



# MÜNCHNER KREIS

Pressemitteilung  
04. April 2008

## **Münchner Kreis übergibt Studie zur Regulierung elektronischer Medien an die Ministerpräsidenten der Bundesländer**

München, 04. April 2008 – Der Münchner Kreis, eine gemeinnützige Vereinigung für Kommunikationsforschung an der Nahtstelle von Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Medien, hat heute seine jüngste Studie mit dem Titel „Elektronische Medien – Entwicklung und Regulierungsbedarf“ an die Ministerpräsidenten der Bundesländer übergeben. Die Studie liefert eine bisher nicht verfügbare, umfassende Bestandsaufnahme der deutschen Märkte für elektronische Medien. Mit Blick auf die künftige Entwicklung der Medienlandschaft in Zeiten der Digitalisierung und des Zusammenwachsens von Medien, Diensten und Übertragungsnetzen entwirft sie die zentralen Szenarien für die Zukunft der Medienmärkte. Sie stellt ein wichtiges medienrechtliches, medienpolitisches und medienökonomisches Referenzwerk dar, das praktische Optionen für die notwendigen Veränderungen des Regulierungsrahmens aufzeigt. Die Studie trägt dabei zugleich den Anforderungen der EU und des deutschen Verfassungsrechts, aber auch den aktuellen Markt- und Technologieentwicklungen Rechnung.

Die weit reichenden Umbrüche in den Internet-, Telekommunikations- und Medienbranchen waren für den Münchner Kreis Anlass, Unternehmen und Organisationen aus allen Bereichen der Medien- und Kommunikationsbranche für die Ausarbeitung der vorliegenden Studie zu gewinnen. Unterstützt wurde das Forschungsvorhaben von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, Arcor, Hubert Burda Media, HanseNet, Kabel Deutschland, Microsoft, Premiere, RTL, SES ASTRA, Telefónica, Vodafone und dem ZDF. Mit Prof. Dr. Bernd Holznagel, Leiter des Instituts für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht in Münster, Prof. Dr. Dieter Dörr, Direktor des Mainzer Medieninstituts und Frau Dr. Dr. Doris Hildebrand, Geschäftsführerin von European Economic & Marketing Consultants - EE&MC GmbH, konnte darüber hinaus ein interdisziplinäres Team aus angesehenen Wissenschaftlern - Juristen wie Ökonomen - gewonnen werden.

Die Studie stellt sich zunächst der Aufgabe einer Bestandsaufnahme, denn die Rechtslage ist inzwischen selbst für Medienfachleute sehr unübersichtlich geworden. Telekommunikationsrecht, Rundfunkrecht und Internetrecht stehen nebeneinander und geraten durch die Medienkonvergenz in Konkurrenz zueinander. Aus ökonomischer und juristischer Sicht werden die derzeitigen Marktverhältnisse und die rechtlichen Rahmenbedingungen analysiert. Vor diesem Hintergrund entwickeln die Autoren

zentrale Anforderungen für alle Marktteilnehmer entlang zweier Grundsätze: dem Erhalt der Vielfalt der Meinungen einerseits und dem Wohl des Konsumenten andererseits. Zusammengefasst lauten diese Anforderungen:

- Traditioneller Garant der Meinungsvielfalt nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Dessen Auftrag ist klarer als bisher zu definieren. Die Studie macht unter anderem Regulierungsvorschläge für ein Prüfverfahren für neue oder veränderte Medienangebote – den so genannten Drei-Stufen-Test.
- Die Inhalte-Anbieter müssen sich nach Ansicht der Autoren weiterentwickeln. Die bereits bestehende abgestufte Inhalte-Regulierung muss maßvoll ausgebaut werden. Telemedien, wie beispielsweise YouTube, sollen nur teilweise in den Rundfunkstaatsvertrag einbezogen und abgesenkten Bestimmungen unterworfen werden. Die elektronische Presse soll demgegenüber nicht in den Anwendungsbereich des Rundfunkrechts fallen.
- Für die privaten Rundfunkveranstalter bieten sich Anreizsysteme an, um verstärkt Sendungen mit einem Public Value auszustrahlen. Eine öffentliche Vergütung als Anreiz für Public Value lehnen die Autoren allerdings ab. Vielmehr könnten die privaten Anbieter bei der Zuteilung von Frequenzen, bei der Listung in Programmführern oder im Medienkonzentrationsrecht entsprechend privilegiert werden.
- Die Telekommunikationsunternehmen werden als Teilnehmer auf dem Medienmarkt nicht mehr allein nach dereguliertem Telekommunikationsrecht aktiv werden können. Die ökonomische Analyse zeigt das enorme Potenzial dieser Unternehmen. Hier ist der Gesetzgeber als Schiedsrichter gefragt, der die widerstreitenden Interessen an der Schnittstelle zum klassischen Rundfunkrecht balancieren muss. In diesem Zusammenhang findet auch die international zunehmend diskutierte Frage der „Netzneutralität“ eine dem deutschen und europäischen Rechtssystem angemessene Einordnung.
- Die Konvergenz der Netze und Endgeräte führt dazu, dass auch die Netzbetreiber in das Mediengeschehen eintreten. Bisher kaufen sie insbesondere Programmrechte. Dieser Trend zur vertikalen Integration ist erstmals bei der Vergabe der Rechte für die Fußball-Bundesliga an das Kabel-Konsortium Arena, ein Tochterunternehmen des Kabelnetzbetreibers Unity Media, Ende 2005 in den Fokus der Öffentlichkeit geraten. Dies birgt zum einen die Gefahr, dass marktmächtige Netzbetreiber konkurrierende Inhalteanbieter von ihren Netzen fernhalten. Zum anderen können „Monopolrenditen“ aus dem Netzbetrieb eingesetzt werden, um Konkurrenten aus Programmrechten zu verdrängen. Eine Trennung von Netz und Inhalt – wie sie derzeit im Energiesektor gefordert wird – ist aus Sicht der Autoren gleichwohl nicht angezeigt, solange die Netzbetreiber einer Entgeltregulierung unterliegen. Die Studie zeigt Wege auf, die Gefahren mit Hilfe des Telekommunikationsrechts zu bannen.
- Telekommunikationsunternehmen sind neuerdings stark interessiert an der Nutzung von Frequenzen, die bisher Rundfunkdiensten vorbehalten waren. Die Frequenzzuteilung wird daher eine der Zukunftsfragen auf dem Markt für

elektronische Medien werden. Eine alternative Nutzung, beispielsweise für den Mobilfunk, kommt zwar aufgrund internationaler Vorgaben erst ab 2015 in Betracht. Es gilt aber schon jetzt, intensiv darüber zu debattieren, ob und inwiefern der Rundfunk – insbesondere bei einer Verteilung im HDTV-Standard – heute überhaupt noch auf eine terrestrische Übertragung angewiesen ist. Anwender drahtloser Techniken können das fragliche Spektrum nutzen, um die ländlichen Regionen mit breitbandigen Internetanwendungen zu versorgen.

- Wesentliche Fragen wirft die Finanzkraft der so genannten Internet-Riesen auf. Google finanziert sein vielfältiges Angebot im Wesentlichen mit Werbeeinnahmen. Auch der Kauf von Spielfilmen und Fernsehsendungen ist den Internet-Riesen längst möglich. Um hier ein Gegengewicht zu schaffen, plädieren die Autoren für eine öffentliche Fachsuchmaschine für Rundfunkangebote und qualitativ hochwertige Medienangebote, die nationale Besonderheiten berücksichtigt.

Die vollständige Studie kann über die Homepage des Münchner Kreises [www.muenchner-kreis.de](http://www.muenchner-kreis.de) bestellt werden. Dort steht auch eine zusammengefasste Management-Version zum Download zur Verfügung.

### **Über den Münchner Kreis**

Der Münchner Kreis ist eine gemeinnützige übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung. An der Nahtstelle von Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Medien befasst er sich mit Fragen der Technologie, der Gesellschaft, der Ökonomie und der Regulierung im Bereich von Informations- und Kommunikationstechniken sowie der Medien. Er begleitet und fördert die Entwicklung der Informationsgesellschaft in verantwortungsvoller Weise, und wirkt an der Verbesserung der Rahmenbedingungen durch wissenschaftlich qualifizierte Beiträge und sachlichen Dialog konstruktiv mit.

#### **Pressekontakt:**

Till Breitung  
Sarfeld Communications  
Strategische Kommunikation & Public Affairs  
Wilhelmsaue 132  
10715 Berlin  
Tel: +49 (0)30-861 36 05  
Fax: +49 (0)30-843 15 676  
E-Mail: [till.breitung@sarfeld-communications.de](mailto:till.breitung@sarfeld-communications.de)