



Direktorenkonferenz  
der  
Landesmedienanstalten



Kommission zur Ermittlung der  
Konzentration im Medienbereich

## Pressemitteilung 11/2010

Geschäftsstelle

Helene-Lange-Straße 18 a  
14469 Potsdam

Tel.: (03 31) 2 00 63 60  
Fax: (03 31) 2 00 63 70

E-Mail: [info@kek-online.de](mailto:info@kek-online.de)  
<http://www.kek-online.de>

### **Gemeinsame Pressemitteilung der DLM und der KEK: Landesmedienanstalten veröffentlichen vierten Medienkonzentrationsbericht der KEK**

Die Vorsitzende der KEK, Prof. Dr. Insa Sjurts, hat am 12. Oktober 2010 in Potsdam gemeinsam mit dem KEK-Mitglied und Direktor der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) Prof. Wolfgang Thaenert den vierten Bericht der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk der Öffentlichkeit vorgestellt. Der Bericht wird gemäß § 26 Absatz 6 Rundfunkstaatsvertrag alle drei Jahre veröffentlicht und trägt aktuell den Titel „Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung“.

Zentrale Themen des Berichts sind der technologische Fortschritt, insbesondere die Digitalisierung und die beständig fortschreitende Konvergenz der Medien, die sich unmittelbar auf die Strategien der Medienunternehmen auswirken. Das Internet lässt neue Geschäftsfelder entstehen, führt aber auch zu Substitutionseffekten. Internationale und crossmediale Strategien sind im Medienbereich an der Tagesordnung.

Aus dem Zusammenspiel der verschiedenen Teilmedien entstehen neue Potenziale für Meinungsmacht. Mit Blick auf die Dynamik und Komplexität der Märkte stellt sich die Frage, ob und inwieweit die aktuellen Regelungen des bestehenden Medienkonzentrationsrechts noch geeignet und angemessen sind, den daraus resultierenden Gefahren für die Meinungsvielfalt zu begegnen. Zurzeit ist festzustellen, dass das Fernsehen auf absehbare Zeit das Leitmedium bleiben wird. Dies rechtfertigt auch weiterhin den grundsätzlich fernsehspezifischen Ansatz im Rundfunkstaatsvertrag. Gleichzeitig muss der Blick jedoch auch über den Fernsehmarkt hinaus auf weitere Medien, insbesondere das Internet, und ihre Meinungsrelevanz gerichtet werden. Die Vielfaltssicherung braucht ein ganzheitliches Konzept, das flexibel anwendbar ist und eine crossmediale Betrachtungsweise einschließt.

Die KEK hat einen entsprechenden Entwurf zu einer Neufassung des § 26 Rundfunkstaatsvertrag vorgelegt, die den Unternehmen mehr Rechtsklarheit bieten soll und zugleich flexibel genug ist, der Dynamik der Medienmärkte Rechnung zu tragen. Die KEK schlägt vor, typische Fallkonstellationen für kumulierten Meinungseinfluss in den Bereichen Fernsehen und Print sowie Fernsehen und Hörfunk gesetzlich konkret zu regeln. Die Bewertung und Gewichtung von Aktivitäten in anderen medienrelevanten verwandten Märkten, insbesondere im Online-Bereich, sollen dagegen weiterhin Gegenstand einer Einzelfallbetrachtung sein.

Der Bericht gibt einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des Programmangebots im bundesweiten privaten Fernsehen und die Hauptakteure im Fernsehmarkt. Die Anzahl der bundesweit veranstalteten privaten Fernsehprogramme in deutscher Sprache hat kontinuierlich zugenommen. In Deutschland waren zum 01.07.2009 insgesamt 135 bundesweite private Fernsehprogramme auf Sendung, die über eine inländische Lizenz verfügten und überwiegend in deutscher Sprache ausgestrahlt wurden. Zusätzlich wurden 20 private fremdsprachige Programme auf der Grundlage deutscher Lizenzen bundesweit verbreitet.

Der Markteintritt zahlreicher neuer Akteure hat jedoch zu keinen erheblichen Verschiebungen bei den Zuschaueranteilen der etablierten Sendergruppierungen geführt. Im Jahresdurchschnitt 2009 erreichten die Programme der RTL Group S.A. einen Zuschaueranteil von 25,2 % (2006: 24,6 %) und die der ProSiebenSat.1 Media AG einen Zuschaueranteil von 22,0 % (2006: 21,0 %). Die Programme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bilden mit einem Zuschaueranteil von 42,9 % (2006: 44,6 %) hierzu ein Gegengewicht. Auf die restlichen Programme – darunter auch digitale Pay-TV-Programme, Einkaufsfernsehen, privates Regionalfernsehen, fremdsprachige Programme und Offene Kanäle – entfällt im Jahresdurchschnitt 2009 ein Zuschaueranteil von 9,9 % (2006: 9,8 %).

Mobile-TV – so genanntes Handy-TV – wird in Deutschland derzeit lediglich über DVB-T und UMTS verbreitet. Spezielle DVB-T-basierte Mobile-TV-Angebote existieren nicht, da über DVB-T-fähige Handys die ortsüblich empfangbaren terrestrischen Fernsehprogramme kostenlos empfangen werden können. Je nach Gebiet sind dies zwischen ca. 9 und 32 Programme. UMTS-basierte Mobile-TV-Angebote werden von den klassischen Mobilfunkunternehmen T-Mobile und Vodafone betrieben.

Aufgrund der zunehmenden Verbreitung von breitbandigen Internetzugängen und verbesserter Datenkompression ist es für eine steigende Anzahl von Nutzern möglich, Fernsehen über das Internet (IPTV und Web-TV) zu empfangen. Unter IPTV (Internet Protocol TeleVision) wird die digitale Übertragung von audiovisuellen Inhalten über ein geschlossenes Netzwerk mittels Internetprotokoll verstanden. Zurzeit bieten in Deutschland lediglich die Telekommunikationsunternehmen IPTV an. Im Unterschied zu IPTV umfasst Web-TV größtenteils kostenlose Bewegtbildangebote, die speziell für das Internet aufbereitet und über Webseiten im (offenen) Internet angeboten werden. In Deutschland existiert eine Vielzahl von Web-TV-Angeboten von klassischen Fernsehsendern und reinen Web-TV-Sendern.

Wie in den Jahren zuvor enthält der Konzentrationsbericht auch Darstellungen und Analysen der zentralen Entwicklungen auf medienrelevanten verwandten Märkten. Dabei werden u. a. die Publikumsmärkte des Hörfunks, der Tagespresse, Zeitschriften und Telemedien sowie die vor- und nachgelagerten Märkte des Rechtehandels, der Zugangssysteme, Programmplattformen und Übertragungswege untersucht.

Der Bedeutung des Internets für die öffentliche Meinungsbildung und der Vielfaltssituation in diesem Medienteilmarkt hat die KEK ein eigenes Kapitel gewidmet. Sie stützt sich hierbei auf ein Gutachten, das Prof. Christoph Neuberger und Prof. Frank Lobigs im Auftrag der KEK erstellt haben. Das Gutachten kommt zu dem Ergebnis, dass, entgegen der weit verbreiteten Annahme einer quasi „immanenten“ Vielfalt des Internets, sich diese nicht automatisch schon durch die große Zahl der Anbieter ergibt. Vielmehr lassen sich eine Reihe von vielfaltsmindernden Faktoren benennen. Beschränkt man den Blick auf publizistisch relevante Anbieter, so zeigt sich eine erhebliche Dominanz der Internetabnehmer traditioneller Massenmedien, die ihre Inhalte im Internet nochmals aufbereiten und verwerten. Im Ergebnis führt dies tendenziell zu einem „more of the same“.

Im Hinblick auf die Meinungsbildungsrelevanz des Internets kann grundsätzlich von einer Bedeutungszunahme ausgegangen werden. Aufgrund seiner Heterogenität ist jedoch nicht das Gesamtmedium Internet zu bewerten, sondern nach Angebotstypen, d. h. nach publizistischen (z. B. professionellen journalistischen) Angeboten und nicht-publizistischen Angeboten (z. B. soziale Netzwerke), zu differenzieren. Typische crossmediale Verflechtungskonstellationen der Betreiber von Internetangeboten werden aufgezeigt und im Hinblick auf ihre Meinungsbildungsrelevanz bewertet. Dabei ist u. a. festzustellen, dass den klassischen Medienunternehmen aufgrund ihrer Dominanz bei professionellen journalistischen Angeboten im Vergleich zu anderen Internetanbietern eine überragende Meinungsbildungsrelevanz im Internet zuzusprechen ist. Sie können so ihr Potenzial der Meinungsbeeinflussung noch deutlich steigern. Der crossmediale Transfer von Medieninhalten ins Internet hat aber auch positive Wirkungen für die Meinungsvielfalt: Nie war der „Vielfaltsluxus“ für die Nutzer journalistischer Qualitätsprodukte so groß: Sie erhalten nahezu das gesamte Spektrum journalistischer Vielfaltsproduktion frei Haus. Gerade dieser von der Wettbewerbssituation der journalistischen Anbieter erzwungene „Vielfaltsluxus“ auf der Nachfrageseite bildet jedoch einen Nährboden für künftige Vielfaltsgefährdungen auf der Angebotsseite. Prof. Sjurts betonte, dass das Internet eine effektive, crossmedial ausgerichtete publizistische Konzentrationskontrolle somit keineswegs überflüssig macht.

Potsdam, 12. Oktober 2010

**Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hrsg.): Bericht der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) „Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung“**

**Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Band 45, VISTAS Verlag Berlin**

**449 Seiten, 80,00 Euro (D), ISBN: 978-3-89158-536-8**