

DREISTUFENTEST

Berlin, 25. Mai 2009



DREI-STUFEN-TEST

Unsere Ziele

1

Schutz der eigenen Geschäftsmodelle und der Geschäftsperspektiven

2

Vermeidung unverhältnismäßiger und unnötiger Wettbewerbsverzerrungen zulasten der Funktionsfähigkeit des Marktes und der kommerziellen Anbieter und damit am Ende auch zulasten der Vielfalt

3

Nutzen der Gelegenheit einer für beide Seiten vorteilhaften Stärkung des Dualen Systems

DREI-STUFEN-TEST

Unsere Strategie

1

Akzeptanz des generellen Online-Auftritts von ARD und ZDF als Grundentscheidung des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags

2

Konstruktive Kritik an der konkreten Ausgestaltung und dem geplanten Ausmaß des öffentlich-rechtlichen Telemedien-Angebots unter Verfolgung der genannten Ziele

3

Verfolgung der eigentlichen Idee des Drei-Stufen-Tests:
Das Abwägen zwischen dem, was publizistisch notwendig ist und dem, was marktlich noch vertretbar ist.

DREI-STUFEN-TEST

Operative Vorgehensweise

Konstruktive Dialogsuche

1

- Einreichung von Stellungnahmen in den einzelnen Verfahren unter gezielter Betrachtung der unternehmensspezifischen marktlichen Auswirkungen
- Forderung eines Hearings zwischen den Parteien
- Kommentierung des Verfahrens
- Suche und Ansprache konkreter Gesprächspartner mit dem Ziel einer „dynamischen Verträglichkeit“

Kategorisierung der Projekte

2

- Identifikation der größten Gefahrenpotentiale
- Förderung der Entscheidungsbegründung der Rundfunkräte
- Beförderung eines sachgerechten Balancings zwischen dem publizistischen Mehrwert und den marktlichen Auswirkungen
- Hinwirken auf eine punktuelle Anpassung der Angebotskonzepte

ZUM BALANCING IM DREI-STUFEN-TEST

Kategorisierung der Auswirkungen

Ziel: Etablierung eines einheitlichen Systems

- als eigener Leitfaden
- zur Fremdkontrolle: ermöglicht eine Art „Messbarkeit“ der Entscheidung des Rundfunkrates



Kategorie 1: Dominanz positiver Effekte

- keine nennenswerten oder positive Marktauswirkungen
 - Beispiel: meritorische Güter (kommerziell nicht refinanzierbar, darum ö/r Angebot notwendig)
 - Gefahr: Aufbau von Markteintrittsbarrieren
-
- Markteinführung kann grds. befürwortet werden
 - evtl. Auflagen zum Abbau von Markteintrittsbarrieren

Kategorie 2: Schwache negative Auswirkungen

- mäßige Wettbewerbsverzerrung, die zu sinkenden Erlösen privater Anbieter führt, aber keine existentielle Bedrohung einzelner Angebote darstellt
 - auch substitutive, im Wesentlichen aber komplementäre Wirkung
-
- Markteinführung nur bei hohem publizistischen Mehrwert
 - Ausmaß der WB-Verzerrung muss mittels Auflagen bestmöglich reduziert werden

Kategorie 3: Dominanz negativer Effekte

- negative Marktauswirkungen stehen in keiner Relation zum erw. publizistischen Mehrwert
 - direkte Nachahmung eines erfolgreichen privaten Angebots
 - Existenzbedrohung für ein oder mehrere private Angebote
-
- keine Markteinführung, oder nur mit strengsten Auflagen
 - bei Nachahmung: Änderung des inhaltlichen Fokus, d.h. Ablehnung des Konzepts

DREI-STUFEN-TEST

Bisher erkennbare Konfliktfelder

1

Vertraulichkeit

- Wie können vertrauliche Daten gesichert werden?

2

Verweildauer

- die im Rundfunkstaatsvertrag vorgesehenen Fristen von sieben Tagen bzw. 24 Stunden werden weitläufig umgangen
- Zuordnung zu den selbst gebildeten Kategorien erfolgt willkürlich und unterliegt keiner externen Kontrolle

3

Kosten

- intransparente Kostenkalkulation (nicht nur der Höhe, sondern auch der Kostenart nach)

4

Unzureichende Darstellung der publizistischen Notwendigkeit

- willkürliche Marktabgrenzung nach Vorgaben der Intendanz
- keine Beurteilung der Konsequenzen

5

Unzureichender Umgang mit den marktlichen Auswirkungen und fehlendes Ausbalancieren mit dem publizistischen Mehrwert

- unklar, ob das Ergebnis des Gutachtens hinterfragt oder kritiklos angenommen wird
- fehlende Bereitschaft der Rundfunkräte, auch eine „Graulösung“ zu finden

DREI-STUFEN-TEST

VIELENDANK!