

# **Sechster Jahresbericht**

**der Kommission zur Ermittlung der  
Konzentration im Medienbereich (KEK)**

**Berichtszeitraum  
1. Juli 2002 bis 30. Juni 2003**

---

Helene-Lange-Straße 18 a, 14469 Potsdam  
Tel: (03 31) 2 00 63 60, Fax: (03 31) 2 00 63 70  
E-Mail: [info@kek-online.de](mailto:info@kek-online.de)  
Internet: <http://www.kek-online.de>

<b>I</b>	<b>Bericht über die Tätigkeit der KEK.....</b>	<b>6</b>
<b>1</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Medienkonzentrationskontrolle durch die KEK.....</b>	<b>7</b>
2.1	Verfassungsrechtliche Grundlage.....	7
2.2	Aufgaben der KEK nach dem Rundfunkstaatsvertrag.....	8
2.3	Mitglieder der KEK.....	9
2.4	Geschäftsstelle.....	10
<b>3</b>	<b>Verfahren im Berichtszeitraum.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1</b>	<b>Zulassung von Fernsehveranstaltern .....</b>	<b>11</b>
3.1.1	MultiThématiques GmbH – „Planet“, „Seasons“, „CineClassics“ und „Jimmy“ (Az.: KEK 146).....	11
3.1.2	GoldStar TV GmbH & Co. KG – „Heimatkanal“ (Az.: KEK 148) .....	13
3.1.3	RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG – „RTL II“ (Az.: KEK 151) .....	15
3.1.4	TM-TV GmbH & Co. KG – „Tele 5“ (Az.: KEK 153).....	18
3.1.5	DMF-Markenfernsehen GmbH – „DMF“ (Az.: KEK 154) .....	19
3.1.6	CMC Communication Media Consulting GmbH – „Messe TV“ (Az.: KEK 157)...	20
3.1.7	Premiere Fernsehen Verwaltungs-GmbH – „Premiere“ (Az.: KEK 155) .....	21
3.1.8	Studio Universal GmbH – „Sci-Fi Channel“ (Az.: KEK 161) .....	23
3.1.9	MGM Networks (Deutschland) GmbH – „MGM Channel“ (Az.: KEK 162) .....	24
3.1.10	REGIO NETWORK COMMUNICATION GmbH & Co. KG i. G. – „B.TV“ (Az.: KEK 165).....	24
3.1.11	CM Komplementär 02-027 GmbH & Co. KG – „Premiere“ (Az.: KEK 166).....	25
3.1.12	RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH – „RTV“ (Az.: KEK 171).....	28
3.1.13	RTL Television GmbH – „RTL Television“ (Az.: KEK 158) .....	28
3.1.14	NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 174) .....	31
3.1.15	ProSieben Television GmbH – „ProSieben“ (Az.: KEK 168) .....	31
3.1.16	XXP TV Das Metropolenprogramm GbR – „XXP“ (Az.: KEK 175).....	33
3.1.17	HollywoodCinema.tv GmbH – „Hollywood Cinema“ (Az.: KEK 180).....	34
3.1.18	NBC Europe GmbH i. G. – „NBC Europe“ (Az.: KEK 150) .....	34
3.1.19	DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH – „DSF“ (Az.: KEK 177) .....	35
3.1.20	Classica GmbH – „CLASSICA“ (Az.: KEK 178) .....	36

<b>3.2</b>	<b>Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen</b> .....	<b>37</b>
3.2.1	Junior.TV GmbH & Co. KG – „Junior/K-toon“ (Az.: KEK 145) .....	37
3.2.2	Playboy TV-GmbH Germany – „Playboy TV“ (Az.: KEK 147).....	40
3.2.3	NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 149) .....	41
3.2.4	VIVA Fernsehen GmbH, VIVA Plus Fernsehen GmbH – „VIVA“ und „VIVA Plus“ (Az.: KEK 152) .....	43
3.2.5	GoldStar TV GmbH & Co. KG – „GoldStar TV“ (Az.: KEK 148-1) .....	46
3.2.6	Beate Uhse TV GmbH & Co. KG – „Beate Uhse TV“ (Az.: KEK 160).....	47
3.2.7	n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG – „n-tv“ (Az.: KEK 156) .....	50
3.2.8	Discovery Channel Betriebs GmbH – „Discovery Channel“ (Az.: KEK 164) .....	55
3.2.9	n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG – „n-tv“ (Az.: KEK 167/172/176) ...	57
3.2.10	H5B5 GmbH – „TS Technology & Science Channel“ (Az.: KEK 170).....	58
3.2.11	SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH – „SAT.1“ (Az.: KEK 173-1) .....	59
3.2.12	ProSieben Television GmbH – „ProSieben“ (Az.: KEK 173-2), Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH – „Kabel 1“ (Az.: KEK 173-3), N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH – „N24“ (Az.: KEK 173-4) und NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 173-5) .....	64
3.2.13	DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH – „DSF“ (Az.: KEK 179) .....	64
3.2.14	Junior.TV GmbH & Co. KG – „Junior.TV/K-toon“ (Az.: KEK 169).....	67
3.2.15	ProSieben Television GmbH – „ProSieben“ (Az.: KEK 163-1), SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH – „SAT.1“ (Az.: KEK 163-2), Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH – „Kabel 1“ (Az.: KEK 163-3), N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH – „N24“ (Az.: KEK 163-4) und NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 163-5) .....	68
3.2.16	RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH – „RTV“ (Az.: KEK 181).....	69
<b>3.3</b>	<b>Sendezeit für unabhängige Dritte gemäß § 31 RStV</b> .....	<b>70</b>
3.3.1	SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH – „SAT.1“ (Az.: KEK 136) .....	70
3.3.1.1	Auswahl von News and Pictures für die erste Sendezeitschiene (Az.: KEK 136-1).....	71
3.3.1.2	Zulassung von News and Pictures für die erste Sendezeitschiene (Az.: KEK 136-2).....	75
3.3.1.3	Auswahl von DCTP für die zweite und dritte Sendezeitschiene (Az.: KEK 136-3).....	78
3.3.1.4	Aufhebung des Vorbehalts zur Reichweite (Az.: KEK 136-4).....	82
3.3.1.5	Zulassung von DCTP für die zweite und dritte Sendezeitschiene (Az.: KEK 136-5).....	82

3.3.2	RTL Television GmbH – „RTL“ (Az.: KEK 159) .....	83
3.3.2.1	Auswahl von DCTP für die erste Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-2).....	85
3.3.2.2	Auswahl von AZ Media TV für die zweite Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-3) ..	88
3.3.2.3	Zulassung von DCTP für die erste Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-4).....	89
3.3.2.4	Zulassung von AZ Media TV für die zweite Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-5).....	92
<b>4</b>	<b>Programmangebot und Beteiligungsstruktur im privaten Fernsehen .....</b>	<b>93</b>
4.1	Bundesweit empfangbare private Fernsehprogramme und Beteiligungsverhältnisse der Programmveranstalter .....	93
4.2	Übersicht über nicht genutzte Sendelizenzen für bundesweite Fernsehprogramme .....	188
<b>5</b>	<b>Zuschaueranteile .....</b>	<b>190</b>
5.1	Zuschaueranteile von 1985 bis 2002 .....	190
5.2	Monatliche Zuschaueranteile von Januar 2002 bis Juni 2003.....	192
<b>6</b>	<b>Weitere Berichtspunkte aus der Tätigkeit der KEK.....</b>	<b>194</b>
<b>6.1</b>	<b>Reichweite der Regionalfenster als Voraussetzung für ihre Anrechnung auf Drittsendezeiten und die Anwendung der Bonusregelung des § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV .....</b>	<b>194</b>
6.1.1	Überblick .....	194
6.1.2	Begriff der Reichweite .....	195
6.1.3	Ermittlung der Reichweiten.....	198
6.1.4	Mindestreichweite als Voraussetzung der Gewährung von Bonuspunkten .....	200
6.1.5	Ausblick.....	202
<b>6.2</b>	<b>Zweiter Bericht der KEK über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk.....</b>	<b>207</b>
<b>6.3</b>	<b>Rechtsvergleichende Untersuchung zur Rundfunkverbreitung im Breitbandkabel in Deutschland, Belgien, den Niederlanden, Großbritannien und den USA .....</b>	<b>208</b>
6.3.1	Gegenstand der Untersuchung.....	208
6.3.2	Unterschiede und Gemeinsamkeiten .....	209

6.3.3	Einschätzungen und Folgerungen für das deutsche Recht .....	212
<b>II</b>	<b>Aktuelle Entwicklungen .....</b>	<b>215</b>
<b>1</b>	<b>Änderung des Medienkonzentrationsrechts im 7. Rundfunkänderungs-</b> <b>staatsvertrag.....</b>	<b>215</b>
<b>III</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>219</b>
1	Schaubilder zu Beteiligungsverhältnissen bei Sendergruppierungen .....	219
2	Übersicht über die Verfahren der KEK.....	228
3	Verzeichnis der benutzten Abkürzungen .....	240

## **I Bericht über die Tätigkeit der KEK**

### **1 Zusammenfassung**

Der KEK wurden im Berichtsjahr von den Landesmedienanstalten 16 Anträge auf Zulassung und 20 Anmeldungen von Beteiligungsveränderungen vorgelegt, zudem wurden zwei Verfahren zur Benehmsherstellung bei der Vergabe von Drittsendezeiten durchgeführt. 35 Verfahren wurden abgeschlossen.

Ein Schwerpunkt der Tätigkeit der KEK lag bei der Definition und Feststellung der nach § 31 Abs. 2 Satz 3 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) erforderlichen Reichweite der im Programm von SAT.1 und RTL jeweils ausgestrahlten Regionalfensterprogramme. Die Reichweite von Regionalfensterprogrammen ist sowohl bei Verfahren zur Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte nach § 31 Abs. 2 RStV für den Umfang der auszuschreibenden Sendezeit von Bedeutung als auch bei der Anwendung der neuen Bonusregelung des § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV, die bei Aufnahme von Regionalprogrammen „in angemessenem, mindestens im bisherigen Umfang“ den Abzug von zwei Prozentpunkten von den erreichten Zuschaueranteilen gewährt. Voraussetzung für die Anrechnung der Regionalfenster ist, dass diese insgesamt bundesweit mindestens 50 Prozent der Fernsehhaushalte erreichen. Ob dies bei den Regionalfensterprogrammen im Programm von SAT.1 und RTL der Fall ist, ließ sich aufgrund der unzureichenden Datengrundlage zunächst nicht feststellen. Die KEK war daher darauf angewiesen, eigene Ermittlungen anzustellen; insbesondere war es erforderlich, Satellitenfernsehhaushalte mit parallelem terrestrischem Empfang bei der Berechnung der Reichweite mit zu berücksichtigen (s. u. Kap. I 6.1).

Des Weiteren war die KEK mit der Erstellung des nunmehr zweiten Medienkonzentrationsberichts nach § 26 Abs. 6 RStV befasst, der Ende dieses Jahres veröffentlicht wird (s. u. Kap. I 6.2).

Im Mai 2003 hat die KEK darüber hinaus das Rechtsgutachten „Fernsehen im Breitbandkabel – ein Rechtsvergleich“ vorgestellt, das im Auftrag der Landesmedienanstalten erstellt wurde. Darin werden die Kabelregimes in Belgien, den Niederlanden, Großbritannien und den USA vor dem Hintergrund der im jeweiligen Land herrschenden Marktbedingungen dargestellt und in Hinblick auf einen in Deutschland

möglicherweise bestehenden Regulierungsbedarf verglichen (s. u. Kap. I 6.3).

## **2 Medienkonzentrationskontrolle durch die KEK**

### **2.1 Verfassungsrechtliche Grundlage**

Die verfassungsrechtliche Grundlage für die Aufgabe der Sicherung der Meinungsvielfalt bildet die Rundfunkfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 des Grundgesetzes), die ihre Ausprägung durch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts erfahren hat. Diese verpflichtet die Länder der Bundesrepublik Deutschland, eine Rundfunkordnung zu schaffen und zu bewahren, die die Freiheit der Meinungsbildung fördert und nicht beeinträchtigt. Nach dieser Rechtsprechung ist der Gesetzgeber 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). Dies bedeutet, dass der medialen Konzentration präventiv, d. h. vor Schaffung vollendeter Tatsachen, begegnet werden muss. Diese Rechtsprechung wurde zuletzt in den Entscheidungen des Gerichts zum Deutschen SportFernsehen (DSF) vom 18.12.1996 (BVerfGE 95, 163, 172 f.) und zur Kurzberichterstattung im Fernsehen vom 17.02.1998 (BVerfGE 97, 228, 258, 266 f.) fortentwickelt, wo erneut klargestellt wird, dass es zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht nicht nur wirksamer Vorkehrungen gegen eine Konzentration auf Veranstalterebene bedarf, sondern auch ausreichender Maßnahmen gegen Informationsmonopole. Das Gericht hält darüber hinaus in seiner Entscheidung zum DSF 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 Übergangswege eine Berücksichtigung nach wie vor dringlich“ (BVerfGE 95, 163, 173).

## 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“ zuständig (§ 36 Abs. 1 Satz 1 RStV). Dabei wird die KEK als Organ derjenigen Landesmedienanstalt tätig, bei welcher ein Lizenzantrag eingegangen oder bei der der betroffene Veranstalter lizenziert ist. Die Beurteilung der KEK ist für die jeweils zuständige Landesmedienanstalt bindend.

Den Mittelpunkt des Medienkonzentrationsrechtes stellen § 26 RStV und die Anknüpfung an den Zuschaueranteil dar. 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. Bei der Ermittlung des dafür maßgeblichen Zuschaueranteils sind zwei Prozentpunkte in Abzug zu bringen, wenn in dem Zuschaueranteilstärksten Vollprogramm Regionalfenster in angemessenem, mindestens bisherigem Umfang aufgenommen sind. Drei weitere Prozentpunkte sind für die gleichzeitige Einräumung von Sendezeiten für unabhängige Dritte abzuziehen. Vorherrschende Meinungsmacht kann aber auch unterhalb der Vermutungsgrenze nach dem Grundtatbestand des § 26 Abs. 1 RStV festgestellt werden.

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. Kap. I 4.1), auch ein Bericht über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk. Der zweite Medienkonzentrationsbericht wird Ende des Jahres 2003 veröffentlicht (s. u. Kap. I



6.2). Übersichten zu Beteiligungsverhältnissen aller bundesweit ausstrahlenden privaten Programmveranstalter und Zuschaueranteilen sowie Schaubilder zu Sendergruppierungen stehen in ständig aktualisierter Form im Internet unter [www.kek-online.de](http://www.kek-online.de) zur Verfügung.

### **2.3 Mitglieder der KEK**

Die KEK besteht aus sechs unabhängigen weisungsfreien Sachverständigen des Rundfunk- und des Wirtschaftsrechts, von denen drei die Befähigung zum Richteramt haben müssen. Die Mitglieder der KEK und zwei Ersatzmitglieder werden von den Ministerpräsidenten der Länder für die Dauer von fünf Jahren einvernehmlich berufen, Wiederberufung ist zulässig. Die Kommission fasst ihre Beschlüsse mit der Mehrheit ihrer gesetzlichen Mitglieder.

Die konstituierende Sitzung der KEK fand am 15.05.1997 in Potsdam statt. Die Ministerpräsidenten der Länder haben am 8. März 2002 in Berlin die Sachverständigen für die zweite Amtsperiode der KEK berufen.

Die auf fünf Jahre ernannten Mitglieder der KEK sind:

Prof. Dr. K. Peter Mailänder (Vorsitzender)  
Prof. Dr. Dieter Dörr (Stellvertretender Vorsitzender)  
Prof. Dr. Peter M. Huber  
Dr. Hans-Dieter Lübbert  
Dr. Michael Rath-Glawatz  
Prof. Dr. Insa Sjurts

Dipl.-Kfm. Adolf Eiber (Ersatzmitglied)  
Dr. Christoph Wagner (Ersatzmitglied)

## 2.4 Geschäftsstelle

Die Geschäftsstelle der KEK hat ihren Sitz in Potsdam. Ihre Aufgaben und Zuständigkeiten ergeben sich aus dem Rundfunkstaatsvertrag und der Geschäftsordnung der KEK. Ihr Leiter führt die Geschäfte im Einvernehmen mit dem Vorsitzenden. Schriftstücke an die KEK sind an die Geschäftsstelle zu richten.

Die Mitarbeiter der Geschäftsstelle sind:

Bernd Malzanini (Leiter der Geschäftsstelle)  
Constanze Barz (Wirtschaftswissenschaftliche Referentin)  
Dr. Hardy Gundlach (Kommunikationswissenschaftlicher Referent)  
Karen Sokoll, LL.M. (Juristische Referentin)  
Kerstin Kopf (Assistenz)  
Kerstin Behrendt (Sekretariat)

### **3 Verfahren im Berichtszeitraum**

Im Folgenden werden die Verfahren der KEK im Berichtsjahr dargestellt. Die Reihenfolge richtet sich nach dem Datum der Beschlussfassung oder, bei noch anhängigen Verfahren, nach dem Eingang des Antrags bei der KEK. Wiedergegeben wird die Sach- und Rechtslage zum jeweiligen Beschlusszeitpunkt.

Die vollständigen Beschlüsse in um Geschäftsgeheimnisse bereinigten Fassungen und die jeweiligen Pressemitteilungen sind auf den Internetseiten der KEK abrufbar.

#### **3.1 Zulassung von Fernsehveranstaltern**

Nach § 20 Abs. 1 Satz 1 RStV bedürfen private Rundfunkveranstalter einer Zulassung nach Landesrecht. Geht ein Antrag auf Zulassung bei der zuständigen Landesmedienanstalt ein, bei dem nicht schon andere Gründe als solche der Sicherung der Meinungsvielfalt zur Ablehnung führen, legt deren gesetzlicher Vertreter ihn unverzüglich zusammen mit den vorhandenen Unterlagen der KEK zur Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt vor (§ 37 Abs. 1 Satz 1 RStV). Nach § 21 Abs. 1 RStV muss der Antragsteller alle Angaben machen, Auskünfte erteilen und Unterlagen vorlegen, die zur Prüfung des Zulassungsantrags erforderlich sind.

Im Berichtszeitraum hat sich die KEK mit folgenden Zulassungsanträgen befasst:

##### **3.1.1 MultiThématiques GmbH – „Planet“, „Seasons“, „CineClassics“ und „Jimmy“ (Az.: KEK 146)**

Mit Schreiben vom 10.12.2001 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) teilten die damaligen Inhaber der Sendelizenzen für die bundesweiten Spartenprogramme Planet, Seasons, CineClassics und Jimmy, die Planet Television GmbH & Co. KG, die Seasons Television GmbH & Co. KG, die CineClassics Television GmbH & Co. KG und die Jimmy Television GmbH & Co. KG, gemeinsam mit ihrer Muttergesellschaft MultiThématiques GmbH mit, dass beabsichtigt sei, mit Wirkung zum 01.01.2002 eine Umstrukturierung vorzunehmen, infolge derer das Gesellschaftsvermögen der Veranstalterinnen und ihrer Komplementär-GmbHs jeweils auf die MultiThématiques GmbH übergehen werde. Sie beantragten, die „Fortsetzung der Anbietertätigkeit“ durch die MultiThématiques GmbH zu genehmigen. Mit

Schreiben vom 06.05.2002 hat die BLM den Vorgang der KEK zur medienkonzentrationsrechtlichen Würdigung vorgelegt.

Im Einzelnen wurden folgende gesellschaftsrechtliche Veränderungen vorgenommen: Bei den bisherigen Veranstalterinnen, an denen jeweils eine Komplementär-GmbH und als Kommanditistin die MultiThématiques GmbH beteiligt gewesen waren, trat jeweils die Komplementärin aus der Gesellschaft aus. Das Gesellschaftsvermögen wuchs der verbleibenden Gesellschafterin MultiThématiques GmbH zu (Rechtsgedanke des § 738 Abs. 1 Satz 1 BGB). Sodann wurden die ehemaligen Komplementärgesellschaften auf die MultiThématiques GmbH verschmolzen; damit gingen ihre sämtlichen Aktiva und Passiva im Wege der Gesamtrechtsnachfolge auf die MultiThématiques GmbH über. Diese Transaktionen zur Vereinfachung der Struktur der MultiThématiques-Gruppe sind rein konzerninterne Umstrukturierungen, die nicht nur die Beteiligungsverhältnisse, sondern auch die materiellen Einflussmöglichkeiten der MultiThématiques GmbH unverändert lassen.

Die bisherigen Inhaberinnen der Zulassungen sind infolge der Umstrukturierung als Rechtssubjekte untergegangen. Die MultiThématiques GmbH bedarf einer neuen Zulassung, da eine rundfunkrechtliche Zulassung nicht übertragbar ist (so ausdrücklich z. B. § 31 Abs. 1 MStV Berlin-Brandenburg und § 5 Abs. 1 S. 2 LRG Rheinland-Pfalz; für das Bayerische Mediengesetz vgl. Bornemann/Kraus/Lörz, Komm., Art. 26 Rn. 76 - 78). Diese höchstpersönliche Rechtsposition kann weder aufgrund Vertrages noch durch Gesamtrechtsnachfolge auf einen anderen Rechtsträger übergehen. Jeder Wechsel des Rechtsträgers der Zulassung macht eine neue Zulassung erforderlich.

Ferner zeigten die Beteiligten an, dass bei ihrer französischen Muttergesellschaft MultiThématiques S.A. die Anteile der Liberty Media International (27,42 %) von einer 100%igen Tochtergesellschaft, der Liberty Programming France, übernommen würden. Dies wurde später dahin korrigiert, dass diese Anteile von der Light France Acquisition 1 übernommen worden seien, einer 100%igen Tochtergesellschaft von Vivendi Universal. Durch diese Übernahme der Anteile der Liberty Media Corporation erhöht Vivendi Universal S.A. ihren Beteiligungsbesitz an der MultiThématiques S.A. auf insgesamt 63,93 %.

Ergänzend wurde mitgeteilt, dass statt der bereits genehmigten Übertragung der Anteile von „Havas Images“ (nunmehr umbenannt in „Fidimages“) an der Mul-

MultiThématiques (9,09 %) auf Vivendi Universal vielmehr die 100%ige Muttergesellschaft der Fidimages, SOFIEE, durch Verschmelzung in der Vivendi Universal aufgehen werde.

Durch die Übernahme der bislang von Liberty Media gehaltenen Anteile an der MultiThématiques S.A. wird der Einfluss von Vivendi Universal S.A. auf dieses Unternehmen wesentlich verstärkt. Die deutschen MultiThématiques-Programme sind nunmehr Vivendi Universal zuzurechnen. Zuschaueranteile des derzeit allein veranstalteten Programms Planet werden zur Zeit nicht gesondert erhoben, sie liegen aber unterhalb des gesamten Zuschaueranteils der auf der Premiere-Plattform veranstalteten Programme, der im Referenzzeitraum Mai 2001 bis April 2002 nach den Schätzungen der KEK bei ca. 1,2 % lag.

Mit Beschluss vom 09.07.2002 befand die KEK, dass der von der MultiThématiques beantragten Zulassung und den angezeigten Beteiligungsveränderungen Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen nicht entgegenstehen.

### **3.1.2 GoldStar TV GmbH & Co. KG – „Heimatkanal“ (Az.: KEK 148)**

Die GoldStar TV GmbH & Co. KG („GoldStar KG“), Ismaning, hat mit Schreiben vom 04.06.2002 an die Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM) einen Antrag auf bundesweite Zulassung des Pay-TV-Spartenprogramms Heimatkanal für die Dauer von zunächst acht Jahren gestellt. Das Programm wurde bis zum 30.04.2002 von der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG („Premiere“) auf der Grundlage einer Lizenz der HAM veranstaltet und von der GoldStar KG im Rahmen eines Dienstleistungsvertrags mit Premiere erstellt. Es soll nunmehr in wirtschaftlich eigenständiger Verantwortung der GoldStar KG weitergeführt und zusammen mit dem ebenfalls von der GoldStar KG veranstalteten Schlagermusik-Programms Goldstar TV (s. u. Kap. I 3.2.5, KEK 148-1) als Stand-alone-Angebot auf der Premiere-Plattform verbreitet und vermarktet werden. Geplanter Termin für den erneuten Sendebeginn ist der 01.08.2002.

Das 24-stündige Programm wendet sich bevorzugt an ältere Zuschauer. Das Programmschema sieht ganz überwiegend Spielfilme vor; es soll um „zielgruppenaffine“ Serien der Kategorie „Schwarzwaldklinik“, „Bergdoktor“ etc. sowie Eigenproduktionen im Musikbereich erweitert werden. Heimatkanal soll wie das bisherige gleich-

namige Programm über die Programm- und Vermarktungsplattform Premiere ausgestrahlt, exklusiv von Premiere vermarktet und über Satellit und Kabelanlagen verbreitet werden. Das bislang ebenfalls von der GoldStar KG für Premiere produzierte Programm wird dagegen eingestellt.

Zugleich wurde die Übernahme sämtlicher Anteile an der Veranstalterin durch Herrn Zmeck angezeigt. Herr Zmeck hielt bereits neben der MultiChannel GmbH 50 % der Anteile und ist als Geschäftsführer der GoldStar GmbH für die unternehmerische Führung des Unternehmens verantwortlich. Diese Beteiligungsveränderung wurde auch bei der für die Zulassung des Programms GoldStar TV zuständigen BLM angezeigt (s. u. Kap. I 3.2.5, KEK 148-1).

Die ausscheidende MultiChannel GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der KirchPayTV GmbH & Co. KGaA („KirchPayTV“), hält zum Beschlusszeitpunkt noch 50 % der Anteile an der Veranstalterin des Programms Discovery Channel (zum Verkauf dieser Anteile s. u. Kap. I 3.2.8, KEK 164). KirchPayTV, die bislang mittelbar sämtliche Anteile an Premiere hielt, hat am 08.05.2002 Insolvenzantrag gestellt. Auch die Dachgesellschaft Taurus Holding GmbH & Co. KG hat im Juni 2002 Insolvenzantrag gestellt.

Bis zum geplanten Sendebeginn am 01.08.2002, für den die Zulassung beantragt wird, wird nach den Angaben der Antragstellerin und den vorgelegten Vereinbarungen die MultiChannel GmbH, die bisherige, der KirchGruppe zugehörige Gesellschafterin bei der GoldStar KG, ausgeschieden sein. Damit wird die Frage der Zurechnung von Heimatkanal und GoldStar TV zur Plattformbetreiberin Premiere wegen ihrer Einflussmöglichkeiten aufgrund des Plattform- und Vermarktungsvertrags relevant. Die Zurechnung zur Plattformbetreiberin nach § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV ist zu bejahen, da die Veranstalterin hinsichtlich der Programmgestaltung einem weitgehenden Zustimmungsvorbehalt von Premiere unterliegt.

Der Zurechnungszusammenhang innerhalb der KirchGruppe aufgrund § 28 Abs. 1 Satz 2 RStV in Verbindung mit aktienrechtlichen Beherrschungstatbeständen wird nicht dadurch unterbrochen, dass KirchPayTV und Taurus Holding jeweils einen Insolvenzantrag gestellt haben. Damit ist das Insolvenzverfahren noch nicht eröffnet; es bedarf dafür eines Eröffnungsbeschlusses des Insolvenzgerichts. Im Vorfeld ordnet es lediglich im Rahmen des Insolvenzeröffnungsverfahrens einstweilige Maßnahmen an, um nachteilige Vermögensveränderungen beim Schuldner zu verhüten

(insbesondere die Bestellung eines vorläufigen Insolvenzverwalters und Verfügungsbeschränkungen des Schuldners oder Zustimmungsvorbehalt, vgl. § 21 Abs. 2 Nr. 1 und 2 InsO). Auch der Umstand, dass über das Vermögen der KirchMedia bereits das Insolvenzverfahren in Form der Insolvenz in Eigenverwaltung eröffnet worden ist, unterbricht nicht den Zurechnungszusammenhang: Damit wird nicht die Beherrschungsvermutung des § 17 Abs. 2 AktG aufgrund der Mehrheitsbeteiligung der KirchMedia an ihren Tochtergesellschaften widerlegt. Im Verfahren der Eigenverwaltung hat KirchMedia trotz ihrer Insolvenz weiterhin die Möglichkeit, die Stimmrechte bei ihren Tochtergesellschaften auszuüben. Ihr wird lediglich ein Sachwalter zur Seite gestellt. Im Verhältnis der KirchMedia zu ihrer Obergesellschaft, der Taurus Holding, geht die KEK zum Beschlusszeitpunkt ebenfalls vom Fortbestehen der Beherrschung aus.

Es bleibt damit zu diesem Zeitpunkt bei der bislang vorgenommenen Zurechnung der Programme Premiere, GoldStar TV, Heimatkanal, ProSieben, SAT.1, Kabel 1, N24, DSF, NEUN LIVE und Junior/K-toon sowie CLASSICA zur KirchGruppe. Die Programme der KirchGruppe werden umgekehrt der Veranstalterin zugerechnet (arg. e §§ 28 Abs. 1 Satz 3, 29 Satz 2 RStV). Die Programme auf der Premiere-Plattform erreichten im Referenzzeitraum Juni 2001 bis Mai 2002 zusammen einen Zuschaueranteil von ca. 1,2 %. Sämtliche der KirchGruppe zuzurechnende Programme erreichten einen Zuschaueranteil von 24,62 %, aktuell lag der Zuschaueranteil im Juni 2002 bei 22,0 %.

Durch die Zulassung von Heimatkanal wird die Meinungsmacht der KirchGruppe jedenfalls nicht zusätzlich gestärkt, insbesondere da das Programm bereits bisher (bis April 2002) als ein der KirchGruppe zuzurechnendes Programm auf dieser Plattform veranstaltet wurde.

Die KEK hat am 22.07.2002 beschlossen, dass der beantragten Zulassung Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen nicht entgegenstehen.

### **3.1.3 RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG – „RTL II“ (Az.: KEK 151)**

Die RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG („RTL 2“), Grünwald, hat mit Schreiben vom 22.03.2002 und 08.05.2002 an die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) die Verlängerung der Zulassung für das unterhaltungsorientierte

Vollprogramm RTL II um weitere fünf Jahre beantragt (vgl. Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.1.10). Die zu diesem Zeitpunkt gültige Zulassung endete mit Ablauf des 05.03.2003. RTL II ist frei über Satellit und Kabel und in einigen Bundesländern auch terrestrisch empfangbar.

Gesellschafter von RTL 2 sind die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Medienbeteiligung KG, ein Gemeinschaftsunternehmen der Tele-München-Gruppe und der Walt Disney Company, und die Heinrich Bauer Verlag KG mit Anteilen von jeweils 31,5 %, die CLT-UFA S.A. (27,3 %) und ihr Tochterunternehmen UFA Film- und Fernseh-GmbH (8,6 %) sowie die Burda GmbH (1,1 %). Die Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH hat die im Vertrag vom 18.12.1998 vereinbarte Übertragung ihres 1,1%igen Anteils in Höhe von 1 % auf die CLT-UFA S.A. und in Höhe von 0,1 % auf die UFA Film- und Fernseh-GmbH vollzogen und ist aus dem Gesellschafterkreis von RTL 2 ausgeschieden. Über die Wirksamkeit der Anteilsübertragung ist zum Entscheidungszeitpunkt ein Rechtsstreit anhängig. Die KEK hatte bereits mit Beschluss vom 06.10.1998 (Az.: KEK 025) die vereinbarte Übertragung als medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich bestätigt. Bis zu einer gegenteiligen gerichtlichen Entscheidung geht die KEK von der Wirksamkeit des Vollzugs der Anteilsübertragungen aus.

Die größte Anteilseignerin mit insgesamt 35,9 % der (unmittelbar und mittelbar) gehaltenen Anteile ist die CLT-UFA S.A. An ihr hält die CLT-UFA Holding S.A. 99,36 % der Anteile, die ihrerseits vollständig im Anteilsbesitz der RTL Group S.A. (RTL Group), Luxemburg, steht. An der RTL Group ist die Bertelsmann AG direkt mit 52,43 % der Kapitalanteile sowie indirekt über die 37%ige Beteiligung der BW TV und Film Verwaltungs GmbH (BW TV) beteiligt, an der die Bertelsmann AG wiederum 80 % der Anteile hält. Daneben befinden sich 9,82 % der Anteile an der RTL Group in der Hand von außenstehenden Aktionären. Die restlichen 20 % der Anteile an BW TV gehören der Westdeutschen Allgemeinen Zeitungs- und Verlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke GmbH & Co. KG (WAZ).

Die Tele-München-Gruppe ist ein Verbund verschiedener Medienunternehmen mit den Kerngeschäftsbereichen Filmproduktion, Lizenzhandel, Videoverkauf und Kinobetrieb. Im Bereich des bundesweiten Fernsehens ist ihr neben RTL II das von einer Tochtergesellschaft der Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft veranstaltete Programm Tele 5 zuzurechnen (vgl. auch Kap. I 3.1.4, KEK 153). Die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft wird ge-



meinsam von Dr. Herbert Kloiber und der EM.TV & Merchandising AG beherrscht. Der Tele-München-Gruppe wird infolgedessen auch das Programm Junior/K-toon zugerechnet, an dessen Veranstalterin die EM.TV & Merchandising AG zu 50 % beteiligt ist (vgl. auch Kap. I 3.2.1, KEK 145, und I 3.2.13, KEK 179). An EM.TV ist nunmehr die WKB Beteiligungs GmbH im alleinigen Anteilsbesitz des Aufsichtsratsvorsitzenden Werner E. Klatten mit 24,8 % der Anteile beteiligt, die Familie Thomas Haffa hält 17,5 % der Anteile, die übrigen Anteile (57,5 %) befinden sich in Streubesitz. Die im Hinblick auf Junior.TV (vgl. Kap. I 3.2.1, KEK 145) bereits als unbedenklich bestätigte Beteiligungsstruktur bei EM.TV kann auch für die Veranstalterin RTL 2 als medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich zugrunde gelegt werden.

Die Walt Disney Company zählt zu den weltweit größten Medienkonzernen und betreibt Radio- und Fernsehsender, Produktion und Vertrieb von Programminhalten, Film- und Filmtheaterproduktionen und unterhält Freizeit-Themenparks sowie professionelle Sportteams. Sie verfügt im bundesweiten privaten Fernsehen neben der mittelbaren Beteiligung an RTL 2 über 50 % der Anteile an der RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG, die das Fernsehvollprogramm Super RTL ausstrahlt. Über eine 100%ige Tochtergesellschaft ist sie an der Buena Vista (Germany) GmbH beteiligt, die das über die Premiere-Plattform vermarktete digitale Pay-TV-Programm Disney Channel veranstaltet. Über eine weitere 100%ige Tochtergesellschaft hält die Walt Disney Company mittelbar 75,7 % an der Fox Kids GmbH, der Veranstalterin des ebenfalls über die Premiere-Plattform ausgestrahlten Programms Fox Kids.

Die Heinrich Bauer Verlag KG ist hauptsächlich im Zeitschriftenmarkt in den Kerngeschäftsfeldern Programm-, Jugend- und Frauenzeitschriften und Yellow Press tätig. Bei den Programmzeitschriften nimmt der Heinrich Bauer Verlag mit sieben Titeln und durchschnittlich 10 Mio. Exemplaren eine führende Stellung ein. Darüber hinaus verlegt der Heinrich Bauer Verlag die Zeitung „Magdeburger Volksstimme“ und hält Beteiligungen an der Radio Hamburg GmbH (25 %) und am TV-Produzenten MME Me, Myself & Eye AG.

In der Referenzperiode von März 2001 bis Februar 2002 lagen die der Antragstellerin und den beteiligten Unternehmen zuzurechnenden Zuschaueranteile – insbesondere derjenige der RTL Group und der Bertelsmann AG mit 24,62 % – unterhalb der Schwelle von 25 %, so dass der Vermutungstatbestand des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV (in der seit dem 01.07.2002 gültigen Fassung) ausscheidet. Auch außerhalb der Vermutungstatbestände kann keine vorherrschende Meinungsmacht festgestellt

werden. Das Programm der Antragstellerin ist seit vielen Jahren fester Bestandteil des Programmangebots im bundesweiten Fernsehen. Seine Ausstrahlung hat bislang nicht genügt, der Veranstalterin oder der RTL Group und der Bertelsmann AG vorherrschende Meinungsmacht zu verschaffen. Von der Verlängerung der Zulassung dieses Programms allein ist eine solche Auswirkung ebenfalls nicht zu erwarten (vgl. auch Kap. 3.1.13, Az.: KEK 158).

Die KEK hat daher mit Beschluss vom 13.08.2002 die medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit der Zulassungsverlängerung bestätigt.

#### **3.1.4 TM-TV GmbH & Co. KG – „Tele 5“ (Az.: KEK 153)**

Mit Schreiben vom 18.06.2002 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) teilte die TM-TV GmbH & Co. KG („TM-TV“) mit, dass sie das bundesweite Fernsehprogramm Tele 5 „betreibe“. Die BLM hat der KEK den Vorgang als Anzeige einer Beteiligungsveränderung zur medienkonzentrationsrechtlichen Würdigung vorgelegt.

Tele 5 wird als Spartenprogramm Unterhaltung seit dem 28.04.2002 veranstaltet und analog über Astra-Satellit sowie z. T. auch über Kabel verbreitet. Inhaberin der Sendelizenz der BLM ist die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft, München. TM-TV ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Zulassungnehmerin. Bereits im Rahmen ihres Zulassungsantrags hatte die Tele-München Produktionsgesellschaft mitgeteilt, dass sie beabsichtige, für die Veranstaltung des geplanten Programms zu einem späteren Zeitpunkt eine eigene Betreibergesellschaft zu gründen.

Die Feststellung, ob es sich um den Fall einer Zulassung oder einer Beteiligungsveränderung handelt, fällt, soweit es um die Anwendung des Bayerischen Mediengesetzes geht, in die Zuständigkeit der BLM. Davon unabhängig prüft die KEK im Rahmen der ihr nach § 36 Abs. 1 RStV zugewiesenen Zuständigkeit zur Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt, ob ein Zulassungsfall oder eine Beteiligungsveränderung vorliegt. Die Veranstaltung von Rundfunk ist nur dem Inhaber der Zulassung gestattet (vgl. § 20 Abs. 1 Satz 1 RStV). TM-TV bedarf somit einer eigenen rundfunkrechtlichen Zulassung. Daher ist die Mitteilung von TM-TV neben der Anzeige der mittelbaren Beteiligungsveränderungen gemäß dem verwal-

tungsverfahrensrechtlichen Auslegungsgrundsatz, Anträge so auszulegen, wie dies ihrem erkennbaren Zweck und Ziel am besten dienlich ist (Grundsatz der Meistbegünstigung), darauf gerichtet, eine Zulassung zu erhalten.

In ihrem Schreiben vom 18.06.2002 bezog sich die Antragstellerin auch auf Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen bei ihrer Obergesellschaft, EM.TV & Merchandising AG („EM.TV“), insbesondere die Übernahme von 24,8 % der Anteile durch die WKB Beteiligungsgesellschaft im alleinigen Beteiligungsbesitz von Werner E. Klatten. Diese Veränderungen hatte die KEK bereits für die Veranstalterin der Programme Junior/K-toon und der Veranstalterin von RTL II für unbedenklich befunden (s. u. Kap. I 3.2.1, KEK 145, und oben Kap. I 3.1.3, KEK 151). Zur Muttergesellschaft von TM-TV und bisherigen Lizenznehmerin Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft, München, und der Tele-München-Gruppe vgl. ebenfalls oben Kap. I 3.1.3 KEK 151, zu EM.TV vgl. unten Kap. I 3.2.1 KEK 145.

Die KEK hat am 10.09.2002 festgestellt, dass der beantragten Zulassung Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen nicht entgegenstehen.

### **3.1.5 DMF-Markenfernsehen GmbH – „DMF“ (Az.: KEK 154)**

Die DMF-Markenfernsehen GmbH („DMF“) mit Sitz in Berlin hat mit undatiertem Schreiben an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB), dort eingegangen am 27.08.2002, einen Antrag auf rundfunkrechtliche Zulassung für die bundesweite Veranstaltung des Programms DMF als Eigenwerbekanal gestellt. Beantragt ist ein ganztägiges, frei empfangbares Fernsehprogramm, in dem unter der redaktionellen Verantwortung von DMF täglich bis zu 18 Hersteller von Markenartikeln „Eigenwerbung“ ausstrahlen sollen. Die Sendungen der Vertragspartner sollen ausschließlich Inhalte enthalten, die der Eigendarstellung der Unternehmen in der Öffentlichkeit dienen. DMF übernimmt nach außen die rundfunkrechtliche Verantwortung. Die jeweiligen Partner sollen bei der MABB angezeigt und in einer Anlage zur Sendeerlaubnis aufgeführt werden.

Gesellschafter von DMF sind zum Zeitpunkt der Beschlussfassung Wolf-Tilman Schneider mit einem Anteil von 66,8 % und Dr. Thomas von Werner (33,2 %). Es ist beabsichtigt, weitere Gesellschafter aufzunehmen. Danach verringert sich der Anteil von Wolf-Tilman Schneider auf 34,1 % und der von Dr. Thomas von Werner auf

16,9 %; weitere Gesellschafter sind dann das Unternehmen NewCo (40,0 %), Stefan Rabe (6,0 %) und Ralf Manthey (3,0 %). Gesellschafter der NewCo sind Frank Evers und Markus Höfels.

Eigenwerbekanäle gemäß § 45 b RStV sind als „Veranstaltung von Rundfunk“ i. S. d. Rundfunkstaatsvertrages anzusehen. Im Gegensatz zu Teleshopping-Kanälen dienen sie nicht der unmittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen, sondern der Eigendarstellung des Unternehmens als Teil der Öffentlichkeitsarbeit. Im vorliegenden Fall besteht die Besonderheit, dass DMF keine Eigenwerbung für das eigene Unternehmen verbreitet, sondern lediglich als Dienstleister für die jeweiligen Vertragspartner fungiert. Unter dem Kriterium der Meinungsvielfaltsicherung ist diese Funktion neutral; Meinungsrelevanz entsteht erst durch die Ausstrahlung der Eigenwerbeprogramme der Vertragspartner. Gleichwohl ist als Veranstalterin zum Zeitpunkt der Beschlussfassung ausschließlich das DMF anzusehen.

Mit Beschluss vom 08.10.2002 stellte die KEK fest, dass der Zulassung keine Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt entgegenstehen.

### **3.1.6 CMC Communication Media Consulting GmbH – „Messe TV“ (Az.: KEK 157)**

Die CMC Communication Media Consulting GmbH („CMC“) mit Sitz in Bonn hat mit Schreiben vom 16.08.2002 an die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) einen Antrag auf Zulassung für die bundesweite Veranstaltung des Fernsehspartenprogramms „Messe TV“ gestellt. Derzeit wird Messe TV, ein bislang ausschließlich die Köln Messe begleitendes Magazin, über Kabel in Nordrhein-Westfalen ausgestrahlt. Beantragt wird die bundesweite Ausstrahlung über den Satelliten ASTRA. Das Programm soll um die Berichterstattung von weiteren Messen und Kongressen sowie Diskussionsrunden und Dokumentationen erweitert werden. An der CMC GmbH sind folgende Gesellschafter beteiligt: Gerd Berger (25,0 %), Michael Langenberg (37,4 %), Dr. Vera Westermann (30,6 %) und Frieder Zimmermann (7,0 %).

Die KEK hat am 08.10.2002 beschlossen, dass der beantragten Zulassung Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt nicht entgegenstehen.

### **3.1.7 Premiere Fernsehen Verwaltungs-GmbH – „Premiere“ (Az.: KEK 155)**

Mit Schreiben vom 30.07.2002 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) und die Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM), eingegangen am 01.08.2002, ergänzt mit Schreiben vom 02.10.2002, teilte die Veranstalterin Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG („Premiere“) mit, dass ihre beiden Kommanditistinnen PayTV Rechtehandels GmbH & Co. KG („PayTV Rechtehandel“) und PayTV Beteiligungs GmbH (ehemals: Premiere Beteiligungs GmbH) im Falle der Eröffnung ihrer Insolvenzverfahren aus der Gesellschaft ausscheiden und ihre Anteile der verbleibenden Komplementärin Premiere Fernsehen Verwaltungs-GmbH (ehemals: Premiere World Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH) anwachsen würden. Premiere werde infolgedessen als Rechtssubjekt untergehen und ihre Komplementärin die Rechtsnachfolge antreten. BLM und HAM legten der KEK den Vorgang als Antrag auf Zulassungsänderung zur medienkonzentrationsrechtlichen Würdigung vor. Die Veranstalterin beantragte jedenfalls hilfsweise die Erteilung der Zulassung für die Premiere Fernsehen Verwaltungs-GmbH.

Ferner zeigte die Veranstalterin bereits erfolgte, geringfügige Verschiebungen der Anteile ihrer Gesellschafter an.

Bei der gegenwärtigen und der dargestellten künftigen Beteiligungsstruktur soll es sich um einen vorübergehenden Zustand bis zum Eintritt neuer Gesellschafter handeln. Um eine Aufrechterhaltung des Sendebetriebs zu ermöglichen, wurde die KEK um eine kurzfristige vorläufige medienkonzentrationsrechtliche Bewertung gebeten.

Premiere veranstaltet zur Zeit auf der Grundlage von Zulassungsbescheiden der HAM und der BLM vom 31.03.1999 (Bescheid der HAM, zuletzt geändert mit Bescheid vom 30.04.2002) einschließlich der im Multiplexverfahren verbreiteten Programme auf ihrer Pay-TV-Plattform 13 digitale Pay-TV-Programme, 7 digitale Programmschienen als Pay-per-View und ein analoges Programm. Sie werden über Kabel und Satellit ausgestrahlt. Ferner vermarktet Premiere auf ihrer Plattform Programme von Drittveranstaltern wie Studio Universal, Disney Channel, GoldStar TV und Heimatkanal, Beate Uhse TV, Planet, Discovery Channel. Für den Fall, dass Premiere als Rechtsperson erlischt, soll an ihrer Stelle die Premiere Fernsehen Verwaltungs-GmbH Zulassungsnehmerin werden. Sie ist bereits bisher als Komplementärin von Premiere für die Geschäftsführung und Vertretung der Veranstalte-

rin verantwortlich.

Die rundfunkrechtliche Zulassung als höchstpersönliche Rechtsposition kann weder aufgrund Vertrages noch durch Gesamtrechtsnachfolge auf einen neuen Rechtsträger übergehen. Die neue Veranstalterin bedarf der Erteilung einer eigenen Zulassung (s. o. Kap. I 3.1.1, KEK 146, und I 3.1.4, KEK 153).

Der Veranstalterin sind infolge der gesellschaftsrechtlichen Auswirkungen der Insolvenzen beteiligter Unternehmen neben den eigenen Programmen und verschiedenen auf der Plattform von Premiere verbreiteten Drittprogrammen keine weiteren Programme mehr zuzurechnen.

Sämtliche Anteile an der Veranstalterin befinden sich bei der PayTV Beteiligungs GmbH, die Anteile an dieser Gesellschaft wiederum in der Insolvenzmasse der PayTV Rechtehandels GmbH & Co. KG. Deren Gesellschafterrechte übt der Insolvenzverwalter, ggf. in Abstimmung mit Gläubigerversammlung und Insolvenzgericht, an Stelle der Schuldnerin aus; mit ihrem Anteilsbesitz sind demnach gegenwärtig keine Einflussmöglichkeiten verbunden. Das Gleiche gilt für die Anteile an der PayTV Rechtehandels GmbH & Co. KG, die sich in der Insolvenzmasse der KirchPayTV GmbH & Co. KGaA („KirchPayTV“) befinden.

Darüber hinaus ist bei KirchPayTV die ebenfalls insolvente PayCo Holding GmbH & Co. KG aus dem Gesellschafterkreis ausgeschieden. Der in der Vergangenheit bestehende Zurechnungszusammenhang über die Taurus Holding GmbH & Co. KG zu den Programmveranstaltern der KirchMedia GmbH & Co. KGaA und der Kirch Beteiligungs GmbH & Co. KG ist somit jedenfalls an dieser Stelle unterbrochen.

Durch das künftige Einrücken der Premiere Fernsehen Verwaltungs-GmbH in die Veranstalterposition bleiben die materiellen Einflussmöglichkeiten der beteiligten Unternehmen unverändert.

Die KEK hat mit Beschluss vom 23.10.2002 aufgrund der Beratungen in der Sitzung am 08.10.2002 festgestellt, dass der Zulassung keine Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt entgegenstehen.

### **3.1.8 Studio Universal GmbH – „Sci-Fi Channel“ (Az.: KEK 161)**

Die Studio Universal GmbH hat mit Schreiben vom 11.11.2002 an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) die Zulassung zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehspartenprogramms Sci-Fi Channel beantragt. Das Programm soll Serien, Spiel- und Fernsehfilme und ausgewählte Dokumentationen ausschließlich aus dem Genre Science-Fiction enthalten und aus dem Filmrechtstock des Mutterkonzerns Studio Universal sowie von unabhängigen Produzenten und Anbietern bezogen werden. Das Programm soll über die Premiere-Plattform ausgestrahlt werden.

Die Antragstellerin veranstaltet bereits das Programm Studio Universal. Sie ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Universal Studios Networks Deutschland GmbH, die auch sämtliche Anteile an der Veranstalterin des Programms 13th Street, der 13th Street GmbH, hält. Alleingesellschafterin der Universal Studios Networks Deutschland GmbH ist die Universal Studios, Inc. Diese hält zum Beschlusszeitpunkt über Zwischengesellschaften Beteiligungen an den Veranstaltern von VIVA, VIVA Plus und NEUN LIVE. Hauptgesellschafterin der Universal Studios, Inc. ist mit einem Anteil von 92,34 % der Konzern Vivendi Universal S.A. Vivendi Universal S.A. ist mittelbar zu insgesamt 63,93 % an der MultiThématiques GmbH beteiligt, die Lizenzinhaberin für die Veranstaltung der Programme Planet, Seasons, Cine-Classics 1 und 2 und Jimmy ist. Von diesen Programmen wird zur Zeit lediglich Planet gesendet.

Universal Studios, Inc. ist nach Angaben von Vivendi Universal das weltweit zweitgrößte Filmstudio mit Marktanteilen im Jahr 2001 von 17,75 % innerhalb der USA und von 16,3 % außerhalb der USA. Seit 1996 veranstalten und vermarkten Tochterunternehmen in Deutschland, Italien, Frankreich, Spanien und Großbritannien Fernsehprogramme.

Mit Beschluss vom 14.01.2003 stellte die KEK fest, dass Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt der Zulassung nicht entgegenstehen.

### **3.1.9 MGM Networks (Deutschland) GmbH – „MGM Channel“ (Az.: KEK 162)**

Die MGM Networks (Deutschland) GmbH, Frankfurt (künftig München), hat mit Schreiben vom 22.11.2002 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) die Zulassung zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehspartenprogramms MGM Channel beantragt. Das ganztägige Unterhaltungsspartenprogramm soll Spielfilme überwiegend älteren Datums, ggf. später auch Serien, aus der Filmbibliothek der Metro-Goldwyn-Mayer, Inc. enthalten und über die Premiere-Plattform ausgestrahlt werden.

Die Antragstellerin steht im alleinigen Beteiligungsbesitz der MGM Networks, Inc., einem Unternehmen der Firmengruppe Metro-Goldwyn-Mayer. Hauptgesellschafterin der MGM Networks ist die Tracinda Corporation, die 89,5 % der Aktien hält; der Rest befindet sich in Streubesitz. Alleingesellschafter der Tracinda Corporation ist Kirk Kerkorian. Die MGM-Gruppe, zu der u. a. die Hollywood-Studios MGM Pictures und United Artists Film gehören, verfügt über keine weiteren Beteiligungen an Fernsehveranstaltern in Deutschland.

Die KEK stellte in ihrer Sitzung am 14.01.2003 fest, dass der Zulassung des MGM Channel keine medienkonzentrationsrechtlichen Bedenken entgegenstehen.

### **3.1.10 REGIO NETWORK COMMUNICATION GmbH & Co. KG i. G. – „B.TV“ (Az.: KEK 165)**

Die REGIO NETWORK COMMUNICATION GmbH & Co. KG i. G. („RNC“) hat mit einem am 10.01.2003 der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) übergebenen Schreiben die Erteilung eines Medienführerscheins gemäß § 12 MedienG Baden-Württemberg für die Veranstaltung und Verbreitung eines bundesweiten landesorientierten analogen Satelliten-Fernsehprogramms beantragt, verbunden mit der Einspeisung in die Breitbandkabelnetze insbesondere des Landes Baden-Württemberg.

Bis dahin wurde B.TV als informationsorientiertes, auf Baden-Württemberg ausgerichtetes Vollprogramm von der B.TV Television GmbH & Co. KG, Ludwigsburg, veranstaltet. Über deren Vermögen wurde das Insolvenzverfahren



eröffnet. Das Unternehmen wurde von RNC erworben. Zum Zeitpunkt der Beschlussfassung wird das Programm unter der bisherigen Zulassung gesendet, aber bereits von RNC gestaltet. Das „neue“ B.TV soll die Zuschauer durch einen hohen Anteil interaktiver Elemente einbeziehen (sog. „Transaktionsfernsehen“).

Die Geschäftsführung bei RNC wird von der Komplementärin REGIO NETWORK COMMUNICATION Verwaltungs-GmbH i. G. wahrgenommen. Deren Geschäftsführer und einziger Kommanditist von RNC ist Thomas Hornauer. Er ist Gründer und Inhaber der Thomas Hornauer Werbeagentur sowie des Unternehmens Telekontor GmbH, das im Bereich Telefonmehrwertdienste tätig ist. Telekontor wickelt u. a. Telefonmassenverkehr für die Fernsehsender ZDF, ProSieben, SAT.1 und DSF ab.

Die KEK hat am 11.03.2003 beschlossen, dass der Zulassung der neuen Veranstalterin für das Programm B.TV Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt nicht entgegenstehen.

### **3.1.11 CM Komplementär 02-027 GmbH & Co. KG – „Premiere“ (Az.: KEK 166)**

Mit Telefax-Schreiben vom 19.12.2002 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) und die Hamburgische Anstalt neue für Medien (HAM), ergänzt durch Schreiben vom 10.02.2003, zeigte die Veranstalterin Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG („Premiere“) den Austausch ihrer Komplementärin an:

Mit Wirkung zum 23.12.2002 trat der Veranstalterin eine zweite Komplementärin ohne Kapitalbeteiligung, die 1. Larum Vermögensverwaltung GmbH, bei. An ihr hielten zu diesem Zeitpunkt die alleinige Kommanditistin von Premiere, die PayTV Beteiligungs GmbH i. L., 21,4 % der Anteile und ihre Muttergesellschaft, die PayTV Rechthandels GmbH & Co. KG i. L., 78,6 % der Anteile. Die Gesellschafterstruktur der neuen Komplementärin entsprach damit (gerundet) derjenigen der bereits beteiligten Komplementärgesellschaft Premiere Fernsehen Verwaltungs-GmbH, die sodann aus der Gesellschaft ausschied. Dadurch hat sich das von der KEK für medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich befundene Vorhaben, die Veranstalterfunktion auf diese Komplementärgesellschaft zu übertragen (s. o. Kap. I 3.1.7, KEK 155), erledigt.

Der Austausch der Komplementärin diente der Vorbereitung einer neuen Beteili-

gungs- und Finanzierungsstruktur und ist als rein konzerninterne Transaktion zu bewerten.

Mit Schreiben vom 17.02.2003 zeigte die Veranstalterin sodann die Neuordnung ihrer Beteiligungsstruktur an: Sämtliche Kapitalanteile an Premiere, die bislang von der verbliebenen Kommanditistin PayTV Beteiligungs GmbH i. L. gehalten wurden (s. o. Kap. I 3.1.7, KEK 155), übernimmt – aufschiebend bedingt durch die medienrechtliche Freigabe – die neu gegründete CM Komplementär 02-027 GmbH & Co. KG („NewCo 3“), Unterföhring. Nach der Verschmelzung von Premiere auf diese Gesellschaft soll sie die Veranstalterin der Premiere-Programme werden. Ihre endgültige Firmenbezeichnung stehe noch nicht fest.

NewCo 3 hat zugleich sämtliche Anteile an der neuen Komplementärin 1. Larum Vermögensverwaltungs GmbH von der PayTV Beteiligungs GmbH i. L. und der PayTV Rechtehandels-GmbH & Co. KG i. L. übernommen. NewCo 3 ist über zwei Zwischengesellschaften – die CM Komplementär 02-026 GmbH & Co. KG („NewCo 2“) und die Blitz 02-134 GmbH („NewCo 1“) – eine 100%ige Tochtergesellschaft der Fernseh Holding S.A.R.L. („LuxCo 2“), Luxemburg. Hauptgesellschafterin der LuxCo 2 mit einer Beteiligung in Höhe von 65,14 % ist die Finanz Fernseh Holding S.A.R.L., („LuxCo 1“), Luxemburg. Dies ist eine Holding, an der sich insgesamt sechs Fondsgesellschaften beteiligen werden, die mittelbar von der Schroder Ventures Limited, Guernsey, einem Unternehmen der Private-Equity-Beratungsgesellschaft Permira (ehemals: Schroder Ventures Europe), kontrolliert und gemanagt werden (im Einzelnen: Permira Europe II L.P.1, Permira Europe II L.P.2, Permira Europe II Co-Investment Scheme und Schroder Ventures Investments Ltd., alle mit Sitz auf Guernsey, sowie Permira Europe II C.V.3 und Permira Europe II C.V.4, beide mit Sitz in den Niederlanden).

Zweitgrößter Gesellschafter der LuxCo 2 mit 10,09 % der Anteile ist Dr. Georg Kofler. Jeweils 10 % halten indirekt die Bayerische Landesbank über ihre 100%ige Tochtergesellschaft Video Remota S.A.R.L., Luxemburg, und die Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG über die 100%igen Tochtergesellschaften HVB Capital Partners S.A.R.L. (6,96 %) und HVB Industriebeteiligungsgesellschaft S.A.R.L. (3,04 %), beide Luxemburg. 3,5 % der Anteile hält die Bank für Arbeit und Wirtschaft AG, Wien, über ihre 100%ige Tochtergesellschaft Austfinanzverwaltung S.A., Luxemburg. Schließlich sind zwei weitere Mitglieder der Geschäftsführung von Premiere, Michael Börnicke und Hans Seger, jeweils in Höhe von 0,64 % beteiligt.

Die EU-Kommission hat die Transaktion als Zusammenschlussvorhaben im vereinfachten Verfahren freigegeben.

Premiere stellt jedenfalls hilfsweise den Antrag auf Erteilung einer Neugenehmigung zugunsten der NewCo 3. Diese bedarf der Erteilung einer eigenen rundfunkrechtlichen Zulassung (s. o. Kap. I 3.1.1, KEK 146, und I 3.1.4, KEK 153). Zu Premiere s. o. Kap. I 3.1.7, KEK 155. Der Veranstalterin sind nur noch die auf ihrer Pay-TV-Plattform veranstalteten Programme zuzurechnen. Der Zuschaueranteil der auf der Premiere-Plattform veranstalteten Programme belief sich im maßgeblichen Zeitraum von Dezember 2001 bis November 2002 auf ca. 1,2 %.

Permira (Europe) Limited (ehemals: „Schroder Ventures European Fund II“) ist ein Private Equity-Beratungsunternehmen mit Büros in London, Paris, Frankfurt, Mailand, Stockholm und New York. Permira hat bislang nach eigenen Angaben 17 Fonds mit einem Gesamtvolumen von fast 6 Mrd. € beraten. Sie investieren in ein breit gefächertes Beteiligungsportfolio. An Premiere sollen sich mittelbar insgesamt sechs Fonds, jeweils organisiert in einer der deutschen Kommanditgesellschaft vergleichbaren Rechtsform, in unterschiedlicher Höhe beteiligen. Diese Beteiligungsstrategie dient der Streuung des Risikos für die einzelnen Fonds. Die vier derzeit unter der Bezeichnung „Permira Europe II Fund“ operierenden Fonds halten im Übrigen weit gestreute Industriebeteiligungen. General Partner der Fonds, vergleichbar der Komplementärin, ist jeweils die Permira Europe II Managers L. P., deren General Partner wiederum die Permira (Europe) Ltd. ist. Über diese Gesellschaften werden die Fonds mittelbar von der Holdinggesellschaft Schroder Ventures Limited („SVL“) kontrolliert und gemanagt. An SVL sind direkt und indirekt zu gleichen Anteilen 10 Gesellschafter, darunter Permira-Gesellschaften, Schroder Ventures-Gesellschaften sowie die börsennotierte Gesellschaft Schroders plc. beteiligt. Kein Anteilseigner kann nach Auskunft der Veranstalterin allein oder gemeinsam mit anderen SVL beherrschen. Die Fonds sind nach Informationen der Veranstalterin so organisiert, dass die geschäftlichen Entscheidungen von den insgesamt 25 Beratern der einzelnen Fonds getroffen werden, die dabei von Partnern der Permira-Beteiligungsberatungsgesellschaften beraten werden. Die Investitionsmittel stammen demnach ganz überwiegend von institutionellen Investoren, die keinen Einfluss auf die Beteiligungsentscheidungen haben.

Mit Beschluss vom 11.03.2003 stellte die KEK fest, dass der beantragten Zulassung

Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen nicht entgegenstehen.

**3.1.12 RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH – „RTV“  
(Az.: KEK 171)**

Die RtvD Video- und Filmproduktions GmbH, Berlin, hat mit Schreiben vom 04.07.2002 an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) einen Antrag auf Zulassung für die bundesweite Veranstaltung des Fernsehvollprogramms RTV gestellt. Sie veranstaltet bereits russischsprachige Sendungen im Umfang von drei Stunden wöchentlich im Mischkanal im Berliner Kabelnetz. Beantragt ist die Zulassung zur bundesweiten Veranstaltung eines ganztägigen russischsprachigen Vollprogramms. Es soll im Rahmen der fremdsprachigen Programmplattform visAvision digital über den Satelliten Eutelsat verbreitet werden. An der RtvD Video- und Filmproduktions GmbH sind Ludmilla und Peter Tietzki zu jeweils 30 % und Rainer Zeifert zu 40 % der Anteile beteiligt.

Die sich aus dem Grundrecht der Rundfunkfreiheit ergebenden Anforderungen an die Sicherung der Meinungsvielfalt beziehen sich nicht ausschließlich auf deutschsprachige Sendungen. Auch eine einseitige Beeinflussung des russischsprachigen Bevölkerungsanteils in Deutschland könnte unter besonderen Umständen Relevanz erlangen. Dafür bietet der konkrete Fall jedoch keine Anhaltspunkte.

Mit Beschluss vom 08.04.2003 stellte die KEK daher fest, dass der Programmzulassung Gründe der Meinungsvielfalt nicht entgegenstehen.

**3.1.13 RTL Television GmbH – „RTL Television“  
(Az.: KEK 158)**

Die RTL Television GmbH („RTL“) hat mit Schreiben vom 07.10.2002 an die Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM) die Verlängerung ihrer Satellitenfunklizenz für das bundesweite Fernsehvollprogramm RTL um weitere fünf Jahre, beginnend am 22.07.2003, beantragt. Das bundesweite unterhaltungsorientierte Vollprogramm RTL ist seit 1984 auf Sendung. Es enthält ein breites Angebot aus Unterhaltung (u. a. Daily Soaps, fiktionale Serien, Spielfilme, Comedy), Sport, Nachrichten und Informationsmagazinen, Talk- und Spielshows, Kindersendungen und Dokumentationen. RTL ist das zuschaueranteilstärkste Programm im bundesweiten privaten Fernsehen.

Alleingeschafterin von RTL ist die UFA Film und Fernseh GmbH, Köln, die mittelbar über die CLT-UFA S.A. und die RTL Group Verwaltungs und Holding GmbH vollständig im Anteilsbesitz der CLT-UFA Holding S.A., Luxemburg, steht. Deren alleinige Geschafterin ist die RTL Group S.A., ebenfalls mit Sitz in Luxemburg. An der RTL Group ist die Bertelsmann AG direkt mit 52,43 % der Kapitalanteile sowie indirekt über die 37%ige Beteiligung der BW TV und Film Verwaltungs GmbH (BW TV) beteiligt, an der die Bertelsmann AG wiederum 80 % der Anteile hält. Durchgerechnet hält die Bertelsmann AG daher eine Beteiligung von 82,03 % an der RTL Group. Daneben befinden sich 9,82 % der Anteile an der RTL Group in der Hand von außenstehenden Aktionären und 0,75 % der Anteile in Eigenbesitz der RTL Group. Die restlichen 20 % der Anteile an BW TV gehören der Westdeutschen Allgemeinen Zeitungs- und Verlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke GmbH & Co. KG (WAZ).

In Deutschland hält die Bertelsmann AG über die RTL Group zurechenbare Beteiligungen an den Veranstaltern der Programme RTL, RTL II, Super RTL, VOX und n-tv. Diese RTL, der RTL Group und der Bertelsmann AG zuzurechnenden Programme erzielten zusammen im Referenzzeitraum von Oktober 2001 bis September 2002 einen Zuschaueranteil von 25,07 % und lagen damit knapp über der Schwelle, ab der gemäß § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV vorherrschende Meinungsmacht vermutet wird. Auf diesen Zuschaueranteil sind jedoch 2 Prozentpunkte in Abzug zu bringen, weil in das Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil Regionalfensterprogramme gemäß § 25 Abs. 4 RStV „in angemessenem, mindestens im bisherigen Umfang“ aufgenommen sind (vgl. § 26 Abs. 2 Satz 3, 1. Alt. RStV): Nach dem Erkenntnisstand der KEK ist davon auszugehen, dass die RTL-Regionalfenster in redaktioneller Unabhängigkeit vom Hauptprogrammveranstalter veranstaltet werden und mindestens 50 % der bundesdeutschen Fernsehhaushalte erreichen (s. u. Kap. I 3.2.7, KEK 156, und Kap. I 3.3.2, KEK 159).

Auch die im Hinblick auf die starke Stellung der RTL Group und der Bertelsmann AG im bundesweiten Fernsehen und ihre weitreichenden Aktivitäten im Medienbereich erforderliche Prüfung des Tatbestands des § 26 Abs. 1 RStV ergab keine Hinweise auf die Entstehung vorherrschender Meinungsmacht. Das Programm der Antragstellerin ist seit vielen Jahren wesentlicher Bestandteil des Programmangebots im bundesweiten Fernsehen. Seine Ausstrahlung hat bislang nicht genügt, der Veranstalterin selbst oder der Bertelsmann AG als medienrechtlicher Zurechnungspit-

ze vorherrschende Meinungsmacht zu verschaffen. Auch die Einbeziehung absehbarer künftiger Entwicklungen führt zu keinem anderen Ergebnis. Zwar verzeichnen sowohl RTL als auch die übrigen Programme der RTL Group seit Ablauf der Referenzperiode Zuwächse bei den Zuschaueranteilen (im April 2003 lag der Zuschaueranteil der RTL Group bei 27,2 %); daraus lässt sich jedoch noch keine langfristige Entwicklung ableiten. Auch nach der Auflösung der KirchGruppe steht der RTL Group mit den der ProSiebenSAT.1 Media AG zuzurechnenden Programmen eine zweite zuschaueranteilsstarke private Sendergruppierung gegenüber. Weiterhin bilden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, deren Programme insgesamt seit geraumer Zeit Zuschaueranteile zwischen 40 und 45 % erzielen, ein starkes publizistisches Gegengewicht zu den privaten bundesweiten Veranstaltern.

Die die RTL Group beherrschende Bertelsmann AG ist mit ihren vielfältigen Aktivitäten im Medienbereich der in der Bundesrepublik Deutschland mit Abstand führende Medienkonzern. Eine marktbeherrschende Stellung der RTL Group oder der Bertelsmann AG in einem medienrelevanten verwandten Markt lässt sich jedoch trotz führender Stellungen in den Bereichen Fernsehen, TV-Produktion und Hörfunk sowie starken Marktstellungen bei TV-Werbemarkt, Rechthandel und Online-Angeboten nicht feststellen. Wichtige Veränderungen gegenüber vorangegangenen Entscheidungen haben sich insofern ergeben, als die RTL Group ihre führende Stellung im Hörfunk durch die Übernahme der AVE-Beteiligungen noch verstärkt hat, während für den Markt der regionalen Tagespresse ein Rückzug von Gruner + Jahr beabsichtigt ist. Im Übrigen bleibt der Befund unverändert, dass in der Bundesrepublik Deutschland der Bertelsmann-Konzern die mit Abstand finanziell stärkste, in allen Sektoren maßgeblich vertretene und zur Nutzung möglicher Querverbindungen am ehesten befähigte Mediengruppe ist. Daraus resultiert ein Gefährdungspotenzial für die Meinungsvielfalt; es rechtfertigt für sich genommen aber nicht die Annahme vorherrschender Meinungsmacht. Allein durch die Verlängerung der Zulassung von RTL wird dieses Gefährdungspotenzial nicht konkretisiert. Im Gegenteil wäre zu befürchten, dass der Wegfall des RTL-Programms einen für die Meinungsvielfalt eher nachteiligen Effekt hat und zu einer Konzentration von Zuschaueranteilen bei dem um das bislang stärkste private Programm verkleinerten Angebot von Programmen zur Folge hätte.

Die KEK hat daher am 05.05.2003 festgestellt, dass der Verlängerung der Zulassung für das Programm RTL Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt nicht entgegenstehen.

### **3.1.14 NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 174)**

Die NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG hatte mit Schreiben an die BLM vom 22.11.2002 die Genehmigung zur bundesweiten Veranstaltung des Programms NEUN LIVE für weitere acht Jahre beantragt. Die Laufzeit der zum Zeitpunkt der Antragstellung gültigen Zulassung endete mit Ablauf des 30.04.2003. Die BLM hat am 19.12.2002 die Genehmigung für NEUN LIVE antragsgemäß erteilt, ohne zuvor der KEK den Antrag gemäß § 37 RStV vorzulegen.

Auch Anträge auf Zulassungsverlängerung unterfallen der Vorlagepflicht: Die Zulassungsverlängerung ist materiell eine neue Zulassung. Sie verschafft dem Lizenzinhaber die gleiche Rechtsposition. Zu den Zulassungsvoraussetzungen gehört die von der KEK zu überprüfende medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit (vgl. den Parallellfall ProSieben, unten Kap. I 3.1.15, KEK 168). Zur Wahrung der Bestimmungen der §§ 20 ff. RStV hat die KEK daher die medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit der Zulassungsverlängerung geprüft. Veränderungen gegenüber dem letzten von der KEK genehmigten Stand ergaben sich u. a. insoweit, als der Veranstalterin zum entscheidungserheblichen Zeitpunkt das Programm Premiere und die Premiere zuzurechnenden Drittprogramme nicht mehr zuzurechnen waren. Die Beteiligungsverhältnisse blieben hingegen unverändert (vgl. dazu unten Kap. I 3.2.3, KEK 149).

Die KEK hat mit Beschluss vom 13.05.2003 festgestellt, dass Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt der Zulassungsverlängerung nicht entgegenstanden.

### **3.1.15 ProSieben Television GmbH – „ProSieben“ (Az.: KEK 168)**

Die ProSieben Television GmbH hatte am 16.09.2002 bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) die Verlängerung ihrer Sendeerlaubnis zur Veranstaltung des Vollprogramms ProSieben um 7 Jahre beantragt. Der Lizenzzeitraum der vorangegangenen Zulassung endete zum 28.02.2003. Die MABB hat daraufhin mit Bescheid vom 25.11.2002 die Sendeerlaubnis für ProSieben verlängert, ohne den Antrag zuvor der KEK gemäß § 37 RStV vorzulegen.

Nach § 20 Abs. 1 Satz 1 RStV bedürfen private Veranstalter einer Zulassung nach Landesrecht. Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt werden von der KEK nach Vorlage durch die zuständige Landesmedienanstalt gemäß § 37 Abs. 1 Satz 1 RStV beurteilt (§§ 36 Abs. 1, Satz 1 und 2, 37 Abs. 1 und 3 RStV). Auch Anträge auf Zulassungsverlängerung unterfallen der Vorlagepflicht: Die Zulassungsverlängerung ist materiell eine neue Zulassung. Sie verschafft dem Lizenzinhaber die gleiche Rechtsposition. Die bei Erteilung der Erstzulassung erfolgende Befristung führt am Endtermin zum Wegfall der Zulassung; sie bleibt nicht – auch nur einstweilen und für einen Übergangszeitraum – in Kraft. Sie bedarf deshalb der Erneuerung für eine Anschlussperiode. Unabhängig davon, ob auf Grundlage des einschlägigen Landesrechts ein neuerliches Vergabeverfahren erforderlich ist oder nicht, müssen die Erlaubnisgrundlagen fortbestehen. Dazu zählt die nach §§ 25 ff. RStV verlangte inhaltliche Vielfalt der Meinungen. Ohne deren Sicherung darf eine Sendeerlaubnis weder erteilt noch verlängert werden. Sie zu gewährleisten, liegt im ausschließlichen Verantwortungsbereich der KEK (§ 36 RStV), ohne deren Unbedenklichkeitsbestätigung nach § 37 RStV die Verlängerung nicht ausgesprochen werden darf. Eine gleichwohl von der zuständigen Landesmedienanstalt ausgesprochene Verlängerung ist ohne die vorab von der KEK eingeholte Unbedenklichkeitsbestätigung nicht nur unvollständig, sondern rechtswidrig. Aus diesem Grund sieht sich die KEK gehalten, auch ohne förmlichen Antrag der MABB über die medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit des Zulassungsverlängerungsantrags zu befinden (s. auch die Parallelfälle NEUN LIVE, oben Kap. I 3.1.15, KEK 168, und XXP, unten Kap. I 3.1.16, KEK 175).

Alleingesellschafterin der Veranstalterin ist die ProSiebenSAT.1 Media AG. An ihrem stimmberechtigten Aktienkapital waren zum Zeitpunkt der Antragstellung die Kirch Media GmbH & Co. KGaA i. In. insgesamt zu 88,5 % und die Axel Springer Verlag AG zu 11,5 % beteiligt.

Die KEK stellte bei ihrer Entscheidung auf die Sachlage zum Zeitpunkt der Antragstellung ab. Rückblickend bestanden keine Anhaltspunkte für die Entstehung vorherrschender Meinungsmacht der Veranstalterin oder der ProSiebenSAT.1 Media AG. Zum Zeitpunkt der Antragstellung war der Veranstalterin neben SAT.1, N24, Kabel 1, NEUN LIVE und Junior/K-toon auch noch das Programm DSF zuzurechnen. Diese Beteiligung wurde zwischenzeitlich von der Kirch Media GmbH & Co. KGaA veräußert (s. u. Kap. I 3.2.13, KEK 179).



Mit Beschluss vom 17.06.2003 hat die KEK bestätigt, dass der Zulassungsverlängerung keine Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt entgegenstanden.

### **3.1.16 XXP TV Das Metropolenprogramm GbR – „XXP“ (Az.: KEK 175)**

Die XXP TV Das Metropolenprogramm GbR hatte mit Schreiben an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) vom 27.01.2003 die Verlängerung ihrer zum 30.04.2003 endenden Sendelizenz um sieben Jahre beantragt. Wie auch bei der Zulassungsverlängerung für das Programm ProSieben (s. o. Kap. I 3.1.15, KEK 168) hat die MABB die Sendeerlaubnis für XXP verlängert, ohne zuvor der KEK den Antrag gemäß § 37 RStV vorzulegen. Zur Wahrung der Bestimmungen der §§ 20 ff. RStV ist die KEK verpflichtet, die medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit der Zulassungsverlängerung zu prüfen.

XXP wird bundesweit über das ASTRA-Satellitensystem und in verschiedenen regionalen Kabelnetzen verbreitet. Gesellschafter sind unverändert mit einer Beteiligung von jeweils 50 % die DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH und die SPIEGEL TV GmbH (vgl. den Fünften Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.1.1). An DCTP sind der Geschäftsführer Prof. Alexander Kluge mit 50 %, DENTSU, Inc., ein japanisches Unternehmen, das weltweit im Bereich Werbung und Media-Planung tätig ist, mit 37,5 % und die Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG mit 12,5 % beteiligt.

DCTP ist mit einem Gesellschaftsanteil von 0,3 % an der Veranstalterin von VOX, der VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG, beteiligt und veranstaltet dort Programmteile auf Grundlage der gemeinsamen Lizenz. Zudem veranstaltet DCTP seit mehreren Jahren als so genannter unabhängiger Dritter Fensterprogramme im Rahmen der Hauptprogramme SAT.1 und RTL und wurde dort kürzlich jeweils für eine weitere Lizenzdauer von fünf Jahren als Drittfensterveranstalterin zugelassen (s. u. Kap. I 3.3.1, KEK 136, und I 3.3.2, KEK 159).

Die SPIEGEL TV GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft des Spiegel-Verlags, produziert einen großen Teil der von XXP und DCTP gesendeten Programme und ist an Unternehmen in den Bereichen Filmproduktion, Internet-Service und Hörfunk beteiligt (zu den Beteiligungsverhältnissen s. u. Kap. I 3.3.2, KEK 159).

Mit Beschluss vom 17.06.2003 stellte die KEK fest, dass Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt der Zulassungsverlängerung nicht entgegenstanden.

**3.1.17 HollywoodCinema.tv GmbH – „Hollywood Cinema“  
(Az.: KEK 180)**

Die HollywoodCinema.tv GmbH, Unterföhring, hat mit Schreiben vom 07.05.2003 an die BLM, ergänzt durch Schreiben vom 26.05.2003, die Zulassung zur Veranstaltung eines bundesweiten digitalen Fernsehspartenprogramms „Hollywood Cinema“ beantragt.

Das geplante ganztägige Spartenprogramm befasst sich mit der Präsentation von Kinopremieren und anderen Informationen rund um das Thema „Kino“. Das Programm soll unverschlüsselt per Satellit, über Kabelnetze und terrestrisch verbreitet und international in anderen Sprachen, zunächst für die Zielmärkte Polen, Ungarn, Skandinavien und Russland, ausgestrahlt werden. Die Antragstellerin steht im alleinigen Beteiligungsbesitz ihres Geschäftsführers Marco Deutsch. Weder ihr noch ihrem Alleingesellschafter sind andere bundesweite Fernsehprogramme zuzurechnen.

Das Verfahren wurde im Berichtszeitraum noch nicht abgeschlossen.

**3.1.18 NBC Europe GmbH i. G. – „NBC Europe“  
(Az.: KEK 150)**

Die NBC (Europe) Limited, London, hatte für eine noch zu gründende Tochtergesellschaft „NBC Europe GmbH“ mit Schreiben vom 11.06.2002 an die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) die Zulassung zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehvollprogramms NBC Europe beantragt (vgl. Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.1.9).

Geplant ist ein 24-stündiges, frei empfangbares „konvergentes“ Vollprogramm. Die NBC (Europe) Limited veranstaltet bereits europaweit ein gleichnamiges Programm auf der Grundlage einer von der englischen Aufsichtsbehörde ITC erteilten Lizenz. Im Rahmen des vorhandenen, bislang englischsprachigen Programms werden in deutscher Sprache eine fünfstündige Nachmittagssendung „NBC GIGA“ und eine zweistündige Abendsendung „GIGA Games“ ausgestrahlt. Diese Sendeformate be- fassen sich u. a. mit Themen rund um Internet und Computer. Sie sind „konvergent“,

d. h. sie sehen über längere Zeitstrecken die gleichzeitige Nutzung per Internet und Fernsehen vor. Zugeliefert werden diese Formate von einer 100%igen Tochtergesellschaft der Deutsche Fernsehnachrichten Agentur GmbH (DFA). Die Inhalte des beantragten Programms sollen bei Aufnahme des Sendebetriebs durch die Antragstellerin noch weitgehend dem bisherigen Programm entsprechen; NBC Europe soll jedoch unter Federführung der DFA zu einem 24-stündigen, ausschließlich auf den deutschsprachigen Raum ausgerichteten „Konvergenzprogramm“ umgestaltet werden.

Die NBC (Europe) Limited, London soll sämtliche Anteile an der neuen Veranstalterin halten. An dieser ist nach den Angaben im Zulassungsantrag zu 99,2 % die United Telco Ltd. beteiligt. Hauptgesellschafterin der United Telco Ltd. ist die DFA mit 74,4 % der Anteile.

Der Vorgang befindet sich in Bearbeitung.

### **3.1.19 DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH – „DSF“ (Az.: KEK 177)**

Mit Schreiben vom 17.03.2003 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) beantragte die Kirch Media GmbH & Co. KGaA für die neu gegründete Blitz 03-1094 GmbH, später umfirmiert in: DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH, die Zulassung zur Veranstaltung des Sportspartenprogramms DSF. Hintergrund war eine Umstrukturierung der bislang beteiligten Gesellschaften, die einen Wechsel des Zulassungsinhabers für DSF erforderlich machte: Die Sendelizenz wurde vormals von der 1. Taurus Sportbeteiligungs GmbH (damals: DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH) gehalten. Zur Vorbereitung des Verkaufs des Sportsenders (s. u. Kap. I 3.2.13, KEK 179) wurde ein 100%iges Tochterunternehmen der vormaligen Veranstalterin ausgegründet, das zunächst als Blitz 03-1094 GmbH firmierte und sodann seinerseits in DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH umbenannt wurde. Der Geschäftsbetrieb von DSF wurde durch Einbringungsvertrag auf diese Tochtergesellschaft übertragen.

Auf Antrag von KirchMedia genehmigte die BLM mit Bescheid vom 03.04.2003 die „Fortsetzung der Anbietertätigkeit“ durch die neue Veranstalterin, ohne den Vorgang der KEK zur medienkonzentrationsrechtlichen Unbedenklichkeitsbestätigung vorzulegen.

Da nach Einschätzung der BLM mit der „konzerninternen Verlagerung der Anbieter-tätigkeit“ keine Veränderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse verbunden ist, hält sie eine Unbedenklichkeitsbestätigung durch die KEK nicht für erforderlich. Allerdings bedarf es für den Wechsel eines Zulassungsnehmers stets einer neuen Zulassung, die nur nach medienkonzentrationsrechtlicher Prüfung durch die KEK erteilt werden darf, auch wenn ihm im Ergebnis medienkonzentrationsrechtlich unbedenkliche Transaktionen innerhalb eines Konzerns zugrunde liegen. Die KEK erachtet die Genehmigung ohne Beachtung des dazu im Rundfunkstaatsvertrag zwingend vorgeschriebenen Verfahrens als rechtswidrig und hat die BLM darauf hingewiesen (vgl. Pressemitteilung der KEK 06/2003). Die BLM sieht sich jedoch bislang nicht veranlasst, an der Behebung des Verfahrensmangels mitzuwirken. Die KEK hat daher noch nicht über die Zulassung entschieden; sie hat lediglich die Übernahme sämtlicher Anteile an der neuen Veranstalterin durch ein Konsortium unter Beteiligung der EM.TV & Merchandising AG, der Karstadt Quelle AG und ihr nahestehender Unternehmen sowie von Herrn Dr. Hans-Dieter Cleven von der Taurus TV GmbH in vorläufiger Insolvenz als unbedenklich bestätigt (s. u. Kap. I 3.2.13, KEK 179). Das Verfahren ist somit noch nicht abgeschlossen.

### **3.1.20 Classica GmbH – „CLASSICA“ (Az.: KEK 178)**

Mit Schreiben vom 02.04.2003 an die BLM beantragte die Unitel Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft, an ihrer Stelle die Classica GmbH als Veranstalterin des bundesweiten Pay-TV-Spartenprogramms CLASSICA zuzulassen. Es handelt sich um eine neu gegründete 100%ige Tochtergesellschaft; Hintergrund der Transaktion ist die Vorbereitung der Veräußerung des Senders. Mit Bescheid vom 09.04.2003 genehmigte die BLM das „Einrücken in die Anbietertätigkeit“, ohne den Vorgang der KEK gemäß § 37 RStV vorzulegen. Wie im gleich gelagerten Fall DSF (s. o. Kap. I 3.1.19, KEK 177) hat die KEK die BLM zur Vorlage des Zulassungsantrags zwecks nachträglicher medienkonzentrationsrechtlicher Prüfung aufgefordert, die BLM hält jedoch an der Auffassung fest, der Vorgang sei nicht vorlagepflichtig. Auch dieses Verfahren ist noch nicht abgeschlossen.

## **3.2 Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen**

### **3.2.1 Junior.TV GmbH & Co. KG – „Junior/K-toon“ (Az.: KEK 145)**

Im Februar 2002 hatte die Junior.TV GmbH & Co. KG („Junior.TV“), Unterföhring, der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) angezeigt, dass am Grundkapital ihrer Gesellschafterin EM.TV & Merchandising AG („EM.TV“) die WKB Beteiligungs GmbH („WKB“) mit Wirkung zum 31.01.2002 von Thomas Haffa Aktien in Höhe einer Beteiligung von 24,8 % erworben hat. Bei der Familie Thomas Haffa verbleiben 17,54 % der Anteile. Weitere Aktien sind in Streubesitz übergegangen; dieser beträgt nunmehr 57,66 % (vgl. Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.2.20).

Ferner zeigte Junior.TV mit Schreiben vom 24.06.2002 an, dass ihre zweite Gesellschafterin Kirch Media GmbH & Co. KGaA i. In. („KirchMedia“) ihre bislang unmittelbar gehaltenen Anteile auf eine neu gegründete 100%ige Tochtergesellschaft, die Blitz 01-826 GmbH, übertragen hat. Dies stellt sich als Einschub einer bloßen Zwischenholding und damit rein konzerninterne Anteilsübertragung dar: Die Beteiligung der schon bislang beteiligten Unternehmen der KirchGruppe an der Veranstalterin und ihr materieller gesellschaftsrechtlicher Einfluss bleiben durch das Einrücken der Zwischengesellschaft unverändert. Die neue Zwischengesellschaft hat nach ihrem im Gesellschaftsvertrag bestimmten Unternehmenszweck allein die Funktion, für KirchMedia die Beteiligung an Junior.TV zu halten; eigenständige unternehmerische Zwecke verfolgt sie nicht.

Junior.TV veranstaltet auf der digitalen Pay-TV-Plattform Premiere die Kinder- und Jugendprogramme Junior/K-toon mit dem Schwerpunkt Zeichentrickfilme und -serien, die zum Beschlusszeitpunkt auf einem Kanal zeitpartagiert für jeweils zwölf Stunden (Junior tagsüber, K-toon abends und nachts) ausgestrahlt werden.

Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit von EM.TV ist die nationale und internationale Vermarktung von Kinder- und Jugendprogramm in den Bereichen TV und Merchandising. Nach massiven Umsatz- und Kurseinbrüchen im Jahr 2000 hat sich EM.TV im Zuge einer Restrukturierung und Konzentration auf das Kerngeschäft von zahlreichen Beteiligungen getrennt. Im bundesweiten privaten Fernsehen hält EM.TV neben den Anteilen an Junior.TV eine 45%ige Beteiligung an der Tele-München

Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft. Diese veranstaltet seit dem 28.04.2002 das bundesweite analoge Fernsehprogramm Tele 5, als deren Veranstalterin nunmehr die 100%ige Tochtergesellschaft TM-TV GmbH & Co. KG fungiert (zu Tele 5 s. o. Kap. I 3.1.4, KEK 153). Ferner ist sie zur Hälfte an der Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Medienbeteiligung KG beteiligt, die 31,5 % der Anteile an der Veranstalterin von RTL II hält (vgl. KEK 151, s. o. Kap. I 3.1.3).

Größter Gesellschafter von EM.TV ist nunmehr die WKB im alleinigen Beteiligungsbesitz von Werner E. Klatten. Herr Klatten ist zugleich Vorstandsvorsitzender von EM.TV. Er war bereits in der Vergangenheit im Medienbereich aktiv. Derzeit ist er in keiner anderen Weise im Rundfunkbereich tätig. Die Reduktion des Anteils der Familie Thomas Haffa von zunächst 70 % und zwischenzeitlich 51 % auf nunmehr 17,54 % ist teils auf zwischenzeitlich erfolgte Kapitalerhöhungen zurückzuführen, teils damit zu erklären, dass nunmehr auch die Anteile, die Florian Haffa und seine Familie besitzen, dem Streubesitz zugerechnet werden.

KirchMedia, über die am 14.06.2002 das Insolvenzverfahren in Form der Eigenverwaltung eröffnet wurde, umfasst die wesentlichen Firmen und Beteiligungen der KirchGruppe aus dem Lizenzhandel, dem werbefinanzierten Fernsehen, der Programmproduktion und der Filmbearbeitung, den Sportrechten und der Filmtechnologie. Zum Beschlusszeitpunkt hält sie im bundesweiten Fernsehen neben der 50%igen Beteiligung an Junior.TV sämtliche Anteile an der DSF Deutsches Sport-Fernsehen GmbH und ist Hauptgesellschafterin der ProSiebenSAT.1 Media AG („ProSiebenSAT.1“). 100%ige Tochtergesellschaften von ProSiebenSAT.1 sind die bundesweiten Fernsehveranstalterinnen ProSieben Television GmbH, SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH, N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH und Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH; daneben hält sie eine mittelbare Beteiligung von 48,4 % an der NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG (zu NEUN LIVE vgl. Kap. I 3.2.3, KEK 149, und Kap. I 3.1.14, KEK 174).

72,62 % der Kapitalanteile an KirchMedia hält zum Beschlusszeitpunkt die Kirch Media Beteiligungs GmbH & Co. KG, die vollständig im Anteilsbesitz der Taurus Holding GmbH & Co. KG („Taurus Holding“) steht. Deren alleinige Kommanditistin ist die Kirch Unternehmensstiftung. Auch Taurus Holding hat am 14.06.2002 einen Insolvenzantrag gestellt. Sie ist zum Zeitpunkt der Entscheidung als Dachgesellschaft der KirchGruppe auch Hauptgesellschafterin der Kirch Pay-TV GmbH & Co. KGaA. Diese ist mittelbar zu 100 % an der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG

(„Premiere“) und zu 50 % an der Veranstalterin des Pay-TV-Programms Discovery Channel beteiligt. KirchPayTV und die genannten Zwischengesellschaften haben ebenfalls Insolvenzantrag gestellt (s. o. Kap. I 3.1.7, KEK 155). Schließlich ist Taurus Holding Alleingesellschafterin der Kirch Beteiligungs GmbH & Co. KG, die mittelbar sämtliche Anteile an der Pay-TV-Veranstalterin Unitel Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft mbH & Co. KG (CLASSICA) hält und ebenfalls Insolvenzantrag gestellt hat.

Sämtliche Programme auf der Premiere-Plattform erreichten im Referenzzeitraum Februar 2001 bis Januar 2002 zusammen einen Zuschaueranteil von ca. 1,2 %. Der Anteil der Programme Junior und K-toon an diesem Zuschaueranteil lässt sich nicht bestimmen, da die Zuschauernutzung einzelner digitaler Spartenkanäle zum Entscheidungszeitpunkt in Deutschland noch nicht gemessen wird. Das EM.TV und damit auch Junior.TV daneben zuzurechnende Programm RTL II erreichte im Referenzzeitraum einen Zuschaueranteil von ca. 3,99 %. Für das Programm Tele 5 konnte ein Zuschaueranteil noch nicht ermittelt werden.

Der KirchGruppe wurden bislang die Programme Junior und K-toon, ProSieben, SAT.1, Kabel 1, N24, DSF und NEUN LIVE zugerechnet. Ferner sind ihr bisher Premiere und die übrigen Premiere und KirchPayTV zuzurechnenden, auf der Premiere-Plattform veranstalteten Programme einschließlich von CLASSICA zugerechnet. Dieser Zurechnungszusammenhang aufgrund von § 28 Abs. 1 Satz 2 RStV i. V. m. §§ 15 ff. AktG wird nicht dadurch unterbrochen, dass über das Vermögen der KirchMedia das Insolvenzverfahren in Form der Insolvenz in Eigenverwaltung eröffnet worden ist (s. o. Kap. I 3.1.2, KEK 148). Da sich Taurus Holding zum Beschlusszeitpunkt noch im vorläufigen Insolvenzverfahren befindet, geht die KEK vom Fortbestehen der Beherrschung der KirchMedia durch Taurus Holding aus. Ebenso ist der Umstand, dass KirchPayTV und Kirch Beteiligung sich im vorläufigen Insolvenzverfahren befinden, nicht geeignet, den Zurechnungszusammenhang zu unterbrechen. Ob aufgrund von Beteiligungsveränderungen bei Premiere und ihren Obergesellschaften etwas anderes gilt, wird offen gelassen.

Die der KirchGruppe und damit auch Junior.TV zuzurechnenden Programme erreichten zusammen einen Zuschaueranteil von ca. 25,62 %. Damit lag der Zuschaueranteil im Referenzzeitraum, der aufgrund von Verzögerungen im Prüfverfahren, die nicht die KEK zu vertreten hat, relativ weit zurückliegt, knapp über der Schwelle des zweiten Vermutungstatbestands nach § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV. Seit-

her ist er nachhaltig gesunken und liegt bereits seit geraumer Zeit unterhalb von 25 %. Hinzu kommt, dass die neue Vermutungsschwelle des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV erst mit dem 6. Rundfunkänderungsstaatsvertrag am 1. Juli 2002 in Kraft getreten ist; mangels Übergangsvorschriften findet sie vorliegend für einen zu diesem Zeitpunkt bereits abgeschlossenen Referenzzeitraum Anwendung. Aufgrund dieser besonderen Umstände geht die KEK davon aus, dass die Überschreitung der 25%-Schwelle im Referenzzeitraum nicht geeignet ist, im Beschlusszeitpunkt die erste Voraussetzung der Vermutung der Entstehung vorherrschender Meinungsmacht zu erfüllen. Daher ist die Prüfung der weiteren Vermutungsvoraussetzungen entbehrlich. Auch kann die Frage der Zurechnung der Premiere-Programme zur KirchGruppe – ohne die der Gesamtzuschaueranteil der KirchGruppe auch in der Referenzperiode mit 24,42 % unterhalb der Schwelle von 25 % läge – hier offen bleiben.

Im Hinblick auf die Meinungsmacht von Junior.TV und EM.TV hatte die Kommission bislang keine medienkonzentrationsrechtlichen Bedenken. An dieser Beurteilung ändert sich nichts durch den angezeigten Eintritt der WKB von Werner E. Klatten als Gesellschafter bei EM.TV und die Verringerung der Beteiligung der Familie Thomas Haffa.

Die KEK hat die Beteiligungsveränderungen am 13.08.2002 als unbedenklich bestätigt.

### **3.2.2 Playboy TV-GmbH Germany – „Playboy TV“ (Az.: KEK 147)**

Die Veranstalterin hatte im Mai 2002 bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) bereits vollzogene Beteiligungsveränderungen bei ihrer Muttergesellschaft Playboy TV International LL.C., USA, angezeigt (vgl. Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.2.21).

Das im Jahr 1999 zugelassene Programm Playboy TV wird noch nicht veranstaltet. Die MABB hat die Lizenznehmerin mit Schreiben vom 30.01.2003 aufgefordert, die aktuellen Beteiligungsverhältnisse anzuzeigen und die üblichen Unterlagen vorzulegen oder aber die Sendeerlaubnis zurückzugeben.

Das Verfahren bei der KEK ruht.



### **3.2.3 NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 149)**

Im Juni 2002 haben die HSN Home Shopping Network GmbH („HSN“) und die NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG („NEUN LIVE“) bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) mittelbare Beteiligungsveränderungen angezeigt: Die bislang zu 48,6 % an der EUVIA Media AG („EUVIA Media“), der Muttergesellschaft von NEUN LIVE, beteiligte H.O.T. Networks AG („H.O.T.“) überträgt 3 % ihrer Anteile auf Dr. Georg Kofler. Die bislang an H.O.T. in Höhe von 46,66 % beteiligte HSN übernimmt auch die Anteile ihrer Mitgesellschafter Dr. Kofler und Thomas Kirch von jeweils 26,67 % und verfügt damit über sämtliche Anteile an H.O.T.

NEUN LIVE (vormals TM3 Fernsehen GmbH & Co. KG) veranstaltet ein gleichnamiges bundesweites Spartenprogramm Unterhaltung, das über das ASTRA-Satelliten-System und nahezu bundesweit über Kabel verbreitet wird. Im Mittelpunkt steht ein Live-Programm mit interaktiver Zuschauerbeteiligung in Form von Quizshows, Gewinnspiel- oder Einkaufssendungen.

Kommanditisten der Muttergesellschaft EUVIA Media AG & Co. KG („EUVIA Media“) sind die ProSiebenSAT.1 Media AG („ProSiebenSAT.1“, 48,4 %), H.O.T. mit einer Beteiligung von nunmehr 45,6 % sowie Christiane zu Salm-Salm und (nach Vollzug der Beteiligungsveränderung) Dr. Georg Kofler mit jeweils 3 %. H.O.T. ist aufgrund eines Stimmbindungsvertrags mit Frau zu Salm-Salm berechtigt, ihre Stimmrechte in Gesellschafterversammlungen und Gremien der EUVIA Media auszuüben. Auch Dr. Kofler hat sich im Hinblick auf seine künftigen Anteile zu einer solchen Stimmbindung verpflichtet.

H.O.T. ist daneben als Betreiberin von fünf Teleshopping-Sendern unter der Marke „Home Shopping Europe“ aktiv, die für die Länder Großbritannien, die Niederlande, Belgien und Italien veranstaltet werden. Alleingesellschafterin von H.O.T. ist künftig HSN. Sie ist ferner Hauptgesellschafterin der Home Shopping Europe AG, die in Deutschland den 24-stündigen Fernseheinkaufskanal Home Shopping Europe als Mediendienst betreibt. Im Rahmen einer Kooperation mit ProSiebenSAT.1 produziert die Home Shopping Europe AG Einkaufsprogramme für die Programme SAT.1 und Kabel 1. An ihr ist neben HSN die Quelle Schickedanz AG & Co. KG mit 10,01 % beteiligt; die bisherigen Gesellschafter Dr. Kofler und Thomas Kirch haben

dagegen nunmehr ihre Anteile auf HSN übertragen. HSN steht mittelbar vollständig im Beteiligungsbesitz der USA Interactive, USA (ehemals: USA Networks, Inc.). Dieses Unternehmen hält Beteiligungen an Teleshopping-Sendern in den USA, China, Japan und Belgien.

Das Programm NEUN LIVE ist der Teleshopping-Holding HSN und aufgrund der Beteiligung von ProSiebenSAT.1 der KirchGruppe zuzurechnen. Letzteres ergibt sich bereits auf der Grundlage von § 28 Abs. 1 Satz 1, 2. Alt. RStV, da bei der Zurechnung EUVIA Media als eine bloße Zwischenholding außer Betracht bleibt (vgl. bereits Jahresbericht 2000/2001, Kap. I 3.2.17, KEK 104). In der Referenzperiode von Juni 2001 bis Mai 2002 lag der Zuschaueranteil der KirchGruppe auch unter Einbeziehung der Premiere zuzurechnenden Programme mit 24,63 % unterhalb der Schwelle von 25 %, so dass beide Vermutungstatbestände für vorherrschende Meinungsmacht ausscheiden. Mit den Beteiligungsveränderungen ist kein Zuwachs an Meinungsmacht für die KirchGruppe verbunden. Im Gegenteil verfügt sie nach dem Ausscheiden von Thomas Kirch als Gesellschafter bei HSN über keinen gesellschaftsvertraglich verfestigten Einfluss mehr auf H.O.T., ihren Mitgesellschafter bei EUVIA Media. Die Beteiligungsveränderung auf der Stufe der EUVIA Media vergrößert nicht den Einfluss der Kirch-Gesellschafterin ProSiebenSAT.1, insbesondere da zwischen Dr. Kofler und H.O.T. die Stimmbindung der auf Dr. Kofler zu übertragenden Anteile vereinbart wurde.

Dieses Verfahren gibt keinen Anlass, die Wettbewerbsposition der KirchGruppe auf dem deutschen Fernsehmarkt erneut zu untersuchen. Ihr steht mit der RTL Group, gemessen an den Zuschaueranteilen, ein weiterhin annähernd gleichwertiger Wettbewerber im Bereich des privaten bundesweiten Fernsehens gegenüber. Insoweit sind die Auswirkungen der Insolvenz der KirchMedia und der eingeleiteten (z. T. noch vorläufigen) Insolvenzverfahren über andere Unternehmen der KirchGruppe derzeit nicht abzusehen.

Mit Beschluss vom 13.08.2002 hat die KEK die Beteiligungsveränderungen als unbedenklich bestätigt.

### **3.2.4 VIVA Fernsehen GmbH, VIVA Plus Fernsehen GmbH – „VIVA“ und „VIVA Plus“ (Az.: KEK 152)**

Mit Schreiben vom 24.06.2002 an die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zeigte die Warner Music Group Germany GmbH & Co. Holding oHG („Warner MGG“), Hamburg, auch namens der VIVA Fernsehen GmbH („VIVA Fernsehen“) und der VIVA Media AG („VIVA Media“) die Übernahme sämtlicher Anteile der Mitgesellschafterin EMI Group Germany GmbH („EMI“) an VIVA Media in Höhe von 15,3 % der Kapitalanteile durch Warner MGG an.

VIVA Media ist Alleingesellschafterin der VIVA Fernsehen, der Veranstalterin des bundesweiten Musikspartenprogramms VIVA. VIVA ist ein jugend- und trendorientiertes Musikprogramm mit Schwerpunkt auf chartorientierter, aktueller Musik, das sich insbesondere an die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen wendet. Ferner ist VIVA Media über VIVA Fernsehen in Höhe von 51 % an der VIVA Plus Fernsehen GmbH („VIVA Plus“) beteiligt. Sie veranstaltet das gleichnamige bundesweite Musikspartenprogramm, das seit Januar 2002 anstelle des vormals von VIVA Fernsehen veranstalteten Programms VIVA ZWEI veranstaltet wird. VIVA Media hält auch in mehreren anderen europäischen Ländern Beteiligungen an Fernsehveranstaltern.

Nach Vollzug der Beteiligungsveränderung bestehen bei VIVA Media die folgenden Beteiligungsverhältnisse: Größter Gesellschafter ist die Warner MGG mit 30,6 % der Kapitalanteile bzw. Stimmrechte; 15,5 % der Stimmrechte hält die Warner Music Germany Beteiligungs GmbH („Warner MGB“; im Einzelnen hält sie 3,2 % anstelle der Die Initiatoren Eins Kapitalbeteiligungs KG, 2,5 % anstelle der Die Initiatoren Zwei Kapitalbeteiligungs KG und 9,8 % anstelle der Die Initiatoren Drei Kapitalbeteiligungs KG); ferner sind die Vivendi Universal Vertrieb GmbH in Höhe von 15,3 %, Die Initiatoren Vier Kapitalbeteiligungs KG in Höhe von 2,7 %, Jörg Grabosch mit 4,1 %, Martin Keß mit 3,5 %, Ralf Günther mit 3,4 % und Dieter Gorny mit 0,6 % der Kapital- und Stimmrechtsanteile beteiligt. Die übrigen Anteile (24,2 %) befinden sich in Streubesitz.

Sowohl Warner MGG als auch Warner MGB befinden sich mittelbar im alleinigen Beteiligungsbesitz der AOL Time Warner, Inc. („AOL Time Warner“), USA. AOL Time Warner verfügt somit bei VIVA Media über Stimmrechte in Höhe von insgesamt 46,1 %. Es kann dahinstehen, ob dies zu einer im Sinne des § 28 Abs. 1 RStV

relevanten Zurechnungsbeteiligung an VIVA Media führt. Dies hängt davon ab, ob die Zurechnung auf der Beteiligungsstufe von VIVA Media gemäß § 28 Abs. 1 Satz 1 RStV oder gemäß § 28 Abs. 1 Satz 2 RStV vorzunehmen ist. Diese Frage kann hier offen bleiben, da sich – wie die KEK bereits im Beschluss Az.: KEK 130 festgestellt hat – aus den verschiedenen Vereinbarungen von VIVA-Gesellschaften bzw. Gesellschaftern mit der AOL-Time-Warner-Gruppe und dem damit verbundenen erheblichen finanziellen Engagement von AOL Time Warner bei VIVA ein Einfluss der straff vertikal organisierten AOL-Time-Warner-Gruppe auf die VIVA-Gruppe ableiten lässt, der die Zurechnung der Programme VIVA und VIVA Plus jedenfalls gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV rechtfertigt.

AOL Time Warner ist ein börsennotiertes US-amerikanisches Medien- und Telekommunikationsunternehmen mit Aktivitäten in den Bereichen Internet, Film- und Fernsehproduktion, Fernsehveranstaltung, Verlagswesen und (in den USA) Betrieb von Kabelnetzen. Im Musikbereich gehört die Warner Music Group nach Angaben der EU-Kommission neben Universal, EMI, Sony und BMG zu den fünf umsatzstärksten Konzernen, die gemeinsam 80 % des europäischen Binnenmarktes kontrollieren. Nach Angaben der Warner MGG hat derzeit kein Unternehmen und keine Unternehmensgruppe einen beherrschenden Einfluss auf AOL Time Warner.

Die AOL-Time-Warner-Gruppe hält im bundesweiten Fernsehen neben ihrer Beteiligung an den VIVA-Programmen mittelbar Anteile von insgesamt 49,81 % an der n-tv Nachrichten Fernsehen GmbH & Co. KG, der Veranstalterin des Informationsspartenprogramms n-tv. Zudem hält der Konzern über Zwischengesellschaften 100 % der Anteile an dem internationalen Nachrichtenkanal CNN sowie 50 % der Anteile an der CNN Deutschland GmbH & Co. KG, die den zugelassenen deutschsprachigen Teil des Informationssparten- und Fensterprogramms CNN Deutschland veranstaltet. CNN Deutschland umfasst drei 15-minütige, deutschsprachige Programmteile, die im Rahmen des englischsprachigen Hauptprogramms CNN International verbreitet werden.

Die Vivendi Universal Vertrieb GmbH steht über mehrere Zwischengesellschaften zu 100 % im Eigentum des Unternehmens Universal Studios, Inc., das daneben mittelbar sämtliche Anteile an der 13th Street GmbH und der Studio Universal GmbH, den Veranstaltern der Programme 13th Street und Studio Universal, hält. Vivendi Universal S.A. ist ferner über die MultiThématiques S.A. mittelbar zu 63,93 % an der Veranstalterin der Themenspartenkanäle Planet, Seasons, CineClassics 1 und 2

und Jimmy beteiligt, von denen derzeit lediglich Planet (auf der Premiere-Plattform) verbreitet wird.

An allen Beteiligungsgesellschaften Die Initiatoren Eins bis Vier Kapitalbeteiligungs KG sind Helge Sasse als Komplementär mit einer jeweils 25%igen Kapitalbeteiligung und Dieter Gorny als Kommanditist beteiligt. Der Kommanditistenkreis bei Die Initiatoren Eins und Die Initiatoren Zwei ist deckungsgleich. Kommanditisten der Initiatoren Drei mit Gesellschaftsanteilen von ebenfalls jeweils 25 % sind neben Dieter Gorny Rudi Dolezal und Hannes Rossacher. Zwischen den Initiatoren I – III und Warner MGB ist die Stimmbindung der von den Initiatoren I – III gehaltenen Stimmrechte an VIVA Media zugunsten von Warner MGB vereinbart (vgl. Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.2.14).

Zu den Zuschaueranteilen von VIVA und VIVA Plus sind der KEK lediglich Reichweitenstudien von Marktforschungsunternehmen und Berichte über inoffizielle GfK-Zahlen bekannt. Die im Auftrag der AGF von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gemessenen Zuschaueranteile von VIVA werden nicht veröffentlicht. Unter Zugrundelegung der von der AGF/GfK-Fernsehforschung veröffentlichten Zuschaueranteile der Fernsehsender ARD (einschließlich ihrer dritten Programme), ZDF, 3sat, arte, Kinderkanal, Phoenix, RTL Television, SAT.1, ProSieben, Kabel 1, RTL II, Super RTL, VOX, DSF, NEUN LIVE, n-tv, Eurosport und der Schätzungen der KEK für die Pay-TV-Programme von Premiere erreichten diese Sender in der Referenzperiode Juni 2001 bis Mai 2002 zusammen einen Zuschaueranteil von ca. 94 %. Für die restlichen Programme verbleibt ein Zuschaueranteil von ungefähr 6 %. Davon macht der auf VIVA und VIVA Plus entfallende Anteil einen Bruchteil aus. Zu den AOL Time Warner zuzurechnenden Zuschaueranteilen von CNN Deutschland liegen ebenfalls keine veröffentlichten Daten vor. n-tv erreichte in der Referenzperiode einen Zuschaueranteil von 0,67 %.

Durch die Übernahme des Anteils der EMI Group an VIVA Media verstärkt der Konzern AOL Time Warner erneut seinen Einfluss bei den VIVA-Gesellschaften, ohne dass dies jedoch zu einer Zurechnung von höheren Zuschaueranteilen führen würde.

Die KEK hat am 13.08.2002 die medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit der Beteiligungsveränderung bestätigt.

### **3.2.5 GoldStar TV GmbH & Co. KG – „GoldStar TV“ (Az.: KEK 148-1)**

Gegenstand des Verfahrens aufgrund der Anzeige der GoldStar TV GmbH & Co. KG („GoldStar KG“) vom 02.07.2002 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) war die Übernahme der Anteile der MultiChannel GmbH an der GoldStar KG durch deren Mitgesellschafter und Geschäftsführer der GoldStar KG Gottfried Zmeck. Gottfried Zmeck wird dadurch Alleingesellschafter.

Die GoldStar KG veranstaltet auf der Plattform von Premiere die Programme GoldStar TV und Heimatkanal. Die angezeigte Beteiligungsveränderung wurde bereits im Zulassungsverfahren Heimatkanal für medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich befunden (s. o. Kap. I 3.1.2).

Gegen die Zurechnung ihrer Programme zu Premiere im Beschluss i. S. Heimatkanal aufgrund der Einflussmöglichkeiten, die der Plattform- und Vermarktungsvertrag Premiere einräumt, hat die Veranstalterin Einwände erhoben: Der Plattformvertrag sehe ausdrücklich ihre Programmhoheit vor und regle lediglich die Vermarktungs-kooperation zwischen ihr und Premiere; deren Exklusivität sich auch nur auf den Satellitenmarkt erstrecke. Die KEK habe in Fällen anderer Drittveranstalter die Zurechnung zur Plattformbetreiberin verneint.

Diese Einwände greifen jedoch nicht durch: Dass der Plattformvertrag die Programmhoheit bzw. die alleinige Programmverantwortung der Veranstalterin anerkennt und sich sein Anwendungsbereich auf die Verbreitung und Vermarktung der Programme auf der Premiere-Plattform beschränkt, ändert nichts an der Tatsache, dass sich die Veranstalterin darin einem umfassenden Zustimmungsvorbehalt im Hinblick auf die Programmgestaltung unterworfen hat. Aus diesem vertraglichen Zustimmungsvorbehalt und nicht allein aus der Vermarktungs-kooperation ergibt sich der Einfluss von Premiere. Die KEK hat bereits bisher bei der Zurechnung von Drittprogrammen zu Premiere insbesondere darauf abgestellt, ob die jeweilige Plattformvereinbarung Zustimmungsvorbehalte oder sonstige Einflussmöglichkeiten von Premiere auf die inhaltliche Gestaltung der Drittprogramme vorsieht.

Zwischenzeitlich wurden bei den Obergesellschaften von Premiere Insolvenzverfahren eingeleitet, die den Zurechnungszusammenhang zu den werbefinanzierten, bislang auch Premiere und der Veranstalterin zugerechneten Programme in Frage stel-

len. In Anbetracht eines maximal zugrunde zu legenden Zuschaueranteils von 24,18 % (im Falle fehlenden Zurechnungszusammenhangs läge er bei ca. 1,2 %) kann diese Frage für die vorliegende Entscheidung dahinstehen.

Mit Beschluss vom 10.09.2002 hat die KEK die Beteiligungsveränderung nach den Vorschriften des RStV über die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen als unbedenklich bestätigt.

### **3.2.6 Beate Uhse TV GmbH & Co. KG – „Beate Uhse TV“ (Az.: KEK 160)**

Die Beate Uhse TV GmbH & Co. KG („Beate Uhse TV KG“, ehemals: Beate Uhse TV GmbH), Berlin, zeigte mit Schreiben vom 04.10.2002 an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) bereits vollzogene Beteiligungsveränderungen bei ihren Gesellschaftern Beate Uhse AG und Erotic Media AG an.

Demnach hält an der Beate Uhse AG die Orthmann AG 44,86 % der Stimmrechte. Die vormaligen Gesellschafter Summa N.V. (vormals: Fienco N.V.) und Kackou Consultancy B.V. halten ihre Beteiligungen nun mittelbar über das gemeinsame Tochterunternehmen Consipio Holding B.V., das über 20,98 % der Stimmrechte verfügt. Die übrigen Stimmrechtsanteile befinden sich in Streubesitz.

Die Erotic Media AG ist seit dem Börsengang zum 08.11.2002 am Regierten Markt in Frankfurt börsennotiert. Größter Aktionär ist weiterhin die Orthmann AG mit einem Anteil von 31,73 % der stimmberechtigten Aktien; größere Anteile halten ferner die Beate Uhse AG (nunmehr 29,27 %) sowie die Verwaltungsratsmitglieder Edouard A. Stöckli (12,02 %) und Zoe Stähli (8,78 %).

Weiterer Gesellschafter der Veranstalterin ist nunmehr Bernhard Müller: Nach dem Erwerb von Kommanditanteilen der Beate Uhse AG und der Erotic Media AG hält er insgesamt einen Anteil in Höhe von 2 %. Die Kommanditbeteiligungen der Erotic Media AG und der Beate Uhse AG betragen nunmehr jeweils 49 %. Diese Beteiligungsveränderungen waren bereits im Zulassungsantrag vom 19.06.2000 angekündigt und von der KEK im Rahmen des damaligen Beschlusses für medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich befunden worden (vgl. Jahresbericht 2000/2001, Kap. I 3.1.3, KEK 086).

Die Beate Uhse TV KG veranstaltet das bundesweite digitale Pay-TV-Unterhaltungsspartenprogramm „Beate Uhse TV“. Es besteht aus eigen- und fremdproduzierten Spielfilmen und anderen Sendeformaten zum Thema Erotik. Es wird täglich von 20:00 Uhr bis 6:00 Uhr veranstaltet, über die Programm- und Vermarktungsplattform Premiere ausgestrahlt und von der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG („Premiere“) auf Grundlage eines Plattformvertrags vermarktet.

Die Beate Uhse AG ist ein börsennotierter Konzern im Sex- und Erotikbereich mit den Tätigkeitsfeldern Trading (Versand-, Einzel- und Großhandel mit Erotikprodukten) und Entertainment (Vermarktung von Inhalten über Internet, Telefonmehrwertdienste und Fernsehen). Das Unternehmen ist in 12 europäischen Ländern aktiv. Hauptaktionär ist nunmehr die Orthmann AG, Steinach, Schweiz, in die Mitglieder der Familien Orthmann und Rotermund ihre Anteile eingebracht haben.

Die Unternehmensgruppe Erotic Media AG mit Sitz in Baar, Kanton Zug/Schweiz, ist international im Lizenzhandel mit Erotikfilmen tätig. Der Schwerpunkt ihrer Aktivitäten liegt beim Erwerb, der Auswertung und Vermarktung von Erotik- und Vollerotik-Filmen über Video/DVD, Pay-TV, Free-TV und Internet. Nach eigenen Angaben besitzt das Unternehmen den größten Programmstock dieses Segments in Europa mit einem Umfang von ca. 7.500 Stunden. Der Großteil des Umsatzes wird mit dem Verkauf von Lizenzen an die Beate Uhse TV KG erzielt.

Der Filmkaufmann Bernhard Müller hält neben seiner Beteiligung an der Veranstalterin auch Anteile an der Erotic Media AG (in Höhe von nunmehr 4,88 %) und ist dort als Geschäftsführer und Verwaltungsrat tätig.

Sämtliche zu prüfenden Beteiligungsveränderungen waren zum Zeitpunkt ihrer Anzeige und der ausstehenden Bestätigung der Unbedenklichkeit – zum Teil bereits seit geraumer Zeit – vollzogen. Sie wurden erst auf Nachfrage der MABB offen gelegt; dies geschah auf Veranlassung der KEK, die durch Pressemeldungen von Beteiligungsveränderungen erfahren hatte. Die Veranstalterin macht geltend, es werde ihr auch in Zukunft schwer möglich sein, Änderungen der Beteiligungsverhältnisse bei ihren Obergesellschaften zeitnah bzw. vor ihrem Vollzug anzuzeigen, da es sich um Aktiengesellschaften handle, deren Kapital aus frei handelbaren Inhaberaktien bestehe. Aktienwechsel könne die Gesellschaft nicht immer in Erfahrung bringen, soweit sie nicht nach Maßgabe der einschlägigen Gesetze, insbesondere des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG), anzuzeigen seien.



Im Hinblick auf Veränderungen der Beteiligungsstruktur ihrer börsennotierten Gesellschaften wird die Veranstalterin jedoch keinen unzumutbaren Anzeigepflichten unterworfen. Für diese gilt die Anmeldepflicht gemäß der Richtlinie der KEK nach § 29 Satz 5 RStV nur eingeschränkt: Beteiligungsveränderungen, die nach dem WpHG nicht meldepflichtig sind, dürfen ohne vorherige Anmeldung vollzogen werden. Dies entlässt die Veranstalterin allerdings nicht aus der Pflicht, auch diese Veränderungen möglichst zeitnah anzumelden. Beteiligungsveränderungen oberhalb der Schwellen des WpHG, wie z. B. der Eintritt der Orthmann AG als Aktionärin der Beate Uhse AG, sind anmeldepflichtig, sie werden dem betroffenen Unternehmen aber auch aufgrund der entsprechenden Meldepflichten des WpHG zeitnah bekannt gemacht. Gesellschaften, die selbst die Zulassung zur Programmveranstaltung innehaben oder denen Programmveranstalter zuzurechnen sind, müssen sicherstellen, dass den Anmeldevorschriften des § 29 RStV genügt werden kann. Die beteiligten Unternehmen sind durch ausdrückliche Offenlegungsvorschriften in den Gesellschaftsverträgen oder, wo diese fehlen, durch die für die Gesellschaft geltenden Bestimmungen des RStV mittelbar verpflichtet, die anmeldepflichtigen Sachverhalte offen zu legen.

Das Programm Beate Uhse TV wird auf der Pay-TV-Plattform Premiere ausgestrahlt. Die Programme auf dieser Plattform erreichten im Referenzzeitraum von Oktober 2001 bis September 2002 zusammen einen Zuschaueranteil von ca. 1,2 %. Es lässt sich nicht einschätzen, welchen Anteil das Programm Beate Uhse TV an diesem Zuschaueranteil hat. Die Zuschauernutzung einzelner digitaler Spartenkanäle wird zum Beschlusszeitpunkt in Deutschland noch nicht gemessen. Beate Uhse TV ist weiterhin gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV der Plattformbetreiberin Premiere wegen ihrer umfassenden programmlichen Zustimmungsvorbehalte aufgrund des Plattformvertrags zuzurechnen. Damit sind umgekehrt auch die Premiere zuzurechnenden Programme der Veranstalterin zuzurechnen (arg. e §§ 28 Abs. 1 Satz 3, 29 Satz 2 RStV). Dies sind nur noch die von ihr selbst veranstalteten Programme und die ihr zurechenbaren Drittprogramme auf ihrer Plattform (s. o. Kap. I 3.1 7).

Die KEK hat am 11.02.2003 die medienkonzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit der Beteiligungsveränderungen bestätigt.

### **3.2.7 n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG – „n-tv“ (Az.: KEK 156)**

Mit Schreiben vom 21.08.2002 an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) zeigte die RTL Group S.A. („RTL Group“), auch im Namen der Veranstalterin n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG („n-tv“), Veränderungen der Gesellschafterstruktur bei n-tv an: Die RTL Television GmbH („RTL“) erwirbt die Anteile der GWF Gesellschaft für Wirtschaftsfernsehen mbH & Co. KG („GWF“) an n-tv von ca. 47,33 %. Ergänzend teilte die RTL Group mit, dass RTL sich mit Optionsvertrag vom 16.09.2002 den Erwerb einer weiteren Beteiligung an n-tv von ca. 1,6 % vom Verlag Norman Rentrop, Bonn-Bad Godesberg („Rentrop“), gesichert hat. Schließlich zeigte sie den Abschluss eines Kaufvertrags zwischen RTL und der n-tv Nachrichtenfernsehen Beteiligungs GmbH & Co. Investitions KG („Bet-KG“) an, durch den RTL eine weitere Beteiligung von ca. 0,26 % an n-tv erwirbt. Insgesamt erwirbt RTL demnach 49,1951 % der Anteile an n-tv.

Außerdem beantragte die RTL Group die Vorabbestätigung für weitere Anteils erwerbe an den n-tv-Gesellschaften bis zu einer Gesamthöhe von 50 %.

Nach Vollzug des Erwerbs der Anteile von GWF, Rentrop und der Bet-KG in Höhe von gerundet 49,19 % durch RTL sind daneben weiterhin die CNN Germany, Inc., USA (25,54 %), die Time Warner Entertainment Germany GmbH & Co. Medienvertrieb OHG (24,27 %), Karl-Ulrich Kuhlo (0,75 %) und die DFA Deutsche Fernseh nachrichten Agentur GmbH (0,25 %) beteiligt. Zu den Beteiligungsverhältnissen bei RTL vgl. oben Kap. I 3.1.13, KEK 158.

Die CNN Germany, Inc. und die Time Warner Entertainment Germany GmbH & Co. Medienvertrieb OHG stehen jeweils mittelbar zu über 70 % im Beteiligungsbesitz des Medienkonzerns AOL Time Warner, Inc., USA (zu AOL Time Warner vgl. oben Kap. I 3.2.4, KEK 152). Diese Beteiligungsgesellschaften haben mit RTL im Hinblick auf ihre gemeinsame Mehrheitsbeteiligung an den n-tv-Gesellschaften ein „Joint Venture Agreement“ geschlossen. Die vereinbarte gemeinsame Beherrschung von n-tv wurde von der EU-Kommission am 05.11.2002 zum Vollzug nach fusionskontrollrechtlichen Kriterien freigegeben.

Die Bertelsmann AG zählt mit einem zuletzt erzielten Konzernumsatz von 20 Mrd.

Euro zu den weltweit größten Medienkonzernen. Die RTL Group trägt mit ca. 20 % den größten Umsatzanteil bei. Die anderen Unternehmensbereiche betreffen das Buchgeschäft (Random House – 10,2 % Anteil am Konzernumsatz), das Zeitungs- und Zeitschriftengeschäft (Gruner + Jahr – 14,9 %), das Schallplatten-, Musikkassetten- und Internet-Tauschbörsengeschäft (BMG – 18 %), Fachverlage (Bertelsmann Springer – 3,7 %), Druck, Services und Spezialverlage (Arvato – 14,7 %) und das Buchclub-Geschäft zusammen mit den E-Commerce-Aktivitäten (Direct Group – 18,5 %).

Die RTL Group ist Europas größter Fernseh- und Hörfunkveranstalter mit Beteiligungen an 23 Fernsehsendern und 14 Hörfunkstationen in 8 Ländern. Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2000/2001 einen Gesamtumsatz von 4,1 Mrd. Euro, die Hälfte davon in Deutschland. Hauptgeschäftsfelder sind Fernsehen und Inhalteproduktion. Im frei empfangbaren Fernsehen in Deutschland hält sie bislang ihr zurechenbare Beteiligungen an den Veranstaltern der Programme RTL, RTL II, Super RTL und VOX. Im deutschen Hörfunkmarkt ist sie laut eigenen Angaben bereits vor der geplanten Übernahme der Hörfunkbeteiligungen der Holtzbrinck-Gruppe die umsatzstärkste Radiogruppe. Die RTL Group produzierte nach eigenen Angaben im Jahr 2001 mehr als 10.000 Programmstunden in 35 Ländern. Sie wird von der Bertelsmann AG als größter TV-Produzent außerhalb von Hollywood bezeichnet. Für Deutschland wurde der gemeinsame Marktanteil im Bereich der TV-Produktion wie auch im Bereich des Handels mit fiktionalen und nichtfiktionalen TV-Rechten auf zwischen 5 und 15 % geschätzt. Die RTL Group bezeichnet sich als größten unabhängigen Rechtehändler außerhalb der USA mit einem Rechtstock von 17.500 Stunden. Die Rechtehandelsunternehmen Fremantle International Distribution und CLT-UFA International wurden unter dem Dach der Fremantle Media Enterprises Ltd. zusammengeführt. Während die Fremantle International Distribution Programmrechte weltweit vertreibt, ist die CLT-UFA die operative Geschäftseinheit für den Fiction-Rechtehandel, die über Akquisition, Co-Finanzierung und Co-Produktion Rechte beschafft und über eine eigene Vertriebsstruktur weltweit mit Schwerpunkt Europa vertreibt.

Die Bertelsmann AG hat in der Vergangenheit verstärkt in das Internetgeschäft investiert mit der Vorgabe, im Internet dieselbe führende Stelle wie im Fernsehen einzunehmen. Im Jahr 2000 wurden RTL New Media in Deutschland, RTL NET in Frankreich und RTL iMedia in den Niederlanden gegründet. Unter dem Markennamen RTL World bietet die RTL New Media GmbH ein umfangreiches Online-

Angebot an, das unter anderem aus Informationen, Unterhaltung, Spielen, Links, Chat- und Einkaufsmöglichkeiten besteht. Die RTL New Media GmbH bündelt in Deutschland die mit RTL verbundenen interaktiven und digitalen Aktivitäten. Ihre 100%ige Tochtergesellschaft, RTL NET GmbH, bietet einen eigenen Internetzugang an. Der Internetwerbevermarkter IP-WEB.NET, eine Tochtergesellschaft der IP Deutschland, koordiniert europaweit Werbekampagnen.

Zur Verlagsgruppe Norman Rentrop zählen zahlreiche Fachverlage aus dem Wirtschaftsbereich, darunter die Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG. Gesellschafter Norman Rentrop ist zugleich Gesellschafter und Stifter der gemeinnützigen Rentrop-Stiftung gGmbH, die eine Zulassung für das bundesweite Fernsehprogramm Bibel TV besitzt, das seit dem 01.10.2002 auf Sendung ist (vgl. Beschluss der KEK i. S. Bibel TV, Az.: KEK 131).

Weiterhin beteiligt bleibt auch der Gründungsgesellschafter Karl-Ulrich Kuhlo. Er ist zugleich Vorsitzender des Aufsichtsrats der geschäftsführenden Komplementärgesellschaft.

Die DFA Deutsche Fernsehnachrichten Agentur GmbH ist ein mit einem eigenen Korrespondentennetz ausgestattetes Dienstleistungsunternehmen, das zahlreiche Fernsehveranstalter mit Nachrichten und Magazinbeiträgen beliefert. Sie hält neben AOL Time Warner eine 50%ige Beteiligung an der Veranstalterin des bundesweiten Fernsehprogramms CNN Deutschland und ist Mehrheitsgesellschafterin der NBC (Europe) Ltd. Die DFA-Gesellschafterin Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft mbH verlegt die Rheinische Post. Daneben halten sie und ihr Mutterunternehmen, die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, verschiedene Beteiligungen an Ballungsraumfernsehsendern und Hörfunkbeteiligungen.

Die Veranstalterin n-tv soll als Gemeinschaftsunternehmen der RTL Television GmbH und der zum Konzern AOL Time Warner gehörigen CNN Germany, Inc. und Time Warner Entertainment Germany GmbH & Co. Medienvertrieb OHG geführt werden. Sie ist damit sowohl der RTL Group und ihrer Konzernspitze, der Bertelsmann AG, als auch AOL Time Warner zuzurechnen. Ein Verbundtatbestand zwischen diesen beiden Unternehmensgruppen ist nicht erfüllt, so dass eine wechselseitige Zurechnung der jeweiligen Programme ausscheidet.

Die der RTL Group zurechenbaren Programme RTL, RTL II, Super RTL, VOX und

n-tv erreichten im maßgeblichen Zeitraum von August 2001 bis Juli 2002 insgesamt einen Zuschaueranteil von 25,09 % (auf n-tv entfielen dabei 0,67 %). Die AOL Time Warner zuzurechnenden Programme CNN Deutschland, VIVA, VIVA Plus und n-tv erreichten in diesem Zeitraum insgesamt ca. 1,27 % der Zuschaueranteile.

Die der RTL Group und n-tv zuzurechnenden Zuschaueranteile liegen oberhalb der für die Vermutung vorherrschender Meinungsmacht wesentlichen Zuschaueranteils-grenze von 25 % (vgl. § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV). Das führte zu der entscheidungs-erheblichen Folgefrage, ob n-tv und die RTL Group auf den ihr zuzurechnenden Zu-schaueranteil 2 Prozentpunkte in Abzug bringen dürfen, weil in ihr Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil Fensterprogramme „in angemessenem, mindestens im bisherigen Umfang“ gemäß § 25 Abs. 4 RStV aufgenommen sind. Das n-tv und der RTL Group zurechenbare Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil ist RTL. In das RTL-Programm sind regionale Fensterprogramme nach § 25 Abs. 4 RStV aufgenommen, die insgesamt 150 Minuten pro Woche ausgestrahlt werden (s. u. Kap. I 3.3.2, KEK 159, und I 6.1.3). Die Regionalfensterprogramme entsprechen aber nur dann den Anforderungen für einen „angemessenen Umfang“, wenn sie ei-ne Reichweite von 50 % der bundesdeutschen Fernsehhaushalte erzielen (vgl. § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV). Die KEK lässt sich bei dieser Auslegung des unbestimmten Rechtsbegriffs „angemessen“ von der Annahme einer Einheit und Geschlossenheit der Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags leiten (vgl. ausführlich unten Kap. I 6.1.4).

Weder die Anmelderin RTL Group noch die vorlegende MABB noch die mit der Reichweitenprüfung bei RTL befasste NLM verfügten über Daten, nach denen sich das Reichweitenerfordernis für die Regionalfensterprogramme verlässlich klären ließ. Die KEK musste daher selbst weitere Aufklärung zur Reichweite der RTL-Regionalfensterprogramme betreiben (dazu unten Kap. 6.1.3).

Insbesondere unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Bedeutung des Anteilser-werbs für den Sender n-tv hat die KEK zunächst mit Beschluss vom 12. November 2002 (Az.: KEK 156-1) die angemeldeten Veränderungen von Beteiligungsverhält-nissen vorläufig als unbedenklich bestätigt und für den Fall, dass nachträglich vor-herrschende Meinungsmacht nach den Bestimmungen des § 26 Abs. 2 Satz 2 und 3 RStV festgestellt werden sollte, Vielfalt sichernde Maßnahmen bei RTL Group S.A. vorbehalten.

Die von der Anmelderin begehrte Vorratsbestätigung der Unbedenklichkeit für alle weiteren Anteilerwerbe an n-tv bis zu einer Beteiligung von 50 % wurde nicht erteilt. § 29 RStV verlangt jeweils die Anmeldung konkret geplanter Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen und sieht auch – anders als das GWB – keine Schwellenwerte für Prüfungstatbestände vor.

Die unten (Kap. I 6.1.3) dargestellten Ermittlungen der KEK ergaben, dass nach dem derzeitigen Erkenntnisstand davon auszugehen ist, dass die Regionalfenster im Hauptprogramm RTL mindestens 50 % der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen. Wegen der berücksichtigungsfähigen Regionalfensterprogramme im Hauptprogramm RTL war die Vermutungsschwelle des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV nicht erreicht. Damit erübrigten sich weitere Feststellungen zum Vermutungstatbestand.

Die KEK hat bis zum In-Kraft-Treten des 6. RÄndStV ihre Zuständigkeit und Berechtigung zur Feststellung einer vorherrschenden Meinungsmacht nach § 26 Abs. 1 RStV in ständiger Praxis angenommen (vgl. Beschlüsse in den Sachen Az.: KEK 026 – Premiere; Az: 007/029 – ProSieben; Az.: 040 – RTL) und dafür auch Zustimmung in der Fachliteratur erfahren. Die Veränderungen bei den Vermutungskriterien der Zuschaueranteilsquoten geben der KEK keinen Anlass, ihre bisherige Beschlusspraxis für die Zeit nach In-Kraft-Treten des 6. RÄndStV in Frage zu stellen. Der vorliegende Fall zwingt aber nicht, diese Fragestellung zu vertiefen. Zwar ist die die RTL Group beherrschende Bertelsmann AG mit ihren vielfältigen Aktivitäten im Medienbereich der in der Bundesrepublik mit Abstand führende Medienkonzern. Die dadurch begründete Gefahr für die Meinungsvielfalt ist durch das Auseinanderbrechen der in der Vergangenheit jedenfalls im Fernsehbereich konkurrierenden Kirch-Gruppe allenfalls noch vergrößert. Der Beteiligungserwerb von RTL an n-tv und der allein auf diesen Nachrichtensender bezogene Vertrag über ein Gemeinschaftsunternehmen zwischen RTL und Unternehmen der Time-Warner-Gruppe sind aber angesichts des bei nur 0,67 % Zuschaueranteil liegenden Senders n-tv für das Erreichen oder die Verstärkung einer vorherrschenden Meinungsmacht und damit zur Gefährdung der Meinungsvielfalt auf verschiedenen miteinander verwandten Medienmärkten ohne ausreichend gravierende Auswirkung. Jedenfalls konnte die KEK nicht feststellen, dass bereits im Zeitpunkt des Beteiligungserwerbs eine dominierende Stellung von RTL Group gegeben war oder dass eine solche durch den Eigenwerb einer Minderheitsbeteiligung an n-tv in Verbindung mit dem mit den AOL-Time-Warner-Gesellschaften geschlossenen Joint Venture Agreement begründet

wurde. Deshalb könnte auch eine an § 26 Abs. 1 RStV ausgerichtete und verfassungsrechtlich begründete (vgl. BVerfGE 95, 163 (173)) Gesamtbetrachtung, bezogen auf den Zeitpunkt der Entscheidung der KEK vom 12.11.2002, nicht zu Bedenken gegen die angezeigten Änderungen der Beteiligungsverhältnisse bei n-tv führen.

Mit Beschluss vom 11.03.2003 (Az.: KEK 156-2) hat die KEK daher den Vorbehalt für die Durchführung Vielfalt sichernder Maßnahmen aufgehoben und die Beteiligungsveränderungen endgültig als unbedenklich bestätigt.

### **3.2.8 Discovery Channel Betriebs GmbH – „Discovery Channel“ (Az.: KEK 164)**

Die Discovery Channel Betriebs GmbH, München, hat im November 2002 bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) angezeigt, dass die Discovery Germany LL.C. (Bethesda, USA), die bereits zu 50 % an der Veranstalterin beteiligt war, auch die bislang von der MultiChannel GmbH gehaltenen Anteile übernimmt und Alleingesellschafterin der Veranstalterin wird.

Discovery Channel ist ein deutschsprachiges 24-stündiges Programm für Dokumentarfilme zu kulturellen, historischen und naturwissenschaftlichen Themen. Es wird verschlüsselt auf der Programmplattform Premiere ausgestrahlt und auf Grundlage eines Vermarktungsvertrags mit der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG als Bestandteil des Premiere-Plus-Pakets und als zusätzliches „Stand-alone“-Angebot vermarktet. Das Premiere-Plus-Paket besteht zum Beschlusszeitpunkt aus 12 Fernsehprogrammen und 21 Audiokanälen („Music Choice“), die teils von Premiere selbst, teils von Dritten (neben Discovery Channel z. B. Junior/K-toon, Planet, Beate Uhse Kanal, Studio Universal) veranstaltet werden und zum Teil auch jeweils einzeln gebucht werden können. Das Paket und die Stand-alone-Angebote können von den Abonnenten nur zusätzlich zum Programm Premiere Start oder zu einem Hauptpaket (d. h. den Paketen Premiere Film oder Premiere Sport, die jeweils auch Premiere Start enthalten, oder, als Kombination dieser Pakete, Premiere Super) bezogen werden. Discovery Channel vermarktet auch Programmformate im Free-TV und vertreibt Videos und DVDs.

Es lässt sich nicht einschätzen, welchen Anteil das Programm Discovery Channel an dem Zuschaueranteil des gesamten Premiere-Programms hat, das nach den

Schätzungen der KEK im Referenzzeitraum November 2001 bis Oktober 2002 einen Zuschaueranteil von ca. 1,2 % erreichte. Die Zuschauernutzung von einzelnen digitalen Spartenkanälen wird zwar nach den Berichten der AGF seit dem 1. Januar 2003 in Deutschland gemessen. Bis dahin erhob die AGF/GfK-Fernsehforschung lediglich die gesamte Nutzung des Digitalfernsehens als einheitlichen Zuschaueranteil der Digital-Set-Top-Box-Nutzung, der sich im Jahr 2002 ungefähr zwischen 3,4 und 3,9 % bewegte. Allerdings sind weder die Plattformbetreiberin Premiere noch Drittveranstalter wie Discovery Channel Mitglieder oder Lizenznehmer der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Deswegen ist damit zu rechnen, dass die im Auftrag der AGF von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gemessenen Zuschaueranteile zu den digitalen Fernsehprogrammen auch künftig nicht oder nur sehr unregelmäßig veröffentlicht werden.

Der Veranstalterin sind keine weiteren Programme zuzurechnen. Die Zurechnung von Discovery Channel zu Premiere bzw. umgekehrt der Premiere-Programme zur Veranstalterin aufgrund eines vergleichbaren Einflusses von Premiere gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV kommt nach den vorgelegten Plattformverträgen nicht in Betracht.

Die Discovery Germany LL.C. ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Discovery Communications, Inc. (DCI), Bethesda/USA, die über Tochterunternehmen unter verschiedenen Marken (Discovery Channel, Animal Planet, Kids etc.) Fernsehprogramme in 154 Ländern und Regionen weltweit veranstaltet und Dokumentarfilme produziert. Größte Gesellschafterin der DCI ist mit 49,2 % der Anteile die Liberty Media Corporation (Liberty Media), Englewood/USA. Hauptaktionär von Liberty Media ist Dr. John C. Malone. Weitere Gesellschafter sind das US-amerikanische Kabelunternehmen Cox Communications (24,6 %), der Medienkonzern Advance/Newhouse Communications (24,6 %) und DCI-Gründer John S. Hendricks (1,6 %).

Die KEK hat am 11.03.2003 die Beteiligungsveränderung als unbedenklich bestätigt.



### **3.2.9 n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG – „n-tv“ (Az.: KEK 167/172/176)**

Nachdem bereits die Übernahme von Beteiligungen an der Veranstalterin in Höhe von insgesamt 49,19 % durch die RTL Television GmbH („RTL“) als medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich bestätigt worden war (vgl. oben Kap. I 3.2.7, KEK 156) – der Erwerb der Anteile von Norman Rentrop in Höhe von 1,6 % ist allerdings zum Beschlusszeitpunkt noch nicht vollzogen –, hat RTL mit Schreiben vom 04.03.2003 an die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) auch den Erwerb der Kleinbeteiligung von 0,27 % der DFA Deutsche Fernsehnachrichten Agentur GmbH (Az.: KEK 172) und mit Schreiben vom 01.04.2003 den Erwerb des Anteils des Gründungsgesellschafters und ehemaligen Aufsichtsratsvorsitzenden Karl-Ulrich Kuhlo in Höhe von 0,75 % (Verfahren Az.: KEK 176) angezeigt. Sie ist damit künftig in Höhe von zunächst 48,61 % (später: 50,21 %) an n-tv beteiligt. Der Vollzug der Verträge steht unter dem als aufschiebende Bedingung gestalteten Vorbehalt der medienrechtlichen Freigabe.

Die Veranstalterin erzielte in den maßgeblichen Referenzperioden Zuschaueranteile von 0,61 % (März 2002 bis Februar 2003) bzw. 0,66 % (April 2002 bis März 2003). Für die maßgeblichen Referenzperioden sind die der RTL Group und n-tv insgesamt zurechenbaren Zuschaueranteile (s. o. Kap. I 3.2.7, KEK 156) mit 25,26 % bzw. 25,41 % ermittelt worden. Aus den im Beschluss vom 11.03.2003 erläuterten Gründen entfällt gleichwohl eine Vermutungswirkung i. S. des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV. Es sind bei diesen Zuschaueranteilen jeweils 2 Prozentpunkte wegen der von RTL verbreiteten und den Anforderungen des Rundfunkstaatsvertrags entsprechenden Regionalprogramme abzusetzen.

Der Hinzuerwerb von Klein-Beteiligungsanteilen durch RTL Television GmbH und deren Zurechnung zur RTL Group S.A. ändern an der zuletzt im Beschluss vom 11.03.2003 (s. o. Kap. I 3.2.7, KEK 156) vorgenommenen Gesamtwürdigung nichts. Zwar verfügt RTL jetzt über eine einfache Beteiligungs- und Stimmrechtsmehrheit. Zuzufolge des fortgeltenden Joint Venture Agreements ergeben sich daraus jedoch keine Verstärkungen für ihre Kapital- oder Stimmrechtsmacht.

Die AOL-Time-Warner-Gruppe und n-tv hatten bereits mit Schreiben vom 09.01.2003 an die LfM die Zusammenlegung von Beteiligungen an n-tv angezeigt

(Az.: KEK 167). AOL Time Warner ist an n-tv bislang über die CNN Germany, Inc., Atlanta/USA, mit 25,52 % und über die Time Warner Entertainment Germany GmbH & Co. Medienvertrieb oHG, Hamburg, mit 24,7 % als Kommanditisten beteiligt. Diese beiden Beteiligungen sind der AOL-Time-Warner-Gruppe bereits bislang zugerechnet worden. Ihre Einbringung in eine neue, von CNN Germany, Inc. und Time Warner Entertainment Germany GmbH & Co. Medienvertrieb oHG gemeinsam mit beteiligungsproportional gehaltenen Anteilen gegründete und gemeinsam beherrschte Zwischenholding-Gesellschaft CNN/Time Warner Beteiligungs-oHG mit Sitz in Hamburg ändert an dieser Zurechnung nichts. CNN Germany, Inc. wird mit 51,26 % und Time Warner Entertainment Germany GmbH & Co. Medienvertrieb oHG mit 48,74 % als persönlich haftende Gesellschafter am festen Gesellschaftskapital der neuen CNN/Time Warner Beteiligungs-oHG beteiligt sein. Die Beteiligung von AOL Time Warner an n-tv – künftig über die CNN/Time Warner Beteiligungs-oHG – beträgt unverändert 49,79 %. Die Umstrukturierung ist nach den vorliegenden Informationen rein konzernintern und damit zwar anzeige-, aber nicht genehmigungspflichtig.

Mit Beschluss vom 08.04.2003 hat die KEK die angezeigten Beteiligungsveränderungen als unbedenklich bestätigt.

### **3.2.10 H5B5 GmbH – „TS Technology & Science Channel“ (Az.: KEK 170)**

Die H5B5 GmbH, München, Lizenzinhaberin für das bislang nicht ausgestrahlte Pay-TV-Spartenprogramm unter dem Arbeitstitel „TS Technology & Science Channel“, hat im Februar 2003 bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) Beteiligungsveränderungen angezeigt: Die Anteile an der Veranstalterin wurden bislang sämtlich von der mittlerweile insolventen H5B5 Media AG gehalten. Im Rahmen eines Management Buy-Outs sollen die Geschäftsführer Frank Winnenbrock und Hendrik Hey nunmehr jeweils unmittelbar 5 % der Kapitalanteile erwerben. Darüber hinaus erwirbt die AuditJurTax Steuerberatungsgesellschaft mbH 90 % der Anteile, wobei sie jeweils 45 % treuhänderisch für Hendrik Hey und Raphaela Winnenbrock, die Ehefrau von Frank Winnenbrock, hält.

Nach Vollzug der Beteiligungsveränderungen, die unter der aufschiebenden Bedingung ihrer medienrechtlichen Genehmigung stehen, verfügen Hendrik Hey über 50 %, Raphaela Winnenbrock über 45 % und Frank Winnenbrock über 5 % der

Stimmrechte.

Mit Beschluss vom 08.04.2003 hat die KEK die Beteiligungsveränderungen als unbedenklich bestätigt.

### **3.2.11 SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH – „SAT.1“ (Az.: KEK 173-1)**

Mit Schreiben vom 10.03.2003 und vom 27.03.2003 an die LPR Rheinland-Pfalz haben die Verfahrensbevollmächtigten der Veranstalterin SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH („SAT.1“), Berlin, und der P7S1 Holding L.P. („P7S1 Holding“), einer neu gegründeten 100%igen Tochtergesellschaft der Saban Capital Group, Inc. („Saban“), folgende mittelbare Beteiligungsveränderung angezeigt: An der Alleingesellschafterin von SAT.1, der ProSiebenSAT.1 Media AG („ProSiebenSAT.1“), erwirbt die P7S1 Holding 70.000.000 stimmberechtigte Stammaktien – dies entspricht 36 % der Kapitalanteile und 71,98 % der Stimmrechte – von der Kirch Media GmbH & Co. KGaA („KirchMedia“). Die Beteiligungsveränderung stand u. a. unter der aufschiebenden Bedingung der medienrechtlichen Freigabe.

Ein zunächst ebenfalls angezeigter Einstieg der Télévision Française S.A. („TF 1“) bei der P7S1 Holding hatte sich nach neueren Angaben nicht konkretisiert und war daher nicht Verfahrensgegenstand. Auch der Verkauf der indirekt von KirchMedia gehaltenen Anteile an ProSiebenSAT.1 war nicht Gegenstand des Verfahrens.

Die anmeldenden Beteiligten teilten zudem seitens KirchMedia bereits vollzogene gesellschaftsrechtliche Veränderungen mit: Die bisher an der SAT.1 Beteiligungs GmbH und der Media1 Beteiligungs GmbH beteiligte PKS Programmgesellschaft für Kabel und Satellitenrundfunk mbH wurde mit Wirkung zum 10.01.2002 auf ihre Muttergesellschaft CON Medien GmbH und diese mit Wirkung zum 17.01.2002 auf ihre Muttergesellschaft Taurus TV GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft von KirchMedia, verschmolzen. Die Verschmelzung auch der Taurus TV GmbH auf KirchMedia ist zwar vereinbart, wurde aber bislang noch nicht im Handelsregister von KirchMedia eingetragen. Mit Geschäftsanteilsübertragungsvertrag vom 25.01.2002 hat die Taurus TV GmbH die demnach zwischenzeitlich von ihr gehaltenen Anteile an der SAT.1 Beteiligungs GmbH und der Media1 Beteiligungs GmbH auf eine 100%ige Tochtergesellschaft, die Blitz 01-931 GmbH, übertragen. KirchMedia hält ihre indirekten Anteile an ProSiebenSAT.1 folglich nunmehr mittelbar über die Tau-

rus TV GmbH, die Blitz 01-931 GmbH sowie die SAT.1 Beteiligungs GmbH und die Media1 Beteiligungs GmbH. Eine Anzeige dieser Umstrukturierungen ist entgegen § 29 Satz 1 und 2 RStV nicht erfolgt. Nach dem mitgeteilten Sachverhalt handelt es sich um rein konzerninterne Transaktionen.

SAT.1 veranstaltet seit 1984, derzeit auf Grundlage einer bis zum 31.05.2010 befristeten Zulassung der LPR, das gleichnamige bundesweite Fernsehvollprogramm mit dem programmlichen Schwerpunkt auf Unterhaltung und einem hohen Anteil an Informations- und Sportsendungen. Es wird terrestrisch, über Kabel und über ASTRA-Satellit verbreitet. SAT.1 hält Beteiligungen in den Bereichen Rundfunk, Film- und Fernsehproduktion und Online-Informationssysteme.

ProSiebenSAT.1, Unterföhring, ist eine an der Frankfurter Börse notierte Aktiengesellschaft. Das Grundkapital ist aufgeteilt in jeweils 50 % stimmberechtigte, auf den Namen lautende Stammaktien und auf den Inhaber lautende, stimmrechtslose Vorzugsaktien. Von den Stammaktien halten nach Vollzug der geplanten Beteiligungsveränderung künftig die P7S1 Holding 71,98 %; daneben verfügen weiterhin die SAT.1 Beteiligungs GmbH über 26,8 % und die Media 1 Beteiligungs GmbH über 1,2 %. Von den Vorzugsaktien halten die SAT.1 Beteiligungs GmbH 26,8 % und die Media1 Beteiligungs GmbH 1,2 %; 72 % befinden sich in Streubesitz.

ProSiebenSAT.1 ist Alleingesellschafterin der Veranstalter der bundesweiten Fernsehprogramme SAT.1, ProSieben, N24 und Kabel 1 und ist in Höhe von 48,4 % an der Veranstalterin des bundesweiten Programms NEUN LIVE beteiligt.

Das werbefinanzierte Fernsehen ist Kerngeschäftsfeld der ProSiebenSAT.1-Gruppe; dort hat sie im Geschäftsjahr 2002 1.837 Mio. € oder 96 % des Gesamtumsatzes erwirtschaftet. Der Konzern ist ferner in den Geschäftsfeldern Merchandising, Multimedia (Internet und Teletext) und Dienstleistungen rund um die Film- und Fernsehproduktion (Kreation, Studios, IT-Entwicklung, Vermarktung) tätig. Tochterunternehmen sind u. a. die vorwiegend in den Bereichen Werbezeitenvermarktung und Werbeforschung aktive SevenOne Media GmbH, die Seven One Intermedia GmbH, die SZM Studios GmbH, die MM Merchandising München GmbH. Zum Konzern gehört auch die ddp Nachrichtenagentur GmbH.

Die P7S1 Holding L.P. mit Sitz in der Britischen Kronkolonie Cayman-Inseln steht über die Saban Capital Group (P7S1 AG) Corp. zu 100 % im Eigentum der Saban

Capital Group, USA, deren Alleingesellschafter Haim Saban ist. Die restlichen stimmberechtigten Anteile an der ProSiebenSAT.1 Media AG werden weiterhin von zwei Beteiligungsgesellschaften gehalten, an denen die Axel Springer Verlag AG direkt und indirekt über die APF Aktuelle Presse-Fernsehen GmbH & Co. KG 41 % und die Kirch Media GmbH & Co. KGaA über zwei 100%ige Tochtergesellschaften 59 % der Anteile hält.

Die Saban Capital Group ist eine private Investmentgesellschaft, die sich auf den Erwerb von Beteiligungen in der Medien- und Unterhaltungsindustrie spezialisiert hat. Die Saban-Gruppe ist ferner Inhaber von Musikveröffentlichungsrechten. Durch den Verkauf der Fox Family Worldwide, Inc. im Jahr 2001, dessen Senderkette Fox Kids in 117 Ländern weltweit Kinder- und Familienprogramme veranstaltet und vermarktet – in Deutschland u. a. das gleichnamige Pay-TV-Spartenprogramm auf der Premiere-Plattform –, wurden frühere Aktivitäten der Saban-Gruppe im Film- und Fernsehrechtehandel beendet. Sie erzielte ihre Umsätze in Deutschland zuletzt ausschließlich mit der Verwertung ihrer Musikveröffentlichungsrechte. Im Zusammenhang mit der Beteiligung an der ProSiebenSAT.1 Media AG wurde zugleich die Übernahme der Filmrechtebibliothek der Kirch Media GmbH & Co. KG und ihrer 100%igen Tochtergesellschaften Taurus Lizenz GmbH & Co. KG und Beta Film GmbH durch die Saban Capital Group vereinbart. Weitere Beteiligungen an Medienunternehmen bestehen nicht.

KirchMedia umfasste ehemals die wesentlichen Beteiligungen der KirchGruppe aus dem Lizenzhandel, dem werbefinanzierten Fernsehen, der Programmproduktion und der Filmbearbeitung. Seit dem 08.04.2002 befindet sich das Unternehmen in Insolvenz, seit dem 16.03.2003 nicht mehr in Form der Eigenverwaltung. Im Rahmen des Insolvenzverfahrens sollen verschiedene Beteiligungen verkauft werden, darunter der 100%ige Anteil an der Veranstalterin des Unterhaltungsspartenprogramms DSF (s. u. Kap. I 3.2.13, KEK 179) und der 50%ige Anteil an der Pay-TV-Veranstalterin Junior.TV GmbH & Co. KG (s. u. Kap. I 3.2.14, KEK 169). Bereits veräußert wurden die Beteiligungen am Filmproduktionsunternehmen NDF und der Kirch Sport AG, die u. a. die TV-Rechte an der Fußball-Bundesliga (bis 2004) und an der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 hält.

Der Axel Springer Verlag ist eines der führenden Verlagshäuser in Deutschland mit einem Umsatz von 2,777 Mrd. € im Jahr 2002. Neben Beteiligungen an Zeitungen (z. B. BILD, WELT, Hamburger Abendblatt, B.Z.), Zeitschriften (HÖRZU, Funk Uhr,

Bild der Frau etc.) und Verlagen verfügt er im Bereich der elektronischen Medien u. a. über 63 % der Anteile an der Bild.T-Online.de AG & Co. KG, die gemeinsam mit der T-Online AG ein Onlineangebot mit Inhalten der Bild-Zeitung betreibt. Darüber hinaus ist er am Ballungsraumfernsehsender Hamburg 1 zu 7,3 % und an zahlreichen Hörfunksendern beteiligt. Im Geschäftsfeld der Film- und Fernsehproduktion hat er hingegen seine Beteiligungen maßgeblich reduziert. Er hält 49 % der Anteile an der Sportrechte-Agentur ISPR. Am Kapital des Axel Springer Verlags halten die Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. KG (im Mehrheitsbesitz von Friede Springer) 50 % der Anteile plus 10 Aktien, Friede Springer selbst ist in Höhe von 10,4 % und die Deutsche Bank AG zu 29,7 % beteiligt; der Rest der Anteile befindet sich in Streubesitz.

ProSiebenSAT.1 werden nur noch die Programme SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 sowie NEUN LIVE zugerechnet. Die Zurechnung von DSF, das derzeit noch von einer 100%igen Tochtergesellschaft der KirchMedia veranstaltet wird, kommt aufgrund des Verkaufs von DSF (s. u. Kap. I 3.2.13, KEK 179) und mangels einer Zurechnung im Verhältnis zwischen ProSiebenSAT.1 und KirchMedia, die nur noch 16,5 % der stimmberechtigten Anteile halten wird, nicht mehr in Betracht. Letzteres gilt auch für das Pay-TV-Programm Junior/K-toon (die Übernahme sämtlicher Anteile durch die EM.TV & Merchandising AG ist angezeigt, s. u. Kap. I 3.2.14, KEK 169).

Insgesamt erreichten die ProSiebenSAT.1 und der Saban Capital Group zuzurechnenden Programme im maßgeblichen Referenzzeitraum von März 2002 bis Februar 2003 einen Zuschaueranteil von 21,90 %. Im April 2003 lag er bei 22,7 %.

Nach § 26 RStV ist die KEK bei der Prüfung vorherrschender Meinungsmacht nicht auf eine rein quantitative Prüfung der Zuschaueranteile im Hinblick auf die Vermutungsgrenzen nach § 26 Abs. 2 Satz 1 und Satz 2 RStV beschränkt. Unabhängig von den Vermutungsregelungen nach § 26 Abs. 2 RStV, die den Nachweis vorherrschender Meinungsmacht erleichtern sollen, kann der materielle Eingriffstatbestand des § 26 Abs. 1 RStV verwirklicht sein. An diesem Verhältnis von materiell-rechtlichem Tatbestand und Vermutungsregeln hat sich durch den 6. Rundfunkänderungsstaatsvertrag nichts geändert. Dies steht im Einklang mit dem vom Bundesverfassungsgericht aufgestellten Gebot, vorherrschende Meinungsmacht, die auch unabhängig von festgestellten Zuschaueranteilen eintreten kann, vorbeugend zu verhindern.

Für die Einschätzung der Meinungsmacht im bundesweiten Fernsehen kommt den Zuschaueranteilen entscheidende Bedeutung zu. Saban erhält durch den angezeigten Erwerb der Mehrheitsbeteiligung an ProSiebenSAT.1, einer der beiden Zuschaueranteilsstarken privaten Sendergruppierungen im bundesweiten Fernsehen, erhebliche Meinungsmacht. Andererseits liegt der dieser Sendergruppe zuzurechnende Zuschaueranteil im Referenzzeitraum mit 21,90 % deutlich unterhalb der Vermutungsschwellen des § 26 Abs. 2 RStV.

Bei der Prognose, ob vorherrschende Meinungsmacht im bundesweiten Fernsehen entsteht, sind auch absehbare künftige Entwicklungen einzubeziehen. Zur Zeit befindet sich die Fernsehbranche insgesamt in einer Umbruchphase und Werbekrise und die Sendergruppierung ProSiebenSAT.1 nach der Insolvenz der KirchGruppe in einer Restrukturierungsphase. Prognosen über die Entwicklung der Zuschaueranteile, auch im Verhältnis zur zweiten Zuschaueranteilsstarken Sendergruppierung RTL Group, erscheinen daher sehr schwierig.

Im bundesweiten Fernsehen entfallen ungefähr 95 % der Zuschaueranteile auf die Sender der RTL Group und die ehemals der KirchGruppe zuzurechnenden Sender sowie auf die Programme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Den ProSiebenSAT.1 zuzurechnenden Programmen steht mit der RTL Group eine zweite Zuschaueranteilsstarke und von ihr unabhängige private Sendergruppierung gegenüber (wobei die Zuschaueranteile der RTL Group seit fast einem Jahr über denen der ProSiebenSAT.1 zuzurechnenden Sender liegen, während zuvor die KirchGruppe die Zuschaueranteilsstärkste Gruppe bildete). Weiterhin bilden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, deren Programme insgesamt seit geraumer Zeit Zuschaueranteile zwischen 40 und 45 % erzielen, ein starkes publizistisches Gegengewicht zu den privaten bundesweiten Veranstaltern. Sie verfügen über ein erhebliches, die Meinungsvielfalt förderndes Potenzial. Auch sind sie infolge ihrer schwerpunktmäßig auf Gebühren beruhenden Finanzierung von Einbrüchen oder Krisen bei der Werbefinanzierung oder der Werbewirtschaft weniger stark betroffen.

Zudem tragen die im Programm von SAT.1 veranstalteten Regional- und Drittfensterprogramme zur Vielfaltsicherung bei.

Eine zusätzliche vertikale Konzentration ist mit dem Erwerb der Filmrechte nicht verbunden, da sie sich auch bisher im Eigentum der Mehrheitsgesellschafterin von ProSiebenSAT.1 befanden. Die Würdigung der Gesamtposition von Saban im bun-

desdeutschen Medienmarkt ergibt demnach keinen Anhaltspunkt dafür, dass die Gruppe durch den angezeigten Anteilserwerb vorherrschende Meinungsmacht erlangen könnte.

Die KEK hat daher auf ihrer Sitzung am 13.05.2003 die angezeigte Beteiligungsveränderung als unbedenklich bestätigt.

**3.2.12 ProSieben Television GmbH – „ProSieben“ (Az.: KEK 173-2),  
Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH – „Kabel 1“ (Az.: KEK 173-3),  
N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH – „N24“ (Az.: KEK  
173-4) und  
NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 173-5)**

Die soeben (Kap. I 3.2.11, KEK 173-1) dargestellte mittelbare Veränderung der Beteiligungsverhältnisse bei SAT.1 wurde parallel bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) im Hinblick auf die ProSieben Television GmbH, bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) im Hinblick auf die Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH und die N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH, Berlin, sowie bei der BLM mit Schreiben vom 07.04.2003 von der NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG, München, angezeigt.

ProSieben, Kabel 1 und N24 sind jeweils 100%ige Tochtergesellschaften der ProSiebenSAT.1 Media AG; an NEUN LIVE hält sie 48,8 % der Anteile.

Auf die Ausführungen in Kap. I 3.2.11, KEK 173-1, wird verwiesen. Mit Beschlüssen vom 13.05.2003 hat die KEK die Beteiligungsveränderung auch jeweils im Hinblick auf die genannten Veranstalterinnen als unbedenklich bestätigt.

**3.2.13 DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH – „DSF“  
(Az.: KEK 179)**

Mit Schreiben an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) vom 22.04.2003 hat die Kirch Media GmbH & Co. KGaA i. In. („KirchMedia“), auch namens der Taurus TV GmbH und der DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH („DSF“), Beteiligungsveränderungen bei der Veranstalterin angezeigt: Sämtliche Anteile an DSF hielt seit einer Umstrukturierung innerhalb des Konzerns (vgl. dazu oben Kap. I 3.1.19, KEK 177) die 1. Taurus Sportbeteiligungs GmbH, eine 100%ige



Tochtergesellschaft der Taurus TV GmbH, ihrerseits eine in vorläufiger Insolvenz befindliche 100%ige Tochtergesellschaft der KirchMedia. Die 1. Taurus Sportbeteiligungs GmbH hat nunmehr 77,78 % der Anteile an DSF auf die Media Holding GmbH übertragen. An diesem neu gegründeten Unternehmen sind mittelbar die EM.TV & Merchandising AG mit 50,1 % der Anteile und die KarstadtQuelle AG in Höhe von 49,9 % beteiligt. Die restlichen Anteile an DSF (22,22 %) hat die 1. Taurus Sportbeteiligungs GmbH auf Herrn Dr. h. c. Hans-Dieter Cleven übertragen. Die Beteiligungsveränderungen stehen unter der aufschiebenden Bedingung ihrer medienrechtlichen Freigabe. Die Erwerber haben sich der Anzeige mit anwaltlichem Schreiben vom 28.04.2003 angeschlossen.

Im Zusammenhang mit dieser Transaktion übernehmen die neuen Gesellschafter KarstadtQuelle AG und EM.TV sämtliche Anteile an der Betreiberin des Online-Sportportals Sport 1 von einem anderen Tochterunternehmen der KirchMedia. Der Erwerb der Kontrollmehrheit bei DSF und der Sport 1 GmbH durch das Konsortium von EM.TV und KarstadtQuelle AG wurde am 07.05.2003 vom Bundeskartellamt ohne Auflagen freigegeben. Ferner wurde vereinbart, dass EM.TV von der Zweiten Taurus Sportbeteiligungs GmbH sämtliche Anteile an dem Produktionsunternehmen PLAZAMEDIA GmbH Film- und TV-Produktion übernimmt.

DSF veranstaltet das gleichnamige bundesweite ganztägige Fernsehspartenprogramm mit dem programmlichen Schwerpunkt auf Sportsendungen. Es wird terrestrisch, über Kabel und über ASTRA-Satellit verbreitet. Daneben produziert DSF Sportsendungen für die Fernsehveranstalter Premiere und SAT.1. EM.TV hat angekündigt, ihr Vorstand Marketing & Sales, Rainer Hüther, werde neuer Geschäftsführer von DSF.

Die EM.TV & Merchandising AG, Unterföhring, ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft. Das Unternehmen verfügt nach eigenen Angaben über einen Rechtstock von 26.000 halbstündigen Episoden Kinder- und Jugendprogramm, die sie in den Bereichen TV und Merchandising national und international vermarktet (davon 22.000 unter der Dachmarke Junior). Mit Programmen aus dem Junior-Programmstock werden u. a. ZDF, SAT.1, ProSieben, RTL II, Super RTL, Tele 5 und Disney Channel beliefert. Programmblöcke der Marke Junior sind international an Sender in Europa, Russland, China, Australien und Lateinamerika verkauft. Als Kerngeschäftsfeld neben TV-Produktion und Rechthandel betreibt EM.TV die Vermarktung von TV-Figuren und Events für Spielwaren, Kleidung, Bücher usw. So be-

sitzt EM.TV u. a. die Merchandisingrechte für Fanartikel im Zusammenhang mit der Fußball-Weltmeisterschaft 2006. EM.TV hat hierfür umfangreiche Lizenzverträge zwischen der Rechteinhaberin FIFA Marketing AG und dem KarstadtQuelle-Konzern vermittelt. Nach massiven Umsatz- und Kurseinbrüchen im Jahr 2000 hat sich EM.TV im Zuge einer Restrukturierung von zahlreichen Beteiligungen getrennt. Die im Februar 2000 erworbene Jim Henson Company, die über eine Bibliothek von 500 Programmstunden (u. a. „Die Muppet Show“, „The Hoobs“) verfügt, wurde im Mai 2003 an die Henson-Familie zurückveräußert. Des Weiteren trennte sich das Unternehmen von seiner 16,4%igen Beteiligung an der Constantin Film AG, um den Einstieg bei der Veranstalterin DSF und den damit zusammenhängenden Erwerb des Onlineportals Sport.1 und des Produktionsunternehmens PLAZAMEDIA zu finanzieren. EM.TV beabsichtigt, vom Lizenzhandel über die Produktion bis hin zur multimedialen Präsentation und Vermarktung sämtliche Stufen der Verwertungskette zu nutzen und den Sportbereich als zweite Säule des operativen Geschäfts neben der Kinder- und Jugendunterhaltung zu etablieren.

Im bundesweiten privaten Fernsehen hält EM.TV 50 % der Anteile an der Veranstalterin von Junior/K-toon (die Erhöhung der Beteiligung auf 100 % wurde angezeigt, s. u. Kap. I 3.2.14, KEK 169). Darüber hinaus ist sie zu 45 % an der Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft beteiligt, deren 100%ige Tochtergesellschaft TM-TV GmbH & Co. KG das bundesweite analoge Fernsehspartenprogramm Tele 5 veranstaltet. Ferner hält die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft 50 % der Anteile an der Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Medienbeteiligung KG, die mit 31,5 % an der Veranstalterin des unterhaltungsorientierten Fernsehvollprogramms RTL II beteiligt ist. Die Beteiligungsverhältnisse an EM.TV sind seit dem Beschluss KEK 145 (s. o. Kap. I 3.2.1) unverändert.

Die KarstadtQuelle AG ist im Bereich des stationären Einzelhandels tätig und betreibt Warenhäuser sowie Fachgeschäfte in den Bereichen Sport, Mode, Multimedia und Gastronomie. Weitere Geschäftsfelder sind der Versandhandel über die Marken „Quelle“ und „Neckermann“ sowie Touristik- und Finanzdienstleistungen. Über ihre Tochtergesellschaft Quelle AG ist sie zu 10,01 % an der Veranstalterin des Tele-Shopping-Programms Home Shopping Europe (HSE) beteiligt. Zwei weitere zum Konzern gehörige Unternehmen halten zusammen 51 % an der OnAir Reisen GmbH, die die im Programm von Tele 5 ausgestrahlte Reise-Shopping-Sendung „Neckermann Urlaubswelt TV“ produziert. Die Karstadt Quelle New Media AG ist für die Vernetzung der Vertriebs- und Kommunikationskanäle zu den Kunden, insbe-

sondere über Printmedien, Fernsehen, Multimedia und Internet zuständig. Zu diesem Bereich gehört auch die kombinierte Programm- und Kundenzeitschrift „TV Karstadt“, die vierzehntäglich in einer Auflage von 350.000 Exemplaren erscheint.

Herr Dr. h. c. Hans-Dieter Cleven ist an dem Unternehmen Völkl beteiligt, das Ski-ausrüstung, Snowboards und Tennisschläger produziert und vertreibt. Er ist ferner im Bereich der Vermarktung von Sportlern und Sportprodukten sowie im Gastronomie- bzw. Hotelbereich tätig.

Im Referenzzeitraum von April 2002 bis März 2003 erzielte DSF einen Zuschaueranteil von 0,88 %. Insgesamt erreichten die DSF und EM.TV zuzurechnenden Programme DSF, RTL II, Junior/K-toon und Tele 5 einen Zuschaueranteil von 4,82 %. Anhaltspunkte für die Entstehung vorherrschender Meinungsmacht der neuen Gesellschafter von DSF sind nicht ersichtlich. Im Gegenteil ist es unter dem Aspekt der Meinungsvielfalt im bundesweiten Fernsehen positiv zu bewerten, dass DSF nicht mehr einer der beiden großen privaten Sendergruppierungen angehört.

Die KEK hat am 13.05.2003 die angezeigten Beteiligungsveränderungen als medienkonzentrationsrechtlich unbedenklich bestätigt.

#### **3.2.14 Junior.TV GmbH & Co. KG – „Junior.TV/K-toon“ (Az.: KEK 169)**

Die Veranstalterin Junior.TV GmbH & Co. KG („Junior.TV“) hat mit Schreiben vom 16.01.2003 an die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) die Übernahme des 50%igen Anteils ihrer Gesellschafterin TaurusLizenz GmbH & Co. KG durch die Mitgesellschafterin EM.TV & Merchandising AG („EM.TV“) angezeigt. Danach wird EM.TV über sämtliche Kapitalanteile an der Veranstalterin verfügen.

Zum Zweck der Vorbereitung dieses Beteiligungserwerbs sind folgende, erst nachträglich angezeigte Transaktionen erfolgt: Die bisherige Gesellschafterin Blitz 01-826 GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der Kirch Media GmbH & Co. KGaA („KirchMedia“), wurde auf eine andere 100%ige Tochtergesellschaft der KirchMedia, die Taurus-Film Gesellschaft mit beschränkter Haftung, verschmolzen. Diese Gesellschaft wurde wiederum auf ihre Tochtergesellschaft TaurusLizenz GmbH & Co. KG verschmolzen, an der KirchMedia als Gegenleistung sämtliche Anteile erhielt.

Junior.TV hat mitgeteilt, dass die der Beteiligungsveränderung zugrunde liegenden Verträge noch nicht ausgehandelt sind; die Veranstalterin will von sich aus auf die Angelegenheit zurückkommen.

Das Verfahren ruht.

**3.2.15 ProSieben Television GmbH – „ProSieben“ (Az.: KEK 163-1),  
SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH – „SAT.1“ (Az.: KEK 163-2),  
Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH – „Kabel 1“ (Az.: KEK 163-3),  
N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH – „N24“ (Az.: KEK  
163-4) und  
NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG – „NEUN LIVE“ (Az.: KEK 163-5)**

Mit Schreiben vom 13.12.2002 an die jeweils für die genannten Veranstalterinnen zuständigen Landesmedienanstalten hat die Heinrich Bauer Verlag KG die Übernahme der von der insolventen Kirch Media GmbH & Co. KGaA direkt gehaltenen 71,98 % der Stammaktien an der ProSiebenSAT.1 Media AG („ProSiebenSAT.1“) durch ein Tochterunternehmen der Heinrich Bauer Verlag KG und der Bayerischen Hypo- und Vereinsbank AG („Hypo- und Vereinsbank“) angezeigt. Ferner beantragte sie, die Veränderung der Gesellschafterstruktur bis hin zu einem Beteiligungserwerb von 100 % zu genehmigen. Die Heinrich Bauer Verlag KG sollte 90 % der Anteile an der Tochtergesellschaft, die Bayerische Hypo- und Vereinsbank 10 % der Anteile halten. Hypo- und Vereinsbank, KirchMedia und ProSiebenSAT.1 sind dieser Anzeige im Dezember 2002 beigetreten.

Zwischenzeitlich wurde zwar die Übernahme der von der KirchMedia gehaltenen Stammaktien an ProSiebenSAT.1 durch einen anderen Erwerber, ein Tochterunternehmen der Saban Capital Group, angezeigt und medienkonzentrationsrechtlich genehmigt (s. o. Kap. I 3.2.11, KEK 173), ein Vollzug dieses Anteilserwerbs erfolgte aber bislang nicht, vielmehr sind die Parteien vom Kaufvertrag zurückgetreten. Der Bauer Verlag hat seine Anzeige nicht zurückgenommen; daher ist das Prüfverfahren noch nicht abgeschlossen.

### **3.2.16 RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH – „RTV“ (Az.: KEK 181)**

Mit Schreiben vom 12.06.2003 an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat die RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH, Inhaberin einer Sendeerlaubnis für das noch nicht ausgestrahlte russischsprachige Vollprogramm „RTV“ (s. o. Kap. I 3.1.12, KEK 171), Beteiligungsveränderungen angezeigt: Herr Zeifert soll als Gesellschafter ausscheiden, sein Anteil (30 %) sowie zwei Teilgeschäftsanteile der übrigen Gesellschafter Peter und Ludmilla Tietzki von jeweils ca. 4,4 % sollen von der Inter TV Ltd. übernommen werden. Nach Vollzug der Anteilsübertragungen hält die Inter TV Ltd., ein Filmproduktionsunternehmen mit Sitz in London, ca. 48,7 % der Anteile; Peter und Ludmilla Tietzki sind noch mit jeweils ca. 25,6 % beteiligt.

Der Vorgang befindet sich in Bearbeitung

### **3.3 Sendezeit für unabhängige Dritte gemäß § 31 RStV**

Nach § 26 Abs. 5 RStV hat ein Veranstalter, der mit einem Vollprogramm oder einem Spartenprogramm mit Schwerpunkt Information im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 10 % erreicht, Sendezeit für unabhängige Dritte nach Maßgabe von § 31 RStV einzuräumen. Seit dem 01.07.2002 gilt diese Verpflichtung auch für das zuschauerstärkste Programm einer Veranstaltergruppe, die im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 20 % erreicht, ohne dass eines der Vollprogramme oder Spartenprogramme mit Schwerpunkt Information einen Zuschaueranteil von 10 % erreicht.

Davon zu unterscheiden ist die Befugnis der KEK, mit einem Unternehmen die Einräumung von Drittsendezeiten als eine von verschiedenen vielfaltsichernden Maßnahmen zu vereinbaren, falls es mit den ihm zuzurechnenden Programmen vorherrschende Meinungsmacht erlangt hat (§ 26 Abs. 4 Nr. 3 RStV).

Ein Drittfensterprogramm muss unter Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters einen zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt in dessen Programm, insbesondere in den Bereichen Kultur, Bildung und Information, leisten. Seine Gestaltung hat in redaktioneller Unabhängigkeit vom Hauptprogramm zu erfolgen, und der Fensterprogrammanbieter darf nicht in einem rechtlichen Abhängigkeitsverhältnis zum Hauptveranstalter stehen. Auf die wöchentliche Mindestdauer des Drittfensterprogramms von 260 Minuten werden Regionalfensterprogramme nach Maßgabe von § 31 Abs. 2 RStV mit maximal 80 Minuten angerechnet. Vor Auswahl und Zulassung der Drittfensterprogrammanbieter stellt die zuständige Landesmedienanstalt das Benehmen mit der KEK her.

Im Berichtszeitraum war die KEK mit zwei Verfahren der Benehmensherstellung zur Vergabe von Drittsendezeiten nach §§ 26 Abs. 5, 31 RStV befasst:

#### **3.3.1 SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH – „SAT.1“ (Az.: KEK 136)**

Die LPR Rheinland-Pfalz (LPR) hat erneut die Drittsendezeiten für drei Sendezeitschienen im Rahmen des Hauptprogramms SAT.1 vergeben (zur Ausschreibung durch die LPR aufgrund der Feststellung des relevanten Zuschaueranteils von

SAT.1 vgl. Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.3.1). Es wurden für eine Lizenzdauer von fünf Jahren erneut die bisherigen Inhaber der Drittsendezeitlizenzen, die News and Pictures Fernsehen GmbH („News and Pictures“) und die DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH („DCTP“), ausgewählt und zugelassen.

Im Vorfeld der Auswahl- und Zulassungsentscheidungen der LPR, die für die 1. und die 2./3. Sendezeitschiene zeitlich gestaffelt getroffen wurden, war mit der KEK das Benehmen herzustellen. Zu den beabsichtigten Auswahlentscheidungen erklärte sie mit Beschlüssen vom 31.05.2002 (Az.: KEK 136-1) und vom 12.11.2002 (Az.: KEK 136-3) das Benehmen unter dem Vorbehalt, dass eine spätere Überprüfung die Versicherung der LPR bestätigt, dass die Regionalfenster im Programm von SAT.1 mindestens 50 v. H. der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen (§ 31 Abs. 2 Satz 3 RStV). Dieser Vorbehalt konnte mit Beschluss vom 11.03.2003 (Az.: KEK 136-4) im Hinblick auf die 2. und 3. Sendezeitschiene aufgehoben werden, nachdem die Ermittlungen der KEK ergeben hatten, dass die Regionalfenster bei SAT.1 nach dem derzeitigen Erkenntnisstand die erforderliche Reichweite von 50 % der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen. Für die 1. Sendezeitschiene hatte die LPR inzwischen bereits die Zulassungsentscheidung getroffen, so dass insofern eine Aufhebung des Vorbehalts nicht mehr möglich war. Das Benehmen zur Auswahlentscheidung für die erste Sendezeitschiene stand noch unter dem weiteren Vorbehalt, die LPR möge Kriterien benennen, wie bei der gestaffelten Auswahl das gesetzliche Ziel der Vielfaltsicherung bei den noch nicht vergebenen Sendezeiten für unabhängige Dritte verfolgt werden sollte. Dies tat die LPR bei ihrer Vorlage zur Auswahlentscheidung für die anderen Sendezeitschienen. Zu den beiden Zulassungsentscheidungen stellte die KEK das Benehmen nicht her (Beschlüsse vom 12.11.2002, Az.: KEK 136-2, und vom 11.03.2003, Az.: KEK 136-5), weil die LPR für die Ausdehnung der Lizenzperiode der Drittsendezeitveranstalter über die gesetzlich vorgesehene Regellaufzeit von drei Jahren hinaus auf fünf Jahre keinen wichtigen Grund dargelegt hatte.

### **3.3.1.1 Auswahl von News and Pictures für die erste Sendezeitschiene (Az.: KEK 136-1)**

Die LPR hatte im Februar 2002 die Drittsendezeiten bei SAT.1 für die Lizenzperiode 01.06.2003 bis 31.05.2008 neu ausgeschrieben. Der Rechts- und Zulassungsausschuss empfahl der Versammlung der LPR, im Einvernehmen mit SAT.1 die Bewerberin News and Pictures für die 1. Sendezeitschiene auszuwählen. Dazu gab die

KEK am 31.05.2002 eine Stellungnahme ab, die im letzten Jahresbericht aufgrund des damals noch nicht abgeschlossenen Vergabeverfahrens zwar erwähnt, aber noch nicht im Einzelnen dargestellt wurde (vgl. Jahresbericht 2001/2002, Kap. I 3.3.1). Dies wird im Folgenden nachgeholt.

Soweit § 36 Abs. 2 Satz 2 RStV die Herstellung des „Benehmens“ zwischen der LPR und der KEK vor der Auswahlentscheidung fordert, geht dies über eine bloße „Anhörung“ hinaus. Während die Anhörung lediglich auf eine gutachtliche oder interessenwahrende Einflussnahme auf die Entscheidung zielt, deutet das Erfordernis des „Benehmens“ darauf hin, dass der RStV insoweit auch eine begrenzte Einbindung der KEK in die Entscheidungsverantwortung will. Das wird auch durch die amtliche Begründung zu § 36 bestätigt, wonach die Herstellung des Benehmens „im Interesse eines möglichst hohen Maßes an Standortunabhängigkeit bei der Entscheidungsfindung“ vorgesehen ist.

Die KEK überprüft bei der Herstellung des Benehmens zur Auswahlentscheidung die Anträge auf ihre Vereinbarkeit mit den Bestimmungen des RStV und der sonstigen landesrechtlichen Bestimmungen (§ 31 Abs. 4 Satz 2 RStV). Zu den zwingenden normativen Voraussetzungen der Auswahlentscheidung gehören spezielle Vielfaltsicherungen, die zugleich der zuständigen Landesmedienanstalt einen gewissen Einschätzungs- und Bewertungsspielraum eröffnen (§ 31 Abs. 1 Satz 1 RStV: „einen zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt in dessen Programm ...“).

Zu den von der KEK zu überprüfenden normativen Voraussetzungen gehört die Feststellung, ob der vorgeschriebene Umfang der Sendezeiten für Drittfensterprogramme von mindestens 260 Minuten wöchentlich eingehalten wird. Für die pluralismussichernde Zielsetzung des § 31 RStV ist der Umfang von Drittsendezeiten von nicht geringer Bedeutung.

Die Festlegungen der Sendezeit von insgesamt 180 Minuten erreichen diesen Umfang nicht. Allerdings enthält das Programm von SAT.1 Regionalfensterprogramme mit einer Sendezeit von insgesamt 150 Minuten. Diese können nach § 31 Abs. 2 RStV mit höchstens 80 Minuten pro Woche auf die Drittsendezeit angerechnet werden, sofern die Regionalfensterprogramme in redaktioneller Unabhängigkeit veranstaltet werden und insgesamt bundesweit mindestens 50 vom Hundert der Fernsehhaushalte erreichen. Die LPR bejaht die Anrechnungsvoraussetzungen. Zur Begründung verweist sie auf den Abstimmungsbeschluss der DLM vom 25.05.1993 zu



§ 25 Abs. 4 RStV, auf Ziffer 3.5.1 und Ziffer 3.5.3 der Drittsendezeitrichtlinie und darauf, dass sich seit ihren Feststellungen im Jahr 1997 im Rahmen der ersten Ausschreibung von Drittsendezeiten keine relevanten Veränderungen, etwa durch den Wegfall von Regionalfenstern, ergeben hätten. Konkrete Daten zur Reichweite legte die LPR nicht vor. Die allgemein zugängliche Datenlage zu den Reichweiten der Regionalfenster ist mangelhaft, zum Teil veraltet und weist Lücken auf.

Das Benehmenserfordernis erfasst ferner die Zulassungsfähigkeit der Bewerber. Für die erste Sendezeitschiene hatten sich neben der bisherigen Lizenznehmerin News and Pictures auch die J. Kozminski Filmproduktion, die Focus TV GmbH und die bibel.tv Stiftung gGmbH beworben. Die KEK bejaht die Zulassungsfähigkeit aller Bewerber. Zwar kann eine wirtschaftliche Abhängigkeit von News and Pictures daraus folgen, dass Herr Buchheit, ihr Alleingesellschafter, zugleich sämtliche Anteile an der TV IIIa GmbH & Co. KG, dem Regionalfensterveranstalter für SAT.1 für Rheinland-Pfalz und Hessen, besitzt. Zu formalistisch ist es, gleichwohl die redaktionelle und rechtliche Unabhängigkeit von News and Pictures schon deshalb zu bejahen, weil ein Drittfensterveranstalter über eine eigene Sendelizenz verfügt und eine nicht ordentlich kündbare Vereinbarung mit dem Hauptveranstalter abschließen muss. Der RStV hat neben diesen verfahrensrechtlichen Vorkehrungen die rechtliche Abhängigkeit des Bewerbers als gesonderten Ausschlussgrund vorgesehen; dies macht deutlich, dass sie durch die genannten Kriterien allein noch nicht gewährleistet werden kann. Bei der Prüfung am Maßstab des § 28 Abs. 2 RStV konnte die KEK jedoch keine rechtliche Abhängigkeit der Bewerberin News and Pictures von SAT.1 feststellen.

Nach Feststellung der Zulassungsfähigkeit der Anträge hatte die LPR gemäß § 31 Abs. 4 Satz 3 RStV zunächst eine mit SAT.1 einvernehmliche Auswahl anzustreben. Erst wenn dieses Einvernehmen nicht herzustellen gewesen wäre, wäre für die Auswahlentscheidung gemäß § 31 Abs. 4 Satz 4 RStV maßgeblich gewesen, welcher Bewerber den größtmöglichen Beitrag zur Vielfalt erwarten lässt. Diese gesetzliche Regelung lässt erkennen, dass eine Auswahlempfehlung unter Umständen auch dann rechtmäßig sein kann, wenn der ausgewählte Bewerber keinen *optimalen* Vielfaltbeitrag erwarten lässt. Allerdings muss die Landesmedienanstalt bei ihrem Bemühen um eine einvernehmliche Lösung mit dem Hauptprogrammveranstalter das Ziel eines möglichst vielfaltsteigernden Beitrags verfolgen und einbringen (vgl. amtliche Begründung zu § 31 RStV: Interessenausgleich zwischen einem möglichen Bestreben des Hauptprogrammveranstalters, sein Programmthema und seine

„Programmfarbe“ möglichst weitgehend zu erhalten, und dem normleitenden Interesse, die programmliche Vielfalt zu steigern und auch Inhalte, die eher kleineren Gruppen von Zuschauern entgegenkommen, angemessen berücksichtigt zu sehen).

Die möglichst vielfaltsteigernde Auswahl baut ihrerseits auf einer Abwägung verschiedener Aspekte auf. Das Verfahren ist nur dann korrekt, wenn all diese relevanten Aspekte einbezogen werden.

Da sich der Beitrag von Drittsendezeiten zur Vielfaltsicherung und das Ausmaß der „Optimierung“ des in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG enthaltenen und durch den RStV ausgestalteten Prinzips der Rundfunkfreiheit nur vor dem Hintergrund des Gesamtableaus des Programms beurteilen lässt, wird eine abschnittsweise Auswahl der Bewerber dem Anliegen von Verfassung und Staatsvertrag nicht ohne Weiteres gerecht. Für eine solche Staffelung bedarf es daher zum einen eines sachlichen Grundes. Da es sich um eine Entscheidung mit planerischem Einschlag, Bewertungs- und Prognosespielraum handelt, bedarf es in diesem Fall aber auch eines Gesamtkonzepts der Landesmedienanstalt, wie das Ziel einer optimalen Vielfaltsicherung bei der Auswahl unabhängiger Dritter erreicht werden soll. Dieses Gesamtkonzept muss sie bei der Herstellung des Einvernehmens mit dem Hauptprogrammveranstalter durchzusetzen versuchen.

Unter Vielfaltgesichtspunkten kann es nicht allein darauf ankommen, dass die bisherigen Leistungen der bisherigen Drittveranstalter zu einem Vielfaltgewinn geführt haben. Vielmehr muss stets erwogen werden, ob ein Wechsel zu anderen, nicht minder geeigneten Drittveranstaltern nicht schon per se als Vielfaltgewinn zu beurteilen wäre. Wie bereits in der Vergangenheit wies die KEK auch darauf hin, dass durch die vorgenommene Platzierung der Drittfensterprogramme auf fast durchwegs späte Nacht- bzw. Morgenstunden das gesetzliche Anliegen, einen hinreichend effektiven Beitrag zur Sicherung der Meinungsvielfalt zu leisten, nicht optimal erfüllt werden kann.

Die KEK stellte mit Beschluss vom 31.05.2002 das Benehmen unter folgenden Vorbehalten her: Eine spätere Überprüfung bestätigt die Versicherung der LPR, dass die Regionalfenster im Programm von SAT.1 mindestens 50 v. H. der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen (§ 31 Abs. 2 Satz 3 RStV). Die LPR benennt angesichts der gestaffelten Auswahl privater Dritter nach Rücksprache mit dem Hauptprogrammveranstalter Kriterien, wie das gesetzliche Ziel der Vielfaltsicherung bei

den noch nicht vergebenen Sendezeiten für unabhängige Dritte verfolgt werden soll.

### **3.3.1.2 Zulassung von News and Pictures für die erste Sendezeitschiene**

**(Az.: KEK 136-2)**

Die Versammlung der LPR hat in ihrer Sitzung am 03.06.2002 nach sachlicher Auseinandersetzung mit der Position der KEK festgestellt, dass das erforderliche Benehmen vor der Auswahlentscheidung hergestellt ist, und für die 1. Sendezeitschiene die Bewerberin News and Pictures ausgewählt. Die LPR legte nunmehr der KEK zum Zweck der Benehmensherstellung die Zulassungsempfehlung des Rechts- und Zulassungsausschusses vom 02.09.2002 zugunsten von News and Pictures vor.

Die KEK bat die LPR um weitere Aufklärung hinsichtlich der Daten zur Reichweite der Regionalfenster und zur redaktionellen Unabhängigkeit der Regionalfensterveranstalter, insbesondere der von SAT.1 rechtlich abhängigen Unternehmen.

Die LPR führte aus, der Sachverhalt habe sich seit der letzten Entscheidung 1997/98 nicht geändert; eher müsse angesichts des Anwachsens der Zahl der Kabelhaushalte in Deutschland von einer Zunahme an Reichweite ausgegangen werden. Die KEK legte der LPR eine Einschätzung auf Basis der AGF-GfK-Strukturdaten vor, nach der die maximale bundesweite Reichweite lediglich 40,87 % betrug. Die LPR bezeichnete diese Daten als nicht gerichtsfest; es müsse daher bei den bisher akzeptierten Zahlen verbleiben. Eigene Daten oder Berechnungen legte die LPR nicht vor.

Zur redaktionellen Unabhängigkeit der Regionalfensterveranstalter verwies die LPR auf ihre eingehende Prüfung im Rahmen der erstmaligen Vergabe der Drittsendezeiten. Die Geschäftsführerverträge hätten der LPR im früheren Verfahren vorgelegen und man habe seitens der Regionalfensterveranstalter versichert, dass sich seither an diesen Verträgen nichts geändert habe. Aufgrund dessen bestehe auf Seiten der LPR kein Zweifel an der redaktionellen Unabhängigkeit.

Die KEK bat die LPR um Darlegung der besonderen Gründe für die vorgesehene Lizenzdauer von fünf Jahren in Abweichung von der gesetzlichen Regeldauer von drei Jahren. Die LPR vertrat die Auffassung, von der gesetzlichen Regelung werde nicht abgewichen, weil sie eine längere Lizenzdauer als drei Jahre ermögliche. Sie erläuterte zusätzlich den wichtigen Grund, der vorliegend eine längere Laufzeit

rechtfertige. Maßgebliche Richtgröße sei die Qualität des Programmbeitrags des Drittfensterveranstalters. Dazu führte die LPR aus: „Das zur Lizenzierung vorgesehene Programm ‚Planetopia‘ umfasst vorwiegend Wissenschafts- und Forschungsdokumentationen. Ein solcher Inhalt setzt im redaktionellen Bereich hochqualifizierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen voraus. Es liegt auf der Hand, dass besonders qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nur dann gewonnen werden können, wenn diesen eine berufliche Perspektive geboten wird. Für kürzere Laufzeiten werden diese Journalisten nicht zur Verfügung stehen. Schließlich ermöglicht eine längere Vertragslaufzeit bessere wirtschaftliche Bedingungen für Investitionen. Auch dies kommt dem Programm zugute.“

Schließlich äußerte die KEK Bedenken angesichts des Umstands, dass sich SAT.1 mit dem Abschluss einer Rahmenvereinbarung mit News and Pictures im November 2002 bereits vor der erneuten Ausschreibung der Drittsendezeiten zur Auswahl von News and Pictures verpflichtet hatte. Die LPR vertrat die Auffassung, wann der Hauptveranstalter seine Auswahl der Drittfensterveranstalter treffe, sei für den RStV irrelevant; die chronologische Beschreibung nach § 31 Abs. 5 Satz 1 RStV sei kein ausdrückliches Verbot zeitlich anders angesiedelter Vereinbarungen. Eine Bindung der Landesmedienanstalt entstehe dadurch nicht. Konkret sei die LPR an der Vorfestlegung nicht beteiligt gewesen; die Auswahl sei entsprechend dem staatsvertraglich vorgesehenen Verfahren erfolgt.

Die von der KEK im Rahmen der Benehmensherstellung zu überprüfenden normativen Voraussetzungen der Zulassungsentscheidung umfassen die korrekte Ermittlung der Entscheidungsgrundlagen, den ordnungsgemäßen Verfahrensablauf sowie die vom RStV vorgegebenen Anforderungen an die pluralismusfördernde Einrichtung von Drittsendezeiten.

Das Benehmen zu der beabsichtigten Zulassungsentscheidung wurde seitens der KEK aus zwei Gründen nicht hergestellt: Die Feststellung, die Regionalfenster erreichten insgesamt bundesweit mindestens 50 % der Fernsehhaushalte, konnte die KEK zum Beschlusszeitpunkt nach den ihr zur Verfügung stehenden Daten nicht treffen. Nach dem Erkenntnisstand der KEK zum Entscheidungszeitpunkt auf der Grundlage öffentlich zugänglicher Daten bestanden Zweifel an der erforderlichen Mindestreichweite (zur Auslegung des Begriffs der bundesweiten Reichweite nach § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV, der abweichenden Definition durch die Drittsendezeitrichtlinie und zur Ermittlung der Reichweite der SAT.1-Regionalfenster durch die KEK

vgl. unten Kap. I 6.1.2 und 6.1.3).

Demgegenüber griff der Verweis der LPR auf eine mögliche spätere Ausschreibung weiterer Drittsendezeiten nicht. Der zeitliche Umfang des Drittfensterprogramms ist ein wesentlicher Bestandteil der Zulassung des Drittveranstalters. Werden Zulassungen für Drittfenster mit einem zu geringen zeitlichen Umfang vergeben, kann dies nicht dadurch „geheilt“ werden, dass zu einem späteren Zeitpunkt für die fehlende Zeit weitere Drittsendezeiten ausgeschrieben werden.

Ferner war für die Überschreitung der regelmäßig vorgesehenen Lizenzdauer von drei Jahren, die nur in Ausnahmefällen fünf Jahre betragen darf, kein wichtiger Grund ersichtlich. Nach § 31 Abs. 6 Satz 4 RStV soll die Zulassung für den Fensterprogrammveranstalter auf Dauer von drei Jahren erteilt werden, längstens jedoch bis zum Ablauf der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters. Demnach bildet die Befristung der Zulassung der Drittveranstalter auf den Dreijahreszeitraum – unabhängig von der Zulassung des Hauptveranstalters – den Regelfall, von dem nur in begründeten Ausnahmefällen abgewichen werden darf. Dies dient dem Regelungszweck der möglichst weitreichenden Vielfaltsicherung, die gerade auch einen Wechsel zu anderen, gleich geeigneten Drittveranstaltern einschließt. Eine Verlängerung der Lizenz des Drittsendezeitveranstalters ist ausgeschlossen.

News and Pictures hatte schon im letzten Zulassungszeitraum, der ebenfalls bereits auf 5 Jahre festgelegt war, eine Zulassung zur Veranstaltung von Drittsendezeit bei SAT.1 inne. Dies spricht, unabhängig von der Frage der Verdienste von News and Pictures um die inhaltliche Vielfalt im Programm, *gegen* eine erneute Zulassung dieser Bewerberin. Wie auch in Ziff. 5.5 der Drittsendezeitrichtlinie zum Ausdruck kommt, ist bei der Bewertung des größtmöglichen Beitrags zur Vielfalt im Programm des Hauptveranstalters u. a. die mehrfache Zulassung eines Fensterveranstalters zu berücksichtigen. Aus dieser gesetzlichen Wertung ergibt sich, dass bei einer erneuten Zulassung des gleichen Drittveranstalters erhöhte Anforderungen an die Darlegung des wichtigen Grundes dafür zu stellen sind, dass die Lizenzdauer zusätzlich auch noch über die gesetzlich vorgesehene Regeldauer ausgedehnt und der Zeitpunkt einer erneuten Ausschreibung damit entsprechend hinausgeschoben wird.

Das Abweichen vom gesetzlich intendierten Ermessen kann nicht durch einen Hinweis auf die Drittsendezeitrichtlinie gestützt werden. Die DSZR macht es zur Vor-

aussetzung, dass für ein Abweichen von der gesetzlich intendierten Zulassungsdauer ein wichtiger Grund vorliegt, und verlangt für diesen Fall zudem, dass der Ablauf der Zulassung mit dem der Zulassung des Hauptveranstalters zusammenfällt (was vorliegend nicht der Fall ist).

Das von der LPR vorgetragene Argument der Sicherung von Arbeitsplätzen beim Drittveranstalter kann eine Fristverlängerung vor allem deshalb nicht rechtfertigen, weil durch die Lizenzverlängerung eines bestimmten Drittveranstalters nicht per saldo Arbeitsplätze geschaffen werden. Der Sicherung der Programmqualität dient die Verlängerung nicht. Eine Verlängerung kann dann gerechtfertigt sein, wenn nur durch die längere Lizenzdauer die Planungssicherheit gewährleistet werden kann, dass der Programmbeitrag des Veranstalters, der zugleich auf größtmögliche Vielfalt ausgerichtet ist, aufrechterhalten wird. Diese Annahme begründet die LPR damit, dass die bei News and Pictures tätigen hochspezialisierten Journalisten nur mit Arbeitsverträgen mit einer Laufzeit von über drei Jahren zu halten seien. Auch wenn man davon ausgeht, dass News and Pictures den größtmöglichen Vielfaltbeitrag leistet, vermag dieses Argument angesichts der gegenwärtigen Situation auf dem Arbeitsmarkt auch für (Fach-)Journalisten und angesichts der bereits fünfjährigen Lizenzierung von News and Pictures im abgelaufenen Lizenzzeitraum nicht zu überzeugen.

Die KEK hat daher am 12.11.2002 entschieden, dass das Benehmen mit der LPR, die Bewerberin News and Pictures Fernsehen GmbH für die 1. Sendezeitschiene zuzulassen, nicht hergestellt werden kann.

Dagegen konnten die Bedenken der KEK, die sich für sie erst im Nachhinein aufgrund der Vorlage der Vereinbarung zwischen SAT.1 und News and Pictures ergaben und sich auf eine mögliche Vorfestlegung auf diese Bewerberin im Vorfeld des Auswahlverfahrens beziehen, in diesem Verfahrensabschnitt nicht mehr zu einer Versagung des Benehmens führen.

### **3.3.1.3 Auswahl von DCTP für die zweite und dritte Sendezeitschiene (Az.: KEK 136-3)**

Für die zweite und dritte Sendezeitschiene bei SAT.1 hat der Rechts- und Zulassungsausschuss der LPR am 02.09.2002 die Auswahl der DCTP Entwicklungsgesellschaft für Fernsehprogramm mbH („DCTP“) als Drittveranstalter empfohlen.

DCTP bewirbt sich auf der zweiten Sendezeitschiene mit dem bereits lizenzierten Kulturmagazin News & Stories. Nach Auffassung der LPR ist in Bezug auf Konzept und Inhalt kein anderer Bewerber DCTP überlegen; vergleichbar sei lediglich die Sendung „Im Focus“ der Bewerberin FOCUS TV Produktions GmbH („FOCUS TV“), die zwar erst auf dem Markt eingeführt werden müsse; insoweit habe aber die KEK zu Recht darauf hingewiesen, dass es auch ein Kriterium der Vielfalt sein könne, bislang noch nicht berücksichtigt worden zu sein. Für die dritte Sendezeitschiene bewirbt sich DCTP mit der Sendung „Die Spiegel TV Reportage“. Nach Auffassung der LPR hat sie sich als wichtige und bedeutende Informationssendung etablieren können. Vergleichbar sei lediglich die Sendung „Focus TV Reportage“, ebenfalls mit Themenschwerpunkt im journalistisch-investigativen Informationsbereich. Dort mindere allerdings die Ausstrahlung eines als Kultur einzuordnenden Programmelements den zusätzlichen Programmbeitrag im Bereich der Information.

FOCUS TV, die sich ebenfalls für alle drei Sendezeitschienen beworben hat, hat Bedenken gegen eine erneute Vergabe der Drittsendezeit für die dritte Sendezeitschiene an DCTP geäußert. Dieser Anbieter könne wegen der Beteiligung des Spiegel Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG keine Gewähr für eine größtmögliche Vielfalt beim Hauptveranstalter bieten. Es müsse zudem berücksichtigt werden, dass andere Mitbewerber mit gleichwertigen Programmen nicht über entsprechende weitere Zulassungen im bundesweiten Fernsehen, insbesondere als Drittveranstalter, verfügten.

Die Zulassungsfähigkeit aller Bewerber ist gegeben. Insbesondere ist die Bewerberin DCTP von der Hauptveranstalterin SAT.1 rechtlich unabhängig i. S. v. § 31 Abs. 3 i. V. m. § 28 RStV.

Die Zulassungsfähigkeit setzt auch die Erwartung voraus, dass das jeweilige Fensterprogramm in der Lage sein wird, einen zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt im Programm des Hauptveranstalters zu leisten, namentlich in den Bereichen Kultur, Bildung und Information, § 31 Abs. 1 Satz 1 RStV.

Die LPR hat zunächst gemäß § 31 Abs. 4 Satz 3 RStV eine mit dem Hauptprogrammveranstalter einvernehmliche Auswahl anzustreben. Erst wenn dieses Einvernehmen nicht herzustellen gewesen wäre, wäre für die Auswahlentscheidung gemäß § 31 Abs. 4 Satz 4 RStV unter den dortigen näheren Bedingungen maßgeb-

lich, welcher Bewerber den *größtmöglichen* Beitrag zur Vielfalt erwarten lässt. Diese gesetzliche Regelung lässt erkennen, dass eine Auswahlempfehlung u. U. auch dann rechtmäßig sein kann, wenn der ausgewählte Bewerber keinen optimalen Vielfaltbeitrag erwarten lässt.

Beim Auswahlverfahren wurden von der LPR bei der Abwägung sowohl die berechtigten Interessen des Hauptveranstalters als auch Belange der Vielfaltsicherung berücksichtigt.

Die LPR hat als Grund für die gestaffelte Auswahl der Bewerber für die verschiedenen Sendezeitschienen angegeben, sie erfolge auf Wunsch des Hauptveranstalters, der zunächst nur einen Vorschlag für die Auswahl des Drittveranstalters auf der ersten Sendezeitschiene gemacht hätte. Die LPR hat in der Begründung ihrer Auswahlempfehlung zur zweiten und dritten Sendezeitschiene den diesbezüglichen Vorbehalt der KEK berücksichtigt und ein Gesamtkonzept dargelegt. Demnach wurde den drei ausgeschriebenen Sendezeitschienen schwerpunktmäßig jeweils einer der Bereiche Kultur, Bildung und Information zugeordnet und dies als Auswahlkriterium bei der Bewertung der eingegangenen Bewerbungen zugrunde gelegt. Nachdem die News and Pictures GmbH mit dem Wissenschaftsmagazin „Planetopia“ den Bereich der Bildung abdecke und die zweite Sendezeitschiene sich für ein Kulturformat anbiete, solle die dritte Sendezeitschiene einer Informationssendung zur Verfügung stehen. Mit dieser Benennung objektiver, an der Vielfaltsicherung orientierter Auswahlkriterien ist der im Beschluss der KEK vom 31.05.2002 geäußerte Vorbehalt ausgeräumt. Zur Wahrung der Chancengleichheit der Bewerber ist es allerdings in der Regel geboten, die Auswahlkriterien bereits bei der Ausschreibung offen zu legen.

Die Mitbewerberin FOCUS TV wendet ein, aufgrund der anderweitigen Zulassungen von DCTP im Fernsehen (als unabhängige Dritte bei RTL, als (Mit-)Veranstalterin des Programms VOX und Veranstalterin von XXP Das Metropolen Programm sowie Inhaberin landesweiter terrestrischer Zulassungen in Nordrhein-Westfalen) sei nicht mehr gewährleistet, dass DCTP einen weiteren Vielfaltbeitrag leisten könne. Daher sei eine Zulassung von DCTP unzulässig, jedenfalls dann, wenn weitere gleichwertige Zulassungen vorlägen.

Wie sich schon aus dem Wortlaut des § 31 Abs. 1 Satz 1 RStV: „zusätzlicher Beitrag zur Vielfalt *in dessen Programm*“ (*d. h.: des Hauptveranstalters*) ergibt, ist der



Vielfaltbeitrag jedoch in erster Linie daran zu bemessen, inwieweit der Bewerber die Vielfalt in dem in Rede stehenden Hauptprogramm bereichert.

Unter dem Aspekt einer über das einzelne Hauptprogramm hinausgehenden Anbietervielfalt ist zuungunsten der Bewerberin DCTP zu berücksichtigen, dass sie bereits als unabhängige Dritte für das Programm RTL zugelassen ist (vgl. auch Ziff. 5.5 DSZR).

Die KEK kann im Rahmen der Benehmensherstellung jedoch nur die Rechtmäßigkeit der beabsichtigten Auswahlentscheidung überprüfen. Diese setzt voraus, dass Vielfaltaspekte wie die anderweitige Zulassung als Drittveranstalter berücksichtigt werden, nicht aber, dass im Rahmen der einvernehmlichen Auswahl mit dem Hauptveranstalter auch derjenige Bewerber ausgewählt wird, der den optimalen Vielfaltbeitrag leisten würde.

DCTP hat zudem bereits zum zweiten Mal die Zulassung zur Veranstaltung eines Drittfensterprogramms bei SAT.1 inne, deren Dauer zudem in Abweichung von der gesetzlich vorgesehenen Regelbefristung von drei Jahren auf fünf Jahre festgelegt wurde. Wie bereits bei der Auswahlentscheidung zugunsten von News and Pictures ist darauf hinzuweisen, dass stets erwogen werden muss, ob ein Wechsel zu anderen, nicht minder geeigneten Drittveranstaltern nicht schon per se als Vielfaltgewinn zu beurteilen wäre.

Anders als im Stadium der Zulassungsentscheidung führt die fehlende Feststellung der erforderlichen Reichweite im vorliegenden Verfahrensstadium – angesichts der unterschiedlichen Möglichkeiten, einem entsprechenden Defizit bis zur Zulassungsentscheidung noch abzuhelpfen, etwa durch die Ausschreibung weiterer Sendezeiten und die Anpassung des Gesamtkonzeptes – noch nicht zur Fehlerhaftigkeit der (Auswahl-)Entscheidung. Daher konnte die KEK, wie sie dies bereits bei der Auswahl für die erste Sendezeitschiene getan hatte, das Benehmen mit der LPR unter Vorbehalt erklären. Die KEK stellte mit Beschluss vom 12.11.2002 (Az.: KEK 136-3) das Benehmen unter dem Vorbehalt her, dass eine spätere Überprüfung die Versicherung der LPR bestätigt, dass die Regionalfenster im Programm von SAT.1 mindestens 50 % der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen.

### **3.3.1.4 Aufhebung des Vorbehalts zur Reichweite**

**(Az.: KEK 136-4)**

Im Auftrag der KEK legte die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) Daten zur Empfangssituation in den Verbreitungsgebieten der SAT.1-Regionalfenster vor. Aus den Angaben zu terrestrischen Haushalten, Kabelfernsehhaushalten und Satellitenhaushalten mit parallelem terrestrischem Empfang ergibt sich, dass die im Programm von SAT.1 veranstalteten Regionalfenster 52 % der bundesweiten Haushalte erreichen (vgl. ausführlich unten Kap. I 6.1.3). Die Überprüfung der KEK bestätigte demnach die Versicherung der LPR, dass die Regionalfenster im Programm von SAT.1 mindestens 50 v. H. der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen. Die KEK hat daher ihren diesbezüglichen Vorbehalt mit Beschluss vom 11.03.2003 (Az.: KEK 136-4) aufgehoben.

### **3.3.1.5 Zulassung von DCTP für die zweite und dritte Sendezeitschiene**

**(Az.: KEK 136-5)**

Die Versammlung der Landeszentrale stellte in ihrer Sitzung am 09.12.2002 „nach ausführlicher Auseinandersetzung mit der Position der KEK“ fest, „dass das erforderliche Benehmen vor der Auswahlentscheidung hergestellt ist“, und wählte DCTP für die 2. und 3. Sendezeitschiene im Programm von SAT.1 aus.

SAT.1 und DCTP schlossen am 20./21.12.2002 eine „Finanzierungsvereinbarung“ im Hinblick auf die Veranstaltung des Drittfensterprogramms in der künftigen Lizenzperiode. Der Rechts- und Zulassungsausschuss der LPR empfahl am 10.02.2003 der Versammlung die Zulassung von DCTP für die zweite und dritte Sendezeitschiene.

Das Benehmen zu einer Zulassungsentscheidung gemäß diesem Vorschlag des Rechts- und Zulassungsausschusses konnte seitens der KEK nicht hergestellt werden, da eine Überschreitung der regelmäßig vorgesehenen Lizenzdauer von drei Jahren nur in Ausnahmefällen erfolgen darf (§ 31 Abs. 6 Satz 4 RStV) und dafür kein wichtiger Grund ersichtlich ist.

Zur Begründung für die Überschreitung der Lizenzdauer gab die LPR an, die Laufzeit korrespondiere mit der Lizenzperiode für die 1. Sendezeitschiene; so werde

dem Grundsatz der zeitlichen Einheit der Vergabe der Drittsendezeiten Rechnung getragen. Bei gleichzeitigem Ablauf der Lizenzen werde eine sukzessive Neuvergabe vermieden, so dass die Platzierung der Sendezeiten und der Schwerpunkte der jeweiligen Sendezeitschiene aus einer dann neu zu treffenden Gesamtplanung heraus erfolgen könne.

Diese Begründung vermag schon deshalb nicht zu überzeugen, weil auch für die bereits vorgenommene Ausdehnung der Lizenzperiode für die 1. Sendezeitschiene kein wichtiger Grund dargelegt wurde (s. o. Kap. I 3.3.1.2). Da bereits die Verlängerung der Lizenz für die 1. Sendezeitschiene rechtswidrig war, kann der Grundsatz der Einheitlichkeit des Verfahrens nicht als wichtiger Grund zur Abweichung von der Regellizenzdauer angeführt werden. Das Argument der Verfahrensökonomie allein ist kein wichtiger Grund, der die Abweichung von der im Interesse der Vielfaltsicherung vorgesehenen Regellizenzdauer begründen könnte.

Die KEK hat daher am 11.03.2003 beschlossen, das Benehmen mit der LPR, für die 2. und 3. Sendezeitschiene im Hauptprogramm SAT.1 die Bewerberin DCTP zuzulassen, nicht herzustellen.

### **3.3.2 RTL Television GmbH – „RTL“ (Az.: KEK 159)**

Das Prüfverfahren betraf die erneute Ausschreibung von Drittsendezeiten im Rahmen des Vollprogramms RTL. Jeweils mit Gesamtbescheid vom 06.02.1998 hatte die NLM der DCTP Entwicklungsgesellschaft für Fernsehprogramm mbH („DCTP“) und der Center TV Production GmbH (nunmehr umfirmiert in: AZ Media TV GmbH) nach Herstellung des Benehmens mit der KEK die Zulassung zur Veranstaltung eines Drittfensterprogramms erteilt. Beide Zulassungen waren bis zum 29.09.1999 befristet. Im Jahr 1999 wurden die Drittsendezeiten erneut ausgeschrieben. Nach Herstellung des Benehmens mit der KEK im Rahmen der Auswahl und der Zulassung vergab die NLM die Zulassungen für die Drittsendezeiten erneut an diese Veranstalter (vgl. Jahresbericht 1999/2000, Kap. 2.3.1). Die Zulassungen waren jeweils bis zum 21.07.2003 befristet; zu diesem Zeitpunkt endete auch die Laufzeit der Zulassung für das Hauptprogramm RTL. Die Drittsendezeiten wurden von der NLM erneut, diesmal für eine Lizenzdauer von fünf Jahren, ausgeschrieben. RTL beantragte parallel die Verlängerung ihrer Lizenz um weitere fünf Jahre (s. o. Kap. I 3.1.13).

Auf Veranlassung der NLM stellte die KEK mit Beschluss vom 20.11.2002 (Az.: KEK 159-1) den relevanten Zuschaueranteil von RTL fest. Unter Zugrundelegung der von der AGF/GfK ermittelten und veröffentlichten Daten über die Zuschaueranteile ergab sich bei Einleitung des Verfahrens am 9. Oktober 2002 für die maßgebliche Referenzperiode gemäß § 27 Abs. 1 Satz 2 RStV von Oktober 2001 bis September 2002 ein durchschnittlicher Zuschaueranteil von RTL in Höhe von 14,55 %.

Auf dieser Grundlage schrieb die NLM am 30.10.2002 für den Zeitraum ab dem 22.07.2003 bis zum künftigen Ablauf der Zulassung des Hauptveranstalters am 21.07.2008 erneut zwei Sendezeitschienen von 120 bzw. 60 Minuten pro Woche im Programm von RTL aus:

1. Sendezeitschiene:

- a) Sonntag, zwischen 22:15 und 23:30 Uhr: 45 Minuten;
- b) Montag, zwischen 0:00 und 1:00 Uhr (Nacht von Sonntag auf Montag):  
15 Minuten;
- c) Dienstag, zwischen 0:30 und 1:30 Uhr (Nacht von Montag auf Dienstag):  
30 Minuten;
- d) Mittwoch, zwischen 22:15 und 23:30 Uhr: 30 Minuten.

2. Sendezeitschiene:

- a) Sonntag, zwischen 23:30 und 00:30 Uhr (Nacht von Sonntag auf Montag):  
30 Minuten oder  
Montag, zwischen 0:30 und 1:30 Uhr (Nacht von Sonntag auf Montag):  
30 Minuten;
- b) Montag, zwischen 23:00 und 24:00 Uhr: 30 Minuten.

Die NLM informierte die KEK über die eingegangenen Bewerbungen und legte ihr zur Herstellung des Benehmens vor der Auswahlentscheidung die Empfehlungen des Fernsehausschusses an die Versammlung der NLM vor, erneut für die erste Sendezeitschiene DCTP und für die zweite Sendezeitschiene die nunmehr unter AZ Media TV GmbH („AZ Media TV“) firmierende ehemalige Center TV GmbH auszuwählen. Auch in diesem Verfahren wie im Drittsendezeitverfahren bei SAT.1 waren für die Feststellung der Mindestreichweite der auf die Drittsendezeit angerechneten Regionalfenster eigene Ermittlungen der KEK erforderlich; sie hatten die Annahme

der NLM bestätigt, dass die Regionalfenster bei RTL mindestens 50 % der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen. Im Hinblick auf DCTP war keine rechtliche Abhängigkeit zur Hauptveranstalterin RTL gegeben. Unter dem Aspekt der Vielfaltsteigerung erschien allerdings die wiederholte Auswahl der bereits zweimal lizenzierten Bewerber und die Auswahl der auch bei SAT.1 als Drittveranstalterin zugelassenen DCTP nicht optimal. Mit Beschlüssen vom 11.03.2003 stellte die KEK zu beiden Auswahlempfehlungen das Benehmen her (Beschlüsse Az.: KEK 159-2 für DCTP und Az.: KEK 159-3 für AZ Media TV). Die Versammlung der NLM wählte daraufhin am 26.02.2003 die beiden bereits bisher lizenzierten Veranstalterinnen erneut aus. Die NLM legte der KEK die Zulassungsempfehlungen zum Zweck der Benehmensherstellung vor. Zu den beabsichtigten Zulassungsentscheidungen stellte die KEK das Benehmen mit Beschlüssen vom 08.04.2003 her (Beschlüsse Az.: KEK 159-4, DCTP und Az.: KEK 159-5, AZ Media). Die NLM hatte für die Ausdehnung der Lizenzperiode der Drittsendezeitveranstalter über die gesetzlich vorgesehene Regellaufzeit hinaus auf fünf Jahre einen wichtigen Grund dargelegt.

### **3.3.2.1 Auswahl von DCTP für die erste Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-2)**

Für die erste Sendezeitschiene hatten sich die bisherige Lizenznehmerin DCTP mit den Formaten „10 vor 11“, „STERN TV Magazin“, „Primetime“ und „SPIEGEL TV MAGAZIN“ sowie die FOCUS TV Produktions GmbH („FOCUS TV“) mit den Sendungen „Was wirklich geschah“, „Zeitzeugen“, „Wir Deutschen“ und „STERN TV“ bzw. „Im Focus“ und die Janusch Kozminski Filmproduktion („Die jüdische Woche TV“) beworben. Der Fernsehausschuss der NLM empfahl mit Beschluss vom 16.01.2003 der Versammlung, für diese Sendezeitschiene im Einvernehmen mit RTL erneut DCTP auszuwählen. Besonders betont wurde in der Begründung der Vielfaltbeitrag der DCTP-Sendungen im Programm von RTL. Die NLM gab diesen Erwägungen zur Vielfalt im Hauptprogramm den Vorrang gegenüber Argumenten zur Vielfalt im Gesamtangebot der Fernsehveranstalter. Zudem könne die Mehrfachlizenzierung die Unabhängigkeit des Drittveranstalters vom Hauptveranstalter auch stärken. Jedoch betonte sie, dass der Wechsel eines Anbieters einen Vielfaltgewinn darstellen könne.

In einer Eingabe machte die Mitbewerberin FOCUS TV geltend, DCTP sei von RTL rechtlich abhängig aufgrund einer Zurechnung über die Spiegel TV GmbH („Spiegel TV“) und deren Muttergesellschaft Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG

(„Spiegel-Verlag“) zur Bertelsmann AG (zu den Beteiligungsverhältnissen bei DCTP vgl. Kap. I 3.1.16) sowie ferner aufgrund der gemeinsamen Veranstaltung des bundesweiten Vollprogramms VOX durch DCTP und die VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG. Zudem äußerte FOCUS TV die Ansicht, DCTP könne jedenfalls bei Vorliegen anderer gleichwertiger Bewerbungen nicht den voraussichtlich größten zusätzlichen Vielfaltbeitrag leisten; zur Beurteilung dieser Frage seien auch die parallele Zulassung von DCTP bei SAT.1, die Gesamtposition von DCTP und Spiegel TV im bundesweiten Fernsehen und der Umstand der wiederholten Zulassung von DCTP zu berücksichtigen.

Die Herstellung des „Benehmens“ geht über die bloße Anhörung hinaus und verlangt die begrenzte Einbindung der KEK in die Entscheidungsverantwortung. Sie erfordert von Seiten der NLM, der KEK das für ihren Entscheidungsbeitrag notwendige Tatsachenmaterial vorzulegen und bei ihrer Entscheidung der Auffassung der KEK nach Möglichkeit Rechnung zu tragen.

Zu den zu überprüfenden normativen Voraussetzungen der Auswahlentscheidung gehört die Feststellung, ob der von § 31 Abs. 2 RStV geforderte Umfang an Sendezeiten für Drittfenster eingehalten wird. Die ausgeschriebene Sendezeit von 180 Minuten erreichte den von § 31 Abs. 2 RStV geforderten Umfang von 260 Minuten nicht. Allerdings können die im Programm von RTL ausgestrahlten Regionalfenster gem. § 31 Abs. 2 Satz 2 RStV mit bis zu 80 Minuten angerechnet werden, wenn sie 150 Minuten Sendezeit umfassen, in redaktioneller Unabhängigkeit veranstaltet werden und insgesamt bundesweit mindestens 50 v. H. der Fernsehhaushalte erreichen. Die NLM und die KEK vertraten unterschiedliche Auffassungen zur Definition der bundesweiten Reichweite gemäß § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV (vgl. dazu u. Kap. I 6.1.2). Die NLM vertrat den Standpunkt, die technische Reichweite der Regionalfenster, ohne Berücksichtigung der Empfangsmöglichkeiten der Fernsehhaushalte, reiche für die Reichweitenbestimmung aus, und stützte auf diese Definition ihre diesbezüglichen Berechnungen, die sie der KEK vorlegte. Sie begründete dies damit, für die Anrechnung der Regionalfensterprogramme müsse es ausreichen, dass die Veranstalter Vorkehrungen für die Empfangbarkeit dieser Programme träfen. Demgegenüber ergibt sich aus dem Wortlaut der Norm („erreicht werden“) und der gebotenen funktionalen Äquivalenz der Regionalfensterprogramme im Rahmen der vielfaltsichernden Maßnahme der Drittsendezeiten, dass sich die Reichweite auf den Anteil der Fernsehhaushalte bezieht, in denen die Regionalfenster empfangen werden, d. h. in denen zumindest eine reale Empfangsmöglichkeit der Regionalfens-

terprogramme besteht (vgl. ausführlich o. Kap. I 6.1.2). Die Ermittlungen der KEK ergaben, dass nach dem bislang erzielbaren Erkenntnisstand davon auszugehen ist, dass die RTL-Regionalfenster 50 % der bundesdeutschen Haushalte erreichen (vgl. dazu o. Kap. I 6.1.3). Auch von der redaktionellen Unabhängigkeit der Regionalfenster war nach den Darlegungen der NLM auszugehen.

Die Platzierung der Drittfensterprogramme auf fast durchwegs späte Nacht- bzw. frühe Morgenstunden mindert den Beitrag der Drittfenster zur Vielfaltsicherung. Jedoch lässt der Rundfunkstaatsvertrag den Landesmedienanstalten insoweit einen Ermessensspielraum. Die KEK empfahl für die Zukunft eine deutlich frühere Platzierung.

Die Zulassungsfähigkeit aller Bewerber war gegeben. Insbesondere war festzustellen, dass die Bewerberin DCTP von RTL i. S. v. §§ 31 Abs. 3 i. V. m. 28 RStV rechtlich unabhängig ist. Dabei konnte offen bleiben, ob aufgrund der Programmlieferung durch Spiegel TV eine Zurechnung von DCTP zu Spiegel TV gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2, 1. Alt. RStV vorzunehmen ist, da jedenfalls auf der Stufe der Beteiligung von Gruner + Jahr an der Spiegel-Verlag KG kein Zurechnungstatbestand erfüllt ist. Für diese Beteiligungsstufe gilt auch im konkreten Fall die Zurechnungsnorm des § 28 Abs. 1 Satz 2 RStV i. V. m. §§ 15 ff. AktG (da keine reine Zwischenholdings zwischengeschaltet sind), d. h. für eine Zurechnung müssten die Beteiligten verbundene Unternehmen im Sinne des Aktienrechts sein. Als Verbundtatbestand kam allein die Beherrschung des Spiegel-Verlags durch die Minderheitsgesellschafterin Gruner + Jahr in Betracht. Gruner + Jahr müsste dazu eine gesellschaftsrechtlich vermittelte, auf Dauer gefestigte Einflussmöglichkeit haben, die derjenigen einer Mehrheitsbeteiligung gleichkommt. Dies ist nach den gesellschaftsvertraglichen Regelungen beim Spiegel-Verlag, auch unter Berücksichtigung anderer Beherrschungsmittel und wirtschaftlicher Druckpotenziale, nicht der Fall, auch nicht in Form einer gemeinsamen Beherrschung des Spiegel-Verlags zusammen mit der Mitgesellschafterin Mitarbeiter-KG. Für eine Interessenabstimmung zwischen Gruner + Jahr und der Mitarbeiter-KG, die so stark und dauerhaft wäre, dass sie eine gleichbleibende einheitliche Willensbildung erwarten ließe, gibt es keine Anhaltspunkte. Der von FOCUS TV ferner aus der gemeinsamen Programmveranstaltung bei VOX abgeleitete Zurechnungszusammenhang im Verhältnis DCTP – VOX kann keine Zurechnung zwischen DCTP und RTL begründen; sie würde zusätzlich voraussetzen, dass auch zwischen ihnen ein Verbundtatbestand im Sinne von § 28 RStV erfüllt ist; Beteiligungsbeziehungen oder vergleichbare Einflüsse in Form von

„Gruppeneffekten“ sind insoweit nicht ersichtlich.

Die NLM hat bei ihrer Abwägung im Rahmen der einvernehmlichen Auswahl zusammen mit dem Hauptveranstalter sowohl dessen berechnigte Interessen als auch Belange der Vielfaltssicherung berücksichtigt. Dabei bezog sie in die Abwägung mit ein, dass DCTP bereits zum dritten Mal die Lizenz als unabhängiger Dritter im Rahmen des RTL-Programms erhält, parallel als Drittfensterveranstalter bei SAT.1 zugelassen ist und auch sonst im bundesweiten Fernsehen präsent ist, befand dies aber nicht für ausschlaggebend gegenüber dem Aspekt des Vielfaltbeitrags von DCTP im Rahmen des Hauptprogramms. Das ist rechtlich nicht zu beanstanden. Die Auswahlentscheidung wäre nur dann fehlerhaft, wenn neben dem vorrangigen Aspekt der Vielfalt im Hauptprogramm diese Aspekte der Anbietervielfalt nicht berücksichtigt worden wären, die vorliegend gegen die erneute Zulassung von DCTP sprechen.

Die KEK hatte somit zwar unter dem Aspekt der Vielfaltsteigerung Bedenken, stellte aber im Hinblick auf die Zuständigkeit der NLM zur Bewertung des Vielfaltbeitrags mit Beschluss vom 11.03.2003 das Benehmen zur beabsichtigten Auswahlentscheidung her.

### **3.3.2.2 Auswahl von AZ Media TV für die zweite Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-3)**

Für die zweite Sendezeitschiene hatten sich neben der AZ Media TV, die mit den Sendungen „Die Helden des Alltags“, „Die große Reportage“ und „TREND-Magazine“ an die bisher gezeigten Formate anknüpfen wollte, die MME Me, myself, and Eye Entertainment AG zusammen mit der TV Plus GmbH mit den Formaten „Durch meine Augen“ und „Let’s talk business“ beworben. Der Fernsehausschuss der NLM beschloss am 16.01.2003, der Versammlung zu empfehlen, im Einvernehmen mit RTL für diese Sendezeitschiene AZ Media TV auszuwählen. Auch hier wurde in der Begründung vorrangig auf den Vielfaltbeitrag der Sendungen im Rahmen des Hauptprogramms abgestellt.

Hauptanteilseigner der AZ Media TV, Hannover, ist die AZ Media AG, Köln, mit einer Beteiligung von 75,2 %, deren Gesellschafter die Geschäftsführer der AZ Media TV André Zalbertus (74,9 %) und Michael Keusgen (25,1 %) sind. Die AZ Media AG ist u. a. in den Bereichen Fernsehproduktion und Lizenzhandel aktiv. Daneben ist



die Verlagsgesellschaft MADSACK GmbH & Co. KG, Hannover, in Höhe von 24,8 % beteiligt. Sie hält zahlreiche weitere Medienbeteiligungen, insbesondere im Pressebereich und im Rundfunk. Gegen ihre Zulassungsfähigkeit bestanden keine Bedenken. Auch hier wies die KEK darauf hin, dass stets erwogen werden muss, ob ein Wechsel zu anderen, nicht minder geeigneten Drittveranstaltern nicht schon per se als Vielfaltgewinn zu beurteilen wäre. Insoweit spricht gegen eine Auswahl von AZ Media, dass sie damit zum dritten Mal, und nunmehr für fünf Jahre, die Zulassung zur Veranstaltung eines Drittfensterprogramms bei RTL erhält. Die KEK musste jedoch insoweit das der Landesmedienanstalt eingeräumte Ermessen respektieren. Die NLM hatte klargestellt, dass sie diesen Aspekt mit einbezogen, jedoch aufgrund des aus ihrer Sicht besseren Vielfaltbeitrags von AZ Media TV im Hauptprogramm von RTL zurückgestellt hatte.

Die KEK hat mit Beschluss vom 11.03.2003 das Benehmen auch zu dieser Auswahlentscheidung hergestellt.

### **3.3.2.3 Zulassung von DCTP für die erste Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-4)**

Die Versammlung der NLM wählte entsprechend der Beschlussempfehlung des Fernsehausschusses DCTP als Drittveranstalterin bei RTL aus. Der Fernsehausschuss beabsichtigte, nach Herstellung des Benehmens mit der KEK eine entsprechende Zulassungsempfehlung zu verabschieden.

Die von der KEK im Rahmen der Zulassungsentscheidung zu überprüfenden normativen Voraussetzungen umfassen die korrekte Ermittlung der Entscheidungsgrundlagen, den ordnungsgemäßen Verfahrensablauf sowie die vom RStV vorgegebenen Anforderungen an die pluralismusfördernde Einrichtung von Drittsendezeiten. So muss die vorgelegte, zwischen RTL und DCTP geschlossene Finanzierungsvereinbarung, soll sie Grundlage der Zulassung sein, den Bedingungen des § 31 Abs. 5 und 6 RStV genügen. Dagegen waren keine Bedenken ersichtlich.

In der Ausschreibung der NLM ist eine Laufzeit der Drittsendezeitlizenz von fünf Jahren vorgesehen. Nach § 31 Abs. 6 Satz 4 RStV soll die Zulassung für den Fensterprogrammveranstalter auf Dauer von drei Jahren erteilt werden, längstens jedoch bis zum Ablauf der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters. Demnach bildet die Befristung der Zulassung der Drittveranstalter auf den Dreijahreszeitraum – un-

abhängig von der Zulassung des Hauptveranstalters – den Regelfall, von dem nur in begründeten Ausnahmefällen abgewichen werden darf. Dies dient dem Regelungszweck der möglichst weitreichenden Vielfaltsicherung, die gerade auch einen Wechsel zu anderen, gleich geeigneten Drittveranstaltern einschließt. Deshalb bedarf es für eine Überschreitung dieser Regeldauer besonderer Gründe.

Aus der gesetzlichen Wertung ergibt sich zudem, dass bei einer erneuten Zulassung des gleichen Drittveranstalters erhöhte Anforderungen an die Darlegung des wichtigen Grundes dafür zu stellen sind, dass die Lizenzdauer zusätzlich auch noch über die gesetzlich vorgesehene Regeldauer ausgedehnt und der Zeitpunkt einer erneuten Ausschreibung damit entsprechend hinausgeschoben wird.

Die NLM wies darauf hin, dass erstmalig eine fünfjährige Laufzeit für die Drittlizenzen vorgesehen sei. Sie begründete die Ausdehnung der Lizenzdauer damit, dass im Falle einer Zulassung mit der Regeldauer von drei Jahren der dann anschließende Lizenzzeitraum lediglich zwei Jahre umfassen könnte. Eine nur zweijährige Zulassungsdauer werde die Planungssicherheit für den Drittveranstalter beeinträchtigen. Die starke Stellung des Hauptprogrammveranstalters bei der Bewerberauswahl bewirke in der Praxis ohnehin, dass die Drittveranstalter auf die programmlichen Interessen des Hauptveranstalters in gewisser Weise Rücksicht nähmen. Geringe Planungssicherheit könne letztlich dazu führen, dass das Lizenzerhaltungsinteresse des Drittveranstalters seine Programmpolitik wesentlich mitbestimme. Im Ergebnis würden dadurch Vielfaltpotentiale nicht ausgeschöpft. Auch eine Zulassung für drei Jahre und anschließend für zwei Jahre bewirke im Ergebnis eine einmalige Abweichung von der Regelzulassungsdauer. Die Abweichung von der gesetzlichen Regel sei also ohnehin nicht zu vermeiden. In der Abwägung beider Zulassungsalternativen überwögen die Vielfaltvorteile für die fünfjährige Zulassung.

Zu berücksichtigen ist, dass das vorgesehene Ende der Lizenzdauer mit dem Ablauf der Zulassung der Hauptprogrammveranstalterin RTL zusammenfällt. Dies steht im Einklang mit der Vorgabe des § 31 Abs. 6 Satz 4 RStV, die Lizenz solle auf die Dauer von drei Jahren erteilt werden, längstens jedoch bis zum Ablauf der Zulassung des Hauptveranstalters. Dies rechtfertigt für sich genommen allerdings nicht die Abweichung von der dreijährigen Regeldauer. Ziff. 7.5 der Drittsendezeitrichtlinie der Landesmedienanstalten legt § 31 Abs. 6 Satz 4 RStV dahingehend aus: „Im Regelfall ist die Zulassung für den Fensterveranstalter auf die Dauer von drei Jahren zu erteilen. Sie kann *ausnahmsweise* bis auf die Dauer von fünf Jahren erteilt wer-

den, *damit* sie mit dem Ablauf der Zulassung des Hauptveranstalters zusammenfällt.“ Dies wird z. T. dahin verstanden, dass die Anpassung an die Laufzeit der Lizenz des Hauptveranstalters bereits einen wichtigen Grund für die Abweichung vom Regelfall darstelle. Dagegen spricht schon, dass die Lizenz des Hauptveranstalters nicht ausnahmsweise, sondern im Regelfall eine über die Dreijahresfrist hinausgehende Laufzeit haben wird. Nach § 31 Abs. 6 Satz 5 RStV ist vielmehr über die dreijährige Regellaufzeit hinaus nur die Anpassung an eine längere Laufzeit der Lizenz des Hauptveranstalters zulässig, für eine solche Abweichung von der Sollvorschrift bedarf es jedoch eines wichtigen Grundes im Einzelfall.

Ein solcher wichtiger Grund ist dann gegeben, wenn nur durch die längere Lizenzdauer die Planungssicherheit gewährleistet werden kann, dass der Programmbeitrag des Veranstalters, der zugleich auf größtmögliche Vielfalt ausgerichtet ist, aufrechterhalten wird. Dies gilt vorliegend zwar nicht für die anstehende Lizenzperiode, da insofern eine dreijährige Laufzeit möglich und für die Planungssicherheit von DCTP auch ausreichend wäre; es gilt aber für die sich daran anschließende Periode bis zum Ablauf der beantragten Zulassung des Hauptprogrammveranstalters:

Die anstehende Neuvergabe der Drittsendezeitlizenzen fällt zeitlich mit der Verlängerung der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters zusammen, die gemäß § 10 Abs. 2 Satz 1 Landesmediengesetz Niedersachsen entsprechend dem Antrag von RTL auf fünf Jahre zu befristen ist. Die NLM hat daher im Hinblick auf die Drittsendezeitlizenz nur die Möglichkeit, diese ebenfalls auf fünf Jahre zu befristen oder sie so in zwei Laufzeiten zu „stückeln“, dass zumindest eine davon kürzer als die dreijährige Regeldauer ist. Würde die NLM die Drittsendezeit jetzt für die Regeldauer vergeben, wäre anschließend nur noch eine Befristung auf zwei Jahre möglich. Bei einer so kurzen Laufzeit wäre die Planungssicherheit des Drittveranstalters nicht gewährleistet und der damit möglicherweise verbundene Anpassungsdruck an die Programmvorgaben des Hauptveranstalters unter Vielfaltgesichtspunkten unzutraglich. Damit hat die NLM einen die Abweichung von der Regellizenzdauer rechtfertigenden wichtigen Grund dargelegt.

Die KEK hat am 08.04.2003 das Benehmen zur beabsichtigten Zulassungsentcheidung der NLM hergestellt.

#### **3.3.2.4 Zulassung von AZ Media TV für die zweite Sendezeitschiene (Az.: KEK 159-5)**

Die Versammlung der NLM wählte am 26.02.2003 entsprechend der Beschlussempfehlung des Fernsehausschusses für die zweite Sendezeitschiene AZ Media TV als Drittveranstalterin aus. Auch hier beabsichtigte der Fernsehausschuss, nach Herstellung des Benehmens mit der KEK eine entsprechende Zulassungsempfehlung zu verabschieden. RTL und AZ Media TV schlossen am 06.03.2003 einen Fensterprogrammvertrag im Hinblick auf die Veranstaltung des Drittfensterprogramms in der künftigen Lizenzperiode, der den Voraussetzungen des § 31 Abs. 5 und 6 RStV entsprach. Für die Abweichung von der Regellizenzdauer waren die gleichen Erwägungen wie im Hinblick auf die 1. Sendezeitschiene maßgeblich (vgl. soeben I 3.3.2.3).

Mit Beschluss vom 08.04.2003 hat die KEK auch zu dieser beabsichtigten Zulassungsentscheidung das Benehmen hergestellt.

## **4 Programmangebot und Beteiligungsstruktur im privaten Fernsehen**

### **4.1 Bundesweit empfangbare private Fernsehprogramme und Beteiligungsverhältnisse der Programmveranstalter**

Die folgende Liste enthält in alphabetischer Ordnung alle bundesweit empfangbaren privaten Fernsehsender, insoweit ihre Programme in Deutschland veranstaltet werden. Sie gibt den Stand vom 1. Juli 2003 wieder.

Die Übersicht führt auch Rundfunkveranstalter auf, die zwar über eine Sendelizenz verfügen, deren Programm aber noch nicht ausgestrahlt wird.

Die Programme Eurosport, NBC Europe/NBC-GIGA-Show, Extreme Sports Channel und Club werden ebenfalls aufgeführt. Diese Programme haben ihre Sendelizenz zwar nicht in Deutschland erhalten. Sie weisen aber auch deutschsprachige Programmteile auf. Zudem sind sie bundesweit empfangbar. Außerdem sind die Fernseheinkaufskanäle HSE, QVC, RTL Shop, sonnenklar TV und TV Travel Shop in die Liste aufgenommen worden.

Programmveranstalter, die zwar eine Zulassung beantragt haben, deren rundfunkrechtliches Zulassungsverfahren aber noch nicht abgeschlossen ist, befinden sich nicht in der Liste. Bei einigen Veranstaltern laufen Verfahren wegen Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen. Diese Sachverhalte werden durch eine Fußnote kenntlich gemacht, weil diese Veränderungen noch nicht abschließend unter den Aspekten der Sicherung der Meinungsvielfalt durch die KEK überprüft worden sind.

Die Angaben zu den Veranstaltern und deren Beteiligten basieren auf Auskünften der Fernsehveranstalter und auf allgemein zugänglichen Quellen.

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
13TH STREET – The Action & Suspense Channel.....	96
AB Sat.....	98
Animal Planet, Der Gesundheitskanal, Der Reisekanal, Der Wissenschaftskanal.....	99
atv.....	100
Beate Uhse TV.....	101
Bibel TV.....	103
Bloomberg Television.....	104
BTV 4 U.....	105
CLASSICA.....	106
CNN Deutschland.....	107
Cult Channel.....	109
DCTP.....	110
Deutsches Markenfernsehen (DMF).....	112
Discovery Channel.....	113
Disney Channel.....	114
DSF.....	115
Einstein TV.....	117
EURO.I.....	118
Eurosport.....	119
Event Channel.....	121
Extreme Sports Channel und Club.....	122
Forschungskanal.....	123
FOX Kids.....	124
GoldStar TV.....	125
GSN (Game Show Network).....	126
Heimatkanal.....	127
Home Shopping Europe (HSE).....	128
Junior.....	129
Kabel 1.....	131
Kanal D.....	132
Kult-TV – das andere Fernsehen.....	134
Messe.TV.....	135
Metro-Goldwyn-Mayer (MGM Channel).....	136
MTV.....	137
MTV Base und MTV Hits.....	138
MTV2 – The Pop Channel, VH-1 Classic.....	139

multiThématiques - PLANET, SEASONS, CINECLASSICS1, CINECLASSICS2, JIMMY -	140
n-tv Der Nachrichtensender .....	141
N24.....	143
NBC Europe / NBC-GIGA-Show .....	144
NEUN LIVE.....	145
ONYX TV.....	147
ONYXplus.....	148
Playboy-TV .....	149
Premiere.....	153
ProSieben.....	155
QVC .....	156
RTL II.....	157
RTL SHOP.....	158
RTL Television.....	159
RTL WORLD .....	161
RTV .....	162
SAT.1 .....	163
Sci-Fi Channel .....	168
SET (Sony Entertainment Television) .....	169
Single TV.....	170
sonnenklar TV .....	172
Studio Universal .....	173
Super RTL.....	174
TS Technology & Science Network (TSN) .....	175
Tele 5 .....	176
ToonGate .....	178
TV 50 plus .....	179
TV Travel Shop.....	180
VIVA .....	181
VIVA Plus .....	183
VOX.....	185
VOX Digital Reise und VOX Digital Service .....	186
XXP Das Informations-Programm.....	187

## 13TH STREET – The Action & Suspense Channel

Veranstalterin: **13TH STREET GmbH**, München  
 c/o Universal Studios Networks Deutschland GmbH,  
 Theresienstraße 47 a, 80 München

Der Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat am 6. März 1998 dem digitalen Pay-TV-Programm 13TH STREET – The Action & Suspense Channel die Sendeerlaubnis für die Dauer von sieben Jahren erteilt; die Frist begann am 1. Mai 1998 (Bescheid vom 17. März 1998). Das Digitalprogramm ist über Kabel und Satellit als Bestandteil des Paketangebotes von Premiere beziehbar (Stand: Juni 2003).

13TH STREET bietet vor allem Spielfilme und Fernsehserien aus den Genres Action und Spannung an. Es wird in deutscher Sprache veranstaltet.

Universal Studios, Inc. ist eines der führenden Filmstudios Hollywoods. Über das Pay-TV-Programm 13TH STREET vertreibt das Filmstudio das Programmsortiment direkt an die Fernsehhaushalte. Dadurch tritt Universal selbst als Veranstalter auf; das Programm ergänzt das Lizenzgeschäft von Universal.

Außer 13TH STREET veranstaltet eine weitere Tochterfirma von Universal Studios für Deutschland das Pay-TV-Programm Universal Studios. Auch ist geplant, Sci-Fi Channel als weiteres Pay-TV-Programm für Deutschland anzubieten. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat diesem Satelliten-Fernsehprogramm am 18. Februar 2003 die Sendeerlaubnis erteilt.

Ferner ist das verbundene Unternehmen Vivendi Universal S.A. und damit Universal Studios an folgenden Veranstaltern mittelbar beteiligt:

- HSE Home Shopping Europe (Mediendienst)
- TV Travel Shop (Mediendienst)
- NEUN LIVE
- sonnenklar TV (Mediendienst)
- multiThématiques (u. a. PLANET)
- VIVA und VIVA Plus (über die Vivendi Universal Vertrieb GmbH)

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
 - Stand: 17. April 2003 -

**100 Universal Studios Networks Deutschland GmbH**, München  
 ↳ 100 Universal Studios Germany Holding GmbH  
     ↳ **100 Universal Studios, Inc.**, Los Angeles/USA  
         ↳ **92,341 Vivendi Universal S.A.**,<sup>(1)</sup> Frankreich  
         ↳ 7,659 Matsushita Electronic Industrial (MEI) Holding, Inc.  
             ↳ **100 Matsushita Electronic Industrial Co. Ltd.**,  
             Japan (Unternehmen der Elektronikbranche)

(1) Unternehmensangaben zufolge sind die ehemaligen Eigentümer von Seagram, die Familie Bronfman, größter Einzelaktionär der Vivendi Universal S.A. Der Stimmrechteanteil ihrer Aktien sank zwischen Au-



gust 2001 und Oktober 2002 von 6,72 % auf 4,27 %. Weitere größere Einzelaktionäre sind zum 31. Oktober 2002 Philips (3,58 %) und Liberty Media Corporation (3,5 %) (siehe Vivendi Universal S.A., Shareholding on October 31, 2002, [www.vivendiuniversal.com](http://www.vivendiuniversal.com)).

Die US-amerikanischen Geschäftsfelder Fernsehen der Universal Television Group (u. a. Universal Studios Networks), Filmproduktion, -archive und -verleih der Universal Pictures, die USA Entertainment Group und die Freizeitparks der Universal Studios Recreation Group wurden unter dem Firmennamen Vivendi Universal Entertainment (VUE) zusammengeführt. Unternehmensangaben zufolge sollen Universal Studios, Inc., Los Angeles/USA, 93,06 % des Stammkapitals der VUE halten, USA Interactive (USAi) und Barry Diller zusammen die restlichen 6,94 %.

An USAi ist Vivendi Universal zur Zeit in Höhe von 13 % beteiligt. USAi wird mit einem Stimmrechteanteil in Höhe von ca. 70 % maßgeblich von Barry Diller beherrscht. Als weitere Beteiligte tritt die Liberty Media Corporation auf, die an USAi einen Anteil in Höhe von ca. 20 % hält (vgl. Liberty Media Company Profile, Stand: 30. September 2002, [http://www.libertymedia.com/our\\_affiliates](http://www.libertymedia.com/our_affiliates)).

USAi ist schwerpunktmäßig in den Bereichen Einkaufsfernsehen und E-Commerce bzw. Einkauf per Internet tätig. Einkaufsfernsehen veranstaltet USAi u. a. über die HSE Home Shopping Europe AG in Deutschland, Österreich und der Schweiz und über die HSN Home Shopping Network, Inc. in den USA. Außerdem veranstalten internationale Tochterfirmen der Home Shopping Network Einkaufsfernsehen in Italien, Großbritannien, Belgien, Frankreich und den Niederlanden. Auch ist HSN an Einkaufskanälen in China und Japan beteiligt. Für die USA, Puerto Rico und Mexiko werden die Programme auch in spanischer Sprache ausgestrahlt (vgl. USA Networks, Inc. completes transactions with Vivendi Universal; Company renamed USA Interactive, USA to Focus on Interactive Commerce, press releases, May 7, 2002). Über HSN bestehen indirekte Beteiligungen auch an NEUN LIVE und sonnenklar TV. Außerdem ist USAi über die TV Travel Group an den Reiseeinkaufskanal TV Travel Shop beteiligt.

Barry Diller ist Chairman und Chief Executive Officer (CEO) bei USAi Interactive, Inc. Bis zum 19. März 2003 nahm Barry Diller auch bei VUE die Funktion des Chairman und CEO wahr. Seinen Rückzug aus der Geschäftsführung von VUE wertet die Presse als ein Zeichen dafür, dass eine grundlegende Umstrukturierung von Vivendi Universal S.A. durch den Verkauf der US-amerikanischen VUE erfolgen wird (vgl. SEC, Annual report pursuant to section 13 or 15 (d) of the Securities Exchange Act of 1934, Vivendi Universal, December 31, 2001; auch Vivendi Universal, Press release, May 7, 2002, Vivendi Universal Closes Acquisition of Entertainment Assets of USA Networks, Inc., New Production and Distribution Entity Called Vivendi Universal Entertainment (VUE) to be Led by Barry Diller, <http://www.vivendiuniversal.com/vu2/en/news/00000938.cfm>; auch Vivendi Universal S.A., Barry Diller ends his temporary assignment as CEO, Pressemitteilung vom 19. März 2003).

Aktuellen Presseberichten zufolge bereitet Vivendi Universal die Veräußerung von VUE vor. Demnach verfolgt Vivendi Universal das Ziel, sich aus den US-amerikanischen Geschäftsfeldern wieder zurückzuziehen.

## AB Sat

Veranstalterin: **ONYX Plus GmbH<sup>(1)</sup>**  
 Im Mediapark 6 b, 50670 Köln

Die Rundfunkkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat sieben 24-stündige Fernsehspartenprogramme der französischen Groupe AB S.A. zugelassen (Bescheid vom 17. Juli 2000). Die Lizenzdauer beträgt 10 Jahre. Der Zulassungsantrag für das gleichfalls beantragte (Erotik-)Spartenprogramm XXL wurde nach Klärung der programminhaltlichen Fragen als nächtlich verschlüsseltes Programm genehmigt (Zulassungsbescheid vom 24. Oktober 2000). Die Dauer der Lizenz umfasst ebenfalls 10 Jahre.

Alle acht Programme sollen unter der Marke AB Sat veranstaltet werden. Geplant sind ein Tierkanal, ein Geschichtskanal, ein Reisekanal, ein Kanal für Jäger und Angler, ein Musikkanal, ein Wissenschafts- und Kulturkanal, ein Kanal zu den Themen Auto, Motorboot, Flugzeug und der o. g. Erotikkanal. Das Programm bouquet soll inhaltlich wie sprachlich speziell für den deutschen Markt entwickelt werden.

Mit Bescheid vom 16. Juli 2001 genehmigte die LfM, dass die Lizenzen für die geplanten deutschen AB-Sat-Digitalprogramme in die ONYX Plus GmbH eingebracht werden. Die Digitalprogramme sind bislang nicht auf Sendung (Stand: Juni 2003).

Die Groupe AB S.A. betreibt und beliefert in Frankreich mehrere themenorientierte, digitale Pay-TV-Kanäle. Außerdem ist sie an der Veranstaltung des französischsprachigen bzw. luxemburgischen Fernsehprogramms RTL 9 beteiligt.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur - Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter - - Stand: 6. Juni 2003 -

<b>50</b>	<b>Groupe AB S.A.</b> , 144 avenue du Président Wilson, BP 95 Saint-Denis La Plaine, France
┆ 25,1	<b>Claude Berda</b>
┆ 26,9	<b>JLC Holding</b> (eine luxemburgische Gesellschaft privaten Rechts)
┆ 51,66	<b>Claude Berda</b>
┆ 48,34	<b>Jean-Luc Azoulay</b>
┆ 27,6	<b>Dagobert B.V.</b> , Niederlande
┆ 61,5	<b>Claude Berda</b>
┆ 20,4	Mitglieder des Vorstands als Gruppe (u. a. <b>Claude Berda</b> und <b>Jean-Luc Azoulay</b> )
<b>50</b>	<b>ONYX Television GmbH</b> , Köln
┆ 99,41	<b>Capital Media Group Holding Ltd.</b> , Reno, Nevada/USA (Chairman: Gilles Assouline)
┆ 53,6	<b>Groupe AB S.A.</b> , Saint-Denis La Plaine/France (s. o.)
┆ 29,79	<b>Superstar Ventures Ltd.</b> , Hong Kong
	Die restlichen Anteile befinden sich in Streubesitz.
┆ 0,59	<b>Capital Media Group Ltd.</b> , London, Großbritannien (Director/Secretary: Orla Nonnan)
┆ 100	<b>Capital Media Group Holding Ltd.</b> , USA

(1) Mit Schreiben vom 6. Juni 2003 teilte die ONYX Plus GmbH mit, dass die neue Firmenbezeichnung XINominus GmbH i.L. sei und sich diese Gesellschaft in Liquidation befindet; Adresse der XINominus GmbH i.L.: Waldniehler Straße 50, 41068 Mönchengladbach; Amtsgericht Mönchengladbach HRB 7207; Liquidator: Jean Francois Klein.

## **Animal Planet, Der Gesundheitskanal, Der Reisekanal, Der Wissenschaftskanal**

Veranstalterin: **Discovery Germany Beteiligungs GmbH**  
Arnulfstraße 25, 80335 München

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat den vier Spartenkanälen bislang keine Genehmigung erteilt (Stand: Mai 2003). Medienkonzentrationsrechtliche Gründe stehen einer Zulassung der von der Discovery Germany Beteiligungs GmbH zur bundesweiten Verbreitung beantragten digitalen Pay-TV-Spartenprogramme nicht entgegen (Az.: KEK 084, 085).

Ein Spartenprogramm wird als Animal Planet bezeichnet. Die drei weiteren Spartenkanäle laufen unter den Arbeitstiteln Der Reisekanal, Der Gesundheitskanal und Der Wissenschaftskanal (Stand: 19. Dezember 2000).

Geplant ist, Animal Planet als ausschließlich auf Tier- und Naturfilme spezialisiertes Programm in Deutschland zu veranstalten. Vorgesehen ist ein 24-stündiges deutschsprachiges Programm. Das Programm soll sich insbesondere den Themenkategorien „Klassischer Tierfilm“ sowie Film- und Studioproduktionen über das Verhältnis Mensch/Tier sowie umweltrelevanten Themen widmen. Der Tierfilmkanal soll nach internationalem Vorbild veranstaltet werden.

Discovery plant drei weitere 24-stündige deutschsprachige Programme. Der geplante Gesundheitskanal gehört zu einer Reihe von ähnlich strukturierten Spartenprogrammen zu den Themen Gesundheit und Lebensqualität, die von der Muttergesellschaft Discovery Communications, Inc. (DCI) weltweit veranstaltet bzw. konzipiert werden. Die internationalen Koproduktionen von DCI sollen durch spezifisch für das deutsche Publikum produzierte Beiträge ergänzt werden. Inhalt des geplanten Spartenkanals Der Reisekanal sind Informationsprogramme zu den Themen Reise und Erholung. Er soll auch analog ausgestrahlt werden. Der Wissenschaftskanal soll sich in verschiedenen Sendeformaten den Themen Forschung und Technik widmen.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: Beschlüsse der KEK vom 19. Dezember 2000 (Az.: KEK 084 und KEK 085)  
und Auskunft der BLM vom 5. Mai 2003 -

**100** **Discovery Germany, LL.C.**, Bethesda, Maryland/USA<sup>(1)</sup>

(1) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen der Discovery Germany, LL.C. siehe unter Discovery Channel.

<b>atv</b>	
Veranstalterin:	<b>ATV HABER AJANSI GmbH</b> Zeil 10, 60313 Frankfurt/Main
<p>Die Bremische Landesmedienanstalt hat atv die Zulassung erteilt; der Sender ging am 16. Oktober 1997 auf Sendung.</p> <p>atv wird in türkischer Sprache gesendet. Das Programm wird weitgehend vom türkischen Muttersender übernommen. Es besteht nur aus sehr wenigen Programmteilen, die in Deutschland produziert werden. Das Mutterprogramm atv wird in der Türkei ebenfalls von der Alleingesellschafterin Satel Sabah veranstaltet.</p> <p>Als analoges und digitales Programm ist atv über den Satelliten Türksat zu empfangen. Eutelsat-Satelliten verbreiten es als verschlüsseltes Programm und als Bestandteil des Digitalpakets DigiTurk. Es ist auch im Programmangebot der Kabelplattform visAvision von Eutelsat enthalten. Von den Regionalgesellschaften der Kabel Deutschland GmbH (KDG) wird es in den internationalen Programmpaketen (DigiKabel) angeboten. Die DigiKabel-Programme sind grundsätzlich verschlüsselt. Für die Freischaltung ist ein einmaliges Entgelt zu entrichten. Zum Empfang der Programme kann ein handelsüblicher Decoder genutzt werden.</p>	
<b>Gesellschaftsrechtliche Struktur</b> - Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter - - Stand: 6. Mai 2003 -	
<b>100</b>	<b>Satel Sabah Televizyon Produksiyon A.S., Istanbul</b>

## Beate Uhse TV

Veranstalterin:

**Beate Uhse TV GmbH & Co. KG**

Joachimsthaler Str. 10 c, 10719 Berlin

Der Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat am 4. September 2000 und 4. Oktober 2000 dem Antrag auf Zulassung der Beate Uhse TV GmbH für ein Fernsehspartenprogramm aus dem Bereich Erotik zugestimmt. Die Sendelizenz wurde für die Dauer von sieben Jahren erteilt. Die Frist begann am 1. Januar 2001.

Das Programm besteht aus einem Lizenzprogramm aus Spielfilmen und Serien der Sparte Erotik und einem Anteil an Eigenproduktionen mit Magazinsendungen und Shows. Beate Uhse TV wird bundesweit digital über Kabel und Satellit auf der Pay-TV-Programmplattform Premiere ausgestrahlt.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Kapitalanteile in % - Gesellschafter -

- Stand: 7. April 2003 -

#### **49 Beate Uhse AG**, Flensburg

┆ 44,86 **Orthmann AG**, Steinach/Schweiz

┆ 49 Richard Orthmann

┆ 49 Ulrich Orthmann

┆ 20,98 Consipio Holding B.V.

┆ 34,16 Streubesitz

#### **49 Erotik Media AG** (vormals Imperial Erotic TV New Media.com AG), Baar/Schweiz

┆ 29,27 **Beate Uhse AG**, Flensburg

┆ 31,73 **Orthmann AG**, Steinach/Schweiz

┆ 1,22 Rotermund Venture Capital Fond

┆ 36,25 Richard Orthmann

┆ 36,25 Ulrich Orthmann

┆ 3,66 Effectum Equity Capital AG (Orthmann AG)

┆ 2,51 Ad.E.L. Adult Entertainment & Lifestyle AG (Orthmann AG)

┆ 12,02 Edouard Stöckli

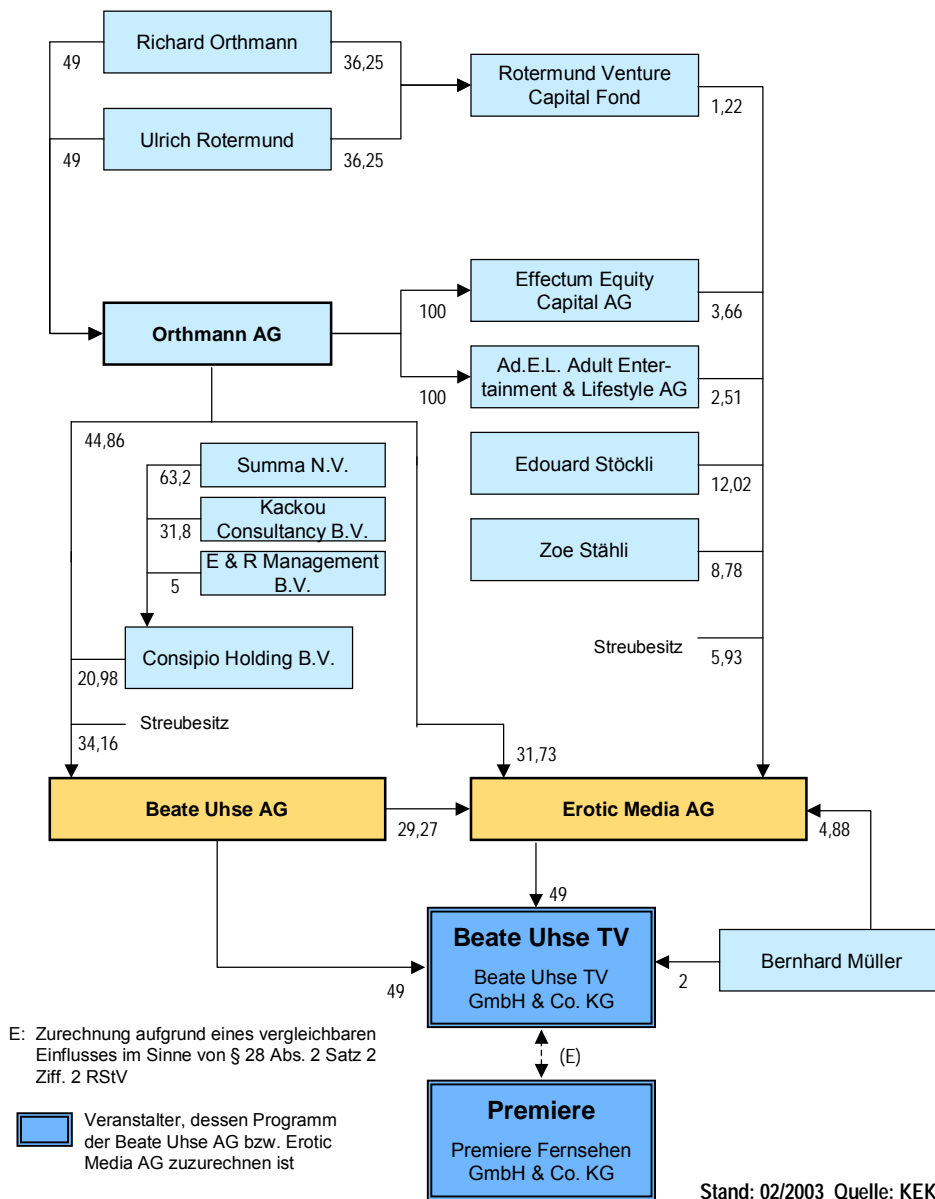
┆ 8,78 Zoe Stähli

┆ 4,88 Bernhard Müller

┆ 5,93 Streubesitz

#### **2 Bernhard Müller** (Geschäftsführer, Erotik Media AG)

Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der Beate Uhse AG und Erotic Media AG (Stand: 11. Februar 2003, Az.: KEK 160)



## Bibel TV

Veranstalterin: **Bibel TV Stiftung gGmbH**  
 Rothenbaumchaussee 197, 20149 Hamburg

Die Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM) hat der Bibel TV Stiftung gGmbH die Zulassung für die Veranstaltung des bundesweiten digitalen Spartenprogramms Bibel TV erteilt. Die Zulassung berechtigt vom 1. Januar 2002 bis zum 31. Dezember 2006 die gantztägige Verbreitung des Programms über Satellit. Ziel der gemeinnützigen Stiftung ist die „Förderung religiöser Zwecke in Form der Verbreitung der biblischen Inhalte über elektronische Medien“.

Das gantztägige Programm Bibel TV bezieht sich auf die Bibel und dient der Verbreitung biblischer Inhalte. Ein christlich-missionarisches Programm oder Predigtsendungen sollen nicht ausgestrahlt werden.

Bibel TV ist sowohl per Satellit als auch über Kabel digital zu empfangen. Es wird von den Regionalgesellschaften der Kabel Deutschland GmbH (KDG) im Programmpaket DigiKabel angeboten (Stand: 04.10.2002). Das Programm wird auch in weitere regionale Kabelnetze eingespeist. Zudem wird einmal wöchentlich ein Magazin von Bibel TV über NBC ausgestrahlt. Die technische Reichweite beträgt ca. 2,2 Mio. digitale Satellitenhaushalte und etwa 0,8 Mio. digitale Kabelhaushalte.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafterin -  
 - Stand: 9. Mai 2003 -

- |              |  |
|--------------|--|
| <b>52,00</b> | <b>Rentrop-Stiftung gGmbH</b> , Bonn<br>Die Stiftung ist eine als gemeinnützig anerkannte Gesellschaft, deren satzungsgemäßer Zweck in der Förderung der Religion besteht. Ihr Stifter und Geschäftsführer Norman Rentrop, Bonn, ist über seinen Verlag Norman Rentrop an der n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG in Höhe von 1,6 % beteiligt. |
| <b>12,75</b> | <b>Astratel Radio- und Televisions-Beteiligungsgesellschaft mbH</b> , München<br>Die Gesellschafterin ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Tellux Beteiligungsgesellschaft mbH, die ihrerseits der Katholischen Kirche in Deutschland zuzuordnen ist.  |
| <b>12,75</b> | <b>Orbitel Medien GmbH</b> , Berlin<br>Die Gesellschafterin ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Eikon GmbH, Potsdam, die ihrerseits der Evangelischen Kirche in Deutschland zuzuordnen ist.   |
- Auch die übrigen Gesellschafter kommen aus dem Bereich christlich-religiöser Organisationen:
- |             |   |
|-------------|---|
| <b>4,00</b> | <b>Evangeliums-Rundfunk Deutschland e.V.</b> , Wetzlar  |
| <b>3,00</b> | <b>Campus für Christus e.V.</b> , Gießen  |
| <b>3,00</b> | <b>Hänssler-Verlag GmbH</b> , Holzgerlingen   |
| <b>2,50</b> | <b>Vereinigung Evangelische Freikirchen</b> , Oldenburg   |
| <b>2,00</b> | <b>Christlicher Medienverbund KEP e.V.</b> , Wetzlar  |
| <b>2,00</b> | <b>Geschenke der Hoffnung e.V.</b> (ehem. Billy Graham Evangelistic Association Deutschland e.V.), Berlin |
| <b>1,00</b> | <b>Cornhouse-Stiftung International</b> , Hamburg   |
| <b>1,00</b> | <b>Media-Vision e.V.</b> , Heidenheim   |
| <b>1,00</b> | <b>Neues Leben Medien e.V.</b> , Altenkirchen   |
| <b>1,00</b> | <b>Gemeinde und Missionswerk Arche e.V.</b> , Hamburg   |
| <b>1,00</b> | <b>Deutsche Bibelgesellschaft Kirchliche Stiftung des öffentlichen Rechts</b> , Stuttgart                 |
| <b>0,50</b> | <b>Evangelisches Fernsehen Augsburg e.V.</b> , Augsburg   |
| <b>0,50</b> | <b>cfnet-Christliches Film- und Fernseh-Netzwerk e.V.</b> , Pulheim                                       |

## Bloomberg Television

Veranstalterin: **Bloomberg L.P.**  
Neue Mainzer Straße 75, 60311 Frankfurt/Main

Mit Zulassungsbescheid vom 1. August 1997 hat die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) der Bloomberg L.P. die Zulassung zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehprogramms Bloomberg Information Television über Satellit erteilt. Die Zulassung ist auf 10 Jahre befristet.

Bei Bloomberg TV handelt es sich um ein werbefinanziertes deutschsprachiges Nachrichten- und Informationsprogramm. Dabei liegen die Schwerpunkte auf Wirtschafts- und Finanzthemen. Außerdem beinhaltet das Programm aktuelle Nachrichten. Bloomberg TV wird über Kabel und Satellit verbreitet.

Michael Bloomberg hat in den USA die Unternehmensgruppe Bloomberg Financial Markets aufgebaut. Sie bietet über unterschiedliche Dienste Wirtschafts- und Finanzinformationen an. Diese Informationen werden vor allem über Fernsehen und Hörfunk verbreitet. Am 6. November 2001 wurde Michael Bloomberg zum Bürgermeister von New York City gewählt.

Bloomberg L.P. veranstaltet das Programm in Europa, Asien, Australien, dem Pazifikraum sowie Nord- und Südamerika auf englisch, französisch, deutsch, italienisch, spanisch, portugiesisch und japanisch.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 9. Mai 2003 -

**80 Bloomberg, Inc., New York/USA**

Bloomberg, Inc. ist der einzige Komplementär von Bloomberg L.P., CEO ist Lex Fenwick.

**20 Merrill Lynch, Pierce Fenner & Smith, Inc. und Broadcort Capital Corp.**

Beschränkter Partner (Kommanditist) von Bloomberg L.P.; Merrill Lynch ist eine US-amerikanische Investmentbank. Broadcort Capital Corp. ist eine Tochtergesellschaft von Merrill Lynch.



## BTV 4 U

Veranstalterin:

**REGIO NETWORK COMMUNICATION GmbH & Co. KG  
(RNC)**

c/o BTV4 Studios, Grönerstraße 35, 71636 Ludwigsburg

Die REGIO NETWORK COMMUNICATION GmbH & Co. KG (RNC) hat am 07.04.2003 von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) eine auf ein Jahr befristete Zulassung für BTV 4 U unter Auflagen erhalten. RNC produzierte von Januar bis April 2003 das Programm der bisherigen Veranstalterin B.TV Television GmbH & Co. KG (B.TV). B.TV gab am 14. Mai 2003 ihre Sendelizenz zurück.

Das Programm wird seit Anfang Juni 2003 unter dem neuen Namen BTV 4 U veranstaltet. Bei BTV 4 U handelt es sich um ein in Baden-Württemberg über Kabel und bundesweit über Satellit verbreitetes Fernsehprogramm mit regionalem (baden-württembergischem) Schwerpunkt, Talk- und Quizsendungen mit interaktiver Zuschauerbeteiligung.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter –

- Stand: 28. Mai 2003 -

**100 Thomas Hornauer**, Plüderhausen

Thomas Hornauer ist Gründer und Inhaber der Medien-/Werbeagentur Thomas Hornauer, Plüderhausen, sowie des Unternehmens Telekontor GmbH, das als Werbeagentur und Telefondienstleistungsunternehmen tätig ist.

## CLASSICA

Veranstalterin: **Classica GmbH**  
Robert-Bürkle-Str. 2, 85737 Ismaning

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat am 14. Oktober 1999 die bundesweite Verbreitung des digitalen Pay-TV-Spartenprogramms CLASSICA für die Dauer von acht Jahren bis zum 31. Oktober 2007 genehmigt. Mit Bescheid vom 9. April 2003 hat die BLM die Verlagerung der Anbietertätigkeit der Unitel Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft mbH & Co. KG auf die Classica GmbH genehmigt.

Seit dem 1. Oktober 1999 wird CLASSICA über die digitale Programmplattform von Premiere verbreitet. Für den Empfang wird ein Decoder benötigt. Seit 1. Mai 2002 kann das Pay-TV-Programm nur in Verbindung mit einem Premiere-Programmpaket abonniert werden.

CLASSICA ist ein Spartenprogramm ausschließlich für klassische Musik. Es wird 24 Stunden am Tag angeboten. Die Programme werden an den einzelnen Tagen der Woche zeitversetzt wiederholt.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafterin -  
- Stand: Bescheid der BLM vom 9. April 2003 -

**100 Unitel Film- und Fernseheteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG**  
┆ 100 Art Beteiligungs GmbH, Ismaning, Landkreis München  
┆ 100 **Kirch Beteiligungs GmbH & Co. KG**, Unterföhring<sup>(1)</sup>

(1) Darstellung vorbehaltlich neuer Zurechnungstatbestände infolge der Insolvenz verschiedener Unternehmen der KirchGruppe.

## CNN Deutschland

Veranstalterin: **CNN Deutschland GmbH & Co. KG**  
Kaistraße 3, 40221 Düsseldorf

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat CNN Deutschland am 26. März 1999 die Erlaubnis zur Veranstaltung und Verbreitung des Satellitenfenster- und Spartenprogramms im Rahmen des englischsprachigen Programms CNN International ab dem 1. Oktober 1998 erteilt. Das Programm ist für die Dauer von 10 Jahren zugelassen.

CNN sendet schwerpunktmäßig Nachrichten. Das Fensterprogramm ist auf die Ausstrahlung deutschsprachiger Nachrichten und sonstiger Informationen im Hauptprogramm CNN International gerichtet. Es werden werktäglich mehrere Fenster von jeweils 15 Minuten Länge ausgestrahlt. Das Fensterprogramm wird über Satellit den Kabelkopfstationen zugeführt.

Die europäische Sendezentrale des 24-stündigen Hauptprogramms CNN International ist London. Das Hauptprogramm verfügt über eine Sendelizenz der Independent Television Commission (ITC), London/Großbritannien. Es ist über das Satellitensystem ASTRA empfangbar.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 6. Mai 2003 -

- 50 Turner Broadcasting Systems Deutschland GmbH,<sup>(1)</sup> Frankfurt/Main**
  - ┆ 100 Turner Broadcasting System Europe Distribution Ltd., London
  - ┆ 100 Turner Broadcasting System Holdings (Europe) Ltd.
    - ┆ 100 Time Warner Ltd.
      - ┆ 100 Time Warner Communications, Inc.
        - ┆ 100 Time Warner Companies, Inc.
          - ┆ 100 Time Warner, Inc.
            - ┆ 100 AOL Time Warner, Inc.
- 50 DFA Deutsche Fernsehnachrichten Agentur GmbH,<sup>(2)</sup> Bonn**
  - ┆ 51 Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf (Rheinische Post)
  - ┆ 23 Media Contact Verlagsgesellschaft mbH, Verlag des Bonner General-Anzeigers, Bonn
  - ┆ 26 Infobonn Text-, Informations- und Pressebüro GmbH, Bonn

(1) Time Warner und Turner Broadcasting sind zusammen mit Anteilen in Höhe von 49,88 % am Stammkapital bzw. 49,79 % am Kommanditkapital an n-tv beteiligt. Außerdem hält die Unternehmensgruppe eine Kapitalbeteiligung über 30,6 % an der VIVA Media AG. Infolge einer Stimmbindungsvereinbarung verfügt AOL Time Warner, Inc. über insgesamt 46,1 % der Stimmrechte (Az.: KEK 152; siehe unter VIVA). Die

VIVA Media AG hält unter anderem sämtliche Anteile an der Veranstalterin des Musikprogramms VIVA. Auch verfügt sie über 51 % der Anteile an der Veranstalterin des Musiksenders VIVA Plus. Daneben hält AOL Time Warner an VIVA Plus auch unmittelbar 49 % (siehe unter VIVA Plus).

(2) Die DFA Deutsche Fernsehnachrichten Agentur GmbH hält folgende Beteiligungen in % (Stand: 6. Mai 2003):

40,35	FAB Fernsehen aus Berlin GmbH
100,00	GIGA Television Bremen GmbH & Co. KG
100,00	GIGA Television Rheinland-Pfalz GmbH & Co. KG
100,00	GIGA Berlin-Brandenburg Television GmbH & Co. KG
100,00	GIGA Hamburg Television GmbH & Co. KG
100,00	GIGA Saarbrücken Television GmbH & Co. KG
100,00	GIGA Niedersachsen Television GmbH & Co. KG
83,50	ZAP Television GmbH & Co. KG
100,00	NRW TV GmbH & Co. KG
65,84	NBC (Europe) Limited, London

Bei der Angabe von 65,84 % handelt es sich um eine Durchrechnung, denn die DFA ist mittelbar über die Holding United Telco Ltd., London, an NBC Europe beteiligt (zu den einzelnen Beteiligungsstufen siehe unter NBC Europe / NBC-GIGA-Show).

92,7	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. (Regionalsender Hamburg 1; Angabe gemäß Pressemitteilung der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM) vom 14. November 2002)
------	---

## Cult Channel

Veranstalterin:

**CNI Germany GmbH i. G.**

c/o CNI Creative Networks International (The Netherlands)  
B.V., Koningslaan 34, 1075 AD Amsterdam, The Netherlands

Mit Bescheid vom 18. November 1999 hat die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) der CNI Germany GmbH i. G. die Sendeerlaubnis zur Veranstaltung des bundesweit empfangbaren Satelliten-Fernsehprogramms mit dem Arbeitstitel „The Cult Channel“ für die Dauer von sieben Jahren erteilt. Die Frist begann am 1. Januar 2000.

Das von der Creative Network International (CNI) geplante deutschsprachige Programm sieht Spielfilme als Hauptbestandteil vor. Beabsichtigt ist die bundesweite digitale Aussendung.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -
- Stand: Mitteilung der MABB vom 20. Juni 2003 und Zulassungsbescheid vom 18. November 1999 -

#### **100 Cult Networks (The Netherlands) B.V., Amsterdam/Niederlande**

Dieses Unternehmen steht im alleinigen Eigentum der Holdinggesellschaft Creative Networks International (The Netherlands) B.V

#### **Creative Networks International (The Netherlands) B.V. (CNI)**

Anteile am stimmberechtigten Stammkapital mit 1.000 Stimmanteilen bei einem Wert von 1.000 niederländischen Gulden je Aktie:

- ↳ 30 **T. Peter Bartley**
- ↳ 30 **Andrew E. Farley**
- ↳ 40 **Radnor Investments L.P., Radnor, Pennsylvania/USA**

Anteile am stimmberechtigten Stammkapital mit einem Stimmanteil bei einem Wert von einem niederländischen Gulden je Aktie:

- ↳ 100 **Radnor Investments L.P., Radnor, Pennsylvania/USA**

## DCTP

Veranstalterin: **DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH**  
Königsallee 60 B, 40212 Düsseldorf

Die DCTP (Development Company for Television Program) hat ihre bundesweite Sendelizenz im Rahmen des Westschienen-Staatsvertrags (Satelliten-Fernsehstaatsvertrag) durch die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), die Bremische Landesmedienanstalt, die Landesmedienanstalt Saarland (LMS) und die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) erhalten. Sie erhielt die Lizenz gemeinsam mit der VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG. Die gemeinsame Lizenz von VOX und DCTP wurde mit Zustimmung des Länderausschusses, der für den Satelliten-Fernsehstaatsvertrag zuständig ist, im November 2000 auf weitere fünf Jahre ab 1. Januar 2002 bis zum Juli 2007 verlängert.

Die DCTP veranstaltet ein informations- und kulturorientiertes Programm auf dem Sender VOX. Die Programme der DCTP werden als Magazine und Reportagen ausgestrahlt. Zur Zeit veranstaltet sie insgesamt wöchentlich ungefähr 8 ½ Stunden brutto in der Prime Time und ungefähr 12 ½ Stunden in Nebenzeiten. Somit veranstaltet sie im Rahmen des Programms von VOX ungefähr 21 Stunden brutto pro Woche. Es werden allerdings nicht sämtliche Sendungen im wöchentlichen Rhythmus ausgestrahlt.

Vorgesehen ist auch die Verbreitung eines digitalen Vollprogramms (Beschluss der KEK vom 16. November 1999, Az.: KEK 059). Dafür hat die LfM noch keinen Zulassungsbescheid erteilt.

Außerdem veranstaltet die DCTP seit Mai 1988 als unabhängiger Dritter Fensterprogramme auf RTL Television und SAT.1. Dabei handelt es sich um Satellitenfensterprogramme von insgesamt 2 Stunden brutto pro Woche im bundesweit verbreiteten Fernsehprogramm von RTL und von insgesamt 1 ¼ Stunden brutto pro Woche im bundesweit verbreiteten Fernsehprogramm von SAT.1.<sup>(1)</sup>

Im Rahmen des VOX-Programms können 93 % der Fernsehhaushalte die von DCTP gestalteten Programmteile empfangen. Über RTL oder SAT.1 erreichen die von DCTP gestalteten Drittfenster 96 % oder 95 % der Fernsehhaushalte (Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, Stand: 1. Januar 2002).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur - Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter - - Stand: 28. April 2003 -

**50,00 Prof. Dr. Alexander Kluge**, München

**37,50 Dentsu, Inc.**, Tokyo/Japan

Börsennotierte Aktiengesellschaft japanischen Rechts; Dentsu, Inc. wird als größte Werbeagentur Japans beschrieben.

**12,50 Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG**, Hamburg<sup>(2)</sup>

┆ 24,75 Erbgemeinschaft Rudolf Augstein

┆ 1,00 Rudolf Augstein GmbH

┆ 25 Gruner + Jahr AG & Co.

┆ 50 KG Beteiligungsgesellschaft für Spiegel-Mitarbeiter mbH & Co.

┆ 25 Erbgemeinschaft Rudolf Augstein

┆ 49,50 KG Beteiligungsgesellschaft für Spiegel-Mitarbeiter mbH & Co.

┆ 24,75 Gruner + Jahr AG & Co.

Beteiligungen der DCTP:

0,3 %	VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG
20,0 %	Presse TV AG, Schweiz
10,0 %	Tele Potsdam
50,0 %	XXP TV Das Metropolen Programm GbR; die Gesellschafter sind mit jeweils 50 % DCTP und Spiegel TV.

---

(1) Außer DCTP sind die AZ Media TV GmbH (vormals: Center TV Production GmbH) (bei RTL), Hannover, und die News and Pictures Fernsehen GmbH (bei SAT.1), Mainz, unabhängige Drittfensterveranstalter bei bundesweiten Fernsehprogrammen.

(2) Nach der zu erwartenden Ausübung der gesellschaftsvertraglichen Vorerwerbsrechte der Erbengemeinschaft Rudolf Augstein werden sich die Beteiligungsverhältnisse bei der Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG künftig aller Voraussicht nach wie folgt darstellen:

Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG

┆ 23,75 Erbengemeinschaft Rudolf Augstein

┆ 1,00 Rudolf Augstein GmbH

┆ 24,00 Erbengemeinschaft Rudolf Augstein

┆ 50,50 KG Beteiligungsgesellschaft für Spiegel-Mitarbeiter mbH & Co.

┆ 25,50 Gruner + Jahr AG & Co.

┆ 50,00 KG Beteiligungsgesellschaft für Spiegel-Mitarbeiter mbH & Co.

┆ 25,25 Gruner + Jahr AG & Co.

## Deutsches Markenfernsehen (DMF)

Veranstalterin: **DMF-Markenfernsehen GmbH**  
Schröderstr. 10/2, 10115 Berlin

Die DMF-Markenfernsehen GmbH hat mit Bescheid vom 19. Dezember 2002 die Sendeerlaubnis für die Veranstaltung eines Fernseh-Eigenwerbekanals über Satellit von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) für die Dauer von sieben Jahren erhalten. Die Frist begann mit dem Datum der Zustellung der Erlaubnis.

Eigenwerbekanäle sind als Veranstaltung von Rundfunk im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages anzusehen. Eine Besonderheit liegt darin, dass die DMF-Markenfernsehen GmbH keine Eigenwerbung für sich betreibt, sondern ausschließlich Eigenwerbeprogramme ihrer Vertragspartner verbreiten wird.

Geplant ist ein frei empfangbares Fernsehprogramm, in dem unter der redaktionellen Verantwortung der Veranstalterin täglich bis zu 18 Hersteller von Markenartikeln Eigenwerbung ausstrahlen sollen. Die Sendungen sollen ausschließlich Inhalte enthalten, die der Eigendarstellung der Unternehmen in der Öffentlichkeit dienen.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Geschäftskapital in % - Gesellschafterin -  
- Stand: 12. Juni 2003 -

<b>40,0</b>	<b>NewCo</b>
	┆ <b>Frank Evers</b> , Berlin, <b>Markus Höfels</b> , Berlin
<b>34,1</b>	<b>Wolf-Tilmann Schneider</b>
<b>16,9</b>	<b>Dr. Thomas von Werner</b>
<b>6,0</b>	<b>Stefan Rabe</b>
<b>3,0</b>	<b>Ralf Manthey</b>



## Discovery Channel

Veranstalterin: **Discovery Channel Betriebs GmbH**  
Schwere-Reiter-Straße 35 / Haus 17, 80797 München

Als Spartenprogramm ist Discovery Channel seit dem 1. August 1996 auf Sendung. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat mit Bescheid vom 8. Juni 1999 die bundesweite Verbreitung des digitalen Pay-TV-Programms bis zum 29. April 2007 genehmigt. Seit 1. Oktober 1999 wird Discovery Channel von der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG im Rahmen ihres digitalen Programm bouquets Premiere angeboten.

Das Programm wird von der Discovery Channel Betriebs GmbH konzipiert sowie redaktionell verantwortet und über die Programmplattform von Premiere vermarktet. Dort gehört Discovery Channel neben den von Premiere selbst veranstalteten Spartenkanälen (z. B. Premiere 1 – 7, Premiere Sport, Premiere Krimi) und den anderen, von Dritten veranstalteten Fremdprogrammen (z. B. 13TH STREET, PLANET, Disney Channel) zum Programmangebot. Das Programm wird als Bestandteil eines Premiere-Pakets angeboten. Außerdem können Premiere-Abonnenten es einzeln buchen.

Der Spartenkanal besteht aus einem deutschsprachigen 24-Stunden-Programm. Das Kernprogramm wird mehrmals wiederholt. Es setzt sich aus Dokumentarfilmen zusammen. Damit werden insbesondere die Themenbereiche „Tier und Natur“, „Abenteuer und Kultur“, „Wissenschaft und Technik“ sowie „Geschichte und Zeitgeschehen“ berücksichtigt. Die Eigenproduktionen von Discovery Communications, Inc. nehmen einen besonderen Stellenwert ein. Discovery Communications, Inc. wird als der weltweit größte Produzent von Dokumentarfilmprogrammen beschrieben. Discovery Channel vermarktet ihre Programme auch im Free-TV (z. B. ZDF, 3sat, N24; Stand: Juni 2003).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: Beschluss der KEK vom 11. März 2003 (Az.: KEK 164) -

- 100** **Discovery Germany L.L.C. (Limited Liability Company)**, Bethesda, Maryland/USA
  - † 100** **Discovery Communications, Inc.** (DCI), Bethesda/Maryland/USA
    - † 49,2** **Liberty Media Corporation**, Englewood/USA (Hauptaktionär Dr. John C. Malone)
    - † 24,6** **Cox Communications, Inc.**, Atlanta/USA (Mutterkonzern Cox Enterprises, im Besitz der Familie Cox)
    - † 24,6** **Advance Publications, Inc.**, Staten Island/USA (im Eigentum der Familie Newhouse)
    - † 1,6** **John S. Hendricks** (Firmengründer und CEO)

## Disney Channel

Veranstalterin:

**Buena Vista (Germany) GmbH**

Münchener Straße 101/22, 85737 Ismaning

Mit Bescheid vom 30. Juli 1999 hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) dem digitalen Pay-TV-Kanal Disney Channel die Sendelizenz für acht Jahre bis zum 30. September 2007 erteilt.

Das Programm ist ein 24-stündiges Pay-TV-Angebot, das sich an Kinder, an Heranwachsende und an deren Familien richtet.

Seit Oktober 1999 wird das Programm von der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG über deren digitale Pay-TV-Plattform verbreitet. Es kann als Bestandteil eines Programmpakets von Premiere abonniert werden. Ein Einzelabonnement ist nicht möglich.

Disney Channel wird als Teil von Premiere bundesweit über das ASTRA-Satellitensystem und über Kabel verbreitet. Für den Empfang und die Entschlüsselung ist die Anschaffung oder Anmietung eines Decoders erforderlich.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 5. Mai 2003 -

**100 Disney Store (Germany) GmbH**, Eschborn/Taunus

↳ **100 Disney Enterprises, Inc.**, Delaware/USA, eine Holdinggesellschaft der **The Walt Disney Company**, der Muttergesellschaft aller Disney-Unternehmen

## DSF

Veranstalterin: **DSF Deutsches SportFernsehen GmbH**  
Münchener Str. 101 g, 85737 Ismaning

Mit Bescheid vom 14. Mai 1999 hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) das bundesweite ganztägige Satelliten-Fernsehspartenprogramm mit dem programmlichen Schwerpunkt auf Sportsendungen befristet bis zum 30. April 2007 genehmigt. Gestartet war DSF am 1. Januar 1993 als Nachfolger des Programms Tele 5.

Auf der Grundlage des Genehmigungsbescheides der BLM vom 3. April 2003 übernahm ein neu gegründetes 100%iges Tochterunternehmen die Veranstaltertätigkeit, wobei auch die Firmenbezeichnung übernommen wurde. Diese Veränderung erfolgte im Zuge des Insolvenzverfahrens bei der vormaligen Muttergesellschaft von DSF, der Kirch Media GmbH & Co. KGaA. Die Sendegenehmigung für die neue DSF Deutsches Sport-Fernsehen GmbH ist bis zum 20. April 2007 befristet.

DSF orientiert sich mit seinem 24-stündigen Spartenprogramm an den Wünschen der sportinteressierten Zuschauer. Es erreicht 89 % der Fernsehhaushalte (Stand: 1. Januar 2002, Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung). Das Programm wird über Kabel und über das ASTRA-Satellitensystem verbreitet. In Bayern können es viele Haushalte über Antenne empfangen.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: Beschluss der KEK vom 13. Mai 2003 (Az.: KEK 179) -

<b>22,22</b>	<b>Dr. Hans-Dieter Cleven, Cham/Schweiz</b>
<b>77,78</b>	<b>GAMMA 98 Vermögensverwaltungs-GmbH (künftig Media Holding GmbH), Frankfurt/Main</b>
┆	<b>50,1 EM-Sport Sportmarketing GmbH, München</b>
	┆ <b>100 EM.TV &amp; Merchandising AG, Unterföhring<sup>(1)</sup></b>
	┆ 24,8 WKB Beteiligungs GmbH, Hamburg
	┆ 100 Werner E. Klatten, Hamburg (Vorstandsvorsitzender der EM.TV & Merchandising AG)
	┆ 17,54 Familie Thomas Haffa
	┆ 57,66 Streubesitz
┆	<b>49,9 Karstadt Quelle New Media AG, Essen</b>
	┆ <b>100 Karstadt Quelle Business Services GmbH, Essen</b>
	┆ ca. 13,3 Karstadt GmbH
	┆ ca. 13,3 Neckermann Versand AG
	┆ ca. 60,1 Karstadt Quelle Service GmbH, Essen
	┆ 100 Karstadt Quelle AG, Essen
	┆ 5,00 Eigenbesitz
	┆ 36,40 Pool „Madeleine Schickedanz“
	┆ 13,34 Allianz AG
	┆ 12,24 Riedel Holding GmbH & Co.KG
	┆ 33,02 Streubesitz
	┆ ca. 13,3 Quelle AG
	┆ 100 Karstadt Quelle AG (s. o.)

---

(1) Bei der EM.TV & Merchandising AG wurden gesellschaftsrechtliche Veränderungen angezeigt; siehe dazu unter Tele 5.

## Einstein TV

Veranstalterin:

**Einstein Channel GmbH**

Großbeerenstr. 187, 14482 Potsdam<sup>(1)</sup>

Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat am 28. Dezember 1999 die Sendeerlaubnis zur Veranstaltung des bundesweit empfangbaren Satelliten-Fernsehprogramms Der Europäische Wissenschaftskanal für die Dauer von sieben Jahren erteilt. Die Frist begann mit der Aufnahme der Sendung, spätestens am 1. Januar 2000. Die Gesellschafter der zunächst als Der Europäische Wissenschaftskanal GmbH firmierenden Veranstalterin haben ihre Geschäftsanteile an die Einstein Channel plc. verkauft und abgetreten.

Das Programm ist unter dem Namen Einstein TV als Bestandteil des digitalen Paketangebots der Regionalgesellschaften der Kabel Deutschland GmbH (KDG) erhältlich (DigiKabel). Einstein TV sendet wissenschaftliche Fernsehprogramme, die inhaltlich in vier Sparten aufgeteilt sind: Bio-, Geo- und Raumwissenschaft und Technologie.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur<sup>(2)</sup>

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 25. April 2002 -

**100 Einstein Channel plc.**, London, notiert an der Londoner Börse; Aktionäre per 30. Juni 2001:

┆	8,07	Stephen Christopher Timmins (Chief Executive Officer Einstein Channel plc.)
┆	7,23	M. J. Powell
┆	7,23	Vivian Schragger Powell
┆	5,92	D. Nelson
┆	7,11	Vidacos Nominees Limited
┆	7,06	Rothschild Asset Management
┆	6,71	Friends Ivory & Sime
┆	5,80	Marrill Lynch Investment Managers
┆	5,70	Clerical Medical Resource Smaler Co Unit Trust
┆		Rest Streubesitz

(1) Aktuelle Mitteilungen zufolge hat Einstein Channel den Geschäftssitz nach London verlegt (Stand: Mai 2003).

(2) Die Übertragung der Geschäftsanteile der beiden alleinigen Gesellschafter Martin Powell und Steve Timmins auf die Einstein Channel plc. steht unter dem Vorbehalt der medienrechtlichen Genehmigung (Az.: KEK 108).

## EURO.I

Veranstalterin: **EURO.I Radio und Fernseh GmbH**  
Robert-Hooke-Str. 4, 28395 Bremen

Das geplante digitale Sport-Spartenprogramm EURO.I soll in deutscher und türkischer Sprache als Pay-TV-Programm über Satellit ausgestrahlt werden. Es ist auch eine Ausstrahlung per Kabel geplant. Die Bremische Landesmedienanstalt hat dem Programm am 17. Dezember 2001 die Zulassung auf 10 Jahre erteilt. Die Laufzeit begann mit dem Tage der Bekanntgabe.

Geplant ist ein mehrsprachiges Programm. Vorgesehen ist, dass die inhaltlichen Schwerpunkte des Programms Live-Übertragungen der Spiele der ersten türkischen Fußballliga sowie die Übertragungen von Eishockey-Spielen der zweiten deutschen Bundesliga bilden.

Der Veranstalter hat den Sendebetrieb noch nicht aufgenommen (Stand: Juni 2003).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Kapitalanteile in % <sup>(1)</sup>
- Stand: 20. Mai 2003 -

**50 Güner Demir**, Bremen  
**50 Ismail Demir**, Bremen

- (1) Mit Schreiben vom 20. Mai 2003 hat die EURO.I Radio und Fernseh GmbH mitgeteilt, dass Übertragungen stattfanden. Zunächst änderte sich die gesellschaftsrechtliche Struktur wie folgt:

#### Kapitalanteile in %

50 Eskandar Dilmaghani  
50 Variflex GmbH

Danach fand mit notarieller Beurkundung vom 4. April 2003 eine weitere Übertragung statt. Demzufolge ergibt sich für die gesellschaftsrechtliche Struktur zur Zeit folgender Sachverhalt:

#### Kapitalanteile in %

100 Eskandar Dilmaghani

Auch ist eine Umfirmierung in World Sport TV GmbH vereinbart. Für das Programm ist die Bezeichnung „World Sport Program“ geplant.

Die Übertragungen stehen unter dem Vorbehalt der medienkonzentrationsrechtlichen Genehmigung durch die KEK.

## Eurosport

**Eurosport S.A.** 3, rue Gaston et René Caudron, 92798 Issy-les-Moulineaux  
Cedex 9, Frankreich

Deutsche Filiale:  
**Eurosport Media GmbH** Rosenheimer Str. 145 e, 81671 München

Eurosport ist seit dem 5. Februar 1989 auf Sendung. Die Sendelizenz hat der Veranstalter durch den Conseil Supérieur de L'Audiovisuel (CSA, Frankreich) erhalten. Als Veranstalter des Programms Eurosport im rechtlichen Sinne wird das Konsortium Eurosport angesehen. Das Konsortium verfügt über die herausgeberische Kontrolle, es ist verantwortlich für das Programm. Zudem übernimmt es u. a. den Erwerb und die Bereitstellung von Sportprogramminhalten, die von seinen Mitgliedern oder anderen aktiven Mitgliedern der Europäischen Rundfunkunion (EBU) produziert oder gekauft werden. Das Konsortium besteht aus 25 EBU-Mitgliedern (Stand: April 2003, s. u.).

Eurosport S.A. übernimmt den Betrieb des Programms und technische Funktionen. Darüber hinaus ist Eurosport S.A. für die Verwaltung und wirtschaftliche Entwicklung von Eurosport und seine Finanzierung verantwortlich und verfügt weltweit über die ausschließlichen Rechte für Vertretung, Werbung, Vertrieb und Verteilung des Eurosport-Programms.

Das Programm Eurosport verbreitet schwerpunktmäßig europäische Sportarten und Sportereignisse. Es wird in 18 europäischen Sprachen (deutsch, englisch, niederländisch, französisch, schwedisch, finnisch, norwegisch, dänisch, spanisch, italienisch, tschechisch, ungarisch, russisch, polnisch, rumänisch, portugiesisch, griechisch und türkisch) gesendet.

Eurosport wird über mehrere Satelliten (z. B. Astra) in Europa verbreitet. Es ist auch Bestandteil des Grundangebots von Kabelfernsehanbietern und vieler digitaler Plattformen in Großbritannien, Skandinavien, Frankreich, Spanien, Italien, Polen, Portugal und Russland. In Deutschland wird es in die analogen Kabelnetze eingespeist. Zudem ist es als Bestandteil von ZDF.vision frei und unverschlüsselt in allen digitalen Fernsehhaushalten zu empfangen. Nach Angaben des Senders können in Europa über 92 Mio. Haushalte und 250 Mio. Zuschauer in 54 Ländern das Programm empfangen (Stand: Juni 2003).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur der **Betriebsgesellschaft**

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: Auskunft der Eurosport S.A. vom 26. April 2003 und  
Unternehmensmitteilung von TF1 vom 31. Dezember 2002 -

**100** **Télévision Francaise S.A. (TF1)**, Boulogne; TF1 veranstaltet das zuschaueranteilsstärkste Fernsehprogramm in Frankreich

‡ **41,6** **Bouygues Group**, Paris (Telekommunikations-, Medien- und Infrastrukturkonzern)

‡ 1,5 Société Générale

‡ Rest Streubesitz

Konsortium Eurosport: Mitglieder  
- Stand: Auskunft der Eurosport S.A. vom 26. April 2003 -

BBC	British Broadcasting Corporation (Großbritannien)
CT	Ceska Televize (Tschechische Republik)
CYBC	Cyprus Broadcasting Corporation (Zypern)
DK/TV 2	TV2 Danmark (Dänemark)
DR	Danmarks Radio (Dänemark)
ERT	Elliniki Radiophonia Tileorassi SA (Griechenland)
IBA	Israel Broadcasting Authority (Israel)
MKRTV	Macedonian Radio & Television (Mazedonien)
MTV	Magyar Televizio (Ungarn)
MTV/Fi	Mtv Oy (Finnland)
No/TV2	TV2 AS (Norwegen)
NRK	Norsk Rikskringkasting AS (Norwegen)
RTBF	Radio Télévision belge de la Communauté française (Belgien)
RTP	Rádiatelevisão Portuguesa SA (Portugal)
RTVE	Radio Televisión Española (Spanien)
RTVSlo	Radiotelevizija Slovenija (Slovenien)
RUV	Ríkisutvarpid (Island)
SRG/SSR	idée suisse Société Suisse de Radiodiffusion et Télévision (Schweiz)
STV	Slovenska Televizia (Slovakische Republik)
SVT	Sveriges Television och Radio Grupp (Schweden)
TRT	Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu (Türkei)
TVP	Telewizja Polska (Polen)
TVR	Societata Romana de Televiziune (Rumänien)
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroep (Belgien)
YLE	Yleisradio Oy (Finnland)



## Event Channel

Veranstalterin:

**drb Event Channel GmbH**

August-Bebel-Straße 26 – 53, 14482 Potsdam

Unter dem Arbeitstitel „Event Channel“ ist ein deutschsprachiges, digitales Programm geplant, dessen Schwerpunkt im Unterhaltungsbereich liegen soll.

Der zeitliche Umfang des Angebots soll ereignisabhängig gestaltet werden, weshalb keine festen Sendezeiten und keine festen Programmstrukturen vorgesehen sind. Geplant ist die regelmäßig ungekürzte Live-Übertragung von neuen Fernsehformaten, Ereignissen aus dem Musikbereich, dem Sportbereich und Ausstellungen.

Der Antrag auf Satellitenzulassung wurde bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) gestellt. Bislang ist keine Zulassung erteilt (Stand: Juni 2002).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 23. April 2002 -

**100 drb-media GmbH**; das Unternehmen steht im Alleineigentum von Ulrich Hansbuer

## Extreme Sports Channel und Club

Extreme Sports Channel: **Extreme Sports Channel VOF**  
Club: **UPC Programming B.V.**  
c/o UPC Programming B.V. (UPCtv), Konigin Wilhelminablein  
2 – 4, Berghaus Plaza, 1062 HK Amsterdam

UPCtv verbreitet zur Zeit in Deutschland zwei themenspezifische Programme, Extreme Sports Channel und Club, die Kabel- und Satellitenbetreibern zur Ausstrahlung im Rahmen ihrer Paketangebote offeriert werden. In Deutschland werden die beiden Programme in Fassungen verbreitet, die zum Teil in deutscher Sprache synchronisiert sind. Die Sendelizenz haben sie von der niederländischen Rundfunkbehörde erhalten.

Die Programme von UPCtv sind in über 50 Ländern in verschiedenen Sprachversionen erhältlich. Der Extreme Sports Channel spezialisiert sich auf „Extremsportarten“ und die damit zusammenhängenden Lebensstile. Unter „Extreme Sports“ versteht der Veranstalter Sportarten wie zum Beispiel Surfen, Snowboarden, Mountainbiking, Motorradsport oder Inline-Skating. Gesendet wird ein 24-Stundenprogramm. Club bietet Informationen zu Themen des Alltags.

Nach den Angaben von UPCtv verfügen zur Zeit in Deutschland drei Kabelnetzbetreiber über die Rechte, die Programme zu verbreiten: Primacom (Prima TV) und United Television strahlen beide Programme aus; Media-pool verbreitet nur Extreme Sports Channel.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Stand: Auskunft der UPC Programming B.V. vom 7. Juli 2003 -

Veranstalter von Extreme Sports Channel ist **Extreme Sports Channel VOF**. Hierbei handelt es sich um ein niederländisches Gemeinschaftsunternehmen, das von ESC Programming B.V. und von Extreme Networks (Europe) Limited betrieben wird.

Club wird von UPC Programming B.V. (UPCtv), Amsterdam, veranstaltet. Dies ist ein Tochterunternehmen der United Pan-Europe Communications (UPC) N.V., Amsterdam.

† ca. 53 % **UnitedGlobalCommunications, Inc.**, Denver/USA (Stand: Juni 2003)

## Forschungskanal

Veranstalterin: **Forschungskanal Gesellschaft für Markt-, Medien- und Sozialforschung und Business-Kommunikation über interaktives Fernsehen mbH**  
 Mehlemer Str. 5, 50968 Köln

Die Zulassung zur Veranstaltung des bundesweiten digitalen Fernsehspartenprogramms Forschungskanal wurde am 26. März 2001 bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) beantragt. Am 22. Mai 2001 entschied die KEK, dass der Zulassung Gründe der Sicherung der Meinungsvielfalt nicht entgegenstehen.

Unter dem Programmnamen „Forschungskanal“ ist ein 24-stündiges, deutschsprachiges Spartenprogramm mit den Schwerpunkten Service und Forschung geplant.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Geschäftskapital in % - Gesellschafter -  
 - Stand: 19. April 2002 -<sup>(1)</sup>

<b>26,26</b>	<b>Dr. Clemens Grosche</b> , Düsseldorf
<b>11,76</b>	<b>Kai Sterzenbach</b> , Köln
<b>12,09</b>	<b>Ulrich Hünermann</b> , Köln
<b>14,29</b>	<b>KSK Wagniskapital GmbH</b> , Köln; Gesellschafter dieses Unternehmens sind die Kreissparkasse Köln, die Sparkasse Gummersbach-Bergneustadt und die Sparkasse Wiehl
<b>35,60</b>	<b>TechnoMedia Kapitalbeteiligungsgesellschaft Köln mbH</b> , Köln; ein Unternehmen der Stadtparkasse Köln

(1) Mit Schreiben vom 19. April 2002 wurde der KEK mitgeteilt, dass über das Vermögen der Forschungskanal GmbH das Insolvenzverfahren eröffnet ist. Nach Auskunft der LfM ist das Verfahren noch nicht beendet.

## FOX Kids

Veranstalterin:

**FOX KIDS GERMANY GMBH**

Schwerer-Reiter-Str. 35/3, 80797 München

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat in seiner Sitzung am 20. Juli 2000 die bundesweite Verbreitung des digitalen Pay-TV-Spartenprogramms „Fox Kids“ für die Dauer von acht Jahren genehmigt (Bescheid vom 12. September 2000). Die Sendelizenz wurde bis zum 30. September 2008 erteilt.

Der Fernsehsender FOX Kids veranstaltet einen Pay-TV-Kanal auf der Plattform von Premiere. Es handelt sich um ein unterhaltungsorientiertes Spartenprogramm in deutscher Sprache, das sich vornehmlich an Kinder der Altersgruppe 4 – 13 Jahre wendet. Es wird täglich von 6:00 bis 22:00 Uhr im Rahmen eines Premiere-Pakets ausgestrahlt.

Die FOX KIDS GERMANY GMBH steht im Alleineigentum von Fox Kids Europe (s. u.). Tochterunternehmen der Fox Kids Europe veranstalten seit 1996 europaweit entsprechende Kinderprogramme im Pay-TV, so unter anderem in Großbritannien (vermarktet von BSkyB), den Niederlanden, Frankreich (im Rahmen des Canal-Satellite-Pakets), den skandinavischen Ländern, Polen, Spanien und in Osteuropa. Sie erreichen nach eigenen Angaben über 32 Mio. Abonnenten in 57 Ländern Europas und des Mittleren Ostens (Stand: April 2003). Saban Entertainment, Inc. produziert und handelt mit Real- und Zeichentrickserien für Kinder. Das Unternehmen besitzt einen der größten Programmkataloge unterschiedlicher Kinderserienprogramme.

Mitte 2001 erwarb die Walt Disney Company, USA, sämtliche Anteile an der Fox Family Worldwide, Inc., USA (Az.: KEK 128); der Firmenname wurde in ABC Family Worldwide, Inc. geändert. Deren Tochterfirma ABC Family Channel ist Betreiberin von Fernsehkanälen. Außerdem vertreibt sie Fernsehprogramme. Das Unternehmen erreicht in den USA nach eigenen Angaben 81 Mio. Haushalte. Hinzu kommt Fox Kids Latin America mit 10 Mio. Haushalten.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 5. Mai 2003 -

**100 Fox Kids Europe Channel B.V.**, Hilversum/Niederlande

┆ 100 Fox Kids Europe Properties S.A.R.L., Luxembourg

┆ 100 Fox Kids Europe N.V., Hilversum/Niederlande

┆ **75,7 Saban Entertainment, Inc.**, Los Angeles/USA

┆ **100 ABC Family Worldwide, Inc.** (vormals: Fox Family Worldwide, Inc.), Los Angeles/USA

┆ **100 The Walt Disney Company**, Burbank/California/USA

┆ 24,3 Streubesitz

## GoldStar TV

Veranstalterin:

**GoldStar TV GmbH & Co. KG**

Reichenbachstr. 1, 85737 Ismaning

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat am 10. Februar 2000 das digitale Sparten-Pay-TV-Programm GoldStar TV für die Dauer von acht Jahren bis zum 30. Januar 2008 genehmigt. Am 1. März 2000 ging das Programm auf Sendung.

Unter dem Namen GoldStar TV veranstaltet das Unternehmen ein 24-stündiges Musikspartenprogramm für deutschsprachige, volkstümliche und internationale Schlager und Oldies. Es wendet sich bevorzugt an die Zuschauer über 45 Jahre. Das Programmschema sieht Musikclips, moderierte Sendungen und Aufzeichnungen von Schlagerveranstaltungen vor, die um die Ausstrahlung von Großereignissen, z. B. Live-Konzerten, ergänzt werden.

GoldStar TV wird verschlüsselt per Satellit und Kabelanlagen über die Programm- und Vermarktungsplattform der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG ausgestrahlt. Das Programm wird zusammen mit dem ebenfalls von der GoldStar TV GmbH & Co. KG veranstalteten Programm Heimatkanal von Premiere als spezielles Zusatzpaketangebot (GoldStar Extra) vermarktet.

GoldStar TV wird wie Heimatkanal der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG zugerechnet. Die Zurechnung erfolgt gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV aufgrund der Einflussmöglichkeiten, die der Plattformbetreiberin der Plattform- und Vermarktungsvertrag einräumt.

Seit dem 1. Oktober 2002 verbreitet und vermarktet auch die PrimaCom AG das Paket GoldStar Extra in ihren digitalen Kabelnetzen.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Geschäfts- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 5. Mai 2003 -

**100** **Gottfried Zmeck**, Ottobrunn

Die GoldStar TV GmbH & Co. KG ist zu 100 % an der Mainstream Media und Radio GmbH beteiligt, die wiederum Komplementärin der Mainstream Media GmbH & Co. KG ist.

## **GSN (Game Show Network)**

Veranstalterin:

**GSN Channel GmbH**

Kemperplatz 1, 10785 Berlin

c/o Rechtsanwaltskanzlei Clifford, Chance, Pünder, Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Hess, Oberlindau 54 – 56, 60323 Frankfurt am Main

Die Rundfunkkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat in ihrer Sitzung am 24. September 1999 die Zulassung des digitalen Fernsehprogramms GSN zur bundesweiten Verbreitung beschlossen (Zulassungsbescheid vom 22. März 2000). Das Programm ist für die Dauer von 10 Jahren zugelassen.

Gegenstand des geplanten Spartenprogramms mit dem Schwerpunkt Unterhaltung sind eigen- und auftragsproduzierte deutschsprachige Versionen erfolgreicher US-amerikanischer Gameshows. Das Programm ist noch nicht auf Sendung.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 25. April 2003 -

#### **100 Beteiligungsgesellschaft Sony Entertainment mbH, Berlin**

Die Beteiligungsgesellschaft Sony Entertainment mbH ist organschaftlich mit der Sony Entertainment Holding GmbH (SEH) verbunden. Die SEH ist über mehrere Beteiligungsstufen von der börsennotierten Sony Corporation, Tokio, abhängig. Bei Sony handelt es sich um einen Konzern, dessen Schwerpunkt im Bereich der Unterhaltungselektronik liegt. Daneben ist Sony aber unter anderem durch Sony Music Entertainment und das Hollywood-Filmstudio Columbia TriStar Pictures auch ein Konzern der Medienbranche.

## Heimatkanal

Veranstalterin:

**GoldStar TV GmbH & Co. KG**

Reichenbachstr. 1, 85737 Ismaning

Am 23. Juli 2002 hat die Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM) der GoldStar TV GmbH & Co. KG die Zulassung für die bundesweite digitale Verbreitung des TV-Unterhaltungsprogramms Heimatkanal erteilt. Die GoldStar TV GmbH & Co. KG sendet das Programm seit dem 1. August 2002. Sie hat das Programmformat von Premiere übernommen.

Heimatkanal bietet schwerpunktmäßig klassische Heimatfilme, Heimattheater und volkstümliche Musik und damit zusammenhängende Events und Reportagen.

Heimatkanal wird verschlüsselt per Satellit und Kabelanlagen über die Programm- und Vermarktungsplattform der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG ausgestrahlt. Zusammen mit dem Programm GoldStar TV wird Heimatkanal als spezielles Zusatzpaket von Premiere vermarktet, das Abonnenten von Premiere für ein Zusatzentgelt beziehen können.

Wie GoldStar TV wird auch Heimatkanal der Plattformbetreiberin Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG zugerechnet. Die Zurechnung erfolgt gemäß § 28 Abs. 2 Satz 2 Nr. 2 RStV aufgrund der Einflussmöglichkeiten, die der Plattform- und Vermarktungsvertrag der Plattformbetreiberin einräumt.

Seit dem 1. Oktober 2002 werden Heimatkanal und GoldStar TV auch in den digitalen Kabelnetzen der PrimaCom AG verbreitet und vermarktet. Wie bei Premiere können sie auch bei PrimaCom als Paket „GoldStar Extra“ monatlich abonniert werden.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Geschäfts- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 28. April 2003 -

**100** **Gottfried Zmeck**, Ottobrunn

## Home Shopping Europe (HSE)

Veranstalterin: **HSE Home Shopping Europe AG**  
Münchner Straße 101 h, 85737 Ismaning

Die HSE Home Shopping Europe AG (vormals: H.O.T. Home Order Television AG) veranstaltet einen 24-stündigen Fernseheinkaufskanal, der am 15. Oktober 1995 unter dem Markennamen H.O.T. gestartet ist. Seit dem 7. Mai 2001 wird in Deutschland, Österreich und der Schweiz das Programm unter dem neuen Markennamen Home Shopping Europe (HSE) ausgestrahlt. Das Programm wird als Mediendienst auf Grundlage des Mediendienstestaatsvertrages verbreitet.

Im Rahmen des Programms HSE werden Produkte präsentiert, die über das Telefon bestellt werden können. HSE ist über Satellit und Kabel empfangbar. Nach eigenen Angaben können das Programm in Deutschland, Österreich und der Schweiz über 30 Mio. Haushalte empfangen (Stand: Juni 2003). Außerdem hat HSE Tele-shopping-Fenster bei SAT.1 und Kabel 1 eröffnet.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: Mitteilung des Unternehmens vom 28. April 2003 -

**10,01** **Quelle AG**, Fürth  
**89,99** **HSN Home Shopping Network GmbH (HSN)**, Frankfurt/Main  
↳ **100** **USA Interactive, Inc.** (vormals: USA Networks, Inc.), New York und Delaware/  
USA<sup>(1)</sup>

---

(1) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der USA Interactive, Inc., siehe unter NEUN LIVE.



## Junior

Veranstalterin: **Junior.TV GmbH & Co. KG**  
Betastraße 11, 85774 Unterföhring

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat am 14. Oktober 1999 die bundesweite Verbreitung der digitalen Pay-TV-Spartenprogramme K-toon und Junior der Junior.TV GmbH & Co. KG für die Dauer von acht Jahren bis zum 31. Oktober 2007 genehmigt (Zulassungsbescheid vom 2. November 1999).

Im Oktober 1999 sind beide Programme als Angebote auf der digitalen Pay-TV-Plattform der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG gestartet. Die Spartenprogramme bestehen aus Kinder- und Jugendfilmen (Realfilm, Zeichentrick, Animation). Bis Ende März 2003 strahlte Premiere beide Programme zeitpartagiert aus, und zwar Junior tagsüber und K-toon abends und nachts. Seit dem 1. April 2003 betreibt die Junior.TV GmbH & Co. KG bei Premiere ausschließlich Junior als 24-Stunden-Kanal. Die Rechte aus der Genehmigung für das Programm K-toon sind erloschen.

Die Premiere-Abonnenten können den Kinderkanal Junior als Teil eines Zusatzpaketes oder einzeln beziehen. Als Teil von Premiere ist Junior bundesweit über das ASTRA-Satellitensystem und über Kabel empfangbar. Für den Empfang und die Entschlüsselung ist die Anschaffung oder Anmietung eines Decoders erforderlich.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 5. Mai 2003 -

<b>50</b>	<b>Kirch Media GmbH &amp; Co. KGaA<sup>(1)</sup></b>
<b>50</b>	<b>EM.TV &amp; Merchandising AG, Unterföhring<sup>(2)</sup></b>
┆ 24,8	WKB Beteiligungs GmbH
	┆ 100 Werner E. Klatten, Hamburg (Vorstandsvorsitzender der EM.TV & Merchandising AG)
┆ 17,54	Familie Thomas Haffa
┆ 57,66	Streubesitz

(1) Die **Kirch Media GmbH & Co. KGaA** hält ihre Anteile an der Veranstalterin nicht mehr unmittelbar, sondern über eine neu gegründete 100%ige Tochtergesellschaft, die Blitz 01-826 GmbH. Der materielle gesellschaftsrechtliche Einfluss von KirchMedia wird durch das Einschleichen dieser reinen Zwischenholding nicht verändert.

Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der Kirch Media GmbH & Co. KGaA siehe unter SAT.1.

Am 16. Januar 2003 beantragte die Junior.TV GmbH & Co. KG die Übernahme der restlichen Gesellschaftsanteile in Höhe von 50 %, die bisher von der KirchGruppe gehalten worden sind, durch die EM.TV & Merchandising AG zu genehmigen (Az.: KEK 169).

Junior.TV hat mitgeteilt, dass die der Beteiligungsveränderung zugrunde liegenden Verträge noch nicht ausgehandelt sind; die Veranstalterin will von sich aus auf die Angelegenheit zurückkommen. Das Verfahren ruht.

- (2) Bei der EM.TV Merchandising AG wurden gesellschaftsrechtliche Veränderungen angezeigt (Az.: KEK 184); siehe dazu unter Tele 5.

## Kabel 1

Veranstalterin:

**Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH**

Gutenbergstraße 1, 85774 Unterföhring

Der Fernsehsender Kabel 1 ging am 29. Februar 1992 zunächst unter dem Namen „DER KABELKANAL“ auf Sendung. Unter dem Namen Kabel 1 wird das Programm seit dem 24. Dezember 1994 verbreitet. Mit Bescheid vom 21. Februar 1992 hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) das über Satellit verbreitete Fernsehprogramm genehmigt. Die Sendelizenz ist bis zum 29. Februar 2004 befristet (Bescheid der BLM vom 29. Februar 1996).

Das Programm von Kabel 1 besteht schwerpunktmäßig aus Spielfilmen und Fernsehserien sowie eigen- und auftragsproduzierten Shows und Unterhaltungsformaten mit täglichen Nachrichten, Reportagemagazinen und Dokumentationssendungen.

Die technische Reichweite von Kabel 1 liegt derzeit bei 89 % (Stand: 1. Januar 2002, Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung). Der Sender wird über Kabel und Satellit verbreitet.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 5. Mai 2003 -

**100 ProSiebenSAT.1 Media AG, Unterföhring<sup>(1)</sup>**

(1) Die weiteren Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse bei der **ProSiebenSAT.1 Media AG** werden unter SAT.1 dargestellt.

## Kanal D

Veranstalterin:

**Dogan Media International GmbH**

An der Brücke 20 - 22, 64546 Mörfelden-Walldorf

Die Versammlung der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) hat am 14. Dezember 1999 der Dogan Media International GmbH die bundesweite Zulassung für ein Fernsehprogramm in türkischer Sprache mit starkem Deutschlandbezug erteilt.

Die Dogan Media International Group, Istanbul, veranstaltet seit Dezember 1993 nach türkischem Recht bereits ein Programm unter dem Namen Kanal D in türkischer Sprache. Seit März 1996 wird es über den Satelliten TürkSAT verbreitet. Von den Regionalgesellschaften der Kabel Deutschland GmbH (KDG) wird es in fremdsprachigen Programmpaketen (DigiKabel) angeboten. Über das Satellitensystem Eutelsat wird es als digitales Programm auch im Rahmen eines verschlüsselten Satellitenpaketes (Digiturk) und für digitale Kabelnetze (visAvision) ausgestrahlt (Stand: Juni 2003).

Das deutsche Tochterunternehmen Dogan Media International GmbH wurde im Juli 2000 für das Vorhaben gegründet, ein neues Programm Kanal D zu gestalten, um speziell den Bedürfnissen und Interessen der in Deutschland lebenden Türken gerecht zu werden. Nach den Planungen von Dogan Media sollen Nachrichten und einige Magazine sukzessiv durch Zweikanaltechnik auch in deutscher Sprache angeboten werden. Die Dogan Media Group teilte mit, dass sich die Kanal-D-Programme „Yola cikanlar“ (40 Min., dienstags) und „Avrupa Pazar Magazin“ (40 Min., sonntags) an in Deutschland lebende Türken richten und in Berlin bzw. Köln hergestellt werden (Stand: April 2003).

Die Dogan Media Group (DMG), Istanbul, ist eine Mediengruppe in der Türkei. Unter dem Dach der Dogan Yayin Holding A.S., einer 84,94 %-Tochter der DMG, sind alle wesentlichen Medienaktivitäten, wie Publikationen, Druck, Werbung, Vertrieb und Rundfunk, gebündelt.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur<sup>(1)</sup>

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 28. April 2003 -

**42 Dogan Yayin Holding A.S.** (Dogan Media Group – DMG), Istanbul

**38 Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacilik A.S.**, Istanbul

↑ **68,22 Dogan-Gruppe**

↑ Mehrere Mitglieder der Dogan-Familie halten insgesamt 66 % an der Dogan-Gruppe.

**20 Aydin Dogan**, Istanbul

Chairman des Board of Directors der Dogan-Gruppe.

(1) Es haben Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse bei der Dogan Media International GmbH stattgefunden (Stand: 28. April 2003). Danach stellt sich die gesellschaftsrechtliche Struktur wie folgt dar (gesellschaftsrechtliche Struktur – Anteile am Stammkapital in %):

53,74	Dogan Yayin Holding A.S. (Dogan Media Group – DMG), Istanbul
43,92	Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacilik A.S., Istanbul
2,34	Aydin Dogan, Istanbul

Die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) prüft zur Zeit, ob Dogan Media überhaupt von ihrer deutschen Sendelizenz Gebrauch macht. Möglicherweise wird das in Deutschland empfangbare Pogramm Kanal D ausschließlich nach Maßgabe türkischen Rechts veranstaltet (Stand: Juni 2003).

## Kult-TV – das andere Fernsehen

Veranstalterin: **Kult-TV Gesellschaft für Qualitätsfernsehen mbH**  
Pommersche Straße 9, 10707 Berlin

Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat dem beantragten Programm noch keine Zulassung erteilt (Stand: Juni 2002).

Kult-TV plant die Verbreitung eines digitalen Spartenprogramms mit den Schwerpunkten Unterhaltung und kulturelle Information. Geplant ist, dass das Programm zugleich Experimentierbühne für unerprobte und kritische Beiträge sein soll.

Gesellschaftsrechtliche Struktur  
- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 13. Mai 2002 -

75	<b>DMB Musica Film- und Videoproduktion GmbH</b> , Berlin
25	<b>Dakta-Film Internationale Polygramme GmbH</b> , Berlin

## Messe.TV

Veranstalterin:

**CMC Communication Media Consulting GmbH**

c/o Michael Langenberg, Von-Werth-Str. 20 – 22, 50670 Köln

Die CMC Communication Media Consulting GmbH hat bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) die Zulassung für die bundesweite Veranstaltung des Fernsehspartenprogramms Messe.TV erhalten.

Messe.TV produziert redaktionell bearbeitete und moderierte Fernsehmagazine, die täglich über aktuelle Messetrends informieren. Zunächst wurden und werden alle großen Messen der Köln Messe begleitet. Geplant sind weitere Messe- und Kongressstandorte. Messe.TV wird europaweit als frei empfangbares Digitalprogramm über einen Astra-Satelliten ausgestrahlt.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Geschäftskapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 29. April 2003 -

<b>25,0</b>	<b>Gerd Berger</b>
<b>37,4</b>	<b>Michael Langenberg</b>
<b>30,6</b>	<b>Dr. Vera Westermann</b>
<b>7,0</b>	<b>Frieder Zimmermann</b>

## Metro-Goldwyn-Mayer (MGM Channel)

Veranstalterin: **MGM Networks (Deutschland) GmbH**  
c/o MGM Home Entertainment (Deutschland) GmbH  
Hanauer Landstraße 135 – 137, 60314 Frankfurt/Main

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat in seiner Sitzung am 6. Februar 2003 die bundesweite Verbreitung des Spartenfernsehangebots MGM Channel für die Dauer von acht Jahren genehmigt.

MGM ist ein ganztägiges Unterhaltungsspartenprogramm, das Spielfilme, ggf. auch Serien, aus der Filmbibliothek der Metro-Goldwyn-Mayer, Inc. in deutschsprachigen Fassungen (parallel auch in der Originalsprache) verbreitet.

Bei Premiere wird MGM Channel als Bestandteil des Zusatzpakets Premiere Plus und Stand-alone als zusätzliches Einzelangebot vermarktet. Das Premiere-Plus-Paket besteht aus 12 Programmen und 21 Audiokanälen, die teils von Premiere selbst, teils von Dritten veranstaltet werden (z. B. Planet, Discovery Channel, Beate Uhse Kanal, Studio Universal) und auch jeweils einzeln gebucht werden können (Stand: April 2003). Dieses Paket oder einzelne ausgewählte Programme können von den Abonnenten nur zusätzlich zum Programm Premiere Start oder zu einem Hauptpaket (d. h. zu den Paketen Premiere Film oder Premiere Sport, die jeweils auch Premiere Start enthalten, oder, als Kombination dieser Pakete, zu Premiere Super) bezogen werden. Sendestart auf Premiere war der 1. April 2003.

Metro-Goldwyn-Mayer Networks (MGM Networks), Inc., Santa Monica/USA, baut weltweit Fernsehkanäle auf, um ihre Filmbibliothek direkt zu vermarkten. MGM Networks gehört zur Firmengruppe Metro-Goldwyn-Mayer, ebenso wie die Filmproduktionsfirmen MGM Pictures und United Artists Film, die MGM Distribution Co., die Fernsehproduzentin MGM Television Entertainment, die MGM Worldwide Television Distribution, MGM Home Entertainment sowie Unternehmen in den Bereichen Merchandising, Musik und Multimedia.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: Beschluss der KEK vom 14. Januar 2003 (Az.: KEK 162) -

**100 Metro-Goldwyn-Mayer Networks (MGM Networks), Inc.**, Santa Monica, Kalifornien/USA  
┆ **89,5 Tracinda Corporation**, Beverly Hills, Kalifornien/USA  
┆ **100 Kirk Kerkorian**  
┆ Rest Streubesitz



## MTV

Veranstalterin:

**MTV Networks GmbH & Co. oHG**

Osterwaldstr. 10, Haus B, 80805 München

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat am 6. April 2000 die bundesweite Verbreitung des Fernsehspartenprogramms MTV für acht Jahre genehmigt. Die Genehmigung ist bis zum 6. April 2008 befristet. Das Programm löst das vorher von der MTV Networks Europe, Inc., Delaware/USA, für Deutschland gestaltete und verbreitete deutschsprachige Musikprogramm ab, das auf der Grundlage einer Lizenz der britischen Independent Television Commission (ITC) ausgestrahlt wurde.

Bei MTV handelt es sich um ein Spartenprogramm mit dem Schwerpunkt Musik und assoziierte Lebensstile. Es richtet sich speziell an die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen. MTV will den Musikgeschmack der Zielgruppe treffen und dabei im Rahmen eines paneuropäischen Jugendprogramms die Besonderheiten der deutschen Kultur berücksichtigen. Es besteht auch die Absicht, das Fernsehprogramm mit einem interaktiven Internetangebot zu verbinden.

Unter dem Markennamen MTV betreiben Viacom, Inc. und deren Tochterunternehmen MTV Networks Company, Delaware, in den USA und weltweit Musikprogramme. Sie erreichen nach Angaben des Musiksenders 323 Mio. Haushalte in 139 Ländern. MTV veranstaltet auch in zahlreichen europäischen Ländern Musikprogramme. Nach eigenen Angaben ist MTV in 85 Millionen Haushalten in 42 Ländern Europas zu empfangen. In Europa erreicht das Programm in sieben Sprachen mehr als 61 Millionen Zuschauer im Alter von 16 - 34 Jahren. Für MTV Deutschland wird eine technische Reichweite von 29,6 Mio. Haushalten angegeben (Stand: Juni 2003).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 14. Mai 2002 -

#### **80 VH-1 Television Verwaltungs GmbH, München**

- ┆ 99 Viacom Holding (Germany) B.V.
  - ┆ Viacom Finanz AG
  - ┆ Viacom International N.V.
  - ┆ Chenille International B.V.
- ┆ 1 Viacom Holding II (Germany) B.V.
  - ┆ Viacom Holding (Germany) B.V.

#### **20 Viacom Vheno GmbH, München**

- ┆ 99 VH-1 Television Verwaltungs GmbH
- ┆ 1 Viacom Holding II (Germany) B.V.

Auf der letzten Beteiligungsstufe stehen die aufgeführten Tochtergesellschaften im Alleineigentum der **Viacom, Inc.**, Delaware/USA.

## MTV Base und MTV Hits

Veranstalterin: **MTV Networks GmbH & Co. oHG**  
Osterwaldstr. 10, Haus B, 80805 München

Die Rundfunkkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat beschlossen, der MTV Networks GmbH die Zulassung zur Veranstaltung von zwei bundesweiten digitalen Musikfernsehspartenprogrammen zu erteilen. Bislang haben die beiden Programme die Zulassung aber nicht erhalten. Die MTV Networks GmbH & Co. oHG veranstaltet ebenfalls die Programme MTV und MTV2 – The Pop Channel (vormals VH-1). Auch verfügt sie über eine Lizenz für das in Deutschland derzeit noch nicht veranstaltete Programm VH-1 Classic (siehe unter MTV und MTV2 – The Pop Channel, VH-1 Classic).

Als deutschsprachige Versionen sind die beiden Programme bislang nicht auf Sendung. Unter denselben Namen verbreitet MTV bereits seit längerem englischsprachige Musikspartenprogramme. Zum Beispiel werden sie für Großbritannien und Irland ausgestrahlt. Dort werden sie werbefrei produziert und als Pay-TV-Kanäle auf der Programmplattform von BSkyB vermarktet. Die englischsprachigen Versionen sind in Deutschland zum Beispiel auch über die Kabelplattformen der Regionalgesellschaften der Kabel Deutschland GmbH (KDG) und der PrimaCom AG erhältlich.

Die Programmschemata der deutschsprachigen Versionen sollen sich an den englischen Versionen orientieren. Vorgesehen ist, die Programme MTV Base und MTV Hits über Satellit und Kabel zu verbreiten. Sie sollen in einer deutschsprachigen Fassung für die deutsche Zielgruppe veranstaltet werden. Im Einzelnen sehen die Planungen vor, dass MTV Base die Schwerpunkte Rhythm and Blues sowie Hip Hop und Dance setzt, redaktionell über Künstler berichtet und Interviews sendet. Mit MTV Hits soll ein alternatives, eher auf den Bereich Rock fokussiertes Musikprogramm mit Hintergrundinformationen ausgestrahlt werden.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 14. Mai 2002 -

**80 VH-1 Television Verwaltungs GmbH**, Bramfelderstr. 117, 22305 Hamburg

- ┆ 99 Viacom Holding (Germany) B.V.
  - ┆ Viacom Finanz AG
  - ┆ Viacom International N.V.
  - ┆ Chenille International B.V.
- ┆ 1 Viacom Holding II (Germany) B.V.
  - ┆ Viacom Holding (Germany) B.V.

**20 Viacom Vheno GmbH**, Bramfelderstr. 117, 22305 Hamburg

- ┆ 99 VH-1 Television Verwaltungs GmbH
- ┆ 1 Viacom Holding II (Germany) B.V.

Über den aufgeführten Tochtergesellschaften ist letztlich der Gesellschafter die **Viacom, Inc.**, Delaware/USA.

## MTV2 – The Pop Channel, VH-1 Classic

Veranstalterin: **MTV Networks GmbH & Co. oHG**  
Osterwaldstr. 10, Haus B, 80805 München

Unter dem Programmnamen MTV2 – The Pop Channel hat die MTV Networks GmbH & Co. oHG das vormalige Programm VH-1 neu positioniert. Die Lizenz hat der Musikkanal von der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM) am 20. März 1995 erhalten. Die Dauer der Zulassung endet am 21. März 2005. Die Schwerpunkte von MTV2 liegen auf aktueller Musik und auf Musikprogrammformaten, die das Fernsehen mit den interaktiven Möglichkeiten des Internets verbinden.

Neben den Musikspartenprogrammen MTV und MTV2 plant die MTV Networks GmbH & Co. oHG, das digitale Programm VH-1 Classic zu veranstalten. Mit Bescheid vom 12. Februar 2001 hatte die Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM) die Veranstaltung des Musikprogramms zugelassen. Beginnend mit Zugang des Bescheides wurde die Lizenz für die Dauer von 10 Jahren erteilt. VH-1 Classic soll künftig für die Zielgruppe der 25- bis 49-jährigen Zuschauer ein weiteres deutschsprachiges Musikspartenprogramm verbreiten. Das Programm ist noch nicht auf Sendung (Stand: Juni 2003). Die englischsprachige Version von VH-1 Classic kann zum Beispiel als Teil eines MTV-Pakets bei dem Kabelnetzbetreiber PrimaCom AG abonniert werden (Stand: Juni 2003). Ferner wird es in Europa als Satellitenprogramm von mehreren Digitalbouquets angeboten.

Die MTV Networks GmbH & Co. oHG veranstaltet in Deutschland ebenfalls das Programm MTV (siehe unter MTV). Unter dem Markennamen MTV verbreiten Viacom, Inc., deren 100%ige Tochtergesellschaft MTV Networks Company, Delaware, oder weitere internationale Tochterunternehmen der MTV Networks, Joint Ventures oder Lizenznehmer für MTV-Programme weltweit Musikprogramme, die 323 Mio. Haushalte in 139 Ländern erreichen. MTV veranstaltet auch in zahlreichen europäischen Ländern Musikprogramme. Nach eigenen Angaben ist MTV in 85 Millionen Haushalten in 42 Ländern Europas zu empfangen. In Europa erreicht das Programm in sieben Sprachen mehr als 61 Millionen Zuschauer im Alter von 16 - 34 Jahren. Für MTV Deutschland wird eine technische Reichweite von 29,6 Mio. Haushalten angegeben (Stand: Juni 2003).

Gesellschaftsrechtliche Struktur  
- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 14. Mai 2002 -

### **80 VH-1 Television Verwaltungs GmbH, München**

- ┆ 99 Viacom Holding (Germany) B.V.
  - ┆ Viacom Finanz AG
  - ┆ Viacom International N.V.
  - ┆ Chenille International B.V.
- ┆ 1 Viacom Holding II (Germany) B.V.
  - ┆ Viacom Holding (Germany) B.V.

### **20 Viacom Vheno GmbH, München**

- ┆ 99 VH-1 Television Verwaltungs GmbH
- ┆ 1 Viacom Holding II (Germany) B.V.

Auf der letzten Beteiligungsstufe stehen die aufgeführten Tochtergesellschaften im Alleineigentum der **Viacom, Inc.**, Delaware/USA.

**multiThématiques**  
**- PLANET, SEASONS, CINECLASSICS1, CINECLASSICS2, JIMMY -**

Veranstalterin: **multiThématiques GmbH**  
 Carl-Zeiss-Ring 5, 85737 Ismaning

Mit Bescheid vom 14. November 1997 hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) die multiThématiques-Sender jeweils befristet bis 6. November 2005 genehmigt. Der Sendebeginn war am 21. Juni 1997. Mit Beschluss vom 9. Juli 2002 genehmigte die KEK medienkonzentrationsrechtlich den Übergang der alleinigen Veranstaltertätigkeit für die deutschen multiThématiques-Programme auf die multiThématiques GmbH.

Die Bezeichnung „multiThématiques“ ist ein Sammelbegriff für die Programme PLANET, SEASONS, CINECLASSICS1, CINECLASSICS2 und JIMMY. In Europa vertreibt multiThématiques eine Vielzahl von Spartenprogrammen. In Deutschland ist zur Zeit nur das Programm PLANET auf Sendung. Es wird auf den Programmplattformen von Premiere und primaTV vermarktet. Dort tritt der multiThématiques-Sender im Rahmen von Paketangeboten als eigenständiger Programmveranstalter bzw. als Drittsender auf (Stand: Juni 2003).

PLANET veranstaltet ein Programm der Sparte Dokumentation. SEASONS soll sich an Fischer, Jäger und andere Naturliebhaber wenden. Seit April 2003 wird SEASONS als Fenster bei PLANET ausgestrahlt (Stand: Juni 2003). CINECLASSICS1 und CINECLASSICS2 sind als Programme für klassische Spielfilme der Filmgeschichte vorgesehen. Durch JIMMY sollen Filme, Serien, Konzerte und damit zusammenhängende Produktionen ausgestrahlt werden.

**Gesellschaftsrechtliche Struktur**  
 - Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
 - Stand: 5. Mai 2003 -

<b>100</b>	<b>multiThématiques S.A.</b> , Immeuble Quai Quest 42, Quai du Point du Jour, F - 92659 Boulogne-Billancourt/Frankreich (R.C.S. Nanterre B 402 314 140)
┆ <b>27,42</b>	<b>Canal+ Group</b> , Paris
┆ <b>100</b>	<b>Vivendi Universal S.A.</b> <sup>(1)</sup>
┆ 9,09	Fidimages
┆ <b>100</b>	<b>Vivendi Universal S.A.</b> <sup>(1)</sup>
┆ 27,42	Light France Acquisition 1
┆ <b>100</b>	<b>Vivendi Universal S.A.</b> <sup>(1)</sup>
┆ <b>27,42</b>	<b>Lagardère SCA</b> (eine börsennotierte Kommanditgesellschaft auf Aktien nach französischem Recht)
┆ <b>8,64</b>	<b>Part´Com</b>
┆ 100	CDC Participations
┆ <b>100</b>	<b>Caisse des Dépôts et Consignations (CDC)</b>

(1) Somit hält die Vivendi Universal S.A. mittelbar insgesamt 63,93 % an der Veranstalterin. Zum Konzern Vivendi Universal S.A. siehe auch unter 13TH STREET und Studio Universal.

## n-tv Der Nachrichtensender

Veranstalterin: **n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG**  
Taubenstraße 1, 10117 Berlin

Der Fernsehsender n-tv ist am 30. November 1992 als erstes deutsches Spartenprogramm für Nachrichten und Wirtschaftsinformation gestartet. Das Programm wurde von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) zugelassen. Die Veranstalterin erhielt die Sendeerlaubnis zur Veranstaltung des Programms n-tv über Satellit am 27. Oktober 1992 und in der Fassung des Verlängerungsbescheides vom 13. Oktober 1999. Die derzeit gültige Sendezulassung läuft bis November 2006.

n-tv ist über Kabel und über das ASTRA-Satellitensystem empfangbar. Nach der AGF/GfK-Fernsehforschung erreichte per 1. Januar 2002 n-tv 29,26 Mio. bzw. 88 % der Fernsehhaushalte.

Die n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG veranstaltet ein ganztägiges Fernsehspartenprogramm mit dem Schwerpunkt Informationen aus Politik und Wirtschaft.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile in % am Stammkapital der Komplementärin (n-tv Nachrichtenfernsehen Beteiligungs GmbH) und am Kapital der Kommanditistin - Gesellschafter -  
- Stand: Genehmigungsbescheid der MABB vom 12. Juni 2003 <sup>(1)</sup>

<u>Stamm-</u> <u>kapital</u>	<u>Kommandit-</u> <u>kapital</u>	
<b>50,12</b>	<b>50,21</b>	<b>RTL Television GmbH, Köln<sup>(2)</sup></b>
<b>49,88</b>	<b>49,79</b>	<b>CNN/Time Warner Beteiligungs-oHG, Hamburg</b>
		↳ <b>51,26 CNN Germany, Inc., Atlanta/USA</b>
		↳ <b>100 Turner Broadcasting System, Inc., Atlanta/USA</b>
		↳ <b>78,10 AOL Time Warner, Inc., USA<sup>(3)</sup></b>
		↳ <b>48,74 Time Warner Entertainment Germany GmbH &amp; Co. Medienvertrieb oHG, Hamburg</b>
		↳ <b>100 Time Warner Entertainment Company L.P., USA<sup>(4)</sup></b>
		↳ <b>74,49 AOL Time Warner, Inc., USA<sup>(3)</sup></b>

(1) Die Gesellschafteranteile entsprechen dem Genehmigungsstand gemäß den Beschlüssen der KEK vom 8. April 2003 (Az.: KEK 167/172/176). Die RTL Group weist darauf hin, dass der mit Beschluss vom 12. November 2002 als unbedenklich bestätigte Beteiligungserwerb betreffend der vom Verlag Norman Rentrop gehaltenen n-tv-Anteile (Az.: KEK 156) bisher nicht vollzogen wurde. Dies berücksichtigt, stellen

sich die derzeitigen Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse noch wie folgt dar (Stand: 1. April 2003, Angaben in %):

<u>Stammkapital</u>	<u>Kommanditkapital</u>	<u>Gesellschafter</u>
48,53	48,61	RTL Television GmbH, Köln
1,59	1,60	<b>Verlag Norman Rentrop</b> , Bonn
49,88	49,79	CNN/Time Warner Beteiligungs-oHG, Hamburg
		┆ 51,26 CNN Germany, Inc., Atlanta/USA
		┆ 100 Turner Broadcasting System, Inc., Atlanta/USA
		┆ 78,10 AOL Time Warner, Inc., USA
		┆ 48,74 Time Warner Entertainment Germany GmbH & Co. Medienvertrieb oHG, Hamburg
		┆ 100 Time Warner Entertainment Company L.P., USA
		┆ 74,49 AOL Time Warner, Inc., USA

- (2) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen bei der RTL Television GmbH siehe unter RTL Television.
- (3) Die AOL-Time-Warner-Gruppe hält eine Beteiligung über 30,6 % an der VIVA Media AG. Infolge einer Stimmbindungsvereinbarung verfügt AOL Time Warner, Inc. über insgesamt 46,1 % der Stimmrechte der VIVA Media AG (Az.: KEK 152; siehe unter VIVA).  
Die VIVA Media AG hält unter anderem sämtliche Anteile an der Veranstalterin des Musikprogramms VIVA. Auch verfügt sie über 51 % der Anteile an der Veranstalterin des Musiksenders VIVA Plus.  
Daneben hält AOL Time Warner an VIVA Plus auch unmittelbar 49 % (siehe unter VIVA Plus).  
Zudem ist sie über eine Zwischengesellschaft mit einer Beteiligung in Höhe von 50 % an dem deutschsprachigen Informationssparten- und Fensterprogramm CNN Deutschland beteiligt. Der internationale Nachrichtenkanal CNN, der ebenfalls in Deutschland empfangbar ist, steht im Alleineigentum von AOL Time Warner.
- (4) Unternehmensmitteilungen von AOL Time Warner zufolge wurde am 31.03.2003 eine Umstrukturierung bei der Time Warner Entertainment Company L.P. (TWE) abgeschlossen. Danach geht die Content-Sparte von TWE (u. a. Warner Bros. und Home Box Office) vollständig auf AOL Time Warner über. TWE behält ihre Beteiligungen an Kabelnetzen bei und wird eine Tochtergesellschaft der Time Warner Cable, Inc. (TWC). An dieser hält die Comcast Corporation eine Minderheitsbeteiligung.

## N24

Veranstalterin: **N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH**  
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin

Der Nachrichtenkanal N24 ging am 24. Januar 2000 auf Sendung. Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat in seiner Sitzung am 17. Juni 1999 die bundesweite Verbreitung des analogen Spartenprogramms mit Schwerpunkt Information bis 17. Juni 2007 genehmigt (Zulassungsbescheid vom 25. Juni 1999).

N24 ist Teil einer Mehr-Sender-Strategie. Das Informationsspartenprogramm ergänzt die Vollprogramme SAT.1, ProSieben und Kabel 1. Ziel des 24-Stundenprogramms ist es, umfassend und aktuell über das nationale und internationale Zeitgeschehen mit dem Schwerpunkt Wirtschaft zu berichten.

Nach Angaben des Senders liegt die technische Reichweite bei 73 % (Stand: Juni 2002). Das Programm wird über das analoge und digitale ASTRA-Satellitensystem und per Kabel verbreitet. In Bayern hat N24 auch Antennenfrequenzen erhalten.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -
- Stand: Beschluss der KEK vom 13. Mai 2003 (Az.: KEK 173-4) -

**100 ProSiebenSAT.1 Media AG,<sup>(1)</sup> Unterföhring**

(1) Zur Darstellung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse der **ProSiebenSAT.1 Media AG** siehe unter SAT.1.

## NBC Europe / NBC-GIGA-Show

Veranstalterin:

**NBC (Europe) Limited**

Harbour Yard, Unit 1/1, Chelsea Harbour, London SW 10 OXD, Großbritannien (Registered Office: 20 Black Friars Lane, London EC4V 6HD, registered in England and Wales Nr. 1647335)

Innerhalb des 24-stündigen Programms von NBC Europe werden mehrere deutschsprachige Sendungsformate verbreitet. Unter anderem wird seit dem 30. November 1998 von Montag bis Freitag und von 15:00 bis 20:00 Uhr die deutschsprachige Sendung GIGA ausgestrahlt. Sie befasst sich mit Themen, die Internet und Computer betreffen. Zu diesen Themen bietet sie unter anderem beratungsorientierte Beiträge.

GIGA wird von der GIGA Television GmbH, Düsseldorf, produziert und im Rahmen eines Zuliefervertrages an die Veranstalterin des Programms, NBC (Europe) Limited, London, geliefert. Die GIGA Television GmbH steht im Alleineigentum der DFA Deutsche Fernseh Nachrichten Agentur GmbH,<sup>(1)</sup> Düsseldorf. GIGA wird nicht aufgrund einer eigenen Rundfunkzulassung, sondern auf der Grundlage einer von der Independent Television Commission (ITC), Großbritannien, erteilten Sendelizenz von NBC (Europe) Ltd. ausgestrahlt.<sup>(2)</sup>

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: Auskunft der NBC (Europe) Ltd. vom 6. Mai 2003 -

**11,30 IGE International General Electric (USA)**

**88,49 United Telco Ltd., London**

Im Verfahren KEK 150, Zulassungsantrag der NBC Europe GmbH i. Gr., wurde der KEK mitgeteilt, dass unter Zugrundelegung der relevanten Stimmrechte die United Telco Ltd. über eine Beteiligung in Höhe von 99,28 % verfüge.

┆ **74,4 DFA Deutsche Fernseh Nachrichten Agentur GmbH,<sup>(1)</sup> Kaistr. 3, 40221 Düsseldorf**

(1) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen der DFA siehe unter CNN Deutschland.

(2) Am 11. Juni 2002 hat die NBC (Europe) Ltd. namens einer noch zu gründenden NBC Europe GmbH, Kaistraße 3, 40221 Düsseldorf, einen Antrag auf Erteilung einer Zulassung zur Veranstaltung eines 24-stündigen, bundesweit über Satellit und Kabel verbreiteten Fernsehvollprogramms bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) gestellt. Nach Auskunft von NBC soll das Programm zunächst nicht verändert werden. Es ist zur Zeit bereits auf Deutschland, Österreich und die Schweiz ausgerichtet. Langfristig sei aber geplant, das von NBC (Europe) Limited, London, auf der Grundlage der von der britischen Aufsichtsbehörde ITC erteilten Lizenz gesendete Programm NBC Europe weiter auszubauen (Az.: KEK 150). Das Verfahren ist noch nicht abgeschlossen.



## NEUN LIVE

Veranstalterin: **NEUN LIVE Fernsehen GmbH & Co. KG**  
 Infanteriestraße 19, Haus 1, 80797 München

Das Vorgängerprogramm von NEUN LIVE ging am 25. August 1995 unter dem Namen tm3 auf Sendung. Die Sendegenehmigung hat das Programm als bundesweites Spartenprogramm „Unterhaltung“ von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erhalten. Seit dem 1. September 2001 wird das Programm NEUN LIVE genannt. Am 12. Dezember 2002 verlängerte der Medienrat der BLM die Sendegenehmigung um weitere acht Jahre bis 30. April 2011.

Gegründet wurde der Sender von der Tele-München-Gruppe (Dr. Herbert Kloiber) und dem Heinrich Bauer Verlag, Hamburg. Nach mehreren Beteiligungsveränderungen übernahm die News Corporation Limited, Australien, den Veranstalter. Im Januar 2001 schied die News Corporation wieder aus. Zunächst übernahm die Kirch Media GmbH & Co. KGaA (KirchMedia) sämtliche Anteile der News Corporation an dem Veranstalter von tm3. Im Rahmen dieser Transaktion erhielt die News Corporation einen Anteil von 2,53 % am Gesamtkapital der KirchMedia (Az.: KEK 107). Anschließend wurden die Anteile von KirchMedia auf ein Tochterunternehmen der H.O.T. Networks AG, die EUVIA Media AG & Co. KG, übertragen. Im Zusammenhang mit dem Einstieg des Tochterunternehmens der H.O.T. Networks AG fand eine Veränderung der Programmstruktur statt. Das Programm ist auf interaktive Angebotsformen, wie zum Beispiel Einkaufssendungen (Teleshopping), Gewinnspiele oder Quizshows, ausgerichtet. Es werden auch einige Fernsehserien ausgestrahlt.

NEUN LIVE wird über das ASTRA-Satellitensystem und über Kabel verbreitet. Per 1. Januar 2002 erreicht das Programm 77 % der Fernsehhaushalte (Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
 - Stand: Beschluss der KEK vom 13. Mai 2003 (Az.: KEK 174) -

<b>100</b>	<b>EUVIA Media AG &amp; Co. KG</b> , München (Münchener Straße 101 f/Geb. 6.12, 85737 Ismaning)
┆	<b>45,6 H.O.T. Networks AG</b> , München
┆	<b>100 HSN Home Shopping Network GmbH</b> , Frankfurt/Main
┆	<b>100 USA Interactive, Inc.</b> (vormals: USA Networks, Inc.), New York
┆	13,0 Vivendi Universal S.A. <sup>(1)</sup>
┆	ca. 20 Liberty Media Corporation <sup>(1)</sup>
┆	ca. 70 Barry Diller <sup>(1)</sup>
┆	<b>48,4 ProSiebenSAT.1 Media AG</b> , Unterföhring <sup>(2)</sup>
┆	<b>3,0 Christiane zu Salm-Salm</b> , München <sup>(3)</sup>
┆	<b>3,0 Dr. Georg Kofler</b> , Pöcking <sup>(3)</sup>

(1) Quellen: Angaben der Universal Studios Networks Deutschland GmbH im Prüfverfahren KEK 161 (Zulassungsantrag für den Satellitenkanal Sci-Fi Channel); SEC, Commission File No. 0-20570, Annual report

pursuant to section 13 or 15 (d) of the Securities Exchange Act of 1934, USA Networks, Inc., Fiscal Year ended December 31, 2001, S. 4, 7 ff.; Liberty Media Company Profile, Stand: 30. September 2002.

- (2) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen bei der ProSiebenSAT.1 Media AG siehe unter SAT.1.
- (3) Es besteht eine Stimmbindungsvereinbarung zugunsten der H.O.T. Networks AG.

## ONYX TV

Veranstalterin: **ONYX Television GmbH**  
Im Mediapark 6 B, 50670 Köln

Seit dem 6. Januar 1996 ist ONYX TV auf Sendung. Die Verbreitung erfolgte zunächst auf der Grundlage des Bescheides der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz vom 16. Oktober 1995. Mit Bescheid vom 20. Dezember 1999 erhielt die ONYX Television GmbH von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) die Sendegenehmigung zur Veranstaltung und bundesweiten Verbreitung eines Fernsehspartenprogramms mit dem Schwerpunkt Unterhaltung (Musik) über Satellit. Die Zulassung wurde für die Dauer von 10 Jahren bis zum 17. Juni 2009 erteilt.

ONYX TV richtet sich mit seinem Unterhaltungsprogramm mit dem Schwerpunkt Musik an die Zielgruppe der 30- bis 55-Jährigen. Neben Rock- und Popmusik werden auch Schlager, Country, Jazz und Klassik angeboten. Das Programm wird über Kabel und Satellit verbreitet.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 5. Juni 2003 -

**99,41 Capital Media Group Holding Ltd.**, Reno, Nevada/USA (Chairman: Gilles Assouline)  
┆ **53,6 Groupe AB S.A.**, Saint-Denis La Plaine/France<sup>(1)</sup>  
┆ **29,79 Superstar Ventures Ltd.**, Hong Kong  
Die restlichen Anteile befinden sich in Streubesitz.  
0,59 Capital Media Group Ltd., London, Großbritannien  
┆ 100 Capital Media Group Holding Ltd., USA

(1) Die Groupe AB S.A. betreibt und beliefert in Frankreich mehrere themenorientierte, digitale Pay-TV-Kanäle. Außerdem ist sie an der Veranstaltung des französischsprachigen bzw. luxemburgischen Fernsehprogramms RTL 9 beteiligt.

## ONYXplus

Veranstalterin:

**ONYX Plus GmbH<sup>(1)</sup>**

Im Mediapark 6 B, 50670 Köln

Mit Zulassungsbescheid vom 8. Februar 2000 genehmigte die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) der ONYX Television GmbH (siehe unter ONYX TV) die Veranstaltung und bundesweite Verbreitung von fünf digitalen 24-stündigen Fernsehspartenkanälen mit dem Schwerpunkt Unterhaltung (Musik) über Satellit für die Dauer von 10 Jahren. Mit Bescheid vom 16. Juli 2001 hat die LfM die Einbringung der Lizenzen für die Digitalprogramme in die dafür neu gegründete ONYX Plus GmbH zugelassen.

Vorgesehen ist, die Digitalkanäle Jazz, Country Television, Jukebox, Melody und Horizont anzubieten. Das Digitalpaket ONYXplus ist bislang nicht auf Sendung (Stand: Juni 2003).

Ebenfalls soll der Veranstalter der digitalen Programme von AB Sat (Lizenzen für acht deutsche digitale Spartenprogramme, siehe unter AB Sat) die ONYX Plus GmbH, Köln, werden. Auch die deutschen AB-Sat-Programme sind nicht auf Sendung (Stand: Juni 2003).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 6. Juni 2003 -

**50** **Groupe AB S.A.**, Saint-Denis La Plaine, Frankreich<sup>(2)</sup>

**50** **ONYX Television GmbH**, Köln<sup>(3)</sup>

(1) Mit Schreiben vom 6. Juni 2003 teilte die ONYX Plus GmbH mit, dass die neue Firmenbezeichnung XINOMinus GmbH i.L. sei und sich diese Gesellschaft in Liquidation befindet; Adresse der XINOMinus GmbH i.L.: Waldniehler Straße 50, 41068 Mönchengladbach; Amtsgericht Mönchengladbach HRB 7207, Liquidator: Jean Francois Klein.

(2) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der Groupe AB S.A. siehe unter AB Sat.

(3) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der ONYX Television GmbH siehe unter ONYX TV.

## Playboy-TV

Veranstalterin: **Playboy TV-GmbH Germany**  
Genthiner Straße 48, 10785 Berlin  
c/o Rechtsanwaltskanzlei Nörr, Stiefenhofer, Lutz, Rechtsanwalt  
Dr. Tobias Frevert, Charlottenstraße 57, 10117 Berlin

Playboy TV-GmbH Germany hat auf Beschluss des Medienrates der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) vom 1. März 1999 die Sendeerlaubnis zur Veranstaltung des täglich achtstündigen bundesweit empfangbaren digitalen Satelliten-Fernsehprogramms Playboy-TV erhalten. Erteilt wurde die Lizenz für die Dauer von sieben Jahren; die Frist begann am 1. August 1999. Der Sendebetrieb ist noch nicht aufgenommen.

Geplant ist, ein Erotik-Spartenprogramm zu veranstalten. Das Programm soll verschlüsselt als Pay-TV und teilweise als Pay-per-View gesendet werden. Als Gegenstände des Programms sind Erotik-Spielfilme, Erotik-Serien und Erotik-Magazine vorgesehen. Es soll überwiegend in deutscher Sprache ausgestrahlt werden. Die Programme entstammen in der Regel entweder der eigenen Produktion von Playboy oder werden von Playboy Entertainment exklusiv gesendet.

Unter dem Markennamen Playboy-TV werden Programme weltweit vermarktet. Die Playboy Enterprises, Inc. bzw. ihre Tochtergesellschaften halten die Mehrheit an Gesellschaften, welche die folgenden Programme veranstalten:

- USA: Playboy TV, Playboy TV En Español, Spice, Spice 2, Hot Net, Hot Zone, Spice Hot, Spice Clips, Spice Platinum,
- Großbritannien: Playboy TV UK, The Adult Channel UK, Spice UK.

Daneben halten die Playboy Enterprises, Inc. bzw. ihre Tochtergesellschaften Minderheitsbeteiligungen von bis zu 20 % an verschiedenen Gesellschaften Dritter, die Programme unter den Bezeichnungen „Playboy“ oder „Spice“ veranstalten.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur<sup>(1)</sup>

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 24. Juni 2003 -

- 100 Playboy TV International, LL.C.**, Miami Beach, Florida/USA
- ↳ **81 Victoria Springs Investments Ltd.**, c/o Servco Limited, Road Town, Tortola/British Virgin Islands
    - ↳ Sämtliche Gesellschaftsanteile an der Victoria Springs Investments Ltd. werden mittelbar von Unternehmen der **Cisneros-Unternehmensgruppe** (c/o Cisneros Television Group, Miami Beach, Florida/USA) gehalten.  
Die Cisneros-Unternehmensgruppe befindet sich unmittelbar und mittelbar im Besitz der Brüder **Gustavo und Ricardo Cisneros** sowie von Trusts ihrer Familien.
  - ↳ **19 Playboy Entertainment Group, Inc.**, Beverly Hills/USA
    - ↳ **100 Playboy Enterprises, Inc.**, Aktiengesellschaft nach US-amerikanischem Recht mit Sitz in Delaware.
      - ↳ **Hugh M. Hefner** hält 69,9 % der stimmberechtigten und 50,5 % der stimmrechtslosen Aktien.  
Neben H. M. Hefner besitzt kein weiterer Anteilseigner mehr als 25 % des Kapitals oder der stimmberechtigten Aktien.

---

(1) Gemäß Anzeige der Änderung von Beteiligungsverhältnissen bei der Playboy TV-GmbH Germany vom 2. Mai 2002 waren die Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse wie folgt (Az.: KEK 147):

Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter (Stand: 2. Mai 2002)

- 100 **Playboy TV International, LL.C.**, Miami Beach, Florida/USA
- ┆ 40,05 Carlton Investments, LL.C., Delaware/USA
  - ┆ 40,05 Carlyle Investments, LL.C., Delaware/USA
- ┆ Bei beiden Gesellschaften handelt es sich um Unternehmen der **Claxson Interactive Group, Inc.**, Buenos Aires/Argentinien.
- Die Claxson Interactive Group, Inc. betreibt in Lateinamerika insgesamt 14 Fernsehsender, darunter Chilevision, verschiedene Radiostationen, verschiedene Unternehmen der Musikbranche und verschiedene Internetplattformen. Sie hält vielfältige Beteiligungen an Direct-to-Home Satellitenfernsehbetreibern, Internetunternehmen und verschiedenen Getränkeherstellern und Gastronomieunternehmen, jeweils in Lateinamerika. Die Stimmrechte an der Claxson Interactive Group, Inc. werden wie folgt gehalten:
- ┆ **44,8 Cisneros-Unternehmensgruppe** (c/o Cisneros Television Group, Miami Beach, Florida/USA)
- ┆ **Gustavo Cisneros** und **Ricardo Cisneros** sind an der Cisneros Unternehmensgruppe beteiligt (Stand: Auskünfte gemäß § 26 Abs. 7 RStV vom 30. Mai 2001).
  - ┆ Die weiteren Anteile werden von **Trusts** gehalten. Gustavo Cisneros und Ricardo Cisneros haben erklärt, nicht wirtschaftliche Eigentümer dieser Anteile zu sein (Stand: Auskünfte gemäß § 26 Abs. 7 RStV vom 30. Mai 2001).
- Zur Cisneros Unternehmensgruppe wurde der KEK in früheren Verfahren mitgeteilt, dass es sich dabei ursprünglich um ein venezuelanisches Unternehmen handelt, das mittlerweile etwa 70 Unternehmen in 39 Ländern mit über 35.000 Beschäftigten umfasst. Die Unternehmensgruppe ist unter anderem in den Geschäftsfeldern Fernsehen, Telekommunikation und Unterhaltung, insbesondere auch in den USA und in Lateinamerika, aber auch in der Karibik und Europa tätig.
- ┆ **35,2 Investmentfonds**, verwaltet von **Hicks, Muse, Tate & Furst, Inc.**
- ┆ 28,8 Hicks, Muse, Tate & Furst Latin America Fund L.P.
  - ┆ 5,3 Hicks, Muse, Tate & Furst Latin America Private Fund L.P.
  - ┆ 1,1 HMLA 1-SBS Coinvestors L.P.
- Hicks, Muse, Tate & Furst, Inc. wird als ein weltweit führendes Investmentunternehmen beschrieben, das in den Branchen Medien, Telekommunikation, Versicherungen und Finanzdienstleistungen investiert.
- ┆ **11,0 Gründer der El Sitio Management S.A.** (IMPSAT Fiber Networks, Inc., Militello Limited, RC Limited, Roberto Cibrian-Campoy, Roberto Vivo-Chaneton, SLI.com, Inc. und Tower Plus International)
- ┆ 9,0 Streubesitz
- ┆ **19 Playboy Entertainment Group, Inc.**, Beverly Hills/USA
- ┆ **100 Playboy Enterprises, Inc.**, Delaware/USA
  - ┆ **Hugh M. Hefner** hält 69,9 % der stimmberechtigten und 25,55 % der stimmrechtslosen Aktien.
- Neben H. M. Hefner besitzt kein weiterer Anteilseigner mehr als 25 % des Kapitals oder der stimmberechtigten Aktien.

Am 12. Juni 2002 kam die KEK dem Anliegen der MABB nach, der Veranstalterin ein Ruhen der Zulassung vorzuschlagen. Dementsprechend ruhte auch das Verfahren KEK 147 zur Änderung der Beteiligungsverhältnisse bei der KEK. Grund für den Vorschlag der MABB war, dass die der Playboy TV-GmbH Germany erteilte Zulassung bis dahin nicht zur Veranstaltung eines deutschsprachigen Programms genutzt wurde.

Mit Schreiben vom 31. Januar 2003 teilte die MABB mit, dass das Verfahren wieder aufgenommen wird. Mit Telefax vom 24. Juni 2003 teilten die rechtsanwaltschaftlichen Vertreter der Playboy TV-GmbH Germany mit,

dass sich nunmehr die Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse bei der Playboy TV-GmbH Germany wie folgt darstellen:

Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter (Stand: 24. Juni 2003)

<b>100</b>	<b>Playboy TV International, LL.C.</b> , Delaware/USA			
┆	<b>99</b>	<b>Playboy Entertainment Group, Inc.</b> , Delaware/USA		
	┆	<b>100</b>	<b>Playboy Enterprises International, Inc.</b> , Delaware/USA	
		┆	100	PEI Holdings, Inc., Delaware/USA
			┆	<b>100</b>
				<b>Playboy Enterprises, Inc.</b> , Delaware/USA
				stimmber- nichtstimm- echtigte Aktien berechnigte Aktien
			┆	<b>69,53</b>
				28,90
				<b>Hugh M. Hefner 1991 Trust</b>
				Neben H. M. Hefner besitzt kein weiterer Anteilseigner mehr als 25 % der stimmber- echtigten Aktien.
	┆	<b>1</b>	<b>Adultvision Communications, Inc.</b> , Delaware/USA	
		┆	<b>100</b>	<b>Playboy TV International, LL.C.</b> , Delaware/USA (s. o.)

Die Änderung der Beteiligungsverhältnisse steht unter dem Vorbehalt der medienrechtlichen Genehmigung.



## Premiere

Veranstalterin:

**Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG**

Medienallee 4, 85774 Unterföhring

Premiere ist am 28. Februar 1991 mit der Veranstaltung des Pay-TV-Programms gestartet. Die Genehmigung zur Veranstaltung des bundesweit über Satellit analog verbreiteten Spartenprogramms hat der Sender am 9. April 1990 von der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM) erhalten. Sie wurde bis zum 31. Mai 2005 befristet. Am 27. Oktober 1994 hat die HAM Premiere ein weiteres, bundesweit über Satellit analog verbreitetes Spartenprogramm genehmigt. Digitale Programme strahlt Premiere seit dem 15. Februar 1997 aus. Am 31. März 1999 haben die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) und die HAM die bundesweiten Sendegenehmigungen (Premiere Digital) erteilt. Die Zulassung der HAM bezog sich auf acht digitale Pay-TV-Programme und das Pay-per-View-Angebot. Sie wurde auf 10 Jahre erteilt, beginnend am 1. August 1999. Die BLM erteilte sieben digitalen Rundfunkangeboten die Sendegenehmigung befristet bis 18. März 2007. Zum 1. Oktober 1999 fand ein Relaunch der vormaligen analog und digital verbreiteten Programme von Premiere und der digitalen Programme und Paketangebote der DF 1 Digitales Fernsehen GmbH & Co. KG, Unterföhring, unter dem Programmnamen Premiere World statt (Az.: KEK 047). Premiere beendete die Verbreitung des analogen Premiumprogramms am 28. Februar 2003.

Die heutige Struktur der Pakete, Vermarktung und Programmangebote geht auf eine Neukonzeption zurück, die seit dem 1. Mai 2002 eingeführt ist. Veranstaltet werden die digitalen Spartenprogramme unter dem Namen Premiere. Nach wie vor veranstaltet Premiere im Rahmen von Paketen selbst Programme und verbreitet Programme von Drittsendern. Seit 1. Mai 2002 existiert darüber hinaus ein Basis- bzw. Einstiegsangebot in Form eines Programms, das einen Querschnitt aus Programmteilen des gesamten Bouquets bietet. Davon ausgehend, können im Near-Video-on-Demand-Verfahren Abonnenten als Pay-per-View (Einzelabrufangebote) aktuelle Spielfilme, Erotikfilme oder die Übertragung von ausgewählten Sportereignissen beziehen. Hinzu kommt die Möglichkeit, mehrere alternative Programmpakete (Haupt- und Zusatzpakete) zu abonnieren, die sich jeweils schwerpunktmäßig aus Spielfilm-, Sport-, Themenkanälen oder Programmen von Drittveranstaltern zusammensetzen.

Premiere wird über Kabel und über das ASTRA-Satellitensystem bundesweit verbreitet. Die Programme und Programmpakete von Premiere können ausschließlich über digitalisierte Übertragungswege von den Fernsehzuschauern empfangen werden.

Die Programme sind verschlüsselt. Für den Empfang und die Entschlüsselung ist die Anschaffung oder Anmietung eines Decoders bzw. einer digitalen Set-Top-Box erforderlich. Dafür bietet Premiere die D-Box zur Miete an. Seit März 2002 kann Premiere außer über die D-Box auch über andere Digital-Receiver empfangen werden. Die Set-Top-Boxen können die Premiereabonnenten erwerben, um die verschlüsselten Premiереprogramme zu decodieren. Somit stehen für den Empfang mehrere alternative Decoder zur Verfügung. Für den Satellitenempfang bietet Premiere seit Oktober 2002 ein Common-Interface-Modul (CI-Modul) an. Damit können die Premiереprogramme mittels dafür von Premiere lizenzierter Satelliten-CI-Receiver entschlüsselt werden.

Angaben von Premiere zufolge liegt die Zahl aller Abonnenten zur Zeit bei ungefähr 2,64 Millionen (April 2003). Untersuchungen für Deutschland zeigen, dass zur Zeit vier Fünftel der Digitalempfänger Kunden der Pay-TV-Plattform Premiere sind („Sensor Digital TV“ der Mediaagentur Mediaeage: cia, Umfrage von Emnid im März 2002).

Gesellschaftsrechtliche Struktur der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG  
 - Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
 - Stand: 5. Mai 2003 -

- 100 CM Komplementär 02-027 GmbH & Co. KG („NewCo 3“), Unterföhring, Verschmelzung der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG auf die „NewCo 3“ ist vorgesehen; neue Veranstalterin von Premiere ist dann die noch umzubenennende „NewCo 3“.
- ┆ 100 CM Komplementärin 02-026 GmbH & Co. KG („NewCo 2“), Unterföhring; Geschäftsföhrende Komplementärin der Veranstalterin ohne Kapitalbeteiligung ist die Blitz 02-147 GmbH.
- ┆ 100 Blitz 02-134 GmbH („NewCo 1“), Unterföhring; Komplementärin der „NewCo 2“ ohne Kapitalbeteiligung ist die Blitz 02-146 GmbH.
- ┆ 100 Fernseh Holding S.A.R.L. („LuxCo 2“), Luxemburg
- ┆ **65,14 Finanz Fernseh Holding S.A.R.L.** („LuxCo 1“), Luxemburg
- Investmentgruppe Permira** (sechs Permira Europe II Fonds-Gesellschaften)<sup>(1)</sup>
- ┆ 34,92 Permira Europe II L.P.1, St. Peter Port, Guernsey
- ┆ 54,61 Permira Europe II L.P.2, Guernsey
- ┆ 2,31 Permira Europe II C.V.3, Niederlande
- ┆ 3,47 Permira Europe II C.V.4, Niederlande
- Diese vier Fonds sind als Limited Partnerships organisiert. General Partner ist jeweils die Permira Europe II Managers L.P. Diese Zwischengesellschaft wird von Schroder Ventures Limited kontrolliert und verwaltet.
- ┆ 0,94 Permira Europe II Co-Investment Scheme, Guernsey
- ┆ 3,76 Schroder Ventures Investments Ltd., Guernsey
- ┆ **0,64 Hans Seger**, Esslingen (Geschäftsföhrer Premiere)
- ┆ **0,64 Michael Börnicke**, München (Geschäftsföhrer Premiere)
- ┆ **10,09 Dr. Georg Kofler**, München (Geschäftsföhrer Premiere)
- ┆ **3,50 Bank für Arbeit und Wirtschaft AG**, Wien
- ┆ **10,0 Video Remota S.A.R.L.**, Luxemburg
- ┆ 100 Bayerische Landesbank, Anstalt des öffentlichen Rechts, München
- ┆ **3,04 HVB Industriebeteiligungsgesellschaft S.A.R.L.**, Luxemburg
- ┆ 100 Bayerische Hypo- und Vereinsbank (HVB) AG, München
- ┆ **6,96 HVB Capital Partners S.A.R.L.**, Luxemburg
- ┆ 100 Bayerische Hypo- und Vereinsbank (HVB) AG, München

(1) **Permira** bzw. **Schroder** ist ein seit 1985 in Europa tätiges Private-Equity-Unternehmen mit Büros in Frankfurt/Main, London, Paris, Mailand und New York. Permira betreut gegenwärtig ein Fondsvolumen von annähernd 6 Mrd. Euro. Der aktuelle Fonds Permira Europe II hat ein Volumen von 3,5 Mrd. Euro. Nach Angaben von Premiere und Permira sind die Investoren in diesen Fonds vor allem Pensionsfonds, Banken und Versicherungen, die mehrheitlich aus Nordamerika und Großbritannien kommen (Stand: 20. Februar 2003).

## ProSieben

Veranstalterin: **ProSieben Television GmbH**  
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

Seit dem 1. Januar 1989 ist das Programm ProSieben auf Sendung. Die Sendelizenz für ProSieben hat die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) am 13. Februar 1996 erteilt. Der Lizenzzeitraum endete zum 28. Februar 2003. Mit Bescheid vom 25. November 2002 hat der Medienrat der MABB die Verlängerung der Senderlaubnis um weitere sieben Jahre bis 28. Februar 2010 genehmigt.

ProSieben kann terrestrisch sowie über Kabel und über Satellit (ASTRA) bundesweit empfangen werden. Das Programm können 92 % der Fernsehhaushalte empfangen (Stand: 1. Januar 2002, Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung).

Das Vollprogramm ProSieben sendet Unterhaltung, Information und Dokumentation. Der programmliche Schwerpunkt liegt auf publikumsattraktiven Spielfilmen und einem umfangreichen Angebot an unterhaltenden Fernsehserien. Zudem weist das Programm erhebliche Anteile an Informationsmagazinen, Boulevard, Reportagen, Comedy und Talkshows auf. Das Programm beinhaltet auch regelmäßige Nachrichtensendungen und aktuelle Berichterstattung.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % – Gesellschafter –  
- Stand: Beschluss der KEK vom 17. Juni 2003 (Az.: KEK 168) -

**100 ProSiebenSAT.1 Media AG,<sup>(1)</sup> Unterföhring**

(1) Zur Darstellung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse der ProSiebenSAT.1 Media AG siehe unter SAT.1.

## QVC

Veranstalterin:

**QVC Deutschland GmbH**

Rhein Studios, Plockstraße 30, 40221 Düsseldorf

Der Fernseheinkaufskanal QVC ist seit dem 1. Dezember 1996 auf Sendung. Als Teleshoppingsender orientiert sich der Fernseheinkaufsdienst QVC am Versandgeschäft. Im Rahmen des Fernsehprogramms werden Produkte präsentiert, die über das Telefon bestellt werden können.

Das Programm QVC wird als Mediendienst auf Grundlage des Mediendienstestaatsvertrages verbreitet.

Die QVC Deutschland GmbH hat fünf 100%ige Tochtergesellschaften, deren Zweck die Durchführung von Sendebetrieb, Handel, E-Commerce, Call Center etc. ist.

Das Programm wird per Kabel, analog und digital per Satellit sowie als mehrstündiges Fenster täglich auf Hamburg 1 verbreitet. Nach eigenen Angaben ist der Fernseheinkaufskanal in über 34 Mio. Fernsehhaushalten im deutschsprachigen Raum vertreten. Außer in Deutschland veranstaltet die US-amerikanische Obergesellschaft QVC, Inc., West Chester/Pennsylvania, Einkaufsfernsehen in den USA, in Japan und über die Programmplattform BSkyB in Großbritannien und Irland. Insgesamt erreicht QVC weltweit 138,5 Mio. Haushalte (Stand: Juni 2003).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Kapitalanteile in % - Gesellschafter -

- Stand: Auskunft der QVC Deutschland GmbH vom 17. April 2003 -

**100 QVC Germany I und QVC Germany II, USA**

┆ **100 QVC International, Inc.**

┆ **100 QVC, Inc., West Chester, Pennsylvania/USA**

┆ **57 Comcast Corporation, Philadelphia/USA<sup>(1)</sup>**

┆ **42 Liberty Media Corporation, Denver/USA<sup>(1)</sup>**

(1) Angaben aus Unternehmensberichten der Comcast Corporation und Liberty Media Corporation. Presseberichten zufolge wird **Liberty Media** sämtliche Anteile von Comcast an QVC übernehmen (Stand: Juli 2003).

## RTL II

Veranstalterin: **RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG**  
 Bavariafilmplatz 7, 82031 Grünwald

Am 2. März 1993 wurde der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG erstmals die Sendelizenz durch die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) erteilt. Am 6. März 1993 startete der Sender mit seinem Programm RTL II.

Die bundesweite Verbreitung von RTL II findet hauptsächlich über Kabel und Satellit statt. Der Sender wird in einigen Bundesländern auch terrestrisch verbreitet. Die technische Reichweite hat per 1. Januar 2002 91 % betragen (Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung).

RTL 2 veranstaltet ein unterhaltungsorientiertes Fernsehprogramm. Mit seinem Programm will der Sender die unter 50-jährigen Zuschauer erreichen, er wendet sich primär an Kinder und Jugendliche, an junge Familien und Alleinstehende. Nachmittags werden schwerpunktmäßig Kinder-/Zeichentricksendungen ausgestrahlt, abends laufen neben Serien, Spielfilmen und TV-Movies Reportagen und Magazine. Hinzu kommen Musiksendungen und Reality-Formate wie z. B. die Big-Brother-Staffeln.

Gesellschaftsrechtliche Struktur  
 - Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
 - Stand: 12. Juni 2003 -

- 27,3 CLT-UFA S.A.**, Luxemburg<sup>(1)</sup>
- 8,6 UFA Film und Fernseh GmbH**, Köln
  - ↳ **100 CLT-UFA S.A.**<sup>(1)</sup>
- 31,5 Tele-München Fernsehen GmbH & Co. Medienbeteiligungs-KG**, München
  - ↳ **50 Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft**, München
  - ↳ **50 Capital Cities/ABC Video Enterprises Worldwide Holdings, Inc.**, New York/USA

Capital Cities/ABC ist 1996 von Disney übernommen worden. Deshalb ist diese Beteiligung der Walt Disney Company, Delaware, der Muttergesellschaft aller Disney-Unternehmen, zuzuordnen.
- 31,5 Kommanditgesellschaft Heinrich Bauer Verlag**, Hamburg
- 1,1 Burda GmbH**
  - ↳ **100 Burda Holding GmbH & Co. KG**, Offenburg

(1) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der CLT-UFA S.A. siehe unter RTL Television.

## RTL SHOP

Veranstalterin:

**RTL Shop GmbH**

c/o RTL Television GmbH, Aachener Str. 1036, 50858 Köln

RTL SHOP ist am 1. März 2001 als Einkaufsfernsehen der RTL Group gestartet. Bei dem Programm handelt es sich um einen Mediendienst.

Als 24-Stunden-Programm wird der Fernseheinkaufskanal über das ASTRA-Satellitensystem ausgestrahlt. Zudem wird es in das Kabelnetz der NetCologne Gesellschaft für Telekommunikation mbH, Köln, eingespeist. Zugleich werden mehrstündige Teleshoppingfenster für die Programme RTL Television, VOX, n-tv, ONYX, NBC und für eine Anzahl lokaler Kabelprogramme (Sachsen Fernsehen, Franken Fernsehen u. v. m.) produziert.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Geschäftskapital in % - Gesellschafter -

- Stand: Auskunft der RTL Group vom 12. Juni 2003 -

**55** **RTL Television GmbH**, Köln<sup>(1)</sup>

**25** **RTL NEW MEDIA GmbH**, Köln

┆ **100** **RTL Television GmbH**

**20** **M6 Gruppe**, Frankreich; eine französische Sendergruppierung, an der die CLT-UFA S.A. mit 47,9 %<sup>(1)</sup> beteiligt ist.

(1) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen bei der RTL Television GmbH, der CLT-UFA S.A. und der RTL Group S.A. siehe unter RTL Television.

## RTL Television

**Veranstalterin:** **RTL Television GmbH**  
Aachener Straße 1036, 50858 Köln

Als erster deutscher privater Fernsehsender ist RTL am 1. Januar 1984 gestartet. Die Sendelizenz hat die Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM) erteilt. Die Laufzeit der derzeit gültigen Zulassung beträgt fünf Jahre, beginnend am 22. Juli 2003.

96 % (ca. 32,06 Mio.) aller deutschen Fernsehhaushalte können das Programm von RTL Television empfangen (Stand: 1. Januar 2002, Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung). Es wird terrestrisch, über Kabel und über Satellit verbreitet.

RTL Television stellt ein Vollprogramm mit dem Schwerpunkt Unterhaltung dar. Neben den unterhaltenden Sendungen verbreitet RTL auch regelmäßig Nachrichten und Magazine. Das Programmschema setzt sich aus Informations- und Boulevardmagazinen, Serien, verschiedenen Show-Formaten, Talks am Nachmittag, TV-Movies, Spielfilmen, Comedy und Sport zusammen. Mit seinem Programm erreicht RTL die Marktführerschaft bei der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen Zuschauer. Das Programm weist einen hohen Anteil an Eigen- und Auftragsproduktionen auf. Ergänzt wird es durch internationale Kaufproduktionen aus den Bereichen Spielfilme und Fernsehserien.

**Gesellschaftsrechtliche Struktur**  
- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 12. Juni 2003 -

<b>100</b>	<b>UFA Film und Fernseh GmbH, Köln</b>
↳ <b>95,15</b>	<b>CLT-UFA S.A., Luxemburg</b>
↳ 99,36	CLT-UFA Holding S.A., Luxemburg
↳ <b>100</b>	<b>RTL Group S.A., Luxemburg</b>
↳ 37	BW TV und Film Verwaltungs GmbH
↳ <b>80</b>	<b>Bertelsmann AG, Gütersloh (s. u.)</b>
↳ <b>20</b>	<b>Westdeutsche Allgemeine Zeitungs- und Verlagsgesellschaft E. Brost &amp; J. Funke GmbH &amp; Co. KG (WAZ), Essen</b>
↳ <b>52,43</b>	<b>Bertelsmann AG, Gütersloh</b>
↳ <b>17,3</b>	<b>Familie Mohn</b>
↳ <b>57,6</b>	<b>Bertelsmann Stiftung (Reinhard Mohn)</b>
↳ <b>25,1</b>	<b>Groupe Bruxelles Lambert (GBL) S.A., Brüssel; Beteiligung zum Teil über Electrafina S.A., Brüssel<sup>(1)</sup></b>
↳ 0,75	Eigenbesitz der RTL Group S.A.
↳ 9,82	außenstehende Aktionäre
↳ 0,64	außenstehende Aktionäre
↳ <b>4,85</b>	<b>RTL Group Verwaltungs und Holding GmbH, Köln</b>
↳ 100	CLT-UFA Holding S.A., Luxemburg (s. o.)

(1) Die GBL hält zwar 25,1 % an der Bertelsmann AG, allerdings sind 0,1 % der Aktien ohne Stimmrechte.

<b>Verbundene Unternehmen der RTL Television GmbH</b>	
- Stand: 12. Juni 2003 -	
Beteiligungen	Höhe der Beteiligung in %
<b>RTL Nord GmbH, Hamburg</b>	100
<b>Soap Factory TV Produktions GmbH, Hamburg</b>	51
<b>„G Sky B“ German Sky Broadcasting GmbH, Köln</b>	100
<b>RTL Creation GmbH, Köln</b>	100
<b>RTL Journalistenschule für TV und Multimedia GmbH, Köln</b>	100
<b>RTL AllRights GmbH</b>	65
<b>RTL Hessen Programmfenster-GmbH, Frankfurt am Main</b>	60
<b>Stormy Entertainment GmbH, Köln</b>	66
<b>VOX Film- und Fernseh GmbH &amp; Co. KG, Köln</b>	49,9
<b>VOX Film- und Fernsehgeschäftsführungs GmbH, Köln</b>	
<b>RTL Shop GmbH, Köln</b>	55
<b>RTL Multimedia GmbH, Köln</b>	100
<b>RTL Enterprise GmbH, Köln, Beteiligung über RTL New Media GmbH, Köln</b>	100
<b>Tele West Rheinisch-Westfälische Fernsehgesellschaft mbH &amp; Co. KG, Düsseldorf</b>	51
<b>Tele West Rheinisch-Westfälische Fernsehgesellschaft mbH, Düsseldorf, Beteiligung über Tele West Rheinisch-Westfälische Fernsehgesellschaft mbH &amp; Co. KG, Düsseldorf</b>	
<b>„I2I“ Musikproduktions- und Musikverlagsgesellschaft mbH, Köln</b>	100
<b>RTL Hessen GmbH, Köln</b>	56
<b>IP Deutschland GmbH, Köln</b>	100
<b>IP Medien Vermittlung für Fernsehwerbung GmbH &amp; Co. KG, Köln</b>	50
<b>IP Medien Vermittlung für Fernsehwerbung Geschäftsführungs GmbH, Köln</b>	
<b>IPA Plus (Österreich) Vermittlung für Fernsehwerbung GmbH, Wien, Beteiligung über IP Deutschland GmbH, Köln</b>	50
<b>IP NewMedia GmbH, Köln, 49%ige Beteiligung über die IP Deutschland GmbH und 51%ige Beteiligung über die RTL New Media GmbH</b>	100
<b>„S4M“ Solutions for Media GmbH, Köln, 33,33%ige direkte Beteiligung der RTL Television GmbH und 33,33%ige Beteiligung über IP Deutschland GmbH, Köln</b>	66,66
<b>RTL NEWMEDIA GmbH, Köln</b>	100



## RTL WORLD

- Stand: 12. Juni 2003 -

Veranstalterin:

**RTL Television GmbH<sup>(1)</sup>**

Aachener Straße 1036, 50858 Köln

Die Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM) hat der RTL Television GmbH am 15. Februar 2000 die Ausstrahlung eines digitalen Programmbouquets genehmigt. Die Erlaubnis hat eine Laufzeit vom 01.03.2000 bis 28.02.2005.

Die Genehmigung der NLM bezieht sich auf die folgenden Einzelkomponenten des digitalen Programmpakets RTL World:

- digitale Simulcastprogramme: RTL Television, RTL II und Super RTL;
- vier digitale Spartenkanäle für die Genres Soaps, News/Magazine, Action, RTL-Highlights;
- Electronic Program Guide (EPG). Der EPG wird von der NLM als Mediendienst eingestuft.

Nach Auskunft von RTL Television werden mit dem Sammelbegriff „RTL World“ auch die verschiedenen Internetangebote der RTL New Media GmbH gekennzeichnet.

---

(1) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen bei der RTL Television GmbH siehe unter RTL Television.

## RTV

Veranstalterin:

**RtvD Video- und Filmproduktions GmbH**

Markgraf-Albrecht-Str. 14, 10711 Berlin

Mit Bescheid vom 25. April 2003 hat die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) die Sendeerlaubnis zur Veranstaltung des bundesweit empfangbaren Satelliten-Fernsehvollprogramms RTV in russischer Sprache für die Dauer von sieben Jahren erteilt. Die Frist begann mit der Aufnahme der Sendung, spätestens aber am 1. Juli 2003.

Geplant ist ein ganztägiges Vollprogramm für die russischsprachige Bevölkerung in Deutschland. Es soll Information und Unterhaltung aus verschiedenen Bereichen umfassen. Derzeit veranstaltet die RtvD Video- und Filmproduktions GmbH im Mischkanal im Berliner Kabelnetz russischsprachige Sendungen im Umfang von drei Stunden wöchentlich (Stand: April 2003).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Geschäftskapital in % - Gesellschafter -

- Stand: Bescheid der MABB vom 25. April 2003 -

**30 Peter Tietzki**, Berlin

**30 Ludmilla Tietzki**, Berlin

**40 Rainer Zeifert**, Berlin

<b>SAT.1</b>	
Veranstalterin:	<b>SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH</b> Jägerstraße 32, 10117 Berlin
<p>SAT.1 gehört zu den Pionieren des privaten Fernsehens in Deutschland. Der Sender ist am 1. Januar 1984 gestartet. Die Lizenz hat der Sender durch die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz erhalten. Die Geltungsdauer der derzeit gültigen Sendelizenz beträgt 10 Jahre und läuft bis 31. Mai 2010.</p> <p>Das Programm von SAT.1 wird terrestrisch, über Kabel und über das ASTRA-Satellitensystem verbreitet. Dadurch erreicht der Sender insgesamt 95 % aller Fernsehhaushalte (Stand: 1. Januar 2002; Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung).</p> <p>SAT.1 zählt zu den zuschaueranteilsstarken und dadurch marktführenden Sendern. Das Programm lässt sich als Voll- oder Mischprogramm mit dem Schwerpunkt Unterhaltung beschreiben. Neben dieser Schwerpunktsetzung weist es einen beachtlichen Anteil an informationsorientierten, journalistischen und Sportsendungen auf.</p>	
<b>Gesellschaftsrechtliche Struktur</b> - Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter - - Stand: 30. Juni 2003 (Redaktionsschluss) -	
<b>100</b>	<b>ProSiebenSAT.1 Media AG,</b>

Der Stand der geplanten Beteiligungsverhältnisse bei der **ProSiebenSAT.1 Media AG** war gemäß Beschluss der KEK vom 13. Mai 2003 (Az.: KEK 173-1) folgendermaßen:

Kapitalanteile in % - gerundet -	Stimmrechte in % - gerundet -	
↑ 26,8	26,8	<b>SAT.1 Beteiligungs GmbH</b>
↑ 1,2	1,2	<b>Media1 Beteiligungs GmbH</b>
↑ 36,0	72,0	<b>P7S1 Holding L.P.</b> , George Town, Grand Cayman/British Cayman-Islands Geschäftsführender General Partner ohne Kapitalbeteiligung ist die <b>P7S1 Management Co.</b> , George Town, Grand Cayman/Cayman Islands
		↑ 100 <b>Saban Capital Group (P7S1 AG) Corp.</b> , Los Angeles/USA
		↑ 100 <b>Saban Capital Group, Inc.</b> , Los Angeles
		↑ 100 <b>Haim Saban</b> , Los Angeles
↑ 36,0	---	Streubesitz

Zunächst wurde mitgeteilt, dass die Übernahme der direkt von **Kirch Media GmbH & Co. KGaA** gehaltenen Anteile an der ProSiebenSAT.1 Media AG in Höhe von rund 72 % durch die Saban Capital Group nicht vollzogen werde. Pressemitteilungen zufolge waren die Saban Capital Group und der Insolvenzverwalter der KirchMedia am 4. Juni 2003 vom Kaufvertrag zurückgetreten. Demzufolge ging

die KEK davon aus, dass die insolvente Kirch Media GmbH & Co. KGaA weiterhin die rund 72 % der stimmberechtigten Aktien an der ProSiebenSAT.1 Media AG hält:

**ProSiebenSAT.1 Media AG, Unterföhring**

Kapitalanteile in % - gerundet -	Stimmrechte in % - gerundet -	
⌊ 26,8	26,8	SAT.1 Beteiligungs GmbH
⌊ 1,2	1,2	Media1 Beteiligungs GmbH
⌊ 36,0	72,0	Kirch Media GmbH & Co. KGaA <sup>(1)</sup>

Nach Redaktionsschluss kündigten am 29. Juli 2003 die Vertreter der **Haim Saban Group** an, dass der Anteilskauf durch die **P7S1 Holding L.P.** kurzfristig vollzogen werden soll. Die neue Vereinbarung unterscheidet sich von dem im vorangegangenen Verfahren genehmigten Stand insoweit, als u. a. eine weitere Gesellschaft, die German Media Partners L.P., in die Holding-Struktur der Saban Capital Group integriert wird. Die KEK hat mit Beschluss vom 12. August 2003 (Az.: KEK 185-1 bis -5) festgestellt, dass der nunmehr mitgeteilte Vollzug des Anteilskaufs einschließlich der angezeigten konzerninternen Umstrukturierung innerhalb der Saban Capital Group nicht der neuerlichen medienkonzentrationsrechtlichen Unbedenklichkeitsbestätigung bedarf.

Gesellschaftsrechtliche Strukturen bei der <b>SAT.1 Beteiligungs GmbH</b> und der <b>Media1 Beteiligungs GmbH</b> - Anteile am Stammkapital in % - - Stand: 30. Juni 2003 (Redaktionsschluss) -	
<b>59</b>	<b>Blitz 01-931 GmbH</b> ⌊ 100 Taurus TV GmbH ⌊ 100 Kirch Media GmbH & Co. KGaA <sup>(1)</sup>
<b>21</b>	<b>Axel Springer AG,<sup>(2)</sup> Berlin</b> ⌊ > 50 Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. (50 % plus 10 Aktien), Berlin ⌊ 90 Friede Springer ⌊ 5 Ariane Springer ⌊ 5 Axel Sven Springer  ⌊ 10,4 Friede Springer ⌊ 29,7 Deutsche Bank AG ⌊ 9,9 Streubesitz
<b>20</b>	<b>Aktuell Presse-Fernsehen GmbH &amp; Co. KG (APF), Hamburg</b> ⌊ 98,7 Axel Springer AG

### Beteiligungen der ProSiebenSAT.1 Media AG

- Höhe der Beteiligung in % -

- Stand: 24. April 2003 -

100	<b>SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH</b> , Berlin
100	<b>SAT.1 Norddeutschland GmbH</b> , Hannover
100	<b>SAT.1 und Radio Hundert,6 Medien Beteiligungs GmbH Berlin &amp; Co. Betriebs KG</b> , Berlin
100	<b>SAT.1 und Radio Hundert,6 Medien Beteiligungs GmbH</b> , Berlin
100	<b>tv-weiß-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH</b> , München
86,5	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG, München
53,7	Privatfernsehen in Bayern Verwaltungs-GmbH, München
100	N24 Bayern GmbH, München
100	tv-weiß-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH – Stille Gesellschaft
100	<b>SAT.1 Boulevard TV GmbH</b> , Berlin
100	<b>SAT.1 Privatfernsehen Baden-Württemberg Verwaltungs GmbH</b> , Stuttgart
33,3	<b>SAT.1 Privatrundfunk- und Programmgesellschaft m.b.H.</b> , Wien/Österreich
50	<b>SAT.1 Schweiz AG</b> , Zürich
100	<b>ProSieben Television GmbH</b> , Unterföhring
100	<b>Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH</b> , Unterföhring
100	<b>N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH</b> , Unterföhring; N24 Geschäftsführungs-GmbH
50	Berliner Pool TV Produktionsgesellschaft mbH, Berlin
100	<b>SevenOne Media GmbH</b> , Unterföhring
100	SevenOne Austria GmbH, Wien
30	OBIS Gesellschaft für Online-Buchungs- u. Informationssysteme mbH, Unterföhring
100	<b>SevenPictures Film GmbH</b> , Unterföhring
50	SevenX Filmverleih GmbH, Unterföhring
100	<b>Seven Scores Musikverlag GmbH</b> , Unterföhring
100	<b>TELEDIREKT Vermarktungsgesellschaft für Fernsehempfang mbH</b> , Unterföhring
100	SELCO Service-Gesellschaft für elektronische Kommunikation mbH, Unterföhring; die ProSiebenSAT.1 Media AG hält als stiller Gesellschafter 100 % an der SELCO GmbH.
100	<b>ProSieben Digital Media GmbH</b> , Unterföhring
100	Kirch Intermedia GmbH, München
100	Kirch Intermedia Betriebs GmbH, München
100	SevenOne Interactive GmbH, Unterföhring
100	Forvita GmbH, Köln
52	GI Gesellschaft für Informationstechnologie AG, Herford
44	wetter.com AG, Singen
50	VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen mbH, Berlin
100	SevenOne Media [Schweiz] AG, Küsnacht/Schweiz
23	IP MultiMedia (Schweiz) AG, Küsnacht/Schweiz
100	<b>STARWATCH Navigation Gesellschaft für interaktive Kommunikation GmbH &amp; Co. Produktions KG</b> , Unterföhring

100	<b>STARWATCH Navigation Gesellschaft für interaktive Kommunikation Geschäftsführungs-GmbH</b> , Unterföhring
20	EPS Programm Service AG, Dübendorf/Schweiz
100	<b>MM Merchandising München GmbH</b> , Unterföhring
66,25	ArtMerchandising & Media AG, Unterföhring
100	ArtMerchandising & Media, Inc., New York/USA
100	Buchagentur Intermedien-GmbH, Unterföhring
100	Buchagentur Intermedien-GmbH & Co. Marketing KG, Unterföhring
100	Merchandising Prag spol. s.r.o., Prag/Tschechien
100	<b>SevenOne Club &amp; Shop GmbH</b> , Ismaning
100	<b>SZM Studios Film-, TV- und Multimedia-Produktions GmbH</b> , Unterföhring
100	<b>ProSieben Information Service GmbH</b> , Ismaning
60	PM&S Software GmbH, Minsk/Weißrussland
100	<b>SevenSenses Agentur für Mediendesign und Marketing GmbH</b> , Ismaning
100	<b>PRO SIEBEN Home Entertainment GmbH Bild- und Tonträgervertrieb</b> , Unterföhring
100	<b>MGM MediaGruppe München Werbeforschung und -vermarktung.Verwaltungsgesellschaft mbH &amp; Co. KG</b> , Unterföhring
48,4	<b>EUVIA Media Verwaltungs AG</b> , München
48,4	<b>EUVIA Media AG &amp; Co. KG</b> , München
11	<b>AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien</b> , München
25	<b>Deutscher Fernsehpreis GmbH</b> , Köln
25,4	<b>MAGIC MEDIA COMPANY TV-Produktionsgesellschaft mbH</b> , Hürth
25	<b>RTL/ProSieben Schweiz Fernseh AG</b> , Zürich

(1) An der ProSiebenSAT.1 Media AG hält die **Kirch Media GmbH & Co. KGaA** Stammaktien und Vorzugsaktien. Sie ist durchgerechnet mit ca. 88,5 % der stimmberechtigten Stammaktien an der ProSiebenSAT.1

Media AG beteiligt. Der Anteil der KirchMedia am gesamten Aktienkapital (d. h. Stammaktien + Vorzugsaktien = 100 %, d. h. das gesamte Aktienkapital) beträgt 55,52 % (d. h. des gesamten Aktienkapitals, dies sind 88,5 % der Stammaktien und 16,5 % der Vorzugsaktien). Auch die SAT.1 Beteiligungs GmbH und die Media1 Beteiligungs GmbH halten Stamm- und Vorzugsaktien. Die restlichen Vorzugsaktien befinden sich in Streubesitz.

Am 8. April 2002 hatte die Kirch Media GmbH & Co. KGaA beim Amtsgericht München Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt. Am 14. Juni 2002 eröffnete das Münchener Amtsgericht das Insolvenzverfahren. Bei der insolventen Kirch Media GmbH & Co. KGaA bestehen gemäß Beschluss der KEK (Az.: KEK 124-2) vom 19. September 2001 die folgenden gesellschaftsrechtlichen Strukturen:

Kapital- anteile	Stimm- rechte	in %
72,62	---	Kirch Media Beteiligungs GmbH & Co. KG ↳ 100 Taurus Holding GmbH & Co. KG; die Taurus Holding GmbH & Co. KG steht im Besitz der Kirch Unternehmensstiftung, die ihre Anteile treuhänderisch für Dr. Leo Kirch hält.
3 Stückaktien		Kirch Media BeteiligungsVerwaltungs GmbH ↳ 100 Taurus Holding GmbH & Co. KG (s. o.)
6,54	23,91	Thomas Kirch (Sohn von Dr. Leo Kirch)
2,93	10,71	Mehrere Investmentgesellschaften, die sämtlich verwaltet werden durch die Capital Research and Managements Funds (USA).
2,48	9,04	Trefinance S.A., Luxemburg ↳ 100 Fininvest S.p.A.
2,28	8,33	Mediaset Investment S.A.R.L., Luxemburg ↳ 100 Mediaset S.p.A., Mailand Kapitalanteile in % per 19. Dezember 2001: ↳ 48,356 Fininvest S.p.A., im Mehrheitsbesitz der Familie Berlusconi ↳ 2,279 Lehman Brothers International Europe ↳ 2,093 Albacom Holdings Ltd. ↳ 2,033 Putnam Investment Management, Inc.; The Putnam Advisory Company, Inc. Die übrigen Beteiligungen bei der Mediaset S.p.A. sind nicht bekannt.
2,48	9,04	Kingdom Holdings 8 B.V., Rotterdam/Niederlande (eine Investmentgesellschaft des saudischen Prinzen Al Waleed bin Talal al Saud)
2,48	9,04	Investmentgesellschaften, die von der Lehman Brothers Merchant Banking Partners II L.P. (ein Unternehmen der US-amerik. Investmentbank Lehman Brothers Holdings, Inc.) verwaltet werden.
5,71	20,87	REWE-Beteiligungs-Holding National GmbH
2,48	9,04	News German Television Holding GmbH, Berlin ↳ 100 News Investment, London ↳ 100 The News Corporation Limited, Adelaide/Australien

- (2) Die Axel Springer Verlag AG (ASV) ist mittelbar über die SAT.1 Beteiligungs GmbH und Media1 Beteiligungs GmbH an der ProSiebenSAT.1 Media AG beteiligt. Durchgerechnet über die verschiedenen mittelbaren Beteiligungsstufen besteht eine Beteiligung an den stimmberechtigten Stammaktien in Höhe von ca. 11,5 % der ASV an der ProSiebenSAT.1 Media AG (11,5 % Stammaktien, 11,5 % der Vorzugsaktien, 11,5 % des Gesamtkapitals).

<b>Sci-Fi Channel</b>	
Veranstalterin:	<b>Studio Universal GmbH</b> Schackstraße 1, 80539 München
<p>Mit Bescheid vom 18. Februar 2003 hat die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) der Studio Universal GmbH die Sendeerlaubnis zur Veranstaltung des bundesweit empfangbaren Satelliten-Fernsehprogramms Sci-Fi Channel für die Dauer von sieben Jahren erteilt; die Frist begann am 1. April 2003.</p> <p>Geplant ist ein Programm, das überwiegend deutschsprachige Serien, Spiel- und Fernsehfilme und ausgewählte Dokumentationen ausschließlich aus dem Genre Science-Fiction enthält. Vorgesehen ist, das Programm im Rahmen des Premiere-Angebots und der Paketangebote von Kabelnetzbetreibern zu verbreiten. Das Programm soll ca. in der zweiten Jahreshälfte 2003 starten.</p> <p>Universal Studios, Inc. ist eines der führenden Filmstudios Hollywoods. Außer in den USA verbreitet Universal seit 1996 auch Fernsehprogramme in verschiedenen europäischen Staaten wie Deutschland, Italien, Frankreich, Spanien und Großbritannien. Das Programmangebot wird Kabelnetz- und Satellitenbetreibern zur Verfügung gestellt, die es direkt als Pay-TV an die Haushalte vertreiben. Neben dem geplanten Sci-Fi Channel veranstaltet Universal in Deutschland zur Zeit über Tochterfirmen die Pay-TV-Programme 13TH STREET und Studio Universal.</p>	
<b>Gesellschaftsrechtliche Struktur</b> - Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter - - Stand: 17. April 2003 -	
<b>100</b>	<b>Universal Studios Networks Deutschland GmbH</b> , Theresienstraße 47 a, 80333 München <sup>(1)</sup>

(1) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen bei der Universal Studios Networks Deutschland GmbH siehe unter 13TH STREET und Studio Universal.



## SET (Sony Entertainment Television)

Veranstalterin: **SET Germany Channel GmbH**  
Kemperplatz 1, 10785 Berlin  
c/o Rechtsanwaltskanzlei Clifford, Chance, Pünder, Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Hess, Oberlindau 54 – 56, 60323 Frankfurt am Main

Die Rundfunkkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat in ihrer Sitzung am 24. September 1999 die Zulassung des digitalen Fernsehprogramms SET zur bundesweiten Verbreitung beschlossen (Zulassungsbescheid vom 22. März 2000). Das Programm ist für die Dauer von 10 Jahren zugelassen. Es ist bislang nicht auf Sendung.

Geplanter Gegenstand des Spartenprogramms mit dem Schwerpunkt Unterhaltung sind im Wesentlichen Erstaussstrahlungen US-amerikanischer Serien und internationaler Spiel- und Dokumentarfilme mit deutschen Untertiteln.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 25. April 2003 -

#### **100 Beteiligungsgesellschaft Sony Entertainment mbH, Berlin**

Die Beteiligungsgesellschaft Sony Entertainment mbH ist organschaftlich mit der Sony Entertainment Holdings GmbH (SEH) verbunden. Die SEH ist über mehrere Beteiligungsstufen von der börsennotierten Sony Corporation, Tokio, abhängig. Bei Sony handelt es sich um einen Konzern, dessen Schwerpunkt im Bereich der Unterhaltungselektronik liegt. Daneben ist Sony aber unter anderem durch Sony Music Entertainment und das Hollywood-Filmstudio Columbia TriStar Pictures auch ein Konzern der Medienbranche.

## Single TV

Veranstalterin: **SINGLE TV Fernsehen AG**  
 Unter den Eichen 5, 65195 Wiesbaden

Single TV hat die Zulassung zur Veranstaltung eines bundesweiten, 24-stündigen Fernsehpartenprogramms mit Schwerpunkt Unterhaltung von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) erhalten. Die Sendelizenz wurde für die Dauer von 10 Jahren erteilt. Die Frist hat am 16. September 2000 begonnen.

Das Programm richtet sich vorzugsweise an Alleinlebende (Singles). Einen Hauptbestandteil bilden private Kontaktvideos.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: Beschluss der KEK vom 11. Juni 2002 (Az.: KEK 134) und  
 Mitteilung der Single TV Fernsehen AG vom 26. Juni 2003 -

- 39,9** **Platinum Acquisitions GmbH**, Wiesbaden
  - ┆ 100 Klaus Helbert
- 30,0** **Graf zu Solms-Wildenfels Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH**, Isernhagen
  - ┆ 100 Tie Targa International Ltd., Verduz/Liechtenstein
- 15,1** **AGO Treuhand GmbH – Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH**, Wiesbaden
  - ┆ 100 Klaus Christian Kahler, Hochheim
- 10,0** **camPoint AG**, Wiesbaden
  - ┆ 100 Internolix AG, Limburg (Lahn)<sup>(1)</sup>
    - ┆ ca. 27,85 Platinum Acquisitions GmbH und Klaus Helbert
    - ┆ 25,93 AGO Treuhand GmbH
    - ┆ 2,23 medianetCom AG
    - ┆ Rest Streubesitz
- 5,0** **medianetCom AG**, Marburg
 

Gesellschafter (Anteile am Aktienkapital in %):

  - ┆ 19,99 Platinum Acquisitions GmbH
 

Die Platinum Acquisitions GmbH beabsichtigt, bis zu 100 % der Anteile der Gontard & Metallbank AG an der medianetCom zu übernehmen und damit ihren Anteil auf maximal 38,65 % zu erhöhen.
  - ┆ 18,66 Gontard & Metallbank AG<sup>(2)</sup>
  - ┆ 18,47 Graf zu Solms-Wildenfels Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH
  - ┆ 7,66 Aktionärsgruppe (622.222 Aktien), bestehend aus: Roland Oetker (182.222 Aktien), Rotermund Venture Capital Fonds II GbR (240.000 Aktien) und Deutsche Bank Fonds (220.000 Aktien)
  - ┆ 2,34 Frank Hackenbuchner und Regine Dickomeit-Hackenbuchner
  - ┆ 6,38 Highlight Communications AG
    - ┆ unter 10 Klaus Helbert
  - ┆ 26,50 Streubesitz (Free Float)

(1) Die media netCom AG hat die Anteile an der Internolix AG zu 95,10 % übernommen. Diese mit Schreiben vom 17. Mai 2002 angezeigte Beteiligungsveränderung wurde nicht in das Verfahren Az.: KEK 134 (Be-

schluss der KEK vom 11. Juni 2002) einbezogen und steht noch unter dem Vorbehalt der medienkonzentrationsrechtlichen Unbedenklichkeitsbestätigung.

- (2) Mit Schreiben vom 26. Juni 2003 teilte die Single TV Fernsehen AG mit, dass über das Vermögen der Gontard & Metallbank AG das Insolvenzverfahren eröffnet worden sei. Die angekündigte Übernahme der Anteile an der media netCom AG durch die Platinum Acquisitions GmbH ist deshalb noch in der Schwebe.

<b>sonnenklar TV</b>	
Veranstalterin:	<b>Euvia Travel GmbH</b> Königsallee 49, 71638 Ludwigsburg
<p>sonnenklar TV ist am 15. Mai 2002 gestartet. Bei dem Programm handelt es sich um Reiseverkaufsfernsehen. Das Programm wird als Mediendienst ausgestrahlt.</p> <p>Gezeigt werden Filme, Berichte und Beratungen zu Reisetemen. Reiseveranstalter, Experten und Reisejournalisten bieten den Zuschauern verschiedene Informationen zu Reisetemen. Die Zuschauer können direkt per Telefon und im Internet Reisebuchungen vornehmen.</p> <p>Über das digitale Astra-System ist das tägliche 24-Stunden-Programm zur Zeit als Bestandteil des Premiere-Angebotes unverschlüsselt und über alle „Free-to-Air“-Satelliten-Digital-Receiver zu empfangen. Seit dem 1. März 2003 findet die analoge Verbreitung des 24-Stunden-Reisekanals über Satellit statt. Ab 2003 wird in Baden-Württemberg sonnenklar TV in die Kabelnetze eingespeist. Über die analoge und digitale Satellitenverbreitung ist der Reisekanal in ca. 14,79 Mio. Haushalten zu empfangen; mit der Einspeisung in die baden-württembergischen Kabelnetze wird der Sender weitere ca. 2,2 Mio. Haushalte erreichen. Hinzu kommt, dass das Reiseverkaufsprogramm als tägliches Fenster auf NEUN LIVE in 27 Mio. Haushalten zu empfangen ist (Stand: 15. April 2003). Ein Teleshoppingfenster produziert sonnenklar TV außer für NEUN LIVE auch für TV.München.</p>	
<b>Gesellschafterstruktur</b> - Anteile am Geschäftskapital in % - Gesellschafter - - Stand: April 2003; Pressemitteilungen der Euvia Travel GmbH und der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) -	
<b>100 EUVÍA Media AG &amp; Co. KG<sup>(1)</sup></b>	

(1) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen bei der EUVÍA Media AG & Co. KG siehe unter NEUN LIVE.

## Studio Universal

Veranstalterin: **Studio Universal GmbH**, München  
 c/o Universal Studios Networks Deutschland GmbH,  
 Theresienstraße 47 a, 80333 München

Studio Universal hat am 19. Juli 1999 die Sendegenehmigung durch die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) erhalten. Die Sendeerlaubnis wurde für die Dauer von sieben Jahren erteilt; die Frist begann mit der Aufnahme der Sendung, spätestens am 1. September 1999. Das Digitalprogramm ist über Kabel und Satellit als Bestandteil des Paketangebotes von Premiere beziehbar (Stand: Juni 2003).

Studio Universal verbreitet Spielfilme aller Genres. Es soll hiermit eine stärkere Familienorientierung erreicht werden. Veranstaltet wird es in deutscher Sprache.

Universal Studios, Inc. ist eines der führenden Filmstudios Hollywoods. Über das Pay-TV-Programm Studio Universal vertreibt das Filmstudio das Programmsortiment direkt an die Fernsehhaushalte. Dadurch tritt Universal selbst als Veranstalter auf; das Programm ergänzt das Lizenzgeschäft von Universal.

Außer Studio Universal veranstaltet eine weitere Tochterfirma von Universal Studios für Deutschland das Pay-TV-Programm 13TH STREET. Auch ist geplant, Sci-Fi Channel als weiteres Pay-TV-Programm für Deutschland anzubieten. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) erteilte diesem Satelliten-Fernsehprogramm am 18. Februar 2003 die Sendeerlaubnis.

Ferner ist das verbundene Unternehmen Vivendi Universal S.A. und damit Universal Studios an folgenden Veranstaltern mittelbar beteiligt:

- HSE Home Shopping Europe (Mediendienst)
- TV Travel Shop (Mediendienst)
- NEUN LIVE
- sonnenklar TV (Mediendienst)
- multiThématiques (u. a. PLANET)
- VIVA und VIVA Plus (über die Vivendi Universal Vertrieb GmbH)

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter –  
 - Stand: 17. April 2003 -

**100 Universal Studios Networks Deutschland GmbH**, München  
 ↳ 100 Universal Studios Germany Holding GmbH  
     ↳ **100 Universal Studios, Inc.**, Los Angeles/USA  
         ↳ **92,341 Vivendi Universal S.A.**,<sup>(1)</sup> Frankreich  
         ↳ 7,659 Matsushita Electronic Industrial (MEI) Holding, Inc.  
             ↳ **100 Matsushita Electronic Industrial Co., Ltd.**,  
             Japan (Unternehmen der Elektronikbranche)

(1) Zu den Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen bei Vivendi Universal S.A. siehe unter 13TH STREET.

## Super RTL

Veranstalterin: **RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG**  
Richard-Byrd-Straße 6, 50829 Köln

Mit Zulassungsbescheid vom 10. März 1995 hat die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) das Programm Super RTL zugelassen. Die Lizenzdauer beträgt 10 Jahre, beginnend mit Zustellung des Bescheids. Super RTL ist am 28. April 1995 gestartet.

Zur Zeit erreicht der Sender 87 % der Fernsehhaushalte (Stand: 1. Januar 2002, Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung). Verbreitet wird er über Kabel und Satellit (ASTRA).

Super RTL lässt sich als ein unterhaltungsorientiertes Fernsehspartenprogramm beschreiben. Das Programmschema setzt sich aus Serien, Spielfilmen, Shows, Magazinen und Disney-Filmen zusammen. Das stark von Disneyproduktionen geprägte Programm versucht, als Schwerpunkt die Zielgruppe der Familien mit Kindern zu erreichen. Bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern ist Super RTL Marktführer. Zur Zielgruppe des Senders zählen auch die 14- bis 49-jährigen Zuschauer.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 12. Juni 2003 -

**50** **CLT-UFA S.A.**, Luxemburg<sup>(1)</sup>

**50** **Buena Vista International (BVI) Television Investments, Inc.**, USA

Buena Vista steht über mehrere Beteiligungsstufen im Alleineigentum der **Walt Disney Company**, Delaware, der Muttergesellschaft aller Disney-Unternehmen.

---

(1) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der CLT-UFA S.A. siehe unter RTL Television.

## TS Technology & Science Network (TSN)

Veranstalterin: **H5B5 GmbH**  
 Rosenheimer Str. 145 F, 81671 München

Der Veranstalter des Programms „TS Technology & Science Network (TSN)“ hat die Genehmigung zur bundesweiten Veranstaltung eines digitalen Pay-TV-Spartenprogramms von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) am 13. Februar 2001 erhalten.

Das Programm ist bislang nicht auf Sendung (Stand: Juni 2003). Der Veranstalter des Spartenkanals plant, sich vorwiegend mit den Themenfeldern Wissenschaft und Technik zu beschäftigen. Sämtliche Gesellschafter sind mit denselben Anteilen wie an der H5B5 GmbH an der Welt der Wunder GmbH beteiligt, die ein gleichnamiges wöchentliches Fernsehformat für den Fernsehsender ProSieben herstellt.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Stand: Beschluss der KEK vom 8. April 2003 (Az.: KEK 170) -

Kapitalanteile in %	Stimmrechte in %	
90	0	AuditJurTax Steuerberatungsgesellschaft mbH, München
5	50	Hendrik Hey, München
5	5	Frank Winnenbrock, Haan
0	45	Raphaela Winnenbrock, Haan

## Tele 5

Veranstalterin: **TM-TV GmbH & Co. KG**  
 Bavariafilmplatz 7, 82031 Grünwald

Mit Bescheid vom 11. Februar 2002 hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) der Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft die bundesweite Verbreitung des Spartenfernsehangebots TM-TV befristet bis zum 31. März 2010 genehmigt. Mittlerweile ist die TM-TV GmbH & Co. KG in die Veranstalterposition eingerückt. Sie ist seit dem 28. April 2002 mit dem Programm Tele 5 auf Sendung. Gemäß Beschluss der KEK vom 10. September 2002 (Az.: KEK 153) stehen der Erteilung der Zulassung der TM-TV GmbH & Co. KG als Veranstalterin von Tele 5 keine medienkonzentrationsrechtlichen Bedenken entgegen. Mit Bescheid vom 7. November 2002 hat die BLM die geänderte Gesellschafterstruktur der neuen Zulassungsinhaberin genehmigt.

Tele 5 ist ein Fernsehsender der Tele-München-Gruppe. Es ist ein 24-Stunden-Unterhaltungsprogramm aus Spielfilmen, Serien, Cartoons, Eigenproduktionen, Reality-TV-Formaten, Show-Formaten und Teleshopping-Angeboten.

Tele 5 wird analog und digital über das ASTRA-Satellitensystem ausgestrahlt. Zudem ist das Programm in den Kabelnetzen der meisten Bundesländer vertreten. Im Juni 2003 erreichte Tele 5 insgesamt 71 % aller Kabel- und Satellitenhaushalte (Basis: 31,19 Mio. TVHH, Quelle: Unternehmensmitteilung vom 2. Juni 2003). Bis Ende 2003 sollen ca. 80 % aller Kabel- und Satellitenhaushalte in Deutschland Tele 5 empfangen können. Seit Juli 2002 werden Programmteile von Tele 5 in Österreich als Zeitschienen im Programm des österreichischen Fernsehsenders ATV plus präsentiert. An ATV plus hält die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft eine Beteiligung in Höhe von 7 % (Stand: Mai 2003; Quelle: Unternehmensmitteilung von ATV plus).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur - Kapitalanteile in % - Gesellschafter - - Stand: 5. Mai 2003 -

100	Tele-München Fernsehen-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft, München ↳ 55 <b>Dr. Herbert Kloiber</b> , München ↳ 45 <b>EM.TV &amp; Merchandising AG</b> , Unterföhring <sup>(1)</sup> ↳ 24,8   WKB Beteiligungs GmbH, Hamburg ↳ 100   Werner E. Klatten, Hamburg (Vorstandsvorsitzender der EM.TV & Merchandising AG) ↳ 17,54   Familie Thomas Haffa ↳ 57,66   Streubesitz
-----	--

(1) Am 26. Juni 2003 und 4. Juli 2003 hat die TM-TV GmbH & Co. KG gemäß § 29 RStV gesellschaftsrechtliche Veränderungen bei Tele 5 angezeigt. Danach stellen sich die Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse bei der EM.TV & Merchandising AG wie folgt dar:



EM.TV & Merchandising AG, Unterföhring

┆	24,8	WKB Beteiligungs GmbH, Hamburg
		┆ 100 Werner E. Klatten, Hamburg (Vorstandsvorsitzender der EM.TV & Merchandising AG)
┆	19,5	Familie Thomas Haffa
┆	5,039	Effecten-Spiegel AG, Düsseldorf
┆	50,661	Streubesitz

Die Veränderung steht unter dem Vorbehalt der medienkonzentrationsrechtlichen Genehmigung durch die KEK (Az.: KEK 182).

## **ToonGate**

Veranstalterin:

**GET ON AIR GmbH**

Bavariafilmplatz 7, 82031 Grünwald

Die GET ON AIR GmbH plant die Veranstaltung des Programms ToonGate als Pay-TV und digitales Fernsehspartenprogramm per Satellit.

Das Programm hat am 17. Dezember 2001 die Genehmigung durch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) für acht Jahre erhalten. Das Programm ist noch nicht auf Sendung (Stand: Juni 2003). Es wird auch die Ausstrahlung im bayerischen Kabelnetz angestrebt.

Vorgesehen ist, dass sich das Programm an eine Zielgruppe im Alter zwischen 3 - 14 Jahren richtet. Überwiegend soll es aus Zeichentrickfilmen und -serien bestehen.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 5. Mai 2003 -

**75**    **Jochen Kröhne**, München

**25**    **Thomas Brönauer**, München

## TV 50 plus

Veranstalterin:

**TV 50 plus Rundfunk- und Mediendienste GmbH**

Friedrich-List-Platz 2, 04103 Leipzig

Die TV 50 plus Rundfunk- und Mediendienste GmbH plant ein frei empfangbares Vollprogramm mit Schwerpunkt Service- und Ratgebersendungen und mit der Orientierung auf die Altersgruppe ab 50 Jahren unter dem Namen TV 50 plus. Vorgesehen ist, TV 50 plus analog über Astra-Satellit und Kabel zu verbreiten. Beantragt wurde die Zulassung bei der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM).

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafterin -

- Stand: 16. April 2003 -

**100** **George Hiller**, Leipzig (Geschäftsführer)

Herr Hiller betreibt das Produktionsunternehmen MovieMaXX TV & Movie Produktions GmbH und ist u. a. als Produktions- und Herstellungsleiter bei der Produktion von Fernsehfilmen, Kinofilmen und Werbespots tätig.

## TV Travel Shop

Veranstalterin:

**TV Travel Shop Germany GmbH & Co. KG**

Expo Plaza 10 / Messegelände, 30539 Hannover

Seit dem 1. Juni 2001 ist der Reisesender TV Travel Shop mit einem eigens für Deutschland produzierten 24-Stundenprogramm auf Sendung. Medienrechtlich wird das Programm als Mediendienst ausgestrahlt.

Der britische Reisekanal TV Travel Shop U.K., London, ist Vorbild für das Reisefernsehprogramm. Der britische Sender ist seit April 1998 auf Sendung.

Der Reiseeinkaufskanal ist analog über Satellit (ASTRA) sowie in den Bundesländern Niedersachsen, Bremen, Rheinland-Pfalz und Mecklenburg-Vorpommern sowie demnächst in Schleswig-Holstein über Kabel empfangbar. Geplant ist, das Programm in weiteren Bundesländern über Kabel zu verbreiten.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafter -

- Stand: 1. Mai 2003, nach Auskunft der Veranstalterin -

**50,1 TUI Group GmbH, Hannover**

┆ **100 Hapag-Lloyd AG, Hamburg**

┆ **100 TUI AG, Hannover**

**49,9 TV Travel Europe Limited, Bromley, England**

┆ **100 TV Travel Group Limited, Bromley, England**

┆ **100 USA Interactive, Inc., New York, USA<sup>(1)</sup>**

---

(1) Zu USA Interactive, Inc. siehe unter NEUN LIVE.

## VIVA

Veranstalterin: **VIVA Fernsehen GmbH**  
Schanzenstraße 22, 51063 Köln

Das Musikspartenprogramm VIVA ist am 1. Dezember 1993 gestartet. VIVA Plus folgte am 21. März 1995 unter dem damaligen Namen VIVA ZWEI (siehe unter VIVA Plus). Die Zulassungen wurden von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) vergeben. Die Zulassungen erhielten beide Musikspartenprogramme mit den Bescheiden vom 30. November 1993 (für das Programm VIVA) und vom 20. März 1995 (für das Programm VIVA ZWEI); sie sind jeweils auf die Dauer von 10 Jahren befristet.

VIVA wird über Kabel und Satellit verbreitet. Am 1. Januar 2002 konnten 87 % aller Fernsehhaushalte das Programm empfangen (Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung).

Bei VIVA handelt es sich um ein Musikspartenprogramm. Es kann auch als Zielgruppenfernsehen angesehen werden. VIVA will mit seinen Musikvideos schwerpunktmäßig die 14- bis 29-Jährigen erreichen. Es verbreitet ein jugend- und trendorientiertes Musikprogramm mit Schwerpunkt auf chartorientierter, aktueller Musik.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafterin -  
- Stand: 27. Mai 2003 -

<b>100 VIVA Media AG, Köln</b>		
Kapitalanteile in %	Stimmrechte in %	
┆ 30,6	30,6	<b>Warner Music Group Germany GmbH &amp; Co. Holding oHG</b> , Hamburg <sup>(1) (2)</sup>
┆ ---	15,5	<b>Warner Music Germany Beteiligungs GmbH</b>
┆ 15,3	15,3	<b>Vivendi Universal Vertrieb GmbH</b> , Hamburg <sup>(3)</sup>
┆ 3,2	---	<b>Die Initiatoren Eins Kapitalbeteiligungs KG</b> , <sup>(1)</sup> Köln, Kom- plementär: Helge Sasse
┆ 2,5	---	<b>Die Initiatoren Zwei Kapitalbeteiligungs KG</b> , <sup>(1)</sup> Köln, Kom- plementär: Helge Sasse
┆ 9,8	---	<b>Die Initiatoren Drei Kapitalbeteiligungs KG</b> , <sup>(1)</sup> Köln, Kom- plementär: Helge Sasse
┆ 3,3	3,3	<b>Die Initiatoren Vier Kapitalbeteiligungs KG</b> , Köln, Komple- mentär: Helge Sasse
┆ 3,7	3,7	<b>Jörg Grabosch</b> , Köln
┆ 3,1	3,1	<b>Martin Keß</b> , Köln
┆ 2,8	2,8	<b>Ralf Günther</b> , Köln
┆ 0,6	0,6	<b>Dieter Gorny</b> , Essen
┆ 25,1	25,1	Streubesitz

Die VIVA Fernsehen GmbH hält 51 % an der VIVA Plus Fernsehen GmbH (siehe dazu unter VIVA Plus).

Seit Mitte Juni 2000 ist auch das Musikfensterprogramm für Polen, VIVA Polska, auf Sendung (VIVA TV Sp. z o.o. Productions, Warschau).

Außerdem hält VIVA eine Beteiligung in Höhe von 96 % am Aktienkapital der S Media Vision AG, Zürich. Sie veranstaltet in der Schweiz das Musikfernsehen VIVA SWIZZ.

Seit Februar 2001 halten die VIVA Fernsehen GmbH und die VIVA Media AG sämtliche Anteile an dem ungarischen Fernsehsender Z+ Broadcasting Company Ltd., Budapest.

Ferner hält die VIVA Fernsehen GmbH im Mai 2001 einen 5%igen Anteil an dem italienischen Musiksender RETE A S. r. L.

Seit dem 19. April 2002 verfügt die VIVA Fernsehen GmbH über 100 % der Anteile an dem Musikfernsehsender „The Box“ Holland B. V.

- 
- (1) **AOL Time Warner, Inc.** verfügt über insgesamt 46,1 % der Stimmrechte bei der VIVA Media AG (Az.: KEK 152). Nach einer Stimmbindungsvereinbarung stehen die 15,5 % Stimmrechte der Initiatoren I – III Kapitalbeteiligungs Kommanditgesellschaften der Warner Music Germany Beteiligungs GmbH zu. Die Warner Music Germany Beteiligungs GmbH und die die 30,6 % der Kapitalanteile der **VIVA Media AG** haltende Warner Music Group Germany GmbH & Co. Holding oHG gehören zum Konzern AOL Time Warner, Inc.
  - (2) Die **Warner Music Group Germany GmbH & Co. Holding oHG** ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Time Warner Companies, Inc., die im Alleineigentum der **AOL Time Warner, Inc.** steht.  
Die AOL-Time-Warner-Gruppe hält Beteiligungen von 49,88 % am Stammkapital und 49,79 % am Kommanditkapital an dem Nachrichtensender n-tv. Zudem ist AOL Time Warner über Warner Music mit 49 % an VIVA Plus beteiligt.  
AOL Time Warner ist über eine Zwischengesellschaft mit einer Beteiligung in Höhe von 50 % an dem deutschsprachigen Informationssparten- und Fensterprogramm CNN Deutschland beteiligt.  
Ferner hält AOL Time Warner 100 % der Anteile an dem internationalen Nachrichtenkanal CNN, der ebenfalls in Deutschland empfangbar ist.
  - (3) **Vivendi Universal Vertrieb GmbH** ist über mehrere Beteiligungsstufen eine Tochtergesellschaft des Unternehmens Universal Studios, Inc. Universal Studios wird maßgeblich von der Vivendi Universal S.A., Paris, beherrscht (siehe hierzu unter 13TH STREET).

## VIVA Plus

Veranstalterin: **VIVA Plus Fernsehen GmbH**  
Schanzenstraße 22, 51063 Köln

VIVA Plus ist ursprünglich unter dem Namen VIVA ZWEI am 21. März 1995 gestartet. Die Zulassung hat der Sender von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) mit Bescheid vom 20. März 1995 erhalten; sie ist auf die Dauer von 10 Jahren befristet. Ende 2001 wurde der Musiksender in VIVA Plus umbenannt. Auch wurden inhaltliche Veränderungen des Musikprogramms vorgenommen.

Als Zielgruppe des Programms werden die 12- bis 39-jährigen Zuschauer genannt. Betont werden multimediale und interaktive Elemente. Es ist per Kabel sowie digital und analog per Satellit empfangbar.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur - Anteile am Stammkapital in % - Gesellschafterin - - Stand: 27. Mai 2003 -

<b>51</b>	<b>VIVA Fernsehen GmbH,<sup>(1)</sup> Köln</b>		
	↳ <b>100</b>	<b>VIVA Media AG,<sup>(1)</sup> Köln</b>	
	Kapitalanteile in %	Stimmrechte in %	
	↳ <b>30,6</b>	<b>30,6</b>	<b>Warner Music Group Germany GmbH &amp; Co. Holding oHG, Hamburg<sup>(2)(3)</sup></b>
	↳ ---	<b>15,5</b>	<b>Warner Music Germany Beteiligungs GmbH</b>
	↳ <b>15,3</b>	<b>15,3</b>	<b>Vivendi Universal Vertrieb GmbH, Hamburg<sup>(4)</sup></b>
	↳ <b>3,2</b>	---	<b>Die Initiatoren Eins Kapitalbeteiligungs KG,<sup>(2)</sup> Köln,</b> Komplementär: Helge Sasse
	↳ <b>2,5</b>	---	<b>Die Initiatoren Zwei Kapitalbeteiligungs KG,<sup>(2)</sup> Köln,</b> Komplementär: Helge Sasse
	↳ <b>9,8</b>	---	<b>Die Initiatoren Drei Kapitalbeteiligungs KG,<sup>(2)</sup> Köln,</b> Komplementär: Helge Sasse
	↳ <b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>Die Initiatoren Vier Kapitalbeteiligungs KG, Köln,</b> Komplementär: Helge Sasse
	↳ <b>3,7</b>	<b>3,7</b>	<b>Jörg Grabosch, Köln</b>
	↳ <b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>Martin Keß, Köln</b>
	↳ <b>2,8</b>	<b>2,8</b>	<b>Ralf Günther, Köln</b>
	↳ <b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>Dieter Gorny, Essen</b>
	↳ <b>25,1</b>	<b>25,1</b>	Streubesitz
<b>49</b>	<b>Warner Music Germany Beteiligungs GmbH<sup>(2)</sup></b>		
	↳ <b>100</b>	<b>Warner Music Group Germany GmbH &amp; Co. Holding oHG,<sup>(3)</sup> Hamburg</b>	

(1) Zur VIVA Fernsehen GmbH und VIVA Media AG siehe auch unter **VIVA**.

- (2) **AOL Time Warner, Inc.** verfügt über insgesamt 46,1 % der Stimmrechte bei der VIVA Media AG (Az.: KEK 152). Der Grund dafür ist, dass nach einer Stimmbindungsvereinbarung die 15,5 % Stimmrechte der Initiatoren I – III Kapitalbeteiligungs Kommanditgesellschaften der Warner Music Germany Beteiligungs GmbH zustehen. Die Warner Music Germany Beteiligungs GmbH und die die 30,6 % der Kapitalanteile der **VIVA Media AG** haltende Warner Music Group Germany GmbH & Co. Holding oHG gehören zum Konzern AOL Time Warner, Inc.
- (3) Die **Warner Music Group Germany GmbH & Co. Holding oHG** ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Time Warner Companies, Inc., die im Alleineigentum der **AOL Time Warner, Inc.** steht. Die AOL-Time-Warner-Gruppe hält 49,88 % am Stammkapital und 49,79 % am Kommanditkapital an dem Nachrichtensender n-tv. Zudem ist AOL Time Warner über eine Zwischengesellschaft mit einer Beteiligung in Höhe von 50 % an dem deutschsprachigen Informationssparten- und Fensterprogramm CNN Deutschland beteiligt. Ferner hält AOL Time Warner 100 % der Anteile an dem internationalen Nachrichtenkanal CNN, der ebenfalls in Deutschland empfangbar ist.
- (4) **Vivendi Universal Vertrieb GmbH** ist über mehrere Beteiligungsstufen eine Tochtergesellschaft des Unternehmens Universal Studios, Inc. Universal Studios wird maßgeblich von der Vivendi Universal S.A., Paris, beherrscht (siehe hierzu unter 13TH STREET).



## VOX

**Veranstalterin: VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG**  
Richard-Byrd-Straße 6, 50829 Köln

Der Veranstalter VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG (früher: Westschienenkanal Film- und Fernseh GmbH & Co. KG) ist am 25. Januar 1993 gestartet. Am 20. Dezember 1991 hat die VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG die Sendezulassung zur gemeinsamen Veranstaltung eines Fernsehvollprogramms mit der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH erhalten. Gemeinsam lizenzierten die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Bremische Landesmedienanstalt, Landesmedienanstalt Saarland (LMS) und die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) das Programm. Der dafür zuständige Länderausschuss erteilte gemäß Art. 6 Satelliten-Fernsehstaatsvertrag den beiden Lizenznehmern die Zulassung zur Verbreitung eines gemeinsamen Fernsehvollprogramms. Mit Bescheid vom 28. Mai 2001 wurde die gemeinsame Sendelizenz um 5 Jahre, beginnend ab dem 1. Februar 2002, verlängert.

Der Fernsehsender VOX kann über Kabel und über Satellit empfangen werden. Der terrestrische Empfang ist ebenfalls in vielen Bundesländern möglich. Zur Zeit können 93 % aller Fernsehhaushalte VOX empfangen (Stand: 1. Januar 2002, Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung).

VOX wurde 1993 als informationsorientiertes Vollprogramm zugelassen. Im Zuge grundlegender Programmreformen hat ein Ausbau des Programms zugunsten von unterhaltenden Programmteilen und Spielfilmen stattgefunden. Das Programmschema enthält weiterhin neben Serien und Spielfilmen auch Informationssendungen, Reportagen, Magazine und Dokumentationen.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur<sup>(1)</sup>

- Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 12. Juni 2003 -

<b>49,9</b>	<b>RTL Television GmbH,<sup>(1)</sup> Köln</b>
<b>49,8</b>	<b>UFA Film und Fernseh GmbH, Köln</b>
<b>┆ 100</b>	<b>CLT-UFA S.A.,<sup>(1)</sup> Luxemburg</b>
<b>0,3</b>	<b>DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH,<sup>(2)</sup> Frankfurt am Main</b>

(1) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der RTL Television GmbH und CLT-UFA S.A. siehe unter RTL Television.

(2) Siehe auch unter DCTP.

## VOX Digital Reise und VOX Digital Service

Veranstalterin: **VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG**  
Richard-Byrd-Straße 6, 50829 Köln

Die Rundfunkkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat am 24. September 1999 zwei digitale Spartenprogramme der VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG zugelassen.

Die beiden Programme sind bislang nicht auf Sendung. Geplant ist, sie als 24-Stunden-Programme zu den Themen Reise und Service zu veranstalten. Der Empfang soll frei sein.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile am Stamm- und Kommanditkapital in % - Gesellschafter -  
- Stand: 12. Juni 2003 -

<b>49,9</b>	<b>RTL Television GmbH,<sup>(1)</sup> Köln</b>
<b>49,8</b>	<b>UFA Film und Fernseh GmbH, Köln</b>
	<b>┆ 100 CLT-UFA S.A.,<sup>(1)</sup> Luxemburg</b>
<b>0,3</b>	<b>DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH,<sup>(2)</sup> Frankfurt am Main</b>

---

(1) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der RTL Television GmbH und CLT-UFA S.A. siehe unter RTL Television.

(2) Siehe auch unter DCTP.

## XXP Das Informations-Programm

Veranstalterin: **XXP TV Das Metropolenprogramm GbR**  
Köpenicker Str. 48 – 49, 10179 Berlin

Der XXP TV Das Metropolenprogramm GbR wurde mit Bescheid der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) vom 7. Februar 2001 die Sendeerlaubnis zur Veranstaltung eines Fernsehprogramms im Berliner Kabelnetz der Kabel Berlin/Brandenburg GmbH & Co. KG erteilt. Das Programm ist seit dem 7. Mai 2001 auf Sendung. Mit Bescheid vom 19. Juli 2001 hat die MABB die Sendeerlaubnis zur bundesweiten Verbreitung des täglich 24-stündigen Fernsehprogramms XXP Das Informations-Programm über Satellit erweitert. Die MABB hat am 18. Februar 2003 die Sendeerlaubnis für XXP antragsgemäß auf die Lizenzdauer von sieben Jahren, beginnend ab dem 1. Mai 2001, verlängert. Der ursprüngliche Lizenzzeitraum endete zum 30. April 2003.

Außer der bundesweiten Verbreitung über digitale Satelliten wird XXP über Kabel in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Bremen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein sowie in weiteren Regionen (z. B. Leipzig, Cottbus) ausgestrahlt (Stand: April 2003).

Das Programm setzt sich zusammen aus Reportagen, Dokumentationen, Nachrichten, Magazinsendungen, Diskussionsforen und Spielfilmen.

### Gesellschaftsrechtliche Struktur

- Anteile an der Gesellschaft in % - Gesellschafter -  
- Stand: Beschluss der KEK vom 17. Juni 2003 (Az.: KEK 175) -

**50 DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH,<sup>(1)</sup> Düsseldorf**  
**50 Spiegel TV GmbH, Hamburg**  
┆ 100 **Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG,<sup>(1)</sup> Hamburg**

(1) Zu den Beteiligungsverhältnissen bei der DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV Programm mbH und bei der Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG siehe unter DCTP.

## 4.2 Übersicht über nicht genutzte Sendelizenzen für bundesweite Fernsehprogramme

Lizenzinhaber <b>Programmname</b>	lizenz- führende Landesme- dienanstalt	Datum der Zulassung	geplantes Programm	Art der vorgesehe- nen Verbreitung
Onyx Plus GmbH <b>AB Sat</b>	LfM	17.07.2000 und 24.10.2000	8 digitale Spartenprogram- me (Tiere, Geschichte, Motor, Reise, Jä- ger/Angler, Musik, Wis- senschaft/Kultur, Erotik); deutschsprachige Versio- nen französ. Programme	digitale Pay-TV- Kanäle
CNI Germany GmbH <b>The Cult Channel</b>	MABB	18.11.1999	Satelliten-Fernsehpro- gramm: Spielfilme	digitales Pay-TV
Deutsches Marken- fernsehen GmbH <b>Deutsches Mar- kenfernsehen (DMF)</b>	MABB	19.12.2002	Eigenwerbekanal	frei empfangbares Fernsehprogramm
EURO.I Radio- und Fernseh-GmbH <b>EURO.I</b>	Brema	17.12.2001	Sport-Spartenprogramm	Pay-TV-Programm
GSN Channel GmbH <b>Game Show Net- work</b>	LfM	22.03.2000	digitales Fernsehpro- gramm: deutschsprachige Versionen US-amerikani- scher Game-Shows	digitales Pay-TV auf einer Programm- plattform
CMC Communicati- on Media Consul- ting GmbH <b>Messe TV</b>	LfM	k. A.	Fernsehspartenprogramm mit Schwerpunkt Köln Messe	Ausstrahlung über den Satelliten ASTRA
ONYX Plus GmbH <b>ONYX Plus</b>	LfM	24.09.1999	5 digitale Musikspartenpro- gramme	digitale Kanäle auf einer Satellitenplatt- form
Playboy TV-GmbH Germany <b>Playboy TV</b>	MABB	29.03.1999	Spartenprogramm, Erotik	über eine Pay-TV- Plattform
RTL Television GmbH <b>RTL World</b>	NLM	15.02.1999	4 digitale Spartenkanäle für die Genres Soaps, News/Magazine, Action, RTL-Highlights	im Rahmen des digitalen RTL-Pro- grammpakets

Lizenzinhaber <b>Programmname</b>	lizenz- führende Landesme- dienanstalt	Datum der Zulassung	geplantes Programm	Art der vorgesehe- nen Verbreitung
RtvD Video- und Filmproduktions GmbH  <b>RTV</b>	MABB	25.04.2003	Satelliten-Fernsehvollpro- gramm in russischer Spra- che	Satellitenprogramm
Studio Universal GmbH  <b>Sci-Fi Channel</b>	MABB	14.01.2003	Fernsehspartenprogramm, Genre Science-Fiction	Pay-TV-Programm auf einer Plattform
multiThématiques GmbH  <b>SEASONS, CINE- CLASSICS 1 UND 2, JIMMY</b>	BLM	14.11.1997	Spartenprogramme - Jäger, Fischer, Natur- liebhaber - klassische Spielfilme - Filme, Serien, Konzerte mit 60/70er Jahre Ori- entierung	Drittprogramme auf einer Pay-TV- Plattform
GET ON AIR GmbH  <b>ToonGate</b>	BLM	17.12.2001	digitales Fernsehsparten- programm, Kinderpro- gramm	digitales Sparten- Pay-TV-Programm
H5B5 Digital GmbH  <b>Technology &amp; Sci- ence Network (TSN)</b>	BLM	13.02.2001	digitales Pay-TV-Sparten- programm, Themenfelder Wissenschaft und Technik	digitales Pay-TV im Rahmen eines Pa- ketangebots
TV 50 plus Rund- funk- und Medien- dienste GmbH  <b>TV 50 plus</b>	SLM	k. A.	Vollprogramm, orientiert an einer Altersgruppe ab 50 Jahren	frei empfangbares Kabel- und Satelli- tenprogramm
MTV Networks GmbH & Co. oHG  <b>VH-1 Classic</b>	HAM	12.02.2001	Musikspartenprogramm	im Rahmen eines digitalen Satelliten- programm-Bou- quets
VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG  <b>VOX Digital Reise, VOX Digital Servi- ce</b>	LfM	19.09.1999	digitale Spartenprogram- me, Themen Reise und Service	frei empfangbare Digitalprogramme

## 5 Zuschaueranteile

### 5.1 Zuschaueranteile von 1985 bis 2002

Fernsehprogramm	Sendebeginn	Westdeutschland								Deutschland											
		1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002		
ARD	11/1954	43,4	44,9	42,2	37,9	31,7	30,8	27,5	22,0	17,0	16,3	14,6	14,8	14,7	15,4	14,2	14,3	13,7	14,2		
ZDF	04/1963	42,6	40,2	40,7	36,2	32,4	28,8	25,6	22,0	18,0	17,0	14,7	14,4	13,4	13,6	13,2	13,3	13,0	13,8		
ARD (Dritte)	60er Jahre u. 1992	10,2	10,1	10,5	10,7	10,4	9,0	8,8	8,3	7,9	8,9	9,7	10,1	11,6	12,3	12,5	12,7	13,0	13,1		
RTL	01/1984	0,4	0,7	1,2	4,1	10,0	11,5	14,4	16,7	18,9	17,5	17,6	17,0	16,1	15,1	14,8	14,3	14,8	14,6		
SAT.1	01/1984	-	-	1,5	5,8	8,5	9,0	10,6	13,1	14,4	14,9	14,7	13,2	12,8	11,8	10,8	10,2	10,1	9,9		
3 sat	12/1984	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9		
Tele 5 / DSF	01/88, seit 01/93 DSF	-	-	-	-	-	0,6	1,9	3,0	1,3	1,2	1,3	1,1	1,2	1,1	1,3	1,2	1,0	0,9		
ProSieben	01/1989	-	-	-	-	-	-	1,3	6,5	9,2	9,4	9,9	9,5	9,4	8,7	8,4	8,2	8,0	7,1		
Eurosport	02/1989	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,0	0,9	0,8		
Premiere / alt (1)	02/91 - 09/99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	≈0,7	≈0,7	≈0,7	≈0,5	-----	-----	-----		
Kabel 1	02/1992	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	2,0	3,0	3,6	3,8	4,4	5,4	5,5	5,0	4,5		
arte	05/1992	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3		
n-tv	11/1992	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	0,3	0,3	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7	0,6		
VOX	01/1993	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3	2,0	2,6	3,0	3,0	2,8	2,8	2,8	3,1	3,3		
RTL II	03/1993	-	-	-	-	-	-	-	-	2,6	3,8	4,6	4,5	4,0	3,8	4,0	4,8	4,0	3,9		
Super RTL	04/1995	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,1	2,3	2,9	2,8	2,8	2,8	2,4		
tm3 / NeunLive	Aug. 1995, seit Sept. 2001 Neun Live	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	0,6	1,0	1,0	0,5	0,4		
DF1 (1)	Juli 96 - Sept. 99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	≈0,2	-----	-----	-----		
Kinderkanal	Jan. 1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	0,9	1,3	1,2	1,2	1,1		
Phoenix	April 1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5		
Premiere (1)	Okt. 1999 (Relaunch)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	≈0,3	≈1,1	≈1,2	≈1,2		
N24	Jan. 2000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	

Quellen: medien aktuell, Funkkorrespondenz, Horizont/Mediafacts, Tendenz; dort angegebene Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung.

Die Übersicht gibt die Anteile an der täglichen durchschnittlichen Sehdauer (GfK-„Marktanteile“) wieder. Erfasst sind Zuschauer ab 3 Jahren; ermittelt wird die Sehdauer von Montag bis Sonntag in der Zeit von 3:00 bis 3:00 Uhr. Die Erhebung ist repräsentativ für Fernsehhaushalte in Deutschland (Angaben in Prozent).

Bis Dezember 1994 bezogen sich alle Durchschnittsberechnungen auf Zuschauer ab sechs Jahren – einschließlich der mitsehenden Fernsehgäste. Seit Januar 1995 werden zwar zusätzlich die Sehaktivitäten der drei- bis fünfjährigen Kinder berücksichtigt, aber der quantitativ bedeutsamere Fernsehkonsum der Gäste wird nicht mehr mitgezählt, so dass der Kreis der potenziellen Zuschauer kleiner geworden ist.

Die Fernsehnutzung der (EU-)Ausländer, die in Deutschland leben, wird erst seit

dem 1. Januar 2001 von der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) in den Gesamtquoten ausgewiesen. Davor erfasste das AGF/GfK-Fernsehpanel nur die Fernsehnutzung der deutschen Staatsbürger. Die durch die Daten über Zuschaueranteile repräsentierte Grundgesamtheit stieg durch die Einbeziehung der EU-Ausländer von ca. 33,6 Mio. deutschen Fernsehhaushalten auf ca. 34,1 Mio. Fernsehhaushalte (Stand: Dezember 2002). Unberücksichtigt bleibt weiterhin die Fernsehnutzung in den Haushalten bei den beiden größten Ausländergruppen in Deutschland – Menschen aus der Türkei und dem ehemaligen Jugoslawien.

- (1) Am 1. Oktober 1999 gingen die Abonnenten und Programme von DF1 und Premiere (alt) in „Premiere World“ auf. Seit Mai 2002 wird als Markenname für das Programmangebot wieder der Name „Premiere“ gewählt. Die Angaben zu den Zuschaueranteilen von Premiere (alt), DF1 und Premiere World (seit Mai 2002 wieder Premiere) basierten auf Schätzungen, die die KEK gemäß § 27 RStV durchgeführt hatte. Bei den Angaben zu DF1, Premiere World und dem neuen Premiere ist zu berücksichtigen, dass sich die geschätzten Zuschaueranteile auf das Gesamtprogrammpaket beziehen. Bei DF1, Premiere World und dem neuen Premiere handelt es sich um Programmplattformen, die auch Programme verbreiten, die nicht von dem Plattformbetreiber selbst veranstaltet werden. Solche Drittprogramme sind zum Beispiel Disney Channel, 13th Street, Studio Universal und Planet.

## 5.2 Monatliche Zuschaueranteile von Januar 2002 bis Juni 2003

Monat	2002												2003							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6		
SAT.1	9,7	9,9	10,5	10,3	10,0	9,1	9,7	9,9	9,9	9,9	10,3	9,1	9,6	10,0	9,9	10,3	10,1	9,5		
ProSieben	7,6	6,7	7,4	7,4	6,7	6,3	6,7	6,7	7,4	7,5	7,1	7,2	7,3	6,9	7,1	7,3	7,3	7,0		
Kabel 1	4,6	4,2	4,7	4,6	4,6	4,1	4,6	4,3	4,6	4,6	4,7	4,1	4,3	4,1	4,2	4,4	4,4	4,2		
N 24	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,3	0,3	0,6	0,3	0,3	0,4		
Premiere (1)	≈1,2	≈1,2	≈1,2	≈1,2	≈1,2	≈1,2	≈1,2	≈1,2	≈1,2											
Neun Live	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4		
DSF	0,8	0,9	1,0	1,0	0,8	0,9	0,8	0,9	1,0	1,0	0,9	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0				
<b>Σ KirchGruppe, seit 10/2002 KirchMedia, seit 5/2003 ProSiebenSAT.1 Media AG (2)</b>	24,3	23,3	25,2	24,9	23,7	22,0	23,4	23,4	24,4	23,4	23,4	21,5	22,6	22,4	23,0	23,7	22,5	21,5		
RTL	15,0	13,2	14,9	16,1	15,2	12,6	14,5	13,2	15,4	15,5	15,2	14,4	15,8	15,7	16,0	15,3	15,5	14,3		
RTL II	4,1	3,7	4,1	4,0	4,5	4,1	4,3	4,1	4,2	3,4	3,2	3,2	4,1	4,2	4,0	4,8	5,1	5,6		
Super RTL	2,5	2,3	2,5	2,5	2,5	2,3	2,6	2,4	2,5	2,5	2,4	2,4	2,5	2,7	2,7	2,7	2,7	2,8		
VOX	3,0	3,0	3,3	3,4	3,4	3,0	3,3	3,3	3,5	3,4	3,5	3,3	3,3	3,4	3,3	3,4	3,5	3,6		
n-tv (3)												0,5	0,5	0,5	0,6	1,1	1,0	0,6	0,6	
<b>Σ RTL Group</b>	24,6	22,2	24,8	26,0	25,6	22,0	24,7	23,0	25,6	24,8	24,8	23,8	26,2	26,6	27,1	27,2	27,4	26,9		
ARD	13,6	15,9	13,7	13,8	13,6	17,1	13,9	14,9	13,8	13,4	13,5	13,5	14,0	14,9	14,2	13,6	13,2	14,0		
ARD III (8 Dritte)	13,2	12,8	12,7	12,6	13,4	12,1	13,4	13,3	12,9	13,2	13,2	14,7	14,0	13,2	12,5	12,4	13,0	13,4		
ZDF	14,4	15,5	13,4	12,4	12,7	16,4	13,9	14,1	12,3	13,1	13,2	13,9	13,9	13,6	13,7	12,5	12,3	12,5		
3sat	1,0	0,8	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	0,9	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	1,0	0,9		
arte	0,4	0,3	0,4	k.A.	0,3	k.A.	0,4	0,5	0,3	k.A.	k.A.	k.A.	0,3	0,3	k.A.	k.A.	0,4	k.A.		
Kinderkanal	1,2	1,3	1,2	1,1	1,1	0,9	1,0	1,1	1,0	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,1		
Phoenix	0,4	0,5	0,5	k.A.	0,5	k.A.	0,6	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,5	0,6	0,7	0,6	0,4	0,5		
<b>Σ öff.-rechtl. Rundfunk</b>	44,2	47,1	42,8	40,7	42,5	47,3	44,0	44,7	41,2	41,6	41,9	44,3	45,0	44,9	43,2	41,1	41,4	42,4		
Eurosport	1,0	1,0	0,7	0,7	0,9	0,7	0,8	0,8	0,9	0,7	0,7	0,7	0,9	0,7	0,7	0,8	0,9	1,2		
n-tv (3)	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,7	0,9	0,7	0,7										
DSF																	1,2	1,0		
MTV	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,4	k.A.	0,5	0,5	0,6		
MTV 2 Pop	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,2	k.A.	0,3	0,3	0,4		
Premiere (1)												≈1,2	≈1,3	≈1,3	2,0	2,2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
TV 5 Europe	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	k.A.	0,0	0,0	0,0		
<i>restliche Sender (4)</i>	5,4	5,9	6,0	7,1	6,7	7,5	6,4	7,2	7,2	7,6	7,9	8,4	3,6	2,9	6,7	6,4	5,8	6,0		

Quellen: medien aktuell, Funkkorrespondenz, Horizont/Mediafacts, Tendenz; dort angegebene Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung.



Die Übersicht gibt die Anteile an der täglichen durchschnittlichen Sehdauer (GfK-„Marktanteile“) wieder. Erfasst sind Zuschauer ab 3 Jahren; ermittelt wird die Sehdauer von Montag bis Sonntag in der Zeit von 3:00 bis 3:00 Uhr. Die Erhebung ist repräsentativ für 34,37 Mio. Fernsehhaushalte in Deutschland einschließlich EU-Haushalte (Stand: 1. Mai 2003). Seit 1. Januar 2003 werden die Zuschaueranteile der digitalen Fernsehnutzung senderbezogen ausgewiesen (Angaben in Prozent).

- (1) Mit Beschluss der KEK vom 23. Oktober 2002 (Az.: KEK 155) sind Premiere und den an ihr beteiligten Gesellschaften nur die Zuschaueranteile der Premiere-Programme und der ihr zuzurechnenden, auf ihrer Plattform veranstalteten Drittprogramme zuzurechnen.

Einer Pressemitteilung der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG vom 9. Januar 2003 zufolge verzeichnete Premiere zum 31. März 2003 2,64 Mio. Abonnenten. Am 20. März 2003 übermittelte die Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG der KEK eine Berechnungsgrundlage für ihre Zuschaueranteile. Diese betragen für Premiere für Januar 2003 ungefähr 2,0 % und für Februar 2003 ca. 2,2 %.

- (2) Die Aufzählung steht unter dem Vorbehalt neuer Zurechnungstatbestände infolge der Insolvenz verschiedener Unternehmen der KirchGruppe; u. a. bei der KirchMedia ist das Insolvenzverfahren eröffnet: Seit Mai 2003 sind die Fernsehsender aufgelistet, die der ProSiebenSAT.1 Media AG zugerechnet werden. Mit Beschluss der KEK vom 13. Mai 2003 (Az.: KEK 179) wird DSF nicht mehr KirchMedia zugerechnet. Seit Oktober 2002 wird Premiere nicht mehr einem Unternehmen der KirchGruppe zugerechnet (FN 1).
- (3) Der Nachrichtensender n-tv wird seit Beschluss der KEK (Az.: KEK 156) vom 12. November 2002 der RTL Group zugerechnet.
- (4) Musiksender wie VIVA, VIVA Plus und ONYX, Nachrichtensender wie z. B. EuroNews und CNN, Einkaufsfernsehen wie z. B. HSE und QVC, privates Regionalfernsehen, fremdsprachige Fernsehprogramme, offene Kanäle, ... Für die Musikprogramme MTV und MTV 2 Pop sowie für den französischsprachigen Sender TV 5 Europe lagen im Februar, April und Mai 2003 Veröffentlichungen zu den Zuschauern ab 3 Jahren vor. Zu Premiere siehe FN 1.

Die Angaben zur Höhe des Anteils der restlichen Sender sind vorläufig und kaum vergleichbar, denn sie werden stark von den im jeweiligen Monat nicht veröffentlichten Zuschaueranteilen bestimmt.

## **6 Weitere Berichtspunkte aus der Tätigkeit der KEK**

### **6.1 Reichweite der Regionalfenster als Voraussetzung für ihre Anrechnung auf Drittsendezeiten und die Anwendung der Bonusregelung des § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV**

#### **6.1.1 Überblick**

In mehreren Prüfverfahren befasste sich die KEK mit der Frage, ob die im Rahmen der Hauptprogramme SAT.1 und RTL veranstalteten Regionalfensterprogramme insgesamt mindestens 50 % der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen.

Dies wurde zunächst im Verfahren zur erneuten Vergabe der Drittsendezeiten bei SAT.1 (s. o. Kap. I 3.3.1) relevant. Regionalfensterprogramme können bei entsprechender Mindestreichweite mit 80 Minuten pro Woche auf Drittsendezeiten angerechnet werden, sofern sie zudem mindestens 150 Minuten wöchentlich umfassen und redaktionell unabhängig veranstaltet werden (§ 31 Abs. 2 RStV). Die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz hatte die Mindestreichweite der SAT.1-Regionalfenster bejaht und den Umfang der ausgeschriebenen Drittsendezeiten entsprechend reduziert. Die KEK muss im Rahmen der Behemmensherstellung zwischen ihr und der zuständigen Landesmedienanstalt vor Auswahl und Zulassung der Drittveranstalter auch die Voraussetzung der Mindestreichweite der Regionalfenster überprüfen: Für die pluralismussichernde Zielsetzung des § 31 RStV ist der Umfang der Drittfensterprogramme von nicht geringerer Bedeutung als etwa die Zulassungsfähigkeit der Bewerber. Die der KEK von der LPR übermittelten oder ihr anderweitig zugänglichen Daten erwiesen sich für die Reichweitenbestimmung als unzureichend. Die KEK sah sich deshalb veranlasst, den Sachverhalt selbst aufzuklären.

Die Reichweite bezeichnet den Anteil der Fernsehhaushalte, in denen das Regionalfenster empfangen werden kann. Die Ermittlungen ergaben, dass nach derzeitigem Erkenntnisstand davon auszugehen ist, dass die Regionalfensterprogramme bei SAT.1 insgesamt von mindestens 50 % der bundesdeutschen Fernsehhaushalte empfangbar sind.

Auch die Reichweite der Regionalfenster bei RTL, dem zuschaueranteilsstärksten Vollprogramm der RTL Group, musste ermittelt werden. Zum einen wurden auch für

RTL die Sendezeiten für unabhängige Dritte (durch die Niedersächsische Landesmedienanstalt) neu vergeben und dabei die Regionalfenster auf den Umfang der Drittsendezeiten angerechnet (s. o. Kap. I 3.3.2).

Zum anderen hatte die KEK im Zusammenhang mit dem Beteiligungserwerb von RTL an n-tv (s. o. Kap. I 3.2.7) und dem Antrag von RTL auf Verlängerung ihrer Satellitenlizenz (s. o. Kap. I 3.1.13) die zum 01.07.2002 eingeführte Bonusregelung des § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV zu prüfen: Im Rahmen des zweiten Vermutungstatbestands für vorherrschende Meinungsmacht sind auf den dafür maßgeblichen Zuschaueranteil von 25 % zwei Prozentpunkte in Abzug zu bringen, wenn in dem dem Unternehmen zurechenbaren Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil Regionalfensterprogramme in angemessenem, mindestens im bisherigen Umfang aufgenommen sind (vgl. zur Einführung dieser Regelung die Stellungnahme der KEK, 5. Jahresbericht 2001/2002, Kap. II 1, und zu den künftigen Änderungen durch den 7. RÄndStV unten Kap. I 6.1.5 und Kap. II).

Die KEK stellte klar, dass die „Angemessenheit“ des Umfangs der Regionalfensterprogramme von den gleichen Voraussetzungen abhängt wie ihre Anrechnung auf Drittsendezeiten.

Auch die Regionalfensterprogramme bei RTL erreichen nach den Erkenntnissen der KEK gegenwärtig 50 % der bundesdeutschen Fernsehhaushalte.

### **6.1.2 Begriff der Reichweite**

Nach § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV setzt die Anrechnung von Regionalfensterprogrammen mit 80 Minuten auf die ausgeschriebene Sendezeit für die Drittfenster neben dem zeitlichen Umfang der Programme von 150 Minuten wöchentlich und der redaktionellen Unabhängigkeit ihrer Veranstalter voraus, dass die Regionalfensterprogramme insgesamt bundesweit mindestens 50 vom Hundert der Fernsehhaushalte erreichen.

Der damit vorgegebene unbestimmte Rechtsbegriff der „Reichweite“ von Regionalfenstern bezeichnet 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.

Dies folgt bereits aus dem Wortlaut. Der Begriff des „Erreichens“ kann den tatsächlichen Empfang des Programms bezeichnen oder die real vorhandene Möglichkeit, das Programm zu empfangen. Nicht mehr vom Wortlaut gedeckt ist dagegen die von den Landesmedienanstalten vertretene Auslegung, für das „Erreichen“ genüge bereits die theoretische Möglichkeit, dass ein Haushalt aufgrund seiner geografischen Lage im Verbreitungsgebiet das Programm empfangen könnte (technische Reichweite im Sinne der FTZ-Richtlinie 176 TR 10 der Deutschen Bundespost); die Verwirklichung der Empfangsmöglichkeit hinge hier von weiteren Maßnahmen ab, z. B. der Installation nicht vorhandener Empfangsanlagen. Zu eng wäre umgekehrt die Auslegung von „erreichen“ im Sinne eines tatsächlichen Empfangs der Regionalfensterprogramme, d. h. einer Einschaltquote bzw. eines Kontakts des Haushalts mit dem Programm; damit würde ein Erfordernis eingeführt, das selbst an die Drittfensterprogramme nicht gestellt wird. „Erreichen“ bedeutet demnach schon nach dem allgemeinen Sprachgebrauch jedenfalls die tatsächlich vorhandene Möglichkeit, die Programme zu empfangen. Eine andere Auffassung wäre nur dann mit dem Wortlaut vereinbar, wenn der Gesetzgeber Formulierungen wie „erreichen können“, „erreichbar sind“ gewählt hätte. Dass der Gesetzgeber dies gerade nicht wollte, wird auch daran deutlich, dass er nicht „Haushalte“, sondern nur „Fernsehhaushalte“ berücksichtigt wissen will. Deshalb werden diejenigen Fernsehhaushalte von Regionalfensterprogrammen erreicht, die technisch für deren Empfang ausgestattet und tatsächlich darauf ausgerichtet sind.

Nur diese Auslegung entspricht dem Gesamtzusammenhang sowie Sinn und Zweck der Norm. § 31 Abs. 2 RStV stellt Mindestanforderungen auf, die für die Wirksamkeit der Drittsendezeiten als Mittel der Vielfaltsicherung unverzichtbar sind. Damit Regionalfenster diese Maßnahme der Vielfaltsicherung in gewissem Umfang „ersetzen“ dürfen, müssen sie insoweit funktional äquivalent sein. Deshalb verlangt der RStV – wie bei den Drittveranstaltern – die redaktionelle Unabhängigkeit und einen zeitlichen Mindestumfang dieser Programme. Das normative Ziel der Vielfaltsicherung im bundesweiten privaten Fernsehen lässt sich jedoch nur erreichen, wenn die Regionalfensterprogramme die Zuschauer im jeweiligen Verbreitungsgebiet auch tatsächlich erreichen, was bei den Drittfensterprogrammen schon durch ihre bundesweite Verbreitung im Rahmen des Hauptprogramms sichergestellt ist. Dafür ist erforderlich, dass sie in den Fernsehhaushalten empfangbar sind.

Von diesen gesetzlichen Vorgaben ist die KEK nicht durch die abweichende Defini-

tion der Reichweite in der Drittsendezeitrichtlinie der DLM (Gemeinsame Richtlinie der Landesmedienanstalten über die Sendezeit für unabhängige Dritte nach § 31 RStV vom 16.12.1997, „DSZR“) befreit. Denn diese Definition geht über den dargelegten zulässigen Rahmen der Konkretisierung des § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV hinaus: Als maßgeblich gilt nach Ziff. 3.5.3 DSZR die Reichweite der eingesetzten Verbreitungstechnik, wobei in erster Linie an die terrestrische Verbreitung angeknüpft wird: Innerhalb des Lizenzgebiets des jeweiligen Regionalfensterprogramms werden zunächst in Anwendung der FTZ-Richtlinie 176 TR 10 der Deutschen Bundespost alle Haushalte addiert, die sich in terrestrisch „versorgten“ Verbreitungsgebieten befinden, ungeachtet dessen, über welche Empfangsanlagen sie verfügen. Nur für die damit nicht erfassten Gebiete werden sodann die Kabelhaushalte hinzugerechnet. Die Erfassung der terrestrisch „versorgten“ Haushalte allein auf Grundlage der FTZ-Richtlinie hat die weitere Konsequenz, dass entgegen dem Wortlaut des Gesetzes („Fernsehhaushalt“) und der Richtlinie („Rundfunkhaushalt“) nicht berücksichtigt wird, ob in den Haushalten überhaupt ein Fernsehgerät vorhanden ist. Eine solche Reichweitenbestimmung, die ohne Rücksicht auf die realen Empfangsmöglichkeiten von Haushalten lediglich ihre örtliche Lage innerhalb von Verbreitungsgebieten berücksichtigt, wird Wortlaut und Funktion des § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV nicht gerecht.

Diese Konkretisierung ist zudem veraltet. Die FTZ-Richtlinie stammt aus dem Jahr 1991. Sie geht von der ursprünglich zutreffenden Grundannahme aus, dass die Grundversorgung der Bevölkerung durch die terrestrische Verbreitung der Fernsehprogramme erfolgt, während Kabel- und Satellitenempfangsanlagen nur ergänzende Funktionen im Falle terrestrischer Versorgungslücken haben. Die Situation stellt sich heute grundlegend anders dar: Ca. 55 bis 56 % der Bevölkerung empfangen Fernsehen über Kabel, 36 bis 37 % über Satellit und ein immer kleiner werdender Teil (ca. 6 bis 8 %) nutzt nur den terrestrischen Empfang (Quellen: AGF/GfK-Fernsehforschung, Media Perspektiven Basisdaten 2001, SES/ASTRA, German Satellite Monitor, NFO Infratest, Stand: 2001). Dieser Entwicklung hin zu einer „veränderten Gewichtung der unterschiedlichen Verbreitungswege von Fernsehprogrammen über Terrestrik, Kabel oder Satellit“ hat der Gesetzgeber bei der jüngsten Reform des Rundfunkstaatsvertrags durch die Streichung der Worte „bei terrestrischer Verbreitung“ in § 25 Abs. 4 RStV Rechnung getragen (vgl. Begr. zum 6. RÄndStV B.I. 2 - zu Nummer 2). Es entspricht heute nicht mehr den tatsächlichen Gegebenheiten, von der terrestrischen Versorgung als „Grundversorgung“ der Bevölkerung auszugehen und dementsprechend Haushalte mit einzubeziehen, die in terrestrischen Verbreitungsgebieten liegen, auch wenn sie über kein Fernsehgerät verfügen

und/oder keine Antenne zum terrestrischen Empfang verwenden. Die auf der Grundlage der DSZR festgestellten „Reichweiten“ haben daher heute nur noch einen sehr begrenzten Aussagewert in Bezug auf die Anzahl der von den Regionalfensterprogrammen erreichbaren Haushalte.

### **6.1.3 Ermittlung der Reichweiten**

#### RTL

Im Programm von RTL werden werktags in den Bundesländern Hamburg, Niedersachsen, Bremen, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein und in der baden-württembergischen Region Rhein-Neckar („RNF Live“) Regionalfenster in einem Umfang von jeweils einer halben Stunde ausgestrahlt (18:00 – 18:30 Uhr). Im Sendegebiet von Bayern werden in dieser Zeit 19 verschiedene lokale Fenster ausgestrahlt. Die Sendezeit der Regionalfenster summiert sich in der Woche auf 150 Minuten. Für Bayern wird zusätzlich sonntags ein 60-minütiges Regionalfenster („Bayern-Journal“, 17:45 bis 18:45 Uhr) gesendet. Im Gebiet der Stadt Angermünde (Brandenburg) wird eine Lokalsendung ausgestrahlt.

Für die RTL-Regionalfenster samt den Lokalfenstern schätzte die KEK unter Zugrundelegung der AGF/GfK-Strukturdaten zur Empfangsebene des Fernsehpanels D (Stand: 01.08.2002), von Angaben der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) zu RNF Live und Eigenangaben des Regionalfensters TV Angermünde eine Reichweite von 44,52 %. Die AGF/GfK-Strukturdaten mussten allerdings im Hinblick auf die spezielle Fragestellung ergänzt werden. Unter anderem waren Satellitenfernsehhaushalte mit parallelem terrestrischem Empfang hinzuzuzählen.

In einer Stellungnahme legte RTL dar, dass unter Berücksichtigung dieser Vorgaben die Reichweite der Regionalfenster bundesweit bei über 50 % der Fernsehhaushalte liege.

Ein Gespräch der KEK mit Vertretern der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) ergab, dass es möglich ist, aus der Programmnutzung der Fernsehhaushalte auf die Zahl der Satellitenhaushalte zu schließen, die parallel auch Programme empfangen, die nur terrestrisch oder über Kabel verbreitet werden und somit von RTL- bzw. SAT.1-Programmen mit Regionalfenstern erreicht werden. Die AGF legte

sodann, nach Bundesländern aufgeschlüsselt, ergänzende Erhebungen und Berechnungen vor, die die Plausibilität der von RTL übermittelten Selbsteinschätzung der Reichweiten ihrer Regionalfenster bestätigten. Die AGF gelangte aufgrund dieser Daten unter Berücksichtigung des Reichweitenbegriffs nach § 31 RStV in den Ländern mit RTL-Regionalfensterprogramm zu einer Reichweite von 16,68 Mio. Fernsehhaushalten oder 48,53 % und lag damit noch über der von RTL selbst reklamierten Reichweite für dieses Verbreitungsgebiet. Dies beruhte maßgeblich darauf, dass die AGF den Anteil der Satellitenhaushalte mit parallelem Empfang nur terrestrisch oder über Kabel verbreiteter Fernsehprogramme höher einschätzte.

Nach den AGF-Zahlen sind von 34,37 Mio. Fernsehhaushalten (AGF/GfK, Panel D + EU, Stand: 01.01.2002 – 31.12.2002) 2,39 Mio. terrestrische Fernsehhaushalte, 19,22 Mio. Kabelfernsehhaushalte und 12,77 Mio. Satellitenfernsehhaushalte. Ohne die Senderegionen des baden-württembergischen RTL-Regionalfensters RNF Live und des brandenburgischen RTL-Lokalfensters TV Angermünde befinden sich nach diesen Zahlen in den Ländern mit RTL-Regionalfenstern und in Bayern (mit 19 RTL-Lokalfenstern) 1,64 Mio. terrestrische Fernsehhaushalte, 11,27 Mio. Kabelfernsehhaushalte und 3,77 Mio. Satellitenhaushalte mit parallelem Empfang nur terrestrisch oder über Kabel verbreiteter Fernsehprogramme. Für die Reichweite der 19 RTL-Lokalfenster in Bayern enthalten die AGF-Zahlen eine Angabe, die mit einer Reichweite von 4.080.000 Fernsehhaushalten die eigene Schätzung von RTL übersteigt. Aufgrund der AGF-Zahlen werden die 19 Lokalfenster bei der Berechnung der Reichweite wie ein bayernweites Regionalfenster behandelt. Für die Sendgebiete von RNF Live (Region Rhein-Neckar) teilte die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) mit, dass von einer Reichweite von 607.597 Fernsehhaushalten auszugehen sei. Im Sendgebiet von TV Angermünde erreicht nach Angaben des Veranstalters dieses RTL-Regionalfenster 230.000 Fernsehhaushalte. Die AGF-Angaben zusammen mit den Zahlen der LfK für RNF Live und der veranstaltereigenen Angabe für TV Angermünde führten zu einem Reichweiten-Ergebnis von ca. 17,52 Mio. Fernsehhaushalten bzw. von rund 51 %.

### SAT.1

Unter Zugrundelegung der AGF/GfK-Strukturdaten zur Empfangsebene des Fernsehpanels D (Stand: 01.08.2002) schätzte die Kommission für die in den Bundesländern Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Hessen sowie Bayern ausgestrahlten SAT.1-

Regionalfenster eine Reichweite von 40,87 %. Wiederum berücksichtigten die AGF/GfK-Strukturdaten u. a. nicht die Satellitenfernsehhaushalte mit parallelem terrestrischem Empfang. Die AGF legte auch für SAT.1 unter Berücksichtigung des Reichweitenbegriffs des § 31 Abs. 2 RStV nach Bundesländern aufgeschlüsselt ergänzende Erhebungen und Berechnungen vor. Demnach befinden sich in den Verbreitungsgebieten mit SAT.1-Regionalfenstern 1,74 Mio. terrestrische Fernsehhaushalte und 12,07 Mio. Kabelfernsehhaushalte. Nach den AGF-Zahlen sind ferner von den insgesamt 8,29 Mio. Satellitenhaushalten in den Verbreitungsgebieten ca. 4,08 Mio. Satellitenhaushalte mit parallelem Empfang nur terrestrisch oder über Kabel verbreiteter Fernsehprogramme, werden also ebenfalls von SAT.1-Regionalfenstern erreicht. Im Ergebnis werden somit in den Ländern mit SAT.1-Regionalprogramm ca. 17,89 Mio. Fernsehhaushalte durch Regionalfenster von SAT.1 erreicht. Dies entspricht einem bundesweiten Anteil von ca. 52,05 % der Fernsehhaushalte.

Nach diesem Erkenntnisstand ist davon auszugehen, dass die Regionalfenster in den beiden Hauptprogrammen RTL und SAT.1 über 50 % der bundesweiten Fernsehhaushalte erreichen.

#### **6.1.4 Mindestreichweite als Voraussetzung der Gewährung von Bonuspunkten**

Bei der Prüfung von Beteiligungsverhältnissen bei der n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG (Az.: KEK 156) lagen in der maßgeblichen Referenzperiode Zuschaueranteile der RTL Group von 25,09 % zugrunde. Mit diesen Zuschaueranteilen wurde die für den zweiten Vermutungstatbestand vorherrschender Meinungsmacht wesentliche Zuschaueranteilsgrenze von 25 % (vgl. § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV) überschritten. Dies führte zu der entscheidungserheblichen Frage, ob die RTL Group auf den ihr zuzurechnenden Zuschaueranteil 2 Prozentpunkte in Abzug bringen durfte, weil sie in ihr Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil Fensterprogramme „in angemessenem, mindestens im bisherigen Umfang“ gemäß § 25 Abs. 4 RStV aufgenommen hat.

Das n-tv und der Veranstaltergruppe RTL Group zurechenbare Vollprogramm mit dem höchsten Zuschaueranteil ist RTL. In dieses Programm sind regionale Fensterprogramme nach § 25 Abs. 4 RStV aufgenommen. Allein damit kann aber die Bonifikation für die Berechnung des Zuschaueranteils noch nicht erreicht werden. Die Fensterprogramme müssen vielmehr „in angemessenem, mindestens im bisherigen



Umfang“ aufgenommen sein.

Die RTL Group vertrat zu diesem Tatbestandsmerkmal die Auffassung, ungeachtet aller anderen Qualifikationen sei nur auf den bisherigen Umfang der Regionalfenster vor der Neueinführung der Vermutungsregelung zum 1. Juli 2002 abzustellen. Gerade das besagt jedoch schon der Wortlaut „in angemessenem, mindestens in bisherigem Umfang“ nicht. Die Beibehaltung des bisherigen Umfangs ist demnach Mindestvoraussetzung. Dazu kommen muss, dass der Umfang aller Regionalfenster im Hauptprogramm angemessen ist.

Die KEK lässt sich bei der Auslegung des unbestimmten Rechtsbegriffs „angemessen“ von der Annahme einer Einheit und Geschlossenheit der Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags leiten. Die Anrechnung der Regionalfenster auf den geschuldeten Umfang an Drittfensterprogrammen ist nur dann statthaft, wenn sie „in redaktioneller Unabhängigkeit veranstaltet werden und insgesamt bundesweit mindestens 50 vom Hundert der Fernsehhaushalte erreichen“ (vgl. § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV). Regionalfensterprogramme, die dieser Reichweitenanforderung nicht genügen, können damit auch nicht den Anforderungen für einen angemessenen Umfang entsprechen.

Dass nur dieses Verständnis der Voraussetzungen für eine Gutschrift auf den Zuschaueranteil richtig ist, erschließt sich auch aus der Entstehungsgeschichte der Bestimmung. Zugleich mit ihrer Einführung durch den 6. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde die in der früheren Fassung des § 25 Abs. 4 RStV enthaltene Beschränkung auf die Aufnahme von Fensterprogrammen in Vollprogramme „bei terrestrischer Verbreitung“ gestrichen. In der amtlichen Begründung wurde klargestellt, dass dies keine zusätzlichen Verpflichtungen zur Ausstrahlung von Regionalfenstern begründen, sondern den Veranstaltern die zusätzliche Möglichkeit eröffnen solle, z. B. durch die Einspeisung von Regionalfensterprogrammen in Kabelanlagen auch die medienrechtlichen Vorteile des § 26 Abs. 2 RStV zu nutzen. Die Länder gingen also bei Abschluss des 6. Rundfunkänderungsstaatsvertrags nicht davon aus, dass schon die Beibehaltung des Regionalfenster-Status-Quo genügen könnte, um der Bonifikation bei den Zuschaueranteilen sicher zu sein.

Zu demselben Ergebnis führt die Kontrollüberlegung nach Sinn und Zweck der Bestimmung. Es wäre nicht vertretbar, im Rahmen der Prüfung vorherrschender Meinungsmacht im bundesweiten Fernsehen bei der Zuschaueranteilsberechnung ei-

nen Bonus von 2 Prozentpunkten einzuräumen, wenn dafür ohne Gewährleistung eines angemessenen Umfangs bezogen auf die Reichweite jeweils regional begrenzt ausgestrahlte, gerade einmal 150 Wochenminuten betragende Regionalfensersendungen im zuschaueranteilsstärksten Vollprogramm genügen könnten, zumal auf dieses Programm nur ein Teil des zugerechneten Gesamt-Zuschaueranteils entfällt.

### **6.1.5 Ausblick**

Jedes Regionalfenster mit entsprechendem programmlichen Bezug trägt zur *regionalen Vielfalt* bei. Eine geeignete Maßnahme der Sicherung der *Meinungsvielfalt* stellen Regionalfenster dagegen nur dar, wenn sie Mindestvoraussetzungen erfüllen, die der Gesetzgeber in § 31 Abs. 2 RStV konkretisiert hat – dazu gehört, dass sie in ihrer Gesamtheit von der Hälfte der Fernsehhaushalte in Deutschland empfangen werden können und redaktionell unabhängig veranstaltet werden. Diese Aspekte verlieren jedoch künftig bei der Vergabe der Regionalfenster-Bonuspunkte nach § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV ihren stringenten Geltungsanspruch, falls der 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in der kürzlich beschlossenen Fassung zum 01.04.2004 in Kraft tritt.

Die von den Ministerpräsidenten am 26.06.2003 verabschiedete Fassung sieht vor, dass das Merkmal des „angemessenen“ Umfangs der Regionalfenster für ihre Anrechenbarkeit auf den Zuschaueranteil entfallen und es künftig stattdessen allein auf den „zeitlichen und regional differenzierten Umfang der Programmaktivitäten zum 1.7.2002“ ankommen soll. Das Vorliegen dieser Voraussetzungen soll den Landesmedienanstalten zur verbindlichen Feststellung zugewiesen werden (vgl. unten Kap. II). Für die Anrechnung der Regionalfenster auf die Drittsendezeitverpflichtung bleibt es dagegen bei dem Erfordernis der Mindestreichweite von 50 %, wobei künftig eine Unterschreitung der Reichweite im Zuge der Digitalisierung der Übertragungswege zulässig sein kann.

Mit dieser Änderung der Bonusregelung wollen dessen Urheber nach der von ihnen gewählten Begründung eine vermeintliche Gefährdung der von den Sendeveranstaltern wenig geschätzten Regionalfenster vermeiden. Sie kommen damit den Vorstellungen der um den Standortschutz der bei ihnen jeweils zugelassenen Sender besorgten Landesmedienanstalten entgegen, müssen dabei jedoch die von ihnen erst vor Jahresfrist angepasste Bestimmung zur Konzentrationskontrolle bereits wieder

abändern. Danach soll jetzt eine in der Vergangenheit bereits erreichte Mindestreichweite auch für die Zukunft als erforderlich, aber auch als ausreichend festgeschrieben werden. Die KEK sieht darin kein valides Kriterium, das einen die Meinungsvielfalt sichernden Beitrag qualifizieren könnte; sie hält die durch den Bezug in die Vergangenheit rückschrittliche Sichtweise für ungeeignet, um heute und in Zukunft Bonuspunkte zu rechtfertigen.

Die Anrechnung von Bonuspunkten für Regionalfenster, deren Beitrag zur Meinungsvielfalt nicht mehr anhand von Mindestkriterien gewährleistet ist, ist vor allem auch systemfremd. Kompensation für hohe, über 25 % liegende Zuschaueranteile können nur andere vielfaltfördernde Beiträge leisten, die in Bezug auf den Schutzzweck angemessen und vergleichbar sind. Bei wöchentlich 150 Minuten Regionalfenster, was etwa einem Anteil von ca. 6 % an der wöchentlichen Sendezeit zur nutzungintensiven Zeit zwischen 17:00 und 23:00 Uhr entspricht, lässt sich bei einem Unterschreiten einer Mindestreichweite von 50 % eine Bonifikation auf den Zuschaueranteil mit 2 Prozentpunkten nicht mehr vertreten, ohne dass Zweifel wach werden, ob das Zuschaueranteilsmodell überhaupt noch ernsthaft verfolgt wird. Die Verhinderung der Entstehung vorherrschender Meinungsmacht ist nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts eine Pflichtaufgabe des Gesetzgebers von überragender Bedeutung. Es erscheint verfassungsrechtlich bedenklich, die Vorschriften zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht zugunsten eines *anderen* regulatorischen Ziels – angeblicher Anreiz für die Wahrung regionaler Vielfalt – aufzuweichen.

## Die Reichweite der Regionalfenster von RTL und SAT.1

auf Basis der am 21. Februar 2003 von der AGF übermittelten Daten zu den Empfangsebenen des Fernsehpanels D + EU:

	TVHH gesamt in Mio.	(1) Terrestrik TVHH in Mio.	(2) Kabel TVHH in Mio.	(1 + 2) TVHH in Mio.	Satellit TVHH in Mio.	(3) Satellitenhaushalte mit Empfang terrestrisch / im Kabel verbreitete Sender TVHH in Mio.	Regional- fenster	RTL (= 1 + 2 + 3) maximale Reich- weite durch terr- und KabelTVHH und SatTVHH mit terr./Kabelempfang; Regionalfenster RTL-TVHH in Mio.	SAT.1 (= 1 + 2 + 3) maximale Reich- weite durch terr- und KabelTVHH und SatTVHH mit terr./Kabelempfang; Regionalfenster SAT.1-TVHH in Mio.
<b>AGF-Daten zu den Reichweiten</b>									
Schleswig-Holstein	1,19	0,15	0,63	0,78	0,41	0,28	RTL, SAT.1	1,06	1,06
Hamburg	0,77	0,09	0,60	0,69	0,08	0,07	RTL, SAT.1	0,76	0,76
Niedersachsen	3,33	0,27	1,84	2,11	1,23	0,56	RTL, SAT.1	2,67	2,67
Bremen	0,31	0,04	0,23	0,27	0,04	0,02	RTL, SAT.1	0,29	0,29
Nordrhein-Westfalen	7,54	0,52	4,11	4,63	2,91	1,17	RTL, SAT.1	5,80	5,80
Hessen	2,46	0,15	1,31	1,46	1,01	0,56	RTL, SAT.1	2,02	2,02
Rheinland-Pfalz	1,65	0,10	0,80	0,90	0,74	0,31	SAT.1		1,21
Baden-Württemberg	4,14	0,30	2,27	2,57	1,58		(RTL/RNF)	(s. u.)	
Bayern	4,84	0,42	2,55	2,97	1,87	1,11	RTL, SAT.1	4,08	4,08
Saarland	0,48	0,02	0,25	0,27	0,21				
Berlin-West	0,93	0,10	0,74	0,84	0,09				
Berlin-Ost	0,60	0,04	0,48	0,52	0,08				
Mecklenburg- Vorpommern	0,78	0,02	0,44	0,46	0,32				
Brandenburg	1,13	0,08	0,58	0,66	0,48		(RTL/TV An- germünde)	(s. u.)	
Sachsen-Anhalt	1,18	0,05	0,60	0,65	0,53				
Thüringen	1,06	0,04	0,54	0,59	0,47				
Sachsen	1,98	0,01	1,26	1,27	0,71				
Σ TVHH	34,37	2,39	19,22	21,61	12,77				

<b>SAT.1: <math>\Sigma</math> Regionalfenster Reichweite SAT.1</b>		<b>17,89</b>
RTL: $\Sigma$ Regionalfenster Reichweite RTL <u>ohne</u> RNF Live und TV Angermünde RTL	16,68	
<b>weitere Daten zu den Reichweiten der Regionalfenster von RTL:</b>		
RTL: Regionalfenster RNF Live, Region Rhein-Neckar; Angaben der LfK v. 19.02.2003: TVHH RNF Live bei der Kabel Baden-Württemberg	0,582665	
RTL: Schätzung; Anteil 9,2 % terrTVHH Baden-Württemberg – gesamt – (Stand: 01.08.2002) gemäß LfK vom 19.02.2003 bezogen auf technische Reichweite der Sender Bruchsal und Heidelberg von 0,271 Mio. HH	0,024932	
RTL: Brandenburg, TV Angermünde (Region Brandenburg); nach eigenen Angaben des RTL-Regionalfensters	0,23	
<b>RTL: <math>\Sigma</math> Regionalfenster Reichweite RTL</b>	<b>17,517597</b>	

Quelle: AGF/GfK, Methodenbericht, pc#tv / pc#tv-analyse, Lieferung vom 21. Februar 2003, Stand: 1. Januar 2003; Satellitenhaushalte mit Empfang terrestrisch / im Kabel verbreitete Sender, Stand: 1. Januar bis 31. Dezember 2002.

### **Erläuterungen:**

Unter Zugrundelegung des von § 31 Abs. 2 Satz 3 RStV vorgegebenen Reichweitenbegriffs hat die AGF im Auftrag der KEK ihre Daten ausgewertet und berechnet (vgl. hierzu Beschlüsse der KEK vom 12.11.2002 i. S. n-tv, Az.: KEK 156-1, Kap. III 3.2.2 und 3.2.3, und vom 11.03.2003, Az.: KEK 156-2, vom 11.03.2003 i. S. Sendezeiten für unabhängige Dritte im Programm von SAT.1, Az.: KEK 136-4, vom 11.03.2003 i. S. Sendezeiten für unabhängige Dritte im Programm von RTL, Az.: KEK 159-2, Kap. II 2.3 bis 2.3.5.2; alle Beschlüsse sind veröffentlicht unter <http://www.kek-online.de/cgi-bin/resi/v-ent/index.html>, Rubrik Verfahren/Entscheidungen).

Um den Anteil der Satellitenhaushalte mit parallelem terrestrischem oder Kabelempfang zu erfassen, definiert die AGF die Reichweite folgendermaßen: „Zählung je Bundesland, bei der jeder Haushalt einmalig in den Ergebniswert eingeht, sofern er im Jahr 2002 mindestens einmal einen nur terrestrisch oder via Kabel verbreiteten Sender in seinem Haushalt empfangen hat, obwohl es sich nach AGF-Definition um einen Satellitenhaushalt handelt.“

Die Reichweite der Regionalfenster von RTL oder SAT.1 ergibt sich aus der Addition der im obigen Schaubild aufgelisteten terrestrischen und Kabelfernsehhaushalte und der Satellitenhaushalte mit parallelem terrestrischem oder Kabelempfang der Bundesländer, in denen zumindest RTL oder SAT.1 ein landesweites Regionalfenster ausstrahlt und für die die AGF eine landesweite Empfangsebene ausweist. D. h. für die RTL-Regionalfenster RNF Live (Region Rhein-Neckar) und für TV Angermünde (Region in Brandenburg) gibt es keine AGF-Daten. Für die RTL-Regionalfenster RNF Live und TV Angermünde musste die KEK gesonderte Schätzungen vornehmen, wozu sie auf die ihr zugänglichen Quellen zurückgegriffen hat. Die 19 RTL-Lokalfenster für Bayern werden für die Reichweitenbestimmung behandelt wie ein bayernweites Regionalfenster.

Über Kabel und terrestrische Verbreitung empfangen nach den AGF-Zahlen SAT.1-Regionalfenster höchstens 13,81 Mio. TVHH (terrTVHH + KabelTVHH). Dazu müssen nun die Satellitenhaushalte mit parallelem terrestrischem Empfang hinzugezählt werden. Also 13,81 Mio. TVHH + 4,08 Mio. TVHH, das sind 17,89 Mio. TVHH. Bei RTL sind es nach den AGF-Zahlen 12,91 Mio. terrTVHH und KabelTVHH (ohne RNF Live und TV Angermünde). Hinzugezählt werden die 0,837597 geschätzten TVHH für RNF Live und TV Angermünde. Somit sind es rund 13,75 Mio. terrTVHH und KabelTVHH, die die RTL-Regionalfenster höchstens erreichen könnten. Hier müssen nun die von der AGF gemeldeten 3,77 Mio. SatTVHH dazukommen, die auch parallel terrestrische Programme empfangen. Damit sind es 17,52 Mio. TVHH, die von den RTL-Regionalfenstern höchstens erreicht werden können.

## **6.2 Zweiter Bericht der KEK über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk**

Nach § 26 Absatz 6 RStV veröffentlichen die Landesmedienanstalten alle drei Jahre oder auf Anforderung der Länder einen Bericht der KEK über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk. Zu berücksichtigen sind dabei Verflechtungen zwischen Fernsehen und medienrelevanten verwandten Märkten, horizontale Verflechtungen zwischen Rundfunkveranstaltern in verschiedenen Verbreitungsgebieten und internationale Verflechtungen im Medienbereich. Darüber hinaus soll über die Anwendungspraxis der medienkonzentrationsrechtlichen Vorschriften berichtet und zum Reformbedarf dieser Vorschriften Stellung genommen werden.

Der erste Konzentrationsbericht der KEK wurde im November 2000 veröffentlicht. Die nachfolgende Entwicklung war u. a. von einer Krise im Werbemarkt, Ernüchterung bezüglich ambitionierter Internetstrategien und konvergenter Entwicklungen sowie von Zurückhaltung beim Ausbau des Breitbandkabels gekennzeichnet. Daneben waren positive Entwicklungen zu verzeichnen, wie z. B. die Zunahme der Anzahl von Digitalhaushalten (insbesondere von digitalen Satellitenhaushalten), die Einführung von terrestrischem Digitalfernsehen im Ballungsraum Berlin/Potsdam, die Öffnung des Decodermarkts, das Ansteigen der Anzahl von Fernsehprogrammen bzw. Sendelizenzen und die Korrektur überzogener Erwartungen bei Preisen für Film- und Sportrechte.

Die Insolvenz der KirchGruppe hat die Entwicklung im Medienbereich mit beeinflusst; sie hat bislang jedoch keine entscheidende Dekonzentration im Bereich des bundesweiten privaten Fernsehens bewirkt. Mit der RTL Group und der ProSiebenSAT.1 Media AG bestehen nach wie vor zwei zuschaueranteilsstarke private Veranstaltergruppen, die ein enges Oligopol im bundesweiten privaten Fernsehen bilden und den Großteil des Fernsehwerbemarkts untereinander aufteilen.

Der Bericht erläutert die rechtlichen Rahmenbedingungen der medienspezifischen Konzentrationskontrolle und gibt eine Übersicht über das Programmangebot und die maßgeblichen Veranstaltergruppen im bundesweiten privaten Fernsehen. Dargestellt werden sowohl die Verflechtungen der Veranstalter untereinander als auch deren vertikale und diagonale Verflechtungen mit weiteren Medienmärkten. Die Entwicklung in den medienrelevanten verwandten Märkten wird eingehend untersucht.

Die Reformbedürftigkeit der Regelung des § 26 Absatz 2 Satz 3 RStV mit ihrem durch den 6. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eingeführten Bonussystem und die damit zusammenhängende Problematik der Drittsendezeiten (s. o. Kap. I 6.1) sowie die bevorstehenden Änderungen im 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (s. unten Kapitel II) bilden einen weiteren Schwerpunkt.

Der Medienkonzentrationsbericht der KEK wird Ende des Jahres 2003 veröffentlicht.

### **6.3 Rechtsvergleichende Untersuchung zur Rundfunkverbreitung im Breitbandkabel in Deutschland, Belgien, den Niederlanden, Großbritannien und den USA**

#### **6.3.1 Gegenstand der Untersuchung**

Nicht zuletzt die Veräußerung der Breitbandkabelnetze durch die Deutsche Telekom AG Anfang des Jahres ließ erneut die Probleme aufscheinen, die sich aus dem rechtlichen, ökonomischen und technischen Strukturwandel des Breitbandkabels und der darüber verbreiteten Inhalte ergeben. Die Eigentümerstellung an den Netzen, vertikale Verbindungen zwischen Programmveranstaltern und Netzbetreibern, horizontale Konzentrationsprozesse und die beginnende Digitalisierung der Übertragungstechnik sind für den Bereich des deutschen Rundfunk- und Wettbewerbsrechts zum Teil neuartig. Es stellt sich die Frage, ob der Regulierungsrahmen des deutschen Rechts, auf dessen Grundlage über die Belegung der einzelnen Kabelkanäle entschieden wird und der auch die Aufgabe hat, den publizistischen Wettbewerb vor vorherrschender Meinungsmacht zu schützen, noch angemessen ist oder ob er angepasst werden muss. Auf Anregung der Landesmedienanstalten richtete die KEK den Blick auf Rechtsordnungen, in denen diese Fragestellungen bereits aufgetreten bzw. gerade aktuell sind, um zu analysieren, wie diese Probleme im dort vorhandenen rechtlichen Bezugsrahmen gelöst werden.

Im Rahmen eines von der KEK beauftragten Rechtsgutachtens wurden die Kabelregimes in Belgien von Frau Peggy Valcke, Universität Leuven, in den Niederlanden von Herrn Dr. Wouter Hins, Universität Amsterdam, und in Großbritannien und den USA von Herrn Privatdozent Dr. Reinhard Ellger, Max-Planck-Institut Hamburg, dargestellt.



### 6.3.2 Unterschiede und Gemeinsamkeiten

Der Vergleich der Regelungen zum Kabelfernsehen in den ausgewählten Ländern lässt zunächst sehr unterschiedliche Marktbedingungen erkennen. Mit der Versorgung von mehr als 90 % der Fernsehhaushalte hat die Übertragung von Fernsehprogrammen über Kabelnetz in Belgien und den Niederlanden eine überragende Bedeutung. In den USA ist das Breitbandkabel in 64,4 % der Fernsehhaushalte zum wichtigsten Transportmedium für die Verbreitung von Fernsehprogrammen geworden, das terrestrisches und Satellitendirektfernsehen weit hinter sich gelassen hat. In Deutschland beträgt der Anteil der angeschlossenen Kabelhaushalte 56,8 %, wohingegen in Großbritannien das analoge terrestrische Fernsehen weiterhin mit 61,3 % eine absolute Vormachtstellung genießt. Der Anteil der angeschlossenen Kabelhaushalte liegt dort lediglich bei 14,8 %.

Neben den Regeln des allgemeinen Wettbewerbs- und des Telekommunikationsrechts bestehen in allen untersuchten Ländern medienspezifische Regelungen zur Verbreitung von Fernsehprogrammen im Kabelnetz. In allen Rechtsordnungen geht es darum, die Verbreitung einer möglichst großen Vielfalt von Informationsquellen in den Kabelnetzen zu gewährleisten und so dem Zuschauer den Zugang zu einem breiten Meinungsspektrum zu eröffnen und letztlich auch dem Demokratieprinzip, dem alle Mitgliedstaaten der Europäischen Gemeinschaft sowie die USA verpflichtet sind, gerecht zu werden. Neben der Sicherung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und dem Schutz örtlicher kommerzieller und nichtkommerzieller Fernsehsender spiel(t)en in Belgien und vor allem in Großbritannien auch wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Vorstellungen eine gewisse Rolle. Der dort aktuell diskutierten Communications Bill liegt als weiteres Ziel der Schutz der Bürger vor Gefahren und negativen Auswirkungen der Informationsgesellschaft zugrunde. In Deutschland entnimmt das Bundesverfassungsgericht der Rundfunkfreiheit nach Artikel 5 Abs. 1 Grundgesetz die verfassungsrechtliche Verpflichtung der zuständigen (Landes-) Gesetzgeber zur Errichtung und Aufrechterhaltung einer objektiven Rundfunkordnung. Der Gesetzgeber hat die Informationsfreiheit des Bürgers und damit die Ausgewogenheit und Vielfältigkeit des Gesamtangebots von Verfassungen wegen durch gesetzliche Vorkehrungen sicherzustellen. Danach sind Einspeisungsregelungen geboten, die gewährleisten, dass im Kabel ein der Informationsfreiheit und dem Demokratieprinzip entsprechendes vielfältiges und ausgewogenes Gesamtangebot enthalten ist. Darüber hinaus muss der Gesetzgeber verhindern, dass Kabelnetz-

betreiber willkürlich, d. h. aus anderen Gründen als zur Sicherstellung eines vielfältigen und umfassenden Gesamtangebots, die Einspeisung bestimmter Programme verweigern.

In den USA ist die Meinungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit durch den ersten Zusatzartikel (First Amendment) zur US-Verfassung von 1789 gewährleistet. Der Supreme Court hat die Meinungs- und Kommunikationsfreiheit des First Amendment immer als subjektives Grundrecht sowohl der Rezipienten von Presse und Rundfunk als auch der Veranstalter dieser Medien angesehen. Dieses subjektive Grundrecht richtet sich gegen staatliche Eingriffe in die Freiheit des Kommunizierens. Die zahlreichen gesetzlichen Bestimmungen und die sie umsetzenden Vorschriften und Akte der FCC und anderer Behörden sind nicht Ausdruck einer verfassungsrechtlich gebotenen objektiven Rundfunkordnung, sondern das Ergebnis des in Rechtsregeln umgesetzten politischen Ermessens des Gesetzgebers. Die Normen, durch die die Rundfunkordnung der Vereinigten Staaten konstituiert wird, müssen sich – soweit sie die Meinungsfreiheit der am Kommunikationsprozess Beteiligten beschränken – ihrerseits am First Amendment messen lassen.

In Großbritannien genießen die Kabelfernsehveranstalter entsprechend den Festlegungen des Europäischen Gerichtshofs das Recht auf Rundfunkfreiheit nach Artikel 10 EMRK bzw. nach dem diesen Artikel umsetzenden Human Rights Act 1998. Um der Sende- und Empfangsfreiheit einen möglichst umfassenden Schutz zu gewährleisten, hat der Gerichtshof auch die technischen Mittel – also die Übertragungsplattformen, wie etwa das Breitbandkabel – in den Schutzbereich des Artikels 10 EMRK einbezogen. Die britischen Gerichte haben diese Bestimmung zu beachten, wenn sie britisches Recht im Lichte der EMRK auslegen. Weder in Belgien noch in den Niederlanden besteht de lege lata eine positive Verpflichtung des Staates zum Schutz der Meinungsvielfalt. Der Schutz der Empfangsfreiheit und (in Belgien) das Recht auf Zugang zum Kabel können indessen unter Berufung auf Artikel 10 EMRK geltend gemacht werden.

Ähnlich den deutschen Kabelbelegungsregelungen nach § 52 RStV normieren die Rechtsordnungen der untersuchten Länder Verpflichtungen, die Verbreitung von Fernsehprogrammen über das Kabelnetz zu ermöglichen und bestimmte Programme bei der Belegung der Kabelkanäle zu berücksichtigen (Must-Carry-Rules). Außer in Großbritannien, wo der Kabelnetzbetreiber allein und autonom darüber entscheidet, welche Programme über sein Kabelnetz analog an die Kabelkunden verbreitet

werden, verfügen alle übrigen Rechtsordnungen über Must-Carry-Regelungen im analogen Bereich. Besonders geschützt werden in Deutschland, Belgien, den Niederlanden und Großbritannien die Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, während in den USA örtliche kommerzielle und nichtkommerzielle Fernsehsender, deren wirtschaftliche Lebensfähigkeit durch die Konkurrenz des Kabelfernsehens als bedroht angesehen wird, bevorzugt einzuspeisen sind. Als Besonderheit in den Niederlanden darf gelten, dass außer den Must-Carry-Programmen weitere ca. 8 Fernseh- und 16 Hörfunkprogramme im Rahmen eines so genannten „Basispakets“ verbreitet werden müssen, die von demokratisch legitimierten örtlichen Programmräten unter Vielfaltgesichtspunkten ausgewählt werden. In Belgien ist bemerkenswert, dass die Must-Carry-Verpflichtungen der Flämischen und der Französischen Gemeinschaft auch die dort zugelassenen Programme privater Veranstalter und sonstige private Programme „von Bedeutung“ einschließen; diese Vorschriften sind allerdings zur Zeit auf dem Prüfstand durch die Europäische Kommission.

Must-Carry-Regelungen im digitalen Kabel bestehen in allen Ländern, auch in Großbritannien.

Regelungen, die horizontalen Konzentrationstendenzen, Wettbewerbsgefährdungen durch die vertikale Integration von Kabelnetzbetreibern und Programmherstellern sowie Gefährdungen des intermediären Wettbewerbs entgegenwirken sollen, existieren ausdrücklich in den USA. In den Niederlanden wurden dagegen das Verbot der Programmveranstaltung und Beteiligungsschranken für Kabelnetzbetreiber aufgehoben und durch eine jährliche Berichtspflicht des Commissariaat voor de Media über Konzentrationsentwicklungen ersetzt. Die Gefahr der Bevorzugung eigener Programme durch die Kabelnetzbetreiber wird dort gegenwärtig angesichts der bestehenden umfassenden Einspeiseverpflichtungen und der noch geringen Bedeutung von Pay-TV als eher gering angesehen. In Belgien gibt es im Fernsehbereich horizontale und zwischen Kabelnetz und Fernsehen zum Teil (noch) vertikale Beteiligungsbegrenzungen; auch dort setzen die Aufsichtsbehörden aber bei der Vielfaltssicherung, auch wegen des geringen Marktumfangs, eher auf die Schaffung von Transparenz. In Großbritannien gibt es keine Beschränkung horizontaler und vertikaler Verflechtungen; die meisten im Broadcasting Act vorgesehenen Regeln zum Schutz der Meinungsvielfalt (Zuschauermarktanteil und Cross-Ownership-Regeln) finden auf Kabelnetzbetreiber keine Anwendung.

### 6.3.3 Einschätzungen und Folgerungen für das deutsche Recht

Das deutsche Recht enthält entsprechend den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts zur Rundfunkfreiheit in § 52 RStV umfassende Regelungen über die Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen, insbesondere über die Belegung digitalisierter Kabelanlagen.<sup>1</sup> Die Bestimmung erfasst alle öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkprogramme, die bundesweit empfangbar sind, gleichgültig ob sie im In- oder im Ausland veranstaltet werden. § 52 Abs. 1 RStV normiert für die Weiterverbreitung analoger Programme eine Verpflichtung der Landesgesetzgeber. Aufgrund der im analogen Bereich bestehenden technischen Engpasssituation sind Auswahlentscheidungen zu treffen, da nicht alle verfügbaren Programme in die Kabelnetze, die regelmäßig die Einspeisung von 31 analogen Fernsehprogrammen zulassen, eingespeist werden können. Trotz nicht unerheblicher Unterschiede weisen die Landesmediengesetze hinsichtlich der Vorschriften über die Belegung der Kabelkanäle gemeinsame Grundstrukturen auf.

Um den gewünschten Digitalisierungsprozess voranzutreiben, wurde im 4. RÄndStV für den digitalen Bereich ein Stufenmodell (ein so genanntes Must-Carry-Modell) entwickelt, das die Belegung der derzeit verfügbaren digitalen Kabelkapazitäten regelt. Zum einen werden den Kabelnetzbetreibern konkrete Belegungsverpflichtungen zur Sicherung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vorgegeben (Must-Carry-Regelungen), zum anderen haben die Kabelinhaber für die restlichen Übertragungskapazitäten Entscheidungsfreiheit hinsichtlich der Programmbelegung. Teilweise wird diese Entscheidungsfreiheit von vielfaltsichernden Rahmenvorgaben beschränkt (Can-Carry-Regelungen), teilweise kann sie aber auch unbeschränkt nach ökonomischen Kriterien ausgeübt werden (Non-Must-Carry-Regelungen). Um auch den Freiräumen der Kabelnetzbetreiber eine gesicherte Position zu verschaffen und nicht faktisch an einem starren Belegungsmodell festzuhalten, wurden die verfügbaren Übertragungskapazitäten teils in genau bestimmtem Umfang, teils quotenmäßig verteilt.

Dieses Strukturmodell ermöglicht die Ausbalancierung von Grundversorgungsauftrag und programmlicher Vielfaltsicherung einerseits und wirtschaftlicher Rentabilität andererseits.

---

<sup>1</sup> Vgl. dazu Dieter Dörr, Viktor Janik, Nicole Zorn, Der Zugang zu den Kabelnetzen und die Regelungen des europäischen Rechts, in: Der Zugang zum digitalen Kabel, Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Band 22, Berlin 2002, S. 195 ff.

Dem Rechtsvergleich sind keine Lösungsansätze zu entnehmen, die das vorhandene deutsche Modell in diesen Punkten der Weiterverbreitung verbessern könnten.

Vielfaltsicherung beschränkt sich jedoch nicht allein auf die konkreten Belegungsentscheidungen, sondern verlangt nach einer zukunftsorientierten Vorgabe zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Rundfunk. Nach der vom Bundesverfassungsgericht zuletzt in der DSF-Entscheidung (BVerfGE 95, 163, 173) festgestellten verfassungsrechtlichen Zielvorgabe sind multimediale Unternehmensverflechtungen zu beanstanden, wenn sie zu Gefahren für die Meinungsvielfalt im Rundfunk führen. Das Gericht nennt hierbei ausdrücklich die Privatisierung der Übertragungswege, die eine Berücksichtigung des Gebots der Vielfaltsicherung nach wie vor dringlich mache. Das Bundeskartellamt hat zuletzt in der Entscheidung zu Liberty Media im Februar 2002 auf die bedenkliche Doppelrolle von Liberty sowohl als Anbieter von Programminhalten als auch als Kabelnetzbetreiber hingewiesen.

Im Vergleich mit anderen Ländern sieht das Medienrecht in Deutschland im Rundfunkstaatsvertrag keine ausdrückliche Eingrenzung der vertikalen oder der diagonalen Konzentration vor. Im Zuge der Digitalisierung liegt es jedoch nahe, dass sich Kabelnetzbetreiber an Programmveranstaltern beteiligen und außenstehende Veranstalter mit diesen vertikal integrierten Unternehmen um den Zugang konkurrieren. Auch anderswo, so in Belgien und den Niederlanden, sind sich die politisch Verantwortlichen der Gefahr von Verflechtungen zwischen Kabelnetzbetreibern und Programmveranstaltern weiterhin bewusst; zur Vorbeugung setzt man allerdings in der jüngeren Zeit weniger auf starre Beteiligungsbeschränkungen als vielmehr auf flexiblere Lösungen auf der Grundlage ständiger Marktbeobachtung und der Schaffung von Transparenz. Zur Sicherung des Zugangs enthält das amerikanische Recht die Vorschrift, dass der Anteil von Programmplattformen (unter Anrechnung entsprechender Satellitenplattformen) am gesamten Markt beschränkt wird. Darüber hinaus wird der Anteil der Programme begrenzt, die einem Kabelnetzbetreiber zugerechnet werden.

Um so mehr erscheint es dringlich, innerhalb der konzentrationsrechtlichen Prüfung des § 26 RStV durch die KEK pluralismusgefährdende Strukturen sowohl bei der vertikalen als auch der diagonalen Konzentration im Bereich des Breitbandkabels zu erfassen. § 26 RStV greift allerdings nur, wenn die gesetzlich vorgesehenen Aufgreifschwelle erreicht werden, dem Netzbetreiber beispielsweise also klassische

Senderfamilien zugerechnet werden. Wie oben dargelegt, stellt sich das Problem der vertikalen Integration aber bereits vorher, besonders für den Zugang von digitalen Veranstaltern außerhalb der Senderfamilien.

Im Bereich vielfaltgefährdender Cross-Ownership-Strukturen sei auf die Entwicklung bei den Elektronischen Programmführern (EPG) hingewiesen. Wenn künftig im Zuge der Digitalisierung Hunderte von Fernsehprogrammen über das Kabel verbreitet werden, benötigen die Zuschauer Möglichkeiten, um sich Informationen über die sie interessierenden Sendungen zu verschaffen. Während dies heute überwiegend durch Programmzeitschriften geleistet wird, werden künftig Programminformationen in Form so genannter EPGs verstärkte Bedeutung erhalten. Ein Anbieter von Kabelfernsehprogrammen kann einen erheblichen Vorteil im Verhältnis zu konkurrierenden Anbietern erlangen, wenn seine Sendungen in einem Elektronischen Programmführer in besonderer Weise hervorgehoben dargestellt bzw. die Sendungen seiner Konkurrenten für den Rezipienten nur schwer auffindbar angezeigt werden. Während das britische Recht für die Verbreitung eines Elektronischen Programmführers die Erteilung einer Lizenz durch die ITC voraussetzt, sehen dafür Deutschland und die anderen untersuchten Länder keine spezielle medienrechtliche Regelung vor.

Ein weiteres Beispiel bietet die Rolle, die das Breitbandkabel künftig bei der Bereitstellung breitbandiger Internetzugänge spielen wird. § 26 RStV bietet die Möglichkeit, marktbeherrschende Stellungen in diesem Zukunftsmarkt bereits frühzeitig zu erkennen und Verflechtungen zwischen Kabelnetzbetreibern und Programmanbietern entsprechend zu berücksichtigen.

Die Erfassung derartiger Sachverhalte im Rahmen der Konzentrationskontrolle erscheint als gangbarer Weg zur Schaffung von Transparenz und zur Sicherung der Meinungsvielfalt.

## **II Aktuelle Entwicklungen**

### **1 Änderung des Medienkonzentrationsrechts im 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag**

Im Rahmen ihrer Konferenz am 26. Juni 2003 haben sich die Ministerpräsidenten der Länder über den Text eines 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrages geeinigt.<sup>2</sup> Neben zentralen Regelungen zur Konkretisierung des Funktionsauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat auch das Medienkonzentrationsrecht, das erst mit dem am 01.07.2002 in Kraft getretenen 6. Rundfunkänderungsstaatsvertrag geändert wurde, erneute Modifikationen erfahren.

#### **1. § 25 Abs. 4 soll wie folgt gefasst werden:**

„In den beiden bundesweit verbreiteten reichweitenstärksten Fernsehvollprogrammen sind mindestens im zeitlichen und regional differenzierten Umfang der Programmaktivitäten zum 1. Juli 2002 nach Maßgabe des jeweiligen Landesrechts Fensterprogramme aufzunehmen.“

Gleichzeitig sollen in § 26 Abs. 2 Satz 3 die Wörter „in angemessenem, mindestens im bisherigen Umfang“ gestrichen werden.

Die KEK begrüßt allein, dass aus der früheren Soll-Vorschrift des § 25 Abs. 4 Satz 1 jetzt eine Muss-Vorschrift wird. Allerdings erschließt sich die Bedeutung, was mit „zeitlichem und regional differenziertem Umfang der Programmaktivitäten zum 1. Juli 2002“ gemeint sein soll, weder dem heutigen noch dem zukünftigen Anwender dieser Norm. Sie ist jedenfalls als Festschreibung eines vergangenen Zustandes in beiden Richtungen statisch und deshalb nicht sachgerecht.

Unverständlich erscheint auch, dass die mit dem Bonus auf den Zuschaueranteil begünstigten Regionalfensterprogramme nicht länger dynamisch an den jeweiligen Umständen orientiert und von aktuellem „angemessenem Umfang“ sein sollen. Bei der Festschreibung des status quo ante „im Umfang der Programmaktivitäten zum 1. Juli 2002“ wird verdrängt, dass zu diesem Stichtag in keinem der neuen Bundesländer ein Regionalfensterprogramm (Kleinstausnahme RTL mit TV Angermünde in

---

<sup>2</sup> Pressemitteilung der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz vom 26.06.2003.

Brandenburg) veranstaltet wird und die Programmveranstalter mit einer solchen Festschreibung auch schon von allen Planungen, diesem Defizit abzuweichen, abgehalten werden. Selbst eine wünschenswerte Anpassung etwa in der Richtung, dass die Parallelveranstaltung von RTL- und SAT.1-Regionalfenstern in den alten Bundesländern zugunsten einer flächenweiten Abdeckung mit Regionalfensterprogrammen des einen oder des anderen Veranstalters abgewandelt wird, wird durch die neue Regelung verhindert.

Unabhängig von diesen Vorbehalten, wird nicht länger erkennbar, wie der Gesetzgeber die Bonusabwägung nach § 26 Abs. 2 RStV glaubt, noch erklären zu können (vgl. dazu ausführlich oben, Kap. I 6.1). Es stellt sich die Frage, wie sich zwei Prozentpunkte bundesweiter Zuschaueranteil auf beliebige Fensterprogramme mit zeitlichen und regionalen Differenzierungen der Vergangenheit in einem sich laufend verändernden Fernsehmedienmarkt rechnen.

2. Der bislang in § 26 Abs. 2 Satz 3 festgeschriebene „angemessene Umfang“ verbürgte Dynamik und Anpassungsfähigkeit. Die KEK hat bislang die Angemessenheit aus den weiteren vielfaltsichernden Bestimmungen abgeleitet. An diese Stelle soll jetzt eine festgeschriebene, rückwärts gerichtete Betrachtung treten. Das erscheint unverständlich. Kompensation für hohe über 25 % liegende Zuschaueranteile kann nur anderen vielfältigen und ausgewogenen Beiträgen zur Meinungsfreiheit abgewonnen werden. Das wird durch die Festschreibung auf einen Ausgangszustand per 1. Juli 2002 verbaut.
3. In § 31 Abs. 2 soll nach Satz 3 folgender Satz 4 angefügt werden:

„Eine Unterschreitung dieser Reichweite ist im Zuge der Digitalisierung der Übertragungswege unter den Voraussetzungen des § 36 Abs. 2 zulässig.“

Angesichts der zu erwartenden technischen Entwicklung befürwortet die KEK diesen Zusatz. Sie gibt jedoch zu bedenken, dass, indem die Unterschreitung der Reichweite zugelassen wird, erneut nicht „mehr“, sondern grundsätzlich „weniger“ Vielfalt statuiert wird. Der Gesetzgeber hat es versäumt darzulegen, wie groß eine Unterschreitung sein darf und wann ein Ausnahmefall gegeben sein kann; damit sind Einfallstore geöffnet, die Wirksamkeit der Fensterprogramme als Vielfaltelemente nachhaltig in Frage zu stellen.



4. § 36 Abs. 2 soll wie folgt geändert werden:

a) Es wird folgender Satz 2 eingefügt: „Die Feststellung des Vorliegens der Voraussetzungen des § 25 Abs. 4 Satz 1 treffen die Landesmedienanstalten mit einer Mehrheit von drei Vierteln.“

b) Der bisherige Satz 2 wird Satz 3.

Die KEK sieht in diesem Einbruch in ihr Prüfungsprivileg die gravierendste Änderung dieser Staatsvertragsnovelle. Entstehungsgeschichte und Begründung zum dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrag belegen den gesetzlich festgeschriebenen Auftrag an die neu geschaffene KEK, anstelle der zuvor auf 15 Landesmedienanstalten verteilten Aufsicht, eine unterschiedslose, einheitliche Vielfaltsicherung vorzunehmen und durchzusetzen. Es sollten „zweckferne und sachwidrige Einflüsse auf die Entscheidungen der jeweils zuständigen Landesmedienanstalten zur Sicherung der Meinungsvielfalt ausgeschlossen werden“. Die nunmehr vorgesehenen Regelungen zu § 36 Abs. 2 RStV laufen dem diametral zuwider, indem der KEK ausschließliche Prüfungs Kompetenzen wieder entzogen werden sollen.

Materielle Grundnorm für den Schutz gegen vorherrschende Meinungsmacht ist § 26 RStV mit den in Abs. 2 an Zuschaueranteilsgrößen ausgerichteten Vermutungstatbeständen. Nach dem mit dem 6. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zum 1. Juli 2002 erst eingeführten Bonifikationssystem für die Veranstaltung von Fensterprogrammen gewinnt die Prüfung, ob diese Fensterprogramme den rundfunkstaatsvertraglichen Anforderungen genügen, entscheidungserhebliches Gewicht. Wenn jetzt in der Neuregelung diese Anforderungen verwässert und die Beurteilungskompetenz der KEK auf die jeweils nach den Belangen der Standorte der Programmveranstalter ausgewählten Landesmedienanstalten zurückverlagert werden sollen, erscheint dies in hohem Maße kontraproduktiv und für die KEK, die sich unabhängig für die Vielfaltsicherung einsetzt, demotivierend. Der Sinn einer KEK ist nur noch schwer nachvollziehbar, wenn sich die Zulassungsbehörden in wesentlichen Fragen selbst kontrollieren dürfen.

Baden-Württemberg hat denn auch eine Protokollerklärung zu § 36 Abs. 2 RStV abgegeben, wonach das Land „die Beschränkung der Kompetenzen der unabhängigen Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) bei der Beurteilung der so genannten Regionalfenster für problematisch“ hält.

5. Neu eingefügt in den Rundfunkstaatsvertrag wird folgender § 39 a (Zusammenarbeit):

„(1) Die Landesmedienanstalten arbeiten im Rahmen der Erfüllung ihrer Aufgaben mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) und mit dem Bundeskartellamt (BKartA) zusammen. Die Landesmedienanstalten haben auf Anfrage von RegTP oder BKartA Erkenntnisse zu übermitteln, die für die Erfüllung von deren Aufgaben erforderlich sind.

(2) Absatz 1 gilt für Landeskartellbehörden entsprechend.“

Die KEK begrüßt ausdrücklich die Aufnahme dieser Vorschrift in den Rundfunkstaatsvertrag. Sie entspricht einem von ihr seit Jahren vorgebrachten Reformvorschlag (vgl. nur Konzentrationsbericht der KEK 2000, S. 356 f.). Angesichts der erst jüngst wieder erfahrenen Tendenz ausländischer Unternehmen, sich an bundesweiten Fernsehveranstaltern zu beteiligen, erscheint es sinnvoll, die Zusammenarbeit und den gegenseitigen Informationsaustausch durch eine Ergänzung im Fernsehsignalübertragungsgesetz (FSÜ) zu verstärken und auszubauen. Zudem sollte die Bundesregierung nach kartellrechtlichem Vorbild mit ausländischen Regierungen Verwaltungsabkommen über die Kooperation zwischen den für die Medienkonzentration zuständigen Aufsichtsbehörden abschließen.

### **III Anhang**

#### **1 Schaubilder zu Beteiligungsverhältnissen bei Sendergruppierungen**

1.1 AOL Time Warner

1.2 EM.TV & Merchandising AG / Tele-München-Gruppe

1.3 ProSiebenSAT.1 Media AG

1.4 Premiere

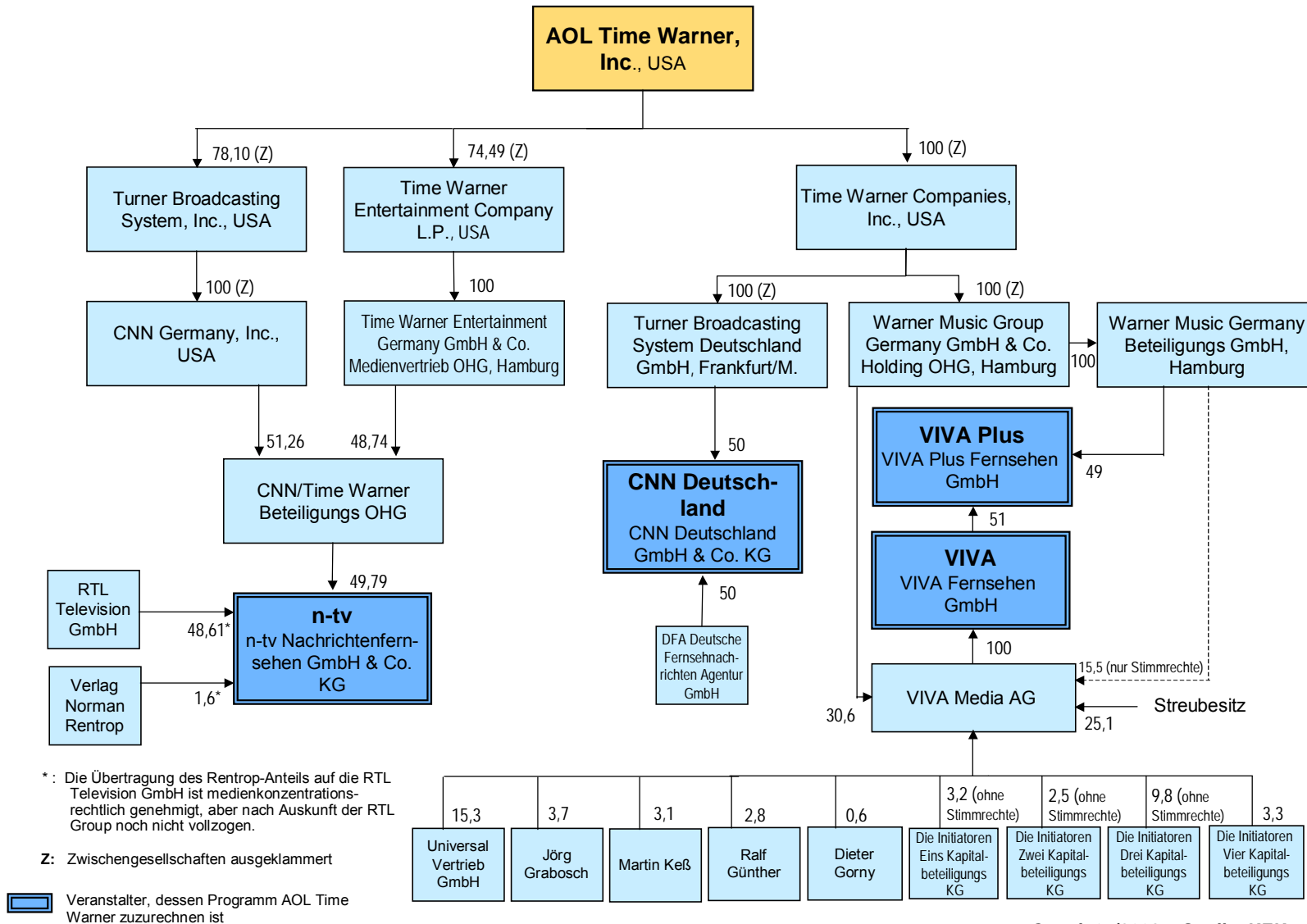
1.5 RTL Group

1.6 Viacom

1.7 Vivendi Universal

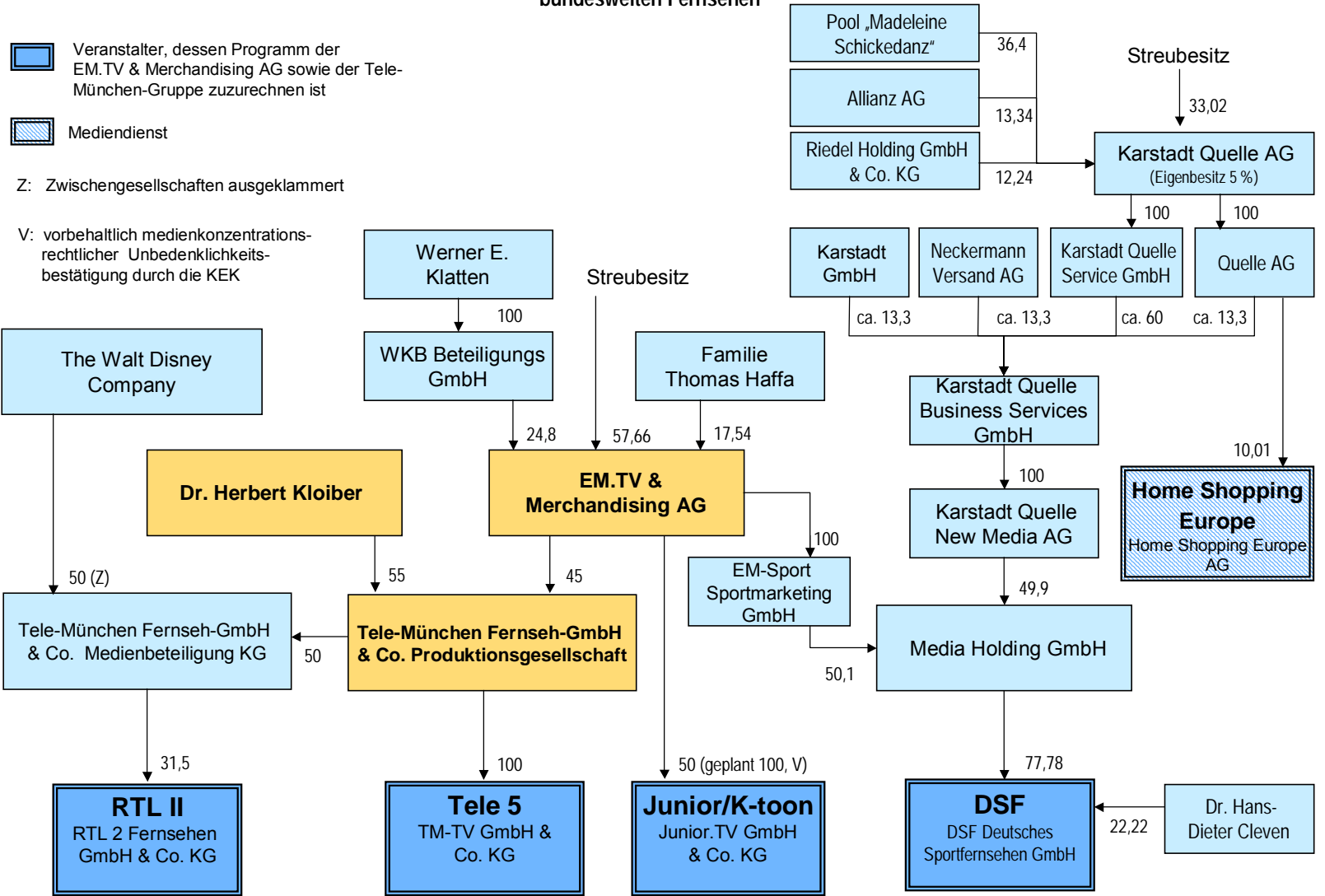
1,8 Walt Disney Company

# 1.1 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme von AOL Time Warner im bundesweiten Fernsehen



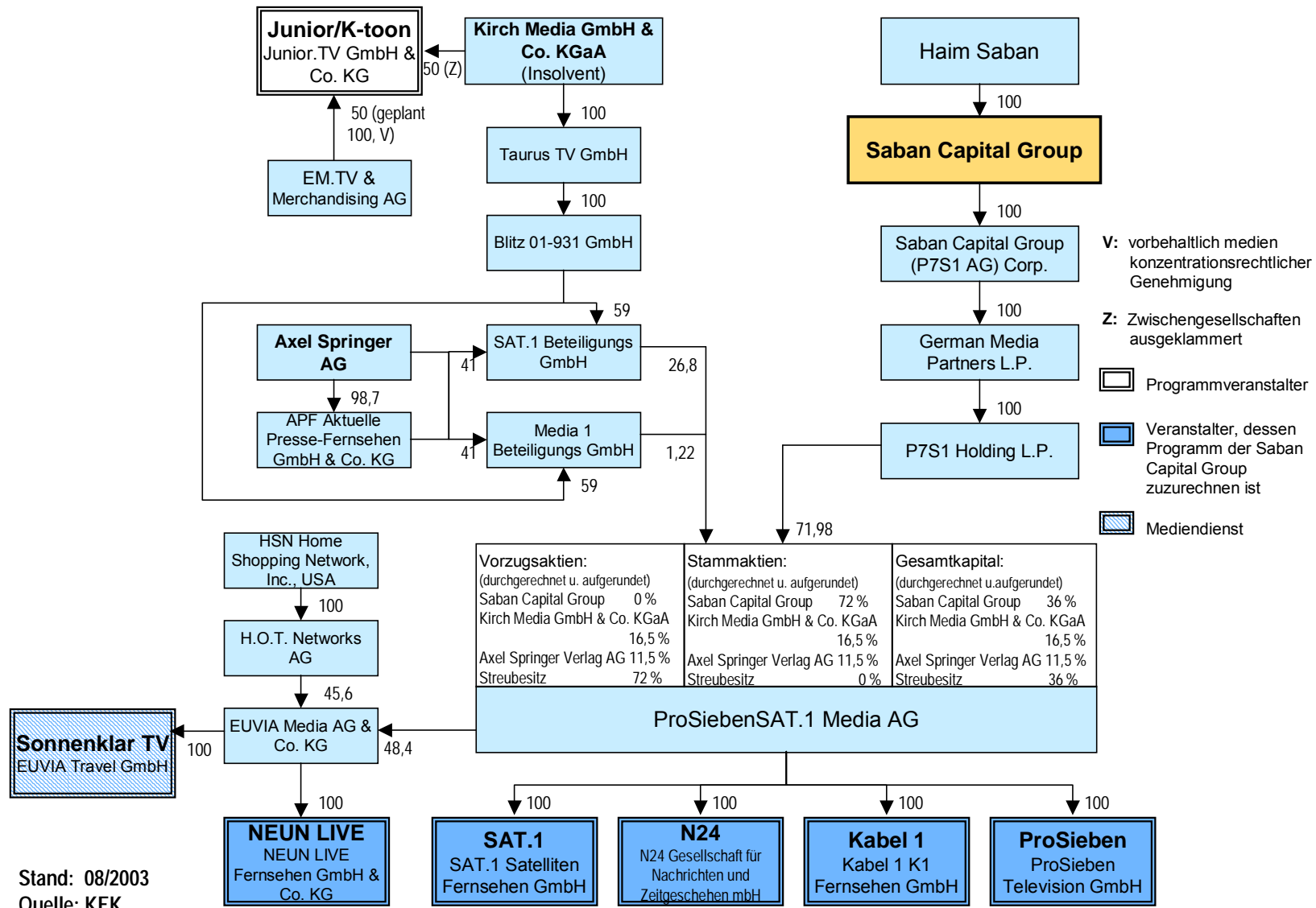
Stand: 06/2003 Quelle: KEK

## 1.2 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der EM.TV & Merchandising AG und der Tele-München-Gruppe im bundesweiten Fernsehen



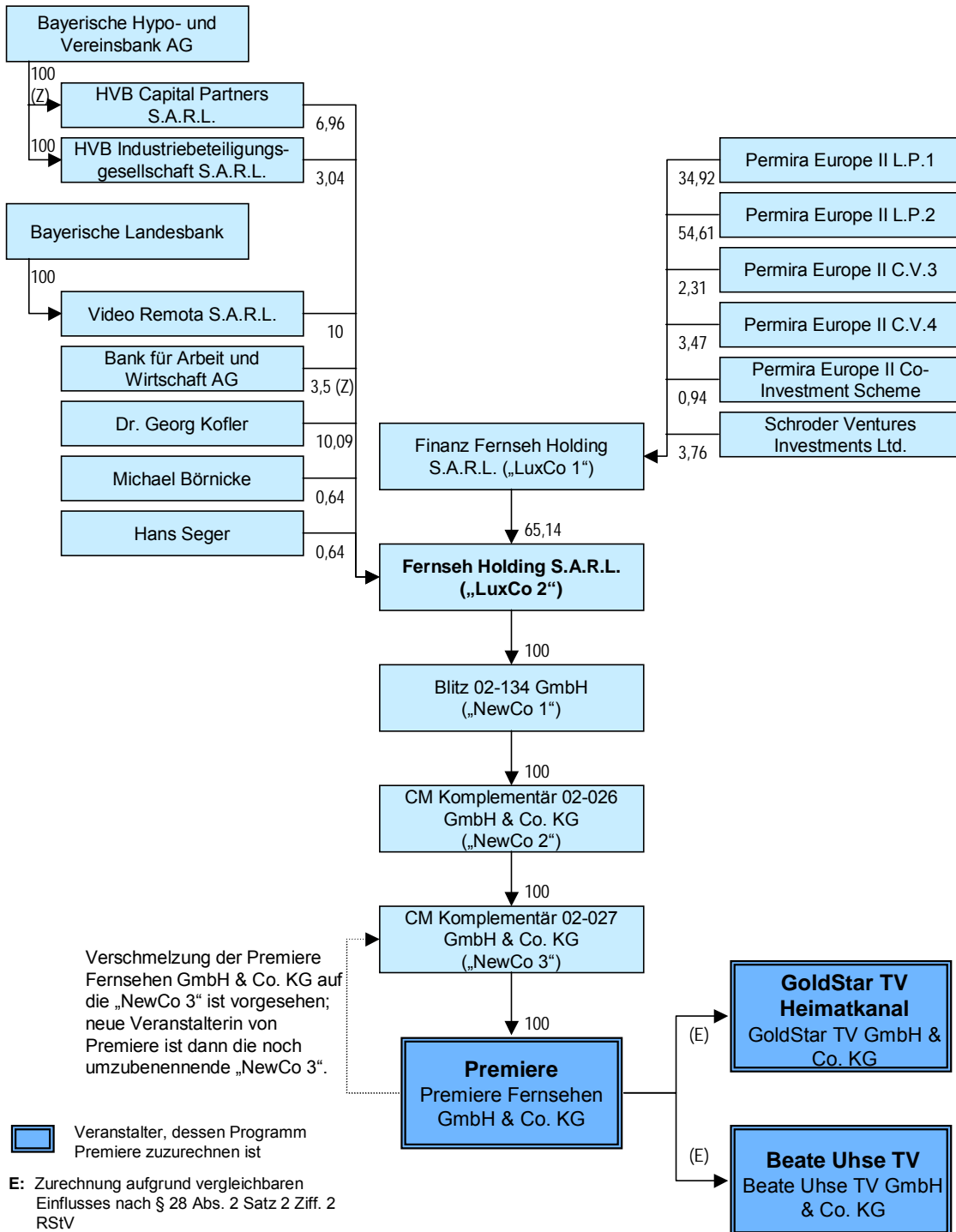
Quelle: KEK Stand: 06/2003

### 1.3 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der Saban Capital Group



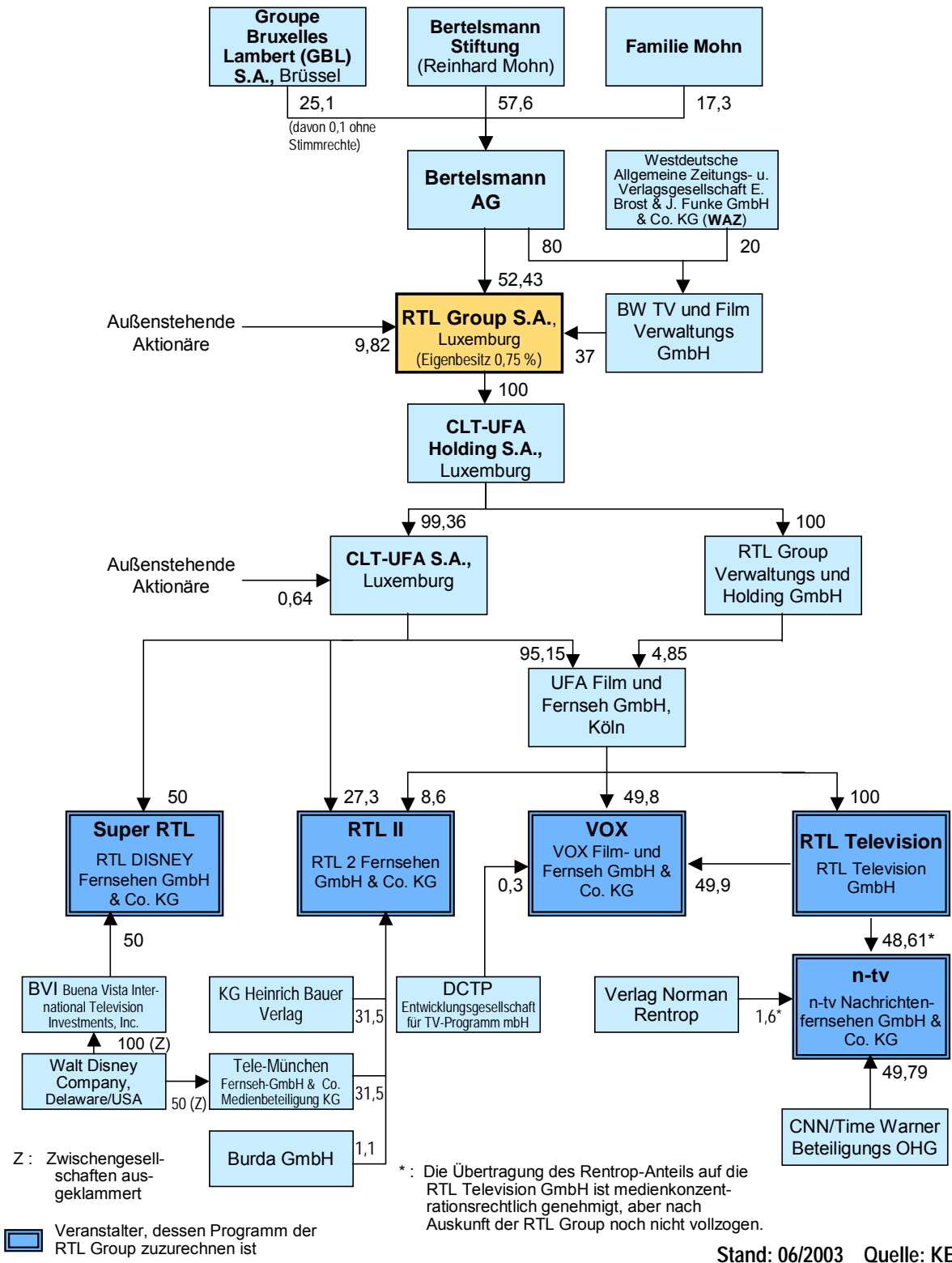
Stand: 08/2003  
Quelle: KEK

### 1.4 Gesellschafterstruktur und zuzurechnende Programme von Premiere



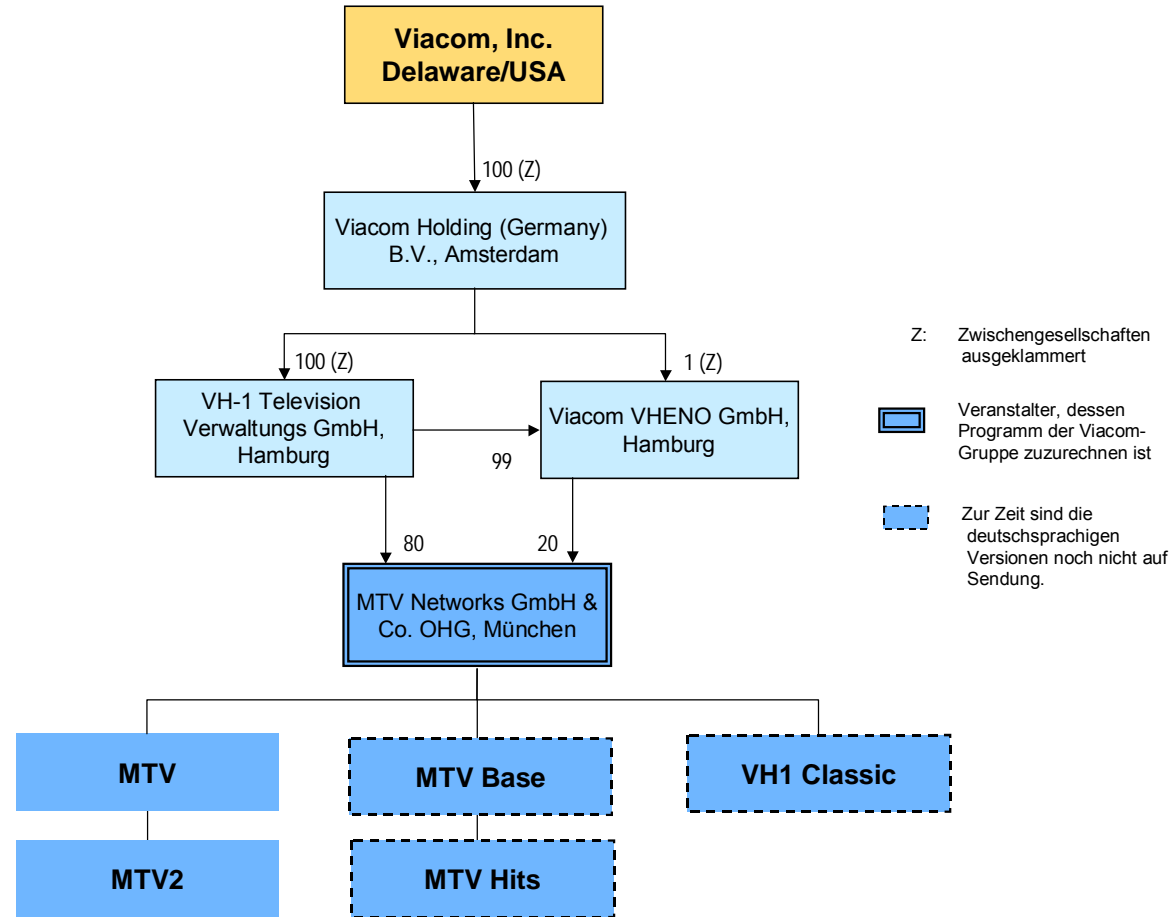
Quelle: KEK Stand: 06/2003

### 1.5 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der RTL Group im bundesweiten Fernsehen



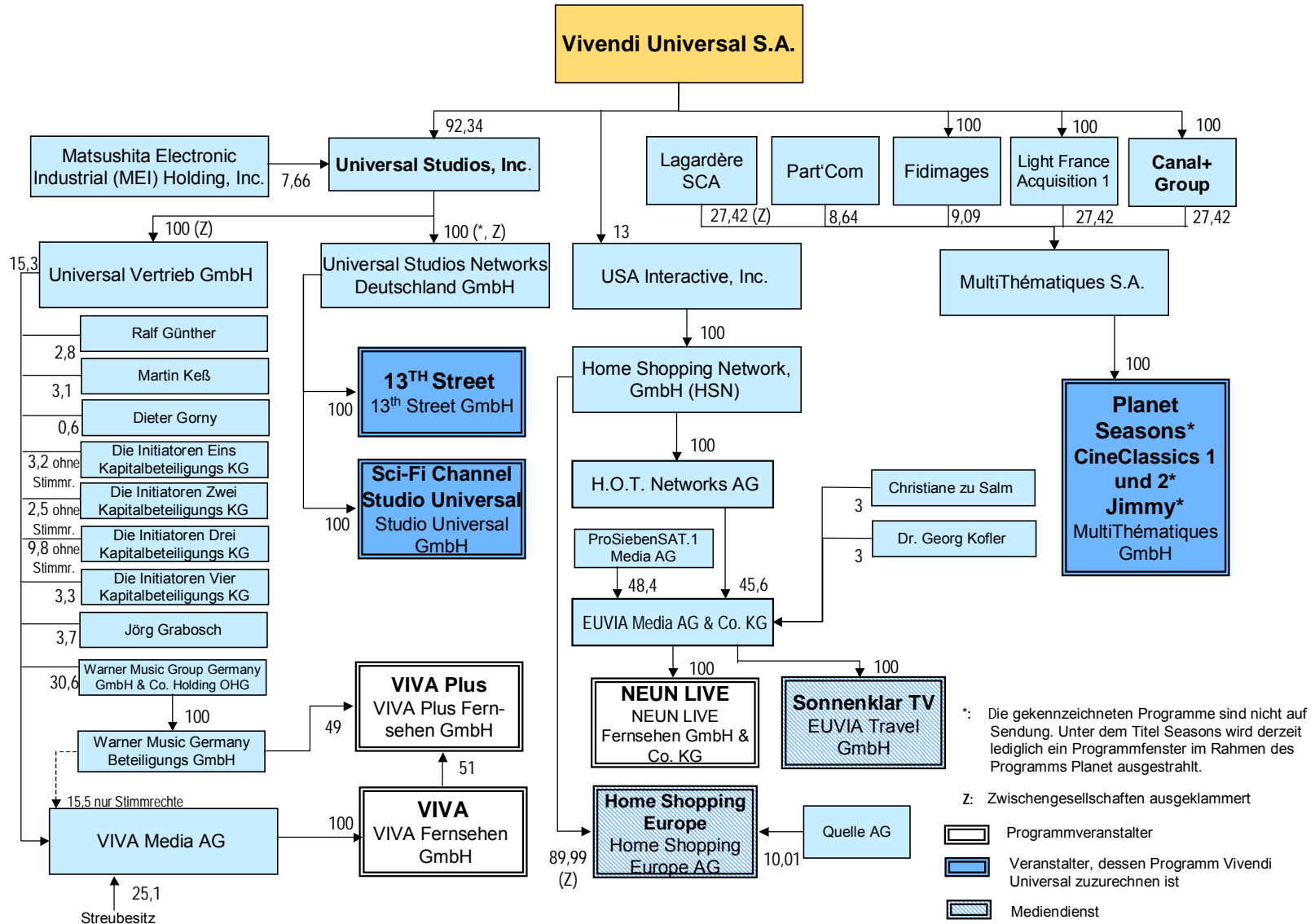


1.6 Veranstalterbeteiligungen im bundesweiten Fernsehen und zuzurechnende Programme der Viacom-Gruppe im bundesweiten Fernsehen



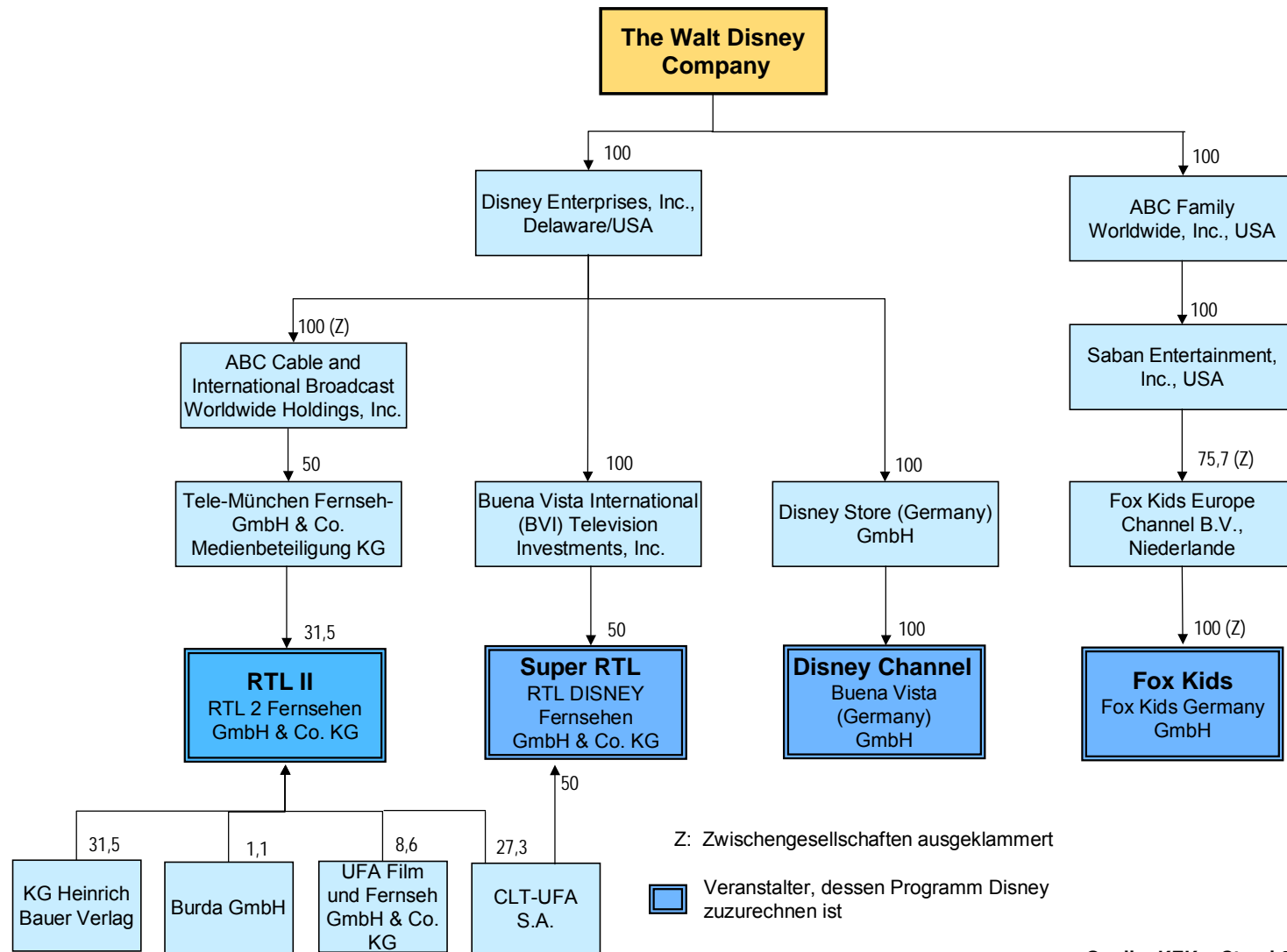
Quelle: KEK Stand: 06/2003

### 1.7 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme von Vivendi Universal im bundesweiten Fernsehen



Stand: 06/2003 Quelle: KEK

### 1.8 Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme der Walt Disney Company im bundesweiten Fernsehen



Quelle: KEK Stand 06/2003

## 2 Übersicht über die Verfahren der KEK

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 001	VIVA / LfR	B	24.04.97	23.05.97	11.07.97	14.07.97
KEK 002	SAT.1 / LPR Rheinland-Pfalz	B	10.02.97	26.05.97	n. a.	16.02.98
KEK 003	DSF / BLM	Z / B	20.03.97	07.07.97	26.01.99 24.02.99	23.03.99
KEK 004	TM 3 / BLM	B	26.02.97	26.05.97	08.09.97	22.09.97
KEK 005	Bloomberg / LPR Hessen	Z	28.06.96	06.06.97	10.07.97	14.07.97
KEK 006	MultiThématiques / BLM a) Planet b) Seasons c) CineClassics d) Cyber TV e) Jimmy	Z Z Z Z Z	29.04.97 29.04.97 29.04.97 29.04.97 29.04.97	08.07.97 08.07.97 08.07.97 08.07.97 08.07.97	n. a. n. a. n. a. n. a. n. a.	22.09.97 22.09.97 22.09.97 22.09.97 22.09.97
KEK 007	ProSieben / MABB	B	18.04.97	25.07.97	01.09.98 („Rücknahme“ am 02.09.98)	26.01.99
KEK 008	VOX / LfR (für Länderausschuss), (CLT-UFA)	B	13.12.96 05.09.97	14.10.97	28.01.98	16.02.98
KEK 009	RTL / NLM (CLT-UFA)	B	13.12.96 05.09.97	16.10.97	29.01.98	16.02.98
KEK 010	Super RTL / LfR (CLT-UFA)	B	13.12.96 05.09.97	14.10.97	29.01.98	16.02.98
KEK 011	RTL 2 / LPR Hessen (CLT-UFA)	B	13.12.96 05.09.97	16.10.97	30.01.98	16.02.98
KEK 012	Premiere / HAM (CLT-UFA)	B	13.12.96 05.09.97	16.10.97	29.01.98	16.02.98
KEK 013	Universal Studios / MABB	Z	21.11.97	27.11.97	n. a.	16.02.98
KEK 014	Premiere digital / BLM und HAM	Z	07.10.97	11.12.97	27.05.98	Rücknahme am 09.06.98

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/ Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 015.1	<u>Werbefenster:</u> SAT.1 / LPR	Z	30.10.97	09.12.97	n. a.	19.01.98
KEK 015.2	ProSieben / MABB	Z		11.02.98	n. a.	16.02.98
KEK 015.3	VIVA I / LfR	Z		26.03.99	n. a.	20.04.99
KEK 015.4	ProSieben / MABB	Z		11.02.00	n. a.	22.02.00
KEK 015.5	VIVA I / LfR	Z		14.02.00	n. a.	21.03.00
KEK 015.6	CNN / LfR	Z		11.04.01	n. a.	22.05.01
KEK 016	CMT / MABB	B / Z	16.09.97	02.01.98	n. a.	Antrag ruht
KEK 017	SAT.1 / LPR Rheinland-Pfalz	D (Bestimmung Zuschaueranteil)		07.07.97	n. a.	14.07.97
		D (Benehmensherstellung/Auswahlverfahren)		04.11.97	n. a.	24.11.97
		D (Benehmensherstellung/Vereinbarung i.S.v. § 31 Abs. 5 RStV)		05.12.97	n. a.	19.01.98
KEK 018	RTL / NLM	D (Bestimmung Zuschaueranteil)		07.07.97	n. a.	14.07.97
		D (Benehmensherstellung/Auswahlverfahren)		11.11.97	n. a.	24.11.97
		D (Benehmensherstellung/Vereinbarung i.S.v. § 31 Abs. 5 RStV)		07.01.98	n. a.	19.01.98
KEK 019	SAT.1 / LPR Rheinland-Pfalz	B	13.11.97	12.02.98	26.01.99	23.03.99
KEK 020	Discovery Channel / BLM	Z	29.01.98	11.03.98	26.01.99	23.03.99
KEK 021	n-tv / MABB	B	10.01.98	06.04.98	n. a.	19.05.98
KEK 022	Kabel 1 / BLM	B	13.02.98	21.04.98	26.01.99	23.03.99
KEK 023	Asia Channel / LfK	Z	18.03.98	28.04.98	n. a.	22.06.98
KEK 024	ONYX / LPR Rheinland-Pfalz	B	14.08.97	13.05.98	n. a.	21.07.98
KEK 025	RTL 2 / LPR Hessen	B	06.05.98	05.06.98	n. a.	21.09.98

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 026	Premiere digital (neu) / BLM und HAM	Z	09.06.98	10.06.98	21.12.98 26.01.99	26.01.99
KEK 027	CNN / LfR	Z	17.03.98	17.07.98	n. a.	29.08.98
KEK 028	ONYX / LfR	Z	27.07.98	19.08.98	n. a.	21.09.98
KEK 029	ProSieben / MABB	B	14.09.98	15.09.98	26.01.99	26.01.99
KEK 030	PRO SALUTE / LRZ	Z	23.12.97	25.09.98	30.11.98	14.12.98
KEK 031	VH-1 / HAM	B	11.09.98	20.10.98	n. a.	23.11.98
KEK 032	TM 3 / BLM	B	28.10.98	18.11.98	n. a.	14.12.98
KEK 033	Playboy TV / MABB	Z	16.11.98	09.12.98	24.01.99	26.01.99
KEK 034	DF 1 / BLM	Z	08.12.98	21.12.98	n. a.	Rücknahme am 21.05.99
KEK 035	SAT.1 / LPR	B	02.03.99	17.02.99	n. a.	20.04.99
KEK 036	DSF / BLM	B	12.02.99	24.02.99	26.01.99	23.03.99
KEK 037	SAT.1 / LPR	D (Sendezeitenverschiebung)		19.02.99	n. a.	23.03.99
KEK 038	N 24 / BLM	Z	02.02.99	03.03.99	n. a.	18.05.99
KEK 039	@TV / HAM	Z	31.03.99	19.04.99	*	Antrag ruht
KEK 040	RTL / NLM	Z	10.05.99	14.05.99	n. a.	21.09.99
KEK 041	RTL / NLM	D (Bestimmung Zuschaueranteil)		12.05.99	n. a.	18.05.99
		D (Benehmensherstellung/Auswahlverfahren)		02.07.99	n. a.	13.07.99
		D (Benehmensherstellung/Vereinbarung i.S.v. § 31 Abs. 5 RStV)	center tv dctp	11.08.99 13.09.99	n. a. n. a.	24.08.99 21.09.99
KEK 042	Junior.TV / BLM	Z	09.03.99	12.05.99	06.07.99	21.09.99
KEK 043	Buena Vista / BLM	Z	06.05.99	14.05.99	19.07.99	13.07.99
KEK 044	Universal Studios / MABB	Z	29.04.99	21.05.99	08.07.99	13.07.99

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 045	Unitel / BLM	Z	01.06.99	17.06.99	n. a.	21.09.99
KEK 046	SAT.1 / LPR	B	03.06.99	22.06.99	08.05.00	16.05.00
KEK 047	Premiere World / BLM, HAM	B	31.03.99	23.06.99	01.09.99	21.09.99
KEK 048	Europ. Wissenschaftskanal / MABB	Z	14.06.99	02.07.99	02.11.99	16.11.99
KEK 049	SINGLE TV / LfR	Z	22.06.99	09.07.99	25.08.00	24.08.99
KEK 050	VIVA / LfR	B	29.04.99	16.07.99	09.09.99	21.09.99
KEK 051	MultiThématiques / BLM	B		19.07.99	07.01.00	25.01.00
KEK 052	RTL / NLM	Z	15.07.99	21.07.99	n. a.	19.10.99
KEK 053	DSF / BLM	B	21.05.99	10.08.99	06.12.99	14.12.99
KEK 054	Kult-TV / MABB	Z	03.08.99	16.08.99	12.11.99	16.11.99
KEK 055	VOX / LfR	Z	06.08.99	14.09.99	11.11.99	16.11.99
KEK 056	CNI / MABB	Z	08.09.99	20.09.99	24.09.99	19.10.99
KEK 057	GSN / LfR	Z	27.08.99	14.09.99	n. a.	14.12.99
KEK 058	SET / LfR	Z	27.08.99	14.09.99	n. a.	14.12.99
KEK 059	DCTP / LfR	Z	16.09.99	22.09.99	17.11.99	16.11.99
KEK 060	Groupe AB / LfR	Z	22.09.99	29.09.99	15.11.99	16.11.99
KEK 061	GoldStar / BLM	Z	22.09.99	30.09.99	06.04.00	25.01.00
KEK 062	Dogan Media / LPR Hessen	Z	04.10.99	13.10.99	16.11.99	16.11.99
KEK 063	ProSieben / MABB	B	15.10.99	15.10.99	25.01.00	25.01.00
KEK 064	TM 3 / BLM	B	27.09.99	14.10.99	09.12.99	14.12.99
KEK 065	ONYX / LfR	Z	07.09.99	14.09.99 (Eing. 18.10.)	12.11.99	16.11.99
KEK 066	ONYX / LfR	B	22.10.99	26.10.99	12.11.99	16.11.99
KEK 067	TM 3 / BLM	Z	12.10.99	27.10.99	09.12.99	14.12.99
KEK 068	Playboy TV / MABB	B	8./25.10.99	18.11.99	03.04.00	18.04.00

<b>Az.</b>	<b>Veranstalter / Landesmedienanstalt</b>	<b>Art des Verfahrens</b>	<b>Antrag/Anmeldung vom</b>	<b>Vorlage der LMA vom</b>	<b>Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen</b>	<b>Entscheidung durch die KEK</b>
KEK 069	VIVA / LfR	B	30.11.99	07.12.99	22.12.99	25.01.00
KEK 070	Premiere World / BLM, HAM	B (BSkyB)	28.12.99	23.03.00	14.08.00	15.08.00
KEK 071	MTV / BLM	Z	17.12.99	14.01.00	n. a.	22.02.00
KEK 072	VOX / LfR (für Länderausschuss)	B	20.01.00 21.01.00	07.02.00	13.03.00	21.03.00
KEK 073	Universal Studios / MABB	Z	03.01.00 16.06.00	14.02.00 20.06.00	n. a.	17.07.00
KEK 074	MultiThématiques / BLM	B	14.01.00	25.02.00	11.04.00	18.04.00
KEK 075	Kabel 1 / BLM	B	15.10.99	25.02.00	11.04.00	18.04.00
KEK 076	Fox Kids / BLM	Z	23.02.00	28.03.00	14.08.00	15.08.00
KEK 077	n-tv / MABB	B	01.06.99 14.03.00	05.04.00	n. a.	16.05.00
KEK 078	N 24 / BLM	B	26.03.00	11.04.00	15.05.00	16.05.00
KEK 079	VOX / LfR (für Länderausschuss)	B	27.04.00 02.05.00	12.05.00	23.05.00	06.06.00
KEK 080	CLT-UFA / NLM (federführend)	B	11.05.00	16.05.00	17.08.00	19.09.00
KEK 081	TM 3 / BLM	B	20.04.00	16.05.00	n. a.	17.07.00
KEK 082	VIVA / LfR	B	18.05.00	24.05.00	10.10.00	19.09.00
KEK 083	H5B5 / BLM	Z	29.05.00	06.06.00	n. a.	19.12.00
KEK 084	Discovery Germany / BLM	Z	31.05.00	27.06.00	n. a.	19.12.00
KEK 085	Discovery Germany / BLM	Z	31.05.00	03.07.00	n. a.	19.12.00
KEK 086	Beate Uhse / MABB	Z	19.06.00	06.07.00	03.08.00	15.08.00
KEK 087	B.TV / LfK	Z	13.06.00	04.07.00	n. a.	15.08.00
KEK 088	MTV / LfR	Z	15.12.99	10.07.00	n. a.	19.12.00
KEK 089	Groupe AB / LfR	Z	22.09.99	13.07.00	n. a.	15.08.00



Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 090 KEK090-1	ProSiebenSAT.1MediaAG ProSieben / MABB	Z B	10.07.00 29.06.00	17.07.00 26.07.00	06.10.00	24.10.00
KEK090-2	SAT.1 / LPR	Z B	13.09.00 19.10.00	20.09.00 24.10.00	21.11.00	21.11.00
KEK090-3	N24 / BLM	B	18.07.00	30.08.00	23.10.00	24.10.00
KEK090-4	Kabel 1 / BLM	B	18.07.00	30.08.00	23.10.00	24.10.00
KEK090-5	Verschmelzung v. Pro-Sieben u. SAT.1 / MABB, LPR, BLM	B	13.09.00	15.09.00 20.09.00 26.09.00	23.10.00	24.10.00
KEK090-6	DSF / BLM	B	18.07.00 (aus 090-3 u. 090-4)	28.11.00	14.12.00	16.01.01
KEK 091	DSF / BLM	B	27.06.00	26.07.00	n. a.	19.09.00
KEK 092	Single TV / LfR	B	17.08.00	23.08.00	15.09.00	19.09.00
KEK 093	Premiere World / BLM und HAM	B (Kingdom)	09.08.00	06.09.00	25.10.00	24.10.00
KEK 094	Premiere World / BLM und HAM	B (Capital Research)	13.09.00	20.09.00	25.10.00	24.10.00
KEK 095	GoldStar TV / BLM	B	Parallelverfahren KEK 070	19.09.00	n. a.	21.11.00
KEK 096	Discovery Channel / BLM	B	Parallelverfahren KEK 070	19.09.00	n. a.	21.11.00
KEK 097	GoldStar TV / BLM	B	Parallelverfahren KEK 093/094	26.09.00	n. a.	21.11.00
KEK 098	Discovery Channel / BLM	B	Parallelverfahren KEK 093/094	26.09.00	n. a.	21.11.00
KEK 099	Premiere World / BLM und HAM	B (Lehman)	25.09.00	02.10.00	25.10.00	24.10.00
KEK 100	VH-1 / HAM	Z	22.08.00	05.10.00	n. a.	19.12.00
KEK 101	GoldStar TV / BLM	B	Parallelverfahren KEK 099	17.10.00	n. a.	21.11.00
KEK 102	Discovery Channel / BLM	B	Parallelverf. KEK 099	17.10.00	n. a.	21.11.00

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/ Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 103	ONYX Plus / LfR	Z / B	28.07.00 27.09.00	19.10.00	n. a.	21.11.00
KEK 104	TM3 / BLM	B	22.11.00 23.01.01	06.12.00	12.04.01	22.05.01
KEK 105	TM-TV / BLM	Z	03.01.01	15.01.01	26.03.01	20.03.01
KEK 106	Single TV / LfR	B	25.01.01	08.02.01	23.07.01	21.08.01
<i>KEK 107</i>	<i>KirchMedia</i>					
KEK107-1	ProSieben / MABB	B	24.01.01	12.02.01	16.03.01	22.05.01
KEK107-2	SAT.1 / LPR	B	24.01.01	20.02.01	n. a.	22.05.01
KEK107-3	Kabel 1 / BLM	B	24.01.01	22.02.01	n. a.	22.05.01
KEK107-4	N 24 / BLM	B	24.01.01	22.02.01	n. a.	22.05.01
KEK107-5	DSF / BLM	B	24.01.01	22.02.01	n. a.	22.05.01
KEK107-6	Junior TV / BLM	B	24.01.01	22.02.01	n. a.	22.05.01
KEK 108	Einstein Channel / MABB	B	24.10.00	12.02.01	*	Verfahren ruht
KEK 109	drb Event Channel / MABB	Z	09.01.01	12.02.01	16.03.01	20.03.01
<i>KEK 110</i>	<i>Eigenwerbekanäle</i>					
KEK110-1	Sparkassen-TV / MABB	Z		14.03.01	11.04.01	24.04.01
KEK110-2	Telekom-TV / MABB	Z		14.03.01	*	*
KEK 111	Forschungskanal / LfR	Z	26.03.01	30.03.01	n. a.	22.05.01
KEK 112	MultiThématiques / BLM	B	02.03.01	09.04.01 25.04.01	21.05.01	22.05.01
KEK112-1	CyberTV / BLM	B	24.04.01	25.04.01 26.02.02	27.03.02	19.03.02
KEK 113	CLT-UFA / NLM	B	10.04.01	27.04.01	06.06.01	19.06.01
KEK 114	VH-1 / HAM	B	25.04.01	30.04.01	18.06.01	19.06.01
KEK 115	n-tv / MABB	B	06.04.01	03.05.01	n. a.	19.06.01
KEK 116	ChannelD / Bremische Landesmedienanstalt	Z	11.04.01	10.05.01	n. a.	22.05.01 (keine Zuständigkeit d. KEK)
KEK 117	MTV / BLM	Z / B	30.04.01	15.05.01	18.06.01	19.06.01
KEK 118	Entertainment Station / LfR	Z	22.12.00	16.05.01	*	*
KEK 119	vividia AG / LfK	Z	14.05.01	22.05.01	05.06.01	19.06.01

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/ Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 120	NEUN LIVE / BLM	B	21.05.01 23.05.01 19.11.01	21.05.01 27.11.01	27.11.01	22.01.02
KEK 121	PREMIERE / BLM, HAM	B	11.01.01	15.03.01	n. a.	19.06.01
KEK 122	VIVA / LfR	B	18.05.01	01.06.01	12.07.01	17.07.01
KEK 123	XXP TV / MABB	Z	15.06.01	21.06.01	16.07.01	17.07.01
KEK 124	<i>KirchMedia</i>					
KEK124-1	ProSieben / MABB	B	22.06.01	02.07.01	17.08.01	19.09.01
KEK124-2	SAT.1 / LPR	B	22.06.01	04.07.01	30.08.01	19.09.01
KEK124-3	Kabel 1 / BLM	B	22.06.01	11.07.01	27.08.01	19.09.01
KEK124-4	N 24 / BLM	B	22.06.01	11.07.01	27.08.01	19.09.01
KEK124-5	DSF / BLM	B	22.06.01	17.07.01	27.08.01	19.09.01
KEK124-6	Junior TV / BLM	B	22.06.01	17.07.01	27.08.01	19.09.01
KEK 125	GET ON AIR / BLM	Z	27.07.01	13.08.01	17.08.01	19.09.01
KEK 126	Unitel, CLASSICA / BLM	Z	27.03.01	28.08.01	n. a.	Rücknahme am 16.01.02
KEK 127	EURO.I / Brema	Z	23.05.01	06.09.01	n. a.	02.10.01
KEK 128	Fox Kids / BLM	B	28.08.01	12.09.01	n. a.	02.10.01
KEK 129	CLT-UFA / NLM	B	12.08.01	27.09.01	02.01.02	22.01.02
KEK 130	VIVA Plus / LfR	Z / B	10.10.01	12.10.01 15.10.01	14.11.01	20.11.01
KEK 131	Bibel TV / HAM	Z	26.09.01	12.10.01	n. a.	20.11.01
KEK 132	ONYX / LfR	B	21.08.01 17.10.01	31.10.01	n. a.	22.01.02
KEK 133	CNN Deutschland / LfR	B	17.10.01	30.10.01	n. a.	22.01.02
KEK 134	SINGLE TV TV / LfR	B	08.11.01 12.04.02 26.04.02 17.05.02	21.11.01 19.04.02 27.05.02	27.05.02	11.06.02
KEK 135	VIVA / LfR	B	07.12.01 13.12.01	05.12.01	02.01.02	22.01.02
KEK136-0	SAT.1 / LPR	D (Bestimmung Zuschaueranteil)		08.01.02	n. a.	22.01.02
KEK136-1	News and Pictures (1. Sendezeitschiene)	D (Benehmensherstellung/Auswahlverfahren)		16.04.02 13.05.02	n. a.	31.05.02

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/ Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK136-2	News and Pictures (1. Sendezeitschiene)	D (Benehmensherstellung/ Zulassung)		02.09.02	n. a.	12.11.02
KEK136-3	DCTP (2. u. 3. Sendezeitschiene)	D (Benehmensherstellung/ Auswahlverfahren)		02.09.02	n. a.	12.11.02 (Vorbehalt)
KEK136-4	DCTP (2. u. 3. Sendezeitschiene)	D (Aufhebung des Vorbehalts im Beschluss 136-3)			21.02.03	11.03.03
KEK136-5	DCTP (2. u. 3. Sendezeitschiene)	D (Benehmensherstellung/ Zulassung)		10.02.03	n. a.	11.03.03
KEK 137	MTV / LfR	Z	12.12.01	03.01.02	n. a.	19.02.02
KEK 138	CLT-UFA / NLM	B	11.01.02	14.01.02	02.05.02	14.05.02
KEK 139	VIVA / LfR	B	31.01.02	14.02.02	27.05.02	19.03.02
KEK 140	VIVA / LfR	B	25.01.02	15.02.02	27.05.02	19.03.02
KEK 141	B.TV / LfK	B	05.02.02 (Eing. 22.02.)	05.02.02 <sup>1)</sup>	28.02.02	16.04.02
KEK 142	n-tv / MABB	B	26.02.02	12.02.02	10.04.02	16.04.02
KEK 143	TV 50 plus / SLM	Z	19.11.01	27.02.02	n. a.	16.04.02
KEK 144	Unitel, CLASSICA / BLM	B	16.01.02	25.02.02	15.04.02	16.04.02
KEK 145	Junior.TV / BLM	B	15.02.02	20.03.02 03.07.02	30.08.02	13.08.02
KEK 146	MultiThématiques / BLM	Z / B	10.12.01	06.05.02 02.07.02	n. a.	09.07.02
KEK 147	Playboy TV / MABB	B	02.05.02	13.05.02	*	*
KEK 148	GoldStar TV / HAM	Z	04.06.02	07.06.02	03.07.02	22.07.02
KEK148-1	GoldStar TV / BLM	B	02.07.02	23.07.02	20.09.02	10.09.02
KEK 149	NEUN LIVE / BLM	B	04.06.02 07.06.02	17.06.02	31.07.02	13.08.02
KEK 150	NBC Europe / LfM	Z	11.06.02	18.06.02	*	*

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 151	RTL 2 / LPR Hessen	Z	22.03.02 08.05.02	24.06.02	09.07.02	13.08.02
KEK 152	VIVA / LfM	B	24.06.02	28.06.02	15.07.02	13.08.02
KEK 153	TM-TV / BLM	Z	18.06.02	15.07.02	26.09.02	10.09.02
KEK 154	DMF / MABB	Z	undatiert (Eing. MABB 27.08.02)	03.09.02	n. a.	08.10.02
KEK 155	Premiere / HAM, BLM	Z	30.07.02 02.10.02	27.09.02	17.10.02	23.10.02
KEK156-1	n-tv / MABB	B	21.08.02 02.10.02 07.10.02	18.09.02	11.11.02	12.11.02 (Vorbehalt)
KEK156-2	n-tv / MABB	B (Aufhebung des Vorbehalts im Beschluss 156-1)			21.02.03	11.03.03
KEK 157	CMC / LfM	Z	16.08.02	05.09.02	30.09.02	08.10.02
KEK 158	RTL / NLM	Z	07.10.02	09.10.02	02.04.03	05.05.03
KEK159-1	RTL / NLM	D (Bestimmung Zuschaueranteil)		09.10.02	n. a.	20.11.02
KEK159-2	DCTP (1. Sendezeitschiene)	D (Benehmensher- stellung/Auswahl- verfahren)		21.01.03	21.02.03	11.03.03
KEK159-3	AZ Media (2. Sendezeitschiene)	D (Benehmensher- stellung/Auswahl- verfahren)		21.01.03	21.02.03	11.03.03
KEK159-4	DCTP (1. Sendezeitschiene)	D (Benehmensher- stellung/ Zulassung)		07.03.03	14.03.03	08.04.03
KEK159-5	AZ Media (2. Sendezeitschiene)	D (Benehmensher- stellung/ Zulassung)		07.03.03	14.03.03	08.04.03
KEK 160	Beate Uhse TV / MABB	B	04.10.02	17.10.02	24.01.03	11.02.03
KEK 161	Studio Universal / MABB	Z	11.11.02	11.11.02 <sup>1)</sup>	07.01.03	14.01.03
KEK 162	MGM Networks / BLM	Z	22.11.02	10.12.02	n. a.	14.01.03

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
<i>KEK 163</i>	<i>ProSiebenSat.1 / Bauer</i>					
KEK163-1	ProSieben / MABB	B	13.12.02	16.12.02	*	*
KEK163-2	SAT.1 / LPR	B	13.12.02	17.12.02	*	*
KEK163-3	Kabel 1 / BLM	B	13.12.02	19.12.02	*	*
KEK163-4	N 24 / BLM	B	13.12.02	19.12.02	*	*
KEK163-5	NEUN LIVE / BLM	B	13.12.02	19.12.02	*	*
KEK 164	Discovery Channel / BLM	B	26.11.02	16.12.02	18.02.03	11.03.03
KEK 165	RNC / LfK	Z	10.01.03	10.01.03	n. a.	11.03.03
KEK 166	Premiere / HAM, BLM	Z	19.12.02	20.01.03	04.03.03	11.03.03
KEK 167	n-tv / MABB	B	09.01.03	24.01.03 07.04.03	n. a.	08.04.03
KEK 168	ProSieben / MABB	Z	16.09.02	31.01.03 <sup>1)</sup>	n. a.	17.06.03
KEK 169	Junior.TV / BLM	B	16.01.03	03.02.03		Verfahren ruht
KEK 170	H5B5 / BLM	B	27.08.02 06.11.02 19.03.03	14.02.03	03.04.03	08.04.03
KEK 171	RtvD / MABB	Z	04.07.02 20.01.03	21.02.03	n. a.	08.04.03
KEK 172	n-tv / MABB	B	04.03.03	07.04.03	n. a.	08.04.03
<i>KEK 173</i>	<i>ProSiebenSAT.1 / Saban</i>					
KEK173-1	SAT.1 / LPR	B	10.03.03 27.03.03	31.03.03	12.05.03	13.05.03
KEK173-2	ProSieben / MABB	B	10.03.03 27.03.03	04.04.03	12.05.03	13.05.03
KEK173-3	Kabel 1 / BLM	B	10.03.03 27.03.03	07.04.03	12.05.03	13.05.03
KEK173-4	N 24 / BLM	B	10.03.03 27.03.03	07.04.03	12.05.03	13.05.03
KEK173-5	NEUN LIVE / BLM	B	07.04.03	11.04.03	12.05.03	13.05.03
KEK 174	NEUN LIVE / BLM	Z	22.11.02	28.02.03 <sup>1)</sup>	n. a.	13.05.03
KEK 175	XXP / MABB	Z	27.01.03	26.02.03 <sup>1)</sup>	11.06.03	17.06.03
KEK 176	n-tv / MABB	B	01.04.03	07.04.03	n. a.	08.04.03

Az.	Veranstalter / Landesmedienanstalt	Art des Verfahrens	Antrag/Anmeldung vom	Vorlage der LMA vom	Vorlage aller zusätzlich angeforderten Unterlagen	Entscheidung durch die KEK
KEK 177	DSF / BLM	Z	17.03.03	03.04.03 <sup>1)</sup>	*	*
KEK 178	CLASSICA / BLM	Z	02.04.03	07.04.03 <sup>1)</sup>	*	*
KEK 179	DSF / BLM	B	22.04.03	08.05.03	*	13.05.03
KEK 180	Hollywood Cinema / BLM	Z	07.05.03 26.05.03	06.06.03	*	*
KEK 181	RtvD / MABB	B	12.06.03	17.06.03	*	*

B Anzeige von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen

D Drittsendezeiten

Z Antrag auf Zulassung

n. a. nicht anwendbar

\* Antrag in Bearbeitung

<sup>1)</sup> von der KEK zugrunde gelegtes Vorlagedatum

Stand: 30.06.2003

### 3 Verzeichnis der benutzten Abkürzungen

a. a. O.	am angegebenen Ort
Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
AktG	Aktiengesetz
ALM	Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland
Art.	Artikel
A.S.	Anonim Sirket (Aktiengesellschaft türkischen Rechts)
Az.	Aktenzeichen
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
B.V.	Besloten Venootschap
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
bzw.	beziehungsweise
CEO	Chief Executive Officer
CI	Common Interface
c/o	care of
Co.	Company
Corp.	Corporation
CSA	Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
C.V.	Coöperatieve Vereniging
d. h.	das heißt
DLM	Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten
DSZR	Drittseitzzeitrichtlinie
DVD	Digital Versatile Disk
EBU	European Broadcasting Union
EG	Europäische Gemeinschaft
EMRK	Europäische Menschenrechtskommission
EPG	Electronic Program Guide
EU	Europäische Union
e.V.	eingetragener Verein
f./ff.	folgende
FCC	Federal Communications Commission
GG	Grundgesetz
gGmbH	gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HAM	Hamburgische Anstalt für neue Medien
i. G.	in Gründung
i. In.	in Insolvenz
i. L.	in Liquidation
Inc.	Incorporated
i. S.	in Sachen
i. S. d.	im Sinne der/des
ITC	Independent Television Commission
i. V. m.	in Verbindung mit



k. A.	keine Angaben
Kap.	Kapitel
KDLM	Konferenz der Direktoren der Landesmedienanstalten
KEK	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
KG	Kommanditgesellschaft
KGaA	Kommanditgesellschaft auf Aktien
Komm.	Kommentar
LfK	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
LfM	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
LL.C.	Limited Liability Company
LLLLP	Limited Liability Limited Partnership
LMS	Landesmedienanstalt Saarland
L.P.	Limited Partnership
LRG	Landesrundfunkgesetz
LPR	Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz
LPR Hessen	Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
LRZ	Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern
Ltd.	Limited
MABB	Medienanstalt Berlin-Brandenburg
MDStV	Mediendienstestaatsvertrag
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
n. F.	neue Fassung
NLM	Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
N.V.	Naamloze Vennootschap
OHG	offene Handelsgesellschaft
o. g.	oben genannt
plc.	Public Limited Company
Pty.	Private Company
RÄndStV	Rundfunkänderungsstaatsvertrag
Rn.	Randnummer
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
s.	siehe
S.	Seite
S.A.	Société Anonyme
S.A.R.L.	Société à responsabilité limitée
S.C.A.	Société en commandite par actions
SEC	Securities and Exchange Commission
SLM	Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
s. o.	siehe oben
S.p.A.	Società in accomandita per azioni
spol. s.r.o.	Společnost s ručením omezeným (tschechisch: Gesellschaft mit beschränkter Haftung)
Sp.z.o.o.	Spółka z ograniczona odpowiedzialnoscia (polnisch: Gesellschaft mit beschränkter Haftung)
S.r.l.	Società a responsabilità limitata
s. u.	siehe unten
TVHH	Fernsehhaushalte
Tz.	Teilziffer

u. a.	unten angegeben/unter anderem
u. ä.	und ähnliches
u. a. m.	und andere mehr
u. v. m.	und viele mehr
v.	vom
vgl.	vergleiche
v. H.	vom Hundert
VOF	Vennootschap Onder Firma
WpHG	Wertpapierhandelsgesetz
WWW	World Wide Web
z. B.	zum Beispiel
Ziff.	Ziffer
z. T.	zum Teil
z. Zt.	zur Zeit