

tive Kritik an der Verwendung von Anglizismen an, zumal die von ihr konstatierte Bedeutungsähnlichkeit von trashig und kitschig leider nicht ganz zutrifft. Schön hingegen ihre Wortschöpfung eines „Potcom-Startup“ (118) anstelle der Dotcom-Unternehmen.

Thomas Knieper verweist auf das Paradox, dass die westliche Medienkultur visuell orientiert ist, gleichzeitig aber eine kulturhistorische Tradition der Bildkritik besteht. Er stellt verschiedene Fragestellungen und Forschungsansätze der visuellen Kommunikation vor. Während Knieper das Fernsehen ins Zentrum seines Beitrags stellt, befasst sich Hans-Jürgen Bucher außer mit der Entwicklung von Visualisierung in den Printmedien auch mit Möglichkeiten und Problemen der Bildgestaltung. Er zeigt aber Gewinn bringend auf, wie Grundzüge des Zeitungsdesigns auch das aktuelle Webdesign beeinflussen. Jochen Schlevoigt zeigt, leider an anderer Stelle das Bandes, obwohl beide Beiträge sich gut ergänzen, anhand eines materialreichen historischen Überblicks die Bedeutung der Kulturtechnik Design für die Zeitungen.

Der Schlussteil von Sammelbänden ist – wie so häufig – dem Ausblick auf künftige Entwicklungen des Journalismus⁴ und seiner wissenschaftlichen Erforschung vorbehalten. Margret Lünenborg widmet sich Veränderungen auf der Angebotsebene. Sie befasst sich mit der bislang wenig beachteten Orientierungsfunktion fiktionaler Vermittlungselemente im Journalismus. Es zeigt sich, dass die klassische Dichotomie von Fakten und Fiktionen in der Kommunikationswissenschaft differenzierteren Kategoriebildungen weichen sollte. Mit diesem Zugriff verändert sich auch die Auffassung von der Aufgabenstellung des Journalismus. Margret Lünenborg sieht neben der Informationsvermittlung auch die Aufgabe „der Herstellung eines gemeinsamen kulturellen Selbstverständnisses innerhalb der Gesellschaft.“ (177) Christoph Neuberger konstatiert einen von den neuen Medien ausgehenden grundlegenden Wandel der journalistischen Berufskultur. Im Internet drohe der Journalismus als kulturelle Form zu verschwinden, „da er mit vielen neuen Kommunikatoren konkurriert.“ (200)

Michael Haller wählt in seinem Schlussbeitrag einen umfassenden Ausblick auf die Probleme der Medienkommunikation in einer globalisierten Universalkultur. Was so global und

allgemein beginnt, endet jedoch in erfahrbarer Nähe: „Wenn westliche Kulturexpansion nicht zur Weltgesellschaft, eher zu sich verschärfenden Konflikten führt, dann liegt der Funktionszweck interkultureller Medienkommunikation eher in der Regionalisierung globaler Wertkonflikte“. William Faulkner hat es kürzer formuliert: „The local is the universe.“

Joan Kristin Bleicher

Siegbert Messmer

Digitales Fernsehen in Deutschland

Eine industrieökonomische Analyse des wirtschaftspolitischen Handlungsbedarfs

Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang 2002. – 352 S.

ISBN 3-631-38888-8

Siegbert Messmer untersucht in seiner Dissertation, inwieweit die Digitalisierung des Fernsehens durch die Vervielfachung der Übertragungskapazitäten zu einer Wettbewerbsintensivierung im deutschen Fernsehen führen wird. Auf Grundlage des industrieökonomischen Analyserahmens untersucht er die verschiedenen Wertschöpfungsstufen des digitalen Fernsehens in Deutschland hinsichtlich möglicher Marktunvollkommenheiten und leitet wirtschaftspolitische Maßnahmen ab.

Nach einer Einführung erläutert der Autor im zweiten Kapitel die technischen Rahmenbedingungen des digitalen Fernsehens, insbesondere die Übertragungstechnik und Nutzungsmöglichkeiten der verschiedenen Übertragungswege. Dies geschieht sehr ausführlich und liefert eine hilfreiche Grundlage für die weitere Analyse. Der Leser erfährt viele technische Details, die auch für die ökonomische Beurteilung von Bedeutung sind. Messmer greift Begriffsbestimmungen anderer Autoren für digitales Fernsehen auf und kommt zu einer wenig überraschenden, aber zweckmäßigen Definition, indem er digitales Fernsehen definiert als „Angebote ... die in Form digitaler Daten ... transportiert ... keine reinen ‚One-to-one‘-Kommunikationsdienste darstellen, ... und zu deren Empfang eine Settop-Box verwendet werden muß, ...“ (S. 63).

Im darauf folgenden Kapitel erläutert Messmer die rechtlichen Grundlagen für die Konzentrationskontrolle des digitalen Fernsehens

in Deutschland und vergleicht Rundfunkrecht und Kartellrecht. Dieses Kapitel fällt sehr knapp und oberflächlich aus. Der Autor entwirft eine „systemadäquate Konzentrationskontrolle im Bereich digitalen Fernsehens“ (S. 75f). Diese Ausführungen sind aber nicht nur deplatziert, da sie schon vor der Analyse der ökonomischen Tatbestände erfolgen, sondern fallen mit einem Umfang von nur einer einzigen Seite indiskutabel knapp aus.

Der Hauptteil der Arbeit folgt im vierten Kapitel, in dem Messmer Marktunvollkommenheiten im digitalen Fernsehen in Deutschland analysiert. Er stellt zunächst fest, dass digitales Fernsehen den Öffentlichen-Guts-Charakter der Nicht-Rivalität besitzt, im Vergleich zum analogen Fernsehen aber die Ausschließbarkeit vom Konsum einfacher zu bewerkstelligen ist. Die Auswirkungen dieser Eigenschaften werden detailliert analysiert. Nach einer Darstellung der Wertschöpfungskette des digitalen Fernsehens untersucht er anschließend die Programm- und die Distributionsebene auf das Vorliegen von Markteintrittsbarrieren in Form von Größen- und Verbundvorteilen sowie von versunkenen Kosten. Die vorangestellten Marktabgrenzungen sind leider oberflächlich und wenig hilfreich für die folgende Analyse, zumal der Autor hierfür das Industriekonzept verwendet und nicht das Bedarfsmarktkonzept, was angemessener erscheint. Für die Programmebene kommt Messmer zu dem Ergebnis, dass die Größenvorteile hier sehr groß sind, so dass die Tendenz zu einem natürlichen Monopol besteht. Andererseits zeigt die Empirie, dass es verschiedene Programmanbieter gibt und die Marktanteile der großen Fernsehveranstalter abgenommen haben, was Messmer zu Recht mit der Heterogenität der Konsumentenpräferenzen erklärt. Messmer erwartet für das digitale Fernsehen eine Zunahme des Wettbewerbs, da neue Anbieter wegen der erhöhten Anzahl an Distributionskanälen auf den Markt eintreten können. Im Bereich der Distribution des digitalen Fernsehens konstatiert Messmer eine im Vergleich zur Programmebene deutlich größere Konzentrationstendenz infolge von Größen- und Verbundvorteilen in Verbindung mit hohen versunkenen Kosten. Dies gilt insbesondere für die Kabelnetze und die spezifischen Distributionsdienstleistungen (Zugangskontrollsystem, Packaging, Navigationssysteme). Da Messmer die Marktunvollkommenheiten aufgrund der

Kostensituation für am bedeutendsten hält, streift er weitere Ursachen (asymmetrische Informationen und anderes) nur am Rande.

In Kapitel fünf gibt Messmer einen kurzen Überblick über die Wettbewerbsverhältnisse im deutschen Digitalfernsehen und hebt besonders die Gefahr vertikaler Konzentration hervor. Zur besseren Einordnung gibt er einen hilfreichen Einblick in den Entwicklungsstand des digitalen Fernsehens in anderen Ländern.

Auf Grundlage der vorangegangenen Untersuchungen entwickelt Messmer in Kapitel sechs wirtschaftspolitische Instrumente für das digitale Fernsehen. Er konzentriert sich dabei auf die Distributionsebene, das Lizenzierungsverfahren sowie die Preisgestaltung für das digitale Fernsehen. Aufgrund der Gatekeeper-Position der digitalen Netzbetreiber und der damit verbundenen Missbrauchsmöglichkeiten fordert der Autor zunächst eine vertikale Desintegration von Infrastrukturbetreibern und Diensteanbietern. Darüber hinaus skizziert er Regelungen, die einen diskriminierungsfreien Zugang zu den digitalen Dienstleistungen wie das Multiplexing ermöglichen sollen. Er greift dabei auf in der Literatur bekannte Vorschläge zurück. Außerdem fordert er eine Auktion der Übertragungslizenzen und umreißt einige Anforderungen an ein derartiges System. Das Kapitel schließt mit der Feststellung, dass infolge der Digitalisierung Pay-TV einfacher einzusetzen ist, was den Vorteil mit sich bringt, dass die Präferenzen der Zuschauer besser erkannt und bedient werden können.

Das Buch endet mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse, in der der Autor hervorhebt, dass das digitale Fernsehen die Voraussetzung dafür schafft, Meinungsvielfalt aus dem Marktgeschehen heraus realisieren zu können, weil eine große Anzahl von unabhängigen Programmveranstaltern Fernsehprogramme anbieten kann. Daher ist der Forderung, grundsätzlich das Instrumentarium des Kartellrechts anzuwenden, zuzustimmen.

Als Fazit bleibt festzuhalten, dass Messmer mit seiner Arbeit eine detaillierte und hilfreiche Analyse des digitalen Fernsehens vorgelegt hat, die viele Literaturquellen verarbeitet und einen detaillierten Überblick bietet, wenn auch wenig neue oder überraschende Erkenntnisse geboten werden.

Marco Czygan