



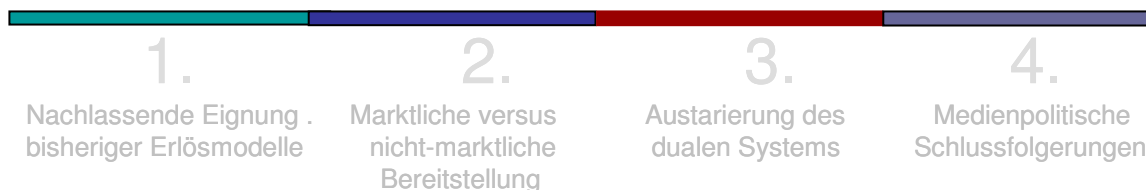
Dr. Manfred Kops

Konsumenten- und Bürgernutzen entgeltfinanzierter Internet-basierter Medien

Referat, vorgetragen auf der Tagung
des Instituts für Rundfunkökonomie und der LfM NRW
„Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien“
am 17. 11. 2010 in Düsseldorf

Gliederung

- 1. Die nachlassende Eignung bisheriger Erlösmodelle für die traditionellen Medien und die Suche nach neuen Erlösmodellen**
- 2. Die Leistungsfähigkeit einer entgeltfinanzierten marktlichen Bereitstellung und einer zwangsfinanzierten nichtmarktlichen Bereitstellung der Medien aus ökonomischer Sicht**
- 3. Die Austarierung des dualen Systems als gesellschaftliche Abwägung des Konsumentennutzens und des Bürgernutzens der Medien**
- 4. Einige medienpolitische Schlussfolgerungen**



1. Abschnitt:

Die nachlassende Eignung bisheriger Erlösmodelle für die traditionellen Medien und die Suche nach neuen Erlösmodellen

1.

Nachlassende Eignung
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Vorbemerkung:

Dass Internet-basierte Medien gegenüber den traditionellen Medien (Rundfunk und Presse) einige Vorteile besitzen:

- geringere Produktionskosten durch Entmaterialisierung der Inhalte,
 - geringere Transaktionskosten beim Abruf und der gezielten Nutzung,
 - höhere zeitliche und räumliche Flexibilität der Nutzung,
 - Interaktivität, mit den Möglichkeiten der fragmentierten und ent-linearisierten, gezielten Nutzung von (Pull-)Inhalten,
 - Erstellung von Nutzerprofilen durch die Anbieter, zur gezielten Bereitstellung von (Push-)Inhalten, auch von Werbung,
- ... wird hier nicht weiter thematisiert (Riepl'sches Gesetz).

Ausgangspunkt der folgenden Ausführungen ist vielmehr die dadurch verursachte oder damit einher gehende

nachlassende Eignung bisheriger Erlösmodelle für die traditionellen Medien und die Suche nach neuen Erlösmodellen.

1.

Nachlassende Eignung
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

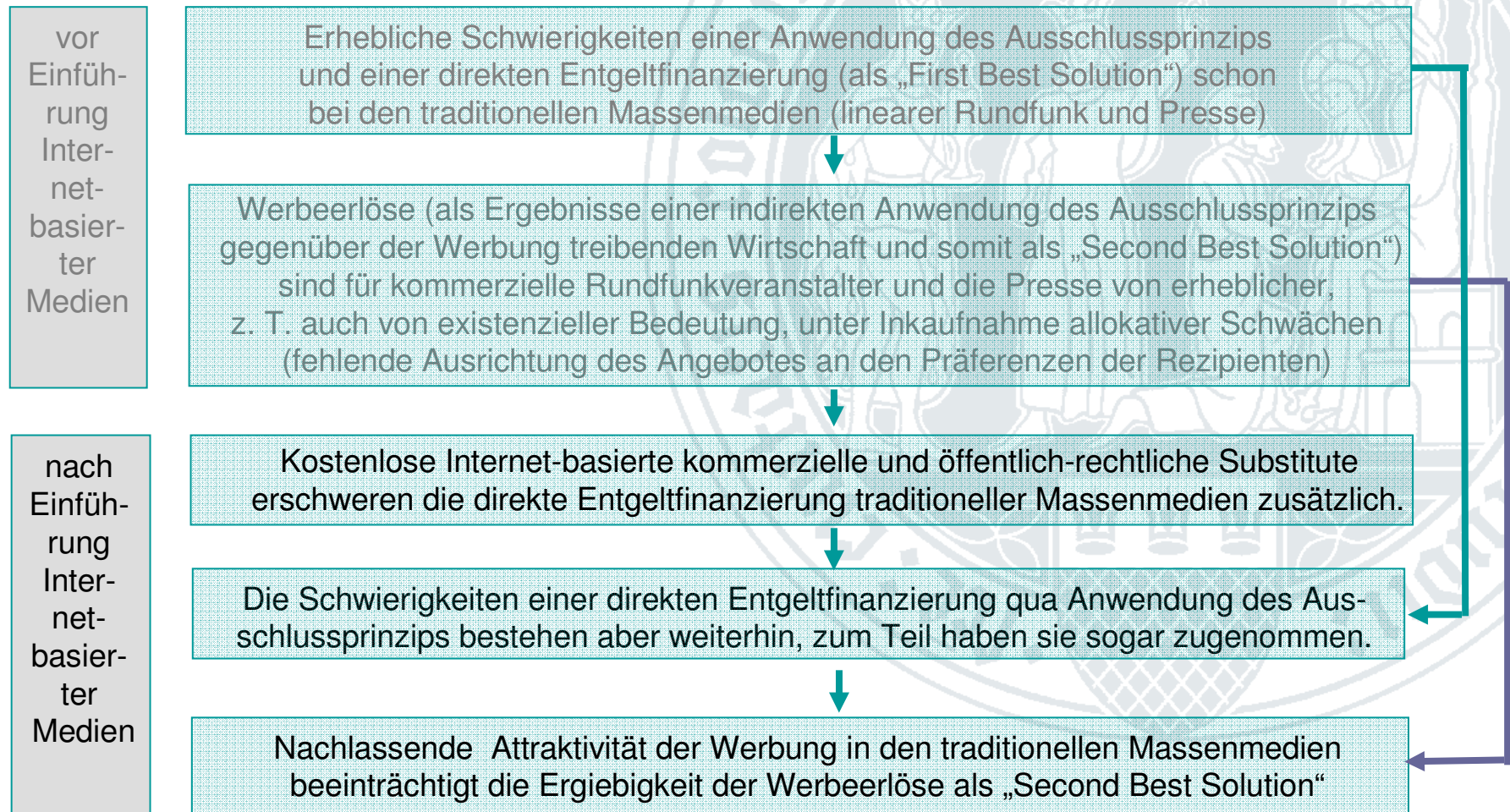
4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



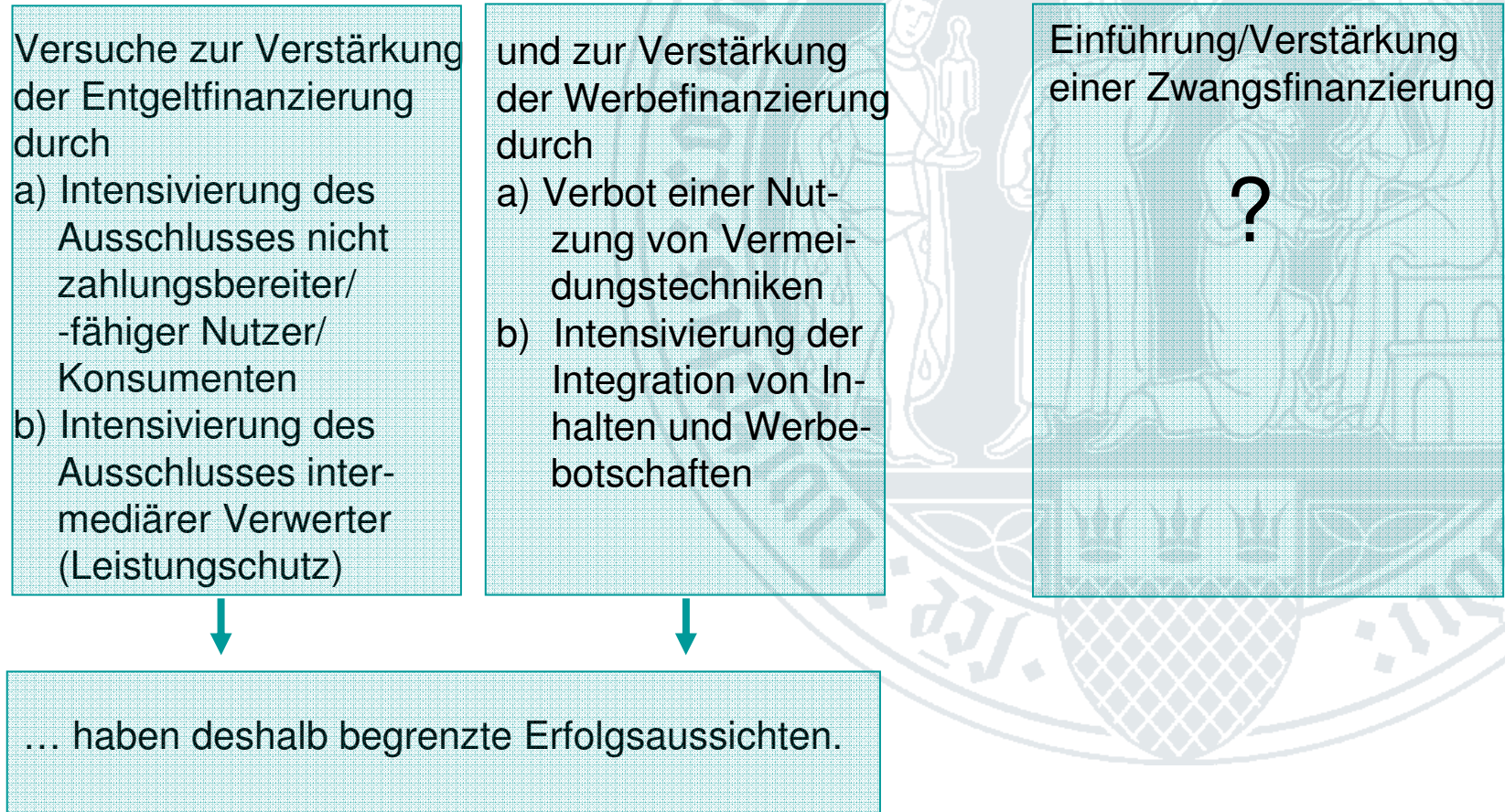
Hauptursachen für die nachlassende Eignung bisheriger Erlösmodelle für die traditionellen Medien und die Suche nach neuen Erlösmodellen:



- 1.**
 Nachlassende Eignung
 bisheriger Erlösmodelle
- 2.**
 Marktliche versus
 nicht-marktliche
 Bereitstellung
- 3.**
 Austarierung des
 dualen Systems
- 4.**
 Medienpolitische
 Schlussfolgerungen



Die Suche nach neuen Erlösmodellen für die traditionellen Medien:



1.

Nachlassende Eignung bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus nicht-marktliche Bereitstellung

3.

Austarierung des dualen Systems

4.

Medienpolitische Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Die Suche nach neuen Erlösmodellen für die traditionellen Medien:

Einführung/Verstärkung einer Zwangsfinanzierung

- Ordnungspolitische Vorbehalte:
Zwangsfinanzierung als Second Best S., falls privatwirtschaftliche Finanzierung nicht möglich ist;
- Aber auch: Argumente für eine Zwangsfinanzierung als First Best S., die einer kommerziellen Finanzierung allokativ oder distributiv überlegen ist (BVerfG).

1.

Nachlassende Eignung
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Die Suche nach neuen Erlösmodellen für die traditionellen Medien:

Einführung/Verstärkung einer Zwangsfinanzierung

- Zwangsfinanzierung als traditionelle Finanzierung öffentlicher Güter (im Sinne nicht ausschließbarer Güter) üblich, weil Entgeltfinanzierung am Trittbrettfahren der Nutzer/Konsumenten scheitern würde, z. B. bei den klassischen Staatsaufgaben (inneren und äußere Sicherheit, örtliche Daseinsvorsorge, Umweltschutz etc.).
- Zwangsfinanzierung von Medien in Deutschland üblich, für den Rundfunk sogar die zunächst einzige und bis Mitte der achtziger Jahre dominante Finanzierung.
- Langjähriger Disput über die Frage, ob die Zwangsfinanzierung des Rundfunks als Second Best Solution anzusehen ist (vor allem, weil kein direkter Ausschluss möglich ist), oder als First Best Solution (weil eine nicht-marktliche Bereitstellung gegenüber einer entgelt- oder werbefinanzierten Bereitstellung allokativer/und oder distributive Vorteile aufweist).
- Daran anschließender Disput über die Frage, ob die Zwangsfinanzierung von Internet-basierten Medien erforderlich und zulässig und ggf. sogar als First Best Solution anzusehen ist.
- Zulässigkeit einer Zwangsfinanzierung Internet-basierter Medien durch eine Rundfunkgebühr durch den Rundfunkstaatsvertrag seit 2009 grundsätzlich entschieden.

1.

Nachlassende Eignung
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln

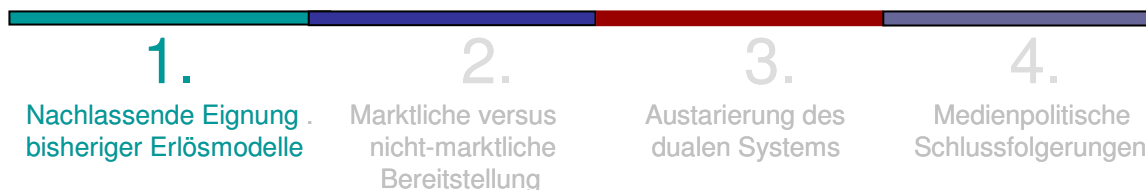


Die Suche nach neuen Erlösmodellen für die traditionellen Medien:

Möglichkeiten der Einführung/Verstärkung einer Zwangsfinanzierung

- Zwangsfinanzierung eines Teils der traditionellen kommerziellen Medien (lineare Rundfunkprogramme und Presseerzeugnisse)
 - * durch staatliche Einnahmen oder
 - * durch Teile der Rundfunkgebühr/-abgabe;
- Zwangsfinanzierung eines Teils der Internet-basierten kommerziellen Angebote (von Rundfunkveranstaltern und Verlegern)
 - * durch staatliche Einnahmen,
 - * durch Teile der Rundfunkgebühr/-abgabe,
 - * durch eine Internet-Flatrate, die z. B. von den Providern erhoben und verteilt wird;
- Zwangsfinanzierung eines Teils der nicht-kommerziellen, nicht öffentlich-rechtlichen Internet-basierten Angebote (z. B. Blogs);
- Alternativ oder ergänzend: Rücknahme oder Einschränkung des Umfangs der zulässigen öffentlich-rechtlichen Internet-basierten Angebote (Telemedien).

Quelle zu Abschnitt 1: Kops 2010a



Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



2. Abschnitt:

Die Leistungsfähigkeit einer entgeltfinanzierten marktlichen Bereitstellung und einer zwangsfinanzierten nicht-marktlichen Bereitstellung der Medien aus ökonomischer Sicht

1.

Nachlassende Eignung
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Der Doppelcharakter der Medien als Kulturgut und Wirtschaftsgut

Medien als **Kulturgut**:

Publizistischer Nutzen für die freie Meinungsbildung

Medien als **Wirtschaftsgut**:

Ökonomischer Nutzen der Medien als Mittel zur Befriedigung individueller Bedürfnisse, z. B. nach Information, Unterhaltung u. ä.

In der Regel erfüllen Medien beide Funktionen, allerdings mit unterschiedlichem Gewicht.

1.

Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Medien als Kulturgut und/oder Wirtschaftsgut

Die Medien als Kulturgut

Als Kulturgut entfalten die Medien publizistische Wirkungen. Sie dienen der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung.

Dadurch stiften sie zum einen den Rezipienten (ökonomisch: den Konsumenten) einen individuellen publizistischen Nutzen, dessen Art und Umfang diese durch ihre individuellen Entscheidungen als Marktteilnehmer selbst bestimmen („marktlich gesteuerter „**Konsumentennutzen**““).

Sie stiften aber auch einen kollektiven publizistischen Nutzen, weil sie durch ihren Beitrag zur öffentlichen Kommunikation die Funktions- und Leistungsfähigkeit der Gesellschaft stärken (gesellschaftlich gesteuerter „**Bürger Nutzen**““).

1.

Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

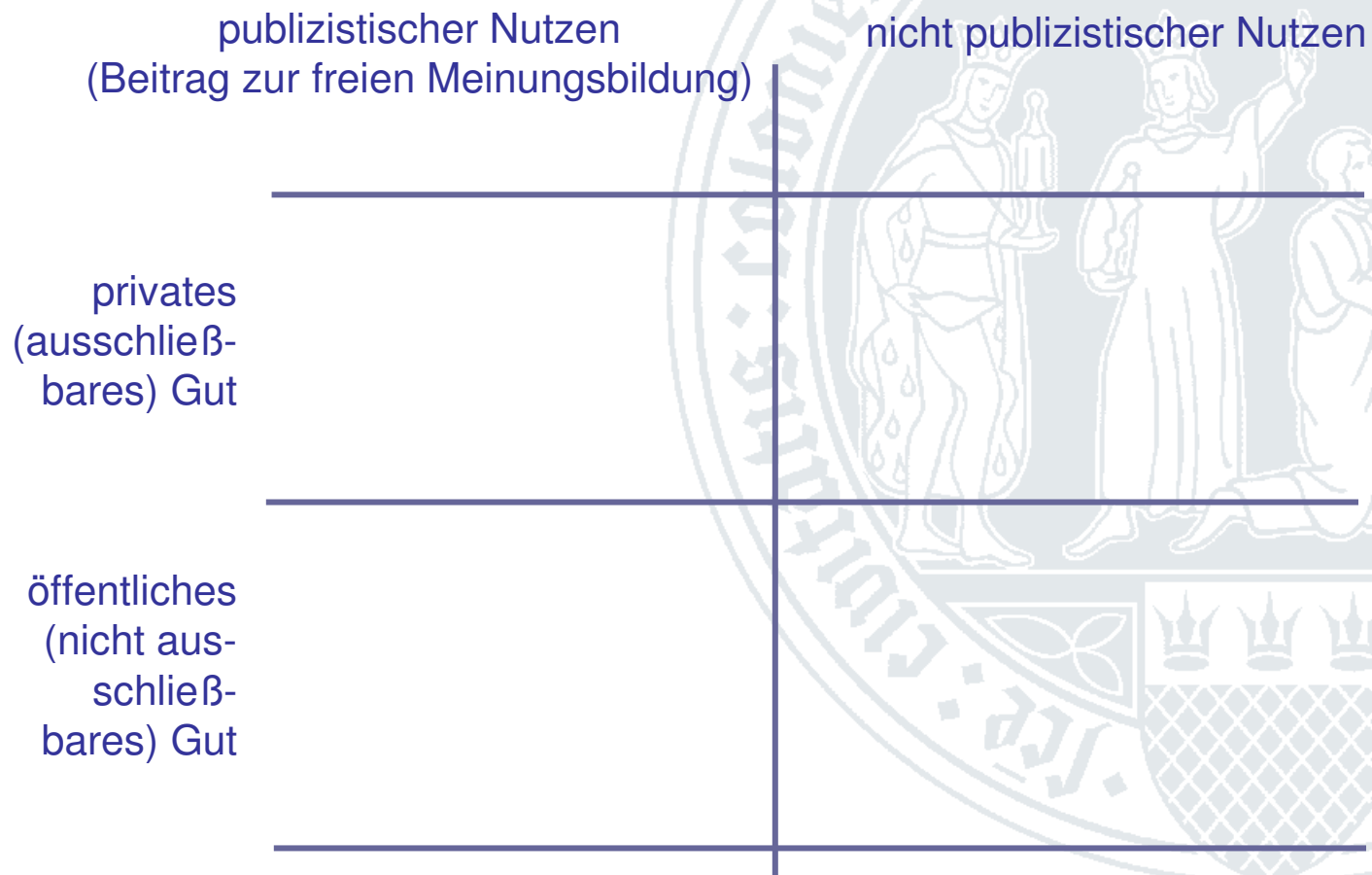
4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Medien als Kulturgut und/oder Wirtschaftsgut



1.

Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

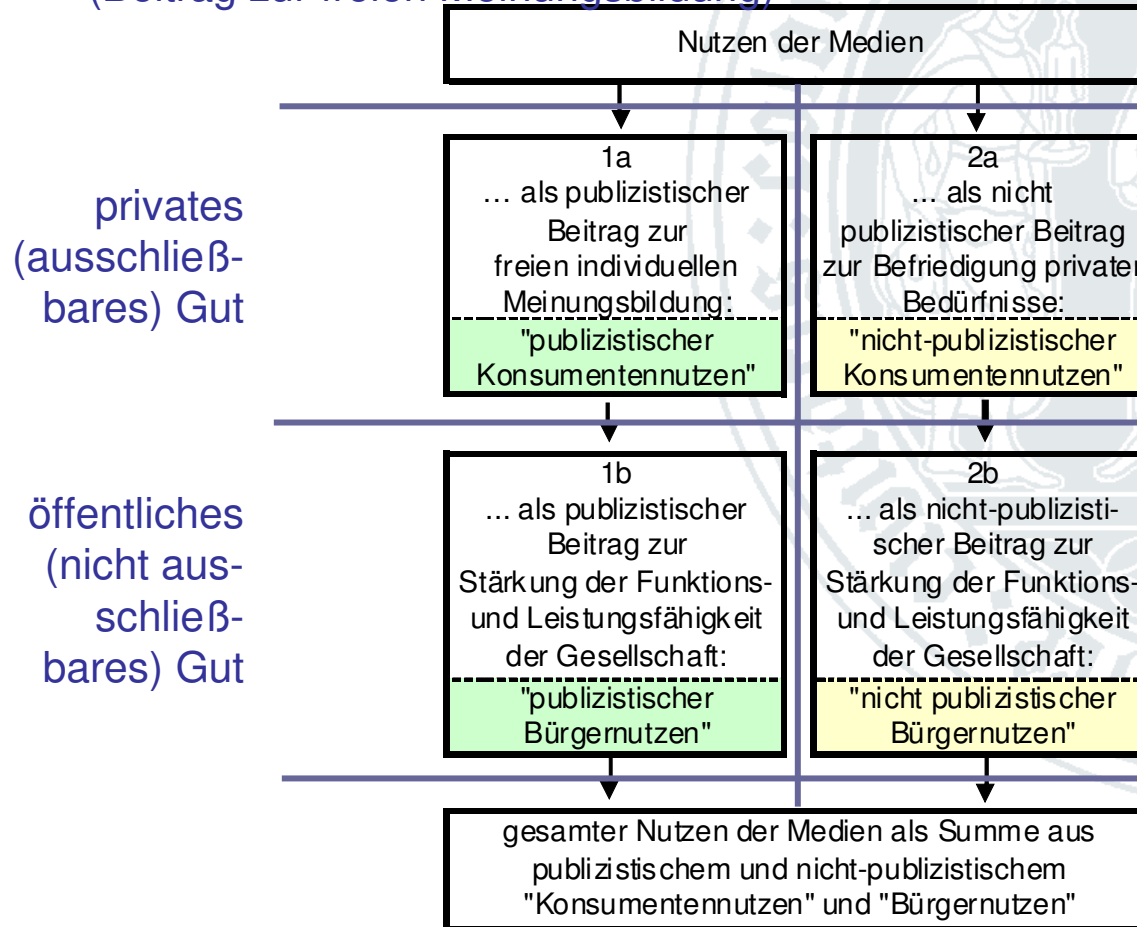
Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Medien als Kulturgut und/oder Wirtschaftsgut

publizistischer Nutzen
(Beitrag zur freien Meinungsbildung) nicht publizistischer Nutzen



1.
Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle
2.
Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung
3.
Austarierung des
dualen Systems
4.
Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Medien als Kulturgut und/oder Wirtschaftsgut

publizistischer Nutzen
(Beitrag zur freien Meinungsbildung)

nicht publizistischer Nutzen

privates
(ausschließ-
bares) Gut

entgeltpflichtige
Expertisen zu
gesellschaft-
lichen Fragen

Die Angebote
der „Negativ-
liste des RfStV,
z. B. Routenplaner

öffentliches
(nicht aus-
schließ-
bares) Gut

Informationen
über Wahl-
programme
oder Wahl-
ergebnisse

gesamtwirtschaftl.
Einkommens-
und Beschäfti-
gungseffekte der
Medienbranche

1.

Nachlassende Eignung
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Publizistische Mängel einer marktlichen Bereitstellung von Medien

	(Tele-)Medien mit ausschließlich publizistischem Nutzen	(Tele-)Medien mit sowohl publizistischem als auch nicht-publizistischem Nutzen	(Tele-)Medien mit ausschließlich nicht-publizistischem Nutzen	
1. allokativer Marktmängel				1. Folgen allokativer Marktmängel
a) fehlende Berücksichtigung externer Effekte	●	●	●	a) mangelnde Gemeinwohlorientierung und -förderung
b) fehlende Ausschließbarkeit	●	●	●	b) mangelnde Kommerzferne
c) fehlende Additivität der Kosten	●	●	●	c) mangelnde Vielfalt
d) fehlende Symmetrie der Informationsverteilung	●	●	●	d) mangelnde Qualität
e) fehlender Verzicht auf Suggestion	●	●	●	e) mangelnde Reflexivität
2. distributive Marktmängel				2. Folgen distributiver Marktmängel
a) fehlende Fairness der marktlichen "Ausgangsverteilung"	●	●	●	a) mangelnde Zugänglichkeit/mangelnde kommunikative Chancengleichheit
3. Summe allokativer und distributiver Marktmängel	●	●	●	3. mangelnder Beitrag zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung

publizistischer Nutzen			
			nicht-publizistischer Nutzen

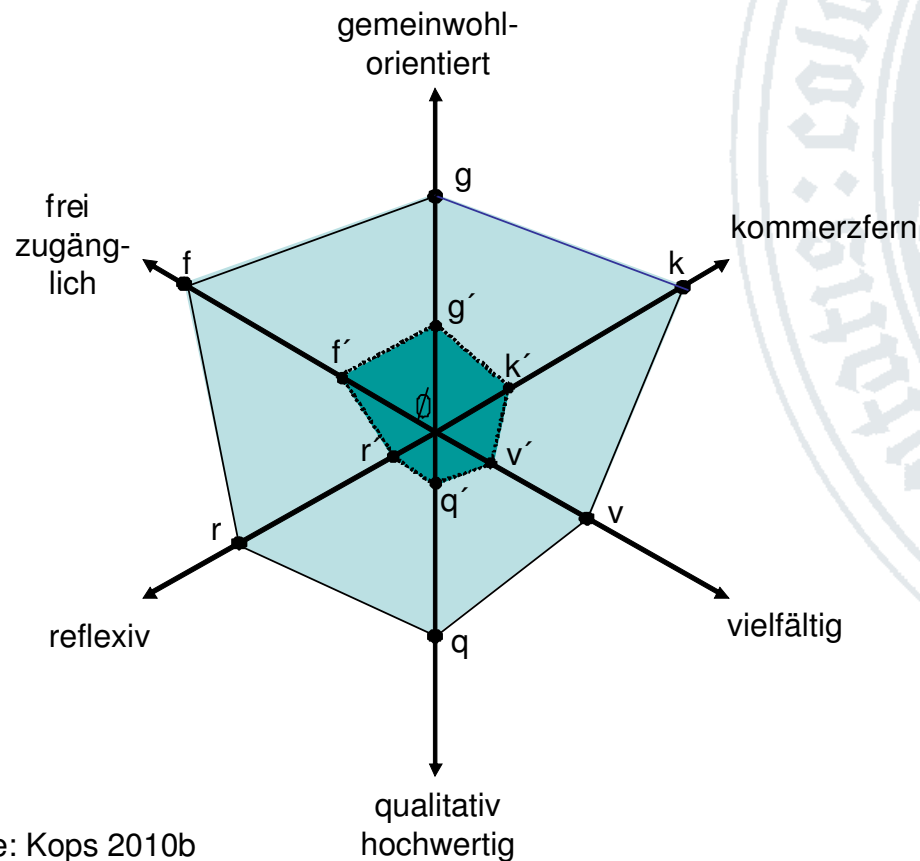
Quelle: Kops/Sokoll/Bensinger 2009

1. Nachlassende Eignung . bisheriger Erlösmodelle
2. Marktliche versus nicht-marktliche Bereitstellung
3. Austarierung des dualen Systems
4. Medienpolitische Schlussfolgerungen

Manfred Kops
 Institut für Rundfunkökonomie
 an der Universität zu Köln



Publizistische Mängel einer marktlichen Bereitstellung von Medien



Quelle: Kops 2010b

Die publizistischen Mängel einer marktlichen Bereitstellung von Medien variieren mit der Art der Inhalte, Gestaltungsformen, Rezipienten und Verbreitungs- und Nutzungsformen.

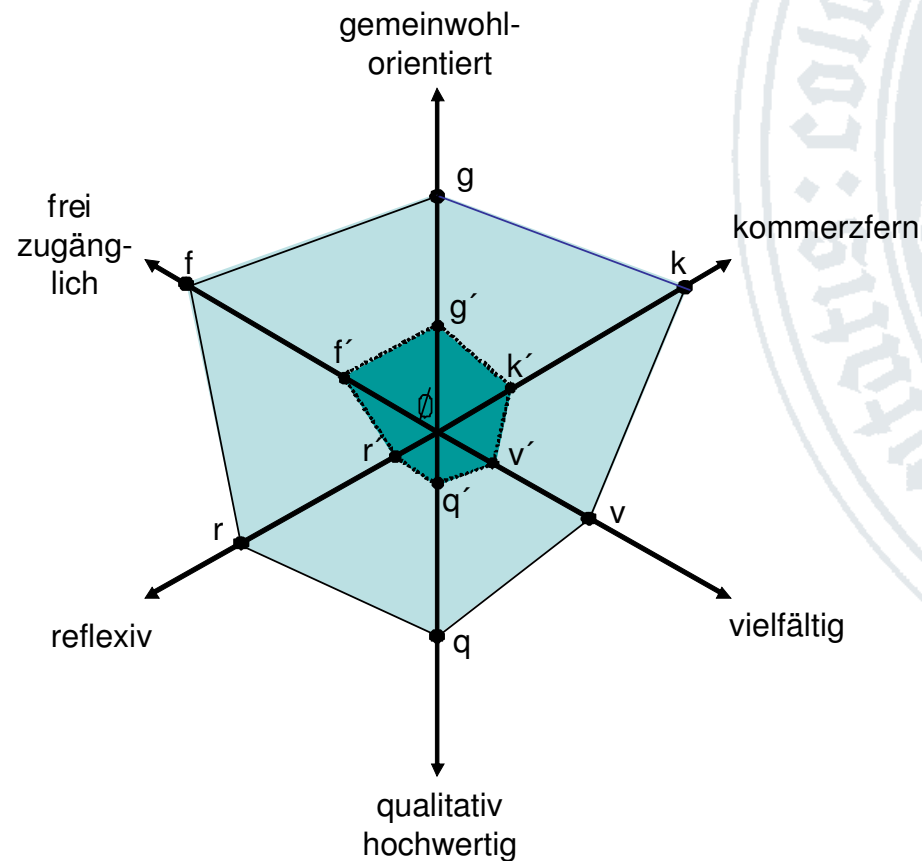
In der nebenstehenden Abbildung sind die aus der ökonomischen Theorie (der Marktmängel) ableitbaren Formen publizistischer Mängel einer marktlichen Bereitstellung zusammengestellt. Ihre Qualifizierung, geschweige denn ihre Quantifizierung bereitet den Ökonomen aber erhebliche Schwierigkeiten.

- | | | | |
|---|---|------------------------------------|--|
| 1. | 2. | 3. | 4. |
| Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle | Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung | Austarierung des
dualen Systems | Medienpolitische
Schlussfolgerungen |

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Publizistische Mängel einer marktlichen Bereitstellung von Medien



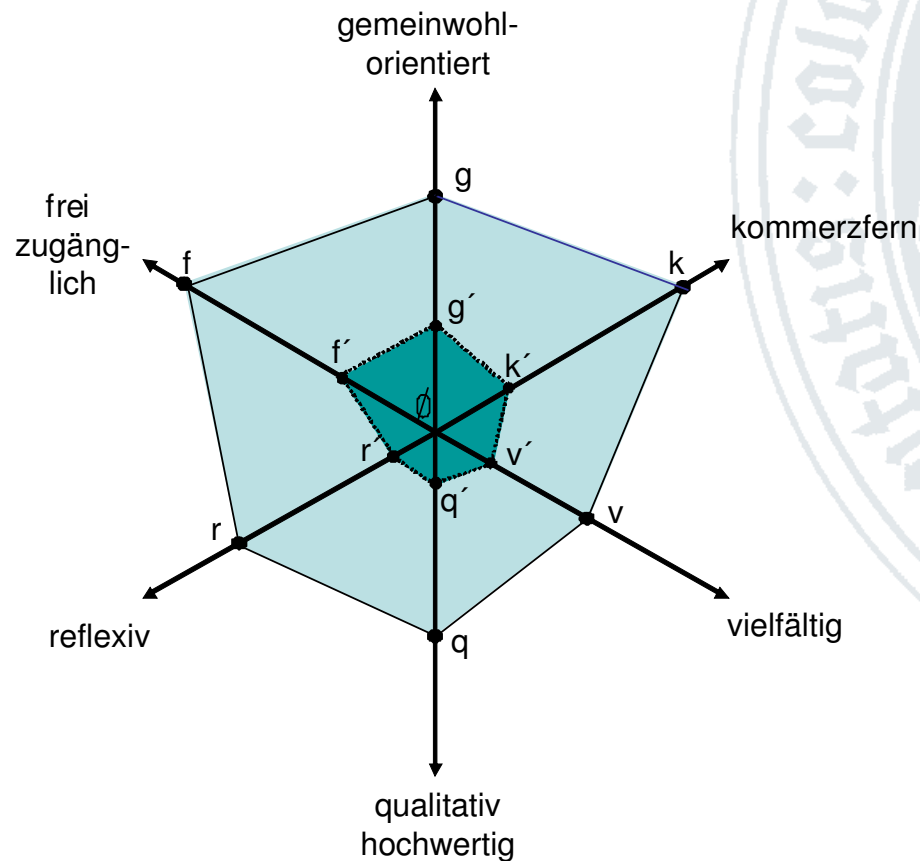
Einigkeit besteht allenfalls darüber, dass die publizistischen Mängel einer marktlichen Bereitstellung von Medien bei Medien (inhalten), bei denen die publizistische Funktion im Vordergrund steht (etwa beim Diskurs über sozial- oder verteilungspolitische Kollektiventscheidungen) schwerer wiegen, während sie bei Medien(-inhalten), bei denen die nicht-publizistische Funktion dominiert (z. B. bei fiktionaler Unterhaltung oder bei Computerspielen) geringere oder keine Bedeutung haben.

1. Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle
2. Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung
3. Austarierung des
dualen Systems
4. Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Publizistische Mängel einer marktlichen Bereitstellung von Medien



Aus der ökonomischen Theorie können die publizistischen Mängel einer marktlichen Bereitstellung von (und damit der **publizistische Mehrwert** einer nicht-marktlichen, in Deutschland im wesentlichen dann: öffentlich-rechtlichen Bereitstellung) somit allenfalls qualitativ und bisher auch nicht konsensual hergeleitet werden.

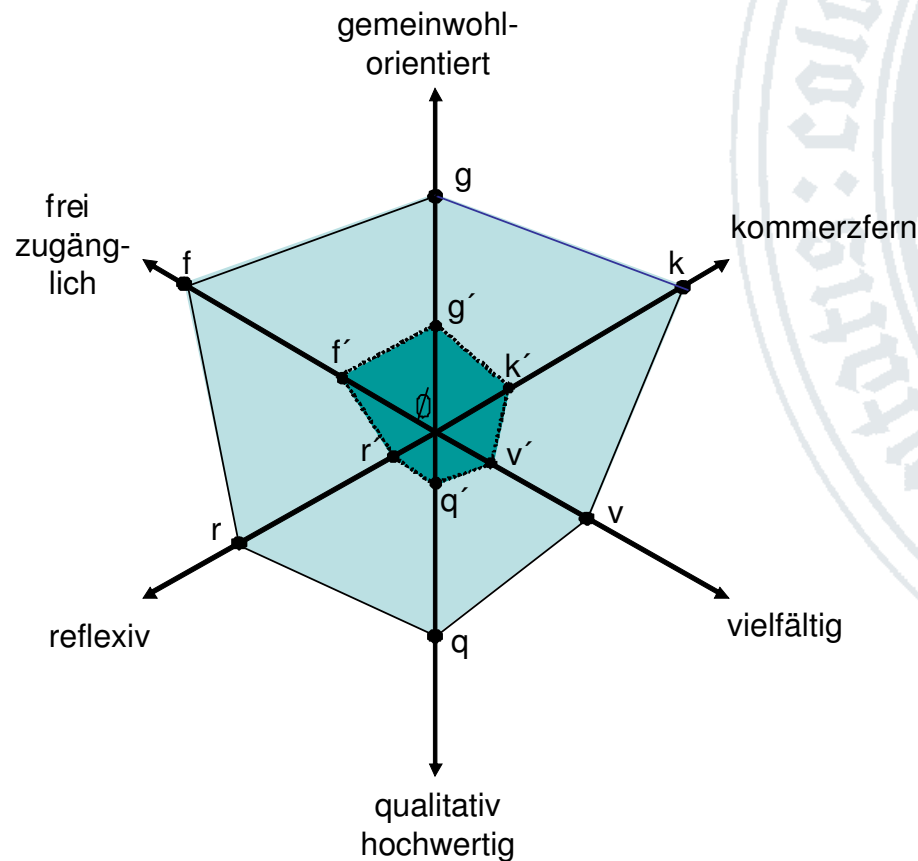
Umgekehrt kann diese Theorie auch nur qualitativ (und ebenfalls nicht konsensual) diejenigen Medien aufzeigen, bei denen eine nicht-marktliche (öffentlich-rechtliche) Bereitstellung **nicht** gerechtfertigt ist.

1. Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle
2. Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung
3. Austarierung des
dualen Systems
4. Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Publizistische Mängel einer marktlichen Bereitstellung von Medien



Hinzu kommt, dass der publizistische Mehrwert einer nicht-marktlichen Bereitstellung auch ausgeschöpft werden muss. Von daher handelt es sich zunächst nur um einen aus Marktmängeln ableitbaren **potentiellen Mehrwert**.

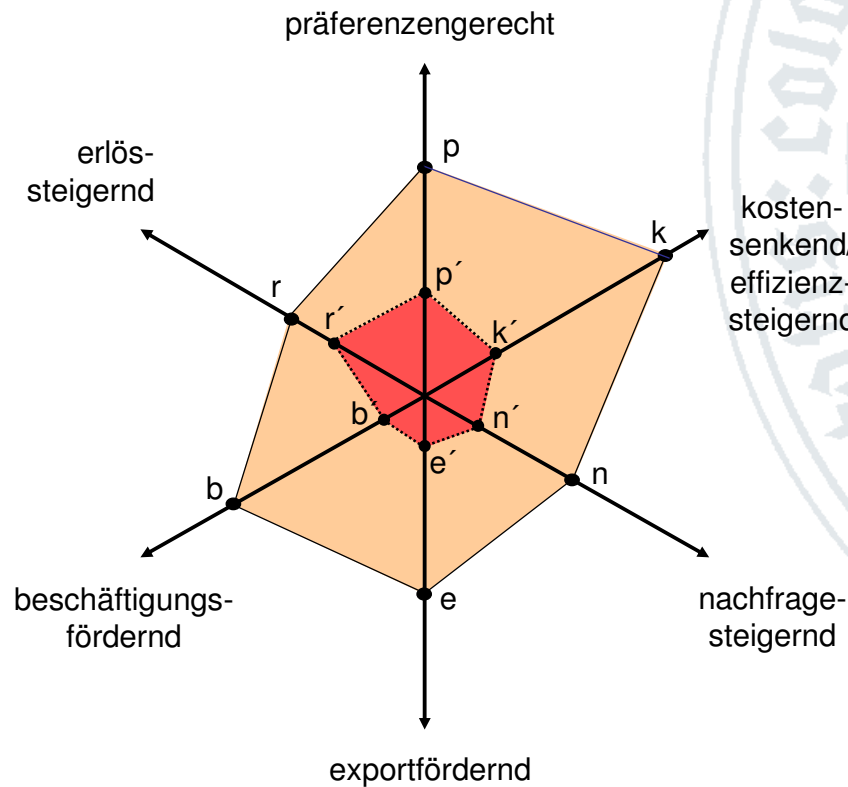
Bezogen auf öffentlich-rechtliche Anbieter können sich deshalb z. B. die Rundfunkräte nicht auf den Nachweis von Mängeln einer kommerziellen Bereitstellung beschränken, sondern sie müssen auch gewährleisten, dass die Chancen, Marktzwänge ignorieren zu können, von ihren Anstalten auch genutzt werden.

1. Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle
2. Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung
3. Austarierung des
dualen Systems
4. Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Nicht-publizistische Mängel einer nicht-marktlichen Bereitstellung von Medien



Der publizistische Mehrwert einer nicht-marktlichen Bereitstellung muss zudem abgewogen werden gegen den möglichen **nicht-publizistischen Mehrwert** einer marktlichen Bereitstellung von Medien. Allgemein lassen sich diese aus der Überlegenheit des Marktes als Allokationsverfahren herleiten, ihre Übertragung auf Medien (als Wirtschaftsgütern) steht aber noch weitgehend aus.

Die Abbildung zeigt denkbare (nicht-publizistische) Mängel einer nicht-marktlichen Bereitstellung von Medien und den daraus ableitbaren nicht-publizistischen Mehrwert einer marktlichen Bereitstellung.

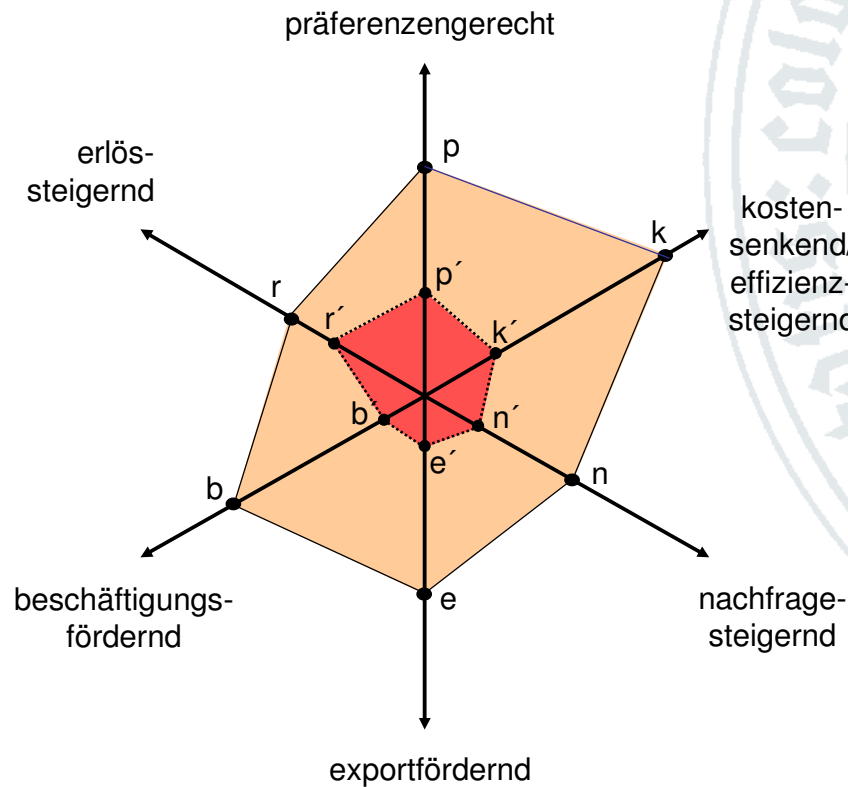
Quelle: Kops 2010b

1. Nachlassende Eignung . bisheriger Erlösmodelle
2. Marktliche versus nicht-marktliche Bereitstellung
3. Austarierung des dualen Systems
4. Medienpolitische Schlussfolgerungen

Manfred Kops
 Institut für Rundfunkökonomie
 an der Universität zu Köln



Nicht-publizistische Mängel einer nicht-marktlichen Bereitstellung von Medien



Die ökonomische Theorie kann die nicht-publizistischen Vorteile einer marktlichen Bereitstellung von Medien bisher ebenfalls allenfalls qualifizieren, aber kaum quantifizieren.

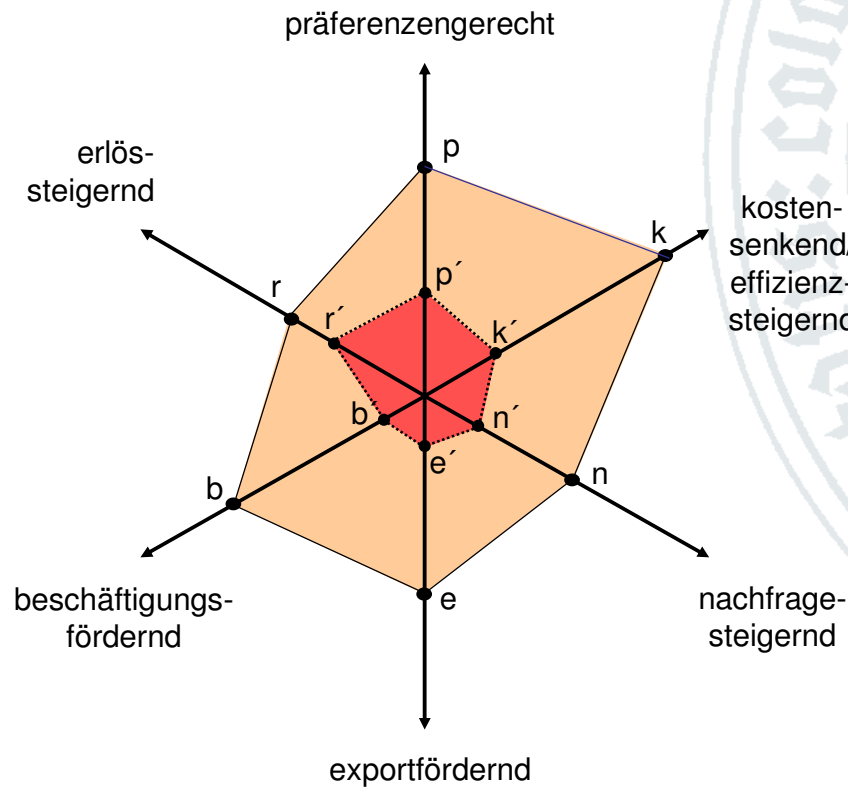
Umgekehrt kann sie auch kaum aufzeigen, bei welchen Medien eine marktliche Bereitstellung **keinen nicht-publizistischen Mehrwert** beinhaltet.

Zudem ist auch der nicht-publizistische Mehrwert einer marktlichen Bereitstellung ein zunächst potenzieller Wert, den der Markt nicht notwendigerweise ausschöpft.

1. Nachlassende Eignung . bisheriger Erlösmodelle
2. Marktliche versus nicht-marktliche Bereitstellung
3. Austarierung des dualen Systems
4. Medienpolitische Schlussfolgerungen



Nicht-publizistische Mängel einer nicht-marktlichen Bereitstellung von Medien



Die ökonomische Theorie kann die nicht-publizistischen Vorteile einer marktlichen Bereitstellung von Medien bisher ebenfalls allenfalls qualifizieren, aber kaum quantifizieren.

Umgekehrt kann sie auch kaum aufzeigen, bei welchen Medien eine marktliche Bereitstellung **keinen nicht-publizistischen Mehrwert** beinhaltet.

Zudem ist auch der nicht-publizistische Mehrwert einer marktlichen Bereitstellung ein zunächst potenzieller Wert, den der Markt nicht notwendigerweise ausschöpft.

Quelle zu Abschnitt 2: Kops 2010a

- | | | | |
|---|---|------------------------------------|--|
| 1. | 2. | 3. | 4. |
| Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle | Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung | Austarierung des
dualen Systems | Medienpolitische
Schlussfolgerungen |

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



3. Abschnitt:

Die Austarierung des dualen Systems als gesellschaftliche Bestimmung des publizistischen Nutzens und des nicht-publizistischen Nutzens der Medien

1.

Nachlassende Eignung
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

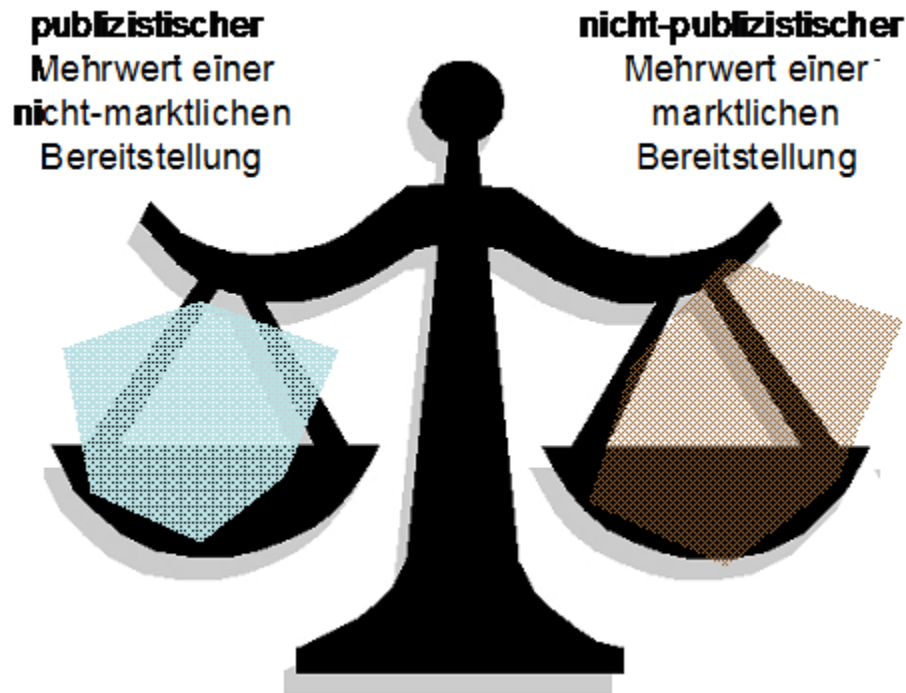
4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln

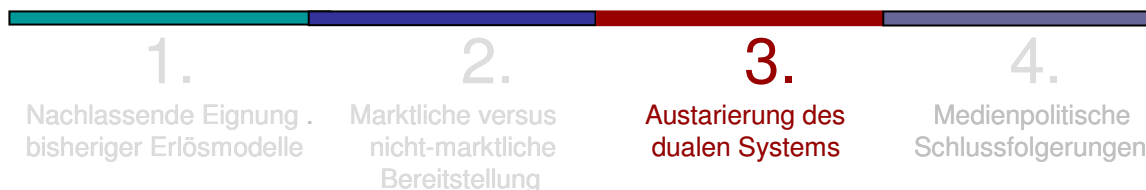


Die Abwägung des publizistischen Nutzens der Medien als Kulturgütern und des nicht-publizistischen Nutzens der Medien als Wirtschaftsgütern ...

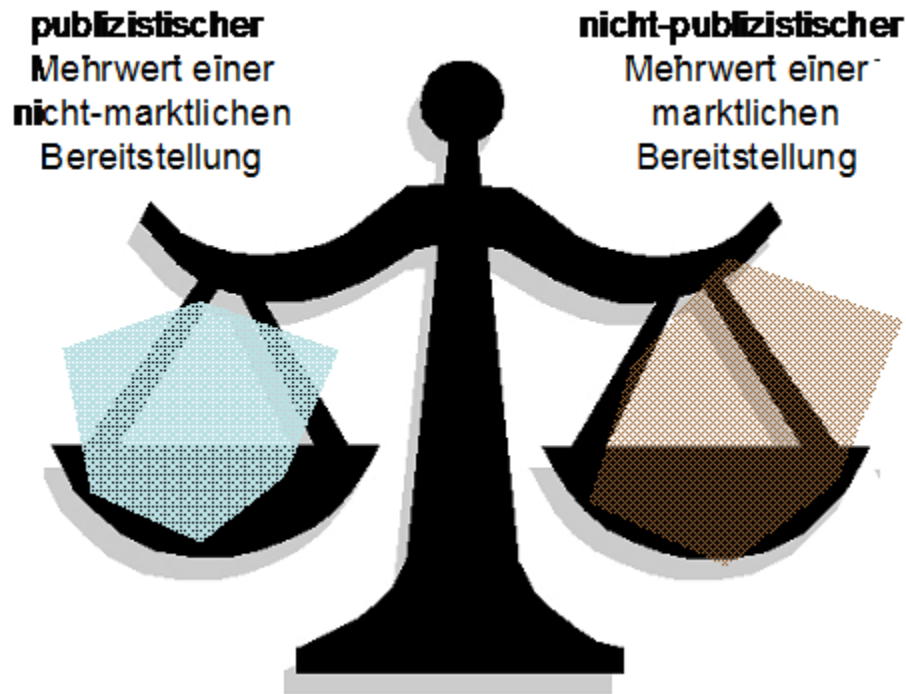


...erfordert

- a) die Qualifizierung und Quantifizierung des publizistischen Mehrwerts einer nicht-marktlichen Bereitstellung (in der Abbildung: die Bestimmung des blauen Flächeninhalts),
- b) die Qualifizierung und Quantifizierung des nicht-publizistischen Nutzens einer marktlichen Bereitstellung (des braunen Flächeninhalts).

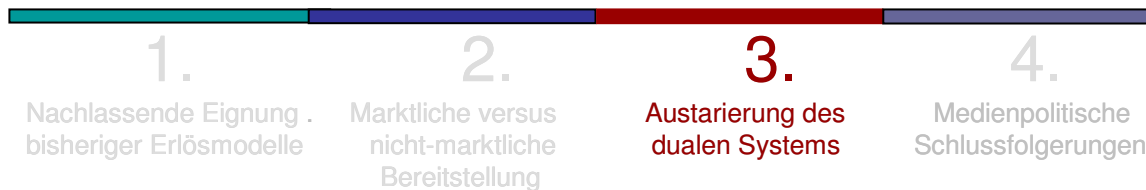


Die Abwägung des publizistischen Nutzens der Medien als Kulturgütern und des nicht-publizistischen Nutzens der Medien als Wirtschaftsgütern ...

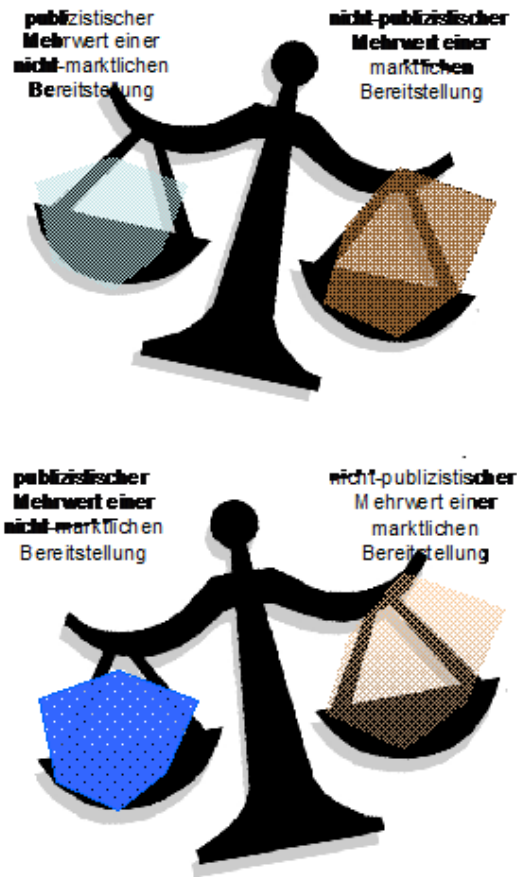


... erfordert

- a) die Qualifizierung und Quantifizierung des publizistischen Mehrwerts einer nicht-marktlichen Bereitstellung (in der Abbildung: die Bestimmung des blauen Flächeninhalts),
- b) die Qualifizierung und Quantifizierung des nicht-publizistischen Nutzens einer marktlichen Bereitstellung (des braunen Flächeninhalts).



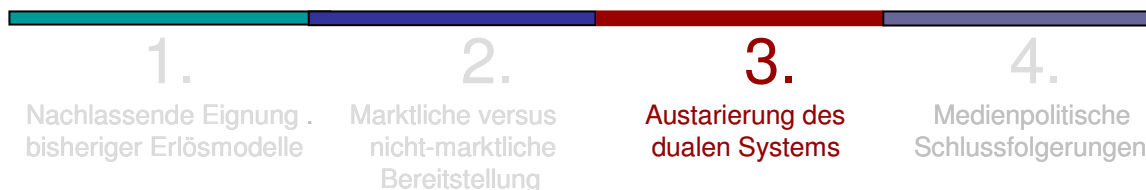
Die Abwägung des publizistischen Nutzens der Medien als Kulturgütern und des nicht-publizistischen Nutzens der Medien als Wirtschaftsgütern ...



...erfordert

c) die Bestimmung der gesellschaftlichen Bedeutsamkeit, die dem publizistischen Mehrwert einer nicht-marktlichen Bereitstellung im Vergleich zum nicht-publizistischen Mehrwert einer marktlichen Bereitstellung beigemessen wird (in der Abbildung: die Bestimmung des relativen Gewichtes der beiden Formen).

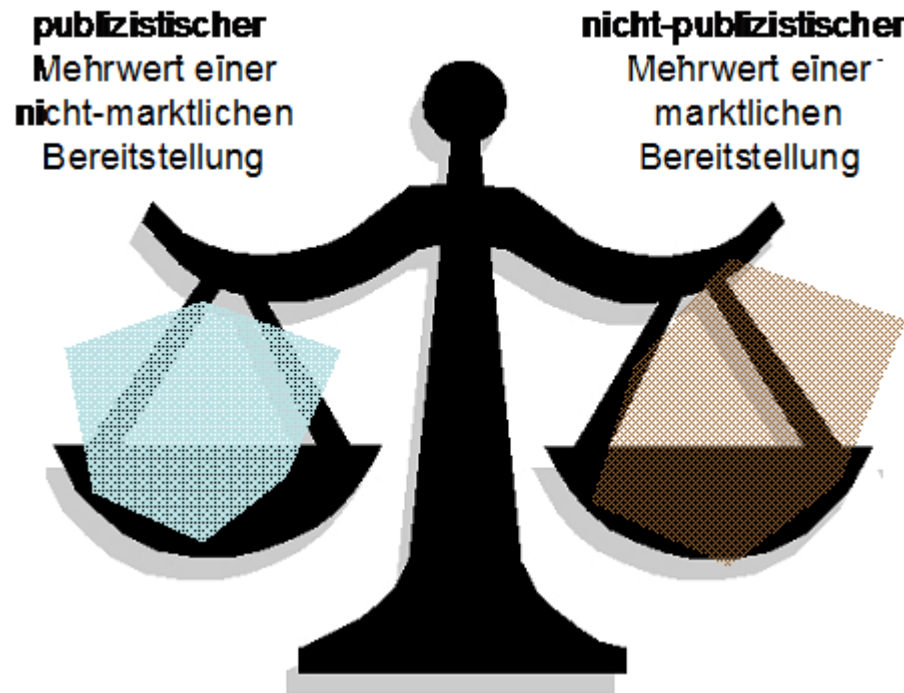
Quelle zu Abschnitt 3: Kops 2010b



Manfred Kops
 Institut für Rundfunkökonomie
 an der Universität zu Köln



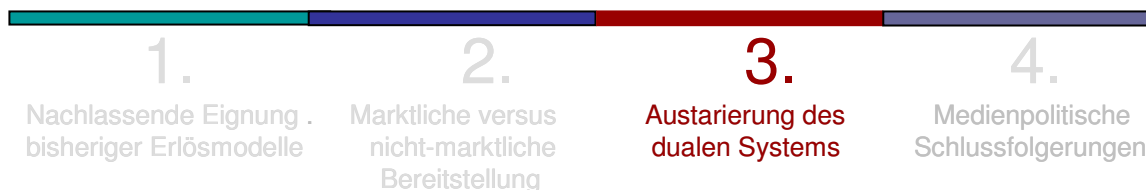
Die Abwägung des publizistischen Nutzens der Medien als Kulturgütern und des nicht-publizistischen Nutzens der Medien als Wirtschaftsgütern ...



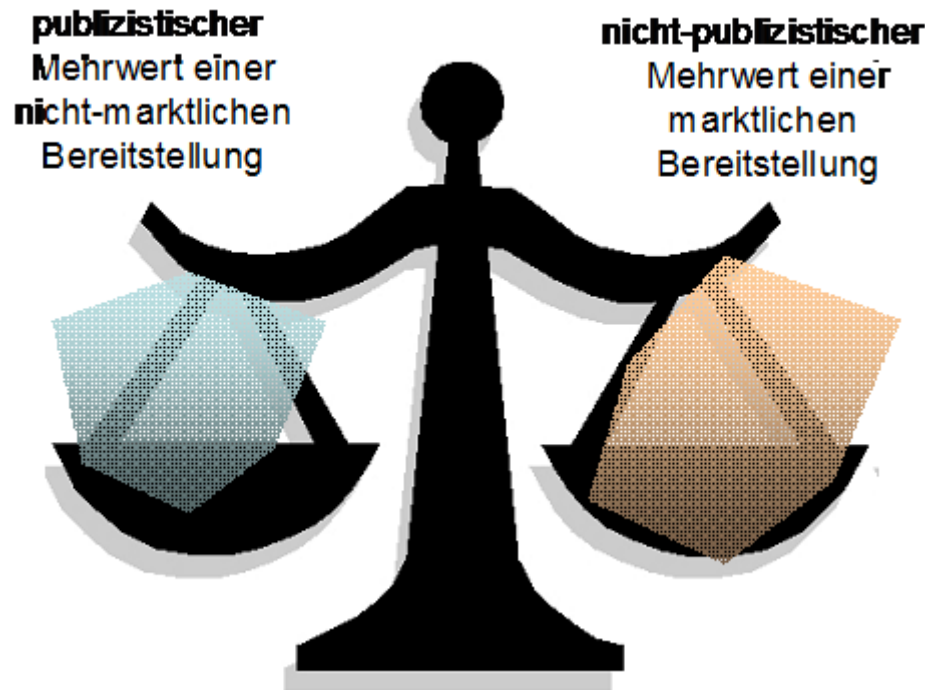
Die Erfahrungen mit dem Drei-Stufen-Test haben am Beispiel der Telemedien gezeigt, dass sowohl die Qualifizierung und Quantifizierung des publizistischen Mehrwerts öffentlich-rechtlicher Angebote ...

als auch die Qualifizierung und Quantifizierung des nicht-publizistischen Nutzens kommerzieller Angebote ...

... erhebliche methodische und empirische Probleme aufwirft – und „marktliche Auswirkungen“ im Übrigen – entgegen der Annahme des Gesetzgebers – kein geeigneter Indikator für den publizistischen Nutzen von (Tele-)Medien sind.



Die Abwägung des publizistischen Nutzens der Medien als Kulturgütern und des nicht-publizistischen Nutzens der Medien als Wirtschaftsgütern ...



Die Erfahrungen mit dem Drei-Stufen-Test haben am Beispiel der Telemedien **andererseits** gezeigt, dass der dadurch angestoßene gesellschaftliche Diskurs über die Leistungsfähigkeit einer nicht-marktlichen, öffentlich-rechtlichen Bereitstellung und einer kommerziellen Bereitstellung von Medien zur Transparenz und Rationalität der Bereitstellungsentscheidungen beiträgt, die Ökonomie die Argumente anderer Wissenschaften bei der Bestimmung des Nutzens einer öffentlich-rechtlichen versus kommerziellen Bereitstellung der Medien stärker beachten sollte.

1. Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle
2. Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung
3. Austeriarung des
dualen Systems
4. Medienpolitische
Schlussfolgerungen

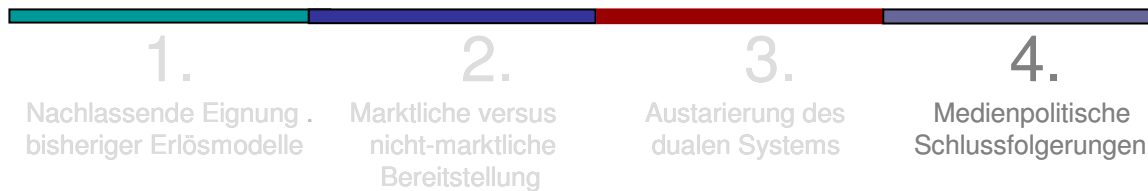
Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln





4. Abschnitt:

Einige medienpolitische Schlussfolgerungen



Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



1. Die Finanzierbarkeit der traditionellen Medien ist durch die Internetbasierten Medien bedroht, sowohl für die direkten Entgelte als auch für die Werbeeinnahmen.
2. Patentrezepte oder durchschlagende neue Erlösmodelle sind nicht in Sicht.
3. Einer Ausweitung der direkten Entgeltfinanzierung von Medien stehen nicht nur die Schwierigkeiten zur Anwendung des Ausschlußprinzips entgegen, sondern auch allokativen und distributiven Bedenken:
allokative Bedenken, weil eine Entgeltfinanzierung den individuellen (Konsumenten-)Nutzen in den Vordergrund stellt – zu Lasten des kollektiven (Bürger-)Nutzens der Medien,
distributive Bedenken, weil die durch den Markt kontingentierte Teilhabe an der öffentlichen Meinungsbildung und öffentlichen Kommunikation die kommunikative Chancengleichheit beeinträchtigt.

1.

Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



4. Eine **teilweise Zwangsfinanzierung** der Medien ist deshalb begründbar.
5. Für den **linearen Rundfunk** war die Zwangsfinanzierung in Deutschland bis zur Einführung des dualen Systems auch die dominante Finanzierung; für die **Internet-basierten Medien** hat der Gesetzgeber die Bereitstellung durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und damit auch die Zwangsfinanzierung aus der Rundfunkgebühr prinzipiell für zulässig erklärt. Für die **Printmedien** und die **kommerziellen Veranstalter von linearem Rundfunk** wird die Forderung nach einer Beteiligung an Zwangseinnahmen in Deutschland bisher nur vereinzelt erhoben.
6. Die Berechtigung und der Umfang einer Zwangsfinanzierung der Medien sind aus der **Leistungsfähigkeit** einer dadurch ermöglichten **nicht-marktlichen Bereitstellung** im Verhältnis zur Leistungsfähigkeit einer aus Entgelten, Werbeeinnahmen und sonstigen Markteinkünften finanzierten **marktlichen Bereitstellung** abzuleiten.

1.

Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

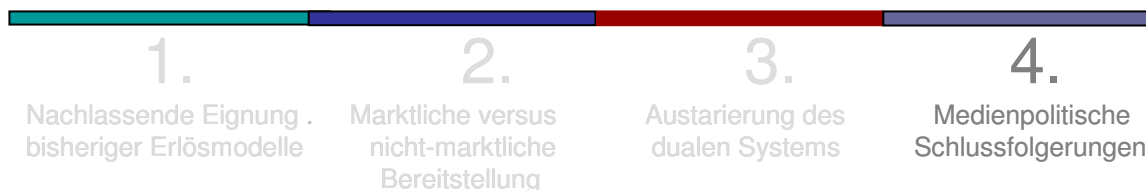
4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



7. Dieser Leistungsvergleich ist differenziert für die unterschiedlichen Inhalte, Gestaltungs-, Übertragungs- und Nutzungsformen der Medien vorzunehmen. Im Vordergrund steht dabei zum einen der (vor allem publizistische) Wert der Medien für die öffentliche Kommunikation und die Funktions- und Leistungsfähigkeit der Gesellschaft (der „**Bürger Nutzen**“ der Medien), zum anderen ihr Wert als privates Gut, das dem einzelnen Rezipienten einen (publizistischen oder auch nicht-publizistischen) Nutzen stiftet („**Konsumentennutzen**“).
8. Der Drei-Stufen-Test, der für die internet-basierten öffentlich-rechtlichen Angebote („Telemedien“) eine solche Abwägung von den Rundfunkräten fordert, hat die damit verbundenen **konzeptionellen und empirischen Schwierigkeiten** aufgezeigt. Deutlich wurde, dass „marktliche Auswirkungen“ hierzu kaum beisteuern können, sondern die Erkenntnisse anderer Disziplinen integriert werden müssen. Deutlich wurde aber auch, dass die Bewertung der Leistungsfähigkeit einer marktlichen oder nicht-marktlichen Bereitstellung von Medien und die darauf basierenden Entscheidungen über Art und Umfang öffentlich-rechtlicher (Tele-)Medien dadurch **transparent** gemacht und **sachlich fundiert** werden können.



9. Mittelfristig stellt sich die Frage, ob ein solcher Leistungsvergleich auch für den **linearen Rundfunk**, eventuell auch für die **Printmedien** vorgenommen werden kann und sollte. Bei der Beantwortung sollten die für die Telemedien gemachten und noch zu machenden Anstrengungen und Ergebnisse berücksichtigt werden.
10. Die Frage, inwieweit kommerzielle Rundfunkveranstalter, die Printmedien und andere kommerzielle, oder auch nicht-kommerzielle Anbieter von Telemedien an den Einnahmen aus einer Zwangseinnahme beteiligt werden sollten, ist dann wieder aufzugreifen. Zu beantworten ist dann auch die Frage, welche Zwangseinnahme (Rundfunkgebühr/-abgabe, „Internet-Flatrate“, Steuern) hierfür herangezogen werden sollte, sowie schwierige Fragen der Umsetzung einer solchen Finanzierung: Von wem und nach welchen Kriterien soll die Höhe einer solchen Finanzierung entschieden und wie kann die redaktionelle Unabhängigkeit der Empfänger sicher gestellt werden.

1.

Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln



Literatur:

Kops, Manfred/Sokoll, Karen/Bensinger, Viola (2009):
Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests
– Gutachten erstellt für den Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks –,
Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 252, Köln/Berlin,
im März 2009,

<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/25209.pdf>

Kops, Manfred (2010a):
Publizistische Vielfalt als Public Value? Arbeitspapiere des Instituts
für Rundfunkökonomie, Heft 265, Köln, im April 2010,

<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/26510.pdf>

Kops, Manfred (2010b):
Zur Aussagekraft marktlicher Auswirkungen öffentlich-rechtlicher
Telemedien-Angebote im Drei-Stufen-Test, in: MedienWirtschaft,
Heft 4/2010, S. 44 - 56

1.

Nachlassende Eignung .
bisheriger Erlösmodelle

2.

Marktliche versus
nicht-marktliche
Bereitstellung

3.

Austarierung des
dualen Systems

4.

Medienpolitische
Schlussfolgerungen

Manfred Kops
Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln

