

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. Bürokratietheorie 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