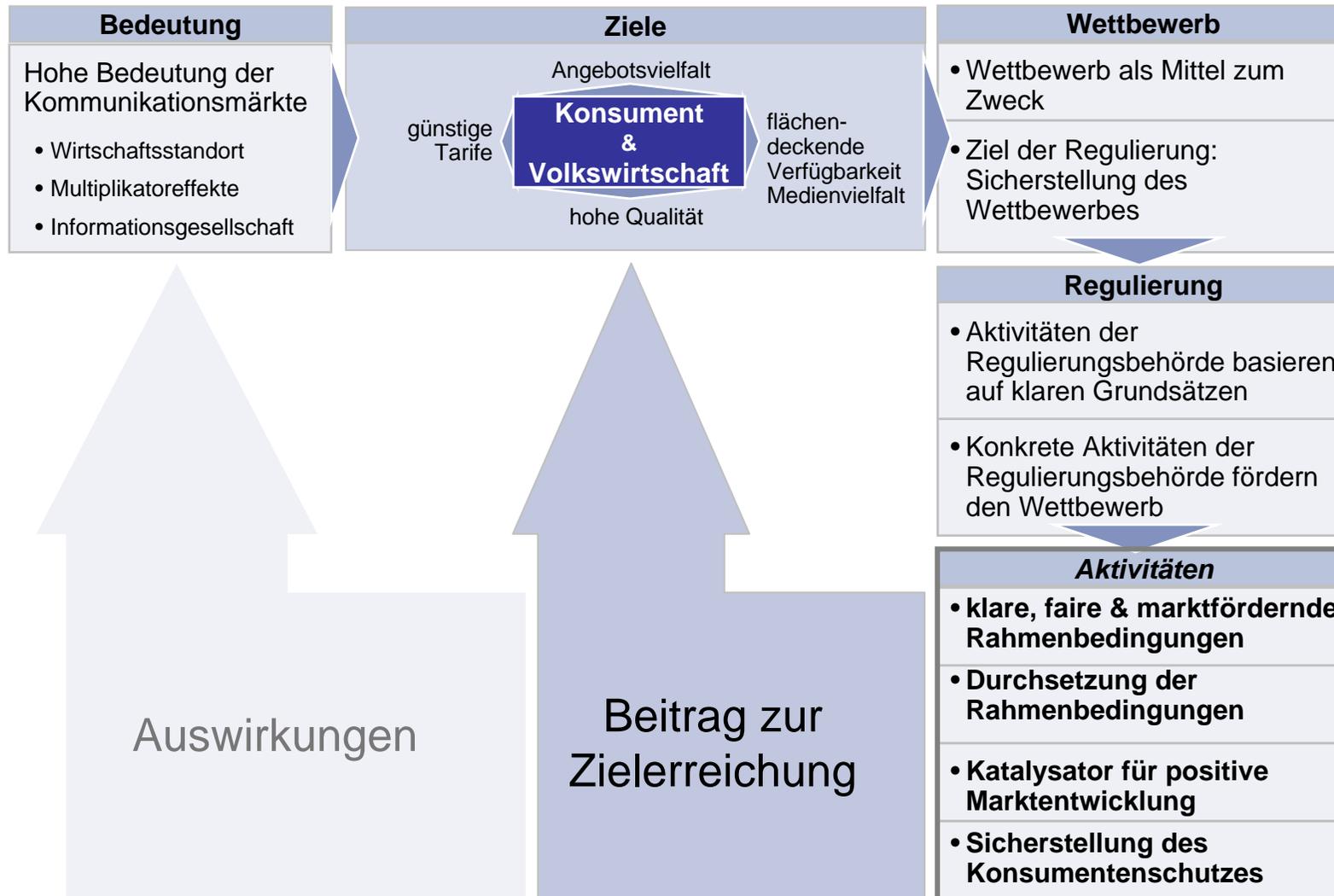


Kommunikationsbericht 2004

Rückblick 2004 und Ausblick 2005

Dr. Alfred Grinschgl
Geschäftsführer Fachbereich Rundfunk

Dr. Georg Serentschy
Geschäftsführer Fachbereich Telekom





1 Einleitung

**2 Unternehmens-
kennzahlen**

3 Rundfunk

4 Telekom

Kennzahlen zum Unternehmen



Finanzierung der RTR-GmbH: Auswirkungen des VfGH-Urteils

■ Fachbereich Rundfunk

■ Vergangenheit:

- Rückzahlung Gesamt-FZBs 2001 und 2002 an ORF
- Rückzahlung Teile des FZB 2003 und 2004 an ORF, RF-Netzbetreiber, private RF-Veranstalter (§17a KOG)

■ Zukunft (§10a KOG Neu):

- Ab 2005 Zuschuss des Bundes (EUR 0,75 Millionen, mindestens 25%)
- Budgetrahmen wird mit EUR 3 Millionen fixiert (Inflationsanpassung ab 2007)
- RF-Netzbetreiber nicht mehr FZB-pflichtig

■ Fachbereich Telekommunikation

■ Zukunft (§10 KOG Neu):

- Ab 2005 Zuschuss des Bundes (EUR 2 Millionen, mindestens 25%)
- Budgetrahmen wird mit EUR 8 Millionen fixiert (Inflationsanpassung ab 2007)



Finanzierung der RTR-GmbH ab 2005 (Übersicht)

Fachbereich Rundfunk

Bundesmittel in Höhe von jährlich
EUR 0,75 Millionen

Beitragspflichtige gem. KOG leisten
max. **EUR 2,25 Millionen**

Schwellenwert 2005: Umsatzgrenze
zur Beitragspflicht **EUR 55.000**

Fachbereich Telekom

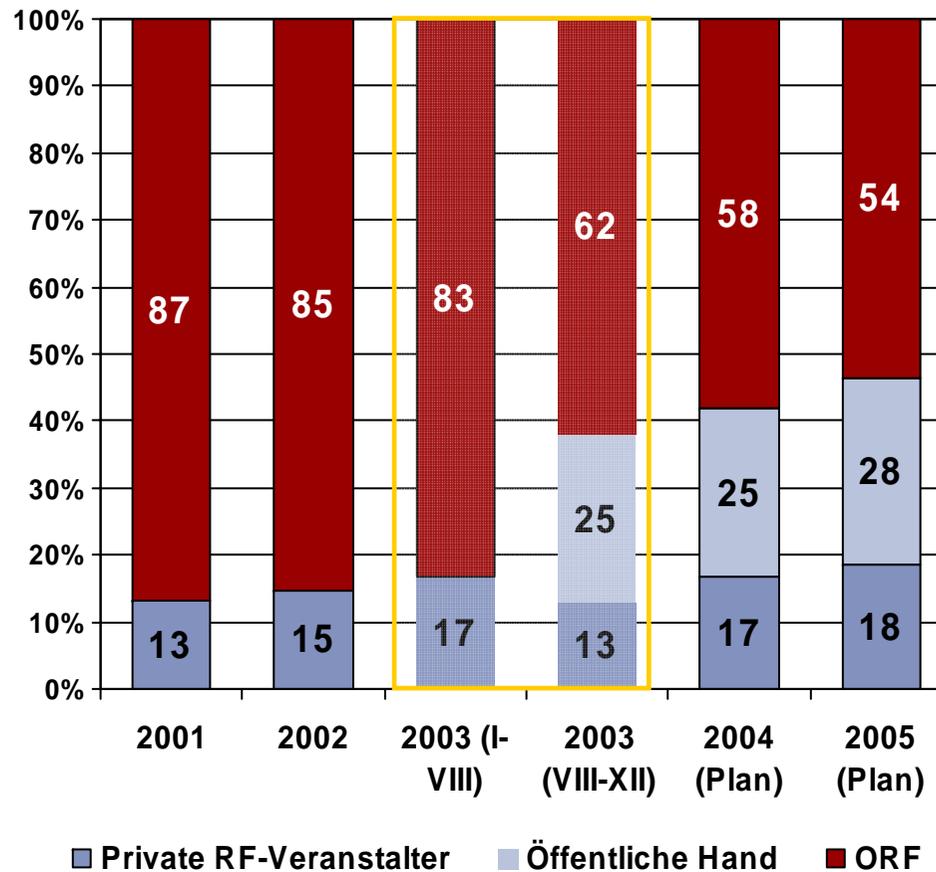
Bundesmittel in Höhe von jährlich
EUR 2 Millionen

Beitragspflichtige gem. KOG leisten
max. **EUR 6,0 Millionen**

Schwellenwert 2005: Umsatzgrenze
zur Beitragspflicht **EUR 315.000**



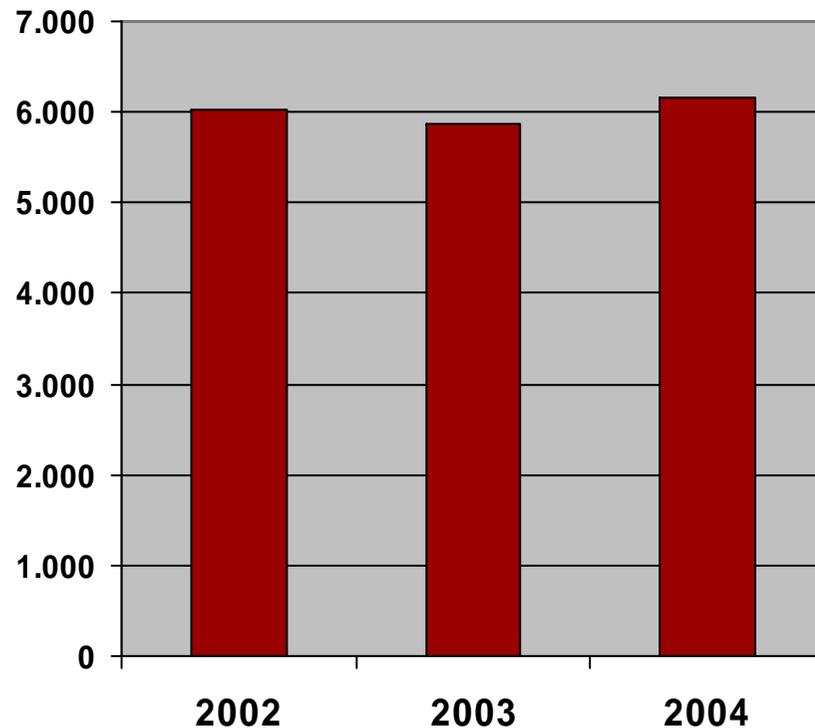
Finanzierung des FB Rundfunk 2001 – 2005



- Änderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen im Jahr 2003:
 - Finanzierung des FB Rundfunk in der Zeit vom 1.1.2003 – 19.8.2003 durch die Öffentliche Hand und private Rundfunkveranstalter
 - Finanzierung des FB Rundfunk in der Zeit vom 20.8.2003 – 31.12.2003 zusätzlich durch den ORF
- Änderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen im Jahr 2005



Aufwendungen der RTR-GmbH (FB TK) in TEUR (durch den Finanzierungsbeitrag gedeckt; exkl. ELSI)

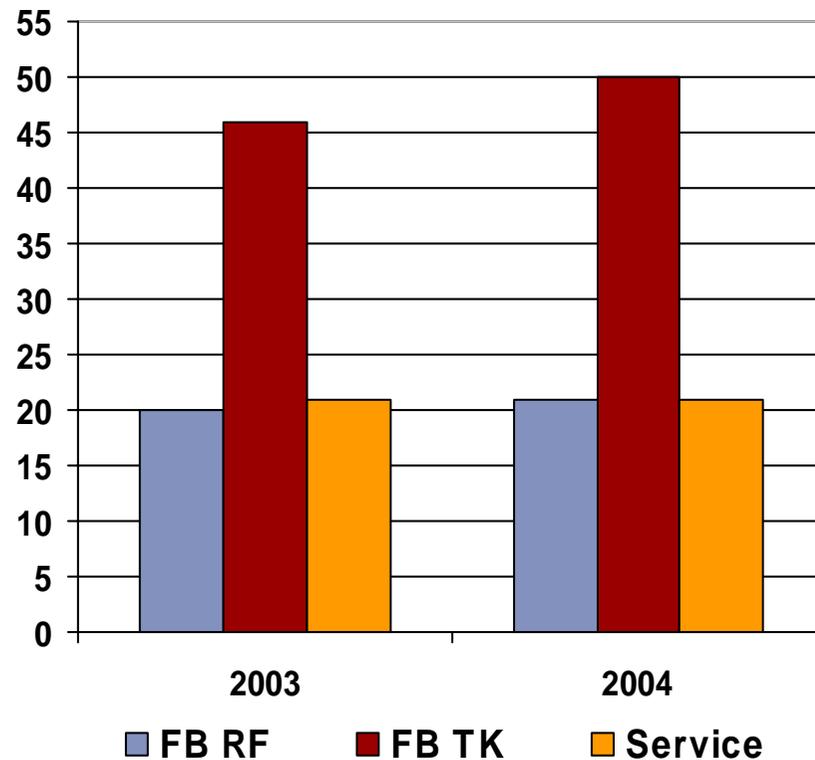


| | 2002 in TEUR | 2003 in TEUR | 2004 in TEUR |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| Fachbereich Telekom | 6.034 | 5.875 | 6.166 |
| Veränderung zum Vorjahr | + 7,8% | - 2,9% | + 5,2% |
| Anteil am Branchen- umsatz | 0,12 % | 0,11 % | 0,11 %* |

* Annahme: Branchenumsatz: 5.800.000 TEUR



Personalentwicklung der RTR-GmbH 2003 – 2004 (Ganztageskräfte)



| per 31.12. | 2003 | 2004 |
|----------------------------|-----------|-----------|
| FB RF (inkl. Fonds) | 20 | 21 |
| FB TK (inkl. ELSI) | 46 | 50 |
| Service | 21 | 21 |
| Gesamt | 87 | 92 |

FB Rundfunk: neue Aufgaben (Fonds),
geringfügiges Plus

FB TK: zusätzliche Stellen Streitschlichtung
Verdoppelung der Streitschlichtungsfälle

Servicebereiche: trotz wachsender
Organisationsgröße konstant



1 Einleitung

2 Unternehmens-
kennzahlen

3 Rundfunk

4 Telekom

Fachbereich Rundfunk



Dualer Rundfunkmarkt in Entwicklung

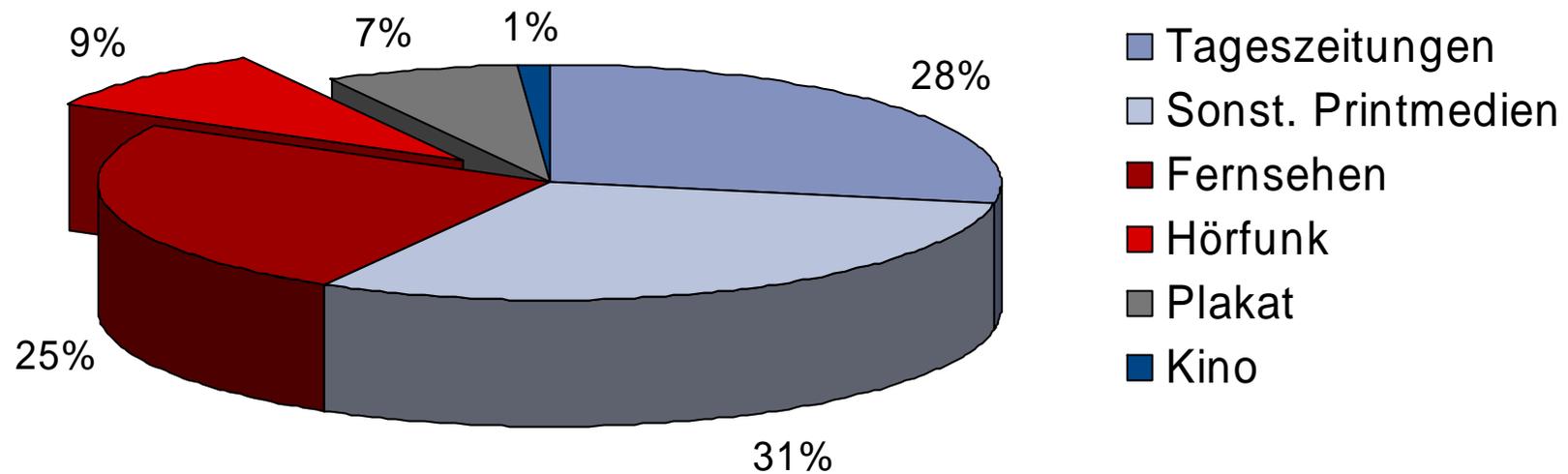
- Dualer Rundfunkmarkt festigt Medienstandort: Standortsicherung für Schaltagenturen, Kreativagenturen, gesamte Werbewirtschaft
- Privater Rundfunk treibt Zuwachsraten der Werbewirtschaft: Privat-TV 10,2 % plus, Privatrado 11,3 % plus (2003/2004)
- Privatrado: Anteil an Hörfunkwerbung steigt: 32 % laut FOCUS Media Research (wären sämtliche Erlöse erfasst, 40 %?)
- Brutto-Werbeerlöse im Privat-TV: EUR 139 Mio. bzw. 28 % aller TV-Werbeerlöse
- ATV+ gewinnt Seher und Marktanteile: 5,7 % in der jungen Zielgruppe (12 – 29), in der Prime Time zwischen 20:15 Uhr und 22:00 Uhr; 3,3 bzw. 3,9 % Marktanteil im ersten Halbjahr 2005
- Privatrados: knapp mehr als die Hälfte von Ö3, Zugewinn an regionaler und musikalischer Vielfalt



Werbemarkt (gesamt, 1-12/2004)

Quelle: FOCUS Media Research

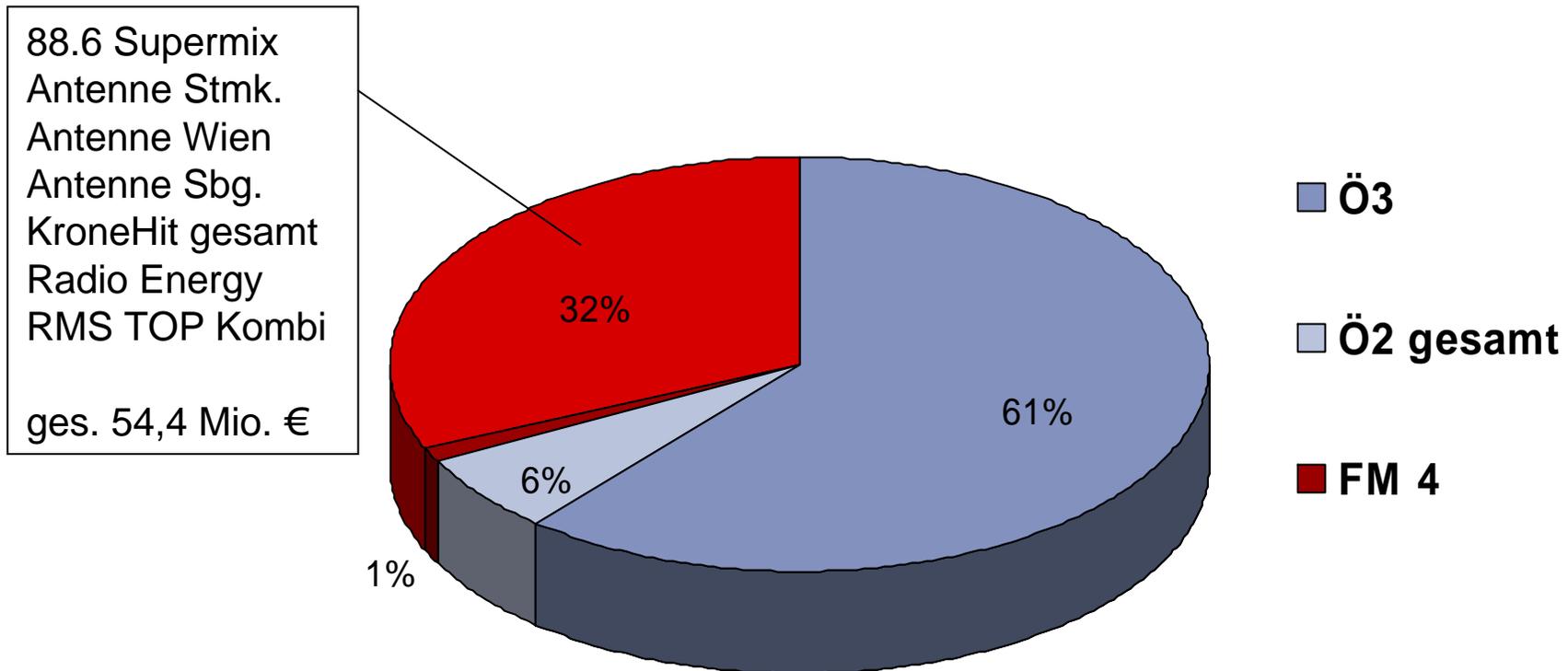
gesamt: EUR 1.994 Millionen





Radio-Werbemarkt 2004

Quelle: FOCUS Media Research



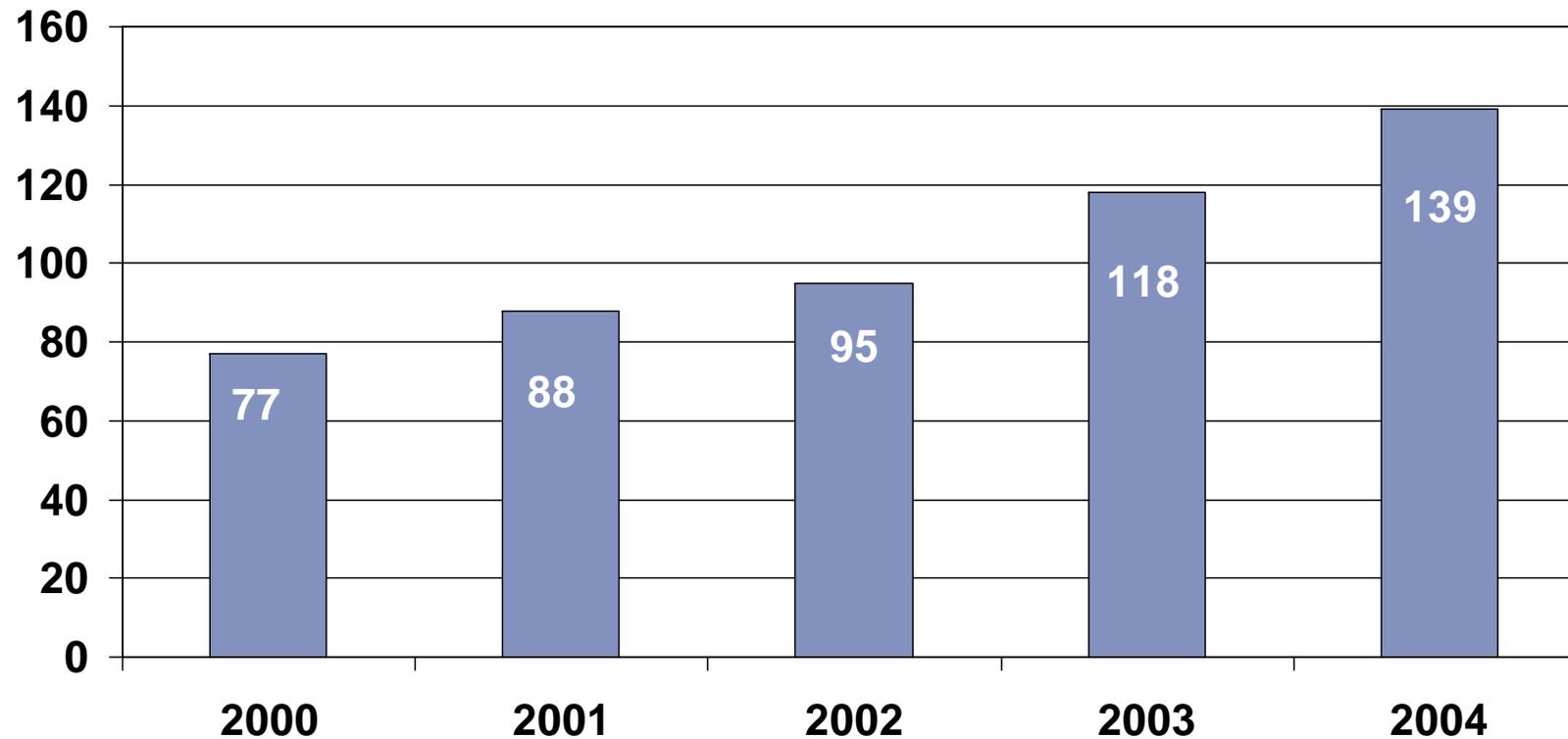
gesamt: EUR 171,1 Millionen



Werbe-Erlöse Privat-TV insgesamt (in Mio. EUR)

Quelle: FOCUS Media Research

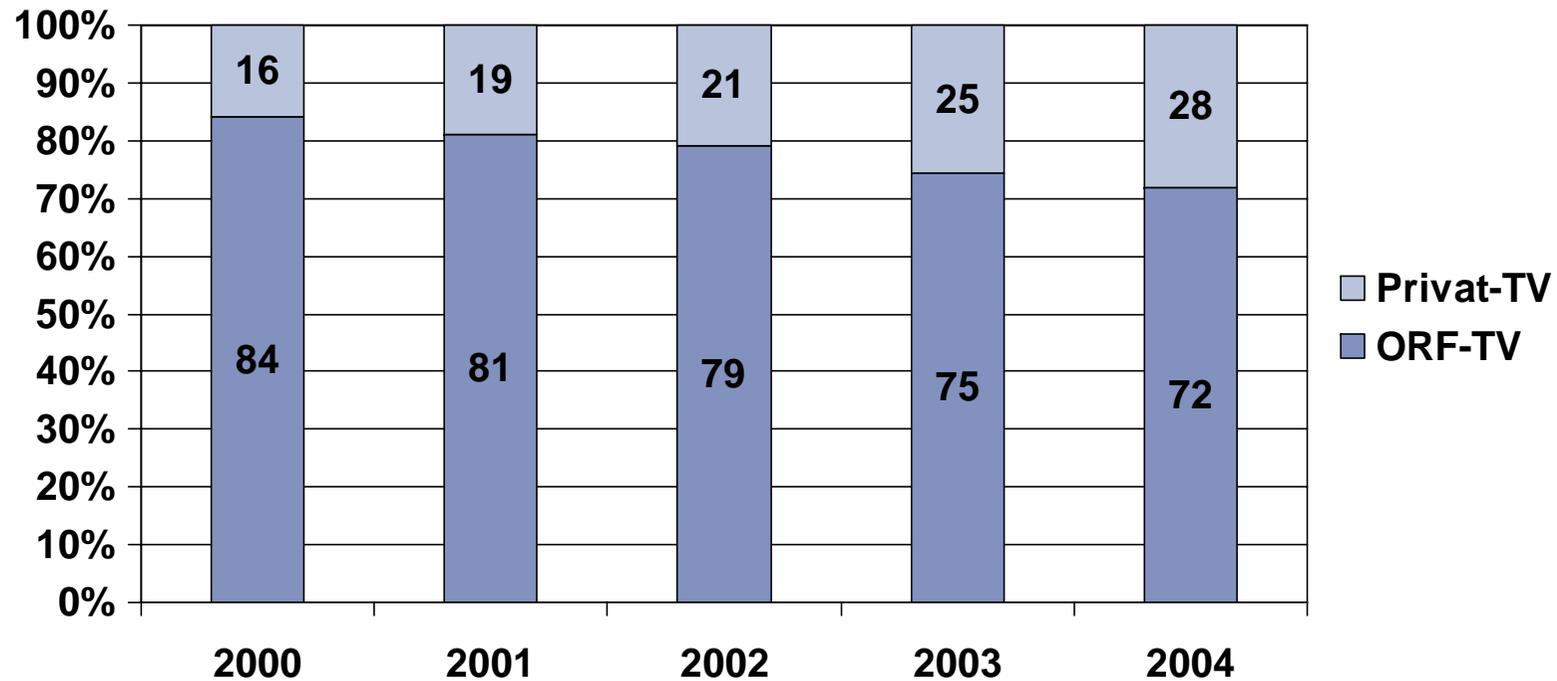
Mio. EUR





Werbe-Erlöse Privat-TV insgesamt (in % am gesamten Fernsehmarkt)

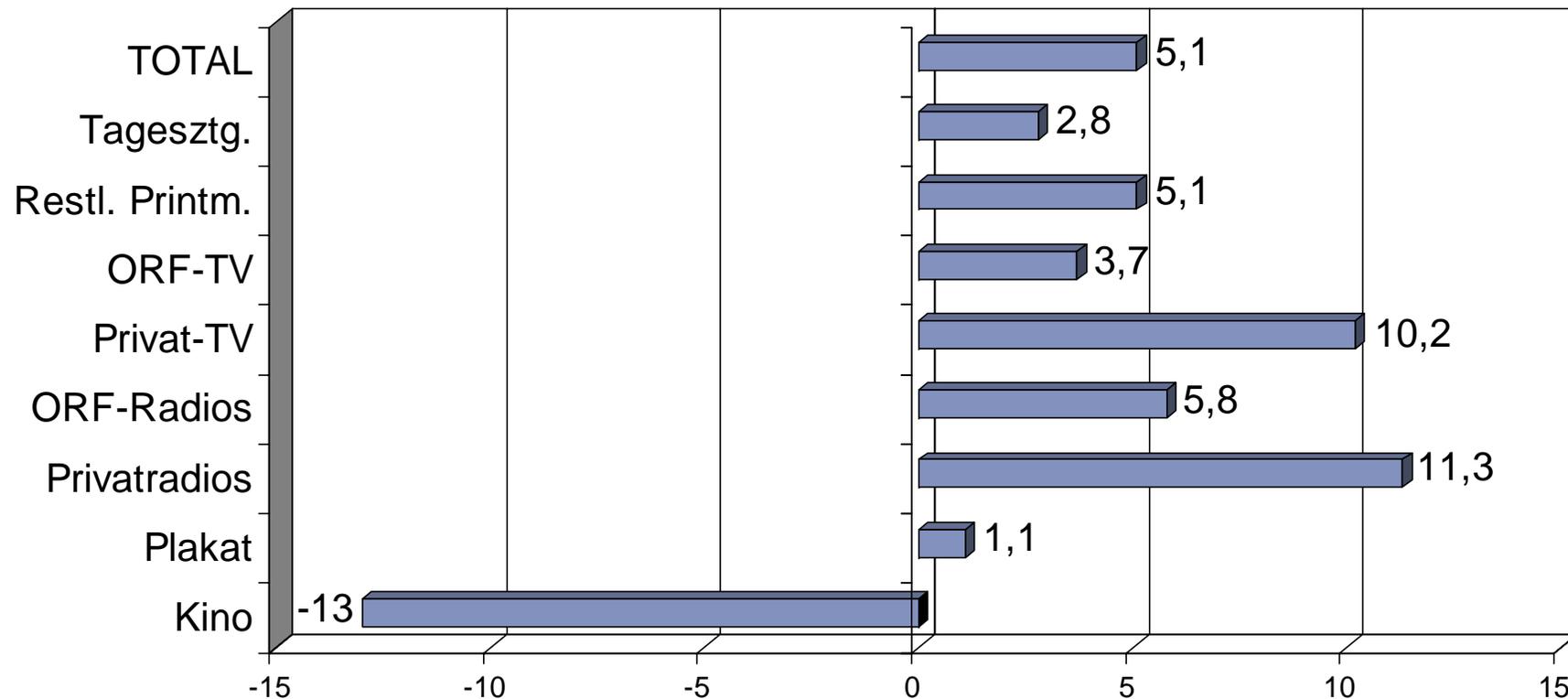
Quelle: FOCUS Media Research





Die privaten elektronischen Medien treiben das Wachstum

Quelle: FOCUS Media Research, Prozentuelle Veränderungen 1-12/2004 versus 1-12/2003





Schwerpunkte im Jahr 2005: Rundfunk

- Laufende Regulierung
 - Zulassungs- und Zuordnungsverfahren
 - Neuvergabe der Zulassungen für Privatrado in Salzburg und der Steiermark
 - Abschluss des Marktanalyseverfahrens für den Rundfunkmarkt
- Werbebeobachtung
 - Private Rundfunkveranstalter
 - ORF
- Digitalisierung des Rundfunks
 - Ausschreibung der DVB-T-Multiplex-Plattform
- Fernsehfilmförderungsfonds (Fernsehfonds Austria)



Rundfunkfinanzierung

- Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und des privaten Rundfunks ist von zentraler Bedeutung für funktionierenden dualen Markt.
- Im Zusammenhang mit einer Erhöhung der Rundfunkgebühr (Programmmentgelt) sind folgende Punkte zu beurteilen:
 - Erhöhung des Programmmentgelts vom 1.1.2004: wurden die damit verbundenen Ankündigungen umgesetzt (Investitionen in die Filmwirtschaft)?
 - Erhöhung des Programmmentgelts vor Ausdehnung der Werbezeiten und Werbeformen
 - Ein sorgfältiger und transparenter Diskussionsprozess („öffentliche Konsultation“) ist zu führen; Prozess der Beschlussfassung nicht unproblematisch; sollte über eine Art „KEF“-Modell für Österreich nachgedacht werden?



1 Einleitung

2 Unternehmens-
kennzahlen

3 Rundfunk

4 **Telekom**

Fachbereich Telekommunikation



1 Einleitung

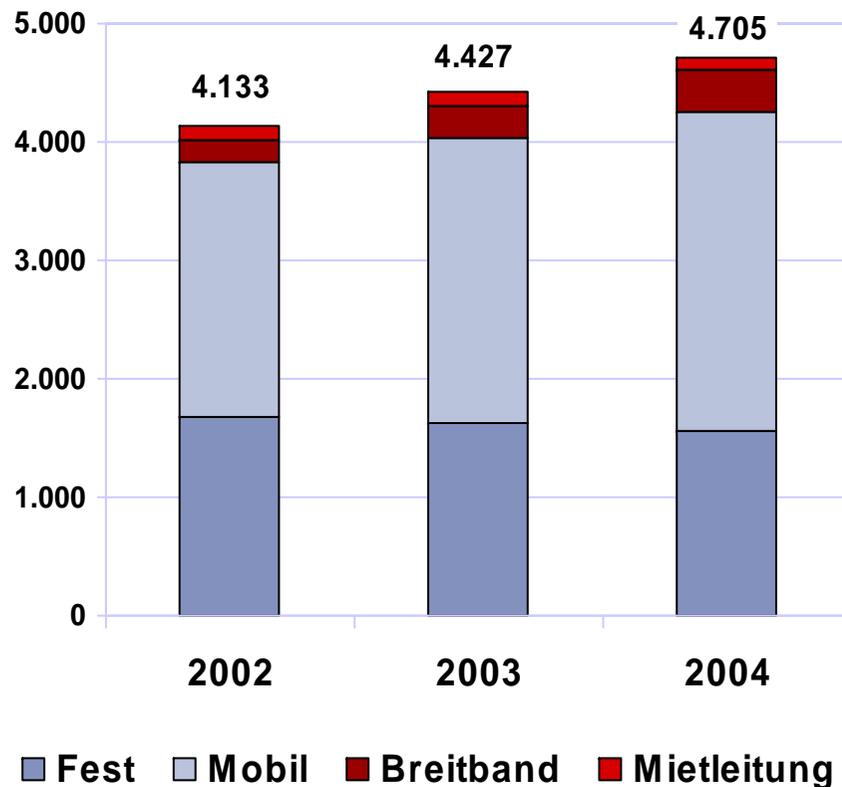
2 Unternehmens-
kennzahlen

3 Rundfunk

4 Telekom

Aufteilung der Endkunden-Umsätze 2002 – 2004

Umsatz in Mio. EUR

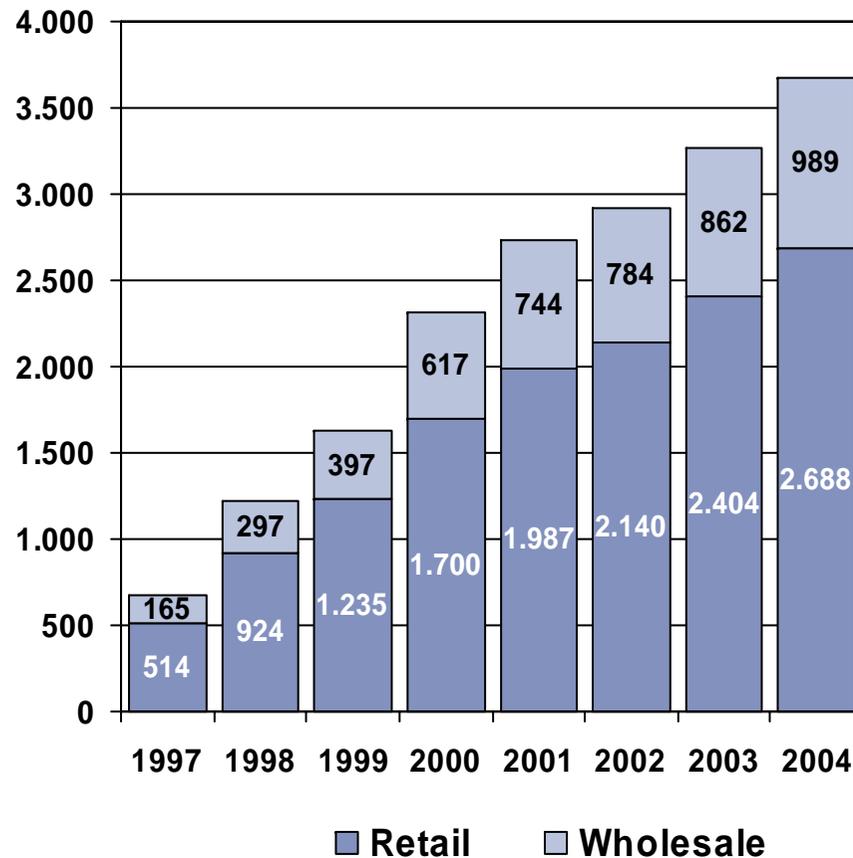


- Der österreichische Telekommunikationsmarkt wuchs von 2003 auf 2004 um 6,3%. Wachstumstreiber waren Mobiltelefonie und Breitband.
- Trends:
 - gesamtes Marktwachstum hält an
 - stärkster absoluter Zuwachs bei Mobilkommunikation (284 Mio. EUR)
 - stärkster relativer Zuwachs bei Breitband (ca. +30%)
 - Festnetz-Sprachtelefonie: leichter Rückgang (-3,9%)



Umsatzentwicklung Mobilfunk

Umsätze in Mio EUR



- Anteil der Endkundenumsätze an den gesamten Mobilfunkumsätzen lag 2004 bei ca. 73%
- Anteil der Wholesale-Umsätze lag 2004 bei ca. 27%:
 - Zwischen 65% und 70% entfielen auf den Verkauf von Mobilterminierungsleistungen
 - Zwischen 25% und 30% entfielen durch den Verkauf von International-Roaming-Vorleistungen an ausländische Mobilfunkbetreiber



1 Einleitung

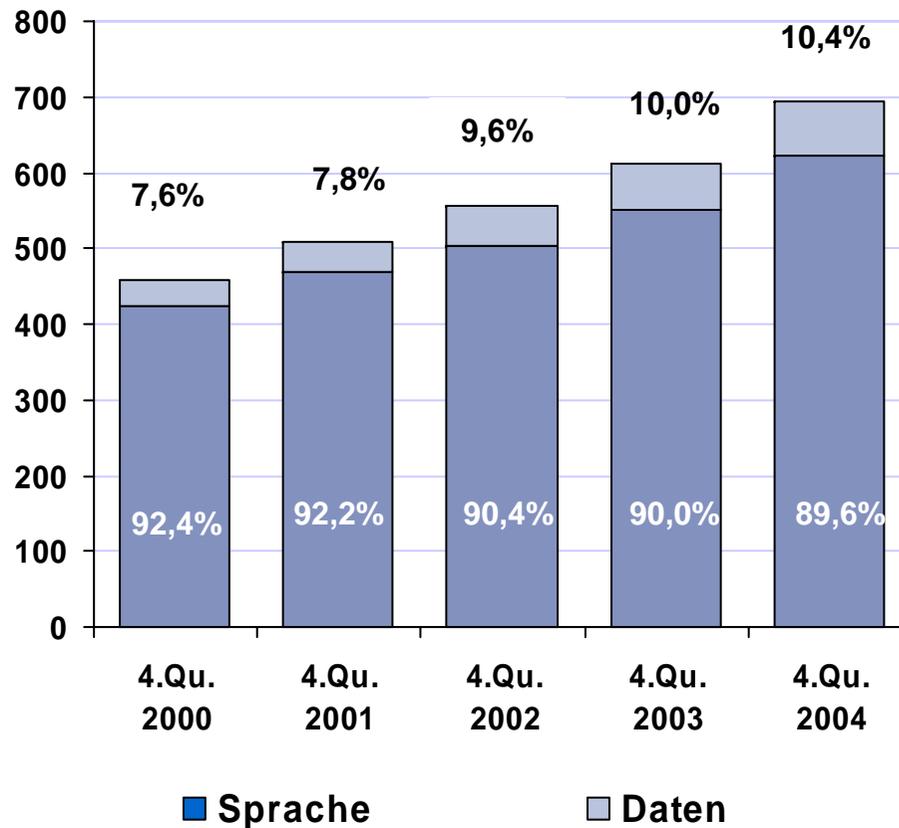
2 Unternehmens-
kennzahlen

3 Rundfunk

4 Telekom

Anteile Sprach- und Datendiensten (Endkundenumsatz, mobil)

Umsätze in Mio. EUR



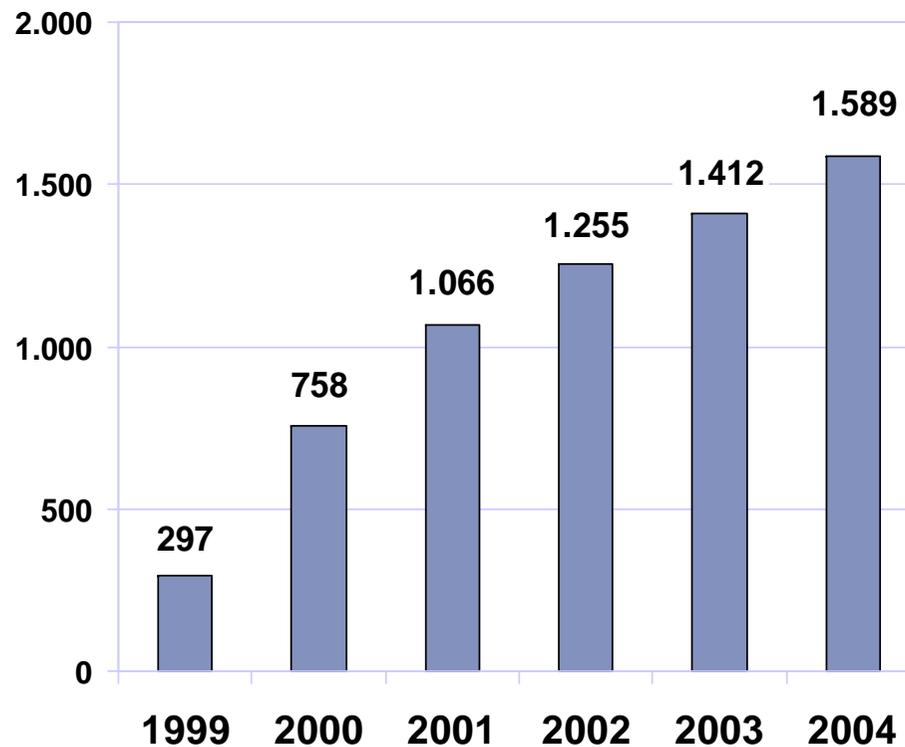
■ Trends:

- Mobile Sprachdienste sind nach wie vor die zentrale Anwendung
- Anteil an Umsätzen mit reinen Datendiensten steigt kontinuierlich:



Entwicklung von SMS 1999 – 2004

Anzahl SMS in Mio.



- Trends: SMS weiterhin steigend
 - Seit 1999 hat sich die Anzahl der SMS mehr als verfünffacht
 - In den letzten beiden Jahren lagen die Wachstumsraten bei SMS bei ca. 12%



1 Einleitung

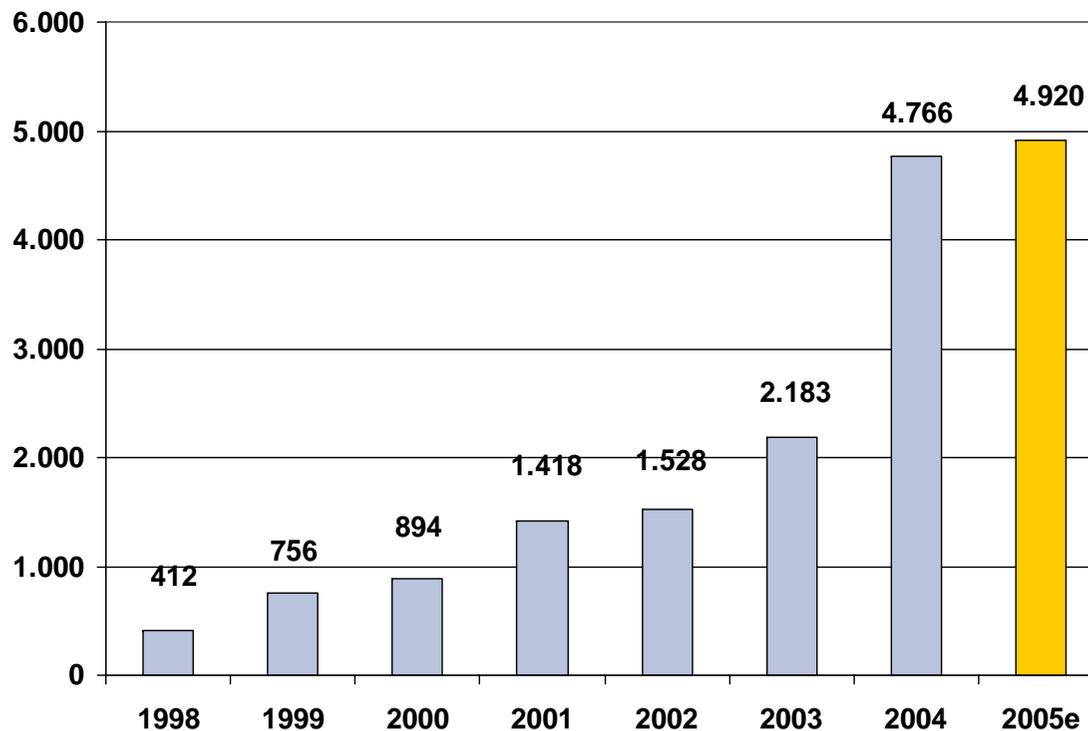
2 Unternehmens-
kennzahlen

3 Rundfunk

4 Telekom

Endkundenstreitschlichtung

Anzahl der Streitschlichtungsfälle



Trend: Schlichtungsfälle
steigen weiterhin

Schlichtungsschwerpunkte:

- Dialer-Programme
- Mehrwertdienste allgemein
- Mehrwert-SMS
- Allgemeine Entgeltstreitigkeiten



Schwerpunkte im Jahr 2005: Telekommunikation

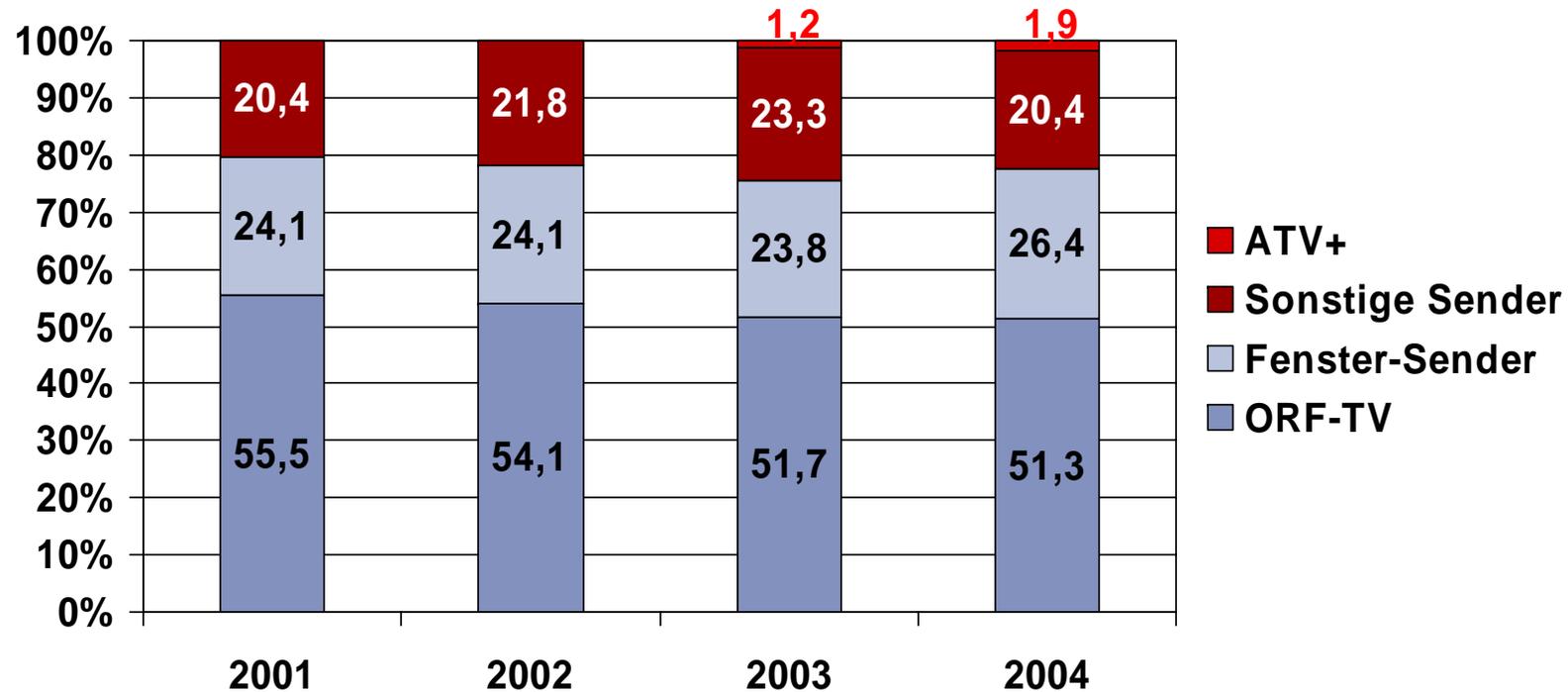
- Abschluss der Marktanalyseverfahren nach dem neuen Rechtsrahmen
 - Breitband
 - Internationales Roaming
- Vorbereitung der nächsten Marktdefinition
 - Definition relevanter Märkte erfolgt alle 2 Jahre
- Weitere Klärung bezüglich VoIP
 - Konsultation abgeschlossen
- Informationen über den Marktstatus
 - Veröffentlichung von Marktdaten auf der Website
- Frequenzvergabe

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Entwicklung der Marktanteile 2001 – 2004

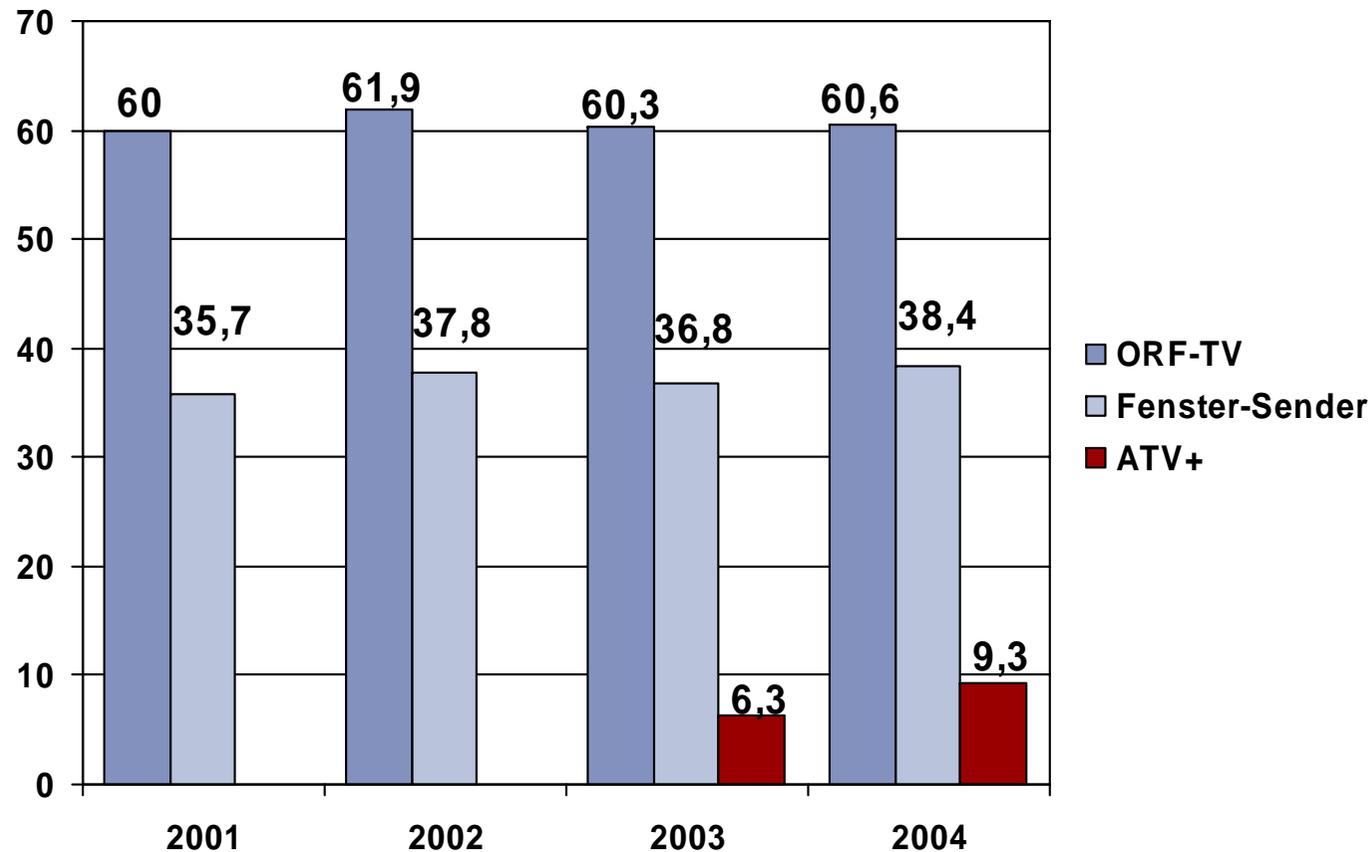
Quelle: Teletest, Gesamt-Ö, Personen ab 12 Jahre, Angaben in %





Entwicklung der Tagesreichweiten

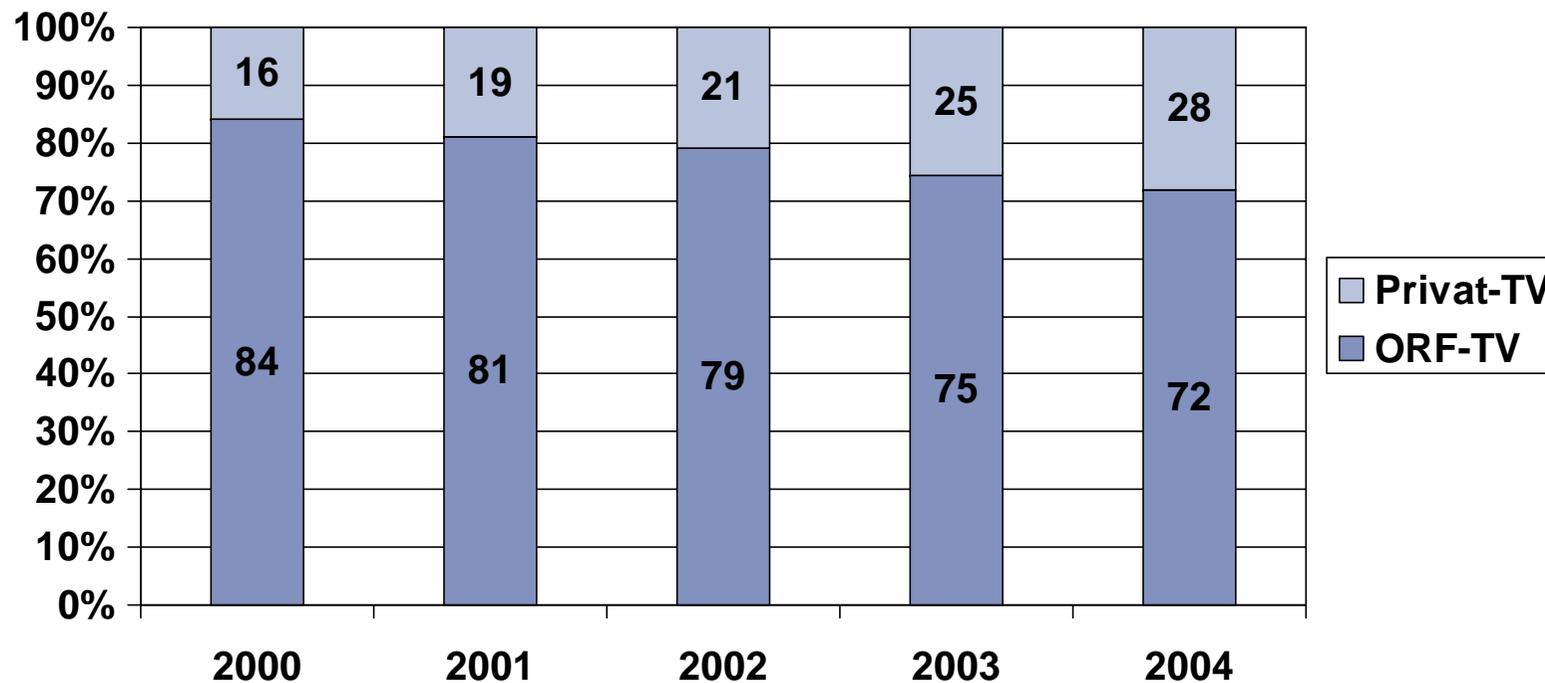
Quelle: Teletest, Gesamt-Ö, Personen ab 12 Jahre, Angaben in %





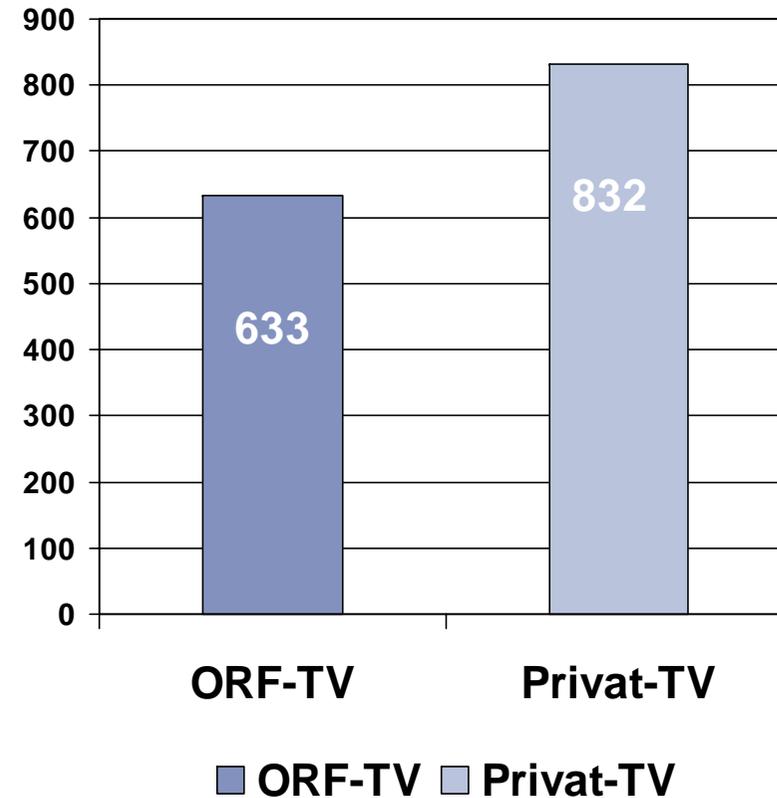
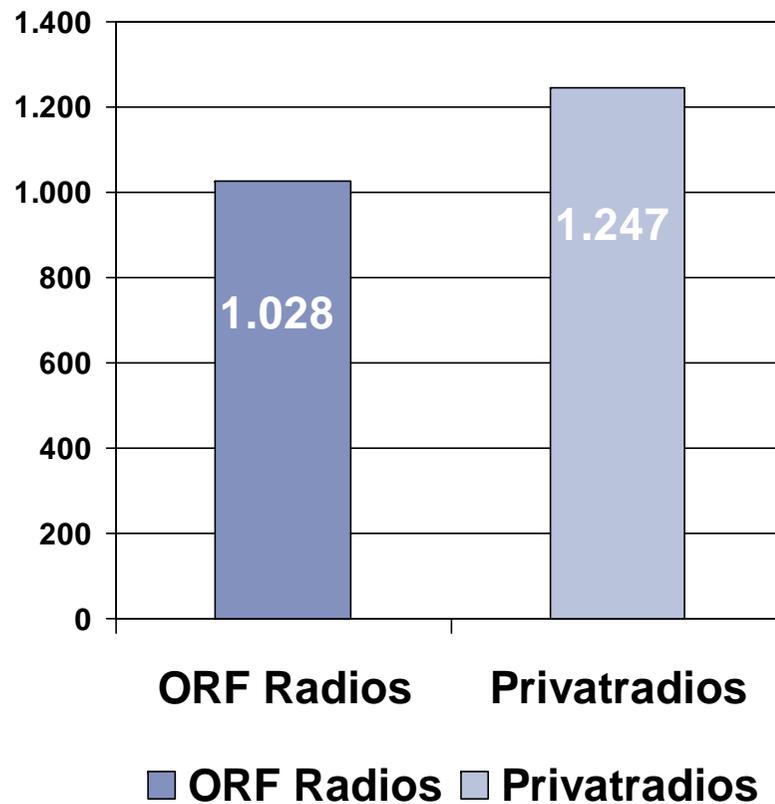
Werbe-Erlöse Privat-TV insgesamt in % am gesamten Fernsehmarkt

Quelle: FOCUS Media Research





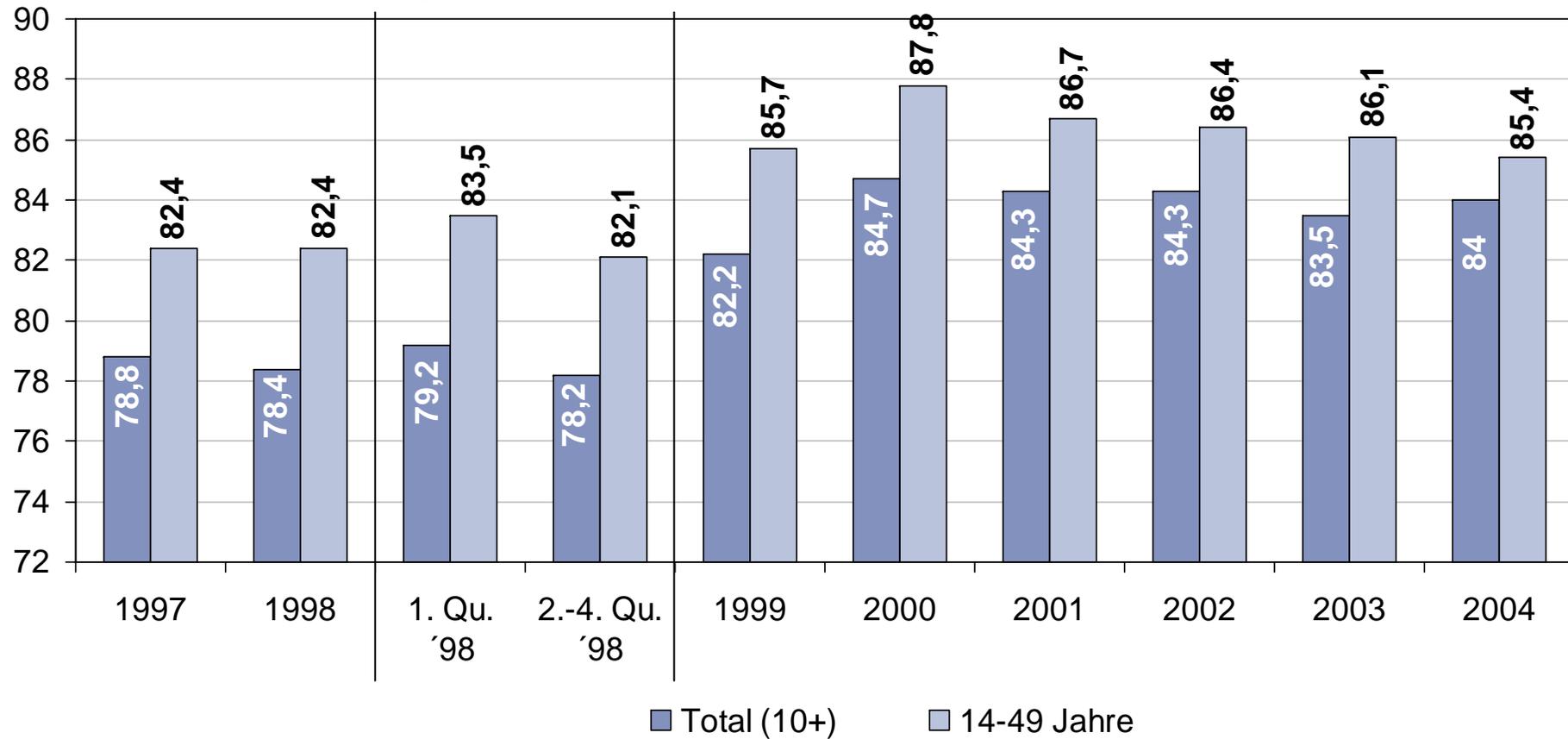
Beworbene Marken im Radio und im Fernsehen





Radio-Entwicklung: Tagesreichweiten

Quelle: Radiotest, Angaben in %





1 Einleitung

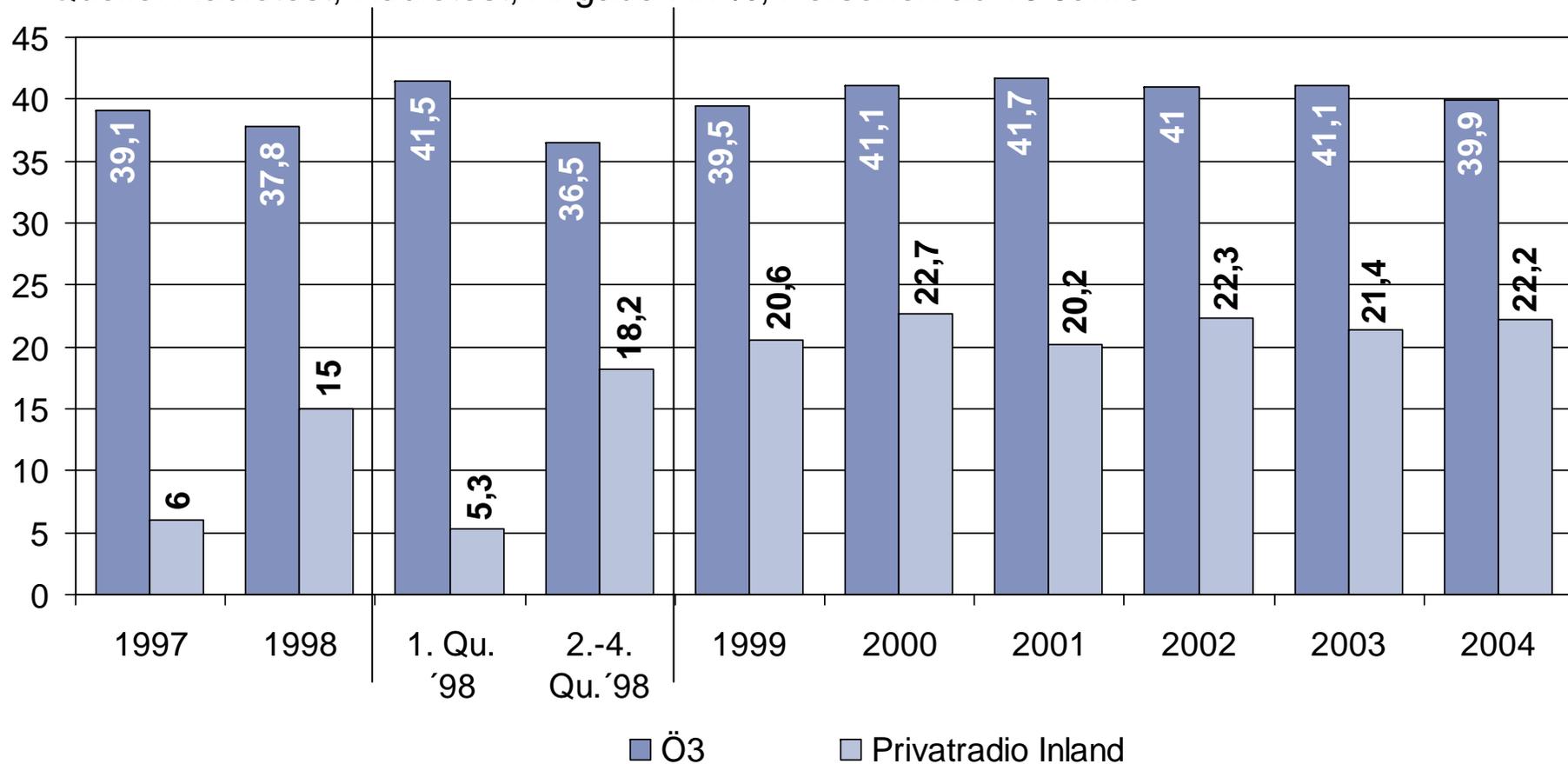
2 Unternehmens-
kennzahlen

3 Rundfunk

4 Telekom

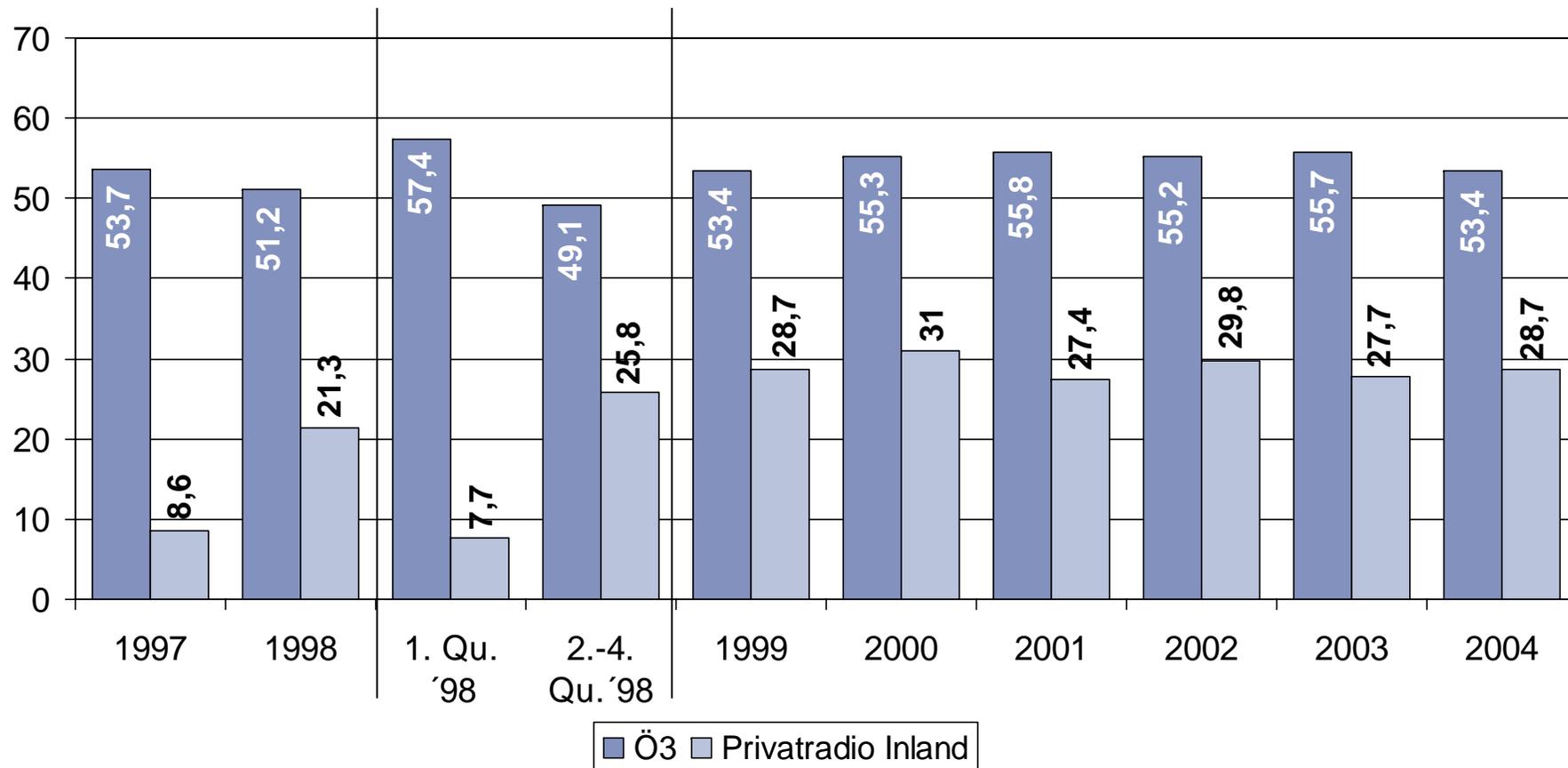
Entwicklung Ö3 vs. Private: TRW, 10+

Quelle: Radiotest, Radiotest, Angaben in %, Personen ab 10 Jahre



Entwicklung Ö3 vs. Private: TRW, 14-49

Quelle: Radiotest, Radiotest, Radiotest, Angaben in %, Personen 14-49 Jahre

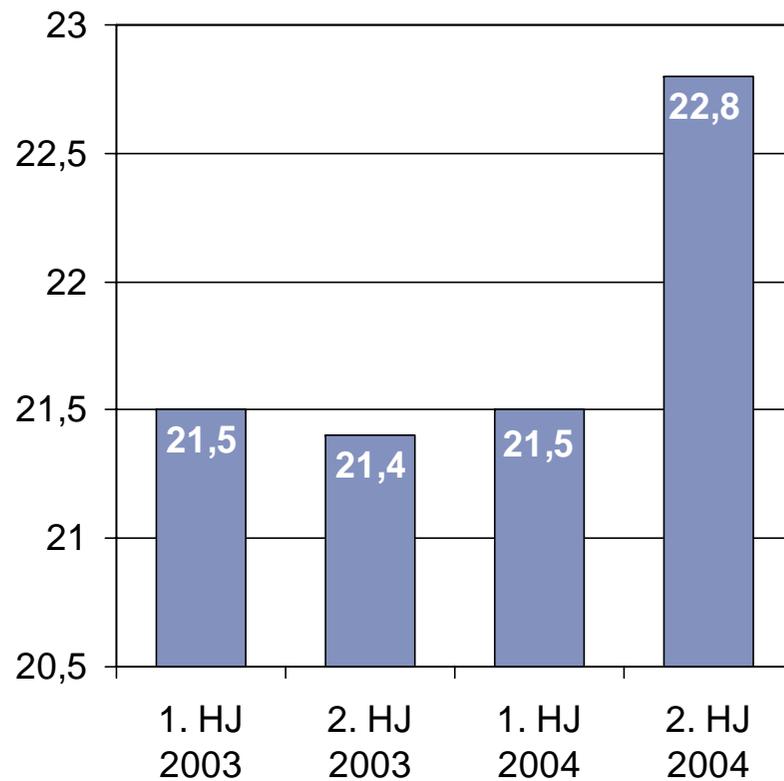




Steigende Reichweiten mit Privatrado

Quelle: Radiotest, Angaben in Prozent, Tagesreichweite, Gesamt-Ö, 10+ und 14-49, Mo-So

ZG = Personen ab 10 Jahren



ZG = Personen von 14-49 Jahren

