

Anhang

Anhang 1

**Gemeinsame Richtlinie
der Landesmedienanstalten über die
Sendezeit für unabhängige Dritte nach § 31 RStV
(Drittsendezeitrichtlinie – DSZR)
Stand 16. Dezember 1997**

Auf der Grundlage von § 33 in Verbindung mit § 31 des Rundfunkstaatsvertrags – RStV – (Art. 1 des Staatsvertrags über den Rundfunk im vereinten Deutschland) in der Fassung des 3. Rundfunkänderungsstaatsvertrags vom 26. August/11. September 1996 haben die Landesmedienanstalten

- Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK),
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM),
- Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB),
- Bremische Landesmedienanstalt,
- Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM),
- Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen),
- Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ),
- Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM),
- Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR),
- Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz,
- Landesanstalt für das Rundfunkwesen Saarland (LAR),
- Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM),
- Landesrundfunkausschuss für Sachsen-Anhalt (LRA),
- Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen (ULR) Schleswig-Holstein,
- Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

die folgende Gemeinsame Richtlinie zur näheren Ausgestaltung der Sendezeit für unabhängige Dritte beschlossen:

1. Präambel

Die Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte ist eine der möglichen vielfaltsichernden Maßnahmen nach dem Rundfunkstaatsvertrag.

Hat ein Unternehmen mit den ihm zurechenbaren Programmen vorherrschende Meinungsmacht erlangt, kann die zuständige Landesmedienanstalt durch die Kommission

zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) nach § 26 Abs. 4 Nr. 3 RStV die Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte als Maßnahme zur Vermeidung des Widerrufs von Zulassungen vorschlagen.

Erreicht ein Veranstalter mit einem Vollprogramm oder einem Spartenprogramm mit Schwerpunkt Information im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 10 vom Hundert hat er nach Feststellung und Mitteilung durch die zuständige Landesmedienanstalt nach § 26 Abs. 5 RStV Sendezeit für unabhängige Dritte einzuräumen.

Bei der Sendezeit für unabhängige Dritte handelt es sich um Satellitenfensterprogramme nach § 2 Abs. 2 Nr. 3 RStV.

Während der Veranstalter des Hauptprogramms die Zulassung bei jeder Landesmedienanstalt beantragen kann, obliegt die Zulassung des Fensterprogramms der jeweils für das Hauptprogramm zuständigen Landesmedienanstalt. Da die Sendezeit für unabhängige Dritte als vielfaltssichernde Maßnahme bundesweite Wirkung entfaltet, gewährleistet diese Richtlinie einheitliche Maßstäbe bei der Durchführung der Organisationsverfahren und der Bewertung der Bewerber für ein Fensterprogramm.

2. Anforderungen an ein Fensterprogramm

§ 31 Abs. 1 RStV

Ein Fensterprogramm, das aufgrund der Verpflichtung zur Einräumung von Sendezeit nach den vorstehenden Bestimmungen ausgestrahlt wird, muss unter Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters einen zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt in dessen Programm, insbesondere in den Bereichen Kultur, Bildung und Information, leisten. Die Gestaltung des Fensterprogramms hat in redaktioneller Unabhängigkeit vom Hauptprogramm zu erfolgen.

- 2.1 Ein Fensterprogramm ist unter Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters zu gestalten. Zur Absicherung einer voneinander unabhängigen Gestaltung der Inhalte verfügen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter über eigenständige Zulassungen. Gleichwohl soll sich das Fensterprogramm in die Programmstruktur und das Erscheinungsbild des Hauptprogramms einfügen; das Interesse des Hauptveranstalters an Zuschauerakzeptanz für das Gesamtprogramm ist mit zu berücksichtigen. Interessensunterschiede zwischen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter sind unter Berücksichtigung der beiderseits bestehenden redaktionellen Unabhängigkeit im Interesse einer größtmöglichen Vielfalt im Gesamtprogramm durch die zuständige Landesmedienanstalt zum Ausgleich zu bringen.
- 2.2 In Vollprogrammen nach § 2 Abs. 2 Nr. 1 RStV ist der Bereich Unterhaltung in der Regel so stark abgedeckt, dass der zusätzliche Beitrag zur Vielfalt nur in den Bereichen Kultur, Bildung und Information erbracht werden kann.
Das Fensterprogramm hat in seiner thematischen Breite die bundesweite Verbreitung zu berücksichtigen.
- 2.3 Für die redaktionelle Unabhängigkeit des Fensterprogramms vom Hauptprogramm ist erforderlich, dass die Programmverantwortlichen des Fensterprogramms ihre

redaktionellen Entscheidungen ohne Mitwirkungs- oder Zustimmungsbefugnisse des Hauptveranstalters treffen; die Vereinbarung zwischen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter darf daher keine programmliche Mitsprache des Hauptveranstalters vorsehen. Absprachen zur organisatorischen Einpassung des Fensterprogramms in das Hauptprogramm sind zulässig; vgl. auch Ziff. 6. 1.

3. Sendezeit des Fensterprogramms

§ 31 Abs. 2 RStV

Die Dauer des Fensterprogramms muss wöchentlich mindestens 260 Minuten, davon mindestens 75 Minuten in der Sendezeit von 19:00 Uhr bis 23:30 Uhr betragen. Auf die wöchentliche Sendezeit werden Regionalfensterprogramme bis höchstens 150 Minuten pro Woche mit höchstens 80 Minuten pro Woche auf die Drittsendezeit außerhalb der in Satz 1 genannten Sendezeit angerechnet; bei einer geringeren wöchentlichen Sendezeit für das Regionalfenster vermindert sich die anrechenbare Sendezeit von 80 Minuten entsprechend. Die Anrechnung ist nur zulässig, wenn die Regionalfensterprogramme in redaktioneller Unabhängigkeit veranstaltet werden und insgesamt bundesweit mindestens 50 vom Hundert der Fernsehhaushalte erreichen.

- 3.1 Die generelle Mindestdauer des Fensterprogramms kann in der Zulassung nur im Einvernehmen mit dem Hauptveranstalter ausgeweitet werden. Im Einzelfall kann die Dauer des Fensterprogramms im Einvernehmen mit dem Hauptveranstalter und mit vorheriger Zustimmung der zuständigen Landesmedienanstalt ausgeweitet werden.
- 3.2 Die Dauer des Fensterprogramms schließt die zulässige Werbezeit ein. Die Höchstgrenze der Werbedauer (§ 45 Abs. 1 RStV) ist für das Hauptprogramm und das Fensterprogramm getrennt zu berechnen. Im Ein-Stunden-Zeitraum darf die Dauer der Spotwerbung für Haupt- und Fensterprogramm zusammen 20 vom Hundert nicht überschreiten (§ 45 Abs. 2 RStV).
- 3.3 Für die Fensterprogramme sind im Programmschema feste wiederkehrende Sendeplätze auszuweisen. Zur eigenständigen Erkennbarkeit der Fensterprogramme soll die Dauer der einzelnen Sendung 30 Minuten nicht unterschreiten.
- 3.4 Sendezeit des Fensterprogramms in Ausnahmefällen
 - 3.4.1 Hat das Fensterprogramm einen Sendeplatz an einem Wochentag, kann das Fensterprogramm entfallen, wenn der Sendetag auf einen bundesweiten Feiertag fällt und deshalb der Hauptveranstalter den regelmäßigen Programmablauf ändert.
 - 3.4.2 Im Übrigen kann im Einzelfall der Sendeplatz Fensterprogramm wegen aktueller Änderungen Programm des Hauptveranstalters, insbesondere bei Live-Übertragung einer Sportveranstaltung, zeitlich verlegt werden. Ein Fensterprogramm in der Sendezeit von 19:00 Uhr bis 23:30 Uhr darf nur in diesem zeitlichen Rahmen verlegt werden. Die wöchentliche Mindestsendezeit nach § 31 Abs. 2 RStV ist einzuhalten.

3.4.3 Soll das Fensterprogramm nach Ziffer 3.4.1 entfallen oder nach Ziffer 3.4.2 verlegt werden, ist die vorherige Zustimmung der zuständigen Landesmedienanstalt einzuholen.

3.5 Anrechenbarkeit von Regionalfenstern

3.5.1 Regionalfensterprogramme (§ 2 Abs. 2 Nr. 4 RStV) sollen nach § 25 Abs. 4 RStV in bundesweit verbreiteten Fernsehvollprogrammen bei terrestrischer Verbreitung nach Maßgabe des jeweiligen Landesrechts aufgenommen werden. Über die Organisation der Regionalfensterprogramme in zeitlicher Hinsicht haben sich die Landesmedienanstalten mit Beschluss vom 25. Mai 1993 abgestimmt. Darin wurde auch das Entfallen des Regionalfensterprogramms in besonderen Fällen geregelt. Nach dem Abstimmungsbeschluss entspricht die Sendezeit von 150 Minuten pro Woche der regulären Sendezeit von Regionalfensterprogrammen bei SAT.1 und RTL. Von dieser Sendezeit sind höchstens 80 Minuten pro Woche auf die Drittsendezeit außerhalb der Sendezeit von 19:00 Uhr bis 23:30 Uhr anrechenbar. Bei geringerer wöchentlicher Sendezeit des Regionalfensterprogramms ist diese mit 8/15 (§ 31 Abs. 2 Satz 2 2. Halbsatz RStV) anrechenbar.

3.5.2 Regionalfensterprogramme können auf die Drittsendezeit nur angerechnet werden, wenn sie in redaktioneller Unabhängigkeit veranstaltet werden. Dies schließt nicht aus, dass der Hauptveranstalter selbst Veranstalter des Regionalfensterprogramms ist oder an diesem beteiligt ist. Für die redaktionelle Unabhängigkeit ist Voraussetzung, dass die Programmverantwortlichen des Regionalfensterprogramms im Rahmen eines vorgegebenen Budgets ihre redaktionellen Entscheidungen ohne Mitwirkungs- oder Zustimmungsbefugnisse des Hauptveranstalters treffen, eigenverantwortlich das redaktionelle Personal einstellen und selbst nur aus wichtigem Grund gekündigt werden können. Für redaktionelle Unabhängigkeit spricht zusätzlich, wenn ein vom Hauptveranstalter unabhängiger Programmbeirat entsprechend § 32 RStV für das Regionalfensterprogramm besteht oder wenn die redaktionelle Unabhängigkeit durch ein Redaktionsstatut abgesichert ist. Die rundfunkrechtliche Verantwortung des Veranstalters des Regionalfensterprogramms für dieses Programm entsprechend der jeweiligen Zulassung bleibt unberührt.

3.5.3 Für die Feststellung der bundesweiten Reichweite sind alle Haushalte zugrunde zu legen, die öffentlich-rechtliche oder private Fernsehprogramme über terrestrische Sender, Breitbandkabelnetze oder Satellitendirektempfang erhalten (Grundreichweite). Bei der Berechnung der Mindestreichweite von 50 vom Hundert dieser Grundreichweite werden nur die Rundfunkhaushalte berücksichtigt, die innerhalb des Verbreitungsgebiets liegen, für das das Regionalfensterprogramm, das die Voraussetzungen der Ziff. 3.5.2 erfüllt, zugelassen ist. Wird das Regionalfensterprogramm terrestrisch verbreitet, sind zunächst alle Rundfunkhaushalte zusammenzuzählen, die mit diesem Programm entsprechend der „Richtlinie für die Beurteilung der Fernsehversorgung“ (FTZ-Richtlinie 176TR10) versorgt werden können. Hinzuzurechnen sind die Kabelhaushalte außerhalb der nach Satz 3 ermittelten terrestrischen Reichweite, wenn das Regionalprogramm in Kabelanlagen verbreitet wird. Wird das Regionalfensterprogramm über Satellit verbreitet, werden für die Be-

rechnung der Mindestreichweite die Rundfunkhaushalte nach Satz 2 zugrunde gelegt.

4. Anforderungen an den Fensterveranstalter

§ 31 Abs. 3 RStV

Der Fensterprogrammanbieter nach Absatz 1 darf nicht in einem rechtlichen Abhängigkeitsverhältnis zum Hauptprogrammveranstalter stehen. Rechtliche Abhängigkeit im Sinne von Satz 1 liegt vor, wenn das Hauptprogramm und das Fensterprogramm nach § 28 dem selben Unternehmen zugerechnet werden können.

- 4.1 Für die Feststellung, ob ein Fensterveranstalter in einem rechtlichen Abhängigkeitsverhältnis zum Hauptveranstalter steht, gelten die Zurechnungstatbestände des § 28 RStV. Bedient sich der Fensterveranstalter eines Zulieferers, sind die besonderen Voraussetzungen des § 28 Abs. 2 RStV zu beachten.
- 4.2 Zur Klärung der konzentrationsrechtlichen Fragen hat die zuständige Landesmedienanstalt gemäß § 36 Abs. 2 Satz 2 RStV über den nach § 31 Abs. 4 Satz 3 oder Satz 4 RStV in Aussicht genommenen Bewerber das Benehmen mit der KEK herzustellen.

5. Auswahl des Fensterveranstalters

§ 31 Abs. 4 RStV

Ist ein Hauptprogrammveranstalter zur Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte verpflichtet, so schreibt die zuständige Landesmedienanstalt nach Erörterung mit dem Hauptprogrammveranstalter das Fensterprogramm zur Erteilung einer Zulassung aus. Die zuständige Landesmedienanstalt überprüft die eingehenden Anträge auf ihre Vereinbarkeit mit den Bestimmungen dieses Staatsvertrages sowie der sonstigen landesrechtlichen Bestimmungen und teilt dem Hauptprogrammveranstalter die zulassungsfähigen Anträge mit. Sie erörtert mit dem Hauptprogrammveranstalter die Anträge mit dem Ziel, eine einvernehmliche Auswahl zu treffen. Kommt eine Einigung nicht zustande und liegen der zuständigen Landesmedienanstalt mehr als drei zulassungsfähige Anträge vor, wählt sie aus einem Dreivorschlag des Hauptprogrammveranstalters denjenigen Bewerber aus, dessen Programm den größtmöglichen Beitrag zur Vielfalt im Programm des Hauptprogrammveranstalters erwarten lässt und erteilt ihm die Zulassung. Bei drei oder weniger Anträgen trifft die zuständige Landesmedienanstalt die Entscheidung unmittelbar.

- 5.1 Ein Hauptveranstalter ist zur Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte verpflichtet, wenn das Verfahren nach § 26 Abs. 4 RStV eingeleitet und eine entsprechende einvernehmliche Regelung mit der KEK herbeigeführt worden ist. Die Verpflichtung des Hauptveranstalters besteht außerdem, wenn die zuständige Landesmedienanstalt nach § 26 Abs. 5 RStV festgestellt hat, dass der Hauptveranstalter im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 10 vom Hundert

erreicht und ihm dies mitgeteilt hat. Mit dem Zugang der Mitteilung beginnt die Frist von sechs Monaten für die Organisation des Fensterprogramms.

Vor der Ausschreibung führt die zuständige Landesmedienanstalt eine Erörterung mit dem Hauptveranstalter durch, bei der insbesondere festzulegen ist, ob das Fensterprogramm insgesamt oder getrennt für mehrere einzelne Sendepunkte ausgeschrieben werden soll und zu welchen Sendezeiten es voraussichtlich stattfinden soll.

- 5.2 Die Ausschreibung erfolgt nach den landesrechtlichen Vorschriften. Von der Ausschreibung unterrichtet die zuständige Landesmedienanstalt die anderen Landesmedienanstalten.
- 5.3 Die zuständige Landesmedienanstalt unterrichtet die KEK und die anderen Landesmedienanstalten über die eingegangenen Anträge. § 38 RStV bleibt unberührt.
- 5.4 Kommt nach der Erörterung mit dem Hauptveranstalter eine Einigung über eine einvernehmliche Auswahl des Fensterveranstalters nicht zustande, stellt dies die zuständige Landesmedienanstalt fest und fordert bei mehr als drei zulassungsfähigen Anträgen gleichzeitig den Hauptveranstalter auf, einen Dreivorschlag vorzulegen.
- 5.5 Bei der Bewertung des größtmöglichen Beitrags zur Vielfalt im Programm des Hauptveranstalters sind insbesondere zu berücksichtigen
 - die inhaltliche Ausrichtung des Fensterprogramms und dessen ergänzender Beitrag zum Hauptprogramm (§ 31 Abs. 1 RStV) und
 - die Leistungsfähigkeit des Bewerbers.
 Ferner ist zu berücksichtigen die mehrfache Zulassung eines Fensterveranstalters. Die für die Hauptprogramme zuständigen Landesmedienanstalten stimmen sich hierzu ab.
- 5.6 Die Auswahlentscheidung hat gemäß § 36 Abs. 2 Satz 1 RStV das für die Zulassung nach Landesrecht zuständige Organ der zuständigen Landesmedienanstalt zu treffen. Von der Auswahlentscheidung ist die endgültige Zulassungsentscheidung nach § 31 Abs. 6 RStV zu trennen, die erst nach Abschluss und Vorlage der Vereinbarung zwischen Hauptveranstalter und Fensterveranstalter nach § 31 Abs. 5 RStV bei der zuständigen Landesmedienanstalt erfolgt.

6. Verhältnis zum Hauptveranstalter

§ 31 Abs. 5 RStV

Ist ein Bewerber für das Fensterprogramm nach Absatz 4 ausgewählt, schließen der Hauptprogrammveranstalter und der Bewerber eine Vereinbarung über die Ausstrahlung des Fensterprogramms im Rahmen des Hauptprogramms. In diese Vereinbarung ist insbesondere die Verpflichtung des Hauptprogrammveranstalters aufzunehmen, dem Fensterprogrammveranstalter eine ausreichende Finanzierung seines Programms zu ermöglichen. Die Vereinbarung muss ferner vorsehen, dass eine Kündigung während der Dauer der Zulassung nach Absatz 6 nur wegen

schwerwiegender Vertragsverletzungen oder aus einem wichtigen Grund mit einer Frist von sechs Monaten zulässig ist.

- 6.1 Die Vereinbarung über die Ausstrahlung des Fensterprogramms im Rahmen des Hauptprogramms hat insbesondere die Verpflichtung des Hauptveranstalters aufzunehmen, dem Fensterveranstalter eine ausreichende Finanzierung seines Programms zu ermöglichen. Darüber hinaus soll sie vor allem Regelungen über die reguläre Sendezeit und die Sendezeit in Ausnahmefällen, über die organisatorische Einpassung des Fensterprogramms in das Hauptprogramm (Schnittstellen, Programmlogo u. ä.) und über die technische Abwicklung enthalten.
- 6.2 Eine ausreichende Finanzierung des Fensterprogramms wird in der Regel anzunehmen sein, wenn sie sich an den durchschnittlichen Programmkosten des Hauptveranstalters für vergleichbare Sendeplätze orientiert. Die Finanzierung des Fensterprogramms kann vor allem ermöglicht werden durch
- die Eigenvermarktung des Fensterveranstalters oder
 - die Fremdvermarktung des Fensterprogramms durch den Hauptveranstalter bzw. dessen Vermarkter oder
 - durch unmittelbare Programmkostenzuschüsse des Hauptveranstalters gegen Übertragung des Vermarktungsrechts.
- Eine Kombination verschiedener Finanzierungsarten ist möglich.
Für Kosten, die dem Fensterveranstalter dadurch entstehen, dass die Sendezeit des Fensterprogramms in Ausnahmefällen verlegt wird (Ziffer 3.4.2), hat der Hauptveranstalter Ersatz zu leisten.
- 6.3 Nimmt der Fensterveranstalter das Angebot des Hauptveranstalters zum Abschluss einer Vereinbarung zu angemessenen Bedingungen innerhalb einer von der zuständigen Landesmedienanstalt gesetzten angemessenen Frist nicht an, tritt die Landesmedienanstalt erneut in das Auswahlverfahren nach § 31 Abs. 4 RStV ein. Liegt kein weiterer zulassungsfähiger Antrag mehr vor, erfolgt eine neue Ausschreibung des Fensterprogramms. Legt der Hauptveranstalter kein Angebot zum Abschluss einer Vereinbarung zu angemessenen Bedingungen vor, stellt die zuständige Landesmedienanstalt fest, dass damit die Umsetzung der Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte als vielfaltssichernde Maßnahme nach § 31 Nr. 1 RStV gescheitert ist, und teilt dieses der KEK mit. Das weitere Verfahren bestimmt sich nach § 26 Abs. 4 oder Abs. 5 RStV.

7. Zulassung des Fensterveranstalters

§ 31 Abs. 6 RStV

Auf der Grundlage einer Vereinbarung zu angemessenen Bedingungen nach Absatz 5 ist dem Fensterprogrammveranstalter durch die zuständige Landesmedienanstalt die Zulassung zur Veranstaltung des Fensterprogramms zu erteilen. In die Zulassung des Haupt- und des Fensterprogrammveranstalters sind die wesentlichen Verpflichtungen aus der Vereinbarung nach Absatz 5 als Bestandteil der Zulassungen aufzunehmen. Eine Entschädigung für Vermögensnachteile durch den

teilweisen Widerruf der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters wird nicht gewährt. Die Zulassung für den Fensterprogrammveranstalter soll auf die Dauer von drei Jahren erteilt werden, längstens jedoch bis zum Ablauf der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters.

- 7.1 Die Erteilung der Zulassung an den Fensterveranstalter erfolgt gemäß § 36 Abs. 2 Satz 1 RStV nach Herstellung des Benehmens mit der KEK durch das für die Zulassung zuständige Organ der zuständigen Landesmedienanstalt.
- 7.2 Im Zulassungsverfahren prüft die zuständige Landesmedienanstalt, ob die Vereinbarung zwischen dem Hauptveranstalter und dem Fensterveranstalter nach § 31 Abs. 5 RStV angemessene Bedingungen enthält und die Leistung des zusätzlichen Beitrags zur Vielfalt im Programm des Hauptveranstalters nach § 31 Abs. 1 Satz 1 RStV gewährleistet ist.
- 7.3 In der Zulassung für den Fensterveranstalter sind insbesondere die vielfalts-sichernden Programmteile und eine Sendeverpflichtung für das Fensterprogramm festzuschreiben.
- 7.4 In die Zulassung des Hauptveranstalters sind die wesentlichen Verpflichtungen aus der Vereinbarung nach § 31 Abs. 5 RStV aufzunehmen, insbesondere die Regelungen über die regelmäßige Sendezeit für das Fensterprogramm und die Sendezeit in Ausnahmefällen sowie die Finanzierungsregelungen für das Fensterprogramm.
- 7.5 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 werden, damit sie mit dem Ablauf der Zulassung des Hauptveranstalters zusammenfällt. Der Zeitpunkt des Ablaufs der Zulassung des Hauptveranstalters ist bereits in der Ausschreibung des Fensterprogramms mitzuteilen.
- 7.6 Rechtzeitig vor Ablauf der Zulassungsdauer für den Fensterveranstalter ist ein neues Verfahren nach § 31 Abs. 4 RStV einzuleiten.

Anhang 2

Richtlinie nach § 29 Satz 5 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) zur Ausnahme von der Anmeldepflicht bei Veränderung von Beteiligungsverhältnissen

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), gestützt auf die Ermächtigung des § 29 Satz 5 RStV und in der Erwägung, dass

- nach § 29 RStV jede geplante Veränderung von Beteiligungsverhältnissen an privaten Veranstaltern von Rundfunk bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich anzumelden ist,
 - dadurch die Börsen-Verkehrsfähigkeit von Aktien privater Veranstalter und an ihnen beteiligter Unternehmen bei nur geringfügigen Beteiligungsveränderungen behindert wird und eine Beeinträchtigung der Meinungsvielfalt nicht zu gewärtigen ist,
- hat die folgende Richtlinie erlassen:

1. Eine Veränderung von Beteiligungsverhältnissen ist geringfügig und von der Anmeldepflicht nach § 29 RStV befreit, wenn diese
 - 1.1 einen privaten Veranstalter von Rundfunk oder ein Unternehmen betrifft, das an einem privaten Veranstalter von Rundfunk unmittelbar oder mittelbar in einer Weise beteiligt ist, dass ihm dessen Programme nach § 28 RStV zuzurechnen sind,
 - 1.2 durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise von weniger als 5 Prozent des Kapitals oder der Stimmrechte einer im In- oder Ausland börsennotierten Aktiengesellschaft bewirkt wird und
 - 1.3 unter keinen der in Ziffer 2 besonders geregelten Tatbestände fällt.
2. Anmeldepflichtig bleiben alle Veränderungen, durch die
 - 2.1 Beteiligungen von 25 Prozent, 50 Prozent oder 75 Prozent erreicht, überschritten oder unterschritten werden oder
 - 2.2 bei zwei- oder mehrfacher Aufeinanderfolge während eines ununterbrochenen Zeitraums von zwölf Monaten eine Erhöhung der Beteiligung um mindestens 5 Prozent bewirkt wird.
3. Der Vollzug der von der Anmeldepflicht befreiten geringfügigen Veränderung von Beteiligungsverhältnissen ist ohne Bestätigung der Unbedenklichkeit durch die zuständige Landesmedienanstalt zulässig.
4. Diese Richtlinie gilt für alle ab dem 1. Juli 1997 vorgenommenen Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen.

Anhang 3

§§ 26 bis 34 RStV

§ 26

Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen

- (1) Ein Unternehmen (natürliche oder juristische Person oder Personenvereinigung) darf in der Bundesrepublik Deutschland selbst oder durch ihm zurechenbare Unternehmen bundesweit im Fernsehen eine unbegrenzte Anzahl von Programmen veranstalten, es sei denn, es erlangt dadurch vorherrschende Meinungsmacht nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen.
- (2) Erreichen die einem Unternehmen zurechenbaren Programme im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 30 vom Hundert, so wird vermutet, dass vorherrschende Meinungsmacht gegeben ist. Gleiches gilt bei einer geringfügigen Unterschreitung des Zuschaueranteils, sofern das Unternehmen auf einem medienrelevanten verwandten Markt eine marktbeherrschende Stellung hat oder eine Gesamtbeurteilung seiner Aktivitäten im Fernsehen und auf medienrelevanten verwandten Märkten ergibt, dass der dadurch erzielte Meinungseinfluss dem eines Unternehmens mit einem Zuschaueranteil von 30 vom Hundert im Fernsehen entspricht.
- (3) Hat ein Unternehmen mit den ihm zurechenbaren Programmen vorherrschende Meinungsmacht erlangt, so darf für weitere diesem Unternehmen zurechenbare Programme keine Zulassung erteilt oder der Erwerb weiterer zurechenbarer Beteiligungen an Veranstaltern nicht als unbedenklich bestätigt werden.
- (4) Hat ein Unternehmen mit den ihm zurechenbaren Programmen vorherrschende Meinungsmacht erlangt, schlägt die zuständige Landesmedienanstalt durch die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK, § 35 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1) dem Unternehmen folgende Maßnahmen vor:
 1. Das Unternehmen kann ihm zurechenbare Beteiligungen an Veranstaltern aufgeben, bis der zurechenbare Zuschaueranteil des Unternehmens hierdurch unter die Grenze nach Absatz 2 Satz 1 fällt, oder
 2. es kann im Falle des Absatzes 2 Satz 2 seine Marktstellung auf medienrelevanten verwandten Märkten vermindern oder ihm zurechenbare Beteiligungen an Veranstaltern aufgeben, bis keine vorherrschende Meinungsmacht nach Absatz 2 Satz 2 mehr gegeben ist, oder
 3. es kann bei ihm zurechenbaren Veranstaltern vielfaltsichernde Maßnahmen im Sinne der §§ 30 bis 32 ergreifen.Die KEK erörtert mit dem Unternehmen die in Betracht kommenden Maßnahmen mit dem Ziel, eine einvernehmliche Regelung herbeizuführen. Kommt keine Einigung zustande oder werden die einvernehmlich zwischen dem Unternehmen und der KEK vereinbarten Maßnahmen nicht in angemessener Frist durchgeführt, so sind von der zuständigen Landesmedienanstalt nach Feststellung durch die KEK die Zulassungen von so vielen dem Unternehmen zurechenbaren Programmen zu widerrufen, bis

keine vorherrschende Meinungsmacht durch das Unternehmen mehr gegeben ist. Die Auswahl trifft die KEK unter Berücksichtigung der Besonderheiten des Einzelfalls. Eine Entschädigung für Vermögensnachteile durch den Widerruf der Zulassung wird nicht gewährt.

- (5) Erreicht ein Veranstalter mit einem Vollprogramm oder einem Spartenprogramm mit Schwerpunkt Information im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 10 vom Hundert, hat er binnen sechs Monaten nach Feststellung und Mitteilung durch die zuständige Landesmedienanstalt Sendezeit für unabhängige Dritte nach Maßgabe von § 31 einzuräumen. Trifft der Veranstalter die danach erforderlichen Maßnahmen nicht, ist von der zuständigen Landesmedienanstalt nach Feststellung durch die KEK die Zulassung zu widerrufen. Absatz 4 Satz 5 gilt entsprechend.
- (6) Die Landesmedienanstalten veröffentlichen gemeinsam 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 unter Berücksichtigung von
1. Verflechtungen zwischen Fernsehen und medienrelevanten verwandten Märkten,
 2. horizontalen Verflechtungen zwischen Rundfunkveranstaltern in verschiedenen Verbreitungsgebieten und
 3. internationalen Verflechtungen im Medienbereich.
- Der Bericht soll auch zur Anwendung der §§ 26 bis 32 und zu erforderlichen Änderungen dieser Bestimmungen Stellung nehmen.
- (7) Die Landesmedienanstalten veröffentlichen jährlich eine von der KEK zu erstellende Programmliste. In die Programmliste sind alle Programme, ihre Veranstalter und deren Beteiligte aufzunehmen.

§ 27

Bestimmung der Zuschaueranteile

- (1) Die Landesmedienanstalten ermitteln durch die KEK den Zuschaueranteil der jeweiligen Programme unter Einbeziehung aller deutschsprachigen Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und des bundesweit empfangbaren privaten Rundfunks. Für Entscheidungen maßgeblich ist der bei Einleitung des Verfahrens im Durchschnitt der letzten zwölf Monate erreichte Zuschaueranteil der einzubeziehenden Programme.
- (2) Die Landesmedienanstalten beauftragen nach Maßgabe einer Entscheidung der KEK ein Unternehmen zur Ermittlung der Zuschaueranteile; die Vergabe des Auftrags erfolgt nach den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit aufgrund einer Ausschreibung. Die Ermittlung muss aufgrund repräsentativer Erhebungen bei Zuschauern ab Vollendung des dritten Lebensjahres nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Methoden durchgeführt werden. Die Landesmedienanstalten sollen mit dem Unternehmen vereinbaren, dass die anlässlich der Ermittlung der Zuschaueranteile nach Absatz 1 Satz 1 erhobenen Daten vertraglich auch von Dritten genutzt werden können. In diesem Fall sind die auf die Landesmedienanstalten entfallenden Kosten entsprechend zu mindern.

- (3) Die Veranstalter sind bei der Ermittlung der Zuschaueranteile zur Mitwirkung verpflichtet. Kommt ein Veranstalter seiner Mitwirkungspflicht nicht nach, kann die Zulassung widerrufen werden.

§ 28

Zurechnung von Programmen

- (1) Einem Unternehmen sind sämtliche Programme zuzurechnen, die es selbst veranstaltet oder die von einem anderen Unternehmen veranstaltet werden, an dem es unmittelbar mit 25 vom Hundert oder mehr an dem Kapital oder an den Stimmrechten beteiligt ist. Ihm sind ferner alle Programme von Unternehmen zuzurechnen, an denen es mittelbar beteiligt ist, sofern diese Unternehmen zu ihm im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens im Sinne von § 15 Aktiengesetz stehen und diese Unternehmen am Kapital oder an den Stimmrechten eines Veranstalters mit 25 vom Hundert oder mehr beteiligt sind. Die im Sinne der Sätze 1 und 2 verbundenen Unternehmen sind als einheitliche Unternehmen anzusehen, und deren Anteile am Kapital oder an den Stimmrechten sind zusammenzufassen. Wirken mehrere Unternehmen aufgrund einer Vereinbarung oder in sonstiger Weise derart zusammen, dass sie gemeinsam einen beherrschenden Einfluss auf ein beteiligtes Unternehmen ausüben können, so gilt jedes von ihnen als herrschendes Unternehmen.
- (2) Einer Beteiligung nach Absatz 1 steht gleich, wenn ein Unternehmen allein oder gemeinsam mit anderen auf einen Veranstalter einen vergleichbaren Einfluss ausüben kann. Als vergleichbarer Einfluss gilt auch, wenn ein Unternehmen oder ein ihm bereits aus anderen Gründen nach Absatz 1 oder Absatz 2 zurechenbares Unternehmen
1. regelmäßig einen wesentlichen Teil der Sendezeit eines Veranstalters mit von ihm zugelieferten Programmteilen gestaltet oder
 2. aufgrund vertraglicher Vereinbarungen, satzungsrechtlicher Bestimmungen oder in sonstiger Weise eine Stellung innehat, die wesentliche Entscheidungen eines Veranstalters über die Programmgestaltung, den Programmeinkauf oder die Programmproduktion von seiner Zustimmung abhängig macht.
- (3) Bei der Zurechnung nach den Absätzen 1 und 2 sind auch Unternehmen einzubeziehen, die ihren Sitz außerhalb des Geltungsbereiches dieses Staatsvertrages haben.
- (4) Bei der Prüfung und Bewertung vergleichbarer Einflüsse auf einen Veranstalter sind auch bestehende Angehörigenverhältnisse einzubeziehen. Hierbei finden die Grundsätze des Wirtschafts- und Steuerrechts Anwendung.

§ 29

Veränderung von Beteiligungsverhältnissen

Jede geplante Veränderung von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen ist bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich anzumelden. Anmeldepflichtig sind der Veranstalter und die an dem Veranstalter unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 28 Beteiligten. Die Veränderungen dürfen nur dann von der zuständigen Landesmedienanstalt als unbedenklich bestätigt werden, wenn unter den veränderten Voraussetzungen eine Zulassung erteilt werden könnte. Wird eine geplante

Veränderung vollzogen, die nicht nach Satz 3 als unbedenklich bestätigt werden kann, ist die Zulassung zu widerrufen; das Nähere des Widerrufs richtet sich nach Landesrecht. Für geringfügige Beteiligungen an Aktiengesellschaften kann die KEK durch Richtlinien Ausnahmen für die Anmeldepflicht vorsehen.

§ 30

Vielfaltsichernde Maßnahmen

Stellen die vorgenannten Vorschriften auf vielfaltsichernde Maßnahmen bei einem Veranstalter oder Unternehmen ab, so gelten als solche Maßnahmen:

1. Die Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte (§ 31),
2. die Einrichtung eines Programmbeirats (§ 32).

§ 31

Sendezeit für unabhängige Dritte

- (1) Ein Fensterprogramm, das aufgrund der Verpflichtung zur Einräumung von Sendezeit nach den vorstehenden Bestimmungen ausgestrahlt wird, muss unter Wahrung der Programmautonomie des Hauptveranstalters einen zusätzlichen Beitrag zur Vielfalt in dessen Programm, insbesondere in den Bereichen Kultur, Bildung und Information, leisten. Die Gestaltung des Fensterprogramms hat in redaktioneller Unabhängigkeit vom Hauptprogramm zu erfolgen.
- (2) Die Dauer des Fensterprogramms muss wöchentlich mindestens 260 Minuten, davon mindestens 75 Minuten in der Sendezeit von 19:00 Uhr bis 23:30 Uhr betragen. Auf die wöchentliche Sendezeit werden Regionalfensterprogramme bis höchstens 150 Minuten pro Woche mit höchstens 80 Minuten pro Woche auf die Drittsendezeit außerhalb der in Satz 1 genannten Sendezeit angerechnet; bei einer geringeren wöchentlichen Sendezeit für das Regionalfenster vermindert sich die anrechenbare Sendezeit von 80 Minuten entsprechend. Die Anrechnung ist nur zulässig, wenn die Regionalfensterprogramme in redaktioneller Unabhängigkeit veranstaltet werden und insgesamt bundesweit mindestens 50 vom Hundert der Fernsehhaushalte erreichen.
- (3) Der Fensterprogrammanbieter nach Absatz 1 darf nicht in einem rechtlichen Abhängigkeitsverhältnis zum Hauptprogrammveranstalter stehen. Rechtliche Abhängigkeit im Sinne von Satz 1 liegt vor, wenn das Hauptprogramm und das Fensterprogramm nach § 28 demselben Unternehmen zugerechnet werden können.
- (4) Ist ein Hauptprogrammveranstalter zur Einräumung von Sendezeit für unabhängige Dritte verpflichtet, so schreibt die zuständige Landesmedienanstalt nach Erörterung mit dem Hauptprogrammveranstalter das Fensterprogramm zur Erteilung einer Zulassung aus. Die zuständige Landesmedienanstalt überprüft die eingehenden Anträge auf ihre Vereinbarkeit mit den Bestimmungen dieses Staatsvertrages sowie der sonstigen landesrechtlichen Bestimmungen und teilt dem Hauptprogrammveranstalter die zulassungsfähigen Anträge mit. Sie erörtert mit dem Hauptprogrammveranstalter die Anträge mit dem Ziel, eine einvernehmliche Auswahl zu treffen. Kommt eine Einigung nicht zustande und liegen der zuständigen Landesmedienanstalt mehr als drei zulassungsfähige Anträge vor, wählt sie aus einem Dreivorschlag des

Hauptprogrammveranstalters denjenigen Bewerber aus, dessen Programm den größtmöglichen Beitrag zur Vielfalt im Programm des Hauptprogrammveranstalters erwarten lässt und erteilt ihm die Zulassung. Bei drei oder weniger Anträgen trifft die zuständige Landesmedienanstalt die Entscheidung unmittelbar.

- (5) Ist ein Bewerber für das Fensterprogramm nach Absatz 4 ausgewählt, schließen der Hauptprogrammveranstalter und der Bewerber eine Vereinbarung über die Ausstrahlung des Fensterprogramms im Rahmen des Hauptprogramms. In diese Vereinbarung ist insbesondere die Verpflichtung des Hauptprogrammveranstalters aufzunehmen, dem Fensterprogrammveranstalter eine ausreichende Finanzierung seines Programms zu ermöglichen. Die Vereinbarung muss ferner vorsehen, dass eine Kündigung während der Dauer der Zulassung nach Absatz 6 nur wegen schwerwiegender Vertragsverletzungen oder aus einem wichtigen Grund mit einer Frist von sechs Monaten zulässig ist.
- (6) Auf der Grundlage einer Vereinbarung zu angemessenen Bedingungen nach Absatz 5 ist dem Fensterprogrammveranstalter durch die zuständige Landesmedienanstalt die Zulassung zur Veranstaltung des Fensterprogramms zu erteilen. In die Zulassung des Haupt- und des Fensterprogrammveranstalters sind die wesentlichen Verpflichtungen aus der Vereinbarung nach Absatz 5 als Bestandteil der Zulassungen aufzunehmen. Eine Entschädigung für Vermögensnachteile durch den teilweisen Widerruf der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters wird nicht gewährt. Die Zulassung für den Fensterprogrammveranstalter soll auf die Dauer von drei Jahren erteilt werden, längstens jedoch bis zum Ablauf der Zulassung des Hauptprogrammveranstalters.

§ 32

Programmbeirat

- (1) Der Programmbeirat hat die Programmverantwortlichen, die Geschäftsführung des Programmveranstalters und die Gesellschafter bei der Gestaltung des Programms zu beraten. Der Programmbeirat soll durch Vorschläge und Anregungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Pluralität des Programms (§ 25) beitragen. Mit der Einrichtung eines Programmbeirats durch den Veranstalter ist dessen wirksamer Einfluss auf das Fernsehprogramm durch Vertrag oder Satzung zu gewährleisten.
- (2) Die Mitglieder des Programmbeirats werden vom Veranstalter berufen. Sie müssen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Gruppen in ihrer Gesamtheit die Gewähr dafür bieten, dass die wesentlichen Meinungen in der Gesellschaft vertreten sind.
- (3) Der Programmbeirat ist über alle Fragen, die das veranstaltete Programm betreffen, durch die Geschäftsführung zu unterrichten. Er ist bei wesentlichen Änderungen der Programmstruktur, der Programminhalte, des Programmschemas sowie bei programmbezogenen Anhörungen durch die zuständige Landesmedienanstalt und bei Programmbeschwerden zu hören.
- (4) Der Programmbeirat kann zur Erfüllung seiner Aufgaben Auskünfte von der Geschäftsführung verlangen und hinsichtlich des Programms oder einzelner Beiträge Beanstandungen gegenüber der Geschäftsführung aussprechen. Zu Anfragen und Beanstan-

dungen hat die Geschäftsführung innerhalb angemessener Frist Stellung zu nehmen. Trägt sie den Anfragen und Beanstandungen zum Programm nach Auffassung des Programmbeirats nicht ausreichend Rechnung, kann er in dieser Angelegenheit einen Beschluss des Kontrollorgans über die Geschäftsführung, sofern ein solches nicht vorhanden ist, der Gesellschafterversammlung, verlangen. Eine Ablehnung der Vorlage des Programmbeirats durch die Gesellschafterversammlung oder durch das Kontrollorgan über die Geschäftsführung bedarf einer Mehrheit von 75 vom Hundert der abgegebenen Stimmen.

- (5) Bei Änderungen der Programmstruktur, der Programminhalte oder des Programmschemas oder bei der Entscheidung über Programmbeschwerden ist von der Entscheidung der Geschäftsführung die Zustimmung des Programmbeirats einzuholen. Wird diese verweigert oder kommt eine Stellungnahme binnen angemessener Frist nicht zustande, kann die Geschäftsführung die betreffende Maßnahme nur mit Zustimmung des Kontrollorgans über die Geschäftsführung, sofern ein solches nicht vorhanden ist, der Gesellschafterversammlung, für die eine Mehrheit von 75 vom Hundert der abgegebenen Stimmen erforderlich ist, treffen. Der Veranstalter hat das Ergebnis der Befassung des Programmbeirats oder der Entscheidung nach Satz 2 der zuständigen Landesmedienanstalt mitzuteilen.
- (6) Handelt es sich bei dem Veranstalter, bei dem ein Programmbeirat eingerichtet werden soll, um ein einzelkaufmännisch betriebenes Unternehmen, so gelten die Absätze 4 und 5 mit der Maßgabe, dass der Programmbeirat statt der Gesellschafterversammlung oder des Kontrollorgans über die Geschäftsführung die zuständige Landesmedienanstalt anrufen kann, die über die Maßnahme entscheidet.

§ 33

Richtlinien

Die Landesmedienanstalten erlassen gemeinsame Richtlinien zur näheren Ausgestaltung der §§ 31 und 32. In den Richtlinien zu § 32 sind insbesondere Vorgaben über Berufung und Zusammensetzung des Programmbeirats zu machen.

§ 34

Übergangsbestimmung

Bis zur ersten Bestimmung der Zuschaueranteile nach § 27 sind für die Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt in Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen die vorhandenen Daten über Zuschaueranteile zugrunde zu legen. Die Veranstalter sind verpflichtet, bei ihnen vorhandene Daten über Zuschaueranteile auf Anforderung der KEK zur Verfügung zu stellen. Die Landesmedienanstalten haben durch Anwendung verwaltungsverfahrenrechtlicher Regelungen unter Beachtung der Interessen der Beteiligten sicherzustellen, dass Maßnahmen nach diesem Staatsvertrag, die aufgrund von Daten nach Satz 1 ergehen, unverzüglich an die sich aufgrund der ersten Bestimmung der Zuschaueranteile nach § 27 ergebende Sach- und Rechtslage angepasst werden können.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abbildung I-1: Bereitstellungsebenen für das Fernsehen	42
Abbildung I-2: Schnittstellen von Medien und Medieninhalten, Telekommunikation und Informationstechniken	46
Abbildung II-1: Veranstalterbeteiligungen bei der CLT-UFA	98
Abbildung II-2: Die Aktivitäten der Bertelsmann/CLT-UFA im Medienbereich	103
Abbildung II-3: Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme bei der KirchGruppe	104
Abbildung II-4: Umstrukturierung der KirchGruppe	109
Abbildung II-5: Die Stellung der KirchGruppe im deutschen Fernsehmarkt	110
Abbildung II-6: Veranstalterbeteiligungen und zuzurechnende Programme bei der Tele-München-Gruppe	112
Abbildung II-7: Veranstalterbeteiligungen bei Canal+/Vivendi	118
Abbildung II-8: Veranstalterbeteiligungen bei Time Warner/Turner	120
Abbildung II-9: Veranstalterbeteiligungen bei Viacom	123
Abbildung II-10: Veranstalterbeteiligungen bei Walt Disney	124
Abbildung II-11: Veranstalterbeteiligungen bei Seagram	126
Abbildung II-12: Zuschaueranteile der Fernsehprogramme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der Fernsehsender, die der CLT-UFA oder der KirchGruppe zugerechnet werden	130
Abbildung II-13: Geschäftsfelder und Beteiligungen der EM.TV & Merchandising AG ..	166
Abbildung II-14: Entwicklung der Rechtekosten am Beispiel der 1. Fußball-Bundesliga .	180
Abbildung II-15: Informationsanteile einzelner Vollprogramme 1990–1997	189
Abbildung II-16: Anteil an der Gesamtauflage bei Programmzeitschriften nach Verlagshäusern	198
Abbildung II-17: Programm-Supplements: Auflagen von I/96 bis III/99457	199
Abbildung II-18: Entwicklung des Werbemarktes 1990–1997	202
Abbildung II-19: Nettowerbeumsätze 1985–1998	204
Abbildung II-20: Bruttowerbeerlöse der Fernsehveranstalter 1999	206
Abbildung II-21: Bereitstellungsebenen beim digitalen Fernsehen	210
Abbildung II-22: Ein einfaches Conditional-Access-Modul524	221
Abbildung II-23: Gesellschafterstruktur der CLT-UFA S.A.	238
Abbildung II-24: Geplante Gesellschafterstruktur der CLT-UFA S.A. und Audiofina S.A. .	239
Abbildung II-25: Verflechtung der CLT-UFA S.A. und GBL S.A. mit den Unternehmen von Albert Frère und Paul Desmarais	240
Abbildung II-26: Canal+/Vivendi: Beteiligungsverhältnisse und Geschäftsfelder	248

Abbildung II-27: Beteiligungsverflechtungen zwischen Canal+/Vivendi, News Corp./BSkyB und KirchGruppe	254
Abbildung II-28: Veranstalterbeteiligungen und Fernsehprogramme bei der News Corp. im deutschsprachigen Raum	259
Abbildung II-29: Weltweite Fernsehbeteiligungen der News Corp.	277
Abbildung II-30: Die strategische Allianz von Mediaset und KirchGruppe	282
Abbildung II-31: Hörfunkbeteiligungen von Radio Schleswig-Holstein	303
Abbildung II-32: Hörfunkbeteiligungen des Holtzbrinck-Konzerns	319
Abbildung II-33: Pressebeteiligungen des Holtzbrinck-Konzerns	322
Abbildung II-34: Zeitschriften-Auflagen der führenden Verlagshäuser	326
Abbildung II-35: Nutzung der Internet-Angebote von Presseverlagen und Fernsehveranstaltern	342

Tabellen

Tabelle I-1: Fusionskontrolle in der Europäischen Union: Verfahren	77
Tabelle II-1: Öffentlich-rechtliche Fernsehprogramme in Deutschland	90
Tabelle II-2: Bundesweit verbreitete werbefinanzierte Fernsehprogramme	92
Tabelle II-3: In Deutschland lizenzierte Pay-TV-Programme	93
Tabelle II-4: Weitere Programme mit bundesweiter Lizenz	94
Tabelle II-5: Beteiligungen der Pearson TV	102
Tabelle II-6: Monatliche Zuschaueranteile von tm3, 1999 und 2000	111
Tabelle II-7: Maximale Zuschauerreichweite je Monat bei tm3; 09/99–03/00	112
Tabelle II-8: Derzeitige Fernsehbeteiligungen der Canal+ S.A. und der Vivendi S.A. in Deutschland	117
Tabelle II-9: Zuschaueranteile von Eurosport	117
Tabelle II-10: Zuschaueranteile von Super RTL und Eurosport	125
Tabelle II-11: Zuschaueranteile der Fernsehsender in Deutschland	129
Tabelle II-12: Ballungsraumfernsehen	133
Tabelle II-13: Ballungsraumfernsehen: Seher gestern	136
Tabelle II-14: Ballungsraumfernsehen im Vergleich zu bundesweiten Programmen	136
Tabelle II-15: Vermarktung Ballungsraumfernsehen	140
Tabelle II-16: Anteil fiktionaler Unterhaltung an der Sendezeit der Vollprogramme 1996–1998	145
Tabelle II-17: Stellenwert von Fictionprogrammen	146
Tabelle II-18: Spielfilmausstrahlungen im bundesweiten Fernsehen 1988–1998	146
Tabelle II-19: Zusammensetzung des täglichen Fernsehkonsums nach Sparten und Sendern 1997 und 1998 in Prozent	147
Tabelle II-20: Programmangebote im Pay-TV	148
Tabelle II-21: Produktionscharakteristika des redaktionellen Programms 1997 und 1999 in % des Gesamtprogramms	149
Tabelle II-22: Anzahl und Größenstruktur filmwirtschaftlicher Produktionsunternehmen in Deutschland	151
Tabelle II-23: Struktur der auf Fernsehproduktionen spezialisierten Produktions- unternehmen nach Umsatzgrößenklassen	151
Tabelle II-24: Alter des filmwirtschaftlichen Produktionsunternehmens	152

Tabelle II-25: Abhängige und unabhängige Produzenten: Produktionsvolumina	153
Tabelle II-26: Fernsehproduktion in Deutschland 1997	155
Tabelle II-27: Daten zum Rechtehandel für Fictionprogramme 1996	156
Tabelle II-28: Output-Deals mit wichtigen Hollywood-Studios	158
Tabelle II-29: Rechtevermögen der Veranstaltergruppen	160
Tabelle II-30: Fernsehverhalten von 3- bis 13 jährigen Kindern und Erwachsenen 1995 bis 1998	163
Tabelle II-31: Zuschaueranteile von Fernsehprogrammen bei 3- bis 13-jährigen Kindern 1995–1998 in %	164
Tabelle II-32: Zuschaueranteile bei 3–13-jährigen Kindern nach Veranstaltergruppen 1995–1998 in %	165
Tabelle II-33: Anteil der Sportsendungen in den Vollprogrammen von 1991–1998	167
Tabelle II-34: Zuschaueranteile der frei empfangbaren bundesweit verbreiteten deutschsprachigen Sportspartensender 1999 und Anfang 2000	168
Tabelle II-35: Zusammensetzung des täglichen Fernsehkonsums nach Sparten und Sendern 1998 in %	169
Tabelle II-36: Sportveranstaltungen und Übertragungsrechte im deutschen Fernsehen .	170
Tabelle II-37: Die bedeutendsten Sportrechteagenturen: Gesellschafter und Umsätze .	183
Tabelle II-38: Spartenprogramme mit Schwerpunkt Information	186
Tabelle II-39: Anteil der Informations- und Nachrichtensendungen in den Vollprogrammen in 1998	187
Tabelle II-40: Zuschaueranteile und -reichweiten ausgewählter Nachrichtensendungen (1998)	188
Tabelle II-41: Marktanteile deutschsprachiger Nachrichtenagenturen (1996)	192
Tabelle II-42: Programmzeitschriften und Supplements 1999	197
Tabelle II-43: Brutto-Werbeausgaben der Wirtschaft 1999 (nach Branchen)	202
Tabelle II-44: Aufteilung des Werbeaufkommens auf die Programmveranstalter 1985–1998	204
Tabelle II-45: Konzentration im Fernsehwerbemarkt	205
Tabelle II-46: Konzentrationsentwicklung im Fernsehwerbemarkt	205
Tabelle II-47: Programme, Zuschaueranteile und Werbemarktanteile der Veranstaltergruppen 1998	207
Tabelle II-48: Übertragungswege und Digitalisierung	211
Tabelle II-49: Stellung der Deutschen Telekom bei den Breitbandkabelnetzen	213
Tabelle II-50: Länderübergreifende Fernseheteiligungen in Europa	235
Tabelle II-51: Fernseheteiligungen der CLT-UFA	245
Tabelle II-52: Derzeitige Fernseheteiligungen der Canal+ S.A. und der Vivendi S.A. in Deutschland	247
Tabelle II-53: Pay-TV-Programmangebote der Canal+ S.A.	250
Tabelle II-54: The News Corp.: Angaben zum Konzern	257
Tabelle II-55: Weltweite Fernseheteiligungen der News Corp.	260
Tabelle II-56: Umsatzentwicklung und Abonnenten von BSkyB	265
Tabelle II-57: Preise für die von Sky empfohlenen, speziellen Programmpakete im Vergleich zu den Paketen von Premiere World	266
Tabelle II-58: Zuschaueranteile der Fernsehprogramme in Großbritannien 1997 und 1998	268

Tabelle II-59: USA: Zuschaueranteile (Audience Shares) der Hauptprogramme	271
Tabelle II-60: Die Marktanteile der US-Verleiher 1998	273
Tabelle II-61: Verleih-Marktanteile in Deutschland 1998	274
Tabelle II-62: Beteiligungsverhältnisse der Mediaset S.p.A.	280
Tabelle II-63: Zuschaueranteile der italienischen Fernsehprogramme 1993 bis 1998	280
Tabelle II-64: Werbeaufwendungen in den klassischen Werbemedien in Italien	281
Tabelle II-65: Zuschaueranteile von Telecinco und SAT.1 in %	283
Tabelle II-66: Die größten Medienunternehmen	284
Tabelle II-67: Anzahl privater Hörfunkangebote in Deutschland	296
Tabelle II-68: Entwicklung der Zuhöreranteile im dualen Hörfunk von 1994–1998	296
Tabelle II-69: Entwicklung der Werbemarktanteile im dualen Hörfunk von 1988–1998 ..	296
Tabelle II-70: Die Eignerstruktur von Radio Schleswig-Holstein und von der KOM	302
Tabelle II-71: Netto-Kontakte von syndizierten Hörfunkprogrammen je Woche	309
Tabelle II-72: Hörfunkbeteiligungen des Holtzbrinck-Konzerns	318
Tabelle II-73: Beteiligungen von deutschen Presseunternehmen an Veranstaltern im bundesweiten Fernsehen	323
Tabelle II-74: Beteiligungen der Bertelsmann AG an Zeitschriftenverlagen in Deutschland	325
Tabelle II-75: Beteiligungen der Bertelsmann AG an Zeitungsverlagen	325
Tabelle II-76: Anzeigenblätter der Oschmann-Gruppe	328
Tabelle II-77: Beteiligungen der Kinder von Gunther Oschmann	330
Tabelle II-78: Beteiligungen von Beschäftigten der Oschmann-Gruppe	331
Tabelle II-79: Hörfunk-Beteiligungen der Oschmann-Gruppe	332
Tabelle II-80: Beteiligungen der Oschmann-Gruppe am Lokalfernsehen	333
Tabelle II-81: Hörfunk-Beteiligung der CLT-UFA in Europa 1998/99	336
Tabelle II-82: Internet-Angebote von Veranstaltern im bundesweiten Fernsehen	340
Tabelle II-83: Motive für den Online-Auftritt von Rundfunkveranstaltern	342
Tabelle III-1: Übersicht über die Verfahren der KEK (Stand: 03. 07. 2000)	347
Tabelle IV-1: Beteiligungsverhältnisse im britischen Fernsehmarkt	387
Tabelle IV-2: Zuschaueranteile in Frankreich, 1995 bis 1998 in %	397

Abkürzungsverzeichnis

a. a. O.	am angegebenen Ort
ABC	American Broadcasting Corporation
ABF	Arbeitsgemeinschaft Bayerischer Fernsehanbieter
ABl.	Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften
Abschn.	Abschnitt
Abs.	Absatz
ADAC	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club
ADN	Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst
ADSL	Asynchronous Digital Subscriber Line
a. F.	alte Fassung
AfP	Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht (ehemals Archiv für Presse-recht)
AFP	Agence France Press
AG	Aktiengesellschaft
AGCOM	Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
AGF	Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung
AktG	Aktiengesetz
ALM	Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland
ANGA	Verband Privater Kabelnetzbetreiber
AOL	America Online
AP	Associated Press
API	Application Programming Interface
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundes-republik Deutschland
Art.	Artikel
ASV	Axel Springer Verlag
AT&T B&IS	AT&T Broadband & Internet Services
Aufl.	Auflage
AUS	Australien
Az.	Aktenzeichen
BayMG	Bayerisches Mediengesetz
BayVBL	Bayerische Verwaltungsblätter
BCA	Book Club Associates
BCE	Broadcasting Center Europe
Bd.	Band

BDB	British Digital Broadcasting
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BGHZ	Entscheidungen des Bundesgerichtshof in Zivilsachen
BIB	British Interactive Broadcasting
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
BLR	Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme
BLW	Bayerische Lokalradio-Werbung
BMG	Bertelsmann Music Group
BNC	Balkan News Corporation
BOL	Bertelsmann Online
brit.	britisch
BSB	British Satellite Broadcasting
BSkyB	British Sky Broadcasting
BT-Drs.	Bundestags-Drucksache
B. V.	Besloten Venootschap met beperkte Aansprakelijkheid
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
BverwGE	Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts
BVI	Buena Vista International
bzw.	beziehungsweise
CA	Conditional Access
CBC	Cologne Broadcasting Center
CBS	Columbia Broadcasting System
CDC	Caisse des Dépôts et de Consignations
CGE	Compagnie Générale des Eaux
CI	Common Interface
cit. bei	zitiert bei
CLR	Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion (später CLT)
CLT	Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion
CNCL	Commission Nationale de la Communication et des Libertés
CNP	Compagnie Nationale à Portefeuille S. A.
Corp.	Corporation
CR	Concentration Ratio
CSA	Conseil Supérieure de l'Audiovisuel
D	Deutschland
DBS	Direct Broadcast Satellite
D. C.	District Columbia
ddp	Deutscher Depeschen-Dienst
ders.	derselbe
DFA	Deutsche Fernsehnachrichten-Agentur
DFB	Deutscher Fußball-Bund

DGFT	Director General of Fair Trading
d. h.	Das heißt
DHB	Deutscher Handball-Bund
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DLM	Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten
DLV	Deutscher Leichtathletik-Verband
DoJ	Department of Justice
dpa	Deutsche Presseagentur
DRV	Deutsche Reiterliche Vereinigung
DSF	Deutsches SportFernsehen
DSV	Deutscher Schwimm-Verband
DTB	Deutscher Tennis Bund
DTH	direct-to-home
DTS	Digital Television Services
DTT	Digital Terrestrial Television
DVB	Digital Video Broadcasting
DVB-C	Digital Video Broadcasting – Cable
DVB-S	Digital Video Broadcasting – Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcasting – Terrestrial
DöV	Die öffentliche Verwaltung
d. Verf.	der Verfasser
Ebda.	ebenda
EBU	European Broadcasting Union
Ed.	Editor
EG	Europäische Gemeinschaft
EGMR	Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte
EGV	Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft
EM	Europameisterschaft
EMRK	Europäische Menschenrechtskonvention
endg.	endgültig
ENEX	European News Exchange
epd	Evangelischer Pressedienst
EPG	Electronic Programming Guide
et al.	und andere
ETN	European Television Network
EU	Europäische Union
EUTELSAT	European Telecommunications Satellite
EUV	Vertrag über die Europäische Union
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
f.	folgende
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FCC	Federal Communications Commission
ff.	fortfolgende

FIA	Fédération Internationale de l'Automobile
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
Fin/Syn-Rules	Financial Interest and Syndication Rules
FINA	Fédération Internationale de Natation
FKVO	Fusionskontrollverordnung
Fn.	Fußnote
FR	Frankfurter Rundschau
frz.	französisch
FSÜ	Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen
FTC	Federal Trade Commission
F. U. N.	Free Universe Network
GB	Großbritannien
GBL	Groupe Bruxelles Lambert
GD	Generaldirektion
Ges.	Gesellschaft
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GG	Grundgesetz
GM	General Motors
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GMTV	Good Morning TV
GO	Geschäftsordnung
GSN	Game Show Network
GWB	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
GWF	Gesellschaft für Wirtschaftsfernsehen
HAM	Hamburgische Anstalt für neue Medien
HambMedienG	Hamburgisches Mediengesetz
HBO	Home Box Office
HDTV	High Definition Television
HH	Haushalt
HMG	Holland Media Group
H. O. T.	Home Order Television
Hrsg.	Herausgeber
HVB	Hanseatische Verlags-Beteiligungs-AG
I	Italien
i. d. R.	in der Regel
IDR	Initiative Digitaler Rundfunk
i. Gr.	in Gründung
IHF	International Hockey Federation
IL	Illinois
IMG	International Management Group
Inc.	Incorporated
insb.	insbesondere
IOC	International Olympic Committee

i. S.	in Sachen
i. S. d.	im Sinne der/des
ISDN	Integrated Services Digital Network
ISL	International Sports, Culture and Leisure Marketing AG
ISPR	Internationale Sportrechte-Verwertungsgesellschaft
ISU	International Skating Union
ITC	Independent Television Commission
ITV	Independent Television
i. V. m.	in Verbindung mit
IWW	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern
J	Japan
k. A.	keine Angaben
KDLM	Konferenz der Direktoren der Landesmedienanstalten
KEK	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
KG	Kommanditgesellschaft
KGaA	Kommanditgesellschaft auf Aktien
KMP	Kabel Media Programmgesellschaft
KOM	[EG-]Kommission oder Kommunikation & Marketing
K&R	Kommunikation & Recht
LA	Los Angeles
LAR	Landesanstalt für das Rundfunkwesen Saarland
LfK	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
LfR	Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen
lit.	litera
LL. C.	Limited Liability Company
LMA	Landesmedienanstalt
LMS	Landesmedienanstalt Saarland
L. P.	Limited Partnership
LPR Hessen	Hessische Landeszentrale für privaten Rundfunk
LPR	Landesanstalt für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz
LRA	Landesrundfunkausschuss für Sachsen-Anhalt
LRG N.-W.	Rundfunkgesetz für das Land Nordrhein-Westfalen
LRZ	Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern
Ltd.	Limited
LWT	London Weekend TV
MA	Massachusetts
MABB	Medienanstalt Berlin-Brandenburg
Mbits/s.	Megabits pro Sekunde
MCA	Music Corporation of America
MGM	MediaGruppe München
MHP	Multimedia Home Plattform
min./p. a.	Minuten pro Jahr

Mio.	Millionen
MMC	Mergers and Monopolies Commission
MMR	Multimedia und Recht
MP	Media Perspektiven
MPEG	Moving Picture Expert Group
Mrd.	Milliarden
Ms.	Monsieur
MSG	Media Service Gesellschaft
MTS	Mediengesellschaft Telefonbuchverlag Sachsen
MVF	Magazin-Verlag am Fleetrand
MVPD	Multichannel Video Programming Distributors
m. w. N.	mit weiteren Nachweisen
NBA	National Basketball Association
NBC	National Broadcasting Company
NDF	Neue Deutsche Filmgesellschaft
n. F.	neue Fassung
NFL	National Football League
NHL	National Hockey League
niederl.	niederländisch
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
NPM	National Portfolio Management
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
NSD	Nordic Satellite Distribution
NTL	National Football League
N. V.	Naamloze Vennootschap
NY	New York
o. ä.	oder ähnliche
o. g.	oben genannte
OFT	Office of Fair Trading
OFTTEL	Office of Telecommunications
o. Verf.	ohne Verfasser
p. a.	per annum
PA	Pennsylvania
PAL	Phase alternating line
PBS	Public Broadcasting System
PGA	Professional Golfers' Association of Amerika
plc.	public limited company
PNN	Potsdamer Neueste Nachrichten
PPV	Pay-Per-View
Pvt.	Private
RAI	Radiotelevisione Italiana
RÄStV	Rundfunkänderungsstaatsvertrag

rd.	rund
Rdnr.	Randnummer
RMS	Radio Marketing Service
RM-TV	Real Madrid-TV
Rn.	Randnummer
RNF	Rhein-Neckar-Fernsehen
RPR	Rheinland-Pfälzische Rundfunkbetriebsgesellschaft
Rs.	Rechtssache
RSH	Radio Schleswig-Holstein
Rspr.	Rechtsprechung
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
RuF	Rundfunk und Fernsehen
RUFA	Rundfunknachrichtenagentur
S.	Seite
S. A.	Société Anonyme
SAS	Subscriber Authorization System
SCA	Société en commandite par actions
SES	Société Européenne des Satellites
SET	Sony Entertainment Television
SFB	Sender Freies Berlin
SLG	Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften, Sammlung der Rechtsprechung des Gerichtshofs
SLM	Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
SMS	Subscriber Management System
S. p. A.	Società in accomandita per azioni
SZ	Süddeutsche Zeitung
TBS	Tokyo Broadcasting System/Turner Broadcasting System
TCI	Tele-Communications International
TEAM	The Event Agency and Markets AG
TKG	Telekommunikationsgesetz
TLM	Thüringer Landesmedienanstalt
TNCL	The News Corporation Limited
TNR	Tagesnetztoreichweite
TNT	Turner Network Television
TPS	Télévision Par Satellite
TRG	Thüringisches Rundfunkgesetz
TRW	Technische Reichweite
TVHH	Fernsehhaushalte
Tz.	Teilziffer
u. a.	unten angegeben/unter anderem
u. ä.	und ähnliches
u. a. m.	und andere mehr
UEFA	Union des Associations Européennes de Football

UGC-DA	Union Générale Cinématographique – Droits Audiovisuels
UIP	United International Pictures
UK	United Kingdom
ULR	Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen Schleswig-Holstein
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
UPC	United Pan-Europe Communications
UPN	United Paramount Network
USA	United States of America
USTA	United States Tennis Association
UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
v.	vom
VCF	Video Communication France
vgl.	vergleiche
vglweise	vergleichsweise
v. H.	vom Hundert
VO	Verordnung
Vol.	Volume
VPRT	Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V.
VRI	Verfassung der Republik Italien
vs.	versus
VwGO	Verwaltungsgerichtsordnung
VwVfG	Verwaltungsverfahrensgesetz
WAP	Wireless Application Protocol
WDR	Westdeutscher Rundfunk
WDR-G	WDR-Gesetz
WIK	Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste
WM	Weltmeisterschaft
WSK	Weitester Seherkreis
WTN	World Television Network
WuW	Wirtschaft und Wettbewerb
WWW	World Wide Web
ZAW	Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft
z. B.	zum Beispiel
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen
Ziff.	Ziffer
z. T.	zum Teil
ZUM	Zeitschrift für Urheber und Medienrecht
ZUM-RD	ZUM Rechtsprechungsdienst
z. Zt.	zur Zeit

SCHRIFTENREIHE DER LANDESMEDIENANSTALTEN

Videoclips – Die geheimen Verführer der Jugend?

Ein Gutachten zur Struktur, Nutzung und Bewertung von Heavy Metal Videoclips
von Michael Altrogge und Rolf Amann

320 Seiten, 137 Abb., DIN A5, 1991

ISBN 3-89158-068-1

DM 32,- ÖS 234,- SFr 29,50

Finanzierung und Finanzkontrolle der Landesmedienanstalten

Ein Rechtsgutachten zur Beteiligung der Landesmedienanstalten
an der einheitlichen Rundfunkgebühr

von Wolfgang Hoffmann-Riem

196 Seiten, DIN A5, 1993

ISBN 3-89158-090-8

DM 32,- ÖS 234,- SFr 29,50

Die Sicherung der Meinungsvielfalt

Berichte, Gutachten und Vorschläge

zur Fortentwicklung des Rechts der Medienkonzentrationskontrolle

von Victor Henle, Europäisches Medieninstitut, Christoph Engel, Friedrich Kübler,
Dieter Dörr und Kurt Stockmann

504 Seiten, DIN A5, 1995

ISBN 3-89158-134-3

DM 68,- ÖS 496,- SFr 62,-

Die Rechtsstellung der Landesmedienanstalten in grenzüberschreitenden Angelegenheiten

Ein Rechtsgutachten des Instituts für Europäisches Medienrecht (EMR)

von Dieter Dörr, Reinhold Kopp und Wolfgang Cloß

108 Seiten, DIN A5, 1996

ISBN 3-89158-174-2

DM 28,- ÖS 204,- SFr 26,-

Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1995/96

Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW)

in Kooperation mit dem Hans-Bredow-Institut

und der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM)

172 Seiten, 55 Abb., DIN A5, 1997

ISBN 3-89158-190-4

DM 34,- ÖS 248,- SFr 31,50

Wenn die Kleinen fernsehen

Forschungsprojekt über 'Die Bedeutung des Fernsehens
in der Lebenswelt von Vorschulkindern'

von Hans-Dieter Kübler und Wolfgang H. Swoboda

388 Seiten, 44 Abb., DIN A5, 1998

ISBN 3-89158-208-0

DM 44,- ÖS 321,- SFr 41,-

Die Rechtspflicht der Landesmedienanstalten zur Kabelbelegung unter Berücksichtigung europäischer Rechtsvorschriften

Rechtsgutachten – dargestellt am Beispiel der Bremischen Landesmedienanstalt
von Rupert Stettner

88 Seiten, DIN A5, 1998

ISBN 3-89158-214-5

DM 30,- ÖS 219,- SFr 27,50

Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 1996/97

Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW)

in Kooperation mit dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg

und der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM)

204 Seiten, 122 Abb., DIN A5, 1998

ISBN 3-89158-216-1

DM 34,- ÖS 248,- SFr 31,50

Chancengleicher Zugang zum digitalen Fernsehen

Eine Untersuchung des verfassungsrechtlichen Regulierungsrahmens am Beispiel
des Entwurfs zum vierten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 27. Februar 1998
von Hubertus Gersdorf

212 Seiten, DIN A5, 1998

ISBN 3-89158-218-8

DM 35,- ÖS 256,- SFr 32,50

Jugendschutz im digitalen Fernsehen –

wie er technisch funktioniert und wie Familien damit umgehen

Eine Untersuchung von Bernd Schorb und Helga Theunert;

mit einem Blick auf ausländische Forschungsergebnisse zu Optionen des Jugend-
medienschutzes von Uwe Hasebrink

108 Seiten, 4 Abb., DIN A5, 1998

ISBN 3-89158-216-6

DM 28,- ÖS 204,- SFr 26,-

Auf dem Weg zu einer kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Landesmedienanstalten

Eine Evaluations- und Machbarkeitsstudie

von Hans-Jürgen Weiß

260 Seiten, 123 Abb./Tab., DIN A5, 1998

ISBN 3-89158-221-8

DM 36,- ÖS 263,- SFr 33,-

**Zuschaueranteile als Maßstab vorherrschender Meinungsmacht
Die Ermittlung der Zuschaueranteile durch die KEK nach § 27
des Rundfunkstaatsvertrages**

**Dokumentation des Symposiums der Kommission zur Ermittlung der Konzen-
tration im Medienbereich (KEK) im November 1998 in Potsdam**

228 Seiten, 66 Abb./Tab., DIN A5, 1999

ISBN 3-89158-237-4

DM 48,- ÖS 350,- SFr 44,50

Rundfunk Online

Eine Studie zu Entwicklung und Perspektiven des Internets für Hörfunk- und
Fernsehanbieter

von Klaus Goldhammer und Axel Zerdick

372 Seiten, 82 Abb./Tab., DIN A5, 1999

ISBN 3-89158-247-1

DM 48,- ÖS 350,- SFr 44,50

**Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks
in Deutschland 1997/98**

Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW)

in Kooperation mit dem Hans-Bredow-Institut, Hamburg

und der Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München (AKM)

224 Seiten, 122 Abb./Tab., DIN A5, 2000

ISBN 3-89158-265-X

DM 36,- ÖS 263,- SFr 33,-

Konzepte der Zugangsregulierung für digitales Fernsehen

Was können telekommunikationsrechtliche Erfahrungen zur satzungsmässigen
Konkretisierung und zur Weiterentwicklung der §§ 52, 53 RStV beitragen?

Ein Kurzgutachten von Wolfgang Schulz und Doris Kühlers

128 Seiten, DIN A5, 2000

ISBN 3-89158-280-3

DM 36,- ÖS 263,- SFr 33,-

Fortschreitende Medienkonzentration im Zeichen der Konvergenz

Konzentrationsbericht der KEK nach § 26 Abs. 6 RStV

468 Seiten, 127 Abb./Tab., DIN A4, 2000

ISBN 3-89158-294-3

DM 152,- ÖS 1.124,- SFr 137,-

