

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	13
Abkürzungsverzeichnis.....	15
1 Einleitung	17
1.1 Problemstellung: Definieren einer neuen Leitidee für den öffentlichen Rundfunk im 21. Jahrhundert.....	25
1.2 Fragestellungen, Ziele und Relevanz der Arbeit	27
1.3 Public Value und das Public-Value-Management – eine begriffliche Klärung .	32
1.3.1 Public-Value-Konzepte im wissenschaftlichen Diskurs	40
1.3.2 Public Value und der öffentliche Rundfunk.....	45
1.4 Quellenlage und Forschungsstand.....	50
1.5 Aufbau und Auswahl der Fallstudien	55
2 Theoretische Grundlagen und Methodik.....	63
2.1 Medienpolitik und Medienregulierung.....	66
2.1.1 Funktionen, Instrumente und Bereiche der Medienregulierung.....	75
2.1.2 Regulierung des öffentlichen Rundfunks.....	86
2.2 Regulierungstheoretische Ansätze	89
2.2.1 Interessenorientierte Regulierungstheorien.....	90
2.2.2 Institutionenorientierte Regulierungstheorien.....	92
2.2.3 Ideenorientierte Regulierungstheorien.....	97
2.2.4 Der Stellenwert einer Leitidee zur Erklärung von Rundfunkregulierung.....	99
2.3 Europäisierung als politikwissenschaftliches Forschungskonzept	101
2.4 Methodisches Vorgehen und das komparative Untersuchungsdesign.....	108
2.4.1 Methode des Vergleichs	110
2.4.2 Qualitative Dokumentenanalyse	112
2.4.3 Qualitative Interviews.....	115
3 Der öffentliche Rundfunk im Spannungsfeld zwischen gesetzlichem Auftrag und Beihilferecht	119
3.1 Europarechtliche Vorgaben des Wettbewerbsrechts	120
3.1.1 Das Protokoll über den öffentlichen Rundfunk in den Mitgliedsstaaten.....	124
3.1.2 Rundfunkmitteilungen der Europäischen Kommission	125
3.2 Die Beihilfeverfahren von 1999 bis 2015.....	130

4 Die Anwendung des Public-Value-Tests in ausgewählten Rundfunksystemen der EU	139
4.1 Fallstudien mit einem Beihilfeverfahren und Umsetzung eines Public-Value-Tests	139
4.1.1 Vereinigte Königreich	139
4.1.1.1 Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	142
4.1.1.2 Der Public-Value-Test	147
4.1.1.3 Public Value in der BBC	157
4.1.1.4 Bisherige Entscheidungen	167
4.1.2 Dänemark	177
4.1.2.1 Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	179
4.1.2.2 Der „vaerditest“	185
4.1.2.3 Public Value in der DR und den regionalen TV 2-Gesellschaften	192
4.1.2.4 Bisherige Entscheidungen	194
4.1.3 Deutschland	199
4.1.3.1 Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	203
4.1.3.2 Der Drei-Stufen-Test	207
4.1.3.3 Public Value in ARD, ZDF und DRadio	219
4.1.3.4 Bisherige Entscheidungen	231
4.1.4 Irland	242
4.1.4.1 Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	245
4.1.4.2 Der Public-Value-Test	249
4.1.4.3 Public Value in der RTÉ und TG4	252
4.1.4.4 Bisherige Entscheidungen	256
4.1.5 Flämische Gemeinschaft Belgiens	262
4.1.5.1 Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	263
4.1.5.2 Der Ex-ante-Test	271
4.1.5.3 Public Value in der VRT	276
4.1.5.4 Bisherige Entscheidungen	281
4.1.6 Österreich	285
4.1.6.1 Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	286
4.1.6.2 Die Auftragsprüfung	291
4.1.6.3 Public Value im ORF	298
4.1.6.4 Bisherige Entscheidungen	306

4.1.7	Niederlande.....	318
4.1.7.1	Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	321
4.1.7.2	Der Ex-ante-Test	326
4.1.7.3	Public Value innerhalb der NPO	331
4.1.7.4	Bisherige Entscheidungen	334
4.2	Zwischenfazit	341
4.3	Fallstudie ohne ein Beihilfeverfahren, aber mit Umsetzung des Amsterdam- Tests	342
4.3.1	Schweden.....	342
4.3.1.1	Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	345
4.3.1.2	Förhandsprövning av nya tjänster – Das Im-Voraus-Prüfen neuer Mediendienste	349
4.3.1.3	Public Value in der SVT, SR und UR	353
4.3.1.4	Bisherige Entscheidungen	353
4.4	Fallstudien mit einem Beihilfeverfahren, aber ohne Umsetzung eines Prüf- verfahrens.....	357
4.4.1	Frankreich.....	357
4.4.1.1	Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	360
4.4.1.2	Hintergründe und Ergebnisse der Beihilfeverfahren	368
4.4.1.3	Public Value in der France Télévisions.....	372
4.4.2	Italien.....	375
4.4.2.1	Rechtliche Grundlagen, Rahmenbedingungen und Regulierungsstrukturen	376
4.4.2.2	Das Ex-post-Verfahren.....	385
4.4.2.3	Public Value in der RAI	387
4.5	Zwischenfazit und -ergebnis: Bildung von Ländergruppen.....	390
5	Vergleich der untersuchten Prüfverfahren und gewählten Leistungskriterien.	391
5.1	Befunde aus den Länderstudien	394
5.2	Europäisierung und Domestizierung des öffentlichen Rundfunks	414
5.3	Public Value als eine Leitidee für den öffentlichen Rundfunk in der EU	419
6	Schlussbetrachtung.....	425
6.1	Zusammenfassung.....	425
6.2	Ausblick und offene Forschungsfragen	428
7	Literatur- und Quellenverzeichnis	435
7.1	Dokumente	474
7.2	Liste der interviewten Expertinnen und Experten	505
8	Anhang	507