

Öffentlich-rechtliche und private Rundfunk- und Fernsehanbieter

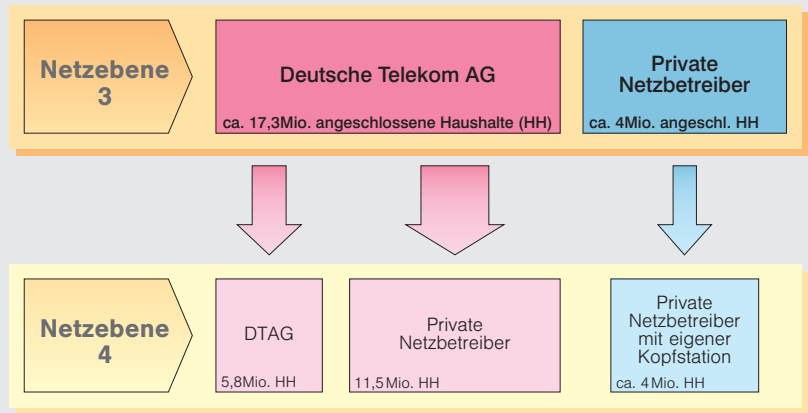
Peter Gräf, Hanan Hallati und Petra Seiwert



Der aktuelle Handlungsrahmen für private Rundfunk- und Fernsehanbieter wird durch die 3. Novelle des Rundfunkstaatsvertrags gebildet, der nach zähen Verhandlungen am 1.1.1997 in Kraft trat. Die Rolle der Landesmedienanstalten blieb unangetastet, zusätzlich wurde jedoch eine Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) gebildet, der die Konzentrationskontrolle des Medienmarkts obliegt. Konnte vor der 3. Novelle ein Unternehmen nur zwei TV-Programme veranstalten (1 Vollprogramm und 1 Spartenprogramm), kann nach geltendem Recht nunmehr die Zahl der Programme unbegrenzt sein, so lange nicht ein Zuschauermarktanteil von 30% überschritten wird. Hinzu kommt, dass dritten Veranstaltern „Fenster“ von mindesten 260 Minuten pro Woche eingeräumt werden müssen, sofern der Zuschaueranteil aller Programme eines Unternehmens 10% übersteigt.

Diese Regelungen haben durchaus Standortbedeutung, entscheiden sie doch über den Diffusionsraum von Zulieferunternehmen im Umfeld von TV-Produktionsstandorten. Solche Produktionsstätten finden sich nicht nur an den dominanten Medienstandorten München, Köln, Berlin, Hamburg (»Beitrag Gräf/Matuszis). Eine Fülle regionaler Studios, Lokalproduktionen und vor allem externer Zulieferer von digitalen Dienstleistungen von Orten außerhalb der großen Medienstandorte

2 Besitzverhältnisse in den Netzebenen 3 und 4



© Institut für Länderkunde, Leipzig 2000

sind typisch für den technischen Produktionswandel und für die multi-mediale Konvergenz von Fernsehgeräten und PCs einschließlich der Öffnung klassischer Rundfunk- und Fernsehkabelnetze für Internetnutzung und interaktive Shoppingkanäle.

Öffentlich-rechtliche Rundfunk- und Fernsehanstalten

Öffentlich-rechtliche Rundfunk- und Fernsehanstalten haben trotz der hohen Dynamik privater Anbieter insbesondere auch für regionalspezifische Programmangebote eine herausragende Bedeutung. Sie sind Ausdruck der Kulturhoheit der Länder und arbeiten unter dem Dach der ARD mit den bundesweiten (ARD) und landesweiten Sendern (3. Programme) zusammen. Das „zweite Bein“ stellt das ZDF (Mainz) dar, der Verbund mit den Nachbarländern Österreich und Schweiz bildet „3Sat“, der mit Frankreich „arte“. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben in der Regel eine typische hierarchische Standortstruktur: Sendezentralen bzw. Landesfunkhäuser, Regionalstudios

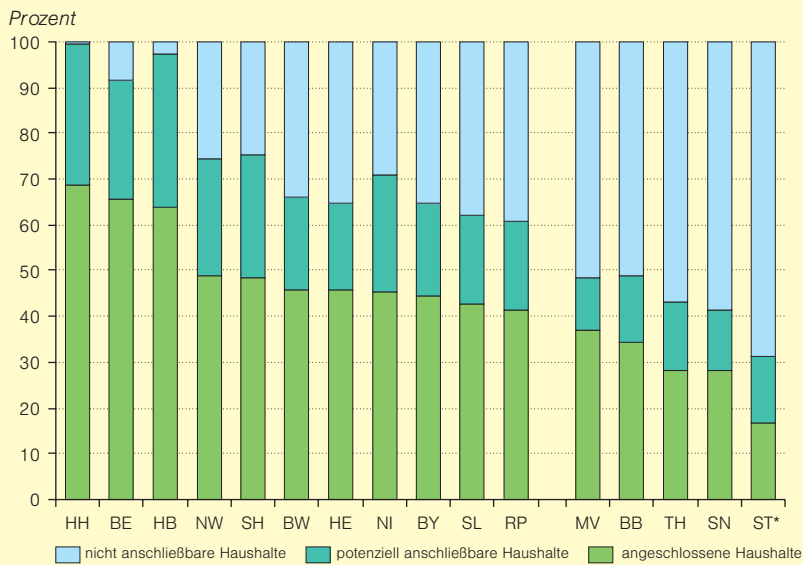
(überwiegend Rundfunk und Fernsehen) sowie regionale Korrespondenzbüros. Wie die Karte 3 zeigt, ist die Dichte dieser landesspezifischen Netze in einzelnen Bundesländern unterschiedlich ausgeprägt. Bei einem Drittel der Sendeanstalten ist der organisatorische Verbund länderübergreifend: MDR, NDR, SWR.

Verbreitung und Nutzung von TV-Kabelanschlüssen

Das Bundesverfassungsgericht ebnete 1981 mit seinem 3. Rundfunkurteil den Weg zu einem dualen Rundfunksystem in Deutschland, dem ab 1984 die Landesmediengesetze folgten, bis schließlich 1987 mit dem Rundfunkstaatsvertrag aller damaligen Bundesländer ein einheitlicher Rechtsrahmen geschaffen wurde. Die Bundesregierung beschloss 1984, mit einem verstärkten Ausbau der Breitbandkabelnetze (BK-Netze) das duale Rundfunksystem in Deutschland zu fördern.

BK-Netze wurden als mehrstufig gegliedertes Verteilsystem konzipiert, das in vier Netzebenen überregional, regional und mit zwei Ortsebenen gegliedert

1 Kabelanschluss der Haushalte 1997



© Institut für Länderkunde, Leipzig 2000

*Abkürzungen siehe Abkürzungsverzeichnis

ARD – Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands

Diffusionsraum – das räumliche Gebiet einer Verbreitung

duales Rundfunksystem – gesetzliche Regelung für öffentlich-rechtliche und private Rundfunk- und TV-Sender

High-Speed-Internet – Internet mit hohen Datenübertragungsgeschwindigkeiten

interaktive Shoppingkanäle – Sendekanäle bzw. Internetadressen für den elektronischen Handel (**Teleshopping**)

multimediale Konvergenz – das Bündeln mehrerer Medien

On-Demand-Dienste – interaktives Fernsehprogramm, das auf Anforderung ein gewünschtes Programm sendet (**Video-on-Demand**)

Pay-TV – codierte Fernsehsendungen auf bestimmten privaten Kanälen, die nur mit bezahlten Dekodierungsgeräten angesehen werden können

regionaler Content – regionale Ausrichtung eines Anbieters

terrestrisch – erdgebunden (im Zusammenhang mit Sendern: im Gegensatz zur Verbreitung über Satelliten)

Verkehrstelematik – Verkehrssteuerung mittels Informations- und Telekommunikationstechnik

ZDF – Zweites Deutsches Fernsehen

ist. Die Besitzverhältnisse der Kabel-TV-Netze sind bis heute durch eine starke Zersplitterung in den Netzebenen 3 und 4 geprägt, soweit auf Länderebene nicht schon Teilprivatisierungen vorgenommen wurden **2**.

Der Markt für BK-Netze war bis 1999 durch die fast ausschließliche Monopolstellung der Deutschen Telekom AG (DTAG) geprägt, welche ca. 17 Mio. Haushalte direkt oder indirekt anschluss. Daneben existieren rund 6000 private Kabelnetzbetreiber, wovon nur einige wenige (z.B. Tele Columbus, Primacom etc.) unabhängig vom Zuführungsnetz der DTAG sind und somit Haushalte mit Rundfunk- und Fernsehprogrammen versorgen können. Die anderen kleineren, privaten Netzbetreiber sind auf die Zuführung der Signale durch die DTAG angewiesen. Die Verbreitung der Kabel-TV-Netze in Deutschland ist auf Grund der Anzahl der Haushalte und der potenziellen Anschlussmöglichkeiten sehr unterschiedlich **1**. Hierbei zeigt sich eine Divergenz im Versorgungsgrad zwischen den alten und neuen Ländern, gemessen am Verhältnis von Haushalten insgesamt, anschließbaren Haushalten und angeschlossenen Haushalten. In den neuen Ländern konnte der Ausbau erst nach der Wende meist durch private Netzbetreiber forciert werden **4**.

Die derzeitige Nutzung der Kabel-TV-Netze basiert auf der Verbreitung von analogen und digitalen Programmen.

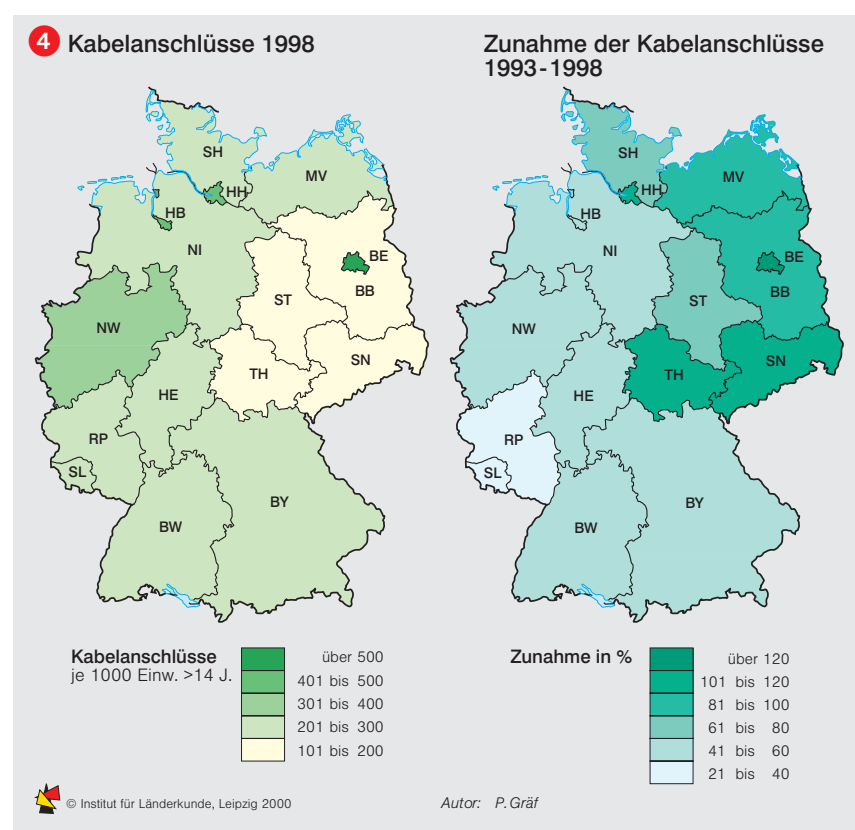


Neben den landesweit ausgestrahlten nationalen Programmen öffentlich-rechtlicher Anstalten und privater Anbieter, den überregional verteilten regionalen Programmen (N3, BR3, HR3 etc.) und den internationalen Gemeinschaftsprogrammen (3Sat und arte) werden auch internationale Satellitenprogramme über die Netze verteilt.

Die potenziellen Nutzungsmöglichkeiten der Kabel-TV-Netze sind – bei

Frequenzerweiterung und Ausbau eines Rückkanals – weitaus größer, als nur Rundfunk- und Fernsehprogramme zu distribuieren. In den USA und in Großbritannien führten die frühen Privatisierungsbestrebungen im Bereich des Kabel-TV-Marktes zu einem intensiven Wettbewerb, der der Angebotsgestaltung von TV-, Sprach- und Datenübertragungen über das Breitbandkabelnetz innovative Wachstums- und Verbrei-

tungspotenziale brachte. Der 2000 begonnene Verkauf von Teilen der Kabel-TV-Netze in Deutschland kann aller Voraussicht nach zu bedeutenden Transformationsprozessen im Telekommunikations- und Mediensektor führen. Die Folgen daraus können veränderte Anbieterstrukturen, eine Zunahme von interaktiven Diensten sowie ein Bedeutungsgewinn für den **regionalen Content** sein. Der Ausbau der be- ➔



stehenden BK-Netze zu einem multimedialen Zugangssystem kann somit neue Geschäftsfelder für Telekommunikationsanbieter eröffnen, in denen Dienste wie Kabeltelefonie, interaktives TV, [▶ High-Speed-Internet](#) und [▶ On-Demand-Dienste](#) einen bedeutenden Stellenwert einnehmen können. Zeitgleich werden andere Techniken (x-DSL, Powerline, Richtfunktechnik, IP-Übertragungen etc.) ihre Chancen nutzen, um den Markt mit multimedialen Diensten über die Telekommunikations- bzw. Stromnetze zu versorgen.

Rechtliche Grundlagen

Die Fortentwicklung des Fernsehrechts geht auf die EU-Fernsehrichtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ zurück. Sie führte letztlich zum 4. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 1.1.1999, der im Kern Werbung, Teleshopping, Jugendschutz und Datenschutz regelt. Auch die Liste frei empfangbarer Sport-Großveranstaltungen wurde darin festgeschrieben. Der multimedialen Entwicklung versucht das Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz (IuKDG) vom 1.8.1997 im Verbund mit dem Mediendienste-Staatsvertrag (ebenfalls 1.8.1997) gerecht zu werden. Während ersteres die Individualkom-

munikation betrifft, bezieht sich letzterer auf Aspekte der Massenkommunikation. Allerdings verwischen in Bereichen wie Teleshopping, E-Commerce und Internet die Grenzen zwischen beiden Kommunikationsbereichen immer stärker.

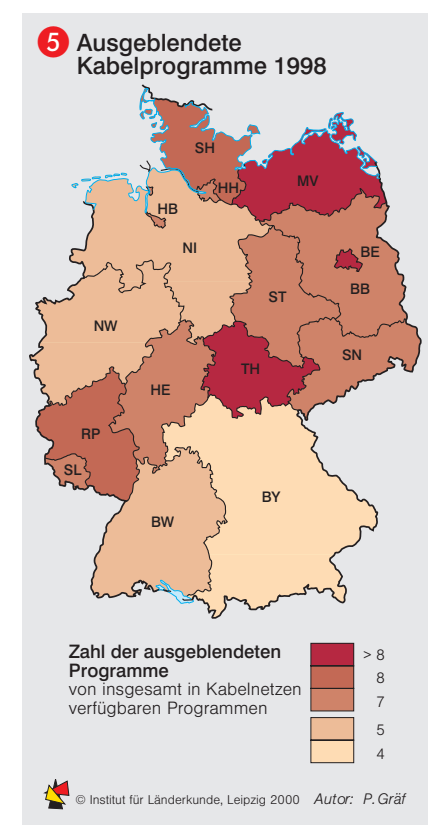
Die oben erwähnten 15 Landesmedienanstalten, zumeist in den Landeshauptstädten angesiedelt [3](#), haben mit Bezug auf die länderspezifische Kulturhoheit das Kontrollrecht über private Rundfunk- und Fernsehanbieter. Die Kontrolle erfolgt über eine Lizenzierung, unabhängig von der Reichweite der Programangebote von lokal über regional, landesweit und bundesweit bis hin zu international. Darunter fällt auch das Genehmigungsrecht zur Einspeisung von in- wie ausländischen Programmen in Kabelnetze, wodurch deutlich unterschiedliche Programmspektren in den Kabelnetzen verbreitet werden. Auch das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist davon betroffen, da keineswegs alle dritten Programme der ARD-Anstalten in allen Kabelnetzen Verbreitung finden [5](#). Durch die rasche Verbreitung von Satelliten-Empfangeinrichtungen wird diese Steuerungsmöglichkeit und Selektion jedoch unterlaufen.

Die technische Entwicklung eilt den rechtlichen Regelungen deutlich voraus. So stehen digitale Übertragungstechniken im Rundfunk und Fernsehen erst am Anfang der Markteinführung und ermöglichen künftig eine weitere Kommerzialisierung von Programmverbreitungen. [▶ Pay-TV](#), [▶ Video-on-Demand](#), [▶ Teleshopping](#) und neue Dienste der [▶ Verkehrstelematik](#) sind bislang noch gering verbreitet. Dennoch kämpfen die Medien-Großunternehmen wie beispielsweise Bertelsmann, CLT Luxembourg oder die Kirch-Gruppe auch in diesen Sektoren bereits um Marktanteile.

Aktuelle Standorte privater Programmanbieter

Die Karte [6](#) der Verwaltungs- und meist auch Produktionsstandorte von privaten Rundfunk- und Fernsehprogrammanbietern zeigt räumliche und reichweitespezifische Schwerpunkte. Während lokales Fernsehen auf wenige Standorte beschränkt ist und regionales Fernsehen eher die Domäne öffentlich-rechtlicher Anstalten mit ihren Regionalstudios ist, ist bei den rund 100 privaten Fernseh Anbietern eine bundesweite Empfangbarkeit die Regel. Konträr dazu zeigen sich die Strukturen der privaten Rundfunkanstalten, deren überwiegender Schwerpunkt auf lokalen und regionalen Sendegebietern liegt, ergänzt durch einige landesweite Programme und wenige bundesweite. Die überwiegend [▶ terrestrische Verbreitung](#) führt funktechnisch zu grenzüberschrei-

tenden Reichweiten, d.h. zu Ausstrahlungen sowohl über Ländergrenzen als auch über Staatsgrenzen hinweg. Da einige dieser Programme auch mit Kabel bzw. über Satellit zu empfangen sind, ist eine geographische Reichweitentypisierung nicht eindeutig zu vorzunehmen. ♦



Unternehmenssitze privater Rundfunk- und Fernsehanbieter 1998



Autor: P. Gräf