

Ein Vergleich der Regelungen in Großbritannien und Deutschland

## → Maßnahmen der Vielfaltssicherung im Rundfunk

Von Ulrich Pätzold\* und Horst Röper\*\*

Die Entwicklung des Digitalfernsehens in Europa wird häufig mit der – durchaus umstrittenen – Konvergenzthese verbunden, nach der bestehende Trennungen zwischen Individual- und Massenkommunikation schrittweise aufgehoben würden, die Digitalisierung nicht nur den Transport technisch vereinheitlichter Daten über denselben Datenträger zulassen und zudem der bislang über getrennte Geräte (z.B. Telefon, PC, Radio, Fernseher) realisierte Empfang in einem Multireceiver auf der Basis des Fernsehgeräts bzw. des PC zusammenwachsen. (1) Damit kommen sich auch die Unternehmen aus den betreffenden Branchen näher. Dies gilt gestützt auf gemeinsame Transportinteressen insbesondere für Fernsehveranstalter und Telefonunternehmen.

Neuer Konzentrationsschub in Europas Medienindustrie zu erwarten

Damit wird in Europas Medienindustrie ein weiterer Konzentrationsschub ausgelöst, der weniger vertikale als diagonale Verflechtungen aufweist und in dessen Mittelpunkt jeweils das Digitalfernsehen mit der dafür aufzubauenden Infrastruktur und Beteiligungsinteressen der nationalen Telefongesellschaften stehen. Vergleichbar ist diese Entwicklung mit der früheren Strategie von Elektronikkonzernen zur Diversifikation in die Filmindustrie (2), die vor einigen Jahren wenig erfolgreich verlief, später aber in den Aktivitäten von Softwareproduzenten wie Microsoft Nachahmer fand. Sie findet zu einem Zeitpunkt statt, zu dem die durch die Deregulierung des Rundfunks, vor allem des Fernsehens, in Europa ausgelösten allgemeinen Veränderungen noch keineswegs abgeschlossen sind. Die Politik hat sich bislang schwer getan, geeignete Steuerungsinstrumente und Ordnungsrahmen zu erarbeiten, sie agierte nicht, sondern reagierte lediglich auf erkennbare bzw. bereits eingetretene Entwicklungen der Medienindustrie. In Deutschland wurde mit der Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags und der Einführung des Zuschaueranteilmodells 1996 die bis dahin eingetretene faktische Aufteilung des privaten Fernsehsektors auf zwei große Anbietergruppen vom Gesetzgeber nur noch „abgesegnet“. Ob das neu geschaffene Kontrollorgan der Landesmedienanstalten, die KEK, weiteren Konzentrationsschüben wird entgegenzutreten können, ist fraglich. (3)

Auch in Großbritannien wird der Rundfunk nicht allein dem Markt überlassen

Manche, die unter Deregulierung ausschließlich Marktöffnung verstanden, haben gerne auf das Beispiel Großbritannien verwiesen. (4) Tatsächlich

wurde das britische Regelwerk für den Rundfunk vor allem in der Ära Thatcher gründlich verändert. Der Staat bzw. die Politik kontrolliert die Rundfunkbetreiber nicht mehr unmittelbar. Wer allerdings glaubt, in Großbritannien bestimme nun allein der Markt über die Entwicklung des Rundfunks, der irrt (vgl. dazu auch den Beitrag von Jeanette Steemers in diesem Heft). Schon allein der Umfang der geltenden Regelungen, zusammengefaßt im Broadcasting Act von 1990, der 1996 novelliert wurde (5), sollte stutzig machen: 500 Seiten umfaßt dieses stattliche Werk – das Ergebnis der britischen Deregulierung. Der folgende Beitrag vergleicht die Regelungen zur Vielfaltssicherung in Deutschland und Großbritannien und zeigt erhebliche Unterschiede auf. (6)

### Bedingungen eines rundfunkpolitischen Vergleichs zwischen Großbritannien und Deutschland

Ein rundfunkpolitischer Vergleich der beiden Länder ist in mancher Beziehung problematisch. In Großbritannien ist entsprechend der zentralistischen Ordnung der Maßstab für die gesetzliche Regulative der nationale Markt. Zuständig ist das nationale Parlament. Der deutsche Föderalismus ist den Briten fremd. Insofern ist bereits der nationale Markt des Rundfunks in Großbritannien anders strukturiert als der deutsche. Marktprobleme werden in den beiden Ländern folglich unterschiedlich wahrgenommen und gewichtet, so daß Verfahren und Ergebnisse der vielfaltsichernden Maßnahmen zunächst im Kontext der unterschiedlichen politischen Strukturen sowie der unterschiedlichen Medienlandschaften gesehen werden müssen. Die für die Betrachtung wesentlichen Gesetzesgrundlagen sind in Deutschland der Rundfunkstaatsvertrag der Länder und in Großbritannien der Broadcasting Act.

Trotz aller Unterschiede ist das Verfahren sinnvoll, zumal es exemplifiziert wird an zwei nationalen Medienmärkten, die eine Vielzahl von Berührungspunkten aufweisen. Der Aufbau und die Entwicklung des Rundfunks in der Bundesrepublik nach dem zweiten Weltkrieg ist nur vor dem Hintergrund des Einflusses und der Vorbildfunktion des britischen Rundfunks verständlich. (7) Bereits in den 50er Jahren hat sich in Großbritannien eine Art dualer Rundfunkordnung herausgebildet, ein Nebeneinander von öffentlich-rechtlicher BBC und privater werbefinanzierter ITV, bei dem allerdings auch der private Rundfunk einem wohldefinierten Public-service-Auftrag unterlag. Erste Versuche, dieses „sogenannte komfortable Duopol“ von ITV und BBC, und damit den Konsens über die Grundlinien des Public-service-Rundfunks aufzubrechen, gab es 1982 mit dem Start von Channel 4, der sich als erster „Publisher broadcaster“ etablierte, also keine eigenen Produktionskapazitäten vorhielt, sondern nahezu alle Programme bei unabhängigen Produzenten in Auftrag gab. Dadurch sollte vor allem die einheimische Filmwirtschaft gestärkt werden. Nicht lange danach begann die konservative Regierung unter Margaret Thatcher mit ihrem Versuch, das bis dahin in seinen Grund-

Politische Strukturen und Mediensysteme erschweren Vergleich der vielfaltsichernden Maßnahmen

Britischer Rundfunk beeinflusste Aufbau des Rundfunks in der BRD

\* Institut für Journalistik, Universität Dortmund.

\*\* Medienwissenschaftler, Geschäftsführer des Formatt-Instituts, Dortmund.

zügen weitgehend unverändert gebliebene britische Rundfunksystem fundamental zu verändern. Dieser Versuch zog sich zwar bis Ende 1990 hin, als der Broadcasting Act verabschiedet wurde, dennoch kann man sagen, daß die wichtigsten Deregulierungsinzente in Großbritannien denen in Deutschland vorangegangen sind. Und nicht zuletzt beeinflußt die europäische Perspektive die Medienpolitik in beiden Ländern in starkem Maße, wie umgekehrt die europäische Medienordnung durch den Einfluß der beiden Länder mitbestimmt wird.

**Studie tauscht Mediensysteme der Staaten aus und hinterfragt Existenzmöglichkeit**

Der Vergleich wurde unter einer einfachen und empirisch zu beantwortenden Frage durchgeführt: Wären die heutigen wirtschaftlichen und institutionellen Strukturen der Medienlandschaften in Deutschland bzw. in Großbritannien möglich, würden dort die Regeln des jeweils anderen Landes gelten? Die Ergebnisse reizen zur Interpretation und zur Diskussion. Dabei sollte berücksichtigt werden, daß nationale Medienentwicklungen und nationales Medienrecht sich gegenseitig bedingen und beeinflussen. Deshalb sollten einzelne Befunde nicht überinterpretiert werden. Im Vordergrund muß das Mediensystem und eine sich darin ausprägende Vielfalt des Angebots insgesamt stehen. Diese publizistische Vielfalt mit differenzierten Angeboten zu ermöglichen, ist in beiden Ländern das Ziel medienrechtlicher Gestaltung.

**Regelungen zur Vielfaltsicherung in Großbritannien: Die Broadcasting Acts von 1990 und 1996**

**Einsetzende Konzentration erforderte Vielfaltsicherung im Broadcasting Act**

Wie viele andere Politikfelder war auch die Rundfunkpolitik in der Ära der Regierung Thatcher zahlreichen Änderungen unterworfen. Ihre Leitlinien folgten den allgemeinen Vorstellungen von Deregulierung und Marktorientierung in jener Zeit. Markantes Ergebnis dieser Politik war die deutliche Programmvermehrung im Rundfunksektor. Die bereits bestehenden Privatanbieter wurden aus der strengen Rundfunkaufsicht entlassen und werden seit dem Broadcasting Act von 1990 nur noch mit leichter Hand („Light touch“) kontrolliert. Die einsetzende Konzentration im Rundfunk durch Zusammenschlüsse von ITV-Gesellschaften untereinander und mit Produktionsunternehmen sowie Verflechtungen zwischen Printmedien und Rundfunkunternehmen (Cross ownership) erforderten aber auch Regelungen zur Vielfaltsicherung. Sie wurden im Broadcasting Act erstmals dezidiert festgelegt.

**Rundfunkrecht läßt Quersubventionen privater Anbieter zu**

Dem Vielfaltpostulat dienen sollten unter anderem Bestimmungen über die Rundfunkgebühr der BBC, die an die Entwicklung des Preisindex im Einzelhandel gekoppelt wurde. Ein sogenanntes Safety net für Channel 4 sah vor, den Qualitätsauftrag von Channel 4 bei unzureichenden Werbeeinnahmen des Senders durch Subventionsverpflichtungen der Channel-3-Gesellschafter (vormals ITV) abzusichern. (8) Damit wurden im Rundfunkrecht erneut Elemente der Quersubventionierung genutzt, die schon zuvor über das Gemeinschaftsprogramm der ITV-Gesellschaften bestanden: Die wirtschaft-

lich starken Regionalunternehmen gaben einen Teil ihrer Einnahmen ab, um mit diesen Mitteln auch in den schwächeren Regionen ein Vollprogramm zu finanzieren.

Die Bewertung des Broadcasting Act von 1990 muß im Zusammenhang mit der internationalen Entwicklung des Medien- und vor allem des Fernsehmarktes gesehen werden: „Die Vorschläge zielten insgesamt darauf ab, den britischen Rundfunkmarkt (weiter) zu liberalisieren und so seine internationale Wettbewerbsfähigkeit zu stärken“. (9) Sie sind als Reaktion auf den internationalen Deregulierungsdruck zu verstehen, der in allen Ländern Westeuropas annähernd zeitgleich zu spüren war.

Der Broadcasting Act 1990 öffnete neue Wege in der Vielfaltsicherung des Hörfunkmarkts. Wie beim Fernsehen wurde für den Hörfunk zunächst eine Beteiligungsbegrenzung der Unternehmen auf ein nationales Programm vorgesehen. Für die lokalen Programme wurde eine großzügige Grenze für den Mehrfachbesitz an bis zu 20 Stationen fixiert. Diese wenig differenzierte Regelung wurde schon 1991 durch ein Punktesystem vertieft, das die technischen Reichweiten der Sender zum Maßstab hatte (vgl. Tabelle 1). Unterschieden wurde nach UKW- und Mittelwellensendern. Einzelne Unternehmen durften mit ihren Sendern maximal einen Anteil von 15 Prozent an der Gesamtpunktzahl des Hörfunkmarktes erreichen. Der Mehrfachbesitz von Lokalsendern aus den beiden Gruppen mit den höchsten technischen Reichweiten wurde zudem begrenzt. Die Höhe des Kapitalanteils an Sendern wird nach einem dreistufigen System berücksichtigt, das analog auch für Fernsehveranstalter gilt. Kapitalanteile von weniger als 20 Prozent wurden nicht bewertet; Anteile zwischen 20 und 50 Prozent werden mit der Hälfte der Punkte berechnet; der Mehrheitsbesitz wird mit voller Punktzahl bewertet.

① **Das britische Punktesystem für den Hörfunk**

Sendegebiet mit Einwohnern *	Punkte	
	UKW	MW
weniger als 400 000	1	0,67
400 000 bis 1 000 000	3	2,00
1 000 000 bis 4 500 000	8	5,33
über 4 500 000	15	10,00
national	25	16,67

\* Technische Senderreichweite.

Quelle: Holznagel/Grünwald (Anm. 4), S. 128.

Die Cross-ownership-Regeln des Broadcasting Act von 1990 waren im internationalen Vergleich rigide. Doch wiesen sie eine – für die Branchenentwicklung in Großbritannien – entscheidende Lücke auf. Die Beziehungen zwischen Kabel- bzw. Satellitenprogrammanbietern und Presseunternehmen blieben unreglementiert. Es fehlte, wie sich bald herausstellte, eine „Lex Murdoch“. Der australische

**Broadcasting Act ist im Zusammenhang des internationalen Wettbewerbs zu bewerten**

**Neue Wege in der Vielfaltsicherung des Hörfunkmarkts**

**Cross-ownership-Regeln zwar vergleichsweise streng, aber mit Lücken – „Lex Murdoch“ fehlt**

Medienmulti Rupert Murdoch hatte mit seiner News Corporation schon damals die Marktführerschaft im britischen Zeitungsmarkt inne. Durch die Fusion seines Senders Sky Television mit dem Satellitensender BSB zu BSkyB (10) verschaffte er sich ein Quasi-Monopol auf dem Teilmarkt der Satellitenprogramme. Während für alle anderen Medienunternehmen die Diversifikation in andere Medienbranchen eng begrenzt war, konnte Murdoch fast ohne Einschränkungen das aufbauen, was das Gesetz eigentlich verhindern sollte, nämlich einen schier unbegrenzt multimedial agierenden Konzern (vgl. dazu den Beitrag von Jonathan Davis u.a. in diesem Heft).

**Novellierter Broadcasting Act 1996 reguliert Fernsehmarkt durch Zuschaueranteile**

Nicht zuletzt diese Lücke führte in den 90er Jahren zu einer langen und intensiven medienpolitischen Debatte, an deren Ende der 1996 verabschiedete novellierte Broadcasting Act stand, der heute noch Gültigkeit hat. (11) Ähnlich wie mit der Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags 1996 in der Bundesrepublik wurde der Wechsel vom Prinzip der Programmanzahlbegrenzung in einer Hand zur Zuschauermarktanteilsobergrenze (Audience share) vollzogen. Die Zuschauergesamtmenge und die Marktanteile werden im Auftrag des Aufsichtsorgans ITC vom Broadcasting Audience Research Board (BARB), der gemeinsamen Zuschauerforschung von BBC und Privatsendern (über die Independent Television Association ITA), gemessen. In Deutschland steht eine entsprechende Entscheidung noch aus: Während Landesmedienanstalten und KEK an einem Bezug der von der GfK im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) gemessenen Daten interessiert sind, sträuben sich die in der AGF vertretenen Privatsender gegen eine solche Verwendung der GfK-Daten.

Mehrfachbesitz und Anteile an mehreren Sendern sind nach dem novellierten Broadcasting Act 1996 zulässig, solange diese Sender insgesamt einen Zuschauermarktanteil von 15 Prozent nicht überschreiten. Maßstab für den Gesamtmarkt sind alle empfangbaren Programme, also BBC 1, BBC 2 und Channel 4 sowie die fremdsprachigen Programme. Die Kapitalanteile an Sendern werden nach dem schon im ersten Broadcasting Act eingeführten Punkteverfahren berücksichtigt.

**Digitaler Rundfunk im Regelwerk einbezogen**

In die Marktanteilsbegrenzungen sind auch die Kabel- und Satellitenprogramme einbezogen worden. Früher als in Deutschland wurden die Weichen für die Einbeziehung des digitalen Rundfunks in das Regelwerk gestellt. Die für das Digitalfernsehen gebildeten sechs sogenannten Multiplexe sind zwar noch nicht abschließend gestaltet, aber die Obergrenzen, die angestrebt werden, beziehen die Aktivitäten eines Unternehmens auf dem gesamten Fernsehmarkt ein. (12) Das Betreiben der Multiplexe, also der technischen Plattform für das Digitalfernsehen, ist bereits jetzt limitiert. Ein Unternehmen darf bis zu drei Multiplexe betreiben bzw. mehrheitlich besitzen. Erreicht ein Unter-

nehmen diese Grenze, dann sind Beteiligungen an weiteren Multiplexen begrenzt: beim vierten auf 20 Prozent, beim fünften und sechsten auf 10 Prozent. Zwei Multiplexe sind für die BBC vorgesehen. Die Regelungen sind auch hier eng. Ein Kooperationspartner der BBC muß sich dieses Multiplex vollständig anrechnen lassen, auch wenn sein Anteil begrenzt ist. Im Hörfunk ist mit dem Gesetz fast alles beim Alten geblieben. Das Punktesystem hat seine Gültigkeit behalten und bezieht nun auch neue Digitalprogramme ein.

Weitreichende Veränderungen hat es allerdings bei den Cross-ownership-Bestimmungen gegeben. Sie entsprechen einer deutlichen Deregulierung, die inzwischen von einzelnen Unternehmen mit dem Effekt größerer - nun allerdings zulässiger - Konzentration genutzt worden ist. Limitiert ist der bimediale Besitz im Zeitungs- und im Hörfunk- bzw. Fernsehmarkt nur noch bei Anteilen im Zeitungsmarkt von mehr als 20 Prozent. (13) Verlage mit einem Marktanteil von über 20 Prozent dürfen keine Rundfunkbeteiligungen übernehmen, dürfen umgekehrt auch nicht von Rundfunkunternehmen übernommen werden. Konzernklauseln schließen auch Beteiligungsunternehmen solcher dominanter Verlage ein. Beteiligungen unter 20 Prozent an Rundfunkunternehmen sind allerdings auch dominanten Verlagen nicht untersagt. Die übrigen Verlage sind nur noch den üblichen Marktanteilsbegrenzungen unterworfen, werden also wie jedes andere Unternehmen auch bewertet.

Wegen der Gefahren von regionalen Doppelmonopolen (Presse und Rundfunk) und den daraus resultierenden publizistischen Machtballungen gelten für diese Marktebene maximale Beteiligungshöhen. Bei weitgehend übereinstimmenden Verbreitungsgebieten von Tageszeitungen und Fernsehprogrammen dürfen Verlage mit einem Marktanteil bei der Tagespresse von 20 Prozent und mehr nur bis zu 20 Prozent des Kapitals eines Fernsehanbieters halten. Bei einem Anteil von mehr als 50 Prozent im Zeitungsmarkt ist auch der Kapitalanteil an Lokalfunksendern im selben Gebiet auf 20 Prozent begrenzt, wenn dieser Sender in seinem Marktsegment keine lokale oder regionale Konkurrenz hat. Noch enger sind die Bestimmungen für das digitale Fernsehen. Marktstarke Zeitungsverlage sind von Programmen mit ähnlichen Verbreitungsgebieten wie der der Zeitungen gänzlich ausgeschlossen. Außerhalb des Verbreitungsgebietes ihrer Zeitungen können sie sich allerdings am Rundfunk beteiligen wie andere Unternehmen auch. Diagonale Kapitalverbindungen werden zudem zwischen Fernseh- und Hörfunksendern begrenzt. So dürfen die Unternehmen der nationalen terrestrischen Fernsehsender Channel 3 und Channel 5 keine Mehrheitsbeteiligungen an nationalen Radiosendern halten. Auch in regionalen Märkten gilt dieses Prinzip entsprechend. Die Beteiligungen im Regionalfernsehen und -radio können nicht in einem Unternehmen zusammengefaßt werden, sofern diese beiden Medien kongruente Märkte bedienen.

**Deregulierung bei den Cross-ownership-Bestimmungen**

**Maximale Beteiligungshöhen wegen Gefahren regionaler Doppelmonopole**

**Public-interest-Test als zweites Regulierungsinstrument**

Typisch britisch ist schließlich eine zweite Sicherungsebene, die der Gesetzgeber zum Schutz der Vielfalt aufgebaut hat. Fusionen können von der ITC und der Radio Authority auch dann aufgegriffen, bewertet und untersagt werden, wenn die Obergrenzen in den Märkten nicht erreicht sein sollten. Maßstab für diese Prüfung sollen Gefahren für die Vielfalt über ein erträgliches Maß hinaus sein. Dieser sogenannte Public-interest-Test kann zu einem zweiten Regulierungsinstrument werden, wenn sich die Aufsichtsbehörden künftig den im Einzelfall schwierigen Tatbestandsbewertungen stellen sollten. Sie können dabei nur gegenüber den Rundfunköchtern eines Konzerns Maßnahmen einleiten, nicht aber gegenüber Verlagen. Sie können also Lizenzen verweigern bzw. nicht verlängern, nicht aber das Printgeschäft beeinträchtigen.

**Weitreichendes Regelnetz zur Vielfaltsicherung**

Damit hat der britische Gesetzgeber trotz der ohnehin bereits differenzierten Regelungen ein Sicherheitsnetz zugunsten der Vielfalt gespannt, in dem auch jene Konzentrationsfälle aufgefangen werden können, die sich den spezifischen Regelungen entziehen. Dieses Instrument des Rundfunkrechts könnte insbesondere geeignet sein, auch Veränderungen in neuen Medienbereichen (z. B. Onlinedienste) aufzugreifen.

**Der deutsche Medienmarkt, gemessen am britischen Antikonzentrationsrecht**

In einem ersten Schritt wird nun der deutsche Mediensektor im Lichte des britischen Medienrechts beurteilt, wobei es strukturelle Unterschiede zwischen beiden Ländern zu beachten gilt. Es gibt aber auch Übereinstimmungen, zum Beispiel sind in Deutschland wie in Großbritannien die Printmedien allein den Marktgesetzen unterworfen. Lizenzen für verlegerische Aktivitäten existieren nicht. Neben den generellen Bestimmungen des Wirtschaftsrechts gibt es keine speziellen Regelungen zur Begrenzung der Pressekonzentration. Ferner prägt ein duales Angebot von öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen den Rundfunkmarkt. Dabei sind die Rundfunkprogramme jeweils auf unterschiedliche Märkte ausgerichtet. Neben nationalen oder landesweiten Programmen gibt es auch regionale oder lokale Programme.

**Britischer und deutscher Zeitungsmarkt ohne fixe Beteiligungsobergrenze**

Der britische Gesetzgeber hat auf die Fixierung einer Beteiligungsobergrenze gemessen am Marktanteil im Zeitungsmarkt ebenso verzichtet wie der deutsche Gesetzgeber. Die Konzentrationswerte sind in beiden Ländern etwa gleich hoch, wenngleich Unterschiede vor allem in der Ausgestaltung der Märkte für Besonderheiten sorgen.

**Nach britischen Regeln verfügt Springer-Konzern über 85,5 % Marktanteil an überregionalen Zeitungen – weit mehr als Murdoch**

Auf dem britischen Zeitungsmarkt haben – anders als in Deutschland, wo die regionalen und lokalen Abonnementzeitungen das Rückgrat des Marktes bilden – die nationalen Titel eine besonders hohe Relevanz. Auf sie beschränken sich in der Regel die Messungen für intermediale Konzentrationsprüfungen. Allerdings wird bei den Cross-ownership-Regeln nach nationalem und nach ein-

zelnen regionalen Märkten unterschieden, ein Ansatz, der in Deutschland unberücksichtigt blieb. Bei den Titeln mit überregionaler Verbreitung wird in Großbritannien nicht zwischen Abonnement- und Einzelverkaufszeitungen (Boulevard) oder zwischen Tages- und Sonntagszeitungen unterschieden. Faßte man die überregionalen Titel in Deutschland nach den britischen Kriterien zusammen, wäre die Dominanz des deutschen Marktführers, der Axel Springer-Verlags AG, mit einem so errechneten Marktanteil von 85,5 Prozent ungleich größer als jene des britischen Marktführers, des Murdoch-Konzerns News International, der einen Anteil von 37 Prozent erreicht (vgl. Tabelle 2). (14)

**② Überregionale Zeitungen in Deutschland**

Verlag/Titel	Auflage	Marktanteil <sup>1)</sup> in %
Springer		
Bild	4 412 172	50,4
Die Welt	216 800	2,5
Bild am Sonntag	2 476 028	28,3
Welt am Sonntag	380 938	4,3
Springer gesamt	7 485 938	85,5
Süddeutsche Zeitung	404 500	4,6
Frankfurter Allgemeine Zeitung	400 400	4,6
Frankfurter Rundschau	188 350	2,2
die tageszeitung	62 164	0,7
Neues Deutschland	70 082	0,8
Junge Welt <sup>2)</sup>	20 000	0,2
Handelsblatt	127 630	1,5
Gesamt	8 759 064	100,0

1) Marktanteile ohne Gewichtung nach Erscheinungsweise.

2) Keine iww-Auflage vorhanden.

Quelle: iww, verkaufte Auflage im 1. Quartal 1997.

Aber auch nach der hierzulande üblichen Methode, also unter Einbeziehung der lokalen und regionalen Zeitungen, aber unter Ausschluß der Sonntagszeitungen, ist der Springer-Konzern Marktführer im deutschen Zeitungsmarkt, jedoch mit einem erheblich geringeren Marktanteil (23,7 % im 1. Quartal 1997) als nach dem Maßstab des britischen Rechts (vgl. Tabelle 3). (15)

Innerhalb des deutschen Tageszeitungsmarktes ändert sich also auch nach britischen Kriterien nichts Grundsätzliches. Im Zusammenhang mit den Cross-ownership-Regelungen spielen die spezifischen Marktstrukturen jedoch eine wesentliche Rolle, auf die später eingegangen wird.

Der deutsche Hörfunkmarkt ist im wesentlichen durch bundeslandweite regionale Programme geprägt. In manchen Bundesländern existieren zudem Lokalprogramme, darüber hinaus gibt es auch länderübergreifende Programme öffentlich-rechtlicher Mehrländerrundfunkanstalten. Der britische Hörfunkmarkt ist ähnlich strukturiert. Doch

**Der deutsche Hörfunkmarkt gemessen nach britischem Punktesystem**

③ **Konzentrationsgrad des deutschen Tageszeitungsmarktes**  
in %

Verlagsgruppe	1997	1995	1993	1991	1989
Tageszeitungen gesamt					
1. Axel Springer-Verlag AG	23,7	23,3	22,8	23,9	26,7
2. Verlagsgruppe WAZ, Essen	5,9	5,5	5,6	5,0	6,0
3. Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/ Die Rheinpfalz/Südwest Presse, Ulm	5,0	5,0	5,2	5,0	3,2
4. Verlagsgruppe DuMont-Schauberg, Köln	4,0	4,4	4,5	4,5	3,3
5. Gruner + Jahr, Hamburg	3,4	3,6	3,8	3,2	-
Marktanteil der fünf größten Verlagsgruppen	42,0	41,8	41,9	41,6	42,8
6. Süddeutsche Zeitung/Friedmann Erben, München	3,2	3,2	3,3	3,2	3,6
7. Frankfurter Allgemeine Zeitung	3,0	2,9	3,1	3,2	2,4
8. Ippen	2,7	2,7	2,7	2,4	3,0
9. Holtzbrinck, Stuttgart	2,5	2,5	2,5	-	-
10. Madsack/Gerstenberg, Hannover	2,3	2,5	2,1	2,2	1,9
Marktanteil der zehn größten Verlagsgruppen	55,7	55,7	55,6	54,4	54,8

Quelle: Röper (Anm. 15), S. 368.

anders als in Deutschland, wo für den Hörfunk keine allgemein gültigen Beteiligungsobergrenzen festgelegt wurden, hat dort der Gesetzgeber für die Konzentrationskontrolle die oben beschriebenen Differenzierungen nach Sendegebietern vorgenommen. Anhand dieses britischen Punktesystems (vgl. Tabelle 1) werden im folgenden die deutschen Anbieterstrukturen bewertet. Dazu mußten die einzelnen Sender den Hörfunkunternehmen zugeordnet werden, wobei jeweils der Kapitalanteil am Sender maßgeblich ist.

änderungen nötig, berücksichtigte man die Bestimmungen über Parallelbeteiligungen bzw. zum Cross ownership.

Weniger kompliziert ist die Übertragung der britischen Konzentrationsregeln auf den deutschen Fernsehmarkt, da in beiden Ländern inzwischen das Marktanteilsmodell benutzt wird. Im britischen Modell werden die Zuschaueranteile aller emp-

**Konzentrationsregeln in beiden Fernsehmärkten nach Marktanteilsmodell**

**Formatt-Datenbank enthält Medienbeteiligungsstrukturen**

Da selbst die Landesmedienanstalten keine vollständige Transparenz über die Beteiligungsstrukturen herstellen konnten, mußten die Lücken über die Formatt-Mediendatenbank, in der Beteiligungsstrukturen von Medienunternehmen erfaßt sind, geschlossen werden. Insofern erhebt der folgende Überblick keinen Anspruch auf Vollständigkeit (vgl. Tabelle 4).

**Horizontale Konzentration im deutschen Hörfunkmarkt unbedenklich – Cross ownership nicht**

Nach dem britischen Punktesystem für den Hörfunk ergibt sich für den deutschen Hörfunkmarkt mit Stand von Ende 1996 eine Gesamtsumme von 1 555 Punkten. (16) Die unvermeidlichen Unschärfen sind tolerabel, so lange kein einzelnes Unternehmen in die Nähe der Obergrenze gelangt, die in Großbritannien mit 15 Prozent der Gesamtpunktzahl festgelegt wurde. In Deutschland entspräche das also einer maximal zulässigen Punktzahl von 233 für einen Sender. Gemessen am britischen Maßstab ist die horizontale Konzentration im deutschen Hörfunkmarkt unbedenklich, denn nach der Fusion von CLT und Ufa ist das neue Unternehmen zwar bedeutendster Anteilseigner in Deutschland, bleibt mit 78 Punkten aber weit unter der zulässigen Höchstgrenze. Trotz dieser geringen Konzentrationswerte wären aber auch im Hörfunk nach britischem Recht zahlreiche Ver-

⑤ **Maßgebliche TV-Konzerne und ihre Beteiligungen in Deutschland**

Zuschauer ab 3 Jahre, Mo-So, 3.00-3.00 Uhr;  
Berechnungen nach britischen Konzentrationsregeln

TV-Konzern/ Programm	Kapitalanteil gesamt	Zuschauer- anteil	anzurechnender Zuschaueranteil
Kirch 1)			
SAT.1 (43 % + 16 %)	59	13,2	13,2
DSF 2)	50	1,1	0,6
PRO SIEBEN 3)	60	9,5	9,5
Kabel 1 3)	60	3,6	3,6
tv München	40	-	-
tv Berlin	100	-	-
Kirch gesamt	-	-	26,9
Springer			
SAT.1	40	13,2	6,6
tv Hamburg	24	-	-
Springer gesamt	-	-	6,6
CLT-Ufa			
RTL	100	17,0	17,0
RTL 2	33,5	4,5	2,3
Super RTL	50	2,1	1,1
VOX	24,9	3,0	1,5
DSF 2)	50	1,1	0,6
CLT-Ufa gesamt	-	-	22,5

1) Zusammengefaßt werden die Anteile von Leo Kirch und seinem Sohn Thomas.  
2) Hier wird die angekündigte Aufteilung der Anteile zwischen Kirch (50 %) und CLT-Ufa (50 %) als vollzogen angenommen.  
3) Bei der PRO SIEBEN Media AG werden die Anteile an den stimmberechtigten Stammaktien zum Maß genommen. Davon hält Thomas Kirch 60 %. Der Sender Kabel 1 gehört vollständig zur PRO SIEBEN Media AG.

Quelle für den Zuschaueranteil: GRK-Fernsehforschung.

## ④ Relevante Hörfunkunternehmen und ihre Sender in Deutschland

Berechnungen nach britischem Punktesystem

Medienunternehmen/Sender	Punkte	Kapitalanteil	angerechnete Punkte	Medienunternehmen/Sender	Punkte	Kapitalanteil	angerechnete Punkte
<b>Holtzbrinck-Gruppe</b>				<b>WAZ-Konzern</b>			
Antenne Sachsen (Dresden)	8	43	4	radio NRW (Oberhausen)	15	12	-
Radio Brocken (Halle/Saale)	8	24	4	NRW-Lokalfunk Kateg	17	-	13
Antenne Thüringen (Weimar)	8	15	-	NRW-Lokalfunk Kateg	6	-	4,5
Antenne MV (Plate)	8	19	-	WAZ-Konzern gesamt	-	-	17,5
Antenne Niedersachsen (Kleve)	15	22	7,5	<b>Burda</b>			
BB Radio (Potsdam)	15	24,9	7,5	Antenne Bayern (München/Unterföhring)	15	16	-
Radio Gong 96,3 (München)	15	10	-	Hit Radio FFH (Frankfurt)	15	3	-
Radio 7 (Ulm)	8	10	-	BB Radio (Potsdam)	15	25	7,5
Radio Regenbogen (Mannheim)	8	20	4	Klassik Radio (München)	8	26	4
Radio TON (Heilbronn)	3	2	-	Radio Arabella (München)	15	15	-
RPR I (Ludwigshafen)	8	gering	-	Ostseewelle (Rostock)	8	23	4
RPR II (Ludwigshafen)	8	gering	-	Burda gesamt	-	-	15,5
Radio Seefunk (Konstanz)	3	29,5	1,5	<b>Energy-Gruppe</b>			
Holtzbrinck gesamt	-	-	28,5	Radio Sunshine (Schwetzingen)	3	3	-
<b>Springer-Verlag</b>				RNO Rhein-Neckar	3	2	-
Antenne Radio (Stuttgart)	8	16	-	Radio Energy (Berlin)	15	80	15
Hit Radio FFH (Frankfurt)	8	12,2	-	Radio 93,3 (München)	15	40	7,5
RSH (Konzern) <sup>1)</sup> (Kiel)	23,5	31,9	11,8	Radio Energy (Nürnberg)	8	25	4
Radio Hamburg <sup>2)</sup> (Hamburg)	8	35	4	Energy Hamburg 97,1 (Hamburg)	8	25	4
radio NRW (Oberhausen)	15	7	-	Kiss FM (Berlin)	15	25	7,5
Antenne Bayern (München/Unterföhring)	15	16	-	News Talk 93,6 (Berlin)	15	25	7,5
radio ffn (Isenhagen)	15	8	-	OK Radio (Hamburg)	8	45	4
Springer gesamt	-	-	15,8	delta radio (Kiel)	8	14	-
<b>CLT-Ufa</b>				Radio Salü (Saarbrücken)	8	57	8
104,6 RTL (Berlin)	15	100	15	Energy gesamt	-	-	57,5
RTL - Der Oldie Sender (Berlin)	25	100	25	<b>Radio Schleswig-Holstein</b>			
Klassik Radio (Hamburg)	15	55	15	RSH (Kiel)	8	100	8
Klassik Radio (München)	8	49	4	NordOstseeRadio (Kiel)	8	24,9	4
radio NRW (Oberhausen)	15	16	-	delta radio (Kiel)	8	9	-
Antenne Bayern (München/Unterföhring)	15	16	-	Radio PSR (Leipzig)	8	29,7	4
Berliner-Rundfunk 91,4 (Berlin)	15	35	7,5	Antenne MV (Plate)	8	8	-
Radio Hamburg (Hamburg)	8	29,2	4	radio SAW (Magdeburg)	8	10	-
News Talk 93,6 (Berlin)	15	40	7,5	94,3 rs.2 (Berlin)	15	44,5	7,5
CLT-Ufa gesamt	-	-	78	Radio Schleswig-Holstein gesamt	-	-	24

1) Direkte Beteiligung: 17,2 % plus indirekte Beteiligungen anteilig: 14,7 %.

2) Die indirekten Beteiligungen über RSH bleiben durchgerechnet unter 20 % und sind demnach ohne Relevanz.

Quelle: Formatt.

fangbaren Sender berücksichtigt, also auch der Satelliten- und der öffentlich-rechtlichen Programme. Bei Mehrheitsbeteiligungen wird der volle Marktanteil angerechnet, bei Beteiligungen zwischen 20 und 50 Prozent der halbe Anteil. Beteiligungen unter 20 Prozent bleiben auch beim Fernsehen unberücksichtigt.

Die vergleichbaren Bestimmungen in Deutschland erscheinen zunächst schärfer. Denn hierzulande werden bereits Beteiligungen ab 25 Prozent mit ihrem vollen Marktanteil zugerechnet. Allerdings ist dafür die Obergrenze für den noch zulässigen Zuschauermarktanteil in Großbritannien mit 15 Prozent bedeutend niedriger als die Regelung des Rundfunkstaatsvertrages, nach der eine marktbeherrschende Stellung erst bei einem Anteil von 30 Prozent vermutet wird. Tabelle 5 berücksichtigt die Kapitalstrukturen bis zum Stichtag

15. August 1997, nicht aber die Entwicklungen des digitalen Fernsehens im vorigen Jahr einschließlich der gestoppten Fusion im Pay-TV-Bereich sowie beim Deutschen Sportfernsehen.

Offensichtlich sind die Strukturen im deutschen Fernsehmarkt gleich in mehrfacher Hinsicht mit dem britischen Recht unvereinbar. Das britische Verbot von mehrfachem Besitz an nationalen, terrestrisch ausgestrahlten Programmen hätte für die deutsche Medienindustrie weitreichende Folgen. Die beiden Marktführer Kirch und Bertelsmann bzw. CLT-Ufa müßten sich von mehreren Sendern trennen, um dieser Bestimmung zu genügen. Selbst kleine Unternehmen wie Tele-München

**Kirch und Bertelsmann müßten nach britischem Recht Sender abgeben**

wären von dieser Einschränkung betroffen, da Tele-München relevante Anteile an den Sendern im3 (100 %) und RTL 2 (32,2 %) besitzt.

**Britisches Medienrecht erheblich schärfer**

Gravierender noch wären die Auswirkungen der Marktanteilsbegrenzung auf maximal 15 Prozent. Kirch und Bertelsmann/CLT überschreiten diese Schwelle bei weitem. Der Rückzug der Konzerne auf ihre jeweiligen Hauptprogramme SAT.1 und RTL wäre dann unumgänglich. Um wieviel schärfer die britischen Bestimmungen sind, zeigt sich an diesem Beispiel deutlich. Das gilt auch dann noch, wenn man die zusätzlichen deutschen Auflagen der Vielfaltsicherung berücksichtigt, wonach Programme mit einem Marktanteil ab 10 Prozent Sendezeit an sogenannte unabhängige Dritte abgeben müssen.

**Cross-ownership-Regeln in Großbritannien sichern Vielfalt**

Anders als in Deutschland haben Cross-ownership-Regelungen in Großbritannien eine lange Tradition. Dort werden sie als wesentliches Instrument der publizistischen Vielfaltsicherung verstanden und waren in dieser Bedeutung politisch nicht umstritten. Das britische Regelwerk berücksichtigt dabei nicht nur die Medientypen Zeitungen, Hörfunk und Fernsehen, sondern unterscheidet die Anbieterstellung auch nach den jeweiligen Märkten. Ein bedeutendes Defizit stellt allerdings der Verzicht dar, auch Zeitschriftenverlage in diese Betrachtung einzubeziehen.

**Deutsche Cross-ownership-Bestimmungen an Fernsehmarkt gebunden**

In der Bundesrepublik sind Bestimmungen zum Cross ownership allein an den Fernsehmarkt gekoppelt. Er ist Bezugspunkt für intermediale Konzentrationsbegrenzungen. Erst wenn ein Unternehmen im Fernsehmarkt in die Nähe der Obergrenze von 30 Prozent kommt, sollen die Kontrollorgane auch den „medienrelevanten verwandten Markt“ (RfStV 26 I) berücksichtigen. Dies muß zwangsläufig zu Unternehmensstrukturen führen, wie sie nach britischem Recht in weiten Teilen nicht möglich wären.

**Springer-Verlag müßte nach britischen Kriterien SAT.1-Anteile reduzieren**

Hart betroffen wäre beispielsweise der Springer-Verlag. Mit seinen überregionalen Titeln erreicht er, wie erwähnt, nach britischen Kriterien 85,5 Prozent des nationalen Zeitungsmarktes. Seine Beteiligung am nationalen Fernsehsender SAT.1 in Höhe von 40 Prozent müßte daher um die Hälfte reduziert werden. Außerdem wäre der Verlag, wie viele regionale Zeitungsverlage und Verlagsgruppen auch, von den Begrenzungen für marktstarke Regionalverlage betroffen: in den beiden Stadtstaaten Berlin und Hamburg, in den Regionen Kiel, Lübeck, Leipzig und Rostock.

**Deutsche Medienstrukturen gewähren nach britischem Recht keine Pluralität**

In der Studie der Verfasser für die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages wurden mit dem Instrumentarium des britischem Rechts die Medienverhältnisse sämtlicher Bundesländer vermessen, um detailliert aufzuzeigen, welche Einschränkungen die dominierenden Medienunternehmen hinnehmen müßten, gälten in Deutschland

die vielfaltsichernden Bestimmungen des britischen Rechts. Der hohe Grad der Monopolisierung in der lokalen Tagespresse, der inzwischen mehr als die Hälfte der Kreise und kreisfreien Städte umfaßt, sowie parallel die Beteiligungen fast aller Zeitungsverlage an Hörfunksendern zeigt die Dimension des Problems. (17) Da zudem fast alle diese Beteiligungen an Hörfunksendern im jeweiligen Verbreitungsgebiet der Zeitungen bzw. in sich überschneidenden Verbreitungsgebieten bestehen (18), wären erhebliche Veränderungen zu vollziehen. Mit anderen Worten: Die in Deutschland ökonomisch gewachsenen Medienstrukturen sind in weiten Teilen nicht vereinbar mit den britischen Grundsätzen der Gewährleistung von Pluralität im Mediensystem.

Nach dieser Feststellung wird der Umkehrschluß der Ergebnisse nicht überraschen: Nach deutschem Medienrecht gibt es in der britischen Medienindustrie keine Konzentrationsprobleme, so daß es sich erübrigt, eine analoge Modellrechnung darzustellen. Auch dieser Befund macht deutlich, daß die Vielfaltsicherung im britischen Medienrecht eine wesentlich ausgeprägtere Rolle spielt als im deutschen.

**Fazit**

Anfang der 80er Jahre galt Großbritannien den Befürwortern des Privatrundfunks in der Bundesrepublik als Vorbild. Das damalige private ITV-Programm war für sie Beispiel für die Qualität im Privatfernsehen und zwar trotz - so der damalige Blickwinkel - reiner Werbefinanzierung und den damit verbundenen Gefahren, die von den Gegnern des Privatrundfunks betont wurden. Deregulierung hieß das Zauberwort, mit dem der Markt für private Programme geöffnet werden sollte, um nach britischem Vorbild ein duales Angebotsystem von öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen zu schaffen. Übersehen wurde dabei allerdings, daß sich die regionalen ITV-Sender ihre vergleichsweise hohe Programmqualität, die ihnen durch strenge Auflagen von der Rundfunkaufsicht auch vorgeschrieben war, deshalb wirtschaftlich leisten konnten, weil sie in ihren jeweiligen Sendegebieten über ein Werbemonopol und damit über genügend Finanzmittel verfügten. Konkurrenz fand auf der publizistischen und nicht auf der ökonomischen Ebene statt.

Heute ist das Bild ganz anders: Es sind die Kritiker der Privatrundfunkentwicklung und der mit dieser Entwicklung verbundenen multimedialen Konzentration hierzulande, die auf das Beispiel Großbritannien verweisen, während die Befürworter heute von diesem Beispiel kaum noch Kenntnis nehmen. Aufbauend auf den frühen Erfahrungen haben die Briten ihr Medienrecht zwar in Etappen dereguliert im Sinne der Schaffung größerer Freiräume für die Medienindustrie, gleichzeitig den neuen Freiraum aber mit dichtem Zaun eingegrenzt, um den Markt nicht wuchern und speziell die Anbieterkonzentration nicht über das gewollte Maß hinauswachsen zu lassen. Dieser Zaun ist in den 90er Jahren wei-

**Vielfaltsicherung im britischen Medienrecht wesentlich bedeutender**

**Deregulierung sollte in den 80er Jahren zu britischen Privatfunkverhältnissen in Deutschland führen**

**Britische Rundfunkgesetze weisen mehr „Ordnungssinn“ auf als die deutschen**

ter gesteckt worden, der Freiraum für die Medienindustrie wurde vergrößert. Mit einer Vielzahl von Bestimmungen wurde er aber gleichzeitig so dicht angelegt, daß die Grenzen nicht nur deutlich sichtbar blieben. Die beiden Rundfunkgesetze von 1990 und 1996 füllen über 500 Seiten. Die Briten zeigten damit einen „Ordnungssinn“, der sonst eher den Deutschen nachgesagt wird.

**Deutsche Politik nicht an strengeren Konzentrationsregeln interessiert**

In der deutschen Politik allerdings blieb die Zahl der Anhänger strengerer Konzentrationsregeln nach britischem Vorbild bescheiden – und vor allem nicht durchsetzungsfähig. Die Vielfaltsicherung, die lange Jahre in der deutschen Rundfunkpolitik den Kernpunkt aller medienpolitischen Orientierung bildete, geriet sukzessive mit der Suche der Medienindustrie nach neuen Betätigungsfeldern in den Hintergrund.

**Deutsches Medienrecht großzügiger als britisches**

Der hier vorgelegte Vergleich zeigt jedenfalls deutlich, daß das deutsche Medienrecht speziell in puncto Konzentration heute wesentlich großzügiger ist als das britische. Die Deutschen haben die Briten bei der Deregulierung des Medienmarktes also längst überholt, auch wenn sie erst später gestartet sind.

**Schützt Public-interest-Test gegen Konzentration?**

Dies gilt insbesondere für den Gesamtbefund. Abzuwarten bleibt, ob der zweite Zaun, den der britische Gesetzgeber mit dem Public-interest-Test gezogen hat, sich als geeigneter Schutz gegen Konzentrationsentwicklungen in einer sich mit hohem Tempo wandelnden Medienindustrie erweist. Eine solche Generalklausel setzt allerdings das Vertrauen des Gesetzgebers in die Umsetzung, das heißt in die Regulierungsinstanzen, voraus.

**Vielfaltsicherung lokaler und regionaler Medienmärkte in Deutschland mit Lücken behaftet**

Deutlich wird, daß hierzulande vor allem die Cross-ownership-Problematik generell und speziell in lokalen und regionalen Teilmärkten zu wenig Beachtung findet. Das britische Recht könnte hier nach Ansicht der Verfasser durchaus als Modell genutzt werden. Daß gerade in den lokalen und regionalen Medienmärkten, die in der Bundesrepublik fast überall einen noch höheren Verflechtungsgrad – sowohl intramedial als auch intermedial – besitzen als der nationale Markt, die Vielfaltsicherung so eklatante Lücken aufweist, dürfte angesichts der hohen Bedeutung lokaler und regionaler Information für die Mediennutzer eigentlich nicht länger hingenommen werden.

**Umfassende Transparenz bei Angebots-, Anbieterstrukturen und Kontrolle des Marktes erforderlich**

In jedem Fall sollte im ersten Schritt eine alte, gleichwohl aber immer noch nicht beachtete Forderung aufgegriffen werden, die Forderung nach umfassender Transparenz. (19) Dieses Transparenzgebot sollte sowohl für die Angebots- und Anbieterstrukturen im Markt als auch für die Verfahrensschritte der jeweiligen Kontrollinstanzen gelten. Bei den Briten ist diese Transparenz der Verfahren gegeben. So wird im Rahmen des Public-interest-Tests beispielsweise die Öffentlichkeit aufgefordert, Stellungnahmen abzugeben. Dies setzt logischerweise eine umfassende Information der Öffentlichkeit über das Prüfobjekt voraus.

Auch in einem letzten Punkt scheinen die Briten zukunftsorientierter zu sein als die deutschen Gesetzgeber und Aufsichtsorgane. Für die Bewertung einer Medienbranche, die auf Seiten der Anbieter immer stärker zusammenwächst zu umfassenden Medienkonzernen (20) und eine Angebotsstruktur entwickelt, die immer weniger mit den klassischen Definitionen der Medientypologie zu vermessen ist (Fax-Zeitungen; schriftliche Datenübertragung parallel zur Ausstrahlung von Hörfunkprogrammen; Internetangebote mit Bewegtbildern von Verlagen oder Textangeboten von Rundfunkunternehmen etc.), benötigt man einen ganzheitlichen, einen multimedialen über monomediale Teilmärkte hinausgehenden Gesamtmaßstab. (21) Die Briten arbeiten an einem Modell, das die Anteile einzelner Medienmärkte so meßbar macht, daß die Ergebnisse mit Messungen in anderen Medienmärkten zusammengeführt werden können und eine Gesamtbeurteilung möglich wird. Damit ließe sich letztlich auch unter publizistischen Aspekten das Beeinflussungspotential einzelner Medienkonzerne realistischer bestimmen.

**Briten arbeiten an Modell, das die Anteile aus einzelnen Medienmärkten zusammenführt**

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Stipp, Horst: Wird der Computer die traditionellen Medien ersetzen? Wechselwirkungen zwischen Computer und Fernsehnutzung am Beispiel USA. In: Media Perspektiven 2/1998, S. 76-82.
- 2) So kaufte beispielsweise die Sony Corporation das Studio Columbia TriStar; Matsushita beteiligte sich an MCA Universal.
- 3) Vgl. Dörr, Dieter: Die KEK – ein taugliches Instrument zur Bekämpfung der Medienkonzentration? Versuche einer ersten Bilanz der Arbeit der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich. In: Media Perspektiven 2/1998, S. 54-60.
- 4) Vgl. dazu Holznagel, Bernd/Andreas Grünwald: Britisches Medienkonzentrationsrecht im Wandel. In: Stock, Martin/Horst Röper/Bernd Holznagel: Medienmarkt und Meinungsmacht. Zur Neuregelung der Konzentrationskontrolle in Deutschland und Großbritannien. Berlin/Heidelberg/New York 1997, S. 109-156.
- 5) Vgl. hierzu auch Doyle, Gillian: Debatte um Medienverflechtungen in Großbritannien. Konzentrationsregeln im Konflikt mit wirtschaftlichen Interessen. In: Media Perspektiven 3/1995, S. 141-148; Libertus, Michael: Zum Stand der Rundfunkgesetzgebung in Großbritannien. In: ZUM 2/1997, S. 101-106.
- 6) Der Beitrag entspricht in wesentlichen Teilen einem Gutachten, das die Autoren im Auftrag der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“ erstellt haben. Darin werden die Wirkungen der vielfaltsichernden Maßnahmen auf die Medienwirtschaft in Großbritannien und in Deutschland vergleichend gegenübergestellt. Vgl. Pätzold, Ulrich/Horst Röper: Vielfaltsichernde Maßnahmen im Rundfunk. Dortmund 1997, unveröffentlichtes Manuskript.
- 7) Vgl. dazu Bausch, Hans: Rundfunkpolitik nach 1945. Erster Teil. München 1980, hier S. 17ff.
- 8) Faktisch verlief die Entwicklung aber so, daß der wirtschaftlich unerwartet erfolgreiche Channel 4 aufgrund der im Broadcasting Act vorgeschriebenen Finanzierungsmodalitäten bis 1998 sogar einen Teil seiner Werbeerlöse an die ITV-Sender abgeben mußte; vgl. dazu den Beitrag von Jeanette Steeners in diesem Heft.
- 9) Holznagel/Grünwald (Anm. 4), S. 123.
- 10) Die Aufsichtsbehörde IBA hatte die Lizenz für Satellitenprogramme zwar an die British Satellite Broadcasting Holding Ltd. vergeben, doch sorgte ein Unternehmen unter Führung von Rupert Murdoch mit aus dem Ausland eingestrahlenen Programmen schon bald für Konkurrenz. Diese Konkurrenz bescherte beiden Anbietern in den Folgejahren hohe Verluste. Schließlich setzte sich eine Fusion zur Lösung der betriebswirtschaftlichen Probleme durch. Das Fusionsunternehmen BSkyB erzielt seit Jahren hohe Rendi-

- ten. Vgl. dazu auch Collins, Richard: Das britische Satellitenfernsehen zu Beginn der 90er Jahre. In: *Media Perspektiven* 2/1992, S. 116-225.
- 11) Vgl. dazu u.a. Holznagel/Grünwald (Anm. 4); Henle, Victor: Das neue britische Rundfunkrecht. In *epd medien* 14/1997, S. 4-8 bzw. 15/1997, S. 5-9; Humphreys, Peter: Das Rundfunk-System Großbritanniens. In: Hans-Bredow-Institut: *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen* (in diversen Jahrgangsausgaben fortgeschrieben und aktualisiert); Steemers, Jeanette: *Digitale Medienpolitik in Großbritannien. Digitales terrestrisches Fernsehen: Gesetzentwürfe und Chancen*. In: *Media Perspektiven* 7/1996, S. 402-408; Doyle, Gillian: *Deregulierung für den Multimedia-Markt. Neue Regelungen für Medienkonzentration und digitalen terrestrischen Rundfunk in Großbritannien*. In: *Media Perspektiven* 3/1996, S. 164-170.
  - 12) Unter einem Multiplex wird die gebündelte Übertragungskapazität für jeweils mindestens drei Fernsehkanäle verstanden. Insgesamt sind sechs solcher Multiplexe für Fernsehprogramme vorgesehen, für die - anders als in der Bundesrepublik - eine ausreichende Zahl von unbelegten terrestrischen Frequenzen zur Verfügung steht.
  - 13) Den nationalen Markt der Tageszeitungen bilden nach britischem Verständnis die überregional verbreiteten Tages- und Sonntagszeitungen, unabhängig davon, ob es sich um Kauf- oder Abonnementzeitungen handelt.
  - 14) Der Marktanteil für Murdoch bezieht sich auf das Jahr 1996. Die Konzentrationsraten im Zeitungsmarkt werden jährlich vom Department of National Heritage veröffentlicht.
  - 15) Vgl. Röper, Horst: *Zeitungsmarkt 1997: Leichte Steigerung der Konzentration. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 1997*. In: *Media Perspektiven* 7/1997, S. 367-377, hier S. 368.
  - 16) In der Summe sind auch die öffentlich-rechtlichen Programme berücksichtigt. Ein Einzelnachweis aller Programme mit ihren jeweiligen Punkten würde den Rahmen des Aufsatzes sprengen. Er ist Bestandteil des Gutachtens für die Enquete-Kommission (vgl. Anm. 6).
  - 17) Vgl. Schütz, Walter J.: *Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse. Übersicht über den Stand 1997*. In: *Media Perspektiven* 12/1997, S. 686-694; Röper, Horst: *Formationen deutscher Medienmultis 1996. Unternehmensentwicklung und Strategien der größten deutschen Medienkonzerne*. In *Media Perspektiven* 5/1997, S. 226-255.
  - 18) Nur in sehr wenigen Fällen haben sich Verlage auch an Hörfunksendern entfernt vom Verbreitungsgebiet der eigenen Zeitung engagiert.
  - 19) Vgl. Dörr, Dieter: *Kontrolle braucht Durchsetzungsbefugnisse. Defizite des Verfahrensrechts bei der Medienkonzentrationskontrolle*. In: *Media Perspektiven* 2/1995, S. 42-47.
  - 20) Diese Diversifikationsstrategien haben in der Medienindustrie schon eine gewisse Tradition, sind schon vor Jahren beschrieben und analysiert worden. Vgl. zum Beispiel Pätzold, Ulrich/Horst Röper: *Vom Zeitungsverband zum Medienverbund*. In: *Media Perspektiven* 4/1984, S. 237-246.
  - 21) Vgl. dazu Kiefer, Marie-Luise: *Konzentrationskontrolle: Bemessungskriterien auf dem Prüfstand. Mechanismen der Medienkonzentration ökonomisch betrachtet*. In: *Media Perspektiven* 2/1995, S. 58-68.