

Fakultät für Betriebswirtschaft  
Munich School of Management

# **Digitalisierung und Konvergenz der Medien**

## **Herausforderungen für Medienmärkte und deren Regulierung**

Begrüßung und Einführung zur  
MÜNCHNER KREIS Fachkonferenz

**Arnold Picot**

**Vorsitzender MÜNCHNER KREIS**

Institut für Information, Organisation und Management  
der Ludwig-Maximilians-Universität München

[www.iom.bwl.lmu.de](http://www.iom.bwl.lmu.de)

München, 19. Februar 2008



## 10 Jahre Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte

- Entfaltung von Wettbewerb durch Marktöffnung und Regulierung
- Stürmische Entwicklung der Telekommunikationsmärkte und ihrer diversen Segmente
- Neue Dienstleistungen und Geschäftsmodelle
- Entlassung von (Teil)märkten in den nicht regulierten Wettbewerb



## Konvergenz und Digitalisierung erfassen die Medien

- Technologische Entwicklung beschleunigt Digitalisierung von Produktion, Darstellung, Speicherung, Verbreitung, Nutzung und Suche von Inhalten aller Art und begünstigt deren Konvergenz.
- Immer mehr Medien werden zu elektronischen Medien.
- Massen- und Individualkommunikation verschwimmen zunehmend.
- Traditionelle Mediengattungen und Verbreitungswege positionieren sich neu.
- Sog. Plattformen spielen im Wettbewerb eine wachsende Rolle.



## Überprüfung der tradierten Medienordnung

- Wie jede Regulierung reflektiert auch die Medienordnung die jeweiligen gesellschaftliche Wertvorstellungen und den technologischen Entwicklungsstand.
- Inwieweit muss sich die aktuelle Medienordnung anpassen an
  - EG-Wettbewerbs- und –Beihilferegeln?
  - Digitalisierung, Konvergenz, neue Plattformen?
- Untersuchungs- und Beratungsbedarf auf unparteilicher Basis erforderlich.



## Historie der Medienstudie des Münchner Kreis

- 2006 (im Anschluss an das Projekt zur Strategie des Münchner Kreis): Anregung einer solchen Studie durch das MK-Mitglied A.T.Kearney (Dr. Sonnenschein, Freyberg, Dr. Fabel)
- Grundsätzliche Zustimmung des MK-Vorstands
- 2006/07: Sondierungen hinsichtlich Durchführbarkeit, Autoren, Sponsoring
- Mai 2007: Konstruktion und Team für die Medienstudie stehen.



# Die Akteure der Medienstudie

- Verantwortliche Autoren:
  - **Prof. Dr. Bernd Holznagel, Universität Münster**
  - **Prof. Dr. Dieter Dörr, Universität Mainz**
  - **Dr. Dr. Doris Hildebrand, EE&MC, Bonn**
  - **Mitarbeit : Christine Nolden, Thorsten Ricke, Oliver Toman, Alexandra Weitzel**
- Auftraggeber und Mitgliedschaft im Lenkungsausschuss:
  - **Arbeitsgemeinschaft der**
  - **Landesmedienanstalten**
  - **ARCOR**
  - **Burda Verlag**
  - **Hansenet**
  - **Kabel Deutschland**
  - **Microsoft**
  - **Premiere**
  - **RTL**
  - **SEL-Astra**
  - **Telefonica**
  - **Vodafone**
  - **ZDF**
- Unterstützung , Koordination, Lenkungsausschuss:
  - **MÜNCHNER KREIS**
- Anregung und Begleitung:
  - **A.T. Kearney**

# Der Aufbau der Medienstudie

Titel der Studie:

## ***Elektronische Medien - Entwicklung und Regulierungsbedarf –***

1. Teil: **Ökonomische Bestandsaufnahme** (ca. 150 S.)
2. Teil: **Bisheriger Ordnungsrahmen und seine Ziele** (ca. 210 S.)
3. Teil: **Entwicklungsszenarien und Darstellung Regulierungsbedarf**  
(ca. 190 S.)
4. Teil: **Regulierungsoptionen und ihre Bewertungen aus ökonomischer und juristischer Sicht** (ca. 130 S.)
  - ***Vorgaben für Inhaltsgenerierung und –verarbeitung***
  - ***Vorgaben für die Inhalteverteilung***
  - ***Vorgaben für die Inhaltepräsentation***
  - ***Struktur der Medienaufsicht***



## Veröffentlichung der Medienstudie

- Abschließende Vorbereitung Drucklegung in unmittelbarem Anschluss an diese Veranstaltung
  - Veröffentlichung in der *Schriftenreihe des MÜNCHNER KREIS* beim *Springer-Verlag*
  - Erscheinungstermin April/Mai 2008
  - Bestellung ab sofort möglich und erwünscht:
    - Bestellformular in den Tagungsunterlagen
    - Bestellung auch im Internet auf der Webpage des MÜNCHNER KREIS möglich
- ➔ [www.muenchner-kreis.de](http://www.muenchner-kreis.de)

## Ablauf der heutigen Fachkonferenz

- Inhaltlicher Schwerpunkt: 4. Teil der Studie unter Einbeziehung ausgewählter ökonomischer Grundlagen aus den Teilen 1. und 3.
- Panel I – III (vgl. Programm):
  - Inhalteanbieter
  - Inhalteverbreitung
  - Aufsicht
- ➔ Vorstellung Ergebnisse durch verantwortliche Autoren
- ➔ vorbereitete Kommentare (Panelisten kennen 4. Teil)
- ➔ Diskussion mit Fachpublikum