

**Zulassungsantrag der RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG  
für das Fernsehspartenprogramm „SUPER RTL“  
und  
Beteiligungsveränderungen**

**Aktenzeichen: KEK 591 und KEK 592**

**Beschluss**

In der Rundfunkangelegenheit

der RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG, vertreten durch die RTL DISNEY Fernsehen Geschäftsführungs GmbH, diese vertreten durch den Geschäftsführer Claude Schmit, Richard-Byrd-Straße 6, 50829 Köln,

- Antragstellerin -

w e g e n

Zulassung zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehspartenprogramms „SUPER RTL“ und Beteiligungsveränderungen

hat die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) auf Vorlage der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) vom 14.10.2009 in der Sitzung am 08.12.2009 unter Mitwirkung ihrer Mitglieder Dr. Lübbert (stv. Vorsitzender), Albert, Prof. Dr. Dörr, Prof. Dr. Gounalakis, Dr. Hege, Dr. Hornauer, Prof. Dr. Mailänder, Prof. Dr. Schneider, Dr. Schwarz, Prof. Thaenert und Wagner entschieden:

- I Der von der RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG mit Schreiben vom 21.09.2009 bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) beantragten Zulassung zur Veranstaltung des bundesweit verbreiteten Fernsehspartenprogramms SUPER RTL stehen Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen nicht entgegen.**

- II Die von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zugleich vorgelegte Anzeige der Veranstalterin vom 30.09.2009 über die Veränderung von Beteiligungsverhältnissen bei der RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG wird nach den Vorschriften des Rundfunkstaatsvertrags über die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen als unbedenklich bestätigt.**

## **Begründung**

### **I Sachverhalt**

#### **1 Gegenstand der Anmeldung**

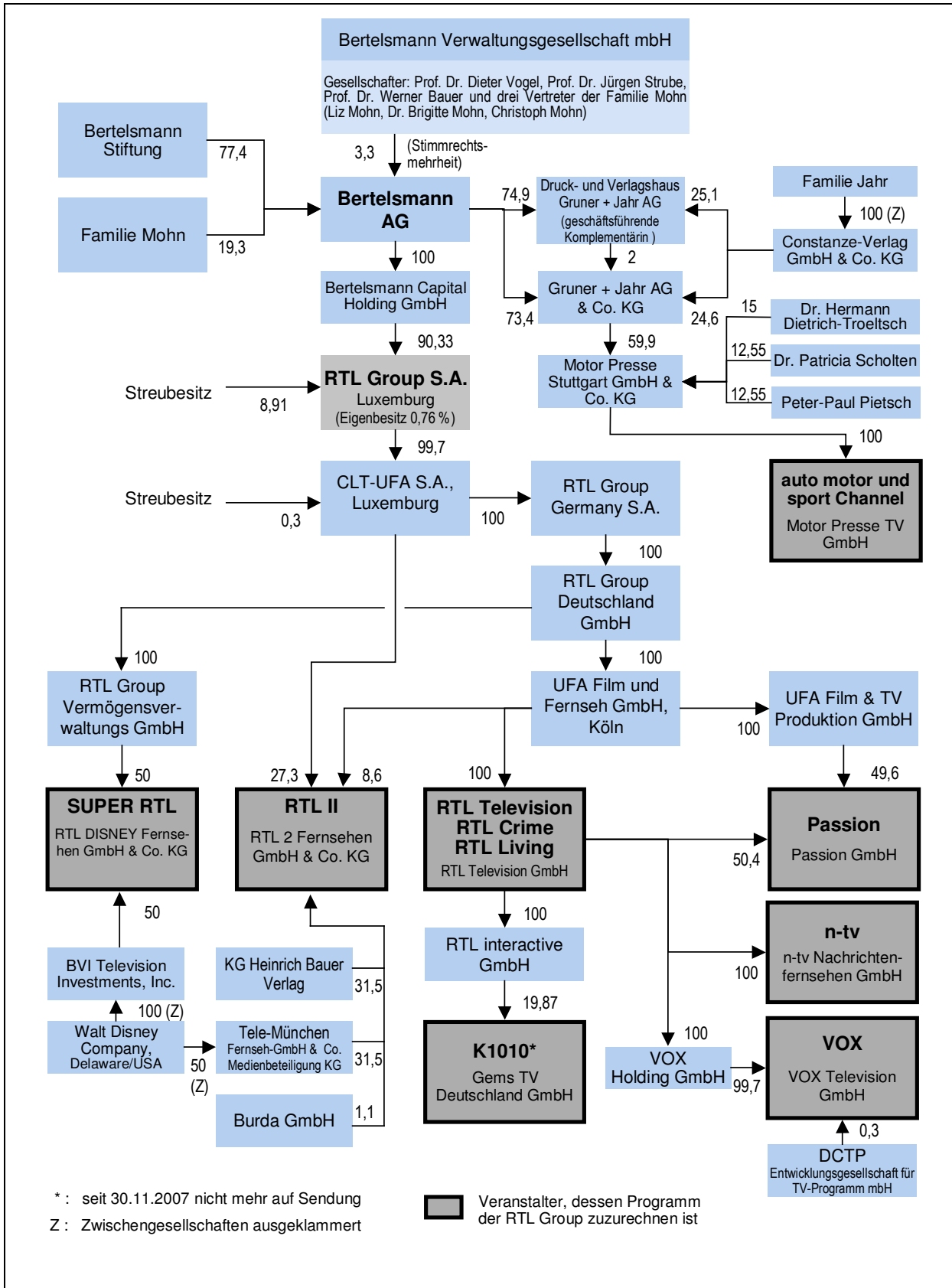
##### **1.1 Az.: KEK 591**

Die RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG („RTL DISNEY“) hat mit Schreiben vom 21.09.2009 bei der LfM die Verlängerung der Zulassung zur Veranstaltung und Verbreitung des Spartenprogramms SUPER RTL beantragt. Der Antragstellerin wurde mit Bescheid vom 10.03.1995 die Zulassung zur Veranstaltung des Programms SUPER RTL für die Dauer von zehn Jahren erteilt und mit Bescheid vom 19.05.2004 um fünf Jahre bis zum 10.03.2010 verlängert. Nunmehr wird eine weitere Verlängerung der Zulassung um fünf Jahre bis zum 10.03.2015 beantragt.

##### **1.2 Az.: KEK 592**

Die Antragstellerin hat zudem mit Schreiben vom 30.09.2009 die Veränderung von Beteiligungsverhältnissen angezeigt. Danach beabsichtigt die RTL Group S.A. aus Gründen der Strukturoptimierung, den bisher von der CLT-UFA S.A. an der Antragstellerin gehaltenen Anteil in Höhe von 50 % in die RTL Group Vermögensverwaltungs GmbH, Köln, einzubringen. Diese Veränderung soll in drei Schritten erfolgen, wobei die Anteile jeweils an 100%ige Tochtergesellschaften übertragen werden: zunächst sollen die Anteile auf die RTL Group Germany S.A. und dann weiter auf die RTL Group Deutschland GmbH übertragen werden. Diese soll die Anteile schließlich in die RTL Group Vermögensverwaltungs GmbH einbringen.

Nach Vollendung der Umstrukturierung besteht bei der RTL Group S.A. damit folgende Beteiligungsstruktur:



**1.3** Die LfM hat der KEK die Anträge mit Schreiben vom 14.10.2009 vorgelegt.

## **2 Programmstruktur und -verbreitung**

**2.1** Das Programm SUPER RTL ist ein 24-stündiges Unterhaltungsspartenprogramm für Kinder. Gesendet werden Zeichentrickfilme, Serien, Spielfilme, Shows und Magazine.

**2.2** SUPER RTL wird frei empfangbar analog und digital über Satellit (Astra), terrestrisch (DVB-T) und über die Kabelnetze der Kabel Deutschland Vertrieb und Service GmbH & Co. KG („Kabel Deutschland“), Unterföhring, der Kabel Baden-Württemberg GmbH & Co. KG („Kabel BW“), Heidelberg, der Unitymedia NRW GmbH und der Unitymedia Hessen GmbH & Co. KG (zusammen „Unitymedia“), Köln, sowie als IPTV über die Netze der Deutsche Telekom AG („DTAG“), Bonn, der Vodafone AG & Co. KG („Vodafone“, ehemals Arcor AG & Co. KG), Eschborn, und der HanseNet Telekommunikation GmbH („HanseNet“), Hamburg, verbreitet.

### **2.3 Plattformverträge**

Die Veranstalterin hat hinsichtlich der Verbreitung ihres Programms SUPER RTL Plattformverträge mit Kabel Deutschland, Kabel BW, Unitymedia, DTAG, Vodafone und HanseNet geschlossen. Die Mediengruppe RTL verhandelt die Einspeiseverträge dabei für alle beteiligten Sender gemeinsam. Daher sind die mit den jeweiligen Kabelnetzbetreibern abgeschlossenen Verträge inhaltsgleich bzw. werden in einem Dokument für alle beteiligten Sender geschlossen. Hinsichtlich der Plattformverträge mit Unitymedia, DTAG, Vodafone und HanseNet kann insofern auf die Prüfung im Rahmen der Beschlüsse i. S. VOX, Az.: KEK 450, i. S. RTL II, Az.: KEK 451, verwiesen werden. Die Verträge mit Kabel Deutschland und Kabel BW wurden dagegen unter einem eigenen Rubrum geschlossen und daher von der Veranstalterin vorgelegt.

#### **2.3.1 Plattformvertrag mit Kabel Deutschland**

XXX ...

### 2.3.2 Plattformvertrag mit Kabel BW

XXX ...

## 3 Antragstellerin und Beteiligte

- 3.1** Der Gesellschaftszweck von **RTL DISNEY** ist: „(a) der Erwerb und Erhalt sämtlicher Zulassungen, Nutzungsgenehmigungen und sonstiger Genehmigungen, gleich welcher Art, sowie die Produktion, die Veranstaltung, die Ausstrahlung und Verbreitung über derzeit oder zukünftig geeignete und zur Verfügung stehende Mittel und die umfassende Vermarktung von Fernsehprogrammen, insbesondere eines deutschsprachigen, familienorientierten Fernsehprogramms unter der Senderkennung „SUPER RTL“ oder „The Disney Channel“ oder einer anderen Senderkennung, einschließlich der Durchführung des sendetechnischen Ablaufs, sowie (b) die Beschaffung und Verwertung von Programm-Rechten und -material einschließlich des Erwerbs und der Vergabe von Lizenzrechten, sowie (c) die Durchführung aller Handlungen, Maßnahmen und Geschäften, die mit dem vorbezeichneten Gegenstand in unmittelbarem oder mittelbarem Zusammenhang stehen“ (XXX ... vgl. Beschluss i. S. SUPER RTL, Az.: KEK 216; Auszug aus dem Handelsregister A des Amtsgerichts Köln zur Firmennummer HRA 13344).

Geschäftsführungs- und vertretungsberechtigt ist die Komplementärin ohne Kapitalanteil RTL DISNEY Fernsehen Geschäftsführungs GmbH („RTL DISNEY GmbH“, § 4 Abs. 1 und § 6 Abs. 1). Kommanditisten von RTL DISNEY und Gesellschafter der RTL DISNEY GmbH sind mit einer jeweils 50%igen Kapitalbeteiligung die BVI Television Investments, Inc. („BVI“), Wilmington, Delaware/USA, und die CLT-UFA S.A., Luxemburg-Kirchberg.

XXX ...

### 3.2 RTL Group S.A. und Bertelsmann AG

- 3.2.1** Die **RTL Group S.A.** hält 99,7 % der Aktienbeteiligung an der CLT-UFA S.A. Sie hält außerdem über die CLT-UFA S.A. und deren 100%ige Tochter- und Enkelgesellschaften RTL Group Germany S.A. und RTL Group Deutschland GmbH die Alleinbeteiligung an der RTL Group Vermögensverwaltung GmbH. Die **Bertelsmann AG** hält wiederum indirekt 90,33 % der Beteiligung an der RTL Group S.A.

An der Bertelsmann AG halten nach Unternehmensangaben die Bertelsmann Stiftung 77,35 %, die Familie Mohn 19,32 % und die Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH 3,32 % der Kapitalanteile. Die Stimmrechte lagen bislang vollständig bei der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH. Mit dem Tod von Reinhard Mohn haben sich die bis dahin stimmrechtslosen Kapitalanteile der Ehefrau und der Kinder von Reinhard Mohn zwar in stimmberechtigte Anteile gewandelt, die Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH hat aber weiterhin die Stimmrechtsmehrheit inne und kontrolliert damit auch weiterhin die Bertelsmann AG.

**3.2.2** Über die Beteiligungen der CLT-UFA S.A. kontrollieren die RTL Group S.A. und die Bertelsmann AG mittelbar sämtliche Geschäftsanteile der RTL Television GmbH, die das bundesweite Vollprogramm **RTL** und die Spartenprogramme **RTL Living** und **RTL Crime** veranstaltet. Über die RTL interactive GmbH ist die RTL Television GmbH auch mit 19,87 % an der Gems TV Deutschland GmbH beteiligt, die eine Zulassung für das Programm **K1010** besitzt (seit 30.11.2007 nicht mehr auf Sendung). Eine mittelbare 100%ige Beteiligung der CLT-UFA S.A. besteht darüber hinaus an der n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH, der Veranstalterin des Nachrichtenprogramms **n-tv**, und der Passion GmbH, die das Spartenprogramm **Passion** veranstaltet. An der VOX Television GmbH, Veranstalterin des Vollprogramms **VOX**, hält die CLT-UFA S.A. mittelbar 99,7 % der Anteile. Zudem besteht eine Beteiligung der CLT-UFA S.A. in Höhe von insgesamt 35,9 % (unmittelbar in Höhe von 27,3 % und eine mittelbar über die UFA Film und Fernseh GmbH in Höhe von 8,6 %) an der RTL 2 GmbH & Co. KG, der Veranstalterin des Vollprogramms **RTL II**. Die Bertelsmann AG ist zudem über ihre Beteiligung an der Gruner + Jahr AG & Co. KG (73,4% unmittelbar sowie eine weitere mittelbare Beteiligung über die Komplementärin Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr AG) mittelbar mehrheitlich an der Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG („Motor Presse“) beteiligt, deren 100%ige Tochter Motor Presse TV GmbH das Programm **auto motor und sport Channel** veranstaltet. Auf frühere Ausführungen zu den genannten Programmveranstaltern wird Bezug genommen (vgl. Beschlüsse i. S. auto motor und sport Channel, Az.: KEK 396, I 3.1; Passion, Az.: KEK 391, I 3.1; n-tv, Az.: KEK 382, I 3.1; VOX/DCTP, Az.: KEK 342, II 4.1; K1010, Az.: KEK 262, I 2.1; RTL World, Az.: KEK 255, I 4.1, sowie SUPER RTL, Az.: KEK 216, I 2 und 3.1). Hinsichtlich der gesellschaftsrechtlichen Verflechtungen wird zudem auf das Schaubild unter I 1.2 verwiesen.

**3.2.3** Die Bertelsmann AG zählt mit einem Umsatz von rund 16,1 Mrd. Euro im Jahr 2008 zu den weltweit größten Medienkonzernen. Der Konzern versteht sich als internationales Unternehmen; rund zwei Drittel der Umsätze wurden außerhalb Deutschlands generiert. Zu den Unternehmensbereichen zählen, neben der RTL Group S.A., Random House (Buchverlage), Gruner + Jahr (Zeitungen, Zeitschriften), Arvato (Druck, Dienstleistungen, Informationstechnologie, Speichermedien) und die Direct Group (Buch- und Musikclubs, Online-Shops). Der größte Anteil am Umsatz der Bertelsmann AG wird von der RTL Group S.A. erwirtschaftet.

Die RTL Group S.A. ist der größte Fernseh- und Hörfunkkonzern Europas mit Beteiligungen an 46 Fernsehsendern und 30 Hörfunkstationen in 11 Ländern (Angabe unter [www.rtlgroup.com](http://www.rtlgroup.com), Stand 11/2009). Auch im Bereich der TV-Produktion ist die RTL Group S.A. eines der führenden Unternehmen: mit ihr verbundene Produktionsunternehmen sind in über 40 Ländern tätig; in Deutschland sind die Aktivitäten unter dem Dach der UFA-Gruppe gebündelt. Weitere Geschäftsfelder der RTL Group S.A. sind der Rechtehandel, die Vermarktung von Sportrechten (Ufa Sports), Online-Angebote (über die RTL interactive GmbH) und technische Dienstleistungen für das Fernsehen (über das Cologne Broadcasting Center).

Im Pressebereich ist die Bertelsmann AG mit 74,9 % an der Gruner + Jahr AG & Co. KG („Gruner + Jahr“) beteiligt. Im Zeitungsbereich hält diese sämtliche Anteile an der Financial Times Deutschland GmbH & Co. KG (Financial Times Deutschland) und 60 % an der Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG (Sächsischen Zeitung, Morgenpost Sachsen), die ihrerseits wiederum sämtliche Anteile an der Döbelner Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Döbelner Anzeiger) hält.

Gruner + Jahr ist vor allem im Markt der Publikumszeitschriften stark vertreten (u. a. Stern, Brigitte, Gala, Schöner Wohnen). Weitere Geschäftsfelder der Bertelsmann AG sind u. a. Buchverlage, Druckereien, Musikverlage sowie Buch- und Musikclubs.

### **3.3 Walt Disney**

Die BVI ist ein 100%iges Tochterunternehmen der Disney Enterprises, Inc., Delaware, USA, die ihrerseits vollständig im Anteilsbesitz der The Walt Disney Company, Inc. („Walt Disney“) steht. Walt Disney ist eine Publikumsgesellschaft mit Hauptsitz in Burbank, Kalifornien (USA). Der Anteilsbesitz ist breit gestreut. Größter Anteils-

eigner mit rund 6 % ist der Apple-Gründer Steve Jobs. Alle weiteren Beteiligungen liegen unter 5 %.

Walt Disney ist mit einem Umsatz im Jahr 2008 von rund 37,8 Mrd. US-Dollar hinter Time Warner der weltweit zweitgrößte Medienkonzern. Die Aktivitäten des Unternehmens erstrecken sich auf die Geschäftsbereiche „Medien-Networks“ (insbesondere Kabelfernsehen und Internet), Freizeitparks, Inhalteproduktion und -vermarktung, Konsumgüter und Lizenzprodukte. Die Fernsehaktivitäten umfassen in den USA das ABC Television Network sowie Kabelfernsehprogramme wie z. B. ESPN, Disney Channel, Toon Disney und Jetix, die auch international als Pay-TV-Programme vermarktet werden. Zu Walt Disney gehören zehn Fernsehsender, im Radiobereich die Sendernetzwerke ESPN Radio und Radio Disney sowie 46 einzelne Radiostationen, der Studiobereich der Walt Disney Motion Pictures Group (ehem. Buena Vista; dazu gehören u. a. Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures, Hollywood Pictures, Studios Miramax Films sowie die Animations- und Trickfilmstudios Walt Disney Animation Studios und Pixar Animation Studios), das TV-Produktionsunternehmen ABC Studios (ehem. Touchstone Television) und der Inhaltevermarkter Disney-ABC Domestic Television (ehem. Buena Vista Television).

Im bundesweit verbreiteten Fernsehen hält Walt Disney mittelbar sämtliche Anteile an der The Walt Disney Company (Germany) GmbH, die die Pay-TV-Kinderprogramme **Disney Channel**, **Toon Disney**, **Playhouse Disney** und **Disney XD** (vormals Jetix) veranstaltet. Walt Disney ist zudem mittelbar zu 50 % an der Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Medienbeteiligung KG beteiligt, die ihrerseits 31,5 % der Anteile an der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG hält, der Veranstalterin des Vollprogramms **RTL II**. Ferner ist Walt Disney mittelbar in Höhe von 37,5 % der Anteile an der A & E Television Networks, New York/USA, beteiligt, einem Gemeinschaftsunternehmen mit NBC Universal, Inc. und The Hearst Corporation. Deren 100%ige Tochtergesellschaft The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG veranstaltet die Pay-TV-Spartenprogramme **History** und **The Biography Channel** und hält eine Zulassung für das bisher noch nicht auf Sendung gegangene Programm **Crime & Investigation Network**.

## **II Verfahren**

Die Vollständigkeitserklärung der Antragstellerin liegt vor. Der LfM wurde Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben.

## **III Medienkonzentrationsrechtliche Beurteilung**

### **1 Bestätigungsvorbehalt der KEK**

**1.1** Nach § 20 Abs. 1 Satz 1 RStV bedürfen private Rundfunkveranstalter einer Zulassung. Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt werden von der KEK nach Vorlage durch die zuständige Landesmedienanstalt gemäß § 37 Abs. 1 RStV beurteilt.

**1.2** Gemäß § 29 Satz 1 und 4 RStV ist jede geplante Veränderung von Beteiligungsverhältnissen bei Veranstaltern von bundesweiten Fernsehprogrammen bei der zuständigen Landesmedienanstalt anzumelden und erst dann zu vollziehen, wenn sie als für die Sicherung der Meinungsvielfalt unbedenklich bestätigt worden ist. Dieser Vorschrift wurde genügt.

### **2 Zurechnung von Programmen**

**2.1** Der RTL DISNEY wird als Veranstalterin das Programm SUPER RTL gemäß § 28 Abs. 1 Satz 1, 1. Alt. RStV zugerechnet. Darüber hinaus werden ihr jeweils die ihren Gesellschaftern BVI einerseits und CLT-UFA andererseits zuzurechnenden Programme zugerechnet (s. u. III 2.2 und 2.3, arg. e §§ 28 Abs. 1 Satz 3, 29 Satz 2 RStV). Die der BVI einerseits und CLT-UFA andererseits zuzurechnenden Zuschaueranteile sind dabei jeweils getrennt zu betrachten und nicht zusammenzurechnen. Für eine Addition der jeweiligen Zuschaueranteile wäre erforderlich, dass auch im Verhältnis der jeweiligen Obergesellschaften über ihre Kooperation bei RTL DISNEY hinaus ein Verbundtatbestand im Sinne von § 28 RStV erfüllt wäre (vgl. dazu bereits die Beschlüsse i. S. SUPER RTL, Az.: 216, III 2.1.1, und i. S. n-tv, Az.: KEK 156-2, III 2.1.4 und 2.1.5). Dafür sind keine Anhaltspunkte ersichtlich.

## **2.2 RTL Group S.A. und Bertelsmann AG**

Das Programm SUPER RTL ist auch der CLT-UFA, der RTL Group S.A. und ihrer Muttergesellschaft, der Bertelsmann AG, zuzurechnen (§ 28 Abs. 1 Satz 1, 2. Alt. und Satz 2 RStV i. V. m. §§ 16, 17 AktG). Darüber hinaus werden diesen Unternehmen nach den gleichen Zurechnungstatbeständen die Programme RTL, RTL II, VOX, n-tv, RTL Living, RTL Crime, Passion und K1010 zugerechnet (vgl. zuletzt Beschluss i. S. RTL, Az.: KEK 460).

## **2.3 Walt Disney**

SUPER RTL ist auch der BVI und Walt Disney gemäß § 28 Abs. 1 Satz 1, 2. Alt. RStV und § 28 Abs. 1 Satz 2 RStV i. V. m. §§ 16, 17 AktG zuzurechnen.

Daneben werden Walt Disney im bundesweiten Fernsehen die Programme Disney Channel, Toon Disney, Playhouse Disney, Disney XD (ehemals Jetix), RTL II, The Biography Channel, History und das noch nicht auf Sendung befindliche Programm Crime & Investigation Network zugerechnet (vgl. zuletzt Beschluss der KEK i. S. Disney Channel, Az.: KEK 420, III 2).

## **2.4 Zurechnung zu Plattformbetreibern**

**2.4.1** Nach § 28 Abs. 2 Satz 1 RStV steht einer Beteiligung nach § 28 Abs. 1 RStV gleich, wenn ein Unternehmen allein oder gemeinsam mit anderen auf einen Veranstalter einen vergleichbaren Einfluss ausüben kann. Als vergleichbarer Einfluss gilt gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV auch, wenn das Unternehmen aufgrund vertraglicher Vereinbarungen eine Stellung innehat, die wesentliche Entscheidungen des Veranstalters über die Programmgestaltung von seiner Zustimmung abhängig macht.

**2.4.2** Bislang hat die KEK mehrere auf Pay-TV-Plattformen von Dritten veranstaltete Programme gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV dem Plattformbetreiber zugerechnet, weil der jeweilige Plattformvertrag dem Veranstalter wesentliche Abweichungen des Programms von einem vertraglich vereinbarten Sendekonzept ohne Zustimmung des Plattformbetreibers untersagt und der Plattformbetreiber damit Einfluss auf das Rundfunkprogramm erhält (vgl. Beschluss i. S. Kinowelt TV, Az.: KEK 204, III 2.2, und i. S. Just Four Music, Az.: KEK 411, III 2.5, m. w. N.).

Sofern dagegen der Plattformvertrag keinen solchen Zustimmungsvorbehalt vorsieht und keine inhaltlichen Vorgaben für die Programmgestaltung enthält, die über eine allgemein gehaltene Bezeichnung des Genres, ggf. die Pflicht des Veranstalters zur Qualitätssicherung und gewisse quantitative Mindestanforderungen hinausgehen (insbesondere: weder ein vertraglich vereinbartes Sendeschema, das den zeitlichen Ablauf des Programms vorgibt, noch sonstige konkrete Regelungen zu Inhalt und Ablauf des Programms), wird das Drittprogramm dem Plattformbetreiber nicht zugerechnet (vgl. Beschluss i. S. Kinowelt TV, Az.: KEK 204, III 2.2, und i. S. MTV Entertainment, Az.: KEK 449, III 2.2.4, m. w. N.).

- 2.4.3** In den vorgelegten Plattformverträgen mit KDG und Kabel BW wurde jeweils die zeitgleiche und inhaltlich unveränderte Weiterverbreitung des Programms SUPER RTL vereinbart. Zustimmungsvorbehalte bei Änderungen des Sendekonzeptes oder inhaltlichen Vorgaben für die Programmgestaltung wurden dabei nicht getroffen. Keiner der Plattformbetreiber erhält durch die getroffenen Vereinbarungen einen die Zurechnung begründenden Einfluss auf das Programm der Antragstellerin.

### **3 Vorherrschende Meinungsmacht**

#### **3.1 Zuschaueranteile**

- 3.1.1** Das Spartenprogramm SUPER RTL erreichte im Referenzzeitraum von September 2008 bis August 2009 einen Zuschaueranteil von **2,5 %** und im Oktober 2009 einen Zuschaueranteil von **2,4%** (Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, TV Scope, Fernseh-panel D+EU; Schreiben der Veranstalterin vom 09.11.2009).
- 3.1.2** Die der RTL Group S.A. und der Bertelsmann AG zuzurechnenden Programme automotor und sport Channel, n-tv, Passion, RTL II, RTL Crime, RTL Living, RTL Television, SUPER RTL und VOX erreichten im Referenzzeitraum insgesamt einen Zuschaueranteil in Höhe von **24,7 %**. Im Oktober 2009 lag dieser Zuschaueranteil bei **26,4 %**.

	Zuschaueranteile	
	September 2008 bis August 2009	Oktober 2009
auto motor & sport Channel	0,0	0,0
n-tv	0,9	0,8
Passion	0,0	0,0
RTL II	3,9	4,0
RTL Crime	0,0	0,0
RTL Living	0,0	0,0
RTL Television	12,1	13,5
SUPER RTL	2,5	2,4
VOX	5,3	5,7
<b>Σ RTL Group/Bertelsmann AG</b>	<b>24,7</b>	<b>26,4</b>

Anteile an der täglichen durchschnittlichen Sehdauer (GfK-„Marktanteile“), Zuschauer ab 3 Jahren, Montag bis Sonntag, 3:00 bis 3:00 Uhr, Angaben in Prozent; Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, TV Scope, Fernsehpanel D+EU; Schreiben der Veranstalterin vom 09.11.2009.

- 3.1.3** Die Walt Disney zuzurechnenden Programme Disney Channel, History, Disney XD (vormals Jetix), Playhouse Disney, RTL II, SUPER RTL, The Biography Channel und Toon Disney erzielten im Referenzzeitraum von September 2008 bis August 2009 einen Zuschaueranteil von **6,5%**. Im Oktober 2009 erlangten diese Programme einen Zuschaueranteil von **6,4%**.

	Zuschaueranteile	
	September 2008 bis August 2009	Oktober 2009
Disney Channel	0,1	0,0
History	0,0	0,0
Disney XD (vormals Jetix)	0,0	0,0
Playhouse Disney	0,0	0,0
RTL II	3,9	4,0
SUPER RTL	2,5	2,4
The Biography Channel	0,0	0,0
Toon Disney	0,0	0,0
<b>Σ Walt Disney</b>	<b>6,5</b>	<b>6,4</b>

Anteile an der täglichen durchschnittlichen Sehdauer (GfK-„Marktanteile“), Zuschauer ab 3 Jahren, Montag bis Sonntag, 3:00 bis 3:00 Uhr, Angaben in Prozent; Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, TV Scope, Fernsehpanel D+EU; Schreiben der Veranstalterin vom 09.11.2009.

## **3.2 § 26 RStV**

Zu prüfen ist, ob vorherrschende Meinungsmacht nach Maßgabe des § 26 RStV besteht oder entsteht. Dabei bildet § 26 Abs. 1 RStV den Grundtatbestand. Zur Konkretisierung des Merkmals der vorherrschenden Meinungsmacht verweist § 26 Abs. 1 RStV auf die „nachfolgenden Bestimmungen“, d. h. vor allem auf den Vermutungstatbestand des § 26 Abs. 2 RStV, der offene Konkretisierungstatbestände zu widerleglichen Vermutungsregeln erhoben hat. Die Vermutungsregeln sollen den Nachweis vorherrschender Meinungsmacht erleichtern und sind deshalb vorrangig zu prüfen. Greift keine der Vermutungsregeln, schließt sich die Prüfung des Grundtatbestands an (zur Bedeutung des § 26 Abs. 1 RStV als Grundtatbestand und der Leitbildfunktion des § 26 Abs. 2 RStV für seine Auslegung vgl. ausführlich Beschluss i. S. ProSiebenSat.1, Az.: KEK 293, III 3 bis 5).

### **3.2.1 Vermutungstatbestände des § 26 Abs. 2 RStV**

**3.2.1.1** Vorherrschende Meinungsmacht wird gemäß § 26 Abs. 2 Satz 1 RStV vermutet, wenn die einem Unternehmen zurechenbaren Programme im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 30 % erreichen. Diese Schwelle wird von den Programmen der RTL Group S.A. im Referenzzeitraum nicht erreicht.

**3.2.1.2** Vorherrschende Meinungsmacht wird gemäß § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV ferner bei Erreichen eines Zuschaueranteils von 25 % vermutet, sofern das Unternehmen auf einem medienrelevanten verwandten Markt eine marktbeherrschende Stellung hat oder eine Gesamtbeurteilung seiner Aktivitäten im Fernsehen und auf medienrelevanten verwandten Märkten ergibt, dass der dadurch erzielte Meinungseinfluss dem eines Unternehmens mit einem Zuschaueranteil von 30 % entspricht. Diese Zuschaueranteilsgrenze in Höhe von 25 % wird von den der Antragstellerin sowie den der RTL Group S.A. und der Bertelsmann AG zuzurechnenden Programmen im Referenzzeitraum mit 24,7 % nicht erreicht, allerdings nur knapp unterschritten. Im Oktober 2009 lag der Zuschaueranteil der zuzurechnenden Programme über 25 %.

**3.2.1.3** Die Vermutungswirkung des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV kann durch die Anrechnung von Bonuspunkten nach § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV entfallen. Es kommen zunächst zwei Prozentpunkte in Abzug, wenn in dem dem Unternehmen zurechenbaren Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil Fensterprogramme gemäß § 25 Abs.

4 RStV aufgenommen sind (§ 26 Abs. 2 Satz 3, 1. Hs. RStV). In das der RTL Group S.A. zurechenbare Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil RTL sind regionale Fensterprogramme aufgenommen. Derzeit werden im Rahmen des Hauptprogramms RTL in der Zeit montags bis freitags zwischen 18:00 Uhr und 18:30 Uhr in den Ländern Niedersachsen und Bremen, Hamburg und Schleswig-Holstein, Hessen, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz (Rhein-Neckar-Raum) sowie Nordrhein-Westfalen Regionalfensterprogramme gesendet. In Bayern werden auf diesem Sendeplatz lokale Fensterprogramme (und in der Zeit sonntags zwischen 17:45 Uhr und 18:45 Uhr ein zusätzliches Landesfenster) ausgestrahlt (vgl. zuletzt Beschluss i. S. RTL Nord, Az.: KEK 527).

Die KEK hat im Rahmen der Benehmensherstellung zur Zulassung der Regionalfensterveranstalter im Hauptprogramm RTL festgestellt, dass die Voraussetzungen der Anrechenbarkeit i. S. v. § 25 Abs. 4 Satz 2 ff. RStV im Hinblick auf die Regionalfensterveranstalter in Hessen und Baden-Württemberg/Rheinland-Pfalz sowie – zumindest bis 31.12.2009 – für Bremen, Niedersachsen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen erfüllt sind (vgl. Beschluss i. S. RTL Hessen, Az.: KEK 488, i. S. RNF Life, Az.: KEK 329-1 und -2, i. S. RTL Nord, Az.: KEK 469-1, -2 und -3 sowie Az.: KEK 527, i. S. Tele West, Az.: KEK 491). Demnach sind für die Regionalfensterprogramme im Hauptprogramm RTL gemäß § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV zwei Prozentpunkte als Bonus anzuerkennen.

Dadurch verringert sich der zurechenbare Zuschaueranteil von 24,7 % im Rahmen der Prüfung des zweiten Vermutungstatbestands um zwei Prozentpunkte, so dass sich die RTL Group S.A. mit einem verbleibenden zurechenbaren Zuschaueranteil von 22,7 % weiter von der Vermutungsschwelle von 25 % entfernt. Der zurechenbare Zuschaueranteil verringert sich um weitere drei Bonus(Prozent)punkte auf 19,7 % durch die gleichzeitige Aufnahme von Sendezeit für Dritte in das Hauptprogramm RTL gemäß den §§ 26 Abs. 5 und 31 RStV. Die KEK hat hinsichtlich der Zulassung von Drittsendezeit-Veranstaltern im Programm RTL das Benehmen hergestellt (vgl. Beschlüsse i. S. RTL, Az.: KEK 461-3 und 4, sowie zuletzt Az.: KEK 574).

### **3.2.2 Grundtatbestand des § 26 Abs. 1 RStV**

**3.2.2.1** Den Tatbestand des § 26 Abs. 1 RStV überprüft die KEK in ständiger Praxis im Hinblick auf die RTL Group S.A. und die Bertelsmann AG wegen deren starken Stellung im bundesweiten Fernsehen und ihrer weitreichenden sonstigen Aktivitäten im Medienbereich auch außerhalb der konkretisierenden Verwertungstatbestände (zuletzt Beschlüsse i. S. RTL, Az.: 460, III 3.2 mit Verweis auf die vorangegangenen Beschlüsse i. S. RTL II, Az.: 451, III 3.2.2 und VOX, 450, III 3.2.2, zudem Beschlüsse i. S. Passion, Az.: KEK 391, III 3.3, n-tv, Az.: KEK 382, III 3.3, Az.: KEK 354, III 3.3, und Az.: KEK 309, III 3.2.1, sowie i. S. RTL Group, Az.: KEK 341, III 2, und Az.: KEK 289, III 3.2.1).

**3.2.2.2** Für die Einschätzung der Meinungsmacht im bundesweiten Fernsehen kommt den Zuschaueranteilen die entscheidende Bedeutung zu. Der Gesamtzuschaueranteil der RTL Group S.A. lag im Referenzzeitraum bei 24,7 % und aktuell im Monat Oktober 2009 bei 26,4 %. Im Rahmen der Gesamtwürdigung nach § 26 Abs. 1 RStV sind zugunsten der Veranstaltergruppe aber auch vielfaltverstärkende Aspekte zu berücksichtigen. Solche vielfaltverstärkenden Angebote sind, wie es die Bonusregelung des § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV zum Ausdruck bringt, Regional- und Drittfensterprogramme. Allerdings greifen die Bonusregelungen nur dann ein, wenn die Regionalfensterprogramme den Vorgaben des § 25 Abs. 4 RStV und die Drittfensterprogramme denen des § 26 Abs. 5 i. V. m. § 31 RStV entsprechen. Diesen gesetzgeberischen Leitentscheidungen ist auch außerhalb der Vermutungsregelungen Rechnung zu tragen. Die im zuschaueranteilsstärksten Vollprogramm RTL veranstalteten Regional- und Drittfensterprogramme genügen gegenwärtig den Anforderungen des RStV (s. oben unter III 3.2.1.3). Im Rahmen der Gesamtwürdigung können daher von dem Gesamtzuschaueranteil der RTL Group S.A. in Anlehnung an § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV 5 % in Abzug gebracht werden.

**3.2.2.3** Die in der Spitze allesamt der Bertelsmann AG zurechenbaren Aktivitäten auf medienrelevanten verwandten Märkten, die nach dem Leitbild des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV auch im Rahmen der Gesamtbetrachtung nach § 26 Abs. 1 RStV zu berücksichtigen sind, hat die KEK in der Vergangenheit bereits im Rahmen des § 26 Abs. 1 RStV geprüft. Mit der Stellung auf medienrelevanten verwandten Märkten war nach den Feststellungen der KEK ein potenzieller Meinungseinfluss der Bertelsmann AG verbunden, der in etwa mit einem Zuschaueranteil von 7 % im bundesweiten Fern-

sehen vergleichbar ist (vgl. Beschluss vom 11.07.2006 i. S. RTL Group, Az.: KEK 341, III 3.2.2 und I 2, sowie im Einzelnen Beschluss vom 08.05.2006 i. S. n-tv, Az.: KEK 309, I 3.2, III 3.2.1 und III 3.2.3.3). Der Zuschaueranteil der Gruppe lag in diesen Prüfverfahren im Referenzzeitraum mit einem Wert von 24,8 % nur geringfügig über demjenigen des gegenwärtigen Referenzzeitraumes.

Für eine Bezugnahme auf die im vorbenannten Verfahren getroffenen Feststellungen ist zu prüfen, ob bei den crossmedialen Aktivitäten der RTL Group S.A. und der Bertelsmann AG seitdem den potenziellen Meinungseinfluss verstärkende Veränderungen eingetreten sind.

**3.2.2.3.1** Im **Printbereich** ist die RTL Group S.A. über ihre Beteiligung an der Verlagsgruppe Gruner + Jahr AG & Co. KG („Gruner + Jahr“) aktiv. Gegenüber dem Stand im Rahmen der Verfahren Az.: KEK 341 und Az.: KEK 309 wurde im Bereich des **Tageszeitungsmarktes** die Financial Times Deutschland (verkaufte Auflage: 101.794 Exemplare, IVW III/2009, gegenüber 100.859 Exemplaren, IVW II/2005) im Januar 2008 vollständig von Gruner + Jahr übernommen (davor Gemeinschaftsunternehmen mit der Pearson Publishing Group). Daneben hält Gruner + Jahr eine 60%ige Beteiligung an der Morgenpost Sachsen (verkaufte Auflage 91.830 Exemplare) und der Sächsische Zeitung (verkaufte Auflage 265.047 Exemplare). Letztere hat ihren Anteil am Verlag des Döbelner Anzeiger (verkaufte Auflage: 10.642 Exemplare) von seinerzeit 50 % auf nunmehr 100 % erhöht. Im Bereich **Publikumszeitschriften** gibt Gruner + Jahr in Deutschland ca. 40 Zeitschriften heraus, darunter z. B. die Titel Stern, Neon, Brigitte, Gala, Capital, Impulse, Eltern, Schöner Wohnen, Essen & Trinken, Geo und National Geographic. Seit der Prüfung in vorbenannten Verfahren hat Gruner + Jahr die folgenden Zeitschriften eingestellt (bzw. sind diese in anderen Zeitschriften aufgegangen) oder verkauft: Bym (verkaufte Auflage pro Ausgabe (2005): 164.478), Woman (328.232), Frau im Spiegel (verkauft; 390.953), Decoration (55.365) und Schöner Essen (88.925). Ebenfalls eingestellt bzw. verkauft wurden die erst nach der Entscheidung erschienenen Zeitschriften Viva!, Park Avenue, Look und emotion (verkauft). Neu erschienen sind dagegen die Zeitschriften healthy living (verkaufte Auflage: 142.388, jeweils IVW, 3/2009), Dogs (71.411), Nido (k. A., Druckauflage: 200.000), View (145.095), Gala men (k. A., Druckauflage: 120.000), in (294.711) und wunderwelt wissen (116.400).

Gruner + Jahr hat seit der Prüfung in vorbenannten Verfahren zudem die Beteiligung an der Motor Presse, einem der größten Special-Interest-Zeitschriftenverlage in Europa, von 54,9 % auf 59,9 % erhöht. Die Motor Presse publiziert weltweit mehr als 150 Zeitschriften in den Themenfeldern Motor, Lifestyle, Sport und Freizeit, in Deutschland z. B. auto motor und sport, Motorrad und Men's Health (letztere gemeinschaftlich mit dem US-Verlag Rodale Inc.; www.motorpresse.de, Stand:11/2009). Die Motor Presse hat dagegen im Jahr 2008 ihren Geschäftsbe- reich „Telekommunikation & Consumer Electronics“ mit den Marken Connect, Audio, video, stereoplay, autohifi und Color Foto verkauft (Pressemitteilung der Motor Presse vom 10.07.2008). Im Bereich der **Programmzeitschriften** ist Gruner + Jahr nach dem Verkauf von TV Today nicht mehr vertreten. Allerdings ist die Bertelsmann AG mit 75 % an dem TV-Supplement rtv beteiligt.

Der Einfluss von Gruner + Jahr im Printbereich hat sich damit nur im Tageszei- tungsmarkt durch die vollständige Übernahme der Financial Times Deutschland leicht erhöht. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Gruner + Jahr bereits zuvor auf- grund des Gemeinschaftsunternehmens mit der Pearson Publishing Group einen wesentlichen Einfluss auf die Financial Times Deutschland hatte. Die weiteren ein- getretenen Veränderungen im Printbereich gleichen sich gegenseitig aus.

Gruner + Jahr liegt mit einer Gesamtreichweite der publizierten Titel von 33,4 % (MA II/2009, Reichweiten nach Verlagen in %) auf Rang vier hinter Hubert Burda Media mit 51 %, dem Axel Springer Verlag mit 48,8 % (nur Zeitschriften) und dem Heinrich Bauer Verlag mit 47,7 %.

**3.2.2.3.2 Im Radiobereich** hält die RTL Group S.A. unverändert sämtliche Anteile an den Sendern RTL Radio und 104.6 RTL. Die Anteile am Sender Spreeradio wurden von seinerzeit 33,85 % auf nunmehr ebenfalls 100 % erhöht. Daneben bestehen weiter- hin Beteiligungen an den Sendern HITRADIO RTL Sachsen (derzeit 69,4 %, ehe- mals 66,83 %), 89.0 RTL und Radio Brocken (je 54 %), Hit-Radio Antenne (35,9 %), dem Sachsen-Funkpaket (31,9 %; umfasst Radio Dresden 103.5, Radio Leipzig 91.3, Radio Chemnitz 102.1, Radio Lausitz 107.6, Radio Zwickau 96.2, Vogtland Radio), Radio Hamburg (29,2 %), Antenne Mecklenburg-Vorpommern (25,4 %), ra- dio NRW (16,1 %), Antenne Bayern (16 %) sowie mittelbar darüber am Sender Rock-Antenne, darüber hinaus an den Sendern Antenne Thüringen und radio top 40 (je 15 %), Radio 21 (9,8 % unmittelbar sowie weitere mittelbare Beteiligung über die

Antenne Niedersachsen GmbH & Co. KG (s. o. Hit-Radio Antenne)), mittelbar über die Radio Hamburg GmbH & Co. KG (s. o. Radio Hamburg) an den Sendern Oldie 95, Radio Nora und delta radio, an Radio TON (2 %) sowie mittelbar an den Sendern apollo Radio, Radio Regenbogen und big.FM Der neue Beat.

Die nachfolgende Übersicht bildet die Hördaueranteile der Radioveranstalter in Prozent ab, an denen die RTL Group S.A. mit 25 % oder mehr beteiligt ist ab (Grundlage: Media-Analyse 2009 Radio I, Hörer ab 10 Jahren, 6 bis 18 Uhr) :

Programm	D gesamt
RTL Radio	0,6
104,6 RTL	0,6
105,5 Spreeradio	0,0
Hitradio RTL Sachsen	0,6
89.0 RTL	0,6
Radio Brocken	0,6
Hit-Radio Antenne	1,7
Sachsen-Funkpaket	0,6
Radio Hamburg	1,1
Antenne MV	0,6
<b>Σ bei Beteiligungen von 25 % und mehr</b>	<b>7,0</b>

(Quelle: AG.MA und Media-Micro-Census GmbH, ma 2009 Radio I)

Bei der Prüfung im Rahmen des Verfahrens i. S. n-tv, Az.: 309, lag der Anteil an der Hördauer der Sender, an denen die RTL Group S.A. mit 25 % oder mehr beteiligt war, bei 6,6 % (Grundlage: ma 2005 Radio II, vgl. Beschluss Az.: KEK 309, I 2.3.2). Im Vergleich dazu hat sich der Einfluss auf dem Radiomarkt mit heute 7 % Hördaueranteilen trotz der zwischenzeitlichen vollständigen Übernahme des Senders Spreeradio nicht wesentlich verstärkt.

**3.2.2.3.3** Im **Onlinebereich** bündelt die RTL interactive GmbH die Aktivitäten der Mediengruppe RTL Deutschland. Sie verantwortet die Angebote rtl.de, rtl2.de, vox.de, GZSZ.de, RTLgames.de, wetter.de, sport.de, VIP.de, kochbar.de, frauenzimmer.de, das soziale Netzwerk wer-kennt-wen.de und die Video-on-Demand-Portale RTLnow.de, VOXnow.de und clipfish.de. Hinsichtlich der Onlineangebote der Sender RTL und VOX existieren darüber hinaus speziell für die mobile Internetnutzung aufbereitete Seiten (mobil.rtl.de und mobil.vox.de). Darüber hinaus zählen auch die Angebote n-tv, teleboerse.de, TOGGO.de (Spuer RTL) und die Community-Seite e-

lementgirls.de zur RTL-Gruppe. Insgesamt umfassen die Internetaktivitäten der Mediengruppe RTL Deutschland rund 20 Onlineangebote (www.mediengruppe-rtl.de, Stand: 11/2009). Hinzu kommen die Online-Auftritte der Gruner + Jahr-Printtitel (z. B. Brigitte.de, Capital.de, Geo.de) sowie, aufgrund der mehrheitlichen Beteiligung von Gruner + Jahr, auch die Online-Auftritte der Motor Presse-Titel.

Die folgende Aufstellung vergleicht die Anteile der der RTL Group S.A./Bertelsmann AG in Deutschland zurechenbaren Internetangebote an den der IVW-gemeldeten PageImpressions (Seitenabrufen) mit den im Rahmen des Verfahrens KEK 309 ermittelten Werten:

Onlineangebote RTL/Bertelsmann	Anteil an den gemeldeten IVW-Seitenaufrufen in %	
	10/2009	Az.: KEK 309
<b>RTL – Fernsehen</b>		
www.RTL.de	0,48	2,89
www.RTLnow.de	k. A.	-
www.RTL2.de	0,04	0,22
www.VOX.de	0,03	0,23
www.VOXnow.de	k. A.	-
www.n-tv.de	0,21	0,69
www.SUPERRTL.de	k. A.	k. A.
www.toggo.de (SUPER RTL)	0,05	1,10
www.RTLregional.de	0,00	k. A.
www.clipfish.de	0,10	-
www.elementgirls.de	k. A.	-
www.frauenzimmer.de	0,07	-
www.gzsz.de	k. A.	k. A.
www.kochbar.de	0,03	-
www.sport.de	k. A.	1,18
www.teleboerse.de	0,02	-
www.vip.de	0,04	-
www.wer-kennt-wen.de	8,81	-
www.wetter.com	0,18	1,03
<b>RTL – Hörfunk</b>		
www.rtlradio.rtl.de	k. A.	k. A.
www.radiohamburg.de	0,00	0,02
www.104.6rtl.com	0,00	0,01
www.hitradio-rtl-sachsen.de	k. A.	k. A.
www.apolloradio.de	k. A.	k. A.
www.spreeradio.de	0,00	k. A.

www.brocken.de	k. A.	k. A.
www.89.0rtl.de	k. A.	0,02
www.antenne-mv.de	k. A.	k. A.
www.antenne.com	k. A.	k. A.
<b>Gruener + Jahr</b>		
www.art-magazin.de	0,00	k. A.
www.boerse-online.de	0,03	0,08
www.brigitte.de	0,15	0,25
www.bym.de	k. A.	k. A.
www.capital.de	0,01	0,03
www.chefkoch.de	0,25	-
www.diaet.com	k. A.	-
www.dogs-magazin.de	k. A.	-
www.ebay-magazin.de	k. A.	-
www.Eltern.de	0,09	0,19
www.Elternforfamily.de	k. A.	k. A.
www.emotion.de*	k. A.	-
www.essen-und-trinken.de	0,05	k. A.
www.ftd.de	0,06	-
www.GALA.de	0,11	0,02
www.GEO.de	0,02	0,04
www.Healthyliving.de	k. A.	k. A.
www.impulse.de	0,00	0,00
www.kino.de	0,05	-
www.livingathome.de	0,05	0,06
www.nationalgeographic.de	k. A.	k. A.
www.neon-magazin.de	0,09	k. A.
www.nido.de	k. A.	-
www.pm-magazin.de	0,00	k. A.
www.sz-online.de (Sächsische Zeitung)	0,03	k. A.
www.schoener-wohnen.de	0,02	k. A.
www.stern.de	0,33	1,06
www.view-magazin.de	k. A.	k. A.
www.Woman-magazin.de	-	k. A.
<b>Motorpresse</b>		
www.aerokurier.de und www.flugrevue.de	0,00	k. A.
www.audio.de	-	k. A.
www.auto-motor-sport.de	0,06	0,17
www.caravaning.de	k. A.	k. A.
www.colorfoto.de	-	k. A.
www.connect.de	-	0,01

www.kanumagazin.de	k. A.	0,00
www.klassiker-der-luftfahrt.de	k. A.	k. A.
www.klettern.de	k. A.	k. A.
www.menshealth.de	0,03	0,04
www.motor-klassik.de	0,00	k. A.
www.motorradonline.de	0,01	0,04
www.mountainbike-magazin.de	k. A.	0,01
www.outdoor-magazin.com	k. A.	0,00
www.planetsnow.de	k. A.	0,00
www.promobil.de	k. A.	k. A.
www.runnersworld.de	0,01	k. A.
www.sportauto-online.de	0,00	-
www.stereoplay.de	-	k. A.
www.transaktuell.de	k. A.	k. A.
www.video-magazin.de	-	k. A.
www.videoaktiv.de	-	k. A.
<b>SPIEGEL-VERLAG</b>		
www.spiegel.de	1,14	3,22

\* zwischenzeitlich verkauft, vgl. Pressemitteilung der Gruner + Jahr vom 20.11.2009

Quelle: www.ivwonline.de, Anteile der Websites der RTL Group S.A./Bertelsmann AG an den IVW- bzw. INFOnline-gemeldeten Seitenaufrufen (PageImpressions) der 10/2009 erfassten 986 Online-Angebote (Zahlen im Verfahren Az.: 309: 392 Online-Angebote von 11/2004 bis 10/2005)

Bei der Gegenüberstellung mit den im Rahmen des Verfahrens KEK 309 ermittelten Werten fällt auf, dass sich der prozentuale Anteil der aktuell von IVW registrierten Seitenaufrufe von den der RTL Group S.A./Bertelsmann AG zurechenbaren Internetangeboten an den insgesamt registrierten Seitenaufrufen kaum verändert hat. Allerdings ist die Zahl der von IVW erfassten Online-Angebote in der Zwischenzeit um mehr als das Zweieinhalbfache angestiegen (von durchschnittlich 392 Angeboten 2005 zu 986 Angeboten 2009). Zudem hat die Internetnutzung insgesamt zugenommen. Dies verdeutlichen die nachfolgenden Übersichten über die Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland von 2005 bis 2009:

<b>gelegentliche Onlinenutzung</b>					
	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
in %	57,9	59,5	62,7	65,8	67,1
in Mio.	37,5	38,6	40,8	42,7	43,5
Zuwachs in %	5	3	6	5	1,9

<b>Onlinenutzung innerhalb der letzten vier Wochen</b>					
	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
in %	56,7	57,6	60,7	64,3	64,7
in Mio.	36,7	37,4	39,5	41,7	42,0
Zuwachs in %	8,3	1,9	5,6	5,4	0,7

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1806, 2008: n=1802, 2007: n=1822, 2006: n=1820, 2005: n=1857).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2005 - 2009

Entsprechend dieser Entwicklungen ist auch die Gesamtzahl der von der IVW erfassten Seitenaufrufe enorm angestiegen (insgesamt 54.291.005.124 erfasste PageImpressions im Oktober 2009 gegenüber 8.843.201.953 PageImpressions im Oktober 2005). Dadurch nimmt der prozentuale Anteil der einzelnen Angebote an den insgesamt erfassten Seitenaufrufen – trotz ggf. gestiegener Abrufzahlen – ab. So hatte z. B. die Seite [www.RTL.de](http://www.RTL.de) im Oktober 2005 mit 241.836.364 registrierten Seitenaufrufen einen Anteil von 2,89 % an allen erfassten Seitenaufrufen. Im Oktober 2009 ist dieser Anteil auf 0,48 % gesunken, obwohl gleichzeitig die Zahl der Seitenaufrufe um über 120 Mio. auf 361.916.833 gestiegen ist.

Eine PageImpression bezeichnet den Abruf einer Seite innerhalb eines Angebotes durch einen Nutzer. Um hohe Seitenabrufzahlen zu generieren und damit entsprechend hohe Plätze in Ranglisten zu belegen bzw. eine erhöhte Werberelevanz zu erlangen, haben die Betreiber von Internetangeboten ihre Seiten z. T. in viele Unterseiten untergliedert oder versuchen, mit Bildergalerien oder Spielen etc. die Seitenaufrufe künstlich in die Höhe zu treiben (z. B. mit Online-Rätseln wie Kreuzworträtseln oder Sudokus, bei denen jede einzelne Eintragung von Ziffern oder Buchstaben als ein eigener Seitenaufruf zählt). Ranglisten nach PageImpressions unterscheiden sich daher von nach „Visits“ geführten Erhebungen. Ein Visit bezeichnet einen zusammenhängenden Nutzungsvorgang: Er beginnt, wenn ein Nutzer innerhalb eines Angebotes eine PageImpression durch den Aufruf einer Seite erzeugt. Jeder weitere Seitenaufruf innerhalb des gleichen Angebotes wird dabei diesem einen Visit zugeordnet. Der Visit gilt erst als beendet, wenn länger als 30 Minuten kein Seitenaufruf durch den Nutzer innerhalb des jeweiligen Angebots erfolgt. Wechselt der Nutzer auf ein neues Angebot und kehrt innerhalb von 30 Minuten auf das alte Angebot zurück, so wird kein neuer Visit gezählt. Wechselt der Nutzer auf ein neues Angebot und kehrt nach Ablauf einer Frist von 30 Minuten auf das alte Angebot zurück, wird ein neuer Visit gezählt ([www.iww.eu](http://www.iww.eu)).

Die IVW ändert vor diesem Hintergrund ihre Zählweise: Mit der Veröffentlichung der Online-Nutzungsdaten für November 2009 erfolgt eine neu strukturierte und erweiterte Ausweisung. Die Gesamtliste mit allen IVW-geprüften Angeboten enthält dann ausschließlich Angaben zu den ermittelten Visits ([www.ivw.eu](http://www.ivw.eu)). Bereits heute werden neben den PageImpressions auch die Visits von der IVW ausgewiesen.

Die Web-Seite [www.RTL.de](http://www.RTL.de) verbuchte im Oktober 2009 rund 43 Mio. Visits und lag damit unter den bei IVW gelisteten Angeboten auf Rang 17 (Ausweisung der IVW-Online-Nutzungsdaten für Oktober 2009 auf [www.ivwonline.de](http://www.ivwonline.de)). Die AGOF ermittelt unter Einbeziehung der IVW- bzw. INFOOnline-Daten Reichweiten von Onlineauftritten, also Daten über den Netto-Nutzer eines Onlineangebots. Dieser Reichweitenwert drückt aus, wie viele Personen ab 14 Jahren in einem bestimmten Zeitraum Kontakt mit einem Internetangebot haben („unique user“). Bei der Ausweisung der Online-Reichweiten II-2009 der AGOF erreichte [www.RTL.de](http://www.RTL.de) mit 6,52 Mio. unique user den ersten Platz bei den redaktionellen Internetangeboten in Deutschland und lag insgesamt unter allen erfassten Internet-Angeboten auf Platz sechs (AGOF internet facts II-2009, Untersuchungszeitraum April - Juni 2009, Basis: 103.370 ungewichtete Fälle, [www.agof.de](http://www.agof.de)). Das Angebot [Spiegel.de](http://Spiegel.de) (Spiegel online) erreichte 5,61 Mio. unique user. Von allen RTL-Internetangeboten hatte das Soziale Netzwerk [wer-kennt-wen.de](http://wer-kennt-wen.de) im Oktober 2009 mit rund 167,4 Mio. die meisten Visits und lag damit insgesamt auf Rang sechs aller bei IVW gelisteten Angebote (IVW-Online-Nutzungsdaten). Hinsichtlich der von der AGOF ermittelten Online-Reichweite II-2009 belegte [wer-kennt-wen.de](http://wer-kennt-wen.de) den ersten Platz unter den sozialen Netzwerken in Deutschland mit 6,38 Mio. unique user sowie insgesamt Platz sieben unter allen gelisteten Internetangeboten (AGOF internet facts II-2009). Im Bereich der sozialen Netzwerke konkurriert [wer-kennt-wen.de](http://wer-kennt-wen.de) mit den Netzwerken StudiVZ, SchülerVZ und meinVZ der Holtzbrinck-Gruppe sowie Facebook.com und MySpace.com. Nach einer vom Verband Bitkom veröffentlichten Erhebung des Marktforschungsinstituts Comscore lag die StudiVZ-Gruppe nach der Anzahl der Nutzer pro Monat im 3. Quartal 2009 mit 14,6 Mio. Nutzern vor den Angeboten [wer-kennt-wen.de](http://wer-kennt-wen.de) (6,2 Mio.), Facebook.com (5,6 Mio.) und MySpace.com (5,1 Mio.).

Hinsichtlich der Erhebungen der Angebotsnutzung im Onlinebereich und den daraus erstellten Ranglisten ist zu berücksichtigen, dass die Auflistungen von AGOF und IVW unvollständig sind. So messen die AGOF und IVW nur werbefinanzierte Plattformen, weshalb z. B. Angebote wie [www.ard.de](http://www.ard.de) oder [www.zdf.de](http://www.zdf.de) etc. nicht erfasst

werden. Zudem lassen auch einige werbefinanzierte Webseitenbetreiber ihre Zahlen nicht von der AGOF oder von der IVW auswerten (z. B. Google). Die KEK geht vor diesem Hintergrund bislang von der Fiktion aus, dass in den Erhebungen etwa 50 % aller Seitenaufrufe der werberelevanten oder redaktionell gestalteten Web-Seiten ausgewiesen werden (vgl. Beschluss der KEK i. S. Springer, Az.: 293, IV 3.2.5 und i. S. n-tv, Az.: 309, I 2.3.3). Demnach würde der tatsächliche Marktanteil der RTL Group S.A./Bertelsmann AG an der Gesamtheit der Seitenaufrufe etwa die Hälfte des Anteils an den ausgewiesenen Seitenaufrufen ausmachen. Bisher ist die KEK für Angebote im Internet darüber hinaus von einem Gewichtungsfaktor von 1/2 ausgegangen (vgl. Beschluss i. S. ProSiebenSat.1, Az.: KEK 293, IV 3.2.5). Nach den von der IVW erfassten Seitenaufrufen liegt der Anteil der Onlineangebote der RTL Group S.A./Bertelsmann AG mit rund 12,7 %. Nach dem 50%-Abschlag auf Grundlage der vorbeschriebenen Fiktion wäre damit das Einflusspotenzial der RTL Group S.A./Bertelsmann AG im Onlinebereich auch weiterhin in etwa einem Zuschaueranteil von 3 % gleichzusetzen.

Neben dem Defizit in der Nutzungsabbildung stellt sich jedoch zudem die Frage nach einem belastbaren Maßstab zur Beurteilung der Meinungsbildungsfunktion einzelner Online-Angebote. Im Internet besteht eine Vielzahl unterschiedlicher Angebotstypen, die sich hinsichtlich ihrer Funktion und Wirkweise z. T. sehr unterscheiden. Dabei ist zu beachten, dass die Nutzungszahlen einzelner Internetangebote und deren Einflusses auf die Meinungsbildung differenziert betrachtet werden müssen. So entfielen z. B. im Oktober 2009 hinsichtlich des Angebots [www.RTL.de](http://www.RTL.de) von den 361.916.833 registrierten Seitenaufrufen insgesamt 261.602.187 auf Seiten mit redaktionellem Inhalt (vgl. Online-Nutzungsdaten unter [www.ivwonline.de](http://www.ivwonline.de)). Bei dem sozialen Netzwerk [www.wer-kennt-wen.de](http://www.wer-kennt-wen.de), das mit insgesamt 4.781.136.012 Seitenaufrufen weit vor dem Angebot [www.RTL.de](http://www.RTL.de) liegt, entfielen dagegen nur 1.313.424 Seitenaufrufe auf redaktionellen Inhalt. Das soziale Netzwerk hat damit zwar im direkten Vergleich das über 13-fache an Seitenaufrufe, [www.RTL.de](http://www.RTL.de) aber fast das 200-fache an Seitenaufrufe mit redaktionellem Inhalt.

Vor diesem Hintergrund bedarf es einer weitergehenden Ermittlung des Meinungsbildungsprozesses im Internet sowie eines Ansatzes zu der damit verbundenen Gewichtung von einzelnen Angebotstypen im Rahmen der Medienkonzentrationskontrolle. Die KEK wird zu diesen Punkten im Rahmen des bevorstehenden Konzentrationsberichts Stellung nehmen. Ein entsprechendes Gutachten, das die aufgezeigte Problematik vertiefend behandelt, wird Anfang 2010 vorliegen.

Hinsichtlich der Beurteilung der Onlineaktivitäten der RTL Group S.A. und der Bertelsmann AG kann jedoch bereits aufgrund der bestehenden Datenlage festgestellt werden, dass die Gruppe in verschiedenen Angebotsbereichen stark vertreten ist und damit insgesamt über eine gewichtige Position im Onlinebereich verfügt. Insbesondere im Bereich der Angebote mit redaktionellem Inhalt ist die RTL Group S.A./Bertelsmann AG mit den Angeboten [www.RTL.de](http://www.RTL.de), [www.Spiegel.de](http://www.Spiegel.de) (spiegelonline), [www.Stern.de](http://www.Stern.de) und [www.n-tv.de](http://www.n-tv.de) präsent. Zudem verstärken die seit der letzten Gesamtbetrachtung im Rahmen des Beschlusses KEK 309 neu hinzugekommenen Mediathek- und Abrufangebote wie [www.RTLnow.de](http://www.RTLnow.de) und [www.VOXnow.de](http://www.VOXnow.de) die mediale Wirkung der einzelnen Sender.

Das Internet ist dabei weiterhin ein tagesaktuelles Medium. Seine Breitenwirkung hat sich aufgrund der gestiegenen Nutzungszahlen allerdings erhöht. Die Suggestivkraft der Onlineangebote mit ihren ausgebauten Bewegtbild- und Audioangeboten ist im Vergleich zum Fernsehen zwar noch geringer, sie gewinnt jedoch weiter an Bedeutung. Da in der Gesamtbetrachtung die übrigen Aktivitäten der RTL Group S.A./Bertelsmann AG im Vergleich zu dem Stand im Verfahren KEK 309 in etwa gleich geblieben sind, ergibt sich diesbezüglich zunächst keine abweichende Beurteilung des Meinungseinflusses. Insgesamt wurden die Aktivitäten der RTL Group S.A./Bertelsmann AG in der Vergangenheit mit einem Zuschaueranteil von etwa 7 % im bundesweiten Fernsehen bewertet, wobei auf den Onlinebereich rund 3 % entfielen. Zu dem zurechenbaren Zuschaueranteil von gegenwärtig 19,7 % nach Abzug der Bonuspunkte müssen – unter Ausklammerung der Gewichtung der Aktivitäten im Onlinebereich – folglich zunächst etwa 4 % aufgrund der übrigen Aktivitäten der RTL Group S.A./Bertelsmann AG hinzugezählt werden. Zu dem sich daraus ergebenden Zuschaueranteil von rund 23,7 % müssen dann noch die Aktivitäten im Onlinebereich hinzugezählt werden. Selbst wenn man dem Onlinebereich mit redaktionellem Inhalt gegenüber seiner früheren Gewichtung eine höhere medienkonzentrationsrechtliche Bedeutung beimisst, wird der Schwellenwert des § 26 Abs. 2 RStV jedenfalls nicht erreicht.

Die RTL Group S.A./Bertelsmann AG erlangt somit in der Gesamtbetrachtung ihrer Medienaktivitäten keinen Einfluss, der nach dem Leitbild des § 26 Abs. 2 RStV als vorherrschend einzustufen wäre. Daher ist auch unter dem Tatbestand des § 26 Abs. 1 RStV nicht von vorherrschender Meinungsmacht auszugehen.

### **3.3 Abschließende Feststellung**

Nach dem dargelegten Sachverhalt gibt es keine Anhaltspunkte für die Entstehung vorherrschender Meinungsmacht. Der beantragten Verlängerung der Zulassung des Programms SUPER RTL sowie der angezeigten Beteiligungsveränderung stehen Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt daher nicht entgegen.

(gez.) Lübbert Albert Dörr Gounalakis Hege Hornauer  
Mailänder Schneider Schwarz Thaenert Wagner