Stefan Wolf

Wie verzichtbar wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die Digitalisierung?*

Abbildungsverzeichnis 6
Tabellenverzeichnis 6
Abkürzungsverzeichnis 7

1. Einleitung 9
1.1. Problemdarstellung 9
1.2. Ziele und Vorgehensweise 10

2. Marktversagen als Legitimationsgrundlage für den Bestand des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 13
2.1. Marktversagen im analogen Rundfunkmarkt 14
2.1.1. Unteilbarkeiten (Subadditivitäten) 15
2.1.2. Fehlende Ausschließbarkeit vom Konsum 17
2.1.3. Externe Effekte 19
2.1.4. Informationsasymmetrien 20
2.1.5. Intransitive Präferenzen 22
2.2. Marktversagen im digitalen Rundfunkmarkt 25
2.2.1. Unteilbarkeiten (Subadditivitäten) 25
2.2.2. Fehlende Ausschließbarkeit vom Konsum 26
2.2.3. Externe Effekte 27
2.2.4. Informationsasymmetrien 28
2.2.5. Intransitive Präferenzen 28
2.3. Rechtliche Grundlagen, Finanzierung und Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 29
2.4. Zwischenergebnis 33

---

* Überarbeitete Fassung einer im WS 2007/2008 an der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln eingereichten und am Institut für Rundfunkökonomie betreuten Diplomarbeit.

3. Determinanten zur Beeinflussung der Rezipienten-Nachfrage durch öffentlich-rechtliche TV-Anbieter im digitalen Rundfunkmarkt ... 37

3.1. Technische Einflussfaktoren ... 37

3.1.1. Digitale Distribution und Empfangswege ... 38

3.1.2. Digitale Endgeräte und Angebotsmöglichkeiten ... 40

3.2. Gesellschaftspolitische Einflussfaktoren ... 42

3.2.1 Entwicklung gesellschaftspolitischer Wert- und Zielvorstellungen ... 42

3.2.2. Integrationsfunktion und Vollprogramm ... 43

3.2.3. Bedeutung von Medienkompetenz und Jugendmedienschutz ... 45

3.3. Rundfunkpolitische Einflussfaktoren ... 46

3.3.1. Unterstützungsniveau seitens der Rundfunkpolitik ... 46

3.3.2. Politische Willensbildungsprozesse und Organisation der Aufsichtsstrukturen ... 50

3.3.3 Steuern und Subventionen als Lenkungsinstrumente ... 51

3.4. Gesamtwirtschaftliche Einflussfaktoren ... 52

3.4.1. Konkurrenz innerhalb der TV-Branche ... 53

3.4.2. Bedrohung durch neue Konkurrenten ... 54

3.4.3. Konkurrenz um knappe Inputfaktoren ... 55

3.4.4. Verhandlungsmacht der Nachfrager/Rezipienten ... 56

3.4.5. Bedrohung durch Substitutionsprodukte ... 58

3.4.6. Solidität der Finanzsituation ... 59

3.5. Einzelwirtschaftliche Einflussfaktoren ... 60

3.5.1. Angebotspolitik/Produktpolitik ... 61

3.5.2. Kommunikationspolitik ... 70

3.5.3. Distributionspolitik ... 71

3.5.4. Preispolitik ... 72

4. Szenarien der Nachfrage-Steuerung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von der Anbietermacht zur Nachfragermacht ... 73

4.1. Die Nachfragesteuerung im öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopol ... 74

4.1.1. Marktstruktur, Rundfunkgeschichte und Marktakteure ... 74

4.1.2. Analyse des Marktverhaltens in Bezug auf die nachfragerelevanten Determinanten ... 75

4.1.3. Marktergebnis/Zwischenfazit ... 77

4.2. Die Nachfragesteuerung im Rundfunk-Oligopol (Duales System) 78

4.2.1 Marktstruktur, Rundfunkgeschichte und Marktakteure 78

4.2.2. Analyse des Marktverhaltens in Bezug auf die nachfragerelevanten Determinanten 79

4.2.3. Marktergebnis/Zwischenfazit 86

4.3. Die Nachfragesteuerung im nachfrageorientierten digitalen Rundfunkmarkt 87

4.3.1. Marktstruktur, Rundfunkgeschichte und Marktakteure 87

4.3.2. Analyse des Marktverhaltens in Bezug auf die nachfragerelevanten Determinanten 88

4.3.3. Marktergebnis/Zwischenfazit 96

5. Konsequenzen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunkauftrag 99

5.1. Allokative Konsequenzen der Digitalisierung 99

5.2. Distributive Konsequenzen der Digitalisierung 99

5.3. Schlussfolgerungen und Handlungsimplikationen 100

5.3.1. Privatisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems ... 100

5.3.2. Bestandsschutz und Sicherung der Funktionsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Digitalisierung 102

6. Fazit und Ausblick 115

Anhang 117

Literaturverzeichnis 119

Abbildungsverzeichnis

Nr	Titel	Seite
1	Definition und Determinanten der Intransität von Präferenzen	23
2	Tendenzaussagen zur Neubewertung der Legitimation	35
3	Determinanten zur Stimulation der Rezipientennachfrage	37
4	Stand der Digitalisierung innerhalb der Übertragungswege	39
5	Gesamtwirtschaftliche Einflussfaktoren der Zuschauernachfrage	52
6	Die absatzpolitischen Instrumente im Einflussbereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	61
7	Grundmuster der Mediennutzung nach MedienNutzerTypen	63
8	Marktanteile öffentlich-rechtliche und private Sender nach MedienNutzerTypen	64
9	Kriterien zur Beurteilung von Programmqualität	69
10	Bedingungen von Programmkonvergenz	84
11	Entwicklung des Zugangs über Kabel, Satellit und Terrestrik	89
12	Spartenprofil 2005: ARD/ZDF versus RTL/SAT.1/ProSieben	95
13	Direktvergleich Images öffentlich-rechtlicher und privater TV-Programme 2005	96

Tabellenverzeichnis

Nr.	Titel	Seite
1	Gütergruppen und Regulierungskonsequenzen	15
2	Gütertypen und Informationsasymmetrien	21
3	Entwicklung der Rundfunkgebühren in Deutschland	83
4	Charakteristika MedienNutzerTypen	117
5	Entwicklung der Marktanteile öffentlich-rechtlicher und privater Sender im Vergleich 1985 – 2006	117