

Inhalt

Vorwort	13
Die Ergebnisse im Überblick	15
Kapitel I	
Medienkonzentration und die Sicherung der Meinungsvielfalt	39
1 Konzentration im privaten Rundfunk und auf medienrelevanten verwandten Märkten	39
2 Wirtschaftliche Konzentration und publizistische Vielfalt	41
3 Erscheinungsformen und Ursachen der Medienkonzentration	42
3.1 Überblick	42
3.2 Horizontale Konzentration	43
3.3 Vertikale Integration	44
3.4 Konglomerate Medienkonzentration	45
3.5 Digitalisierung und Konvergenz	46
4 Medienspezifische Konzentrationskontrolle im Rundfunk	47
4.1 Verfassungsrechtliche Grundlagen für die gesetzliche Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit	47
4.1.1 Positive Ordnung des Rundfunks	47
4.1.2 Publizistischer und wirtschaftlicher Wettbewerb	48
4.1.3 Vorherrschende Meinungsmacht	50
4.1.3.1 Kontrollpflichtige Tatbestände	50
4.1.3.2 Erscheinungsformen vorherrschender Meinungsmacht	51
4.2 Sicherung der Meinungsvielfalt im bundesweiten Fernsehen	52
4.2.1 Überblick	52
4.2.2 Entstehungsgeschichte (§ 21 RfStV 1991)	52
4.2.3 Vorherrschende Meinungsmacht	54
4.2.3.1 Eingriffs- und Vermutungstatbestand: Verhältnis von § 26 Abs. 1 zu § 26 Abs. 2 RStV	54
4.2.3.2 Vermutungstatbestände des § 26 Abs. 2 RStV	56
4.2.3.3 Berechnung der Zuschaueranteile (§ 27 RStV)	61
4.2.4 Zurechnung von Programmen (§ 28 RStV)	62
4.2.4.1 Grundsätze	62
4.2.4.2 Veranstalter	63
4.2.4.3 Mittelbar beteiligte Unternehmen (§ 28 Abs. 1 Satz 2 RStV)	63
4.2.4.4 Vergleichbarer Einfluss im Sinne von § 28 Abs. 2 RStV	64
4.2.5 Verhinderung und Auflösung vorherrschender Meinungsmacht	66

4.2.5.1 Grundsatz (§ 26 Abs. 3 RStV)	66
4.2.5.2 Entzug vorherrschender Meinungsmacht	66
4.2.6 Mitwirkungspflichten im Zulassungsverfahren (§ 21 RStV)	68
4.2.6.1 Vollständigkeitserklärung	68
4.2.6.2 Sachverhalte mit Auslandsbezug	69
4.2.6.3 Adressaten der Mitwirkungspflichten	69
4.2.7 Veränderung von Beteiligungsverhältnissen	69
4.2.7.1 Meldepflichten (§ 29 und § 21 Abs. 7 RStV)	69
4.2.7.2 Adressaten der Meldepflichten	70
4.2.7.3 Überprüfung der Zulassung	70
5 Europarechtlicher Rahmen	71
5.1 Einleitung	71
5.2 Keine Zuständigkeit der Europäischen Union für die Sicherung von Pluralismus	71
5.2.1 Keine Bereichsausnahme und keine ausdrückliche Rundfunkkompetenz im EG-Vertrag	71
5.2.2 Regelungskompetenz aus den Art. 49 ff. EGV	72
5.3 Konzentrationsbegrenzung durch Wettbewerbsregeln	74
5.3.1 Kompetenzen zur Sicherung des ökonomischen Wettbewerbs	74
5.3.2 Die Entscheidungspraxis der EG-Kommission auf Basis der FKVO	75
5.4 Harmonisierung der nationalen Medienkonzentrationsregelungen	79
5.4.1 Das Grünbuch der EG-Kommission zu Pluralismus und Medienkonzentration im Binnenmarkt	79
5.4.2 Empfehlungen und Stellungnahmen	80
5.4.3 Konzentrationsrichtlinien-Entwurf	80
5.4.3.1 Der Regelungsgehalt der Richtlinienentwürfe	81
5.4.3.2 Kritik an den Richtlinienentwürfen	82
5.5 Europarat	82
5.5.1 Pluralismussicherung als anerkannter Verfassungswert	83
5.5.2 Die konzentrationsrechtlichen Initiativen des Europarates	84
5.6 Fazit	84
 Kapitel II	
Konzentrationsentwicklung im privaten Rundfunk	87
1 Konzentration im Fernsehen	88
1.1 Entwicklung des Programmangebots im Fernsehen	88
1.1.1 Bundesweites Fernsehen	89
1.1.2 Entwicklung der Veranstaltergruppen	95
1.1.2.1 Veranstaltergruppen im bundesweiten Fernsehen und deren Einbindung in Medienkonzerne	96
1.1.2.1.1 CLT-UFA S.A. und Bertelsmann AG	96
1.1.2.1.2 KirchGruppe	103
1.1.2.1.3 Tele-München-Gruppe	111
1.1.2.1.4 Canal+ S.A.	116
1.1.2.1.5 Time Warner	119
1.1.2.1.6 Viacom	122
1.1.2.1.7 The Walt Disney Company	123
1.1.2.1.8 Seagram/Universal	125
1.1.2.1.9 Weitere Programmveranstalter	127

1.1.2.2	Zuschaueranteile	128
1.1.2.3	Konzentrationstendenzen	128
1.1.2.4	Bewertung	131
1.1.3.	Konzentrationstendenzen und Verflechtungen beim Ballungsraumfernsehen	131
1.1.3.1	Zur Stellung der KirchGruppe beim Ballungsraumfernsehen	138
1.1.3.2	Bewertung	141
1.2	Verflechtungen zwischen Fernsehveranstaltern und anderen medienrelevanten verwandten Märkten	142
1.2.1	Der Markt für Fiction-Programmrechte	143
1.2.1.1	Zur Bedeutung der fiktionalen Fernsehunterhaltung für Medienkonzentration und Meinungsvielfalt	144
1.2.1.2	Der Markt für die Beschaffung von Fictionprogrammen für das Fernsehen	148
1.2.1.3	Konsolidierungs- und Konzentrationsphase in der deutschen Produktionswirtschaft	151
1.2.1.4	Konzentrationstendenzen und vertikale Verflechtungen beim Rechtehandel im Fictionbereich	155
1.2.1.5	Bewertung	161
1.2.2	Programmrechte für Kinderprogramme	162
1.2.3	Der Markt für Sportrechte	167
1.2.3.1	Sport im Fernsehen: Anteil von Sportsendungen bei Voll- und Spartenprogrammen	167
1.2.3.2	Zur Bedeutung von Sportrechten für die Fernsehveranstalter	175
1.2.3.3	Sportrechte und Meinungsvielfalt: Zur Bedeutung von Sportereignissen für die Meinungsvielfalt	176
1.2.3.4	Sportrechtemärkte und Marktsegmente	177
1.2.3.5	Konzentrationstendenzen und Verflechtungen bei der Sportrechtebeschaffung	179
1.2.3.6	Bewertung	184
1.2.4	Der Markt für Nachrichtenmaterial	185
1.2.4.1	Nachrichten- und Informationssendungen im bundesweiten Fernsehen	186
1.2.4.2	Der Markt für die Beschaffung von Informationen und Rechten an Nachrichtenmaterial	189
1.2.4.3	Der Markt für Nachrichtenagenturdienste	190
1.2.4.4	Vertikale Integration zwischen Nachrichtenbeschaffung und Programmveranstaltung	193
1.2.4.5	Bewertung	195
1.2.5	Der Markt für Programmzeitschriften	196
1.2.5.1	Marktentwicklungen und Verflechtungen im Bereich Programmzeitschriften	196
1.2.5.2	Verflechtungen zwischen der Veranstalterebene und dem Markt für Programmzeitschriften	199
1.2.5.3	Bewertung	200
1.2.6	Der Fernsehwerbemarkt	201
1.2.6.1	Bewertung	207
1.3	Die Digitalisierung des Fernsehens und Konsequenzen für die Meinungsvielfalt	208
1.3.1	Zur Digitalisierung der Übertragungswege	210
1.3.1.1	Die Rolle der Breitbandkabelnetze	212

1.3.1.2 Umstrukturierung der Breitbandkabelnetze der Deutsche Telekom AG	214
1.3.1.3 Alternative Übertragungswege: Satelliten, Terrestrik und Internet ..	215
1.3.1.4 Bewertung	219
1.3.1.5 Die Bedeutung der Decoder für die Digitalisierung des Fernsehens und daraus resultierende Wettbewerbsprobleme	220
1.3.1.6 Monopolsituationen bei der technischen Plattform	226
1.3.2 Wettbewerbsprobleme bei der Vermarktung des digitalen Fernsehens ...	227
1.3.2.1 Monopol bei Programmplattformen	228
1.3.2.2 Neue Dienstleistungen im digitalen Fernsehen	231
1.3.3 Konzentrationsgefahren auf der Ebene der neuen Kommunikationsdienstleistungen	232
1.4 Internationale Medienkonzerne und Verflechtungen	233
1.4.1 CLT-UFA S.A.	237
1.4.2 Canal+ S.A./Vivendi S.A.	247
1.4.3 The News Corporation Limited (News Corp.)	255
1.4.3.1 Geschäftsfelder, Eigentümer und Geschichte	255
1.4.3.2 Beteiligungen in Deutschland	257
1.4.3.3 Die weltweiten Beteiligungen im Fernsehen	259
1.4.3.4 Großbritannien: British Sky Broadcasting (BSkyB)	263
1.4.3.4.1 Beteiligungsverhältnisse bei BSkyB	263
1.4.3.4.2 Das Programmangebot	264
1.4.3.4.3 Wettbewerbsstrategien und Marktverhältnisse	267
1.4.3.5 Italien: Stream	270
1.4.3.6 USA: Fox Television	270
1.4.3.7 Weitere weltweite Fernsehbeteiligungen	275
1.4.4 Fininvest S.p.A. und Mediaset S.p.A.	278
1.4.5 Die Bedeutung amerikanischer Medien- und Telekommunikations- unternehmen für die Medienkonzentration in Deutschland und Europa ..	283
1.4.5.1 Time Warner/AOL	285
1.4.5.2 The Walt Disney Company	287
1.4.5.3 Viacom/CBS	288
1.4.5.4 Neue Akteure: Microsoft und AT&T	290
1.4.5.5 Interdependenz der Medienkonzentration auf den Weltmärkten ..	293
1.5 Die Entwicklung der Meinungsvielfalt	294
2 Konzentration im Hörfunk	295
2.1 Horizontale Verbindungen im privaten Hörfunk	298
2.1.1 Fallstudie I: Radio Schleswig-Holstein	301
2.2 Vertikale Konzentrationstendenzen im privaten Hörfunk	306
2.2.1 Deutsche Presse-Agentur GmbH (dpa)	306
2.2.2 Rahmenprogramme	307
2.2.3 Syndication	308
2.2.4 Vermarktungsunternehmen und Werbe-Kombis	309
2.3 Bewertung	310
3 Diagonale Konzentrationen	311
3.1 Cross-Media-Ownership zwischen Presse und Hörfunk	312
3.1.1 Verflechtungen zwischen der Presse und dem lokalen Hörfunk	316
3.1.2 Fallstudie II: Holtzbrinck	317

3.1.3	Bewertung	322
3.2	Diagonale Verflechtungen zwischen Fernsehveranstaltern und der Presse	322
3.2.1	Beteiligungen von Presseunternehmen an Fernsehveranstaltern	323
3.2.2	Die Pressebeteiligungen der Bertelsmann AG	324
3.2.3	Bewertung	326
3.3	Cross-Media-Ownership-Beziehungen zwischen Hörfunk und Fernsehen am Beispiel des Lokalfunks	326
3.3.1	Fallstudie III: Die Oschmann-Gruppe	327
3.3.1.1	Die Aktivitäten der Oschmann-Gruppe in Bayern	327
3.3.1.2	Beteiligungen der Oschmann-Gruppe im bayerischen Lokalfunk ..	329
3.3.1.3	Bewertung der Beteiligungen in Bayern	334
3.3.1.4	Beteiligungen in Sachsen	335
3.3.2	Hörfunk-Beteiligungen der Bertelsmann AG	335
3.4	Cross-Media-Ownership-Verflechtungen zwischen Fernsehveranstaltern und Internet-Dienste-Anbietern	337
3.4.1	Zur zunehmenden Bedeutung des Internets für den Medienbereich	337
3.4.2	Die Relevanz der Cross-Media-Ownership-Problematik bei Internet-Diensten	338
3.4.3	Zur inter- und intramediären Wettbewerbssituation bei Internet-Diensten	343
3.4.4	Bewertung	345
Kapitel III		
Anwendung der §§ 26 bis 32 RStV		
1 Verfahren im Berichtszeitraum		
1.1	Verfahren der KEK seit dem 1. Januar 1997	347
1.2	Verfahrensfragen	351
1.2.1	Konzentrationsrechtliche Aufgabe der KEK	351
1.2.2	Stellung der KEK	352
1.2.2.1	Stellung der KEK gegenüber den Landesmedienanstalten	352
1.2.2.2	Stellung der KEK gegenüber Dritten	353
1.2.2.3	Verfahrensherrschaft	353
1.2.2.3.1	Aktenvorlage	354
1.2.2.3.2	Auskunftsersuchen	355
1.2.2.3.3	Reformbedarf	355
1.2.2.4	Zusätzliche Informationsmöglichkeiten	356
1.2.2.4.1	Publizitätspflichten	356
1.2.2.4.2	Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen; internationaler Informationsaustausch	356
1.2.3	Verhältnis zur KDLM	357
1.2.4	Eigenständige Tätigkeit, Ermittlung der Zuschaueranteile insbesondere ..	358
1.2.5	Verfahren im Übrigen	359
1.2.5.1	Rechtsgrundlagen	359
1.2.5.2	Besetzung	359
2 Schwerpunkte der Anwendungspraxis und Änderungsbedarf		
2.1	§ 26 RStV: Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen	359
2.1.1	Anwendungspraxis beim § 26 Abs. 1 und 2 RStV	359
2.1.1.1	Zusammenschluss von CLT und UFA KG (Az.: KEK 008 – 012)	360
2.1.1.2	PREMIERE Medien GmbH & Co. KG (Az.: KEK 047)	360
2.1.1.3	ProSieben Media AG (Az.: KEK 007/029)	361

2.1.1.4	RTL Television GmbH (Az.: KEK 040)	361
2.1.2	Zusammenhang mit vielfaltsichernden Maßnahmen nach § 26 Abs. 5 RStV	363
2.2	§ 26 Abs. 5 i. V. m. § 31 RStV: Sendezeit für unabhängige Dritte	363
2.2.1	Anwendungspraxis	364
2.2.2	Benehmensherstellung gemäß § 36 Abs. 2 Satz 2 RStV	364
2.2.3	Verteilung der Sendezeiten	365
2.2.4	Tausch der Sendeplätze	366
2.2.5	Aussagen zur verfassungsrechtlichen Tragweite der Drittsendezeitbestimmungen	366
2.2.6	Drittsendezeitrichtlinie	368
2.2.7	Fazit	368
2.3	Bestimmung der Zuschaueranteile, § 27 RStV	368
2.3.1	Erfasste Programme	369
2.3.2	Referenzperiode	371
2.3.3	Das derzeitige Verfahren der Zuschaueranteilsermittlung	372
2.3.4	Praktische Schwierigkeiten der bislang angewandten Übergangslösung	374
2.3.5	Fazit	375
2.4	Zurechnung von Programmen, § 28 RStV	375
2.4.1	Zurechnung nach § 28 Abs. 1 Satz 1 RStV	375
2.4.2	Zurechnung nach § 28 Abs. 1 Satz 2 RStV	375
2.4.3	Zurechnung gem. § 28 Abs. 1 Satz 3 RStV	376
2.4.4	Zurechnung gem. § 28 Abs. 2 RStV	377
2.4.4.1	§ 28 Abs. 2 Satz 2 Ziff. 1 RStV	377
2.4.4.2	§ 28 Abs. 2 Satz 2 Ziff. 2 RStV	377
2.4.4.3	§ 28 Abs. 2 Satz 1 RStV	378
2.4.5	Zurechnung gem. § 28 Abs. 3 RStV	378
2.4.6	Zurechnung gem. § 28 Abs. 4 RStV	378
2.4.7	Fazit	379
2.5	§ 29 RStV: Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen	380
2.5.1	Reichweite der Anmeldepflicht	380
2.5.1.1	Anmeldepflicht auch bei Veränderung mittelbarer Beteiligungen	380
2.5.1.2	Konzerninterne Umstrukturierung	380
2.5.1.3	Aktiengesellschaften	381
2.5.2	Vollzug vor Bestätigung der Unbedenklichkeit	381
2.5.2.1	Unklarheiten der bestehenden Regelung	381
2.5.2.2	Sanktionen	382
2.5.2.3	Die Fragwürdigkeit der bestehenden Regelung	382
2.5.2.4	Vollzugsverbot mit Unwirksamkeitsfolge	382
2.5.2.5	Börsengeschäfte	383
2.5.2.6	Ausländische Gesellschaften	383
2.5.2.7	Fazit	383
Kapitel IV		
Medienkonzentrationskontrolle im internationalen Vergleich		385
1	Zum Sinn und Zweck vergleichender Überlegungen	385
2	Eingrenzungen	386
3	Großbritannien	386

3.1	Der britische Fernsehmarkt	386
3.2	Verfassungsrechtlicher Hintergrund	388
3.3	Institutionelle Grundlagen	389
3.3.1	Die Independent Television Commission (ITC)	389
3.3.2	Office of Telecommunications (OFTEL)	390
3.3.3	Verhältnis zu den Kartellbehörden	390
3.4	Instrumente der Konzentrationskontrolle	390
3.4.1	Historische Entwicklung	390
3.4.2	Allgemeines Antikonzentrationsrecht	391
3.4.2.1	Regulierungsansatz	391
3.4.2.2	Zurechnungsklauseln	391
3.4.2.3	Verfahrens- und Transparenzvorschriften	391
3.4.2.4	Sanktionsmaßnahmen	392
3.4.3	Besonderes Antikonzentrationsrecht	392
3.4.3.1	Beteiligungsbeschränkungen	392
3.4.3.2	Disqualifizierungsvorschriften	392
3.4.3.3	Cross-Media-Ownership-Bestimmungen	393
3.4.3.4	Sonderregelungen für das digitale Fernsehen	394
3.5	Fazit und Perspektiven	395
4	Frankreich	396
4.1	Der französische Fernsehmarkt	396
4.2	Verfassungsrechtlicher Hintergrund	397
4.3	Institutioneller Hintergrund	399
4.3.1	Von der CNCL zum CSA	399
4.3.1.1	Aufbau des CSA	399
4.3.1.2	Verhältnis zu den Kartellbehörden	400
4.4	Instrumente der Konzentrationskontrolle	400
4.4.1	Historische Entwicklung	400
4.4.2	Allgemeines Antikonzentrationsrecht	401
4.4.2.1	Regulierungsansatz	401
4.4.2.2	Zurechnungsklauseln	401
4.4.2.3	Verfahrens- und Transparenzvorschriften	402
4.4.2.4	Sanktionsmöglichkeiten	403
4.4.3	Besonderes Antikonzentrationsrecht	404
4.4.3.1	Horizontale Konzentrationskontrolle	404
4.4.3.2	Vertikale Konzentrationskontrolle	405
4.4.3.3	Cross-Media-Ownership-Bestimmungen	406
4.4.3.4	Digitales Fernsehen	406
4.5	Perspektiven	407
5	Italien	407
5.1	Der italienische Fernsehmarkt	407
5.2	Verfassungsrechtlicher Hintergrund	408
5.3	Institutioneller Hintergrund	409
5.3.1	Vom Garante zur AGCOM	409
5.3.2	Aufbau der AGCOM	410
5.3.3	Aufgaben der Konzentrationsbegrenzung	411
5.3.4	Verhältnis zu den Kartellbehörden	411
5.4	Instrumente der Konzentrationskontrolle	411

5.4.1 Historische Entwicklung	411
5.4.2 Allgemeines Antikonzentrationsrecht	413
5.4.2.1 Regulierungsansatz	413
5.4.2.2 Zurechnungsklauseln	413
5.4.2.3 Verfahrens- und Transparenzvorschriften	414
5.4.2.4 Sanktionsmöglichkeiten	415
5.4.3 Besonderes Antikonzentrationsrecht	415
5.4.3.1 Horizontale Konzentrationskontrolle	415
5.4.3.2 Vertikale Konzentrationskontrolle	416
5.4.3.3 Cross-Media-Ownership-Bestimmungen	417
5.5 Fazit	417
6 USA	417
6.1 Der US-amerikanische Fernsehmarkt	417
6.2 Verfassungsrechtlicher Hintergrund	418
6.3 Institutionelle Grundlagen	420
6.3.1 Organisation und Aufgaben der FCC	420
6.3.2 Verhältnis zu den Kartellbehörden	421
6.4 Instrumente der Konzentrationskontrolle	422
6.4.1 Historische Entwicklung	422
6.4.2 Allgemeines Konzentrationsrecht	423
6.4.2.1 Regulierungsansatz	423
6.4.2.2 Zurechnungsklauseln	423
6.4.2.3 Verfahrens- und Transparenzvorschriften	423
6.4.3 Besonderes Antikonzentrationsrecht	424
6.4.3.1 Horizontale Konzentrationskontrolle	424
6.4.3.2 Vertikale Konzentrationskontrolle	425
6.4.3.3 Cross-Media-Ownership-Bestimmungen	425
6.4.3.4 Sonderregelungen für das digitale Fernsehen	426
6.5 Fazit	427
7 Der Ertrag der rechtsvergleichenden Befunde	427
7.1 Unterschiede und Gemeinsamkeiten	427
7.2 Einschätzungen und Folgerungen für das deutsche Recht	428
Kapitel V	
Schlussfolgerungen	431
Anhang	433
Anhang 1: Gemeinsame Richtlinie der Landesmedienanstalten über die Sendezeit für unabhängige Dritte nach § 31 RStV	433
Anhang 2: Richtlinie nach § 29 Satz 5 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) zur Ausnahme von der Anmeldepflicht bei Veränderung von Beteiligungsverhältnissen	441
Anhang 3: §§ 26 bis 34 RStV	442
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	449
Abkürzungsverzeichnis	453