KEK Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich

die medienanstalten

17. Jahresbericht 2013/2015

Berichtszeitraum 01.07.2013 bis 30.06.2015

Impressum

Herausgeber
die medienanstalten – ALM GbR
Friedrichstraße 60
10117 Berlin
Tel: +49 30 206 46 90 0
Fax: +49 30 206 46 90 99
E-Mail: digitalisierung@die-medienanstalten.de
Website: www.die-medienanstalten.de

Verantwortlich
Prof. Dr. Ralf Müller-Terpitz

Redaktion
Constanze Barz
Kerstin Kopf
Bernd Malzanini
Michael Petri

Lektorat
Karin Kühr

Copyright © 2015 by
die medienanstalten – ALM GbR

Gestaltung
Rosendahl Berlin

Satz
VISTAS Verlag/Martin Hochrein, Leipzig

Druck
trigger.medien.gmbh, Berlin

Stand: Juni 2015

17. Jahresbericht der KEK

herausgegeben von
die medienanstalten – ALM GbR

Inhalt

1	**Überblick**	**9**
2	**Medienkonzentrationskontrolle durch die KEK**	**11**
2.1	Verfassungsrechtliche Grundlage	11
2.2	Aufgaben der KEK nach dem Rundfunkstaatsvertrag	12
2.3	Mitglieder der KEK	13
2.4	Organisation	14
3	**Verfahren im Berichtszeitraum**	**17**
3.1	**Zulassung von Fernsehveranstaltern**	**17**
3.1.1	joiz GmbH - „joiz“(Az.: KEK 741)	17
3.1.2	sportdigital.TV Sende- und Produktions GmbH - „sportamerica HD“ (Az.: KEK 744)	18
3.1.3	SPORT1 GmbH - „SPORT1 US“ (Az.: KEK 745)	18
3.1.4	German Car TV Programm GmbH – „Motorvision HD” (Az.: KEK 748)	19
3.1.5	NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH - „Universal Channel“ (Az.: KEK 749)	19
3.1.6	Marco Polo TV GmbH – „Marco Polo” (Az.: KEK 750)	19
3.1.7	DAS VIERTE GmbH - „DAS VIERTE“ (Az.: KEK 754)	20
3.1.8	n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH - „ntv“ (Az.: KEK 755)	22
3.1.9	VIVA Media GmbH - „VIVA“ (Az.: KEK 751)	22
3.1.10	Hessisches Telemedia Technologie Kompetenz-Center - httc e. V. - „eBusiness-Hangout“ (Az.: KEK 757)	22
3.1.11	RTL Television GmbH - „GEO Television” (Az.: KEK 758-1)	23
3.1.12	Agentur Leineweber e. K. - „Online-Video-Marketing-Kanal“ (Az.: KEK 759)	23
3.1.13	Timo C. Storost - „Das Neue TV“ (Az.: KEK 760)	24
3.1.14	Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG - „TLC“ (Az.: KEK 761)	24
3.1.15	TVM/WWTV Lizenz- und Produktions GmbH - „Deutschland-Regional“ (Az.: KEK 762)	24
3.1.16	Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG - „Sky Event“ (Az.: KEK 763)	25
3.1.17	Verein für Bewegungsspiele Stuttgart 1893 e.V. - „vfb.tv“ (Az.: KEK 765)	27
3.1.18	Fox International Channels Germany GmbH - „National Geographic People Channel” (Az.: KEK 768)	27
3.1.19	Kinowelt Television GmbH - „Kinowelt TV Premium” (Az.: KEK 769)	28
3.1.20	VIMN Germany GmbH - „nicktoons“ (Az.: KEK 770)	28
3.1.21	ANIXE HD Television GmbH & Co. KG - „ANIXE HD“ (Az.: KEK 775)	29
3.1.22	Handelsblatt GmbH - „WiWo-Lunchtalk“ (Az.: KEK 773)	29
3.1.23	tv.gusto GmbH - „Bon Gusto“ (Az.: KEK 780)	30
3.1.24	N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH – „N24“ (Az.: KEK 789)	31
3.1.25	Walt Disney (Germany) GmbH - „Disney Channel“ (Az.: KEK 778/783)	32
3.1.26	Basketball Bundesliga GmbH - „Beko BBL TV powered by Telekom“ (Az.: KEK 785)	32
3.1.27	Just Music Fernsehbetriebs GmbH - „Jukebox“, „RCK TV“, „Deluxe Music“, „Deluxe Lounge HD“ (Az.: KEK 788)	33
3.1.28	DOSB New Media GmbH - „SPORTDEUTSCHLAND.TV“ (Az.: KEK 797)	34
3.1.29	tmc Content Group GmbH - „beate-uhse.tv“, „LUST PUR“ (Az.: KEK 794/805)	34
3.1.30	Da Vinci Media GmbH - „Da Vinci Learning“, „Da Vinci U“ (Az.: KEK 795)	35
3.1.31	Smint.tv GmbH i. Gr. - „smint.tv“ (Az.: KEK 801)	36
3.1.32	Perform Media Deutschland GmbH - „SPOX.com“ (Az.: KEK 802)	37
3.1.33	VIMN Germany GmbH - „MTV“ (Az.: KEK 804)	37

3.1.34	Your Family Entertainment AG - „Fix & Foxi“ (Az.: KEK 793)	38
3.1.35	NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH – „E! Entertainment“ (Az.: KEK 808)	38
3.1.36	RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG – „Super RTL” (Az.: KEK 809)	39
3.1.37	Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH – „Dügün TV” (Az.: KEK 812)	40
3.1.38	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH – „Newtopia Livestream“ (Az.: KEK 813)	40
3.1.39	fx-net GmbH – „Klinik Info Kanal (KiK)“ (Az.: KEK 814)	41
3.1.40	Anixe HD Television GmbH & Co. KG – „ANIXE SD“ (Az.: KEK 816)	41
3.1.41	Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG – „Sky Krimi“, „Sky Fanzone“, „Sky Sport HD1“, „Sky Sport HD2“ (Az.: KEK 810)	42
3.1.42	Passion GmbH – „Passion“ (Az.: KEK 818)	42
3.1.43	souvenirs from the earth GmbH – „souvenirs from earth” (Az.: KEK 819)	43
3.1.44	Sport1 GmbH – „SPORT1“ (Az.: KEK 820)	43
3.1.45	Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH – „Dügün TV“ (Az.: KEK 822)	44
3.1.46	VIMN Germany GmbH – „Nickelodeon“ (Az.: KEK 817)	44
3.1.47	Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG – „Discovery Channel“ (Az.: KEK 821)	45
3.1.48	ClipMyHorse.TV Deutschland GmbH – „ClipMyHorse.TV“ (Az.: KEK 823)	45
3.1.49	WeltN24 GmbH – „N24“ (Az.: KEK 825)	46
3.1.50	Gebetshaus Augsburg e.V. – „Donnerstag Abend“ (Az.: KEK 826)	47
3.1.51	Fox International Channels Germany GmbH – „Fox Channel“ (Az.: KEK 827)	48
3.1.52	ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH – „SAT.1 emotions“, „ProSieben FUN“, „kabel eins CLASSICS“„ProSiebenSat.1 Welt“ (Az.: KEK 829)	48
3.1.53	onMedia.TV UG (haftungsbeschränkt) – „YUN!Q“ (Az.: KEK 830)	49
3.1.54	Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH – „Türkshow“ (Az.: KEK 831)	49
3.2	**Veränderung von Beteiligungsverhältnissen**	**50**
3.2.1	ProSiebenSat.1 Media AG (Az.: KEK 742)	50
3.2.2	Deutsches Musikfernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 743)	51
3.2.3	Volks.TV Verwaltung GmbH (Az.: KEK 713)	52
3.2.4	MGM Networks (Deutschland) GmbH (Az.: KEK 746)	54
3.2.5	Silverline Television AG (Az.: KEK 747)	54
3.2.6	Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 753)	54
3.2.7	ProSiebenSat.1 Media AG (Az.: KEK 752/756)	55
3.2.8	Motor Presse TV GmbH (Az.: KEK 764)	55
3.2.9	N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH (Az.: KEK 767)	57
3.2.10	ProSiebenSat.1 Media AG (Az.: KEK 771)	58
3.2.11	Sport1 GmbH (Az.: KEK 766/772)	58
3.2.12	Kinowelt Television GmbH (Az.: KEK 777)	59
3.2.13	RTL Television GmbH (Az.: KEK 779)	60
3.2.14	Silverline Television AG (Az.: KEK 784)	61
3.2.15	TVM/WWTV Lizenz- und Produktions GmbH (Az.: KEK 786)	62
3.2.16	Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 791)	62
3.2.17	Kanal Avrupa Media GmbH (Az.: KEK 787)	63
3.2.18	FC Bayern München AG (Az.: KEK 790)	63
3.2.19	MCTV GmbH (Az.: KEK 776)	64
3.2.20	Sport1 GmbH (Az.: KEK 796)	65

3.2.21	MGM Networks (Deutschland) GmbH (Az.: KEK 798)	65
3.2.22	Radio Santec GmbH (Az.: KEK 800)	66
3.2.23	Motor Presse TV GmbH (Az.: KEK 806)	67
3.2.24	Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 811)	67
3.2.25	RtvD Video- und Filmproduktions GmbH (Az.: KEK 781)	69
3.2.26	joiz GmbH (Az.: KEK 828)	69
3.2.27	Silverline Television AG (Az.: KEK 832)	70
3.3	**Sendezeit für unabhängige Dritte gemäß § 31 RStV**	**71**
3.3.1	Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH – Benehmensherstellung vor Zulassung der News and Pictures Fernsehen GmbH & Co. KG und der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH (Az.: KEK 660-6 und -7)	71
3.4	**Regionale Fensterprogramme gemäß § 25 RStV**	**72**
3.4.1	Sat.1 Regionalfenster für Rheinland-Pfalz / Benehmensherstellung / TVIIIa GmbH & Co. KG (Az.: KEK 774)	72
3.4.2	RTL Regionalfenster für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Auswahlverfahren (Az.: KEK 782-1)	73
3.4.3	RTL Regionalfenster für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Zulassung RTL Nord GmbH (Az.: KEK 782-2)	74
3.4.4	Sat.1-Regionalfensterprogramm für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Auswahl Sat.1 Norddeutschland GmbH (Az.: KEK 803-1)	74
3.4.5	Sat.1-Regionalfensterprogramm für NRW / Benehmensherstellung / Zulassung WestCom Medien GmbH (Az.: KEK 799)	75
3.4.6	Sat.1-Regionalfensterprogramm für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Zulassung Sat.1 Norddeutschland GmbH (Az.: KEK 803-2)	76
3.5	**Anhängige Verfahren**	**76**
3.5.1	**Zulassungen**	**76**
3.5.1.1	DFW Deutsche Fernsehwerke GmbH - „TIMM-TV“ (Az.: KEK 807)	76
3.5.1.2	ClipMyHorse.TV Deutschland GmbH - „ClipMyHorse.TV“ (Az.: KEK 834)	77
3.5.1.3	Classica GmbH - „Classica“ (Az.: KEK 835)	77
3.5.1.4	Rocket Beans Entertainment GmbH - „rocketbeans.tv“ (Az.: KEK 836)	77
3.5.2	**Beteiligungsveränderungen**	**77**
3.5.2.1	tv.gusto GmbH (Az.: KEK 833)	77
4	**Programmangebot und Beteiligungsstruktur im privaten Fernsehen**	**81**
4.1	Entwicklung des bundesweiten privaten Fernsehangebots	81
4.2	Bundesweit lizenzierte private Fernsehprogramme	84
4.3	Nicht genutzte Sendelizenzen für bundesweite private Fernsehprogramme	86
4.4	Dritt- und Regionalfenster in den Programmen von RTL und SAT.1	87
4.4.1	Drittfenster	87
4.4.2	Regionalfenster	90
4.5	Bewegtbildangebote im Internet	96
4.6	Digitale Programm- und Vermarktungsplattformen	102

4.6.1	Programmplattform Sky	103
4.6.2	Kabel-Plattformen	104
4.6.3	Satelliten-Plattformen	109
4.6.4	IPTV-Plattformen	109
4.6.5	OTT-TV-Plattformen	111
4.7	Beteiligungsstruktur der Programmveranstalter	113
5	**Zuschaueranteile**	**115**
5.1	Entwicklung der Zuschaueranteile	115
5.2	Defizite bei der Bestimmung der Zuschaueranteile	119
6	**Weitere Berichtspunkte**	**123**
6.1	Aktuelle Befunde zur Nutzung von Fernsehen und Internet in Deutschland	123
6.2	Veröffentlichung des Fünften Konzentrationsberichts der KEK	134
6.3	Positionspapier der KEK für eine zukunftsfähige Vielfaltsicherung	136
6.4	HD-Verträge: Gefahren für die Meinungsvielfalt durch ungleiche Erlösverteilung?	141
6.5	Bundesverwaltungsgerichtsurteil i. S. Springer / BLM	143
6.6	Drittsendezeiten in den Programmen RTL und SAT.1	148
6.7	Urteil des Bundesverfassungsgerichts i. S. ZDF-Staatsvertrag	151
	Anhang	**157**
	1 Schaubilder zu Beteiligungsverhältnissen bei Sendergruppierungen	157
	2 Schaubilder zu Medienaktivitäten von Sendergruppierungen	168
	3 Abkürzungsverzeichnis	178

1 Überblick

Seit dem 01.01.1997 gilt mit § 26 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) ein fernsehzentriertes Medienkonzentrationsrecht. Seither haben sich vor allem die technischen Möglichkeiten der Verbreitung und des Empfangs von Medieninhalten wesentlich fortentwickelt. Ausgelöst durch den Siegeszug des Internets ist ein sich beschleunigender Konvergenzprozess vormals getrennter Mediengattungen in Gang gekommen. Hinzu treten neue, speziell für die Online-Nutzung konzipierte Angebotsformen, die das Rezeptionsverhalten und die Meinungsbildung beeinflussen.

Nach Auffassung der KEK erscheint es deshalb nicht gerechtfertigt, an dieser fernsehzentrierten Perspektive der Medienkonzentrationskontrolle weiter festzuhalten, auch wenn dem Fernsehen im Rahmen der meinungsbildungsrelevanten Medien nach wie vor die Funktion eines Leitmediums zukommt. Hinzu kommt, dass § 26 RStV durch die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts stark eingeschränkt wurde. Eine effektive Vielfaltsicherung ist damit nicht mehr gegeben. Vor diesem Hintergrund ist der Gesetzgeber aufgerufen, durch klare Regelungen die Wirksamkeit der medienrechtlichen Konzentrationskontrolle wieder herzustellen. Die vorliegende Publikation des Jahresberichts enthält den Abdruck eines Positionspapiers, in dem die KEK den im aktuellen Konzentrationsbericht (s. 6.2) bereits angelegten Ansatz zur Reform des Rechts der Vielfaltsicherung weiter entwickelt (s. 6.3). Aktuelle Befunde zur Bewegtbildnutzung im Fernsehen und im Internet werden unter 6.1 dargestellt.

Darüber hinaus liefert der Bericht einen umfassenden Rückblick auf die Arbeit der KEK im Zweijahreszeitraum vom 1. Juli 2013 bis zum 30. Juni 2015. In dieser Zeit wurde über insgesamt 56 Anträge auf Zulassung für bundesweit verbreitete private Fernsehprogramme entschieden. Davon entfielen 22 Anträge auf die Zulassung neuer Fernsehprogramme, 28 Anträge auf Zulassungsverlängerungen sowie 6 Anträge auf die Zulassung eines bereits veranstalteten Programms aufgrund eines Veranstalterwechsels. Zwischen dem 1. Juli 2013 und dem 30. Juni 2015 haben 16 Programme den Sendebetrieb aufgenommen. 28 Verfahren betrafen Veränderungen von Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen. Insgesamt wurden 92 Verfahren abgeschlossen, darunter zwei Verfahren zur Vergabe von Sendezeit an unabhängige Dritte sowie sechs Verfahren zur Auswahl bzw. Zulassung von Regionalfenstern. Fünf Prüffälle sind zurzeit anhängig.

Neben den gefassten Beschlüssen enthält der Jahresbericht u. a. Übersichten über Drittfenster und Regionalfenster sowie einen Überblick über digitale Paketangebote von Plattformbetreibern sowie über Video-on-Demand-Plattformen am deutschen Markt. Die Entwicklung der Zuschaueranteile wird nach Zeiträumen und Sendergruppierungen dargestellt. Die umfangreichen Darstellungen zu den Beteiligungsverhältnissen der Programmveranstalter und den medienrelevanten verwandten Märkten finden sich außerhalb des gedruckten Berichts auf www.kek-online.de und www.die-medienanstalten.de.

Eine Erweiterung des Bestandes erfuhr die Mediendatenbank der KEK. Aktuell bietet die Datenbank nun Informationen zu ca. 400 TV-Anbietern, 250 Radio-Unternehmen, 300 Zeitungsverlagen, 450 Zeitschriftenverlagen und 200 Online-Anbietern.

2 Medienkonzentrations-kontrolle durch die KEK

2.1 Verfassungsrechtliche Grundlage

Die verfassungsrechtliche Grundlage für die Aufgabe der Sicherung der Meinungsvielfalt bildet Art. 5 Abs. 1 Satz 2 des Grundgesetzes. Konkretisiert wird die hier normierte Rundfunkfreiheit durch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. Der Gesetzgeber ist danach verpflichtet, Vorkehrungen zu treffen, die dazu dienen, „ein möglichst hohes Maß gleichgewichtiger Vielfalt im privaten Rundfunk zu erreichen und zu sichern“ (vgl. BVerfGE 73, 118, 159). Tendenzen zur Konzentration ist rechtzeitig und so wirksam wie möglich entgegenzutreten, da diesbezügliche Fehlentwicklungen schwer rückgängig zu machen sind (BVerfGE a. a. O., 160). Das bedeutet, dass der medialen Konzentration präventiv, d. h. vor Schaffung vollendeter Tatsachen, begegnet werden muss. Diese Rechtsprechung wurde mit den Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts zum Deutschen SportFernsehen (DSF; BVerfGE 95, 163, 172 f.) und zur Kurzberichterstattung im Fernsehen (BVerfGE 97, 228, 258, 266 f.) fortentwickelt, in denen klargestellt wird, dass es zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht nicht nur wirksamer Vorkehrungen gegen eine Konzentration auf Veranstalterebene bedarf, sondern auch ausreichender Maßnahmen gegen Informationsmonopole. In seiner Entscheidung zum DSF hält das Gericht fest, dass „auch nicht ersichtlich (sei), dass das Gebot der Vielfaltsicherung durch neuere Entwicklungen an Gewicht verlieren könnte. Vielmehr machen die im Vergleich zu den Printmedien fortgeschrittene und weiter fortschreitende horizontale Verflechtung auf dem Fernsehmarkt (...), die vertikale Verflechtung von Rundfunkveranstaltern mit Produktionsfirmen, Inhabern von Film- und Sportübertragungsrechten und Eigentümern von (Programm-) Zeitschriften sowie die Privatisierung der Übertragungswege eine Berücksichtigung nach wie vor dringlich“ (BVerfGE 95, 163, 173). Im Urteil zur verfassungswidrigen Festsetzung der Rundfunkgebühr vom 11.09.2007 (vgl. 1 BvR 2270/05; 1 BvR 809/06; 1 BvR 830/06) wird bekräftigt, dass „die vom Bundesverfassungsgericht aufgestellten Anforderungen an die gesetzliche Ausgestaltung der Rundfunkordnung zur Sicherung der Rundfunkfreiheit im Sinne des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG auch durch die Entwicklung von Kommunikationstechnologie und Medienmärkten nicht überholt“ sind. Wegen der mit der Konzentration im Rundfunk verbundenen Risiken einer einseitigen Einflussnahme auf die öffentliche Meinungsbildung sieht das Gericht Vorkehrungen zum Schutz der publizistischen Vielfalt weiter als geboten an.

Fortgeschrieben wird diese Rechtsauffassung im Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 25.03.2014. Neben der Bedeutung der Vielfaltsicherung für die demokratische Ordnung betont das Gericht die besondere staatliche Verantwortung für die Sicherung von Vielfalt aufgrund der herausgehobenen Bedeutung, die dem Rundfunk - und insbesondere dem Fernsehen - wegen seiner Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft zukommt, und die sich insbesondere daraus ergibt, dass Inhalte schnell, sogar zeitgleich, übertragen und dabei Ton, Text und bewegte Bilder miteinan-

der kombiniert werden können. Diese Wirkungsmöglichkeiten gewinnen zusätzliches Gewicht dadurch, dass die neuen Technologien eine Vergrößerung und Ausdifferenzierung des Angebots und der Verbreitungsformen und -wege gebracht sowie neuartige programmbezogene Dienstleistungen ermöglicht haben (s. BVerfGE 119, 181 <215> und 6.3).

2.2 Aufgaben der KEK nach dem Rundfunkstaatsvertrag

Die KEK ist als staatsfernes, standortunabhängiges Organ „für die abschließende Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen“ (§ 36 Abs. 4 Satz 1 RStV) zuständig. Dabei wird die KEK als Organ derjenigen Landesmedienanstalt tätig, bei welcher ein Zulassungsantrag eingegangen oder bei der der betroffene Veranstalter lizenziert ist. Die Beurteilung der KEK ist für die jeweils zuständige Landesmedienanstalt bindend.

Im Mittelpunkt des Medienkonzentrationsrechts stehen § 26 RStV und die Anknüpfung an den Zuschaueranteil. Danach ist es einem Unternehmen erlaubt, selbst oder durch ihm zurechenbare Unternehmen bundesweit im Fernsehen eine unbegrenzte Anzahl von Programmen zu veranstalten, solange es dadurch keine vorherrschende Meinungsmacht erlangt. Vorherrschende Meinungsmacht wird nach Absatz 2 der Vorschrift vermutet, wenn die einem Unternehmen zurechenbaren Programme im Jahresdurchschnitt einen Zuschaueranteil von 30 % erreichen. Gleiches gilt bei einem Zuschaueranteil von 25 %, 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 einem Zuschaueranteil von 30 % entspricht. Vorherrschende Meinungsmacht kann aber auch unterhalb der Vermutungsgrenzen nach dem Grundtatbestand des § 26 Abs. 1 RStV festgestellt werden.

Bei der Ermittlung des für die Prüfung des § 26 RStV maßgeblichen Zuschaueranteils sind zwei Prozentpunkte in Abzug zu bringen, wenn in dem zuschaueranteilsstärksten Vollprogramm Regionalfenster mindestens im zeitlichen und regional differenzierten Umfang der Programmaktivitäten zum 1. Juli 2002 aufgenommen und die weiteren Kriterien der redaktionellen und gesellschaftsrechtlichen Unabhängigkeit vom Hauptveranstalter erfüllt sind. Drei weitere Prozentpunkte sind für die gleichzeitige Einräumung von Sendezeiten für unabhängige Dritte abzuziehen. Bei Verfahren zur Zulassung von Regionalfenster- und Drittfensterveranstaltern muss die zuständige Landesmedienanstalt zuvor das Benehmen mit der KEK herstellen (§ 36 Abs. 5 Satz 2 RStV).

Neben der Überprüfung der Einhaltung der für die privaten Veranstalter geltenden Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt zählt es zu den Aufgaben der KEK, Transparenz über die

Entwicklung im Bereich des bundesweit verbreiteten privaten Fernsehens zu schaffen. Hierzu gehört neben der Erstellung einer jährlichen Programmliste, die alle Programme, ihre Veranstalter und deren Beteiligte enthält (vgl. Kapitel 4), auch die Berichterstattung über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk. Die KEK hat dazu inzwischen fünf Berichte veröffentlicht. Der fünfte Medienkonzentrationsbericht erschien im Februar 2015 (vgl. Kapitel 6.2).

Übersichten zu Zuschaueranteilen, zu Beteiligungsverhältnissen der bundesweiten privaten Programmveranstalter sowie zu medienrelevanten verwandten Märkten stehen im Internet unter www.kek-online.de zur Verfügung. Über die KEK-Homepage wird auch der Zugang zur KEK-Mediendatenbank ermöglicht. Hier können Informationen zu Beteiligungen von Unternehmen in den Bereichen bundesweites Fernsehen, Hörfunk, Presse und Online abgefragt werden.

2.3 Mitglieder der KEK

Die KEK besteht aus sechs Sachverständigen des Rundfunk- und des Wirtschaftsrechts, von denen drei die Befähigung zum Richteramt haben müssen, und sechs nach Landesrecht bestimmten gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten. Die Sachverständigen und zwei Ersatzmitglieder für den Fall der Verhinderung eines dieser Mitglieder werden von den Ministerpräsidenten der Länder für die Dauer von fünf Jahren einvernehmlich berufen. Die sechs Vertreter der Landesmedienanstalten und zwei Ersatzmitglieder für den Fall der Verhinderung eines dieser Vertreter werden durch die Landesmedienanstalten für die Amtszeit der KEK gewählt. Die Mitglieder der KEK sind bei der Erfüllung ihrer Aufgaben an Weisungen nicht gebunden.

Die Sachverständigen sind:
- Prof. Dr. Ralf Müller-Terpitz (Vorsitzender)
- Dr. Hans-Dieter Lübbert (stellvertretender Vorsitzender)
- Prof. Dr. Dieter Dörr
- Prof. Dr. K. Peter Mailänder
- Prof. Dr. Jürgen Schwarz
- Prof. Dr. Insa Sjurts
- Prof. Dr. Georgios Gounalakis (Ersatzmitglied)
- Dipl.-Kfm. Franz Wagner (Ersatzmitglied)

Die Vertreter der Landesmedienanstalten sind:
- Dr. Gerd Bauer
- Joachim Becker
- Thomas Fuchs
- Dr. Hans Hege
- Dr. Uwe Hornauer
- Michael Sagurna
- Dr. Jürgen Brautmeier (Ersatzmitglied)
- Thomas Langheinrich (Ersatzmitglied)

2.4 Organisation

Innerhalb der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten koordiniert der Bereich Medienkonzentration die Arbeit der Mitglieder der KEK, übernimmt die Vor- und Nachbearbeitung der regelmäßigen Kommissionsitzungen sowie Treffen mit anderen Institutionen.

Die Mitarbeiter der Geschäftsstelle im Bereich Medienkonzentration sind:

- Bernd Malzanini (Bereichsleiter)
- Michael Petri, LL.M. (Referent Recht)
- Constanze Barz (Referentin Recht)
- Kerstin Kopf (Referentin Medienwirtschaft)
- Karin Kühr (Sachbearbeiterin)

3 Verfahren im Berichtszeitraum

Nachfolgend werden die von der KEK im Berichtszeitraum gefassten Beschlüsse zusammengefasst und Informationen zu den noch anhängigen Verfahren gegeben. Die Beschlusszusammenfassungen geben den Stand zum Zeitpunkt der Beschlussfassung, die Darstellung der anhängigen Verfahren den Stand zum Zeitpunkt der Antragstellung wieder.

3.1 Zulassung von Fernsehveranstaltern

Im Berichtszeitraum hat die KEK entschieden, dass der Zulassung der folgenden bundesweiten Fernsehprogramme keine Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt entgegenstehen:

3.1.1 joiz GmbH - »joiz« (Az.: KEK 741, Beschluss vom 09.07.2013)

Die joiz GmbH hat bei der mabb die Zulassung zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehvollprogramms mit dem Namen „joiz“ beantragt. Das Programm soll ganztägig Inhalte aus den Bereichen Musik, Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung ausstrahlen. Ziel des Senders ist es, das bereits in der Schweiz etablierte, gleichnamige Modell eines „Multiplattform-Senders“ auch in Deutschland einzurichten. Die Antragstellerin bezeichnet ihr Programm als „Social-TV-Sender“ mit interaktiven Sendeformaten, bei denen die Zuschauer mit Chats, Online-Abstimmungen, Skype-Anrufen, Video-Uploads und über soziale Netzwerke das Programm mitbestimmen können.

Alleinige Gesellschafterin der Antragstellerin ist die 2009 in der Schweiz gegründete joiz AG, die Veranstalterin des gleichnamigen Programms in der Schweiz ist. Aktionäre der joiz AG sind (s. auch 3.2.26):

- Alexander Mazzara, 10,45 %
- Kurt Schaad, 10,45 %
- Dominik Stroppel, 2,39 %
- Peter Schulz, 2,39 %
- Christoph Bürge, 4,78 %
- Creathor Venture Fund II GmbH & Co. KG, 36,35 %
- Creathor Venture Fund II GmbH & Co. Parallel KG, 12,66 %
- Alfred Gantner, 5,11 %
- Dr. Marcel Erni, 5,11 %
- Urs Wietlisbach, 5,11 %
- Innovationsstiftung der Schwyzer Kantonalbank, 5,22 %

3.1.2 sportdigital.TV Sende- und Produktions GmbH - »sportamerica HD« (Az.: KEK 744, Beschluss vom 09.07.2013)

Die sportdigital.tv Sende- und Produktions GmbH hat bei der MA HSH die Zulassung für das bundesweite Fernsehspartenprogramm sportamerica HD beantragt. Sportamerica HD soll Programminhalte aus dem Bereich des US-Sports enthalten und die inhaltliche Nachfolge des amerikanischen Pay-TV-Sport-Senders ESPN America antreten, dessen Verbreitung durch den bisherigen Veranstalter ESPN außerhalb von Großbritannien in Europa zum 31.07.2013 eingestellt wird. Geplant sind u. a. Berichte über Eishockey, Baseball, Basketball, American Football und College-Sport (beim Rechterwerb konnte sich jedoch die Constantin-Medien-Gruppe durchsetzen und ein entsprechendes Programm (SPORT1 US) anbieten, s. u. 3.1.3). Das Programm soll als Abonnementfernsehen über Kabel, Satellit, IPTV und über das Internet als Streaming-Angebot verbreitet werden. Die Antragstellerin veranstaltet bereits das bundesweite Fernsehspartenprogramm sportdigital und ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der sportainment Medien GmbH & Co. KG. Deren persönlich haftende und geschäftsführende Gesellschafterin ohne Kapitaleinlage ist die sportainment Verwaltungs-GmbH. Alleingesellschafter der Komplementärin sowie einziger Kommanditist der Antragstellerin ist Gisbert Wundram.

3.1.3 SPORT1 GmbH - »SPORT1 US« (Az.: KEK 745, Beschluss vom 12.07.2013)

Die Sport1 GmbH hat eine Zulassung für das bundesweite Sportspartenprogramm SPORT1 US bei der BLM beantragt. Der Programmschwerpunkt von SPORT1 US soll auf der Live-Übertragung von US-Sportveranstaltungen, insbesondere Sportereignissen der National Football League (NFL), National Basketball Association (NBA) und der National Hockey League (NHL) sowie der diesbezüglichen Nachberichterstattung liegen. Das Programm soll als Pay-TV bundesweit über Satellit sowie über Kabelnetze, IPTV, mobile Applikationen und als Web-TV verbreitet werden.

Die Antragstellerin veranstaltet daneben die bundesweiten Sportspartenprogramme SPORT1, SPORT1+ sowie SPORT1 Livestream, das nur als Web-TV verbreitet wird, mit dem Schwerpunkt auf Sportsendungen (u. a. Fußball, Handball, Basketball, Golf, Tennis, Motorsport), und betreibt das Onlineportal sport1.de.

Die Antragstellerin ist über die Constantin Sport Holding GmbH mittelbar eine 100%ige Tochtergesellschaft der Constantin Medien AG (s. Anhang 1, Schaubild 1). Die Constantin Medien AG ist ein international agierendes Medienunternehmen, das insbesondere auf das Segment Sport sowie über die Beteiligung an dem Schweizer Medienunternehmen Highlight Communications AG auf die Segmente Film, Sport- und Event-Marketing ausgerichtet ist (s. Anhang 2, Schaubild 4).

3.1.4 German Car TV Programm GmbH – »Motorvision HD« (Az.: KEK 748, Beschluss vom 23.07.2013)

Die German Car TV Programm GmbH hat bei der BLM die Zulassung für das Fernsehspartenprogramm Motorvision HD beantragt. Das Programm Motorvision HD ist als internationaler Ableger des bereits zugelassenen bundesweiten Spartenprogramms MotorVision TV geplant. Ebenso wie das bereits in Deutschland verbreitete Programm soll Motorvision HD als Informations- und Unterhaltungsspartenprogramm u. a. zu den Themen Auto, Mobilität und Technik aufgebaut sein. Motorvision HD soll europaweit verschlüsselt als Bezahlfernsehen verbreitet werden. Eine Verbreitung des Programms Motorvision HD in Deutschland ist nicht vorgesehen. Die beantragte Zulassung des Programms unterliegt mangels bundesweiter Verbreitung keiner medienkonzentrationsrechtlichen Beurteilung.

3.1.5 NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH - »Universal Channel« (Az.: KEK 749, Beschluss vom 30.09.2013)

Die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH („NBCU Deutschland“) hat bei der mabb die Zulassungsverlängerung für das bundesweite Fernsehspartenprogramm Universal Channel beantragt. Universal Channel will überwiegend Fernsehserien und Spielfilme mit starken und charismatischen Figuren bzw. Darstellern präsentieren. Das Programm wird als Pay-TV über die Plattformen der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG, der Deutschen Telekom AG und der Kabel Deutschland Vertrieb und Service GmbH verbreitet.

Die Antragstellerin veranstaltet bereits die Pay-TV-Spartenprogramme 13th Street Universal und SyFy Universal. Sie hält zudem 50 % der Anteile der The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG, welche die Programme History und The Biography Channel veranstaltet und darüber hinaus über eine Zulassung für das bislang noch nicht ausgestrahlte Programm Crime & Investigation Network verfügt. Sämtliche Anteile der NBCU Deutschland hält mittelbar die NBC Universal, LLC, die mehrheitlich im Anteilsbesitz des Medien- und Technologiekonzerns Comcast Corporation steht (s. Anhang 1, Schaubild 4).

3.1.6 Marco Polo TV GmbH – »Marco Polo« (Az.: KEK 750, Beschluss vom 30.09.2013)

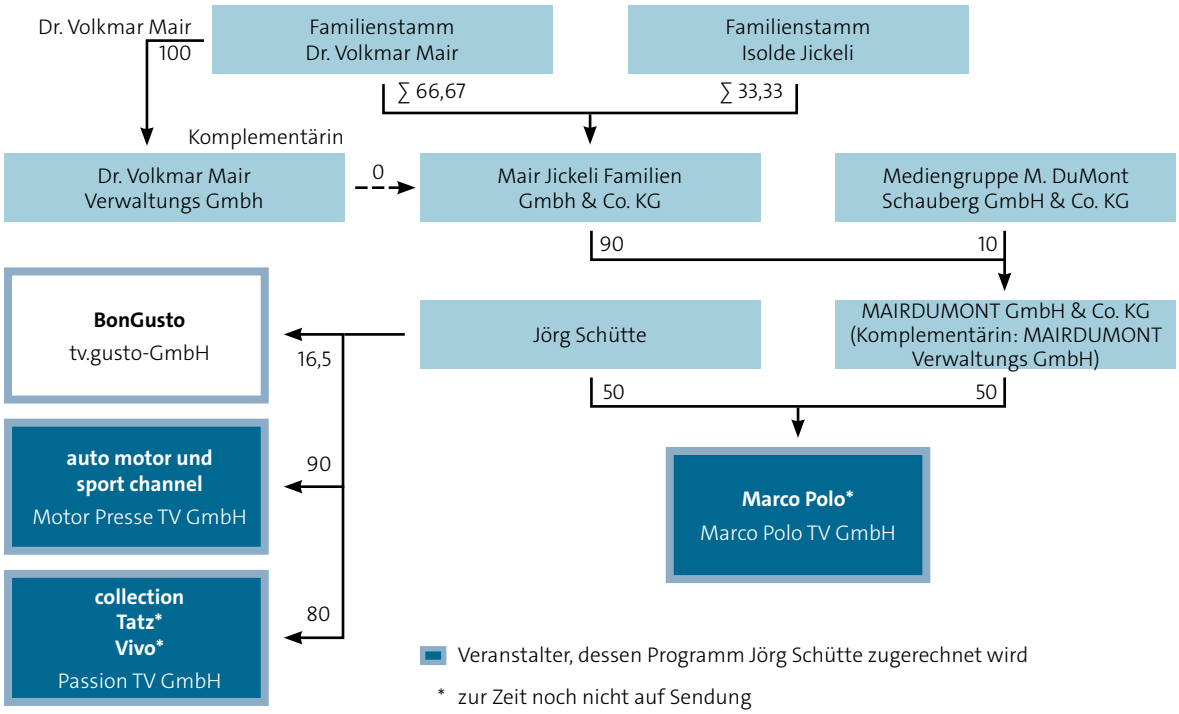
Die Marco Polo TV GmbH hat bei der LFK einen Zulassungsantrag für das bundesweite Fernsehspartenprogramm Marco Polo gestellt. Geplant sind Sendungen zu den Themenbereichen Reise, Kultur und Natur. Das Programm soll über verschiedene Pay-TV-Plattformen verbreitet werden.

Am Stammkapital der Marco Polo TV GmbH sind die MAIRDUMONT GmbH & Co. KG („MAIRDUMONT“) und Jörg Schütte jeweils zu 50 % beteiligt.

Am Kommanditkapital von MAIRDUMONT und am Stammkapital ihrer Komplementärin sind die Mair Jickeli Familien GmbH & Co. KG in

Höhe von 90 % und die Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co. KG in Höhe von 10 % der Anteile beteiligt. MAIRDUMONT ist nach eigener Darstellung Marktführer auf dem Gebiet touristischer Informationen und ist u. a. an verschiedenen Reiseführer- und Stadtplanverlagen beteiligt (z. B. Baedeker, Dumont, Falk). Die Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co. KG verfügt über umfangreiche Beteiligungen an Zeitungsverlagen (u. a. Kölner Stadt-Anzeiger, Express, Berliner Zeitung, Berliner Kurier, Hamburger Morgenpost), Anzeigenblättern, Supplements (Prisma), Stadtmagazinen (u. a. TIP Berlin), lokalen Hörfunksendern (u. a. Berliner Rundfunk 91,4 und radio NRW), lokalen Fernsehsendern (center.tv, Köln, und TV Halle) sowie am Stadtportal BerlinOnline (s. Anhang 2, Schaubild 5). Die Mair Jickeli Familien GmbH & Co. KG und ihre Gesellschafter verfügen nach Kenntnis der Antragstellerin über keine weiteren Medienaktivitäten und -beteiligungen.

Jörg Schütte hält im bundesweiten privaten Fernsehen auch Beteiligungen an den Veranstaltern der Programme auto motor und sport channel, BonGusto und collection.

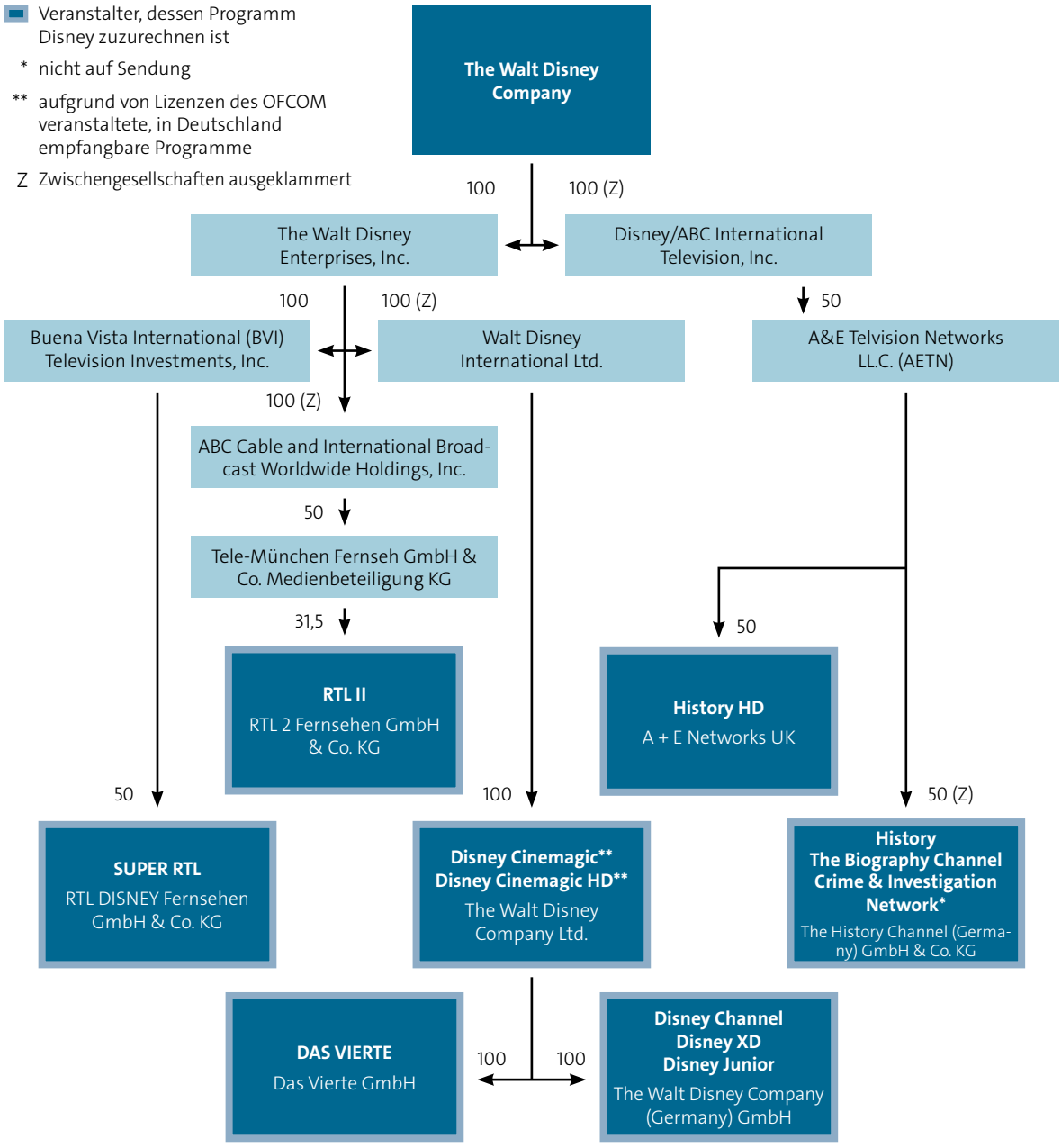


3.1.7 DAS VIERTE GmbH - »DAS VIERTE« (Az.: KEK 754, Beschluss vom 08.10.2013)

Die Das Vierte GmbH hat bei der LfM die Zulassungsverlängerung für das bundesweit frei empfangbare Vollprogramm DAS VIERTE beantragt. Die Programmschwerpunkte liegen nach Angaben der Antragstellerin in den Bereichen Spielfilme, Serien, Dokumentationen, internationale Nachrichten und Wirtschaftsinformationsangebote sowie Ratgeber- und Verbrauchersendungen. Die Antragstellerin plant jedoch, das Programm 2014 grundsätzlich zu ändern und umzubenennen. Es soll dann als ein breit ausgerichtetes Familienprogramm angelegt werden (s. u. 3.1.25).

An der Antragstellerin hält die The Walt Disney Company Limited sämtliche Anteile. Diese ist mittelbar eine 100%ige Tochtergesellschaft der Walt Disney Company, eines der größten Medienkonzerne weltweit mit Aktivitäten in den Geschäftsbereichen „Medien-Networks“ (insbesondere Kabelfernsehen und Internet), Freizeitparks, Inhalteproduktion und -vermarktung, Konsumgüter und Lizenzprodukte.

Die dem Disney-Konzern im bundesweiten privaten Fernsehen zuzurechnenden Programme DAS VIERTE, Disney Channel, Disney XD, Disney Junior, Disney Cinemagic, Disney Cinemagic HD, History, History HD, The Biography Channel, RTL II und SUPER RTL erreichten in der maßgeblichen Referenzperiode von August 2012 bis Juli 2013 einen Zuschaueranteil von insgesamt 6,7 %.



3.1.8 n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH - »ntv« (Az.: KEK 755, Beschluss vom 08.10.2013)

Die n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH hat bei der mabb die Verlängerung ihrer Zulassung für das frei empfangbare Fernsehspartenprogramm n-tv beantragt. Der inhaltliche Schwerpunkt des Informationsspartenprogramms liegt auf der Berichterstattung über Politik und Wirtschaftsthemen.

Die Antragstellerin ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der RTL Television GmbH. Eine Übersicht zu den Beteiligungsverhältnissen der RTL Group S.A. und ihrer Obergesellschaft Bertelsmann SE & Co. KGaA gibt Anhang 1, Schaubild 6. Zur Meinungsmacht des Bertelsmann-Konzerns s. u. 3.1.11.

3.1.9 VIVA Media GmbH - »VIVA« (Az.: KEK 751, Beschluss vom 12.11.2013)

Die VIVA Media GmbH hat bei der LfM beantragt, die zum 02.12.2013 auslaufende Zulassung für das bundesweit verbreitete Musikspartenprogramm VIVA zu verlängern. VIVA wird frei empfangbar digital über Satellit, Kabelnetze, IPTV-Plattformen sowie terrestrisch (DVB-T) verbreitet.

Sämtliche Geschäftsanteile der VIVA Media GmbH werden von der Viacom Holdings Germany LL.C. gehalten. Diese ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Viacom International, Inc., welche zudem sämtliche Anteile an der MTV Networks Europe, L.P. hält. Die MTV Networks Europe, L.P. veranstaltet auf Grundlage von Lizenzen der britischen Rundfunkaufsichtsbehörde OFCOM die englischsprachigen Musikprogramme MTV Hits, MTV Dance, MTV Music, MTV ROCKS, MTV Live HD, VH-1 Classic und VH-1 Europe, die auch in Deutschland bundesweit empfangbar sind. Die Viacom International, Inc. steht ihrerseits vollständig im Anteilsbesitz der Konzernobergesellschaft Viacom, Inc. (s. Anhang 1, Schaubild 10). Der Viacom-Konzern zählt zu den weltweit größten Medienunternehmen. Kerngeschäftsfeld ist die Produktion und der Vertrieb von Kinofilmen und Fernsehprogrammen, insbesondere unter den Marken MTV und Nickelodeon (s. u. 3.1.20).

3.1.10 Hessisches Telemedia Technologie Kompetenz-Center - httc e. V. - »eBusiness-Hangout« (Az.: KEK 757, Beschluss vom 12.11.2013)

Der Hessisches Telemedia Technologie Kompetenz-Center e.V. hat bei der LPR Hessen die Zulassung für das Spartenprogramm eBusiness-Hangout (Arbeitstitel) beantragt. Geplant ist ein journalistisch-redaktionell gestaltetes Programm, in dessen Rahmen mindestens ein- bis zweimal im Monat eine moderierte Diskussionsrunde übertragen werden soll. Daneben ist u. a. beabsichtigt, Live-Berichte von Konferenzen und Veranstaltungen zu senden.

Das geplante Programm steht in Zusammenhang mit dem Projekt „eBusiness Lotse Darmstadt Dieburg“, einem Kompetenzzentrum für kleine und mittelständische Unternehmen. Das Projekt ist Teil der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“ und wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert. Das Programm eBusiness-Hangout soll ausschließlich über das Internet verbreitet wer-

den. Geplant ist eine Übertragung als Live-Stream über den Video-Chat-Dienst „Hangout on Air“ des sozialen Netzwerks „Google+“ der Google, Inc. Die jeweiligen Hangouts sollen als öffentliche Live-Übertragung für alle Nutzer freigegeben werden. Im Anschluss daran sollen die Videostreams über das YouTube-Konto des Antragstel

3.1.11 RTL Television GmbH - »GEO Television« (Az.: KEK 758-1, Beschluss vom 12.11.2013)

Die RTL Television GmbH hat bei der NLM die Zulassung für das Pay-TV-Spartenprogramm GEO Television beantragt. GEO Television soll sich aus Dokumentationen und Reportagen zu den Schwerpunktthemen Natur, Mensch, Technik, Wissenschaft und Geschichte zusammensetzen. Das Programm soll in enger Verbindung zu dem vom Verlag Gruner + Jahr publizierten Monatsmagazin GEO erstellt werden. Der Antragstellerin und ihren Obergesellschaften CLT-UFA S.A., RTL Group S.A. und Bertelsmann SE & Co. KGaA werden bereits die Programme RTL Television, RTL Crime, RTL Living, RTL Nitro, n-tv, Passion, VOX, RTL II, SUPER RTL, auto motor und sport Channel zugerechnet (s. Anhang 1, Schaubild 6). Diese Programme erreichten im Referenzzeitraum insgesamt Zuschaueranteile von 25,3 %.

Zu prüfen war daher, ob durch die Zulassung von GEO Television vorherrschende Meinungsmacht nach Maßgabe des § 26 RStV besteht oder entsteht. Die KEK hat zuletzt mit Beschluss vom 08.10.2013 i. S. n-tv (s. o. 3.1.8) festgestellt, dass der RTL Group S.A. und der Bertelsmann SE & Co. KGaA keine vorherrschende Meinungsmacht nach den Vermutungstatbeständen des § 26 Abs. 2 RStV zukommt. Dort lag der zugrunde zu legende Zuschaueranteil ebenfalls bei 25,3 %. Davon waren Bonuspunkte für die Aufnahme von Dritt- und Regionalfenstern im Programm RTL Television im Umfang von 5 Prozentpunkten in Abzug zu bringen. Unter Einbeziehung der Aktivitäten auf medienrelevanten verwandten Märkten ergab sich ein Meinungseinfluss der Gruppe, der einem Zuschaueranteil zwischen 27,7 % und höchstens 28,4 % entspricht. Dieser Gesamtwert ist nach heutigem Kenntnisstand um etwa 1 % niedriger anzusetzen. Zu den Medienaktivitäten des Bertelsmann-Konzerns s. Anhang 2, Schaubild 2.

3.1.12 Agentur Leineweber e. K. -»Online-Video-Marketing-Kanal« (Az.: KEK 759, Beschluss vom 10.12.2013)

Der eingetragene Kaufmann Stefan Leineweber hat unter der Firmenbezeichnung Agentur Leineweber bei der LPR Hessen die Zulassung für das Spartenprogramm Online-Video-Marketing-Kanal (Arbeitstitel) für eine Dauer von zwei Jahren beantragt. Die Werbe- und Kommunikationsagentur Leineweber entwickelt Verkaufsförderungskonzepte für Kunden aus Industrie, Handel und Handwerk. Mit dem Programm möchte der Antragsteller das Dienstleistungsangebot seines Unternehmens z. B. durch interaktive Schulungsveranstaltungen im Zusammenhang mit Produkteinführungen erweitern. Der Antragsteller plant, bis zu fünf Sendungen pro Monat regelmäßig auszustrahlen. Das Programm soll als Livestream über die Internetseite der Agentur Leineweber oder eine andere, noch einzurichtende Internetseite verbreitet werden.

3.1.13 Timo C. Storost - »Das Neue TV« (Az.: KEK 760, Beschluss vom 10.12.2013)

Timo C. Storost hat bei der BLM die Zulassung für das Fernsehvollprogramm Das Neue TV beantragt. Das Neue TV soll im Internet als Livestream unter www.dasneue.tv, über die Internet-Plattform Zattoo sowie im Rahmen des Angebots „Multithek" der Media Broadcast GmbH in Verbindung mit DVB-T im HbbTV-Standard (Hybrid Broadcast Broadband TV) verbreitet werden. Der Antragsteller ist Inhaber eines Einzelunternehmens mit der Geschäftsbezeichnung „ITV Media Group". Er veranstaltet bereits auf Grundlage einer Lizenz der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) das Unterhaltungsspartenprogramm Family TV, das im Internet als Livestream unter www.familytv.de und über die Zattoo-Plattform ausgestrahlt wird.

3.1.14 Discoveary Communications Deutschland GmbH & Co. KG - »TLC« (Az.: KEK 761, Beschluss vom 11.02.2014)

TLC ist ein 24-stündiges Unterhaltungsspartenprogramm mit einer Zielgruppenausrichtung auf Frauen. Das Programm soll frei empfangbar über Satellit und Kabelnetze digital verbreitet werden. Die Zulassung für TLC hat die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG bei der BLM beantragt.

Die Antragstellerin veranstaltet bereits die Pay-TV-Spartenprogramme Discovery Channel, Animal Planet und Discovery Geschichte sowie das frei empfangbare Programm DMAX. Sämtliche Anteile an der Antragstellerin hält über eine Kette 100%iger Tochtergesellschaften die Discovery Communications, Inc. (s. Anhang 1, Schaubild 2). Die Discovery Communications, Inc. bezeichnet sich als weltweit führendes Medien- und Entertainment-Unternehmen im nichtfiktionalen Bereich. Ihre Tochterunternehmen veranstalten weltweit eine Vielzahl von Spartenprogrammen und erreichen 1,8 Mrd. Abonnenten in 220 Ländern und Regionen. Die Discovery Communications, Inc. hält auch eine Beteiligung in Höhe von 20 % (künftig 51 %) an dem internationalen Sportsender-Netzwerk Eurosport, das in Deutschland die Programme Eurosport und Eurosport 2 ausstrahlt.

Von den Stimmrechten der Discovery Communications Inc. halten nach Angaben der Antragstellerin die Advance/Newhouse Programming Partnership insgesamt ca. 25 % und Dr. John C. Malone zusammen mit seiner Ehefrau Leslie Malone insgesamt ca. 22 %.

3.1.15 TVM/WWTV Lizenz- und Produktions GmbH - »Deutschland-Regional« (Az.: KEK 762, Beschluss vom 11.02.2014)

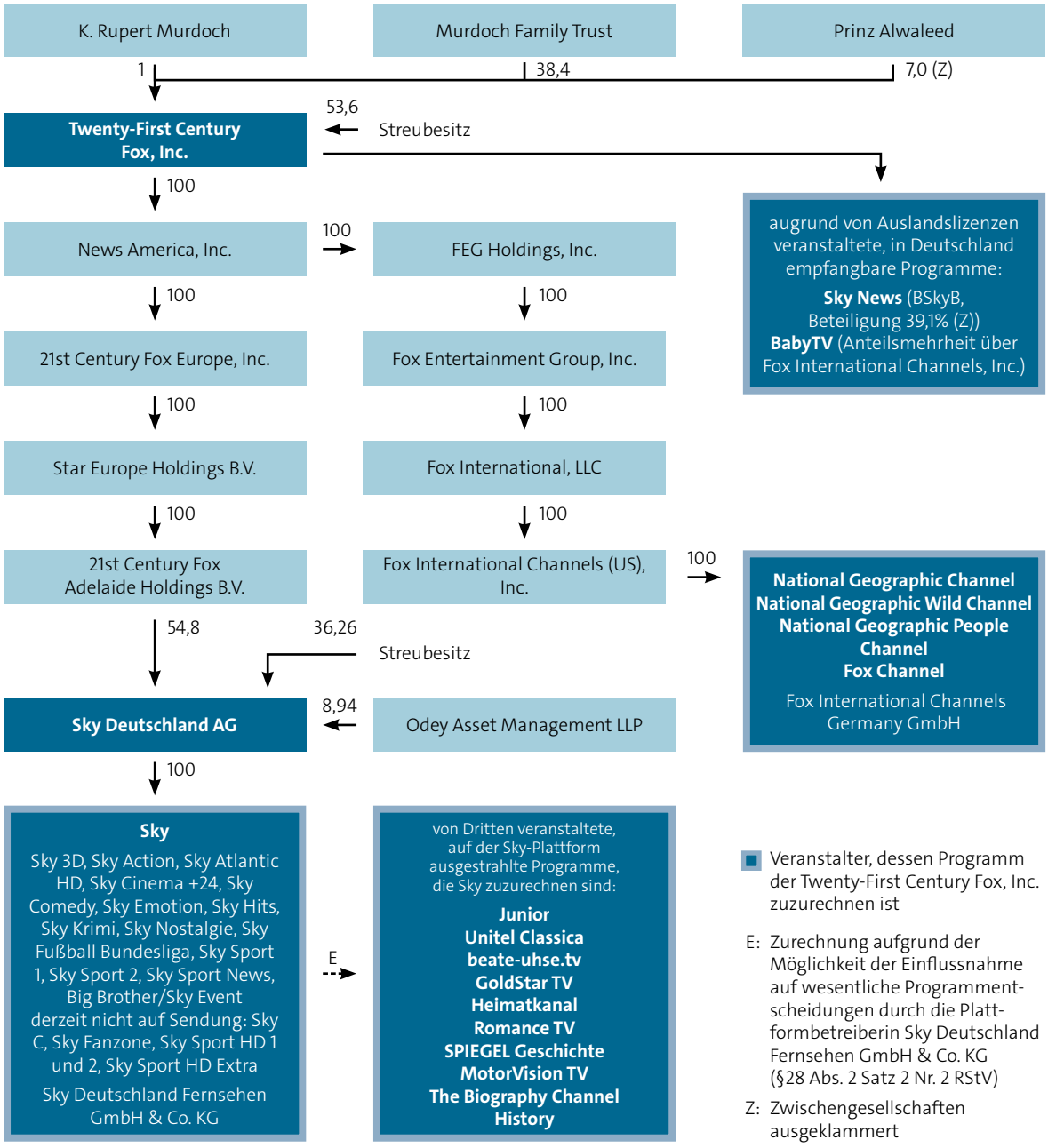
Das geplante Spartenprogramm Deutschland-Regional (Arbeitstitel) soll Beiträge zum regionalen Geschehen aus allen Teilen Deutschlands enthalten und bundesweit über digitales Kabel, Satellit, IPTV und Web-TV verbreitet werden. Einen entsprechenden Lizenzantrag hat die TVM/WWTV Lizenz- und Produktions GmbH bei der LMK gestellt. Die Antragstellerin ist bereits im Bereich

des Regionalfernsehens aktiv. Sie produziert und vermarktet die Programme TV Mittelrhein und WW-TV. Sie hält zudem eine Zulassung der LMK für das Regionalfernsehprogramm Koblenz 1. Gesellschafter der Antragstellerin sind mit Beteiligungen von je 50 % Christian Opitz und Normann Schneider (s. auch 3.2.15).

3.1.16 Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG - »Sky Event« (Az.: KEK 763, Beschluss vom 11.02.2014)

Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG hat bei der BLM einen Antrag auf Verlängerung ihrer bis zum 25.02.2014 befristeten Zulassung für das Fernsehspartenprogramm Big Brother gestellt. Das Programm soll im Verlängerungszeitraum in Sky Event (Arbeitstitel) umbenannt werden und auch dem Format „Big Brother“ vergleichbare Live-Formate ausstrahlen. Das Programm wird, wie die übrigen Sky-Programme, digital über Kabel und Satellit verbreitet.

Die Antragstellerin veranstaltet eine Vielzahl von Programmen und vermarktet auf der Sky-Plattform Fernsehprogramme von Drittveranstaltern, welche ihr zum Teil aufgrund von Einflussnahmemöglichkeiten zugerechnet werden (s. Schaubild). Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der börsennotierten Sky Deutschland AG. Größte Aktionärin der Sky Deutschland AG ist mit einem Anteil von 54,8 % die 21st Century Fox Adelaide Holdings B.V. (vormals News Adelaide Holdings B.V.), eine mittelbare Tochtergesellschaft der Twenty-First Century Fox, Inc. (vormals News Corporation). Die einzige weitere Aktionärin mit Anteilen von über 5 % ist die Odey Asset Management LLP. Diese hat ihre Anteile an der Sky Deutschland AG von 10,07 % auf 8,94 % reduziert. Zu den vorangegangenen Umfirmierungen und Umstrukturierungen innerhalb der Twenty-First Century Fox-Gruppe s. u. 3.2.6. Zu den nachfolgenden Veränderungen im Zusammenhang mit der Beteiligung der Sky plc. (vormals BSkyB plc.) an der Sky Deutschland AG s. 3.2.16 und 3.2.24).


K. Rupert Murdoch
Murdoch Family Trust
Prinz Alwaleed
1
38,4
7,0 (Z)
53,6
Streubesitz
Twenty-First Century Fox, Inc.
100
News America, Inc.
100
FEG Holdings, Inc.
augrund von Auslandslizenzen veranstaltete, in Deutschland empfangbare Programme:
Sky News (BSkyB, Beteiligung 39,1% (Z))
BabyTV (Anteilsmehrheit über Fox International Channels, Inc.)
100
21st Century Fox Europe, Inc.
100
Fox Entertainment Group, Inc.
100
Star Europe Holdings B.V.
100
Fox International, LLC
100
21st Century Fox Adelaide Holdings B.V.
100
Fox International Channels (US), Inc.
National Geographic Channel
National Geographic Wild Channel
National Geographic People Channel
Fox Channel
Fox International Channels Germany GmbH
54,8
36,26
Streubesitz
8,94
Sky Deutschland AG
Odey Asset Management LLP
100
Sky
Sky 3D, Sky Action, Sky Atlantic HD, Sky Cinema +24, Sky Comedy, Sky Emotion, Sky Hits, Sky Krimi, Sky Nostalgie, Sky Fußball Bundesliga, Sky Sport 1, Sky Sport 2, Sky Sport News, Big Brother/Sky Event
derzeit nicht auf Sendung: Sky C, Sky Fanzone, Sky Sport HD 1 und 2, Sky Sport HD Extra
Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG
E
von Dritten veranstaltete, auf der Sky-Plattform ausgestrahlte Programme, die Sky zuzurechnen sind:
Junior
Unitel Classica
beate-uhse.tv
GoldStar TV
Heimatkanal
Romance TV
SPIEGEL Geschichte
MotorVision TV
The Biography Channel
History
Veranstalter, dessen Programm der Twenty-First Century Fox, Inc. zuzurechnen ist
E: Zurechnung aufgrund der Möglichkeit der Einflussnahme auf wesentliche Programmentscheidungen durch die Plattformbetreiberin Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (§28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV)
Z: Zwischengesellschaften ausgeklammert

3.1.17 Verein für Bewegungsspiele Stuttgart 1893 e.V. - »vfbtv« (Az.: KEK 765, Beschluss vom 11.02.2014)

Der VfB Stuttgart 1893 e.V. hat bei der LFK die Zulassung für das Spartenprogramm vfbtv beantragt. Der Antragsteller stellt gegenwärtig im Rahmen des Angebots vfbtv auf seiner Internetseite Videos im Zusammenhang mit der ersten und zweiten Fußballmannschaft des VfB Stuttgart zum Abruf zur Verfügung. Das bestehende Angebot soll nunmehr um linear verbreitete Liveberichte (Livestreams) erweitert werden. Die Verbreitung des Programms soll ausschließlich über das Internet als Web-TV erfolgen. Der VfB Stuttgart 1893 e.V. wurde im September 1893 gegründet und zählte zum 01.12.2013 45.678 Mitglieder.

3.1.18 Fox International Channels Germany GmbH -»National Geographic People Channel« (Az.: KEK 768, Beschluss vom 11.02.2014)

Bei dem geplanten bundesweiten Fernsehspartenprogramm National Geographic People Channel handelt es sich um ein ganztägiges deutschsprachiges Dokumentarfilmprogramm, das sich insbesondere mit Themen aus den Bereichen Travel, Food, Adventure, Living Cultures und Wildlife beschäftigt. Das Programm soll als Pay-TV u. a. über Satellit und Kabel verbreitet werden. Beantragt wurde die Zulassung von der Fox International Channels Germany GmbH bei der mabb.

Die Antragstellerin veranstaltet bereits das Unterhaltungsspartenprogramm Fox Channel mit dem Schwerpunkt auf fiktionalen Serien, Spielfilmen und Dokumentarserien sowie die Spartenprogramme National Geographic Channel (Dokumentationen zu Naturwissenschaften, Technik, Geschichte und Kultur) und National Geographic Wild Channel (Tierfilme).

Sie ist mittelbar eine 100%ige Tochtergesellschaft der Twenty-First Century Fox, Inc. (zur Beteiligungsstruktur s. Schaubild unter 3.1.16). Diese umfasst nach einer Aufspaltung der vormaligen Konzernobergesellschaft News Corporation deren Film- und Fernsehgeschäft, während die Printaktivitäten unter der Firmenbezeichnung News Corp. fortgeführt werden. Die von K. Rupert Murdoch geführte, an der New Yorker Börse notierte Twenty-First Century Fox, Inc. gehört zu den weltgrößten Medienkonzernen. Sie hält neben der mittelbaren Beteiligung an der Antragstellerin auch mittelbar 54,8 % der Anteile an der Sky Deutschland AG, welche Alleingesellschafterin der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG ist (zu den nachfolgenden Beteiligungsveränderungen s. 3.2.16 und 3.2.24). Darüber hinaus ist die Twenty-First Century Fox, Inc. mittelbar Mehrheitsgesellschafterin der Veranstalterin des Pay-TV-Programms BabyTV. Sie hält zudem eine mittelbare Beteiligung in Höhe von 39,1 % an der British Sky Broadcasting Group, plc. (BSkyB), dem größten Anbieter von Pay-TV in Großbritannien und Irland. BSkyB veranstaltet unter anderem das auch in Deutschland empfangbare Programm Sky News.

Nach Angaben der Antragstellerin halten an den stimmberechtigten Aktien der Twenty-First Century Fox, Inc. der Murdoch Family Trust 38,4 % der Anteile, K. Rupert Murdoch 1 % der Anteile und Prinz Alwaleed Bin Talal Bin Abdulaziz Alsaud 7 % der Anteile. Die restlichen 53,6 % der Anteile befinden sich in Streubesitz.

3.1.19 Kinowelt Television GmbH - »Kinowelt TV Premium« (Az.: KEK 769, Beschluss vom 11.03.2014)

Die Kinowelt Television GmbH hat die Verlängerung ihrer zum 31.03.2014 auslaufenden Zulassung für das Pay-TV-Spartenprogramm Kinowelt TV Premium bei der LPR Hessen beantragt. Kinowelt TV Premium zeigt Filme und Magazine zum internationalen Filmgeschehen. Das Programm wird digital über Kabel, Satellit und IPTV verbreitet. Am Stammkapital der Antragstellerin sind jeweils zur Hälfte der Geschäftsführer Achim Apell und die MK Medien Beteiligungs GmbH beteiligt. An Letzterer hält Dr. Doris Apell-Kölmel, die Schwester von Achim Apell, sämtliche Anteile. Zu nachfolgenden Beteiligungsveränderungen s. 3.2.12.

3.1.20 VIMN Germany GmbH - »nicktoons« (Az.: KEK 770, Beschluss vom 11.03.2014)

Das Programm Nicktoons ist ein Pay-TV-Unterhaltungsspartenprogramm für Kinder. Es ging im Dezember 2007 auf Sendung – zunächst unter der Bezeichnung „Nickelodeon“, wurde später als „NICK Premium“ fortgeführt und läuft seit April 2010 unter der aktuellen Programmkennung „nicktoons“. Nunmehr hat die Veranstalterin, die VIMN Germany GmbH, bei der MA HSH die Zulassungsverlängerung beantragt. Die derzeit gültige Zulassung endet zum 31.03.2014. Das Programm nicktoons wird von Unitymedia über Kabel, im Rahmen des Sky-Welt-Pakets über Satellit sowie als Teil des MobileTV-Angebots für UMTS-fähige Mobiltelefone der Deutschen Telekom verbreitet.

Die VIMN Germany GmbH veranstaltet neben nicktoons die Programme MTV, MTV Brand New, Nickelodeon/COMEDY CENTRAL und NICK Jr. An ihr halten die VIVA Media GmbH, Veranstalterin des Programms VIVA, 51 % der Anteile und deren Alleingesellschafterin, die Viacom Holdings Germany LL.C., die restlichen 49 % der Anteile. Die Viacom Holdings Germany LL.C. ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Viacom International, Inc., die auch sämtliche Anteile an der Veranstalterin der englischsprachigen, auch in Deutschland bundesweit empfangbaren Musikprogramme MTV Dance, MTV Hits, MTV Live HD, MTV Music 24, MTV ROCKS, VH-1 und VH-1 Classics MTV Networks Europe, L.P. hält. Die Viacom International, Inc. steht ihrerseits vollständig im Besitz der Konzernobergesellschaft Viacom, Inc. (s. Anhang 1, Schaubild 10). Die der Viacom, Inc. zuzurechnenden Programme erreichten in der Referenzperiode von Januar bis Dezember 2013 Zuschaueranteile von insgesamt 1,4 %.

Der Viacom-Konzern zählt mit einem Gesamtumsatz von 13,79 Mrd. US-Dollar im Jahr 2013 zu den weltweit größten Medienunternehmen. Die Hauptgeschäftsfelder des Unternehmens sind Mediennetzwerke, zu dem die weltweiten Senderbeteiligungen zählen, sowie Spielfilm- und Fernsehunterhaltung. Das Filmsegment umfasst die Produktion, Finanzierung und Vermarktung von Spielfilmen und anderen Inhalten aus dem Bereich Unterhaltung unter den Marken Paramount Picture, Paramount Vantage, Paramount Classics, Insurge Pictures, MTV Films und Nickelodeon Movies.

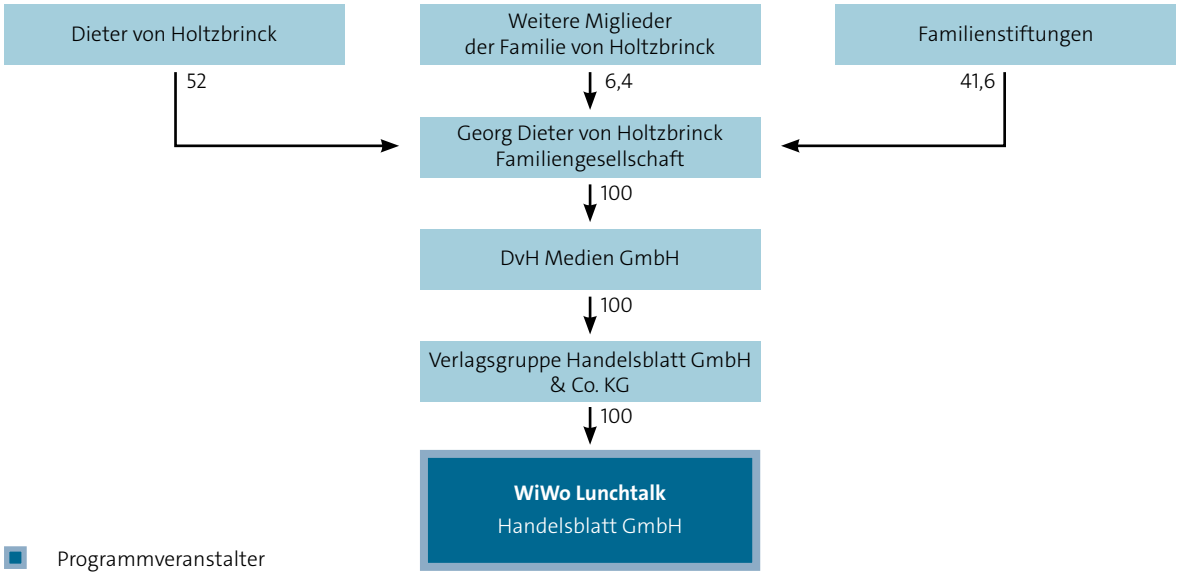
3.1.21 ANIXE HD Television GmbH & Co. KG - »ANIXE HD« (Az.: KEK 775, Beschluss vom 08.04.2014)

Die ANIXE HD Television GmbH & Co. KG hat bei der LFK die Verlängerung ihrer bis zum 30.04.2014 befristeten Zulassung für das Spartenprogramm ANIXE HD beantragt. Neben Kinder- und Jugendprogramm sendet ANIXE HD im Abendprogramm überwiegend Spielfilme, Serien und Dokumentationen. Das Programm wird simultan und in inhaltlich unveränderter Form auch über den Schwestersender ANIXE SD präsentiert (s. 3.1.40). Einzige Kommanditistin der Antragstellerin ist Marion Lapidakis. Nach dem Ausscheiden der anixe TV Verwaltungs-GmbH ist die ANIXE HD Television Verwaltungs-GmbH ihre alleinige Komplementärin. Sämtliche Anteile an dieser hält Jennifer Lapidakis, die Tochter von Marion Lapidakis. Beide halten keine weiteren Beteiligungen im Medienbereich.

3.1.22 Handelsblatt GmbH - »WiWo-Lunchtalk« (Az.: KEK 773, Beschluss vom 10.06.2014)

Die Handelsblatt GmbH hat bei der LfM die Zulassung für das Spartenprogramm WiWo-Lunchtalk beantragt. WiWo-Lunchtalk ist als interaktives Videoformat geplant, bei dem werktäglich die Chefredakteurin der Wirtschaftswoche und ihr Team mit wechselnden Gästen und Nutzern über ein aktuelles Thema diskutieren. Das Programm soll ausschließlich über das Internet verbreitet werden. Die Übertragung erfolgt dabei als Livestream über die Homepage www.wiwo.de. Die Antragstellerin nutzt hierfür den Video-Chat-Dienst „Hangout on Air“ des sozialen Netzwerks Google+ der Google, Inc.

Die Antragstellerin publiziert u. a. die Tageszeitung „Handelsblatt“ und das Wirtschaftsmagazin „Wirtschaftswoche“. Alleingesellschafterin ist die Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG („Verlagsgruppe Handelsblatt“). Zum Portfolio der Verlagsgruppe Handelsblatt zählen auch Fachzeitschriften (z. B. „Absatzwirtschaft“ und „Creditreform“), das Vermarktungsunternehmen iq media marketing gmbh und das Medienportal meedia. Sämtliche Kommanditanteile der Verlagsgruppe Handelsblatt und sämtliche Anteile an ihrer Komplementärin, der Handelsblatt Verwaltungs-GmbH, hält die DvH Medien GmbH. Diese hält auch 100 % der Anteile der Tagesspiegel-Gruppe (GMZ Gesellschaft für Medien-, Druck- und Zeitungsverlagsbeteiligungen mbH & Co. KG), zu der die Tageszeitungen „Tagesspiegel“ und „Potsdamer Neueste Nachrichten“, das Berliner Stadtmagazin „Zitty“ und das Offertenblatt „Zweite Hand“ gehören. Ferner hält die DvH Medien GmbH die Hälfte der Anteile an der Zeit-Verlagsgruppe, die u. a. die Wochenzeitung „Die Zeit“ sowie verschiedene Magazine (z. B. „Zeit Wissen“, „Zeit Leo“, „Zeit Geschichte“) publiziert. Alleinige Gesellschafterin der DvH Medien GmbH ist die Georg Dieter von Holtzbrinck Familiengesellschaft. An dieser hält Dieter von Holtzbrinck unmittelbar 52,0 % der Anteile, Familienstiftungen halten insgesamt 41,6 % und weitere Mitglieder der Familie von Holtzbrinck 6,4 % der Anteile.



3.1.23 tv.gusto GmbH - »Bon Gusto« (Az.: KEK 780, Beschluss vom 08.07.2014)

Die tv.gusto GmbH hat bei der LfM die Verlängerung ihrer zum 03.09.2014 auslaufenden Zulassung für das Programm BonGusto beantragt. BonGusto ist ein digitales Pay-TV-Spartenprogramm zum Themenkreis Essen und Genießen und wird über Kabelnetze (Kabel Deutschland, Unitymedia Kabel BW), im Rahmen des KabelKiosk-Angebots von Eutelsat sowie als IPTV und über Satellit (Deutsche Telekom) verbreitet.

An der tv.gusto GmbH sind die Burda Food Partners GmbH in Höhe von 83,5 % der Anteile und Jörg Schütte in Höhe von 16,5 % der Anteile beteiligt. Alleingesellschafterin der Burda Food Partners GmbH ist die Burda GmbH, die wiederum zu 100 % im Anteilsbesitz der Hubert Burda Media Holding KG steht. Zu den aktuellen Beteiligungsverhältnissen bei der Hubert Burda Media Holding KG s. 3.5.2.1.

Der Burda-Konzern hält auch einen Anteil von 1,1 % an der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG, die das bundesweite Fernsehprogramm RTL II veranstaltet. Er ist darüber hinaus an lokalen Fernsehsendern (u. a. münchen.tv und Franken Fernsehen) sowie an landesweiten, regionalen und lokalen Hörfunksendern (u. a. ANTENNE BAYERN, Hit Radio FFH, BB Radio und Ostseewelle) beteiligt. Der Burda-Konzern ist eines der führenden Verlagshäuser in Deutschland. Zu seinen Zeitschriftentiteln zählen „Bunte“, „Focus“, „Super-Illu“, „Freundin“ und „Freizeit-Revue“. Im Bereich der Programmzeitschriften ist Burda mit den Titeln „TV Spielfilm“, „TV Spielfilm XXL“, „TV Today“, „TV Today Digital“ und „TV Schlau“ vertreten. Neben Internetauftritten der Print-Titel verantwortet Burda u. a. die deutsche Ausgabe der Onlinezeitung „Huffingtonpost“ und hält Beteiligungen an dem Business-Netzwerk Xing (50,5 %) sowie an der Tomorrow Focus AG (58,8 %), die u. a. Bewertungs- und Partnervermittlungsportale (z. B. Holidaycheck, Elitepartner) im Internet anbietet. Den Betrieb der Onlinevideothek Sevenload hat der Konzern dagegen jüngst eingestellt. Zu den Medienaktivitäten des Burda-Konzerns s. Anhang 2, Schaubild 3.

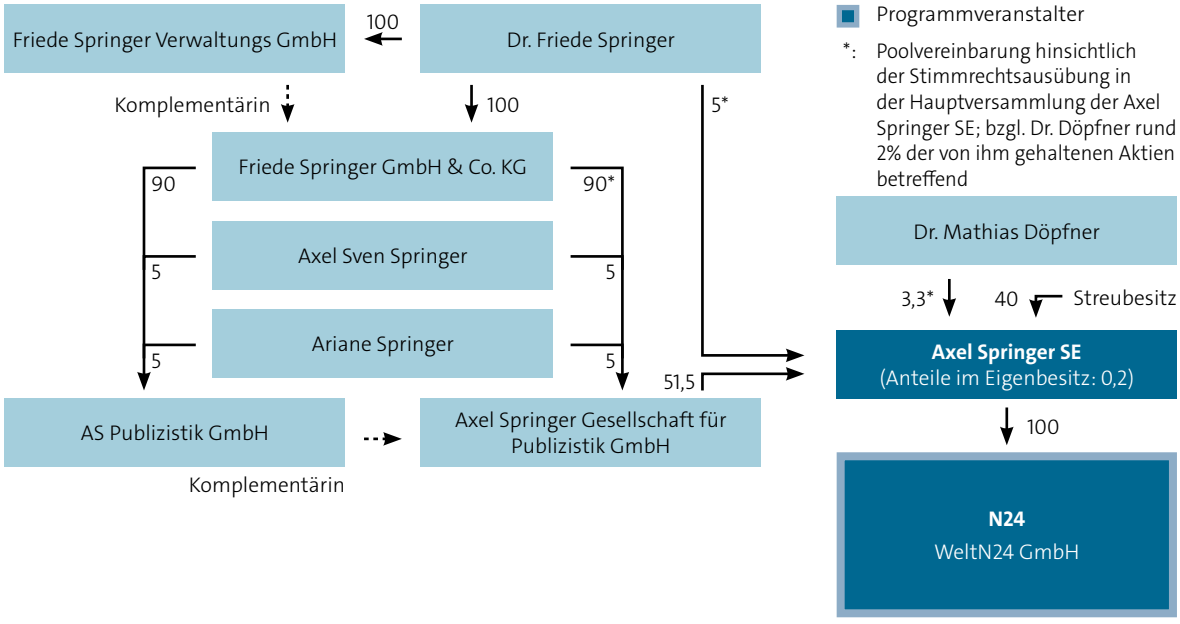
Mitgesellschafter Jörg Schütte hält im bundesweiten privaten Fernsehen auch eine 49%ige Betei-

ligung an der Motor Presse TV GmbH, Veranstalterin des bundesweiten Fernsehspartenprogramms auto motor und sport channel. Ferner hält er 80 % der Anteile der Passion TV GmbH, Köln, die das frei empfangbare Programm collection veranstaltet, und 50 % an der Marco Polo TV GmbH, der Veranstalterin des bundesweiten Fernsehspartenprogramms Marco Polo.

3.1.24 N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH – »N24« (Az.: KEK 789, Beschluss vom 25.08.2014)

Die N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen GmbH, bislang die Veranstalterin des Fernsehspartenprogramms N24, hat der BLM zwei Verschmelzungen innerhalb ihrer Gesellschafterstruktur angezeigt, die einen Wechsel des Zulassungsinhabers nach sich ziehen: Zunächst soll auf die bisherige Veranstalterin ihre Muttergesellschaft N24 Media GmbH verschmolzen werden. Sodann soll die N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen GmbH auf ihre Schwestergesellschaft 52. Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH verschmolzen werden. Die übernehmende 52. Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH soll in WeltN24 GmbH umfirmiert werden und künftig das Spartenprogramm N24 veranstalten. Mit den angezeigten Verschmelzungen gehen auch die Beteiligungen der N24 Media GmbH (u. a. an der MAZ & More TV-Produktion GmbH) auf die WeltN24 GmbH über.

Sämtliche Anteile an der WeltN24 GmbH hält die Axel Springer SE. Die Medienaktivitäten der Axel Springer SE sind im Wesentlichen um die Printmarken „BILD“ und „WELT“ aufgebaut. Im Zeitschriftenbereich ist die Axel Springer SE mit einem Portfolio von 23 Zeitschriften der drittgrößte deutsche Zeitschriftenverlag (gemessen an der verkauften Auflage). Im Onlinebereich hat die Axel Springer SE ihre Aktivitäten entsprechend der unternehmensstrategischen Zielsetzung kontinuierlich ausgebaut (s. Anhang 2, Schaubild 9). Zur Übernahme der Veranstalterin von N24 durch die Axel Springer SE s. 3.2.9.



3.1.25 Walt Disney (Germany) GmbH - »Disney Channel« (Az.: KEK 778/783, Beschluss vom 16.09.2014))

Die The Walt Disney Company (Germany) GmbH hat bei der LfM angezeigt, dass die bisherige Veranstalterin des Programms Disney Channel, die DAS VIERTE GmbH (s. 3.1.7), auf sie verschmolzen wurde. Die The Walt Disney Company (Germany) GmbH hat außerdem die Verlängerung der zum 20.10.2014 auslaufenden Zulassung für das Programm Disney Channel beantragt. Der Disney Channel soll zudem seinen Programmstatus von einem Vollprogramm in ein Spartenprogramm umändern.

Die Antragstellerin veranstaltet bereits auf Grundlage von Lizenzen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) die Pay-TV-Programme Disney XD und Disney Junior. Die Lizenz für das ehemals unter dem Namen Disney Channel betriebene Pay-TV-Programm ruht derzeit. An der Antragstellerin hält die The Walt Disney Company Limited sämtliche Anteile. Diese veranstaltet die in Deutschland über Sky empfangbaren deutschsprachigen Pay-TV-Programme Disney Cinemagic und Disney Cinemagic HD auf der Grundlage einer Auslandslizenz der britischen Regulierungsbehörde OFCOM. Über Zwischengesellschaften ist die The Walt Disney Company Limited eine 100%ige Tochtergesellschaft der The Walt Disney Company.

Die The Walt Disney Company ist einer der größten Medienkonzerne weltweit mit Aktivitäten in den Geschäftsbereichen „Medien-Networks“ (insbesondere Kabelfernsehen und Internet), Freizeitparks, Inhalteproduktion und -vermarktung, Konsumgüter und Lizenzprodukte. Über Tochtergesellschaften ist die Walt Disney Company an den Veranstalterinnen der Programme RTL II, SUPER RTL, History und The Biography Channel beteiligt (s. Anhang 1, Schaubild 3). Die der The Walt Disney Company zuzurechnenden Programme Das Vierte/Disney Channel, Disney Cinemagic, Disney Cinemagic HD, Disney Junior, Disney XD, RTL II, SUPER RTL, History, History HD und The Biography Channel erzielten in der Referenzperiode von Juli 2013 bis Juni 2014 einen Zuschaueranteil von 6,5 %.

3.1.26 Basketball Bundesliga GmbH - »Beko BBL TV powered by Telekom« (Az.: KEK 785, Beschluss vom 16.09.2014)

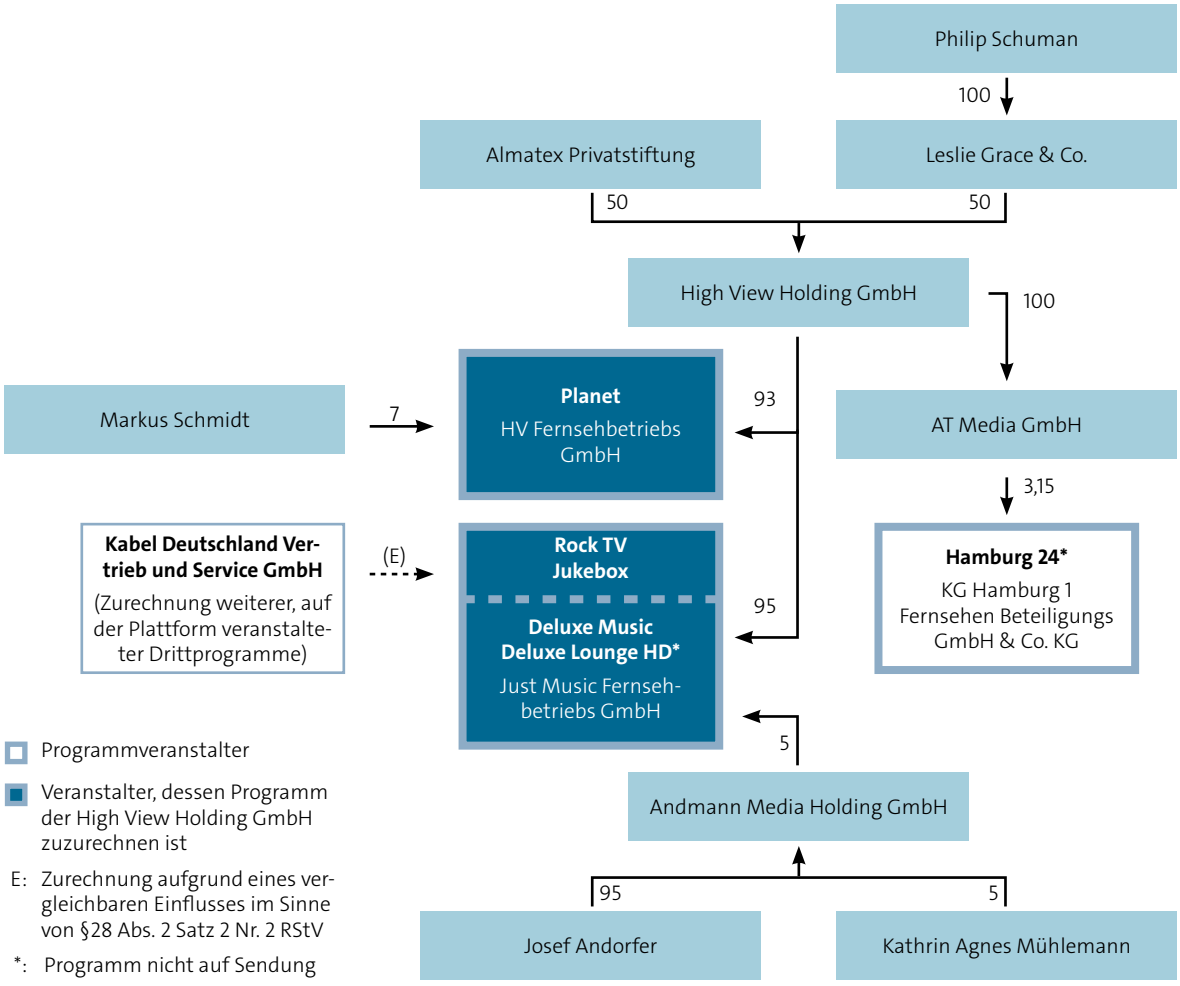
Die Veranstalterin der „BEKO Basketball Bundesliga“, die BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga, hat bei der LfM die Zulassung für ein Fernsehspartenprogramm unter dem Arbeitstitel Beko BBL TV powered by Telekom beantragt. Das Programm soll für die vier Spielzeiten von 2014/2015 bis 2017/2018 exklusiv von der Telekom Deutschland GmbH in das IP-Kabelnetz und das mobile Kommunikationsnetz eingespeist werden. Zudem ist die Telekom Deutschland GmbH berechtigt, das Programm im Rahmen einer Free-TV-Vermarktung an Dritte zu lizenzieren.

Am Stammkapital der Antragstellerin sind der Arbeitsgemeinschaft Basketball Bundesliga e.V. in Höhe von 74 % der Anteile und der Deutsche Basketball-Bund e.V. in Höhe von 26 % der Anteile beteiligt. Vereinsmitglieder des Arbeitsgemeinschaft Basketball Bundesliga e.V. sind die in der 1. Basketball-Bundesliga spielenden Vereine. Der Deutsche Basketball-Bund e.V. verfolgt den Zweck, den Basketballsport in der Bundesrepublik Deutschland zu pflegen und zu fördern; die Mitgliedschaft ist für jedermann eröffnet. Die Antragstellerin und ihre Gesellschafter verfügen über keine weiteren Beteiligungen im Medienbereich.

3.1.27 Just Music Fernsehbetriebs GmbH - »Jukebox«, »RCK TV«, »Deluxe Music«, »Deluxe Lounge HD« (Az.: KEK 788, Beschluss vom 16.09.2014)

Die Just Music Fernsehbetriebs GmbH hat bei der mabb die Verlängerung der Zulassungen für die vier Musikspartenprogramme Jukebox, RCK TV, Deluxe Music und Deluxe Lounge HD beantragt. RCK TV und Jukebox werden als Pay-TV ausgestrahlt, das Programm Deluxe Music ist frei empfangbar. Deluxe Lounge HD ist als Pay-TV-Programm konzipiert, wird jedoch nach Angaben der Antragstellerin derzeit nur in Bulgarien verbreitet.

Am Stammkapital der Antragstellerin hält die High View Holding GmbH 95 % der Anteile, die restlichen 5 % stehen im Anteilsbesitz der Andmann Media Holding GmbH. Die High View Holding GmbH ist auch mit 93 % an der HV Fernsehbetriebs GmbH beteiligt, die auf Grundlage einer Lizenz der mabb das Pay-TV-Spartenprogramm Planet mit Schwerpunkt auf Dokumentationen veranstaltet. Die High View Holding GmbH steht jeweils zur Hälfte im Anteilsbesitz der Almatex Stiftung und der Leslie Grace & Co. Sämtliche Anteile der Leslie Grace & Co. werden von Philip Schuman gehalten. Gesellschafter der Andmann Media Holding GmbH sind Josef Andorfer zu 95 % und Kathrin Agnes Mühlemann zu 5 %.



3.1.28 DOSB New Media GmbH - »SPORTDEUTSCHLAND.TV« (Az.: KEK 797, Beschluss vom 07.10.2014)

Die DOSB New Media GmbH plant ein IP-basiertes Spartenprogramm mit dem thematischen Schwerpunkt Sport. Sportdeutschland.tv soll allen Sportarten, insbesondere auch Randsportarten, die bislang keine oder nur geringe Medienpräsenz besitzen, eine Plattform bieten. Das Programm soll frei empfangbar als Web-TV und über Apps für den Empfang auf SmartTV sowie mobilen Endgeräten ausgestrahlt werden. Einen entsprechenden Zulassungsantrag hat die DOSB New Media GmbH bei der LfM gestellt.

Am Stammkapital der Antragstellerin sind der Deutsche Olympische Sportbund e. V. („DOSB“) in Höhe von 80 % und die GSC Global Standard Consulting GmbH in Höhe von 20 % beteiligt. Der DOSB ist ein gemeinnütziger Verein und fungiert als Dachorganisation des organisierten Sports in Deutschland. Dem DOSB gehören als Mitgliedsorganisationen u. a. die olympischen Spitzenverbände, die Landessportbünde, die nichtolympischen Spitzenverbände sowie als natürliche Personen die deutschen IOC-Mitglieder an. Insgesamt umfasst der DOSB 98 Mitgliedsorganisationen mit 28 Mio. Mitgliedschaften in über 91.000 Turn- und Sportvereinen.

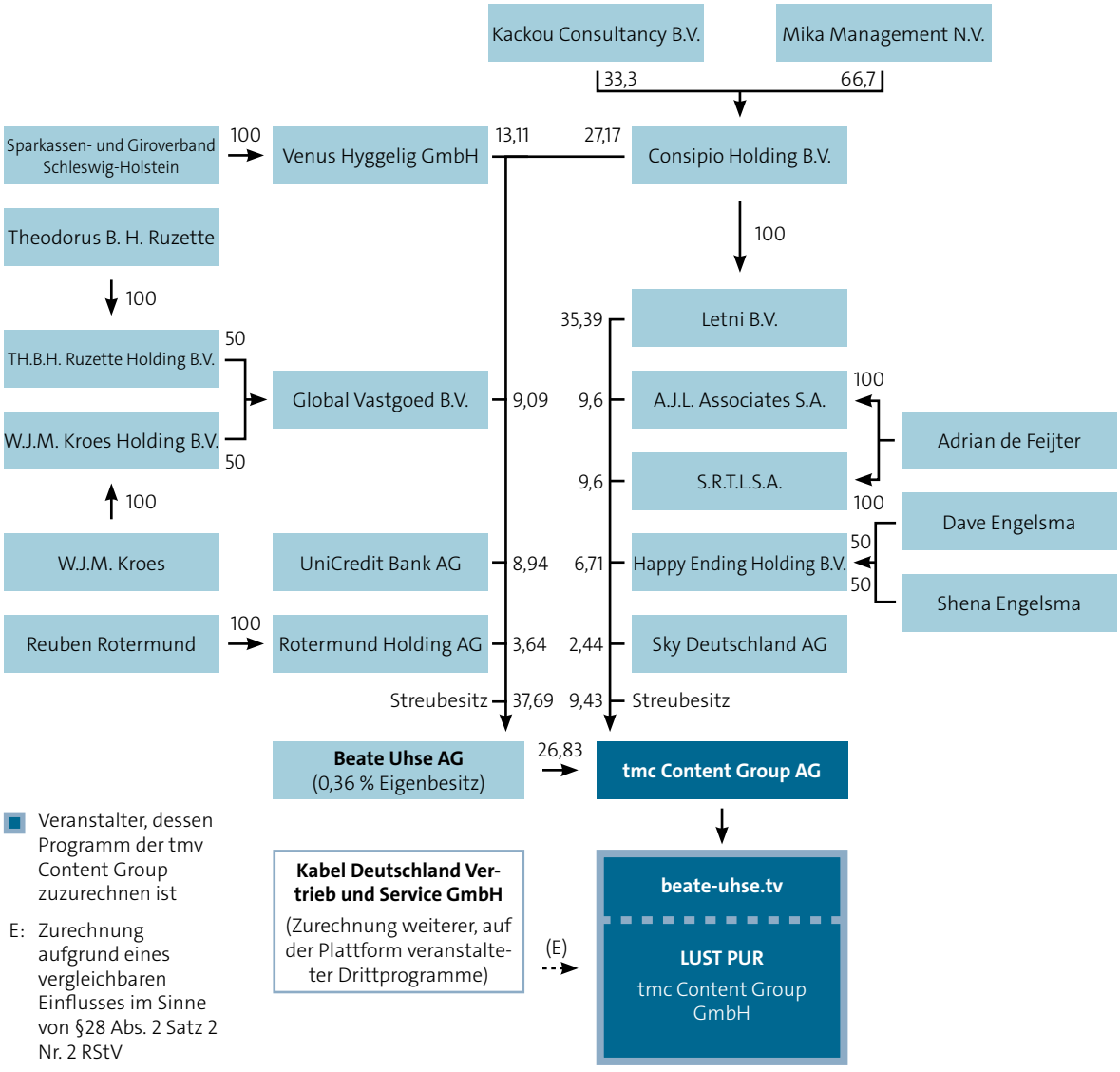
Die GSC Global Standard Consulting GmbH ist ein Beratungsunternehmen und in den Bereichen Corporate Consulting, Sportmarketing und Brandmanagement aktiv. Alleingesellschafter ist Manfred Kiel.

3.1.29 tmc Content Group GmbH - »beate-uhse.tv«, »LUST PUR« (Az.: KEK 794/805, Beschluss vom 11.11.2014)

Die tmc Content Group GmbH hat bei der mabb die Zulassungsverlängerung für beate-uhse.tv und LUST PUR, zwei Pay-TV-Spartenprogramme mit Schwerpunkt Erotik, beantragt. Das Programm beate-uhse.tv wird täglich von 20:15 Uhr bis 05:45 Uhr ausschließlich über die Pay-TV-Plattform der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG ausgestrahlt. LUST PUR wird täglich in der Zeit von 20:00 Uhr bis 06:00 Uhr über die KabelKiosk-Plattform, über die Kabelnetze von Kabel Deutschland und Unitymedia sowie über die IPTV-Plattform der Deutschen Telekom AG verbreitet.

Alleingesellschafterin der Antragstellerin ist die tmc Content Group AG, ein börsennotiertes Unternehmen mit Sitz in Baar, Kanton Zug/Schweiz. Die tmc Content Group AG ist international im Handel mit Erotikprodukten, der Vermarktung von Inhalten über das Fernsehen, das Internet und über Telefonmehrwertdienste sowie dem Lizenzhandel mit Erotikfilmen tätig und verfügt nach eigenen Angaben mit ca. 7.000 Filmen über die größte Erotikfilmbibliothek in Europa. Größte Aktionärin der tmc Content Group AG ist die Letni B.V. mit einem Aktienanteil in Höhe von 35,39 %. Die Letni B.V. ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Consipio B.V., die ihrerseits mit 27,17 % die nach Anteilen größte Aktionärin der Beate Uhse AG ist. Die Beate Uhse AG wiederum ist in Höhe von 26,83 % an der tmc Content Group AG beteiligt.

Nach § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV ist ein Programm einem Unternehmen zuzurechnen, wenn dieses aufgrund vertraglicher Vereinbarungen eine Stellung innehat, die wesentliche Entscheidungen des Veranstalters über die Programmgestaltung von seiner Zustimmung abhängig macht. Nach dieser Vorschrift wird das Programm LUST PUR der Plattformbetreiberin Kabel Deutschland zugerechnet. Eine Zurechnung von beate-uhse.tv zur Sky-Plattform erfolgt dagegen auf Grundlage des aktuellen Plattformvertrags nicht mehr.



3.1.30 Da Vinci Media GmbH - »Da Vinci Learning«, »Da Vinci U« (Az.: KEK 795, Beschluss vom 11.11.2014)

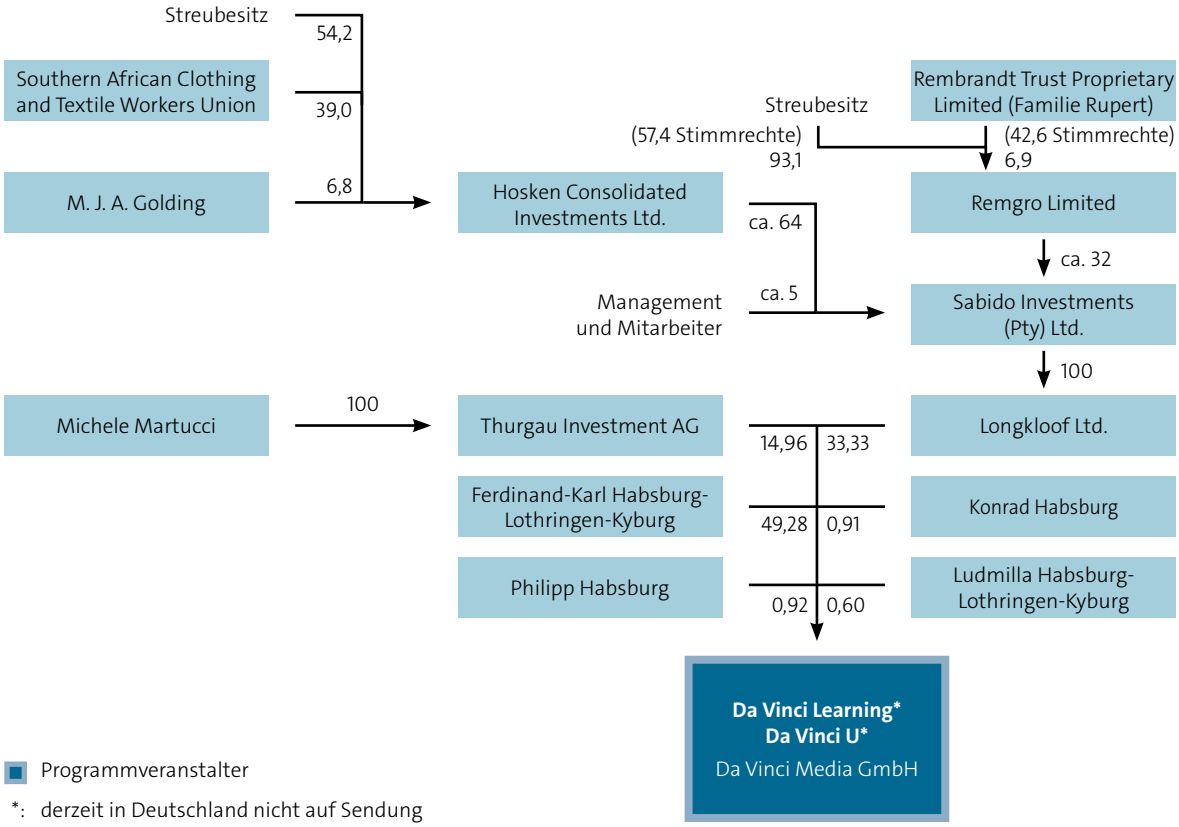
Die Da Vinci Media GmbH hat bei der mabb die Zulassungsverlängerung ihrer Fernsehspartenprogramme Da Vinci Learning und Da Vinci U beantragt. Da Vinci Learning ist ein ganztägiges Pay-TV-Spartenprogramm mit Schwerpunkt Bildung und Wissen. Da Vinci U ist ebenfalls ein ganztägiges Pay-TV-Spartenprogramm, das Universitätsvorlesungen zu einer weiten Bandbreite von Wissensgebieten überträgt. Beide Programme werden derzeit nur außerhalb Deutschlands mit Schwerpunkt in Osteuropa verbreitet.

Aktuell bestehen bei der Antragstellerin folgende Beteiligungsverhältnisse:

- Ferdinand-Karl Habsburg-Lothringen-Kyburg, 49,28 %
- Longkloof Ltd., 33,33 %

- Thurgau Investment AG, 14,96 %
- Philip Habsburg, 0,92 %
- Konrad Habsburg, 0,91 %
- Ludmilla Habsburg-Lothringen-Kyburg, 0,60 %

Das Medienbeteiligungsunternehmen Longkloof Ltd. hält Beteiligungen an Fernsehsendern in Großbritannien und Irland (The Africa Channel UK) sowie in Asien (Setana Sports Asia). Alleingesellschafter der Thurgau Investment AG ist deren Gründer Michele Martucci. Sämtliche Gesellschafter sind in Deutschland nicht anderweitig im Medienbereich aktiv oder beteiligt.



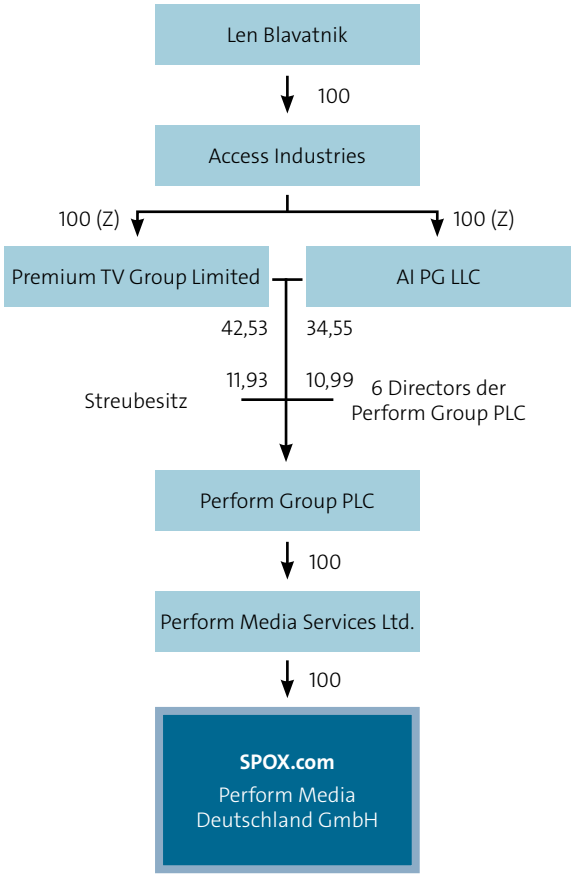
3.1.31 Smint.tv GmbH i. Gr. - »smint.tv« (Az.: KEK 801, Beschluss vom 11.11.2014)

Die in Gründung befindliche smint.tv GmbH hat bei der LFK die Zulassung für das Vollprogramm smint.tv beantragt. Die Verbreitung des Programms soll im High Definition Standard (HD) über Satellit, Kabel und DVB-T erfolgen. Sämtliche Anteile an der Antragstellerin hält ihr Geschäftsführer, Alexander W. Schoppmann. Die Antragstellerin und Herr Schoppmann sind nicht anderweitig im Medienbereich aktiv.

3.1.32 Perform Media Deutschland GmbH - »SPOX.com« (Az.: KEK 802, Beschluss vom 11.11.2014)

Die Perform Media Deutschland GmbH plant, ausgewählte Sportveranstaltungen über ihr Sportportal SPOX.com live im Internet auszustrahlen. Einen entsprechenden Antrag hat sie bei der BLM gestellt. Gegenwärtig verfügt die Antragstellerin ausschließlich über Rechte zur Live-Übertragung der nordamerikanischen Basketball-Profiliga NBA.

Die Antragstellerin ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Perform Media Services Ltd., welche selbst wiederum eine 100%ige Tochtergesellschaft der Perform Group PLC ist. Zur Perform Group PLC gehören unter anderem die auf dem deutschen Markt tätige Sportal GmbH, welche die Sportportal-Webseite Sportal.de betreibt, und das Vermarktungsunternehmen media-sports Digital GmbH. Größte Anteilseigner der Perform Group PLC sind zwei mittelbare 100%ige Tochtergesellschaften der Access Industries, die Premium TV Group Limited mit einem Anteil von 42,53 % und die AI PG LLC mit einem Anteil von 34,55 %. Access Industries, die danach über insgesamt 77,08 % der Anteile der Perform Group PLC verfügt, ist eine US-amerikanische Beteiligungsgesellschaft, welche auf Investitionen in den Bereichen natürliche Ressourcen, Chemie, Medien, Telekommunikation und Immobilien fokussiert ist. Sämtliche Anteile hält ihr Gründer und Chairman Len Blavatnik.



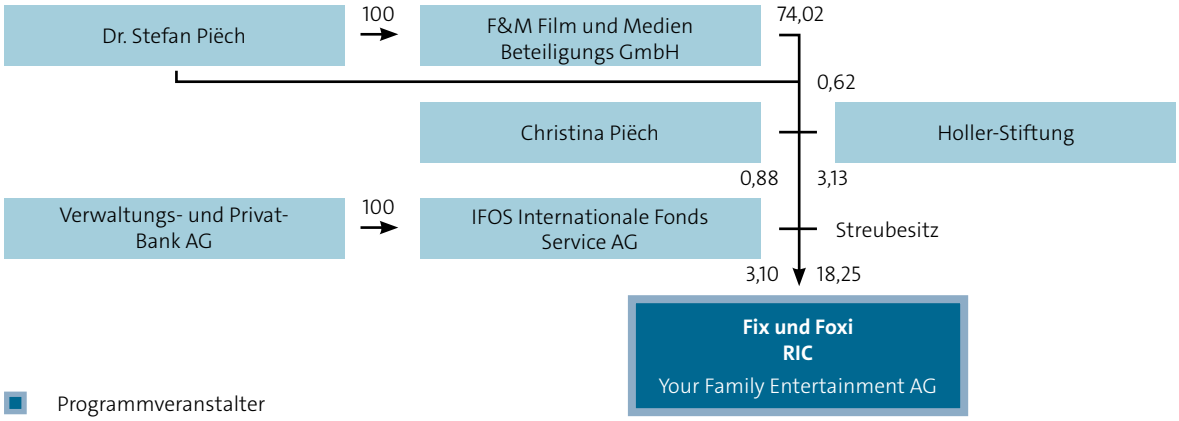
3.1.33 VIMN Germany GmbH - »MTV« (Az.: KEK 804, Beschluss vom 09.12.2014)

Die VIMN Germany GmbH (vormals MTV Networks Germany GmbH) hat bei der mabb die Zulassungsverlängerung für das bundesweite musik- und unterhaltungsorientierte Fernsehspartenprogramm MTV (vormals MTV Entertainment) beantragt. Die Antragstellerin veranstaltet neben MTV auch die Programme MTV Brandnew, Nickelodeon, nicktoons und NICK Jr. An ihr hält die VIVA Media GmbH 51 % der Anteile und deren Alleingesellschafterin, die Viacom Holdings Germany LL.C., die restlichen 49 % der Anteile (s. Anhang 1, Schaubild 10). Der Mutterkonzern Viacom, Inc. zählt zu den weltweit größten Medienunternehmen (s. 3.1.20).

3.1.34 Your Family Entertainment AG - »Fix & Foxi« (Az.: KEK 793, Beschluss vom 09.12.2014)

Die Your Family Entertainment AG hat bei der mabb die Zulassungsverlängerung für das an Familien gerichtete Unterhaltungsspartenprogramm Fix & Foxi (ehemals yourfamily) beantragt. Fix & Foxi wird als Pay-TV u. a. über die Kabelnetze von Unitymedia, das Paketangebot KabelKiosk, die IPTV-Plattform von Vodafone sowie über die Web-TV-Plattformen Zattoo und Magine ausgestrahlt.

Die Antragstellerin veranstaltet auch das frei empfangbare Kinderspartenprogramm RIC. Mehrheitsaktionärin ist mit 74,02 % der Aktien die F&M Film und Medien Beteiligungs GmbH, an der der Alleinvorstand der Antragstellerin, Dr. Stephan Piëch, sämtliche Anteile hält. Dr. Piëch ist darüber hinaus in Höhe von 0,62 % unmittelbar an der Antragstellerin beteiligt. Seine Ehefrau, Christina Piëch, hält 0,88 % der Anteile an der Antragstellerin.



3.1.35 NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH – »E! Entertainment« (Az.: KEK 808, Beschluss vom 13.01.2015)

E! Entertainment ist ein deutschsprachiges Pay-TV-Spartenprogramm mit Schwerpunkt Unterhaltung, das auf Prominente fokussierte Reportagen, Reality Shows, Nachrichten, Live-Berichte von Red Carpet Events und Talkshows umfasst. Das Programm wird bereits auf Grundlage einer Lizenz der britischen Regulierungsbehörde Ofcom von der E! Entertainment UK Ltd. im deutschsprachigen Sendegebiet verbreitet. Künftig soll das Programm von der NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH veranstaltet werden. Einen entsprechenden Zulassungsantrag hat diese bei der mabb gestellt.

E! Entertainment wird über die Plattformen von Sky Deutschland, der Deutschen Telekom, Vodafone, Kabel Deutschland und Unitymedia KabelBW sowie über die Web-TV-Plattform Magine verbreitet. Ferner ist das Programm Teil des an Kabelnetzbetreiber gerichteten Paketangebots KabelKiosk.

Die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH veranstaltet bereits die Pay-TV-Spartenprogramme 13th Street, SyFy und Universal Channel. Sie hält zudem 50 % der Anteile der The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG, welche die Programme History und A & E (vormals: The Biography Channel) veranstaltet und darüber

hinaus über eine Zulassung für das bislang noch nicht ausgestrahlte Programm Crime & Investigation Network verfügt.

Sämtliche Anteile der NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH – wie auch an der bisherigen Veranstalterin – hält mittelbar die NBC Universal, LLC., die von der Comcast Corporation kontrolliert wird (s. Anhang 1, Schaubild 4). Die Comcast Corporation gilt als weltweit größter Medienkonzern. Seine Sparte Comcast Cable ist der größte Kabelnetzbetreiber der USA und dort einer der Marktführer im Bereich der Telefon- und Internetanschlüsse. Zum Geschäftsbereich NBC Universal zählen Kabel-TV-Programme (Cable Networks), Antennen-Fernsehen (Broadcast TV), Produktion von TV-Unterhaltung, Spielfilmen, Nachrichten und Sportprogrammen, Merchandising sowie Vergnügungsparks.

3.1.36 RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG – »Super RTL« (Az.: KEK 809, Beschluss vom 13.01.2015)

Die RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG hat bei der LfM die Verlängerung ihrer Zulassung für das bundesweite Fernsehspartenprogramm SUPER RTL beantragt. SUPER RTL ist ein an Kinder und Familien gerichtetes Unterhaltungsspartenprogramm, das seit 1995 auf Sendung ist. Kommanditisten der Veranstalterin und Gesellschafter ihrer Komplementärin sind mit einer jeweils 50%igen Kapitalbeteiligung das Disney-Tochterunternehmen BVI Television Investments, Inc. und die zur RTL Group S. A. gehörende CLT-UFA S.A.

Die RTL Group S.A. wird von der Bertelsmann SE & Co. KGaA kontrolliert. Zu den Unternehmensbereichen der Bertelsmann SE & Co. KGaA gehören neben der RTL Group (Fernseh- und Hörfunkveranstaltung, Inhalteproduktion, Rechtehandel) auch Gruner + Jahr (Zeitschriften), Penguin Random House (Buchverlage), Arvato („Business-Process-Outsourcing"-Dienstleistungen) und Be Printers (Druck). Für eine Beteiligungsübersicht siehe Anhang 1, Schaubild 6, zu den Medienaktiviäten des Bertelsmann-Konzerns Anhang 2, Schaubild 2.

Die Walt Disney Company zählt zu den weltweit größten Medienkonzernen. Wichtigstes Geschäftsfeld des Konzerns sind die „Media Networks", zu denen im Wesentlichen die um die Disney/ABC Television Group und ESPN Inc. betriebenen Rundfunkaktivitäten zählen. Die weltbekannten Disney-Filmcharaktere der Zeichentrick- , Animations- und Realfilme prägen dabei auch die weiteren Kerngeschäftsbereiche „Parks und Resorts", „Studio Entertainment", „Consumer Products" und „Interactive". Die weiteren Beteiligungen im bundesweiten Fernsehen zeigt Anhang 1, Schaubild 3.

Die der RTL Group S.A. und der Bertelsmann SE & Co. KGaA zuzurechnenden Programme RTL Television, RTL Crime, RTL Living, RTL NITRO, GEO Television, n-tv, RTL II, SUPER RTL, VOX, Passion und auto motor und sport channel erreichten im Referenzzeitraum Zuschaueranteile von insgesamt 23,6 %. Die der Walt Disney Company zuzurechnenden Programme SUPER RTL, RTL II, Disney Channel, Disney XD, Disney Junior, Disney Cinemagic, History und A&E erreichten in diesem Zeitraum insgesamt 6,6 % Zuschaueranteile.

3.1.37 Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH – »Dügün TV« (Az.: KEK 812, Beschluss vom 13.01.2015)

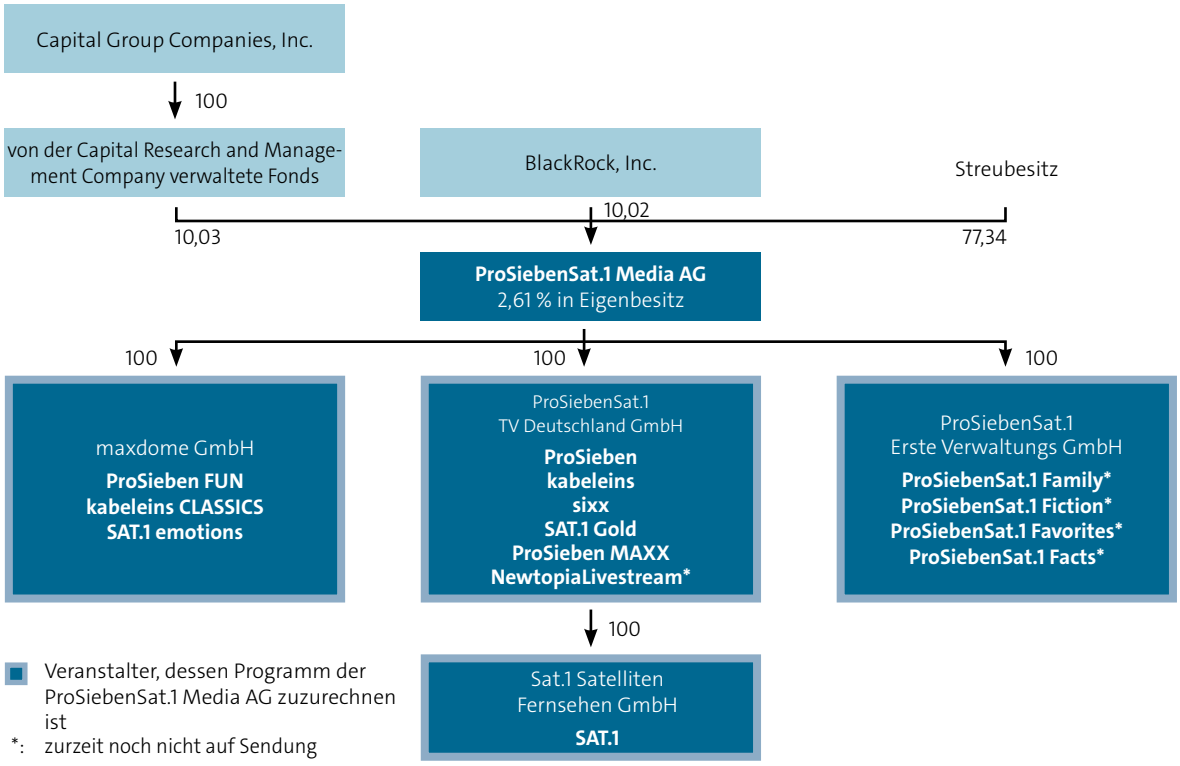
Das bislang von der TeleBazaar Marketing GmbH veranstaltete Spartenprogramm Dügün TV soll künftig von der Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH veranstaltet werden. Ein entsprechender Antrag wurde bei der LfM gestellt. Dügün TV ist ein bundesweites überwiegend türkischsprachiges Programm mit Shows, Musik-, Magazin- und Beratungssendungen rund um die Themen Hochzeit („Dügün"), Partnerschaft, Ehe und Familie. Das Programm wird gegenwärtig im Internet als Live-Stream über die Senderhomepage (dugun.tv) sowie in einigen Regionen über Kabel verbreitet. Die Antragstellerin beabsichtigt künftig auch eine Verbreitung über den Astra-Satelliten.

Die Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH hält bereits eine Zulassung für das deutsch- und türkischsprachige Fernsehvollprogramm Türk-Show. Sie soll künftig auch die Lizenz für das bislang von der TeleBazaar Marketing GmbH verantwortete Teleshoppingangebot Türkshop halten. Sämtliche Anteile an der bisherigen sowie an der künftigen Veranstalterin hält ihre geschäftsführende Alleingesellschafterin Güler Balaban.

3.1.38 ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH – »Newtopia Livestream« (Az.: KEK 813, Beschluss vom 13.01.2015)

Die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH hat bei der BLM die Zulassung zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehspartenprogramms Newtopia Livestream für ein Jahr ab Programmstart beantragt. Bei „Newtopia" handelt es sich um ein Reality-TV-Format, das im Vorabendprogramm von SAT.1 ausgestrahlt werden wird. Dabei soll eine Gruppe von 15 Menschen auf einem abgegrenzten Gelände dabei beobachtet werden, wie sie eine neue Gesellschaft nach ihren eigenen Vorstellungen erschafft und gestaltet. Newtopia Livestream soll das Reality-TV-Format ergänzen und Kameraaufzeichnungen aus vier Perspektiven über vier separate Livestreams übertragen. Das Programm soll über das Internet durch Einbindung in eine Website und über Apps bundesweit verbreitet werden.

Die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH ist Veranstalterin der Programme ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX. Zudem ist sie die 100%ige Muttergesellschaft der Sat.1 Satelliten-Fernsehen GmbH, der Veranstalterin des Fernsehvollprogrammes SAT.1. Sämtliche Anteile der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH hält die ProSiebenSat.1 Media AG. Die ihr zuzurechnenden Programme (s. Schaubild) erreichten in der Referenzperiode von November 2013 bis Oktober 2014 insgesamt Zuschaueranteile von 19,5 %. Zu weiteren Medienaktivitäten der ProSiebenSat.1 Media AG s. Anhang 2, Schaubild 8.



3.1.39 fx-net GmbH – »Klinik Info Kanal (KiK)« (Az.: KEK 814, Beschluss vom 13.01.2015)

Die fx-net Internet Based Services GmbH hat bei der LFK die Verlängerung ihrer Zulassung für das Fernsehspartenprogramm Klinik Info Kanal (KiK-TV) beantragt. Das Programm KiK-TV ist speziell auf die Zielgruppe von Patienten in Krankenhäusern ausgerichtet und wird digital ausschließlich für den hausinternen Empfang in kooperierenden Kliniken verbreitet.

An der Veranstalterin hält der Geschäftsführer Jürgen Brunner 70 % der Anteile. 30 % der Anteile hält die Brunner-Mobil-Werbung GmbH & Co. KG. Deren alleiniger Kommanditist und Alleingesellschafter ihrer Komplementär-GmbH ist Franz Xaver Brunner, der Vater von Jürgen Brunner.

3.1.40 Anixe HD Television GmbH & Co. KG – »ANIXE SD« (Az.: KEK 816, Beschluss vom10.02.2015)

Die ANIXE HD Television GmbH & Co. KG hat bei der BLM die Verlängerung ihrer Zulassung für das Spartenprogramm ANIXE SD beantragt. Neben Kinder- und Jugendprogramm sendet ANIXE SD im Abendprogramm überwiegend Spielfilme, Serien und Dokumentationen. Das Programm wird derzeit simultan und in inhaltlich unveränderter Form auch über den Schwestersender ANI-

XE HD ausgestrahlt (s. 3.1.21). ANIXE SD wird frei empfangbar über Satellit (Astra), die Kabelnetze der Kabel Deutschland Vertrieb & Service GmbH & Co. KG und der PrimaCom Berlin GmbH sowie über die IPTV-Plattformen der Deutschen Telekom AG und der Vodafone D2 GmbH verbreitet.

Einzige Kommanditistin der Antragstellerin ist Marion Lapidakis. Alleingesellschafterin der Komplementärin, der ANIXE HD Television Verwaltungs-GmbH, ist Jennifer Lapidakis, die Tochter von Marion Lapidakis.

3.1.41 Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG – »Sky Krimi«, »Sky Fanzone«, »Sky Sport HD1«, »Sky Sport HD2« (Az.: KEK 810, Beschluss vom 10.03.2015)

Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG hat bei der BLM die Verlängerung ihrer Zulassungen für die Pay-TV-Spartenprogramme Sky Krimi, Sky Fanzone, Sky Sport HD 1 und Sky Sport HD 2 beantragt. Sky Krimi zeigt Serien, Miniserien und Fernsehfilme aus den Bereichen Krimi, Kriminalkomödie und Thriller aus deutscher und internationaler Produktion. Sky Fanzone ist ein Livesport-Programm, das die gleichzeitige Ansicht von zwei bis maximal neun Sportereignissen auf einem Bildschirm (Mosaik-Ansicht) ermöglicht. Sky Sport HD 1 ging jüngst als Online-Livestreaming-Angebot auf Sendung und soll in sky.de umbenannt werden. Sky Sport HD 2 wird bislang nicht ausgestrahlt.

Die Antragstellerin, die Lizenzen der BLM und der MA HSH für weitere Programme hält (s. Anhang 1, Schaubild 7), war zudem mittelbar von Beteiligungsveränderungen betroffen (s. 3.2.16 und 3.2.24).

3.1.42 Passion GmbH – »Passion« (Az.: KEK 818, Beschluss vom 10.03.2015)

Bislang wird das Pay-TV-Spartenprogramm Passion, das schwerpunktmäßig Daily Soaps und Telenovelas umfasst, von der Passion GmbH veranstaltet. Diese soll jedoch im Laufe des Jahres auf die RTL Television GmbH verschmolzen und das Programm künftig von dieser veranstaltet werden. Eine entsprechende Zulassung wurde bei der NLM beantragt.

Die RTL Television GmbH veranstaltet bereits das bundesweite Vollprogramm RTL Television sowie die Spartenprogramme RTL Crime, RTL Living, RTL NITRO und GEO Television. Darüber hinaus hält sie sämtliche Anteile der Veranstalterin des Programms n-tv und mittelbar 99,7 % der Anteile der Veranstalterin des Programms VOX. An der Passion GmbH ist die RTL Television GmbH gegenwärtig in Höhe von 50,4 % des Stammkapitals beteiligt (s. Schaubild unter 3.2.8). Die restlichen 49,6 % werden von der UFA GmbH, einer 100%igen Tochtergesellschaft von der UFA Film und Fernseh GmbH, gehalten. Die UFA Film und Fernseh GmbH hält mittelbar über die Mediengruppe RTL Deutschland GmbH auch sämtliche Anteile der RTL Television GmbH.

Die der RTL-Gruppe und ihrer Obergesellschaft Bertelsmann SE & Co. KGaA zuzurechnenden Programme (siehe Anhang 1, Schaubild 6) erreichten in der Referenzperiode von Dezember 2013 bis November 2014 einen Zuschaueranteil von insgesamt 23,7 %.

3.1.43 souvenirs from the earth GmbH – »souvenirs from earth« (Az.: KEK 819, Beschluss vom 10.03.2015)

Die souvenirs from the earth GmbH hat bei der LfM die Verlängerung ihrer Zulassung für das Fernsehspartenprogramm souvenirs from earth beantragt. Das Programm besteht hauptsächlich aus Videokunstfilmen und wird als Livestream über die Homepage der Antragstellerin (www.sfe.tv) verbreitet. Bei der Antragstellerin besteht folgende Beteiligungsstruktur:

- Marcus Kreiss, 54,54 %
- Apres Production S.a.r.l., 25,00 %
- Alec Crichton, 7,00 %
- Mathieu Karst, 4,13 %
- Patrick Poirier, 4,13 %
- Thibault Cadet de Fontenay, 2,50 %
- Kamel Mekki, 1,70 %
- Olivier Reneau, 1,00 %
- Jörg Zaber, 1,00 %

Gesellschafter der Apres Production S.a.r.l., einem Produktionsunternehmen mit Schwerpunkt auf Künstlerdokumentationen, sind Gilles Coudert (33,33 %), Yves Coudert (17 %), David Clougher (25 %) und Sarah Clougher (24,67 %).

3.1.44 Sport1 GmbH – »SPORT1« (Az.: KEK 820, Beschluss vom 10.03.2015)

Die Sport1 GmbH hat bei der BLM die Verlängerung ihrer Zulassung für das frei empfangbare Spartenprogramm SPORT1 beantragt und Beteiligungsveränderungen angezeigt.

Sämtliche Anteile an der Antragstellerin hält die Constantin Sport Holding GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der Constantin Medien AG. Bei dieser haben sich Anteilsverschiebungen bei den Aktionären ergeben, die die Schwelle von 5 % des Grundkapitals über- bzw. unterschreiten: So hat der Aktionär Erwin Conradi seine Kapitalanteile von 6,1 % auf 0,6 % reduziert. Dr. Dieter Hahn hat seine Anteile von 2,5 % auf 8,7 % ausgebaut. Zudem hat die KF 15 Management GmbH & Co. KG (vormals KF 15 GmbH & Co. KG) ihre Beteiligung von 17,0 % der Kapitalanteile auf 18,1 % erhöht; diese Beteiligung wurde sodann auf die KF 15 GmbH übertragen. An der KF 15 GmbH halten Dr. Dieter Hahn 85,0 %, Wolfgang Hahn 7,5 % und Dr. Bernd Kuhn 7,5 % der Anteile. Dr. Hahn verfügt somit unmittelbar und mittelbar über die von ihm kontrollierte KF 15 GmbH über insgesamt 26,8 % der Kapitalanteile und 29,1 % der Stimmrechte der Constantin Medien AG. Für eine Beteiligungsübersicht siehe Anhang 1, Schaubild 1.

Die Sport1 GmbH veranstaltet neben SPORT1 die Pay-TV-Programme SPORT1+, SPORT1 Livestream und SPORT1 US. Darüber hinaus betreibt sie das Online-Portal sport1.de und veranstaltet seit dem 19.07.2013 auf Grundlage einer Lizenz der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) das Hörfunkprogramm sport1.fm. Zu den Medienaktivitäten der Constantin Medien AG s. Anhang 2, Schaubild 4.

3.1.45 Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH – »Dügün TV« (Az.: KEK 822, Beschluss vom 10.03.2015)

Das bislang von der TeleBazaar Marketing GmbH veranstaltete Spartenprogramm Dügün TV soll künftig von der Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH veranstaltet werden. Ein entsprechender Antrag wurde bei der LfM gestellt. Dügün TV ist ein bundesweites überwiegend türkischsprachiges Programm mit Shows, Musik-, Magazin- und Beratungssendungen rund um die Themen Hochzeit („Dügün"), Partnerschaft, Ehe und Familie. Das Programm wird gegenwärtig im Internet als Live-Stream über die Senderhomepage (dugun.tv) sowie in einigen Regionen über Kabel verbreitet. Die Antragstellerin beabsichtigt künftig auch eine Verbreitung über den Astra-Satelliten.

Die Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH hält bereits eine Zulassung für das deutsch- und türkischsprachige Fernsehvollprogramm Türk-Show. Sie soll künftig auch die Lizenz für das bislang von der TeleBazaar Marketing GmbH verantwortete Teleshoppingangebot Türkshop halten. Sämtliche Anteile an der bisherigen sowie an der künftigen Veranstalterin hält ihre geschäftsführende Alleingesellschafterin Güler Balaban.

3.1.46 VIMN Germany GmbH – »Nickelodeon« (Az.: KEK 817, Beschluss vom 13.03.2015)

Die VIMN Germany GmbH hat bei der MA HSH die Zulassungsverlängerung für Nickelodeon, ein frei empfangbares Kinderspartenprogramm mit dem Schwerpunkt auf Serien und Cartoons, beantragt. Die Programmverbreitung erfolgt über Satellit, Kabelnetze, IPTV- und Web-TV-Plattformen sowie terrestrisch über DVB-T.

Die Antragstellerin veranstaltet neben Nickelodeon die Programme MTV, MTV Brandnew, NICK Jr. und nicktoons. An ihrem Stammkapital hält die VIVA Media GmbH, Veranstalterin des Programms VIVA, 51 % der Anteile und deren Alleingesellschafterin, die Viacom Holdings Germany LL.C., die restlichen 49 % der Anteile (s. Anhang 1, Schaubild 10).

Die Viacom Holdings Germany LL.C. ist mittelbar eine 100%ige Tochtergesellschaft der Viacom, Inc., eines der weltweit größten Medienkonzerne. Zu seinen Geschäftsfeldern zählen „Media Networks" (u. a. MTV, VH1, Nickelodeon, Comedy Central, Paramount Channel) sowie Spielfilm- und Fernsehproduktion (u. a. Paramount Pictures, Insurge Pictures, Nickelodeon Movies). Eine weitere 100%ige Tochtergesellschaft der Viacom, Inc., die MTV Networks Europe, L.P., veranstaltet auf der Grundlage von Lizenzen der britischen Aufsichtsbehörde Ofcom die englischsprachigen auch in Deutschland bundesweit empfangbaren Musikspartenprogramme MTV Dance, MTV Hits, MTV Live HD, MTV Music 24, MTV ROCKS, VH-1 und VH-1 Classics.

3.1.47 Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG – »Discovery Channel« (Az.: KEK 821, Beschluss vom 14.04.2015)

Die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG hat bei der BLM die Verlängerung ihrer Zulassung für das Fernsehspartenprogramm Discovery Channel beantragt. Discovery Channel zeigt Dokumentarfilme und Reportagen zu Themenbereichen wie Abenteuer, Wissenschaft, Technik, Geschichte und Natur. Das Programm wird als Pay-TV über die Plattformen von Sky Deutschland, Unitymedia, Vodafone, der Deutschen Telekom sowie über das „Kabelkiosk"-Angebot von M7 Deutschland verbreitet.

Die Antragstellerin veranstaltet neben Discovery Channel auch das Pay-TV-Programm Animal Planet sowie die frei empfangbaren Programme DMAX und TLC. Ihr Mutterkonzern Discovery Communications, Inc. hält zudem eine Beteiligung in Höhe von 51 % an dem internationalen Sportsender-Netzwerk Eurosport, das im bundesweiten Fernsehen mit dem frei empfangbaren Sender Eurosport und dem Pay-TV-Sender Eurosport 2 vertreten ist (s. Anhang 1, Schaubild 2).

Die Discovery Communications, Inc. bezeichnet sich als weltweit führendes Medien- und Entertainmentunternehmen im nichtfiktionalen Bereich. Die Sender der Gruppe verfügen nach eigenen Angaben weltweit über 2,9 Mrd. Abonnenten in mehr als 220 Ländern. Darüber hinaus produziert und vermarktet die Discovery Communications, Inc. u. a. Videos, DVDs, Fachbücher und Multimediaprodukte und ist Anbieter von Bildungsprodukten und Dienstleistungen für Schulen.

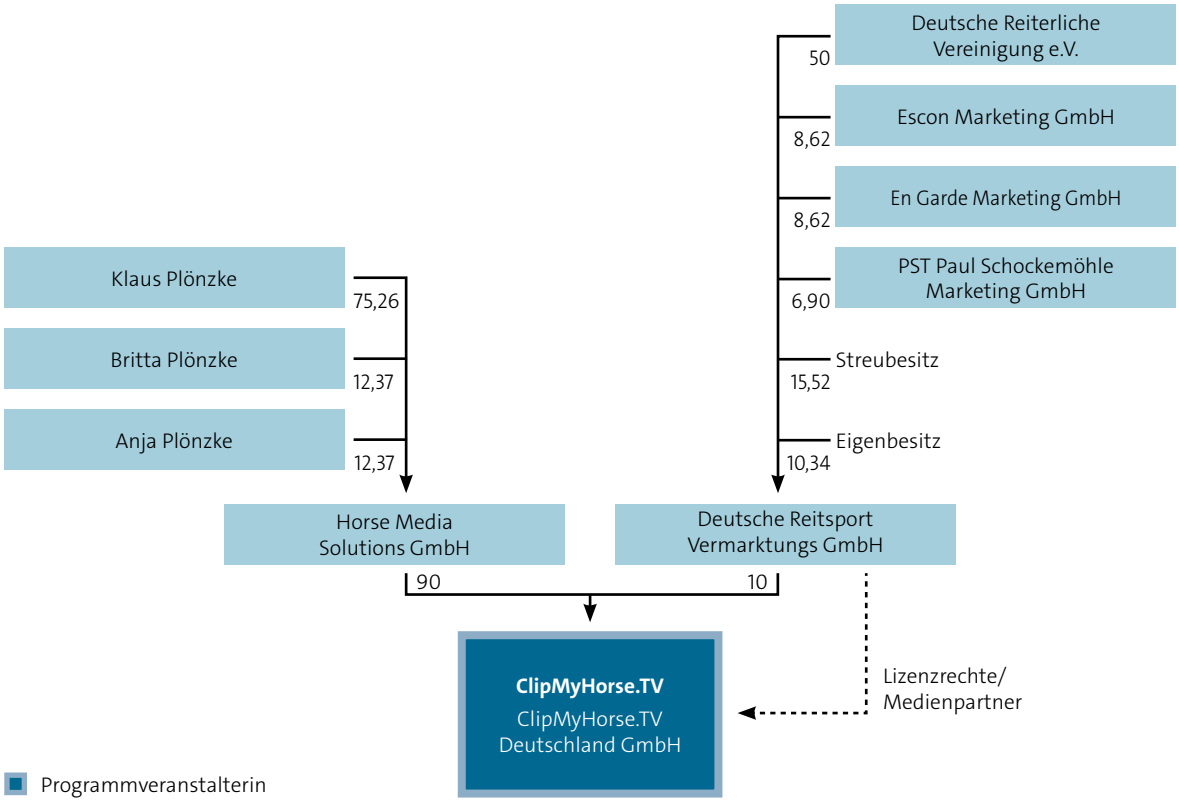
Von den Stimmrechten der Discovery Communications Inc. halten die Advance/Newhouse Programming Partnership insgesamt ca. 25 % und Dr. John C. Malone zusammen mit seiner Ehefrau Leslie Malone insgesamt ca. 22 %. Dr. Malone verfügt über weitere Medienbeteiligungen: Er hält u. a. ca. 28 % der Stimmrechte der Liberty Global plc. und ca. 37 % der Stimmrechte der Liberty Interactive Corporation. Zu den Geschäftsfeldern der Liberty Global plc. zählen Kabelnetze, Internet und interaktives Fernsehen. In Deutschland hält die Liberty Global plc. sämtliche Anteile an der Kabelnetzbetreiberin Unitymedia. Die Liberty Interactive Corporation hält mittelbar sämtliche Anteile an der QVC Deutschland Inc. & Co. KG, die die bundesweit empfangbaren Teleshopping-Sender QVC, QVC Beauty & Style und QVC Plus veranstaltet.

3.1.48 ClipMyHorse.TV Deutschland GmbH – »ClipMyHorse.TV« (Az.: KEK 823, Beschluss vom 14.04.2015)

Das Spartenprogramm ClipMyHorse.TV, das auf der Internetseite www.clipmyhorse.tv mehrmals im Jahr Pferdeveranstaltungen (z. B. Reitturniere) im Livestream überträgt, wurde bislang von der Horse Media Solution GmbH veranstaltet. Die Veranstaltung des Programms soll nunmehr durch die ClipMyHorse.TV Deutschland GmbH erfolgen. Ein entsprechender Antrag wurde bei der LPR Hessen gestellt.

An der neuen Veranstalterin ist die Horse Media Solution GmbH in Höhe von 90 % der Anteile beteiligt. Die übrigen 10 % der Geschäftsanteile hält die Deutsche Reitsport Vermarktungs GmbH, ein Zusammenschluss des Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. und nahezu aller großen Reitsport-Turnierveranstalter in Deutschland. Der Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. ist der Dachverband aller Züchter, Reiter, Fahrer und Voltigierer in Deutschland.

Hinsichtlich der Beteiligungsstruktur der Horse Media Solution GmbH haben sich ebenfalls Änderungen ergeben. Zum Zulassungszeitpunkt waren an ihr Klaus Plönzke mit 45 %, Dennis Ruf mit 20 % und Steffen Kraus mit 10 % sowie Britta und Anja Plönzke mit jeweils 12,5 % beteiligt. Dennis Ruf und Steffen Kraus sind inzwischen aus dem Gesellschafterkreis ausgeschieden. Gegenwärtig hält Klaus Plönzke 75,26 % der Anteile, seine Töchter Britta und Anja Plönzke halten Beteiligungen von jeweils 12,37 %.

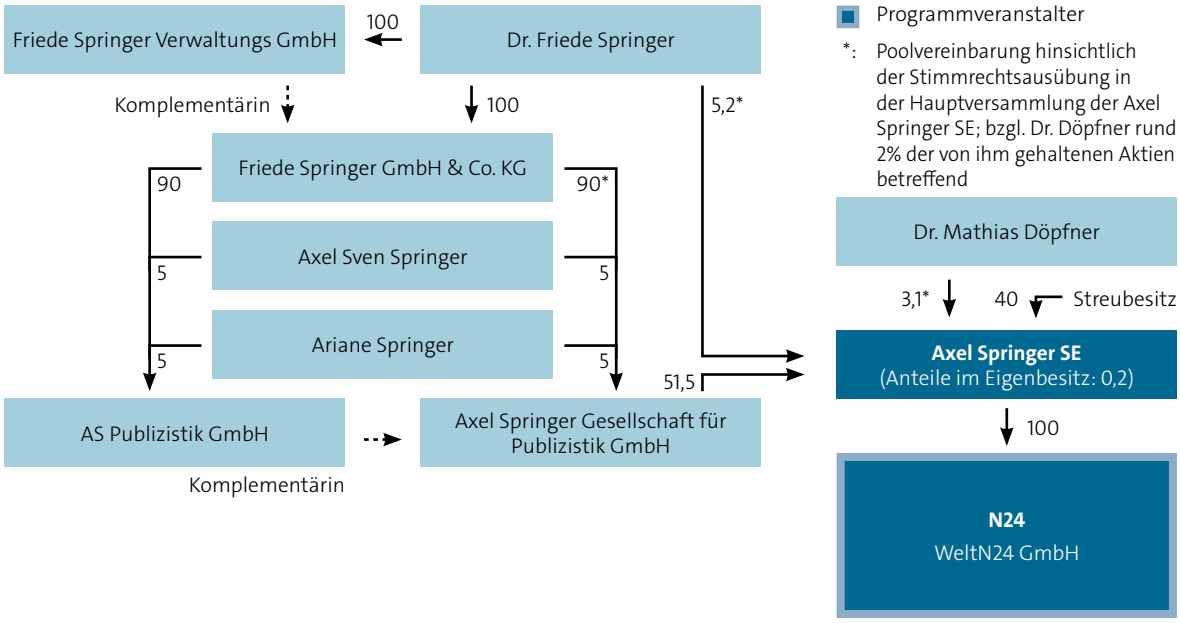


3.1.49 WeltN24 GmbH – »N24« (Az.: KEK 825, Beschluss vom 14.04.2015)

Die WeltN24 GmbH hat bei der BLM die Verlängerung ihrer Zulassung für das bundesweite Informationsspartenprogramm N24 beantragt.

Die Antragstellerin ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Axel Springer SE. Sie führt seit dem 01.01.2015 auch die Printprodukte der zum Springer-Konzern gehörenden Welt-Gruppe (Die Welt, Welt am Sonntag, Welt Kompakt) und erstellt deren jeweilige digitale Produkte. Zudem produziert sie auf Grundlage von Auftragsproduktionsverträgen mit der ProSiebenSat.1 Media AG die Fernsehnachrichten für die Programme ProSieben, SAT.1 und kabel eins. Tochterunternehmen der Antragstellerin sind u. a. die MAZ&More TV-Produktion GmbH und die Content Factory TV-Produktion GmbH.

Die Axel Springer SE zählt zu den größten deutschen Medienkonzernen. Die Medienaktivitäten der Axel Springer SE sind im Wesentlichen um die Printmarken „Bild“ und „Welt“ aufgebaut. Im Printbereich zählt die Axel Springer SE gemessen an der verkauften Auflage zu den größten Verlagen in den Bereichen Tageszeitung und Publikumszeitschriften (s. Anhang 2, Schaubild 9).



3.1.50 Gebetshaus Augsburg e.V. – »Donnerstag Abend« (Az.: KEK 826, Beschluss vom 14.04.2015)

Der Gebetshaus Augsburg e.V. plant, wöchentliche Vortragsabende zu christlich-theologischen Themen unter dem Programmnamen Donnerstag Abend zu veranstalten. Das Programm soll in der Zeit von 19:30 Uhr bis ca. 22:30 Uhr als Livestream über die Vereinshomepage (www.gebetshaus.org) verbreitet werden. Einen entsprechenden Zulassungsantrag hat der Gebetshaus Augsburg e.V. bei der BLM gestellt. Vereinszweck des Gebetshaus Augsburg e.V. ist die Verherrlichung Gottes durch 24-Stunden-Gebet an einem Ort (Gebetshaus). 1. Vorsitzender des Vereins ist sein Gründer Dr. Johannes Hartl. Dem Verein gehören nach eigenen Angaben 15 Mitglieder an.

3.1.51 Fox International Channels Germany GmbH – »Fox Channel« (Az.: KEK 827, Beschluss vom 14.04.2015)

Die Fox International Channels Germany GmbH hat bei der mabb die Verlängerung ihrer Zulassung für das Programm Fox Channel beantragt. Fox Channel ist ein deutschsprachiges Unterhaltungsspartenprogramm mit Fokus auf fiktionale Serien. Das Programm wird als Pay-TV über die Plattformen von Kabel Deutschland, Unitymedia, M7 Deutschland (Kabelkiosk), Sky Deutschland und Vodafone verbreitet.

Die Antragstellerin veranstaltet auf Grundlage von Zulassungen der mabb auch die Spartenprogramme National Geographic Channel, National Geographic Wild Channel und National Geographic People Channel. Sie ist mittelbar eine 100%ige Tochtergesellschaft der Twenty-First Century Fox, Inc. (s. Anhang 1, Schaubild 7). Diese umfasst nach einer Aufspaltung der vormaligen Konzernobergesellschaft News Corporation deren Film- und Fernsehgeschäft, während die Printaktivitäten unter der Firmenbezeichnung News Corp. fortgeführt werden. Die von K. Rupert Murdoch geführte, an der New Yorker Börse notierte Twenty-First Century Fox, Inc. gehört zu den weltgrößten Medienkonzernen.

Die Twenty-First Century Fox, Inc. hält neben der mittelbaren Beteiligung an der Antragstellerin auch 39,14 % der Kapitalanteile (37,19 % der Stimmrechte) der Sky plc. Die Sky plc. ist der größte Pay-TV-Anbieter in Großbritannien und Irland. Das Unternehmen betreibt die digitale Pay-TV-Satellitenplattform Sky und veranstaltet eine Vielzahl von Programmen, darunter das auch in Deutschland frei empfangbare Programm Sky News. Die Sky plc. hält derzeit mittelbar 95,8 % der Anteile an der Sky Deutschland AG. Deren Tochtergesellschaft, die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG, veranstaltet im bundesweiten Fernsehen eine Vielzahl von Pay-TV-Programmen und vermarket über ihre Plattform Programme Dritter (s. Anhang 1, Schaubild 7). Die KEK hat jüngst festgestellt, dass die Twenty-First Century Fox, Inc. aufgrund der Stimmrechtsanteile und ihres zusätzlichen Einflusspotenzials in der Lage ist, die Kontrolle über die Sky plc. auszuüben. Daher sind ihr auch die der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG zuzurechnenden Programme zuzurechnen (s. u. . 3.2.16 und 3.2.24). Darüber hinaus hält die Twenty-First Century Fox, Inc. mittelbar auch 50,1 % an der Veranstalterin des Pay-TV-Programms BabyTV, das in einer deutschsprachigen Fassung bundesweit verbreitet wird.

An den stimmberechtigten Aktien der Twenty-First Century Fox, Inc. halten der Murdoch Family Trust 38,4 % der Anteile, K. Rupert Murdoch 1 % der Anteile und Prinz Alwaleed Bin Talal Bin Abdulaziz Alsaud 6,6 % der Anteile. Die restlichen 54,0 % der Anteile befinden sich in Streubesitz.

3.1.52 ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH – »SAT.1 emotions«, »ProSieben FUN«, »kabel eins CLASSICS«, »ProSiebenSat.1 Welt« (Az.: KEK 829, Beschluss vom 14.04.2015)

Die bundesweit empfangbaren Pay-TV-Spartenprogramme SAT.1 emotions, ProSieben FUN, kabel eins CLASSICS sowie das Auslandsprogramm ProSiebenSat.1 Welt wurden bislang von der maxdome GmbH, einer 100%igen Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Media AG veranstaltet (s. o.

Schaubild unter 3.1.38). Künftig soll die neu gegründete ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH die Veranstaltung übernehmen. Sämtliche Anteile an dieser hält mit der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH eine weitere 100%ige Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Media AG. Die Zulassungen wurden bei der mabb beantragt.

SAT.1 emotions ist ein Unterhaltungsspartenprogramm mit Schwerpunkt auf deutsche und internationale Serien (z. B. „Verliebt in Berlin", „Der letzte Bulle", „The Mentalist") sowie Vorschauen auf SAT.1-Fernsehfilme. kabel eins CLASSICS zeigt hauptsächlich Filmklassiker von den 1940igern bis in die 2000er Jahre und Serienklassiker. Die Verbreitung beider Programme erfolgt über die Kabelnetze von Kabel Deutschland und Unitymedia, die Satellitenplattform von Sky Deutschland sowie über die IPTV-Plattformen von Deutscher Telekom und Vodafone. ProSieben FUN enthält einen Mix aus Show- und Comedy-Formaten von ProSieben, internationalen Blockbustern, US-Serien, Action-Sport-Events sowie Eigenproduktionen. Das Programm wird von Kabel Deutschland, Sky Deutschland und der Deutschen Telekom verbreitet. Die der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnenden Programme (s. Anhang 1, Schaubild 5) erreichten in der Referenzperiode von März 2014 bis Februar 2015 Zuschaueranteile in Höhe von insgesamt 19,6 %.

Der Pay-TV-Sender ProSiebenSat.1 Welt, der Programminhalte von SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx kombiniert, wird ausschließlich im Ausland verbreitet. Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt in Deutschland werden hiervon nicht berührt. Die KEK hatte somit nicht über diese Zulassung zu entscheiden.

3.1.53 onMedia.TV UG (haftungsbeschränkt) – »YUN!Q« (Az.: KEK 830, Beschluss vom 12.05.2015)

Die onMedia.TV UG (haftungsbeschränkt) plant mit YUN!Q ein interaktives Fernsehspartenprogramm, mit dem sie die Zielgruppe der Zuschauer zwischen 14 und 34 Jahren „zum linearen Fernsehen zurück holen" möchte. Das Programm soll als Livestream über die Webseite www.yuniq.tv sowie über die Zattoo-Plattform und als IPTV verbreitet werden. Nach der Liveausstrahlung sollen die Inhalte über YouTube abrufbar sein. Ergänzt wird das Programm durch ein „Nachrichtenportal" auf der Webseite www.yuniq.tv mit täglich neuen Berichten aus den Bereichen News, Sport, Kultur, Wissen, Stars & Entertainment, Lifestyle, Technik & Apps sowie durch Aktivitäten in sozialen Medien wie Facebook, Twitter und Instagram. Die onMedia.TV UG (haftungsbeschränkt) hat einen entsprechenden Zulassungsantrag bei der LfM gestellt. Geschäftsführender Alleingesellschafter der Antragstellerin ist Davide Spiga.

3.1.54 Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH – »Türkshow« (Az.: KEK 831, Beschluss vom 12.05.2015)

Die Sonfilm Marketing, Film und TV GmbH hat bei der LfM die Verlängerung ihrer Zulassung für das bundesweite Fernsehvollprogramm Türkshow beantragt. Im Mittelpunkt des 24-stündigen, vorwiegend türkischsprachigen Programms stehen Informationen aus Deutschland und der Türkei zu den Themenbereichen Zeitgeschehen, Politik, Kultur, Gesellschaft und Sport sowie Unterhaltungs-

formate. Türkshow wird über Satellit (Astra), als Livestream im Internet und in einigen regionalen Kabelnetzen verbreitet. Die Antragstellerin veranstaltet auch das bundesweite Fernsehspartenprogramm Dügün TV (s. o. 3.1.37 und 3.1.45). Ihre Alleingesellschafterin ist Güler Balaban.

3.2 Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen

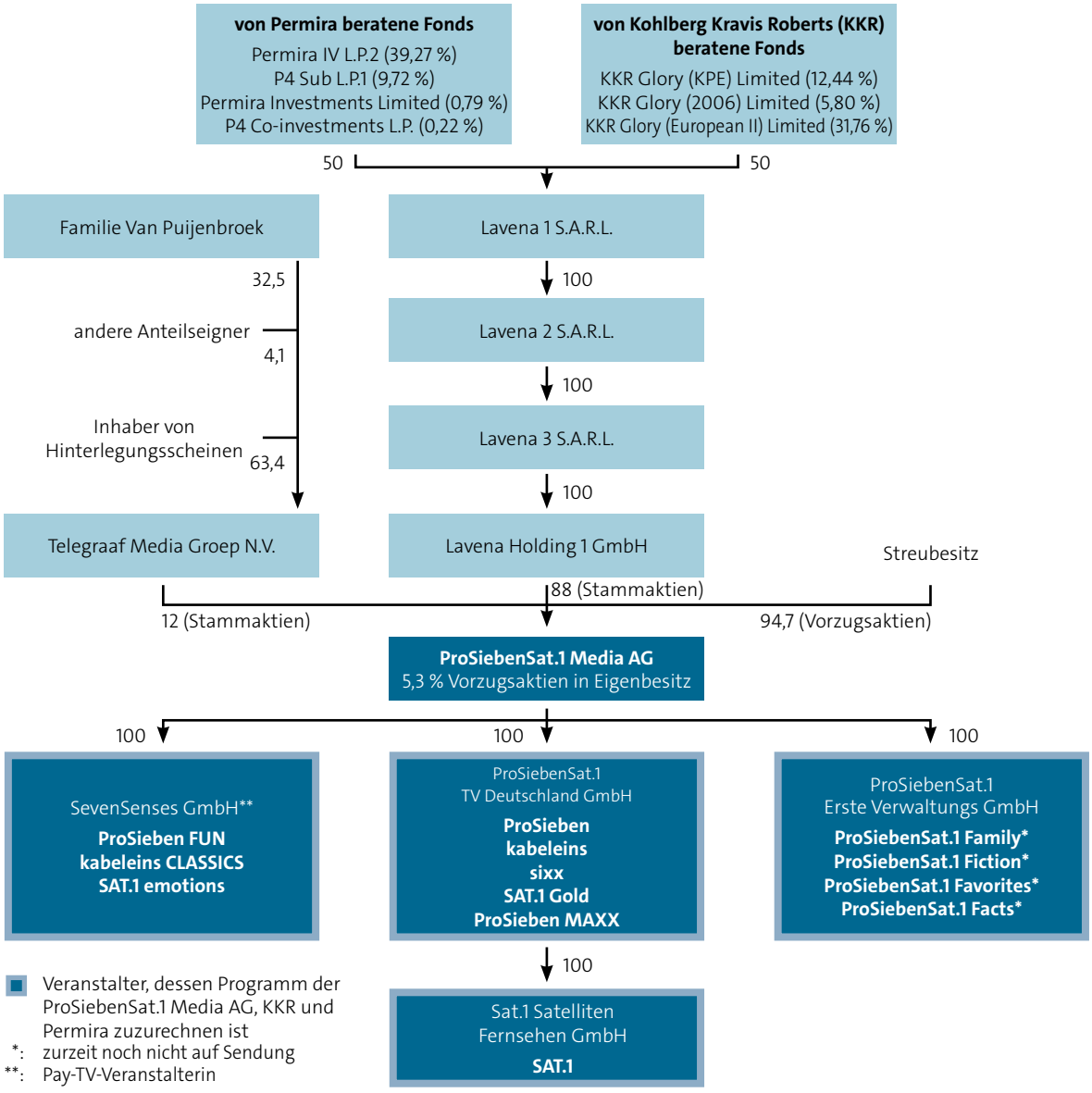
Hinsichtlich der folgenden Beteiligungsveränderungen bei bundesweiten Fernsehveranstaltern hat die KEK im Berichtszeitraum die medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit bestätigt bzw. im Falle rein konzerninterner Veränderungen festgestellt, dass sie nicht einer Unbedenklichkeitsbestätigung bedürfen:

3.2.1 ProSiebenSat.1 Media AG (Az.: KEK 742, Beschluss vom 09.07.2013)

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Namen ihrer als Veranstalter im bundesweiten Fernsehen tätigen Tochtergesellschaften gegenüber der BLM, der mabb, der LMK, der brema, der MA HSH, der TLM und der SLM geplante Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen angezeigt. Die ProSiebenSat.1 Media AG ist eine an der Frankfurter Börse notierte Aktiengesellschaft. Gegenwärtig werden die Stammaktien zu 88 % von der Lavena Holding 1 GmbH („Lavena Holding“) gehalten. Die restlichen 12 % der Stammaktien der ProSiebenSat.1 Media AG werden von der Telegraaf Media Groep N.V. („Telegraaf“) gehalten.

Gemäß der Anzeige planen Lavena Holding und Telegraaf ihre Beteiligungen schrittweise zu reduzieren. Zum Verkauf vorgesehene Aktienanteile sollen an der Börse platziert und zum Handel am regulierten Markt zugelassen werden. Zudem sollen die Aktiengattungen der ProSiebenSat.1 Media AG vereinheitlicht werden; ein entsprechender Beschlussvorschlag für die anstehende Hauptversammlung des Unternehmens am 23. Juli 2013 liegt vor.

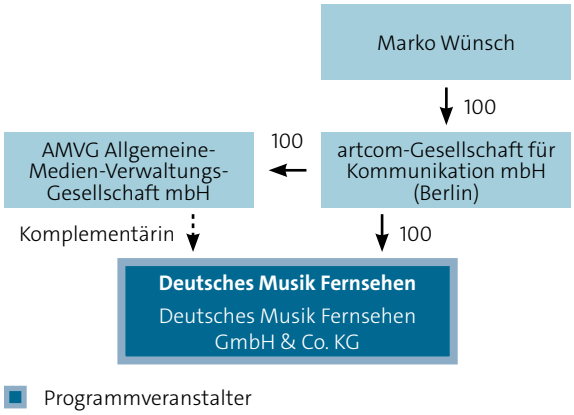
Die von der ProSiebenSat.1 Media AG angezeigten geplanten Beteiligungsveränderungen sind von der KEK unter der Bedingung als medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich bestätigt worden, dass kein einzelner Erwerber von Aktien insgesamt eine Beteiligung von 5 % oder mehr der Stimmrechte oder des Grundkapitals der ProSiebenSat.1 Media AG erreicht. Die ProSiebenSat.1 Media AG ist verpflichtet, den zuständigen Landesmedienanstalten die jeweiligen ihr bekannten Aktieninhaber zur Prüfung nach dem Rundfunkstaatsvertrag anzuzeigen (s. u. 3.2.7 und 3.2.10). Die Beteiligungsstruktur vor den Anteilsveräußerungen zeigt nachfolgende Abbildung:



3.2.2 Deutsches Musikfernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 743, Beschluss vom 09.07.2013)

Die Deutsches Musik Fernsehen GmbH & Co. KG hat bei der brema Beteiligungsveränderungen angezeigt. An der alleinigen Komplementärgesellschaft AMVG Allgemeine-Medien-Verwaltungs-Gesellschaft mbH („AMVG“) hielten bislang die Satelli-LINE Infodienste GmbH („Satelli-LINE“) und die artcom-Gesellschaft für Kommunikation mbH („artcom“), jeweils 50 % der Geschäftsanteile. Im Rahmen der geplanten Umstrukturierung überträgt die Satelli-LINE ihre sämtlichen Geschäftsanteile auf die artcom, die nach Vollzug der Anteilsübertragung Allein-

gesellschafterin der AMVG sein wird. Kommanditisten der Antragstellerin waren bislang die artcom mit insgesamt 51 %, die Satelli-LINE mit 34,5 % und die IDEE MEDIEN Ltd. mit 14,5 % der Kommanditanteile. Nunmehr beabsichtigen die IDEE MEDIEN Ltd. und die Satelli-LINE ihre sämtlichen Anteile auf die artcom zu übertragen, die demnach künftig alleinige Kommanditistin der Veranstalterin Deutsches Musik Fernsehen sein wird.

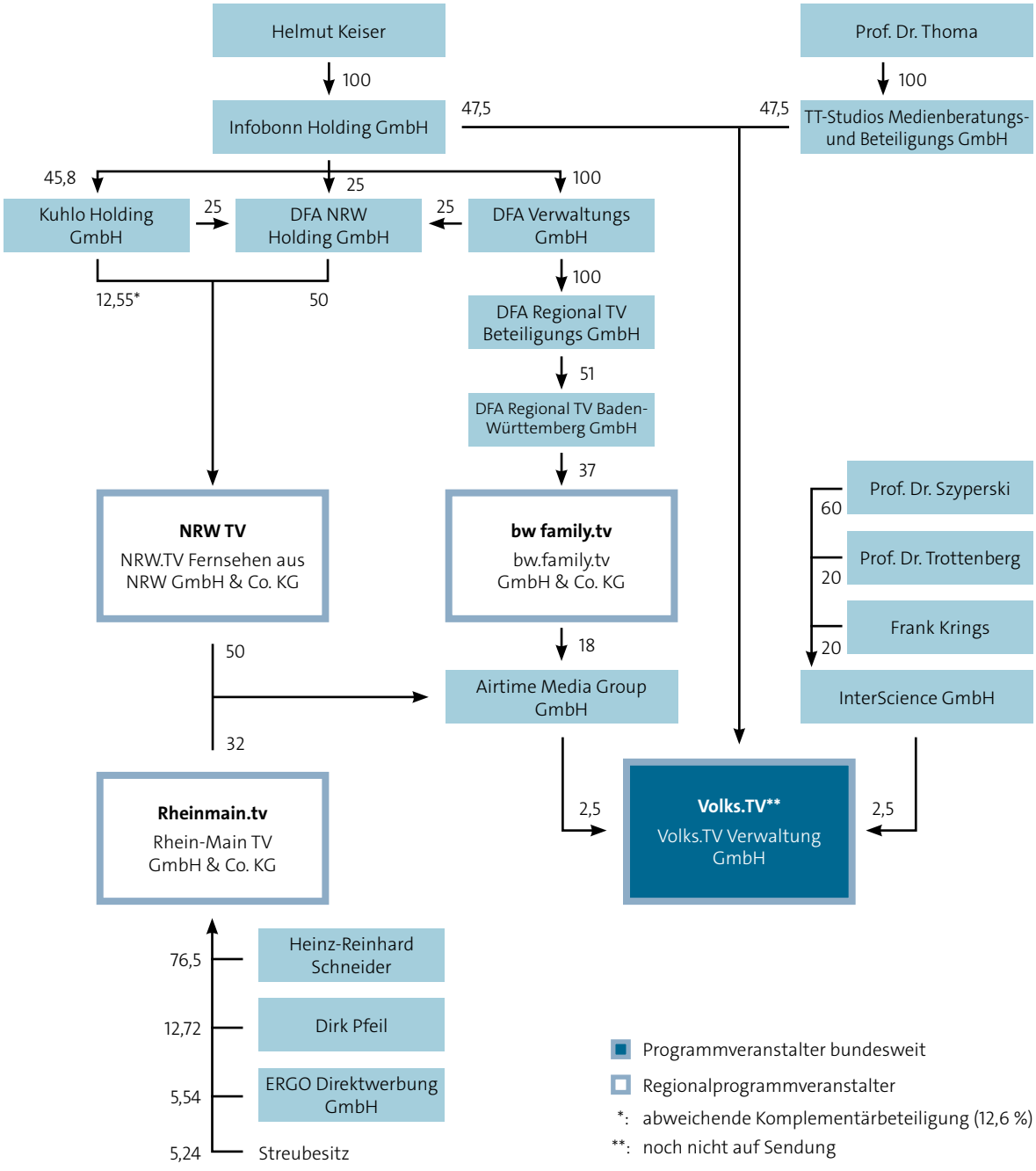


3.2.3 Volks.TV Verwaltung GmbH (Az.: KEK 713, Beschluss vom 19.09.2013)

Die Volks.TV Verwaltung GmbH hat bei der LfM Veränderungen ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt. Nach dem zuletzt durch die KEK als unbedenklich genehmigten Stand halten am Stammkapital der Volks.TV Verwaltung GmbH die Infobonn Holding GmbH und die TT-Studios Medienberatungs- und -beteiligungs GmbH („TT-Studios GmbH") je 49,998 % der Anteile und die Omada Capital L.P. die restlichen 0,004 % der Anteile. Die Veranstalterin hat nunmehr angezeigt, dass die Infobonn Holding GmbH den von der Omada Capital L.P. gehaltenen Geschäftsanteil übernommen hat. Zudem wurde das Stammkapital der Volks.TV GmbH erhöht; die neuen Geschäftsanteile hat die TT-Studios GmbH übernommen. Ferner hat die Infobonn Holding GmbH Geschäftsanteile in Höhe von 2,5 % auf die InterScience GmbH und die TT-Studios GmbH Geschäftsanteile in gleicher Höhe auf die Airtime Media Group übertragen.

Die InterScience GmbH ist ein Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen in den Bereichen Management-, Informationstechnik- und Markteintrittsberatung. Von den Geschäftsanteilen halten Prof. Dr. Norbert Szyperski 60 % sowie Prof. Dr. Ulrich Trottenberg und Frank Krings jeweils 20 %. Sonstige medienrechtliche Beteiligungen bestehen nach Angaben der Veranstalterin nicht. Die Airtime Media Group GmbH ist ein Gemeinschaftsunternehmen mehrerer landesweit lizenzierter Fernsehveranstalter. Alleingesellschafter der Infobonn Holding GmbH ist Helmut Keiser. Sämtliche Anteile an der TT-Studios GmbH hält Prof. Dr. Helmut Thoma.

Die Volks.TV Verwaltung GmbH hält eine Lizenz der LfM zur Veranstaltung des Spartenprogramms Volks.TV mit Schwerpunkt auf Bildung und Unterhaltung. Das Programm ist bislang nicht auf Sendung.


Helmut Keiser
100
Infobonn Holding GmbH
47,5
Prof. Dr. Thoma
100
TT-Studios Medienberatungs- und Beteiligungs GmbH
47,5
45,8
25
100
Kuhlo Holding GmbH
25
DFA NRW Holding GmbH
25
DFA Verwaltungs GmbH
12,55*
50
100
DFA Regional TV Beteiligungs GmbH
51
DFA Regional TV Baden-Württemberg GmbH
37
NRW TV
NRW.TV Fernsehen aus NRW GmbH & Co. KG
bw family.tv
bw.family.tv GmbH & Co. KG
60
Prof. Dr. Szyperski
20
Prof. Dr. Trottenberg
20
Frank Krings
50
18
Airtime Media Group GmbH
InterScience GmbH
32
2,5
Volks.TV**
Volks.TV Verwaltung GmbH
2,5
Rheinmain.tv
Rhein-Main TV GmbH & Co. KG
76,5
Heinz-Reinhard Schneider
12,72
Dirk Pfeil
5,54
ERGO Direktwerbung GmbH
5,24
Streubesitz
Programmveranstalter bundesweit
Regionalprogrammveranstalter
*: abweichende Komplementärbeteiligung (12,6 %)
**: noch nicht auf Sendung

3.2.4 MGM Networks (Deutschland) GmbH (Az.: KEK 746, Beschluss vom 08.10.2013)

Die MGM Networks (Deutschland) GmbH hat der BLM angezeigt, dass sich die Beteiligungsverhältnisse bei der MGM Holdings, Inc. verändert haben. Diese ist auf der 5. Stufe an der Veranstalterin des Pay-TV-Spartenprogramms MGM Channel beteiligt. Die Anteile der Gesellschafter mit einer Kapitalbeteiligung von über 5 % haben sich geringfügig erhöht. Dies betrifft die Investmentgesellschaften Anchorage Capital Group (28,62 %), Highland Capital Group (17,02 %), Davidson Kemptner Capital Management (6,20 %) und Solus Alternative Asset Management L.P. (6,65 %). Zu weiteren Beteiligungsveränderungen und der gesamten Beteiligungsstruktur s. u. 3.2.21.

3.2.5 Silverline Television AG (Az.: KEK 747, Beschluss vom 08.10.2013)

Die Silverline Television AG, Veranstalterin des bundesweiten Pay-TV-Spartenprogramms Silverline Movie Channel, hat bei der SLM Beteiligungsveränderungen angezeigt: An der Veranstalterin waren bislang ihre beiden Gründer, Axel Münch und Andreas Brandl, mit jeweils 50 % der Anteile beteiligt (zu nachfolgenden Anteilsübertragungen s. u. 3.2.14 und 3.2.27). Axel Münch beabsichtigt nunmehr, seinen Aktienanteil in Höhe von 50 % auf seine Ehefrau Gisela Gross zu übertragen. Andreas Brandl hält auch 50 % der Anteile an der TV 3.0 GmbH, die eine Zulassung der SLM zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehspartenprogramms Silverfakes-TV hält; dieses Programm ist jedoch nicht auf Sendung. Gisela Gross verfügt über keine weiteren Medienbeteiligungen in Deutschland.

3.2.6 Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 753, Beschluss vom 08.10.2013)

Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG hat der MA HSH und der BLM Umfirmierungen und eine mittelbare Beteiligungsveränderung angezeigt. Die Veränderungen betreffen die Beteiligungskette, über die die in „Twenty-First Century Fox, Inc." umfirmierte Obergesellschaft News Corporation ihre Anteile an der Sky Deutschland AG, der Muttergesellschaft der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG, hält (s. Schaubild unter 3.1.16). Die News Publishing Australia Ltd. wurde auf ihre 100%ige Tochtergesellschaft News America, Inc., verschmolzen. An der News Publishing Australia Ltd. hielt zuvor die Twenty-First Century Fox, Inc. unmittelbar 98,59 %, die News America, Inc. die übrigen 1,41 %. Die News America, Inc. ist über eine Kette von 100%igen Tochtergesellschaften, die 21st Century Fox Europe, Inc. (vormals News Corp. Europe, Inc.), die Star Europe Holdings B.V. und die 21st Century Fox Adelaide Holdings B.V. (vormals News Adelaide Holdings B.V.), in Höhe von 54,8 % am Grundkapital der Sky Deutschland AG beteiligt (s. Schaubild unter 3.1.16). Die Gesellschafterstruktur der Twenty-First Century Fox, Inc. bleibt unverändert. Die angezeigten Veränderungen sind rein konzernintern und bedürfen daher nicht der medienkonzentrationsrechtlichen Unbedenklichkeitsbestätigung. Zu weiteren Beteiligungsveränderungen bei der Sky Deutschland AG s. u. 3.2.16 und 3.2.24.

3.2.7 ProSiebenSat.1 Media AG (Az.: KEK 752/756, Beschluss vom 12.11.2013)

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Namen ihrer als Veranstalter im bundesweiten Fernsehen tätigen Tochtergesellschaften den zuständigen Landesmedienanstalten (s. o. 3.2.1) Beteiligungsveränderungen angezeigt. Diese stehen im Zusammenhang mit der bereits von der KEK geprüften Umwandlung stimmrechtsloser Vorzugs- in stimmberechtigte Stammaktien und dem Rückzug der Finanzinvestoren KKR und Permira sowie der Telegraaf Media Groep N.V. bei der ProSiebenSat.1 Media AG (s. o. 3.2.1). Danach hat die Investmentgesellschaft Capital Group Companies, Inc. infolge der Aktienumwandlung einen Stimmrechtsanteil von zusammengerechnet 7,61 % an der ProSiebenSat.1 Media AG erworben. Ferner hat die BlackRock, Inc. durch Zukäufe von Aktien eine Beteiligung in Höhe von 5,01 % der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media AG erworben.

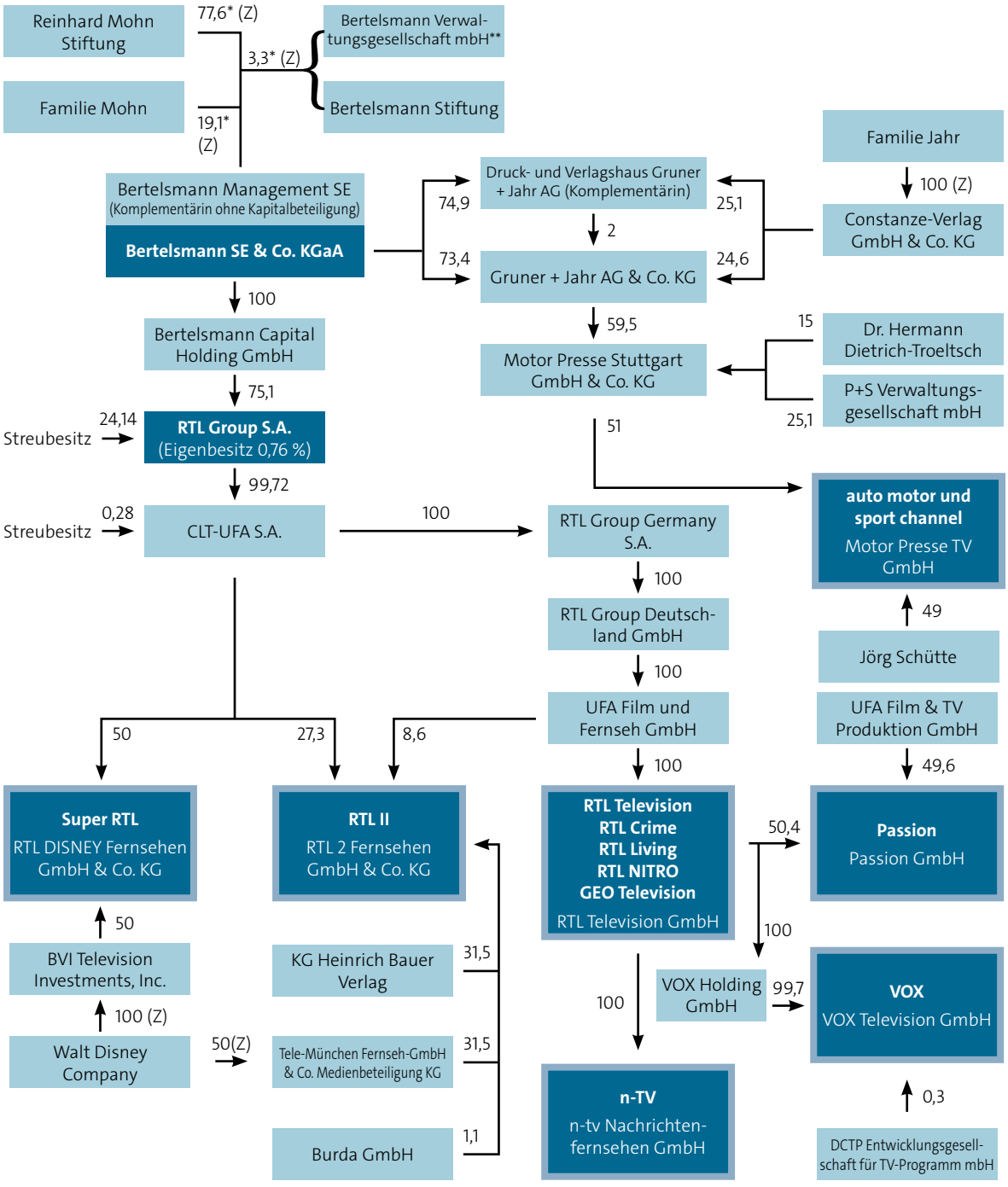
Nach Veräußerung sämtlicher Anteile durch die Telegraaf Media Groep N.V. und Veräußerung von 11,43 % der Anteile durch die – mittelbar von KKR und Permira gemeinsam kontrollierte – Lavena Holding 1 GmbH hält Letztere noch 32,57 % der Anteile der ProSiebenSat.1 Media AG; 52,18 % der Anteile befinden sich in Streubesitz. Zur vollständigen Anteilsveräußerung durch die Lavena Holding 1 GmbH s. u. 3.2.10.

3.2.8 Motor Presse TV GmbH (Az.: KEK 764, Beschluss 11.02.2014)

Die Motor Presse TV GmbH, Veranstalterin des bundesweiten Pay-TV-Spartenprogramms auto motor und sport channel, hat bei der LFK Veränderungen ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt. An der Antragstellerin waren nach zuletzt von der KEK genehmigtem Stand die Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG in Höhe von 10 % und Jörg Schütte in Höhe von 90 % der Anteile beteiligt. Nach einer Kapitalerhöhung halten die Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG nunmehr 51 % und Jörg Schütte 49 % der Anteile der Motor Presse TV GmbH.

Die Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG ist ein auf Special-Interest-Themen spezialisierter Zeitschriftenverlag, der weltweit rund 120 Zeitschriften (u. a. zu den Themenfeldern Automobil, Motorrad, Luftfahrt, Lifestyle und Sport) publiziert. Mehrheitsgesellschafterin ist die Gruner + Jahr AG & Co. KG mit einer Beteiligung in Höhe von 59,9 %. Daneben halten Dr. Hermann Dietrich-Troeltsch 15 % sowie die Geschwister Dr. Patricia Scholten und Peter-Paul Pietsch über ihr Gemeinschaftsunternehmen P+S Verwaltungsgesellschaft mbH 25,1 % der Anteile. Die Gruner + Jahr AG & Co. KG wird von der Bertelsmann SE & Co. KGaA beherrscht (zu Umstrukturierung und aktueller Beteiligungsstruktur der Gruner + Jahr AG & Co. KG s. u. 3.2.23 sowie Anhang 1, Schaubild 6). Die der Bertelsmann SE & Co. KG über die RTL Group S.A. zuzurechnenden Programme RTL Television, RTL II, SUPER RTL, VOX, n-tv, RTL NITRO, RTL Crime, RTL Living, Passion und auto motor und sport channel erreichten in der maßgeblichen Referenzperiode von Oktober 2012 bis September 2013 Zuschaueranteile von insgesamt 25,1 %).

Jörg Schütte hält neben der Beteiligung an der Antragstellerin auch 80 % der Anteile der Passion TV GmbH, die das Spartenprogramm Collection veranstaltet. Ferner ist er in Höhe von 50 % der Anteile an der Veranstalterin des Programms Marco Polo TV (s. o. 3.1.6) sowie in Höhe von 16,5 % der Anteile an der Veranstalterin des Programms BonGusto (s. o. 3.1.23) beteiligt.



■ Veranstalter, dessen Programm der RTL Group S.A. und der Bertelsmann SE & Co. KGaA zuzurechnen ist

*: vereinfachte Darstellung mit durchgerechneter Kapitalbeteiligung, sämtliche Stimmrechte der Bertelsmann SE & Co. KGaA und der Bertelsmann Management SE werden von der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH kontrolliert

**: Gesellschafter: Prof. Dr. Dieter Vogel, Prof. Dr. Jürgen Strube, Prof. Dr. Werner Bauer und drei Vertreter der Familie Mohn (Elisabeth Mohn, Dr. Brigitte Mohn, Christoph Mohn) sowie die Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft Stiftung

Z: Zwischengesellschaften ausgeklammert

3.2.9 N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH (Az.: KEK 767, Beschluss vom 11.02.2014)

Die N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen GmbH hat bei der BLM Beteiligungsveränderungen angezeigt. Diese betreffen die N24 Media GmbH, die sämtliche Anteile der Antragstellerin hält. An der N24 Media GmbH hielten bislang Stefan Aust und Dr. Torsten Rossmann jeweils 26 % der Anteile sowie Maria von Borcke, Frank Meißner, Karsten Wiest und Thorsten Pollfuß jeweils 12 % der Anteile. Nunmehr beabsichtigt die Axel Springer SE, sämtliche Anteile der N24 Media GmbH zu übernehmen. Gegenstand der Übernahme sind neben der N24 Media GmbH u. a. auch deren 100%ige Tochtergesellschaften MAZ & More TV-Produktion GmbH und Content Factory TV-Produktion GmbH.

Die Anteilsmehrheit an der Axel Springer SE hält mit rund 51,5 % des Grundkapitals die Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. KG. An dieser sind als Kommanditisten die Friede Springer GmbH & Co. KG mit 90 % der Anteile sowie Ariane und Axel Sven Springer mit jeweils 5 % beteiligt. Geschäftsführende Komplementärin ist die Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. KG, an welcher die Kommanditisten in entsprechender Höhe beteiligt sind. Sämtliche Gesellschaftsanteile der Friede Springer GmbH & Co. KG und ihrer Komplementärgesellschaft hält Frau Dr. h.c. Friede Springer, welche zudem mit 5 % der Aktien unmittelbar an der Axel Springer SE beteiligt ist. Dr. Mathias Döpfner, der Vorstandsvorsitzende der Axel Springer SE, hält rund 3,3 % der Aktien an dieser. Daneben hält die Gesellschaft eigene Aktien in einem Umfang von rund 0,2 %. Die restlichen rund 40 % der Aktien befinden sich in Streubesitz.

Die Axel Springer SE sieht sich als eines der größten Medienhäuser Europas und „digital ausgerichteten Verlag“ (zu den Medienaktivitäten des Springer-Konzerns s. Anhang 2, Schaubild 9). N24 soll als zentraler Bewegtbildlieferant für alle Springer-Marken fungieren. Die Medienaktivitäten des Konzerns sind im Wesentlichen um die Printmarken „BILD“ und „WELT“ aufgebaut. Auf diese hat sich der Verlag durch den sukzessiven Verkauf von regionalen Tageszeitungen und Frauenzeitschriften sowie den geplanten Verkauf seiner Programmzeitschriften konzentriert. Im Zeitschriften-Portfolio verbleiben Auto-, Computer- und Sportzeitschriften sowie Musikzeitschriften. Zum Online-Geschäftsbereich zählen Aktivitäten um die Printmarken des Unternehmens und Beteiligungen an Online-Portalen (z. B. idealo, gofeminin, finanzen.net). Ab der Saison 2013/2014 hat die Axel Springer SE die exklusiven Verwertungsrechte für die Highlight-Berichterstattung zur Fußball Bundesliga für vier Jahre erworben. Auf dieser Grundlage werden unter „Bildplus“, dem Bezahl-Sektor von bild.de, Zusammenfassungen aller Spiele als Video-on-Demand angeboten. Darüber hinaus hält die Axel Springer SE Minderheitsbeteiligungen an deutschen Hörfunkveranstaltern (u. a. an den Veranstaltern der Programme Radio Hamburg (35 %) und Antenne Bayern (16 %)). Im Bereich der TV-Produktion ist ihre Tochtergesellschaft Schwartzkopff TV-Productions GmbH & Co. KG aktiv. Zu nachfolgenden Umstrukturierungen bei der N24 Media GmbH s. o. 3.1.24.

3.2.10 ProSiebenSat.1 Media AG (Az.: KEK 771, Beschluss vom 11.03.2014)

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat für ihre vier als Fernsehveranstalter tätigen Tochtergesellschaften gegenüber den zuständigen Landesmedienanstalten (s. o. 3.2.1) angezeigt, dass die BlackRock, Inc. ihre Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG von 5,01 % auf nunmehr 10,02 % erhöht hat. Die mittelbar von den Finanzinvestoren KKR und Permira gemeinsam kontrollierte Lavena Holding 1 GmbH hat dagegen sämtliche Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG veräußert. Neben der BlackRock, Inc. verfügt somit nur noch die zur Capital Group Companies, Inc. gehörige Capital Research and Management Company über mehr als 5 % der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media AG. Die von der Capital Research and Management Company verwalteten Fonds haben ihre Beteiligung von 7,61 % auf 10,03 % erhöht. Die aktuellen Beteiligungsverhältnisse der ProSiebenSat.1 Media AG zeigt Schaubild 5 in Anhang 1.

3.2.11 Sport1 GmbH (Az.: KEK 766/772, Beschluss vom 25.03.2014)

Die Sport1 GmbH hat bei der BLM Veränderungen ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt. Diese betrafen zum einen den Erwerb von 25,1 % ihrer Anteile durch die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG, zum anderen die Beteiligung der Baden-Württembergischen Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte („BWVA“) an ihrer Obergesellschaft Constantin Medien AG in Höhe von 5,1 % der Kapitalanteile.

Die Sport1 GmbH veranstaltet auf der Grundlage von Lizenzen der BLM das frei empfangbare Programm SPORT1 sowie die Pay-TV-Programme SPORT1+, SPORT1 Livestream und SPORT1 US. Daneben betreibt die Sport1 GmbH auch das Onlineportal sport1.de. Sie veranstaltet zudem seit Juli 2013 auf Grundlage einer Lizenz der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) das Hörfunkprogramm SPORT1.fm, ein 24-Stunden-Programm mit Live-Sport, Talk, News und Musik, das im Internet unter www.sport1.fm ausgestrahlt wird. Des Weiteren liefert die Sport1 GmbH u. a. redaktionelle Sportinhalte für Teletext-Angebote der Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx und für weitere von ProSiebenSat.1 Digital produzierte Teletexte.

Die geplante Beteiligung der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG an der Sport1 GmbH ist Bestandteil einer umfassenderen Transaktion, die auch die vollständige Übernahme der Anteile an der auf den Sportbereich spezialisierten PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion sowie eine 25,1%ige Beteiligung an der Constantin Sport Marketing GmbH einschließt (diese Beteiligungsveränderungen wurden jedoch nicht realisiert, s. u. 3.2.20). Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG veranstaltet zahlreiche Pay-TV-Programme und vermarktet auf der Sky-Plattform darüber hinaus Fernsehprogramme von Drittveranstaltern, welche ihr zum Teil aufgrund von Einflussnahmemöglichkeiten zugerechnet werden (siehe Anhang 1, Schaubild 1). Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der börsennotierten Sky Deutschland AG.

Die Constantin Medien AG ist ein international agierendes Medienunternehmen, das insbesondere auf das Segment Sport und über die Beteiligung an dem Schweizer Medienunterneh-

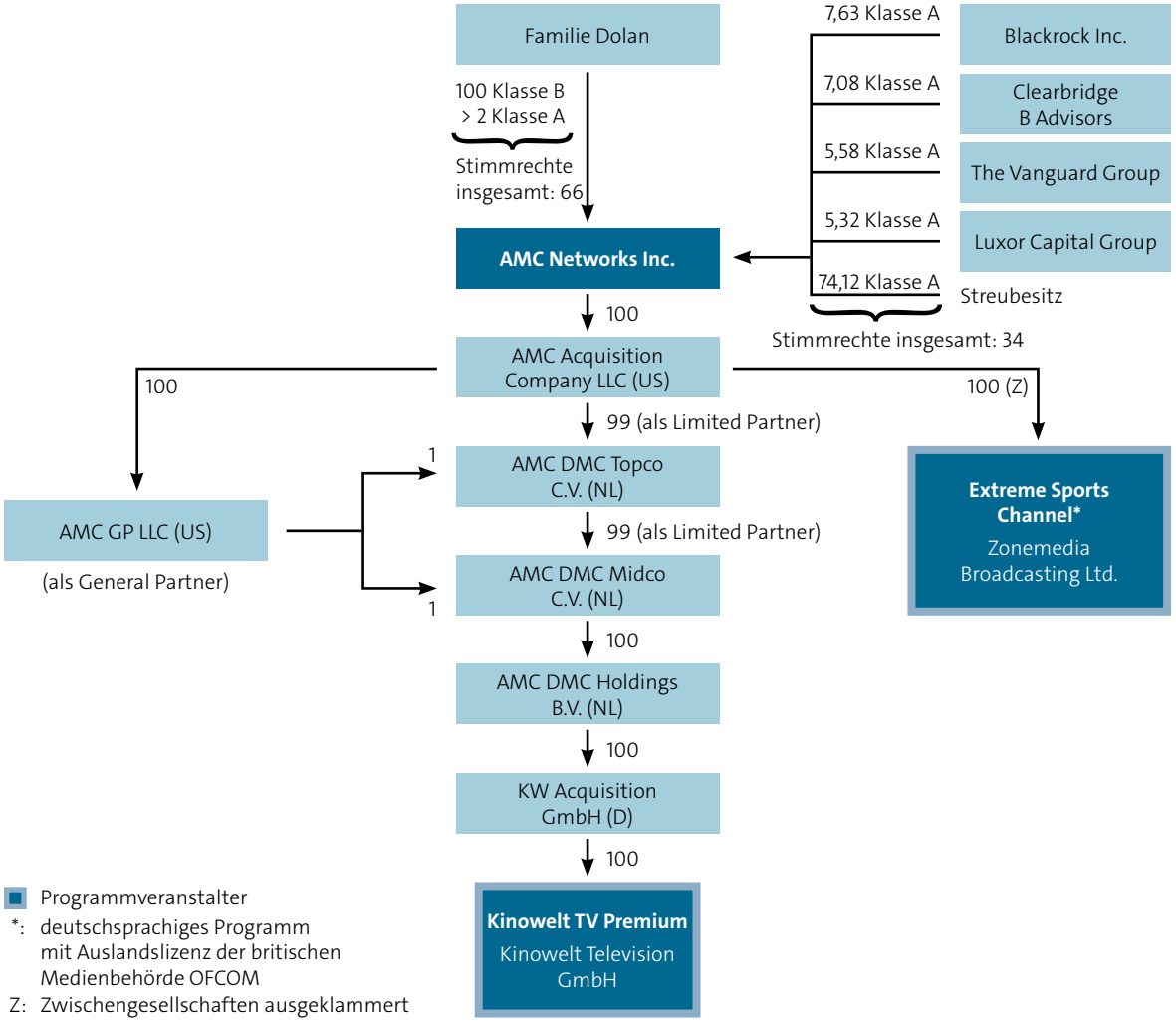
men Highlight Communications AG auch auf die Segmente Film sowie Sport- und Event-Marketing ausgerichtet ist (zu den Medienaktivitäten der Constantin Medien AG s. Anhang 2, Schaubild 4). Die Highlight Communications AG hält sämtliche Anteile an der Constantin Film AG, die zu den größten Filmproduzenten und -verleihern in Deutschland zählt. Tochtergesellschaften der Constantin Film AG sind im Bereich der TV-Produktion tätig. Die neue Aktionärin der Constantin Medien AG, die BWVA, ist in Baden-Württemberg die gesetzliche Rentenversicherung für die angestellten und niedergelassenen Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte. Ihr Beteiligungsportfolio, zu dem IT- und Software-Unternehmen zählen, wird von der LBBW Asset Management Investmentgesellschaft mbH, einer 100%igen Tochtergesellschaft der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW), verwaltet.

3.2.12 Kinowelt Television GmbH (Az.: KEK 777, Beschluss vom 10.06.2014)

Die Kinowelt Television GmbH hat bei der LPR Hessen eine Veränderung ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt: Nach zuletzt im Rahmen des Verfahrens zur Zulassungsverlängerung für das Spartenprogramm Kinowelt TV Premium genehmigtem Stand werden die Kapitalanteile der Kinowelt Television GmbH jeweils zur Hälfte von Achim Apell und der MK Medien Beteiligungs GmbH gehalten. Nunmehr beabsichtigt die AMC Networks Inc., über ihre mittelbare 100%ige Tochtergesellschaft KW Acquisition GmbH sämtliche Anteile der Kinowelt Television GmbH zu übernehmen (s. Schaubild).

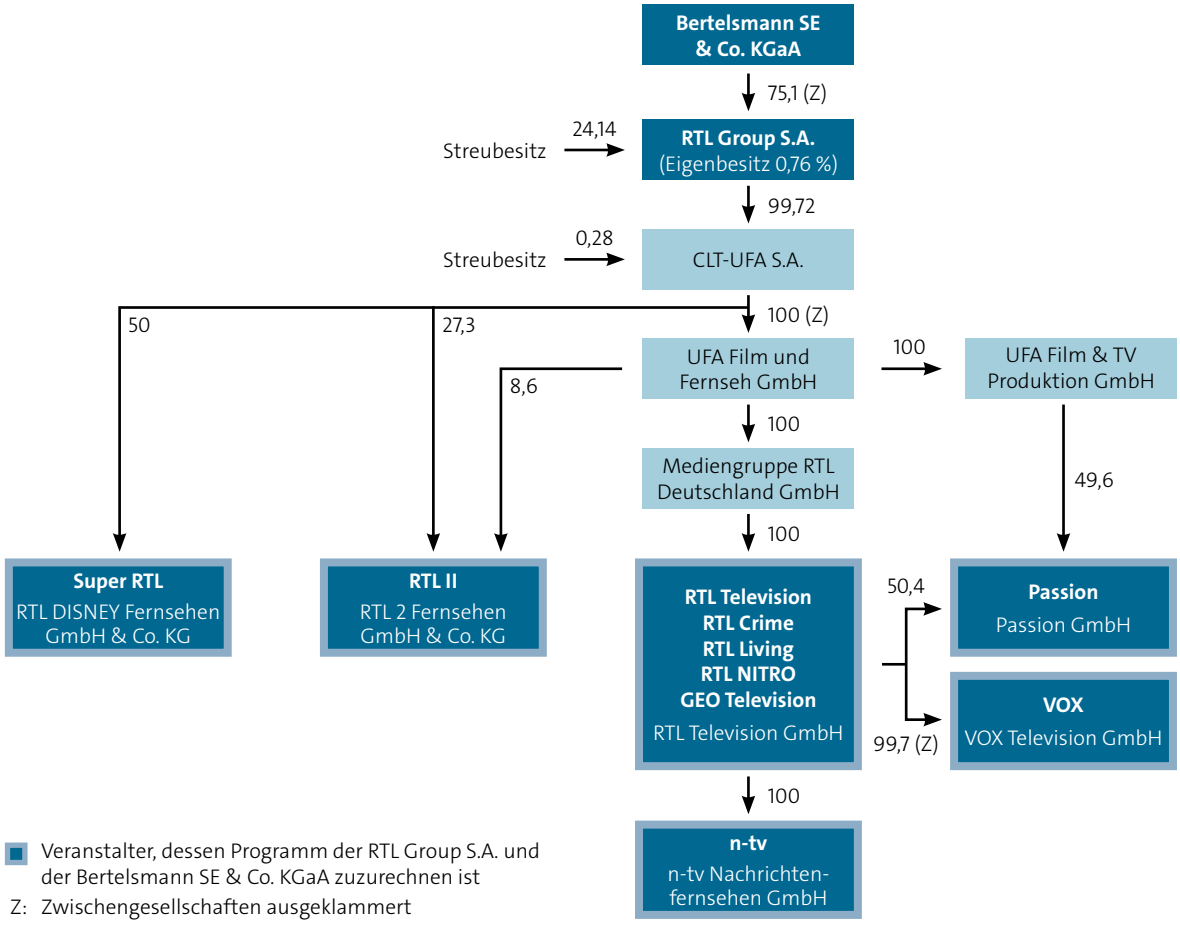
Die Stammaktien der AMC Networks Inc. sind unterteilt in die Klassen A und B. Stammaktien der Klasse B verleihen ihrem Inhaber jeweils zehn Stimmrechte, Stammaktien der Klasse A jeweils ein Stimmrecht. Klasse-B-Aktionäre sind berechtigt, 75 % der Mitglieder der Geschäftsführung zu wählen, Klasse-A-Aktionäre die verbleibenden 25 %. Sämtliche Stammaktien der Klasse B werden von Charles F. Dolan, einigen seiner engsten Familienmitglieder sowie von bestimmten familiennahen Einheiten und Treuhandgesellschaften (zusammen: „Familie Dolan“) kontrolliert. Diese haben eine Aktionärsvereinbarung getroffen, wonach sie ihre Stimmrechte in Angelegenheiten, über die Klasse-B-Aktionäre abzustimmen haben, nur gebündelt abgeben können. Bezogen auf die mit den beiden Klassen von Stammaktien verbundenen Stimmrechte kontrolliert die Familie Dolan insgesamt rund 66 % aller Stimmrechte der AMC Networks Inc.

Die AMC Networks Inc. ist eine US-amerikanische börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in New York. Das Unternehmen ist in der Medien- und Unterhaltungsbranche aktiv und betreibt in den USA unter anderem die Kabelkanäle AMC, IFC, WEtv und Sundance TV. Über Nordamerika hinaus wird das Programm AMC/Sundance Channel Global in Osteuropa, Asien, Lateinamerika, Nordafrika und dem Mittleren Osten verbreitet. Darüber hinaus ist die AMC Networks Inc. über die IFC Entertainment im Bereich Filmverleih auf dem US-amerikanischen Markt aktiv. Die internationale Programmabteilung der AMC Networks Inc., die AMCN Chellomedia, produziert und vermarktet Fernsehprogramme an über 390 Mio. Haushalte in 138 Ländern. An deutschen Rundfunkveranstaltern ist die AMC Networks Inc. bislang nicht beteiligt. Sie ist jedoch über AMCN Chellomedia an der Zonemedia Broadcasting Ltd. beteiligt, welche auf Grundlage einer Lizenz der britischen Regulierungsbehörde Ofcom das Programm Extreme Sports Channel veranstaltet. Dieses Programm ist auch in einer deutschsprachigen Version in Deutschland empfangbar.



3.2.13 RTL Television GmbH
(Az.: KEK 779, Beschluss vom 08.07.2014)

Die Mediengruppe RTL Deutschland GmbH hat gegenüber der NLM geplante Beteiligungsveränderungen innerhalb der RTL-Gruppe angezeigt: Die Mediengruppe RTL Deutschland GmbH und die RTL Television GmbH sind gegenwärtig 100%ige Tochtergesellschaften der UFA Film und Fernsehen GmbH. Nunmehr ist vorgesehen, dass die Mediengruppe RTL Deutschland GmbH als Zwischenholding sämtliche Anteile an der RTL Television GmbH übernimmt. Die Einflussverhältnisse bei den Veranstalterinnen der RTL-Gruppe werden hiervon nicht berührt. Die angemeldeten Beteiligungsveränderungen sind daher medienkonzentrationsrechtlich unerheblich.



3.2.14 Silverline Television AG (Az.: KEK 784, Beschluss vom 16.09.2014)

Die Silverline Television AG, Veranstalterin des Pay-TV-Spartenprogramms Silverline Movie Channel, hat bei der SLM Beteiligungsveränderungen angezeigt. An der Silverline Television AG waren zuletzt Andreas Brandl und Gisela Gross mit jeweils 50 % der Anteile beteiligt (s. o. 3.2.5). Andreas Brandl hat nunmehr seinen Aktienanteil vollständig auf Michael Tarabochia übertragen. Frau Gross und Herr Tarabochia verfügen über keine weiteren Medienbeteiligungen in Deutschland. Zu nachfolgenden Beteiligungsveränderungen s. u. 3.2.27.

3.2.15 TVM/WWTV Lizenz- und Produktions GmbH (Az.: KEK 786, Beschluss vom 16.09.2014)

Die TVM/WWTV Lizenz- und Produktions GmbH hält eine Zulassung der LMK für das noch nicht auf Sendung befindliche bundesweite Spartenprogramm Deutschland-Regional. Nach zuletzt genehmigtem Stand (s. o. 3.1.15) halten an der Veranstalterin die Geschäftsführer Christian Opitz und Normann Schneider je 50 % der Geschäftsanteile. Nunmehr übernimmt die GT3 Software- und Beteiligung GmbH sämtliche von Normann Scheider gehaltenen Anteile; Christian Opitz überträgt dieser Anteile in Höhe von 15 %. Nach einer geplanten Kapitalerhöhung bei der Veranstalterin wird die GT3 Software- und Beteiligung GmbH in Höhe von 90 % und Christian Opitz in Höhe von 10 % beteiligt sein.

Die GT3 Software- und Beteiligung GmbH ist auf dem Gebiet der IT-Technologie aktiv. Ihr Alleingesellschafter ist Frank Gotthardt. Dieser hält nach eigenen Angaben keine weiteren Beteiligungen im Medienbereich.

3.2.16 Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 791, Beschluss vom 16.09.2014)

Die British Sky Broadcasting Group plc. („BSkyB“) beabsichtigt, über 100%ige Tochtergesellschaften sämtliche bislang von der 21st Century Fox Adelaide Holdings B.V. gehaltenen Anteile an der Sky Deutschland AG zu übernehmen. Die Sky Deutschland AG ist die Muttergesellschaft der Veranstalterin und Plattformbetreiberin Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG. Das Vorhaben wurde gegenüber der BLM und der MA HSH angezeigt.

Die 21st Century Fox Adelaide Holdings B.V., eine mittelbare 100%ige Tochtergesellschaft der Twenty-First Century Fox, Inc. („21st CF“), hält derzeit Aktien im Umfang von 54,8 % des Grundkapitals der Sky Deutschland AG. Sie verfügt zudem über Rechte aus einer Wandelschuldverschreibung, die vor dem Vollzug des Aktienerwerbs durch BSkyB ausgeübt werden sollen, so dass sich die von BSkyB angestrebte Beteiligung auf 57,4 % erhöht. BSkyB hat zudem am 03.09.2014 ein an alle Aktionäre der Sky Deutschland AG gerichtetes öffentliches Übernahmeangebot veröffentlicht. Die Annahmefrist läuft bis zum 15.10.2014. Eine mit dem Übernahmeangebot verbundene Erhöhung der Beteiligung von BSkyB an der Sky Deutschland AG über 57,4 % hinaus ist nicht Gegenstand dieses Verfahrens und bedarf ggf. einer gesonderten Anzeige und medienkonzentrationsrechtlichen Genehmigung durch die KEK (s. u. 3.2.24).

Der Anteilserwerb und das Übernahmeangebot sind Teil einer umfangreicheren Transaktion, die auch den Erwerb des italienischen Pay-TV-Anbieters Sky Italia S.r.l., einer 100%igen Tochtergesellschaft der 21st CF, durch BSkyB umfasst.

Größte Aktionärin der Sky Deutschland AG ist somit künftig die Sky German Holdings GmbH. Diese ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Sky International Operations Ltd., die ihrerseits vollständig im Anteilsbesitz der British Sky Broadcasting Ltd. steht. Sämtliche Anteile an Letzterer hält BSkyB. Einzige weitere Aktionärin der Sky Deutschland AG mit Anteilen von mindestens 5 % ist die Odey Asset Management LLP (8,94 %), die restlichen 33,66 % der Anteile befinden sich in Streubesitz.

BSkyB ist der größte Pay-TV-Anbieter in Großbritannien und Irland. Das Unternehmen betreibt die digitale Pay-TV-Satellitenplattform Sky und veranstaltet eine Vielzahl von Programmen, wie zum Beispiel Sky News, Sky One, Sky Movies und

Sky Sports. Zudem veranstaltet BSkyB in Großbritannien weitere Fernsehprogramme als Gemeinschaftsunternehmen, darunter The History Channel, The Biography Channel und Nickelodeon. Das Unternehmen verfügt nach eigenen Angaben über 11,5 Mio. Abonnenten in Großbritannien und Irland. Das von BSkyB veranstaltete Programm Sky News ist in Deutschland u. a. über Satellit (Astra) und Kabel (Kabel Deutschland, Unitymedia Kabel BW) frei empfangbar. Darüber hinaus bietet BSkyB technische Dienstleistungen an, stellt Set-Top-Boxen zur Verfügung und ist im Triple-Play-Markt aktiv.

Ca. 39,14 % der Aktien von BSkyB werden mittelbar über die 21st Century Fox UK Nominees Limited von der 21st CF gehalten, die ihrerseits von K. Rupert Murdoch kontrolliert wird. Nach einer Stimmrechtsvereinbarung, die seit dem 04.11.2005 in Kraft ist, sind die Stimmrechte der 21st Century Fox UK Nominees Limited für jede Gesellschafterversammlung von BSkyB auf 37,19 % beschränkt. Einzige weitere Aktionärin mit einem Anteil von mindestens 5 % des Grundkapitals von BSkyB ist die BlackRock, Inc. Diese hält einen Anteil von 5,09 %. Die restlichen 55,77 % der Aktien von BSkyB befinden sich in Streubesitz.

Die von der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG veranstalteten bzw. dieser zuzurechnenden Drittprogramme sind weiterhin der 21st CF gemäß § 28 Abs. 1 Satz 2 RStV i. V. m. §§ 15 ff. AktG zuzurechnen, da die 21st CF aufgrund der Stimmrechtsanteile und ihres zusätzlichen Einflusspotenzials in der Lage ist, die Kontrolle über BSkyB auszuüben. Die der 21st CF und BSkyB insgesamt zuzurechnenden Zuschaueranteile (s. Anhang 1, Schaubild 7) betrugen in der Referenzperiode etwa 1,8 %.

3.2.17 Kanal Avrupa Media GmbH (Az.: KEK 787, Beschluss vom 07.10.2014)

Die Kanal Avrupa Media GmbH, Veranstalterin des bundesweiten türkischsprachigen Unterhaltungsspartenprogramms Kanal Avrupa, hat bei der LfM Beteiligungsveränderungen angezeigt. Nach dem zuletzt genehmigten Stand hielten am Stammkapital der Veranstalterin Ali Osman Akbas Anteile in Höhe von 65 % und Mesut Akbas Anteile in Höhe von 35 %. Nach der nunmehr angezeigten Beteiligungsveränderung hat Ali Osman Akbas seine Anteile vollständig an Süleyman Arslan übertragen. Mesut Akbas und Süleyman Arslan halten nach Angaben der Veranstalterin keine weiteren Beteiligungen im Medienbereich.

3.2.18 FC Bayern München AG (Az.: KEK 790, Beschluss vom 07.10.2014)

Die FC Bayern München AG hat gegenüber der BLM eine Veränderung ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt. Von den Namensaktien der Antragstellerin hielten nach dem zuletzt genehmigten Stand der FC Bayern München e. V. 81,82 % sowie die Adidas AG und die Audi AG jeweils 9,09 %. Nunmehr ist die Allianz SE im Wege einer Kapitalerhöhung dem Aktionärskreis beigetreten. Die Aktionärsstruktur der Veranstalterin stellt sich damit gegenwärtig wie folgt dar:

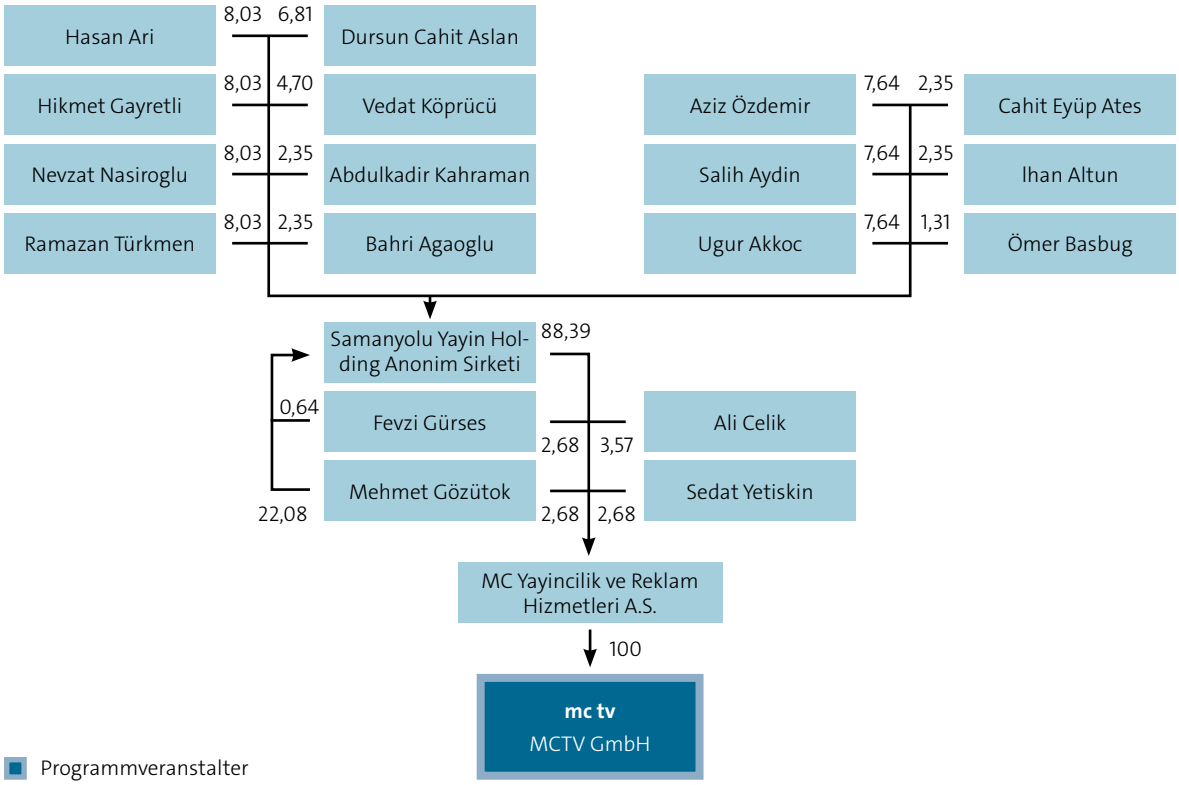
- FC Bayern München e. V., 75,00 %
- Adidas AG, 8,33 %
- Audi AG, 8,33 %
- Allianz SE, 8,33 %

Die FC Bayern München AG, die vor allem die professionelle Fußballabteilung des FC Bayern München betreibt, veranstaltet das im Wesentlichen um Spiele der Bundesligamannschaft aufgebaute Sport-Spartenprogramm FCB.TV. Die neue Aktionärin Allianz SE ist ein internationaler Versicherungskonzern und Finanzdienstleister. Die Aktien der Allianz SE befinden sich im Streubesitz.

3.2.19 MCTV GmbH (Az.: KEK 776, Beschluss vom 11.11.2014)

Die MCTV GmbH, Veranstalterin des Spartenprogramms mc tv (vormals „Mobility Channel"), hat bei der LPR Hessen Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse ihrer alleinigen Gesellschafterin MC Yayincilik ve Reklam Hizmetleri Anonim Sirketi („MC Yayincilik") angezeigt.

Die MC Yayincilik, eine Aktiengesellschaft nach türkischem Recht mit Sitz in Istanbul, betätigt sich u. a. als Investor im Medien- und Werbesektor in der Türkei und liefert der MCTV GmbH zudem Programm zu. Alle bisherigen Gesellschafter der MC Yayincilik (vgl. Pressemitteilung der KEK 03/2012) haben ihre Anteile veräußert. Die neuen Gesellschafter haben ihre Anteile zum Teil bereits weiterveräußert. Größte Aktionärin ist nunmehr die Samanyolu Yahin Holding Anonim Sirketi. Diese veranstaltet Fernsehprogramme in der Türkei (u. a. Metahp TV, Samanyolu TV, Mobility Channel) und internationale Sender in Europa, Amerika und Afrika. Ferner veranstaltet sie Hörfunkprogramme in der Türkei, internationale Hörfunksender und Web-TV-Sender (u. a. Kure.tv, Mehtap.tv, Samanyolu.tv).



3.2.20 Sport1 GmbH (Az.: KEK 796, Beschluss vom 11.11.2014)

Bei der Sport1 GmbH haben auf mehreren Gesellschafterebenen Beteiligungsveränderungen stattgefunden. Dies hat die Sport1 GmbH bei der BLM angezeigt.

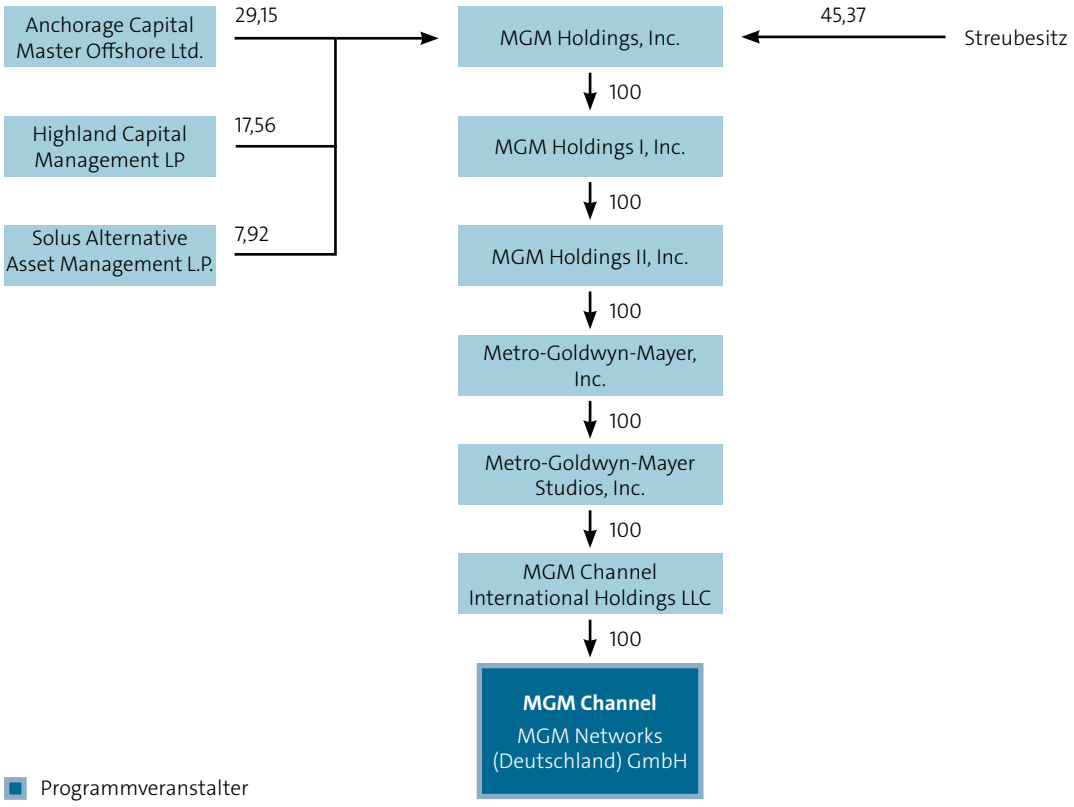
So soll der von der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG beabsichtigte Erwerb von 25,1 % der Anteile an der Sport1 GmbH (s. o. 3.2.11) nicht mehr vollzogen werden, so dass weiterhin die Constantin Sport Holding GmbH sämtliche Anteile an der Antragstellerin hält. Muttergesellschaft der Constantin Sport Holding GmbH ist die Constantin Medien AG. An dieser hat die Baden-Württembergische Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte („BWVA“) ihre Beteiligung von 5,1 % auf 9,6 % erhöht. Bei der weiteren Aktionärin KF 15 GmbH & Co. KG sind mit Wolfgang Hahn und Dr. Bernd Kuhn zwei neue Gesellschafter hinzugetreten. Sie halten nunmehr jeweils 5 % der Anteile an der KF 15 GmbH & Co. KG. Ferner hat Bernhard Burgener seine Anteile an der Aktionärin Highlight Communications AG von 3,4 % auf 4,2 % erhöht. Zu nachfolgenden Beteiligungsveränderungen s. o. 3.1.44.

3.2.21 MGM Networks (Deutschland) GmbH (Az.: KEK 798, Beschluss vom 11.11.2014)

Bei der MGM Networks (Deutschland) GmbH haben sich gegenüber dem zuletzt genehmigten Stand (s. o. 3.2.4) Beteiligungsveränderungen ergeben. Aufsichtsführende Landesmedienanstalt ist die BLM.

Die Beteiligungsveränderungen betreffen zum einen die Einfügung der MGM Holdings I, Inc. als Zwischengesellschaft auf der fünften Beteiligungsstufe (s. Schaubild). Zum anderen haben sich die Beteiligungsverhältnisse bei der MGM Holdings, Inc., die nunmehr auf der sechsten Stufe an der Veranstalterin beteiligt ist, verändert. Demnach besteht bei der – nicht börsennotierten – MGM Holdings, Inc. aktuell folgende Beteiligungsstruktur:

	bislang	aktuell
Anchorage Capital Master Offshore Ltd.	28,62 %	29,15 %
Highland Restoration Capital Partners L.P.	17,02 %	—
Highland Capital Management	—	17,56 %
Davidson Kemptner Capital Management LLC	6,20 %	—
Solus Alternative Asset Management L.P.	6,65 %	7,92 %
Streubesitz	41,51 %	45,37 %



3.2.22 Radio Santec GmbH (Az.: KEK 800, Beschluss vom 11.11.2014)

Die Radio Santec GmbH, Veranstalterin des frei empfangbaren Unterhaltungsspartenprogramms Sophia TV mit Schwerpunkt auf religiösen und weltanschaulichen Themen, hat bei der LfM Veränderungen ihrer Beteiligungsstruktur angezeigt.

Danach hat die bisherige Alleingesellschafterin der Antragstellerin, die Gabriele-Verlag das Wort GmbH (vormals Verlag Das Wort GmbH), ihre Anteile veräußert. Bei der Antragstellerin bestehen nunmehr folgende Beteiligungsverhältnisse:

- Alfredo Stefano Delù, 49 %
- Andrea Wasch, 31 %
- Martin Hähnel, 20 %

Alle Gesellschafter halten nach Angaben der Antragstellerin keine weiteren Beteiligungen im Medienbereich.

3.2.23 Motor Presse TV GmbH (Az.: KEK 806, Beschluss vom 10.03.2015)

Die Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG hat gegenüber der LFK und der KEK mittelbare Veränderungen ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt, welche sich auch auf die Veranstalterin des Programms auto motor und sport channel, die Motor Presse TV GmbH, auswirken. An dieser ist die Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG in Höhe von 51 % der Anteile beteiligt.

Die Beteiligungsveränderungen betreffen unmittelbar die Gruner + Jahr AG & Co. KG, die mit 59 % die Anteilsmehrheit an der Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG hält. An der Gruner + Jahr AG & Co. KG war bislang die Constanze Verlag GmbH & Co. KG in Höhe von 24,6 % der Anteile, an ihrer Komplementärin, der Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr AG, in Höhe von 25,1 % der Anteile beteiligt (s. Schaubild unter 3.2.8). Diese Anteile hat nunmehr die Bertelsmann SE & Co. KGaA übernommen und hält somit sämtliche Anteile. Zudem wurde die Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr AG in eine GmbH umgewandelt; die Gruner + Jahr AG & Co. KG firmiert infolgedessen als Gruner + Jahr GmbH & Co. KG.

Die Bertelsmann SE & Co. KGaA, einer der weltweit größten Medienkonzerne, hält mittelbar 75,1 % der Anteile der RTL Group S.A., die über eine Vielzahl von Beteiligungen im bundesweiten Fernsehen verfügt (s. Anhang 1, Schaubild 6). Gruner + Jahr ist nach eigenen Angaben mit mehr als 500 Medienaktivitäten, Magazinen und digitalen Angeboten in über 30 Ländern aktiv. In Deutschland publiziert Gruner + Jahr u. a. die Zeitschriften und Magazine STERN, Brigitte, GEO, Capital, Gala, Eltern, Essen & Trinken, National Geographic sowie Zeitschriften der P.M.-Gruppe. Über die Beteiligung an der Motor Presse Stuttgart hinaus bestehen weitere Beteiligungen der Gruner + Jahr KG an Verlagshäusern, z. B. an der Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG (60 %; Sächsische Zeitung, Döbelner Anzeiger, Morgenpost Sachsen) und der SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG (25,25 %; Der SPIEGEL). Zu den Medienaktivitäten des Bertelsmann-Konzerns s. Anhang 2, Schaubild 2).

Die Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. ist ein auf Special-Interest-Themen spezialisierter Zeitschriftenverlag, der weltweit rund 120 Zeitschriften zu Themenfeldern wie Automobil, Motorrad, Luftfahrt, Nutzfahrzeuge, Camping und Caravaning sowie Lifestyle und Sport publiziert. Ihr Mitgesellschafter bei der Veranstalterin, Jörg Schütte, hält auch Beteiligungen an den Veranstaltern der Programme Collection (80 % der Anteile), Marco Polo TV (50 % der Anteile) und BonGusto (16,5 % der Anteile, s. Schaubild unter 3.1.6).

3.2.24 Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 811, Beschluss vom 10.03.2015)

Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG hat bei der BLM und der MA HSH mittelbare Beteiligungsveränderungen angezeigt.

Die Sky plc. (vormals British Sky Broadcasting Group plc.), die zuletzt 57,4 % der Anteile an der Sky Deutschland AG, der Muttergesellschaft der Antragstellerin, erworben hatte (s. o. 3.2.16), hat ihre mittelbare Beteiligung im Rahmen eines öffentlichen Übernahmeangebots und weiterer Aktienzukäufe auf 95,8 % des Grundkapitals der Sky Deutschland AG ausgebaut. Die restlichen 4,2 % der Anteile der Sky Deutschland AG sind dem

Streubesitz zuzurechnen. Es ist geplant, die Übertragung der in Streubesitz befindlichen Aktien auf die Sky German Holdings GmbH, die die Anteile der Sky plc. unmittelbar hält, herbeizuführen (sogenannter Squeeze-Out).

Die Sky plc., der größte Pay-TV-Anbieter in Großbritannien und Irland, hat neben der Beteiligung an der Sky Deutschland AG auch sämtliche Anteile an der italienischen Pay-TV-Veranstalterin Sky Italia S.r.l. von der Twenty-First Century Fox, Inc. („21 CF") übernommen. Durch die Zusammenführung der Pay-TV-Anbieter in Deutschland, Großbritannien und Italien verfügt die Gruppe nach eigenen Angaben über 20 Mio. Privatkunden.

Ca. 39,14 % der Aktien der Sky plc. hält mittelbar über die 21st Century Fox UK Nominees Limited die 21 CF, die ihrerseits von K. Rupert Murdoch kontrolliert wird. Die Stimmrechte der 21st Century Fox UK Nominees Limited sind dabei für jede Gesellschafterversammlung auf 37,19 % beschränkt. Einzige weitere Aktionärin mit einem Anteil von mindestens 5 % des Grundkapitals der Sky plc. ist die BlackRock, Inc. Diese hält einen Anteil von 5,06 %. Die restlichen 55,80 % der Aktien der Sky plc. befinden sich in Streubesitz.

In der Gesamtschau verfügt die 21 CF aufgrund der hohen Beteiligung von knapp 40 %, der engen wirtschaftlichen und vertraglichen Lieferbeziehungen sowie der personellen Verflechtung auf der Ebene der Leitungsorgane über einen weitaus höheren Einfluss, als die Stimmrechtsbeteiligung widerspiegelt. Die rechtlichen und tatsächlichen Umstände sind geeignet, der 21 CF wie bei einer Mehrheitsbeteiligung einen gesicherten Einfluss auf die Unternehmensleitung und -politik der Sky plc. zu vermitteln. Ob dies allein auf § 28 Abs. 1 Satz 2 i. V. m. § 17 Abs. 1 AktG in der Ausprägung der sogenannten kombinierten Beherrschung zu stützen ist, kann letztlich dahin stehen. Zumindest der Zurechnungstatbestand nach § 28 Abs. 2 Satz 1 RStV ist erfüllt: Eine Zurechnung ist danach auch dann vorzunehmen, wenn ein Unternehmen allein oder gemeinsam mit anderen auf einen Veranstalter einen einer Beteiligung nach Abs. 1 vergleichbaren Einfluss ausüben kann. Wie auch bei der kombinierten Beherrschung kommt es bei der Bewertung nach § 28 Abs. 2 Satz 1 RStV nicht allein auf die formale Beteiligungshöhe an. Nach der Begründung zu § 28 RStV sind dabei „sämtliche satzungsmäßigen, vertraglichen oder sonstigen Einflussmöglichkeiten eines Unternehmens auf ein anderes Unternehmen bzw. einen Veranstalter" zu berücksichtigen. Dafür sind alle maßgeblichen Umstände in eine Gesamtbeurteilung einzubeziehen (Beschluss i. S. ProSieben, Az.: KEK 007/029, I 3.2.1). Dabei sind neben dem Stimmrechtsgewicht der 21 CF und ihrer Vertretung in Leitungsgremien der Sky plc. und der Sky Deutschland AG insbesondere die umfangreichen Programmzulieferbeziehungen der 21 CF zur Sky-Gruppe zu berücksichtigen. Die besondere Bedeutung der Zulieferbeziehungen für die Bewertung medienkonzentrationsrechtlicher Zurechnungszusammenhänge verdeutlicht die Vorschrift des § 28 Abs. 2 Satz 2 RStV, wonach bereits ein bloßer wesentlicher Einfluss auf die Programmgestaltung ohne jegliche gesellschaftsrechtliche Beteiligung an dem Veranstalter zur Zurechnung führt. Der somit festzustellende maßgebliche Einfluss der 21 CF auf die Sky plc. wird durch die auf ihre Veranlassung durchgeführte Zusammenlegung der Sky-Gesellschaften im strategischen Interesse der 21 CF eindrucksvoll belegt. Die KEK geht daher weiterhin von einem der Beherrschung vergleichbaren Einfluss der 21 CF auf die Sky plc. aus. Demnach sind der 21 CF die von der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG veranstalteten bzw. dieser zuzurechnenden Drittprogramme zuzurechnen.

Die 21st CF hält mittelbar auch sämtliche Anteile an der Fox International Channels Germany GmbH, welche die Pay-TV-Spartenprogramme Fox Channel, National Geographic Channel, National Geographic Wild Channel und National Geographic People Channel veranstaltet. Die der 21st CF und der Sky plc. insgesamt zuzurechnenden Programme (s. Anhang 1, Schaubild 7) erreichten in der Referenzperiode Zuschaueranteile von etwa 1,8 %.

3.2.25 RtvD Video- und Filmproduktions GmbH (Az.: KEK 781, Beschluss vom 14.04.2015)

Die RtvD Video- und Filmproduktions GmbH, Veranstalterin der russischsprachigen Pay-TV-Unterhaltungsspartenprogramme Nasche Ljubimoe Kino, Detski Mir und Teleclub, hat bei der mabb Beteiligungsveränderungen angezeigt. Mit dem Ableben der Gesellschafterin Ludmilla Tietzki sind deren Geschäftsanteile ihrem Ehemann Peter Tietzki zugefallen. Dieser hält damit 51,26 % der Gesellschaftsanteile der Veranstalterin. Die restlichen 48,74 % der Anteile hält weiterhin die Inter TV Ltd.

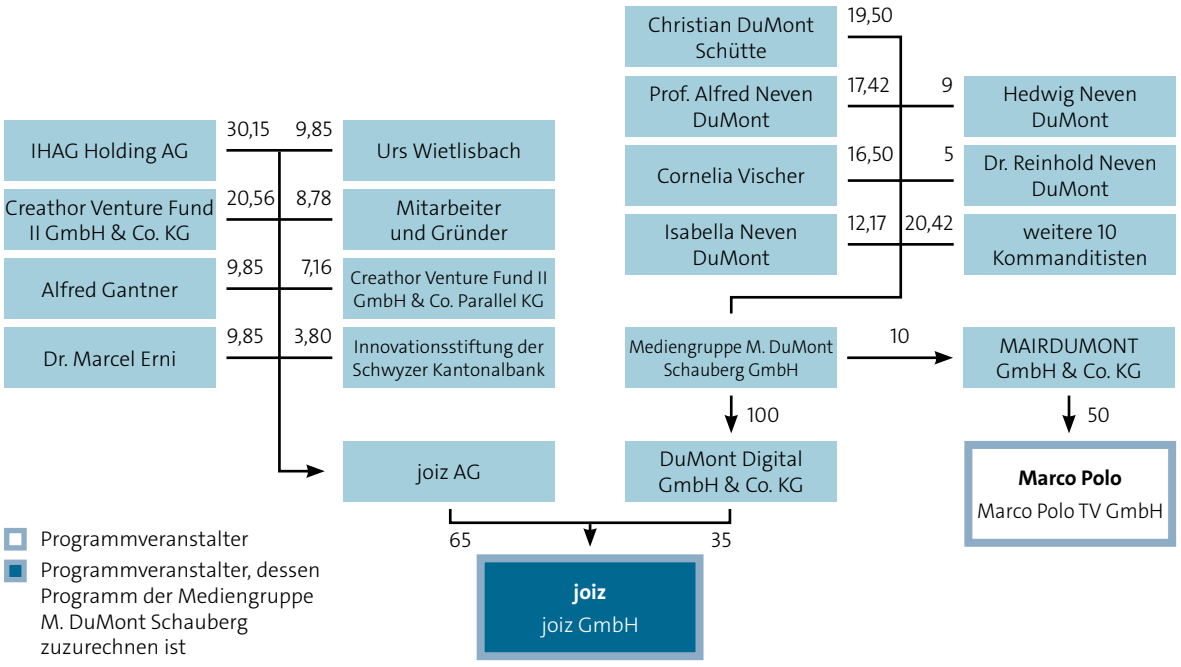
3.2.26 joiz GmbH (Az.: KEK 828, Beschluss vom 14.04.2015)

Die joiz GmbH ist bislang eine 100%ige Tochtergesellschaft des Schweizer Unternehmens joiz AG. Im Zuge eines insolvenzbedingten Restrukturierungsprozesses soll die Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co. KG über ihre 100%ige Tochtergesellschaft DuMont Digital GmbH & Co. KG insgesamt 35 % der Anteile an der joiz GmbH übernehmen. Zudem haben Beteiligungsveränderungen bei der joiz AG stattgefunden. Die Veranstalterin hat dies gegenüber der mabb angezeigt.

Die joiz GmbH veranstaltet das bundesweite Fernsehvollprogramm joiz mit Inhalten aus den Bereichen Musik, Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung. Joiz ist ein „Social-TV-Sender“ mit interaktiven Sendeformaten, bei denen die Zuschauer mit Chats, Online-Abstimmungen, Skype-Anrufen, Video-Uploads und über soziale Netzwerke das Programm mitbestimmen können.

Die Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co. KG verfügt u. a. über umfangreiche Beteiligungen an Zeitungsverlagen (u. a. Kölner Stadt-Anzeiger, Express, Berliner Zeitung, Berliner Kurier, Hamburger Morgenpost), Anzeigenblättern, lokalen Hörfunksendern (u. a. Berliner Rundfunk 91,4 und radio NRW) und lokalen Fernsehsendern (Köln.TV und TV Halle), s. Anhang 2, Schaubild 5. Im bundesweiten Fernsehen ist die Mediengruppe in Höhe von 10 % an der MAIRDUMONT GmbH & Co. KG beteiligt, die 50 % der Anteile der Marco Polo TV GmbH, der Veranstalterin des Pay-TV-Spartenprogramms Marco Polo, hält.

Größter Aktionär der joiz AG ist nunmehr die neu in den Aktionärskreis hinzugetretene IHAG Holding AG. Sie steht in Familienbesitz: 79,03 % der Aktien werden von der Familie um Gratian Anda und 19,35 % der Aktien von der Familie um Carol Franz-Bührle gehalten. Die Mitbegründer der joiz AG, Alexander Mazzara und Kurt Schaad, haben ihre Anteile in Höhe von jeweils 10,45 % auf 2,89 % bzw. 2,88 % reduziert. Die aktuellen Beteiligungsverhältnisse zeigt nachfolgende Übersicht:



3.2.27 Silverline Television AG (Az.: KEK 832, Beschluss vom 09.06.2015)

Die Grünwalder TV-Studio Fernsehprojektierungsgesellschaft mbH hat sämtliche Anteile an der Silverline Television AG von ihren bisherigen Gesellschaftern Gisela Gross und Michael Tarabochia übernommen (s. o. 3.2.14). Am Stammkapital der Erwerberin sind ihr Geschäftsführer Ralph Piller in Höhe von 80,2 % und seine Ehefrau Dr. Sabine Piller in Höhe von 19,8 % beteiligt. Die Silverline Television AG veranstaltet das bundesweite Pay-TV-Spartenprogramm Silverline Movie Channel, das auf Spielfilme der Genres Action, Thriller, Horror, Science-Fiction und Martial Arts (Kampfkunst) spezialisiert ist. Lizenzführende Medienanstalt ist die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM).

3.3 Sendezeit für unabhängige Dritte gemäß § 31 RStV

Bei der Vergabe von Sendezeiten für unabhängige Dritte nach § 31 RStV ist vor Auswahl und Zulassung der Fensterprogrammveranstalter das Benehmen mit der KEK herzustellen (§ 36 Abs. 5 Satz 2 RStV). Die KEK hat im Rahmen dieses Verfahrens zur Benehmensherstellung wie folgt entschieden:

3.3.1 Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH – Benehmensherstellung vor Zulassung der News and Pictures Fernsehen GmbH & Co. KG und der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH (Az.: KEK 660-6 und -7, Beschluss vom 09.07.2013)

Im Verfahren der Gewährung von Sendezeit für unabhängige Dritte ist nach der Auswahl der Bewerber (s. 16. Jahresbericht, 3.3.5) gemäß § 36 Abs. 5 Satz 2 RStV vor der Zulassung der jeweiligen Fensterprogrammveranstalter eine weitere Benehmensherstellung mit der KEK erforderlich. Im Hinblick auf die von der LMK beabsichtigte Zulassung der News and Pictures Fernsehen GmbH & Co. KG („News and Pictures“) für die erste und zweite Sendezeitschiene und der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH („DCTP“) für die dritte und vierte Sendezeitschiene im Hauptprogramm von SAT.1 bestehen keine medienkonzentrationsrechtlichen Bedenken. Die zwischen der Hauptprogrammveranstalterin Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH jeweils mit der News and Pictures und der DCTP geschlossenen Vereinbarungen zur ausreichenden Finanzierung der Fensterprogramme entsprechen den Vorgaben des § 31 Abs. 5 RStV und sind somit nicht zu beanstanden. Zu den gerichtlichen Verfahren in dieser Sache s. u. 6.6.

3.4 Regionale Fensterprogramme gemäß § 25 RStV

Der Rundfunkstaatsvertrag schreibt für die Regionalfensterprogramme in den beiden reichweitenstärksten bundesweiten Vollprogrammen die Erteilung einer gesonderten Zulassung vor (§ 25 Abs. 4 Satz 3 RStV). Wie auch im Fall der Vergabe von Drittsendezeiten (s. o. 3.3) ist gemäß § 36 Abs. 5 Satz 2 RStV vor der Auswahl und Zulassung der Regionalfensterprogrammveranstalter das Benehmen mit der KEK herzustellen.

3.4.1 Sat.1 Regionalfenster für Rheinland-Pfalz / Benehmensherstellung / TVIIIa GmbH & Co. KG (Az.: KEK 774, Beschluss vom 08.04.2014)

Gegen die von der LMK beabsichtigte Verlängerung der Zulassung der TVIIIa GmbH & Co. KG als Regionalfensterveranstalter für Rheinland-Pfalz im Hauptprogramm von SAT.1 um zehn Jahre bestehen keine Bedenken aus Gründen der Sicherung der Meinungsvielfalt.

Die TV IIIa GmbH & Co. KG veranstaltet gegenwärtig im Rahmen des Hauptprogramms SAT.1 ein gemeinsames Regionalfensterprogramm für Hessen und Rheinland-Pfalz („17:30 Sat.1 live“) auf Grundlage von Zulassungen der LPR Hessen und der LMK. Die bestehende Zulassung der LMK läuft am 30.11.2014 aus.

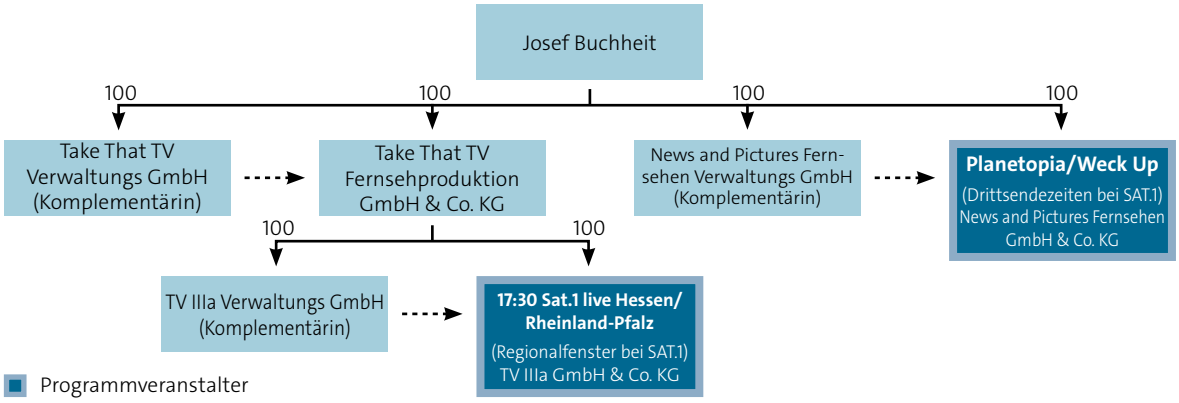
Die Antragstellerin ist von der Hauptprogrammveranstalterin, der Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH, rechtlich unabhängig: Einzige Kommanditistin der Antragstellerin ist die Take That TV Fernsehproduktion GmbH & Co. KG, die auch sämtliche Anteile am Stammkapital der Komplementärin TV IIIa Verwaltungs GmbH hält. Einziger Kommanditist und Alleingesellschafter der Komplementärin der Take That TV Fernsehproduktion GmbH & Co. KG ist Josef Buchheit. Die Beteiligungsstruktur der TV IIIa GmbH & Co. KG entspricht insofern der Sollvorschrift des § 25 Abs. 4 Satz 4 RStV, wonach Fensterprogrammveranstalter und Hauptprogrammveranstalter zueinander nicht im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens nach § 28 RStV stehen sollen.

Josef Buchheit hält auch sämtliche Anteile an der News and Pictures Fernsehen GmbH & Co. KG, der die LMK die Zulassung zur Veranstaltung von Drittsendezeiten im Programm von SAT.1 erteilt hat (s. o. 3.3.1). Bezüglich dieser Zulassung ist derzeit ein Rechtsstreit anhängig (s. u. 6.6).

Die KEK hat hinsichtlich der Frage der redaktionellen Unabhängigkeit bereits in der Vergangenheit die Auswirkungen einer wirtschaftlichen Abhängigkeit der Unternehmen Josef Buchheits von der Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH geprüft. Als Veranstalter von Regionalfensterprogrammen und Drittsendezeiten im Programm von SAT.1 sowie als Betreiber eines Landesstudios für Hessen, Rheinland-Pfalz und das Saarland, das regionale Beiträge für das bundesweite Programm von SAT.1 liefert, erzielt die Buchheit-Gruppe vornehmlich Einnahmen aus gegenüber der Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH erbrachten Leistungen. Das Bestehen wirtschaftlicher Beziehungen zwischen Fensterprogrammveranstalter und Hauptprogrammveranstalter für sich allein lässt jedoch noch keinen Schluss auf eine redaktionelle Durch-

griffsmacht des Hauptprogrammveranstalters zu. Die Möglichkeit der redaktionellen Einflussnahme des Hauptprogrammveranstalters konnte in dieser Hinsicht bislang nicht festgestellt werden. Dies gilt auch weiterhin.

Auch die übrigen Voraussetzungen für eine Lizenzverlängerung liegen vor: Die Anforderungen zu zeitlichem Umfang, inhaltlicher Differenzierung, Regionalbezug und Gewährleistung der angemessenen Finanzierung des Regionalfensters sind erfüllt.



3.4.2 RTL Regionalfenster für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Auswahlverfahren (Az.: KEK 782-1, Beschluss vom 08.07.2014)

Gegen die von der MA HSH beabsichtigte Auswahl der RTL Nord GmbH als Regionalfensterveranstalterin für Hamburg und Schleswig-Holstein im Hauptprogramm von RTL bestehen keine Bedenken aus Gründen der Sicherung der Meinungsvielfalt.

Die MA HSH und die Hauptprogrammveranstalterin haben sich gemäß § 28 Abs. 3 Satz 5 des Medienstaatsvertrags Hamburg/Schleswig-Holstein (MStV HSH) einvernehmlich auf die Auswahl der RTL Nord GmbH geeinigt. Die RTL Nord GmbH produziert bereits seit 1989 das gemeinsame RTL-Regionalfensterprogramm für Hamburg und Schleswig-Holstein „Guten Abend RTL“ und veranstaltet auf Grundlage einer Lizenz der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) auch das gemeinsame RTL-Regionalfensterprogramm für Bremen und Niedersachsen. Die gegenwärtige Zulassung der MA HSH läuft zum 28.02.2015 aus.

Die RTL Nord GmbH ist eine 100%ige Tochter der RTL Television GmbH. Ihre Beteiligungsstruktur entspricht somit nicht der Sollvorschrift des § 25 Abs. 4 Satz 4 RStV, wonach Regionalfenster- und Hauptprogrammveranstalterin i. S. v. § 28 RStV rechtlich voneinander unabhängig sein sollen. Dies steht der Zulassung jedoch dann nicht entgegen, sofern zum 31.12.2009 bestehende landesrechtliche Regelungen die Unabhängigkeit in anderer Weise sicherstellen (§ 25 Abs. 4 Satz 4 RStV). Eine solche Regelung besteht mit § 28 Abs. 2 Satz 2 MStV HSH, der mit dem Staatsvertrag in der Fassung vom 13.06.2006 eingeführt wurde. Danach hat der Hauptprogrammveranstalter im Falle des Bestehens eines Verbundtatbestandes zwischen Fensterprogrammveranstalter und

Hauptprogrammveranstalter die Unabhängigkeit der Berichterstattung durch organisatorische Maßnahmen zu gewährleisten. Die redaktionelle Unabhängigkeit der RTL Nord GmbH ist in umfassender Weise satzungsrechtlich und vertraglich abgesichert. Dies hat die KEK bereits in vorangegangenen Prüfverfahren festgestellt (vgl. zuletzt 14. Jahresbericht, 3.4.2).

Hinsichtlich der inhaltlichen Schwerpunktsetzung und Ausgestaltung sowie der zu erwartenden Qualität der Regionalfensterkonzepte hat die MA HSH nachvollziehbar begründet, warum sie die RTL Nord GmbH für vorzugswürdig erachtet. Beurteilungsfehler waren bezüglich der Auswahlentscheidung nicht festzustellen.

3.4.3 RTL Regionalfenster für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Zulassung RTL Nord GmbH (Az.: KEK 782-2, Beschluss vom 11.11.2014)

Der von der MA HSH beabsichtigten Zulassung der RTL Nord GmbH als Regionalfensterveranstalterin für Hamburg und Schleswig-Holstein im Hauptprogramm von RTL stehen keine Bedenken aus Gründen der Sicherung der Meinungsvielfalt entgegen. Das Benehmen über die Auswahl der RTL Nord GmbH wurde bereits hergestellt (s. o. 3.4.2). Nunmehr hat die MA HSH nachvollziehbar dargelegt, warum sie auf der Grundlage des Finanzierungsvertrags zwischen der Hauptprogrammveranstalterin und der RTL Nord GmbH eine angemessene Finanzierung des Regionalfensters i. S. v. § 25 Abs. 4 Satz 7 RStV als gewährleistet ansieht.

3.4.4 Sat.1-Regionalfensterprogramm für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Auswahl Sat.1 Norddeutschland GmbH (Az.: KEK 803-1, Beschluss vom 09.12.2014)

Gegen die von der MA HSH vorgesehene Entscheidung, die Sat.1 Norddeutschland GmbH als Regionalfensterveranstalter im Hauptprogramm SAT.1 auszuwählen, bestehen keine Bedenken aus Gründen der Sicherung der Meinungsvielfalt.

Die MA HSH und die Hauptprogrammveranstalterin, die Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH, haben sich gemäß § 28 Abs. 3 Satz 5 des Medienstaatsvertrags Hamburg/Schleswig-Holstein (MStV HSH) einvernehmlich auf die Auswahl der Sat.1 Norddeutschland GmbH geeinigt. Die Sat.1 Norddeutschland GmbH veranstaltet derzeit das Regionalfensterprogramm „17:30 SAT.1 Regional für Hamburg und Schleswig-Holstein“ auf Grundlage einer bis zum 30.06.2015 befristeten Zulassung der MA HSH.

Die Sat.1 Norddeutschland GmbH, die auch das SAT.1-Regionalfenster für Niedersachsen und Bremen veranstaltet, ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Sat.1 GmbH. Ihre Beteiligungsstruktur entspricht somit nicht der Sollvorschrift des § 25 Abs. 4 Satz 4 RStV, wonach Regionalfenster- und Hauptprogrammveranstalterin i. S. v. § 28 RStV rechtlich voneinander unabhängig sein sollen. Dies steht der Zulassung jedoch dann nicht entgegen, sofern zum 31.12.2009 bestehende landesrechtliche Regelungen die Unabhängigkeit in anderer Wei-

se sicherstellen (§ 25 Abs. 4 Satz 4 RStV). Eine solche Regelung besteht mit § 28 Abs. 2 Satz 2 MStV HSH, der mit dem Staatsvertrag in der Fassung vom 13.06.2006 eingeführt wurde. Danach hat der Hauptprogrammveranstalter im Falle des Bestehens eines Verbundtatbestandes zwischen Fensterprogrammveranstalter und Hauptprogrammveranstalter die Unabhängigkeit der Berichterstattung durch organisatorische Maßnahmen zu gewährleisten. Die KEK hat bereits in den vorangegangenen Verfahren festgestellt, dass die redaktionelle Unabhängigkeit der Sat.1 Norddeutschland GmbH durch organisatorische Maßnahmen – im Einzelnen Regelungen in deren Gesellschaftsvertrag, der Geschäftsordnung für die Geschäftsführung sowie durch Regelungen des Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrags – gewährleistet wird (vgl. zuletzt 14. Jahresbericht, 3.4.1). Diese organisatorischen Maßnahmen bestehen unverändert fort.

Hinsichtlich der inhaltlichen Schwerpunktsetzung und Ausgestaltung sowie der zu erwartenden Qualität der Regionalfensterkonzepte hat die MA HSH nachvollziehbar begründet, warum sie die Sat.1 Norddeutschland GmbH für vorzugswürdig erachtet. Verfahrens- oder Beurteilungsfehler waren dabei nicht festzustellen.

3.4.5 Sat.1-Regionalfensterprogramm für NRW / Benehmensherstellung / Zulassung WestCom Medien GmbH (Az.: KEK 799, Beschluss vom 09.12.2014)

Die KEK hat im Rahmen der Benehmensherstellung gemäß § 36 Abs. 5 Satz 2 RStV festgestellt, dass gegen die von der LfM beabsichtigte Zulassung der WestCom Medien GmbH als Regionalfensterveranstalter für Nordrhein-Westfalen im Hauptprogramm von SAT.1 keine Bedenken aus Gründen der Sicherung der Meinungsvielfalt bestehen.

Die WestCom Medien GmbH veranstaltet gegenwärtig auf Grundlage einer bis zum 31.05.2015 befristeten Zulassung der LfM das Regionalfensterprogramm „SAT.1 NRW“ für Nordrhein-Westfalen. Sie wird vollständig von ihrem Geschäftsführer Peter Pohl kontrolliert: 99,8 % der Geschäftsanteile werden von der WestCom Media Holding GmbH gehalten, deren Alleingesellschafter Peter Pohl ist. Die verbleibenden 0,2 % der Geschäftsanteile hält die ebenfalls vollständig im Anteilsbesitz von Peter Pohl stehende CFEP Management GmbH. Gesellschaftsrechtliche Verbindungen zur Hauptprogrammveranstalterin bestehen demnach nicht. Die Beteiligungsstruktur der WestCom Medien GmbH entspricht insofern der Sollvorschrift des § 25 Abs. 4 Satz 4 RStV, wonach Fensterprogrammveranstalter und Hauptprogrammveranstalter zueinander nicht im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens nach § 28 RStV stehen sollen. Die redaktionelle Unabhängigkeit der WestCom Medien GmbH ist ebenfalls sichergestellt.

Die Anforderungen an den zeitlichen Umfang, die inhaltliche Differenzierung und den Regionalbezug sind laut Beschluss der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) vom 18.11.2014 erfüllt. Die LfM hat zudem nachvollziehbar dargelegt, dass eine ausreichende Finanzausstattung der WestCom Medien GmbH i. S. v. § 25 Abs. 4 Satz 7 RStV gewährleistet ist.

3.4.6 Sat.1-Regionalfensterprogramm für Hamburg/Schleswig-Holstein / Benehmensherstellung / Zulassung Sat.1 Norddeutschland GmbH (Az.: KEK 803-2, Beschluss vom 14.04.2015)

Gegen die von der MA HSH vorgesehene Zulassung der Sat.1 Norddeutschland GmbH als Regionalfensterveranstalter im Hauptprogramm SAT.1 für Hamburg und Schleswig-Holstein bestehen keine Bedenken aus Gründen der Sicherung der Meinungsvielfalt. Diese Feststellung erfolgte durch die KEK im Rahmen der Benehmensherstellung gemäß § 36 Abs. 5 Satz 2 RStV.

Das Benehmen über die Auswahl der Sat.1 Norddeutschland GmbH wurde zuvor hergestellt (s. o. 3.4.4). Nunmehr hat die MA HSH die KEK um Herstellung des Benehmens hinsichtlich der Zulassung der Sat.1 Norddeutschland GmbH gebeten. Die Hauptprogrammveranstalterin, die Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH, und die Sat.1 Norddeutschland GmbH haben sich auf einen Finanzierungsvertrag geeinigt. Die MA HSH hat nachvollziehbar dargelegt, warum sie auf dieser Grundlage eine angemessene Finanzierung des Regionalfensters i. S. v. § 25 Abs. 4 Satz 7 RStV als gewährleistet ansieht.

3.5 Anhängige Verfahren

In den folgenden Verfahren erging im Berichtszeitraum (bis zum 30.06.2015) noch keine Entscheidung (dargestellt werden nur die Verfahren, die im Berichtszeitraum eröffnet wurden und nicht bis auf Weiteres ruhen):

3.5.1 Zulassungen

3.5.1.1 DFW Deutsche Fernsehwerke GmbH - »TIMM-TV« (Az.: KEK 807)

Die DFW Deutsche Fernsehwerke GmbH hat bei der mabb die unbefristete Verlängerung der zum 30.09.2014 auslaufenden Zulassung bzw. die Neuzulassung für das Fernsehspartenprogramm TIMM-TV beantragt. Zudem kam es bei der Antragstellerin zu insolvenzbedingten Beteiligungsveränderungen.

3.5.1.2 ClipMyHorse.TV Deutschland GmbH - »ClipMyHorse.TV« (Az.: KEK 834)

Die ClipMyHorse.TV Deutschland GmbH hat mit Schreiben vom 05.06.2015 bei der LPR Hessen die Zulassungsverlängerung für das Spartenprogramm ClipMyHorse.TV beantragt. Zu den Beteiligungsverhältnissen der Antragstellerin s. 3.1.48.

3.5.1.3 Classica GmbH - »Classica« (Az.: KEK 835)

Die Classica GmbH hat mit Schreiben vom 15.06.2015 bei der BLM die Verlängerung ihrer bis zum 31.10.2015 befristeten Zulassung für das Musikspartenspartenprogramm Classica beantragt.

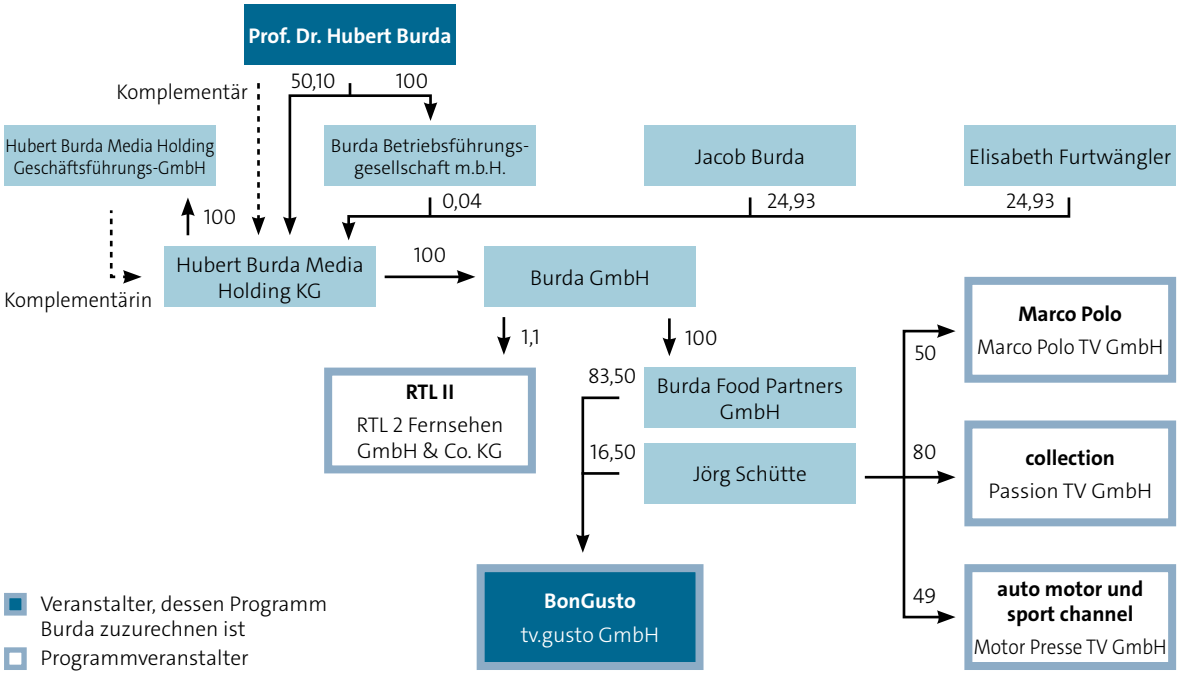
3.5.1.4 Rocket Beans Entertainment GmbH - »rocketbeans.tv« (Az.: KEK 836)

Die Rocket Beans Entertainment GmbH hat mit Schreiben vom 28.01.2015 bei der MA HSH die Zulassung für das Spartenprogramm rocketbeans.tv beantragt. Die MA HSH hat der KEK den Antrag mit Schreiben vom 17.06.2015 zur medienkonzentrationsrechtlichen Prüfung vorgelegt.

3.5.2 Beteiligungsveränderungen

3.5.2.1 tv.gusto GmbH (Az.: KEK 833)

Die tv.gusto GmbH hat mit Schreiben vom 28.04.2015 bei der LfM eine Veränderung ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt. Danach haben bei der Hubert Burda Media Holding KG, die auf der dritten Beteiligungsstufe an der tv.gusto GmbH beteiligt ist, folgende Beteiligungsveränderungen stattgefunden: Prof. Dr. Hubert Burda hat jeweils Anteile im Umfang von 4,94 % des Kommanditkapitals auf seine Kinder Elisabeth Furtwängler und Jacob Burda übertragen. Diese halten somit jeweils 24,93 % der Anteile (zuvor 19,99 %); der Anteil von Prof. Burda reduziert sich auf 50,1 % (zuvor 59,98 %). Entgegen den der KEK bislang vorliegenden Informationen (insbesondere den Angaben im Verfahren i. S. BonGusto, Az.: KEK 780 (s. 3.1.23)) hält Prof. Burda die Beteiligung am Kommanditkapital der Hubert Burda Media Holding KG direkt, und nicht über die Hubert Burda Media Holding Geschäftsführungs-GmbH. An Letzterer hält nicht Prof. Burda, sondern die Hubert Burda Media Holding KG sämtliche Anteile.


Prof. Dr. Hubert Burda
Komplementär
50,10
100
Hubert Burda Media Holding Geschäftsführungs-GmbH
Burda Betriebsführungs-gesellschaft m.b.H.
Jacob Burda
Elisabeth Furtwängler
100
0,04
24,93
24,93
Komplementärin
Hubert Burda Media Holding KG
100
Burda GmbH
1,1
100
RTL II
RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG
83,50
Burda Food Partners GmbH
16,50
Jörg Schütte
50
80
49
Marco Polo
Marco Polo TV GmbH
collection
Passion TV GmbH
auto motor und sport channel
Motor Presse TV GmbH
BonGusto
tv.gusto GmbH
Veranstalter, dessen Programm Burda zuzurechnen ist
Programmveranstalter

4 Programmangebot und Beteiligungsstruktur im privaten Fernsehen

4.1 Entwicklung des bundesweiten privaten Fernsehangebots

Im Berichtszeitraum wurde über insgesamt 56 Anträge auf Zulassung für bundesweit verbreitete private Fernsehprogramme entschieden. Davon entfielen 22 Anträge auf die Zulassung neuer Fernsehprogramme, 28 Anträge auf Zulassungsverlängerungen sowie 6 Anträge auf die Zulassung eines bereits veranstalteten Programms aufgrund eines Veranstalterwechsels. 28 Verfahren betrafen Veränderungen von Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen.

Zwischen dem 1. Juli 2013 und dem 30. Juni 2015 haben 16 Programme den Sendebetrieb aufgenommen.

Sendestarts vom 01.07.2013 bis 30.06.2015

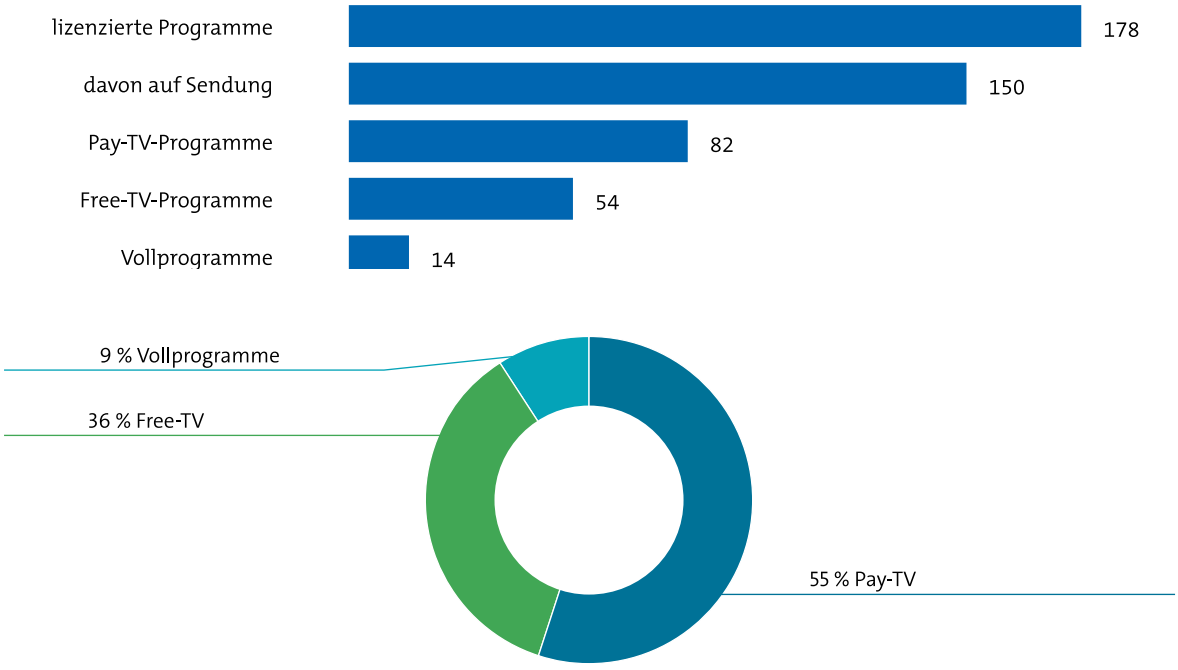
Programm	Sendestart	Sparte	Pay-/Free-TV
SPORT1 US	01.08.2013	Sport	Pay-TV
joiz	05.08.2013	Vollprogramm	Free-TV
ProSieben MAXX	03.09.2013	Unterhaltung	Free-TV
UNIVERSAL Channel	05.09.2013	Unterhaltung	Pay-TV
Marco Polo	01.12.2013	Reise, Kultur, Natur	Pay-TV
eBusiness-Hangout	19.12.2013	Bildung	Free-TV
Das Neue TV (seit 01.06.2015: blizz)	04.01.2014	Unterhaltung	Free-TV
National Geographic People Channel	05.04.2014	Dokumentation	Pay-TV
TLC	10.04.2014	Unterhaltung	Free-TV
GEO Television	08.05.2014	Dokumentation/ Reportage	Pay-TV
Telekom Basketball	02.10.2014	Sport	Pay-TV

Programm	Sendestart	Sparte	Pay-/Free-TV
Sky Info	04.11.2014	Infokanal	Free-TV
Sportdeutschland.tv	09.12.2014	Sport	Free-TV
DRF1	09.02.2015	Nachrichten	Free-TV
Newtopia Livestream	23.02.2015	Unterhaltung	Pay-TV
Donnerstag Abend	01.06.2015	Religion	Free-TV

Quelle: Unternehmensangaben, KEK.

Zur Jahresmitte 2015 waren insgesamt 178 bundesweite private Fernsehprogramme zugelassen (6/2014: 177; 6/2013: 173). Auf Sendung befanden sich 150 private Programme, darunter 14 Vollprogramme sowie 54 Free-TV- und 82 Pay-TV-Spartenprogramme.

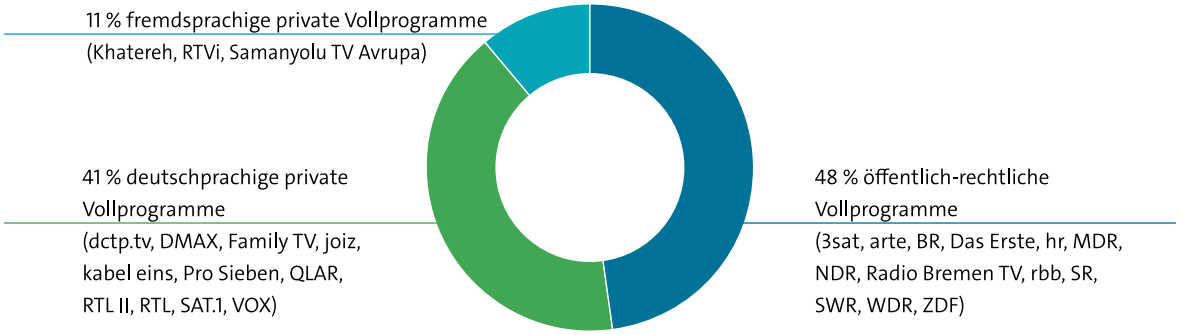
Bundesweites privates Programmangebot 1. Halbjahr 2015



Quelle: KEK.

Von den derzeit 14 privaten in Deutschland veranstalteten Vollprogrammen sind drei fremdsprachig. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk betreibt 13 Vollprogramme.

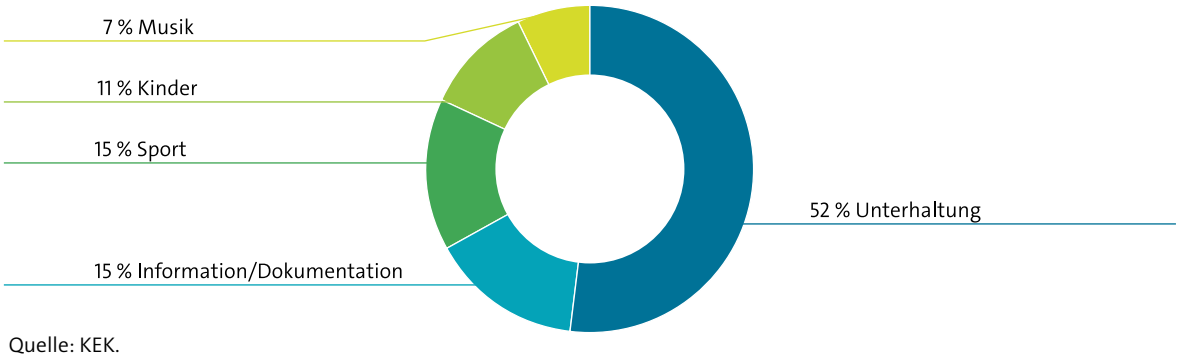
Vollprogrammangebot in Deutschland 1. Halbjahr 2015



Quelle: KEK.

Aktuell sind 82 Pay-TV-Programme mit deutscher Lizenz auf Sendung. Abgedeckt werden sämtliche Programmsparten. Zahlenmäßig dominieren die Unterhaltungsprogramme (43), gefolgt von den Informations/Dokumentations- (12), Sport- (12), Kinder- (9) und Musikprogrammen (6).

Pay-TV-Programme nach Sparten in Deutschland 1. Halbjahr 2015



Quelle: KEK.

Unterhaltungsprogramme
13th Street · 3D The Channel · A&E · beate-uhse.tv · BonGusto · E! Entertainment · Fox Channel · Heimatkanal · Hustler TV Deutschland · kabel eins CLASSICS · Kinowelt TV Premium · LUST PUR · MGM Channel · MotorVision TV · MTV · Nasche Ljubimoe Kino (russisch) · Newtopia Livestream · Passion · ProSieben FUN · Romance TV · RTL Crime · RTL Living · SAT.1 emotions · Silverline Movie Channel · Sky 3D · Sky Action · Sky Atlantic · Sky Cinema · Sky Cinema +1 · Sky Cinema +24 · Sky Comedy · Sky Emotion · Sky Event · Sky Hits · Sky Krimi · Sky Nostalgie · Syfy · Teleclub (russisch) · TLC · TNT Film · TNT Glitz · TNT Serie · Universal Channel ·

Informations-/Dokumentationsprogramme
Animal Planet · auto motor und sport channel · Discovery Channel · GEO Television · History · Marco Polo · National Geographic Channel · NAT GEO PEOPLE · NAT GEO WILD · Planet · SPIEGEL Geschichte · SPIEGEL TV Wissen ·

Sportprogramme
FCB.TV · Sky Fanzone · Sky Fußball Bundesliga · Sky Sport 1 · Sky Sport 2 · Sky Sport News · SPORT1 Livestream · SPORT1 US · SPORT1+ · sportdigital · Telekom Basketball · vfbtv ·

Kinderprogramme
Boomerang · Cartoon Network · Detski Mir (russisch) · Disney Junior · DisneyXD · Fix & Foxi · Junior · Nick Jr. · nicktoons ·

Musikprogramme
CLASSICA · GoldStar TV · Gute Laune TV · Jukebox · MTV Brand New · RCK TV ·

Dem Pay-TV-Markt wird enormes Wachstumspotenzial bescheinigt, so bspw. auch in einer Studie aus dem Jahr 2014 des Beratungsunternehmens HMR International.[1] Nach HMR-Erkenntnissen ergibt sich der Mehrwert für die Kunden vorrangig aus Programmqualität und Programmvielfalt. Die überwiegende Zahl der Pay-TV-Programme wird in HD-Qualität ausgestrahlt. Nach Angaben des VPRT wurden 2013 14.000 TV-Erstausstrahlungen im deutschen Fernsehen gezeigt, darunter 800 Spielfilme, 3.800 Serienfolgen, 2.600 Dokumentationen und 5.500 Sportübertragungen.[2] Mehr als 70 exklusive Fernsehkanäle - teilweise von Drittanbietern - werden über die Programmplattform Sky verbreitet. Unabhängige Pay-TV-Anbieter vermarkten ihre Programme auch über mehrere Plattformen. Die Zahlungsbereitschaft der Kunden wächst; rund 15 % aller deutschen TV-Haushalte zahlen für ein Pay-TV-Abonnement.[3]

4.2 Bundesweit lizenzierte private Fernsehprogramme

Bundesland (Aufsicht führende LMA)	∑	bundesweite private Fernsehprogramme
Baden-Württemberg (LFK)	8	ANIXE HD, auto motor und sport channel, C-TV, Family TV, Klinik-Info-Kanal (KiK-TV), Marco Polo, vfbtv, Yacht Planet TV (YPTV)
Bayern (BLM)	52	3D The Channel, All-TV, amazing discoveries TV, Animal Planet, ANIXE SD, blizz, Boomerang, Cartoon Network, CineHome, CLASSICA, Deutsches Anleger Fernsehen (DAF), Discovery Channel, Disney Channel (Pay-TV), Disney Junior, DisneyXD, Donnerstag Abend, FCB. TV, GoldStar TV, History, Hyperraum.TV, Isarrunde/Spreerunde, Junior, kabel eins, Latizón TV, MGM Channel, MotorVision TV, N24, Newtopia Livestream, Romance TV, Sky Event, Sky Fanzone, Sky Fußball Bundesliga, Sky Hits, Sky Info, Sky Krimi, Sky Sport 1, Sky Sport 2, Sky Sport HD 2, Sky Sport HD Extra, Sky Sport News, Sky.de, SPORT1, SPORT1+, SPORT1 Livestream, SPORT1 US, SPOX.com, Tele 5, TLC, TNT Film, TNT Glitz, TNT Serie, Welt der Wunder

1 Vgl. HMR International, Die III. Säule. Wirtschaftsfaktor Pay-TV: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Sky in Deutschland, 2014, S. 11.
2 Vgl. VPRT, Pressemitteilung Nr. 1/2014 vom 24.01.2014.
3 Vgl. Kurp, Säule oder Hilfspfeiler? Zur aktuellen Entwicklung des Pay-TV in Deutschland, in: Funkkorrespondenz 20.2014, S. 9.

Bundesland (Aufsicht führende LMA)	∑	bundesweite private Fernsehprogramme
Berlin/Brandenburg (mabb)	40	13th Street, Astro TV, beate-uhse.tv, Deluxe Lounge HD, Deluxe Music, Detski Mir, DMAX, E! Entertainment, Europa Center TV, Fix & Foxi, Fox Channel, Gute Laune TV, Hustler TV Deutschland, joiz, Jukebox, kabel eins CLASSICS, KosmicaTV, LUST PUR, MTV, MTV Brand New, n-tv, Nasche Ljubimoe Kino, National Geographic Channel, NAT GEO PEOPLE, NAT GEO WILD, Planet, ProSieben, ProSieben FUN, ProSiebenSat.1 Facts, ProSiebenSat.1 Family, ProSiebenSat.1 Favorites, ProSiebenSat.1 Fiction, RCK TV, RIC, RTVi, SAT.1 emotions, Syfy, Teleclub, Timm, Universal Channel
Bremen (brema)	2	Deutsches Musik Fernsehen, sixx
Hamburg/ Schleswig-Holstein (MA HSH)	21	4-Seasons.TV, Bibel TV, CTV, Heimatkanal, Nick Jr., Nickelodeon, nicktoons, OneClimate.TV, Sky 3D, Sky Action, Sky Atlantic, Sky Cinema, Sky Cinema +1, Sky Cinema +24, Sky Comedy, Sky Emotion, Sky Nostalgie, SPIEGEL Geschichte, SPIEGEL TV Wissen, spiegel.tv, sportdigital
Hessen (LPR Hessen)	15	AURORA, ClipMyHorse.TV, eBusiness-Hangout, ERF 1, Etos TV, EUROSHOW, HOPE Channel deutsch, Kinowelt TV Premium, mc tv, Online-Video-Marketing-Kanal, QLAR, RTL II, Samanyolu TV Avrupa, Sport Kanal, TR1
Niedersachsen (NLM)	8	A&E, Crime & Investigation Network, GEO Television, Passion, RTL Crime, RTL Living, RTL NITRO, RTL Television
Nordrhein-Westfalen (LfM)	20	BonGusto, Collection, dctp.tv, Disney Channel, Dügün TV, FTL, Help TV, Kanal Avrupa, katholisch.de, Sophia TV, souvenirs from earth, Sportdeutschland.tv, SUPER RTL, telebono, Telekom Basketball, VIVA, Volks.TV, VOX, WiWo-Lunchtalk, YUN!Q
Rheinland-Pfalz (LMK)	7	DRF1, Iran Beauty, Iran Music, Khatereh, Mohajer International TV, SAT.1, schoenstatt-tv
Saarland (LMS)	1	TecTime TV
Sachsen (SLM)	2	ProSieben MAXX, Silverline Movie Channel
Thüringen (TLM)	2	iTVone, SAT.1 Gold
Gesamt	**178**	

Quelle: KEK, Stand: 6/2015.

4.3 Nicht genutzte Sendelizenzen für bundesweite private Fernsehprogramme

Programm	Veranstalter	aufsicht-führende LMA	Zulassungs-datum	Sparte
AURORA	Bibo Media GmbH	LPR Hessen	14.02.2008	Vollprogramm
C-TV	Evanture Television gGmbH	LFK	28.10.2008	Religion
CineHome	Autentic GmbH	BLM	05.04.2013	Unterhaltung
Crime & Investigation Network	The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG	NLM	28.11.2006	Unterhaltung
Deluxe Lounge HD	Just Music Fernsehbetriebs GmbH	mabb	01.09.2007	Musik
Disney Channel (Pay-TV)	The Walt Disney Company (Germany) GmbH	BLM	k. A.	Kinder
Etos TV	Etos TV GmbH	LPR Hessen	11.10.2007	Bestattung
Europa Center TV	WM Broadcasting GmbH	mabb	22.03.2012	Vollprogramm
EUROSHOW	SHOWTÜRK Deutschland Television Radio Reklame GmbH	LPR Hessen	17.06.2010	Vollprogramm
FTL	FTL Farhad Television Live GmbH	LfM	30.11.2012	Unterhaltung
Help TV	WestCom Broadcast Services GmbH	LfM	16.10.2006	Beratung
Iran Beauty	Iran Beauty GbR	LMK	19.03.2008	Fitness, Kosmetik, Mode
iTVone	iTVone CBC GmbH	TLM	21.04.2010	Spiele
KosmicaTV	adviqo AG	mabb	27.07.2009	Esoterik, Astrologie
Mohajer International TV	Mohajer International GmbH	LMK	12.12.2006	Vollprogramm
OneClimate.TV	ONECLIMATE.TV gGmbH	MA HSH	27.06.2011	Information, Klima
Online-Video-Marketing-Kanal	Stefan Leineweber e.K.	LPR Hessen	03.02.2014	Werbung, Kommunikation
ProSiebenSat.1 Facts	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	mabb	05.02.2009	Unterhaltung, Information
ProSiebenSat.1 Family	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	mabb	05.02.2009	Unterhaltung
ProSiebenSat.1 Favorites	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	mabb	05.02.2009	Fiction
ProSiebenSat.1 Fiction	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	mabb	05.02.2009	Fiction
Sky Sport HD 2	Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG	BLM	01.03.2007	Sport
Sky Sport HD Extra	Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG	BLM	22.12.2010	Sport
Sport Kanal	DFL Deutsche Fußball Liga GmbH	LPR Hessen	02.11.2009	Fußball

Programm	Veranstalter	aufsicht-führende LMA	Zulassungs-datum	Sparte
telebono	telebono GmbH	LfM	18.12.2008	Vollprogramm
TR1	Tr1 TV GmbH	LPR Hessen	17.06.2010	Vollprogramm
Volks.TV	Volks.TV Verwaltung GmbH	LfM	26.08.2011	Edutainment
Yacht Planet TV	Yacht Planet TV GmbH	LFK	12.11.2009	Sport

Quelle: KEK, Stand: 6/2015.

4.4 Dritt- und Regionalfenster in den Programmen von RTL und SAT.1

4.4.1 Drittfenster

Gemäß § 26 Abs. 5 RStV sind Fernsehveranstalter verpflichtet, Sendezeit für unabhängige Dritte einzuräumen, wenn im Durchschnitt eines Jahres ein Vollprogramm oder ein Spartenprogramm mit Schwerpunkt Information einen Zuschaueranteil von 10 % oder wenn ein Unternehmen mit ihm zurechenbaren Programmen einen Zuschaueranteil von 20 % erreicht.

Nach dieser Vorschrift werden derzeit im Vollprogramm RTL Television Drittsendefenster im Umfang von 180 Minuten ausgestrahlt.

Drittsendefenster im Programm von RTL Television

Beim Fernsehvollprogramm RTL Television ist die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) die lizenzgebende und damit zuständige Landesmedienanstalt. Am 12.06.2013 hat die Versammlung der NLM der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH („DCTP“) und der AZ Media TV GmbH („AZ Media“) eine Zulassung als unabhängige Dritte im Programm RTL mit der Laufzeit vom 01.07.2013 bis zum 30.06.2018 erteilt (NLM, PM 10/2013 v. 12.06.2013). Gegen die Zulassung der DCTP hatten die abgelehnten Mitbewerber Focus TV Produktions GmbH und Hanni Banni Film GmbH Klage beim Verwaltungsgericht Hannover erhoben. Nach außergerichtlichen Einigungen wurden im Mai 2015 beide Klagen zurückgenommen, so dass die Zulassung der DCTP nunmehr bestandskräftig geworden ist (NLM, PM 07/2015 v. 12.05.2015). Die Zulassung der AZ Media wurde seinerzeit nicht angefochten und somit sofort bestandskräftig (NLM, PM 12/2013 v. 24.07.2013). Siehe auch Kap. 6.6.

1. Sendezeitschiene: DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH, Düsseldorf
Lizenz: 01.07.2013 – 30.06.2018, 105 Minuten wöchentlich

Tag	Sendezeit zwischen	Dauer in Minuten	Sendungen
Sonntag	22:15 – 23:00 Uhr	45	Spiegel TV Magazin
Dienstag	00:30 – 01:00 Uhr	30	10 vor 11
Mittwoch	22:15 – 22:45 Uhr	30	Stern TV

2. Sendezeitschiene: AZ Media TV GmbH, Hannover
Lizenz: 01.07.2013 – 30.06.2018, 75 Minuten wöchentlich

Tag	Sendezeit zwischen	Dauer in Minuten	Sendungen
Montag	23:30 – 00:00 Uhr	30	30 Minuten Deutschland
Samstag	09:15 – 09:45 Uhr	30	YOLO
Samstag	09:45 – 10:00 Uhr	15	YOLO

Sendeplätze der Dritt- und Regionalfenster bei RTL Television

	Samstag	Sonntag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
00:00 bis 09:00 Uhr				ab ca. 00:30 DCTP: 10 vor 11 (30 Min.)			
09:00 bis 10:00 Uhr	ab 09:15 AZ Media: YOLO (30 Min.) ab 09:45 AZ Media: YOLO (15 Min.)						
10:00 bis 17:00 Uhr							
17:00 bis 19:00 Uhr	17:45 – 18:45 TV Bayern Live (Regionalfenster auf RTL) (60 Min.)	17:00 – 18:00 TV Bayern Live (Wdh. bei den bayerischen Lokalstationen) (60 Min.)	**18:00 bis 18:30 Regionalfenster (30 Min.)**				
19:00 bis 22:00 Uhr							**Kernzeit zwischen 19:00 und 23:30 Uhr (§ 31 Abs. 2 Satz 1 RStV)**
22:00 bis 23:30 Uhr		ab ca. 22:15 DCTP: Spiegel TV Magazin (45 Min.)			ab ca. 22:15 DCTP: Stern TV (30 Min.)		
23:30 bis 00:00 Uhr			ab ca. 23:30 AZ Media: 30 Minuten Deutschland (30 Min.)				

Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse der AZ Media TV GmbH

Beteiligungsverhältnisse in %			
100	Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG		
	23,08	Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (DDVG)	
	20,90	Sylvia Madsack	
	11,61	Ursula Maisel	
	7,26	Gebrüder Gerstenberg GmbH & Co. KG	
	0,21	Dr. Erich Madsack GmbH	
		65	Sylvia Madsack
		26	Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (DDVG)
		3	Gebrüder Gerstenberg GmbH & Co. KG
		3	Michael Pfahler
		3	Ulrike Naumann
	36,95		weitere 26 Kommanditisten mit Beteiligungen unter 5 %

Quelle: Unternehmensangaben, Stand: 6/2015.

Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH

Beteiligungsverhältnisse in %			
37,5	Prof. Dr. Alexander Kluge, München		
37,5	Dentsu, Inc., Tokyo, Japan Börsennotierte Aktiengesellschaft japanischen Rechts; Dentsu, Inc. ist eine Werbeagentur.		
	75,10	Streubesitz	
	7,10	Jiji Press, Ltd.	
	7,37	Kyodo News	
	10,43	Eigenbesitz	
12,5	Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, Hamburg		
	50,00	KG Beteiligungsgesellschaft für Spiegel-Mitarbeiter mbH & Co.	
	25,25	Gruner + Jahr GmbH & Co. KG	
		100	Bertelsmann SE & Co. KGaA
	23,75	Erbengemeinschaft Rudolf Augstein	
	1,00	Rudolf Augstein GmbH	
		50,5	KG Beteiligungsgesellschaft für Spiegel-Mitarbeiter mbH & Co.
		25,5	Gruner + Jahr GmbH & Co. KG
		24,0	Erbengemeinschaft Rudolf Augstein
12,5	Neue Zürcher Zeitung AG, Zürich, Schweiz		
	100	Konzernholding AG für die Neue Zürcher Zeitung	

Quelle: Unternehmensangaben, Stand: 6/2015.

Drittsendefenster im Programm SAT.1
Die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) ist derzeit die lizenzgebende Landesmedienanstalt für das bundesweit verbreitete Fernsehvollprogramm SAT.1. Die LMK hatte am 22.07.2013 der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH („DCTP“) und der News and Pictures Fernsehen GmbH & Co. KG („News and Pictures“) eine Zulassung als unabhängige Dritte im Programm SAT.1 mit der Laufzeit vom 01.06.2013 bis zum 31.05.2018 erteilt (LMK, PM 24/2013 v. 23.07.2013; siehe auch 16. Jahresbericht der KEK 2012/2013, S. 54 ff.). Gegen diese Zulassungsentscheidungen der LMK haben sowohl die Hauptprogrammveranstalterin Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH sowie die abgelehnten Mitbewerber WeltN24 GmbH und META productions Gesellschaft für Film- und Fernsehproduktion mbH Klage erhoben. Diesen Klagen hat das Verwaltungsgericht Neustadt am 21.04.2015 stattgegeben und die LMK verpflichtet, die Lizenzen für die Drittsendezeiten bei SAT.1 neu auszuschreiben. Ausführlicher s. u. Kap. 6.6.

4.4.2 Regionalfenster

Die Reichweite der in den Hauptprogrammen RTL Television und SAT.1 veranstalteten Regionalfensterprogramme spielt bei der Bestimmung des Umfangs der nach § 31 RStV auszuschreibenden Sendezeiten für unabhängige Dritte eine Rolle: Nach § 31 Abs. 2 Satz 2 RStV können Regionalfensterprogramme mit maximal 80 Minuten pro Woche auf die grundsätzlich erforderlichen 260 Drittsendezeitminuten angerechnet werden. Die Anrechenbarkeit setzt dabei neben der redaktionellen Unabhängigkeit der Regionalfensterveranstalter voraus, dass die Regionalfenster 150 Minuten Sendezeit umfassen und 50 % der Fernsehhaushalte erreichen (§ 31 Abs. 2 Satz 3 RStV).

Der von § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV vorgegebene unbestimmte Rechtsbegriff der „Reichweite“ von Regionalfenstern bezieht sich auf den Anteil der Fernsehhaushalte, in denen das Regionalfenster empfangen werden kann. „Empfangbarkeit“ in diesem Sinn bedeutet, dass ein im Haushalt befindliches Fernsehgerät auf den Empfang von Programmen mit Regionalfenstern im Verbreitungsgebiet tatsächlich ausgerichtet ist (zur Auslegung vgl. Beschluss der KEK i. S. Drittsendezeiten bei SAT.1 – Zulassung von Drittfensterveranstaltern, Az.: KEK 136-2, II 3.1, sowie Beschluss der KEK i. S. Drittsendezeiten bei RTL Television – Auswahl von Drittfensterveranstaltern, Az.: KEK 159-2, II 2.3). Daten zur Reichweite der Regionalfenster werden der KEK ausschließlich im Rahmen von Prüfverfahren mitgeteilt; sie können auf der Website der KEK unter Medienkonzentration/Zuschaueranteile[4] eingesehen werden.

Im Hauptprogramm von RTL Television werden derzeit montags bis freitags zwischen 18:00 Uhr und 18:30 Uhr in Baden-Württemberg, Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein Regionalfensterprogramme gesendet. In Bayern werden auf diesem Sendeplatz lokale Fensterprogramme gesendet (an 15 Standorten in Bayern gibt es lokale Fernsehanbieter). Zusätzlich wird in Bayern samstags in der Zeit von 17:45 Uhr bis 18:45 Uhr auf der Frequenz von RTL das landesweite Fernsehfenster TV Bayern Live ausgestrahlt (Wiederholung der Sendung sonntags bei allen bayerischen Regionalsendern von 17:00 - 18:00 Uhr).

Im Hauptprogramm von SAT.1 werden derzeit montags bis freitags zwischen 17:30 Uhr und 18:00 Uhr in Bayern (hier zusätzlich auch samstags von 17:00 bis 18:00 Uhr), Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein Regionalfensterprogramme gesendet.

4 Abrufbar unter: www.kek-online.de/medienkonzentration/zuschaueranteile.html#c3327.

Regionalfenster bei RTL Television und SAT.1

Sendegebiet	RTL Television	Lizenzdauer	SAT.1	Lizenzdauer
Baden-Württemberg	RNF Life	31.03.2016	–	
Bayern	TV Bayern Live (und lokale Fenster)	31.10.2017	SAT.1 Bayern	31.12.2017
Berlin	–		–	
Brandenburg	–		–	
Bremen	RTL Nord Niedersachsen & Bremen	23.05.2019	17:30 SAT.1 Regional - Das Magazin für Niedersachsen und Bremen	30.06.2018
Hamburg	RTL Nord Hamburg & Schleswig-Holstein	28.02.2025	17:30 SAT.1 Regional - Das Magazin für Hamburg und Schleswig-Holstein	30.06.2025
Hessen	RTL Hessen	22.07.2018	17:30 SAT.1 Regional - Das Magazin für Rheinland-Pfalz und Hessen	22.07.2019
Mecklenburg-Vorpommern	–		–	
Niedersachsen	RTL Nord Niedersachsen & Bremen	30.06.2018	17:30 SAT.1 Regional - Das Magazin für Niedersachsen und Bremen	30.06.2018
Nordrhein-Westfalen	RTL West	30.06.2018	17:30 SAT.1 Regional - Das Magazin für Nordrhein-Westfalen	31.05.2025
Rheinland-Pfalz	RNF Life	31.03.2016	17:30 SAT.1 Regional - Das Magazin für Rheinland-Pfalz und Hessen	30.11.2024
Schleswig-Holstein	RTL Nord Hamburg & Schleswig-Holstein	28.02.2025	17:30 SAT.1 Regional - Das Magazin für Hamburg und Schleswig-Holstein	30.06.2025
Saarland	–		–	
Sachsen	–		–	
Sachsen-Anhalt	–		–	
Thüringen	–		–	

Quelle: Unternehmensangaben, KEK, Stand: 6/2015.

Sendungen, Veranstalter und Beteiligungsverhältnisse bei den RTL-Regionalfenstern

RTL-Regional-fenster	Sendegebiet (aufsichtführende Anstalt)	Veranstalter/Gesellschafter, Beteiligungsverhältnisse in %
RTL Nord	Hamburg & Schleswig-Holstein (MA HSH)	RTL Nord GmbH, Hamburg 100 RTL Television GmbH
RTL Nord	Niedersachsen & Bremen (NLM, brema)	RTL Nord GmbH, Hamburg 100 RTL Television GmbH
RTL West	Nordrhein-Westfalen (LfM)	RTL WEST GmbH, Köln 75 RTL Television GmbH 25 Jörg Zajonc
RTL Hessen	Hessen (LPR Hessen)	RTL Hessen Programmfenster GmbH, Bad Vilbel 60 RTL Television GmbH 30 Radio/Tele FFH GmbH & Co. Betriebs KG 10 Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
RNF Life	Rhein-Neckar-Raum (LFK, LMK)	Rhein-Neckar Fernsehen GmbH, Mannheim 100 Bert Siegelmann
TV Bayern Live	Bayern (BLM)	TV Bayern Programmgesellschaft mbH, München 40 TV Bayern GmbH 40 München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG 20 rt1.media Group GmbH

Quelle: Unternehmensangaben, Stand: 6/2015.

Sendungen, Veranstalter und Beteiligungsverhältnisse bei den lokalen RTL-Fenstern in Bayern

Lokale RTL-Fenster in Bayern	aufsichtführende Landesmedienanstalt ist die BLM	
	Sendegebiete der Lokalfenster	Veranstalter/Gesellschafter, Beteiligungsverhältnisse in %
a.tv	Landkreis Augsburg, Landkreis Aichach/Friedberg, Stadt Augsburg, Nord- und Westschwaben	a.tv GmbH & Co. KG, Augsburg 50,1 rt1.media group GmbH 37,3 Sankt Ulrich Verlag GmbH 12,6 Studio Gong GmbH AV Produktionsgesellschaft & Co. Betriebs KG
Allgäu TV	Allgäu	Allgäu-TV GmbH & Co. KG, Kempten 56 rta media GmbH 30 Sankt Ulrich Verlag GmbH 14 RT 15 GmbH
Donau TV	Landkreis Deggendorf, Straubing-Bogen, Regen-Zwiesel, Dingolfing-Landau	Donau TV Regionalfernsehen GmbH & Co. Programmanbieter KG, Deggendorf 48,325 Verlag Heribert Wühr 48,325 Niederbayern TV Programm- und Werbe GmbH & Co. KG 3,350 Tele Regional Passau 1 GmbH
Franken Fernsehen	Mittelfranken	TVF Fernsehen in Franken Programm GmbH, Nürnberg 50 Neue Welle Franken Antenne Nürnberg Hörfunkprogramm-gesellschaft mbH 27 Lokalfernsehen in Nürnberg GmbH 13 TVN Fernsehbeteiligungsgesellschaft mbH Nürnberg

Lokale RTL-Fenster in Bayern	aufsichtführende Landesmedienanstalt ist die BLM	
	Sendegebiete der Lokalfenster	Veranstalter/Gesellschafter, Beteiligungsverhältnisse in %
intv	Ingolstadt, Landkreise Eichstätt, Neuburg-Schrobenhausen, Pfaffenhofen, Neumarkt, Weißenburg-Gunzenhausen, Roth	INTV Regionalfernsehen GmbH & Co. OHG, Ingolstadt 33,33 DAI Regionalfunk Ingolstadt GmbH & Co. Ingo TV KG 33,33 Regionalfernsehen Ingolstadt Programmanbietergesellschaft mbH 33,33 DAI Regionalfunk Ingolstadt GmbH & Co. INTV Stadtfernsehen KG
isar TV	Landshut, Moosburg, Dingolfing, Vilsbiburg, Reisbach, Wart enberg, Mainburg	ISAR TV Regionalfernsehen GmbH, Landshut 44,9 RFL Regional Fernsehen Programmanbieter GmbH 25,1 Verlag Heribert Wühr 20,0 Michael Imhoff 10,0 Eishockey News Verlags- und Verwaltungs GmbH
main.tv	Aschaffenburg, Untermain	Neue Welle Antenne Aschaffenburg Hörfunk und Fernsehprogrammanbieter GmbH, Aschaffenburg 96 Die Neue Welle Rundfunkverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG 100 Müller Medien GmbH & Co. KG 55,0 Gunther Oschmann 22,5 Michael Oschmann 22,5 Constanze Oschmann 2 Lothar Steigerwald 2 Hermann Leeb
Oberpfalz TV	Amberg, Weiden, Neustadt, Tirschenreuth, Schwandorf (nördliche Oberpfalz)	Oberpfalz TV Nord GmbH & Co. Studiobetriebs KG, Amberg 50 Oberpfälzer Regional Tele GmbH 25 Wirtschafts- und Kulturfernsehen WIKU-TV-Programm GmbH 25 WEN-TV Fernsehprogramm-Anbieter und Videoproduktion GmbH
RFO	Stadt und Landkreis Rosenheim, Altötting, Mühldorf, Traunstein, Berchtesgaden	RFO Regional Fernsehen Oberbayern GmbH, Rosenheim 67 Norbert Haimerl 33 WWZ Beteiligungsgesellschaft mbH
RTL München Live	Ballungsraum München mit angrenzenden Landkreisen	RTL München Live TV, Fernsehen GmbH & Co. KG, München 16 Medienpool TV GmbH 16 Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG 16 Burda Broadcast Media GmbH & Co. KG 16 Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG 14 Neue Welle - Antenne München Rundfunk-Programmanbieter-Gesellschaft mbH 11 rt1.media group GmbH 11 HeronMedia Werbegesellschaft mbH
TRP1	Passau	TRP1 Tele Regional Passau 1 GbR, Passau 50 Christian Repa 50 Andreas Werner
TVA	Regensburg, Kelheim, Straubing, Cham	TVA Ostbayern Fernsehprogrammgesellschaft mbH & Co. Studiobetriebs-KG, Regensburg 31,69 Neue Welle Antenne Regensburg Hörfunk- und Fernsehprogramm GmbH 31,69 Verlag Tages-Anzeiger Donau TV GmbH 12,78 AWN Regional TV Programm- und Werbe GmbH 12,78 Niederbayern TV Programm- und Werbe GmbH & Co. KG 11,08 Verlag Heribert Wühr

Lokale RTL-Fenster in Bayern	aufsichtführende Landesmedienanstalt ist die BLM	
	Sendegebiete der Lokalfenster	Veranstalter/Gesellschafter, Beteiligungsverhältnisse in %
tvo	Oberfranken	TV Oberfranken GmbH & Co. KG, Hof 50,00 Tochtergesellschaften der Die Neue Welle Rundfunkverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG (Müller Medien, Fam. Oschmann) 26,67 Greiffenberger Holding GmbH 10,00 Börsen Medien AG 5,00 Fernsehanbietergemeinschaft oberfränkischer Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken GbR 5,00 Scherdel GmbH 3,33 Klaus Wirth
TV touring Schweinfurt	Schweinfurt, Main/Rhön	TV touring Fernsehgesellschaft mbH & Co., Sennfeld 100 Die Neue Welle Rundfunkverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG 100 Müller Medien GmbH & Co. KG 55,0 Gunther Oschmann 22,5 Michael Oschmann 22,5 Constanze Oschmann
TV touring Würzburg	Mainfranken	TV touring Fernsehgesellschaft mbH & Co., Würzburg 100 Die Neue Welle Rundfunkverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG 100 Müller Medien GmbH & Co. KG 55,0 Gunther Oschmann 22,5 Michael Oschmann 22,5 Constanze Oschmann

Quelle: Website der BLM, Abruf am 05.06.2015.

Sendungen, Veranstalter und Beteiligungsverhältnisse bei den SAT.1-Regionalfenstern

SAT.1-Regional-fenster	Sendegebiet (aufsicht-führende Anstalt)	Veranstalter/Gesellschafter, Beteiligungsverhältnisse in %
17:30 SAT.1 Regional	Hamburg, Schleswig-Holstein (MA HSH)	Sat.1 Norddeutschland GmbH, Hannover 100 Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH
17:30 SAT.1 Regional	Niedersachsen, Bremen (NLM, brema)	Sat.1 Norddeutschland GmbH, Hannover 100 Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH
17:30 SAT.1 Regional	Nordrhein-Westfalen (LfM)	WestCom Medien GmbH, Dortmund 99,8 WestCom Media Holding GmbH 100 Peter Pohl 0,2 CFEP Management GmbH 100 Peter Pohl
17:30 SAT.1 Regional	Rheinland-Pfalz, Hessen (LMK, LPR Hessen)	TV IIIa GmbH & Co. KG, Mainz 100 Take That TV Fernsehproduktions GmbH & Co. KG 100 Josef Buchheit
SAT.1 Bayern	Bayern (BLM)	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG, München 30 m.b.t. Mediengesellschaft der bayerischen Tageszeitungen für Kabel kommunikation mbH & Co. Programm- und Werbegesellschaft 20 Bayern Tele GmbH Fernsehproduktion Bayerischer Zeitschriftenverlage 20 Alexander Stöckl 15 rt1.media group GmbH 10 tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH 5 Bruckmann TV GmbH

Quelle: Unternehmensangaben, Stand: 6/2015.

4.5 Bewegtbildangebote im Internet

Unter den Begriff „Bewegtbildangebote im Internet“ fallen das Live-Streaming, das zeitversetzte Fernsehen online (Streaming oder Download) sowie die Video-on-Demand-Angebote.[5] Die Bewegtbildangebote stehen den Nutzern über eine Vielzahl von Plattformen im Internet zur Verfügung.

Bewegtbildplattformen

Bewegtbildplattformen lassen sich grundsätzlich in Video-on-Demand- und Live-Streaming-Plattformen unterteilen. Über Video-on-Demand-Plattformen können Inhalte zu einem frei wählbaren Zeitpunkt abgerufen und angeschaut werden. Zu den Video-on-Demand-Diensten gehören auch Videoportale wie Clipfish, MyVideo und YouTube. Dabei handelt es sich um Webseiten, auf denen Videostreams in der Regel kostenfrei zur Verfügung stehen oder auf denen die Nutzer selbstgenerierte Inhalte („user generated content“) einstellen. Davon zu unterscheiden sind Live-Streamingdienste (z. B. Zattoo), die in erster Linie das lineare TV-Signal über das Internet verbreiten.

Inzwischen betreiben alle großen Fernsehveranstalter eigene Webseiten, auf denen sie Fernsehinhalte zum Abruf (Video-on-Demand, VoD) bereitstellen. Das Angebot an VoD-Diensten in Deutschland ist zahlreich. Die Anbieter unterscheiden sich im Wesentlichen durch ihre Programminhalte und Kosten. So sind z. B. die Mediatheken des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kostenlos und die Angebote der privaten Fernsehveranstalter zum Teil entgeltpflichtig.

Mediatheken

Nahezu alle deutschen Fernsehsender stellen ihre Inhalte in sendereigenen Mediatheken zur Verfügung. Während die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter ihre Programme bis zu sieben Tage kostenlos im Internet bereitstellen, bieten die privaten Fernsehsender ihre Bewegtbildinhalte zunehmend kostenpflichtig an und erschließen sich auf diese Weise zusätzliche Einnahmequellen. Spielfilme und Sport-Events sind oftmals in den Sender-Mediatheken nicht enthalten. Das liegt daran, dass den Rundfunkanbietern in der Regel die Rechte für die Internet-Ausstrahlung fehlen. Die RTL-Gruppe unterhält in den jeweiligen Sender-Mediatheken TV-Archive, in denen ältere Sendungen abgerufen werden können. Die ProSiebenSat.1-Gruppe verweist bei älteren Sendungen auf ihr kostenpflichtiges VoD-Angebot maxdome.

Video-on-Demand-Plattformen

In Deutschland steht eine Vielzahl an größtenteils kostenpflichtigen Video-on-Demand-Diensten zur Verfügung. Zu den wichtigsten Akteuren auf dem deutschen Markt gehören maxdome (ProSiebenSat.1 Media AG), Amazon Instant/Prime Video (Amazon.com, Inc.), Sky Go/Sky Snap (Sky Deutschland AG), iTunes (Apple, Inc.), Videoload (Deutsche Telekom AG), Watchever (Vivendi S.A.) sowie Netflix. Zu den kleineren Anbietern gehören Videobuster, Videociety, Viewster oder Alleskino. Marktforscher rechnen mit einem starken VoD-Wachstum, insbesondere über Abo- oder Flatrate-Modelle. Aufgrund der starken Konkurrenzsituation betragen die Flatrate-Preise inzwischen weniger als 10 Euro pro Monat. Nur iTunes und Videoload bieten keine Flatrate an. Videoload, das VoD-Angebot der Deutschen Telekom, hält allerdings über den Entertain-Receiver auch maxdome (mit Abo-Modell) bereit.

Nach Angaben von BLM und Nielsen[6] war im Dezember 2014 maxdome das beliebteste Angebot mit 841 Tsd. Nutzern vor Sky Go mit 714 Tsd.

5 Angaben zur Nutzung der Bewegtbildangebote im Internet finden sich in Kapitel 6.1.3.
6 BLM Medienwirtschaft, Daten und Fakten zur Internetnutzung auf Basis von Nielsen NetView, Jahresbericht 2014, S. 11 ff.

und Netflix mit 486 Tsd. Nutzern (allerdings blieben in der Nielsen-Auswertung die VoD-Angebote Amazon Instant/Prime Video und iTunes unberücksichtigt). Nach einem erfolgreichen Start im Jahr 2013 (1 Mio. Nutzer im Dez. 2013) musste Watchever einen drastischen Reichweitenverlust hinnehmen (12/2014: 226 Tsd. Nutzer). Das VoD-Angebot Sky Go konnte im Laufe des Jahres 2014 seine Reichweite mehr als verdoppeln (1/2014: 331 Tsd.; 12/2014: 714 Tsd. Nutzer). Bei dem erst im September 2014 in Deutschland gestarteten Angebot Netflix verweilten die Nutzer am längsten (12/2014: 486 Tsd. Nutzer; durchschnittliche Nutzung: 1 Std. 45 Min.).

Ausgewählte Video-on-Demand-Dienste in Deutschland 2014

VoD-Angebote[1]					VoD-Nutzung[2] (12/2014)	
	Titelanzahl	Anteil HD	Abo bzw. Flatrate	Einzelabruf	Nutzer in Tsd.	Zeit pro Person hh:mm:ss
Amazon Instant/Prime Video	13.000	75 % Filme, 60 % Serien	7,99 € pro Monat oder 49 € pro Jahr (Prime)	ab 0,99 € (Instant)	k. A.	k. A.
iTunes Deutschland	15.000 Filme, 90.000 Serienepisoden	k. A.	–	ab 1,49 € je Serienepisode, ab 2,99 € je Spielfilm	k. A.	k. A.
maxdome	60.000	20 %	7,99 € pro Monat	ab 0,99 € je Serienepisode, ab 1,99 € je Spielfilm	841	00:30:01
Netflix	80 % US-Filme und Serien, 20 % deutsche Titel	k. A.	7,99 € bis 11,99 € pro Monat	–	486	01:45:19
Sky Go	500 Filme, 600 Serienepisoden	40 %	im Sky-Abo	–	714	01:01:52
Sky Snap	5.000	40 %	3,99 € pro Monat	–	99	00:25:45
Videoload	15.000	hoher Anteil an Full-HD-Qualität	–	ab 0,49 € je Serienepisode, ab 0,99 € je Spielfilm	133	00:07:25
Watchever	12.500	50 %	8,99 € pro Monat	–	226	00:41:04

Quellen: (1) Unternehmensangaben, eigene Recherche, Stand: 12/2014; (2) BLM Medienwirtschaft, Daten und Fakten zur Internetnutzung auf Basis von Nielsen NetView, Jahresbericht 2014, S. 11 - 13.

Die VoD-Anbieter bemühen sich zunehmend um Alleinstellungsmerkmale, um sich gegenüber der Konkurrenz abzusetzen.[7] Dies erreichen sie insbesondere durch exklusive Inhalte und eine frühe Verfügbarkeit der Inhalte. Beispielsweise finden sich nur bei iTunes die neuen „Sherlock"-Folgen und Amazon Prime Instant Video präsentierte als erster Anbieter neue Kinofilme der „Star-Trek"-Reihe. Eine weitere Möglichkeit, Premiuminhalte zu schaffen, sind Eigenproduktionen. So produzierte Netflix zunächst die sehr erfolgreiche Polit-Serie „House of Cards", später die Comedy-Staffel „Arrested Development" sowie die Kinderserie „Turbo: F.A.S.T.". Auch Amazon produzierte für seinen VoD-Dienst eigene Serien, wie die Polit-Comedy-Staffel „Alpha House" und die Serie „Betas".

Live-Streaming-Plattformen

Über Live-Streaming-Plattformen können Fernsehprogramme in Echtzeit oder zeitversetzt im Internet angesehen werden. Voraussetzung für eine gute Videoqualität ist eine schnelle Internetverbindung. Zu den Live-Streaming-Diensten in Deutschland gehören u. a. Magine TV, Zattoo und TV Spielfilm live, die zahlreiche nationale und internationale Fernsehprogramme sowohl kostenlos als auch gegen eine Gebühr als Stream zur Verfügung stellen.

Die schwedische Plattform Magine TV wurde 2013 gegründet und ist seit Mai 2014 in Deutschland zugänglich. Über Magine TV werden derzeit etwa 100 Fernsehsender angeboten, frei empfangbar sind jedoch nur die öffentlich-rechtlichen Programme. Für den Empfang der Programme der RTL- und ProSiebenSat.1-Gruppe wird eine „technische Bereitstellungspauschale" von monatlich 6,99 € erhoben. Die Sender und Inhalte der TV-Studios Universal und Sony, wie bspw. Sony Entertainment TV, Universal Channel, E! Entertainment, MTV Live HD oder TNT Film, stehen für monatlich 16,99 € bzw. 23,99 € zur Verfügung.[8]

Zattoo, ein Schweizer Internetunternehmen, bietet in Deutschland über seine Streaming-Plattform über 75 Sender gratis an. Darunter sind alle öffentlich-rechtlichen Programme sowie eine Vielzahl privater Programme. Über ein kostenpflichtiges HiQ-Abonnement (9,99 € pro Monat) können derzeit 28 HD-Programme (darunter alle öffentlich-rechtlichen Programme) und jeweils sechs Sender der RTL- sowie ProSiebenSat.1-Gruppe empfangen werden. Hinzu kommen fremdsprachige Programmpakete.[9]

TV Spielfilm live ist ein im zweiten Quartal 2015 gestartetes Streamingangebot von BurdaNews,[10] das die digitalen Plattformen der Programmzeitschrift TV Spielfilm mit dem Live-Signal von mehr als 80 Fernsehsendern verbindet. Die Konsumenten können direkt aus dem Elektronischen Programmführer (EPG) von TV Spielfilm das aktuelle Fernsehsignal aufrufen. Ein Programmangebot von rund 50 Sendern steht den Nutzern kostenlos zur Verfügung, mit einem Abonnement zum Preis von 9,99 € monatlich sind weitere 20 Sender abrufbar.

Die Nutzung der Live-Streaming-Dienste unterliegt im Jahresverlauf deutlichen Reichweitenschwankungen. Beispielsweise hat der im April 2014 in Deutschland gestartete Streamingdienst Magine TV bis Juli 2014 deutlich an Reichweite gewonnen (887 Tsd. Nutzer), im August 2014 waren es dagegen nur 571 Tsd. und im September 2014 bereits wieder 830 Tsd. Nutzer. Die TV-Plattform Zattoo muss seit Juni 2014 (434 Tsd. Nutzer) kontinuierlich sinkende Nutzerzahlen hinnehmen (10/2014: 240 Tsd. Nutzer).[11]

Videoportale

Bei Videoportalen handelt es sich um Webseiten, auf denen Videostreams zur Ansicht im Internet

7 Vgl. Kurp, Fernsehnet. Wie Streaming und Video-on-Demand das TV-Geschäft verändern, in: Funkkorrespondenz 35-36.2014, S. 7.
8 Vgl. Magine TV, Pressemitteilung vom 04.09.2014, Das neue Magine TV - so geht Fernsehen heute.
9 www.zattoo.com; Stand: Juni 2015.
10 Vgl. Hubert Burda Media, Pressemitteilung vom 25.03.2015, TV Spielfilm startet Live-TV-Angebot.
11 BLM Medienwirtschaft, Daten und Fakten zur Internetnutzung auf Basis von Nielsen NetView, Oktober 2014, Schwerpunkt: Fernsehangebote im Internet, S. 16 ff.

bereitgestellt werden. Innerhalb der Bewegtbildangebote im Internet weisen Videoportale die intensivste Nutzung auf. Nach der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014 nutzen 64 % der Onliner zumindest gelegentlich Videoportale (34 % wöchentlich, 10 % täglich). In der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen werden Videoportale am intensivsten genutzt (90 % gelegentlich, 70 % wöchentlich und 27 % täglich). Zu den beliebtesten Videoportalen in Deutschland gehören YouTube (Google), MyVideo (ProSiebenSat.1) und Clipfish (RTL-Gruppe).

Die führende Videoplattform weltweit ist die Google-Tochter YouTube. YouTube wurde auch in Deutschland Marktführer mit einer Reichweite von 16,7 Mio. Unique Usern im Dezember 2014, verlor aber im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 32 % an Reichweite (12/2013: 24,7 Mio. Nutzer).[12] YouTube-Nutzer verbringen im Durchschnitt 2,5 Stunden auf der Plattform. Nur etwa 15 % von ihnen sind unter 18 Jahre alt, mehr als 50 % sind 35 Jahre und älter, wie das Marktforschungsinstitut IPSOS ermittelt hat. Von den YouTube-Nutzern sind etwa 40 % selbst in der Community aktiv, indem sie Kommentare oder Produktbewertungen in Blogs oder Foren abgeben, Weblinks oder Videos teilen, Dienstleistungen oder Restaurantbesuche bewerten. Am beliebtesten sind unterhaltende Videos, z. B. aus Musik und Film, gefolgt von Do-it-yourself-Videos, wie Kochrezepten, Bauanleitungen oder Styling-Tipps.[13]

Seit 2007 investiert YouTube in die Professionalisierung von Inhalten, es werden Talente gefördert und in den entsprechenden Videotechniken geschult. Auch die YouTuber[14] selbst professionalisieren sich, indem sie Netzwerke bilden, sich Produktionsräume teilen und aufeinander verweisen. Die größten europäischen Netzwerke sind DiviMore und Mediakraft, die jeweils mehr als 1.000 Kanäle betreiben und 300 Mio. Videoabrufe monatlich verzeichnen.[15] Zudem verbreiten viele klassische Rundfunkunternehmen, öffentlich-rechtliche und private, ihre Inhalte auf der Plattform. Sogar der Pay-TV-Anbieter Sky zeigt auf YouTube Bundesliga-Highlights kostenfrei.

Das Portal MyVideo wurde im Jahr 2007 komplett von ProSiebenSat.1 übernommen und hat sich seitdem von einer reinen Mitmachplattform, auf der von Privatleuten Filme eingestellt wurden, zu einem professionellen Videoportal gewandelt. Bereits Anfang 2012 zeigte MyVideo die US-Serie „Sons of Anarchy", bevor sie ins deutsche Fernsehen kam. Des Weiteren wurden die BBC-Serie „Missfits" und selbstproduzierte Web-Shows gezeigt. Im Jahr 2013 ließ ProSiebenSat.1 für MyVideo erstmals eine eigene Serie, die Sitcom „Mission Housemen", produzieren.[16] Das Videoportal wurde im Dezember 2014 von 3,8 Mio. Nutzern aufgerufen, bei einer durchschnittlichen Verweildauer von 16 Minuten,[17] und behauptet damit seine Marktposition auf dem zweiten Rang in Deutschland.

Clipfish, die Videoplattform der Mediengruppe RTL Deutschland, startete 2006 als reine User-generated-Content-Plattform. Die Internetnutzer konnten eigene Videos hochladen und mit anderen teilen. Bereits seit 2008 werden auf Clipfish auch professionell produzierte Bewegtbildinhalte verbreitet und künftig soll auf nutzergenerierte Inhalte gänzlich verzichtet werden. Nach eigenen Angaben will Clipfish nur noch kommerzielle Inhalte bieten, die von RTL produziert oder lizenziert sind, und damit Werbekunden ein sicheres und hochwertiges Umfeld bieten.[18] Zur Markenfamilie gehören neben dem Video-Angebot Clipfish.de und den Apps für Smartphones und Tablets auch die beiden Smart-TV-Channels Clipfish Music so-

12 BLM Medienwirtschaft, Daten und Fakten zur Internetnutzung auf Basis von Nielsen NetView, Jahresbericht 2014, S. 8 ff.
13 Vgl. IPSOS, YouTube Global Audience Study (veröffentlicht im September 2014), in: pro media 10/2014, S. 29, So tickt der deutsche YouTube-Nutzer.
14 YouTuber: Betreiber von YouTube-Kanälen.
15 Vgl. Gugel, Sind YouTube-Netzwerke die neuen Sender?, in: Die Medienanstalten, Digitalisierungsbericht 2014, S. 25.
16 Vgl. Süddeutsche Zeitung vom 18.03.2013, Mission Web. ProSiebenSat.1 dreht erstmals eine Serie nur fürs Internet.
17 BLM Medienwirtschaft, Daten und Fakten zur Internetnutzung auf Basis von Nielsen NetView, Jahresbericht 2014, S. 8 f.
18 www.clipfish.de, Stand: 5/2015.

wie Clipfish Comedy (via HbbTV). Im Dezember 2014 verzeichnete Clipfish eine Reichweite von 728 Tsd. Unique Usern bei einer durchschnittlichen Verweildauer von 13 Minuten.[19]

Multi-Channel-Networks (MCN)

Multi-Channel-Networks sind Unternehmen, die mit mehreren YouTube-Kanälen[20] verbunden sind und für diese in Bereichen wie Produktentwicklung, Zusammenstellung des Programms, Finanzierung, Cross-Promotion, Partner-Management, Verwaltung digitaler Rechte, Monetarisierung/Verkauf und/oder Aufbau eines Publikums tätig sind bzw. Unterstützung leisten und dabei u. a. die Vorteile des konzertierten Auftretens im Verbund nutzen.[21] In der einfachsten Form besteht ein MCN (bzw. YouTube-Netzwerk) aus zwei oder mehr YouTube-Kanälen, die gemeinsame Ziele am Markt und gegenüber YouTube verfolgen. Diese Netzwerke sammeln Inhalte, ähnlich wie Fernsehsender, wobei ein Mix aus lizenzierten, eigen- oder koproduzierten YouTube-Kanälen aggregiert und vermarktet wird. Multi-Channel-Networks haben zudem einen Vertrag mit YouTube, der ihnen Sonderrechte einräumt.[22] MCN sind damit Teil eines sich ausdifferenzierenden Ökosystems aus YouTubern, Produzenten, Community und Medienkonzernen, die gemeinsam mit YouTube die Professionalisierung der Strukturen, der Produktion und der Vermarktung der Plattform vorantreiben.[23]

Für die Medienanstalten hat der Medienexperte Bertram Gugel die Funktionsweise, Leistungen und Geschäftsmodelle der Multi-Channel-Networks untersucht.[24] Gugel unterteilt die Netzwerke nach ihren Funktionen bzw. Leistungen in Vollprogrammnetzwerke, Nischennetzwerke (z. B. IDG Gemany, Kontor Records, Machinima) sowie in Netzwerke mit Dienstleistungs-/Service-Fokus (z. B. BroadbandTV, ZEFR) oder mit Talent-/Produzenten-Fokus (z. B. Collective Digital Studio, Endemol beyond).

Vollprogramm-Netzwerke bieten ein breites inhaltliches Spektrum an Kanälen. Sie decken nahezu alle Funktionen und Leistungen am Markt ab. Oftmals sind große Medienunternehmen an Vollprogramm-Netzwerken beteiligt. So hat Disney im März 2014 die Maker Studios übernommen, Bertelsmann ist über Fremantle an DiviMore beteiligt und ProSiebenSat.1 hat Studio71 gegründet.

19 BLM Medienwirtschaft, Daten und Fakten zur Internetnutzung auf Basis von Nielsen NetView, Jahresbericht 2014, S. 8 f.
20 Mittels eines YouTube-Kanals können Produzenten Videos auf YouTube gebündelt veröffentlichen. Der Kanal ist das öffentliche Profil des Betreibers sowie der Programmführer durch dessen Videos. Nutzer können YouTube-Kanäle abonnieren und werden anschließend über neue Videos des Kanals informiert. So können Nutzer ein individuelles Programm zusammenstellen. Quelle: Gugel, Sind YouTube-Netzwerke die neuen Sender?, in: Die Medienanstalten, Digitalisierungsbericht 2014, S. 24.
21 www.youtube.com/yt/creators/de/mcns.html, Stand: 5/2015.
22 Gugel, a.a.O., S. 19.
23 Gugel, a.a.O., S. 20.
24 Gugel, a.a.O., S. 19 – 31.

Vollprogramm-Netzwerke

	Awesome-nessTV	Fullscreen	Maker Studios	DiviMore	Mediakraft	Studio71	Tube One
Beteiligungen	Dream-Works (100 %)	Venture-Capital-Finanzierung, u. a. Comcast Ventures	Disney (100 %)	Bertelsmann über FremantleMedia (26 %)	Venture Capital Finanzierung, u. a. Capnamic Ventures, Shortcut Ventures	ProSieben-Sat.1 (100 %)	Ströer
Länder	weltweit	weltweit	weltweit	EU	EU	DE	DE
Kanäle im Netzwerk	>85.000	>33.000	>5.000	1.400	1.000	130	80
Bekannte YouTube-Kanäle	AwesomenessTV, Austin Mahone, jennxpenn	TheFineBros, ShaneDawsonTV, Galo Frito	PewDiePie, Epic Rap Battles, Tobuscus	Bosshaft TV, Docm77, 16BARS.TV	Y-Titty, LeFloid, Daaruum	Gronkh, SarazarLP, Kelly MissesVlog	DieAussenseiter, SimonDesue, EloTRiXHDx
Unique User (Mio.)	10 (US)	28,5 (US)	32 (US)	k. A.	16 (DACH)	k. A.	10 (DE)
Videoabrufe im Monat (Mio.)	>450	3.200	6.500	300	300	130	145
Mitarbeiter	>30	>400	>450	>50	>100	ca. 35	ca. 15
Homepage	aweseomenesstv-network.com	fullscreen.com	maker-studios.com	divimore.com	mediakraft-networks.de	studio71.com	tubeone-networks.de

Quelle: Gugel, Sind YouTube-Netzwerke die neuen Sender?, in: Die Medienanstalten, Digitalisierungsbericht 2014, S. 25.

Die Investition von Medienkonzernen in Netzwerke soll vor allem Synergien in Kombination mit bestehenden Medienmarken schaffen. Ziel der Medienunternehmen ist es, über YouTube-Netzwerke diejenigen Zielgruppen anzusprechen, die sie über das klassische Fernsehprogramm nicht mehr erreichen. YouTube selbst nimmt eher die Rolle eines Plattformbetreibers ein und befindet sich damit weniger in Konkurrenz zu den Netzwerken bzw. Medienunternehmen, als vielmehr zu den Satelliten-, Kabel- oder IPTV-Betreibern.

4.6 Digitale Programm- und Vermarktungsplattformen

Plattformbetreiber bündeln eigen- und fremderstellte Fernsehprogramme zu Programmpaketen (Bouquets) und vermarkten sie an die Haushalte. Der Plattformbetreiber führt die Abonnentenverwaltung und -betreuung nicht nur für die Abonnenten seiner eigenen Programme, sondern auch für die Abonnenten der Dritt- bzw. Fremdprogramme durch. Die Bündelung zu Paketen ähnelt dem Veranstalten von Programmen, denn auch hier werden Inhalte aufgrund von inhaltlichen Auswahl- und Bewertungsentscheidungen zu einem Gesamtprogrammangebot zusammengestellt. Dies trifft auch dann zu, wenn der Plattformbetreiber selbst keine eigenen Inhalte produziert.

Programmvermarktungsplattformen werden immer mehr zu zentralen Akteuren der digitalen Medienlandschaft. Ohne ihre Vermarktungsleistungen bekommen kleinere Bezahl-Angebote keinen Zugang zum Endkunden. Das ist nicht notwendig problematisch, weil sich darin auch eine im Wirtschaftsleben normale Arbeitsteilung zwischen Inhalteanbietern und Vermarktern etabliert, die im beiderseitigen Interesse liegen kann. Allerdings verdienen Plattformbetreiber als Gate-Keeper im Rahmen der Vielfaltkontrolle besondere Aufmerksamkeit, weil sie über die Konditionen Einfluss auf die Zusammenstellung von Programmpaketen und den Zugang von Inhalteanbietern zum Endkunden erhalten. Aus diesem Grund ist die Programmanbieterneutralität von Vermarktungsplattformen wünschenswert, obwohl rechtlich nicht zwingend.

4.6.1 Programmplattform Sky

Sky - Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG		
Programm-angebot	Sky Welt Paket	Discovery Channel, National Geographic Channel, Nat Geo Wild, SPIEGEL Geschichte, Motorvision TV, Sky Krimi, RTL Crime, 13th Street, Syfy, Fox, TNT Serie, Passion, Heimatkanal, DisneyXD, Disney Junior, Junior, Goldstar TV, Classica, beate-uhse.tv, Sky Sport News, Jukebox, Discovery Channel HD, National Geographic Channel HD, Nat Geo Wild HD, RTL Crime HD, History HD, SPIEGEL Geschichte HD, 13th Street HD, Syfy HD, Eurosport HD, Fox HD, TNT Serie HD, Sky Sport News HD, AXN HD, E! Entertainment HD, Universal Channel HD, ProSieben FUN HD, TNT Glitz HD, Disney Junior HD; *bei +HD zusätzlich:* Sky 3D; *bei Sat-Empfang zusätzlich:* SAT.1 emotions, AXN, TNT Film, kabel eins CLASSICS, Kinowelt TV, Romance TV, Boomerang, Cartoon Network, RTL Living, Animax, A&E
	Film Paket	Sky Cinema, Sky Cinema +1, Sky Cinema +24, Sky Atlantic, Sky Action, Sky Comedy, Sky Emotion, Sky Nostalgie, Sky Hits, Disney Cinemagic, MGM; *bei +HD zusätzlich:* Sky Cinema HD, Sky Cinema +1 HD, Sky Cinema +24 HD, Sky Atlantic HD, Sky Action HD, Sky Hits HD, MGM HD, Disney Cinemagic HD
	Fußball Bundesliga Paket	Sky Bundesliga 1, Sky Bundesliga 2; *bei +HD zusätzlich:* Sky Bundesliga HD1, Sky Bundesliga HD2, Sport1+ HD, Sport1 US HD
	Sport Paket	Sky Sport 1, Sky Sport 2, Sky Sport Austria; *bei +HD zusätzlich:* Sky Sport HD1, Sky Sport HD2, Sport1+ HD, Sport1 US HD, Eurosport2 HD, Eurosport360 HD
	Sky Select	Pay-per-View-Zusatzangebot: abrufbare Filme, Sportübertragungen, weitere Ereignisübertragungen, 18+ Angebote (Blue Movie); z. T. in HD und 3D
Reichweite	Satellit, Kabel- und IP-Netze; 4,2 Mio. direkte Abonnenten (Quelle: Sky, Stand: 3/2015)	

4.6.2 Kabel-Plattformen

Kabel Deutschland - Kabel Deutschland Vertrieb & Service GmbH & Co. KG		
Programm-angebot	TV Basis HD	3sat, 3sat HD, arte, arte HD, Bibel TV HD, Das Erste, Das Erste HD, Disney Channel HD, DRF 1, kabel eins, kabel eins HD, ntv HD, ProSieben, ProSieben HD, RTL, RTL HD, RTL II, RTL II HD, SAT.1, SAT.1 HD, VOX, VOX HD, ZDF, ZDF HD, Bayerisches Fernsehen Nord, Bayerisches Fernsehen Süd, Bayerisches Fernsehen Süd HD, hr-fernsehen, hr-fernsehen HD, MDR Sachsen, MDR Sachsen HD, MDR Sachsen-Anhalt, MDR Thüringen, NDR Fernsehen HH, NDR Fernsehen MV, NDR Fernsehen NDS, NDR Fernsehen SH, NDR Fernsehen HH HD, radiobremen TV, rbb Berlin, rbb Berlin HD, rbb Brandenburg, SR Fernsehen, SWR Fernsehen RP, SWR Fernsehen RP HD, WDR Köln, WDR Köln HD, ARD alpha, Bibel TV, DMAX, EinsPlus, Einsfestival, euronews, n-tv, N24, N24 HD, Phoenix, Phoenix HD, ServusTV, ServusTV HD, tagesschau24, Welt der Wunder, ZDFinfo, ZDFkultur, ZDFneo, ZDFneo HD, Anixe SD, Comedy Central HD, sixx, sixx HD, Tele 5, Eurosport, Eurosport 2, SPORT1, KiKA, KiKA HD, Nickelodeon, Super RTL, Super RTL HD, Deluxe Music, Deutsches Musik Fernsehen, VIVA HD, 1-2-3.tv, Astro TV, Channel21, HSE24, HSE24 EXTRA, HSE24 HD, Juwelo TV, Kabel Digital Infokanal, MTV HD, ProSieben Maxx, QVC, QVC HD, QVC Plus, RTL Nitro, RTL Nitro HD, SAT.1 Gold, sonnenklar.TV, Al Jazeera, Al Jazeera International, Arab News Network, ArirangTV, BBC World News, Bloomberg TV, BVN, CNBC Europe, CNN International HD, Duna TV, euronews FRA, euronews ITA, euronews POR, euronews RUS, euronews SPA, FashionTV, France 2, France 24, France 3, France 5, GINX, GOD TV, HRT1, i24 news, IN International, InforRU.tv, IranMusic, Jeem TV, Kazakh TV, Khatereh TV, LRT Lituanica, MAC TV, NTD TV, Phoenix CNE, Pro TV International, RTS, Russia Today TV, Sky News, SON Life, TLC, TV Persia, TV5MONDE, tv8, TVC Int., TVR International, Télévision Tunisienne, VTV4
	TV Komfort HD	TV-Sender wie TV Basis HD (s. o.); *zusätzlich:* Select Video (Videothek und TV-Mediathek)
	TV Vielfalt HD	TV-Sender wie TV Basis HD (s. o.) sowie Nick Junior HD, Sony Entertainment Television HD, A&E HD, kabel eins CLASSICS, Silverline, Sport1 US HD, sportdigital HD, DisneyXD, Gute Laune TV, Jukebox, MTV Brand New, RCK TV, ANIMAX, BonGusto, E! Entertainment, RTL Living, SAT.1 emotions, LUST PUR; *zusätzlich:* Select Video (Videothek und TV-Mediathek)
	Sky	Angebot von Sky (s. o.)
	Kabel International	8 Fremdsprachenpakete: TV International Englisch (10 Programme), TV International Türkisch (7 Programme), TV International Russisch (7 Programme), TV International Polnisch (2 Programme), TV International Italienisch (4 Programme), TV International Spanisch (3 Programme), TV International Portugiesisch (2 Programme), TV International Griechisch (1 Programm)
Reichweite	Kabelnetze in 13 Bundesländern: Rheinland-Pfalz, Saarland, Hamburg, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Brandenburg, Niedersachsen, Bremen, Bayern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen; 15,8 Mio. Abonnements, davon 2,5 Mio. Premium-TV-Abonnements und 2,1 Mio. Privat-HD-Abonnements (Quelle: Kabel Deutschland, Stand: 3/2015)	

KabelKiosk - M7 Deutschland GmbH		
Programm-angebot	Basis HD	Comedy Central HD, Deluxe Music HD, Disney Channel HD, DMAX HD, kabel eins HD, MTV HD, n-tv HD, nickelodeon HD, ProSieben HD, ProSieben MAXX HD, RTL HD, RTL II HD, RTL Nitro HD, SAT.1 HD, sixx HD, SPORT1 HD, Super RTL HD, Tele 5 HD, TLC HD, VIVA HD, VOX HD
	Family HD	13th Street, A&E, Animal Planet, Animax, auto motor und sport channel, AXN HD, Blue Hustler, BonGusto, Boomerang, C Music TV, Cartoon Network, Discovery Channel HD, E! Entertainment, Eurosport2, Fix & Foxi, Fox HD, Fuel TV HD, Gute Laune TV, History, Kinowelt TV, Lust Pur, Marco Polo, National Geographic Channel HD, Nick Jr., Romance TV, Silverline, Sony Entertainment Television HD, SPIEGEL TV Wissen HD, sportdigital, Stingray Lite TV, Syfy HD, TNT Film, Travel Channel, VH1 Classic, wetter.com TV
	Themen TV Lifestyle	Animax, BonGusto, C Music TV, E! Entertainment, Romance TV, Travel Channel
	Themen TV Doku & News	A&E, auto motor und sport channel, BonGusto, E! Entertainment, History, Travel Channel, wetter.com TV
	Themen TV Music & Emotion	A&E, auto motor und sport channel, C Music TV, Fix & Foxi, Gute Laune TV, Romance TV, VH1 Classic
	Themen TV MTV Tune Inn	MTV Dance, MTV Hits, MTV Rocks, VH1, VH1 Classic
	International	9 Fremdsprachenpakete: Türkisch (9 Programme), Russisch (3 Programme), Russisch Premium (7 Programme), Italienisch (4 Programme), Polnisch (2 Programme), Spanisch (1 Programm), Französisch (1 Programm), Englisch (1 Programm), Portugiesisch (1 Programm)
	CHOICE	Videothek und TV-Mediathek
Reichweite	Versorgung von mehr als 300 Netzbetreibern (Kabel- und IP-Netze) in Europa; technische Reichweite von ca. 3,8 Mio. Haushalten (Quelle: M7 Deutschland, Stand: 6/2015)	

Primacom - PrimaCom Berlin GmbH		
Programm-angebot	Kabelanschluss HD	Das Erste HD, ZDF HD, SAT.1 HD, RTL HD, ProSieben HD, RTL II HD, VOX HD, Super RTL HD, kabel eins HD, sixx HD, KiKa HD, Nickelodeon HD, ServusTV HD, Anixe HD, DMAX HD, Tele 5 HD, SPORT1 HD, RTL Nitro HD, MDR HD (3 Kanäle), hr-fernsehen HD, rbb HD (2 Kanäle), SWR HD (2 Kanäle), 3sat HD, arte HD, tagesschau24 HD, Einsfestival HD, EinsPlus HD, ZDFneo HD, ZDFinfo HD, ZDFkultur HD, Bayerisches Fernsehen HD (2 Kanäle), NDR Fernsehen HD (4 Kanäle), WDR HD Köln, Disney Channel HD, PHOENIX HD, ProSieben MAXX HD, Comedy Central HD, VIVA HD, Deluxe Music HD, MTV HD, n-tv HD, 1-2-3.tv, pearl.tv HD, TLC HD, QVC, QVC Plus, HSE24, ARD alpha, SR Fernsehen, Radio Bremen TV, HSE24 Trend, Familiy TV, SAT.1 Gold, Deutsches Musik Fernsehen, euronews, N24, Bibel TV, sonnenklar.tv, Astro TV, Channel21, HSE24 Extra, Welt der Wunder, Eurosport, Das Erste, ZDF, arte, Einsfestival, ServusTV, Anixe, ZDFneo, ZDFkultur, SWR (2 Kanäle), RTL, SAT.1, ProSieben, VOX, kabel eins, sixx, WDR Köln, Bayerisches Fernsehen (2 Kanäle), NDR (4 Kanäle), Phoenix, 3sat, KiKA, ZDFinfo, MDR (3 Kanäle), hr-fernsehen, rbb (2 Kanäle), tagesschau24, EinsPlus, RTL II, Super RTL, Nickelodeon, DMAX, Tele 5, SPORT1, RTL Nitro, Comedy Central, VIVA, Deluxe Music, n-tv, TLC, 1-2-3.tv, Disney Channel, ProSieben MAXX, TV5 MONDE, BBC World News, Bloomberg TV, VTV 4, RFH, tv altenburg, info-tv-leipzig, Leipzig Fernsehen, Sachsen Fernsehen, Dresden Fernsehen, 8Sport, Euronews russisch, Euronews türkisch, Euronews arabisch, Euronews englisch, Euronews griechisch, Euronews französisch, Euronews persisch, Euronews italienisch, Euronews portugiesisch, Euronews ukrainisch, Euronews ungarisch, Euronews spanisch
	Kabelanschluss Premium	Kabelanschluss HD (s. o.); *zusätzlich:* zeitversetztes Fernsehen, Mediatheken, Video-on-Demand
	Familie HD	13th Street HD, Syfy HD, Sony Entertainment TV HD, A&E HD, Animal Planet HD, National Geographic Channel HD, FOX HD, AXN HD, SPIEGEL TV Wissen HD, Discovery Channel HD, Fuel TV HD, VH-1 Classic, Kinowelt TV, Silverline Movie Channel, TNT Film, Boomerang, Cartoon Network, Fix & Foxi, Romance TV, History, E! Entertainment, Marco Polo, Travel Channel, Gute Laune TV, Nick Jr., Animax, C Music TV, Stingray Lite TV, BonGusto, wetter.com TV, auto motor und sport channel, sportdigital, Eurosport2, Lust Pur, Hustler TV
	Familie Start	VH-1 Classic, Silverline Movie Channel, Romance TV, History, A&E, Travel Channel, Gute Laune TV, Nick Jr., BonGusto, auto motor und sport channel, sportdigital, Eurosport2, Lust Pur
	Lifestyle	Romance TV, E! Entertainment, Travel Channel, Animax, C Music TV, BonGusto
	Emotion	VH-1 Classic, Fix & Foxi, Romance TV, A&E HD, Gute Laune TV, C Music TV, auto motor und sport channel
	Dokumentation	History, A&E HD, E! Entertainment, Travel Channel, BonGusto, wetter.com TV, auto motor und sport channel
	International	6 Fremdsprachenpakete: Russisch (3 Programme), Russisch Premium (7 Programme), Türkisch (8 Programme), Polnisch (1 Programm), Polnisch Premium (2 Programme), Italienisch (4 Programme)
	MTV Tune Inn	MTV Rocks, MTV Dance, MTV Hits, VH-1 Europe, VH-1 Classic
Reichweite	Regionale Kabelnetze in den Kernregionen Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern sowie in zahlreichen westdeutschen Schwerpunktregionen; rund 1 Mio. angeschlossene Haushalte (Quelle: PrimaCom, Stand: 6/2015)	

telecolumbus - Tele Columbus AG		
Programm-angebot	HD Sender	Das Erste HD, ZDF HD, rbb HD, RTL HD, SAT.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, RTL II HD, kabel eins HD, Super RTL HD, DMAX HD, Tele 5 HD, sixx HD, RTL Nitro HD, SPORT1 HD, MDR HD, WDR HD, NDR HD, BR HD, SWR HD, hr HD, arte HD, ZDFneo HD, ZDFinfo HD, ZDFkultur HD, 3sat HD, n-tv HD, Phoenix HD, KiKA HD, Nickelodeon HD, Comedy Central HD, VIVA HD, Deluxe Music HD, HSE24 HD, QVC HD, TLC HD, Servus TV HD, MTV HD, ProSieben MAXX HD, Disney Channel HD
	Digitale Sender	Das Erste, ZDF, rbb, RTL, SAT.1, ProSieben, VOX, RTL II, kabel eins, Super RTL, DMAX, Tele 5, sixx, RTL Nitro, SAT.1 Gold, SPORT1, Eurosport, ProSieben MAXX, ServusTV, Disney Channel, QVC, QVC Plus, HSE24 extra, HSE24, MDR Fernsehen, WDR Fernsehen, NDR Fernsehen, Bayerisches Fernsehen, SWR Fernsehen, hr-fernsehen, arte, ZDFneo, ZDFinfo, ZDFkultur, 3sat, EinsPlus, tagesschau24, N24, n-tv, Phoenix, KiKA, Nickelodeon, Comedy Central, Anixe, VIVA, Deluxe Music, Deutsches Musik Fernsehen, QVC Beauty & Style, HSE24 Trend, sonnenklar. tv, Channel 21, 1-2-3.tv, Mediashop, radiobremen TV, SR Fernsehen, ARD alpha, Einsfestival, Astro TV, Bibel TV, BBC world news, TV5 MONDE, Bloomberg TV, EuroNews DE, TLC
	Pay-TV Sender	AXN HD, TNT Film, FOX HD, Discovery Channel HD, National Geographic Channel HD, SPIEGEL TV Wissen HD, Fuel TV HD, Boomerang, History, Animax, auto motor und sport channel, MTV, VH-1 Classic, BonGusto, Cartoon Network, sportdigital, Blue Hustler, Lust Pur, Silverline Movie Channel, Deutsches Wetter Fernsehen, Travel Channel, Syfy HD, Fix & Foxi, Nick Jr., Gute Laune TV, Animal Planet HD, E! Entertainment, 13th Street HD, Marco Polo, Sony Entertainment TV HD, Stingray Lite TV
	International TV	10 Fremdsprachenpakete: InternationalTV Russisch (3 Programme), InternationalTV Russisch Premium (7 Programme), InternationalTV Türkisch (9 Programme), InternationalTV Französisch (1 Programm), InternationalTV Englisch (1 Programm), InternationalTV Portugiesisch (1 Programm), InternationalTV Polnisch (1 Programm), InternationalTV Polnisch Premium (2 Programme), InternationalTV Italienisch (4 Programme), InternationalTV Spanisch (1 Programm)
Reichweite	Regionale Kabelnetze in den Kernregionen Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Nordrhein-Westfalen und Hessen; rund 1,7 Mio. angeschlossene Haushalte (Quelle: Tele Columbus, Stand: 6/2015)	

unitymedia - Unitymedia GmbH		
Programm-angebot	digitaler Kabelan-schluss	Das Erste, ZDF, SAT.1, ProSieben, RTL II, kabel eins, VOX, 3sat, SPORT1, Eurosport, WDR Fernsehen, hr-fernsehen, NDR Fernsehen, MDR Fernsehen, SWR Fernsehen, Bayerisches Fernsehen, rbb Fernsehen, Rhein-Main TV, center.tv, Offener Kanal Kassel, nrwision, Tele 5, VIVA, iM1, Folx TV, Super RTL, KiKa, Nickelodeon, Comedy Central, Disney Channel, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, TLC, Deluxe Music, arte, joiz, DMAX, Einsfestival, ZDFkultur, Bibel TV, K-TV, SonLife, n-tv, N24, Phoenix, Bloomberg, CNN, DAF – Deutsches Anleger Fernsehen, France 24, Al Jazeera International, CCTV-News, CCTV9 Documentary, TV5 Monde, BBC World-News, euronews, EinsPlus, ZDFinfo, ZDFneo, ARD-alpha, QVC, QVC Plus, QVC Beauty & Style, HSE24, HSE24 Extra, Channel 21, 1-2-3.tv, Juwelo, pearl.tv, sonnenklar.TV, Astro TV, Russia Today, ServusTV, sixx, RTL Nitro, Unitymedia Videothek, Unitymedia Erotik Videothek
	HD Kabelanschluss	digitaler Kabelanschluss (s. o.); zusätzlich: RTL HD, arte HD, Das Erste HD, kabel eins HD, ProSieben HD, RTL II HD, SAT.1 HD, ServusTV HD, sixx HD, SPORT1 HD, Super RTL HD, VOX HD, ZDF HD, Disney Channel HD, DMAX HD, Deluxe Music HD, VIVA HD, QVC HD, QVC Plus HD, HSE24 HD, Nickelodeon HD, Comedy Central HD
	DigitalTV HIGH-LIGHTS	13th Street, Animal Planet, AXN, The Biography Channel, Cartoon Network, Discovery Channel, FOX, History, kabel eins CLASSICS, Kinowelt TV, MTV, National Geographic Channel, ProSieben FUN, RTL Crime, Syfy, TNT Film, TNT Serie
	DigitalTV HIGH-LIGHTS + HD Option	DigitalTV HIGHLIGHTS (s. o.); zusätzlich: 13th Street HD, Discovery Channel HD, FOX HD, Kinowelt TV HD, National Geographic Channel HD, ProSieben FUN HD, RTL Crime HD, Syfy HD, TNT Film HD, TNT Serie HD
	Digital ALLSTARS	13th Street, Animal Planet, AXN, The Biography Channel, Cartoon Network, Discovery Channel, FOX, History, kabel eins CLASSICS, Kinowelt TV, MTV, National Geographic Channel, NAT GEO People, ProSieben FUN, RTL Crime, Syfy, TNT Film, TNT Serie, Universal Channel, RTL Living, Planet, Deutsches Wetter Fernsehen, Romance TV, BonGusto, SPIEGEL TV Wissen, Travel Channel Deutschland, Silverline Movie Channel, Passion, SAT.1 emotions, Eurosport2, auto motor und sport channel, sportdigital, Motors TV, Extreme Sports Channel, The Nautical Channel, SPORT1+, SPORT1 US, Animax, E! Entertainment, Fashion TV, TNT Glitz, MTV Music, VH-1 Classic, Unitel Classica, Gute Laune TV, RCK TV, Lust Pur, Penthouse TV, Boomerang, yourfamily, Nicktoons, Nick Jr., Baby TV
	Digital ALLSTARS + HD Option	Digital ALLSTARS (s. o.); zusätzlich: auto motor und sport channel HD, BonGusto HD, TNT Glitz HD, Lust Pur HD, MTV Live HD, Planet HD, Romance TV HD, RTL Living HD, Passion HD, SPIEGEL TV Wissen HD, SPORT1+ HD, Unitel Classica HD
	DigitalTV INTERNATIONAL	11 Fremdsprachenpakete: DigitalTV Türkei Basis (11 Programme), DigitalTV Italien (5 Programme), DigitalTV Spanien/Portugal (5 Programme), DigitalTV Russland (8 Programme), DigitalTV Polen (5 Programme), DigitalTV Griechenland (2 Programme), DigitalTV Kroatien (4 Programme), DigitalTV Bosnien (3 Programme), PINK Serbien TV (6 Programme), DigitalTV Arabisch (4 Programme), DigitalTV Japan (2 Programme)
	Kino auf Abruf	Pay-per-View-Zusatzangebot: abrufbare Filme
	Unitymedia Videothek	Pay-per-View-Zusatzangebot: Video-on-Demand
	Sky	Angebot von Sky (s. o.)
Reichweite	Unitymedia betreibt Kabelnetze in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg; 6,5 Mio. TV-Abonnements (Quelle: Unitymedia, Stand: 3/2015)	

4.6.3 Satelliten-Plattformen

HD+ - HD PLUS GmbH		
Programm-angebot	HD+	RTL HD, SAT.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, kabel eins HD, RTL II HD, Super RTL HD, N24 HD, n-tv HD, Tele 5 HD, SPORT1 HD, DMAX HD, RTL Nitro HD, Nickelodeon HD, sixx HD, SAT.1 Gold HD, ProSieben MAXX HD, Deluxe HD, Disney Channel HD, TLC HD, Das Erste HD, ZDF HD, KiKA HD, 3sat HD, arte HD, NDR HD, WDR HD, BR HD, SWR HD, HR HD, rbb HD, MDR HD, Phoenix HD, ZDFinfo HD, ZDFneo HD, ZDFkultur HD, Einsfestival HD, tagesschau24 HD, EinsPlus HD, Anixe HD, ServusTV HD, 1-2-3.tv HD, HSE24 HD, HSE24 Extra HD, Juwelo HD, QVC HD, QVC Plus HD, sonnenklar.tv HD, mediaspar TV HD (als Ergänzung zu den bestehenden unverschlüsselten Angeboten via Satellit (rund 300 frei empfangbare private und öffentlich-rechtliche Programme))
Reichweite	Astra-Satellit; 1,6 Mio. zahlende Kunden (Quelle: HD PLUS, Stand: 12/2014)	

4.6.4 IPTV-Plattformen

Entertain - Deutsche Telekom AG		
Programm-angebot	Entertain	Das Erste, ZDF, 3sat, KiKA, arte, Phoenix, ARD-alpha, BR (2 Kanäle), hr-fernsehen, MDR Sachsen (3 Kanäle), NDR Fernsehen (4 Kanäle), Radio Bremen TV, rbb Berlin (2 Kanäle), SR, SWR (2 Kanäle), WDR (11 Kanäle), tagesschau24, EinsPlus, Einsfestival, ZDFkultur, ZDFneo, ZDFinfo, Deutsche Welle, SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben Maxx, RTL, VOX, RTL II, Super RTL, n-tv, RTL Nitro, Nickelodeon, N24, SPORT1, Eurosport, Anixe SD, Disney Channel, DMAX, DOG TV, ServusTV, Tele 5, Entertain 3D, VIVA, joiz, TLC, Bibel TV, Bloomberg Television, Euronews, K-TV, Welt der Wunder, Deluxe Music, the QYOU, Deutsches Musik Fernsehen, HSE24, QVC, sonnenklar.TV, Al Jazeera, BBC World News, CNBC, CNN International, France 24, TV5 Monde, RTL Nordrhein-Westfalen, RTL Hamburg/Schleswig-Holstein, RTL Niedersachsen/Bremen, RTL Hessen, SAT.1 Bayern, SAT.1 Hamburg/Schleswig-Holstein, SAT.1 Niedersachsen/Bremen, SAT.1 Nordrhein-Westfalen, SAT.1 Rheinland-Pfalz/Hessen, Rhein-Neckar Fernsehen, a.tv, allgäu.tv, Donau TV, Hamburg 1, Franken Fernsehen, intv, ISAR TV, Lokal-TV, main.tv, münchen.tv, Oberpfalz TV, rfo, TRP1, TV Oberfranken, TV touring Schweinfurt, TV touring Würzburg, TVA Ostbayern, Köln.tv, CityVision, nrwision, Entertain Info, Das Erste HD, ZDF HD, arte HD, KiKA HD, 3sat HD, Phoenix HD, BR Süd HD, hr HD, MDR Sachsen HD, NDR HD, rbb Berlin HD, SWR Baden-Württemberg HD, SWR HD (2 Kanäle), WDR HD, Einsfestival HD, tagesschau24 HD, EinsPlus HD, ZDFkultur HD, ZDFneo HD, ZDFinfo HD, ikonoTV HD, Anixe HD, ServusTV HD
	Entertain Premium	RTL HD, SAT.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, kabel eins HD, RTL II HD, Super RTL HD, Nickelodeon HD/Comedy Central HD, N24 HD, n-tv HD, Tele 5 HD, SPORT1 HD, Disney Channel HD, DMAX HD, sixx HD, VIVA HD, RTL Nitro HD, ProSieben MAXX HD, joiz HD, TLC HD, Bibel TV HD, Deluxe Music HD, The QYOU HD, Deutsches Musik Fernsehen HD, MTV HD, CNN HD,
	HD Option	13th Street HD, AXN HD, kabel eins CLASSICS HD, ProSieben FUN HD, Syfy HD, TNT Film HD, TNT Serie HD, RTL Crime HD, Universal Channel HD, Boomerang HD, Cartoon Network HD, Disney XD HD, Disney Junior HD, BonGusto HD, E! Entertainment HD, Passion HD, Romance TV HD, TNT Glitz HD, Classica HD, SAT.1 emotions HD, Sony TV HD, RTL Living HD, Animal Planet HD, A&E HD, Discovery HD, History HD, National Geographic HD, Planet HD, SPIEGEL TV Wissen HD, Marco Polo HD, GEO Television HD, auto motor und sport channel HD, Fuel TV HD, SPORT1+ HD, SPORT1 US HD, Lust Pur HD, Penthouse HD, RCK TV HD

Entertain - Deutsche Telekom AG		
Programm-angebot	Film	13th Street, AXN, Disney Cinemagic, kabel eins CLASSICS, Kinowelt TV, ProSieben FUN, Syfy, TNT Film, TNT Serie, RTL Crime, Universal Channel,
	HD-Option	13th Street HD, AXN HD, kabel eins CLASSICS HD, ProSieben FUN HD, Syfy HD, TNT Film HD, TNT Serie HD, RTL Crime HD, Universal Channel HD
	Doku	Animal Planet, A&E, Discovery Channel, History, National Geographic, Planet, SPIEGEL TV Wissen, Travel Channel, Marco Polo, GEO Television,
	HD-Option	Animal Planet HD, A&E HD, Discovery HD, History HD, National Geographic HD, Planet HD, SPIEGEL TV Wissen HD, Marco Polo HD, GEO Television HD
	Kinder	Baby TV, Boomerang, Cartoon Network, Disney XD, Disney Junior, Nick Jr.,
	HD-Option	Boomerang HD, Cartoon Network HD, DisneyXD HD, Disney Junior HD
	Lifestyle	BonGusto, E! Entertainment, Fashion TV, Passion, Romance TV, TNT Glitz, SAT.1 emotions, Sony TV, RTL Living,
	HD-Option	BonGusto HD, E! Entertainment HD, Passion HD, Romance TV HD, TNT Glitz HD, SAT.1 emotions HD, Sony TV HD, RTL Living HD
	Sport	auto motor und sport channel, Eurosport2, Extreme Sports Channel, Fuel TV, SPORT1+, sportdigital, SPORT1 US,
	HD-Option	auto motor und sport channel HD, Fuel TV HD, SPORT1+ HD, SPORT1 US HD
	BEKO-BBL.TV	3 SD-Kanäle und 3 HD-Kanäle
	Lounge	Blue Hustler, Lust Pur, Penthouse, Playboy Europe,
	HD-Option	Lust Pur HD, Penthouse HD
	Big TV	13th Street, AXN, Disney Cinemagic, kabel eins CLASSICS, Kinowelt TV, ProSieben FUN, Syfy, TNT Film, TNT Serie, RTL Crime, Universal Channel, Baby TV, Boomerang, Cartoon Network, Disney XD, Disney Junior, Nick Jr., BonGusto, E! Entertainment, Fashion TV, Passion, MTV, MTV Brand New, Romance TV, TNT Glitz, Trace TV, SAT.1 emotions, Sony TV, RTL Living, Animal Planet, A&E, Discovery Channel, History, National Geographic, Planet, SPIEGEL TV Wissen, Travel Channel, Marco Polo, GEO Television, auto motor und sport channel, Eurosport2, Extreme Sports Channel, Fuel TV, SPORT1+, sportdigital, SPORT1 US, Blue Hustler, Lust Pur, Penthouse, Playboy Europe, Classica, RCK TV,
	HD-Option	13th Street HD, AXN HD, kabel eins CLASSICS HD, ProSieben FUN HD, Syfy HD, TNT Film HD, TNT Serie HD, RTL Crime HD, Universal Channel HD, Boomerang HD, Cartoon Network HD, Disney XD HD, Disney Junior HD, BonGusto HD, E! Entertainment HD, Passion HD, Romance TV HD, TNT Glitz HD, Classica HD, SAT.1 emotions HD, Sony TV HD, RTL Living HD, Animal Planet HD, A&E HD, Discovery HD, History HD, National Geographic, Planet HD, SPIEGEL TV Wissen HD, Marco Polo HD, GEO Television HD, auto motor und sport channel HD, Fuel TV HD, SPORT1+ HD, SPORT1 US HD, Lust Pur HD, Penthouse HD, RCK TV HD
	Videoload	Pay-per-View-Zusatzangebot
	Fremdsprachen-pakete	4 Fremdsprachenpakete: Entertain Po Russki (6 Programme), Entertain Polski (2 Programme), Entertain Türk (8 Programme), Entertain Italiano (4 Programme)
	Sky	Angebot von Sky (s. o.)
Kombination von IPTV und Sat-TV (mittels Hybrid-Box)	Entertain Sat	Empfang von rund 300 frei empfangbaren privaten und öffentlich-rechtlichen Programmen, davon über 30 in HD; über 35.000 Film-, TV- und Serienhighlights auf Abruf, davon rund 4.000 in HD
	Entertain Comfort Sat	Entertain Sat (s. o.), TV-Pakete zubuchbar
Reichweite	DSL-Netz und Astra-Satellit; 2,5 Mio. Entertain-Kunden (Quelle: DTAG, Stand: 3/2015)	

Vodafone TV - Vodafone GmbH		
Programm-angebot	Basic SD	Das Erste, ZDF, KiKA, 3sat, arte, NDR Hamburg, WDR, MDR Sachsen, BR Süd, SWR (2 Kanäle), hr-fernsehen, rbb Fernsehen (2 Kanäle), SR Fernsehen, Radio Bremen TV, Phoenix, ARD-alpha, EinsPlus, tagesschau24, Einsfestival, ZDFinfo, ZDFneo, ZDFkultur, RTL, SAT.1, ProSieben, VOX, ProSieben MAXX, SAT.1 Gold, sixx, RTL II, kabel eins, Super RTL, RTL Nitro, SPORT1, N24, n-tv, Tele 5, Eurosport, DMAX, VIVA, joiz, Nickelodeon, Comedy Central, Disney Channel, Anixe SD , Astro TV, BBC World, Bloomberg TV, CNN, Deluxe Music, HSE24, QVC, ServusTV, TV5 Monde
	Basic HD	Das Erste HD, ZDF HD, KiKA HD, 3sat HD, arte HD, NDR Niedersachsen HD, WDR Köln HD, BR Süd HD, SWR Baden Württemberg HD, Phoenix HD, ZDFinfo HD, ZDFneo HD, ZDFkultur HD, RTL HD, SAT.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, RTL II HD, kabel eins HD, Super RTL HD, SPORT1 HD, N24 HD, Tele 5 HD, Nickelodeon HD, sixx HD, Anixe HD, DMAX HD, ServusTV HD
	Vodafone TV Videothek	ca. 6.000 Filme und Serien auf Abruf, teilweise in HD-Qualität
	Fremdsprachen-pakete	3 Fremdsprachenpakete: TV-Paket Türkisch (8 Programme), TV-Paket Polnisch (3 Programme), TV-Paket Russisch (5 Programme)
	Sky	Angebot von Sky (s. o.)
Reichweite	DSL- und Kabelnetze; 7,9 Mio. TV-Kunden (inkl. Kabel Deutschland) (Quelle: Vodafone, Stand: 3/2015)	

4.6.5 OTT-TV-Plattformen

Over-the-Top-TV ist ein Verfahren, das dem Kunden über Peripheriegeräte, wie DVD-Player oder Spielekonsolen, den Empfang von Internet-Inhalten auf seinen Fernseher erlaubt. Die OTT-Anbieter sind von Internetprovidern inhaltlich unabhängig, sie stellen ihre Programmpakete nach eigenen Vorstellungen zusammen und verbreiten sie dann über das jeweilige Netz der Internetprovider. Mittels Software werden den Nutzern sowohl lineares Programm als auch Inhalte auf Abruf bereitgestellt. OTT-TV kann dabei kostenpflichtig oder kostenlos sein.[25]

25 Vgl. Wikipedia, Over-the-top content; KabelBlog, OTT Over the Top Content.

Magine TV – Magine Germany GmbH		
Programm-angebot	Magine Free	Das Erste, ZDF, 3sat, arte, Phoenix, KiKA, NDR (4 Kanäle), WDR (11 Kanäle), MDR (3 Kanäle), BR (2 Kanäle), SWR (2 Kanäle), hr-fernsehen, rbb (2 Kanäle), SR, Radio Bremen TV, ARD-alpha, ZDFinfo, ZDFkultur, ZDFneo, EinsPlus, tagesschau24, Einsfestival, Al Jazeera, Bloomberg TV
	Magine Master	zusätzlich: ProSieben, SAT.1, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, RTL, RTL II, VOX, Super RTL, n-tv, RTL Nitro, N24, Nick, RIC, Comedy Central, VIVA, Eurosport, Russia Today, blizz, Family TV, Das Erste HD, ZDF HD, KiKA HD, 3sat HD, arte HD, NDR HD (4 Kanäle), WDR HD (11 Kanäle), MDR HD (3 Kanäle), hr-fernsehen HD, rbb HD (2 Kanäle), BR HD (2 Kanäle), SWR HD (2 Kanäle), Phoenix HD, EinsPlus HD, tagesschau24 HD, Einsfestival HD, ZDFinfo HD, ZDFneo HD, ZDFkultur HD, SPORT1 HD, DMAX HD, Tele 5 HD, TLC HD, joiz HD
	Magine Magic	zusätzlich zu Magine Master: Cartoon Network, Boomerang, Nick Jr., AXN HD, Animax, Sony Entertainment Television HD, Universal Channel HD, E! Entertainment HD, TNT Film, sportdigital, Fuel TV, Animal Planet HD, MTV Live HD, CNN, GINX TV
	Magine Max	zusätzlich zu Magine Magic: duck tv, Fix & Foxi, Nautical Channel, Docu Box HD, Fast & Fun Box HD, Fight Box HD, Body in Balance, Fashion Box HD, music TV, Film Arthouse HD, Outdoor Sport Channel, 360 Tune Box
	Türkçe	13 türkischsprachige Programme
	TV for Me	individualisierte Programmauswahl und Kosten
Reichweite	IP-Netze	

TV Spielfilm live – TV Spielfilm GmbH		
Programm-angebot	Free	Das Erste HD, ZDF HD, 3sat, arte HD, Phoenix HD, KiKA HD, NDR HD, WDR HD, MDR HD, BR HD, SWR HD, hr-fernsehen HD, rbb HD, SR HD, Radio Bremen TV, ARD alphaHD, ZDFinfo HD, ZDFkultur HD, ZDFneo HD, EinsPlus HD, tagesschau24 HD, Einsfestival HD, SPORT1, N24, DMAX, VIVA, Deluxe Music, TLC, joiz, Welt der Wunder, RIC, blizz, QVC, HSE24, Bibel TV, Servus TV, SRF Info, CNN, France 24, Al Jazeera, Ebru TV, Leipzig Fernsehen, rheinmain.tv, Sachsen Fernsehen
	Pay	ProSieben, SAT.1, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, RTL, RTL II, VOX, Super RTL, n-tv, RTL Nitro, auto motor und sport channel, TLC HD, BonGusto, DMAX HD, Deluxe Music HD, SPORT1 HD, Marco Polo TV, Bibel TV HD, Eurosport, Fine Living, food network, travel channel
Reichweite	IP-Netze	

Zattoo – Zattoo Europa AG		
Programm-angebot	Zattoo Free	Das Erste, ZDF, 3sat, arte, arte HD, Phoenix, KiKA, NDR (4 Kanäle), WDR (11 Kanäle), MDR (3 Kanäle), BR (2 Kanäle), SWR (2 Kanäle), hr-fernsehen, rbb (2 Kanäle), SR, Radio Bremen TV, ARD-alpha, ZDFinfo, ZDFkultur, ZDFneo, EinsPlus, tagesschau24, Einsfestival, SPORT1, N24, DMAX, VIVA, Nickelodeon, Comedy Central, TLC, joiz, Welt der Wunder, RIC, Köln.tv, sonnenklar.tv, DAF, QLAR, Family TV, blizz, Deluxe Music, TIMM, QVC Plus, pearl.tv HD, Shiva TV, Bibel TV, SRF Info, CNN, France 24, Bloomberg TV, R1, SON live, GOD Channel, TVE Internacional, Canal 24 Horas, RT Doc, 24-TV, VISIT-X.TV
	Zattoo HiQ	zusätzlich: ProSieben, SAT.1, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, RTL, RTL II, VOX, Super RTL, n-tv, RTL Nitro, Das Erste HD, ZDF HD, KiKA HD, 3sat HD, NDR HD, WDR Köln HD, MDR HD (3 Kanäle), hr-fernsehen HD, rbb HD (2 Kanäle), BR HD, SWR HD, Phoenix HD, EinsPlus HD, tagesschau24 HD, Einsfestival HD, ZDFinfo HD, ZDFneo HD, ZDFkultur HD, Nickelodeon HD, Comedy Central HD, SPORT1 HD, DMAX HD, TLC HD, VIVA HD, Bibel TV HD
	Zattoo Plus	zusätzlich zu HiQ: auto motor und sport channel, Planet, Deutsches Musik Fernsehen, Fuel TV, Blue Hustler, Fix & Foxi, Body in Balance, sportdigital, RCK TV, C Music, Jukebox, Spiegel TV Wissen
	Zattoo International	6 fremdsprachige Pakete: Türkisch (7 Programme), Bosnisch (3 Programme), Kroatisch (3 Programme), Polnisch (2 Programme), Pink (5 Programme), Globo (1 Programm)
Reichweite	IP-Netze; in den Hauptmärkten Deutschland und Schweiz insgesamt ca. 1,5 Mio. aktive Nutzer (Quelle: Zattoo, Stand: 4/2015)	

4.7 Beteiligungsstruktur der Programmveranstalter

Informationen zu den bundesweit empfangbaren Fernsehprogrammen sind in der TV-Senderdatenbank der Medienanstalten abrufbar (www.die-medienanstalten.de). Die **TV-Senderdatenbank** wird von der KEK ständig aktualisiert und enthält neben den privaten auch die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Informationen zu landesweiten, regionalen und lokalen Veranstaltern werden auf den Webseiten der jeweiligen Landesmedienanstalten bereitgestellt.

Die Beteiligungsverhältnisse der Programmveranstalter mit bundesweit zugelassenen privaten Fernsehprogrammen sind zudem auf der **Website der KEK** und in der **KEK-Mediendatenbank** (www.kek-online.de) abrufbar. Übersichten zu den Sendergruppierungen finden sich in Anhang 1 des Berichts.

Gemäß § 26 Abs. 7 RStV veröffentlichen die Landesmedienanstalten jährlich eine von der KEK zu erstellende **Programmliste**. In der Programmliste sind in alphabetischer Reihenfolge alle bundesweit empfangbaren privaten Fernsehsender, soweit ihre Programme in Deutschland veranstaltet werden, aufgeführt. Die Angaben zu den Veranstaltern und deren Beteiligten basieren auf Auskünften der Fernsehveranstalter und auf allgemein zugänglichen Quellen. Gesondert sind ausgewählte Programmveranstalter aufgeführt, die ihre Lizenz nicht in Deutschland erhalten haben, aber bundesweit empfangbare deutschsprachige Programme oder Programmteile verbreiten. Ebenso sind ausgewählte Teleshopping-Sender gesondert ausgewiesen. Die Programmliste der KEK kann auf den oben genannten Websites von Medienanstalten und KEK heruntergeladen werden.

5 Zuschaueranteile

Die Zuschaueranteile sind ein wesentliches Indiz bei der Beurteilung vorherrschender Meinungsmacht (§ 26 RStV). Regelungen zur Ermittlung der Zuschaueranteile sind in § 27 RStV enthalten. Demnach sind die Zuschaueranteile unter Einbeziehung aller deutschsprachigen Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und des bundesweit empfangbaren privaten Rundfunks mit Hilfe von repräsentativen Erhebungen bei Zuschauern ab Vollendung des dritten Lebensjahres nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Methoden zu ermitteln. Gemäß der Übergangsbestimmung des § 34 Satz 1 RStV verwendet die KEK bei der Bestimmung der Zuschaueranteile die monatlichen Daten zu den Anteilen der Fernsehsender an der täglichen durchschnittlichen Sehdauer (Zuschauer ab drei Jahren, Mo. – So., 3:00 Uhr bis 03:00 Uhr). Die Sehdaueranteile werden im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) laufend von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhoben. In ihren Veröffentlichungen bezeichnet die AGF/GfK-Fernsehforschung die Sehdaueranteile als Marktanteile.

Das Fernsehpanel der AGF/GfK-Fernsehforschung stellt ein Abbild aller privaten Fernsehhaushalte in Deutschland dar. Es umfasst entsprechend den Anforderungen an eine repräsentative Stichprobe 5.000 täglich berichtende Haushalte (Fernsehpanel D+EU), in denen fast 10.500 Personen leben, und bildet damit die Fernsehnutzung von 72,36 Mio. Personen ab drei Jahren bzw. 37,03 Mio. Fernsehhaushalten ab (Stand: 01.01.2015).

5.1 Entwicklung der Zuschaueranteile

Wie bereits in den Vorjahren war das ZDF auch im Jahr 2014 Marktführer und erreichte im Durchschnitt einen Zuschaueranteil von 13,3 % (2013: 12,8 %; 2012: 12,6 %). Auf dem zweiten Rang lag Das Erste mit 12,5 % Zuschaueranteil (2013: 12,1 %). Bei den privaten Programmen wiesen RTL Television mit 10,3 % und SAT.1 mit 8,1 % die höchsten Zuschaueranteile aus, gefolgt von ProSieben (5,5 %) und VOX (5,2 %).

Bei Zurechnung der einzelnen Programme zu ihren „Senderfamilien“ (§ 26 RStV), dominieren drei große Sendergruppen den deutschen Fernsehmarkt: Es sind dies der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit einem Gesamtzuschaueranteil im Jahr 2014 von 45,1 %, die Mediengruppe RTL Deutschland mit 23,4 % und die ProSiebenSat.1 Media AG mit 19,3 % Zuschaueranteil. Auf die restlichen Sender entfällt ein Zuschaueranteil von insgesamt 12,2 %.

Monatliche Zuschaueranteile 2014

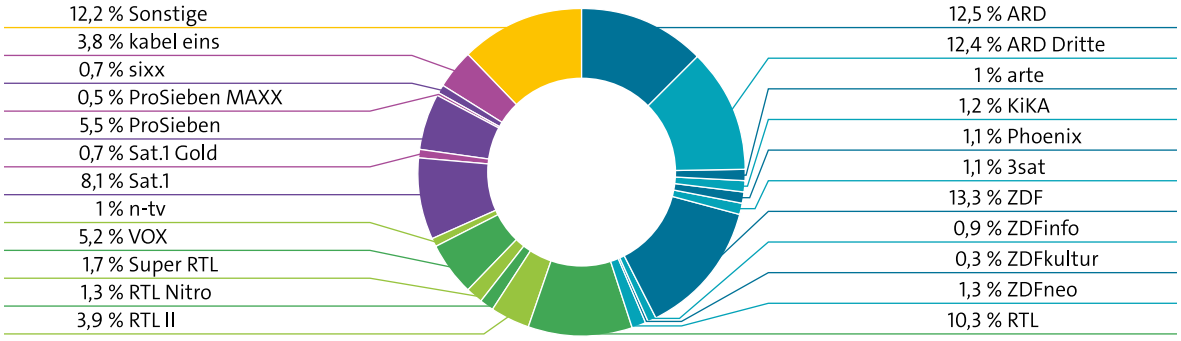
Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
SAT.1	7,8	7,8	8,6	8,1	8,1	7,2	7,7	8,7	8,6	8,5	8,3	8,0
ProSieben	5,4	5,4	5,6	5,6	5,6	4,6	5,2	6,0	5,9	5,9	5,7	5,5
kabel eins	3,7	3,7	3,9	3,8	4,0	3,4	3,6	4,0	3,9	3,8	3,8	3,5
sixx	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,7	0,9	0,7	0,7	0,8	0,9
SAT.1 Gold	0,5	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9
ProSieben MAXX	0,4	0,5	0,4	0,6	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6
∑ ProSiebenSat.1 Media AG	**18,5**	**18,6**	**19,8**	**19,5**	**19,6**	**17,2**	**18,5**	**20,9**	**20,6**	**20,4**	**20,1**	**19,4**
RTL Television	12,8	10,4	10,6	10,6	10,6	8,4	9,0	9,0	10,0	11,5	10,7	9,5
RTL II	3,9	3,8	3,8	4,1	4,0	3,4	3,6	3,9	3,9	3,9	4,0	3,9
RTL Nitro	1,0	1,0	1,2	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,4	1,4	1,4
SUPER RTL	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,5	1,7	1,9	1,7	1,7	1,7	1,8
VOX	5,1	4,9	5,4	5,5	5,4	4,5	4,8	5,4	5,6	5,5	5,4	5,1
n-tv	1,0	0,9	1,1	1,0	1,0	0,8	1,0	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9
∑ Mediengruppe RTL Deutschland	**25,6**	**22,7**	**23,9**	**24,3**	**24,2**	**20,0**	**21,5**	**22,6**	**23,6**	**24,9**	**24,1**	**22,6**
Das Erste	11,7	13,4	12,3	11,4	12,0	17,4	15,0	11,3	11,3	11,1	11,8	11,5
ARD-Dritte (gesamt)	12,6	12,4	12,6	12,4	12,6	10,7	11,8	12,9	12,3	12,1	12,2	13,6
ZDF	13,4	15,1	12,3	12,7	12,0	17,6	14,8	11,6	12,5	12,3	12,3	12,7
ZDFinfo	0,8	0,7	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0
ZDFkultur	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
ZDFneo	1,2	1,2	1,1	1,2	1,3	1,2	1,3	1,4	1,5	1,4	1,3	1,4
3sat	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1	1,2	1,1	1,0	1,1	1,3
arte	1,0	0,9	0,9	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0	1,1	0,9	0,9	1,1
KiKA	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,0	1,0	1,3	1,3	1,2	1,3	1,2
Phoenix	1,1	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0	1,1	1,3	1,1	1,1	1,1	1,3
∑ öffentlich-rechtlicher Rundfunk	**44,4**	**47,3**	**43,8**	**43,2**	**43,4**	**51,9**	**48,2**	**43,3**	**43,5**	**42,3**	**43,3**	**45,4**
13th Street	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
COMEDY CENTRAL	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4
Deluxe Music	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Disney Channel (ab 17.01.2014)	-	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8
DMAX	1,0	0,9	0,9	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	1,0
Eurosport	0,8	0,4	0,6	0,7	0,6	0,5	0,7	0,7	0,5	0,4	0,5	0,6
Fox Channel	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
History	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
joiz	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Motorvision TV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N24	1,0	0,9	1,1	1,0	1,1	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
National Geographic Channel	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
National Geographic Wild Channel	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Nickelodeon	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,6	0,5	0,7	0,7	0,8
Servus TV Deutschland	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Sky digital (gesamt)	0,9	1,3	1,5	1,5	1,0	0,7	0,9	1,5	1,4	1,3	1,4	1,3
SPORT1	0,7	0,7	0,9	1,0	0,9	0,6	0,7	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9
Syfy	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1
Tele 5	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	0,8
TLC	-	-	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
TNT Film	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
TNT Serie	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
VIVA	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,1	0,1	0,2
Welt der Wunder TV	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0
restliche, in der Tabelle nicht aufgeführte Zuschaueranteile (1)	4,1	3,3	3,2	3,4	3,9	3,3	3,5	3,8	3,5	3,5	3,3	3,5

Anteile an der täglichen durchschnittlichen Sehdauer in Prozent (GfK-„Marktanteile“), Zuschauer ab drei Jahren, Montag bis Sonntag, 3:00 bis 3:00 Uhr, repräsentativ für 36,71 Mio. Fernsehhaushalte (bzw. 72,20 Mio. Personen, Stand: 01.01.2014) in Deutschland einschließlich EU-Haushalte, Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK.

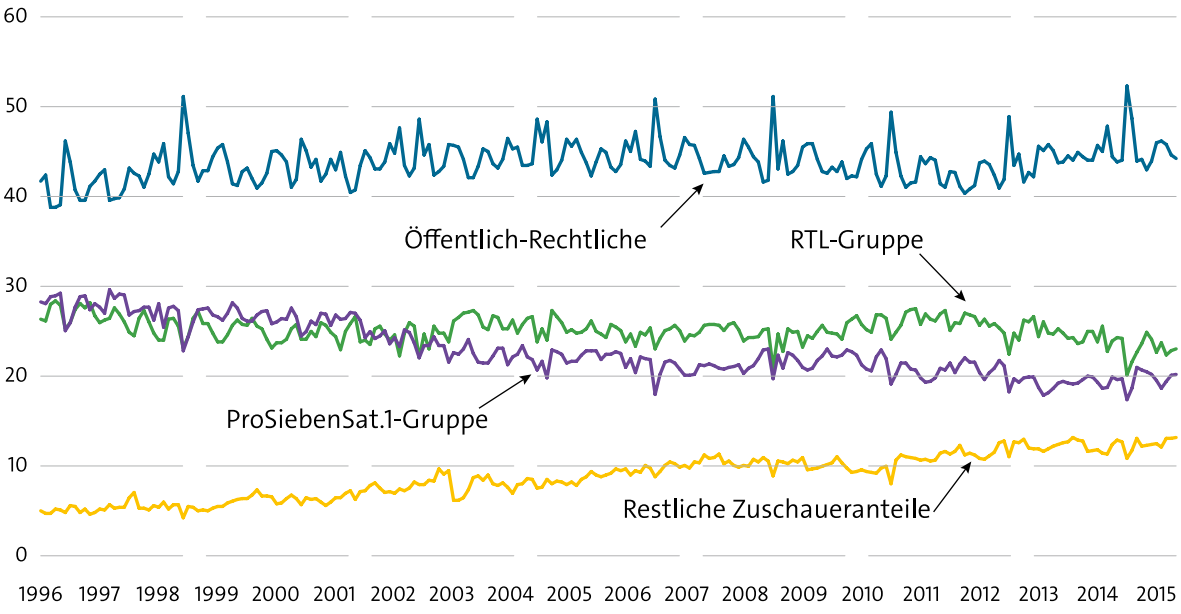
(1) Z. B. Bibel TV, Pay-TV-Programme, Teleshoppingsender, privates Regionalfernsehen, fremdsprachige Programme, Offene Kanäle.

Zuschaueranteile 2014 (Jahreswerte)



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, Zuschauer ab 3 Jahren, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Darstellung KEK.

Entwicklung der Zuschaueranteile der Sendergruppen seit 1996 (in Prozent)



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, Zuschauer ab 3 Jahren, eigene Darstellung KEK.

5.2 Defizite bei der Bestimmung der Zuschaueranteile

Bei der Bestimmung der Zuschaueranteile verwendet die KEK gemäß der Übergangsbestimmung des § 34 Satz 1 RStV die von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) erhobenen monatlichen Daten zu den Anteilen der Fernsehsender an der täglichen durchschnittlichen Sehdauer (Zuschauer ab drei Jahren, Mo. – So.). Für die KEK wird jedoch die Bestimmung der Zuschaueranteile durch eine Reihe von Defiziten erschwert:

Datenbasis

Die AGF erfasst sämtliche in der Bundesrepublik Deutschland empfangbaren Fernsehprogramme, veröffentlicht aber ausschließlich die Zuschaueranteile (Monatsdaten zu den Zuschauern ab drei Jahren) ihrer Mitgliedssender und zum Teil der Veranstalter, die über eine Lizenz zum Bezug der Zuschaueranteilsdaten verfügen. Als Organ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat die KEK Zugriff auf die dort im Rahmen einer AGF-Lizenz vorhandenen Daten. Hierbei handelt es sich allerdings vorrangig um die ohnehin öffentlich zugänglichen Daten, so dass für die KEK die Datenbasis insgesamt unvollständig bleibt. So steht die Kommission bei Programmveranstaltern, die nicht Mitglied bzw. Lizenznehmer der AGF sind, vor dem Problem, hinsichtlich der Programmnutzung Aussagen zu treffen. Mangels öffentlich zugänglicher Zuschaueranteile legt die KEK andere Nutzungsdaten, wie personenbezogene Reichweitenangaben oder Abonnentenzahlen, zugrunde.

Empfangsebenen

In die Zuschaueranteile fließt die Fernsehnutzung über die Verbreitungswege Kabel, Satellit, Terrestrik und IPTV ein. Erfasst wird außerdem die zeitversetzte Nutzung aufgezeichneter Fernsehprogramme innerhalb drei Tagen nach dem Tag der Ausstrahlung.[26] Ab dem 01.01.2016 wird das AGF-Panel um die Internet-only-Haushalte erweitert.[27]

Die Bewegtbildnutzung im Internet fließt bislang nicht in die von der AGF ausgewiesenen Zuschaueranteile ein. Allerdings arbeitet die AGF seit drei Jahren an einem Projekt zur Messung von Videostreaming. Aufgrund der starken Fragmentierung des Marktes und der im Vergleich zum Fernsehen unterschiedlichen Nutzung ist bei der Videostreamingmessung die Verwendung eines eigenen Onlinepanels erforderlich. Im Auftrag der AGF wird in einem von Nielsen betriebenen Onlinepanel mit rund 25.000 Panelisten in ca. 15.000 Haushalten mit Internetanschluss die Nutzung von Videostreaming erhoben. Dabei orientieren sich Methodik und Messung am Fernsehforschungspanel.[28] Seit Februar 2014 veröffentlicht die AGF wöchentlich Hitlisten zur Streamingnutzung und seit Juni 2015 monatlich demographische Strukturen aus dem Online-Panel sowie Leistungswerte für ausgewählte Onlineangebote. Spätestens 2016 sollen die Daten aus Fernseh- und Online-Panel zusammengeführt werden, so dass im Ergebnis Gesamtreichweiten von Bewegtbildangeboten ausgewiesen werden können.

26 Nach Angaben der AGF erfolgen ca. 70 % aller Nutzungen aufgezeichneter Sendungen bis zum dritten Tag nach dem Tag der Ausstrahlung; Quelle: Hofsümmer/Engel, Das AGF-Fernsehforschungssystem in Deutschland, Aktueller Stand und zukünftige Herausforderungen, in: Media Perspektiven 5/2013, S. 261.

27 Vgl. AGF, Roadshow 2015, Die neue AGF-Grundgesamtheit.

28 Vgl. Hofsümmer/Engel, Das AGF-Fernsehforschungssystem in Deutschland, Aktueller Stand und zukünftige Herausforderungen, in: Media Perspektiven 5/2013, S. 269.

Derzeit fließen in die Messung die Internetnutzung an PCs und Laptops mit Windows- und MAC-Betriebssystemen ein.[29] Die mobile Internetnutzung über Tablets oder Smartphones sowie die Video-Nutzung auf Smart-TVs werden bislang noch nicht erfasst. Insgesamt verfolgt die AGF jedoch das Ziel, die Fernsehnutzung unabhängig vom Endgerät, dem Verbreitungsweg, dem Zeitpunkt oder dem Ort der Nutzung zu erfassen.[30]

Für die KEK sind Informationen bezüglich der Fernsehnutzung über alle Distributionswege wichtig. Denn exakte Zuschaueranteile sind Voraussetzung, um vorherrschende Meinungsmacht feststellen zu können.

Außer-Haus-Nutzung in öffentlichen Einrichtungen

Die AGF/GfK misst die Fernsehnutzung von Zuschauern ab drei Jahren, die in Privathaushalten leben. Erfasst werden auch die in den Panel-Haushalten mitsehenden Gäste.[31] Diese Gäste repräsentieren auch diejenigen Panel-Mitglieder, die Fernsehen außer Haus, also als Gäste in anderen Haushalten, nutzen. Somit steht die gemessene Gästenutzung in privaten Haushalten für die nicht gemessene Außer-Haus-Nutzung. Dabei besteht jedoch eine quantitative Einschränkung: Die Gästenutzung steht nur für einen Teil der Außer-Haus-Nutzung, da die Fernsehnutzung auf öffentlichen Plätzen (Public Viewing), in Hotels und öffentlichen Einrichtungen[32] wie z. B. Krankenhäusern, Vorsorge- oder Rehabilitationseinrichtungen und Gefängnissen nicht berücksichtigt wird. In diesen so genannten Anstaltshaushalten findet aber eine intensive Fernsehnutzung statt. Mit jährlich etwa 1,5 Mio. Patienten in Vorsorge- oder Rehabilitationseinrichtungen,[33] 20 Mio. vollstationären Patienten in Krankenhäusern[34] und 50 Tsd. Strafgefangenen im Justizvollzug[35] wird somit ein beachtlicher Teil der Fernsehnutzung der Bevölkerung Deutschlands nicht erfasst.

Für die Zwecke der Medienkonzentrationskontrolle ist jedoch die genaue Abbildung der Wirklichkeit über die Zuschaueranteile wichtig. Gründe für die Vernachlässigung der Messung der Außer-Haus-Nutzung in öffentlichen Einrichtungen sind zum einen die fehlenden rechtlichen Vorgaben und zum anderen der Forschungsauftrag der AGF, der sich lediglich auf die Erhebung der Fernsehnutzung in Privathaushalten bezieht.

Fernsehnutzung von Nicht-EU-Ausländern

Das Fernsehpanel D+EU, welches die Standardberichtsbasis der AGF/GfK-Fernsehforschung bildet, besteht seit dem 01.07.2012 aus 5.000 täglich berichtenden Haushalten. Damit sind die Zuschaueranteilsdaten repräsentativ für 72,36 Mio. Personen ab drei Jahren bzw. 37,03 Mio. Fernsehhaushalten in Deutschland (Stand: 01.01.2015).[36] Um die Repräsentativität der Zuschaueranteilsdaten zu gewährleisten, vergrößert die AGF die Zahl der Panelhaushalte kontinuierlich. Seit dem 01.01.2001 wird neben der Fernsehnutzung der deutschen Staatsbürger auch die der EU-Ausländer, die in Deutschland leben, von der AGF/GfK gemessen und in den Gesamtquoten ausgewiesen. Bislang unberücksichtigt blieb die Fernsehnutzung der in Deutschland lebenden Nicht-EU-Ausländer. Ab dem 01.01.2016 wird die AGF diese Messlücke schließen und damit für die Quotenmessung alle Zuschauer erfassen, die in Deutschland leben und Deutsch sprechen, unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit.[37]

29 Vgl. AGF, Präsentation in der KEK am 11.03.2014, Bewegtbildforschung in Deutschland, S. 14.
30 Vgl. AGF, Pressemitteilung vom 27.06.2012, Veränderter Markt, weiterentwickelte Währung.
31 Pro Panel-Haushalt wird die Fernsehnutzung von bis zu 16 Gästen inklusive Alter und Geschlecht erfasst. Quelle: AGF, www.agf.de/forschung/messung/substitution.
32 Vgl. AGF, www.agf.de/forschung/messung/messumfang/?name=ausserhausnutzung.
33 Die Angabe bezieht sich auf die Anzahl der vollstationären Patienten in Einrichtungen mit mehr als 100 Betten. Quelle: Statistisches Bundesamt, www.destatis.de.
34 Die Angabe bezieht sich auf aus dem Krankenhaus entlassene vollstationäre Patienten (einschließlich Sterbe- und Stundenfälle). Quelle: Statistisches Bundesamt, www.destatis.de.
35 Vgl. Statistisches Bundesamt, www.destatis.de.
36 Vgl. AGF, www.agf.de.
37 Vgl. AGF, Roadshow 2015, Die neue AGF-Grundgesamtheit.

6 Weitere Berichtspunkte

6.1 Aktuelle Befunde zur Nutzung von Fernsehen und Internet in Deutschland

6.1.1 Fernsehnutzung

Im Jahresdurchschnitt 2014 war das ZDF mit einem Zuschaueranteil von 13,3 % erneut Marktführer. Bereits in den Vorjahren war das ZDF mit Zuschaueranteilen von 12,8 % (2013) und 12,6 % (2012) Spitzenreiter. Auf dem zweiten Rang lag Das Erste mit 12,5 % Zuschaueranteil (2013: 12,1 %). Bei den privaten Programmen erreichte im Jahr 2014 RTL Television einen Zuschaueranteil von 10,3 %, SAT.1 8,1 %, ProSieben 5,5 % und VOX 5,2 %. Insgesamt vereinen diese sechs meistgenutzten Programme über die Hälfte des Fernsehkonsums in Deutschland auf sich. Rechnet man noch die Zuschaueranteile von RTL II (3,9 %) und kabel eins (3,8 %) hinzu, dann erreichten diese acht meistgesehenen Fernsehprogramme einen Zuschaueranteil von 62,6 %, das entspricht fast zwei Drittel der gesamten Fernsehnutzung.

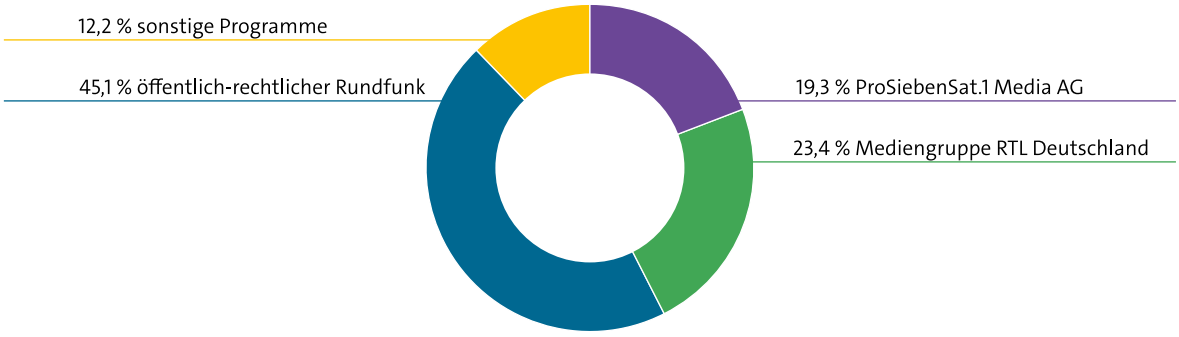
Werden die Zuschaueranteile der einzelnen Programme ihren „Senderfamilien“ zugerechnet (§ 26 RStV), so wird deutlich, dass drei große Sendergruppen den deutschen Fernsehmarkt dominieren: Es sind dies der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit einem Gesamtzuschaueranteil im Jahr 2014 von 45,1 %, die Mediengruppe RTL Deutschland mit 23,4 % und die ProSiebenSat.1 Media AG mit 19,3 % Zuschaueranteil. Auf die restlichen Sender entfällt ein Zuschaueranteil von insgesamt 12,2 %.

Zuschaueranteile der Programme der Veranstaltergruppen 2013 und 2014 (in Prozent)

	2013	2014
ProSiebenSat.1 Media AG	**19,3**	**19,3**
SAT.1	8,2	8,1
ProSieben	5,7	5,5
kabel eins	4,0	3,8
sixx	0,6	0,7
SAT.1 Gold (seit Febr. 2013)	0,4	0,7
ProSieben MAXX (seit Okt. 2013)	0,4	0,5
Mediengruppe RTL Deutschland	**24,6**	**23,4**
RTL Television	11,3	10,3
VOX	5,6	5,2
RTL II	4,2	3,9
SUPER RTL	1,9	1,7
RTL Nitro	0,7	1,3
n-tv	0,9	1,0
öffentlich-rechtlicher Rundfunk	**44,1**	**45,1**
ZDF	12,8	13,3
Das Erste	12,1	12,5
ARD-Dritte (gesamt)	13,0	12,4
ZDFneo	1,0	1,3
KiKA	1,2	1,2
3sat	1,1	1,1
Phoenix	1,1	1,1
arte	0,9	1,0
ZDFinfo	0,7	0,9
ZDFkultur	0,2	0,3
sonstige Programme	**12,0**	**12,2**

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, Zuschauer ab 3 Jahren, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU); eigene Darstellung KEK.

Zuschaueranteile der Veranstaltergruppen 2014



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, Zuschauer ab 3 Jahren, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), eigene Darstellung KEK.

Die seit einigen Jahren beobachtbare Fragmentierung des Fernsehmarktes setzte sich auch im Fernsehjahr 2014 fort. Die kleineren Sender gewannen an Marktanteilen bei der Fernsehnutzung, während die großen Sender Marktanteile verloren. Die Sendergruppen versuchen, mit eigenen zusätzlichen Spartenprogrammen diese Marktanteilsrückgänge in den Hauptprogrammen auszugleichen („Binnenfragmentierung"). Weitere Konkurrenz für das traditionelle lineare Fernsehen entsteht durch die zunehmende Verbreitung von nichtlinearen Angebotsformen, wie Video-on-Demand und Streaming. Allerdings zeigen aktuelle Umfragen, dass bislang nur rund 4 % der Bevölkerung kostenpflichtige Streamingangebote nutzen.[38]

Die Auswertungen der AGF für 2014 belegen, dass sich die (lineare) Fernsehnutzung mit einer durchschnittlichen täglichen Sehdauer von 221 Minuten, bezogen auf die Gesamtbevölkerung, unverändert auf hohem Niveau befindet (2013: 221 Min.; 2012: 222 Min.). Auch die Tagesreichweite, also der Bevölkerungsanteil, der an einem durchschnittlichen Tag das Fernsehgerät einschaltet, ist mit 70 % auf Vorjahresniveau. Anders sieht es in der jüngeren Bevölkerung aus; seit einigen Jahren ist hier eine rückläufige Tendenz zu beobachten. So lag die Tagesreichweite vor 10 Jahren in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen bei 60 %, im Jahr 2014 lag sie nur noch bei 43 % (bei 20- bis 29-Jährigen: 50 %). Damit schaltet in der jungen Zielgruppe knapp jeder Zweite an einem durchschnittlichen Tag das Fernsehgerät ein. Nach der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014 schauten die 14- bis 29-Jährigen täglich 124 Minuten (2013: 128 Minuten) klassisches lineares Fernsehen und bereits zusätzlich 11 Minuten Fernsehen im Internet.[39]

38 Vgl. Zubayr/Gerhard, Tendenzen im Zuschauerverhalten, Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2014, in: Media Perspektiven 3/2015, S. 110.

39 Vgl. Zubayr/Gerhard, Tendenzen im Zuschauerverhalten, Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2014, in: Media Perspektiven 3/2015, S. 114 f.

Durchschnittliche Sehdauer pro Tag und Tagesreichweiten in Deutschland 2013 und 2014

	Sehdauer in Minuten		Tagesreichweite in %	
	2013	2014	2013	2014
Zuschauer gesamt	**221**	**221**	**69**	**70**
3 – 13 Jahre	89	88	53	52
14 – 19 Jahre	92	95	43	43
20 – 29 Jahre	148	138	51	50
30 – 39 Jahre	195	195	68	68
40 – 49 Jahre	230	234	72	73
50 – 59 Jahre	260	270	75	77
60 – 69 Jahre	317	315	83	83
ab 70 Jahre	303	293	85	84

Quelle: Zubayr/Gerhard, Tendenzen im Zuschauerverhalten, Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2014, in: Media Perspektiven 3/2015, S. 114, dort angegebene Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Mo. - So., Fernsehpanel D+EU.

6.1.2 Internetnutzung

Die Zahl der Internetnutzer in Deutschland steigt kontinuierlich an, wie sich anhand der jährlich erscheinenden ARD/ZDF-Onlinestudien belegen lässt. Im Jahr 2014 waren vier Fünftel der Deutschen ab 14 Jahren (79,1 %) online (2013: 77,2 %; 2012: 75,9 %). Die 14- bis 19-Jährigen waren nahezu alle online, bei den 20- bis 29-Jährigen waren es 99,4 %. Der durchschnittliche Internetnutzer war an 5,9 Tagen wöchentlich online (2013: 5,8 Tage) und verbrachte täglich 166 Minuten im Netz. Zwischen 2000 und 2013 ist die tägliche Verweildauer von 91 Minuten auf 169 Minuten drastisch angestiegen. Die Tagesreichweite („Nutzer gestern“) liegt relativ konstant bei 80 % (2013: 80 %; 2012: 79 %).

Der steigende Internetkonsum ist in den letzten Jahren auch auf die zunehmende Verbreitung mobiler Endgeräte (Smartphones, Tablets etc.) zurückzuführen. Die Unterwegs- bzw. Außer-Haus-Nutzung des mobilen Internets weitet sich aus. Während 2012 lediglich 23 % der Onliner das Internet (zumindest gelegentlich) unterwegs nutzten, waren es 2013 bereits 41 % und im Jahr 2014 50 %.

Internetnutzer in Deutschland 2010 bis 2014

	zumindest gelegentlich genutzt, in %				
	2010	2011	2012	2013	2014
Gesamt	**69,4**	**73,3**	**75,9**	**77,2**	**79,1**
14 – 19 Jahre	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
20 – 29 Jahre	98,4	98,2	98,6	97,5	99,4
30 – 39 Jahre	89,9	94,4	97,6	95,5	97,4
40 – 49 Jahre	81,9	90,7	89,4	88,9	93,9
50 – 59 Jahre	68,9	69,1	76,8	82,7	82,1
ab 60 Jahre	28,2	34,5	39,2	42,9	45,4

Basis: Deutsch sprechende Bevölkerung ab 14 Jahren; 2010: n=1804, 2011: n=1800, 2012: n=1800, 2013: n=1800, 2014: n=1814;
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2010 - 2014, in: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 380.

Zu den dominierenden Anwendungen im Internet zählen nach wie vor die Informationssuche und die Kommunikation: 82 % der Onliner nutzen (mindestens einmal wöchentlich) Suchmaschinen und 79 % senden und empfangen E-Mails. Den größten Bedeutungszuwachs haben seit den letzten Jahren Onlinecommunitys und audiovisuelle Anwendungen. Inzwischen nutzen 34 % aller Onliner (mindestens einmal wöchentlich) Videoportale (2013: 32 %) und 39 % sind in sozialen Netzwerken aktiv (2013: 41 %).

Onlineanwendungen 2014

	mindestens einmal wöchentlich genutzt, in %	
	Gesamt	**14 – 29 Jahre**
Informationen suchen	82	92
Suchmaschinen nutzen	82	93
senden/empfangen von E-Mails	79	79
Wetterinformationen abrufen	51	64
aktuelle Nachrichten nutzen	49	60
Apps auf Mobilgeräten nutzen	44	72
Online-Nachschlagewerke nutzen	41	56
Onlinecommunitys nutzen	39	74
Videoportale	**34**	**70**
Chatten	32	65
Sportinformationen abrufen	25	30
Ortungsdienste für ortsbezogene Informationen nutzen	25	31
Onlinespiele	21	31
Onlinemediatheken nutzen	**18**	**30**
Onlineshopping	16	18
Audios im Internet herunterladen/anhören	14	36
an Internetforen teilnehmen	14	26
Fernsehsendungen/Videos zeitversetzt	**14**	**26**
Musikdateien aus dem Internet	13	34
digitale Landkarten/Stadtpläne nutzen	13	19
live im Internet Radio hören	12	16
RSS-Feeds oder Newsfeeds	11	22
Verkehrsinformationen abrufen	11	15
Mediatheken der Fernsehsender nutzen	**9**	**17**
live im Internet fernsehen	**8**	**13**
Audio-Streamingdienste nutzen	6	18
Fotocommunitys nutzen	6	19
Videopodcasts	6	16
Blogs nutzen	5	10
Microbloggingdienste/Twitter nutzen	5	12
Video-Streamingdienste oder Kino auf Abruf	**4**	**11**

	mindestens einmal wöchentlich genutzt, in %	
	Gesamt	14 – 29 Jahre
andere Audiodateien aus dem Internet	4	10
Audiopodcasts	4	10
Musikportale	3	9
Radiosendungen zeitversetzt	3	4

Basis: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren (n=1434);
Quelle: van Eimeren/Frees, 79 Prozent der Deutschen online - Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, in: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 387.

Ungeachtet des zunehmenden Internetkonsums haben sich bisher keine wesentlichen Verschiebungen im Medienbudget der Deutschen ergeben. Sowohl die Fernseh- als auch die Radionutzung blieben mit einer durchschnittlichen Nutzungsdauer von 240 Minuten pro Tag im ersten Halbjahr 2014 bzw. 192 Minuten gegenüber 2013 stabil.[40] Das Internet ist in den Fernseh- und Radioalltag integriert, was insgesamt zu einem höheren Medienkonsum führt. Auch die gleichzeitige Nutzung von Fernsehen und Internet, die stetig zunimmt, spielt dabei eine Rolle. Die Ausdehnung des mobilen Internets und die zunehmende Verbreitung der mobilen Endgeräte begünstigen diese Entwicklung.

Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Hörfunk und Internet 2004 bis 2014 (jeweils 1. Halbjahr; in Min./Tag)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fernsehen (Mo – So)[1]	230	231	235	225	225	228	244	229	242	242	240
Hörfunk (Mo – So)[2]	196	193	186	185	186	182	187	192	191	191	192
Internet (Mo – So)[3]	43	46	48	54	58	70	77	80	83	108	111

1) AGF/GfK: 2004 bis 2014, jeweils 1. Halbjahr
2) ma 2004/I, ma 2005/I, ma 2005/II, ma 2006/II, ma 2007/II, ma 2008/I, ma 2009/I, ma 2010/I, ma 2011/I, ma 2012/I, ma 2013/I, ma 2014/I
3) ARD/ZDF-Onlinestudien 2004 bis 2014

40 Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.

6.1.3 Bewegtbildnutzung im Internet

Der Begriff „Bewegtbildnutzung im Internet“ umfasst sowohl das Live-Fernsehen als auch das zeitversetzte Fernsehen online sowie die Nutzung von Videoportalen. Dabei ist es unerheblich, ob die Videos von professionellen TV-Anbietern stammen, zu Werbezwecken produziert oder von Privatpersonen ins Netz gestellt wurden. Die Internet-Videos stehen den Nutzern über eine Vielzahl von Plattformen[41] zur Verfügung: Es sind dies vor allem die Sendermediatheken (z. B. RTL Now, ARD Mediathek), Video-on-Demand-Plattformen (z. B. maxdome, iTunes), Videoportale (z. B. YouTube, MyVideo) und Live-Streaming-Plattformen (z. B. Zattoo, Magine TV). Daneben findet die Bewegtbildnutzung auch über Onlinecommunitys und die Websites von Printmedien oder Radiosendern statt.[42]

Nach Ergebnissen der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014 nutzen 75 % der Onliner zumindest gelegentlich (2013: 74 %), 45 % wöchentlich (2013: 43 %) und 14 % täglich (2013: 14 %) Bewegtbildinhalte online. Damit ist nur eine leichte Steigerung der Bewegtbildnutzung im Internet im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen. Vor allem Videoportale (64 %; 2013: 60 %), Mediatheken (32 %; 2013: 28 %) und Videopodcasts (10 %; 2013: 7 %) werden stärker genutzt, wohingegen der Anteil derjenigen, die im Internet live fernsehen (25 %; 2013: 26 %) stagniert. Auch die zeitversetzte Nutzung von Fernsehsendungen via Internet liegt mit 35 % (2013: 36 %) in etwa auf Vorjahresniveau. Nur 13 % der Onliner (2013: 12 %) nutzen zumindest gelegentlich Streamingdienste. Anders sieht es in der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen aus: Dort nutzen bereits ein Viertel (26 %) zumindest gelegentlich, 11 % wöchentlich und 3 % täglich Streamingdienste. Videoportale werden in dieser Altersgruppe am intensivsten genutzt (90 % gelegentlich, 70 % wöchentlich und 27 % täglich). Auch die zeitversetzte Nutzung von Fernsehsendungen, die Nutzung von Mediatheken und Videopodcasts hat in der Gruppe der unter 30-Jährigen im Vergleich zum Vorjahr zugenommen.

41 Grundsätzlich lassen sich die Bewegtbildplattformen im Internet in Video-on-Demand- und Streaming-Plattformen unterteilen. Über Video-on-Demand-Plattformen können Inhalte zu einem frei wählbaren Zeitpunkt abgerufen und angeschaut werden. Eine spezielle Form von Video-on-Demand-Diensten stellen Videoportale dar. Dabei handelt es sich um Webseiten, auf denen Videostreams in der Regel kostenfrei zur Verfügung stehen oder auf denen die Nutzer selbstgenerierte Inhalte („user generated content“) einstellen. Davon zu unterscheiden sind Live-Streaming-Dienste, die in erster Linie das lineare TV-Signal über das Internet verbreiten.

42 Vgl. Koch/Liebholz, Bewegtbildnutzung im Internet und Funktionen von Videoportalen im Vergleich zum Fernsehen, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, in: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 398.

Bewegtbildnutzung im Internet 2014

	Gesamtbevölkerung (in %)			14- bis 29-Jährige (in %)		
	zumindest gelegentlich	1x pro Woche	täglich	zumindest gelegentlich	1x pro Woche	täglich
Video (netto) gesamt	**75**	**45**	**14**	**94**	**79**	**32**
davon:						
Videoportale	64	34	10	90	70	27
Fernsehsendungen/ Videos zeitversetzt	35	14	1	53	26	2
Mediatheken	32	9	1	42	17	2
live fernsehen im Internet	25	8	1	36	13	2
Video-Streamingdienste	13	4	1	26	11	3
Videopodcasts	10	6	2	25	16	7

Basis: Deutsch sprechende Onlinenutzer ab 14 Jahren (n=1.434)
Quelle: van Eimeren/Frees, 79 Prozent der Deutschen online - Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, in: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 389.

Von der zunehmenden Vertrautheit mit Bewegtbild im Internet kann jedoch noch nicht auf eine routinemäßige Nutzung geschlossen werden. Dies wird deutlich, wenn man die Nutzungshäufigkeit genauer betrachtet. Beispielsweise schauen zwar 35 % der Gesamtbevölkerung gelegentlich, aber nur 14 % einmal pro Woche und 1 % täglich Fernsehsendungen und Videos zeitversetzt an.[6] Diese Tendenz ist auch in allen anderen Kategorien sowie bei den 14- bis 29-Jährigen zu beobachten. Fernsehen im Internet, ob linear oder zeitversetzt, spielt also nach wie vor im täglichen Ablauf eine eher untergeordnete Rolle.

6.1.4 Fernsehen auf unterschiedlichen Zugangswegen und Plattformen

Oftmals wird behauptet, dass die jüngere Zielgruppe gar nicht mehr fernsieht. Diese Aussage ist eher verallgemeinernder Natur und beruht nicht auf empirischen Forschungsergebnissen.[43] Unstrittig ist, dass jüngere Menschen grundsätzlich weniger fernsehen als ältere. Und wenn sie fernsehen, tun sie es immer öfter über das Internet. Die Fernsehnutzung ist nicht an das klassische Fernsehgerät gebunden, sondern kann zudem über eine Vielzahl an mit dem Internet verbundenen Geräten, wie Laptops, Smartphones, Tablets, Spielekonsolen oder E-Book-Reader, erfolgen. Hinzu kommen diverse Plattformen, wie Sendermediatheken, Videoportale oder Streamingdienste, über die Fernsehinhalte konsumiert werden können. Das Internet ist somit ein neuer Verbreitungsweg, der dem Medium Fernsehen neue Nutzungsoptionen eröffnet.

Bislang wird die Bewegtbildnutzung im Internet von der AGF erst ansatzweise gemessen (siehe auch Kap. 5 Zuschaueranteile). Im Rah-

43 Vgl. Frees, Konvergentes Fernsehen: TV auf unterschiedlichen Zugangswegen, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, in: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 417.

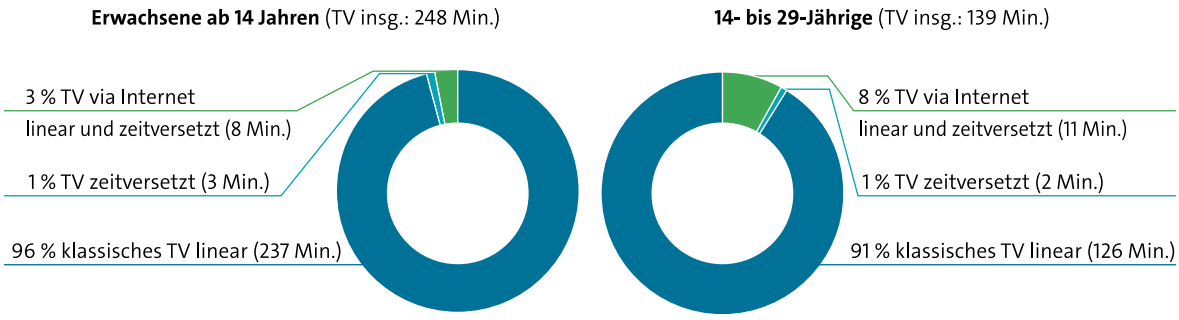
men der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014 wurden deshalb ergänzende Angaben zur Fernsehnutzung - linear, zeitversetzt und nonlinear - über alle möglichen Verbreitungswege und Gerätetypen per telefonischer Abfrage ermittelt. Die Kombination beider Nutzungserhebungen lässt über das Kriterium Sehdauer einen direkten Vergleich zwischen den Mediengattungen Fernsehen und Internet bzgl. des täglichen Fernsehkonsums zu.[44]

Fernsehnutzung 2014
(klassisches TV linear, TV zeitversetzt, TV via Internet linear und zeitversetzt)

Die Erwachsenen ab 14 Jahren sahen insgesamt 248 Minuten täglich fern. Davon entfielen auf das klassische (lineare) Fernsehen 237 Minuten (das sind 96 % der Gesamtfernsehnutzung) sowie 3 Minuten (1 %) auf die zeitversetzte Fernsehnutzung. 8 Minuten (3 %) der täglichen Fernsehnutzung (linear und zeitversetzt) erfolgten über das Internet.

Die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen sieht täglich insgesamt 139 Minuten fern. Damit liegt deren Sehdauer deutlich unter der der älteren Bevölkerung. Auf das lineare Fernsehen entfallen 126 Minuten (das entspricht 91 % der Gesamtnutzung), auf das zeitversetzte Fernsehen 2 Minuten (1 %) und auf Fernsehen via Internet (linear und zeitversetzt) 11 Minuten (8 %). Im Vergleich zum Vorjahr hat sich bei den Jüngeren keine Verschiebung hinsichtlich der Fernsehnutzung ergeben.

Fernsehnutzungsformen 1. Halbjahr 2014



Basis für klassisches TV linear und zeitversetzt: Erwachsene ab 14 Jahren, TV Scope, 1.1.-30.06.2014 (endgültig gewichtet); Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK (D+EU).
Basis für TV-Sendungen via Internet linear und zeitversetzt: Alle Befragten ab 14 Jahren, Mediennutzung gestern, Mo.-So., 05:00-24:00 Uhr (n=1.814); Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.
Quelle: Frees, Konvergentes Fernsehen: TV auf unterschiedlichen Zugangswegen, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, in: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 418; eigene Darstellung KEK.

44 Vgl. Frees, a. a. O., S. 417 - 419.

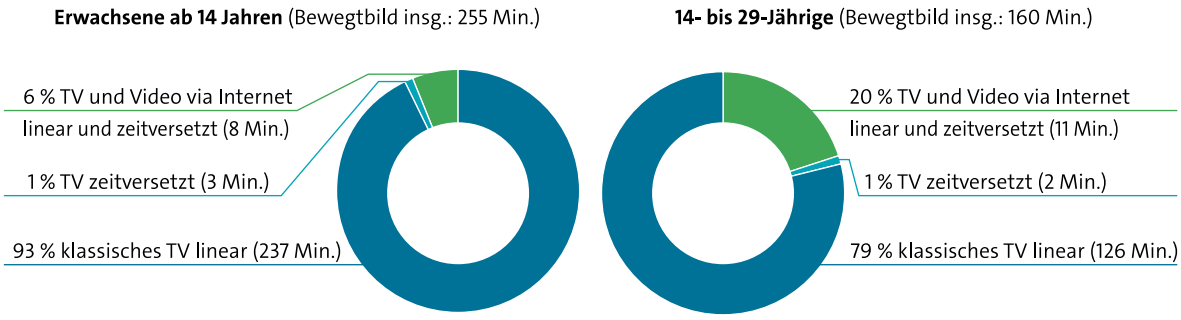
Fernsehnutzung plus Onlinevideos 2014 (klassisches TV linear, TV zeitversetzt, TV und Videos via Internet linear und zeitversetzt)

Wird auch die Nutzung sonstiger Onlinevideos z. B. über Videoportale, Onlinevideotheken, Streamingdienste oder Websites von Tageszeitungen, Firmen oder Privatpersonen einbezogen, ergibt sich folgendes Bild:

Erwachsene ab 14 Jahren verbringen täglich 7 Minuten mit sonstigen Onlinevideos. Zusammengenommen mit den 8 Minuten Fernsehnutzung über das Internet (linear und zeitversetzt) sind dies insgesamt 15 Minuten TV- und Videonutzung via Internet, was einem Anteil von 6 % (2013: 4 %) an der täglichen Bewegtbildnutzung überhaupt entspricht.

Die 14- bis 29-Jährigen sehen täglich 21 Minuten sonstige Onlinevideos, neben 11 Minuten TV-Nutzung im Internet. Das sind bereits 32 Minuten bewegte Bilder im Internet täglich und entspricht einem Anteil von 20 % (2013: 17 %) an der täglichen Bewegtbildnutzung insgesamt.

Fernsehnutzungsformen plus Onlinevideos 1. Halbjahr 2014



Basis für klassisches TV linear und zeitversetzt: Erwachsene ab 14 Jahren, TV Scope, 1.1.-30.06.2014 (endgültig gewichtet); Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK (D+EU).
Basis für TV-Sendungen und Videos via Internet linear und zeitversetzt: Alle Befragten ab 14 Jahren, Mediennutzung gestern, Mo.-So., 05:00-24:00 Uhr (n=1.814); Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.
Quelle: Frees, Konvergentes Fernsehen: TV auf unterschiedlichen Zugangswegen, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, in: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 419; eigene Darstellung KEK.

6.1.5 Fazit

Das Fernsehen ist heute noch das meistgenutzte Medium und beliebteste Freizeitbeschäftigung. Allerdings wird zunehmend die Frage diskutiert, ob das klassische (lineare, zeitlich fixierte) Fernsehen seine Rolle als Leitmedium an das Internet verliert. Besonders in jüngeren Altersgruppen überwiegt inzwischen die Internetnutzung gegenüber der Fernsehnutzung.[45] Über das Internet werden zunehmend Fernsehsendungen und TV-Formate als Video-on-Demand- oder Streamingangebote verbreitet. Eine Unterscheidung zwischen Fernseh- und sonstigen Bewegtbildinhalten im Internet wird zunehmend schwieriger. Das Verständnis von Fernsehen ändert sich und vielerorts werden Überlegungen angestellt, wie der Rundfunkbegriff angepasst werden kann, um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen. Wird der

45 In der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen wird das Fernsehen 128 und das Internet 233 Min./Tag genutzt; Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.

Fernsehbegriff um professionell produzierte Onlineinhalte erweitert, dann schauen die Zuschauer in der Summe nicht weniger, sondern diversifizierter fern.[46]

6.2 Veröffentlichung des Fünften Konzentrationsberichts der KEK

Das gegenwärtige fernsehzentrierte Medienkonzentrationsrecht berücksichtigt nicht mehr angemessen die Veränderungen in der Mediennutzung, wie sie seit nunmehr 20 Jahren zu beobachten sind. Zu diesem Ergebnis gelangt der aktuelle Konzentrationsbericht der KEK, der am 10. Februar 2015 in Berlin vorgestellt wurde.

Die klassische Mediennutzung verändert sich, vor allem aufgrund der zunehmenden Flexibilität durch nichtlineare TV-Angebote, mobile Endgeräte und speziell für die Online-Nutzung konzipierter Angebotsformen. Trotz eines erkennbaren Wandels des Nutzungsverhaltens, vor allem bei Jugendlichen, ist die seit nunmehr zehn Jahren angekündigte Ablösung des Fernsehens durch das Internet jedoch bislang ausgeblieben. Das Fernsehen ist mit einer durchschnittlichen Sehdauer von 221 Minuten pro Tag und Person im Jahr 2014 (2009: 212 Minuten) auch weiterhin mit Abstand das bedeutendste Massenmedium mit der höchsten Nutzungsdauer und stellt damit nach wie vor das Leitmedium dar.

Dennoch erscheint es aus Sicht der KEK nicht gerechtfertigt, auf Dauer an der Fokussierung auf das Fernsehen im Rahmen der meinungsbildungsrelevanten Medien festzuhalten, zumal § 26 Rundfunkstaatsvertrag durch die verwaltungsgerichtliche Rechtsprechung stark eingeschränkt wurde. Eine effektive crossmediale Konzentrationskontrolle ist auf dieser Grundlage nicht mehr gewährleistet.

Der Konzentrationsbericht beschreibt deshalb das Modell eines fernsehbasierten Ansatzes, der eine crossmediale konzentrationsrechtliche Bewertung an die Beteiligung eines bundesweiten Fernsehveranstalters mit einem bestimmten Zuschaueranteil knüpft. Auf diese Weise kann der rechtliche Status quo moderat weiterentwickelt und die etablierten Regeln der Konzentrationskontrolle in anderen Medienbereichen – insbesondere bei der Presse und dem lokalen Rundfunk – zunächst beibehalten werden. Dies stellt zugleich die verfassungsrechtlich gebotene Rechts- und Planungssicherheit für die relevanten Akteure sicher. Die Fortentwicklung des gegenwärtigen fernsehzentrierten zu einem fernsehbasierten Konzentrationsrecht wäre auch ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltsicherung. Sie übertrüge der KEK eine Aufgabe, die bereits in ihrem Titel angelegt, aber durch die bisherige Gesetzeslage nur unzureichend abgebildet ist: eine Ermittlung und Verhinderung „der Konzentration im Medienbereich".

In ihrem Positionspapier für die Bund-Länder-Kommission, Arbeitsgruppe Vielfaltsicherung/Kartellrecht, entwickelt die KEK den insoweit bereits angelegten medienkonzentrationsrechtlichen Ansatz weiter. Diese Positionsbestimmung wird in die Arbeitsgruppe „Kartellrecht/Vielfaltsicherung" ebenso eingebracht wie in die weitergehende Diskussion um eine der Medienkonvergenz angemessene Medienordnung (s. 6.3).

46 Vgl. Frees, a.a.O.

Im Weiteren gibt der Konzentrationsbericht einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des Programmangebots im bundesweiten privaten Fernsehen und die Hauptakteure im Fernsehmarkt. Das Programmangebot in Deutschland ist sehr vielfältig. Zum Jahresende 2013 waren insgesamt 180 bundesweite private Fernsehprogramme zugelassen. Auf Sendung befanden sich 141 Programme, davon 20 Vollprogramme sowie 121 Spartenprogramme. Hinzu kommen 22 Voll- und Spartenprogramme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, 233 landesweite, regionale und lokale Fernsehprogramme, diverse Teleshoppingkanäle sowie deutsch- und fremdsprachige Programme mit einer ausländischen Lizenz. Ende 2013 gab es 75 Pay-TV-Programme mit deutscher Lizenz und mehr als 6 Mio. Pay-TV-Abonnenten.

Obwohl die Anzahl der bundesweit veranstalteten Fernsehprogramme kontinuierlich zunimmt, zeigen sich gemessen an den Sehdaueranteilen der Zuschauer weiterhin enge, oligopolistische Marktstrukturen. Insgesamt knapp 90 % der durchschnittlichen Fernsehnutzung im Jahr 2014 entfallen auf die Programmangebote der Sendergruppierungen der öffentlich-rechtlichen Sender (45,0 %; 2009: 42,9 %), der Mediengruppe RTL Deutschland (23,3 %; 2009: 25,2 %) und der ProSiebenSat.1 Media AG (19,4 %; 2009: 22,0 %). Allerdings führt der Markteintritt von neuen, zumeist Spartenprogrammen, zu einer zunehmenden Fragmentierung des Fernsehmarktes. Obwohl die großen Sender weiterhin den Markt anführen, stagnieren deren Marktanteile oder nehmen sogar ab. Hinzu kommt, dass das lineare Fernsehen immer mehr (vor allem jüngere) Zuschauer an das Internet verliert. Die Programmveranstalter verbreiten ihre Inhalte deshalb verstärkt auch über das Internet und versuchen dadurch, die Reichweitenverluste im Bereich des linearen Fernsehens auszugleichen.

Im berichtenden Teil enthält der Konzentrationsbericht Darstellungen und Analysen der zentralen Entwicklungen auf medienrelevanten verwandten Märkten. Dabei werden u. a. die Publikumsmärkte des Hörfunks, der Tagespresse, Zeitschriften und Online-Medien sowie die vor- und nachgelagerten Märkte des Rechtehandels, der Programmplattformen und Übertragungswege untersucht. Zudem liefert der Bericht eine Darstellung des europarechtlichen Rahmens und stellt beispielhaft die Entwicklung der crossmedialen Regulierung in Australien und Großbritannien dar.

6.3 Positionspapier der KEK für eine zukunftsfähige Vielfaltsicherung

Im Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD wurde am 16. Dezember 2013 vereinbart, zeitlich befristet eine Bund-Länder-Kommission einzusetzen, um erforderliche Kompatibilitätsregeln und daran anknüpfende Anpassungen – z. B. an den Schnittstellen Medienaufsicht, Telekommunikationsrecht und Wettbewerbsrecht – zu erarbeiten.

Im Rahmen eines ersten Treffens auf Staatssekretärsebene Ende März 2015 haben sich Bund und Länder auf gemeinsame Schwerpunktthemen zu regulatorischen Schnittmengen und die Einsetzung entsprechender Arbeitsgruppen verständigt. Mit der Koordinierung der Arbeiten wurde auf Länderseite das Vorsitzland der Rundfunkkommission Rheinland-Pfalz und auf Bundesseite die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien betraut.

Zum Thema „Kartellrecht/Vielfaltsicherung" wurde eine Arbeitsgruppe unter dem gemeinsamen Vorsitz des Landes Baden-Württemberg und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie eingerichtet.

Mit dem hier wiedergegebenen Papier entwickelt die KEK den im aktuellen Konzentrationsbericht bereits angelegten medienkonzentrationsrechtlichen Ansatz weiter. Diese Positionsbestimmung wird in die Arbeitsgruppe „Kartellrecht/Vielfaltsicherung" ebenso eingebracht wie in die weitergehende Diskussion um eine der Medienkonvergenz angemessene Medienordnung.

1. Konvergenzprozess

Ein sich beschleunigender Konvergenzprozess prägt den Medienbereich. Technische Weiterentwicklungen ermöglichen gattungsübergreifende Angebote und führen zu verändertem Mediennutzungsverhalten. Bewegtbilder laufen nicht mehr nur auf dem klassischen Fernsehgerät. Durch das Internet können Medieninhalte auf einer Vielzahl an Endgeräten genutzt werden; die Nutzung der Angebote erfolgt zunehmend mobil sowie zeitlich und räumlich unabhängig.

Dem häufig vermittelten Eindruck, das lineare Fernsehen befinde sich im Inbegriff der Ab- und Auflösung durch nicht-lineare Angebote, widersprechen jedoch aktuelle Erhebungen zur Bewegtbildnutzung. In allen Altersgruppen dominiert nach wie vor deutlich die lineare Fernsehnutzung: 93 % der Erwachsenen ab 14 Jahren schauen klassisches lineares TV, in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen sind es 79 % (2014). Zudem ist die Nutzung des Fernsehens insgesamt nicht rückläufig. Das Fernsehen ist damit weiterhin das Leitmedium – und wird es auch in naher Zukunft bleiben.

Zu beobachten ist allerdings ein Anstieg der nicht-linearen Nutzung, vor allem durch die jüngere Zielgruppe. Dabei konsumieren bereits 20 % der Jüngeren Bewegtbildinhalte im Internet (linear und nicht-linear; 2013: 17 %). Dieser Trend wird sich durch die fortschreitende technische Entwicklung und die damit verbundenen Nutzungsvorteile beschleunigen.

Für einen zukunftssicheren Regulierungsrahmen müssen redaktionell gestaltete Bewegtbildinhalte maßgeblich sein, und zwar unabhängig von der Art ihrer Verbreitung (linear/nicht-linear).

2. Intermediäre

Das Internet eröffnet den Zugang zu einer Vielzahl von Medienangeboten. Angesichts der bestehenden Informationsfülle wird dabei die Auffindbarkeit und Verbreitung der Angebote zu einem

wesentlichen Faktor für den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung. Hierfür spielen Informationsintermediäre wie Suchmaschinen oder soziale Netzwerke eine zentrale Rolle. Informationen werden von diesen für ihre Nutzer gesammelt, ausgewählt, gewichtet und zusammengeführt. Sie haben das Potenzial, die Meinungsbildung zu lenken und damit auch zu beeinflussen. Im Prozess der öffentlichen Meinungsbildung kommt insbesondere vielgenutzten Informationsintermediären wie Google und Facebook eine Torwächterrolle zu. Die von ihnen verwendeten Algorithmen sind für den Nutzer intransparent.

Aufgrund ihrer Bedeutung für den Meinungsbildungsprozess bedarf es zumindest einer medienrechtlichen Missbrauchsaufsicht über Intermediäre.

3. Verfassungsrechtlicher Auftrag zur Vielfaltsicherung

Der Auftrag zur Vielfaltsicherung und Medienkonzentrationskontrolle ergibt sich unmittelbar aus Art. 5 Abs. 1 GG. Das Bundesverfassungsgericht folgert hieraus die Schaffung einer „positiven Ordnung“ für den Rundfunk. Dem Entstehen vorherrschender Meinungsmacht soll durch eine medienspezifische Konzentrationskontrolle vorgebeugt werden, da sich einmal eingetretene Fehlentwicklungen – wenn überhaupt – nur bedingt und nur unter erheblichen Schwierigkeiten rückgängig machen lassen. Trotz der Entwicklungen im Bereich der Kommunikationstechnologie und Medienmärkte ist die Sicherung der Medienvielfalt deshalb keine obsolete Aufgabe.

Auch in einer konvergenten Medienwelt bedarf es weiterhin der Vielfaltsicherung und Medienkonzentrationskontrolle.

4. Medienkonzentrationskontrolle und Kartellrecht

Das Kartellrecht bezweckt die Aufrechterhaltung ökonomischen Wettbewerbs. Im Rahmen der Zusammenschlusskontrolle sollen die Entstehung bzw. Verstärkung marktbeherrschender Stellungen sowie wettbewerbshemmende Absprachen verhindert werden. Erfasst wird dabei allein externes Unternehmenswachstum (Übernahmen, Zusammenschlüsse).

Das Medienkonzentrationsrecht hingegen erfasst neben externem auch internes Wachstum meinungsrelevanter Medienanbieter. Ferner fallen Zusammenschlüsse, die keiner Fusionskontrolle unterliegen oder für die das Recht der Wettbewerbsbeschränkungen aus sonstigen Gründen keine Grenzen setzt, in den Anwendungsbereich des Medienkonzentrationsrechts. Das Bundesverfassungsgericht sieht deshalb in der alleinigen Anwendung der Fusionskontrolle kein hinreichendes Mittel, um Meinungsvielfalt im Rundfunk zu gewährleisten und vorherrschende Meinungsmacht zu verhindern. In einer konvergenten Medienwelt gilt diese Feststellung auch für nichtlineare Medien. Zudem wäre eine rein auf die Gewährleistung von Meinungsvielfalt gerichtete Anwendung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) verfassungswidrig. Eine Entscheidungsdivergenz zwischen dem Kartell- und Medienkonzentrationsrecht schadet im Übrigen nicht; Markt- und Meinungsmacht verdienen es, je getrennt bewertet und ggf. vermieden zu werden.

Neben dem Kartellrecht bedarf es auch weiterhin einer eigenständigen medienspezifischen Konzentrationskontrolle.

5. Defizite der gegenwärtigen Medienkonzentrationskontrolle

Die Ziele des gegenwärtigen Medienkonzentrationsrechts – Sicherung medialer Vielfalt und Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht – bestehen fort. Das bisherige, allein fernsehzentrierte Konzentrationsrecht, wird diesen Anforderungen jedoch nicht mehr gerecht. Vor allem das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 29.01.2014 i. S. Springer/BLM beraubt das bestehende System der Konzentrationskontrolle seiner Wirksamkeit. Neben den Fernsehaktivitäten eines Unternehmens kann die KEK nach diesem Ur-

teil zusätzliche Aktivitäten auf medienrelevanten verwandten Märkten, wie z. B. in den Bereichen Hörfunk, Presse und Online, nur noch dann in ihre Prüfung einbeziehen, wenn die dem Unternehmen zuzurechnenden linearen Fernsehprogramme insgesamt mindestens einen Zuschaueranteil in Höhe von 20 % erreichen. Dabei sind Boni für Regional- und Drittfenster (insgesamt maximal 5 %) vorab abzuziehen.

Kein am deutschen Fernsehmarkt aktives Unternehmen erreicht gegenwärtig diesen gerichtlich vorgegebenen Schwellenwert. In der Folge sind damit jegliche crossmedialen Zusammenschlüsse einer medienkonzentrationsrechtlichen Kontrolle entzogen. Derzeit könnte beispielsweise weder ein Zusammenschluss des Axel Springer Verlags mit der ProSiebenSat.1-Gruppe oder mit der RTL-Gruppe/Bertelsmann noch ein Zusammenschluss von Google, Facebook oder Netflix mit der ProSiebenSat.1- oder der RTL-Gruppe/Bertelsmann medienrechtlich geprüft werden.

Eine effektive Konzentrationskontrolle crossmedialer Zusammenschlüsse ist momentan nicht gewährleistet. Die Reform des Medienkonzentrationsrechts gehört deshalb auf die Agenda der aktuellen Reformdebatte.

6. Fernsehbasierte Sicherung der Meinungsvielfalt

Für eine neue medienkonzentrationsrechtliche Regelung bestehen im Wesentlichen zwei Optionen: Im Sinne einer „echten" und umfassenden Medienkonzentrationskontrolle kann bei der konzentrationsrechtlichen Bewertung auf eine Anbieterstellung im „Gesamtmeinungsmarkt" abgestellt werden, die alle professionellen Mediengattungen umfasst. Ab einem gewissen Gewicht auf dem Gesamtmeinungsmarkt wird vorherrschende Meinungsmacht vermutet. Dies führte zu einer vollständigen Loslösung vom bestehenden fernsehzentrierten Ansatz.

Als moderater Zwischenschritt kommt ein fernsehbasierter Ansatz in Betracht. Hier dient die bundesweite Veranstaltung von Fernsehprogrammen weiterhin als Anknüpfungspunkt der medienkonzentrationsrechtlichen Bewertung. Erlangt ein solcher Veranstalter einen bestimmten Anteil am Gesamtmeinungsmarkt, wird vorherrschende Meinungsmacht vermutet. Dies kann entweder allein durch die Veranstaltung von bundesweiten Fernsehprogrammen oder bei crossmedialen Zusammenschlüssen durch die Gesamtschau der Aktivitäten auf dem Fernseh- und auf sonstigen (horizontalen) Medienmärkten erreicht werden. Die Betätigung auf vor- oder nachgelagerten (vertikalen) Märkten ist dabei zur Be- oder Entkräftigung der Vermutung heranzuziehen. Für einen solchen Ansatz spricht die fortgeltende Bedeutung des Fernsehens als Leitmedium. Gleichzeitig können so die etablierten Regeln der Konzentrationskontrolle in anderen Medienbereichen – insbesondere bei der Presse – zunächst beibehalten werden.

Um eine wirksame crossmediale Vielfaltsicherung zu ermöglichen, muss in diesem fernsehbasierten Modell die Aufgreifgröße für eine medienkonzentrationsrechtliche Kontrolle durch die KEK allerdings deutlich unter der vom Bundesverwaltungsgericht aufgestellten 20 %-Grenze liegen.

Auch sind künftig dem linearen Fernsehen nicht-lineare meinungsrelevante professionelle Bewegtbildangebote gleichzustellen. Nach den verfassungsrechtlich relevanten Kriterien der Aktualität, Suggestivkraft und Breitenwirkung kommt diesen eine dem linearen Fernsehen vergleichbare Wirkung auf die Meinungsbildung zu.

Wo die Verbotsgrenze vorherrschender Meinungsmacht anzusetzen ist, ist eine politisch zu entscheidende Frage. Sie entscheidet über die Zahl der Anbieter und damit über das Maß an Vielfalt. Auch ökonomische Aspekte (Vitalität und Konkurrenzfähigkeit der Medienwirtschaft) sind hierbei zu berücksichtigen.

Das Medienkonzentrationsrecht sollte zu einem fernsehbasierten Modell weiterentwickelt werden, bei dem die Beteiligung eines Veranstalters von bundesweiten Fernseh- bzw. Bewegtbildangeboten (linear und/oder nicht-linear) Anknüpfungspunkt der konzentrationsrechtlichen

Prüfung ist. Maßstab der Prüfung ist die Stellung des Veranstalters auf dem Gesamtmeinungsmarkt.

7. Beauftragung der KEK zur Entwicklung von Leitlinien

Ausgangspunkt des hier vertretenen fernsehbasierten Regelungsansatzes ist ein Mindestzuschaueranteil im Bereich des bundesweiten privaten Fernsehens. Es wird vorgeschlagen, die KEK ausdrücklich zum Erlass und zur Veröffentlichung von Leitlinien zu ermächtigen, mit denen sie Einzelheiten zur Bestimmung der Messung von Reichweite und Nutzung sowie zur Einbeziehung von Medienangeboten konkretisieren kann.

Einzelheiten legt die KEK durch Verfahrensvorschriften fest.

8. Positive Vielfaltsicherung

Das geltende Recht versucht, Vielfaltsdefizite im privaten Fernsehen mithilfe von Fensterprogrammen abzuschwächen. Der Gesetzgeber hat sich insoweit für die Instrumente Regionalfenster und Vergabe von Sendezeit für unabhängige Dritte entschieden.

Diese Instrumente positiver Vielfaltsicherung werden von der KEK grundsätzlich befürwortet. Jedoch sollte bei den Regionalfenstern über neue Formate ebenso wie über den Ausbau und die Finanzierung regionaler Vielfalt nachgedacht werden. Insbesondere sollte die Stichtagsregelung des § 25 Abs. 4 Satz 1 RStV aufgegeben und die Pflicht zur Ausstrahlung von Regionalfenstern auf alle Bundesländer erstreckt werden. Dies würde auch eher die derzeitige, als zu hoch empfundene Bonifizierung der Regionalfenster mit 2 Prozentpunkten rechtfertigen.

Nach den bisherigen Erfahrungen mit Drittsendezeiten bei bundesweiten Anbietern stellt sich die Frage, ob Zulassung und Aufsicht in eine zentrale Zuständigkeit zu überantworten sind. Unter Vielfaltsgesichtspunkten sollte ferner in Betracht gezogen werden, Antragstellern maximal zweimal aufeinander folgend eine Zulassung zu erteilen. Die Drittfensterverpflichtung sollte zudem – wie die Verpflichtung zur Ausstrahlung von Regionalfenstern – nicht an konkrete Zuschaueranteilsgrenzen anknüpfen, sondern für beide reichweitenstärksten Fernsehvollprogramme gelten. Um auf der einen Seite einen effektiven Beitrag der Drittsendezeiten zur Meinungsvielfalt zu gewährleisten und auf der anderen Seite die Hauptprogrammveranstalter nicht unangemessen zu belasten, könnte es ferner sinnvoll sein, die vollständige Ausstrahlung der Formate innerhalb einer Kernsendezeit (19:00 Uhr bis 23:30 Uhr) zu verlangen, und dafür den erforderlichen zeitlichen Umfang der Drittsendezeiten zu reduzieren.

9. Konflikte und Divergenzen zwischen dem Medien- und Kartellrecht

Jenseits des autonomen Nebeneinanders von Medienkonzentrations- und Fusionskontrolle (4.) ist nicht auszuschließen, dass vielfaltsichernde Anstrengungen von Medienunternehmen an märkteschützenden Schranken des Kartellrechts scheitern. Dieser Konflikt zwischen den Zielen des Medien- und des Kartellrechts dauert so lange an, wie nicht die Sicherung der Meinungsvielfalt als kompensierender Wert – vergleichbar den allgemeingültigen Rechtfertigungsgründen wie „technischer oder wirtschaftlicher Fortschritt“, „anderweitige Verbesserung von Wettbewerbsbedingungen“ oder „gesamtwirtschaftliche Vorteile“ – im Kartellrecht Berücksichtigung findet. Auch der umgekehrte Fall, dass wettbewerbsfördernde Maßnahmen auf Bedenken der Vielfaltsicherung stoßen (Bsp.: Machtzuwachs im globalen Wettbewerb v. Schutz der heimischen Meinungsvielfalt), ist vorstellbar.

Solche Konflikte und Divergenzen, die aus unterschiedlichen Normen (Medienrecht/Kartellrecht) und Zielsetzungen (Vielfaltsicherung/Wettbewerb) sowie aus unterschiedlichen Behördenzuständigkeiten resultieren können, sollten vermieden werden. Ein Ansatz zur Gewährleistung von

Kompatibilität zwischen dem Medien- und dem Kartellrecht könnte darin bestehen, das den EU-Mitgliedstaaten eingeräumte Privileg für Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse zu nutzen. Orientierungshilfe bietet insoweit der Rundfunkstaatsvertrag, der in den tatbestandlichen Schranken des Art. 106 Abs. 2 AEUV den Geltungsanspruch der EU-Wettbewerbsregeln und der Vorschriften des deutschen Kartellrechts zu verdrängen vermag. Dazu bedarf es jedoch eines ausdrücklichen Betrauensakts, durch den im Rahmen des Rundfunkstaatsvertrags oder – künftig – eines Medienstaatsvertrags der Länder den Unternehmen der Medienwirtschaft die Sicherung der Meinungsvielfalt als verpflichtende Aufgabe übertragen wird. Freilich bedarf diese Betrauung von Medienunternehmen einer Präzisierung der medienrechtlichen Anforderungen an ihre publizistischen Leistungen, um die kartellrechtliche Begünstigung rechtfertigen zu können.

Legislatorisch weniger aufwändig ließe sich eine Freistellung einzelner Vereinbarungen vom Kartellverbot unter den tatbestandlichen Anforderungen des § 2 GWB realisieren. Dazu genügte eine Erweiterung von Verbraucherschutz- um Vielfaltsicherungsinteressen und die Anerkennung der Meinungsvielfalt als Effizienzvorteil.

Der Schutz des Wettbewerbs erfolgt nach anderen Kriterien als die Sicherung der Meinungsvielfalt. Beide Zielsetzungen sind in einer freiheitlichen Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung wichtig. Konflikte und Divergenzen aus unterschiedlichen Normen und behördlichen Zuständigkeiten sollten allerdings vermieden werden.

10. Zusammenarbeit

§ 39 a Abs. 1 RStV verpflichtet die Landesmedienanstalten, auf Anfrage des Bundeskartellamts Erkenntnisse zu übermitteln, die für die Erfüllung seiner Aufgaben erforderlich sind. Die korrespondierende Vorschrift im Wettbewerbsrecht (§ 50 c Abs. 1 GWB) gestaltet die Zusammenarbeit des Bundeskartellamts mit den Medienanstalten demgegenüber nicht als Pflicht zum Austausch von Erkenntnissen, sondern lediglich als Kann-Vorschrift aus.

Unabhängig hiervon stehen der KEK selbst umfangreiche Auskunftsrechte und Ermittlungsbefugnisse nach § 37 Abs. 4 i. V. m. §§ 21, 22 RStV zu.

Zwischen der KEK und dem Bundeskartellamt findet schon heute ein verfahrensbezogener informeller Informationsaustausch statt; eine weitere Ausgestaltung der Zusammenarbeit auf gesetzlicher Basis erscheint demgegenüber nicht zwingend erforderlich.

Die Zusammenarbeit zwischen KEK und Bundeskartellamt erscheint bereits heute ausreichend geregelt.

6.4 HD-Verträge: Gefahren für die Meinungsvielfalt durch ungleiche Erlösverteilung?

Der kommerzielle Fernsehmarkt ist durch zwei dominierende Fernsehgruppen gekennzeichnet. Damit wird es zu einer wesentlichen Frage der Meinungsvielfalt, ob und zu welchen Bedingungen neben diesen Fernsehgruppen auch kleinere und von ihnen unabhängige Veranstalter Zugang zum Fernsehmarkt haben, insbesondere solche, die sich nicht auf Programmrechte international agierender Unternehmen stützen können. Dies hat auch Folgen für die Chancen lokaler und regionaler privater Anbieter. Die Bedingungen der Verbreitung über die wichtigsten Übertragungswege Kabel und Satellit sind von zentraler Bedeutung für die Chancen der Veranstalter, an der Meinungsbildung mitzuwirken.

Im klassischen Transportmodell, wie es der Regulierung der Verbreitungskonditionen im geltenden Rundfunkstaatsvertrag zugrunde liegt, zahlt jeder Veranstalter, dessen Programm über eine Plattform verbreitet wird, ein transparentes und vergleichbares Entgelt. Damit bestehen grundsätzlich chancengleiche Ausgangsbedingungen im Bereich der Distribution, auch wenn sich u. a. die Frage der Zulässigkeit von Rabatten für die Verbreitung einer Mehrzahl von Programmen stellt. Der Rundfunkstaatsvertrag gibt in § 52 d vor, dass die Anbieter von Programmen und vergleichbaren Telemedien durch die Ausgestaltung der Entgelte und Tarife nicht unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden dürfen.

Für die Weitersendung ihrer Programme im Breitbandkabel erhalten Fernsehveranstalter urheberrechtliche Vergütungen nach § 87 Abs. 1 Satz 1 UrhG. Die dazu geschlossenen Verträge lassen dadurch einen wirtschaftlichen Zusammenhang mit den Transportentgelten erkennen, dass bei den urheberrechtlichen Vergütungen danach differenziert wird, ob Kabelunternehmen Transportentgelte erhalten oder nicht.

Für die Verbreitung der Programme der privaten Fernsehgruppen und einzelner weiterer Veranstalter hat sich darüber hinaus ein Vermarktungsmodell entwickelt, bei dem die Veranstalter Rückflüsse aus zusätzlichen Entgelten erhalten, die den Plattformen von ihren Kunden für die digitale Verbreitung zufließen. Kartellrechtliche Verfahren haben dazu geführt, dass die zunächst vorgenommene Verschlüsselung der Programme in SD-Qualität aufgehoben worden ist. Ein Vermarktungsmodell wird aber für die HD-Verbreitung über Satellit und Kabel sowie inzwischen auch für DSL-TV und Plattformen im offenen Internet praktiziert. Die HD-Programme werden nur verschlüsselt und in der Regel gegen ein zusätzliches Teilnehmerentgelt verbreitet. Auch wenn nach dem mit dem Bundeskartellamt gefundenen Kompromiss die SD-Verbreitung über Kabel und Satellit noch einige Zeit fortgeführt werden muss, ist mit einem steigenden Anteil der Nutzung von HD-Programmen zu rechnen. Die öffentlich-rechtlichen Veranstalter beabsichtigen nach den Anmeldungen gegenüber der KEF, die Verbreitung in SD 2017 einzustellen.

Der Umfang, in dem private Veranstalter an den Erträgen aus dem HD-Zusatzentgelt beteiligt werden, richtet sich nach den bisherigen Erkenntnissen grundsätzlich nach dem Marktanteil. Öffentlich zugängliche Informationen über die nähere Ausgestaltung gibt es jedoch nicht.

Stellt man in einer wirtschaftlichen Gesamtbetrachtung einerseits die Zahlungsströme aus den Transportentgelten und andererseits die urheberrechtlichen Vergütungen und diejenigen für die Vermarktung von HD-Programmen gegenüber, erhalten die reichweitenstarken Programme zunehmende Erträge, während kleinere Veranstalter und insbesondere regionale und lokale Veranstalter für den Transport bezahlen, ohne dass dies in vergleichbarer Weise durch Erträge ausgeglichen wird.

Finanzstarke Sendergruppen können mit den zusätzlichen Erträgen weitere Kanäle gründen und die dadurch eröffneten Synergien nutzen. Dies schmälert auf der anderen Seite die Chancen kleinerer Veranstalter auf Zugang zum Markt. Ein Ausgleich zu Gunsten marktschwächerer, dafür aber für die Vielfalt bedeutsamer Angebote nach dem Vorbild der Verwertungsgesellschaften, ist bisher nicht erkennbar.

Die der Sicherung der Meinungsvielfalt dienenden Vorschriften zur Transparenz sowie zur grundsätzlichen Gleichbehandlung und Kontrollierbarkeit bei den Verbreitungskonditionen verlieren durch die Vermarktungsvereinbarungen an Wirksamkeit.

Auf der anderen Seite können die Plattformen ein Vermarktungsmodell nur mit Unterstützung der Sendergruppen und deren Kommunikationskraft durchsetzen. Die Zahlungsbereitschaft der Fernsehhaushalte für HD-Programme hängt wesentlich von den reichweitenstarken Programmen ab, so dass eine Differenzierung der Rückflüsse nach der Reichweite anders als bei den Transportentgelten nicht von vornherein als sachwidrig erscheint.

Vermarktungsmodelle im Bereich der reichweitenstarken Sendergruppen haben für die Meinungsvielfalt eine andere Bedeutung als solche im Bereich des Pay-TV. Bei den HD-Programmen der führenden privaten Fernsehveranstalter geht es um eine Basisversorgung der gesamten Bevölkerung, nicht um zusätzliche Programme gegen besonderes Entgelt, wie sie von Pay-TV-Plattformen angeboten werden.

Die KEK ist nach den Vorgaben der Verfassungsrechtsprechung gehalten, mögliche Fehlentwicklungen frühzeitig zu identifizieren, weil ihnen später nicht mehr wirksam entgegengetreten werden kann. Dazu ist über Vermutungen hinausgehend eine Kenntnis der Gesamtbedingungen notwendig, zu denen Fernsehprogramme über die wichtigsten Infrastrukturen verbreitet werden. Das Vorgehen der KEK erfolgt abgestimmt mit der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die ihrerseits darauf dringt, die Vorlage vertraglicher Vereinbarungen von Plattformanbietern mit den Veranstaltern über die Verbreitung von HD-Programmen zu erwirken, falls dies zur Prüfung des chancengleichen Zugangs erforderlich erscheint.

6.5 Bundesverwaltungsgerichtsurteil i. S. Springer / BLM[47]

6.5.1 Verfahren und Verfahrensgegenstand

Mit ihrer Entscheidung vom 10.01.2006 hat die KEK die geplante Übernahme der ProSiebenSat.1 Media AG durch die Axel Springer AG nicht als unbedenklich bestätigt.[48] Der Beschluss der KEK wurde von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) formal umgesetzt und die geplante Beteiligungsveränderung somit nicht genehmigt. Diese Entscheidung war Gegenstand mehrerer Gerichtsverfahren[49], die letztinstanzliche Entscheidung erging mit dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG) am 29.01.2014.[50] Das BVerwG hatte sich nach erfolgreicher Nichtzulassungsbeschwerde[51] im Rahmen der Revision gegen die Entscheidung des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs (BayVGH) vom 15.02.2012 zum zweiten Mal mit der medienrechtlichen Konzentrationskontrolle zu befassen. Die Schwerpunkte der Streitigkeit lagen dabei im Verständnis des Begriffes der vorherrschenden Meinungsmacht in § 26 Abs. 1 RStV, der Bedeutung der Vermutungsregelungen in § 26 Abs. 2 RStV zur Konkretisierung dieses Begriffs, den Bonusregelungen und dem Beurteilungsspielraum der KEK im Verfahren der medienrechtlichen Konzentrationskontrolle. Das BVerwG hielt die Revision für unbegründet, da der BayVGH dem Fortsetzungsfeststellungsantrag der Axel Springer AG, der allein noch Gegenstand des Revisionsverfahrens war, im Ergebnis zu Recht stattgegeben habe. Die Ausführungen und Feststellungen des BVerwG haben dabei nachhaltige Auswirkungen auf die Praxis der Medienkonzentrationskontrolle durch die KEK.

6.5.2 Urteilsgründe

Der Senat hat die Zulässigkeit der Klage als Fortsetzungsfeststellungsklage bestätigt. Das Feststellungsinteresse der Klägerin sei nicht durch die zwischenzeitliche Veräußerung von Zeitschriftenbeteiligungen entfallen. Vielmehr verfüge die Klägerin auch weiterhin über eine starke Position auf den medienrelevanten Märkten, so dass sich für künftige Übernahmevorhaben erneut die Frage nach der rundfunkrechtlichen Zulässigkeit stellen würde. Ein entsprechendes künftiges Vorhaben sei jedoch durch die ablehnende Entscheidung der KEK „bemakelt". In der Rehabilitation der Klägerin liege insofern ein berechtigtes Feststellungsinteresse.

Im Rahmen der Begründetheitsprüfung skizziert das Gericht zunächst einleitend das System der medienrechtlichen Konzentrationskontrolle anhand des Wortlauts des § 26 und § 29 RStV. Da-

47 In Anlehnung an den Rechtsprechungsbericht von Dieter Dörr in JuS 2014, S. 857 f.
48 Mit Beschluss vom 10.01.2006 hat die KEK festgestellt, dass die geplanten Beteiligungsveränderungen zu vorherrschender Meinungsmacht der Axel Springer AG führen würden. Beschluss der KEK vom 10.01.2006 i. S. Axel Springer AG/ProSiebenSat.1 Media AG, Az.: KEK 293-1 bis -5, Zusammenfassung im 9. Jahresbericht der KEK, Kapitel 6.1, zur Rezeption der Entscheidung vgl. ebenda, Abschnitt 6.1.3.
49 VG München, Urteil vom 08.11.2007, Az.: M 17 K 06.2675; BayVGH, Beschluss vom 07.07.2009, Az.: 7 BV 08.254 (Berufung); BVerwG, Urteil vom 24.11.2010, Az.: 6 C 16.09 (Revision); BayVGH, Urteil vom 15.02.2012, Az.: 7 BV 11.285; BVerwG, Beschluss vom 22.01.2013, Az.: 6 B 23/12 (Nichtzulassungsbeschwerde) und BVerwG, Urteil vom 29.01.2014, Az.: 6 C 2.13 (Revision). Vgl. dazu Darstellungen im Konzentrationsbericht der KEK, Kapitel V 2.1.1. (S. 460) und in den Jahresberichten der KEK: 11. Jahresbericht, 6.2 (S. 335), 14. Jahresbericht, 6.1 (S. 78) und 15. Jahresbericht, 6.1 und 6.2 (S. 86 ff.).
50 BVerwG, Urteil vom 29.01.2014, Az.: 6 C 2.13.
51 BVerwG, Beschluss vom 22.01.2013, Az.: 6 B 23/12 (6 C 2/13).

nach sei jede geplante Veränderung von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen bei der zuständigen Landesmedienanstalt anzumelden und bedürfe einer Unbedenklichkeitsbestätigung. Eine solche Unbedenklichkeitsbestätigung sei insbesondere dann nicht zu erteilen, wenn im bundesweiten Fernsehen ein Unternehmen durch die Änderung eine vorherrschende Meinungsmacht erlangen würde. Für diese Bewertung sei die KEK zuständig.

Die im Fall der geplanten Übernahme der ProSiebenSat.1 Media AG durch die Axel Springer AG getroffene Feststellung der KEK sieht das Gericht als mit den gesetzlichen Vorgaben nicht vereinbar und in Folge die darauf beruhende Entscheidung der BLM als rechtswidrig an. Nach Ansicht des Senats hätte die Klägerin durch die Übernahme keine vorherrschende Meinungsmacht im Sinne von § 26 Abs. 1 RStV in Verbindung mit § 26 Abs. 2 Satz 1 oder 2 RStV erlangt.

Die der ProSiebenSat.1 Media AG zurechenbaren Programme hätten nach den Feststellungen des BayVGH im maßgeblichen Zeitraum der letzten zwölf Monate vor Einleitung des Verfahrens einen Zuschaueranteil von 22,06 % erreicht und damit keinen der Schwellenwerte aus § 26 Abs. 2 Satz 1 und 2 RStV überschritten. Die Annahme des Entstehens vorherrschender Meinungsmacht habe daher durch die KEK nur außerhalb der Tatbestände des § 26 Abs. 2 RStV auf der Grundlage des § 26 Abs. 1 RStV erfolgen können. Durch seine Auslegung des § 26 RStV im Rahmen seiner vorangegangenen Entscheidung im gleichen Verfahren hatte das Gericht bereits klargestellt, dass § 26 Abs. 2 RStV keine abschließende Regelung darstelle und die Annahme vorherrschender Meinungsmacht auch allein nach der Generalklausel § 26 Abs. 1 RStV möglich sei.[52] § 26 Abs. 2 RStV sei dabei als Leitbild zur Auslegung der Generalklausel § 26 Abs. 1 RStV heranzuziehen. Soweit die Schwellenwerte des § 26 Abs. 2 RStV nicht erreicht würden, dürfe vorherrschende Meinungsmacht nur aus gewichtigen Gründen und nach einer Gesamtabwägung angenommen werden.[53]

Nach Auffassung des Gerichts hat die KEK im vorliegenden Fall den ihr bei der Anwendung der Generalklausel § 26 Abs. 1 RStV zukommenden Beurteilungsspielraum überschritten. Der maßgebliche Zuschaueranteil habe zum Zeitpunkt der Entscheidung der KEK deutlich unter 20 % gelegen, da von dem tatsächlichen Zuschaueranteil in Höhe von 22,06 % fünf Prozentpunkte für Regionalfensterprogramme und Drittsendezeiten vorab hätten abgezogen werden müssen. Damit sei der maßgebliche Zuschaueranteil soweit von dem in den Vermutungsregeln des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV aufgeführten Zuschaueranteil von 25 % entfernt gewesen, dass keine vorherrschende Meinungsmacht angenommen werden konnte.

Zur Begründung weist der Senat zunächst darauf hin, dass der Gesetzgeber **eine auf das Fernsehen beschränkte Konzentrationskontrolle** geschaffen habe. Das Verfassungsrecht gebiete weder weitergehende Regelungen, noch eine erweiternde Anwendung der bestehenden Regelungen. Der Landesgesetzgeber könne sich vielmehr darauf beschränken, nur der Gefahr der Verstärkung einer ohnehin beträchtlichen Meinungsmacht im Fernsehen durch Aktivitäten des Veranstalters auf verwandten Märkten zu begegnen.[54] Je weiter der in den Vermutungsregeln festgelegte Schwellenwert von 25 % Zuschaueranteil unterschritten werde, desto stärker gerate die Prüfung der Unbedenklichkeit in Abweichung von den gesetzgeberischen Wertungen zu einer allgemeinen statt spezifisch fernsehbezogenen Medienkonzentrationskontrolle. Bei einem Zuschaueranteil von 20 % habe die Stellung auf dem Fernsehmarkt in der Regel ein nur noch so geringes Gewicht, dass auch unter Berücksichtigung der Aktivitäten auf anderen medienrelevanten Märkten keine vorherrschende Meinungsmacht

52 BVerwG, Urteil vom 29.01.2014, Az.: 6 C 2.13 (Dörr, JuS 2012, 184); vgl. zu dieser Entscheidung Degenhart, K & R 2011, 462 ff.; Hain/Wierny, K & R 2012, 645 ff.

53 BVerwG, Urteil vom 29.01.2014, Az.: 6 C 2.13 (Dörr, JuS 2012, 184).

54 So der Senat unter Hinweis auf das Niedersachsen-Urteil des BVerfG (BVerfGE 73, 118 (175)).

mehr angenommen werden könne. Als Begründung für diese 20 %-Schwelle führt das Gericht die in § 26 Abs. 2 RStV angelegte Fünfer-Schritt-Systematik an.

In diesem Zusammenhang stellt das Gericht fest, dass der **Abzug von Bonuspunkten vorab vorzunehmen** sei und bei Unterschreitung der Schwellenwerte des § 26 Abs. 2 RStV erst Recht im Rahmen der Generalklausel des § 26 Abs. 1 RStV Anwendung finden müsse. Zwar könne nach dem Wortlaut des § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV („des nach Satz 2 maßgeblichen Zuschaueranteils") grundsätzlich auf den Zuschaueranteil mit und ohne Bonusabzug abgestellt werden. Die Systematik der Vorschriften spreche allerdings für einen Vorwegabzug. Durch den pauschalen Verweis von § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV auf § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV ohne Differenzierung der beiden dort genannten Varianten sei die Anrechnung von Bonuspunkten in einheitlicher Weise vorzunehmen. Dies sei bei der Prüfung der Erreichung des 25%-Schwellenwerts wiederum nur durch einen Vorwegabzug vom tatsächlichen Zuschaueranteil möglich. Das Gericht ist sich dabei bewusst, dass gegebenenfalls – wenn und weil der 25%-Schwellenwert nach dem Bonusabzug nicht mehr erreicht wird – eine Berücksichtigung der Stellung eines Unternehmens auf medienrelevanten verwandten Märkten entfällt, unabhängig davon, wie groß dessen dort erlangter Meinungseinfluss auch sein mag. Dies würde jedoch nur das Eingreifen der in § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV normierten Vermutungstatbestände betreffen. Unterhalb der Schwelle des § 26 Abs. 2 RStV sei im Übrigen ein Rückgriff auf § 26 Abs. 1 RStV zulässig, weshalb Gefahren für die Meinungsvielfalt aus Verknüpfungen des Fernsehens mit medienrelevanten Märkten oder der Presse weiter berücksichtigt werden könnten.

Vor diesem Hintergrund stellt das Gericht im Ergebnis fest, dass von dem im Jahr 2006 ermittelten Zuschaueranteil der ProSiebenSat.1 Media AG in Höhe von 22,06 % zunächst fünf Prozentpunkte abzuziehen gewesen wären und somit von einem Zuschaueranteil von 17,06 % auszugehen war. Dieser Zuschaueranteil sei von der regelmäßigen Aufgreifschwelle von 20 % so weit entfernt, dass eine Prüfung vorherrschender Meinungsmacht nach § 26 Abs. 1 RStV hätte ausscheiden müssen.

6.5.3 Folgen für die Konzentrationskontrolle

Die Urteile des BVerwG vom 24.11.2010 (Az.: 6 C 16.09) und vom 29.01.2014 (Az.: 6 C 2.13) haben weitreichende Folgen für die praktische Arbeit der KEK. Auch wenn bei den Vorgaben des Gerichts noch an einigen Stellen Interpretationsspielräume offenbleiben, wird die Effektivität der Konzentrationskontrolle insgesamt stark eingeschränkt.

Das Gericht hat zwar im Sinne der KEK den lange bestehenden Streitpunkt über das **Verhältnis von § 26 Abs. 1 zu Abs. 2 RStV** dahingehend geklärt, dass die Generalklausel nach § 26 Abs. 1 RStV neben den Regelbeispielen des § 26 Abs. 2 RStV Anwendung finden kann und der KEK dabei ein Beurteilungsspielraum zukommt. Gleichzeitig wurden aber restriktive Vorgaben zur Eröffnung des Anwendungsbereichs gemacht. So könne die indizielle Bedeutung der Regelbeispiele des § 26 Abs. 2 RStV im Rahmen einer Gesamtabwägung nach § 26 Abs. 1 RStV nur bei Vorliegen gewichtiger Gründe kompensiert werden. Dabei müsse sich der Einzelfall aufgrund individueller Besonderheiten vom Normalfall so deutlich abheben, dass ein Festhalten an der regelmäßig vorgesehenen Rechtsfolge unangemessen erscheine. Bestehe eine Ähnlichkeit mit einem Regelbeispiel, sei es dem Rechtsanwender – sprich: der KEK – dagegen nicht erlaubt, eigene Wertungen an die Stelle der Wertungen des Gesetzgebers zu setzen. Die KEK sei zu einer freien Gesamtabwägung erst dann aufgerufen, wenn der Einzelfall Besonderheiten

aufweise, die sich durch kodifizierte Regelbeispiele nicht angemessen erfassen ließen (Rz. 44 des Urteils vom 24.11.2010). Dies schränkt den Anwendungsbereich der Generalklausel in § 26 Abs. 1 RStV ganz erheblich ein. Aufgrund der weit gefassten Regelbeispiele des § 26 Abs. 2 RStV, die bei Erreichen der 25%-Schwelle sämtliche Aktivitäten auf medienrelevanten verwandten Märkten und auch eine marktbeherrschende Stellung auf diesen in die Konzentrationskontrolle einbeziehen, verbleiben daneben fast keine Anwendungsfälle mehr für § 26 Abs. 1 RStV.

Im Gegensatz dazu führt das Gericht in seinem Urteil vom 29.01.2014 aus, dass unterhalb der Schwelle des § 26 Abs. 2 RStV – jedenfalls bis zu einem Zuschaueranteil von 20 % – ein Rückgriff auf § 26 Abs. 1 RStV zulässig sei, weshalb Gefahren für die Meinungsvielfalt, die sich aus einer Verknüpfung der Stellung im Fernsehen mit Aktivitäten auf vor- und nachgelagerten Märkten oder aus einer Kombination von Einflüssen in Rundfunk und Presse ergeben können, weiter berücksichtigt werden könnten (Rz. 43). Gerade diese Fälle werden jedoch bereits von den Regelbeispielen des § 26 Abs. 2 Satz 2, 2. Alt. RStV erfasst und wären insofern nach den Vorgaben des Urteils vom 24.11.2010 von der Berücksichtigung im Rahmen von § 26 Abs. 1 RStV grundsätzlich ausgenommen – ein offener Widerspruch.

Auch die Herleitung der vom Gericht festgesetzten **Grenze von 20 % Zuschaueranteil**, unterhalb derer unabhängig vom Umfang etwaiger Aktivitäten auf medienrelevanten verwandten Märkten in der Regel keine vorherrschende Meinungsmacht angenommen werden könne, erscheint fragwürdig. Das Gericht bezieht sich dabei auf die 5%-Stufung zwischen den Tatbeständen des § 26 Abs. 2 Satz 1 und Satz 2 RStV und folgert daraus, dass es nicht anzunehmen sei, dass der Gesetzgeber für eine weitergehende Absenkung der Schwelle außerhalb der Vermutungstatbestände einen größeren Schritt für richtig halten könnte. Ein noch größerer Schritt würde über die Wertung des Gesetzgebers hinweggehen, dass ein tatsächlicher Zuschaueranteil von weniger als 25 % in der Regel als unbedenklich einzustufen sei (Rz. 36). Gleichwohl lässt das Gericht offen, ob die 20%-Grenze dabei als absolute Untergrenze anzusehen ist. Eine solche sieht das Gericht jedenfalls bei 17 % Zuschaueranteil erreicht (Rz. 37).

Die 5%-Stufe zwischen den Tatbeständen des § 26 Abs. 2 Satz 1 und Satz 2 RStV steht in Zusammenhang mit der Einführung der Bonuspunkte-Regelung. In § 26 Abs. 2 des 5. RÄndStV war lediglich eine 30%-Grenze zur Vermutung vorherrschender Meinungsmacht enthalten. Mit dem 6. RÄndStV wurde mit der möglichen Anrechnung von bis zu 5 % Bonuspunkten für die Aufnahme von Regional- und Drittsendezeiten gleichzeitig die 25%-Grenze eingeführt. Daraus lässt sich jedoch nicht ohne weiteres ableiten, dass der Gesetzgeber generell 5%-Schritte zugrunde legt und daher für eine Prüfung crossmedialer Aktivitäten außerhalb der Vermutungstatbestände dann eine Untergrenze von 20 % Zuschaueranteil anzunehmen ist. Zwar stellt das BVerwG zutreffend fest, dass der Gesetzgeber mit dem Ansatz der fernsehzentrierten Konzentrationskontrolle im RStV keine allgemeine Konzentrationskontrolle auf den Medienmärkten geschaffen hat. Gleichwohl ist die Konzentrationskontrolle nicht auf den Fernsehbereich beschränkt, sondern bezieht gerade auch crossmediale Sachverhalte mit ein. So hat das Gericht selbst anerkannt, dass Konstellationen möglich sind, in denen es auch unterhalb der Schwellenwerte des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV zu vorherrschender Meinungsmacht kommen kann. Das Festlegen einer absoluten Untergrenze, ab der vorherrschende Meinungsmacht auf keinen Fall mehr erreicht werden kann, erscheint vor diesem Hintergrund nicht ohne weiteres vereinbar mit dem verfassungsrechtlichen Gebot einer effektiven Vielfaltsicherung.

Die Folgen des nach dem Urteil des Gerichts vorzunehmenden **Vorwegabzugs von Bonuspunkten** sind ebenfalls nicht unproblematisch. Zunächst gesteht das Gericht zu, dass der Wortlaut der ge-

setzlichen Regelung zum Bonuspunkteabzug in § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV nicht eindeutig ist (Rz. 40). Seine auf die Normsystematik und auf den Grundsatz der Gleichbehandlung gestützte Begründung des Vorwegabzugs (Rz. 41) ist jedoch nicht zwingend.[55] Vielmehr erscheinen die Folgen eines Vorwegabzugs systemwidrig: Zum einen führt ein Vorwegabzug der Bonuspunkte faktisch zu einem inhaltlichen Leerlaufen des Anwendungsbereichs des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV. Denn um bei anrechenbaren Bonuspunkten die Vermutungsschwelle des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV überhaupt überschreiten zu können, benötigte ein Unternehmen de facto einen Zuschaueranteil von mindestens 30 % auf dem Fernsehmarkt. In diesem Fall greift aber bereits § 26 Abs. 2 Satz 1 RStV, auf den der in Satz 3 vorgeschriebene Bonusabzug nach dem klaren Wortlaut keine Anwendung findet. Auf eine etwaige zusätzliche marktbeherrschende Stellung auf einem medienrelevanten verwandten Markt oder die Bewertung der Stellung auf medienrelevanten verwandten Märkten insgesamt kommt es dann nicht mehr an. Gleichzeitig bleiben Unternehmen mit einem Zuschaueranteil von nur knapp unter 30 % und einer beliebig hohen Marktmacht auf einem verwandten Medienmarkt nach dem Vorwegabzug der Bonuspunkte von einer medienkonzentrationsrechtlichen Prüfung nach § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV ausgeschlossen, auch wenn sie eine insgesamt ungleich höhere Meinungsmacht im Medienbereich insgesamt aufwiesen, als der reine Zuschaueranteil ausdrückt. Zu den widersprüchlichen Aussagen des Gerichts, ob bei Unterschreiten der 25 %-Schwelle ein Rückgriff auf § 26 Abs. 1 RStV zulässig ist, wird auf die vorangehenden Ausführungen verwiesen.

Gegen das Leerlaufen des Anwendungsbereichs des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV wurde mitunter eingewendet, dass ein Unternehmen mit einem tatsächlichen Zuschaueranteil von mehr als 25 % nicht automatisch in den Genuss von Bonuspunkten kommen muss. Dabei wird jedoch die tatsächliche Situation auf dem deutschen Fernsehmarkt verkannt: Diejenigen privaten Veranstalter, die aufgrund von Zurechnungen von Programmen in den Bereich eines Zuschaueranteils von insgesamt 25 % kommen (derzeit allein die RTL-Gruppe, gefolgt von der ProSiebenSat.1-Gruppe), sind gesetzlich sowohl zur Aufnahme von Fensterprogrammen gemäß § 25 Abs. 4 RStV verpflichtet (die beiden reichweitenstärksten Fernsehvollprogramme sind seit Bestehen der Bonuspunkteregelung RTL Television und SAT. 1), als auch zur Einräumung von Drittsendezeiten gemäß § 26 Abs. 5 RStV (wiederum einschlägig für die Programme RTL Television und SAT. 1). Für den hypothetischen Fall, dass Veranstalter gegen meinungsvielfaltsichernde Gebote (Fensterprogramme, Drittsendezeiten) verstoßen und deshalb nicht bonusberechtigt sind, wäre nicht die Konzentrationskontrolle nach § 26 Abs. 1 und 2 RStV eröffnet, sondern die sehr viel strengere Sanktion des Widerrufs der Zulassung nach § 26 Abs. 5 Satz 3 RStV vorgesehen. Der Umstand, dass gerade für die Veranstalter mit Zuschaueranteilen zwischen 25 % und 30 % die Medienkonzentrationskontrolle anhand der Vermutungstatbestände des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV gänzlich ausgeschlossen bleibt, obwohl beide Alternativen gerade das Erreichen von 25 % und weniger als 30 % (sonst § 26 Abs. 2 Satz 1 RStV) Zuschaueranteil zur Grundvoraussetzung haben, kann zu vom Gesetzgeber unerwünschten und von Verfassungs wegen im Lichte des Art. 5 Abs. 1 GG zu vermeidenden Entwicklungen auf dem Meinungsmarkt führen.

55 Vgl. nur Argumentation von Hain/Wierny, K&R 2012, 645, 651 f.

6.5.4 Fazit

Neben den Fernsehaktivitäten eines Unternehmens kann die KEK nach dem letztinstanzlichen Urteil des BVerwG zusätzliche Aktivitäten auf medienrelevanten verwandten Märkten, wie z. B. in den Bereichen Hörfunk, Presse und Online, überhaupt nur noch dann in ihre Prüfung einbeziehen, wenn die dem Unternehmen zuzurechnenden Fernsehprogramme insgesamt mindestens einen Zuschaueranteil in Höhe von 20 % erreichen. Dabei sind Boni für Regional- und Drittfenster (insgesamt maximal 5 %) vorab anzurechnen. Kein am deutschen Fernsehmarkt aktives Unternehmen erreicht gegenwärtig diesen gerichtlich vorgegebenen Schwellenwert. In der Folge sind damit jegliche crossmedialen Zusammenschlüsse einer konzentrationsrechtlichen Kontrolle entzogen. Auch wenn offenbleibt, ob in extremen Ausnahmefällen bei einer geringfügigen Unterschreitung der 20 %-Grenze eine Prüfung in Betracht kommen kann, wird der Anwendungsbereich des § 26 Abs. 1 RStV erheblich eingeschränkt. Gleichzeitig ist auch der Anwendungsbereich des § 26 Abs. 2 RStV erheblich eingeschränkt. Die mitunter unklaren Vorgaben des BVerwG erschweren zudem die Rechtsanwendung. Eine effektive Vielfaltsicherung ist damit nicht mehr gegeben. Vor diesem Hintergrund ist der Gesetzgeber aufgerufen, durch klare Regelungen die Wirksamkeit der medienrechtlichen Konzentrationskontrolle wieder herzustellen.

6.6 Drittsendezeiten in den Programmen RTL und SAT.1

6.6.1 Verfahren

Im Berichtszeitraum war erneut die Zulassung der News and Pictures und der DCTP als unabhängige Drittveranstalter im Programm von SAT.1 Gegenstand der Befassung der KEK.[56] Diese wurde erforderlich, nachdem das Verwaltungsgericht Neustadt an der Weinstraße (VG Neustadt) die bereits zuvor zugunsten der News and Pictures sowie der DCTP erteilten Drittfensterzulassungen wegen Verletzung verschiedener Verfahrensvorschriften durch die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) für rechtswidrig erklärt und die Bescheide der LMK aufgehoben hat.[57] Wegen der Mängel des Auswahlverfahrens war dieses nochmals mit allen zulassungsfähigen Bewerbern durchzuführen. Daraufhin hat die LMK das Drittsendezeitverfahren wieder aufgenommen und in der Folge das Benehmen mit der KEK über die Auswahl[58] und Zulassung[59] der News and Pictures für die erste und zweite Sendezeitschiene sowie der DCTP für die dritte und vierte Sendezeitschiene hergestellt.

56 Vergabe der Drittsendezeiten bei SAT.1, Beschlüsse der KEK vom 09.07.2013, Az.: KEK 660-6 und -7.
57 Urteile des VG Neustadt vom 23.08.2012, Az.: 5 K 404/12.NW, Az.: 5 K 417/12.NW und Az.: 5 K 452/12.NW; siehe auch 16. Jahresbericht der KEK, 3.3.5 (S. 39).
58 Beschluss der KEK i. S. Drittsendezeiten bei SAT.1, Az.: KEK 660-5, siehe auch 16. Jahresbericht der KEK, 3.3.5 (S. 39).
59 Siehe Fn. 1.

6.6.2 Klagen und Urteile

6.6.2.1 Drittsendezeiten bei SAT.1

Gegen die für sofort vollziehbar erklärte Zulassungsentscheidung der LMK hatten die Veranstalterin des Programms SAT.1 und die unterlegenen Drittsendezeitbewerberinnen N24 Media und META productions Klagen zum VG Neustadt erhoben.[60] Die Hauptprogrammveranstalterin sah sich nicht mehr zur Bereitstellung und Finanzierung von Drittsendezeiten verpflichtet, weil die von den ihr zurechenbaren Programmen erreichten Zuschaueranteile im Jahr 2012 kontinuierlich unter der die Drittsendezeitverpflichtung auslösenden Schwelle gelegen hätten. N24 Media berief sich auf Verfahrensfehler sowie eine rechtswidrige Auswahlentscheidung der LMK. Im Wege des vorläufigen Rechtsschutzes stellte das VG Neustadt die aufschiebende Wirkung der Klagen wieder her, soweit diese auf die Zulassung der News and Pictures bezogen waren.[61] Aufgrund der Auswahl der News and Pictures ohne Einvernehmen mit der Hauptprogrammveranstalterin sei nach dem Rundfunkstaatsvertrag der strenge Auswahlmaßstab „größtmöglicher Vielfaltsbeitrag“ anzulegen gewesen. Das Gericht sah vor diesem Hintergrund das Auswahlverfahren der LMK mit erheblichen Fehlern belastet und prognostizierte, dass Auswahl und Zulassung der News and Pictures im Hauptsacheverfahren voraussichtlich keinen Bestand haben würden. Der News and Pictures wurde daraufhin noch für eine Übergangszeit bis Ende Mai 2014 die weitere Ausstrahlung ihrer Fensterprogramme im Rahmen des Programms SAT.1 zugestanden, ihre Zulassung danach aber vorläufig aufgehoben. Die Zulassungsentscheidung zugunsten von DCTP ließ das Gericht dagegen vorläufig weiterbestehen, da diese Veranstalterin im Einvernehmen zwischen Landesmedienanstalt und Hauptprogrammveranstalter ausgewählt worden sei und sich die Fehler im Auswahlverfahren deshalb hier voraussichtlich nicht auswirken würden.

Gegen die Beschlüsse des VG Neustadt haben die Kläger Beschwerde zum Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz (OVG Rheinland-Pfalz) erhoben, welches die aufschiebende Wirkung der Klagen auch bezüglich der Zulassung der DCTP wieder hergestellt hat. Gleichzeitig wies es die Beschwerden der LMK und der News and Pictures zurück und bestätigte insoweit die Entscheidung des VG Neustadt.[62] Das OVG Rheinland-Pfalz hat den Zulassungsbescheid der LMK insgesamt als rechtswidrig eingestuft und begründet dies mit Fehlern bei der Ausschreibung der Drittsendezeiten. Gegen diesen Eilbeschluss waren keine Rechtsmittel möglich.[63]

Als Konsequenz der OVG-Entscheidung hat die Veranstalterin des Hauptprogramms SAT.1 die Formate „Planetopia“ und „Weck Up“ der Produktionsfirma News and Pictures aus ihrem Programm genommen. Weiterhin verbreitet wurden hingegen zunächst „freiwillig auf zivilrechtlicher Basis“ die Formate „Spiegel TV Reportage“, „Focus TV Reportage“ und „News & Stories“ (DCTP), allerdings auf einem anderen Sendeplatz.[64] Das Format „Focus TV Reportage“ wird inzwischen im Programm SAT.1 Gold ausgestrahlt.

Das für das Hauptsacheverfahren zuständige VG Neustadt hat nunmehr in erster Instanz den Klagen der Sat.1 SatellitenFernsehen, N24

60 Az.: 5 K 752/13.NW, Az.: 5 K 695/13.NW und Az.: 5 K 749/13.NW.
61 Beschlüsse des VG Neustadt/Weinstraße vom 05.03.2014, Az.: 5 L 753/13.NW und Az.: 5 L 694/13.NW.
62 Beschlüsse des OVG Rheinland-Pfalz vom 23.07.2014, Az.: 2 B 10323/14.OVG, und vom 08.09.2014, Az.: 2 B 10327/14.OVG.
63 Vgl. auch fünften Konzentrationsbericht der KEK, Kapitel V 2.5, zur ausführlichen Darstellung des Verfahrensgangs bis zu diesem Punkt.
64 Vgl. digitalfernsehen.de, Artikel vom 11.09.2014, „Sat.1 wirft auch ‚Weck Up‘ aus dem Programm und baut um“, abrufbar unter www.digitalfernsehen.de/Sat-1-wirft-auch-Weck-Up-aus-dem-Programm-und-baut-um.119453.0.html.

Media (heute: WeltN24) und META productions stattgegeben[65] und die von der LMK für den Zeitraum 01.06.2013 bis 31.05.2018 erteilten Zulassungen der News and Pictures sowie der DCTP als Drittsendezeitveranstalter aufgehoben.[66] Gleichzeitig hat das Gericht die LMK verpflichtet, die Lizenzen für die Drittsendezeiten im Programm SAT.1 neu auszuschreiben. Das VG Neustadt hat ausgeführt, dass das Vergabeverfahren sowohl auf der Verfahrensstufe zwischen Einleitung des Verfahrens im März 2011 und Ausschreibung am 04.07.2011 als auch auf der nachfolgenden Stufe des Auswahlverfahrens fehlerhaft gewesen sei. Die umfassende Rechtswidrigkeitsfeststellung wirke sich auch auf die Zulassungen der Beigeladenen aus. Gegen die Urteile des VG Neustadt ist die Berufung zum OVG Rheinland-Pfalz möglich.

6.6.2.2 Drittsendezeiten bei RTL

Die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) hat nach der Benehmensherstellung mit der KEK[67] gegenüber der DCTP und der AZ Media Zulassungen für die Veranstaltung von Drittsendezeiten im Programm RTL mit der Laufzeit vom 01.07.2013 bis zum 30.06.2018 erteilt.[68] Gegen die Zulassung der DCTP hatten die abgelehnten Mitbewerber Focus TV und Hanni Banni Klage beim Verwaltungsgericht Hannover (VG Hannover) erhoben.[69] Den von Focus TV ergänzend beantragten vorläufigen Rechtsschutz hat das VG Hannover abgelehnt. Das Oberverwaltungsgericht Niedersachsen hat daraufhin im Rahmen der hiergegen eingelegten Beschwerde die Anordnung der sofortigen Vollziehbarkeit der DCTP-Zulassung wegen eines Formfehlers aufgehoben.[70] Bis zur Heilung des festgestellten Formfehlers, die durch eine Entscheidung der Versammlung der NLM vom 28.07.2014 erfolgte,[71] hatte RTL die Ausstrahlung des Fensterprogramms von DCTP ausgesetzt. Im Mai 2015 wurden schließlich beide Klagen nach einer erzielten außergerichtlichen Einigung zurückgenommen. Nach Presseberichten sollen Focus TV und Hanni Banni für DCTP Inhalte zuliefern können, z. B. für deren Drittsendezeiten bei RTL oder im Rahmen von Produktionen für andere Programme wie z. B. VOX.[72] Mit den Klagerücknahmen ist auch die Zulassung der DCTP bestandskräftig geworden.[73] Die Zulassung der AZ Media wurde seinerzeit nicht angefochten und war somit bereits zuvor bestandskräftig.[74]

65 Den Klagen der N24 Media und META productions wurde stattgegeben, soweit diese die Aufhebung der ergangenen Zulassungen der News and Pictures und der DCTP sowie die Aufhebung ihrer eigenen Ablehnung beantragt haben.
66 Urteile des VG Neustadt vom 21.04.2015, Az.: 5 K 752/13.NW, Az.: 5 K 695/13.NW und Az.: 5 K 749/13.NW.
67 Vgl. Beschlüsse der KEK vom 07.05.2013, 09.04.2013 und 12.03.2013, Az.: KEK 700-2 bis -4.
68 NLM, Pressemitteilung vom 12.06.2013.
69 NLM, Pressemitteilung vom 24.07.2013.
70 Beschluss des OVG Niedersachsen vom 11.07.2014, Az.: 10 ME 99/13.
71 NLM, Pressemitteilung vom 28.07.2014.
72 Medienkorrespondenz, „Drittsendezeiten bei RTL: Rechtsstreitigkeiten beigelegt“, Artikel vom 24.06.2015.
73 NLM, Pressemitteilung vom 12.05.2015.
74 NLM, Pressemitteilung vom 24.07.2013.

6.7 Urteil des Bundesverfassungsgerichts i. S. ZDF-Staatsvertrag

6.7.1 Bezug zur KEK

Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) zum ZDF-Staatsvertrag[75] behandelt mit seinen Aussagen zur Bedeutung der Vielfaltsicherung und insbesondere zur Staatsferne Themenbereiche, welche auch für die Arbeit der mit Vielfaltsicherung betrauten KEK relevant sind. Zentral für die deutsche Medienordnung ist die verfassungsrechtlich gebotene inhaltliche Vielfalt, welche die Grundlage für den Prozess der freien individuellen Meinungsbildung darstellt. Während die KEK dabei bezogen auf den privaten Rundfunk Vielfalt gemäß der im Rundfunkstaatsvertrag (RStV) festgelegten rundfunkrechtlichen Konzentrationskontrolle in erster Linie durch Gewährleistung einer Anbietervielfalt sicherstellt (Prinzip des Außenpluralismus), wird diese im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch eine pluralistische Struktur der Kontrollorgane der Rundfunkanstalten „von innen heraus“ gewährleistet (Prinzip des Binnenpluralismus).

Das BVerfG wurde zur Klärung der Frage angerufen, ob und wieviel Einfluss staatlichen und staatsnahen politischen Akteuren im Rahmen einer öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt, hier dem ZDF, zukommen darf. Das Gebot der Staatsferne des Rundfunks ist ein spezifischer Bestandteil des aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG abgeleiteten Vielfaltsgebots. Für den privaten Rundfunk ist es zudem in § 20 a Abs. 3 RStV festgeschrieben.[76] Die KEK war in der Vergangenheit mehrfach im Rahmen von Prüffällen mit der Problematik der Staatsferne konfrontiert, z. B. im Zusammenhang mit der Zulassung des Fernsehspartenprogramms „LIGA-total!“ der Constantin Sport Medien GmbH (Az.: KEK 563) aufgrund einer starken Einbindung der durch den Bund beherrschten Deutschen Telekom AG (DTAG), in den Fällen Cubico Media TV GmbH (Az.: KEK 499) und DFW Deutsche Fernsehwerke GmbH (Az.: KEK 510) aufgrund einer indirekten Beteiligung der Investitionsbank Berlin sowie im Rahmen der Zulassung des Fernsehspartenprogramms „Telekom Basketball“ der BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga (Az.: KEK 785) wegen der von einer Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom AG gehaltenen Lizenzrechte.[77]

6.7.2 Feststellungen des BVerfG

Wiederholt hat das BVerfG die Bedeutung der Vielfaltsicherung für die demokratische Ordnung betont. Es verweist in seinem Urteil daher mehrfach auf frühere Feststellungen. Einleitend führt das Gericht aus, dass die Rundfunkfreiheit der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung diene und der in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG enthaltene Auftrag zur Gewährleistung der Rundfunkfreiheit auf eine Ordnung ziele, die sicherzustellen habe, dass die Vielfalt der bestehenden

75 Az.: 1 BvF 1/11.
76 Zur Auffassung der KEK, dass durch den Wortlaut des § 20 a Abs. 3 RStV das Gebot der Staatsferne nicht ausreichend verfassungskonform umgesetzt wird, siehe 12. Jahresbericht der KEK, 6.3 (S. 345).
77 Vgl. dazu auch Ausführungen im 12. Jahresbericht der KEK, 6.3 (S. 345).

Meinungen im Rundfunk möglichst breit und vollständig Ausdruck finde.[78] Die herausgehobene Bedeutung, die insbesondere dem Fernsehen wegen seiner Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft zukomme, begründe die besondere staatliche Verantwortung für die Sicherung von Vielfalt in diesem Bereich. Den Wirkungsmöglichkeiten des Rundfunks würden dabei neue Technologien noch zusätzliches Gewicht verleihen, weil diese eine Vergrößerung und Ausdifferenzierung des Angebots, der Verbreitungsformen und -wege sowie neuartige programmbezogene Dienstleistungen ermöglichen würden.[79] Durch die Entwicklung von Kommunikationstechnologie und Medienmärkten seien die Anforderungen an die Sicherung der Rundfunkfreiheit im Sinne des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG somit nicht überholt.[80]

Des Weiteren hebt das Gericht die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hervor. Im Rahmen der dualen Rundfunkordnung habe dieser die Aufgabe, als Gegengewicht zu den privaten Rundfunkanbietern zu inhaltlicher Vielfalt beizutragen, wie sie allein über den freien Markt nicht gewährleistet werden könne.[81] Denn der publizistische und ökonomische Wettbewerb führe nicht automatisch dazu, dass in den Rundfunkprogrammen die Vielfalt der in einer Gesellschaft verfügbaren Informationen, Erfahrungen, Werthaltungen und Verhaltensmuster abgebildet werde. Auch wegen des erheblichen Konzentrationsdrucks im privatwirtschaftlichen Rundfunk und den damit verbundenen Risiken einer einseitigen Einflussnahme auf die öffentliche Meinungsbildung habe das Bundesverfassungsgericht Vorkehrungen zum Schutz der publizistischen Vielfalt als geboten angesehen.[82] Die jedenfalls im Wesentlichen öffentliche Finanzierung befähige den öffentlich-rechtlichen Rundfunk dazu, wirtschaftlich unter anderen Entscheidungsbedingungen zu handeln. Auf dieser Basis könne und solle er durch eigene Impulse und Perspektiven zur Angebotsvielfalt beitragen und unabhängig von Einschaltquoten und Werbeaufträgen ein Programm anbieten, das den verfassungsrechtlichen Anforderungen gegenständlicher und meinungsmäßiger Vielfalt entspreche.[83] Entsprechend dieser Bedeutung beschränke sich sein Auftrag nicht auf eine Mindestversorgung oder auf ein Ausfüllen von Lücken und Nischen, die von privaten Anbietern nicht abgedeckt würden, sondern erfasse die volle Breite des klassischen Rundfunkauftrags, der neben seiner Rolle für die Meinungs- und Willensbildung, neben Unterhaltung und Information eine kulturelle Verantwortung umfasse[84] und dabei an das gesamte Publikum gerichtet sei.[85] Dabei müsse sein Programmangebot für neue Publikumsinteressen oder neue Inhalte und Formen offenbleiben und dürfe auch technisch nicht auf einen bestimmten Entwicklungsstand beschränkt werden.[86]

Aus diesen Vorgaben zieht das Gericht Schlüsse hinsichtlich der Organisationsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Organisation als öffentlich-rechtliche Anstalt mit einer binnenpluralistischen Struktur, bei welcher der Einfluss der in Betracht kommenden Kräfte unter maßgeblicher Einbeziehung der Zivilgesellschaft intern im Rahmen von Kollegialorganen vermittelt werde, sei weiterhin verfassungsrechtlich nicht zu beanstanden.[87] Die Zusammensetzung der Kollegialorgane/Gremien sei wiederum an dem Auftrag auszurichten, Vielfalt über die Programmdiversifizierung des privaten Angebots hinaus zu gewährleisten, weshalb darin Personen mit möglichst vielfältigen Perspektiven und Erfahrungshorizonten aus allen

78 Rz. 34 mit Verweis auf BVerfGE 12, 205 (262 f.); 119, 181 (214); 121, 30 (50) sowie die ständige BVerfG-Rechtsprechung.
79 Rz. 34 mit Verweis auf BVerfGE 119, 181 (215).
80 Rz. 34 mit Verweis auf BVerfGE 121, 30 (51).
81 Rz. 36 mit Verweis auf BVerfGE 73, 118 (158 f.); 74, 297 (325); 83, 238 (297 f.); 90, 60 (90); 114, 371 (388 f.) und 119, 181 (216).
82 Rz. 36 mit Verweis auf BVerfGE 119, 181 (217) m.w.N.
83 Rz. 37 mit Verweis auf BVerfGE 90, 60 (90) und 119, 181 (219).
84 Vgl. BVerfGE 73, 118 (158); 119, 181 (218).
85 Vgl. BVerfGE 83, 238 (298).
86 Rz. 37 mit Verweis auf BVerfGE 74, 297 (324 f., 350 f.); 83, 238 (298, 299 f.) und 119, 181 (218).
87 Rz. 38 mit Verweis auf BVerfGE 12, 205 (261 ff.); 83, 238 (333) sowie die ständige BVerfG-Rechtsprechung.

Bereichen des Gemeinwesens zusammenzuführen seien.[88] Die Organisation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks müsse als Ausfluss aus dem Gebot der Vielfaltsicherung zugleich dem Gebot der Staatsferne genügen, das das Vielfaltsgebot in spezifischer Hinsicht konkretisiere und mit näheren Konturen versehe.[89] Das Gebot der Staatsferne stelle den öffentlich-rechtlichen Rundfunk dabei aber nicht außerhalb des staatlichen Verantwortungsbereichs, sondern knüpfe vielmehr an die Strukturverantwortung des Staates für den Rundfunk an. Insgesamt stelle sich die Einrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Rahmen der vom Gesetzgeber geschaffenen Rundfunkordnung nicht – wie es im Grundsatz für den privaten Rundfunk gelte[90] – als Statuierung nur eines ordnungspolitischen Rahmens zur Wahrnehmung privater Freiheit dar, sondern als staatlich gestaltete und verantwortete Organisation der Berichterstattung selbst. Den Staat treffe hier mehr als eine nur ergänzende Regulierungsverantwortung; er sei unmittelbar Träger und Veranstalter, der mittels seiner Anstalten den Funktionsauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkberichterstattung selbst erfülle.[91] Dementsprechend habe das Gericht in seiner Rechtsprechung nie darauf abgezielt, dass die Rundfunkanstalten in Gegenüberstellung von Staat und Gesellschaft als vollständig oder auch nur möglichst weitgehend staatsfrei auszugestalten seien, sondern setzte die Möglichkeit einer gewissen und auch nicht nur völlig marginalisierten Mitwirkung von staatlichen Vertretern in den Anstalten stets voraus.[92] Gleichzeitig solle das Gebot der staatsfernen Ausgestaltung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aber eine politische Instrumentalisierung verhindern.[93] Die Gremien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten seien danach so auszuformen, dass eine Beeinflussung der Berichterstattung durch staatliche und staatsnahe politische Akteure zur Durchsetzung eigener Interessen oder bestimmter, insbesondere parteipolitischer Agenden verhindert werde.[94] In ihrer Organisation solle sich die Vielfalt des Gemeinwesens und gesellschaftliche Pluralität widerspiegeln.[95] Hinreichend ausgeschlossen sei ein bestimmender Einfluss der staatlichen und staatsnahen Mitglieder nur dann, wenn jedem staatlichen und staatsnahen Mitglied mindestens zwei staatsferne Mitglieder gegenüberstünden.[96] Wer als staatliches und staatsnahes Mitglied zu gelten habe, bestimme sich nach einer funktionalen Betrachtungsweise.[97] Maßgeblich sei, ob es sich um eine Person handele, die staatlich-politische Entscheidungsmacht innehabe oder im Wettbewerb um ein hierauf gerichtetes öffentliches Amt oder Mandat stehe, und insoweit in besonderer Weise auf die Zustimmung einer breiteren Öffentlichkeit verwiesen sei.[98] Dies treffe zu auf Mitglieder einer Regierung, Abgeordnete und politische Beamte, Wahlbeamte in Leitungsfunktion wie insbesondere Bürgermeister oder Landräte und Vertreter der Kommunen, aber auch auf von politischen Parteien Entsandte, die als staatsnah zu qualifizieren und damit den staatlichen Mitgliedern gleichzusetzen seien.[99] Nicht als staatliche und staatsnahe Mitglieder einzustufen seien dagegen beispielsweise Hochschulvertreter, die Richterschaft und Personen aus der funktionalen Selbstverwaltung wie etwa den Industrie- und Handelskammern.[100]

88 Rz. 39 mit Verweis auf BVerfGE 60, 53 (66) und 83, 238 (334) sowie für die Programminhalte auf BVerfGE 83, 238 (333 f.).
89 Rz. 43 mit Verweis auf BVerfGE 12, 205 (261 ff.); 57, 295 (320) und 83, 238 (296).
90 Vgl. BVerfGE 57, 295 (324 f.).
91 Rz. 44 mit Verweis auf BVerfGE 73, 118 (158).
92 Rz. 44.
93 Rz. 47 mit Verweis auf BVerfGE 90, 60 (88) und 121, 30 (53).
94 Rz. 47.
95 Rz. 46.
96 Rz. 55.
97 Rz. 57.
98 Rz. 58.
99 Rz. 59 und 61.
100 Rz. 60.

6.7.3 Urteil und Folgen

Das BVerfG hat mit seinem Urteil vom 25. März 2014 festgestellt, dass der ZDF-Staatsvertrag den vorgenannten Maßstäben nur teilweise genügt. Vor diesem Hintergrund wurden die Länder verpflichtet, bis spätestens zum 30. Juni 2015 eine verfassungsgemäße Neuregelung zu treffen, durch die der Anteil staatlicher und staatsnaher Personen im Fernseh- und im Verwaltungsrat auf ein Drittel begrenzt wird. Zudem waren Inkompatibilitätsregelungen zu schaffen, die persönliche Unabhängigkeit bei der Aufgabenwahrnehmung zu sichern (Weisungsfreiheit der Gremienmitglieder, Abberufung nur aus wichtigem Grund) und ein Mindestmaß an Transparenz über die Arbeit der Aufsichtsgremien herzustellen. Die Ministerpräsidenten der Länder haben daraufhin am 18. Juni 2015 einen neuen ZDF-Staatsvertrag unterzeichnet. Der ZDF-Fernsehrat wird danach von 77 auf 60 Mitglieder verkleinert. Davon entfallen 20 Sitze (statt bisher 34 Sitze) auf Vertreter der Politik, 24 Sitze auf Mitglieder von Verbänden und Organisationen und 16 Sitze auf von den Ländern benannte Vertreter aus gesellschaftlichen Gruppen. Der Verwaltungsrat wird maximal zwölf Mitglieder haben.

Das Urteil des BVerfG hat darüber hinaus Auswirkungen auf weitere Gremien. So sind die Länder wegen der sich aus § 31 Abs. 1 BVerfGG ergebenden Bindungswirkung verfassungsgerichtlicher Entscheidungen, die sich auch auf die tragenden Urteilsgründe erstreckt, zur Überprüfung der Zusammensetzung der Gremien in den ARD-Landesrundfunkanstalten und beim Deutschlandradio gehalten und müssen gegebenenfalls notwendige Änderungen vornehmen. Auch spricht vieles dafür, dass die verfassungsgerichtlichen Vorgaben für die Zusammensetzung der pluralistischen Gremien der Landesmedienanstalten entsprechend gelten. Vor diesem Hintergrund wurde bereits bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) die Zusammensetzung von drei Ausschüssen des Medienrates geändert, um den verfassungsgerichtlichen Vorgaben zur Staatsferne zu genügen.[27]

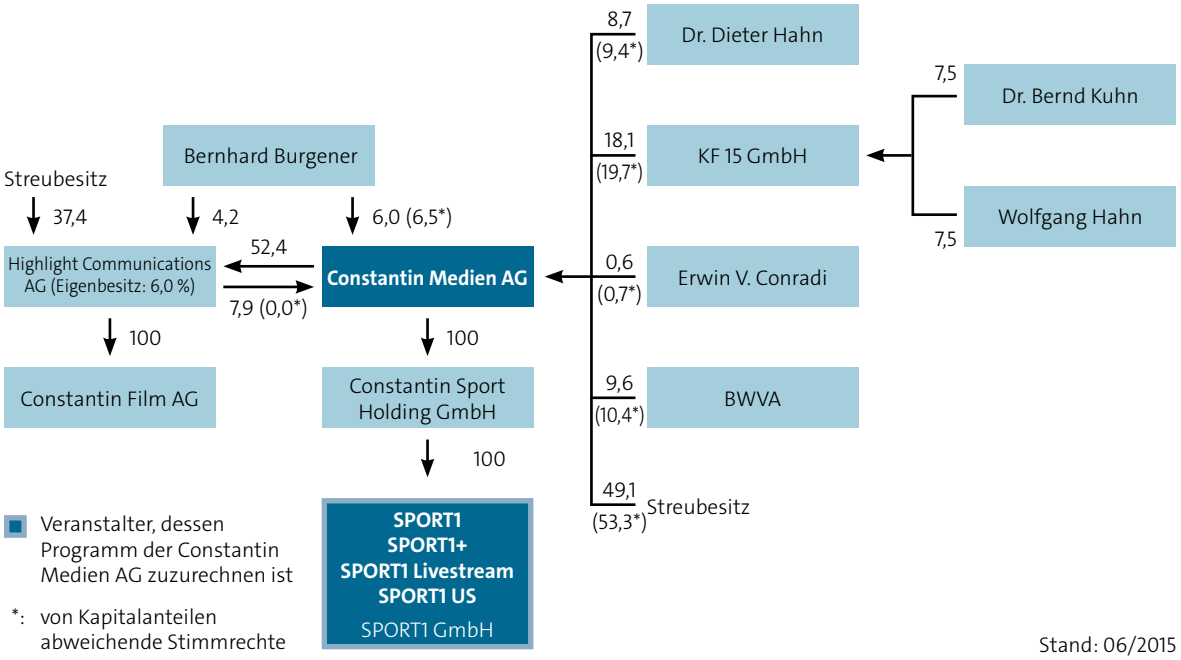
101 BLM, Pressemitteilung vom 09.10.2014 (52/2014).

Anhang 1

Schaubilder zu Beteiligungsverhältnissen bei Sendergruppierungen

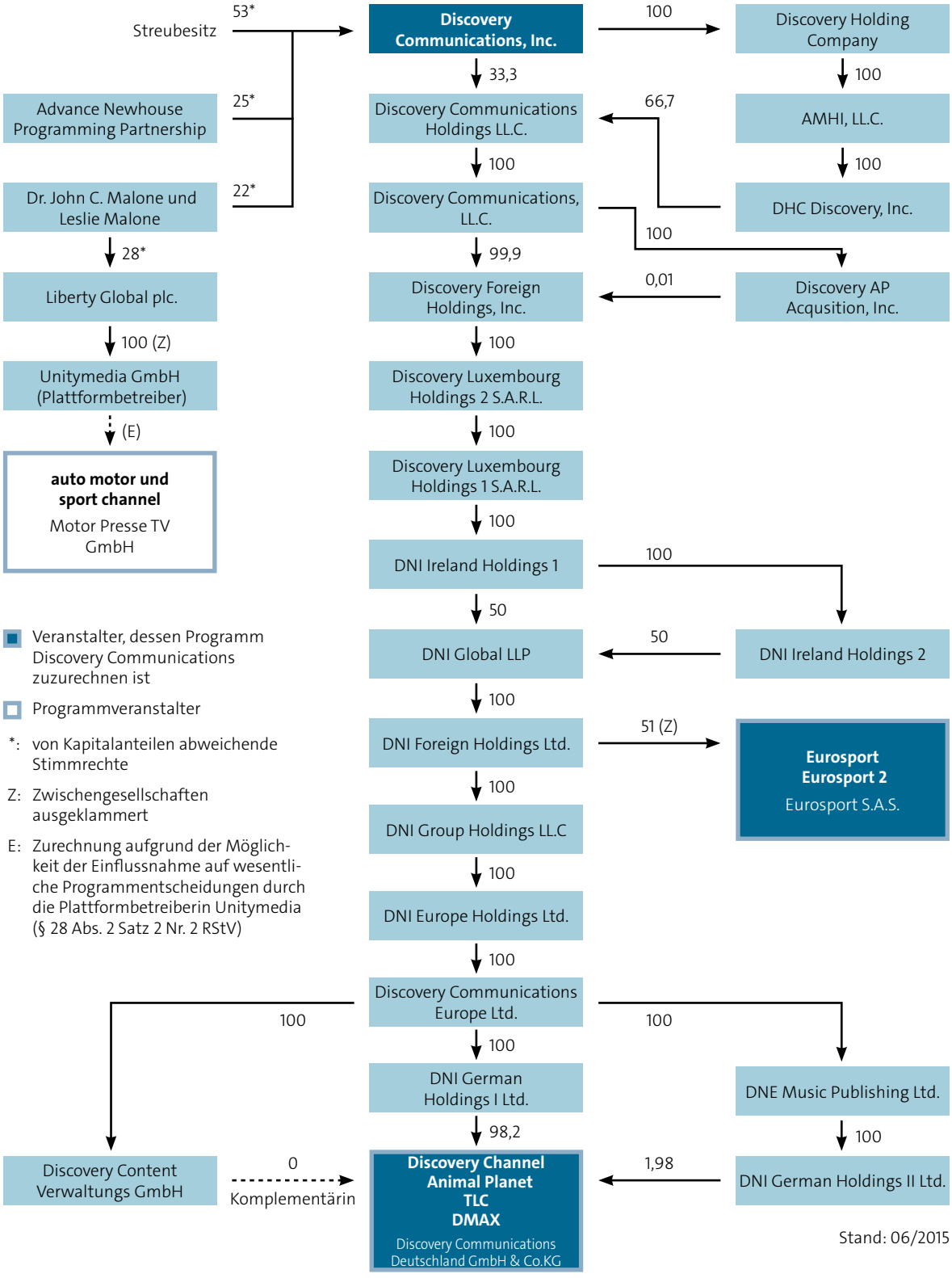
1 Constantin Medien
2 Discovery Communications
3 Disney
4 NBC Universal
5 ProSiebenSat.1
6 RTL Group
7 Sky Deutschland
8 Tele-München-Gruppe
9 Time Warner
10 Viacom

1 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der Constantin Medien AG im bundesweiten Fernsehen



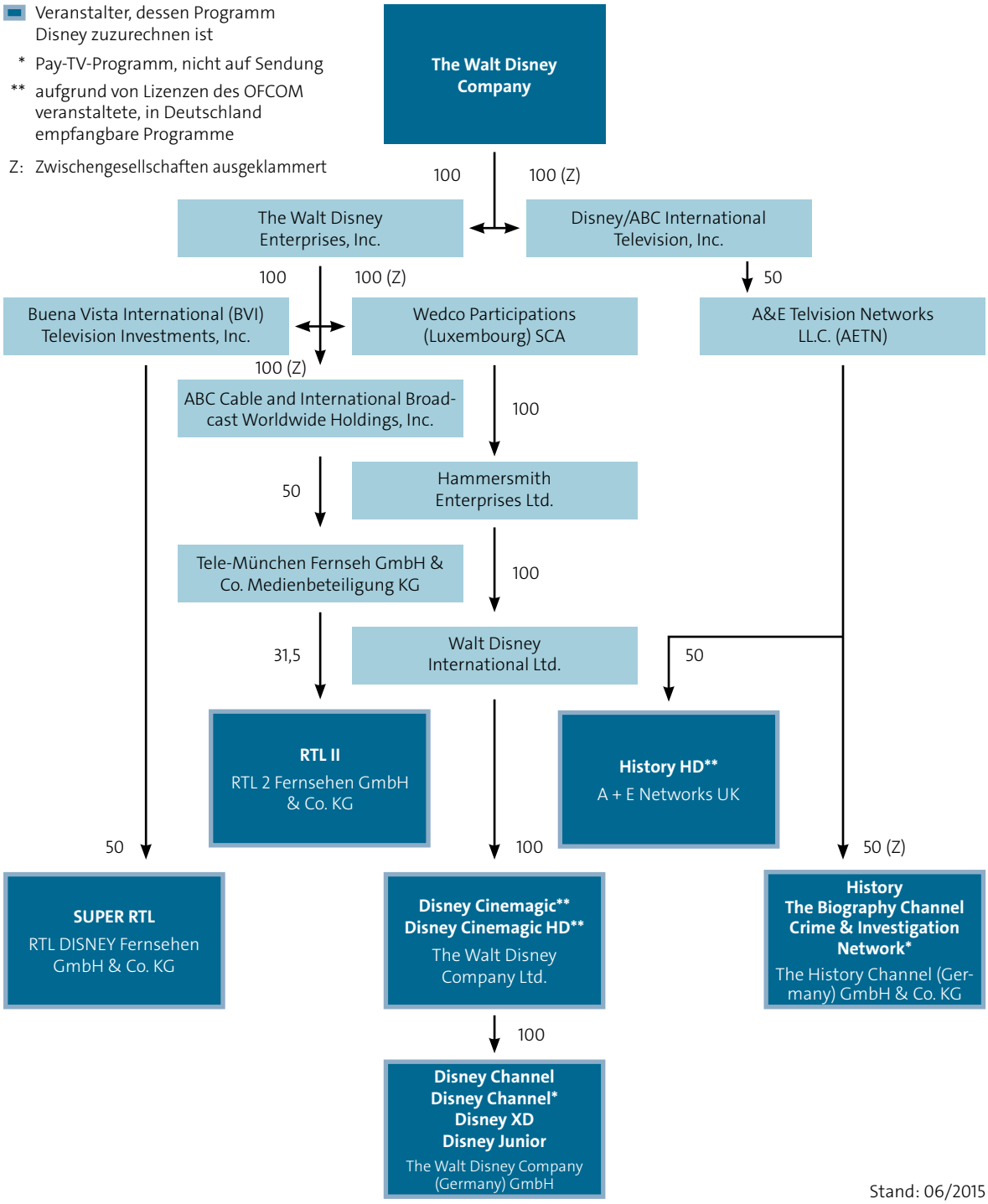
Stand: 06/2015

2 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme von Discovery Communications



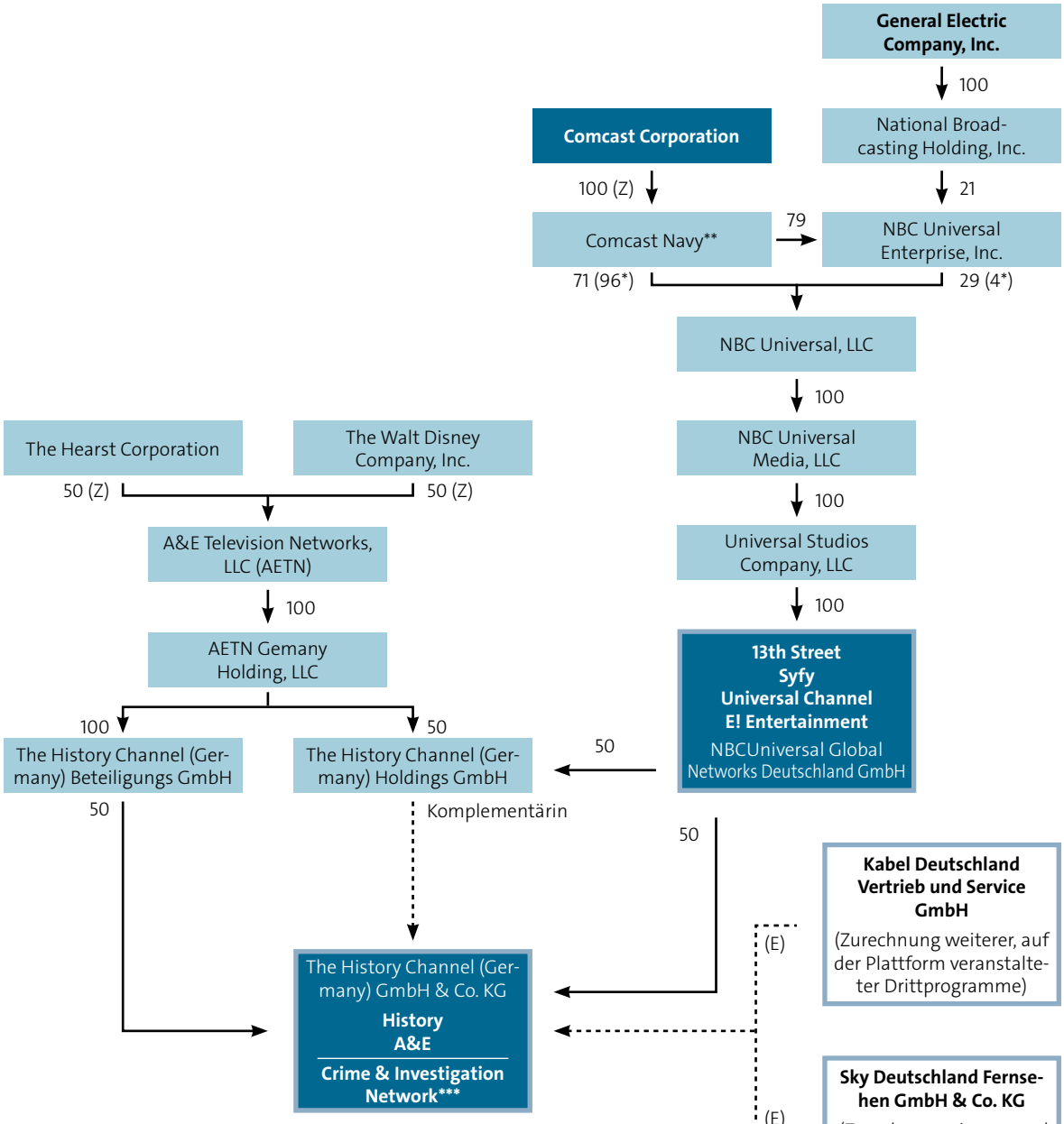
Stand: 06/2015

3 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der The Walt Disney Company



Stand: 06/2015

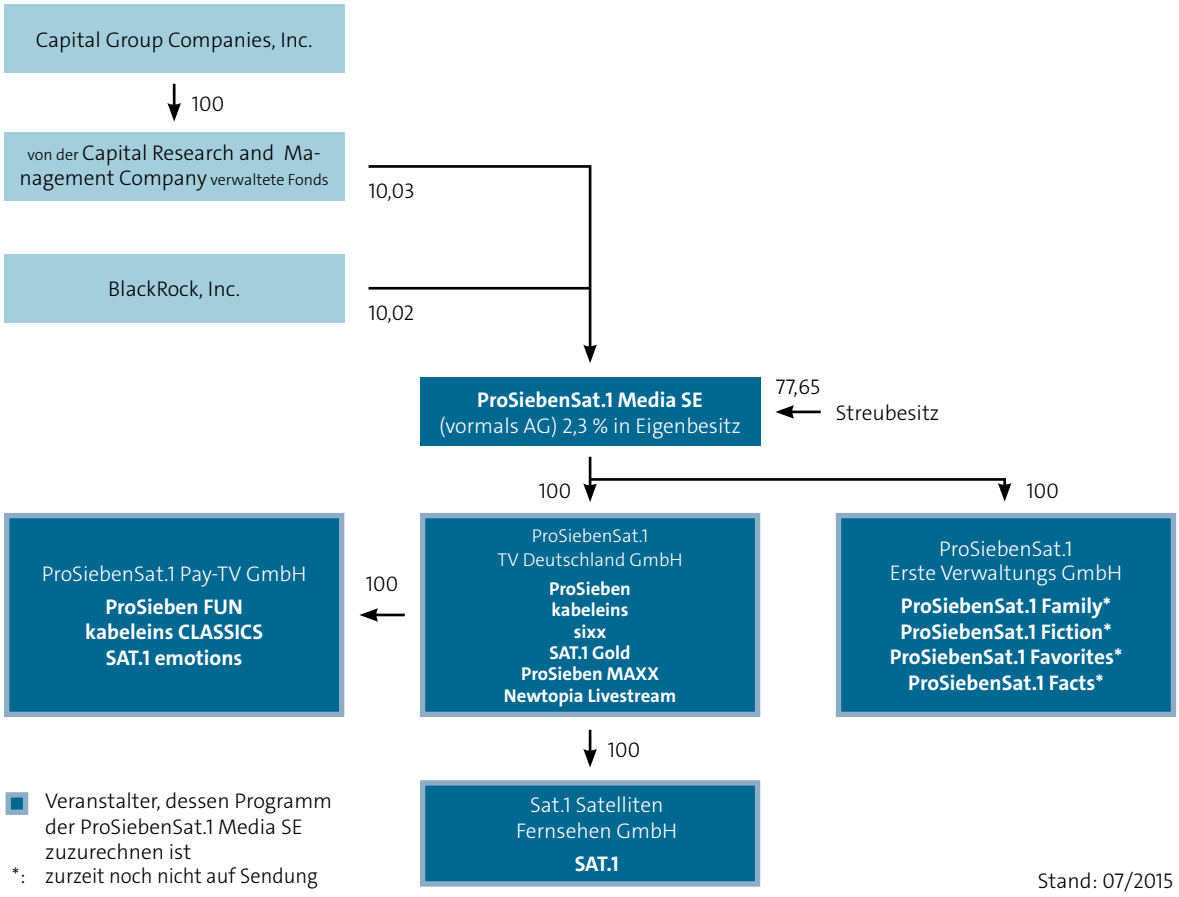
4 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme von NBC Universal



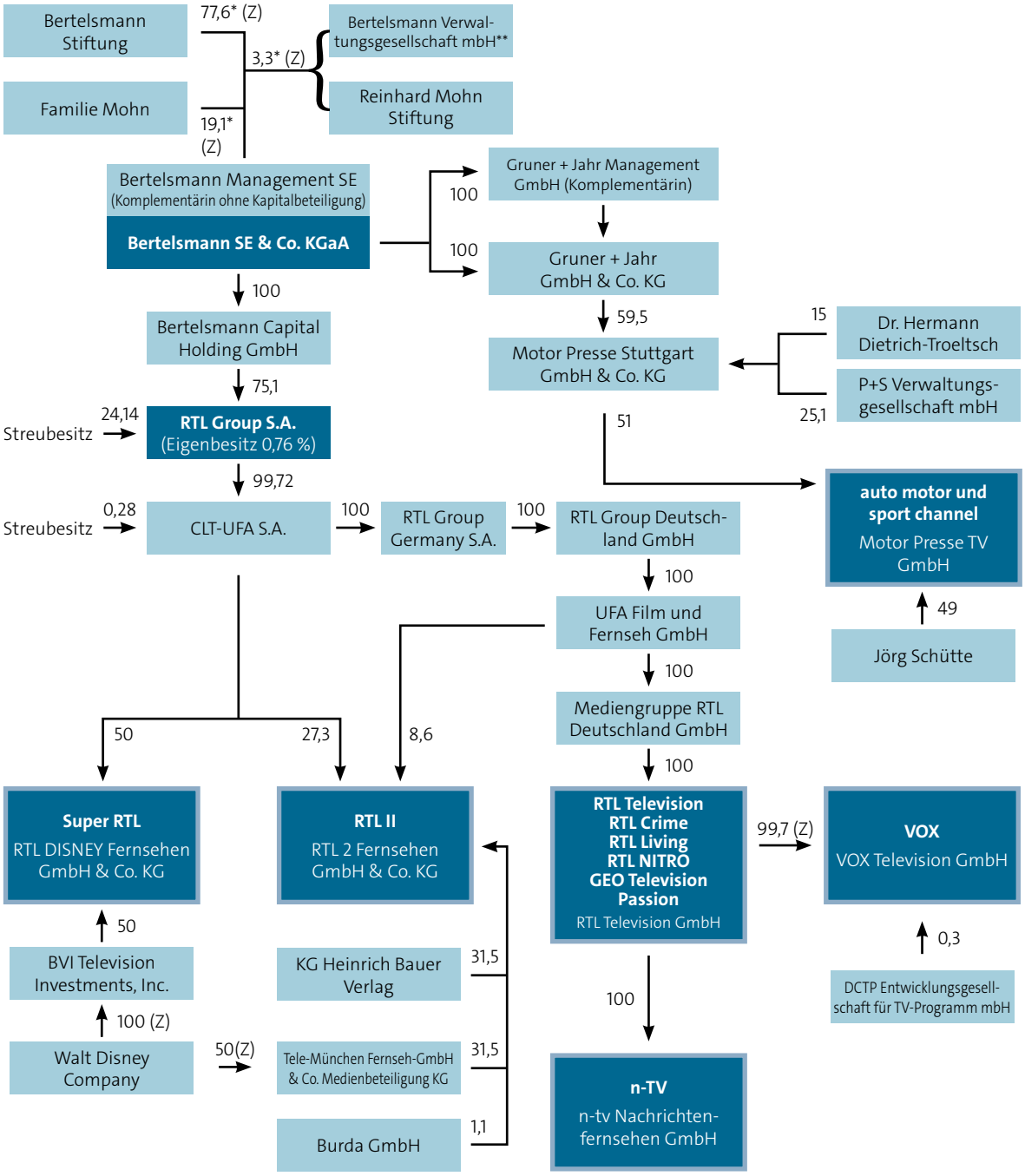
■ Programmveranstalter, dessen Programm NBC Universal zuzurechnen ist
*: von den Kapitalanteilen abweichende Stimmrechte
**: Comcast Navy Contribution, LLC und Comcast Navy Acquisition, LLC
***: derzeit nicht auf Sendung
Z: Zwischengesellschaften ausgeklammert
E: Zurechnung aufgrund eines vergleichbaren Einflusses im Sinne von § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV

Stand: 06/2015

5 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der ProSiebenSat.1 Media SE im bundesweiten Fernsehen



6 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der RTL Group im bundesweiten Fernsehen



■ Veranstalter, dessen Programm der RTL Group S.A. und der Bertelsmann SE & Co. KGaA zuzurechnen ist

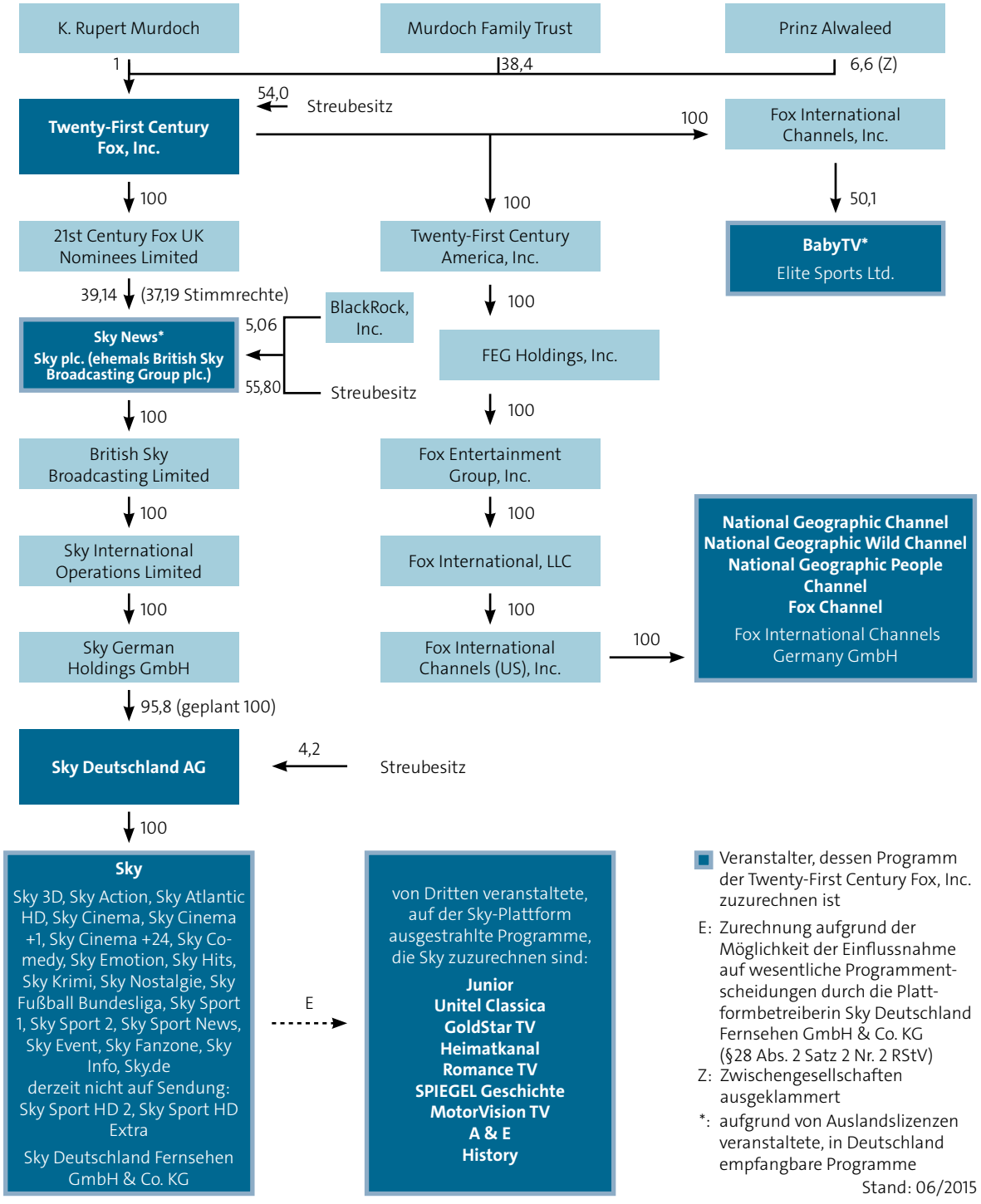
*: vereinfachte Darstellung mit durchgerechneter Kapitalbeteiligung, sämtliche Stimmrechte der Bertelsmann SE & Co. KGaA und der Bertelsmann Management SE werden von der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH kontrolliert

**: Gesellschafter: Prof. Dr. Dieter Vogel, Prof. Dr. Jürgen Strube, Prof. Dr. Werner Bauer und drei Vertreter der Familie Mohn (Elisabeth Mohn, Dr. Brigitte Mohn, Christoph Mohn) sowie die Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft Stiftung

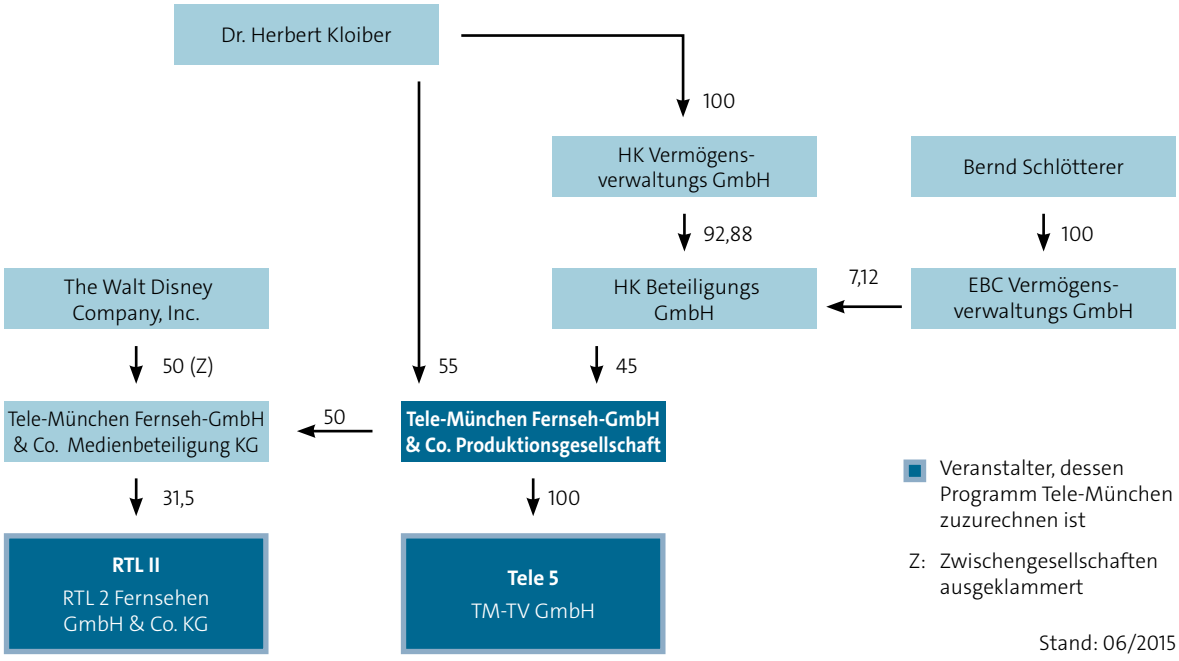
Z: Zwischengesellschaften ausgeklammert

Stand: 06/2015

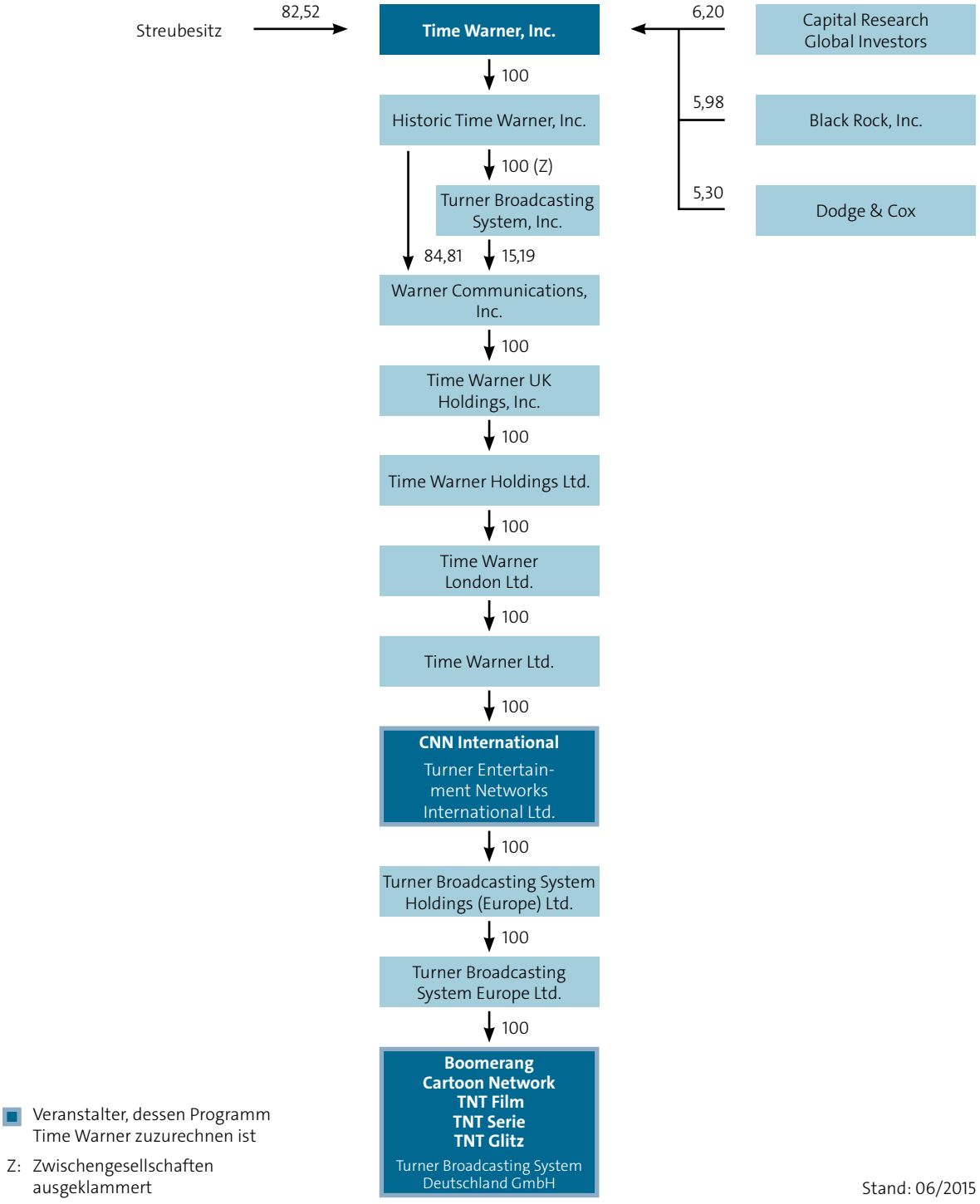
7 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der Twenty-First Century Fox, Inc.



8 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der Tele-München-Gruppe im bundesweiten Fernsehen



9 Bundesweite Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme von Time Warner

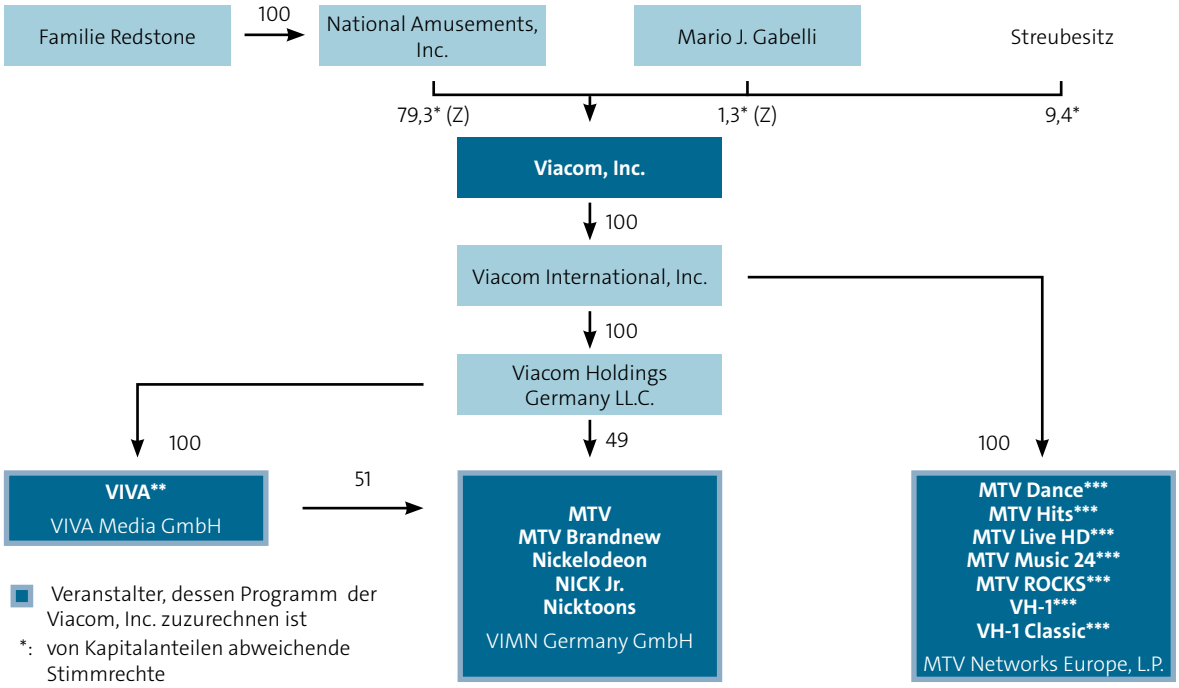


■ Veranstalter, dessen Programm Time Warner zuzurechnen ist

Z: Zwischengesellschaften ausgeklammert

Stand: 06/2015

10 Bundesweite Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der Viacom-Gruppe



■ Veranstalter, dessen Programm der Viacom, Inc. zuzurechnen ist

*: von Kapitalanteilen abweichende Stimmrechte

**: seit 01.10.2014 werden in der Zeit von 17:00 Uhr bis 6:00 Uhr auf dem Sendeplatz von VIVA Programminhalte unter der Marke Comedy Central ausgestrahlt

***: englischsprachige Programme auf Grundlage einer Lizenz des OFCOM

Z: Zwischengesellschaften ausgeklammert

Stand: 06/2015

Anhang 2

Schaubilder zu Medienaktivitäten von Sendergruppierungen

1 Bauer
2 Bertelsmann
3 Burda
4 Constantin Medien
5 DuMont
6 Georg von Holtzbrinck
7 Madsack
8 ProSiebenSat.1
9 Springer

TV	Print		
· RTL II (31,5 %)	*Zeitungen* · Volksstimme (Magdeburg) *Zeitschriften* · Programmzeitschriften · auf einen Blick · Fernsehwoche · mein tv & ich · tv Hören und Sehen · TV klar · TV Movie · TV Movie Digital XXL · tv!top · tv14 · tvpur · tv world (Supplement) · Publikumszeitschriften · Adel exklusiv · Alles für die Frau · Astro Woche · Auto Zeitung · Auto Zeitung Allrad · Auto Zeitung classic cars · Bravo Girl!	· Bravo Sport · Avanti · bella · Bravo · Bummi · Bussi Bär · Card Collector · Closer · Cosmopolitain · das neue · Das neue Blatt · Freizeitwoche (80 %) · GartenIdee · Good Health · Happinez · InTouch · InTouch Style · Joy · kochen & genießen · Laura · Laura Wohnen kreativ · Lecker · Lissy + Extrahefte · Mach mal Pause · Mehr Spass	· Maxi · Mein Leben · Mein Lieblingsrezept · Mein Hund & ich · Meine Melodie · Meins · Mini · mutti · Myway · Neue Post · Rezepte pur · Shape · Schöne Woche · selbst ist der Mann + Sonderhefte · Super Freizeit (80 %) · tina · tina Koch & Backideen · tina Woman · Traum-Prinzessin · Welt der Wunder · Woche Heute · Wohnidee · Yeah! · diverse Rätselhefte
Online			
· Onlineauftritte der Printangebote · billigflieger.de (75 %)			
Radio			
· Radio Hamburg (25 % Kapitalanteil, 28,8 % Stimmrechte) *über Radio Hamburg:* · Oldie 95,0 (16,4 %) · Radio NORA (8,87 %)			

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK, Formatt-Institut
Stand: 10/2014

TV — RTL Group

Programme

- Free-TV
  - RTL Television
  - RTL NITRO
  - VOX
  - n-tv
  - SUPER RTL (50 %)
  - RTL II (35,9 %)
- Pay-TV
  - RTL Crime
  - RTL Living
  - Passion
  - GEO Television
  - auto motor und sport channel (mittelbare Mehrheitsbeteiligung)
- Regionalfenster
  - RTL Nord (HH, SH, NI, HB)
  - RTL WEST (NW; 75 %)
  - RTL Hessen (60 %)

Rechte

- FremantleMedia
- CLT-UFA International
- UFA Sports

Produktion

- UFA Film & TV Produktion
  - UFA FICTION
  - UFA SERIAL DRAMA
  - UFA SHOW & FACTUAL
- infoNetwork
- NORDDEICH TV

Online — RTL Group/Gruner+Jahr

- über 40 Angebote der Mediengruppe RTL Deutschland, u. a.:
  - Online-Auftritte der RTL-TV-Programme (RTL.de, RTLNITRO.de, VOX.de, n-tv.de, Toggo.de (SUPER RTL), RTL2.de)
  - Video-on-Demand-Angebote („NOW"-Angebote zu den RTL-TV-Programmen, clipfish.de)
  - Communities, Information (GZSZ.de, frauenzimmer.de, elementgirls.de, kochbar.de, VIP.de, wetter.de, sport.de)
- Online-Auftritte der RTL-Radioprogramme
- Online-Auftritte Gruner+ Jahr-Printtitel

Musik — Bertelsmann

- BMG Rights Management

Radio — RTL Group

- RTL Radio (bundesweit)
- 104,6 RTL
- 105.5 Spreeradio
- HITRADIO RTL Sachsen (86 %)
- 89,0 RTL (57 %)
- Radio Brocken (57 %)
- Hit-Radio Antenne (49,7 %)
- Sachsen-Funkpaket (39,9 %) (Leipzig, Dresden, Chemnitz, Zwickau, Lausitz, Vogtland, Erzgebirge)
- Radio Hamburg (29,2 %)
- radio NRW (16,1 %)
- Antenne Bayern (16 %)
- Rock Antenne (Antenne Bayern hält 100 %)
- Radio Regenbogen (15,8 %)
- Antenne Thüringen (15 %)
- radio top 40 (15 %)
- Radio 21 (9,8 % + weitere indirekte Anteile)
- weitere indirekte Beteiligungen an bigFM, Oldie 95, Radio NORA, Radio Galaxy, Radio TON, apollo Radio, Radio 21

Print — Gruner+Jahr/Bertelsmann

Zeitungen

- Sächsische Zeitung (60 %)
- Morgenpost Sachsen (60 %)
- Döbelner Anzeiger (Sächsische Zeitung hält 100 %)

Zeitschriften

- Art
- Beef!
- Brigitte
- Brigitte Mom
- Brigitte Woman
- Business Punk
- Capital
- Chefkoch Magazin
- Couch
- deli
- Dogs
- Eltern
- Eltern Family
- Essen und Trinken
- Essen und Trinken für jeden Tag
- Flow
- Gala (Men, Style)
- Geo (Epoche, mini, kompakt, Saison, Special, Wissen)
- Geolino (Extra)
- Grazia
- Häuser
- Jamie
- Living at Home
- National Geographic
- Neon
- Nido
- P.M.-Hefte
- Schöner Wohnen
- Spiegel (25,25 %)
- Stern (Fotografie, gesund leben)
- View
- Viva!
- Wunderwelt Wissen
- 11 Freunde (51 %)
- Titel des Motor-Presse- Verlags (59,9 %; z. B. auto motor sport) und von dessen Gemeinschaftsunternehmen (u. a. Men´s Health (50 %))

Buchverlage

- 45 Verlage (Random House Gruppe), u.a. Blessing, C. Bertelsmann, Heyne, Knaus, Luchterhand, Siedler

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK, Formatt-Institut
Stand: 10/2014

TV

Programme

- *Free-TV*
  - RTL II (1,1 %)
- *Pay-TV*
  - BonGusto (83,5%)
- *Lokales Fernsehen*
  über Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG (41,67 %):
  - münchen.tv (16 % + 16 % direkt)
  - münchen.2 (16 % + 16 % direkt)
  - a.tv Fernsehen für Augsburg und Schwaben (12,6 %)
  - mittelbar: Franken Fernsehen

Produktion

- Focus TV Produktions GmbH (u. a. Drittsendezeitformat Focus TV Reportage bei SAT.1 (DCTP))
- StarNetOne (Live-Entertainment)

Online

(Auswahl)

- Focus Online
- weitere Printtitel begleitende Online-Angebote
- huffingtonpost.de
- Elternportal Netmoms
- Business-Network Xing (50,4 %)
- Tomorrow Focus AG (58,8 %; u. a. Bewertungsportale (z. B. Holidaycheck), Partnervermittlung (Elitepartner), Online-Shops, Vermarktung)
- DLD Ventures GmbH (Beteiligung u. a. an glam, kollabora)
- TV Spielfilm Streaming-Plattform (geplant)

Radio

direkte Beteiligungen

- BB Radio (50 %)
- Donau 3 FM (50 %)
- Ostseewelle (45,67 %)
- Radio Arabella (20,56 %)
- Antenne Bayern (16 %)
- Rock Antenne (16 % + 7 % über Studio Gong)
- die neue welle (13,9 %)
- Alternative FM (13,9 % + 8,6 % über Studio Gong)
- Radio Galaxy (10,53 %)
- bigFM (10,1 %)
- Hit Radio FFH (4,2 %)
- planet radio (4,2 %)
- Harmony.fm (4,2 %)

indirekte Beteiligungen

- Radio TEDDY (BB Radio hält 90 %)
- Radio Galaxy (Antenne Bayern hält 10,53 %)

über Studio Gong (41,67 %):

- Radio Gong 97,1 Nürnberg (100 %)
- BB Radio (50 %)
- Donau 3 FM (50 %)
- Radio Charivari Würzburg (50 %)
- Radio Gong 106,9 Würzburg (50 %)
- Radio Fantasy (55 %)
- Fantasy Aktuell (55 %)
- Radio Gong 96,3 München (42 %)
- Gong mobil (42 %)
- Radio Galaxy Aschaffenburg (35 %)
- Radio Primavera (35 %)
- Pirate Gong (30 %)
- Die neue 107,7 (26,6 %)
- Radio Chemnitz (50 %)
- Radio Dresden (50 %)
- Radio Lausitz (49,22 %)
- Radio Leipzig (50 %)
- Radio Zwickau (50 %)
- Ostseewelle (29,06 %)
- Antenne Niedersachsen (19 %)
- Radio Galaxy (15,8 %)
- die neue welle (8,6 %)
- Antenne Bayern (7 %)
- Hit Radio FFH (2,4 %)
- planet radio (2,4 %)
- Harmony.fm (2,4 %)
- 106,4 Top FM (7,6 %)
- RPR1 (1 %)
- big.FM Hot Music Radio (1 %)

Studio Gong mittelbar:

- Radio21
- ROCK ANTENNE Erding – Freising – Ebersberg
- egoFM

Print

Zeitschriften

TV-Programm

- TV Spielfilm
- TV Spielfilm XXL
- TV Today
- TV Today digital
- TV Schlau
- Stern TV Magazin (Supplement)

Sonstige

- ARD Buffet
- Bunte
- Burda Style
- Chip (inkl. Power Play, Foto-Video)
- Cinema
- Das Haus
- Das Haus Ideenmagazin
- Das Haus Spezial
- Domicil
- Donna
- Elle (50 %)
- Elle Decoration (50 %)
- Fit for Fun
- Focus (inkl. Diabetes, Gesundheit, Money, Spezial)
- Frau im Trend (inkl. Wohnen & Wohlfühlen)
- Free Men's World
- Freizeit Aktuell
- Freizeit Revue
- Freizeit Spass
- Freundin
- GartenIdee
- Gartenspaß
- Gartenträume
- Glücks Revue
- Guter Rat
- Harper´s Bazaar (GU mit Hearst)
- InStyle
- Land Edition
- Lisa (inkl. Blumen & Pflanzen, Kochen & Backen, Romance, Wohnen & Dekorieren)
- Lust auf Genuss
- Mein schöner Garten
- Mein schöner Garten spezial
- Mein schöner Landgarten
- Mein schönes Land
- Mein schönes Landhaus
- Meine Familie & ich
- Meine gute Landküche
- N-Photo
- Neue Woche
- Places of Spirit
- Playboy
- Practical Photoshop
- Slowly Veggie
- Superillu
- Sweet Dreams
- Viel Spaß
- Wohnen & Garten
- Wohnen Träume
- diverse Rätselhefte

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK
Stand: 04/2015

TV	Produktion	Online	Hörfunk
Programme · *Free-TV* · Sport1 · *Pay-TV* ·Sport1+ ·Sport1 Livestream ·Sport1 US	· Constantin Film AG · Constantin Television GmbH · Constantin Entertainment GmbH · Constantin Family GmbH · Olga Film GmbH (95,52 %) · MOOVIE – the art of entertainment GmbH (75,5 %) · Rat Pack Filmproduktion GmbH (51 %) · Nadcon Film GmbH (51 %) · Westside Filmproduktion GmbH (51 %) · Polyscreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH (50 %)	· Sport-Portal Sport1.de · Online-Spiele (SPORT1GAMES.de, SPORT1 Poker)	· Sport1.fm

Rechte
· *Film und TV* · Constantin Film AG · *Sport* · Team Holding AG

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK
Stand: 05/2015

TV	Online	Radio	Print
Programme · *bundesweites Fernsehen* · Marco Polo TV (10 %-Beteiligung am Verlag MairDuMont, der 50 % an Marco Polo TV hält) · Joiz (20 %; 35 % geplant) · *Ballungsraumfernsehen* · Köln.tv (74 %)	· **DuMont Neue Medien** Redaktionelle Dienste wie aktuelle Nachrichten, Sport, Horoskope, Wetter, Event-Tipps, Kino-Vorschau etc. · **DuMont Venture** Beteiligungen an Wachstumsunternehmen, u. a.: · Radio.de (Radio-Streaming Plattform) · Simfy (Musik-Streamingdienst (insolvent)) · MovingIMAGE24 (Video-Streaming) · **DuMont Net** Vermarktung und Weiterentwicklung der Onlineauftritte der Printtitel · **Berlin Online** (Stadtportal)	· *direkte Beteiligungen* · Berliner Rundfunk 91!4 (42,9 %) · *indirekte (Minderheits-) Beteiligungen (Auswahl)* · radio NRW · Radio Hamburg · Oldie 95 · Radio NORA	*Zeitungen* · Kölner Stadt-Anzeiger · Kölnische Rundschau · Express · Mitteldeutsche Zeitung (diese hält 24,9 % am Naumburger Tageblatt) · über PMB Presse- und Medienhaus Berlin (65 %): · Hamburger Morgenpost · Berliner Zeitung · Berliner Kurier · General-Anzeiger Bonn (18 %) *Buchverlage* · DuMont Buchverlag · Bundesanzeiger Verlag · MairDuMont (10 %)

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK
Stand: 05/2015

6 Medienaktivitäten der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck in Deutschland

TV	Radio	Online	Print
Programme · Gute Laune TV (40,34 %) ***Produktion*** · AVE Gesellschaft für Fernsehproduktion mbH · Spektrum TV GmbH (über AVE) · Macroscope Film GmbH (über AVE)	· *direkte und indirekte (Minderheits-)Beteiligungen* · egoFM · Radio Gong 96,3 München · Gong mobil · Radio Seefunk	· über Holtzbrinck Ventures und Holtzbrinck Digital u. a. Beteiligungen an: · gutefrage.net · helpster · cosmiq · Netdoktor · MyHammer (Mehrheitsbeteiligung) · Rocket Internet (1,8 %) · Wooga (k. A.) · eDarling (k. A.) · Zalando (5,12 %) · Home24 (k. A.)	***Zeitungen*** · Die ZEIT (50 %) ***Zeitschriften*** · Spektrum der Wissenschaft · Gehirn & Geist · Sterne und Weltraum · Zeit Wissen (50 %) · Weltkunst (50 %) · Zeit Leo (50 %) · Zeit Campus (50 %) · Zeit Geschichte (50 %) ***Buchverlage*** · S. Fischer · Rowohlt · Kiepenheuer & Witsch · Droemer Knaur · Verlag J.B. Metzler · Macmillan

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK
Stand: 06/2015

TV	Online	Radio	Print	
Programme · *Drittsendezeiten bei RTL* · AZ Media TV ***Produktion*** · TVN-Gruppe	· Onlineauftritte der Printmarken · Madsack Online · Online-Werbeanzeigen · Online-Marketing-Service, nationale Vermarktung für Madsack-Portale · sonstige Aktivitäten (Auswahl) · radio.de (Mehrheitsbeteiligung) · Immonet (11,3 %) · Meinprospekt (8 %) · Kimeta (3 %)	*direkte Beteiligungen* · 89.0 RTL (21,9 %) · Radio Brocken (21,9 %) · ffn (11,7 %) · Antenne Niedersachsen (6,1 %) *indirekte Beteiligungen* (z.T. über Regiocast, an der die Lübecker Nachrichten mit rund 8 % und die Kieler Zeitung mit rund 1 % beteiligt sind) · RSH Radio Schleswig-Holstein (13,3 %) · R.SA (13,3 %) · RADIO PSR (13,3 %) · Radio BOB! (13,3 %) · Antenne Mecklenburg-Vorpommern (12,5 %) · sunshine live (7,8 %) · 94,3 rs2 (5,7 %) · Rockland Radio (5,2 %) · delta radio (4,2 %) · RADIO 21 (3,56 % (durchgerechnet); Antenne Niedersachsen und ffn halten je 20 %) · ENERGY Bremen (3,2 %) · apollo radio (2,7 %) · LandesWelle Thüringen (2,1 %) · Oldie 95 (1,9 %) · Radio SAW (1,8 %) · Rockland Sachsen-Anhalt (1,8 %) · Radio NORA (1,2 %) · Berliner Rundfunk 91!4 (0,7 %) · radio TOP 40 (0,5 %)	***Zeitungen*** · Aller-Zeitung · Hannoversche Allgemeine Zeitung · Neue Presse · Peiner Allgemeine Zeitung · Wolfsburger Allgemeine Zeitung · Eichsfelder Tageblatt (99 %) · Göttinger Tageblatt (99 %) · Leipziger Volkszeitung (85 %; zu dieser gehören: Dresdner Neueste Nachrichten, Döbelner Allgemeine Zeitung, Oschatzer Allgemeine Zeitung, Osterländer Volkszeitung, Beteiligungen bestehen an: Naumburger Tageblatt (75,1 %) und Torgauer Zeitung (24,9 %)) · Schaumburger Nachrichten (80 %) · Märkische Allgemeine Zeitung (71,61 %) · Lübecker Nachrichten (49 % direkt, 24 % über Hanseatische Verlags-Beteiligung AG, an der Madsack 82,25 % hält) · Ostsee-Zeitung (über Lübecker Nachrichten) · Gelnhäuser Neue Zeitung (51 %) · Kieler Nachrichten (49 %) · Segeberger Zeitung (49 %) · Nordkurier (49 %) · Gandersheimer Kreisblatt (Göttinger Tageblatt und Täglicher Anzeiger halten je 24,4 %)	· Täglicher Anzeiger Holzminden (30 %) · Cellesche Zeitung (24,8 %) · Alfelder Zeitung (24,5 %) ***Anzeigenblätter*** · Blick Göttingen · Gifhorner Rundblick · hallo Hannoversches Wochenblatt · hallo Mittwoch Barsinghausen · hallo Sonntag (diverse Ausgaben) · Laatzener Woche · Neue Peiner Woche · Rundblick Garbsen/Seelze · Salzgitter Woche · Wolfenbütteler Schaufenster · Wolfsburger Rundblick · Leipziger Rundschau (85 %) · Sachsen Sonntag (85 %) · Osterland Sonntag (85 %) · Elbe Wochenblatt (75,1 % über Hanseatische Verlags-Beteiligung, Madsack: 82,25 %) · Ostsee-Anzeiger (68,74 %) · über Gelnhäuser Neue Zeitung: Der neue Markt (51 %) Mittelhessen Bote (51 %) · Anzeiger (div. Ausgaben und Beteiligungen) · WochenSpiegel (diverse Ausgaben und Beteiligungen)

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK
Stand: 04/2014

TV	Produktion	Online	Musiklabels
Programme · *Free-TV* · SAT.1 · ProSieben · kabel eins · sixx · SAT.1 Gold · ProSieben MAXX · Newtopia Livestream · *Pay-TV* · ProSieben FUN · kabel eins CLASSICS · SAT.1 emotions · *Regionalfenster bei Sat.1* · 17:30 live (HH, SH, NI, HB) · 17:30 SAT.1 Bayern (10 %)	· Red Arrow Entertainment (13 internationale Produktionsunternehmen) **Vertrieb** · Red Arrow International	*(Auswahl)* · Online-Auftritte der TV-Sender der Sendergruppe · Video-on-Demand-Portal Maxdome · Video-Community MyVideo · Multichannel Networks · Collective Studio71 (75 %) · sonstige Communities/ Information · fem.com · wer-weiss-was.de · lokalisten.de · autoplenum.de · webnews.de · wetter.com · Musik-Streaming-Plattform AMPYA · Online-Spiele (z. B. Spieleplattformen SevenGames.de und SAT1Spiele.de, Spieleentwickler Aeria Games Europe)	· Starwatch Entertainment · Starwatch Music (mit Warner) · WE LOVE MUSIC (mit Universal) · SevenOne Music (mit Sony) · Embassy of Sound & Music

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK
Stand: 07/2015

TV	Online	Radio	Print
Programme · *bundesweites Fernsehen* · N24	· *Onlineauftritte der Printmarken insbes.:* · bild.de · Die WELT online · autobild.de · computerbild.de · *Portale* · idealo (74,9 %) · kaufDA (74,9 %) · Smarthouse (91 %) · finanzen.net (55 %) · aufeminin.com (82,4 %) · *Rubrikenportale* · allesklar.com · Immonet (88,7 %) · meinestadt.de · StepStone · SeLoger	*direkte Beteiligungen* · Radio Hamburg (35 % Kapitalanteil, 25 % Stimmrechte) · Antenne Bayern (16 %) · Hit Radio FFH (15 %) · planet radio (15 %) · Harmony.fm (15 %) · radio ffn (7,6 %) *indirekte Beteiligungen* · radio NRW (7,3 %) · Radio21 (20 % radio ffn) · Rock Antenne (16 %) · ROCK ANTENNE Erding – Freising– Ebersberg (71,5 % Rock Antenne) · Oldie 95.0 (16,4 % Radio Hamburg, 16,3 % radio ffn) · delta Radio (16,1 % radio ffn) · Radio Nora (11,7 % delta Radio, 10,1 % radio ffn, 8,9 % Radio Hamburg) · Radio Galaxy (10,5 % Antenne Bayern) · egoFM (9 % Radio Galaxy) · Antenne 1 (6,7 %)	***Zeitungen*** · BILD · BILD am Sonntag · B.Z. · B.Z. am Sonntag · Die WELT · Die WELT kompakt (Tabloid-Format) · WELT am Sonntag · WELT am Sonntag kompakt ***Zeitschriften*** · Auto BILD · Auto BILD Allrad · Auto BILD Motorsport · Auto BILD Sportscars · Auto BILD Klassik · Auto Test · Computer BILD · Computer BILD Spiele · Audio Video Foto BILD · Sport BILD · Rolling Stone · Musikexpress · Metal Hammer

Beteiligungen ohne %-Angabe bezeichnen 100%ige bzw. geringfügig darunter liegende Beteiligungen (bezogen auf die angegebene Obergesellschaft)
Quelle: Unternehmensangaben, KEK
Stand: 10/2014

Anhang 3

Abkürzungsverzeichnis

a. a. O.	am angegebenen Ort
Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
AGF	Arbeitsgemeinschaft Fernseh-forschung
AGOF	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung
ALM	Arbeitsgemeinschaft der Landes-medienanstalten
Alt.	Alternative
Art.	Artikel
Az.	Aktenzeichen
B.V.	Besloten Vennootschap
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
brema	Bremische Landesmedienanstalt
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidung des Bundes-verfassungsgerichts
BvR	Aktenzeichen des BVerfG für Verfassungsbeschwerden
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
Co.	Company
d. h.	das heißt
DLM	Direktorenkonferenz der Landes-medienanstalten
DSL	Digital Subscriber Line
DVB-C	Digital Video Broadcasting-Cable
DVB-S	Digital Video Broadcasting-Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcasting-Terrestrial
e.K.	eingetragener Kaufmann
e.V.	eingetragener Verein
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
f./ff.	folgende/fortfolgende
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GG	Grundgesetz
ggf.	gegebenenfalls
gGmbH	gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GVK	Gremienvorsitzendenkonferenz
HD	High Definition
i. d. R.	in der Regel
i. G.	in Gründung
i. S.	in Sachen
i. S. d.	im Sinne der/des
Inc.	Incorporated
inkl.	inklusive
IPTV	Internet Protocol Television
Jr.	Junior
k. A.	keine Angaben
KEK	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
KG	Kommanditgesellschaft
KGaA	Kommanditgesellschaft auf Aktien
KJM	Kommission für Jugendmedien-schutz
L.P.	Limited Partnership
LFK	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
LfM	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
LLC	Limited Liability Company
LLP	Limited Liability Partnership
LMK	Landesanstalt für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz
LMS	Landesmedienanstalt Saarland
Ltd.	Limited
LPR Hessen	Hessische Landeszentrale für pri-vaten Rundfunk und neue Medien
m.w.N.	mit weiteren Nachweisen

MA HSH	Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein
mabb	Medienanstalt Berlin-Brandenburg
Min.	Minuten
Mio.	Millionen
MMV	Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
Mrd.	Milliarden
MSA	Medienanstalt Sachsen-Anhalt
N.V.	Naamloze Vennootschap
NLM	Niedersächsische Landesmedien-anstalt
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
OHG	offene Handelsgesellschaft
OLG	Oberlandesgericht
OTT	Over the Top
OVG	Oberverwaltungsgericht
plc.	public limited company
RÄndStV	Rundfunkänderungsstaatsvertrag
Rn.	Randnummer
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
Rz.	Randziffer
s.	siehe
S.	Seite
s. o.	siehe oben
s. u.	siehe unten
S.A.	Société Anonyme
S.A.R.L./S.à.r.l.	Société à responsabilité limitée
SD	Standard Definition
SE	Societas Europaea (Europäische Aktiengesellschaft)
SLM	Sächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
TLM	Thüringer Landesmedienanstalt
Tsd.	Tausend
TV	Fernsehen
TVHH	Fernseh-Haushalt
u.	und/unten
u. a.	unten angegeben/unter anderem
UG	Unternehmergesellschaft
UrhG	Urheberrechtsgesetz
URL	Uniform Resource Locator
usw.	und so weiter
VG	Verwaltungsgericht
vgl.	vergleiche
VoD	Video-on-Demand
VwGO	Verwaltungsgerichtsordnung
ZAK	Kommission für Zulassung und Aufsicht
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

Der 17. Jahresbericht der KEK liefert einen umfassenden Rückblick auf die Arbeit der KEK im Zweijahreszeitraum vom 1. Juli 2013 bis zum 30. Juni 2015. Neben einer Darstellung der in diesem Zeitraum gefassten Beschlüsse enthält er Übersichten über Drittfenster und Regionalfenster sowie einen Überblick über digitale Paketangebote von Plattformbetreibern sowie über Video-on-Demand-Plattformen am deutschen Markt. Aktuelle Befunde zur Bewegtbildnutzung im Fernsehen und im Internet werden ebenso dargestellt wie die Entwicklung der Zuschaueranteile nach Zeiträumen und Sendergruppierungen.

Wie in den Jahren zuvor werden im Bericht medienrechtliche Entscheidungen analysiert und Schwerpunktthemen aufgegriffen.

Darüber hinaus veröffentlicht die KEK in diesem Bericht ein Positionspapier, das sie im Rahmen der Konsultationen zur Weiterentwicklung des Medienrechts in die Bund-Länder-Kommission eingebracht hat. In diesem Papier wird der bereits im fünften Konzentrationsbericht angelegte medienkonzentrationsrechtliche Ansatz weiter entwickelt, der dem Konvergenzprozess im Medienbereich Rechnung tragen soll.