

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	V
1. Begriffsabgrenzungen	1
1.1. Sparten-Rundfunkveranstalter	1
1.2. Europa	1
2. Gegenstand der Untersuchung	2
3. Grundlegende Voraussetzungen.....	3
3.1. Deregulierung der europäischen Rundfunkpolitik	3
3.2. Schaffung der technischen Voraussetzungen	5
3.2.1. Terrestrische Frequenzen	5
3.2.2. Kabelnetze	6
3.2.3. Satellitenempfang	9
3.2.3.1. Fernmeldesatelliten mit geringer Sendeleistung ("low power")	9
3.2.3.2. Direktempfangbare Rundfunksatelliten ("DBS").....	10
3.2.3.3. Fernmeldesatelliten mit mittlerer Sendeleistung ("medium power")	11
3.3 Internationale Rundfunk- und Telekommunikations- Organisationen	12
3.3.1. International Telecommunication Union (ITU).....	12
3.3.2. European Broadcasting Union (EBU).....	13
3.3.3. INTELSAT	16
3.3.4. EUTELSAT	16
3.4. Internationale Rechtsgrundlagen.....	16
3.4.1. Rechtliche Regelungen für den europäischen Rundfunk	16
3.4.1.1. Europaratskonvention für grenzüberschreitendes Fernsehen	18
3.4.1.2. EG-Fernsehrichtlinie.....	19
3.4.2. Völkerrechtliche Regelungen für den Satellitenrundfunk.....	20
3.4.2.1. Vereinte Nationen.....	21
3.4.2.2. UNESCO	21
3.4.2.3. Europarat.....	21
3.4.2.4. WARC.....	22
4. Ökonomische Rechtfertigung von Sparten-Rundfunkveranstaltern	23



4.1. Rundfunk und die Theorie des natürlichen Monopols.....	23
4.1.1. Theoretische Grundlagen.....	23
4.1.1.1. Der Begriff des natürlichen Monopols.....	23
4.1.1.2. Economies of Scale und Economies of Scope	23
4.1.1.3. Subadditivität der Totalkosten.....	24
4.1.1.4. Durchschnittskostenkurve und Marktnachfrage.....	25
4.1.1.5. Das anzustrebende Wohlfahrtsoptimum	26
4.1.1.6. Konkurrenz im natürlichen Monopol.....	28
4.1.1.7. Marktschranken.....	29
4.1.2. Übertragung der Theorie des natürlichen Monopols auf den Rundfunk.....	31
4.1.2.1. Exkurs: Der Markt für rundfunkverbreitende Anlagen und Dienste	31
4.1.2.1.1. Fernmelde- und Rundfunksatelliten	32
4.1.2.1.2. Kabelnetze.....	35
4.1.2.2. Der Markt für Rundfunkproduktionen	36
4.1.2.3. Der Markt für empfangsfähige Rundfunksendungen	39
4.2. Rundfunk und die Clubgütertheorie	43
4.3. Modelle zur Programmvvielfalt.....	48
4.3.1. Ein Ein-Programm-Modell.....	48
4.3.2. Ein Mehr-Programm-Modell.....	50
4.4. Rundfunk und die Wettbewerbsstrategien nach Porter.....	52
4.4.1. Die Wettbewerbsstrategien nach Porter	52
4.4.1.1. Kostenführerschaft	54
4.4.1.2. Differenzierung.....	55
4.4.1.3. Konzentration	56
4.4.1.4. Kombination mehrerer Strategietypen.....	57
4.4.2. Übertragung der fünf Wettbewerbskräfte Porters auf den Rundfunk.....	57
4.4.2.1. Der Markteintritt neuer Konkurrenten.....	57
4.4.2.2. Die Gefahr von Ersatzprodukten.....	59
4.4.2.3. Die Verhandlungsstärke der Abnehmer	59
4.4.2.3.1. Nachfragemacht der Rezipienten	59
4.4.2.3.2. Nachfragemacht der werbetreibenden Unternehmen	60

4.4.2.4. Die Verhandlungsstärke der Lieferanten	60
4.4.2.5. Die Rivalität unter den vorhandenen Wettbewerbern.....	61
4.4.3. Programmsparten bzw. -formate als Umsetzung von Porters Wettbewerbsstrategien auf den Rundfunk.....	62
4.4.3.1. Fernsehen	62
4.4.3.1.1. Sport.....	62
4.4.3.1.2. Musik.....	63
4.4.3.1.3. Nachrichten.....	64
4.4.3.1.4. Kultur.....	64
4.4.3.1.5. Spielfilme	65
4.4.3.1.6. Kinderunterhaltung.....	66
4.4.3.1.7. Erwachsenenunterhaltung	67
4.4.3.2. Hörfunk	67
4.4.3.2.1. Adult Contemporary	68
4.4.3.2.2. Contemporary Hit Radio.....	69
4.4.3.2.3. Easy Listening.....	69
4.4.3.2.4. Album-Oriented Rock.....	70
4.4.3.2.5. News und/oder Talk	70
4.4.3.2.6. Klassik.....	71
4.4.3.2.7. Middle-of-the-Road	72
4.4.3.2.8. "Arabella Format"	73
5. Marktchancenrelevante Problemfelder für Sparten- Rundfunkveranstalter in Europa	75
5.1. Technische Aspekte	75
5.1.1. Verfügbarkeit terrestrischer Frequenzen.....	75
5.1.2. Einspeisung in Kabelnetze.....	76
5.1.3. Satellitenreichweiten	78
5.1.4. TV-Sendenormen	80
5.2. Probleme bei der Finanzierung durch Werbung.....	81
5.2.1. Größe und Charakteristik der Zielgruppe.....	81
5.2.2. Mediaforschung.....	82
5.2.3. Nationale Werbeverbote	85
5.2.4. Paneuropäische Werbekampagnen.....	85
5.3. Probleme für Pay-TV-Veranstalter.....	87
5.3.1. Größe des Marktes.....	87
5.3.2. Kosten für den technischen Ausschluß vom Konsum.....	88
5.3.3. Urheberrechtliche Restriktionen und Piraterie	88



5.4. Sprachbarrieren und deren Überwindung	90
5.4.1. Sprachraumprogramme	93
5.4.2. Mehrsprachenprogramme.....	94
5.4.3. Programme mit untergeordneter Bedeutung der Sprache	95
5.4.4. Synchronisierung.....	95
5.4.5. Untertitelung	96
5.5. Gemeinsamkeiten und Unterschiede beim europäischen Rundfunkpublikum	97
5.6. Wettbewerb mit Konkurrenzmedien	99
5.6.1. Vollprogramme.....	99
5.6.2. Printmedien.....	100
5.6.3. Videorecorder	100
5.6.4. Kino.....	101
5.6.5. Elektronische Informationsmedien.....	101
5.7. Kosten- und Erlöspositionen im Rundfunkunternehmen	102
5.7.1. Kosten.....	102
5.7.2. Erlöse.....	104
6. Normstrategien als Resultat der Problemfelder und der entsprechenden Lösungsansätze.....	107
7. Untersuchung ausgewählter Rundfunkveranstalter auf die Einhaltung der erarbeiteten Normstrategien.....	111
7.1. Fernsehprogramme.....	111
7.1.1. Rubrik "Nationale Spartenprogramme": n-tv.....	111
7.1.2. Rubrik "Internationale Spartenprogramme": MTV.....	113
7.2. Hörfunkprogramme.....	115
7.2.1. Rubrik "Nationale Spartenprogramme": Radioropa Info	115
8. Ausblick auf zukünftige Perspektiven	119
8.1. Technische Entwicklung.....	119
8.1.1. Glasfaserkabel.....	119
8.1.2. Digitale Datenkompression.....	120
8.1.3. Digitaler Hörfunk.....	121
8.2. Mögliche zukünftige Programmformen.....	123
Literaturverzeichnis	127
Abbildungsverzeichnis.....	141