

Karla Fohrbeck und Andreas Johannes Wiesand

Der WDR
als Kultur-
und
Wirtschaftsfaktor

KOHLHAMMER — GROTE

INHALT

I	Zum rechtlich-politischen Hintergrund	
1.	Ein „kulturelles Phänomen“ oder: Der Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	9
2.	Hier Kultur, dort Kommerz Wettbewerbsnachteile für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk?	15
3.	Engpässe und Grenzüberschreitungen Herkömmliche Maßstäbe für den Leistungsnachweis der Anstalten	19
4.	Ein neues Leistungsbild? Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor	30
II	Der WDR als Faktor für Wirtschaft und Arbeitsmarkt	
1.	Die Ausgabenbilanz im Trend: Neue Perspektiven	33
2.	Der WDR als Wirtschaftsfaktor	39
	Branchenstruktur von Kreditoren	40
	Die Auftragsstruktur in räumlicher Gliederung	44
3.	Der WDR als Arbeitsmarktfaktor	
	Entwicklung und Struktur der festen Mitarbeiter	48
	Wohnsitze der festen Mitarbeiter	51
	Freie Mitarbeiter	53
	Beschäftigungswirkungen des WDR	55
4.	Der WDR als Steuerzahler	56
5.	Andere gesellschaftliche Leistungen	58
	Institutionelle und personelle Verflechtung mit der Gesellschaft	62
	Der WDR als Impulsgeber und „Labor“ für technische Innovationen	63
III	Öffentliche Kulturinstitutionen als Wirtschaftsfaktor – Zielvorgabe oder Legitimationshilfe?	
1.	Kultur als Produktivfaktor – ein historischer Einstieg	65
2.	Die rentablen Künste – eine internationale Diskussion	68
3.	Kultur- und Wirtschaftsfaktor – eine falsche Alternative	73
IV	Der WDR als Teil des Kulturmarktes	
1.	Die „Software-Krise“ – Interdependenzen im Kultur- und Medienmarkt	75
	Was leistet der WDR für den Kultur- und Medienmarkt?	82

2.	Der WDR als Auftraggeber der Kulturwirtschaft Auftrags- und Coproduktionen des WDR-Fernsehens	87 95
3.	Der WDR und der Arbeitsmarkt der Kulturbereufe	106
	Feste und Freie – normalisiert sich das Verhältnis?	111
	Strukturen der Freien Mitarbeit	116
	Die Hörspielproduktion als Beispiel	122
4.	Auftrag zu „unternehmerischem“ Handeln?	123
	Das bisherige Aktivitätsspektrum	126
	Neue Aufgabenstellungen	130
V Der WDR als Teil der Kulturentwicklung		
1.	Zwischen Pflichtaufgabe und Mäzenatentum: Was ist Rundfunkkultur?	137
	Aufgaben und Selbstverpflichtungen	140
2.	Kultur im Programm	144
	Aktuelle Stunde = Kulturelle Stunde?	156
3.	Der WDR als Teil und Förderer kultureller Öffentlichkeit	163
	Qualitätsförderung – Kulturvermittlung – Landesidentität	167
4.	Die auswärtigen Kultur-Beziehungen des WDR	178
	Besonderheiten in Europa und anderswo	180
	Die andere Seite der Medaille: Quoten zur Importsteuerung?	188
	Was kostet das Auslandsengagement des WDR?	192
VI Der WDR als Kulturveranstalter in Nordrhein- Westfalen am Beispiel der Musik		
1.	Kommt der WDR „in die Hölle“? Der größte Musikveranstalter im Land: Förderer oder Konkurrent?	195
2.	Ein „Kölner Wasserkopf“ oder dezentrale Musikförderung?	197
3.	Akustische Innovationen als erfolgreiche Profilierung	206
4.	Der WDR ist kein Musikautomat	214
VII Zusammenfassung		
	Personen- und Ortsregister	217 223