

# Kommunikationsbericht 2005

## Rückblick 2005 und Entwicklung 2006

**Dr. Alfred Grinschgl**

Geschäftsführer Fachbereich Rundfunk

**Dr. Georg Serentschy**

Geschäftsführer Fachbereich Telekom



## Das Unternehmen

- Gewinn und Verlustrechnung für den Zeitraum 2005
- Aufwand der RTR-GmbH nach Fachbereichen
- Personal



## Gewinn und Verlustrechnung für den Zeitraum 2005 / Z1 bis 6

	2005		2004	
	in EUR		in Tausend EUR	
1. Umsatzerlöse		10,056.934,43		9.481
2. sonstige betriebliche Erträge				
a) Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	9.782,17		0	
b) Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	17.680,75		12	
b) übrige	127.576,24	155.039,16	107	119
3. Personalaufwand				
a) Gehälter	-5,093.311,93		-5.053	
b) Aufwendungen für Abfertigungen	-91.400,67		-105	
c) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-1,251.299,35		-1.065	
d) Aufwendungen für Altersversorgung	-58.950,00		0	
e) freiwilliger Sozialaufwand	-99.992,99	-6,594.954,94	-94	-6.317
4. Abschreibungen auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-364.212,25		-445
5. übrige sonstige betriebliche Aufwendungen		-3,399.561,86		-3.328
6. <b>Zwischensumme aus Z 1 bis 5, Betriebserfolg</b>		<b>-146.755,46</b>		<b>-490</b>



## Gewinn und Verlustrechnung für den Zeitraum 2005 / Z7 bis 17

7.	Erträge aus anderen Wertpapieren des Anlagevermögens	86.870,70	92
8.	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	35.208,82	24
9.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-16.848,90	-2
10.	<b>Zwischensumme aus Z 7 bis 9, Finanzerfolg</b>	<b>105.230,62</b>	<b>114</b>
11.	<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit = Jahresfehlbetrag</b>	<b>-41.524,84</b>	<b>-376</b>
12.	Auflösung von un versteuerten Rücklagen	0,00	5
13.	Verlustvortrag aus dem Vorjahr	-1.922.814,11	-1.552
14.	<b>Zwischensumme aus Z 11 bis 13</b>	<b>-1.964.338,95</b>	
15.	aus der Kapitalherabsetzung gewonnene Beträge	2.107.512,19	0
16.	Zuführung Kapitalrücklage	-143.173,24	0
17.	<b>Bilanzverlust</b>	<b>0,00</b>	<b>-1.923</b>

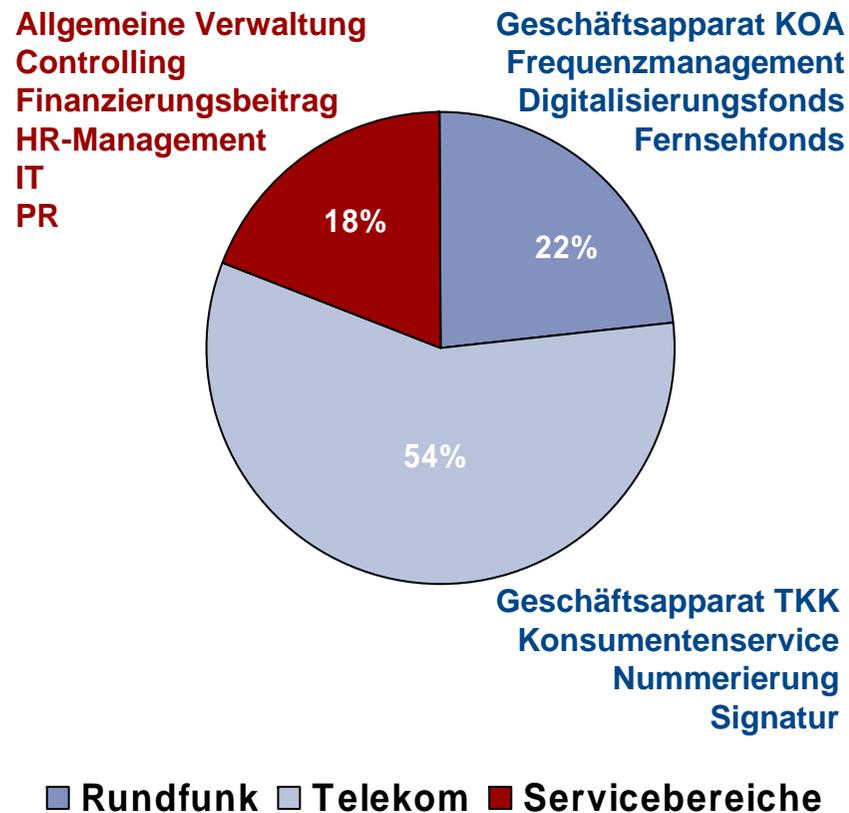


## Aufwand der RTR-GmbH nach Fachbereichen

Angaben in Tausend EUR	TK	RF	Gesamt
Umsatzerlöse	6.772	3.285	10.057
sonstige betriebliche Erlöse	93	62	155
Personalaufwand	-4.650	-1.945	-6.595
Abschreibungen	-250	-114	-364
sonstiger betrieblicher Aufwand	-2.027	-1.373	-3.400
<b>Betriebserfolg</b>	<b>-62</b>	<b>-85</b>	<b>-147</b>
Finanzerfolg	76	29	105
<b>Ergebnis gewöhnlicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>14</b>	<b>-56</b>	<b>-42</b>
Ausgleich Gewinn-/Verlustvortrag	42	0	42
<b>Bilanzgewinn/-verlust</b>	<b>56</b>	<b>-56</b>	<b>0</b>



## Aufteilung der Ganztageskräfte nach Funktionen



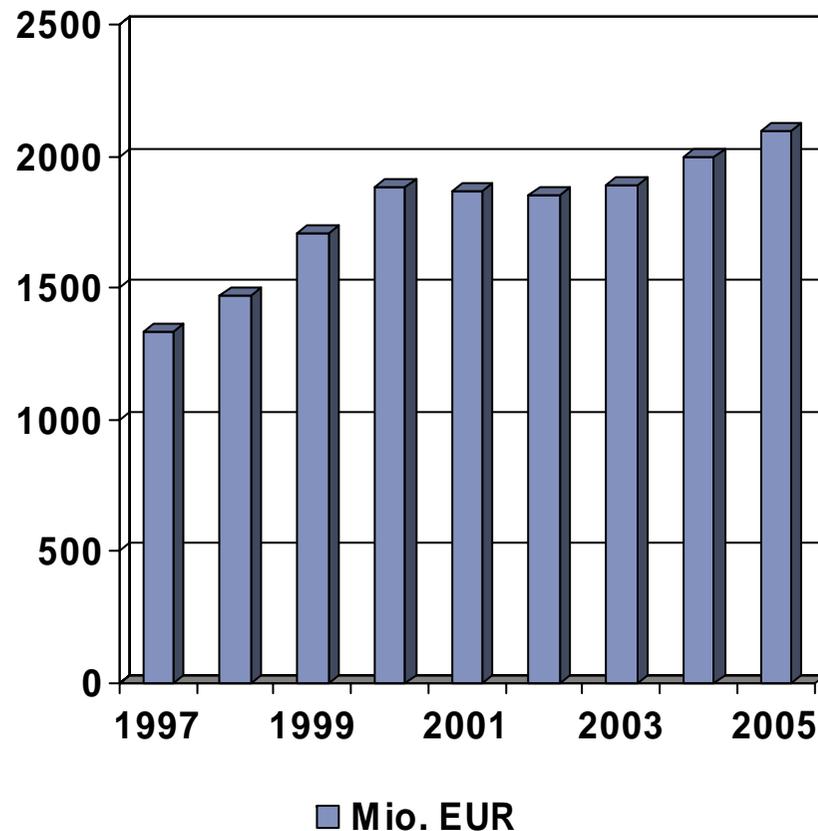
- Per 31.12.2005:  
93,5 Ganztageskräfte
- Mitarbeiterstand in  
Servicebereichen konstant
- Austausch von Dienstleistungen  
zwischen den Fachbereichen:  
interne Leistungsverrechnung



# Fachbereich Rundfunk

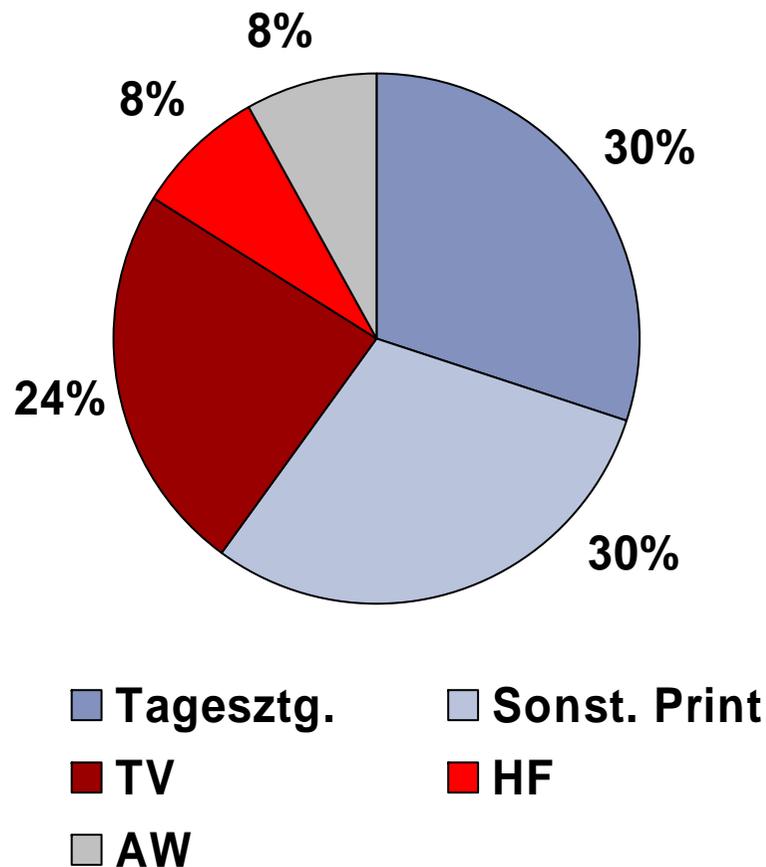


## Werbeausgaben gesamt: Entwicklung 1997 - 2005



- Werbeausgaben 2005: 2,096 Mrd. EUR (+ 5,1 % gegenüber 2004)
- Werbliche Zuwächse bei
  - Tageszeitungen
  - Fernseh- und Radioangebote des ORF bleiben auf hohem Niveau
  - Zuwächse bei ATVplus, Privatradios und Satellitenprogrammen

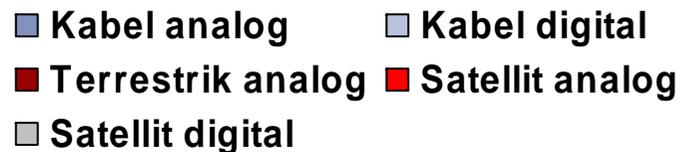
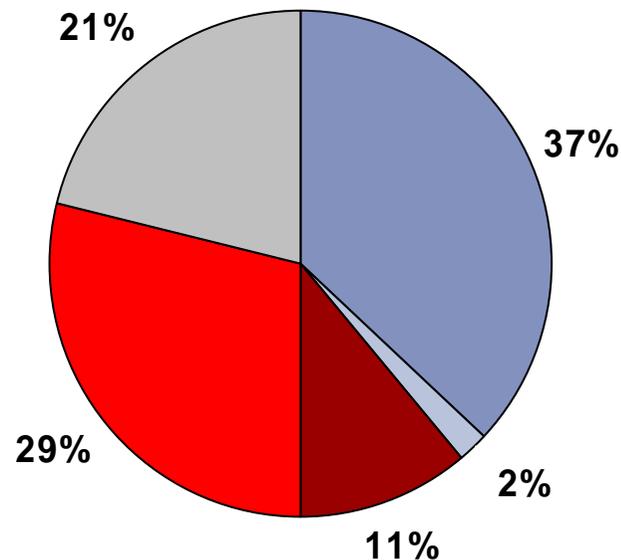
## Share of Advertising 2005



- Werbeaufwendungen im Hörfunk (rd. 8 %):
  - 5,6 % entfallen auf den ORF
  - 2,7 % entfallen auf Privatradios
- Werbeaufwendungen im Fernsehen (rd. 24 %)
  - 16,1 % entfallen auf den ORF
  - 8,2 % entfallen auf Private Veranstalter
- Sonstige Printmedien
  - 9,8 % entfallen auf reg. Wochenzeitungen
  - 15,2 % entfallen auf Illustrierte/Magazine
  - 5,0 % entfallen auf Fachzeitschriften
- Außenwerbung (rd. 8 %) umfaßt Plakate, City Lights, Verkehrsmittelwerbung)



## Digitale Penetration in Österreich: Aufteilung in Empfangsebenen

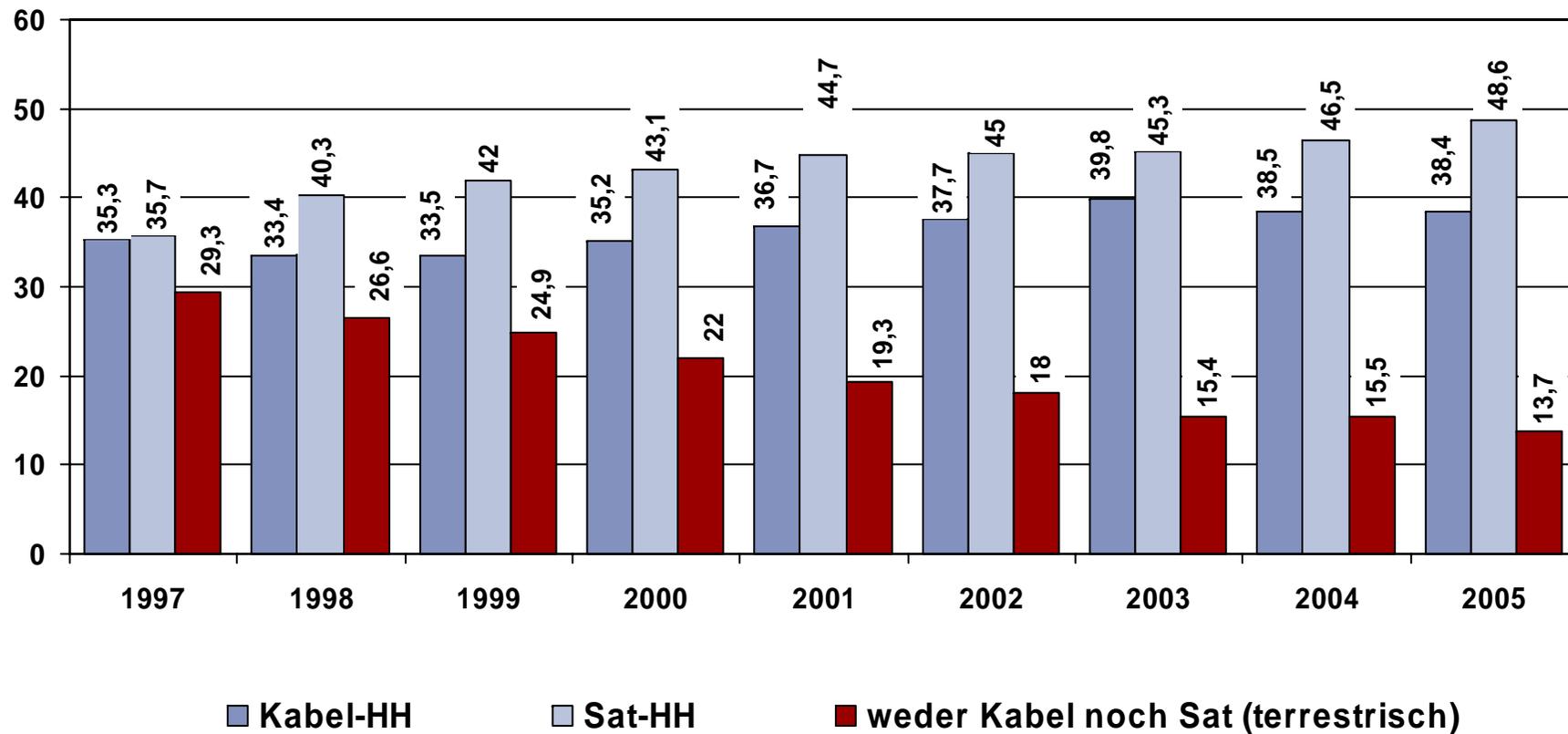


Kabel analog:	1,197.000
Kabel digital:	61.000
Terrestrik analog:	364.000
Satellit analog:	926.000
Satellit digital:	676.000
<hr/> Gesamt:	<hr/> 3,224.000



# Entwicklung der Empfangssituation

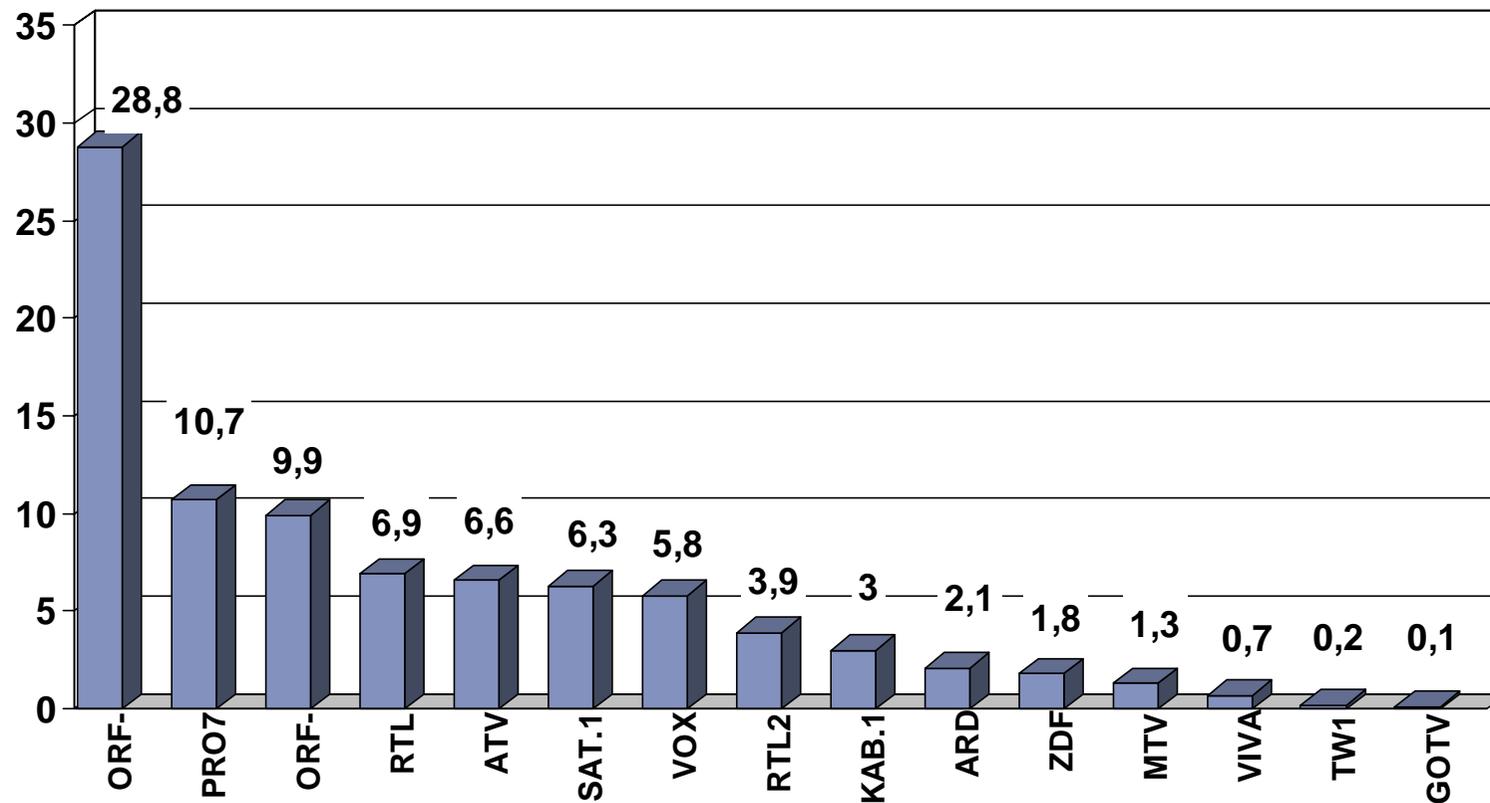
Angaben in %, Haushalte mit TV-Gerät in Österreich





# Marktanteile 2005 in der Prime Time

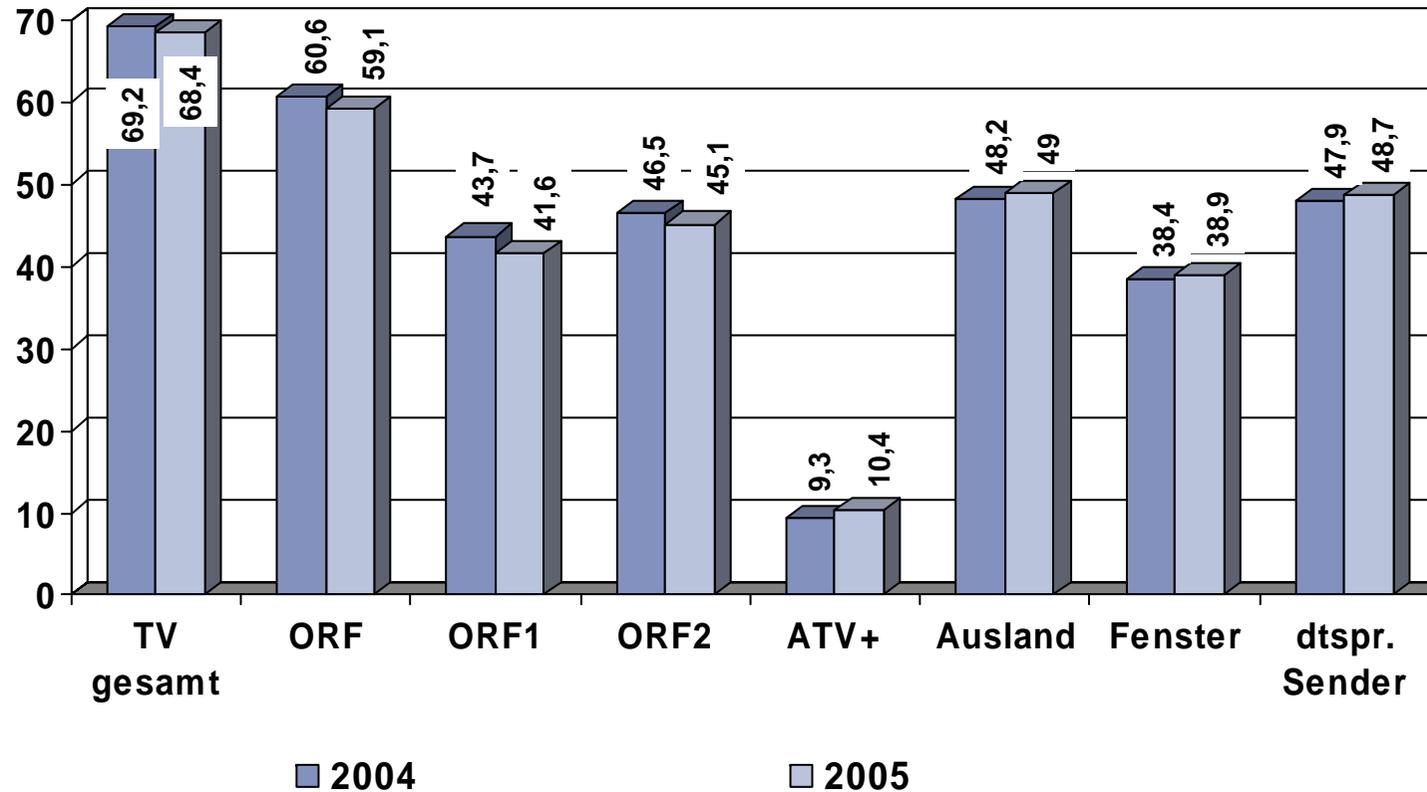
Angaben in %





# Entwicklung der Tagesreichweiten

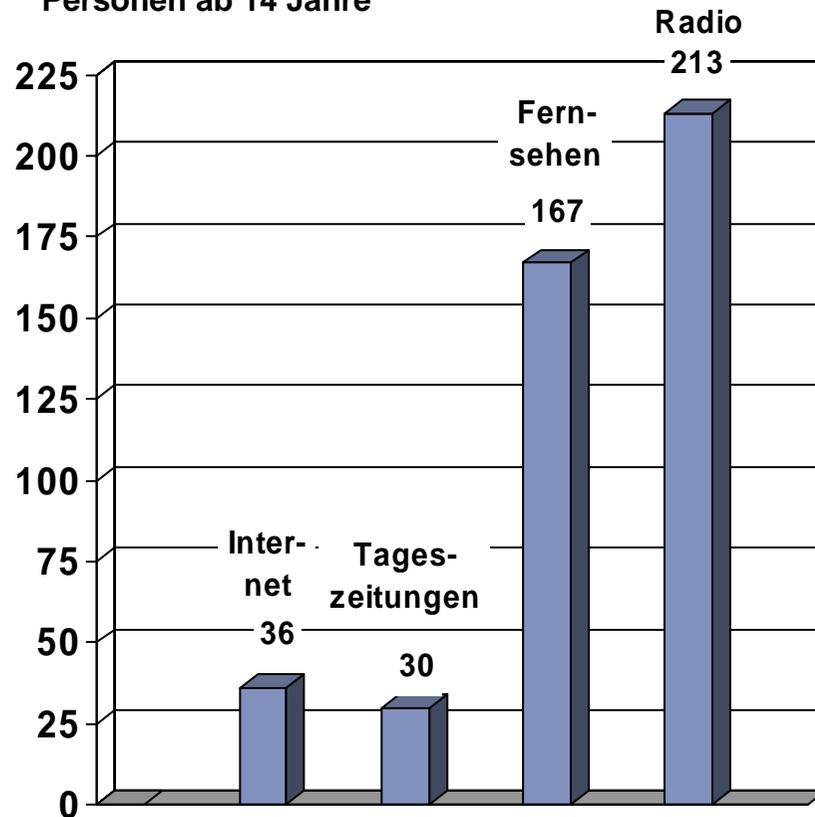
Angaben in %, Personen ab 12 Jahre,  
Gesamt-Ö, alle Empfangsebenen





## Mediennutzungsdauer pro Tag

Angaben in Minuten pro Tag  
Personen ab 14 Jahre



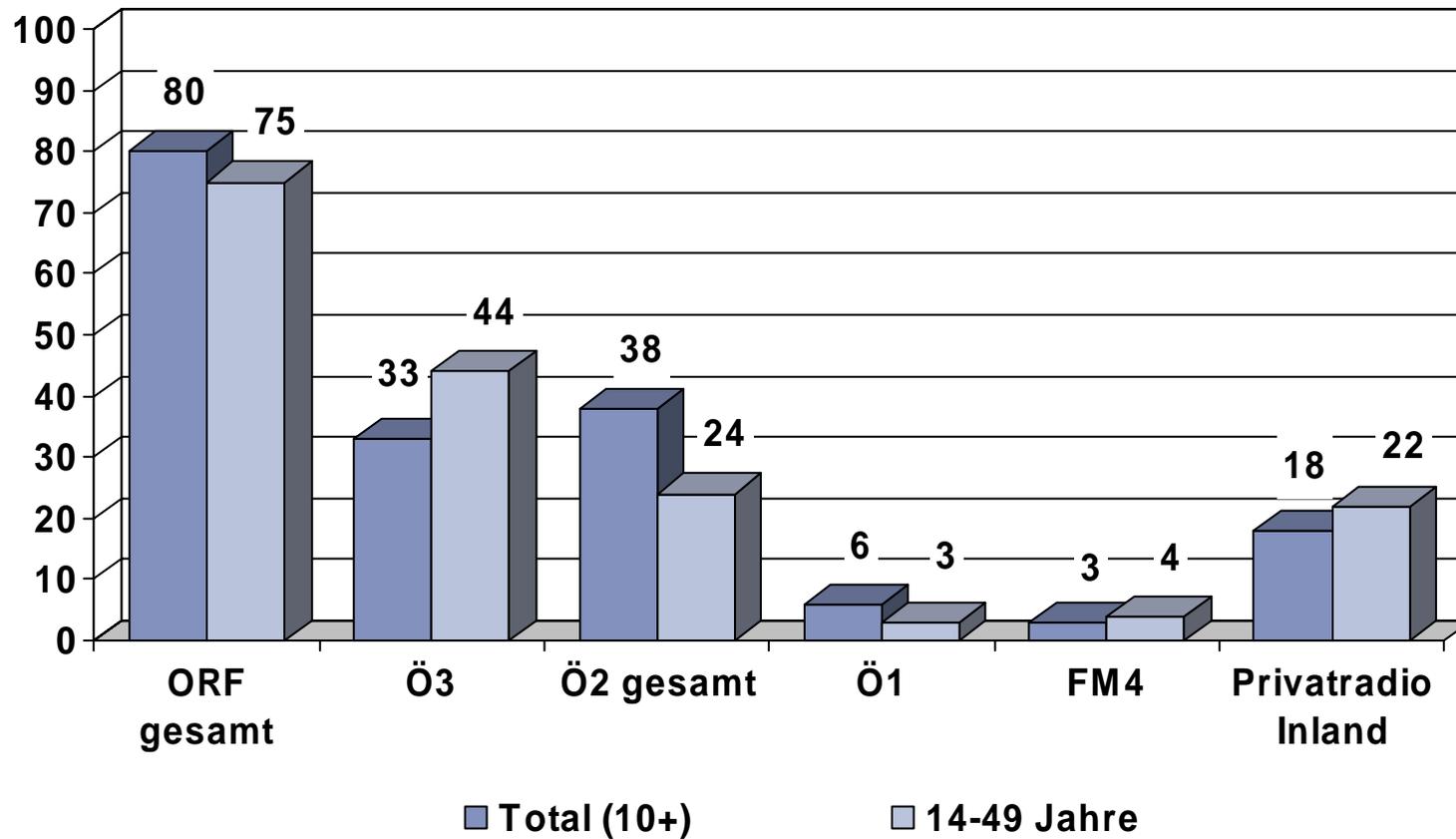
Radio:

- intensivst genutztes Medium
- dennoch Hördauer pro Tag nimmt ab
- Radio wird von allen Altersschichten gleichermaßen lang genutzt



# Marktanteile Hörfunk 2005

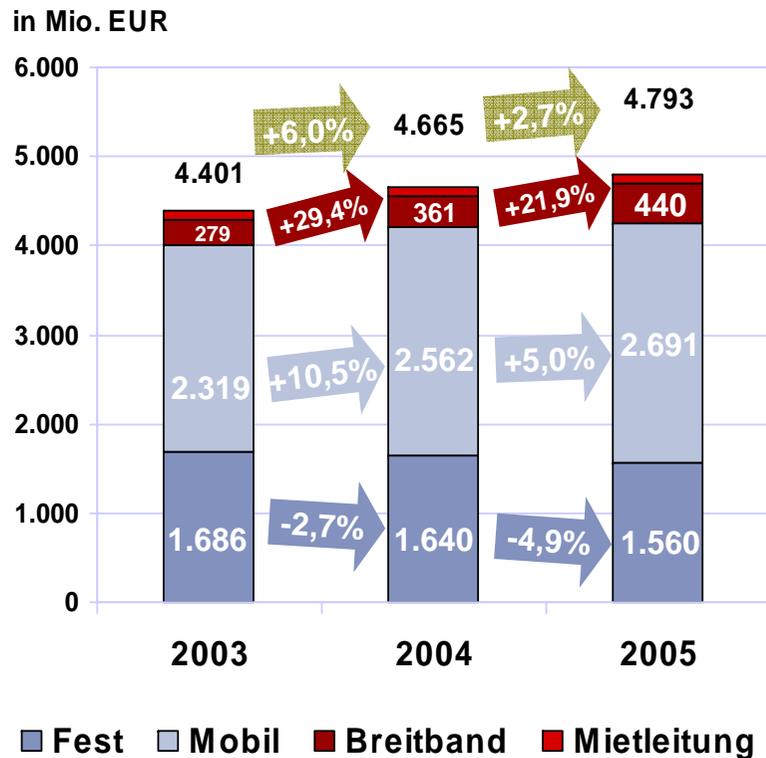
Angaben in %





# Fachbereich Telekommunikation

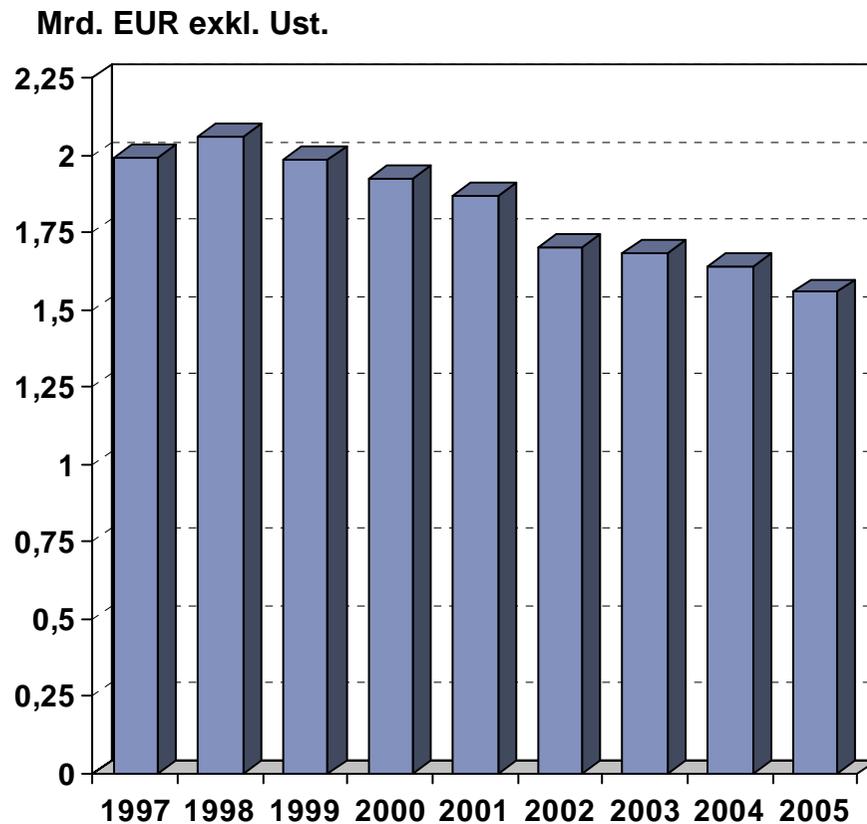
Der österreichische Telekommunikationsmarkt wuchs von 2004 auf 2005 um 2,7%. Wachstumstreiber waren Mobiltelefonie und Datenkommunikation.



- gesamtes Marktwachstum hält an
  - steigendes Gesamtvolumen
  - sinkende Tarife
- stärkster absoluter Zuwachs bei Mobilkommunikation (EUR 129 Mio.)
- stärkster relativer Zuwachs bei Breitband (ca. +22 %)
- Festnetz-Sprachtelefonie: leichter Rückgang (-4,9 %)
- Mietleitungen: Stagnation bei ca. EUR 100 Mio.



## Umsatzentwicklung am Festnetzendkundenmarkt

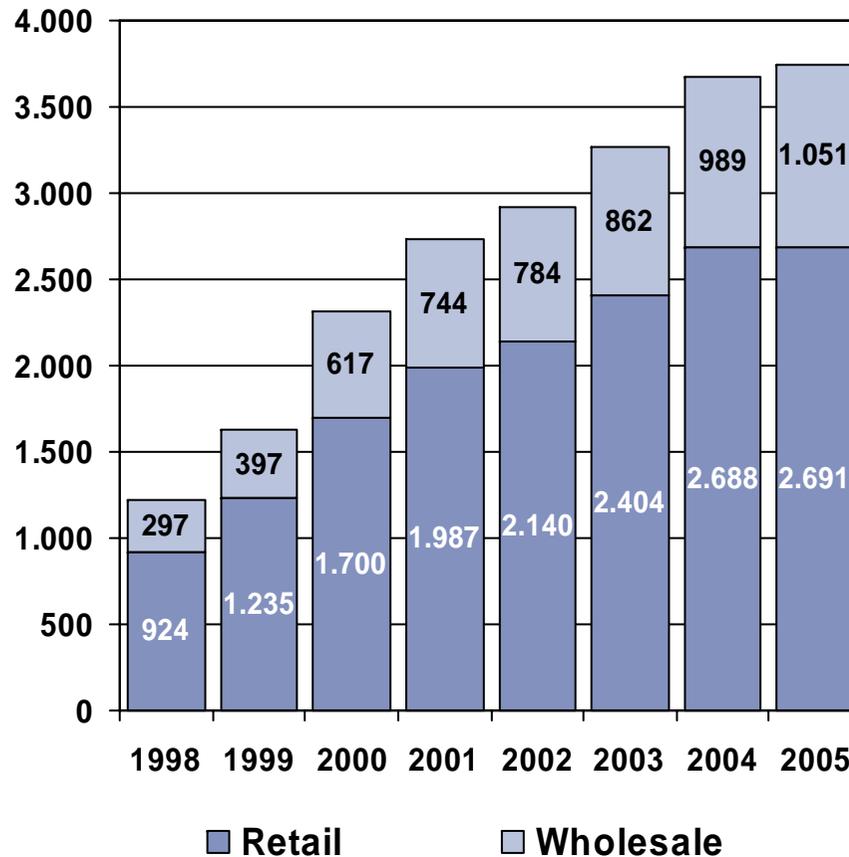


- Der österreichische Festnetzendkundenmarkt ist durch einen moderaten, stetigen Umsatzrückgang in allen Bereichen gekennzeichnet:
  - bei den Verkehrswerten
  - im Anschluss- und Verbindungsbereich
  - bei Privat- und Nichtprivatkunden
- Grund für diese Entwicklung: expansive Teilnehmernetzwerkentwicklung am Mobilfunkmarkt



# Umsatzentwicklung Mobilfunk

Umsätze in Mio EUR

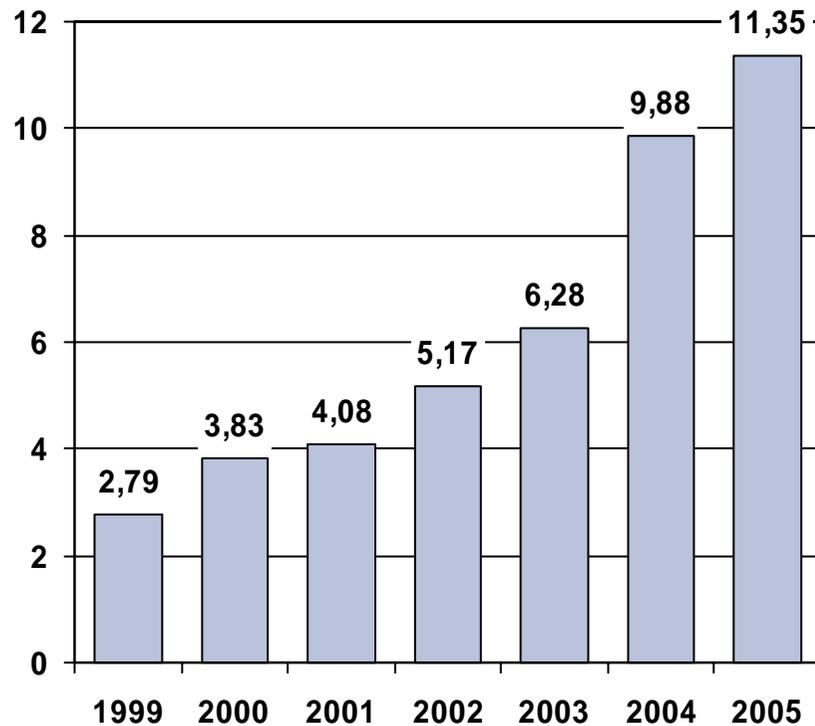


- Anteil der Endkundenumsätze an den gesamten Mobilfunkumsätzen lag 2005 bei ca. 72 %
- Anteil der Wholesale-Umsätze lag 2005 bei ca. 28 %:
  - 19 % entfielen auf den Verkauf von Mobilterminierungsleistungen
  - 7 % auf Wholesale International Roaming
  - 2 % Sonstige



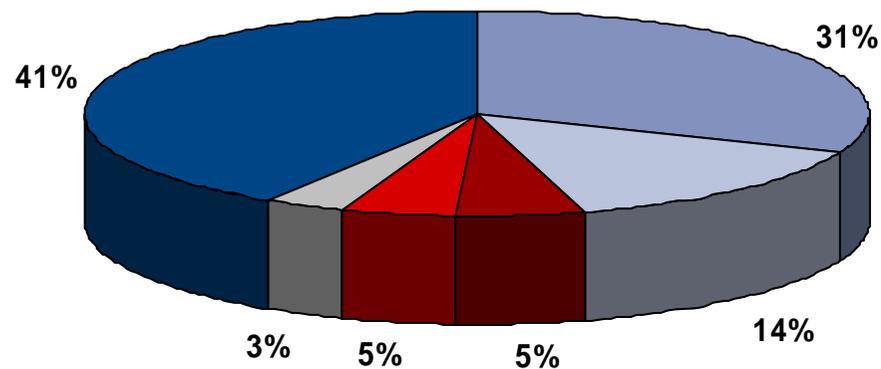
## Anteil Datendienste am Endkundenumsatz (mobil)

Angaben in %



- Anteil der Datendienste von 2,79 % im Jahr 1999 auf mehr als 11 % im Jahr 2005 gestiegen
- Starkes Wachstum bei SMS-Diensten

# Roaming: wo roamen die Österreicher?



■ Deutschland

■ Ungarn

■ Spanien

Daten aus 2004

■ Italien

■ Schweiz

■ Übrige

- Kunden österreichischer Mobilfunkbetreiber roamen am häufigsten in (siehe Abbildung):

- Deutschland: 31 %
- Italien: 14,4 %
- Ungarn: 5,26 %

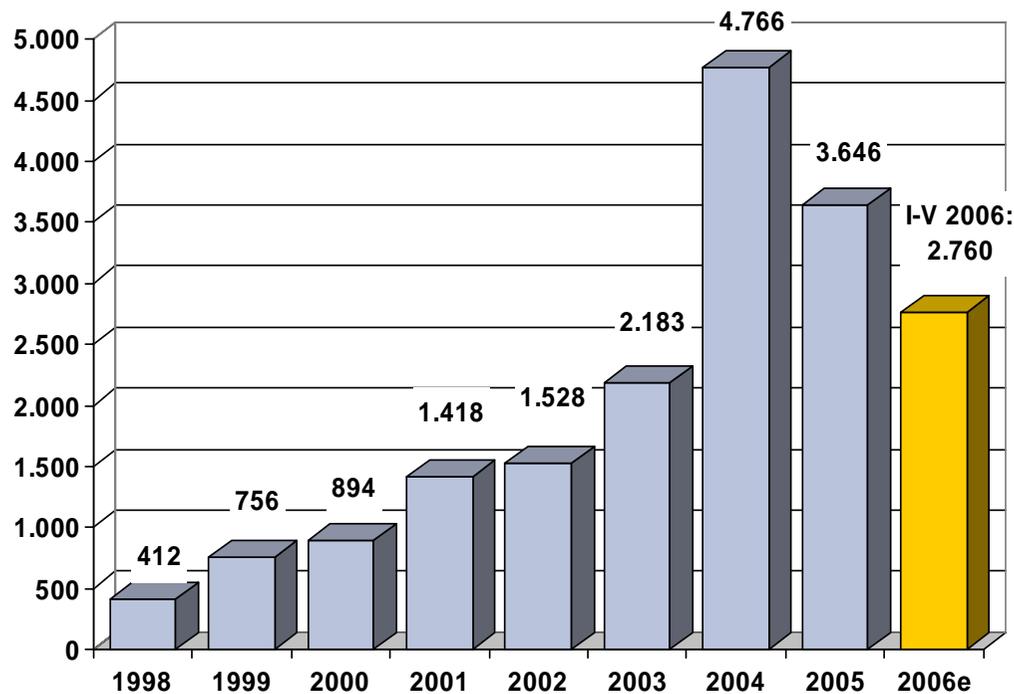
- Kunden ausländischer Mobilfunkbetreiber rufen von Österreich aus am Häufigsten nach:

- Deutschland: 50,48 %
- Italien: 8,15 %
- Niederlande: 6,32 %



# Endkundenstreitschlichtung: gesetzte Maßnahmen zeigen Wirkung

Anzahl der Streitschlichtungsfälle



Trend: Schlichtungsfälle gehen zurück:

- geänderte Verfahrensrichtlinien (bei Streitwert unter EUR 20,- nur verkürztes Verfahren)
- Schutzbestimmungen der KEM-V: Rückgang bei Dialern