

Zahlen und Fakten 2013

INHALT

1. FINANZEN

- 1.1 17,98 € Rundfunkbeitrag - wofür verwenden wir Ihr Geld?
- 1.2 Entwicklung des Rundfunkbeitrags
- 1.3 Ausgewählte Daten aus dem Wirtschaftsplan 2013
- 1.4 Ertrags- und Aufwandsrechnung 2011 und 2012
- 1.5 Finanzrechnung 2011 und 2012
- 1.6 Erträge und Aufwendungen 2005 bis 2012

2. SENDEKOSTEN UND PRODUKTIONSDATEN

- 2.1 Durchschnittskosten einzelner Fernsehsendungen
in Euro des monatlichen Rundfunkbeitrags
- 2.2 Kosten der Radioprogramme
in Euro des monatlichen Rundfunkbeitrags
- 2.3 Was kostet eine Minute Radioprogramm?
- 2.4 Gesamtaufwendungen für Online
in Euro des monatlichen Rundfunkbeitrags
- 2.5 rbb Fernsehen nach Entstehung
- 2.6 Ausgewählte Daten zur Produktion

3. PROGRAMMINHALTE

- 3.1 Programmschemata der rbb-Radioprogramme und des rbb Fernsehens
- 3.2 rbb Fernsehen: Programminhalte in Sendeminuten
- 3.3 rbb-Radioprogramme: Programminhalte in Sendeminuten

4. MEDIENNUTZUNG

- 4.1 Zahlen zum rbb Fernsehen
 - 4.1.1 Die Gesamtbilanz
 - 4.1.2 Die erfolgreichsten Monate
 - 4.1.3 Das erfolgreichste Jahr
 - 4.1.4 Die erfolgreichsten Sendungen
- 4.2 Akzeptanz der rbb-Radioprogramme
 - 4.2.1 Hörer pro Durchschnittsstunde
 - 4.2.2 Tagesreichweite Kulturradio
- 4.3 Nutzung des rbb-Onlineangebots
- 4.4 Nutzung von Radio, Fernsehen und Internet

5. MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER IM RBB

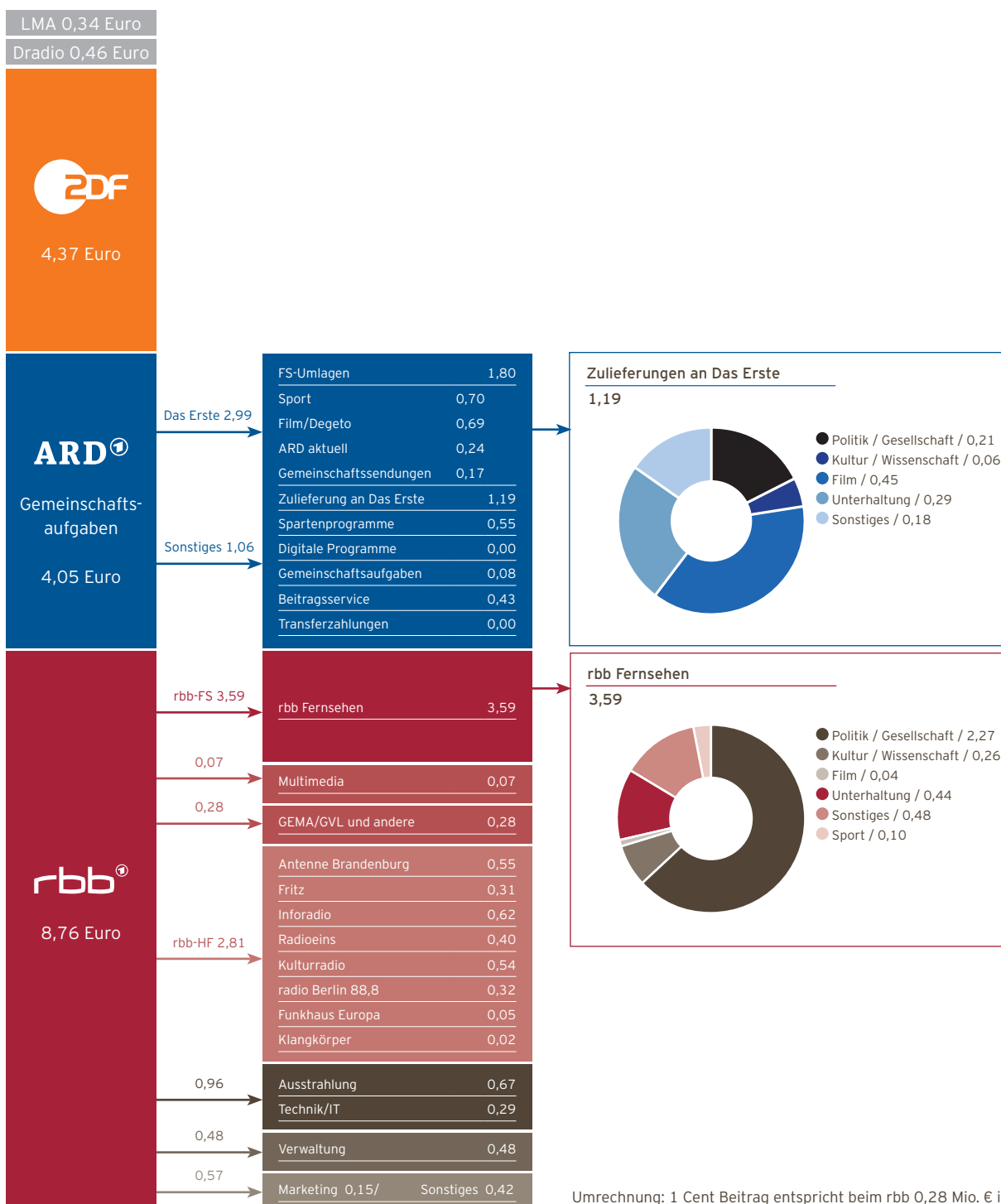
6. COMPLIANCE IM RBB

1. FINANZEN

1.1 17,98 € Rundfunkbeitrag - wofür verwenden wir Ihr Geld?

Grundsätzlich zahlt jeder Haushalt in Deutschland einen Rundfunkbeitrag von 17,98 Euro im Monat. Die Darstellung zeigt, wie dieser monatliche Rundfunkbeitrag auf die öffentlich-rechtlichen Sender sowie die Landesmedienanstalten verteilt wird. Von dem Beitrag der Berliner und Brandenburger Haushalte gehen 4,37 Euro an das ZDF, 0,46 Euro an Deutschlandradio (DRadio) und 0,34 Euro an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), die davon die Aufsicht über die privaten Sender finanziert. 12,81 Euro erhält der rbb, der davon sein eigenes regionales Programmangebot und mit 4,05 Euro anteilig das Programm des Ersten und andere Gemeinschaftsaufgaben der ARD finanziert. Die Gesamtsumme des zur Verfügung stehenden Geldes richtet sich nach der Zahl der Beitragszahler im Sendegebiet. Für den rbb entspricht 1 Cent in der Grafik daher 0,28 Mio Euro im Jahr.

Wie der Rundfunkbeitrag von 17,98 Euro verwendet wird:



Umrechnung: 1 Cent Beitrag entspricht beim rbb 0,28 Mio. € im Jahr

Was verbirgt sich hinter „Multimedia“?

Darunter fallen die zentralen Internetaktivitäten sowie die Service-Redaktion, die als Ansprechpartner für Zuschauerinnen, Hörer und User Anfragen entgegennimmt und bearbeitet.

Was genau ist unter „GEMA/GVL und andere“ zu verstehen?

Gleich, ob der rbb einen Film ausstrahlt oder innerhalb eines Beitrags Elemente aus einem Musikstück verwendet, zum Beispiel zur Untermalung: Hierfür sind Gebühren an Verwertungsgesellschaften zu entrichten, die ihrerseits Urheber (Komponisten, Textdichter und Verleger) und Leistungsschutzberechtigte (Interpreten, Künstler) vertreten.

Welche Kosten sind unter „Ausstrahlung“ aufgeführt?

Darunter fallen zum einen die Verbreitungskosten für Terrestrik, Satellit und Kabel. Zum anderen beinhaltet dieser Posten feste Breitbandverbindungen zu rbb-Standorten und ARD-Anstalten.

Was umfasst der Posten „Technik/IT“?

Anders als noch vor einigen Jahrzehnten laufen die meisten Arbeitsprozesse heute digital ab. Für ein gutes und innovatives Programm benötigt der rbb leistungsfähige Hard- und Software, stabile Datennetze und einwandfreie Telekommunikationstechnik.

Was ist unter „Verwaltung“ gefasst?

Hierunter fallen die Hauptabteilungen Finanzen, Personal und Gebäudemanagement, aber auch die Intendanz, das Justitiariat und die Honorar- und Lizenzabteilung. All dies sind Organisationseinheiten und Bereiche, die dafür sorgen, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf ihre Kernaufgabe konzentrieren können: gutes Programm zu machen.

Marketing ist ein weiter Begriff – welche Kosten sind konkret gemeint?

Unter diesem Posten sind die Kosten der Presse und Öffentlichkeitsarbeit und der Marketingabteilung zusammengefasst.

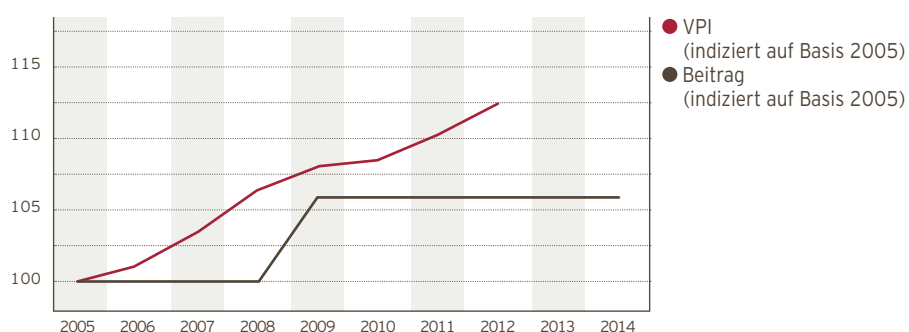
Sonstiges

Gesamtziel der Aufstellung ist, Kosten so trennscharf wie möglich den Kategorien zuzuordnen. Insofern bildet dieser Sammelbegriff Positionen ab, die sich nicht entsprechend zuordnen lassen, zum Beispiel Einrichtungen wie die Arbeitnehmervertretungen.

1.2 Entwicklung des Rundfunkbeitrags (im Verhältnis zum Verbraucherpreisindex)

Der Rundfunkbeitrag wird von einer unabhängigen Kommission, der KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten), vorgeschlagen und von den 16 Landesparlamenten bestimmt. Die Grafik zeigt die Veränderung des Rundfunkbeitrags seit 2005 im Vergleich zum Verbraucherpreisindex, dem Indikator für Inflation in Deutschland. Der Beitrag ist seit 2009 konstant und wird auch 2014 nicht steigen. Dadurch ergibt sich eine deutlich geringere Steigerung als bei der Inflation.

Entwicklung des Rundfunkbeitrags* im Vergleich zum Verbraucherpreisindex (VPI):



* bis 2012: Rundfunkgebühr

Jahr	Beitrag in Euro	VPI*	Beitrag*
2005	17,03	100	100
2006	17,03	101,5	100
2007	17,03	103,9	100
2008	17,03	106,6	100
2009	17,98	106,9	105,6
2010	17,98	108,1	105,6
2011	17,98	110,4	105,6
2012	17,98	112,5	105,6
2013	17,98		105,6
2014	17,98		105,6

* indiziert auf Basis 2005

1.3 Ausgewählte Daten aus dem Wirtschaftsplan 2013

	2013 Mio. €	2012 Mio. €
Erträge		
Beitragserträge	354,9	352,3
Erträge aus Beteiligungen/Werbegeellschaft	5,8	6,1
Erträge aus Geld- und Finanzanlagen	9,0	7,6
Sonstige betriebliche Erträge	38,4	33,1
Summe	408,1	399,1
Aufwendungen		
Programmdirektion (Personal, Redaktion, Produktion)	313,9	309,8
Intendanz, Recht u. Unternehmensentwicklung, Verwaltung, allg. Aufwendungen	84,4	84,4
(darin: Zinsaufwand Rückstellung für die Altersversorgung)	(23,3)	(23,0)
Aufwendungen für die Altersversorgung	19,1	15,5
Summe	417,4	409,7
Fehlbetrag (-)/Überschuss im Erfolgsplan	-9,3	-10,6
Personal: Gehälter, soziale Aufwendungen (in den Bereichsaufwendungen oben enthalten)	111,5	108,6
Investitionen	22,0	15,6

1.4 Ertrags- und Aufwandsrechnung 2011 und 2012

	2012 T €	2011 T €
I. Erträge		
1. Erträge aus Teilnehmergebühren	357.255	359.016
a) Gebührenerträge (ARD-Anteil, ohne Deutschlandradio)	(354.383)	(356.105)
b) Rückflüsse von den Landesmedienanstalten	(2.872)	(2.911)
2. Erträge aus dem Finanzausgleich	0	0
3. Erträge aus der Strukturhilfe	0	0
4. Erhöhung oder Verminderung (./.) des Bestandes an fertigen und unfertigen Produktionen	./ 545	665
5. Andere aktivierte Eigenleistungen	0	0
6. Erträge aus Kostenerstattungen/Konzessionsabgaben	4.815	7.309
7. Sonstige betriebliche Erträge	28.163	31.372
8. Erträge aus Beteiligungen und Werbung	5.766	7.573
9. Finanzerträge	7.416	6.138
Summe	402.870	412.073
II. Aufwendungen		
1. Personalaufwand	153.811	144.571
a) Vergütungen und sonstige Arbeitsentgelte	(90.847)	(89.605)
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	(14.946)	(14.685)
c) Aufwendungen für Altersversorgung (inkl. Zinsanteil)	(48.018)	(40.281)
2. Urheber-, Leistungs- u. Herstellervergütungen	82.679	79.914
3. Anteil an Programmgemeinschaftsaufgaben u. Koproduktionen	67.552	59.369
4. Produktionsbezogene Fremdleistungen	6.048	6.606
5. Aufwendungen für Programmverbreitung	16.271	17.082
6. Abschreibungen	20.465	20.469
7. Aufwendungen für den Gebühreneinzug	11.521	12.124
8. Übrige betriebliche Aufwendungen	56.234	52.678
9. Zuwendungen an andere Rundfunkanstalten	274	274
a) Finanzausgleich	(146)	(146)
b) Strukturhilfe	(128)	(128)
c) Ausgleichszahlung ARD-Altersversorgung	(0)	(0)
10. Aufwendungen für die KEF	46	41
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	803	273
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	4.516	1.926
13. Sonstige Steuern	42	44
14. ./ weiterverrechnete Kosten für GSEA (auch in I.6 enthalten)	./ 1.758	./ 1.290
Summe	418.504	394.081
Jahresüberschuss/ Jahresfehlbetrag (./.)	./ 15.634	17.992

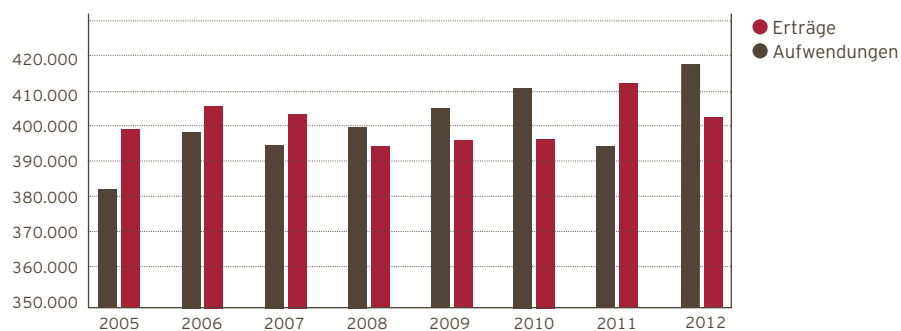
1.5 Finanzrechnung 2011 und 2012

	2012 T €	2011 T €
I. Mittelaufbringung		
1. Übertrag aus der Ertrags- und Aufwandsrechnung (Überschuss)	0	17.992
2. Abgänge von immateriellen Vermögensgegenständen des Anlagevermögens und Sachanlagen	65	41
3. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des	20.368	20.449
4. Beteiligungen (Abgang)	0	0
5. Wertpapiere des Anlagevermögens (Abgang)	0	0
6. Ausleihungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Rückflüsse)	0	0
7. Darlehen an andere Rundfunkanstalten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Rückflüsse)	0	0
8. Programmvermögen (Abnahme)	5.768	8.423
9. Forderungen aus Rückdeckungsversicherungen (Abnahme)	0	0
10. Sonstige Aktiva (Abnahme)/Sonstige Passiva (Zunahme)	12.351	13.922
11. Pensionsrückstellungen u.ä. Verpflichtungen (Zuführung)	23.310	15.517
12. Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Zunahme)	0	0
13. Darlehen von anderen Rundfunkanstalten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Zunahme)	0	0
Gesamt	61.862	76.344
		76.345
II. Mittelverwendung		
1. Übertrag aus der Ertrags- und Aufwandsrechnung (Fehlbetrag)	15.634	0
2. Investitionen (immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen)	15.656	17.318
3. Beteiligungen (Zugang)	0	0
4. Wertpapiere des Anlagevermögens (Zugang)	0	0
5. Ausleihungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Zugang)	3.017	18.682
6. Darlehen an andere Rundfunkanstalten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Zugang)	0	0
7. Sondervermögen Altersversorgung (Zuführung saldiert mit Entnahmen)	10.034	6.500
8. Programmvermögen (Zunahme)	2.854	12.192
9. Forderungen aus Rückdeckungsversicherungen (Erhöhung)	10.307	9.754
10. Sonstige Aktiva (Zunahme)/Sonstige Passiva (Abnahme)	5.908	13.537
11. Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen (Auflösung)	0	0
12. Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Tilgung)	0	0
13. Darlehen von anderen Rundfunkanstalten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr (Tilgung)	0	0
Gesamt	63.410	77.983
	63.411	77.984
III. Ergebnis	./. 1.548	./. 1.639
IV. Verwendung des Überschusses/Finanzierung des Fehlbetrages		
Zunahme der kurzfristig verfügbaren Mittel		0
Einstellung in Rücklagen/Kapital		0
Abnahme der kurzfristig verfügbaren Mittel	./. 1.548	./. 1.639
Entnahme aus Rücklagen/Kapital		0
Fehlbedarf		0
Summe	./. 1.548	./. 1.639

1.6 Erträge und Aufwendungen 2005 bis 2012

in T€	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Erträge	397.621	406.708	403.562	394.875	404.939	410.708	412.073	402.870
Aufwendungen	381.733	396.318	394.615	399.844	396.355	396.865	394.081	418.504
Differenz	15.889	10.390	8.947	-4.969	8.584	13.843	17.992	-15.634

Erträge und Aufwendungen 2005 bis 2012 in T€



2. SENDEKOSTEN UND PRODUKTIONSDATEN

2.1 Durchschnittskosten einzelner Fernsehsendungen in Euro des monatlichen Rundfunkbeitrags

Die folgende Übersicht zeigt, wie hoch der Anteil der bekannten und beliebten Informationssendungen des rbb am monatlichen Rundfunkbeitrag von 17,98 Euro ist:

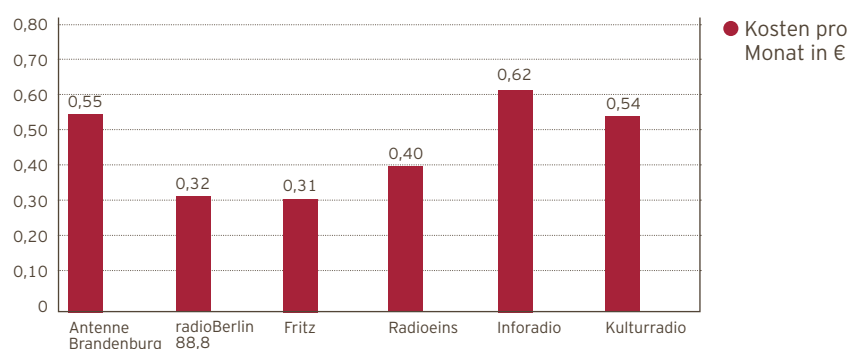
2011/2012	Kosten pro Monat in €
Abendschau	0,51
Brandenburg aktuell	0,50
zibb	0,53

Umrechnung: 1 Cent Beitrag entspricht beim rbb 0,28 Mio. € im Jahr

2.2 Kosten der Radioprogramme in Euro des monatlichen Rundfunkbeitrags

Die Übersicht zeigt, wie viel vom monatlichen Rundfunkbeitrag von 17,98 Euro für die Radioprogramme des rbb verwendet wird.

2011/2012

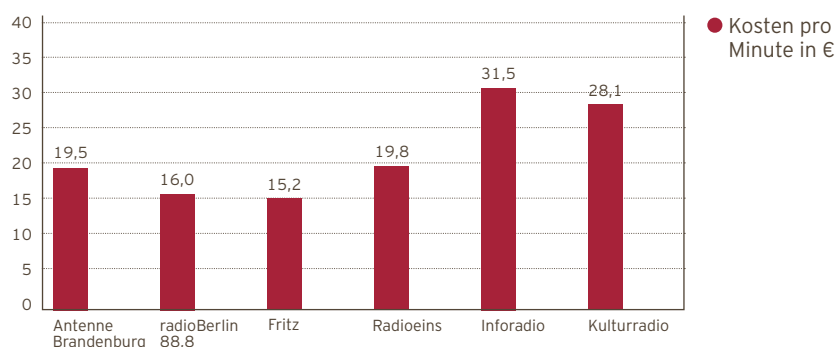


Umrechnung: 1 Cent Beitrag entspricht beim rbb 0,28 Mio. € im Jahr

2.3 Was kostet eine Minute Radioprogramm?

Im Jahr 2012 betrugen die Herstellkosten für die Radioprogramme des rbb:

2012

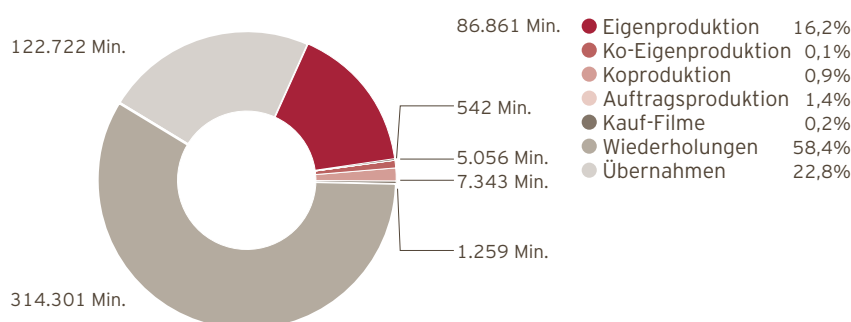


2.4 Gesamtaufwendungen für Online in Euro des monatlichen Rundfunkbeitrags

Die Übersicht zur Verwendung des Rundfunkbeitrages beim rbb weist für die zentralen Multimedia-Aktivitäten (Abteilungen Online Koordination und Service-Redaktion), einen Anteil von 0,07 Euro aus. Daneben fallen auch in den Fernseh- und Radioprogrammen für die Online-Redaktionen und im Bereich Technik/IT Online-Kosten an. Diese belaufen sich in der Summe auf weitere 0,12 Euro. (Umrechnung: 1 Cent Beitrag entspricht beim rbb 0,28 Mio. € im Jahr)

2.5 rbb Fernsehen nach Entstehung

2012



Wiederholungen und Übernahmen werden nicht nach Entstehungsarten differenziert erfasst.

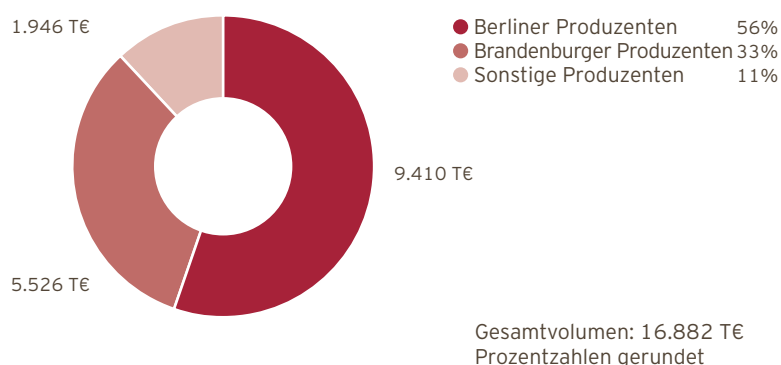
2.6 Ausgewählte Daten zur Produktion

Die Auftragsproduktionen des rbb Fernsehens erreichten 2012 ein Volumen von 16.882 T€. Im Vergleich zum Vorjahr (Gesamtvolumen 14.146 T€) ist dies eine Erhöhung um 2.736 T€. Auf die Berliner Produzenten entfiel 2012 ein Anteil von 9.410 T€ (= 56%), 2011 waren dies 10.158 T€ (= 72%). Die Brandenburger Produzenten waren 2012 mit 5.526 T€ (= 33%) am Gesamtvolumen beteiligt, 2011 lag der Wert bei 3.117 T€ (= 22%). Auf Produzenten außerhalb des rbb-Sendegebietes entfiel 2012 ein Anteil von 1.946 T€ (= 11%), 2011 betrug der Anteil 871 T€ (= 6%).

Das Auftragsvolumen für mit dem rbb verbundene Produzenten (d. h. Beteiligung der rbb media an Unternehmen) lag 2012 bei 3.685 T€ (= 22%), 2011 waren es 1.906 T€ (= 13%).

Prozentzahlen gerundet.

Verteilung des Auftragsvolumens rbb Fernsehen 2012 an die Produzenten



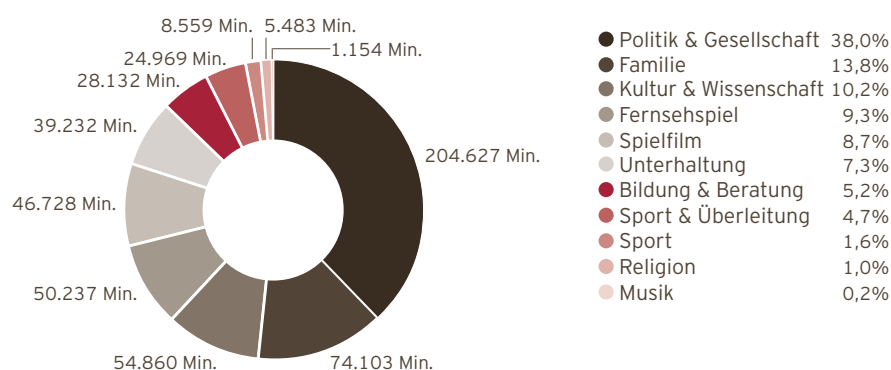
3. PROGRAMMINHALTE

3.1 Programmschemata der rbb-Radioprogramme und des rbb Fernsehens

Antenne Brandenburg	http://www.antennebrandenburg.de/programm/mo_fr.html
Fritz	http://www.fritz.de/programm/
Inforadio	http://www.inforadio.de/programm/clock.html
Radioeins	http://www.radioeins.de/programm/stundenplan.html
Kulturradio	http://www.kulturradio.de/programm/sendeschema.html
radioBerlin 88,8	http://www.radioberlin.de/programm/sendeschema_mo_fr.html
Funkhaus Europa	http://www.funkhauseuropa.de/sendungen/sendeschema/index.html
rbb Fernsehen	http://presseservice.rbb-online.de/programmwochen/rbb_fernsehen/rbb_fernsehen_programmwoche.phtml

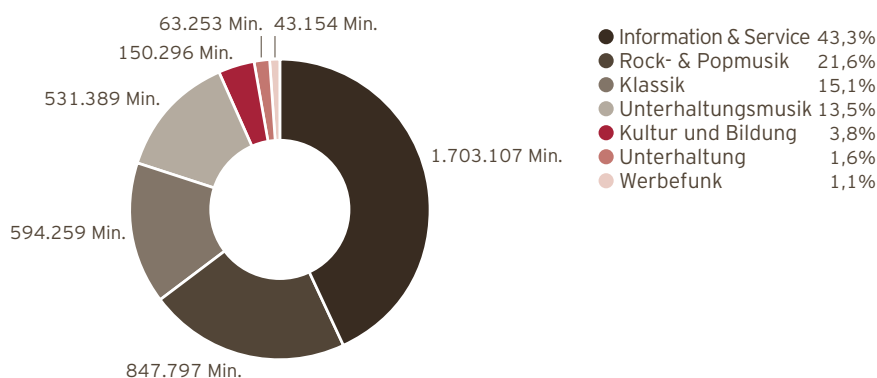
3.2 rbb Fernsehen: Programminhalte in Sendeminuten

2012



3.3 rbb-Radioprogramme: Programminhalte in Sendeminuten

2012



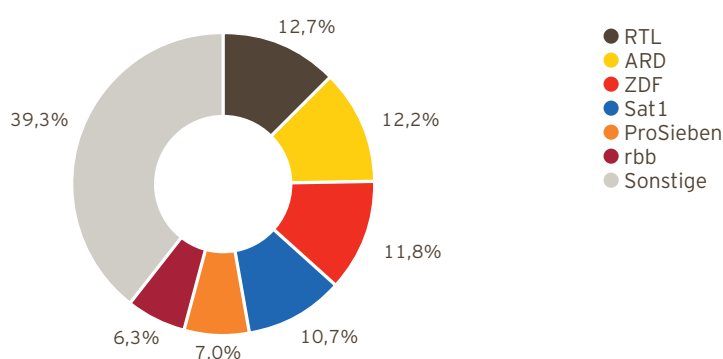
4. MEDIENNUTZUNG

4.1 Zahlen zum rbb Fernsehen

4.1.1 Die Gesamtbilanz

Im Zeitraum 29.02.2004 bis 28.02.2013 (Gründung des rbb Fernsehen bis heute) erzielt das rbb Fernsehen einen durchschnittlichen Marktanteil von 6,3% in der Region Berlin-Brandenburg. Es rangiert damit hinter RTL (12,7%), ARD Das Erste (12,2%), ZDF (11,8%), Sat.1 (10,7%) und Pro Sieben (7,0%) an sechster Position im Fernsehmarkt Berlin-Brandenburg.

**Marktanteil rbb Fernsehen
im Zeitraum vom 29.02.2004 bis 28.02.2013**

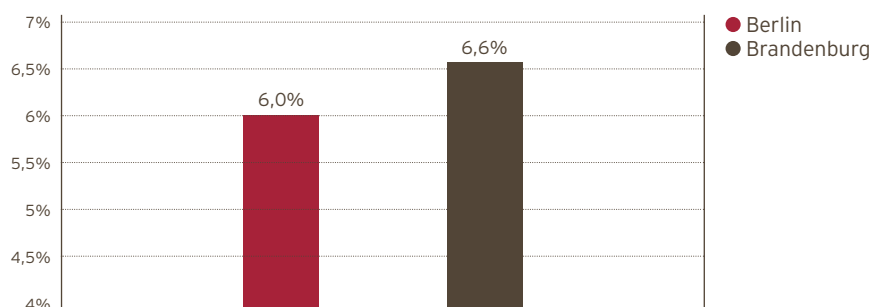


Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, Zuschauer ab 3 Jahre (D+EU)

Glossar

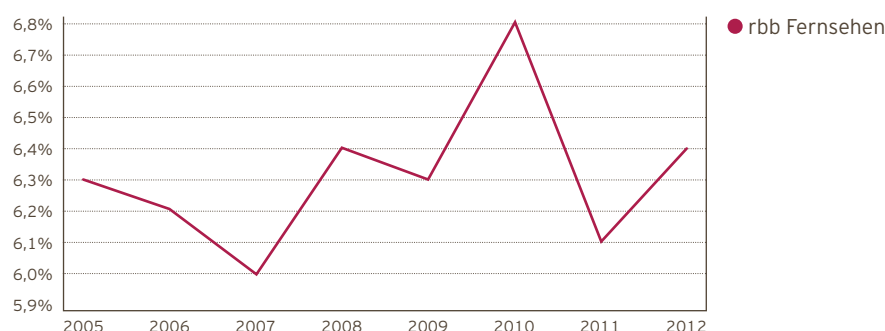
Der **Marktanteil** gibt den prozentualen Anteil der durchschnittlichen Sehbeteiligung einer Sendung, eines Werbeblocks oder eines bestimmten Zeitintervalls an der Gesamtsehdauer aller Programme zum jeweiligen Zeitpunkt an.

**Marktanteil rbb Fernsehen
in Berlin und Brandenburg 2004 bis 2013**



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, Zuschauer ab 3 Jahre (D+EU)

Entwicklung der Einschaltquoten rbb Fernsehen 2005 bis 2012



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, Zuschauer ab 3 Jahre (D+EU)

4.1.2 Die erfolgreichsten Monate

Das rbb Fernsehen hat es bislang dreimal geschafft, die 7%-Marke zu überspringen: im Dezember 2010 mit 7,4%, im Juli 2012 mit 7,3% und im August 2010 mit 7,0% Marktanteil.

4.1.3 Das erfolgreichste Jahr

Das bislang erfolgreichste Jahr des rbb Fernsehens war 2010 mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 6,8%.

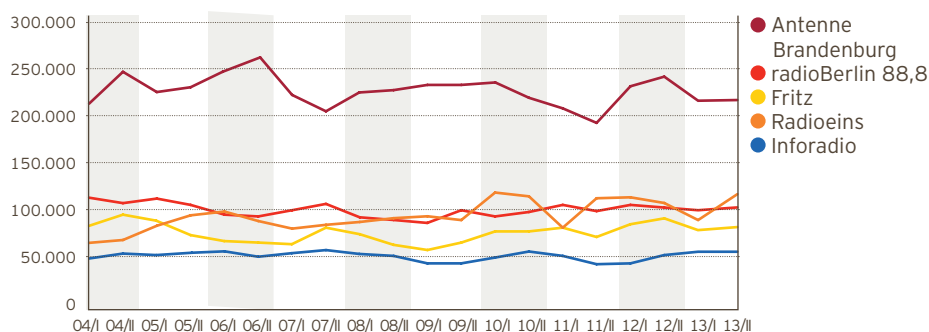
4.1.4 Die erfolgreichsten Sendungen

Berechnet man die zuschauerstärksten Sendungen im rbb Fernsehen, dann enthält die Hitliste eine Vielzahl von Ausgaben der Regionalsendungen um 19.30 Uhr – zusammengefasst als „getrennte Programme“. Den Höchstwert hatte das rbb Fernsehen am Montag, dem 07.02.2011 mit einer Sehbeteiligung von 810.000 Zuschauern in Berlin-Brandenburg. Die „Abendschau“ und „Brandenburg aktuell“ kamen gemeinsam auf einen Marktanteil von 28,0% im Sendegebiet (hier sind auch die Ergebnisse der „Abendschau“ in Brandenburg und die von „Brandenburg aktuell“ in Berlin enthalten). Lässt man die Regionalmagazine, die „Tagesschau“ und „zibb“ außer Acht, dann rangiert an der Spitze ein „rbb spezial“ (18.01.2007) mit 450.000 Zuschauern (17,3%). Unter den TOP 20 sind fünf weitere „rbb spezial“-Ausgaben, neun Ausgaben von „Täter-Opfer-Polizei“, die Dokumentation „Der Katastrophenwinter“, die Silvestersendung „Mit dem rbb live ins neue Jahr“ am Altjahrsabend 2010 sowie „Frohe Ostern Knut!“ vom Ostermontag 2007.

4.2 Akzeptanz der rbb-Radioprogramme

4.2.1 Hörer pro Durchschnittsstunde

Hörer pro Durchschnittsstunde (6 bis 18 Uhr, Mo bis Fr)
Berlin/Brandenburg 2004 bis 2013



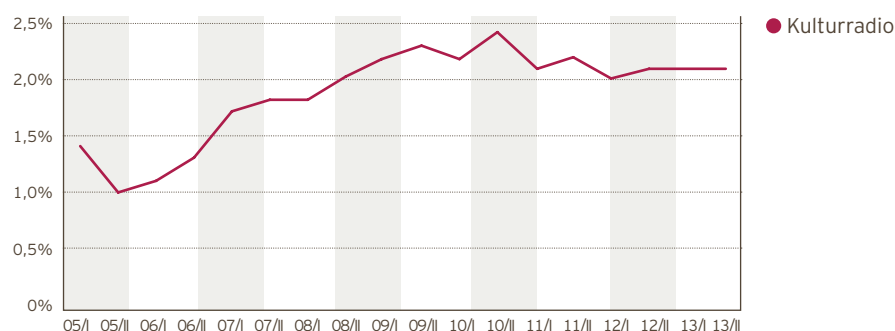
Quelle: Media-Analyse Radio 2004 bis 2013

Glossar

Hörer pro Durchschnittsstunde: Entspricht dem Mittelwert aller Hörer zwischen 6.00 und 18.00 Uhr im Zeitraum Montag bis Freitag. Wird ausschließlich für werbetragende Programme ausgewiesen.

4.2.2 Tagesreichweite Kulturradio

Tagesreichweite (Mo bis Fr)
Kulturradio vom rbb 2005 bis 2013



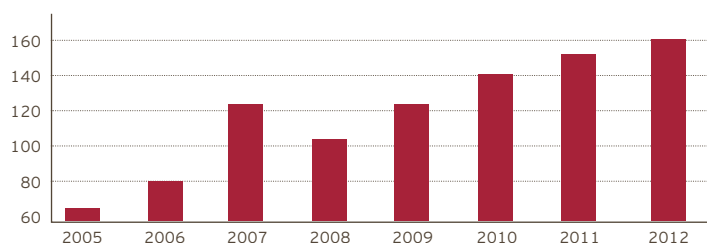
Quelle: Media-Analyse Radio 2004 bis 2013

Glossar

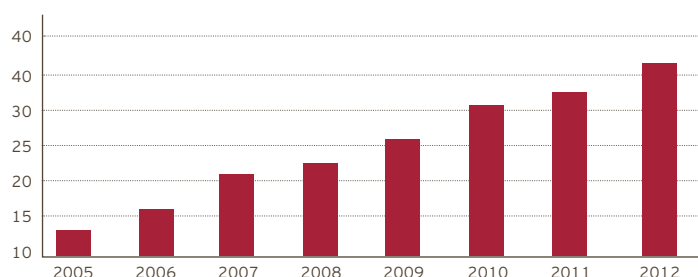
Tagesreichweite (Hörer gestern): Dazu zählen alle Personen, die im Tagesablauf angeben, mindestens eine Viertelstunde Radio gehört haben.

4.3 Nutzung des rbb-Onlineangebots

Page Impressions der Online-Angebote rbb gesamt
2005 bis 2012 in Mio.



Visits der Online-Angebote rbb gesamt
2005 bis 2012 in Mio.

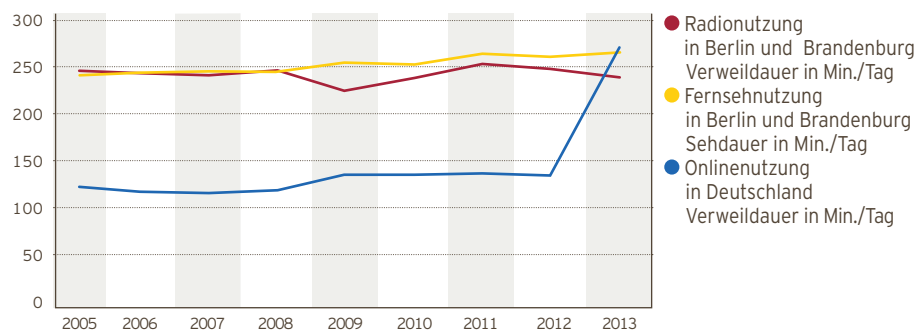


Erläuterungen zu Online-Nutzungsdaten

Eine Page Impression (PI) bezeichnet den Abruf einer Seite eines Angebotes durch einen Nutzer. Zusammenhängende Nutzungsvorgänge werden als Visits bezeichnet. Ein Visit beginnt, wenn ein Nutzer innerhalb eines Angebotes eine Page Impression erzeugt.

Die Nutzung von Websites wird im deutschsprachigen Raum durch INFOnline über das Skalierbare Zentrale Messverfahren (SZM) erhoben, welches sowohl bei kommerziellen als auch nicht-kommerziellen Web-Angeboten eingesetzt wird. Das SZM arbeitet mit einem Zähl-Pixel, das auf den Seiten des gemessenen Angebots eingefügt ist. Über dieses Pixel wird die Anzahl der Page Impressions sowie Visits registriert.

4.4 Nutzung von Radio, Fernsehen und Internet



Radionutzung Grundgesamtheit:

2005 bis 2008: Deutsche 14+

2009: Deutsche + EU-Ausländer 10+

Seit 2010: Deutschsprachige Bevölkerung 10+

Quelle: MA 05/I - MA 13/I

Fernsehnutzung

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, 1.1.2005 bis 30.6.2013/Zuschauer ab 3 Jahre (D+EU)

Onlinenutzung

Basis: Bis 2009: Deutsche Onlinenutzer ab 14 Jahren, seit 2010: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2003 bis 2013

5. MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER IM RBB

Personalkennzahlen 2012

Durchschnittliche Zahl aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter*	1.863
Durchschnittsalter	
gesamt	49,11
Männer	49,47
Frauen	48,75
Anteil Männer/Frauen	
Männer	50,75%
Frauen	49,25%
Anteil Männer/Frauen in Führungspositionen**	
Männer	53,85%
Frauen	46,15%
Schwerbehindertenquote	5,01%
Teilzeitquote der gesamten Mitarbeiter	19,61%

* Die durchschnittliche Anzahl aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter umfasst die Kopfzahlen der festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in befristeter oder unbefristeter Beschäftigung, unabhängig davon, ob sie voll- oder teilzeitbeschäftigt sind. Nicht enthalten sind freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

** Die Führungspositionen umfassen die ersten drei Hierarchieebenen, d. h. hierunter fallen alle Mitglieder der Geschäftsleitung (Intendantin, Direktorin und Direktoren), die Hauptabteilungsleiterinnen und -leiter und Abteilungsleiterinnen und -leiter.

6. COMPLIANCE IM RBB

Compliance umschreibt die Summe der organisatorischen Maßnahmen im Unternehmen, die gewährleisten, dass sich Organe (Vorstand, Geschäftsführer, Intendanten) und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rechtmäßig verhalten.

Im rbb existiert ein umfangreiches Regelwerk, um Transparenz zu schaffen, ein Vier-Augen-Prinzip zu gewährleisten, eine Funktionstrennung bei Geschäftsprozessen zu etablieren und Abhängigkeiten bei Entscheidungen auszuschließen. Das gesamte Regelwerk ist für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter frei zugänglich. Regelmäßige Schulungen speziell zu Compliance-Angelegenheiten sind Alltag im rbb. So entsteht ein internes Kontrollsystem.

Wichtige Pfeiler dieses Systems sind:

Verbot der Annahme von Geschenken

Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des rbb ist die Annahme von Geschenken oder sonstigen Zuwendungen für ihre dienstliche Tätigkeit grundsätzlich verboten.

Kollision privater und dienstlicher Interessen

Jede Mitarbeiterin bzw. jeder Mitarbeiter ist verpflichtet, ihren bzw. seinen Vorgesetzten rechtzeitig über eine aus privater Betätigung möglicherweise folgende Kollision mit Belangen des rbb zu informieren.

Grundsätze bei der Beschaffung

Bei der Auftragsvergabe und Beschaffung ist auf Ehrlichkeit und Fairness zu achten; alle Bewerber sind gleich zu behandeln und dürfen nicht diskriminiert werden. Alle Rechtsgeschäfte müssen schriftlich und transparent abgewickelt werden. Alle Rechtsgeschäfte halten das Vier-Augen-Prinzip ein. Es wird auf eine funktionale Trennung von Bedarf, Beschaffung und Rechnungsprüfung geachtet.

Nebentätigkeiten, werbliche Tätigkeiten

Entgeltliche und unentgeltliche nebenberufliche Tätigkeiten müssen vorab genehmigt werden und dürfen nicht in Konflikt zu den Interessen des rbb stehen.

Politische Betätigungen

Jede Mitarbeiterin bzw. jeder Mitarbeiter hat zu vermeiden, dass der rbb durch eigene politische Betätigungen unmittelbar oder mittelbar mit politischen oder sonstigen Auseinandersetzungen, insbesondere Wahlkämpfen, in Verbindung gebracht wird.

Anzeigepflichten bei sonstigen Interessenkonflikten und in Zweifelsfällen

Privatinteressen dürfen nicht zu einer Kollision mit Pflichten dem rbb gegenüber führen und müssen ggf. transparent gemacht werden. Es dürfen keine Verträge oder Anforderungs-, Anordnungs-, Genehmigungs- oder Prüfvermerke unterzeichnet und keine Zahlungen angewiesen werden, bei denen ein Interessenkonflikt bestehen könnte.

Gebot der Trennung von Werbung und Programm

Die Berichterstattung ist frei von der Einflussnahme Dritter. Werbung und Programm werden voneinander getrennt. Schleichwerbung und Product-Placement finden nicht statt, ebenso kostenlose Beiträge in der Wirtschaftsberichterstattung.

Der weiteren Kontrolle dient ein detailliertes Planungswesen, das eine Wirtschaftsplanung, eine mittelfristige Finanzplanung für fünf Jahre, eine Investitionsplanung, ein Controlling, ein Finanzmanagement mit Liquiditätsreportings sowie eine Beitragseinnahmenplanung umfasst. Für alle Planungsebenen gibt es monatlich einen Soll/Ist-Abgleich, durch den Risiken frühzeitig erkannt und gesteuert werden können.

Die Kontrollgremien des rbb überwachen einerseits die Einhaltung der Programmgrundsätze, wie Überparteilichkeit, Unabhängigkeit sowie Staatsferne (Rundfunkrat), andererseits kontrollieren sie die Geschäftsführung der Intendantin mit Ausnahme der inhaltlichen Programmgestaltung (Verwaltungsrat). Die interne Revision überwacht zusätzlich die Einhaltung des internen Kontrollsystems.