



NDR

GESCHÄFTSBERICHT **2005**

Das Beste am Norden

NDR

NDR Fernsehen

Das Erste®

NDR 2

NDR Info

NJOY

NDR kultur

NDR 90,3

NDR 1
Radio MV

NDR 1
Welle Nord

NDR 1
Niedersachsen

Hamburg Journal

nordmagazin

SCHLESWIG-HOLSTEIN
magazin

hallo
Niedersachsen

NDR SINFONIEORCHESTER

NDR CHOR

NDR DAS ALTE WERK

NDR RADIOPHILHARMONIE

NDR POPS ORCHESTRA

NDR das neue werk

NDR BIGBAND

3sat

arte

PHOENIX

KiKA

INHALTSVERZEICHNIS

4 Vorworte		60 Jahresabschluss und Lagebericht	
Intendant	4	Lagebericht	60
Vorsitzende des Verwaltungsrates	6	Bilanz	84
Vorsitzende des Rundfunkrates	9	Ertrags- und Aufwandsrechnung	88
		Entwicklung des Anlagevermögens	90
12 Bericht des Intendanten		Aufstellung des Anteilsbesitzes	92
Die medienpolitische Situation	12	Anhang	95
Die Programme	13		
NDR Fernsehen	14	106 Konzernabschluss	
Die NDR Hörfunkprogramme	16	und Konzernlagebericht	
Die NDR Landesprogramme	23	Konzernlagebericht	106
Der NDR in den programm-		Konzernbilanz	128
begleitenden Diensten	31	Konzern-Ertrags- und	
Produktion und Technik	32	Aufwandsrechnung	132
Verwaltung	34	Kapitalflussrechnung	
NDR MEDIA GmbH	38	des Konzerns	134
Studio Hamburg GmbH	41	Eigenkapitalspiegel des Konzerns	135
		Entwicklung des	
44 Auf einen Blick –		Konzernanlagevermögens	136
Schlaglichter des Jahres		Konzernanhang	138
48 Statistiken		158 Organe	
Programmstatistik	54	Rundfunkrat	158
Teilnehmerzahlen/Finanzzahlen	57	Landesrundfunkräte	160
Personal	58	Verwaltungsrat	162
		Intendanz	163
		Impressum	164
		Organisationsplan	165
		Anschriften	167

Die Veröffentlichung erfolgt in
Übereinstimmung mit § 32 **NDR** StV.

PROFIL SCHÄRFEN – WEHRHAFT BLEIBEN

DER NDR AN DER SCHWELLE ZU EINEM NEUEN MEDIENZEITALTER



Prof. Jobst Plog
Intendant des NDR

Ein öffentlich-rechtlicher Rundfunksender im Griff der Politik: Das ist nicht das, was dem ersten NWDR-Generaldirektor Hugh Carleton Greene vorschwebte, als er 1946 einen unabhängigen Rundfunk nach dem Vorbild der BBC in Deutschland etablierte. In dieser freiheitlichen Tradition hat sich der **NDR** auch im Jahr 2005 aktiv dagegen zur Wehr gesetzt, dass die Politik ihren Ein-

fluss auf den Sender ausbaut. Insbesondere die Gebührenfestsetzung darf nicht als Hebel der Politik missbraucht werden, um Einfluss auf Programm und Personal zu nehmen.

Bei der letzten Gebührenanpassung sind die Ministerpräsidenten erstmals von der Empfehlung der unabhängigen Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) abgewichen. Dagegen hat die ARD, wie angekündigt, gemeinsam mit dem ZDF und dem DeutschlandRadio vor dem Bundesverfassungsgericht geklagt. Dabei geht es nicht um mehr Geld für die laufende Gebührenperiode. Vielmehr erhoffen wir uns Sicherheit für künftige Gebührenfestsetzungsverfahren. Wir erwarten, dass das Gericht feststellen wird, dass die politischen Überlegungen zur Abweichung vom Vorschlag der KEF verfassungswidrig waren.

Dennoch wissen wir, dass eine Anpassung der Gebühren künftig immer schwerer wird. Deshalb war es richtig, dass wir unsere Sparbemühungen im vergangenen Jahr verstärkt haben. Diese Sparbemühungen waren dank der aktiven Kooperation zwischen **NDR** Mitarbeitern und der Leitung des Hauses erfolgreich. Dank verschiedener Einmaleffekte konnten wir Verbesserungen erzielen, die zur Verstärkung des Fernsehens genutzt werden können. An der Notwendigkeit, auch in Zukunft sehr sparsam mit unseren finanziellen Ressourcen umzugehen, ändert sich dadurch nichts. Die Zeiten des Wachstums sind vorbei.

Die erfolgreiche ARD-Themenwoche Krebs hat gezeigt, zu welchen Synergien die ARD-Anstalten fähig sind und welch großes publizistisches Gewicht sie gemeinsam entfalten können. Diese Erfahrung macht uns Mut, auf dem Weg der Profilschärfung weiter zu gehen.

Ich bin überzeugt davon, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk angesichts der kontroversen Diskussionen um das Solidarprinzip der Gebührenfinanzierung auf Dauer nur dann gut aufgestellt ist, wenn er den Zuschauern deutlich machen kann, wo sein Mehrwert liegt. Wir im **NDR** haben uns in der Vergangenheit kontinuierlich mit Qualitätsgesichtspunkten unserer Arbeit auseinander gesetzt.

Dennoch hat sich der durchaus wichtige Quotengesichtspunkt gelegentlich verselbstständigt. Wenn wir das nun korrigieren wollen, geht es nicht um grundsätzliche Veränderungen, sondern um eine Schärfung unseres Profils als der Sender im Norden. Über diese notwendige Profilschärfung führen wir eine lebendige Diskussion. Das begrüße ich sehr, denn die Profilschärfung ist eine Frage der Zukunftssicherung.

Wir stehen unzweifelhaft an der Schwelle zu einem neuen Medienzeitalter mit vielfältigen Herausforderungen: Die Digitalisierung wird uns ein neues, erheblich erweitertes Konkurrenzumfeld schaffen. In diesem neuen Umfeld werden wir sichtbar und auffindbar bleiben müssen. Deshalb lehne ich auch – gemeinsam mit den anderen ARD-Intendanten – alle Versuche der Politik ab, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Hinblick auf neue Verbreitungswege einzuschränken. Nur wenn wir Präsenz zeigen, können wir unsere starke Stellung bei Zuschauern und Zuhörern halten.

Trotz der sich verschärfenden Konkurrenzsituation konnte sich der **NDR** auch 2005 über ein großes Publikumsinteresse freuen. Mit einem Jahresmarktanteil von 8,2 % im Sendegebiet blieb das **NDR Fernsehen** das zweiterfolgreichste Dritte Programm. Bundesweit sind wir mit einem Jahresmarktanteil von 2,9 % sogar erfolgreicher als alle

anderen Dritten Programme. Darüber hinaus hat sich der **NDR** mit seinen Zulieferungen zum Gemeinschaftsprogramm als eine tragende Säule der ARD weiter profiliert. Darauf können wir stolz sein.

Auch der Hörfunk konnte seine starke Position behaupten: Der **NDR** ist laut MA 2005/II weiterhin Marktführer im Norden: Sieben Millionen Menschen aller Altersgruppen hören täglich (Montag bis Freitag) die Radioprogramme des Norddeutschen Rundfunks, das sind im Norden 51,9 % der Bevölkerung ab 14 Jahren. Trotz dieses Erfolgs suchen wir nach neuen Wegen, verstärkt auch die jüngeren und jüngsten Zuhörer anzusprechen. Denn wir können es uns nicht leisten, diese Generation an Internet und iPod zu verlieren.

Zur Profilschärfung des **NDR** gehört es auch, jede kommerzielle Anmutung des Programms zu vermeiden. Deshalb darf es auch weiterhin keinen Anschein von Schleichwerbung geben. Gewinnspiele werden künftig noch sparsamer eingesetzt. Das Ziel: Jeden Verdacht zu vermeiden, der **NDR** werde von kommerziellen Interessen beeinflusst. Wir wollen unseren Zuschauern deutlich machen: Bei uns bist Du gut aufgehoben.



Prof. Jobst Plog | Intendant

DER NDR BEWAHRT SEINE UNABHÄNGIGKEIT VON POLITISCHER EINFLUSSNAHME DIE TRADITION WIRD FORTGESCHRIEBEN



Dr. Rosemarie Wilcken
Vorsitzende des
NDR Verwaltungsrates

Die ersten Monate des Jahres 2005 waren geprägt durch die Diskussionen über die Änderung des **NDR**-Staatsvertrages, der schließlich am 26. April 2005 verabschiedet wurde. Der seit dem 1. August 2005 in Kraft getretene Staatsvertrag beinhaltet für den **NDR** und seine Gremien einige wichtige Neuerungen. Die Wichtigste aus Sicht des Verwaltungsrates ist, dass die Vertreter der Länder

seitdem berechtigt sind, an den Sitzungen des Verwaltungsrates mit beratender Stimme teilzunehmen. Ungeklärt blieb die Frage der künftigen Größe und Zusammensetzung des Rundfunkrates und ob bei der Höchstgrenze von maximal zwei Amtszeiten der Gremienmitglieder die bereits vor Inkrafttreten des Staatsvertrags liegenden Amtszeiten angerechnet werden. Trotz der Änderungen im neuen **NDR**-Staatsvertrag können der **NDR** und seine Gremien ihre erfolgreiche Arbeit weitgehend unabhängig von politischer Einflussnahme fortsetzen.

Ein weiteres wichtiges Thema, mit dem sich der Verwaltungsrat im Jahr 2005 intensiv beschäftigt hat, war die Einflussnahme der Politik auf das Verfahren der Gebührenfestsetzung. Im Oktober 2004 beschlossen die Ministerpräsidenten, erstmals von der Empfehlung der unabhängigen Kommission

zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) abzuweichen. Die Gebührenanpassung blieb damit unter dem von der KEF ermittelten Bedarf und erfolgte drei Monate später, zum 1. April 2005. Aus Sicht des Verwaltungsrates hat die Politik damit das vom Bundesverfassungsgericht festgelegte Verfahren einer unabhängigen Bedarfsermittlung beschädigt. Dieses Verfahren soll die Festsetzung der Rundfunkgebühr von medienpolitischen Erwägungen entkoppeln. Versuche, im Dialog mit der Politik eine gemeinsame Lösung zu finden, schlugen fehl. Der Verwaltungsrat des **NDR** hat deshalb die Entscheidung der ARD begrüßt, eine Überprüfung des zurückliegenden Gebührenfestsetzungsverfahrens vor dem Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe herbeizuführen. Dabei wird es nicht um eine nachträgliche Korrektur der Rundfunkgebühr gehen. Ziel ist vielmehr, ein verfassungskonformes und staatsfernes Verfahren der Gebührenanpassung zu sichern, das die finanzielle Grundlage eines entwicklungsfähigen und unabhängigen Rundfunks bildet.

Die geringere Gebührenerhöhung hat eine Verschlechterung der finanziellen Rahmenbedingungen zur Folge, die sich auf alle Arbeitsbereiche im **NDR** auswirkt. Der Verwaltungsrat unterstützt das vorrangige Ziel des **NDR**, die notwendigen finanziellen

Einschnitte so umzusetzen, dass die Programme möglichst geringe Einschränkungen im Hinblick auf ihre Qualität und Wettbewerbsfähigkeit hinnehmen müssen.

Der Verwaltungsrat hat sich im Zusammenhang mit den Vorfällen bei der Bavaria auch intensiv mit dem Thema Schleichwerbung befasst und sich davon überzeugt, dass es im **NDR** und seiner Beteiligungsgesellschaft Studio Hamburg ausreichende Kontrollmechanismen und keine systematische Form von Schleichwerbung gegeben hat. Der Verwaltungsrat hat den **NDR** darin bestärkt, die Sensibilität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für diese Problematik zu erhöhen und deutlich zu machen, dass Schleichwerbung unvereinbar mit den Unternehmensgrundsätzen des **NDR** ist.

Die neuen technologischen Herausforderungen im Bereich der Programmverbreitung bildeten auch im Jahr 2005 einen Schwerpunkt der Beratungen im Verwaltungsrat. Seit Ende 2005 ist fast ganz Norddeutschland mit dem digitalen Antennenfernsehen DVB-T versorgt. Damit wurde ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Digitalisierung des Rundfunkempfangs in Deutschland getan. Im Zusammenhang mit der digitalen Verbreitung über Kabel und Satellit war das zentrale Problem wiederum die ungeklärte Frage der

Verschlüsselung. Darüber hinaus muss sich der **NDR** neuen Technologien wie Handy-TV und Podcasting stellen und sich mit dem damit verbundenen geänderten Zuschauerverhalten sowie den Auswirkungen auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auseinandersetzen. Die entscheidende Frage bei allen neuen Technologien ist letztlich, ob die Geschäftsmodelle der kommerziellen Anbieter mit den Grundsätzen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kompatibel sind oder nicht.

Wie in den Vorjahren hat sich der Verwaltungsrat auch im Geschäftsjahr 2005 eingehend mit den Beteiligungen des **NDR** befasst und die Verbesserung des konsolidierten Ergebnisses der Studio Hamburg Gruppe erfreut zur Kenntnis genommen.

Schließlich hat der Verwaltungsrat im Jahr 2005 wichtige unternehmenspolitische Entscheidungen des **NDR** mitgetragen. Er stimmte u. a. dem Abschluss des Grundsatztarifvertrages zur Altersversorgung zu. Damit hat sich der **NDR** im Rahmen der ARD den gesellschaftspolitischen Erfordernissen angepasst und einen wichtigen Schritt zur Sicherung der betrieblichen Altersversorgung getan. Mit der Verlängerung der Dienstvereinbarung zur beruflichen Gleichstellung von Männern und Frauen im **NDR** hat der Verwaltungsrat die Bedeutung dieses Themas

für die Unternehmenskultur unterstrichen. Darüber hinaus wurde der **NDR** als erster öffentlich-rechtlicher Sender für sein Engagement für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung mit dem Grundzertifikat zum Audit „Beruf und Familie“ ausgezeichnet. Durch den Abschluss einer veränderten Integrationsvereinbarung wurde außerdem den verstärkten Bedürfnissen nach Integration schwerbehinderter Menschen im **NDR** Rechnung getragen.

Die EU-Medienpolitik hat für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland zunehmend an Bedeutung gewonnen. Gegen die Versuche der EU-Kommission, ihre Kompetenzen im Hinblick auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auszuweiten, hat sich der Verwaltungsrat im Einvernehmen mit dem **NDR** eindeutig ausgesprochen. Auch weiterhin wird sich der Verwaltungsrat für eine gleichberechtigte Teilhabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an den neuen Medien einsetzen. Nur so kann der **NDR** auch in Zukunft seiner besonderen Rolle im Zeitalter globalisierter Medien gerecht werden und den diskriminierungsfreien Zugang der Verbraucher zur Information sichern.

50 JAHRE RUNDFUNKRAT BEDEUTEN 50 JAHRE PRESSEFREIHEIT ALLEIN DEN INTERESSEN DER HÖRER UND ZUSCHAUER VERPFLICHTET



**Dagmar Gräfin
Kerssenbrock**
Vorsitzende des
NDR Rundfunkrates

Im Juni 2005 feierte der **NDR** im Rahmen eines Festaktes in Celle das 50-jährige Bestehen des Rundfunkrates. Das Aufsichtsgremium des aus dem NWDR hervorgegangenen damaligen Drei-Länder-Senders **NDR** konstituierte sich am 23. Juli 1955. Die Festredner hoben unter anderem hervor, dass der Rundfunkrat die Arbeit des **NDR** von Anfang an professionell und konstruktiv begleitet und damit maßgeblich zur Entwicklung des **NDR** zu einem unabhängigen Sender beigetragen hat.

Das Thema Schleichwerbung versetzte die ARD im Jahr 2005 in Unruhe. Die Schleichwerbungsvorfälle bei der Bavaria in München wurden zum Anlass genommen, auch im **NDR** und seinem Beteiligungsunternehmen, der Studio Hamburg Gruppe, den Umfang und die Einhaltung der Regelwerke zur Trennung von Werbung und Programm zu überprüfen. Der Rundfunkrat konnte sich davon überzeugen, dass im **NDR** und seinem Tochterunternehmen keine systematische Schleichwerbung stattgefunden hat. Unabhängig davon haben die Gremien des **NDR** die Einrichtung einer Clearing-Stelle gegen Schleichwerbung auf ARD-Ebene nachhaltig unterstützt, die die strikte Trennung von Werbung und Programm gewährleisten und damit die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit des Programms sichern soll.

Der Rundfunkrat setzte sich kritisch mit der Revision der EU-Fernsehrichtlinie auseinander. Das Gremium sprach sich grundsätzlich gegen Product- und Themenplacement sowohl bei öffentlich-rechtlichen als auch bei privaten Anbietern aus.

Die von der Generaldirektion Wettbewerb der EU formulierte vorläufige Rechtsauffassung zu einer Beschwerde kommerzieller Rundfunkanbieter gab Anlass zu der Befürchtung, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit Mitteln des Beihilferechts in seiner Aufgabenerfüllung und seinem Tätigkeitsbereich eingeschränkt werden sollte. Der **NDR** Rundfunkrat sprach sich in einer Resolution ausdrücklich gegen eine Beschneidung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch die EU-Kommission aus. Er appellierte an Bund und Länder, die bewährte Rundfunkordnung der Bundesrepublik Deutschland gegen die Bestrebungen der EU-Kommission zu verteidigen, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk von zukunftssichernden Entwicklungsmöglichkeiten abzuschneiden.

Der **NDR** war mit seinen Hörfunkprogrammen auch im Jahr 2005 auf dem Radiomarkt im Norden unangefochtener Spitzenreiter. Insgesamt hörten gut sieben Millionen Menschen aller Altersgruppen täglich die Radioprogramme des Norddeutschen Rundfunks. Dies war einerseits eine Bestätigung dafür, dass

der **NDR** für die Norddeutschen wieder den richtigen Ton getroffen hat, andererseits ist es für die Zukunft ein Ansporn, die hohe Qualität der Programme noch weiter auszubauen.

Das **NDR Fernsehen** blieb das erfolgreichste Dritte Programm der ARD. 11,48 Millionen Menschen haben in diesem Jahr täglich das Dritte aus dem Norden eingeschaltet. Diese hohe Akzeptanz macht wieder einmal deutlich, wie sehr die Zuschauer die klare norddeutsche Ausrichtung und insbesondere die umfangreiche regionale Berichterstattung schätzen. Auch im Jahr 2006 wird das **NDR Fernsehen** an der bewährten Mischung festhalten – mit anspruchsvollen Dokumentationen und Unterhaltung, live übertragenen Sportereignissen aus dem Norden und attraktivem Talk.

Programmliche Höhepunkte des **NDR Fernsehens** waren u. a. die Fernsehfassung von „Der Untergang“, die für den Oskar als bester ausländischer Film nominiert wurde, und der dreiteilige Fernsehfilm „Speer und Er“ im Ersten. Mit Filmen wie „Gegen die Wand“, der neben zahlreichen anderen Auszeichnungen den Europäischen Filmpreis 2004 als bester europäischer Film erhielt, und „Der Boxer und die Friseurin“ wurden weitere herausragende Fernsehproduktionen ausgezeichnet.

Der Rundfunkrat hat dem Erwerb der Übertragungsrechte an der Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika zugestimmt. Ziel von ARD und ZDF war es, wie bereits für die WM 2006 die Live-Rechte für die wichtigsten Spiele im Free-TV zu sichern, um der gesamten Bevölkerung die Teilnahme an diesem wichtigen Ereignis zu ermöglichen.

Durch den Vertragsabschluss zwischen dem International Olympic Committee (IOC) und der European Broadcasting Union (EBU) über den Erwerb der exklusiven europäischen Fernsehrechte an den Olympischen Spielen 2010/2012 konnte der Norddeutsche Rundfunk ein weiteres Großereignis gewinnen. Für ARD und ZDF als Mitglieder der EBU bedeutet das, dass die erfolgreiche und bewährte Übertragung dieses weltweit größten Sportereignisses fortgesetzt werden kann.

Im November haben die Intendanten und Gremienvorsitzenden der ARD-Anstalten die Änderung der ARD-Satzung beschlossen. Die neue Satzung stellt eine wertvolle Hilfe für die Zukunftsaufgabe, im zunehmend stärkeren Wettbewerb mit den kommerziellen Medien zu bestehen, dar. Sie sieht eine noch bessere Einbindung der Gremien in strategische Weichenstellungen, bei der Besetzung wichtiger Führungspositionen innerhalb der ARD und bei der mittelfristigen Finanzplanung der Gemeinschaft vor.

Mit der geänderten Satzung wurde auch der Forderung der EU nach einer verstärkten Gremienkontrolle Rechnung getragen. Der Rundfunkrat ist sicher, dass das erfolgversprechende Konzept des § 5 a der ARD-Satzung auch in der Praxis auf sichere Beine gestellt werden kann.

BERICHT DES INTENDANTEN

DIE MEDIENPOLITISCHE SITUATION

Am 1. August 2005 trat eine neue Fassung des **NDR**-Staatsvertrages in Kraft. Die von den vier Staatsvertragsländern vereinbarten Änderungen gehen auf eine Initiative des Landes Niedersachsen zurück, das u. a. die Interessen der den **NDR** tragenden Länder im Verwaltungsrat nicht ausreichend repräsentiert sah. An den Sitzungen des Verwaltungsrates können nunmehr Vertreter der vier Landesregierungen teilnehmen; diese haben Rederecht. Bedenken des **NDR** wegen eines drohenden Verlustes von Staatsferne wurden bei der Neufassung Rechnung getragen, so dass der **NDR** seine erfolgreiche Arbeit unabhängig von politischer Einflussnahme fortsetzen kann.

Das den Ländern von den ARD-Landesrundfunkanstalten angebotene Gespräch über die Zukunft des Gebührenfestsetzungsverfahrens blieb ohne greifbare Ergebnisse. Deswegen wurde wegen der Abweichung der Länder von dem verfassungsrechtlich gebotenen Gebührenfestsetzungsverfahren im 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrag fristgerecht Klage vor dem Bundesverfassungsgericht erhoben. ZDF und DeutschlandRadio haben sich dem Verfahren durch Einreichung eigener Schriftsätze angeschlossen. Das Bundesverfassungsgericht hat angekündigt, darüber voraussichtlich im Laufe des Jahres 2006 zu verhandeln.

Nach wie vor nicht abgeschlossen ist das Auskunftsverfahren der EU-Kommission im Beihilfeverfahren gegen ARD und ZDF. Die Bundesregierung hat inzwischen eine weitere Stellungnahme für die Bundesrepublik in Brüssel eingereicht. Die Länder loten z. Zt. durch eine Verhandlungsgruppe im unmittelbaren politischen Gespräch mit Vertretern der Kommission die Möglichkeiten einer Verständigung aus.

In seinem Festvortrag zum 50-jährigen Bestehen des **NDR** wies der Richter am Bundesverfassungsgericht Prof. Dr. Wolfgang Hoffmann-Riem auf die Risiken hin, die aus der Zusammenarbeit zwischen Infrastruktur-Unternehmen wie Satelliten- und Kabelnetzbetreibern einerseits und kommerziellen Rundfunkanbietern andererseits erwachsen können. Sie ermögliche eine „digitale Mautstelle“ und möglicherweise das Ende der bisherigen Trennung von Free-TV und Pay-TV. Wenn Bürger zusätzliche Entgelte für den Empfang kommerzieller Vollprogramme zahlen müssen, könnten die Chancen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sinken, angemessene Gebühren zugestanden zu bekommen. Hoffmann-Riem wies weiter auf die wachsende Bedeutung des Internets als Medium für die Information über gesellschaftliche und politische Ereignisse hin und appellierte an den Gesetzgeber, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht durch staatsvertragliche Begrenzungen die Erfüllung seiner Aufgaben in einem besonders wichtigen Segment der Massenkommunikation zu verwehren.



DIE PROGRAMME DER NDR IN DER ARD

Mit seinen Zulieferungen zu den Gemeinschaftsprogrammen der ARD war der **NDR** auch 2005 eine der tragenden Säulen des Senderverbundes. Neben den Sendungen für das „Erste“ versorgte der **NDR** andere Dritte Programme, die Digitalkanäle EinsExtra, EinsPlus, EinsFestival sowie ARTE, 3sat und PHOENIX mit Produktionen und Abgaben und übertraf dabei in vielen Bereichen seine Zulieferverpflichtungen.

Gut behauptet haben sich die Informationssendungen, die das **NDR Fernsehen** zum Programm des „Ersten“ zulieferte wie „Weltspiegel“ und „Panorama“, dessen Ausgaben mit durchschnittlich 12,4% Marktanteil alle anderen Polit-Magazine im deutschen Fernsehen deutlich hinter sich gelassen haben. Als erfolgreichstes Wirtschaftsmagazin konnte sich „Plusminus“ behaupten. Dabei lag der Marktanteil der **NDR** Ausgaben noch über dem guten Jahresdurchschnitt von 12,7%.



Auch die Sondersendungen im „Ersten“ prägte der **NDR** mit seinen Zulieferungen. Dazu gehörten die „Brennpunkte“ zur Tsunami-Flutkatastrophe, zur Landtagswahl in Schleswig-Holstein und zu den Terroranschlägen in London. Insgesamt produzierte die ARD-Zulieferredaktion 482 Minuten Sondersendungen für das „Erste“, bei denen vor allem die „Brennpunkte“ und „Farbe bekennen“ mit einem durchschnittlichen Marktanteil von fast 14% sehr erfolgreich waren.

Die neuentwickelte, von **NDR** und WDR koproduzierte Sendung „Wahlarena“ mit den Gästen Gerhard Schröder und Angela Merkel wurde in der Kategorie „Beste Informationssendung“ für den Deutschen Fernsehpreis nominiert.

In zuvor nie gesehenen Aufnahmen porträtierte der **NDR** in der Produktion „Der Kreml – Im Herzen Russlands“ den Arbeitsalltag der Menschen im Kreml und vermittelte damit Einblicke in eine sonst verschlossene Welt. Koproduziert wurde der Film u. a. von BBC, ORF und Channel 1 Russia. Die aufwändigste Koproduktion von **NDR** und ARTE im Jahr 2005 war „Die Nacht der großen Flut“. Das Dokudrama erzählt anhand von authentischen Begebenheiten die Schicksalsnacht der Hamburger Sturmflut 1962 nach. Die Produktion wurde auf dem Hamburger Filmfest mit dem Produzentenpreis ausgezeichnet. Mit den Filmen „Der Untergang“ und „Speer und Er“ lieferte der **NDR** als Koproduzent die größten filmischen Highlights des Jahres 2005 zum Programm des „Ersten“ zu.

Ganz im Zeichen des Wissens standen die Formate, die Jörg Pilawa erfolgreich moderierte: Das „Star-Quiz“, dessen von prominenten Rate-Teams erspielter Erlös einem guten Zweck zugeführt wurde, und „PISA – der Ländertest“.

Der – wiederum live – übertragene Eurovision Song Contest feierte 2005 seinen 50. Geburtstag. Den von Reinhold Beckmann moderierten Vorentscheid „Germany 12 Points!“ hatte die Sängerin Gracia gewonnen, die sich im Austragungsort Kiew mit dem letzten Platz zufriedengeben musste, was dem Zuschauerinteresse am Finale jedoch keinen Abbruch tat.

Federführend für die ARD übertrug der **NDR** die Handball- und Leichtathletik-Weltmeisterschaften sowie das erste Fußball-Länderspiel Deutschland – China und das Deutsche Springderby in Hamburg, dessen Ausstrahlung mit viel Lob bedacht wurde.

Zahlreiche Auszeichnungen erhielt die federführend vom **NDR** produzierte Kindersendung „4 gegen Z“. Mit einem Marktanteil von bis zu 15% bei den jugendlichen Zuschauern hat der **NDR** damit seine führende Position bei Kinderserien behauptet.

Die beliebte ARD-Vorabendserie „Großstadtrevier“ wurde mit einer Goldenen Kamera in der Kategorie „Beste deutsche Kult-Serie“ ausgezeichnet.

NDR FERNSEHEN

Trotz verschärfter Konkurrenzsituation konnte das **NDR Fernsehen** seine Position im Wettbewerb halten. Mit einem Jahresmarktanteil von 2,9% war es bundesweit erneut das erfolgreichste Dritte Programm. Im Sendegebiet erreichte das **NDR Fernsehen** 8,2% und blieb damit das zweiterfolgreichste Dritte Programm.

Die Sendung **DAS!** behauptete sich im 16. Jahr ihres Bestehens als die tägliche Sendung des **NDR Fernsehens** mit der höchsten Zuschauerzahl im Gesamtsendegebiet. Dem Verbraucher- und Wirtschaftsmagazin **markt** gelang es 2005 nicht nur, seine Kern-Klientel zu halten, sondern auch ein neues, jüngeres Publikum zu erreichen. Dazu beigetragen hat ein erweitertes Serviceangebot, das die Zuschauer noch stärker an die Sendung bindet.

„Ran an ...“ das Brot, die Pfunde, den Schmutz – das jüngste Mitglied in der **NDR** Ratgeber-Familie zeigt, dass Information unterhaltsam und erfolgreich sein und darüber hinaus noch überdurchschnittlich viele junge Zuschauer erreichen kann. Bereits im siebten Sendejahr ungebrochener Zuschauerresonanz erfreut sich dagegen die **Landpartie** – Im Norden unterwegs, ebenso ein Publikumsliebling wie das Gesundheitsmagazin **Visite**.

Die **NDR aktuell**-Redaktion hat auch 2005 wieder bewiesen, dass sie über aktuelle Ereignisse schnell und kompetent berichtet: von der Ministerpräsidenten(ab)wahl in Kiel



über die Vorstellung des Airbus A 380 und die Trauerfeier für Max Schmeling bis hin zu Tod und Neuwahl des Papstes. Eine der erfolgreichsten Sendungen war die **NDR aktuell**-Ausgabe zum Besuch des Kreuzfahrtschiffes „Queen Mary 2“ in Hamburg – mit 2,05 Mio. Zuschauern im Bundesgebiet.

Erfolgreich war auch das neue Nord-Format „Unser starker Norden“. Das Medienmagazin **Zapp** hat 2005 nicht nur an Zuschauer-Zuspruch gewonnen, sondern seine journalistische Relevanz auch in Fachkreisen bei Medienmachern und Medienbeobachtern erhöht.

Zwei Wochen nach der Flutkatastrophe in Südostasien zeichnete die Dokumentation „Die Welle – Chronik einer Katastrophe“ den Weg der Flut nach und befasste sich ausführlich mit der Situation der Opfer. Im April zeigte das **NDR Fernsehen** den Film „Abschiebung im Morgengrauen“ von Michael Richter, der den Alltag in der Hamburger Ausländerbehörde und das Schicksal von



Flüchtlingen in Norddeutschland schildert und mehrfach mit Preisen geehrt wurde.

Von großer Presseresonanz begleitet wurde „Die Geschichte Norddeutschlands“, eine sechsteilige Serie, die den Zeitraum von der Steinzeit bis zur Gegenwart umfasst. Die bislang aufwändigste historische Produktion für das **NDR Fernsehen** wurde von einer Hörfunk-Reihe auf **NDR Info**, einem Buch, einem Hörbuch und einer DVD begleitet. Seit Mai 2005 firmiert die **NDR** Reihe **Naturfilm** unter dem Traditionsnamen **Expeditionen ins Tierreich**. Auch mit neuem Namen gehören die qualitativ hochwertigen Produktionen weiter zu den einschaltquotenräftigsten **NDR** Sendungen – eindrucksvoller Beleg dafür war die Folge über den Harz mit erstmalig gezeigten Bildern von wilden Luchsen in Deutschland, die einen Marktanteil von 12 % erreichte.

Während des Sommers erprobte das **NDR Fernsehen** neue Formate wie die Single-Show für Landwirte „Land & Liebe“, „Der Norden umsonst – von der Hallig in den Harz“ oder das junge Wissensmagazin „Plietsch“, in dem auf unterhaltsame, informative Art Wissen vermittelt und – durchaus auch mit einem Augenzwinkern – Antwort auf Alltagsfragen gegeben wird.

Zu den erfolgreichsten Unterhaltungsangeboten des **NDR Fernsehens** gehörte neben Quizsendungen wie der **NDR Quizshow** mit



Carlo von Tiedemann und dem **NDR Reisequiz** mit Ludger Abeln wieder die norddeutsche Comedy-Reihe „Neues aus Büttenwarder“ mit Jan Fedder und Peter Heinrich Brix, die mit zwei neuen Folgen im Programm vertreten war.

Auch Jubiläen gab es 2005 wieder zu feiern, so die 2000. Sendung **Aktuelle Schaubude** und die 111. Talkshow **Herman & Tietjen**, die erste und bis heute einzige Talksendung, die von zwei Frauen moderiert wird.

Neben den Regel-Sendungen **Sportclub live** und **Sportclub extra** nahm sich die **NDR Sportredaktion** auch langer Formate an, beispielsweise dem 100. Jubiläum des Springderbys und des Galopp-Derbys in Hamburg sowie der Golf-Europameisterschaft auf Gut Kaden.

DIE NDR HÖRFUNKPROGRAMME **NDR 2**

NDR 2 hat seine Position im Norden insgesamt gefestigt. Im wichtigsten **NDR** Staatsvertragsland Niedersachsen liegt das Programm mit seiner modernen, journalistischen Anmutung vor der kommerziellen Konkurrenz. Mit einer Mischung aus unterhaltenden Elementen sowie anspruchsvollen Interviews und Beiträgen präsentiert sich **NDR 2** als zeitgemäßes Pop-Programm und ist damit von den Angeboten der kommerziellen Konkurrenz unterscheidbar.

Die seit Juni 2005 deutlich veränderte Musikauswahl bei **NDR 2** richtet sich an diejenigen Hörer, deren musikalische Vorlieben bei Titeln der 80er und 90er Jahren liegen. Im Gegensatz zur kommerziellen Konkurrenz spielt **NDR 2** ein wesentlich umfangreicheres Repertoire. Um die Alleinstellung von **NDR 2** im Markt noch nachdrücklicher zu unterstreichen, wird das Musikangebot bei extra gekennzeichneten Programmplätzen um Titel aus den 60er und 70er Jahren erweitert („**NDR 2** Musik – Einfach mehr Auswahl“). Dazu kommen journalistisch aufbereitete Musik-Spezialsendungen am Abend, die diese Strategie ergänzen.

NDR KULTUR

NDR Kultur ist im norddeutschen Kulturleben gut etabliert. Mit einer umfassenden Kulturberichterstattung, einem vielfältigen Angebot klassisch orientierter Musik sowie attraktiven Konzert- und Opernabenden ist das



Programm im Norden einzigartig. Kontinuierlich steigende Bekanntheitswerte und ein wachsender Wert „Weitester Hörerkreis“ machen deutlich, dass **NDR Kultur** mit seinen spezifischen Angeboten zunehmend wahrgenommen wird. Nach den Ergebnissen der MA 2005 II hat **NDR Kultur** täglich 265.000 Hörer, 1,2 Millionen Menschen schalten das Programm regelmäßig ein.

Als Partner der Festivals in Norddeutschland hat **NDR Kultur** im Musiksommer 2005 insgesamt 60 Konzerte aufgenommen. Live übertragen wurden u. a. das Eröffnungskonzert des Schleswig-Holstein Musik Festivals,

die Braunschweig Classix und die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern. Im Rahmen der Internationalen Musikfestspiele sendete **NDR Kultur** acht Wochen lang jeden Abend Konzert- und Opernhöhepunkte der Festivals in Salzburg, Bayreuth, Luzern und anderen renommierten Spielorten federführend für die angeschlossenen ARD-Kulturradios. Mit einem vierteiligen Porträt der Künstlerlegende Glenn Gould startete die neue Sendereihe „Die großen Stars der Musik“ auf **NDR Kultur**.

Auch mit eigenen Kulturveranstaltungen, den „Literarischen Abenden“ im Funkhaus Hannover sowie prominent besetzten Autorenlesungen im Ballhof Hannover und im Rolf-Liebermann-Studio des **NDR** in Hamburg machte **NDR Kultur** von sich reden. „Das Literarische Caféhaus“ war u. a. in Lübeck, Leer, Barum, Hildesheim, Göttingen, Celle und Holdenstedt unterwegs. Mit „Dichter am Ball“ stimmte **NDR Kultur** literarisch auf die Fußball-WM ein. In Zusammenarbeit mit der ZEIT bat die Redaktion 50 deutschsprachige Lyrikerinnen und Lyriker, darunter Günter Grass, Urs Widmer, Ulla Hahn, Robert Gernhardt und Peter Esterházy, um ein Gedicht über den Fußball.

Um die Bekanntheit weiter zu steigern, nutzt **NDR Kultur** intensiv die Möglichkeiten der Crosspromotion mit anderen **NDR** Programmen. Für das **NDR Fernsehen** wurden Trailer mit Dominique Horwitz, Christian Quadflieg, Sabine Meyer und Peter Lohmeyer realisiert.





NDR INFO

NDR Info hat sich als unverwechselbares Informationsprogramm im Norden etabliert und ist seit mehreren Jahren unangefochten das erfolgreichste Informationsprogramm im Norden. Mit Nachrichten im Viertelstundentakt und einem klar strukturierten Programmschema spricht **NDR Info** stark Informationsorientierte und -interessierte Hörerinnen und Hörer in Norddeutschland an. Besonders erfolgreich ist das Programm in den klassischen Ballungsräumen.

Der hohe journalistische Anspruch an Kompetenz und Seriosität in der Berichterstattung

wird bei **NDR Info** konsequent weiterverfolgt. Dazu trägt auch der im Juni eingerichtete und für alle **NDR** Hörfunkprogramme arbeitende Reporterpool bei, der mit eigenrecherchierten Beiträgen das journalistische Unterscheidbarkeitsprofil des **NDR** schärfen und mit gut erzählten Geschichten – vor allem aus Norddeutschland – und Exklusivstorys das journalistische Renommee des Radios steigern soll, wobei Qualität eindeutig Vorrang vor Quantität hat.

Regionale Präsenz zeigt **NDR Info** – neben der Berichterstattung aus der norddeutschen Region – unter anderem durch die Präsentation ausgewählter off air-Veranstaltungen, die zum Charakter eines Informationsprogramms passen. So wurde die Zusammenarbeit mit den Industrie- und Handelskammern wieder aufgenommen, bei der **NDR Info** die „IHK-Wirtschaftsabende“ mit Moderation und Berichterstattung unterstützt.

**Medienpartner
des Internationalen
Museumstages
in Niedersachsen**

Der Internationale Museumstag ist ein zentraler Anknüpfungspunkt für Museen und Kulturinstitutionen in Deutschland.

8. Mai 2005

Freigelesen unter www.ndrinfo.de

Wissen was die Welt bewegt.

N-JOY

N-JOY führt seine Strategie als trendsetzendes, junges Programm für den Norden weiter fort. Bei der MA 2005/II bleibt N-JOY mit 8,5 % „Hörer gestern“ auf hohem Niveau stabil; rund eine Million Hörer schalten das junge Programm des **NDR** täglich ein. Die Sendungen von **N-JOY** und das Musikprogramm werden unter Berücksichtigung der aktuellen Marktdaten und Research-Ergebnisse kontinuierlich überprüft und verbessert. Am Abend wurden neue Sendeschienen eingeführt: Unter dem Titel „**N-JOY** Playlist“



präsentieren kompetente Moderatoren jeden Abend Klassiker, Interviews und Musik abseits des Mainstreams. Am späten Abend gibt es täglich zweistündige Musikspecials, in denen es um die Schwerpunkte „Hip Hop“, „Rock“ und „Dance“ geht.

SPORT HÖRFUNK

Federführend für die ARD berichtete der **NDR** auch 2005 wieder von vielen sportlichen Großereignissen. Dazu gehörten neben dem absoluten Highlight, der Leichtathletik-WM in Helsinki, auch die Fußball-EM der Damen, die Eisschnelllauf-WM, die Hockey-EM oder die Tennis-Grandslam-Turniere.

Neben Berichten und Reportagen über die großen Sportthemen des Jahres kam bei **NDR 2**, **NDR Info** und **N-JOY** auch die regionale Berichterstattung nicht zu kurz. Im Mittelpunkt der führenden Sportsendung im Norden – der „**NDR 2** Bundesligashow“ – standen die Spiele von Hannover 96, VFL Wolfsburg, HSV und Werder Bremen. Aber auch bei sportlichen Höhepunkten im übrigen Sendegebiet waren die **NDR** Programme vor Ort und bildeten erneut die sportliche Vielfalt im Norden ab.

NDR SINFONIEORCHESTER

Mit insgesamt 90 Konzerten hat das **NDR Sinfonieorchester** auch im Jahr 2005 seine herausragende Bedeutung innerhalb der deutschen Orchesterszene unterstrichen. Allein im Sendegebiet des **NDR** wurden dabei

68 Konzerte veranstaltet. Die Abonnementreihen des Orchesters in Hamburg, Lübeck, Kiel und Bremen erfreuen sich nach wie vor überaus großer Beliebtheit, so dass das konstant hohe Niveau der Zuschauerzahlen in allen Reihen gehalten oder sogar ausgebaut werden konnte. Neben dem Chefdirigenten Christoph von Dohnányi und dem Ersten Gastdirigenten Alan Gilbert wurde eine Reihe weiterer prominenter Gastdirigenten verpflichtet, die für eine durchgehend hohe künstlerische Qualität der Aufführungen sorgten.

Unter der Leitung seines Chefdirigenten präsentierte sich das **NDR Sinfonieorchester** 2005 auf vielen erfolgreichen Konzertreisen und Gastspielen im In- und Ausland, so z. B. im Frühjahr bei den Beethoven-Festspielen in Bonn und Warschau. Höhepunkt der Südamerika-Tournee im September war ein umjubeltes Konzert im altherwürdigen Teatro Colón in Buenos Aires. Im November schloss sich eine Tournee durch europäische Musikmetropolen an. Die erste Tournee unter seinem Ersten Gastdirigenten Alan Gilbert führte das Orchester schließlich am Jahresende nach Japan, wo vor allem die beiden Konzerte in der ausverkauften NHK Hall in Tokio, die vom japanischen Fernsehen übertragen wurden, in bleibender Erinnerung sind.

Zu weiteren Höhepunkten der Saison zählten für das **NDR Sinfonieorchester** wie in den Jahren zuvor die Auftritte bei den Festivals im **NDR** Sendegebiet. Beim Schleswig-Holstein

Musik Festival und beim Musiksommer Mecklenburg-Vorpommern wurden jeweils die Eröffnungs- und Abschlusskonzerte bestritten, wobei mit letzteren besondere Glanzpunkte in Lübeck und in Peenemünde gesetzt wurden.

Daneben hat das **NDR Sinfonieorchester** seine Jugendarbeit weiter ausgebaut. Unter dem Motto „Auf geht’s! Musikalische Entdeckungsreisen für junge Ohren“ wird inzwischen eine ganze Reihe von Aktivitäten für das Publikum von morgen angeboten. Workshops für Kindergarten-Gruppen und langfristige musikpädagogische Projekte mit Schulklassen, Schul- und Familienkonzerte sowie musikpädagogische Betreuungsangebote parallel zu den sonntäglichen Matinee-Konzerten zählen zu diesem Programm, das auf große Resonanz stößt.



NDR RADIOPHILHARMONIE

Wichtigstes Ereignis der ersten Jahreshälfte 2005 war unbestritten die Wiedereröffnung des Großen Sendesaals des Landesfunkhauses Niedersachsen am 18. März mit einem Festkonzert der **NDR Radiophilharmonie**, das im Beisein von Ministerpräsident Christian Wulff, **NDR** Intendant Prof. Jobst Plog und weiterer Prominenz aus Politik, Wirtschaft und Kultur stattfand. Seitdem steht dem Orchester wieder ein erstklassiger Proben- und Konzertort zur Verfügung.

Im Juli feierte die **NDR Radiophilharmonie** nach einer erfolgreichen Saison mit über 70 Konzerten das erste Kindermusikfest, das gleichzeitig Startschuss für eine Fülle neuer Aktivitäten für Kinder und Jugendliche war. Über 2.400 begeisterte kleine und große Besucher bestaunten unzählige phantasievolle Vorführungen, probierten Instrumente aus, sangen und tanzten miteinander.

Mit Beginn der Saison 2005/2006 erlebten auch viele Kinder im Vorschulalter ihr erstes klassisches Konzert im Rahmen des neuen „Zwergen Abo“. Drei Kinderkonzerte mit sehr unterschiedlichen Stars wie dem Schauspieler Peter Lohmeyer oder Jim Knopf und Lukas von der „Augsburger Puppenkiste“ zogen Kinder ab sechs Jahren in ihren Bann. Und auf der „Spurensuche“ tauchten Schüler der Klassen 9–13 bei einer Vorführung im Kleinen Sendesaal in die Gedanken- und Lebenswelt des jeweiligen Komponisten ein,



bevor sie eines seiner bedeutendsten Werke live erlebten. Dazu kamen wöchentliche Probenbesuche durch Schulklassen, Schulbesuche der **RPH** Musiker und vieles mehr. Sämtliche Konzerte aller Reihen für Kinder und Jugendliche waren ausverkauft.

Die zweite Jahreshälfte 2005 stand darüber hinaus ganz im Zeichen vieler neuer Konzertreihen wie den „Ring Pops“ oder dem „Ring Barock“, die von Zuschauern und Presse sehr positiv aufgenommen wurden. Und auch das neue Begleitprogramm, bei dem man die Wahl hat, vor Beginn der Aufführung mehr über den jeweiligen Solisten und Dirigenten zu erfahren oder sich während der „bar time“ auf das Konzert des „Ring Pops“ einzustimmen zu lassen, wurde gut angenommen.

NDR CHOR

Im Jahr 2005 gab der **NDR Chor** von insgesamt 34 Konzerten allein 28 im Sendegebiet, wovon wiederum knapp die Hälfte gemeinsam mit dem **NDR Sinfonieorchester**, der **NDR Radiophilharmonie** und der **NDR Bigband** aufgeführt wurden.

Ein musikalischer Schwerpunkt im Schaffen des **NDR Chores** lag in der zeitgenössischen Musik, wobei neben den Auftritten in der Reihe **NDR das neue werk** insbesondere die Aufführung von Mauricio Kagels „St. Bach Passion“ unter Leitung von Fabio Luisi im Gewandhaus Leipzig hervorzuheben ist.

Ein weiterer Höhepunkt war die Aufführung mit Werken von Morton Feldman und Thomas Tallis in einem Sonderkonzert der Reihen **NDR Das Alte Werk** und **NDR das neue werk**. Außerdem war der Chor gemeinsam mit Concerto Köln unter der Leitung von Marcus Creed mit Händels „Belsazar“ in der Hamburger Michaeliskirche zu hören.

Neben einem Konzert beim Schleswig-Holstein Musik Festival mit Howard Shores „The Lord of the Rings“ war der **NDR Chor** unter der Leitung von Pierre Cao auch beim Beethovenfest Bonn zu Gast. Als weiteres besonderes auswärtiges Konzert ist die Aufführung von Verdis „Messa da Requiem“ in der wiederaufgebauten Dresdner Frauenkirche zu nennen.

Robin Gritton, den seit über 20 Jahren eine Zusammenarbeit mit dem **NDR Chor** verbindet, hat ab der Saison 2005/2006 die Position als „Ständiger Gastdirigent“ übernommen und wird die langjährige Zusammenarbeit mit dem Ensemble intensivieren und ausbauen.

NDR BIGBAND

Zwei Jubiläen prägten das **NDR Bigband** Jahr 2005: die Band wurde 60 Jahre alt, und ihr Chefdirigent Dieter Glawischnig feierte sein 25-jähriges Dienstjubiläum. Gewürdigt wurde dies mit einem Sonderkonzert im Rolf-Liebermann-Studio des **NDR**, in dessen Verlauf viele Gastsolisten Ausschnitte aus Glawischnigs Kompositionen für Big Band spielten.



Der Ruf der **NDR Bigband** als internationales Spitzenorchester reicht mittlerweile bis in die Volksrepublik China; so spielte sie bei der Deutschen Kulturwoche in Shanghai ihr Kurt-Weill-Programm. Mit großem Erfolg gastierte sie aber auch bei Festivals in der Schweiz und – erstmals in ihrer Geschichte – in Polen. Die Österreich-Tournee widmete sich dem Werk des Dichters Ernst Jandl, für das Dieter Glawischnig die Musik schrieb. Daneben wurden Bigband-Kompositionen für den Pianisten Friedrich Gulda aufgeführt.

Insgesamt gab die **NDR Bigband** im vergangenen Jahr 54 Konzerte, davon 39 im Sendegebiet des **NDR**. Premieren waren die Auftritte bei den „Festspielen Mecklenburg-Vorpommern“, dem „Classix Festival“ in der Region Braunschweig, der „Zappanale“ in Bad Doberan, dem „Darmstädter Jazzforum“ sowie beim „Jazz in den Ministergärten“ in Berlin. Als Stammgast spielte das Orchester bei den „Eldenaer Jazzevenings“, dem „Nordischen Klang“, beim „Ostsee-Jazzfestival“ in Rostock und bei „Jazz im Schlosshof“ in Bleckede.

Eine Novum war das erste Dirigat einer Frau aus Europa. Die Kölner Saxophonistin und Komponistin Christina Fuchs dirigierte die **NDR Bigband** in drei Konzerten mit eigenen Werken.

Die „Hamburger Jazztage“ wurden zu einem besonderen Ereignis. Der langjährige erste

Posaunist Joe Gallardo verabschiedete sich mit seinem „Latin Jazz Latino-Projekt“ in den Ruhestand. Und begeistert begrüßten Band und Publikum seinen Nachfolger Nils Landgren, Europas bekanntesten Jazzmusiker.

Beim Großereignis „Deutscher Evangelischer Kirchentag“ in Hannover war die **NDR Bigband** mit zwei Konzerten vertreten. Ein vorwiegend jugendliches Publikum bejubelte das Frank Zappa-Programm und das „Jazzrequiem für **NDR Chor** und **Bigband**“.

Den musikalischen Nachwuchs förderte die **NDR Bigband** mit einem Preisträgerkonzert des Wettbewerbs „Jugend jazzt“. Neuland betrat sie mit einem Tanzprojekt für Kinder und Jugendliche, das im Rahmen des Kongresses „Kinder zum Olymp“ stattfand. Der Choreograph Royston Maldoom, bekannt durch seine Arbeit mit Simon Rattle und den Berliner Philharmonikern, realisierte dieses Projekt, das großes Medieninteresse fand, mit 80 Hamburger Schülern und der **NDR Bigband**.



DIE NDR LANDESPROGRAMME LANDESFUNKHAUS HAMBURG

Das Jahr 2005 verlief sowohl für **NDR 90,3** als auch für das **Hamburg Journal** sehr erfolgreich. Ausführlich begleiteten beide Programme mit ihrer Berichterstattung u. a. die wirtschaftliche Entwicklung der Hansestadt und berichteten über eine Reihe spektakulärer Großereignisse wie die erstmalige Landung des Airbus A 380 in Hamburg-Finkenwerder, die Einweihung des Terminals 1 auf dem Hamburger Flughafen, die Wiedereinrichtung der direkten Flugverbindung zwischen Hamburg und New York sowie den zweimaligen Besuch des Kreuzfahrtschiffes „Queen Mary 2“ im Hamburger Hafen.

NDR 90,3 hat sein umfassendes Informationsangebot 2005 noch weiter ausgebaut. So wurden – ergänzend zur tagesaktuellen Berichterstattung – wichtige Themen bei Bedarf am Abend in zweistündigen Sendungen mit Experten und HörerInnen vertieft.



Auch bei der Entwicklung neuer Unterhaltungsformate ist **NDR 90,3** neue Wege gegangen. Die in den Hörspielstudios des **NDR** produzierten 11-teiligen Hörspiele „Der Tod aus dem Siefel“ und „Havarie der Herzen“ haben gezeigt, dass öffentlich-rechtliche Qualitätsangebote geeignet sind, die Attraktivität von Massenprogrammen zu steigern. Gründe für den Erfolg der Mini-Krimi-Reihe und der ersten Radio-Novela waren neben den prominenten Schauspielern auch die breit angelegte Werbe-Kampagne, die intensive Kooperation mit dem „Hamburger Abendblatt“ und die Crosspromotion mit dem **Hamburg Journal**. Damit konnte sich **NDR 90,3** auch im Bereich der Unterhaltung deutlich von den kommerziellen Mitbewerbern in der Stadt absetzen.

Im für die Hörerbindung wichtigen Bereich der Musik hat **NDR 90,3** ebenfalls neues Terrain beschritten: In Musik-Spezialsendungen zu Ostern und Pfingsten präsentierte der Sender ein breites und HörerInnen-nahes Programm, das sehr persönlich moderiert war und für große Aufmerksamkeit und Resonanz in der Stadt und darüber hinaus sorgte.

Insgesamt behauptete sich **NDR 90,3** im vergangenen Jahr mit seinem öffentlich-rechtlichen Qualitätsprogramm als Nummer 2 im hartumkämpften Hamburger Radiomarkt. 18,1% „Hörer gestern“ (Montag – Freitag) dokumentieren Stabilität auf hohem Niveau.



Auch das **Hamburg Journal** erreichte seine Quotenziele. Mit 25,8 % Marktanteil (Montag – Freitag) im Jahr 2005 war es die meistgesehene Sendung zwischen 19.30 Uhr und 20 Uhr und erreichte mehr Zuschauer als alle privaten Anbieter von regionalen Sendungen zusammen. Die 18 Uhr-Ausgabe des **Hamburg Journals** schrieb mit einem Jahresmarktanteil von 8,2 % ihre Erfolgsgeschichte fort.

Gute Einschaltquoten gab es auch für die Dokumentationen und Live-Sendungen des Landesfunkhauses Hamburg, die dem **NDR Fernsehen** zugeliefert wurden. Dazu zählten: „Und dann hörten wir die Panzer – 60 Jahre Kriegsende in Hamburg“, „Zwischen Hamburg und Shanghai“, „St. Pauli – da, wo die Kontraste knallen“, „Die blaue Stunde – Hamburg wacht auf“ sowie die Live-Sendungen zum Hafengeburtstag und zum Besuch der „Queen Mary 2“ in Hamburg.

Auch bei der 20. Auflage des zweitgrößten Laufwettbewerbs in Deutschland, dem Olympus-Marathon in Hamburg, haben sich **NDR 90,3** und das **Hamburg Journal** mit einem umfangreichen Bühnenprogramm und einer sechsstündigen Sondersendung präsentiert.

Zum 816. Hafengeburtstag luden beide Programme wie in jedem Jahr 800 Hörer und Zuschauer zu einem zweistündigen Törn auf das Segelschiff „Thor Heyerdahl“ ein. Das **Hamburg Journal** bezog Quartier auf der „Rickmer Rickmers“, von wo aus

auch die Live-Sondersendungen kamen, die Marktanteile von 13,5 % und 8,6 % erreichten. Das Highlight in der Veranstaltungssaison lieferte der zweite Besuch der „Queen Mary 2“, der mit ausführlicher Berichterstattung und einem 19-stündigen Begleitprogramm gewürdigt wurde.

Die Crosspromotion zwischen **NDR 90,3** und dem **Hamburg Journal** hat sich ebenfalls sehr erfolgreich weiterentwickelt und wurde zwischenzeitlich auch auf andere **NDR** Programme und **NDR** Produktionen ausgeweitet.

LANDESFUNKHAUS MECKLENBURG-VORPOMMERN

Oberstes Ziel für das Landesfunkhaus war es auch im Jahr 2005, die journalistische Qualität in Hörfunk und Fernsehen – trotz knapper werdender finanzieller Mittel – weiter zu verbessern. Dieser Spagat ist gelungen: Beide Programmbereiche waren im vergangenen Jahr Marktführer innerhalb der **NDR** Programmfamilie.

NDR 1 Radio MV behauptete weiterhin seine Marktführerschaft im Land. Innerhalb eines Jahres wurden sowohl der „Hörer gestern“-Wert auf jetzt 34,5 % (Montag – Freitag) als auch der Marktanteil auf jetzt 31,8 % gesteigert. **NDR 1 Radio MV** war damit das erfolgreichste ARD-Programm im eigenen Sendegebiet. Täglich schalteten rund 626.000 Hörerinnen und Hörer das Landesprogramm ein (Montag – Freitag).



Themenschwerpunkt 2005 war neben der vorgezogenen Bundestagswahl die Berichterstattung über Themen aus dem Bereich Rechtsextremismus. Darüber hinaus ist die aktuelle kulturelle Berichterstattung in allen Sendestrecken deutlich ausgebaut worden. Eine besondere Auszeichnung erhielt das **NDR 1 Radio MV** Hörfunkprojekt „Erinnerungen für die Zukunft“. Die Sendereihe, die sich seit 1993 mit der Geschichte des geteilten Deutschlands und des Zusammenwachsens von Ost und West auseinandersetzt, erhielt den „einheitspreis 2005“ in der Kategorie „Medien“ der Bundeszentrale für politische Bildung.

Ebenso erfolgreich wie der Hörfunk war der Programmbereich Fernsehen. So war das **Nordmagazin** im vergangenen Jahr das beliebteste Regionalmagazin Deutschlands. Mit einem Marktanteil von 30,5 % (Montag – Freitag, bezogen auf das Sendegebiet) lag das **Nordmagazin** vor allen Landesprogrammen der ARD und denen der privaten Anbieter.

Neben den Regelsendungen **Land und Leute** und dem **Nordmagazin** lieferte das Fernsehen zusätzlich insgesamt 2.545 Erstsendeminuten für das **NDR Fernsehen** zu, darunter die beliebten „Sommerabende“ und die „Nordstories“. Darüber hinaus gab es ereignisbegleitende Berichte wie Sondersendungen zum „Tag der Mecklenburger und Vorpommern“, zur „Hanse Sail“, zum „Drachenbootfest“ oder zum „Deutschen Mühlentag“.

Der **Hanseblick** hat sich nach einer Neupositionierung Anfang 2005 nicht nur im Hinblick auf den Marktanteil erfreulich entwickelt. Das frische, serviceorientierte, maritime Magazin aus dem Baltikum wurde von den Zuschauern gut angenommen, die **Hanseblick Spezial**-Sendungen erreichten in der Spitze bis zu 16% Marktanteil. Auch das Live-Reportageformat **Land und Leute** hat sich im Land mit einem Marktanteil von durchschnittlich 8,3% etabliert.

Die Vermittlung landesgeschichtlicher Themen durch innovative Formate ist und bleibt ein Programmschwerpunkt des **NDR** Landesfunkhauses Mecklenburg-Vorpommern. Mit der Produktion „Wallenstein – Herzog von Mecklenburg“ zeichnete der Programmbereich Fernsehen ein wichtiges Kapitel nordostdeutscher Geschichte nach. Das Drehbuch zu diesem Film schrieb **NDR** Redakteur Hans-Jörg Lüdicke, verfilmt wurde es von dem bekannten Berliner Regisseur Jörg Wilbrand.

Neben der Arbeit am „Produkt“ Fernsehen waren die Mitarbeiter mit den Vorbereitungen zum Einstieg in die digitale Fernsehproduktionstechnik und der Einführung von DVB-T beschäftigt. Gleichzeitig wurde im Landesfunkhaus das auf sechs Monate angelegte Versuchsprojekt „Videoreporter“ durchgeführt, das nun mit Blick auf den gesamten **NDR** ausgewertet wird.



Die seit April 2005 regelmäßig stattfindenden Funkhauskonzerte, zu denen **NDR 1 Radio MV** und **Nordmagazin** Hörer und Zuschauer einladen, haben sich als besonderes Highlight etabliert. Im vergangenen Jahr hatten die Gäste so die Gelegenheit, Stars wie Peter Maffay und Annett Louisan hautnah zu erleben.

Neben den programmlichen Aufgaben engagierte sich der **NDR** stark im gesellschaftlichen und kulturellen Leben des Landes. Er war Medienpartner bei vielen Veranstaltungen und Projekten wie beispielsweise der erfolgreichen Carel Fabritius-Ausstellung oder dem Schweriner FilmKunstFest. Darüber hinaus war der **NDR** mit seinen Orchestern im Land präsent, so z. B. mit der **NDR Radiophilharmonie** beim Eröffnungskonzert der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern in Wismar. Mit über 7,8 Millionen Euro hat die **NDR** Orchesterförderung in den letzten 13 Jahren das Musikleben im Land unterstützt.



Die „Sommertour 2005“, eine Veranstaltungsreihe von **NDR 1 Radio MV** und dem **Nordmagazin** war – wie in den Jahren zuvor – ein Publikumsmagnet. Zu den 13 Veranstaltungen kamen über 140.000 Gäste, ein Beweis für die Bindung der Hörer und Zuschauer an „ihren **NDR** im Land“. Wie in jedem Jahr bekamen auch diesmal Musiker aus dem Land die Chance, sich vor großem Publikum zu präsentieren.

LANDESFUNKHAUS NIEDERSACHSEN

Eine Untersuchung der norddeutschen Landesmedienanstalten stellte **NDR 1 Niedersachsen** ein erstklassiges Zeugnis aus: Unter den massenattraktiven Programmen im Norden hat es den höchsten Informationsanteil, kein anderer Sender bietet mehr und vielfältigere Nachrichten. Auch beim Publikum blieb **NDR 1 Niedersachsen** die Nummer Eins – im Norden ebenso wie auf dem deutschen Markt (mit WDR 4) insgesamt. Gleichwohl stand 2005 im Zeichen vermehrter Anstrengungen, dem stetigen Reichweitenverlust bei allen deutschen Schlagerformaten entgegenzutreten.

Die deshalb nötige Kurskorrektur drückt sich beispielhaft und besonders markant in einer kompletten Sendungsänderung aus: Das volkstümliche „Musikantenkarussell“ wurde ersetzt durch den sanften Pop von „Sweet, soft and lazy“. Der Sonnabend wurde mit dem Ziel reformiert, der besonderen Hörsituation am Wochenende besser gerecht zu werden.



Insgesamt wurden Programmfluss und Klangbild an vielen Stellen optimiert: durch eine modernere Verpackung, mehr Ramptalk in der Moderation und ein dynamischeres „Fahren“ der Sendungen. Auch an der Auswahl und Aufbereitung publikumsnaher Themen wurde verstärkt gearbeitet: Die Ergebnisse einer Studie hierzu und die bereits eingeleiteten Maßnahmen sind ein erster Schritt auf dem Weg zu einem hörbaren Modernisierungsprozess.

An herausragendem journalistischen Stoff herrschte auch 2005 kein Mangel. Auf den Tod des Papstes reagierte **NDR 1 Niedersachsen** mit großflächigen Programmänderungen, die Bekanntgabe seines deutschen Nachfolgers kam live vom Petersplatz. Erheblichen redaktionellen Aufwand verlangten die VW-Affäre und der Machtkampf beim größten Arbeitgeber Niedersachsens. Beim Evangelischen Kirchentag in Hannover versorgte **NDR 1 Niedersachsen** die ARD mit umfas-

senden Angeboten, hinzu kamen mehrstündige Fenstersendungen über die Veranstaltungsfülle in der Region. Die unerwartete Bundestagswahl verlangte erhebliche Extraleistungen aller Redaktionen.

Rund 55.000 Hörer beteiligten sich am „Schlagerlotto“ und tippten ihre sechs Lieblingstitel. Die Top 150 füllten einen ganzen Programmtag, der ein lebhaftes Echo fand. Der Aktionstag „Natürlich Niedersachsen“ lockte zehntausende Teilnehmer zu Naturschutz-Veranstaltungen zwischen Wattenmeer und Harzklippen. Auch der erstmals organisierte „Nordic-Walking-Tag“ fand viele Interessenten, insbesondere unter den jüngeren Jahrgängen der Zielgruppe, um die sich **NDR 1 Niedersachsen** mit seinen off air-Aktivitäten verstärkt bemüht.

Das Regionalmagazin **Hallo Niedersachsen** hat im vergangenen Jahr leichte Verluste sowohl bei den Marktanteilen als auch bei den absoluten Zuschauerzahlen hinnehmen müssen. Die Marktanteile (Montag – Sonntag) gingen um 0,9% auf 14,4%, die absoluten Zuschauerzahlen von 370.000 auf 350.000 zurück. Grund dafür ist neben der weiterhin schwierigen Empfangssituation in Niedersachsen in erster Linie die zunehmend schärfere Konkurrenz im Vorabendprogramm, das für die Tages-Marktanteile der Sender immer wichtiger wird. Dazu kommt die immer deutlicher zu Tage tretende relative Schwäche des **NDR Fernsehens** in Niedersachsen generell.





Hallo Niedersachsen bleibt aber dennoch bei dem über die Jahre bewährten und vom Publikum gut benoteten Konzept eines täglichen und umfangreichen Informationsangebotes aus allen Landesteilen, wobei mit speziellen Angeboten die Stammzuschauer gehalten und neue Zuschauerschichten gewonnen werden sollen. Beispielhaft dafür waren 2005 die Serien „Hallo Natur“ und „Hallo Antarktis“.

Auch **Hallo Niedersachsen 18 Uhr** hat im vergangenen Jahr einen leichten Rückgang um 0,6 % auf einen Marktanteil von 7,0 % hinnehmen müssen, was einem Rückgang um ca. 10.000 Zuschauer auf nunmehr 100.000 Zuschauer pro Tag entspricht. Gleichwohl hat sich **Hallo Niedersachsen 18 Uhr** mit diesen Werten als die „Tagesschau“ für Niedersachsen fest etabliert, besonders wenn man die Reichweite mit den ursprünglich auf diesem Sendeplatz ausgestrahlten Angeboten vergleicht. Keine andere Sendung für Niedersachsen bietet in 15 Minuten einen derart kompakten Überblick über das Tagesgeschehen im Land.

Das digitale Antennenfernsehen DVB-T, das in Niedersachsen im Mai 2004 startete, wurde im vergangenen Jahr um die Versorgungsgebiete Cuxhaven, Hildesheim, Osnabrück und Lingen erweitert. Die erfolgreiche Einführung der neuen Empfangsmöglichkeit ist von **Hallo Niedersachsen** wieder mit eigenen Beratungsaktivitäten und individueller Zuschauerinformation begleitet worden.

Die Programmzulieferungen zum **NDR Fernsehen** haben 2005 im Vergleich zum Vorjahr noch einmal zugenommen, auf insgesamt 198 Erstsendungen. Die darin enthaltenen Regelsendungen wie **Nordtour** und **Nordsee Report** verzeichneten allesamt Marktanteils- und Zuschauerrückgänge, wobei allerdings zu bemerken ist, dass das Jahr 2004 für alle Sendungen ein Rekordjahr war.

„Lieb und Struppig sucht...“, die Tiervermittlungsserie für den ganzen Norden, konnte sich auf dem sehr schwierigen Sendeplatz am Samstag um 14.30 Uhr nicht durchsetzen und ist zum Jahresende ausgelaufen. Als Nachfolgemodell wurde das „**NDR Tiermagazin**“ etabliert, das sechsmal im Jahr ausgestrahlt werden soll. Generell gehören die Tierformate aus Niedersachsen, zu denen auch der „**NDR Tiergarten**“ und die „**NDR Zoogeschichten**“ zählen, zu den erfolgreichsten Produkten im **NDR Fernsehen**.

Die über Jahre äußerst attraktiven Event-Formate aus Niedersachsen wie Schützenausmarsch, Karneval oder Kramermarkt haben 2005 bei den Marktanteilen zum Teil scharfe Einbrüche hinnehmen müssen; neue Formate wie „Weihnachtszauber in Bückeburg“ konnten jedoch aus dem Stand hervorragende Erfolge verbuchen.



LANDESFUNKHAUS SCHLESWIG-HOLSTEIN

Im Mittelpunkt der Berichterstattung in den Landesprogrammen aus Schleswig-Holstein standen 2005 die Wahlen auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene. Insbesondere über die Landtagswahl, die gescheiterte Wahl der Ministerpräsidentin und die Bildung einer neuen Regierungskoalition in Schleswig-Holstein berichteten die **NDR 1 Welle Nord**, das **Schleswig-Holstein Magazin** und **Schleswig-Holstein Unser Land** so ausführlich wie bei keiner Wahl zuvor. Die Berichte – darunter auch zahlreiche exklusive Zulieferungen – wurden auch in den anderen Hörfunk- und Fernsehprogrammen und -sendungen des **NDR** und der **ARD** gesendet. Die Landesprogramme stärkten damit weiter ihre schon

hohe Informationskompetenz, was sich auch in der Verleihung zahlreicher Medienpreise für die journalistische Arbeit im Landesfunkhaus Schleswig-Holstein niederschlug.

Die **NDR 1 Welle Nord** hat 2005 ihr Profil als regional geprägtes Landesprogramm mit dem Slogan „In Schleswig-Holstein zu Hause“ weiter geschärft. Mit mehr als 760.000 Hörern täglich und einem Marktanteil von 27,7 % (Montag – Sonntag) konnte die Position als erfolgreichstes **NDR** Hörfunkprogramm in Schleswig-Holstein nochmals verbessert werden.

Den Kurs der behutsamen Modernisierung setzte die **NDR 1 Welle Nord** fort. Ziel dieser Strategie bleibt es, mehr Gelegenheitshörer zu gewinnen und langfristig an das Programm zu binden, ohne das Stammpublikum zu verlieren. Die erfolgreiche Musikmischung wurde zugunsten des Anteils internationaler Titel leicht verändert, die harmonische Anmutung des Programms weiter optimiert. Mit noch mehr Information, Nachrichtensendungen zur halben Stunde am Morgen und Mittag sowie einer intensiveren Einbindung der Studios in Flensburg, Heide, Lübeck und Norderstedt stärkte die **NDR 1 Welle Nord** ihre regionale Kompetenz.

Federführend für alle **NDR** Hörfunk-Landesprogramme organisierte die **NDR 1 Welle Nord** den plattdeutschen Erzählwettbewerb „Vertell doch mal!“, der diesmal mit fast 3.000 Einsendungen ein Rekordergebnis erzielte.





Gemeinsam mit dem **Schleswig-Holstein Magazin** veranstaltete die **NDR 1 Welle Nord** erstmals eine Sommertour durch sechs Orte im Land. Die abwechslungsreiche Bühnenshow fand große Resonanz bei den mehr als 60.000 Besuchern und in der Presse und trug zur weiteren Publikumsbindung der Programme bei.

Im Fernsehbereich war das **Schleswig-Holstein Magazin** als moderne, heimatnahe „elektronische Abendzeitung“ auch 2005 eines der erfolgreichsten Regionalmagazine in Deutschland. Mit ihrem Konzept aus seriöser und zuverlässiger Information sowie unterhaltenden und serviceorientierten Inhalten erreichte die Sendung trotz wachsender Konkurrenz in einem zunehmend digitalisierten Markt einen Marktanteil von 26,1 % (Montag – Freitag).

Schleswig-Holstein Unser Land festigte seine Position um 18 Uhr weiter. Aktuelle Themen des Tages sowie Talkgäste und Berichte zu Schwerpunkten aus den Bereichen Heimat und Kultur, Land und Leute geben der Sendung ein klares und unverwechselbares Profil.

Neben den Regionalsendungen trägt das Landesfunkhaus Schleswig-Holstein mit einer Vielzahl von Reportagen und Features zum Erfolg des **NDR Fernsehens** bei. Der Umfang der Zulieferung an neuen Produktionen wurde im vergangenen Jahr um drei auf 42 Programmstunden gesteigert. Die

Sendungen erreichten zumeist eine sehr gute Akzeptanz und zum Teil Marktanteile von mehr als zehn Prozent.

Der **Ostsee Report** überzeugte die Zuschauer auch 2005 mit seiner Mischung aus spannenden Reportagen, Naturfilmen und Reisetipps, was sich in einem durchschnittlichen Marktanteil von 10,9 % niederschlug. Die Spezialausgabe „Inselträume“ erreichte mit einem Marktanteil von 22,5 % sogar Platz eins in der Jahreshitliste des **NDR Fernsehens**.

Zu den Höhepunkten des Veranstaltungsjahres gehörten neben der „Nacht des Deutschen Schlagers“ und der „MusikShow“ auch die Sommertour und die erfolgreichen Bühnenshows bei der Kieler Woche und beim E.ON Hanse-Cup. Als Medienpartner beim Schleswig-Holstein Musik Festival und bei den Nordischen Filmtagen Lübeck war der **NDR** 2005 erneut einer der wichtigsten Partner für die Kultur in Schleswig-Holstein.

Die Crosspromotion zwischen der **NDR 1 Welle Nord**, dem **Schleswig-Holstein Magazin** und **Schleswig-Holstein Unser Land** sowie mit anderen Programmen und Sendungen des **NDR** wurde sowohl on air als auch bei Aktionen und Veranstaltungen weiter ausgebaut und professionalisiert. Der Start eines neuen Satellitentransponders ermöglicht seit Dezember den Empfang des Landesprogramms Schleswig-Holstein durchgängig über den digitalen Satelliten.



DER NDR IN DEN PROGRAMM-BEGLEITENDEN DIENSTEN

Federführend für die ARD konnte der **NDR** zwei überaus erfolgreiche Großprojekte realisieren: Die Berichterstattung von der Leichtathletik-WM, die 1,75 Millionen Zugriffe erzielte, und das Projekt „Kriegsende.ARD.de“, das für den Grimme online Award nominiert wurde.

Das **NDR Fernsehen** entwickelte mit den „Hitlisten des Nordens“ ein neues erfolgreiches Format, das auf die aktive Einbindung der Zuschauer im Internet setzt. So bestimmen die Zuschauer über die Auswahl des besten Sportlers oder der besten Sendung die Gestaltung des Fernsehprogramms mit. Überproportional hohe Steigerungsraten von Jahr zu Jahr erreicht auch der European Song Contest, der mittlerweile mit großem Abstand zum erfolgreichsten Programm-Event im Internet wurde.

Insgesamt konnte die Zahl der Seitenabrufe gegenüber dem Vorjahr um 10 Prozent gesteigert werden. Wurden Zuwächse in den vergangenen Jahren vorwiegend in den jüngeren Altersgruppen realisiert, so finden Online-Angebote nun auch vermehrt Zuspruch bei älteren Bevölkerungsschichten. Dies spiegelt sich auch bei der Internet-Nutzung des **NDR** wider: die höchsten Steigerungsquoten konnten die Online-Auftritte der Landesprogramme erzielen.

Auf die explosionsartig gestiegene Zahl der verkauften MP 3-Player hat der **NDR** mit einem eigenen Podcast-Angebot reagiert. Obwohl die ersten Hörfunkbeiträge erst Mitte November im Netz verfügbar waren, wurden sie bis zum Jahresende bereits über 250.000 Mal heruntergeladen und waren über mehrere Wochen bei einem Podcast-Anbieter als erfolgreichstes Angebot gelistet.

Die weiterhin konsequente Ausrichtung der Videotext-Inhalte an das sich stetig verändernde Nutzungsverhalten der Leser führt seit sechs Jahren in Folge zu steigenden Leserzahlen, so dass innerhalb eines Jahres eine Zuwachsrate von 22 % erreicht wurde.

Das Intranet des **NDR** wurde im Zuge eines umfangreichen Relaunches barrierefrei gestaltet und unterstreicht damit seine Bedeutung als Instrument der innerbetrieblichen Kommunikation.



PRODUKTION UND TECHNIK

Der Ausbau des digitalen Antennenfernsehens DVB-T in den **NDR** Staatsvertragsländern wurde in 2005 weiter fortgeführt. Im März wurde nach einer Simulcastphase von etwa vier Monaten im Raum Hamburg/Lübeck sowie in den Regionen Bungsberg, Kiel, Schleswig und Flensburg die terrestrische Fernsehversorgung gänzlich digitalisiert; dort gibt es seitdem kein analoges Antennenfernsehen mehr. Die Westküste Schleswig-Holsteins folgt im Oktober 2006. Für die noch ausstehenden niedersächsischen Regionen Lüneburger Heide und Harz ist die Umstellung für 2007 geplant.

Bei der Einführung von DVB-T in Mecklenburg-Vorpommern erfolgte die Umstellung der terrestrischen Versorgung von analog auf digital erstmals ohne Simulcast-Phase. Mit über 90 % ist Mecklenburg-Vorpommern das erste Bundesland, das eine beinahe flächendeckende DVB-T Versorgung entsprechend der Vereinbarung von ARD und ZDF besitzt. Angesichts der geringer als von der KEF vorgeschlagen ausgefallenen Gebührenerhöhung haben sich ARD und ZDF darauf verständigt, bis Ende 2008 eine DVB-T-Versorgung mittels Dachantenne von maximal mindestens 90 % der Bevölkerung in Deutschland aufzubauen.

Die seit Beginn der Digitalisierung in allen **NDR** Hörfunkwellen eingesetzte Broadcast-Software (DIRA!) wurde 2005 entscheidend weiter entwickelt und an die gewachsenen

Bedürfnissen der Programmbereiche angepasst. Den Anfang beim Umstieg auf die neueste Software machten **NDR 2** und das Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern.

Bei den Vorabend-Sendungen **DAS!**, **DAS! ab 2**, **DAS! ab 4** und dem **Hamburg Journal** wurde mit Hilfe des bildschirmgestützten elektronischen Sendungsablaufes die Umstellung auf die papierarme Produktion der Sendungen erprobt. Im Rahmen des Projektes wurden dafür auch die Arbeitsabläufe und Havariekonzepte an die teilweise neuen und enger verknüpften Aufgaben zwischen Redaktion und Produktion definiert und angepasst. Die elektronische Regie (e-Regie) bildet die Grundlage für den weiteren Integrationsschritt der halbautomatischen Ablaufsteuerung für Videos, Schriften und Illustrationen, die Verbesserungen bei der Herstellung einer Sendung versprechen.

Die im Jahr 2004 begonnene Umstellung der Bearbeitungstechnik Fernsehen für die Programmherstellung im Bereich „Elektronische Berichterstattung“ und für Magazin-sendungen wurde 2005 abgeschlossen. Damit ist die computergestützte, sogenannte nicht-lineare Bearbeitung zum Produktionsstandard geworden. Zur weiteren Optimierung der Arbeitsprozesse wurde ein Pilotprojekt bei der Herstellung der **NDR** Nachrichten (**DAS!**) aufgesetzt, dessen Ergebnisse die Basis für weitere Schritte zur Digitalisierung des Fernsehens bilden werden.



Wie in Hamburg wurden nach Abschluss der umfangreichen Systemuntersuchungen auch in den Landesfunkhäusern Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein nicht-lineare Video-Schnittplätze in Betrieb genommen. Parallel dazu wurde eine Gesamtkonzeption zur vernetzten Arbeitsweise und damit zur weitgehenden Ablösung der bandbasierten Prozesse erarbeitet. Dieses Konzept schließt auch die Integration der Tonbearbeitung und die Einführung von Sende-Servern ein.

Die positiven Ergebnisse des Pilotprojekts „Newsdesk bei ARD-aktuell“ führten Anfang 2005 zu der Entscheidung, die entwickelten Arbeitsabläufe auf sämtliche Produktionen von ARD-aktuell zu übertragen. Damit wird die Digitalisierung sowohl der redaktionellen als auch der produktionstechnischen Prozesse für die zentrale Nachrichtengabe der ARD erfolgreich weitergeführt. Nach derzeitiger Vorstellung soll die Digitalisierung von ARD-aktuell 2007/2008 abgeschlossen werden.

Auch das Design – und damit das gesamte Erscheinungsbild von ARD-aktuell – wurde aktualisiert. Diese Maßnahme umfasste das Studio mit allen elektronischen Hintergründen, einschließlich eines neuen Nachrichtentisches, des Nachrichten-Cockpits. Die gewonnene Flexibilität des Designs erlaubt u. a. weitere Standorte für die Moderatoren und für Interviewsituationen im Studio. Daneben wurden die Illustrationen für die

„Tagesthemen“ neu strukturiert und neue Schriftgeneratoren eingesetzt.

Erste positive Erfahrungen mit Vernetzungsprojekten in ausgewählten Bereichen gaben den Ausschlag für die Entwicklung eines Gesamtkonzeptes für das lokale Produktions-Netzwerk Fernsehen (Produktions-LAN). Der weitere Ausbau erfolgt in Einzelprojekten, wobei in den Landesfunkhäusern vergleichbare Netzwerkkonzepte umgesetzt werden.

Das ARD-Gemeinschaftsprojekt Archivdatenbanken, an dem sich mit Ausnahme des WDR alle ARD-Anstalten beteiligen, wurde weiter vorangetrieben und den aktuellen Anforderungen der Redaktionen und Archive angepasst. Wesentliche Basis für die Weiterentwicklung ist das vom **NDR** bereits seit einigen Jahren betriebene Pilotprojekt „Digitales Vorschau Archiv“.

Die Umstellung vom Betriebssystem „Windows NT“ auf Windows XP / Windows 2000 nutzte der **NDR**, um die im Rahmen von Einzelprojekten gewachsene Systemlandschaft zu vereinheitlichen. Dazu gehören z. B. ein über alle Standorte des **NDR** gleich aufgebaute Arbeitsplatzcomputer mit einer einheitlichen Bürokommunikationsumgebung auf Basis von Lotus Notes, ein zentraler Verzeichnisdienst für die Benutzerverwaltung und eine einheitliche Software zur Softwareverteilung.



Mit dem Ziel, langfristig mehr Frauen für technische Berufsbilder zu gewinnen, kooperiert der **NDR** mit den technischen Fakultäten der Universitäten Hannover, Braunschweig und Oldenburg. Bereits während des Studiums sollen Frauen über Praktika oder Diplomarbeiten für den **NDR** interessiert werden.

Auf Bitte der Universität Osnabrück führte der **NDR** mit einer Osnabrücker Partnerfirma das Ausbildungsprojekt „Studenten üben die Praxis!“ durch, das der Gewinnung von Erkenntnissen über den neuen Universitätsabschluss „Bachelor“ im Studiengang Medien (Fernsehen und Film) dienen soll. Für den **NDR** bot dieses Projekt die Möglichkeit, schon frühzeitig mit Studenten, die später Journalisten werden wollen, zu arbeiten.

VERWALTUNG

Zum 1. April 2005 wurde die Rundfunkgebühr um 0,88 € erhöht. Mit dieser Entscheidung sind die Ministerpräsidenten der Länder erstmals von der Empfehlung der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) abgewichen, die eine Anhebung der monatlichen Teilnehmergebühr um 1,09 € empfohlen hatte. Die neue Rundfunkgebühr beträgt 17,03 € im Monat, die sich aufteilen in 5,52 € Grundgebühr und 11,51 € Fernsehgebühr. Die Anpassung entspricht im Ergebnis einer durchschnittlichen jährlichen Steigerung von 1,1 % für die ARD. Die allgemeine Inflationsrate lag im Jahr 2005 mit 2,0 % deutlich darüber. Das heißt: Der Realwert der Gebührenerträge sinkt. Eine weitere finanzielle Belastung bedeutet die angekündigte Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007.

Alle ARD-Landesrundfunkanstalten – so auch der **NDR** – haben umfassende Maßnahmen zur Verbesserung ihrer Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ergriffen, die bereits im Jahr 2005 zu einer Stabilisierung der finanziellen Situation beigetragen haben. Der **NDR** wird auch zukünftig alle Möglichkeiten ausschöpfen, Einsparungen zu realisieren und Einnahmeverbesserungen zu erzielen, um den Programmauftrag im Sinne der Gebührenzahler in bester Weise zu erfüllen und die Belastung der Bürger durch Rundfunkgebühren zu begrenzen.



In Zusammenarbeit mit der GEZ ist es der Abteilung Rundfunkgebühren des **NDR** erneut gelungen, die Ausschöpfung des Gebührenpotentials zu erhöhen. Die Wachstumsraten vergangener Jahre konnten jedoch nicht mehr erreicht werden, da die Zahl der von der Gebührenpflicht befreiten Rundfunkteilnehmer zugenommen hat und ein Anstieg der Forderungsausfälle zu verzeichnen ist. Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Jahren voraussichtlich fortsetzen. Gleichwohl wird der **NDR** durch seinen Beauftragendienst und durch Mailing-Aktionen der GEZ die Geräteanmeldungen auch weiterhin forcieren.

Durch die im 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrag festgeschriebene Verlagerung der Bearbeitung der Gebührenbefreiungen von den Sozialdienststellen der Kommunen zur GEZ entstanden der GEZ – und damit der ARD, dem ZDF und dem Deutschlandradio – Mehrkosten in Höhe von ca. 25 Mio. € p. a.

Über die **NDR MEDIA GmbH** fließen dem **NDR** Erträge aus Rundfunkwerbung zu. Die sich 2004 abzeichnende positive Trendwende auf dem Hörfunkmarkt hat sich im Jahr 2005 bestätigt. Aufgrund der überdurchschnittlichen Entwicklung des Radiowerbemarktes überstiegen die Erträge aus der Hörfunkwerbung die Planung. Hingegen bleibt die Lage bei der Fernsehwerbung weiterhin schwierig, zumal es im Jahr 2005 keine wesentlichen Sport-Großereignisse gab. Eine

Ausnahme bildet die erfolgreiche Vermarktung der Fernsehwerbung im Umfeld der Berichterstattung über die Fußball-Bundesliga.

Erfreulich haben sich 2005 die Kapitalmärkte entwickelt. Die Erträge des **NDR** aus seinen langfristigen Finanzanlagen haben das gute Vorjahresergebnis noch übertroffen.

Zu finanziellen Entlastungen ist es bei der betrieblichen Altersversorgung gekommen. Durch den Abschluss eines Grundsatztarifvertrages mit den Gewerkschaften konnte der **NDR** gemeinsam mit anderen ARD-Landesrundfunkanstalten de facto eine Abkoppelung von der bisherigen Netto-Gesamtversorgung erreichen. Der neue Grundsatztarifvertrag regelt, dass künftige Änderungen in der gesetzlichen Rentenversicherung nicht mehr zu einem Mehraufwand für die **NDR** Betriebsrente führen und auch Änderungen bei den Steuern und Sozialabgaben keinen Einfluss mehr haben. Aus diesem Tarifvertrag sowie aus der Anwendung der neuen Sterbetafeln (Heubeck 2005 G) resultieren Erträge aus der Auflösung von Pensionsrückstellungen.

Mit dem Geschäftsjahr 2005 hat der **NDR** das erste Kalenderjahr der aktuellen Gebührenperiode 2005 bis 2008 abgeschlossen. Insgesamt konnte er 2005 einen Überschuss von 66,4 Mio. € erzielen. Aufgrund der gleichmäßigen Höhe der Rundfunkgebühr werden zu Beginn einer Gebührenperiode regelmäßig Überschüsse erwirtschaftet, die benötigt



werden, um zum Ende der Gebührenperiode Fehlbeträge zu kompensieren. Gegenüber dem geplanten Ergebnis von 7,9 Mio. € kam es zu einer deutlichen Verbesserung von 58,5 Mio. €, die vor allem auf Einmaleffekte, insbesondere in der Altersversorgung, zurückzuführen ist. Daneben zeigt das gute Jahresergebnis 2005 aber auch, dass die eingeleiteten Wirtschaftlichkeits- und Sparmaßnahmen bereits Wirkung zeigen. Allerdings lassen sich Kürzungen in den Programmen aus Wettbewerbsgründen nicht dauerhaft fortsetzen. Der **NDR** geht davon aus, in der Gebührenperiode bis 2008 die Vorgaben seiner Finanzordnung zu erfüllen, die in der Gebührenperiode mindestens ein ausgeglichenes Ergebnis im Erfolgsplan vorschreibt.

Damit der **NDR** im Wettbewerb erfolgreich ist, braucht er insbesondere gesunde, engagierte und leistungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Um die vorhandenen Maßnahmen zu den Themen Gesundheit und Arbeitsschutz zielgerecht weiterentwickeln zu können, wurden der bisherige Arbeitsschutzausschuss und der Lenkungsausschuss Gesundheit im Steuerungskreis Gesundheit/Arbeitsschutz zusammengeführt. Ziele der Zusammenführung sind die Bündelung und Konzentration der Themen Gesundheit und Arbeitsschutz an einer Stelle.

Der **NDR** ist in Norddeutschland unverändert eines der größten Ausbildungsunternehmen. 155 junge Menschen waren Ende 2005 in

insgesamt acht staatlich anerkannten Ausbildungsberufen beschäftigt. Dabei hat es sich der **NDR** zum Ziel gemacht, auch schwerbehinderten jungen Menschen einen Ausbildungsplatz anzubieten. 2005 erlernten vier Auszubildende mit Schwerbehinderung den Beruf Kaufmann/-frau für Bürokommunikation.

Der **NDR** kooperiert seit dem 1. September 2005 – zunächst befristet bis zum 31. August 2010 – bei der Ausbildung von Kaufleuten für Bürokommunikation mit Radio Bremen. Dabei stellt das Landesfunkhaus Niedersachsen bis zu zwei kaufmännische Auszubildende pro Jahrgang zusätzlich ein, die jeweils in ihrem zweiten Lehrjahr in Betriebsstätten von Radio Bremen weiter ausgebildet werden. Radio Bremen wird damit in der Organisation und Durchführung des Ausbildungsbetriebes deutlich entlastet.

Darüber hinaus schulte der **NDR** 89 Volontärinnen und Volontäre in den Bereichen Programm, Aufnahmeleitung und Elektronischer Schnitt. Insgesamt sechs Studentinnen und Studenten nahmen Ende 2005 am Studienprogramm der Nordakademie in Elmshorn teil. Zusätzlich wurde 948 jungen Menschen die Möglichkeit geboten, durch Hospitationen und Praktika erste Erfahrungen in der Arbeitswelt zu sammeln.

Die Berufsausbildung im **NDR** hat weiterhin einen anerkannt hohen qualitativen Standard. An allen Ausbildungsstandorten werden die



Auszubildenden regelmäßig aufgrund ihrer sehr guten Ausbildungsabschlüsse von den Handelskammern geehrt. Darüber hinaus wurde der **NDR** auch im Jahr 2005 durch die Handelskammern Hamburg, Hannover, Kiel und Schwerin als hervorragender Ausbildungsbetrieb ausgezeichnet.

Einen Schwerpunkt seiner Personalarbeit setzt der **NDR** auf eine familienorientierte Personalpolitik. Die bereits bestehenden Möglichkeiten wie Teilzeitarbeit, Langzeitkonten und Teleheimarbeit werden von den MitarbeiterInnen gut angenommen, wobei insbesondere die Nutzung im Bereich der Teilzeitarbeit im Vergleich zum Vorjahr noch einmal leicht angestiegen ist.

Für seine familienorientierte Personalpolitik wurde der **NDR** im Rahmen des Bundeswettbewerbs „Erfolgsfaktor Familie 2005“ als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet. Als Preis erhielt er die Möglichkeit, am „audit berufundfamilie“ der gemeinnützigen Hertie-Stiftung teilzunehmen. Damit hat der **NDR** als erste deutsche Rundfunkanstalt das audit durchgeführt, was zur Weiterentwicklung bestehender und zur Initiierung neuer Angebote führte.



Um die Integration von Menschen mit Behinderungen im **NDR** noch intensiver zu fördern, wurden die Zielsetzungen und Maßnahmen der Integrationsvereinbarung überarbeitet und die Zusammenarbeit mit den Integrationsämtern ausgebaut. Außerdem bietet der **NDR** in Kooperation mit der Hamburger Ausstellung „Dialog im Dunkeln“ Schulungsangebote zum Thema „Leben mit Behinderungen“ für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Personalverantwortung an.

Die Zahl der Planstellen wurde im Jahr 2005 durch Nutzung der Fluktuation sozialverträglich um 17 reduziert. Von den 3.585,5 Planstellen waren 3.451 Stellen zum 31. Dezember 2005 besetzt (2004: 3.602,5 Planstellen, davon 3.476 besetzt).

NDR 2 hat im Februar 2005 den Sendebetrieb aus dem Hörfunk-Neubau am Rothenbaum aufgenommen. Mit dem Planungsstart für den zweiten Bauabschnitt im August 2005 wurde der letzte Abschnitt des Masterplans in Angriff genommen. Die bauliche Entwicklung am Rothenbaum wird mit dieser Maßnahme vorerst abgeschlossen; Baubeginn war Mitte 2006.

Nach einer Umbau- und Renovierungszeit von nur neun Monaten wurde der Große Sendesaal im Landesfunkhaus Niedersachsen – rechtzeitig vor Beginn der Konzertsaison 2005/2006 mit dem erweiterten Spielangebot der **NDR Radiophilharmonie** – im März 2005



wieder in Betrieb genommen. Mit den gebäude-technischen Verbesserungen und der optimierten Akustik zählt der Große Sendesaal zu den besten Spielstätten Norddeutschlands.

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.

Nachdem der Werbemarkt im Jahr 2004 sowohl in der Fernseh- als auch in der Hörfunkwerbung für die ARD-Werbe-gesellschaften von einer deutlichen Erholung gekennzeichnet war, hat sich im Jahr 2005 eine unterschiedliche Entwicklung in der Fernseh- und Hörfunkwerbung ergeben:

In der Fernsehwerbung konnten die guten Ergebnisse des Vorjahres nicht nur aufgrund des Fehlens großer Sportveranstaltungen wie der Olympischen Spiele und der Fußball-Europameisterschaft nicht erreicht werden, das Geschäft litt auch unter der Stagnation am Fernsehmarkt und der rückläufigen Reichweitenentwicklung der für die Werbewirtschaft besonders wichtigen Zielgruppe der ZuschauerInnen von 14 bis 49 Jahren, die zu Marktanteilsverlusten in der Fernsehwerbung geführt hat. Aus der Fernsehwerbung konnte **NDR MEDIA** 26,4 Mio. € Erlösen.

Die Hörfunkwerbung bietet hingegen ein deutlich erfreulicherer Bild. Nach der positiven Entwicklung des Jahres 2004 hat sich auch das Jahr 2005 überdurchschnittlich



fortentwickelt. Aus der Hörfunkwerbung konnte **NDR MEDIA** 15,2 Mio. € Erlösen. Die divergierende Entwicklung in der Hörfunk- und Fernsehwerbung wird sich auch im Jahr 2006 weiter fortsetzen. Die Erlöserwartung in der Fernsehwerbung ist vor allem von den großen sportlichen Ereignissen in diesem Jahr, nämlich den Olympischen Winterspielen in Turin und der Fußball-Weltmeisterschaft geprägt. Der Werbezeitenverkauf hat unter den im Vergleich zu den Olympischen Winterspielen 2004 in Salt Lake City ungünstigeren Sendezeiten gelitten. Auch der Werbezeitenverkauf rund um die Fußball-Weltmeisterschaft gestaltet sich schwierig, wobei zu beobachten ist, dass insbesondere die hochpreisigen Werbezeiten gut gebucht sind. Die Buchungen werden zunehmend kurzfristiger.

Positiv stellt sich 2006 die Entwicklung der Hörfunkwerbung dar. Der Umsatz des 1. Quartals 2006 liegt in der Hörfunkwerbung bei **NDR MEDIA** um 7 % über dem des Vorjahres. In der Gesamtbetrachtung erwartet **NDR MEDIA** in der Hörfunkwerbung eine weiter leicht steigende und in der Fernsehwerbung eine grundsätzlich rückläufige Entwicklung, die 2006 durch den Werbezeitenverkauf im Umfeld der Fußball-WM-Übertragung überdeckt wird.

Die Risiken für die Geschäftsentwicklung der Gesellschaft liegen in der Abhängigkeit vom Werbemarkt und der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Ebenso ist die Reich-

weitenentwicklung der vermarkteten Programme von wesentlicher Bedeutung für den Vermarktungserfolg.

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 Verluste bei den Einnahmen aus klassischer Werbung erzeugen.

Die Geschäftsfelder des seit Januar 1996 bei der **NDR MEDIA** angesiedelten Geschäftsbereiches Marketing konnten auch 2005 erfolgreich weiterentwickelt werden. Die verschiedenen Geschäftsfelder bieten ein komplexes Marketingangebot, das synergetisch verknüpft ist. Zugleich trägt das Angebot dazu bei, die Hörer- und Zuschauerbindung an den **NDR** und seine vielfältigen Angebote zu stärken. Der Geschäftsbereich Marketing schließt das Jahr 2005 mit Umsatzerlösen von 11,3 Mio. € ab und liegt damit um 0,9 Mio. € über dem Wert des Jahres 2004.

Der **NDR KulturClub** wurde zum Jahresende 2005 aufgrund einer Entscheidung des Gesellschafters geschlossen. Seit 2006 wird die **NDR Kultur Karte** ehemaligen Clubmitgliedern und den Hörern von **NDR Kultur**



angeboten. Die Abwicklung dieses neuen Direktmarketing-Instrumentes erfolgt über den **NDR** Ticketshop. Es haben sich bereits 3.400 Mitglieder (Stand: Anfang September 2006) für die neue **NDR Kultur Karte** angemeldet.

Das Communication Center hat 2005 durch optimierende Maßnahmen im Bereich der Personal-Einsatzplanung und Neukunden-Gewinnung (z. B. ARD Fernsehlotterie) und der weiterhin guten Zusammenarbeit mit den **NDR** Kunden wie z. B. **NDR 2**, **N-JOY** und der **NDR** Gebührenabteilung erstmals ein positives Ergebnis erreichen können.

Der Bereich Lizenzen veröffentlichte 2005 eine Vielzahl neuer programmbegleitender Produkte. Hierzu zählen u. a. die CD-Reihe „Hitlisten des Nordens“, DVD und Buch zur „Geschichte Norddeutschlands“ sowie Bücher zu den TV-Formaten **NDR Quizshow** und „Gartenduell“. Der Bereich Merchandising hat 2005 die Programme des **NDR** mit neuen Werbemitteln und Give-Aways ausgestattet. Neben diesen internen Aufträgen wurden ebenfalls umfangreiche Bestellungen durch Endverbraucher z. B. über den **NDR Shop** getätigt.

Zu Beginn des Jahres 2006 wurden die Bereiche Lizenzen und Merchandising der **NDR MEDIA GmbH** mit dem DVD-Bereich der Studio Hamburg Distribution & Marketing zusammengelegt. Vor dem Hintergrund einer

zielgerichteten und ganzheitlichen Auswertung der **NDR** Lizenzprodukte ist eine Zusammenlegung dieser bisher parallel agierenden Konzernbereiche erforderlich gewesen.

Im Bereich Kooperationen/Events war das Jahr 2005 geprägt durch die enge Zusammenarbeit mit den Programmen des **NDR**, u. a. bei der erfolgreichen Vermarktung von Großveranstaltungen wie Kieler Woche, Plaza Festival oder Alstervergnügen und Veranstaltungen der Landesfunkhäuser, z. B. der Sommertour und der **Landpartie**.

Im Bereich Crossmedia konnten die Gegengeschäftsaktivitäten im Bereich Kino ausgeweitet werden. 2005 wurden erstmals Kooperationen und Gegengeschäfte mit Zeitschriftenverlagen umgesetzt. Der Bereich hat bereits sämtliche Beauftragungen durch die GEZ (Kino, Print, TV und Hörfunk), **N-JOY** und **NDR** Gebührenabteilung für das Geschäftsjahr 2006 erhalten.

Die Palette der im **NDR** Ticketshop angebotenen Konzertkarten für die Bereiche Orchester und Chor und alle übrigen vom **NDR** präsentierten Veranstaltungen wurde um Konzerte aus dem Bereich Rock und Pop ergänzt. Der **NDR** Ticketshop bezog im März 2006 neue Räumlichkeiten in der Hamburger City – neben einer größeren Ladenfläche und einem erweiterten Angebot können nun auch die Öffnungszeiten verlängert werden, was sich image- und verkaufsfördernd auswirkt.



Der Mitschnittservice verzeichnete im Jahr 2005 eine gegenüber dem Vorjahr stabile Nachfrage; insgesamt wurden 17.500 VHS-/DVD-Kopien erstellt, wobei der Anteil von DVD-Kopien im Vergleich zu VHS-Kopien überproportional gestiegen ist. Der Bereich **NDR Services**, der die off air-Auftritte der **NDR** Programme realisiert, unterstützte im Jahr 2005 die Außendarstellung des **NDR** bei ca. 750 Einzelterminen. Für 2006 ist beim **NDR**, nicht zuletzt wegen der Fußball-WM, mit einer gleich bleibenden Anzahl von Veranstaltungen zu rechnen.

Das im Geschäftsbereich Beteiligungen 1997 gemeinsam von **NDR MEDIA** mit der Studio Hamburg Fernseh Allianz (seit 01.01.2006 Studio Hamburg Distribution & Marketing), der Bavaria und dem WDR gegründete Unternehmen zur internationalen Vermarktung von Fernsehprogrammrechten mit Sitz in Köln und Niederlassungen in Hamburg und München (german united distributors Programmvertrieb GmbH; GUD) ist am Markt erfolgreich etabliert.

STUDIO HAMBURG GmbH

Der **NDR** ist über die **NDR MEDIA GmbH** als alleinige Gesellschafterin an der Holding Studio Hamburg GmbH mit ihren rund 30 Tochtergesellschaften beteiligt. Trotz der weiterhin schwierigen Lage im Medienmarkt konnte die Studio Hamburg Gruppe im Film- und Fernsehsegment mit ihren Leistungen in den Bereichen Produktion und Vertrieb, Studios und Technik sowie Consulting und Service ihre Marktstellung festigen bzw. ausbauen und wieder in die Gewinnzone zurückkehren.

Die Studio Hamburg Gruppe rechnet für die folgenden Jahre mit nochmals steigenden Ergebnissen, die im wesentlichen auf Ergebnisverbesserungen des Bereiches Consulting und Service sowie des Rechtevertriebs zurückzuführen sind. Die Mehrjahresplanung ab 2007 und den Folgejahren bis 2010 zeigen für alle operativen Bereiche der Studio Hamburg Gruppe nachhaltige positive Ergebnisentwicklungen. Insgesamt kann die Studio Hamburg Gruppe damit, nach Überwindung einer schwierigen Phase, eine angemessene Ertragsperspektive bieten.

Am Standort Hamburg konnte mit der erfolgreichen Umstrukturierung der Studio Hamburg Atelierbetriebs GmbH ein wesentlicher Beitrag zur Ergebnisverbesserung erreicht werden. Aufgrund der weiter gewachsenen Bedeutung der Region Berlin und Brandenburg als Sitz für Senderunternehmen (SAT.1, RBB, MTV, VIVA) und der daraus resultierenden Sogwirkung



auf Produktionsfirmen der Fernseh- und Filmbranche konnte eine solide Auslastung gemäß der mittelfristigen Planung der Berliner Firmen der Studio Hamburg Gruppe erreicht werden.

Während beim Atelier- und Dienstleistungsgeschäft am Standort Hamburg keine wesentliche Steigerung des Geschäftsvolumens möglich ist, konnte am Produktionsstandort Berlin-Adlershof 2005 eine Steigerung um 28 % gegenüber dem Vorjahr erzielt werden. Insgesamt trägt der Geschäftsbereich Studios und Technik mit den Standorten Hamburg, Berlin-Adlershof und Potsdam-Babelsberg mit rd. 18 % zum Geschäftsvolumen der Studio Hamburg Gruppe bei. Mit den Produktionsstandorten Berlin-Adlershof und Potsdam-Babelsberg konnte die Studio Hamburg Gruppe ihre führende Marktstellung im studioteknischen Dienstleistungsgeschäft in der Region Berlin und Brandenburg weiter behaupten. Insbesondere auf dem Gebiet der Dienstleistungen für die Produktion serieller Studioformate (Telenovelas und Soaps) und großer Show-Produktionen im vorhandenem Großraumstudio konnte eine starke Marktstellung erreicht werden. Durch die Übernahme der Sendeabwicklung in Hamburg wurden die Dispositionsmöglichkeiten von Personal und Technik über sämtliche Standorte weiter optimiert.

Das Auftragsvolumen der Sendeanstalten hat sich nicht wesentlich verändert. Der Trend geht weiter in Richtung preiswert produzier-

ter Sendungen, sowohl im Bereich Entertainment als auch zunehmend im Bereich der seriellen fiktionalen Produktion. Zwischen den Produzenten findet nach wie vor ein Verdrängungswettbewerb bei sinkenden Margen statt. Der Geschäftsbereich Produktion und Vertrieb trägt mit rd. 56 % zum Geschäftsvolumen der Studio Hamburg Gruppe bei. Trotz eines nur insgesamt leichten Anstiegs des Geschäftsvolumens konnten die Produktionsgesellschaften Studio Hamburg Produktion GmbH, POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH, CINECENTRUM Deutsche Gesellschaft für Film- und Fernsehproduktion mbH und MULTIMEDIA Film- und Fernsehproduktion GmbH insgesamt wesentliche Ergebnisverbesserungen erzielen. Die Studio Hamburg Distribution & Marketing GmbH (vormals Studio Hamburg Fernseh Allianz (FA) GmbH) mit ihren Hauptaktivitäten im Vertriebsbereich konnte aufgrund der positiven Entwicklung der DVD-Auswertungen für den nationalen Markt sowohl wesentliche Umsatz- wie Ergebnissteigerungen erreichen.

Die Studio Hamburg MEDIA Consult International (MCI) GmbH hat mit dem Projekt- und Beratungsgeschäft, insbesondere im Broadcastmarkt die Rückkehr in die Gewinnzone geschafft. Dieses positive Ergebnis konnte aufgrund verbesserter Margen und durch die erfolgreiche Integration des Geschäftsbereiches der Werkstätten (vormals Teilbetrieb der Studio Hamburg Atelier-



betriebs GmbH) realisiert werden. Die Werkstätten sind in den Gewerken Tischlerei, Schlosserei, Dekorationsbau und Elektrowerkstatt tätig und erbringen dabei Leistungen sowohl für Broadcast- als auch für reine Handwerksprojekte.

Die Entwicklung der MCI spiegelt die Marktsituation der gesamten Branche wieder, die nach Jahren der Konsolidierung und des Investitionsstaus wieder positiver in die nächsten Jahre blickt. Im Geschäftsjahr 2005 konnte die Gesellschaft ihre Stellung innerhalb des Broadcastmarktes im deutschen sowie auch im inner- und außereuropäischen Markt festigen bzw. ausbauen.

AVC Audio-Video-Communication Service GmbH konnte das Geschäftsvolumen um 88 % gegenüber 2004 erhöhen. Diese Steigerung wurde hauptsächlich im Consumer-Bereich durch die vollständige Übernahme des Reparatur- und Wartungsgeschäfts der Sony Standorte Fellbach und Köln realisiert. Ende 2005 konnte im Broadcast-Bereich ein umfangreicher langfristiger Vertrag mit Sony abgeschlossen werden, der die Umsatzverteilung innerhalb der AVC wieder hin zum Kerngeschäft der Studio Hamburg Gruppe verlagern wird.

Der Bereich Consulting und Service trägt mit rd. 20 % zum Geschäftsvolumen der Studio Hamburg Gruppe bei.



AUF EINEN BLICK

SCHLAGLICHTER DES JAHRES

JANUAR

Die gemeinsam vom **NDR** und dem Land Niedersachsen getragene „Musikförderung in Niedersachsen“ nimmt ihre Arbeit auf. Gefördert werden Musikprojekte, die in Niedersachsen stattfinden oder von Musikschaffenden des Landes realisiert werden.

Im Alter von 84 Jahren stirbt Alfred Hause, langjähriger Dirigent und Kapellmeister zunächst des NWDR und später des **NDR**.

FEBRUAR

Eiji Oue, seit 1998 Chefdirigent der **NDR Radiophilharmonie**, verlängert seinen Vertrag um weitere zwei Jahre.

Für die „Dorfgeschichten“ im **Schleswig-Holstein Magazin** wird Karl Siebig, Autor im **NDR** Landesfunkhaus Schleswig-Holstein, im Rahmen der Berlinale mit dem „Seebären“ des Landes Schleswig-Holstein ausgezeichnet.

Die beliebte ARD-Vorabendserie „Großstadtrevier“ erhält eine „Goldene Kamera“ in der Kategorie „Beste deutsche Kult-Serie“.

MÄRZ

Im Beisein von Ministerpräsident Christian Wulff und **NDR** Intendant Prof. Jobst Plog wird der Große Sendesaal im **NDR** Landesfunkhaus Niedersachsen nach nur neunmonatiger Umbauzeit festlich wiedereröffnet.

Den Adolf-Grimme-Preis „Spezial“ erhalten die Autorin Beate Langmaack sowie die Hauptdarsteller Henry Hübchen und Uwe Steimle für die Gestaltung und Weiterentwicklung des „Polizeiruf 110“.

„Tagesthemen“-Anchorwoman Anne Will begrüßt in ihrer neuen Interviewserie „Zwischentöne“ in der Reihe „Klassik à la carte“ auf **NDR Kultur** prominente Gesprächspartner wie Gerhard Schröder oder Iris Berben.

APRIL

N-JOY setzt seine erfolgreiche Reihe der „Geheimkonzerte“ fort: Die Gruppe „Wir sind Helden“ spielt ihre Hits vor 200 Gewinnern in der Kaiserpfalz in Goslar.

Mehr als 6.000 Zuschauer kommen zum ersten **NDR 2** City Festival auf den Schlossplatz in Wolfenbüttel.

Mit einem Literarischen Abend „Deutschland, Stunde Null“ im Funkhaus Hannover gedenkt **NDR Kultur** des Kriegsendes vor 60 Jahren.

MAI

Der **NDR** Verwaltungsrat wählt Dr. Rosemarie Wilcken, Bürgermeisterin der Stadt Wismar, zur neuen Vorsitzenden des Gremiums, Stellvertreter wird Wulf Schulemann aus Hamburg.



NDR Intendant Prof. Jobst Plog erhält den diesjährigen Ehrenpreis des Deutsch-Französischen Kulturrates gemeinsam mit ARTE-Präsident Jérôme Clement und dem früheren ZDF-Intendanten Prof. Dieter Stolte als „Gründer und Bewahrer von ARTE“.

Die Produktion „4 gegen Z“ und die Janosch-Zeichentrickserie „Antje und der Traum von Amerika“ werden mit dem Intermedia-Globe-Award in Silber in der Kategorie „Children's Entertainment“ ausgezeichnet.

Die **NDR/ARTE**-Produktion „Die Stadt der toten Töchter – Eine endlose Mordserie in Mexico“ von Jutta Pinzler und Matthias Franck erhält den Marler Fernsehpreis für Menschenrechte 2005.

Den Robert-Geisendörfer-Preis für die Sparte Hörfunk erhält das Feature „Vergitterte Welt. Katrin L.: Die Geschichte einer Magersucht“. Ausgezeichnet wurden die Autorin Helga Dierichs und der Regisseur Nikolai von Koslowski. Das Feature wurde 2004 auf **NDR Info** ausgestrahlt. Verantwortliche Redakteurin war Dr. Ursula Voß.

JUNI

NDR 1 Radio MV, das **Nordmagazin**, **NDR 2**, **N-JOY** und das **NDR Fernsehen** begleiten die **NDR** Drachenbootage in Schwerin. Ein Höhepunkt der Veranstaltung mit über 4.000

Teilnehmern und 86.000 Zuschauern sind die ICF Clubcrew Weltmeisterschaften.

Für ihre Produzentenleistung beim „Polizeiruf 110“ wird Heike Richter-Karst mit dem Bayerischen Fernsehpreis 2005 ausgezeichnet.

Mit einem Empfang in Celle würdigt der **NDR** in Anwesenheit des niedersächsischen Ministerpräsidenten Christian Wulff das 50-jährige Bestehen seines Rundfunkrates.

Der Medienpreis Mecklenburg-Vorpommern in der Sparte Fernsehen geht an den **NDR** Autor Kai Voigtländer für seinen Film „Mecklenburger in Tirol – Saisonjobs in den Alpen“.

Der bei **NDR Info** eingerichtete Reporterpool nimmt seine Arbeit auf und liefert allen Hörfunkprogrammen des **NDR** investigativ recherchierte Exklusiv-Stories sowie bewegende und spannende Reportagen. Der Reporterpool sorgt mit seinen Geschichten für zahlreiche Schlagzeilen, vor allem in der norddeutschen Presse. Die Reporter enthüllen, wie Unternehmen aus Norddeutschland in den Öl-für-Lebensmittel-Skandal im Irak verwickelt sind, wie eine Sparkasse ihren Kunden Schrottimmobilien vermittelt, wie eine Mutter sich von ihrem Sohn lossagt, weil er Neonazi geworden ist, und: wie die Angehörigen deutscher Tsunami-Opfer von Betrügern getäuscht und finanziell ausgenommen werden.



JULI

Die **NDR 1 Welle Nord** und das **Schleswig-Holstein Magazin** starten ihre Sommertour durch Schleswig-Holstein, die mit mehr als 60.000 Gästen an sechs Veranstaltungsorten ein großer Erfolg wird.

Den italienischen Filmpreis „Globo D'Oro“ erhält die **NDR/ARTE-Koproduktion** „Second Hand Road – Ein T-Shirt reist um die Welt“.

AUGUST

Die Fachzeitschrift „RADIOJournal“ zeichnet Markus Stratmann mit dem „Rundfunkpreis 2005“ für die beste Programmrubrik aus. Der Hörfunk-Reporter und Autor erhält den Preis für das auf der **NDR 1 Welle Nord** ausgestrahlte „Oldie-Lexikon“.

Beginn der Reihe stars@ndr2.de mit exklusiven Konzerten im Foyer des Hörfunk-Neubaus am Rothenbaum und im Rolf Liebermann-Studio des **NDR**. Besonderes Highlight dabei: der Auftritt der Band Simple Minds.

NDR Info präsentiert im Rahmen der von der Niedersächsischen Sparkassenstiftung veranstalteten „Niedersächsischen Musiktage“ ausgewählte Konzerte in verschiedenen Städten des Landes.

SEPTEMBER

Mit dem renommierten „Prix Italia“ wird Malte Jaspersens Feature „Jishin – Gespaltene Erde.

Beobachtungen im Erdbebenland Japan“ ausgezeichnet, das im April erstmalig ausgestrahlt wurde. An der Gemeinschaftsproduktion mehrerer Sender war der **NDR** als Koproduzent beteiligt.

Simone Young ist neue Generalmusikdirektorin und Intendantin der Hamburgischen Staatsoper. **NDR Kultur** überträgt live die erste Neuinszenierung der Spielzeit unter ihrer musikalischen Leitung und spricht mit der Dirigentin in der Sendung „Klassik à la carte“.

Im Europäischen Parlament in Straßburg wird die **NDR Produktion** „Abschiebung im Morgengrauen“ von Michael Richter mit dem „Civis“-Preis geehrt.

OKTOBER

Mit einer außergewöhnlichen Sondersendung am „Tag der Deutschen Einheit“ lassen **NDR 1 Radio MV** und **NDR 1 Welle Nord** die deutsch-deutsche Wendezeit noch einmal lebendig werden und senden wie vor 15 Jahren unter dem Titel „Radio Schlutup“ zwei Stunden live aus dem Grenzmuseum in Schlutup.

NDR Info beteiligt sich an der „Nacht des Wissens“, die an 28 verschiedenen Veranstaltungsorten in Hamburg stattfindet und insgesamt rund 300 Veranstaltungen umfasst.

Der **NDR/ARTE-Film** „Der Boxer und die Friseur“ erhält den Deutschen Fernseh-



preis in der Kategorie „Beste Regie“ (Hermine Huntgeburth).

Der Deutsche Fernsehpreis in der Kategorie „Bester Schauspieler Fernsehfilm“ geht an Sebastian Koch für seine Rolle als Albert Speer in „Speer und Er“ von Heinrich Breloer und Horst Königstein. Koch hatte für seine Leistung zuvor bereits den Bayerischen Fernsehpreis 2005 erhalten.

NOVEMBER

Mit einem Festkonzert unter der Leitung seines Chefdirigenten Christoph von Dohnányi feiert das **NDR Sinfonieorchester** in der Hamburger Laeishalle sein 60-jähriges Bestehen.

Die Schauspielerin Maria Furtwängler erhält den „Siegfried-Lowitz-Preis 2005“ für ihre Darstellung der **NDR** „Tatort“-Kommissarin Charlotte Lindholm.

Auf den 27. Biberacher Filmfestspielen werden zwei **NDR/ARTE**-Produktionen ausgezeichnet: Den Hauptpreis des Festivals bekommt Regisseur Oliver Hirschbiegel für „Ein ganz gewöhnlicher Jude“ mit Ben Becker. Den Publikumspreis erhält „Charlotte und ihre Männer“ mit Marianne Sägebrect.

Die gemeinnützige Hertie-Stiftung verleiht dem **NDR** als erster öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalt das Grundzertifikat zum

Audit „Beruf und Familie“ und zeichnet damit die familienfreundliche Personalpolitik des Senders aus.

DEZEMBER

Im Alter von 91 Jahren stirbt Prof. Gyula Trebitsch. Der Film- und Fernsehjournalist war u. a. Gründer und langjähriger Chef von Studio Hamburg.

Gerd Schneider, Direktor des **NDR** Landesfunkhauses Mecklenburg-Vorpommern, erhält die Goldene Ehrennadel des polnischen Radiosenders „Radio Stettin“. Gewürdigt wird damit u. a. das Engagement des Landesfunkhauses für den Integrationsprozess Polens in die EU.

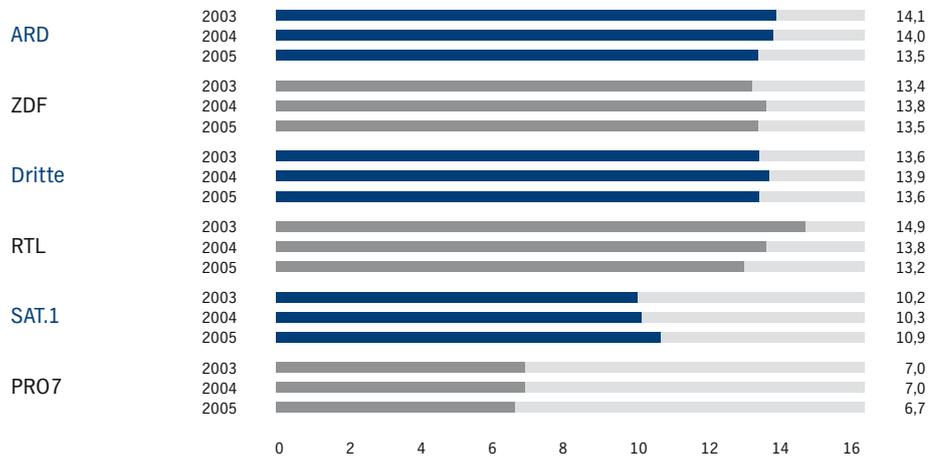
Erstmalig sendet **N-JOY** ein Hörspiel: „Fleisch ist mein Gemüse“ ist eine Produktion nach dem gleichnamigen Buch des Hamburger Autors Heinz Strunk.

NDR Intendant Prof. Jobst Plog übergibt der Bürgermeisterin von Hagenow eine Geldspende von 5.000 Euro zur Restaurierung der ehemaligen Synagoge. Das Geld stammt aus dem Einheitspreis 2005, den die Bundeszentrale für politische Aufklärung dem Hörfunkprojekt „Erinnerungen für die Zukunft“ im Oktober zuerkannt hatte.

STATISTIKEN

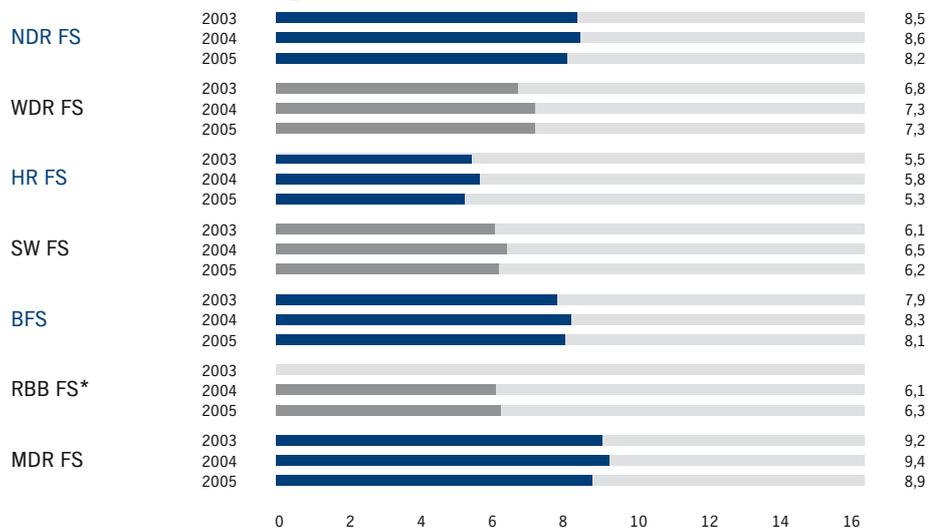
**Marktanteile TV,
Hauptsender, bundesweit**
Zuschauer ab 3 Jahren,
Mo – So, 03.00 – 03.00 Uhr.
Jahre 2003, 2004 und 2005.
Angaben in Prozent.
Quelle: AGF / GfK Fernseh-
forschung, pc#tv,
bis Ende 2004: FS-Panel (D),
ab 2005: FS-Panel (D+EU)

Marktanteile Hauptsender bundesweit



**Marktanteile TV,
3. Programme,
jeweiliges Sendegebiet**
Zuschauer ab 3 Jahren,
Mo – So, 03.00 – 03.00 Uhr.
Jahre 2003, 2004 und 2005.
Angaben in Prozent.
Quelle: AGF / GfK Fernseh-
forschung, pc#tv,
bis Ende 2004: FS-Panel (D),
ab 2005: FS-Panel (D+EU).
* RBB Bra und RBB Ber
fusionierten am 29.02.04
zu RBB FS

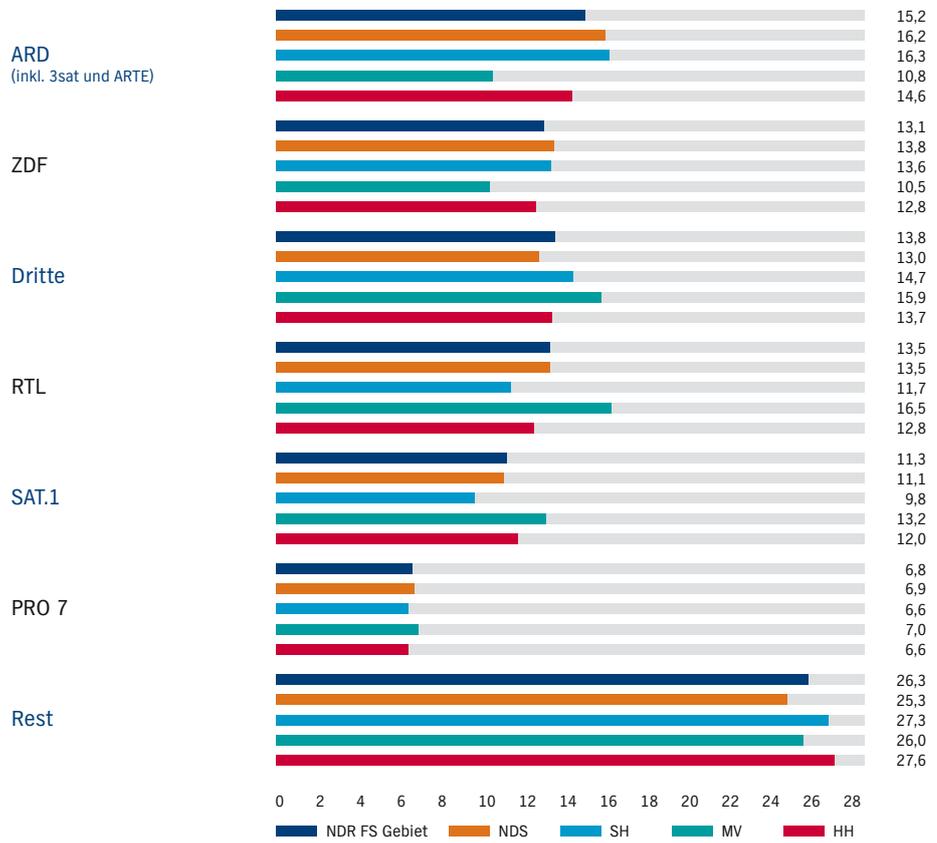
Marktanteile 3. Programme





**Marktanteile TV,
Hauptsender 2005**
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 2005





**Marktanteile TV,
Hauptsender 2005,
nach Ländern**

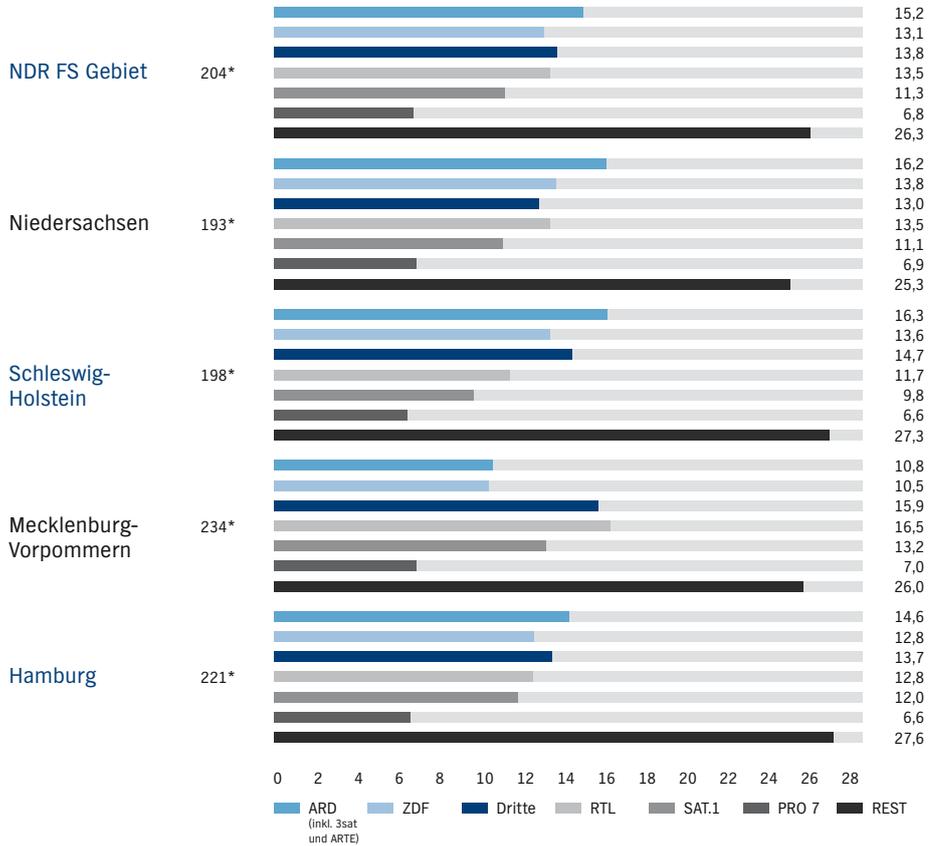
Zuschauer ab 3 Jahren,
Mo – So, 03.00 – 03.00 Uhr.

Angaben in Prozent.

Quelle: AGF / GFK Fernseh-
forschung.pc#tv,
FS-Panel (D+EU).

* Sehdauer gesamt
pro Tag in Minuten

Marktanteile Hauptsender 2005 nach Ländern



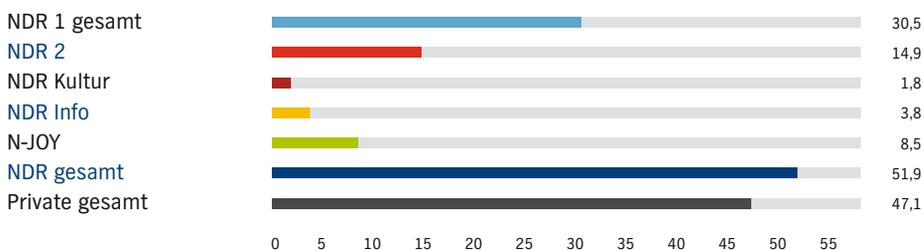


MA 2005 Radio II

NDR Gebiet

Erwachsene ab 14 Jahren,
Hörer gestern in Prozent,
Mo – Fr

Hörfunkmarkt NDR Gebiet

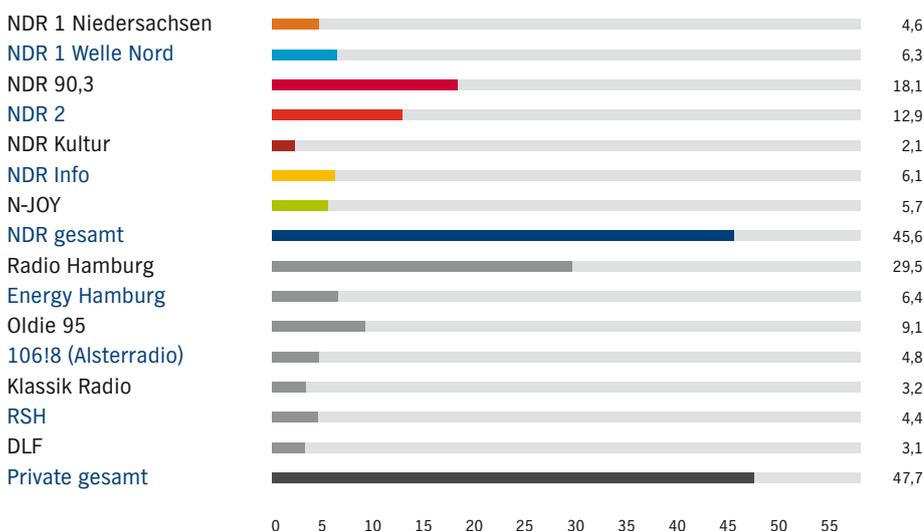


MA 2005 Radio II

Hamburg

Erwachsene ab 14 Jahren,
Hörer gestern in Prozent,
Mo – Fr

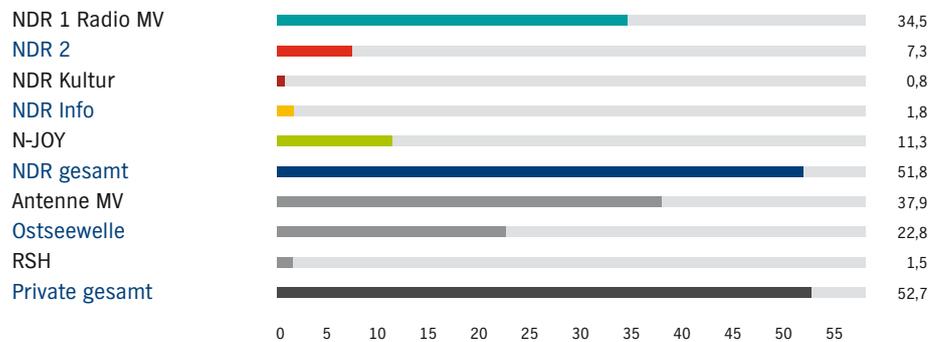
Hörfunkmarkt Hamburg





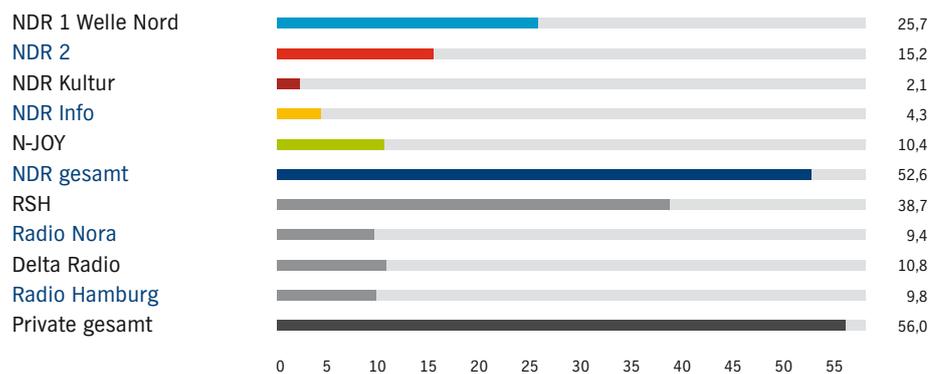
MA 2005 Radio II
Mecklenburg-Vorpommern
 Erwachsene ab 14 Jahren,
 Hörer gestern in Prozent,
 Mo – Fr

Hörfunkmarkt Mecklenburg-Vorpommern



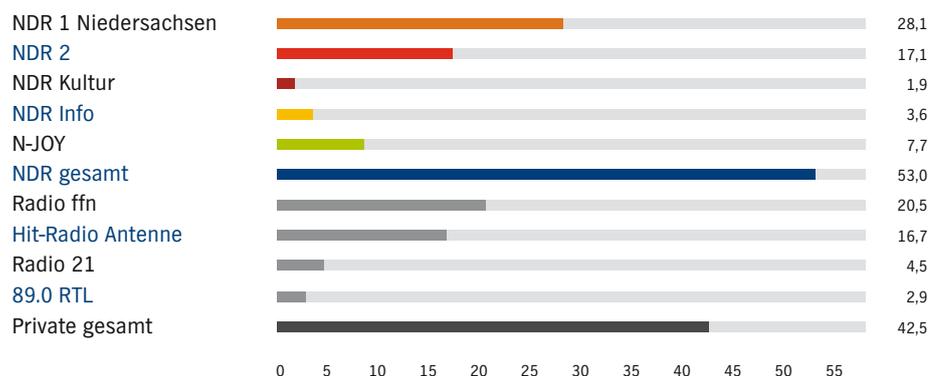
MA 2005 Radio II
Schleswig-Holstein
 Erwachsene ab 14 Jahren,
 Hörer gestern in Prozent,
 Mo – Fr

Hörfunkmarkt Schleswig-Holstein



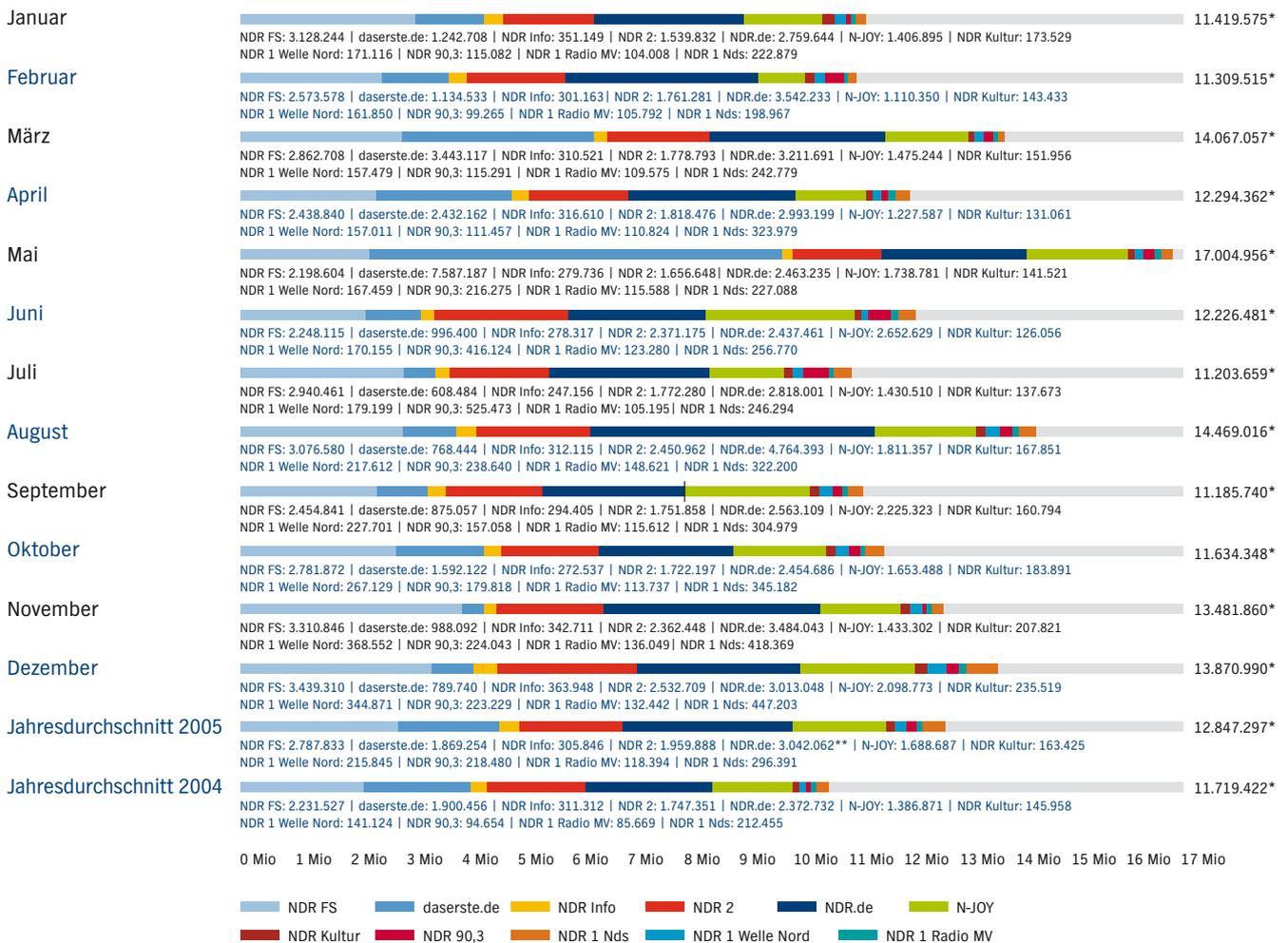
MA 2005 Radio II
Niedersachsen
 Erwachsene ab 14 Jahren,
 Hörer gestern in Prozent,
 Mo – Fr

Hörfunkmarkt Niedersachsen





Zugriffszahlen Internet 2005



* NDR Online gesamt inkl. der hier nicht einzeln ausgewiesenen Angebote wie z. B. NDR MEDIA GmbH
 ** ab 2005 inkl. aller Sportereignisse unter NDR

DER NDR IN ZAHLEN

PROGRAMMSTATISTIKEN, FINANZZAHLEN, MITARBEITER/-INNEN

HÖRFUNK

PROGRAMMGATTUNGEN	NDR 90,3		NDR 1 Welle Nord		NDR 1 Radio MV		NDR 1 Niedersachsen		Gesamt	
	Minuten	%	Minuten	%	Minuten	%	Minuten	%	Minuten	%
Wortbezogen										
Information und Service	217.828	41,5	205.589	38,6	222.786	40,7	223.147	39,6	869.350	40,1
Kultur / Bildung	59.021	11,2	43.318	8,1	54.595	10,0	46.325	8,2	203.259	9,4
Unterhaltung	145.685	27,7	199.156	37,4	152.442	27,9	226.588	40,2	723.871	33,4
Musikbezogen										
Rock- / Popmusik	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Unterhaltungsmusik	103.066	19,6	84.505	15,9	117.241	21,4	67.272	12,0	372.084	17,1
Klassik	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Werbung	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Sonstiges	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Gesamt	525.600	100,0	532.568	100,0	547.064	100,0	563.332	100,0	2.168.564	100,0
davon Wortanteil	160.866	30,6	168.671	31,7	184.133	33,7	194.348	34,5	708.018	32,6
davon Musikanteil	364.734	69,4	363.897	68,3	362.931	66,3	368.984	65,5	1.460.546	67,4

PROGRAMMGATTUNGEN	NDR 2		NDR Kultur		NDR Info		N-JOY		Gesamt	
	Minuten	%	Minuten	%	Minuten	%	Minuten	%	Minuten	%
Wortbezogen										
Information und Service	116.142	21,8	33.242	6,3	410.897	63,1	28.346	5,4	588.627	26,3
Kultur / Bildung	14.798	2,8	200.600	38,2	76.663	11,7	15.282	2,9	307.343	13,8
Unterhaltung	195.837	36,7	9.063	1,7	0	0,0	124.557	23,7	329.457	14,7
Musikbezogen										
Rock- / Popmusik	200.215	37,5	0	0,0	134.650	20,7	357.415	68,0	692.280	31,0
Unterhaltungsmusik	0	0,0	0	0,0	29.230	4,5	0	0,0	29.230	1,3
Klassik	0	0,0	282.695	53,8	0	0,0	0	0,0	282.695	12,6
Werbung	6.696	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6.696	0,3
Sonstiges	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Gesamt	533.688	100,0	525.600	100,0	651.440	100,0	525.600	100,0	2.236.328	100,0
davon Wortanteil	124.358	23,6	140.090	26,7	481.301	73,9	89.242	17,0	834.991	37,4
davon Musikanteil	402.634	76,4	385.510	73,3	170.139	26,1	436.358	83,0	1.394.641	62,6

FERNSEHEN

ERSTES DEUTSCHES FERNSEHPROGRAMM

	NDR Anteil				Das Erste*	
	Eigene Beiträge	Gemeinschaftsbeiträge	Zusammen		Gesamt	
	Minuten	Minuten	Minuten	%	Minuten	%
Koordination / Ressort						
Politik und Gesellschaft	6.878	12.519	19.397	24,4	162.360	30,2
davon Vormittagsprogramm	0	4.954	4.954	6,2	73.579	13,7
davon Vorabendprogramm	0	0	0	0,0	0	0,0
Kultur und Wissenschaft	3.509	53	3.562	4,5	27.893	5,2
Religion	540	181	721	0,9	5.345	1,0
Sport	0	4.658	4.658	5,9	35.604	6,6
davon Vorabendprogramm	0	432	432	0,5	2.476	0,5
Fernsehspiel	3.964	2.222	6.186	7,8	38.198	7,1
Spiefilm	0	17.531	17.531	22,1	100.462	18,7
Unterhaltung	6.239	5.309	11.548	14,5	59.777	11,1
davon Vorabendprogramm	867	4.248	5.115	6,4	25.714	4,8
Musik	24	0	24	0,0	432	0,1
Familie	11.262	1.157	12.419	15,6	68.585	12,8
Spot / Überleitung	95	2.089	2.184	2,7	29.206	5,4
davon Vorabendprogramm	0	261	261	0,3	8.159	1,5
Werbung	648	624	1.272	1,6	9.448	1,1
davon Vorabendprogramm	648	624	1.272	1,6	9.448	1,1
Gesamt	33.159	46.343	79.502	100,0	537.310	100,0
			Gesamt	NDR Anteil		
			Minuten	Minuten		
Das Erste			537.310	79.502		
NDR Fernsehen			592.272	547.799		
Gesamt-Sendezeit			1.129.582	627.301		
Gesamt-Sendezeit durchschn. pro Kalendertag			3.095	1.719		

* Einschließlich ZDF-Anteil am Vormittagsprogramm (37.150 Minuten)

Die in der Tabelle ausgewiesene gesamt Sendeleistung des Ersten Programms liegt deutlich über 24 Stunden pro Tag. Dies erklärt sich vor allem daraus, dass das Vorabendprogramm zeitweise auseinandergeschaltet wird (Programmsplitting), d.h. die einzelnen Landesrundfunkanstalten parallel u.a. regionale Information und Werbung ausstrahlen. In den Sendegebieten der einzelnen Anstalten belief sich die durchschnittliche Werbezeit 2005 auf 19 Minuten pro Werktag. Der Werbeanteil von 1,1% errechnet sich aus der durchschnittlichen Werbezeit (5.696 Min.) in Relation zur durchschnittlichen Gesamtsendezeit (526.865 Min.). Die Tabelle weist, da sie das Programm nach ARD-spezifischen Ressorts gliedert, keinen Anteil der „Information“ am Ersten aus. Informationsanteile sind vorwiegend in den Ressorts „Politik und Gesellschaft“ sowie „Kultur und Wissenschaft“ erfasst, aber auch in anderen Kategorien enthalten. Unter dem Strich betrug der Anteil der Information am Ersten 2005 nach Angaben der GfK 43,2%. Die Angaben der GfK folgen der so genannten AGF-Codierung, d.h. der Codierung der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, in der die öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter zusammenarbeiten.



FERNSEHEN

NDR FERNSEHEN NDR / RB

Koordination / Ressort	Minuten	%
Politik und Gesellschaft	317.244	53,6
Kultur und Wissenschaft	96.750	16,3
Religion	386	0,1
Sport	15.496	2,6
Fernsehspiel	31.513	5,3
Spielfilm	43.545	7,4
Unterhaltung	67.971	11,5
Musik	2.384	0,4
Familie	14.979	2,5
Bildung und Beratung	0	0,0
Spot / Überleitungen	2.004	0,3
Gesamt	592.272	100,0



TEILNEHMERZAHLEN / FINANZZAHLEN

TEILNEHMERZAHLEN IM ANSTALTSBEREICH DES NDR

	Hörfunk	Fernsehen
Angemeldete Empfangsgeräte per 31.12.2005	7.586.141	6.557.312
Zunahme der Anmeldungen gegenüber Vorjahr	48.085	24.765

ANTEIL DES NDR AM GEBÜHRENAUFKOMMEN

	T€
Hörfunk	462.181
Fernsehen	781.711
Gesamterträge inkl. ZDF, Landesmedien (LMA) und DeutschlandRadio (DLR)	1.243.892
abzüglich	
Anteil ZDF	295.941
Anteil LMA	23.917
Anteil DeutschlandRadio (DLR)	32.078
Gesamterträge NDR ohne ZDF, LMA und DLR	891.956

GEBÜHRENSÄTZE JE TEILNEHMER UND MONAT

	Hörfunk	Fernsehen
Gesamt-Gebühren bis 31.03.2005	€ 5,32	€ 10,83
Gesamt-Gebühren ab 01.04.2005	€ 5,52	€ 11,51

FINANZZAHLEN

	2005	2004
	T€	T€
I. ERTRÄGE	1.054.103	1.009.399
hiervon		
Gebührenerträge netto	891.956	862.808
II. BESTANDSVERMINDERUNG PROGRAMMVERMÖGEN	-1.735	-1.480
III. AUFWENDUNGEN	985.989	1.017.710
1. hiervon Personalaufwendungen (einschließlich Altersversorgung)	302.486	312.977
2. Aufwendungen für bezogene Leistungen	429.110	447.457
3. übrige Sachaufwendungen	194.165	197.986
4. Abschreibungen	60.228	59.290
ERGEBNIS	66.379	-9.791



MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Der Stellenplan 2005 weist 3.585,5 Planstellen aus. Diese verteilen sich auf die Arbeitsbereiche wie folgt:

INTENDANZ

Intendant / Stv. Intendant	6
Leiter der Intendanz (einschl. Presse und Information, Markenkommunikation, Markendesign)	37
Revision	9,5
Unternehmensplanung und Zentrales Controlling	12
Gleichstellungsbeauftragte	1,5
Gremienbüro	4
Gesamt	70

LANDESFUNKHAUS MECKLENBURG-VORPOMMERN

Direktion	9
Studios	25
Programmbereich FS	31
Programmbereich HF	52
Produktion und Systemservice	128,5
Verwaltung (einschl. Rundfunkgebühren Rostock)	37,5
Gesamt	283

LANDESFUNKHAUS SCHLESWIG-HOLSTEIN

Direktion	8
Programmbereich FS	38
Programmbereich HF	63
Studios	7,5
Produktion HF und Systemservice	59,5
Produktion FS	72,5
Verwaltung	27,5
Gesamt	276

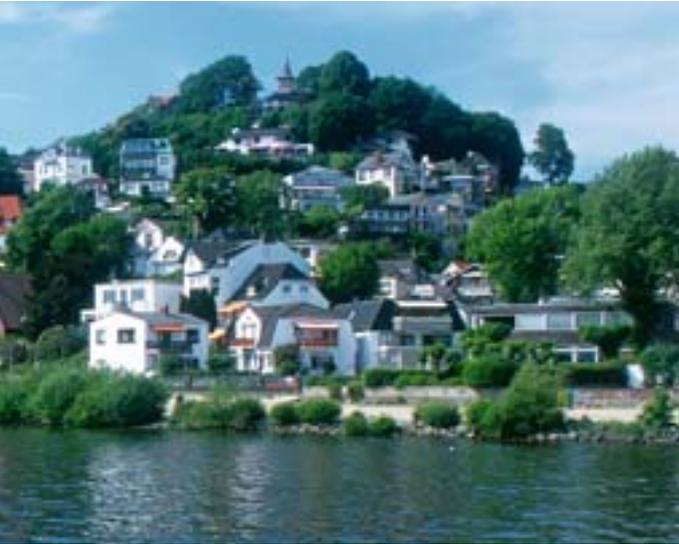
LANDESFUNKHAUS NIEDERSACHSEN

Direktion	7,5
Programmbereich FS	39
Programmbereich HF	56
Studios und Korrespondentenbüros	32
Orchester *	89
Musik (Bereich II), Hauptredaktion Kulturelles Wort (einschl. Religion und Gesellschaft) *	30
Produktion HF und Systemservice	95
Produktion FS	82
Verwaltung	64
Büro Berlin der Landesprogramme	1,5
Gesamt	496

LANDESFUNKHAUS HAMBURG

Direktion	5,5
Programmbereich FS	37,5
Programmbereich HF	76,5
Verwaltung	1
Gesamt	120,5

* zur Programmdirektion Hörfunk



PROGRAMMDIREKTION HÖRFUNK

Direktion	49
Redaktionen	275
Auslandskorrespondenten	9
Orchester und Chor	168,5
Hauptstadtstudio Berlin	8
Gesamt	509,5

PROGRAMMDIREKTION FERNSEHEN

Direktion	37,5
Redaktionen	231
Auslandskorrespondenten	11
Hauptstadtstudio Berlin	3
Gesamt	282,5

VERWALTUNGSDIREKTION

Direktion	4
Organisation und Datenverarbeitung	26
Rundfunkgebühren	48,5
HA Finanzen	56
HA Logistik und Gebäude	230
HA Personal	91
Gesamt	455,5

JUSTITIARIAT

Justitiar	2,5
Rechtsabteilung	12
Steuern und Versicherungen	3
Gesamt	17,5

PRODUKTIONSDIREKTION

Direktion	3
Controlling und Personalentwicklung	29
Technik	6
Arbeitssicherheit	3
HA Produktionsplanung und -steuerung	222
HA Produktion FS	493
HA Betriebs-, Hörfunk- und Sendertechnik	319
Gesamt	1.075

PLANSTELLEN AM 31.12.2005

Gesamt	3.585,5
---------------	----------------