seine vielfältigen Programme zu stärken. Der Geschäftsbereich Marketing schließt das Jahr 2007 mit Umsatzerlösen von 10,765 Mio. € ab und liegt damit um 2,317 Mio. € unter dem Wert des Jahres 2006.

Der Bereich Lizenzen, der seit 2006 nur noch Hörbücher und Klassik-Tonträger der **NDR** Programmdirektion Hörfunk umfasst, hat 2007 leicht über Plan abgeschnitten. Der Bereich Merchandising/Werbemittel stattet die Programme des **NDR** mit neuen Werbeartikeln und Give-Aways aus. Aufgrund reduzierter Fremdkosten und einer verstärkten Nachfrage im **NDR Shop** konnte der Bereich 2007 deutlich über Plan abschließen.

Der Bereich Kooperationen/Events arbeitet eng mit den Programmen des **NDR** zusammen; so unter anderem bei der erfolgreichen Vermarktung der Großveranstaltungen wie der Kieler Woche oder den Airport Days Hamburg und Veranstaltungen der Landesfunkhäuser wie dem Landpartiefest, den Sommertouren der Landesfunkhäuser Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern oder dem Tag des offenen Hofes des Landesfunkhauses Niedersachsen. Auch das Jahr 2007 war – wie schon das Vorjahr – geprägt durch eine eher defensive Haltung der **NDR** Programme im Umgang mit Kooperationspartnern und durch eine reduzierte Anzahl an vermarktbaaren Großveranstaltungen.





gen. Der Bereich hat 2007 mit einem positiven Ergebnis, aber unter Plan, abgeschlossen.

Im Bereich Crossmedia lag das Ergebnis 2007, bedingt durch den Wegfall der Beauftragung einer bereits eingeplanten Imagekampagne der GEZ, leicht unter Plan. Aufgrund der Entscheidung über das Verbot zur Ausstrahlung von Hörfunk- und TV-Spots der GEZ in den öffentlich-rechtlichen Werbeblöcken verlagert der Bereich Crossmedia seine Aktivitäten, z. B. im Bereich Medienpartner-Sponsoring im Gegengeschäft für das **NDR Fernsehen** und im Bereich Kiniauswertung von TV-Content mit Sponsoren- und Medienpartnereinbindungen.

Inzwischen bietet der **NDR Ticketshop** Konzertkarten nicht nur für die Bereiche Orchester und Chor und alle übrigen vom **NDR** präsentierten Veranstaltungen, sondern auch für Rock und Pop sowie Sportereignisse. Der Standort Levantehaus in der Hamburger City hat sich sehr erfolgreich etabliert. Die **NDR Kultur Karte** entwickelt sich weiterhin erfreulich (Stand Juli 2008: 5.855 Karteninhaber).

Der Mitschnittservice konnte im Jahr 2007 aufgrund reduzierter Trailerschaltungen und einem damit einhergehenden Rückgang im Endkundengeschäft den Planansatz nicht erreichen. Weiterhin wird das Geschäft von zunehmenden Einschränkungen bei der Herausgabe von Sendungen zum privaten Ge-

brauch beeinflusst. Die sich im Privatkundensegment abzeichnenden Einbußen sollen 2008 durch eine Kooperation mit Studio Hamburg Distribution & Marketing kompensiert werden.

Das Communication Center hat 2007 mit einem positiven Ergebnis, allerdings unter Plan, abgeschnitten. Zurückzuführen ist dies auf den Wegfall eines fest eingeplanten Auftrages in der Umsetzungsphase sowie auf geringer als prognostiziert ausgefallene Responseleistungen bei neuen Projekten.

**NDR Services** realisiert und betreut die zahlreichen off air-Auftritte der Programme und Landesfunkhäuser des **NDR**. Der Bereich hat 2007 bei ca. 700, zum Teil mehrtägigen, Einzelterminen die Außendarstellung des **NDR** unterstützt.

Die im Geschäftsbereich Beteiligungen 1997 gemeinsam von **NDR MEDIA** mit der Studio Hamburg Fernseh Allianz, der Bavaria und dem WDR gegründete german united distributors Programmvertrieb GmbH (GUD), die sich insbesondere mit der internationalen Vermarktung von Fernsehprogrammrechten beschäftigt, ist am Markt erfolgreich etabliert.



### **STUDIO HAMBURG GmbH**

Der **NDR** ist über die **NDR MEDIA GmbH** als alleinige Gesellschafterin an der Studio Hamburg GmbH mit ihren insgesamt 34 Mehrheitsbeteiligungen (Tochtergesellschaften) sowie 14 Minderheitsbeteiligungen beteiligt. Bei den Tochtergesellschaften handelt es sich im Wesentlichen um 100 %-Beteiligungen.

Das Geschäftsvolumen (Umsatzerlöse zzgl. Bestandsveränderung) der Studio Hamburg Gruppe (nicht konsolidiert, aber unter quotaler Berücksichtigung der Minderheitsbeteiligungen) lag im Jahr 2007 bei 304 Mio. € (Vorjahr: 336 Mio. €). Die Reduzierung ergibt sich im Wesentlichen durch den Verkauf der AVC Audio-Video-Communication Service GmbH zum 01.01.2007.

Das konsolidierte Geschäftsvolumen der Studio Hamburg Gruppe (ohne Minderheitsbeteiligungen) betrug 2007 255 Mio. € (Vorjahr: 287 Mio. €) und lag ohne die AVC leicht unter dem entsprechenden Vorjahreswert. Das Geschäftsvolumen gliedert sich wie folgt: Geschäftsbereich „Produktion & Distribution“ mit 71 % (Vorjahr: 64 %), Geschäftsbereich „Atelier & Technik“ mit 14 % (Vorjahr: 12 %), Geschäftsbereich „Consulting & Services“ mit 12 % (Vorjahr: 21 %) und übrige Erlöse mit 3 % (Vorjahr: 3 %). Die Reduzierung des Anteils des Geschäftsbereiches Consulting & Services sowie die Steigerung der Anteile der beiden anderen

Geschäftsbereiche sind weitgehend auf den Verkauf der AVC zurückzuführen. In allen drei Geschäftsbereichen konnte die Studio Hamburg Gruppe ihre Marktstellung ausbauen und weiter festigen.

Mit dem Geschäftsbereich Produktion & Distribution konnte 2007 ein konsolidiertes Geschäftsvolumen von 181.165 TEUR (Vorjahr: 182.985 TEUR) erzielt werden, das somit weitgehend auf Vorjahresniveau lag. Besonders erfreuliche Entwicklungen konnten bei den Produktionsgruppen Cinecentrum Deutsche Gesellschaft für Film- und Fernsehproduktion mbH und Studio Hamburg Traumfabrik GmbH verzeichnet werden.

Für den Produktionsbereich hat sich im Jahr 2007 das Auftragsvolumen der Sendeanstalten im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich verändert. Der Trend zu preiswert produzierten Sendungen ist ungebrochen. Die Marktsituation ist nach wie vor durch einen hohen Margendruck und einen großen inhaltlichen und wirtschaftlichen Wettbewerb gekennzeichnet. Trotz des schwierigen Marktumfelds konnten die Produktionsgesellschaften der Studio Hamburg Gruppe ihre Marktpositionierung mit einer ausgewogenen Kundenstruktur aus öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern weiter festigen.

Die Studio Hamburg Distribution & Marketing GmbH konnte ihre Marktposition im Bereich „Internationaler Programmhandel“ mit



Koproduktionen und Programmakquisitionen stabilisieren und im Vertrieb mit der Abgabe deutscher Lizenzen an ausländische Lizenznehmer deutlich verbessern. Das positive Ergebnis ist auf Vertriebsfolge mit den Programmgenres Musik, Kinder, Wildlife und TV-Movies zurückzuführen. Auch der Ausschnittsvertrieb nahm 2007 eine positive Entwicklung. Der DVD-Vertrieb konnte mit fast 100 Neuveröffentlichungen seine Marktposition weiter behaupten und festigen. Zudem hat die Studio Hamburg Distribution & Marketing GmbH im Geschäftsjahr 2007 ihre Aktivitäten im Bereich Online-media verstärkt und die Verwertung von Programminhalten mit selbst entwickelten technischen Distributionslösungen untermauert.

Das konsolidierte Geschäftsvolumen des Geschäftsbereiches Atelier & Technik lag 2007 bei 35.098 TEUR. Der entsprechende Vorjahreswert, der positiv durch die Fußballweltmeisterschaft in Deutschland beeinflusst war, betrug 35.580 TEUR.

Sehr erfreulich verlief die Geschäftsentwicklung bei der Studio Hamburg Synchron GmbH und der Studio Hamburg Atelierbetriebs GmbH. Die Studio Hamburg Postproduction GmbH konnte ebenfalls mit einem stabilen und guten Jahresergebnis beitragen. Der wesentliche positive Ergebnisbeitrag des Geschäftsbereiches Atelier & Technik konnte wie im Vorjahr und wie geplant

durch die Studio Berlin Adlershof (SBA) GmbH erbracht werden. Bei der Studio Hamburg Filmtechnik GmbH endete das Jahr 2007 aufgrund des hohen Margendruckes im Vermietgeschäft von Licht- und Kamertechnik mit einer Unterschreitung des Planergebnisses, wobei nach wie vor eine zufriedenstellende positive Umsatzrentabilität erzielt wurde.

Mit den Produktionsstandorten Hamburg, Berlin-Adlershof und Potsdam-Babelsberg konnte die Studio Hamburg Gruppe ihre führende Marktposition im studioteknischen Dienstleistungsgeschäft in den Regionen Hamburg, Berlin und Brandenburg weiter festigen. Insbesondere liegen die Kompetenzen auf dem Gebiet der Dienstleistungen für die Produktion serieller Studioformate und großer Show-Produktionen. Mit der sukzessiven Sanierung und Modernisierung der Ateliers und Nebenräume der Studio Hamburg Atelierbetriebs GmbH konnte die Attraktivität der Produktionskapazitäten am Standort Hamburg weiter gestärkt werden. Gegen Ende des Jahres 2007 wurde am Standort Berlin-Adlershof mit dem Neubau eines weiteren Großraumstudios begonnen. Die Fertigstellung ist für Anfang 2009 vorgesehen.

Mit dem neuen HDTV-Übertragungswagen konnte im Bereich der mobilen Produktionen die Marktstellung im nord- und ostdeutschen Raum gestärkt und ausgebaut wer-



den. Deshalb wurde im Laufe des Jahres 2007 begonnen, einen weiteren bestehenden analogen Übertragungswagen auf HD umzurüsten. Darüber hinaus wird durch die Studio Hamburg Gruppe die Sendeabwicklung für SAT.1 Nord und seit Juni 2007 auch die vollständige Sendeabwicklung für RTL Nord in Hamburg realisiert.

Mit dem Geschäftsbereich Consulting & Services konnte 2007 ein konsolidiertes Geschäftsvolumen in Höhe von insgesamt 32.121 TEUR erzielt werden, welches gegenüber dem Vorjahr mit 61.533 TEUR eine erhebliche Reduzierung bedeutet. Diese Reduzierung ist im Wesentlichen auf den Verkauf der AVC sowie auf ein geplantes geringeres Projektvolumen der Studio Hamburg Media Consult International (MCI) GmbH zurückzuführen.

Zur Wiederherstellung der Ertragskraft ist bei der MCI ein umfassendes Restrukturierungsprojekt vollzogen worden. Durch die Studio Hamburg GmbH wurde 2007 ein Ertragszuschuss gewährt und damit die vollständige bilanzielle Sanierung der MCI zum 31.12.2007 erreicht. Die plangemäß verlaufene Sanierung der MCI spiegelt sich bereits in dem bisherigen Geschäftsverlauf des Jahres 2008 wider.



## AUF EINEN BLICK

### SCHLAGLICHTER DES JAHRES

#### JANUAR

Für den 43. Adolf-Grimme-Preis werden insgesamt acht **NDR** Produktionen nominiert, davon zwei Koproduktionen mit dem BR.

Mit einer täglichen Gedichtlesung kommt **NDR Kultur** im Rahmen der Sendereihe „Lyrisches Intermezzo“ dem wachsenden Interesse seiner Hörerinnen und Hörer an Lyrik entgegen.

#### FEBRUAR

Mit einer „Heinrich-Breloer-Nacht“ ehrt das **NDR Fernsehen** den Regisseur zu dessen 65. Geburtstag.

Im Alter von 83 Jahren stirbt Hans Brecht, früherer Leiter der Redaktion Film und Theater des **NDR Fernsehen**. Brecht verantwortete unter anderem die Reihe „Film-Club“, deren Begründer er auch war.

Im Alter von 79 Jahren stirbt Egon Monk, ehemaliger Leiter der Hauptabteilung Fernsehspiel beim **NDR** und Begründer der sogenannten „Hamburger Dramaturgie“.

Die „Goldene Kamera“ in der Kategorie „Beste Schauspielerin“ gewinnt unter anderem Corinna Harfouch für ihre Darstellung in der **NDR** „Tatort“-Folge „Pauline“.

#### MÄRZ

Die **NDR**/BR-Koproduktion „Türkisch für Anfänger“ erhält den Adolf-Grimme-Preis im Bereich Unterhaltung.

Auf **NDR Kultur** startet die neue Sendereihe „Wickerts Bücher“ mit Günter Grass als Gast.

Lena Bodewein, **NDR Info** Redakteurin, wird mit dem Kurt-Magnus-Preis ausgezeichnet. Der Preis wird an junge Journalisten für überdurchschnittliche Leistungen im Hörfunk vergeben.

Auf seiner Gastspielreise nach New York hat das **NDR Sinfonieorchester** in der legendären Carnegie Hall in New York zwei vom Publikum und von der Kritik hervorragend aufgenommene Auftritte. Krönender Abschluss der Reise ist das Konzert, das das Orchester auf Einladung der Vereinten Nationen anlässlich des 50. Jahrestags der Unterzeichnung der Römischen Verträge im Plenarsaal des UN-Hauptgebäudes gibt.



#### APRIL

Mit allen Programmen beteiligt sich der **NDR** an der ARD-Themenwoche 2007, die unter dem Thema „Kinder sind Zukunft“ steht.

**NDR 2** präsentiert mit dem „Ostseeleuchten“ am Timmendorfer Strand exklusiv eines der größten Open Air-Strandevents im Norden mit mehr als 60.000 Besucherinnen und Besuchern.

**NDR Kultur** veranstaltet im Rolf Liebermann-Studio des **NDR** ein Konzert mit Wolf Biermann und dem Göteborger Kammerchor.

#### MAI

Die deutsche Sektion von amnesty international zeichnet zwei **NDR** Produktionen aus: Der Beitrag „Traumatisierte Journalisten“ von Maike Rudolph für das Medienmagazin „Zapp“ erhält in der Sparte Nachrichten / Ausland den Marler Fernsehpreis für Menschenrechte. Eine „Besondere Erwähnung“ bekommt die **NDR** Reportage „Abschiebung im Morgengrauen“ von Michael Richter.

Auf seiner Gastspielreise nach Japan gibt das **NDR Sinfonieorchester** sieben Konzerte, darunter einen Konzertyklus aller vier Brahms-Sinfonien in der Tokyo Opera City Hall, der vom Publikum enthusiastisch gefeiert wird.

Joachim Lampe, Stv. Intendant und Produktionsdirektor des **NDR**, erhält vom Hamburger Senat die „Medaille für treue Arbeit im Dienste des Volkes“.

Der **NDR** Rundfunkrat wählt auf seiner konstituierenden Sitzung Helmuth Frahm zum Vorsitzenden. Stellvertreter werden Dr. Karl-Heinz Kutz, Dagmar Gräfin Kerksenbrock und Dr. Volker Müller.

Sigrid Werner-Ingenfeld, Hörfunk-Redakteurin der **NDR 1 Welle Nord**, erhält den Medienpreis der Interessengemeinschaft der Heilberufe in Schleswig-Holstein für die Reihe „Gut behandelt in Schleswig-Holstein“ aus der Sendung „Von Binnenland und Waterkant“.

Bei den 60. Filmfestspielen in Cannes wird Fatih Akin für seinen vom **NDR** koproduzierten Film „Auf der anderen Seite“ mit dem Drehbuchpreis und dem Preis der Ökumenischen Jury ausgezeichnet. Ebenfalls für das beste Drehbuch erhält der Film den Europäischen Filmpreis. Gleich fünf Preise bekommt die Produktion auf dem Filmfest von Antalya.



## JUNI

Der **NDR** ist federführende Rundfunkanstalt bei der Berichterstattung über den G8-Gipfel in Heiligendamm und versorgt alle ARD-Hörfunkwellen mit Berichten, Reportagen und Interviews über das Treffen der Regierungschefs.

Auftakt der neuen Reihe „Loccumer Gespräche“, einem Kooperationsprojekt von **NDR Info**, der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche und der Hanns-Lilje-Stiftung.

**N-JOY** und **NDR 2** präsentieren die Herbert Grönemeyer Open Air-Konzerte in den Fußball-Arenen Hamburg und Hannover mit insgesamt mehr als 130.000 Besucherinnen und Besuchern.

Der **NDR** Musikpreis 2007 für herausragende künstlerische Leistungen geht an die Violonistin Janine Jansen.

Den „Grimme Online Award“ in der Kategorie „Information“ erhält [blog.tagesschau.de](http://blog.tagesschau.de), der Weblog der „Tagesschau“.

## JULI

Der **NDR** Rundfunkrat wählt Lutz Marmor und Dr. Arno Beyer an die Spitze des **NDR**. Lutz Marmor, zuletzt Stellvertretender Intendant des WDR, übernimmt im Januar 2008 das Amt des Intendanten von Prof. Jobst Plog.

Nachfolger von Joachim Lampe als Stellvertretender Intendant des **NDR** wird im September 2007 Dr. Beyer, Direktor des **NDR** Landesfunkhauses Niedersachsen, der die beiden Ämter in Personalunion ausüben wird.

**N-JOY** ist gemeinsam mit **NDR 2** exklusiver Medienpartner des musikalischen Großereignisses „Live Earth“ in Hamburg und versorgt mit mehr als 150 Reportagen, Interviews und Live-Berichten die gesamte ARD.

Der **NDR** Landesrundfunkrat Niedersachsen wählt auf seiner konstituierenden Sitzung Manfred Grönda zum Vorsitzenden, Cornelia Höltkemeier wird Stellvertreterin.

Der Medienpreis Mecklenburg-Vorpommern geht an Wolfram Bortfeldt und Friederike Pohlmann für den Film „Hotel der Spione“ sowie an Eva Storrer für die Hörfunk-Dokumentation „Narben auf der Seele – Familientrennung in der DDR“.

## AUGUST

Im Rahmen des Kitesurf Worldcups in St. Peter-Ording präsentiert **N-JOY** vor 130.000 Besucherinnen und Besuchern die Band „Revolverheld“.

Die gemeinsame Sommertour von **NDR 1 Welle Nord** und **Schleswig-Holstein Magazin** begeistert im Juli und August an sechs Orten des Bundeslandes mehrere Zehntausend Besucherinnen und Besucher.



Die **NDR** Website „Von Sibirien nach Japan“, die zu der gleichnamigen Fernsehsendung von Klaus Scherer entwickelt wurde, wird für den Prix Europa nominiert.

Beim Maschseefest in Hannover präsentiert **NDR 2** auf der Löwenbastion zwölf Tage lang vor 130.000 Besucherinnen und Besuchern ein Programm mit nationalen Stars wie Lotto King Karl, Rolf Stahlhofen & Band und bekannten Coverbands.

#### SEPTEMBER

Dr. Michael Rombach, bisher Stellvertreter der Direktor Technik und Produktion beim SWR, wird neuer **NDR** Produktionsdirektor. Dr. Rombach übernimmt dieses Amt von Joachim Lampe, der seit 1988 Produktionsdirektor und seit 1995 gleichzeitig Stv. Intendant des **NDR** ist und in den Ruhestand geht.

An den „Airport Days“ in Hamburg beteiligt sich der **NDR** mit einem umfangreichen kulturellen, musikalischen und informativen Bühnenprogramm.

Im Alter von 81 stirbt der Regisseur Peter Schulze-Rohr, der mit „Taxi nach Leipzig“ 1970 nicht nur den ersten **NDR** „Tatort“, sondern den allerersten „Tatort“ überhaupt in Szene setzte.

In Zusammenarbeit mit den norddeutschen Verbraucherzentralen eröffnet in Kiel das bundesweit erste „Servicebüro Rundfunkgebühren“. Es berät im Auftrag des **NDR** Verbraucher und Verbraucherinnen in allen Fragen zur Rundfunkgebühr.

Beim World Cup Sylt ist **NDR 2** exklusiver Partner. Das größte Surfevent der Welt dauert zehn Tage und wird von über 200.000 Menschen besucht.

#### OKTOBER

Zahlreiche nationale und internationale Preise erhalten die Produktionen von **NDR** Naturfilm. So wird unter anderem der Film „Die größten Wasserfälle der Erde – Naturwunder Iguacu“ auf dem 13. Festival du Nature de Namur, dem Internationalen Festival Ekotopfilm, dem Naturfestival Sondrio und dem Darßer Naturfilmfestival ausgezeichnet.

Der **NDR** ist Medienpartner beim „Tag der Deutschen Einheit“. Ein vielfältiges Bühnenprogramm begleitet die Feierlichkeiten in Schwerin.

Der Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis für Fernsehjournalismus geht an die „Tages-themen“-Moderatorin Anne Will.





Unter dem Motto „Göttingen feiert Grass“ veranstalten **NDR Kultur**, das **NDR Fernsehen** und der Steidl-Verlag ein großes Fest zum 80. Geburtstag des Literaturnobelpreisträgers.

Reinhold Beckmann erhält den Deutschen Fernsehpreis für sein Interview mit dem Radsportler Bert Dietz in der Sendung „Beckmann“. Auch die Schauspielerin Maria Furtwängler wird für ihre Rollen in den „Tatort“-Folgen „Pauline“ und „Das namenlose Mädchen“ mit dem Preis ausgezeichnet.

Nachfolger von Dieter Glawischnig als Chefdirigent der **NDR Bigband** wird der renommierte Dirigent und Arrangeur Jörg Achim Keller. Künstlerischer Berater des Ensembles wird mit Nils Landgren einer der bekanntesten Jazzmusiker Europas.

Im Alter von 65 stirbt Evelyn Hamann, die unter anderem 15 Jahre lang in der Krimiserie „Adelheid und ihre Mörder“ brillierte.

#### NOVEMBER

Rainer Gussek erhält den Kinderhörspielpreis der Stadt Karlsruhe für sein Hörspiel „Der Zauberlehrling“. Der Preis ist bundesweit der einzige, der von einer Kinderjury verliehen wird.

Bei der Verleihung des Norddeutschen Filmpreises gehen alle drei Auszeichnungen an Produktionen und Koproduktionen des **NDR**, unter anderem in der Kategorie „Beste Dokumentation“ für „Das Schweigen der Quandts“. Den Preis für das „Beste Drehbuch“ teilen sich zwei **NDR** Produktionen: Im Bereich Fernsehen geht die Ehrung an „Die Katze“, im Bereich Kinofilm wird die Koproduktion „Robert Zimmermann wundert sich über die Liebe“ prämiert.

**NDR** Intendant Prof. Jobst Plog wird von Frankreichs Premier Francois Fillon zum Offizier der Ehrenlegion ernannt und erhält damit eine der höchsten französischen Auszeichnungen.

#### DEZEMBER

Gerd Schneider geht nach 15 Jahren als Direktor des **NDR** Landesfunkhauses Mecklenburg-Vorpommern in den Ruhestand. Seine Nachfolgerin wird Elke Haferburg.

Startschuss für die neue Veranstaltungsreihe „Talk im Radiohaus“, in der **NDR Info** interessante Persönlichkeiten live vor Publikum präsentiert. Den Auftakt macht der Sänger und Schauspieler Gustav Peter Wöhler.



Gernot Romann geht nach 18 Jahren als Programmdirektor Hörfunk in den Ruhestand. Sein Nachfolger wird Joachim Knuth, bislang Wellenchef von **NDR Info** und Chefredakteur Hörfunk.

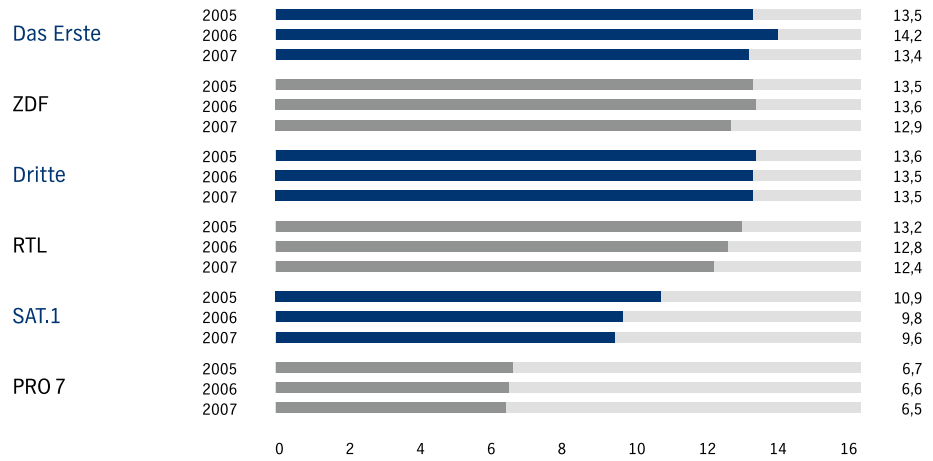
Die „Aktuelle Schaubude“ feiert im **NDR Fernsehen** ihren 50. Geburtstag mit einer 50-Jahre-Gala und einer großen „Schaubuden“-Kultnacht.

Maria von Welser, Direktorin des **NDR** Landesfunkhauses Hamburg, erhält den Elisabeth-Selbert-Preis 2007 für ihren „lebensbejahenden Einsatz für Frauen“.

## STATISTIKEN

**Marktanteile TV,  
Hauptsender, bundesweit**  
Zuschauer ab 3 Jahren,  
Mo-So, 03.00-03.00 Uhr.  
Jahre 2005, 2006 und 2007.  
Angaben in Prozent.  
Quelle: AGF / GfK Fernseh-  
forschung, pc#tv,  
FS-Panel (D+EU)

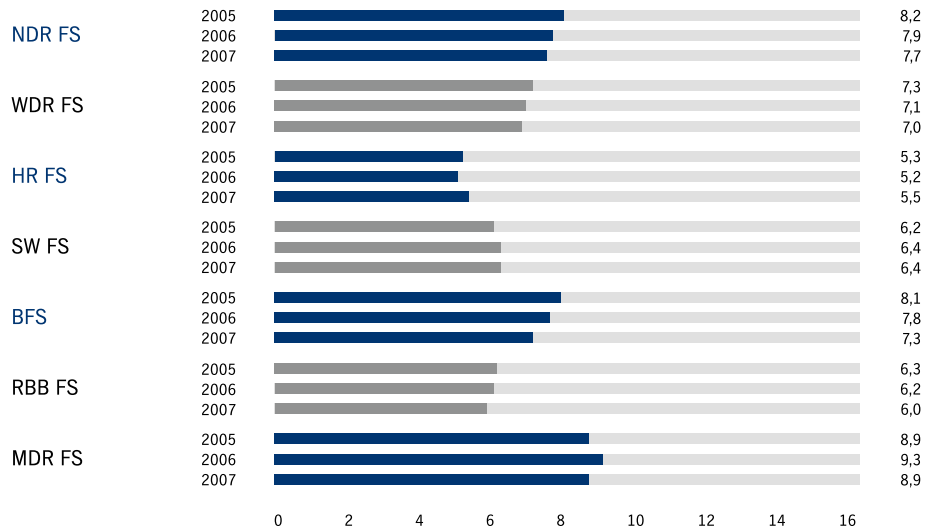
### Marktanteile Hauptsender bundesweit





**Marktanteile TV,  
3. Programme,  
jeweiliges Sendegebiet**  
Zuschauer ab 3 Jahren,  
Mo-So, 03.00-03.00 Uhr.  
Jahre 2005, 2006 und 2007.  
Angaben in Prozent.  
Quelle: AGF / GfK Fernseh-  
forschung, pc#tv,  
FS-Panel (D+EU).

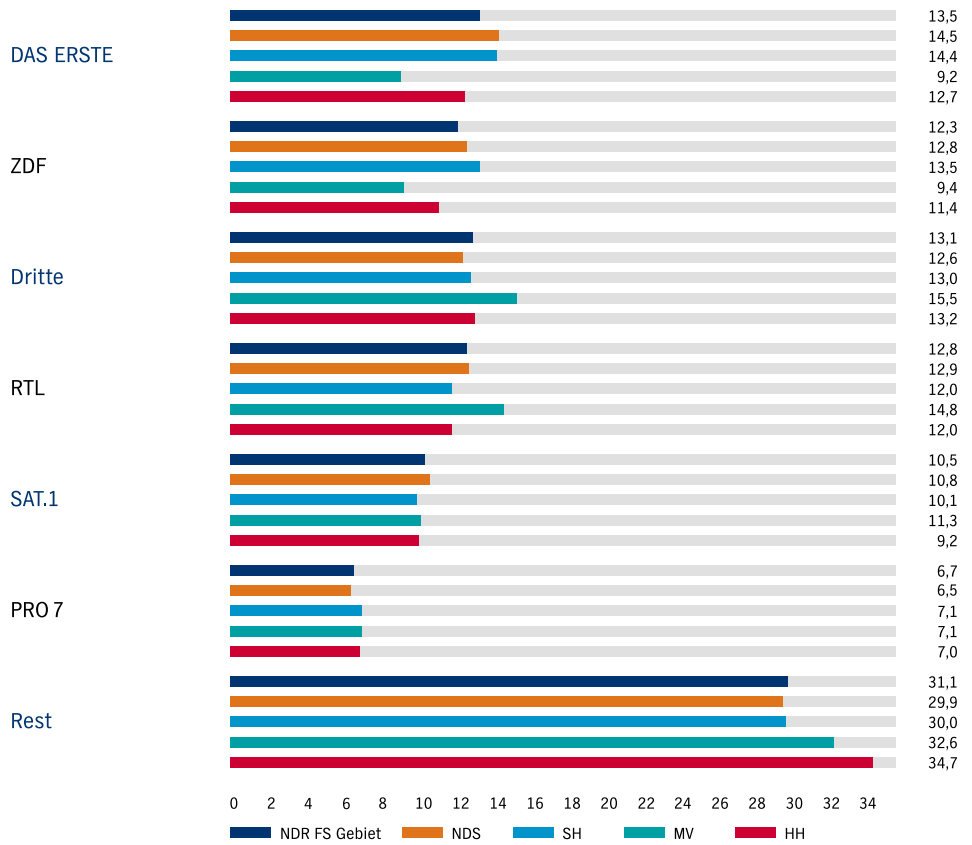
**Marktanteile 3. Programme**





**Marktanteile TV, Hauptsender 2007**  
 Zuschauer ab 3 Jahren,  
 Mo-So, 03.00-03.00 Uhr.  
 Angaben in Prozent.  
 Quelle: AGF / GFK Fernseh-  
 forschung, pc#tv,  
 FS-Panel (D+EU)

**Marktanteile Hauptsender 2007**





**Marktanteile TV, Hauptsender 2007, nach Ländern**  
 Zuschauer ab 3 Jahren, Mo-So, 03.00-03.00 Uhr. Angaben in Prozent.  
 Quelle: AGF / GfK Fernsehforschung, pc#tv, FS-Panel (D+EU)  
 \* Sehdauer gesamt pro Tag in Minuten

**Marktanteile Hauptsender 2007 nach Ländern**

