

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 Werbemarkt	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 Werbemarkten	97
4.1.3. Marktstrukturbedingungen und Wettbewerbsanalyse	99
4.1.3.1. Entwicklung der Zuschauer- und Werbemarkte	99
4.1.3.2. Konzentrationsursachen und Marketschranken.....	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

