

Wettbewerb und Regulierung auf dem deutschen Fernsehmarkt

Deregulierungsbedarf und Umsetzungsbedingungen

Von

Katharina Wacker



Lucius & Lucius · Stuttgart · 2007

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis.....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	X
Abkürzungsverzeichnis.....	XII
1. Problemstellung und Gang der Untersuchung.....	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2. Gang der Analyse.....	4
2. Struktur und Märkte des Fernsehsektors.....	6
2.1. Struktur des Fernsehsektors.....	6
2.1.1. Grundstruktur der Wertschöpfung: Produktions-, Programm- und Distributionsebene.....	7
2.1.2. Erweiterung durch digitale Übertragung: Serviceebene.....	9
2.1.2.1. Technische Grundlagen der digitalen Fernsehübertragung.....	9
2.1.2.2. Zusätzliche Wertschöpfungsstufen bei digitaler Übertragung.....	12
2.2. Märkte des Fernsehsektors.....	13
2.2.1. Theoretische Grundlagen der Marktabgrenzung.....	13
2.2.2. Relevante Märkte des Fernsehsektors im Überblick.....	16
2.3. Institutionelle Rahmenbedingungen.....	19
2.3.1. Verfassungsrechtliche Grundlagen der dualen Rundfunkordnung.....	21
2.3.2. Grundzüge der Regulierung durch den Rundfunkstaatsvertrag.....	24
2.3.2.1. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk.....	24
2.3.2.2. Privater Rundfunk.....	26
2.3.2.3. Übertragungskapazitäten.....	28
2.3.3. Anbieter zwischen branchenspezifischer Regulierungsvielfalt und allgemeiner Wettbewerbspolitik.....	29
3. Theorie der (De-)Regulierung und Anwendung auf den Fernsehsektor.....	31
3.1. Regulierungstheoretische Grundlagen.....	31
3.1.1. Erklärungsansätze für Regulierung: Public Interest und Public Choice.....	32
3.1.2. Umsetzung von Regulierung und Deregulierung.....	33
3.2. Normativer Ansatz: Rechtfertigung von Ausnahmeregelungen durch Marktversagen.....	37
3.2.1. Ziele, Legitimationskriterien und Regulierungsgründe.....	37
3.2.2. Ursachen von Marktversagen im Fernsehsektor.....	41
3.2.2.1. Nicht-rivalisierende und nicht-ausschließbare Güter.....	41

3.2.2.2. Externe Effekte beim Fernsehkonsum	45
3.2.2.3. Informationsmängel	47
3.2.2.4. Subadditivität, Irreversibilität und Natürliches Monopol	50
3.2.2.5. Programme als (de-)meritorische Güter.....	57
3.2.2.6. Fazit: Eingeschränkte Marktfähigkeit lediglich auf einzelnen Märkten.....	60
3.3. Positiver Ansatz: Erklärung von Regulierung durch Interessen der Beteiligten.....	63
3.3.1. Erklärungsansätze der ökonomischen Theorie der Regulierung	63
3.3.1.1. Interest-Group-Theorien	64
3.3.1.2. Bürokratiethorie und Verhaltensweisen der Regulierer	66
3.3.2. Polit-ökonomische Regulierungserklärungen im Fernsehsektor	68
3.3.2.1. Regulierungsinteressen im deutschen Fernsehsektor.....	69
3.3.2.2. Politischer Markt für Regulierung im deutschen Fernsehsektor	74
3.3.2.3. Prinzipal-Agent-Beziehungen der dualen Rundfunkordnung.....	78
3.3.2.4. Fazit: Verbreitetes, aber differenziertes Regulierungsinteresse	84
3.4. Deregulierungsmöglichkeiten bei großem Regulierungsinteresse	85
4. Marktstrukturbedingungen und Wettbewerbsbeziehungen	90
4.1. Programmebene: Zuschauer- und Werbemärkte	90
4.1.1. Verbund von Zuschauer- und Werbemarkt.....	91
4.1.2. Abgrenzung relevanter (Teil-)Märkte der Programmebene.....	92
4.1.2.1. Abgrenzung von Zuschauermärkten.....	92
4.1.2.2. Abgrenzung von Werbemärkten	97
4.1.3. Marktstrukturbedingungen und Wettbewerbsanalyse.....	99
4.1.3.1. Entwicklung der Zuschauer- und Werbemärkte	99
4.1.3.2. Konzentrationsursachen und Marktschranken.....	109
4.1.3.3. Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs.....	112
4.1.4. Einfluss von Regulierung und Digitalisierung.....	113
4.1.4.1. Regulierungseinfluss auf Zuschauer- und Werbemarkt.....	113
4.1.4.2. Auswirkungen digitaler Übertragung	118
4.1.4.3. Fazit: Regulierungsmängel, aber starke Regulierungsinteressen	119
4.2. Distributionsebene: Märkte für Übertragungswege	120
4.2.1. Entwicklung und Struktur der Distributionsebene.....	121
4.2.2. Verbund von Einspeise- und Endkundenmarkt.....	126
4.2.3. Abgrenzung relevanter (Teil-)Märkte	127
4.2.4. Marktstrukturbedingungen des Breitbandkabelnetzes	131
4.2.4.1. Historische Entwicklung des Kabelnetzes	132

4.2.4.2. Betreiberstruktur im Breitbandkabel.....	133
4.2.4.3. Vertragsbeziehungen und Geschäftsmodell	139
4.2.4.4. Bedeutung von Größen-, Verbund- und Dichtevorteilen	144
4.2.4.5. Strategien und Konkurrenz der Netzbetreiber.....	145
4.2.5. Potenzial der Substitutionskonkurrenz	148
4.2.5.1. Alternative TV-Übertragungswege	148
4.2.5.2. Alternative Telekommunikationsinfrastrukturen	155
4.2.5.3. Fazit: Keine vollständige, aber ausreichende Konkurrenz.....	157
4.2.6. Einfluss von Regulierung und Digitalisierung	158
4.2.6.1. Regulierungseinfluss auf das deutsche Kabelnetz.....	159
4.2.6.2. Auswirkungen der Digitalisierung und Privatisierung.....	164
4.2.6.3. Fazit: Regulierungsmängel bei überwiegendem Deregulierungsinteresse	164
4.3. Vertikale Wettbewerbsbeziehungen, Integrationsprozesse und Zugangsprobleme beim digitalen Fernsehen	166
4.3.1. Eigenschaften und Bedeutung der Serviceebene.....	166
4.3.2. Wettbewerbsbeziehungen und neue Geschäftsmodelle.....	171
4.3.3. Ökonomische Wirkungen von Integrationsprozessen	173
4.3.3.1. Horizontale Integration im deutschen Breitbandkabelnetz	173
4.3.3.2. Vertikale Integration.....	175
4.3.4. Regulierung von Zugangsproblemen: Marktstruktur- vs. Marktverhaltenskontrolle.....	182
5. Fazit: Bedarf und Durchsetzungsmöglichkeiten von Deregulierungen im deutschen Fernsehsektor	185
5.1. (De-)Regulierungsbedarf in Programmveranstaltung und -distribution	185
5.2. Durchsetzungsmöglichkeiten von Deregulierungsschritten	189
Literatur.....	192