



Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln

Manfred Kops

Das deutsche duale Rundfunksystem –  
Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung  
und absehbare Veränderungen

**Arbeitspapiere  
des Instituts für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln**

**Heft 250**

**Köln, im März 2009**

## **Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie**

ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 250: 978-3-938933-54-1

Schutzgebühr 6,00 EUR

Die Arbeitspapiere können im Internet eingesehen  
und abgerufen werden unter der Adresse  
<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de>

Mitteilungen und Bestellungen richten Sie bitte per E-Mail an:  
[rundfunk-institut@uni-koeln.de](mailto:rundfunk-institut@uni-koeln.de)  
oder an die u. g. Postanschrift



**Institut für Rundfunkökonomie**  
an der Universität zu Köln

Hohenstaufenring 57a

50674 Köln

Telefon: (0221) 23 35 36

Telefax: (0221) 24 11 34

Manfred Kops

**Das deutsche duale Rundfunksystem –  
Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung  
und absehbare Veränderungen\***

Gliederung

1. Markt, Staat und Dritter Sektor als grundsätzliche Alternativen für die Bereitstellung von Rundfunkprogrammen .....	5
2. Die Staatsferne als wichtiges Gestaltungsmerkmal des Rundfunksystems im Nachkriegsdeutschland .....	6
3. Die Marktferne als ursprüngliches Gestaltungsmerkmal des Rundfunksystems im Nachkriegsdeutschland .....	7
4. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als staats- und marktfernes Bereitstellungsverfahren .....	7
5. Vom monistischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk der Nachkriegsjahre zum heutigen dualen Rundfunksystem .....	9
6. Das duale Rundfunksystem Deutschlands unter gesellschaftlichem, politischem und wirtschaftlichem Anpassungsdruck .....	10
7. Schlussbemerkung.....	12

- 
- Erweiterte Fassung eines Vortrags, gehalten auf einer von der Konrad-Adenauer-Stiftung, der Deutschen Welle und der Guangdong University of Foreign Studies veranstalteten internationalen Fachkonferenz „Entwicklungstrends elektronischer Medien im Zeitalter der Globalisierung“, am 20. März 2008 in Guangzhou, China.



Manfred Kops

Das deutsche duale Rundfunksystem –  
Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung  
und absehbare Veränderungen

**1. Markt, Staat und Dritter Sektor als grundsätzliche Alternativen  
für die Bereitstellung von Rundfunkprogrammen**

Ich freue mich, meine sehr geehrten Damen und Herren, heute an dieser internationalen Fachtagung über „Entwicklungstrends elektronischer Medien im Zeitalter der Globalisierung“ teilnehmen zu dürfen. In dieser ersten Session soll, wenn ich den Programmablauf richtig auslege, zunächst einmal die Entstehungsgeschichte der Radio- und Fernsehsysteme unserer beiden Länder dargestellt werden, sozusagen als Grundlage für die dann im Mittelpunkt stehende Diskussion über die Entwicklungstrends dieser elektronischen Medien im Zuge der bereits eingetretenen oder absehbaren technischen Veränderungen und vor allem auch im Zuge der ökonomischen und politischen Wirkungen der Globalisierung. Im vorangegangenen Referat über den „Southern Mode“ des chinesischen Rundfunksystems ist hierzu bereits für Ihr Land sehr Informatives und Aufschlussreiches ausgeführt worden. Vieles davon lässt sich auch in der Rundfunkordnung Deutschlands erkennen; und ich werde auf einige dieser Parallelen gleich näher eingehen.

Wie in allen Staaten der Welt diskutiert man auch in Deutschland grundsätzlich und permanent über die Frage, ob der Markt, der Staat oder der nichtstaatliche und nichtkommerzielle Sektor, der auch „Dritter Sektor“ oder „Freiwilligensektor“ genannt wird, das am besten geeignete Verfahren für die Bereitstellung von Gütern darstellt. Sie wissen, dass wir uns in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg in dieser Frage grundsätzlich für eine Marktwirtschaft entschieden haben. Allerdings bezeichnen wir diese als „soziale Marktwirtschaft“, was verdeutlicht, dass wir nicht nur auf den Markt als Bereitstellungsverfahren setzen, sondern daneben auch der Staat und auch der Dritte Sektor in erheblichem Umfang an der Güterversorgung beteiligt sind. In vielen Bereichen unserer Volkswirtschaft dominiert dabei der Markt, etwa in der Produktion von Konsumgütern; in anderen Bereichen ist der staatliche Einfluss hoch, z. B. bei den Schulen und Hochschulen und der sog. örtlichen Daseinsvorsorge (kommunale Infrastruktur und Versorgungsleistungen); in wieder anderen Bereichen hat der Dritte Sektor eine hohe Bedeutung, z. B. bei vielen kulturellen, karitativen und sozialen Leistungen und Einrichtungen. Von daher kennzeichnet der Begriff der „gemischten Wirtschaftsordnung“ die in Deutschland gewählte Lösung wohl besser als derjenige der „sozialen Marktwirtschaft“.



## **2. Die Staatsferne als wichtiges Gestaltungsmerkmal des Rundfunksystems im Nachkriegsdeutschland**

Die Diskussion um den Einfluss von Markt, Staat und Drittem Sektor wird in Deutschland auch für den Rundfunk, also für den Hörfunk und das Fernsehen geführt, und auch genereller für alle audiovisuellen Medien, zu denen neben Hörfunk und Fernsehen auch die über das Internet verbreiteten Online-Angebote, wie z. B. IP-TV, Online-Spiele und Internet-Portale gehören.

Diese Diskussion ist in Deutschland auch bereits vor der Entstehung der neuen audiovisuellen Medien geführt worden, damals noch beschränkt auf den „klassischen Rundfunk“, d. h. für die analogen und linearen Radio- und Fernsehprogramme. Nach Ende des Zweiten Weltkrieges konnte und musste diese Frage – wie die gesellschaftliche Ordnung Deutschlands generell – ganz grundsätzlich und neu erörtert werden. Dabei spielten die traumatischen Erfahrungen mit der politischen und gesellschaftlichen Ordnung, die sich unter dem Einfluss der Nationalsozialisten zwischen 1933 und 1945 entwickelt hatte, eine große Rolle. Daneben war auch der Einfluss Großbritanniens, Frankreichs und der USA – sowie im Ostteil Deutschlands Russlands – beträchtlich, die Deutschland in den letzten Monaten des Krieges sukzessive besetzt hatten und in den ersten Nachkriegsjahren am wirtschaftlichen Aufbau, aber auch an der politischen und gesellschaftlichen Neuordnung Deutschlands mitwirkten.

Diese Einflüsse erklären, warum man sich in Westdeutschland nach dem Kriege für eine sehr staatsferne Rundfunkordnung entschieden hat: Dem Staat sollte es unmöglich gemacht werden, auf die Programminhalte der Rundfunkveranstalter einzuwirken. Dadurch sollte verhindert werden, dass der Rundfunk vom Staat als Propagandainstrument missbraucht werden könnte, so wie dies durch die Nationalsozialisten zum Unglück Deutschlands und seiner Nachbarn geschehen war. Durch die Staatsfreiheit (oder zumindest: die Staatsferne) des Rundfunks sollten aber nicht nur solche, in der deutschen Geschichte beobachtbare Extreme des Missbrauchs für die Zukunft verhindert werden, sondern grundsätzlich die Voraussetzungen für einen chancengleichen medialen Wettbewerb zwischen Regierung und Opposition geschaffen werden, der im Nachkriegsdeutschland angesichts der absehbaren zentralen Rolle der Massenmedien als Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit der demokratischen Ordnung angesehen wurde.

Die föderale, dezentrale Organisation sollte dazu zusätzlich beitragen. Von ihr versprach man sich eine Aufteilung und Ausbalancierung der politischen Kräfte, was eine Dominanz und einen Missbrauch politischer Macht verhindern sollte. Dieser Gedanke hat auch bei der politischen Neuordnung Deutschlands generell eine große Rolle gespielt und dazu geführt, dass die Zuständigkeiten für viele Politikbereiche, u. a. für die Rundfunkordnung, nicht dem deutschen Zentralstaat übertragen wurden, sondern den Gliedstaaten (den Bundesländern).

### **3. Die Marktferne als ursprüngliches Gestaltungsmerkmal des Rundfunksystems im Nachkriegsdeutschland**

Auch der Markt wurde nach dem Krieg in Deutschland zunächst nicht als geeignete Institution für die Bereitstellung von Rundfunkprogrammen betrachtet. Dazu trug zum ersten bei, dass in den ersten Nachkriegsjahren eine Finanzierung des Rundfunks durch Werbeeinnahmen nicht vorstellbar war: Es fehlten im Nachkriegsdeutschland zunächst sowohl die private Kaufkraft als auch die Unternehmen, die bereit und in der Lage gewesen wären, für die Bewerbung von Gütern im Rundfunk soviel zu bezahlen, dass sich daraus kommerzielle Rundfunkveranstalter hätten finanzieren können.

Ein zweiter Grund bestand in der Knappheit der Übertragungswege für Fernsehprogramme (für Radioprogramme war die schon damals geringer): Bei der damals ausschließlich terrestrischen Verbreitung konnte man maximal drei Fernsehprogramme empfangen. Ein funktionsfähiger Wettbewerb zwischen mehreren Anbietern war damit für Fernsehprogramme allein technisch nicht möglich (für Radioprogramme eher, für diese war aber bereits damals absehbar, dass ihre wirtschaftliche Bedeutung im Vergleich zum Fernsehen abnehmen würde).

Drittens wurden bereits damals verschiedene Schwächen des Marktes genannt, die gegen eine kommerzielle Bereitstellung von Rundprogrammen sprechen, etwa die fehlende Berücksichtigung positiver oder negativer externer Effekte, die Probleme der technischen Ausschließung (Exklusion), die asymmetrische Verteilung der Kenntnisse über die Programmeigenschaften zwischen Anbietern und Nachfragern und die Subadditivität ihrer Kosten, sämtlich Argumente, die mit der Theorie des Marktversagens von der Wirtschaftswissenschaft erst Jahre später genauer beschrieben und auch auf die Bereitstellung von Rundfunkprogrammen angewandt wurden.

Schließlich gab es auch unter verteilungspolitischen Gesichtspunkten Widerstände gegen eine Bereitstellung von Rundfunkprogrammen nach den Regeln des Marktes: Die damit verbundene Beschränkung der Angebote auf diejenigen Zuhörer und Zuschauer, die willens und finanziell in der Lage waren, für die Angebote zu zahlen, widersprach der weit verbreiteten Auffassung, dass Rundfunkprogramme als zentrale Beiträge der öffentlichen Kommunikation und Meinungsbildung allen Mitgliedern der Gesellschaft zur Verfügung stehen sollten, unabhängig von der Zugehörigkeit zu Einkommens- und Bildungsklassen.

### **4. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als staats- und marktfernes Bereitstellungsverfahren**

Gefragt war damals somit eine sowohl staatsferne als auch marktferne Bereitstellung von Rundfunk. Ein solches System wurde nach dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland dann tatsächlich auch sukzessive aufgebaut, unter Beteiligung der Alliierten, die auch Gestaltungselemente der Rundfunkordnungen ihrer Länder dabei einbrachten. Dieses System wird in Deutschland als „öffentlich-rechtlicher“ Rundfunk bezeichnet.



Das erste Hauptelement des öffentlich-rechtlichen Rundfunks deutscher Prägung besteht in einer Zwangsfinanzierung in Form einer so genannten Rundfunkgebühr. Diese muss von jedem privaten Haushalt und jedem gewerblichen Betrieb entrichtet werden, in dem ein Rundfunkgerät vorgehalten wird, unabhängig davon, ob damit Rundfunkprogramme tatsächlich empfangen werden. Das Gebührenaufkommen fließt den öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten nach dem Prinzip des örtlichen Aufkommens zu, nach dem Krieg waren dies zunächst sieben regional abgegrenzte Anstalten (NWDR, RB, SFB, SDR, SWF, HR, BR), später kamen der WDR (der NWDR wurde dadurch zum NDR) und der SR und nach der Wiedervereinigung Deutschlands der MDR und der ORB hinzu; seit der Fusion von SDR und SWF zum SWDF und von SFB und ORB zum RRB gibt es 9 Landesrundfunkanstalten. Das 1963 als einzige bundesweite Anstalt gegründete ZDF erhält einen prozentualen Anteil am Gesamtaufkommen dieser Landesrundfunkanstalten. Der Staat hat bei der Gebührenfinanzierung insofern Einfluss, als er den Rundfunkanstalten seine hoheitliche Autorität leihweise zur Verfügung stellt, um die Entrichtung der Gebühr gegenüber den Gebührenpflichtigen durchzusetzen; außerdem muss er (durch die Landesparlamente) die Gebührenhöhe festsetzen. Auf die Programmentscheidungen darf der Staat aber keinen Einfluss nehmen. Auch eine indirekte Einflussnahme über den sog. goldenen Zügel ist ihm nicht möglich, da die Höhe der Rundfunkgebühr von einer unabhängigen Expertenkommission („KEF“) bestimmt wird, von deren Empfehlung zur Gebührenhöhe der Staat nur unter sehr strikten und praktisch kaum vorstellbaren Bedingungen abweichen darf.

Das zweite Hauptelement des öffentlich-rechtlichen Rundfunks deutscher Prägung besteht in seiner staatsfernen gesellschaftlichen Steuerung. Diese obliegt grundsätzlich den sog. „Rundfunkräten“, die – je nach Größe der Anstalt – aus ca. 30 bis 80 Personen bestehen. Ihre Mitglieder werden von gesellschaftlich relevanten Gruppen entsendet, z. B. von den Gewerkschaften, von Arbeitgeber- und Berufsverbänden, Religionsgemeinschaften, Verbraucherschutzeinrichtungen und Wohlfahrts-, Jugend-, Familien- und Sportverbänden. Auch die Länderparlamente entsenden einige Vertreter in diese Rundfunkräte, da es sich auch bei ihnen bzw. den über die Entsendung der Parlamentvertreter entscheidenden politischen Parteien um gesellschaftlich relevante Gruppen handelt. Allerdings ist der Anteil dieser staatlichen Vertreter begrenzt; je nach Anstalt sind zwischen ca. 20 % und 40 % der Rundfunkratsmitglieder dem Staat zuzuordnen. Derzeit gibt es in Deutschland Überlegungen, diesen Anteil weiter abzusenken.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland ist von daher ein hybrides System, das sowohl Elemente des Freiwilligensektors enthält, insbesondere aufgrund der Steuerung der grundsätzlichen Programm-, Finanz- und Personalentscheidungen durch die Rundfunkräte, als auch Elemente staatlicher Steuerung, insbesondere durch den Einfluss, den auch staatliche Vertreter in den Rundfunkräten besitzen, durch die den Landtagen obliegende Entscheidung über die Höhe der Rundfunkgebühr (allerdings auf Empfehlung der KEF) und durch das dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk vom Staat eingeräumte Gebührenprivileg.

## **5. Vom monistischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk der Nachkriegsjahre zum heutigen dualen Rundfunksystem**

Bis 1984 wurde Rundfunk in Deutschland ausschließlich in dieser öffentlich-rechtlichen Form erbracht. Durch die hohe Aufkommensreagibilität der Rundfunkgebühr war das Gebührenaufkommen seit der offiziellen Gründung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ARD) bis dahin sehr stark angestiegen, obwohl der Gebührensatz kaum angehoben wurde. Diese Expansion der Einnahmen führte dazu, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland ein Angebot an Radio- und Fernsehprogrammen aufbauen konnte, das qualitativ und quantitativ weit über das in anderen Ländern übliche hinaus geht. Hinzu kommt, dass das deutsche Bundesverfassungsgericht diese starke Position des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch verschiedene Urteile immer wieder bestätigt und damit auch die politischen Voraussetzungen für diese starke Stellung geschaffen hat.

Seit Mitte der siebziger Jahre waren in Deutschland aber die Stimmen lauter geworden, die eine Zulassung auch kommerzieller Rundfunkveranstalter forderten. Dabei wurde zum einen auf die Erfahrungen in anderen Ländern verwiesen, in denen bereits kommerzieller Rundfunk wirtschaftlich erfolgreich betrieben wurde, wie in den USA; und es wurde argumentiert, dass auch in Deutschland durch das „Wirtschaftswunder“ der Nachkriegsjahre eine marktliche Finanzierung, hauptsächlich durch Werbung, möglich geworden sei. Zum anderen wurde darauf verwiesen, dass im Zuge des technischen Fortschritts durch die Verbreitung von Rundfunkprogrammen über Kabelnetze und Satelliten die Kanalknappheit weitgehend beseitigt worden sei und auch von daher die Voraussetzungen für eine marktliche Bereitstellung geschaffen worden seien.

Das Bundesverfassungsgericht folgte dieser Sichtweise und erlaubte Anfang der achtziger Jahre kommerziellen Rundfunk. An diesen konnten nach seiner Einschätzung allerdings keine allzu hohen Erwartungen an die Qualität und Vielfalt der Programmangebote gestellt werden. Die Zulassung kommerzieller Anbieter sei deshalb – so das Bundesverfassungsgericht – nur möglich, weil und solange ein starker öffentlich-rechtlicher Rundfunk existiere. Ab 1984 wurden in Deutschland dann kommerzielle Rundfunkveranstalter sukzessive zugelassen, zunächst nur einige wenige, ab der zweiten Hälfte der achtziger Jahre dann mehr und mehr.

Dadurch hat sich die zuvor monistische öffentlich-rechtliche Rundfunkordnung in eine sog. duale Rundfunkordnung verwandelt. Schon Anfang der neunziger Jahre konnten die kommerziellen Veranstalter – als die private Säule dieses dualen Systems – ähnlich hohe Einnahmen erzielen, hauptsächlich aus Werbung und Sponsoring, später auch aus sog. Transaktionsgeschäften (Telefonanrufe, Merchandising etc.) und aus Programmverkäufen, wie sie den öffentlich-rechtlichen Anstalten aus den Rundfunkgebühren zuflossen. Auch die Marktanteile der Kommerziellen stiegen in diesem Zeitraum, und die Marktanteile der öffentlich-rechtlichen Anstalten verminderten sich entsprechend, bis auf eine ungefähre Gleichverteilung. Die duale deutsche Rundfunkordnung ist



von daher eine aus zwei in etwa gleich starken Elementen bestehende Ordnung geworden. In der Öffentlichkeit wie auch im politischen Raum wird diese Konstruktion vom Grundsatz her deshalb auch ganz überwiegend befürwortet. In seiner Gesamtheit ist das Programmangebot vergleichsweise vielfältig, wobei die Kommerziellen tendenziell den sog. Mainstream bedienen, und hier vor allem Unterhaltung und Fiction, aber auch Nachrichten und Verbraucherberatung; während die Öffentlich-Rechtlichen auch Minderheitenprogramme anbieten, z. B. politische Berichte und Kommentare, kulturelle Angebote, Non-Fiktionales und Experimentelles, und auch Programme, die eine von kommerziellen Anbietern nicht finanzierbare Qualität aufweisen. Gleichwohl gehören auch Unterhaltungsprogramme – selbst flacherer Machart – und Sportübertragungen zu der von den öffentlich-rechtlichen Anstalten erwarteten „Grundversorgung“, auch um die Erfüllung ihres kulturellen und gesellschaftlichen Auftrages durch Minderheitenprogramme zu ermöglichen.

### **6. Das duale Rundfunksystem Deutschlands unter gesellschaftlichem, politischem und wirtschaftlichem Anpassungsdruck**

Die Wertschätzung der beiden Elemente unseres dualen Rundfunksystems unterscheidet sich allerdings für die verschiedenen Bevölkerungsgruppen. Z. B. ist die Wertschätzung der kommerziellen Programme durch junge Zuschauer und Angehörige der unteren Einkommens- und Bildungsschichten höher, während ältere Zuschauer und Angehörige der höheren Einkommens- und Bildungsschichten das öffentlich-rechtliche Angebot höher einschätzen und auch stärker nutzen. Folglich gibt es auch permanent politische Konflikte um die Feinjustierung dieser dualen Ordnung. Eine Rolle spielen dabei auch die wirtschaftlichen Interessen der kommerziellen Anbieter, ihre Marktanteile auszuweiten, und der öffentlich-rechtlichen Anbieter, ihre Gebühreneinnahmen zu sichern (und die dafür erforderlichen politischen Rahmenbedingungen und gesellschaftlichen Wertschätzungen zu erhalten). Diese politischen und gesellschaftlichen Einflüsse unterstützen in manchen Jahren eher die kommerzielle Säule (vor allem in den ersten Jahren nach ihrer Zulassung, als in Deutschland ein hoher Nachholbedarf nach privaten Programmformaten bestand), in anderen Jahren eher die öffentlich-rechtliche Säule (z. B. ab Mitte der neunziger Jahre, als die kommerziellen Angebote den Reiz des Neuen zunehmend verloren und man sich auf die Vorteile öffentlich-rechtlicher Angebote besann).

Auch wirtschaftliche Veränderungen beeinflussen den Stellenwert und die Leistungsfähigkeit der beiden Säulen unterschiedlich. So verzeichnete der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Zuge der Wiedervereinigung Deutschlands in den Jahren 1990/1991 einen sprunghaften Anstieg seiner Gebühreneinnahmen (aus den neuen Bundesländern), und in den Jahren zwischen 2001 und 2004 verringerte sich z. B. das Wachstum der kommerziellen Veranstalter durch eine wirtschaftliche Rezession, die das Werbeaufkommen erheblich reduzierte (während den öffentlich-rechtlichen Anstalten unverändert hohe Gebühren zufließen).

Zum Teil ergeben sich diese wirtschaftlichen Veränderungen der Position beider Elemente des dualen Systems aus zeitlich nicht absehbaren, auch vorübergehenden (z. B. konjunkturellen) Einflüssen; zum Teil sind es aber auch langfristige säkulare Trends. Ein wichtiger dieser langfristigen Trends wurde bereits kurz angesprochen: Die Attraktivität der öffentlich-rechtlichen Angebote ist in Deutschland bei jungen Zuhörern und Zuschauern geringer, so dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk Gefahr läuft, langfristig sein Publikum zu verlieren, sofern er nicht auch jüngere Zuschauer erreichen (oder im Alter wieder zurückgewinnen) kann; hier haben die kommerziellen Anbieter, die die Kinder und Jugendlichen besser erreichen und dadurch auch deren Sehgewohnheiten an ihre Angebote anpassen können, einen strategischen Vorteil. Ein weiterer säkularer Nachteil der öffentlich-rechtlichen Anstalten ergibt sich daraus, dass die Zahl der privaten Haushalte aufgrund demografischer Faktoren in Deutschland nur mehr geringfügig wächst und in einigen Jahren voraussichtlich sogar abnehmen wird. Von daher wird in Zukunft das Aufkommen aus der Rundfunkgebühr nicht mehr steigen; im Gegenteil wird eine Anhebung des Gebührensatzes in immer schnelleren Abständen bzw. immer größeren Beträgen erforderlich werden, um lediglich die eintretenden Kostensteigerungen auszugleichen. In dem Umfang, in dem dies politisch nicht durchsetzbar ist, drohen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland reale Einnahmenverluste.

Auf der anderen Seite bedroht die abnehmende Funktionsfähigkeit des klassischen kommerziellen Finanzierungsmodells, der Finanzierung aus Werbung, die kommerziellen Rundfunkanbieter stärker als die öffentlich-rechtlichen Anbieter, die nur einen geringen Teil ihrer Einnahmen (3 % - 5% bei ARD und ZDF) oder auch überhaupt keine Einnahmen aus Werbung erzielen (die Dritten Programme der ARD und die öffentlich-rechtlichen Spartenprogramme). Die kommerziellen Anbieter versuchen das durch neue Finanzierungsmodelle (Transaktionseinnahmen, neuerdings auch durch das in Europa erlaubte Produkt-Placement) auszugleichen. Wie sich die duale Rundfunkordnung in Deutschland langfristig verändert, lässt sich wegen der Gegenläufigkeit dieser verschiedenen Trends, vor allem aber auch wegen der schwer abschätzbaren Zukunft der Rundfunkgebührenfinanzierung, kaum absehen.

Hinzu kommt, dass sich in Deutschland nicht nur die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die die duale Rundfunkordnung materiell beeinflussen, permanent ändern, sondern auch die rechtlichen Regelungen der dualen Rundfunkordnung mehr und mehr in Bewegung geraten. Das ergibt sich zum einen aus dem zunehmenden Einfluss des internationalen Rundfunkrechts (z. B. über das General Agreement on Trade in Services, GATS, und die UNESCO-Konvention zur Kulturellen Vielfalt) und des Europäischen Rundfunkrechts, z. B. über die revidierte Europäische Fernsehrichtlinie (jetzt: „audiovisual media services directive“) und die Europäische Beihilfeverordnung.

Veränderungen ergeben sich aber auch für das nationale deutsche Rundfunkrecht, in erster Linie, weil durch die neuen audiovisuellen Mediendienste die Abgrenzung zwischen Rundfunk (der in Deutschland strikter reguliert wird) und Printmedien (die weniger stark reguliert sind) schwieriger wird. Das sich vergrößert



ßernde Angebot an neuen audiovisuellen Medien, die anders als der klassische Rundfunk nicht linear verbreitet, sondern von den Zuhörern und Zuschauern orts- und zeitunabhängig und nicht-linear abgerufen werden, verändert aber auch grundsätzlicher die gesellschaftlichen Vorstellungen über die Notwendigkeit einer hoheitlichen Regulierung: Während diese beim klassischen Rundfunk unter Hinweis auf die Breitenwirkung und Suggestivkraft kaum in Frage gestellt wurde, werden die neuen Telemedien weniger als Massenmedien sondern als individuelle Dienste betrachtet, über deren Inanspruchnahme die einzelnen Nachfrager autonom entscheiden können. Damit wird eine hoheitliche Regulierung dieser Angebote, z. B. bezüglich ihrer Qualität und Vielfalt, als weniger dringlich oder gar kontraproduktiv empfunden. Die privaten Rundfunkveranstalter und auch die Verleger haben daraus auch die Forderung abgeleitet, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk sein Online-Angebot beschränkt, und Deutschland hat sich, gedrängt durch die Wettbewerbsdirektion der Europäischen Kommission, verpflichtet, ab 2009 durch die Rundfunkräte prüfen und begründen zu lassen, inwieweit Telemedien-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entsprechen und einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb darstellen.

## **7. Schlussbemerkung**

Sie sehen, dass die gesellschaftlichen und politischen Dispute über den Wert des Rundfunks und der audiovisuellen Medien und über die Art und Weise, wie diese bereitgestellt und gesteuert werden sollen, speziell über die Rolle, die der Staat dabei spielen sollte, durchaus keine Besonderheit Ihres Landes sind. Sie werden, wie in Ihrem Land, auch in Deutschland – und nach meiner Kenntnis in fast allen Staaten der Welt – intensiv diskutiert. Und sie werden überall anders beantwortet. Von daher bin ich dankbar, dass die Veranstalter dieser Tagung uns die Gelegenheit bieten, uns über die Vor- und Nachteile alternativer Modelle auszutauschen und die verschiedenen Lösungen kennen zu lernen, die unsere Länder auf der Basis dieser Überzeugungen geschaffen haben oder zu schaffen beabsichtigen.

In der Reihe  
"Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie"  
sind bisher erschienen:

**Heft 1**

Reinhard Grätz:  
Zur Zahl und Abgrenzung von  
ARD-Rundfunkanstalten,  
1993, ISBN 3-9803886-0-3,  
22 S., Preis 1,25 €

**Heft 2**

Manfred Kops/  
Karl-Heinrich Hansmeyer:  
Zur ökonomischen Begrün-  
dung und Ausgestaltung einer  
föderalen Rundfunkordnung,  
1993, 3. Aufl. 1996,  
ISBN 3-930788-00-4  
140 + XII S., Preis 5,- €

**Heft 3**

Institut für Rundfunkökonomie  
(Hrsg.): Geschäftsbericht 1991  
- 1992 des Instituts,  
1993, ISBN 3-9803886-1-1,  
109 S., Preis 2,50,- €

**Heft 4**

Rüdiger Heimlich:  
Begründung und Ausgestaltung  
des nationalen Rundfunks,  
1993, ISBN 3-9803886-2-X,  
7 S., Preis 1,25 €

**Heft 5**

Felix Droste:  
Komplementäre oder substitu-  
tive Beziehungen zwischen  
Rundfunk und Printmedien,  
1993, ISBN 3-9803886-3-8,  
XXV + 101 S., Preis 3,75 €

**Heft 6**

Torsten Oltmanns:  
Das öffentlich-rechtliche TV-  
Angebot 1952 bis 1991 und  
seine Nutzung,  
1993, ISBN 3-9803886-4-6,  
VII + 91 S., Preis 3,75 €

**Heft 7**

Institut für Rundfunkökonomie  
(Hrsg.):  
Controlling für öffentlich-recht-  
liche Fernsehunternehmen,  
1993, ISBN 3-9803886-5-4,  
X + 176 S., Preis 6,25 €

**Heft 8**

Georg Pagenstedt/  
Uwe Schwertzel:  
Controlling für öffentlich-  
rechtliche und private Fern-  
sehanbieter,  
1994, ISBN 3-9803886-6-2,  
14 S., Preis 1,25 €

**Heft 9**

Karl-Heinrich Hansmeyer/ Man-  
fred Kops/ Uwe Schwertzel:  
Perspektiven des Fernseh-  
angebots in Deutschland,  
1994, ISBN 3-9803886-7-0,  
17 S., Preis 1,25 €

**Heft 10**

Dieter Dörr:  
Das Verfahren zur Bemessung  
der Rundfunkgebühr in  
der Diskussion,  
1994, ISBN 3-9803886-8-9,  
30 S., Preis 1,75 €

**Heft 11**

Reinhard Grätz:  
Die Vertretung gesellschaftli-  
cher Gruppen in den Rund-  
funkräten und ihre Entschei-  
dungs- und Kontrollaufgaben,  
1994, ISBN 3-9803886-9-7,  
22 S., Preis 1,25 €

**Heft 12**

Ursula Holtmann:  
Möglichkeiten und Grenzen  
der Kommunikationspolitik öf-  
fentlich-rechtlicher Rundfunk-  
anstalten am Beispiel  
des WDR,  
1994, ISBN 3-930788-01-2,  
VII + 90 S., Preis 3,75 €

**Heft 13**

Michael Muck:  
Der mit der Einführung von  
DAB entstehende Bedarf zur  
Regulierung der Hörfunk-  
Übertragung,  
1994, ISBN 3-930788-06-3,  
IV + 83 S., Preis 3,75 €

**Heft 14**

Oliver Kantimm:  
Ökonomische Rechtfertigung  
und Marktchancen von Spar-  
tenrundfunk-Veranstaltern in  
Europa,  
1994, ISBN 3-930788-05-5,  
X + 142 S., Preis 3,75 €

**Heft 15**

Uli Wurth:  
Programmstruktureffekte alter-  
nativer Formen privater Rund-  
funkfinanzierung am Beispiel  
eines Kinderprogramms,  
1994, ISBN 3-930788-02-0,  
VI + 102, Preis 3,75 €

**Heft 16**

Robert Fahle:  
Ausrichtung der Programm-  
gestaltung von öffentlich-  
rechtlichen und privaten TV-  
Anbietern auf die Vermarktung  
von Werbezeiten,  
1994, ISBN 3-930788-07-1,  
IV + 105 S., Preis 3,75 €

**Heft 17**

Lutz Marmor:  
Kooperation zwischen öffentlich-  
rechtlichen Rundfunkanstalten,  
1994, ISBN 3-930788-08-X,  
13 S., Preis 1,25 €

**Heft 18**

Rainer Conrad:  
Die bisherige Praxis der Bemessung  
der Rundfunkgebühren,  
1994, ISBN 3-930788-03-9,  
11 S., Preis 1,25 €,  
als Beitrag in Band I der  
Schriften zur Rundfunkökono-  
mie erhältlich

**Heft 19 (vergriffen)**

Manfred Kops:  
Möglichkeiten und Probleme  
einer Indexierung der Rund-  
funkgebühr,  
1994, ISBN 3-930788-04-7,  
VII + 107 S., Preis 3,75 €,  
als Band II der Schriften zur  
Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 20**

Manfred Kops:  
Eine ökonomische Herleitung  
der Aufgaben des öffentlich-  
rechtlichen Rundfunks, 2. Aufl.,  
1998, ISBN 3-930788-09-8,  
III + 15 S., Preis 1,25 €

**Heft 21 (vergriffen)**

Manfred Kops:  
Finanzwissenschaftliche  
Grundsätze einer Finanzierung  
des öff.-rechtl. Rundfunks,  
1994, ISBN 3-930788-10-1,  
VIII + 120 S., Preis 3,75 €

**Heft 22 (vergriffen)**

Dieter Dörr:  
Eine rundfunkrechtliche Beurteilung  
des Verfassungsgerichtsur-  
teils zur Gebührenbemessung,  
1995, ISBN 3-930788-12-8,  
8 S., Preis 1,25 €,  
als Beitrag in Band I der Schrif-  
ten zur Rundfunkökonomie  
erhältlich

**Heft 23** (*vergriffen*)

Norbert Seidel:  
Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung, 1995, ISBN 3-930788-11-X, 18 S., Preis 1,75 €, als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 24**

Stefan Kleine-Erkamp:  
Szenario-Analyse für die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Terrestrik, BK-Netze und Satellit in der Bundesrepublik Deutschland bis ins Jahr 2000, 1995, ISBN 3-930788-13-6, 147 + VI S., Preis 5,- €

**Heft 25**

Ursula Adelt:  
Die künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts, 1995, ISBN 3-930788-14-4, 20 S., Preis 1,75 €, als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 26** (*vergriffen*)

Hermann Kresse:  
Öffentlich-rechtliche Werbefinanzierung und Grenzen der Grundversorgung im dualen Rundfunkssystem, 1995, ISBN 3-930788-15-2, 20 S., 1,75 €, als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 27**

Reinhard Grätz:  
Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung, 1995, ISBN 3-930788-16-0, I + 12 S., Preis 1,75 €, als Beitrag in Band I der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 28**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht für 1993 und 1994, 2. Aufl., 1995, ISBN 3-930788-17-9, IV + 155 S., Preis 5,- €

**Heft 29**

Manfred Kops:  
Darstellung und Systematisierung der Vorschläge zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, 2. Aufl., 1995, ISBN 3-930788-18-7, IV + 123 S., Preis 3,75 €, als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 30**

Andreas Kamps:  
Prozeßkostenrechnung im WDR - Einsatzmöglichkeiten und Grenzen, dargestellt am Beispiel des Filmarchivs, 1995, ISBN 3-930788-19-5, 6 + 91 S., Preis 3,25 €

**Heft 31**

Manfred Kops:  
Ökonomische Beurteilung einer Strukturreform des öffentlich-rechtl. Rundfunks, 1995, ISBN 3-930788-20-9, I + 22 S., Preis 1,25 €

**Heft 32**

Ralf Groth/Georg Pagenstedt:  
Neue Formen d. Finanzierung für private Fernsehanbieter, 1995, ISBN 3-930788-21-7, 15 S., Preis 1,25 €

**Heft 33** (*vergriffen*)

Manfred Kops:  
Ökonomische Kriterien zur Beurteilung der Organisationsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, 1995, ISBN 3-930788-22-5, IV + 70 S., Preis 3,75 €

**Heft 34**

Ernst Elitz:  
Chancen und Probleme einer Fusionierung von Rundfunkanstalten - das Beispiel DeutschlandRadio, 1995, ISBN 3-930788-23-3, 27 S., Preis 2,- €, als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 35** (*vergriffen*)

Manfred Buchwald:  
Die Fusion von Landesrundfunkanstalten - eine Bewertung aus Sicht des Saarländischen Rundfunks, 1995, ISBN 3-930788-24-1, 10 S., Preis 1,25 €, als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 36** (*vergriffen*)

Günter Struve:  
Notwendigkeit und Möglichkeiten einer Verbesserung der Organisationsstruktur der ARD, 1995, ISBN 3-930788-25-X, 13 S., Preis 1,25 €, als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 37**

Reinhard Grätz:  
Die Willensbildung in der ARD - eine kritische Darstellung, 1995, ISBN 3-930788-26-8, 20 S., Preis 1,25 €

**Heft 38** (*vergriffen*)

Manfred Kops:  
Die Willensbildung in der ARD - eine ökonom. Beurteilung, 1995, ISBN 3-930788-27-6, IV + 50 S., Preis 2,50 €

**Heft 39** (*vergriffen*)

Martin Gläser:  
Alternative Modelle zur Neuordnung des Rundfunks im Südwesten, 1995, ISBN 3-930788-28-4, I + 7 S., Preis 1,75 €, als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 40**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Das Studium der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, 3. Aufl., 2000, ISBN 3-930788-29-2, III + 48 S., Preis 2,25 €

**Heft 41**

Manfred Kops:  
Perspektiven einer rundfunkspezifischen Theorie des Finanzausgleichs, 1995, ISBN 3-930788-30-6, 44 + I S., Preis 2,- €, als Beitrag in Band II der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 42** (*vergriffen*)

Ruth Hieronymi:  
Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der CDU zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, 1995, ISBN 3-930788-31-4, 8 S., Preis 1,25 €, als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 43 (vergriffen)**

Manfred Kops:  
Strukturreform und Vielfalt des öffentlich-rechtlichen Rundfunkangebots,  
1995, ISBN 3-930788-32-2,  
III + 79 S., Preis 3,- €

**Heft 44**

Michael Holthaus:  
Realisationschancen für lokales Fernsehen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung für ausgewählte Gebiete Nordrhein-Westfalens,  
1995, ISBN 3-930788-33-0,  
78 + 50 S., Preis 5,- €

**Heft 45 (vergriffen)**

Reinhard Klimmt:  
Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der SPD zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks,  
1995, ISBN 3-930788-34-9,  
10 S., Preis 1,25 €,  
als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 46 (vergriffen)**

Reinhard Grätz:  
Zur regionalen Abgrenzung der Landesrundfunkanstalten in Deutschland,  
1995, ISBN 3-930788-35-7,  
19 S., Preis 1,50 €,  
als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 47**

Hermann Fünfgeld:  
Ein Zwischenruf zur Neuordnungsdiskussion im Südwesten,  
1995, ISBN 3-930788-36-5,  
12 S., Preis 1,25 €,  
als Beitrag in Band III der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 48**

Karl-Heinrich Hansmeyer:  
Der Wandel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vom gruppenspezifischen zum kollektiven Gut,  
1995, ISBN 3-930788-37-3,  
23 S., Preis 1,50 €,  
als Beitrag in Band 64 der Schriften zum Rundfunkrecht, Beck Verlag, München 1996, erhältlich

**Heft 49**

Kerstin Föll:  
Corporate Identity bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten,  
1995, ISBN 3-930788-38-1,  
VIII + 144 S., Preis 5,50 €

**Heft 50 (vergriffen)**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Hinweise zur Einreichung und Gestaltung von Veröffentlichungen in der Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie", 5. Aufl.,  
2006, ISBN 3-930788-39-X,  
25 S., Preis 2,- €

**Heft 51**

Udo Hadamer:  
Planungs- und Rechnungslegungsinstrumente im Rahmen des WDR-Finanzcontrolling; Stand und mögliche Weiterentwicklung,  
1996, ISBN 3-930788-40-3,  
III + 25 S., Preis 1,75 €

**Heft 52**

Ralf Groth:  
Zielsetzungen privater Fernsehanbieter,  
1996, ISBN 3-930788-41-1,  
I + 34 S., Preis 1,75 €

**Heft 53**

Hans Rütten:  
Strategische Überlegungen der Anteilseigner lokaler Hörfunk- u. Fernsehprogramme,  
1996, ISBN 3-930788-42-X,  
I + 9 S., Preis 1,25 €

**Heft 54**

Joachim Drees:  
Controlling für werbefinanzierte Musikfernsehveranstalter,  
1996, ISBN 3-930788-43-8,  
XV + 87 S., Preis 4,50 €

**Heft 55**

Sascha Mattke:  
Die Abgrenzung von Rundfunkangeboten mit Hilfe d. ökonomischen Clubgüthetheorie: das Beispiel des multilingualen Südafrika,  
1996, ISBN 3-930788-44-6,  
IV + 88 S., Preis 4,25 €

**Heft 56 (vergriffen)**

Rolf Nafziger/Uwe Schwertzel/  
Karl-Heinrich Hansmeyer/  
Günter Sieben:  
Möglichkeiten und Grenzen von Kennziffern zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten,  
1996, ISBN 3-930788-45-4,  
X + 146 S., Preis 6,25 €

**Heft 57 (vergriffen)**

Günter Struve:  
Vision ARD 2010,  
1996, ISBN 3-930788-46-2,  
6 S., Preis 1,25 €

**Heft 58**

Cornelius Bormann:  
Der Stellenwert lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote aus Sicht des Westdeutschen Rundfunks,  
1996, ISBN 3-930788-47-0,  
II + 9 S., Preis 1,25 €

**Heft 59**

Oliver Sauer:  
Der Stellenwert lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote aus Sicht der werbetreibenden Wirtschaft,  
1996, ISBN 3-930788-48-9,  
II + 14 S., Preis 1,50 €

**Heft 60 (vergriffen)**

Günter Sieben/ Uwe Schwertzel:  
Finanzierung und Wirtschaftlichkeit lokaler Fernsehveranstalter,  
1996, ISBN 3-930788-49-7,  
II + 25 S., Preis 1,50 €

**Heft 61**

Claudia Fuchs:  
Projektcontrolling bei TV-Spielfilmen,  
1996, ISBN 3-930788-50-0,  
XV + 63 S., Preis 3,- €

**Heft 62 (vergriffen)**

Manfred Kops:  
Multimedia – Folgen und Regelungsbedarfe,  
1996, ISBN 3-930788-51-9,  
II + 88 S., Preis 4,25 €

**Heft 63**

Sabine Schneider:  
Möglichkeiten und Grenzen von finanzwirtschaftlichen Kennzahlen im Rahmen einer rundfunkspezifischen Controlling-Konzeption für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten,  
1996, ISBN 3-930788-52-7,  
VIII + 108 S., Preis 4,50 €

**Heft 64 (vergriffen)**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Hinweise zur Erstellung von Seminar- und Diplomarbeiten am Institut für Rundfunkökonomie,  
5. Aufl.,  
2006, ISBN 3-930788-53-5,  
22 S., Preis 2,- €

**Heft 65**

Günter Sieben/ Uwe Schwertzel:  
Materialien zur Rundfunkökonomie II: Management für Rundfunkunternehmen I, 2. Aufl.,  
1997, ISBN 3-930788-54-3,  
XVIII + 100 S., 5,- €

**Heft 66**

Günter Sieben/Uwe Schwertzel:  
Controlling für  
Rundfunkanbieter,  
1997, ISBN 3-930788-55-1,  
VIII + 50 S., Preis 3,50 €

**Heft 67**

Lars Michaelsen:  
Marktstrategien für Pay-per-  
view-Veranstalter,  
1996, ISBN 3-930788-56-X,  
XXXX + 80 S., Preis 6,25 €

**Heft 68**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Kurzfassung: Möglichkeiten  
und Grenzen von Kennziffern  
zur Beurteilung der Wirtschaft-  
lichkeit öffentlich-rechtlicher  
Rundfunkanstalten,  
1997, ISBN 3-930788-57-8,  
II + 10 S., Preis 1,25 €

**Heft 69**

Melanie Friedrich:  
Planung der Programmbe-  
schaffung in öffentlich-recht-  
lichen Fernsehanstalten,  
1997, ISBN 3-930788-58-6,  
VI + 90 + XL S., Preis 6,25 €

**Heft 70**

Thomas Bergmann:  
Erfolgsindikatoren für Fernseh-  
programmangebote zur Errei-  
chung jugendlicher Zielgruppen,  
1997, ISBN 3-930788-59-4,  
V + 106 S., Preis 5,50 €

**Heft 71**

Oliver Schusser:  
Der Streit um die Einführung  
des digitalen Fernsehens aus  
spieltheoretischer Sicht,  
1997, ISBN 3-930788-60-8,  
13 S., Preis 1,50 €

**Heft 72**

Manfred Kops:  
Rechtfertigen Nachfragemän-  
gel eine Regulierung von  
Rundfunkprogrammen?  
1996, ISBN 3-930788-61-6,  
II + 47 S., Preis 2,50 €

**Heft 73**

Reinhard Grätz:  
Kritische Darstellung der der-  
zeitigen Willensbildung in den  
dezentralen Aufgabenberei-  
chen der ARD,  
1997, ISBN 3-930788-62-4,  
12 S., Preis 1,- €

**Heft 74**

Günter Struve:  
(De-)Zentralität der Entschei-  
dungszuständigkeiten für  
wichtige Aufgabenbereiche  
der Landesrundfunkanstalten?  
1996, ISBN 3-930788-63-2,  
6 S., Preis 0,75 €

**Heft 75**

Ulrich Demmer:  
Auswirkungen der europäi-  
schen Rundfunkstrukturpolitik  
auf den Rundfunk in der Bun-  
desrepublik Deutschland,  
1996, ISBN 3-930788-64-0,  
VIII + 162 S., Preis 8,- €

**Heft 76**

Reinhard Grätz/  
Anke Bohnsack:  
Die Regionalberichterstattung  
als wichtiger Bestandteil des  
WDR Fernsehens,  
1997, ISBN 3-930788-65-9,  
II + 61 S., Preis 3,50 €

**Heft 77 (vergriffen)**

Uwe Schwertzel:  
Methoden zur Bestimmung  
personaler Verteilungswirkun-  
gen der Nutzung und Finanzie-  
rung von Fernsehprogrammen,  
ISBN 3-930788-66-7,  
30 S., Preis 1,75 €

**Heft 78**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht für 1995  
und 1996,  
1997, ISBN 3-930788-67-5,  
IV + 150 S., Preis 7,- €

**Heft 79 (vergriffen)**

Gerhard Honal:  
Programmgestaltung in der  
ARD: Intuition oder regelge-  
bundene Absatzplanung?  
1997, ISBN 3-930788-68-3,  
5 S., Preis 1,25 €

**Heft 80**

Leo Danilenko:  
Künftige Vertriebswege für  
multimediale Inhalte im Onli-  
ne-Zeitalter,  
1997, ISBN 3-930788-69-1,  
II + 19 S., Preis 1,50 €

**Heft 81**

Wolfgang Schulz:  
Regulierung von Medien- und  
Telediensten, Stichworte zur  
aktuellen Diskussion über die  
Regulierung von computerver-  
mittelter Kommunikation in  
Deutschland,  
1997, ISBN 3-930788-70-5,  
II + 27 S., Preis 1,50 €

**Heft 82**

Manfred Kops:  
Regelungsinhalte und Gestal-  
tungsprinzipien von Finanzver-  
fassungen,  
1997, ISBN 3-930788-71-3,  
II + 25 S., Preis 1,50 €

**Heft 83**

Manfred Kops:  
Rundfunkbegriff und Rund-  
funkregulierung in den Zeiten  
von Multimedia,  
1997, ISBN 3-930788-72-1,  
II + 18 S., Preis 1,25 €

**Heft 84**

Reinhard Hartstein:  
Die Gesetzgebungszuständig-  
keiten für die neuen Medien im  
Spannungsverhältnis zwischen  
Nationalstaaten und Europäi-  
scher Union,  
1997, ISBN 3-930788-73-X,  
II + 16 S., Preis 1,50 €

**Heft 85**

Dominik Große Holtforth:  
Zwischen Pressefreiheit und  
Propaganda,  
1997, ISBN 3-930788-74-8,  
II + 36 S., Preis 2,25 €

**Heft 86**

Meike Horstmann:  
Programmcontrolling bei öf-  
fentlich-rechtlichen und privat-  
rechtlichen Fernsehveranstal-  
tern - dargestellt am Beispiel  
von RTL plus und WDR,  
1997, ISBN 3-930788-75-6,  
VII + 66 S., Preis 3,50 €

**Heft 87**

Stefan Kleine-Erfkamp:  
Die Rolle der Marktakteure bei  
der Entwicklung d. digitalen  
Fernsehens in Deutschland,  
1997, ISBN 3-930788-76-4,  
8 S., Preis 1,25 €

**Heft 88**

Rolf Luxenburger:  
Möglichkeiten einer strategi-  
schen Reorganisation der ARD.  
Unter besonderer Berücksichti-  
gung der Konzeption der Trans-  
nationalen Unternehmung,  
1998, ISBN 3-930788-77-2,  
VI + 116 S., Preis 5,50 €

**Heft 89**

Bernd Schaarmann:  
Hörer- und Kundenbindung im  
Hörfunk – dargestellt am Bei-  
spiel des Senders Eins Live,  
1998, ISBN 3-930788-78-0,  
III + 105 S., Preis 6,- €

**Heft 90**

Horst-Manfred Schellhaaß:  
Ist die Rundfunkgebühr eine  
unzulässige Beihilfe? Eine  
ökonomische Analyse,  
1998, ISBN 3-930788-83-7,  
II + 14 S., Preis 1,50 €;  
als Beitrag in Band 73 der  
Schriftenreihe des Instituts für  
Rundfunkrecht, Beck Verlag,  
München 1998, erhältlich

**Heft 91**

Karl-Heinrich Hansmeyer,  
Manfred Kops:  
Rundfunkprogramme  
als Klubgüter,  
1998, ISBN 3-930788-79-9,  
III + 25 S., Preis 2,- €,  
als Beitrag in: M. Matschke/  
Th. Schildbach (Hrsg.): Unter-  
nehmensberatung und Wirt-  
schaftsprüfung, Schäffer-  
Poeschel Verlag, erhältlich

**Heft 92**

Ernst Elitz:  
Nationale Programme - regio-  
nale Programme. Komplemen-  
täre Angebote in Deutschland,  
1998, ISBN 3-930788-80-2,  
6 S., Preis 1,- €

**Heft 93**

Klaus Rüter:  
Föderalismus als Organisa-  
tionsprinzip des öffentlich-  
rechtlichen Rundfunks in  
Deutschland,  
1998, ISBN 3-930788-81-0,  
6 S., Preis 1,- €

**Heft 94**

Dieter Dörr:  
Die öffentlich-rechtliche Rund-  
funkfinanzierung und die Vor-  
gaben des EG-Vertrages,  
1998, ISBN 3-930788-82-9,  
II + 36 S., Preis 2,- €,  
als Beitrag in Band 73 der  
Schriftenreihe des Instituts für  
Rundfunkrecht, Beck Verlag,  
München 1998, erhältlich

**Heft 95**

Horst-Manfred Schellhaaß/  
Gregor Enderle:  
Sportlicher versus ökonomi-  
scher Wettbewerb. Zum Ver-  
bot der zentralen Vermarktung  
von Europapokal-Spielen im  
Fußball,  
1998, ISBN 3-930788-84-5,  
II + 16 S., Preis 1,50 €

**Heft 96**

Eva-Maria Michel:  
Rechtliche und ökonomische  
Fragen der Finanzierung des  
öffentlich-rechtlichen Rund-  
funks im Lichte des Europäi-  
schen Rechts - Kurzstatement  
aus der Sicht der öffentlich-  
rechtl. Rundfunkanstalten,  
1998, ISBN 3-930788-85-3,  
6 S., Preis 1,- €;  
als Beitrag in Band 73 der  
Schriftenreihe des Instituts für  
Rundfunkrecht, Beck Verlag,  
München 1998, erhältlich

**Heft 97**

Verena Metzke-Mangold:  
Die Bedeutung des öffentlich-  
rechtlichen Rundfunks aus  
Sicht der UNESCO,  
1998, ISBN 3-930788-86-1,  
I + 8 S., Preis 1,50 €

**Heft 98**

Markus Schöneberger:  
Ökonomische Grundfragen  
des Fernsehens,  
1998, ISBN 3-930788-87-X,  
I + 21 S., Preis 2,25 €

**Heft 99**

Simon Stöpfgeshoff:  
Mögliche Veränderungen der  
Führungsstrukturen im öffent-  
lich-rechtlichen Rundfunk,  
1998, ISBN 3-930788-88-8,  
II + 11 S., Preis 1,50 €

**Heft 100**

Manfred Kops:  
Prinzipien der Gestaltung von  
Rundfunkordnungen. Ökonomi-  
sche Grundlagen und rundfunk-  
politische Konsequenzen,  
1998, ISBN 3-930788-89-6,  
III + 97 S., Preis 5,- €,  
als Beitrag in: Berg, H. J.  
(Hrsg.): Rundfunkgremien in  
Deutschland, Vistas Verlag  
Berlin, Zweite Ausgabe 1999,  
erhältlich

**Heft 101**

Norbert Walter:  
Der Euro: Chancen und Her-  
ausforderungen für Marketing  
und Werbung,  
1998, ISBN 3-930788-90-X,  
I + 16 S., Preis 1,75 €

**Heft 102**

Ismail Bin Mustapa:  
Public Service Broadcasting  
in the Asia-Pacific Region –  
What Lies Ahead,  
1998, ISBN 3-930788-91-8,  
7 S., Preis 1,50 €

**Heft 103**

Reinhard Hoffmann:  
Verteilung der Rundfunkge-  
bühren zwischen den ARD-  
Anstalten,  
1998, ISBN 3-930788-92-6,  
8 S., Preis 1,50 €

**Heft 104**

Werner Susallek:  
Management Informationssy-  
steme in der ARD als Instru-  
mente rationaler Willensbildung,  
1998, ISBN 3-930788-93-4,  
VI + 94 S., Preis 5,50 €

**Heft 105 (vergriffen)**

Stephan Simon:  
Die Finanzierung des öffent-  
lich-rechtl. Rundfunks und die  
EG-Wettbewerbspolitik,  
1998, ISBN 3-930788-94-2,  
11 S., Preis 1,50 €,  
als Beitrag in Band 73 der  
Schriftenreihe des Instituts für  
Rundfunkrecht, Beck Verlag,  
München 1998, erhältlich

**Heft 106**

Klaus Holtmann:  
Programmbeschaffung und -  
entwicklung werbefinanzierter  
TV-Programmanbieter aus der  
Perspektive der Programmpla-  
nung,  
1998, ISBN 3-930788-95-0,  
III + 95 S., Preis 5,50 €

**Heft 107**

Judith Eckhardt:  
Strukturen, Aufgaben und Per-  
spektiven des öffentlich-  
rechtlichen Rundfunks  
im Kräftefeld der Politik,  
1998, ISBN 3-930788-96-9,  
VI + 96 S., Preis 5,50 €

**Heft 108**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht des Instituts  
für Rundfunkökonomie für die  
Jahre 1997 und 1998,  
1999, ISBN 3-930788-97-7,  
VI + 76 S., Preis 4,50 €

**Heft 109**

Horst M. Schellhaaß:  
Die zentrale Vermarktung von  
Europa-Pokalspielen – Ausbeu-  
tung von Marktmacht oder Siche-  
rung des sportlichen Wettbe-  
werbs?  
1999, ISBN 3-930788-98-5,  
14 S., Preis 1,50 €

**Heft 110**

Dirk Walter:  
Preispolitik von Pay-TV-Anbie-  
tern. Eine wettbewerbspoliti-  
sche Analyse,  
1999, ISBN 3-930788-99-3,  
II + 36 S., Preis 2,- €

**Heft 111**

Dirk Walter:  
Der Erwerb von Sportsende-  
rechten unter besonderer Be-  
rücksichtigung der ökonomi-  
schen Reputationstheorie,  
1999, ISBN 3-934156-00-2,  
II + 24 S., Preis 1,75 €

**Heft 112**

Friedrich Kübler:  
Die Konzentration im Medienbereich und ihre Kontrolle, 1999, ISBN 3-934156-01-0, III + 18 S., Preis 1,75 €;  
auch als Beitrag in: Prütting, Hanns u. a.: Marktmacht und Konzentrationskontrolle auf dem Fernsehmarkt, Verlag H. C. Beck, erhältlich

**Heft 113**

Günter Sieben/ C. Sieben/  
L. Holland:  
Analyse des NDR-Steuerungsmodells für Fernsehproduktionen, 1999, ISBN 3-934156-02-9, VI + 104 S., Preis 6,- €

**Heft 114**

Erwin K. Scheuch:  
Eine Bewertung des Marktanteilsmodells aus kommunikationswissenschaftl. Sicht, 1999, ISBN 3-934156-03-7, III + 28 S., Preis 2,- €;  
auch als Beitrag in: Prütting, Hanns u. a.: Marktmacht und Konzentrationskontrolle auf dem Fernsehmarkt, Verlag H. C. Beck, erhältlich

**Heft 115**

Manfred Kops:  
Nationale Konzentrationskontrolle und internationale Wettbewerbsfähigkeit von Fernsehveranstaltern, 2. Aufl., 2000, ISBN 3-934156-04-5, IV + 57 S., Preis 2,75 €;  
auch als Beitrag in: Prütting, Hanns u. a.: Marktmacht und Konzentrationskontrolle auf dem Fernsehmarkt, Verlag H. C. Beck, erhältlich

**Heft 116**

Petra Geschwandtner-Andrefß:  
Medienwirtschaft in Köln. Theoretische Erklärungsansätze und politische Bestimmungsfaktoren eines regionalen Produktionsclusters Medien, 1999, ISBN 3-934156-05-3, VIII + 70 S., Preis 5,50 €

**Heft 117**

Sandra Schneider/  
Julia Schössler:  
Neuere Anforderungen an die Personalarbeit privater Fernsehveranstalter, 1999, ISBN 3-934156-06-1, II + 17 S., Preis 1,50 €

**Heft 118**

Manfred Kops:  
Combating Media Concentration in a Globalising World Economy, 1999, ISBN 3-934156-08-8, IV + 45 S., Preis 2,50 €

**Heft 119**

Manfred Kops:  
Nationale Konzentrations-schranken für Fernsehveranstalter bei zunehmender Globalisierung der Medienwirtschaft, 1999, ISBN 3-934156-07-X, IV + 45 S., Preis 2,50 €,  
auch in russischer Übersetzung erhältlich als:

**Heft 119-R**

Манфред Копс:  
Национальные барьеры концентрации для телевизионных организаторов при возрастающей глобализации экономики средств массовой информации, 1999, ISBN 3-934156-36-3, 53 S., Preis 2,75 €

**Heft 120**

Marc Bauder:  
Die Medienkonzerne Time Warner und News Corporation. Ein Vergleich ihrer Anpassungsfähigkeit an technologische Entwicklungen und veränderte Marktbedingungen 2000, ISBN 3-934156-09-6, III + 36 S., Preis 2,- €

**Heft 121**

Manfred Kops:  
Financing and Sustaining Political Will to Support Public Service Broadcasting, 1999, ISBN 3-934156-10-X, II + 20 S., Preis 1,50 €

**Heft 122**

Julia Schössler:  
Konsequenzen der Digitalisierung für werbefinanzierte TV-Veranstalter, 2000, ISBN 3-934156-11-8, IV + 61 S., Preis 3,50 €

**Heft 123**

Manfred Kops:  
Diversifizierte Verfahren zur Bereitstellung von Informationsgütern, 2000, ISBN 3-934156-12-6, IV + 55 S., Preis 3,- €,  
auch als Beitrag in: Kops, M./Schulz, W./Held, Th. (Hrsg.): Von der dualen Rundfunkordnung zur dienstespezifisch diversifizierten Informationsordnung? Nomos Verlag, erhältlich

**Heft 124 (vergriffen)**

Manfred Kops:  
Informationsmängel der Nachfrager als Rechtfertigung einer Regulierung der medialen Berichterstattung, 2000, ISBN 3-934156-13-4, Ca. 35 S., Preis 2,- €

**Heft 125**

Dieter Wolf:  
Zentrale Vermarktung oder Einzelvermarktung von Mannschaftssport im Fernsehen? Die Sicht des deutschen und europäischen Kartellrechts, 2000, ISBN 3-934156-14-2, II + 12 S., Preis 1,25 €;  
als Beitrag in Band 8 der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 126**

Jobst Olschewski:  
Planung des wirtschaftlichen Einsatzes von Programm-Traibern im Programm von Fernsehveranstaltern, 2000, ISBN 3-934156-15-0, VI + 125 S., Preis 6,25 €

**Heft 127**

Fritz Pleitgen:  
Der Sport im Fernsehen, 2000, ISBN 3-934156-16-9, II + 16 S., Preis 1,75 €,  
auch als Beitrag in Band 8 der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 128**

Justus Haucap:  
Warum manche Spielfilme erfolgreich sind, andere aber nicht. Einige ökonomische Überlegungen, 2001, ISBN 3-934156-17-7, I + 15 S., Preis 1,75 €

**Heft 129**

Rainer Conrad (Hrsg.):  
Rundfunkfreiheit, Geld und Politik - 25 Jahre KEF - 2000, ISBN 3-934156-18-5, IV + 44 S., Preis 3,- €

**Heft 130 (vergriffen):**

Peter Duvinage:  
Der Sport im Fernsehen. Die Sicht der Rechtheagenturen, 2000, ISBN 3-934156-19-3, II + 14 S., Preis 1,25 €  
auch als Beitrag in Band 8 der Schriften zur Rundfunkökonomie erhältlich

**Heft 131**

Gisela Losseff-Tillmanns/  
Manfred Kops (Hrsg.):  
Public Communication and the New Media, 2000, ISBN 3-934156-20-7, 99 pp., Preis 5,50 €

**Heft 132**

Frank Christian May:  
Der gebundene Buchpreis.  
Eine ökonomische Betrachtung,  
2000, ISBN 3-934156-21-5,  
III + 63 S., Preis 3,75 €

**Heft 133**

Peter Selmer:  
Kurzberichterstattung und  
Schutzlisten für Sportübertra-  
gungen aus juristischer Sicht,  
2000, ISBN 3-934156-22-3,  
III + 18 S., Preis 1,75 €,  
auch als Beitrag in Band 8 der  
Schriften zur Rundfunköko-  
nomie erhältlich

**Heft 134**

Jörn Kruse:  
Informationsfreiheit versus wirt-  
schaftliche Verwertungsinter-  
essen aus ökonomischer Sicht,  
2000, ISBN 3-934156-23-1,  
II + 16 S., Preis 1,75 €,  
auch als Beitrag in Band 8 der  
Schriften zur Rundfunköko-  
nomie erhältlich

**Heft 135**

Dominik Große Holtforth:  
Öffentlicher Rundfunk  
im digitalen Zeitalter,  
2000, ISBN 3-934156-24-X,  
20 S., Preis 1,75 €

**Heft 136**

Gregor Enderle:  
Die Vermarktung der Sende-  
rechte professioneller Sportli-  
gen. Strategische und wettbe-  
werbspolitische Implikationen  
aus Sicht der Fernsehsender,  
2000, ISBN 3-934156-25-8,  
II + 22 S., Preis 1,75 €

**Heft 137**

Gregor Enderle:  
La commercialisation de droits  
de retransmission télévisée  
dans le sport de ligue profes-  
sionnel. Aspects économique-  
sportifs et stratégico-  
concurrentiels,  
2000, ISBN 3-934156-26-6,  
IV + 35 S., Preis 2,25 €

**Heft 138**

Kerstin Ricken:  
Risikomanagement für Fernseh-  
unternehmen. Mögliche Strate-  
gien für Vollprogrammanbieter,  
2000, ISBN 3-934156-27-4,  
V + 85 S., Preis 5,75 €

**Heft 139 (vergriffen)**

Horst M. Schellhaaß:  
Vermarktungsrechte im Sport.  
Einige ökonomische Anmerkun-  
gen zu juristischen Gutachten,  
2001, ISBN 3-934156-28-2,  
I + 11 S., Preis 1,50 €

**Heft 140:**

Manfred Kops:  
Ist der Markt ein geeignetes  
Verfahren zur Bestimmung der  
Einkommen von Fußballspielern?  
2000, ISBN 3-934156-29-0,  
II + 12 S., Preis 1,50 €;  
als Beitrag in: Schellhaaß,  
Horst M. (Hrsg.): Sportver-  
anstaltungen zwischen Liga-  
und Medieninteressen, Verlag  
Karl Hoffmann 2000, im Buch-  
handel erhältlich

**Heft 141**

Dieter Hoff:  
Aktuelle und zukünftige rund-  
funktechnische Entwicklungen  
2000, ISBN 3-934156-30-4,  
II + 9 S., Preis 1,50 €

**Heft 142**

Cornelia Spallek:  
Perspektiven des öffentlich-  
rechtlichen Rundfunks in der  
Informationsgesellschaft,  
2001, ISBN 3-934156-31-2,  
IV + 118 S., Preis 6,50 €

**Heft 143**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht des Instituts  
für die Jahre 1999 und 2000,  
2001, ISBN 3-934156-32-0,  
VI + 77 S., Preis 4,50 €

**Heft 144**

Manfred Kops (Hrsg):  
Produktionssteuerung im öf-  
fentlich-rechtlichen Rundfunk,  
2001, ISBN 3-934156-33-9,  
109 S., Preis 6,25 €

**Heft 145e**

Manfred Kops:  
What is Public Service Broad-  
casting and How Should It Be  
Financed?  
2001, ISBN 3-934156-48-7,  
II + 22 S., Preis 2,50 €

**Heft 145sc**

Manfred Kops:  
公共广播电视及其经济来源分  
析?  
2001, ISBN 3-934156-60-6,  
II + 18 S., Preis 2,50 €

**Heft 146**

Oliver Esser:  
Wirtschaftlichkeitsanalyse  
werbefinanzierter Lokalfern-  
sehveranstalter, analysiert an-  
hand der ökonomischen Klub-  
gütertheorie,  
2001, ISBN 3-934156-35-5,  
VI + 103 S., Preis 6,50 €

**Heft 147 (vergriffen):**

Dieter Hoff:  
Technische Konvergenz –  
Fakten und Perspektiven,  
2001, ISBN 3-934156-37-1,  
II + 11 S., Preis 1,50 €

**Heft 148**

Dieter Dörr:  
Möglichkeiten und Grenzen  
supranationaler Deregulierung  
von Rundfunkveranstaltern,  
2001, ISBN 3-934156-38-X,  
II + 24 S., Preis 2,25 €

**Heft 149**

Werner Lauff:  
Neue Inhalte und Nutzungsfor-  
men als Folgen technischer  
Konvergenz,  
2001, ISBN 3-934156-39-8,  
II + 10 S., Preis 1,50 €

**Heft 150 (vergriffen):**

Manfred Kops:  
Deregulierung des Rundfunks  
als Folge technischer Konver-  
genz? Die wirtschaftswissen-  
schaftliche Sicht,  
2001, ISBN 3-934156-40-1,  
30 S., Preis 2,50 €

**Heft 151**

Martin Bullinger:  
Deregulierung des Rundfunks  
als Folge technischer Konver-  
genz? Die rechtswissenschaft-  
liche Sicht,  
2001, ISBN 3-934156-41-X,  
II + 15 S., Preis 1,75 €

**Heft 152**

Wolf-Dieter Ring:  
Möglichkeiten und Grenzen  
nationalstaatlicher Deregulierung  
von Rundfunkveranstaltern,  
2001, ISBN 3-934156-42-8,  
II + 10 S., Preis 1,50 €

**Heft 153**

Marc Bauder:  
Der deutsche Free-TV-Markt:  
Chancen für neue Anbieter?  
2002, ISBN 3-934156-43-6,  
VI + 120 S., Preis 7,50 €

**Heft 154**

Michael Kroh:  
Marktchancen von Internet-  
Radioanbietern,  
2002, ISBN 3-934156-44-4,  
X + 117 S., Preis 6,50 €

**Heft 155**

Jan Usadel:  
Target Costing für TV-  
Produktionsunternehmen,  
2002, ISBN 3-934156-45-2,  
VI + 72 S., Preis 4,50 €

**Heft 156**

Stefan Ollig:  
Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten ausländischer Fernsehprogramm-anbieter in der VR China, 2002, ISBN 3-934156-46-0, IV + 78 S., Preis 5,- €

**Heft 157**

Christian Brem:  
Merchandising und Licensing für Rundfunkunternehmen, 2002, ISBN 3-934156-47-9, III + 25 S., Preis 2,- €

**Heft 158**

Michael Libertus:  
The German Broadcasting System – Historical, Constitutional and Legal Outlines, 2002, ISBN: 3-934156-49-5, III + 16 S., Preis 2,- €

**Heft 159**

Henk Erik Meier:  
Von der "Sendeplatzverwaltung" zum kompetitiven "Programming". Veränderungen der Programmplanung des ZDF, 2002, ISBN 3-934156-50-9, XXV + 128 S., Preis 8,50 €

**Heft 160 (vergriffen)**

Hans Dieter Klee:  
Afrikas Medien im Griff der Global Player und der eigenen Machthaber, 2002, ISBN 3-934156-51-7, I + 14 S., Preis 2,- €

**Heft 161**

Reinhard Grätz:  
Gremien in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Entscheidungsträger oder Erfüllungsgehilfen? 2002, ISBN 3-934156-52-5, I + 7 S., Preis 1,50 €

**Heft 162**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht des Instituts für die Jahre 2001 und 2002, 2003, ISBN 3-934156-53-3, II + 66 S., Preis 4,50 €

**Heft 163**

Horst Manfred Schellhaaß:  
Die Rundfunkordnung aus institutionenökonomischer Sicht, 2003, ISBN 3-934156-54-1, II + 18 S., Preis 3,50 €

**Heft 164**

Stefanie Jäger:  
Ursachen verändernder Mediennutzung, 2003, ISBN 3-934156-55-X, 161 S., Preis 9,- €

**Heft 165**

Stefanie Jäger:  
Die Folgen einer sich verändernden Mediennutzung für das Aufkommen aus der Rundfunkgebühr, 2003, ISBN 3-934156-56-8, 79 S., Preis 5,50 €

**Heft 166**

Josef Eckhardt:  
Klassische Musik und das Kulturradio – Stand der Forschung, 2003, ISBN 3-934156-57-6, II + 18 S.2, Preis 2,25 €

**Heft 167**

Klaus Katz:  
Erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag? Zum Beispiel: Das Fernsehprogramm des Westdeutschen Rundfunks, 2003, ISBN 3-934156-58-4, 9 S., Preis 1,75 €

**Heft 168e**

Guo Zhenzhi:  
Television Regulation and China's entry into the WTO, 2003, ISBN 3-934156-59-2, I + 26 S., Preis 2,- €

**Heft 168c**

Guo Zhenzhi:  
进入WTO与中国的电视规制, 2003, ISBN 3-934156-62-2, I + 22 S., Preis 2,- €

**Heft 169**

Irmela Schneider:  
Profile des (Zu-)Schauens im 20. Jahrhundert. Spectator – Viewer – User, 2003, ISBN 3-934156-63-0, I + 21 S., Preis 2,25 €

**Heft 170 (vergriffen)**

Eva Maria Michel:  
Die Bedeutung der "World Trade Organisation" (WTO) und des "General Agreement on Trade in Services" (GATS) f. d. öffentl.-rechtl. Rundfunk, 2003, ISBN 3-934156-61-4, I + 12 S., Preis 2,- €

**Heft 171**

Robert Gehring:  
Aufstieg und Fall der Kirchengruppe. Eine institutionenökonomische Erklärung, 2003, ISBN 3-934156-64-9, II + 88 S., Preis 6,- €

**Heft 172**

Horst Manfred Schellhaaß:  
Strategien zur Vermarktung des Sports im Fernsehen, 2003, ISBN 3-934156-65-7, I + 21 S., Preis 2,25 €

**Heft 173**

Erich Frese:  
Die Leistungsfähigkeit markt-orientierter Produktionssteuerungskonzepte in öffentl.-rechtl. Rundfunkanstalten, 2003, ISBN 3-934156-66-5, IV + 130 S., Preis 7,50 €

**Heft 174**

Horst Manfred Schellhaaß:  
Sport als Teil des öffentl.-rechtl. Programmauftrags, 2003, ISBN 3-934156-67-3, I + 14 S., Preis 2,- €

**Heft 175**

Doris Fischer:  
Understanding Marketisation Within the Chinese Information Sector – Taking Television as an Example, 2003, ISBN 3-934156-68-1, II + 26 S., Preis 3,- €

**Heft 176**

Dieter Grimm:  
Anforderungen an künftige Rundfunkordnungen, 2003, ISBN: 3-934156-69-X, I + 9 S., Preis 2,- €

**Heft 177**

Peter Voß:  
Online-Dienste als unverzichtbare Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, 2003, ISBN 3-934156-70-3, 16 S., Preis 2,- €

**Heft 178**

Carl-Eugen Eberle:  
Formen der Finanzierung öffentlich-rechtlicher Online-Angebote, 2003, ISBN 3-934156-71-1, 9 S., Preis 1,75 €

**Heft 179**

Carolyn Knappe:  
Die deutsche Fernsehindustrie: Eine Analyse der Wettbewerbsstrategien vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung von Medien, 2003, ISBN: 3-934156-72-X, IX + 125 S., Preis 7,- €

**Heft 180**

Olexiy Khabyuk:  
Der ukrainische Rundfunk zwischen Staat und Markt. Platz für einen dritten Weg? 2004, ISBN: 3-934156-73-8, V + 150 S., Preis 9,- €

**Heft 181**

Alexa Meyer:  
Die Qualität der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich – mit Fokus auf ...; 2004, ISBN 3-934156-74-6, 73 S., Preis 6,- €

**Heft 182**

Richard Rebmann:  
Online-Dienste als wettbewerbswidrige Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks;  
2003, ISBN 3-934156-75-4,  
8 S., Preis 1,75 €

**Heft 183**

Claudia Loebbecke/ Ulrich  
Niedermeyer/ Andreas Kaplan/  
Guerhan Kurucu:  
Betriebswirtschaftliche Betrachtung öffentlich-rechtlicher TV-Online-Aktivitäten,  
2003, ISBN 3-934156-76-2,  
15 S., Preis 2,- €

**Heft 184**

Jens-Uwe Bornemann:  
Das digitale Programmangebot werbefinanzierter Fernsehveranstalter,  
2004, ISBN 3-934156-77-0,  
V + 119 S., Preis 7,25 €

**Heft 185**

Josef Eckardt:  
Qualität des Hörfunkangebots aus der Sicht von Zielgruppen – Elitenbefragungen des DeutschlandRadio,  
2004, ISBN 3-934156-78-9,  
I + 13 S., Preis 2,50 €

**Heft 186**

Florian Frisch:  
Soccer? – Fútbol!  
Zielgruppenorientierte Strategien zur Fernsehvermarktung von Fußball als Schwellsportart in den USA,  
2004, ISBN 3-934156-79-7,  
I + 33 S., Preis 3,50 €

**Heft 187**

Ulrike Rohn:  
Media Companies and Their Strategies in Foreign Television Markets,  
2004, ISBN 3-934156-80-0,  
V + 150 S., Preis 9,- €

**Heft 188**

Melanie Eickhoff, Bettina Hutt:  
Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China am Beispiel von China Central Television (CCTV),  
2004, ISBN 3-934156-81-9,  
VI + 134 S., Preis 9,50 €

**Heft 189c**

Guo Zhenzhi:  
WTO, 媒介“产业化”与中国电视,  
2004, ISBN 3-934156-83-5,  
I + 26 S., Preis 3,- €

**Heft 189e**

Guo Zhenzhi:  
WTO, “Chanye Hua” of the Media and Chinese Television,  
2004, ISBN 3-934156-82-7,  
I + 26 S., Preis 3,- €

**Heft 190**

Rüdiger Petersen:  
„Serien-Spin-Off“ als Strategie der Programmentwicklung,  
2004, ISBN 3-934156-84-3,  
IV + 107 S., Preis 8,- €

**Heft 191**

Dennis Türker:  
The Optimal Design of a Search Engine from an Agency Theory Perspective,  
2004, ISBN 3-934156-85-1,  
V + 70 S., Preis 7,- €

**Heft 192**

Verena Metz-Mangold:  
Zur Begleitung der Entstehung einer UNESCO-Konvention zur kulturellen Vielfalt,  
2004, ISBN 3-934156-86-X,  
II + 12 S., Preis 2,- €

**Heft 193**

Michael Libertus:  
Essential Aspects Concerning the Regulation of the German Broadcasting System. Historical, Constitutional and Legal Outlines,  
2004, ISBN 3-934156-87-8,  
II + 22 S., Preis 2,50 €

**Heft 194**

Martin Gomolka:  
Content Management im öffentl.-rechtl. Rundfunk – Grundlagen, rundfunkökonomische Einordnung und Fallbeispiel.  
2005, ISBN 3-934156-88-6,  
II + 49 S., Preis 4,50 €

**Heft 195**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2003 und 2004,  
2005, ISBN 3-934156-89-4,  
II + 60 S., Preis 2,50 €

**Heft 196**

Manfred Kops:  
Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren?  
2005, ISBN 3-934156-90-8,  
II + 33 S., Preis 4,- €

**Heft 197**

Henk Erik Meier:  
„Für ein paar Cent weniger“? Ein Beitrag zur aktuellen Rundfunkgebührenpolitik,  
2005, ISBN 3-934156-91-6,  
67 S., Preis 7,- €

**Heft 198**

Peter Niepalla:  
Selbstverpflichtungserklärungen als Instrument der Qualitätssicherung - Positionen und Erfahrungen der Deutschen Welle,  
2005, ISBN 3-934156-92-4,  
13 S., Preis 2,50 €

**Heft 199**

Ulrich Blanke:  
Entscheidungs- und marktorientierte Kosten- und Leistungsrechnung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten,  
2005, ISBN 3-934156-93-2,  
22 S., Preis 3,- €

**Heft 200e (vergriffen)**

Manfred Kops:  
German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective,  
2005, ISBN: 3-934156-94-0,  
22 S., Preis 7,- €

**Heft 200c (vergriffen)**

Manfred Kops:  
将德国的电视节目卖给中国? 一个政治经济学的分析, (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 200e),  
2005, ISBN 3-938933-01-1,  
II + 15 S., Preis 7,- €

**Heft 201**

Helge Rossen-Stadtfeld:  
Funktion und Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Kulturauftrags im dualen Rundfunksystem,  
2005, ISBN 3-934156-95-9,  
30 S., Preis 7,50 €

**Heft 202**

Josef Eckhardt:  
Wie erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag? Empirische Langzeitbetrachtungen,  
2005, ISBN 3-934156-96-7,  
15 S., Preis 5,50 €

**Heft 203**

Dirk Slama:  
Das Schwarzseher-Problem beim Pay-TV,  
2005, ISBN 3-934156-97-5,  
VI + 119 S., Preis 19,- €

**Heft 204**

Martin Stock:  
Zum Reformbedarf im dualen Rundfunksystem: Public-Service-Rundfunk und kommerzieller Rundfunk – wie können sie koexistieren?  
2005, ISBN 3-934156-98-3,  
35 S., Preis 8,- €

**Heft 205e**

Stefan Ollig:  
Chinese TV Programmes for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective, 2005, ISBN 3-934156-99-1, III + 16 S., Preis 6,- €

**Heft 205c**

Stefan Ollig:  
中国电视节目的出口：  
一种消费理论的透视  
(chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 205e), 2005, ISBN 3-934156-04-6, III + 12 S., Preis 6,- €

**Heft 206**

Wiebke Bomas:  
Der duale Rundfunk. Seine Bedeutung für die Entwicklung des Rundfunkmarktes, 2005, ISBN 3-938933-00-3, 81 S., Preis 14,- €

**Heft 207**

Viola Bensingler:  
Co-Operation with China in the TV Sector, 2005, ISBN 3-938933-05-4, I + 8 S., Preis 8,- €

**Heft 208**

Tim Faber, Fu Xiaomei:  
Rechtliche Rahmenbedingungen für Film und Fernsehen in China, 2005, ISBN 3-938933-03-8, I + 14 S., Preis 8,- €

**Heft 209**

Jochen Trefzger:  
Mobile TV-Launch in Germany - Challenges and Implications, 2005, ISBN 3-938933-07-0, VI + 88 S., Preis 16,- €

**Heft 210**

Carsten Westebbe:  
Bedarfsanalysen von Käufertypen als Grundlage eines Showplanungskonzepts im Tele-Shopping; 2005, ISBN 3-938933-08-9; IV + 84 S., Preis 14,- €

**Heft 211c**

Manfred Kops:  
媒介市场的全球化？  
代价和收益，受益者和受损者；  
2006, ISBN 3-938933-10-0;  
20 S., Preis 6,- €

**Heft 211d**

Manfred Kops:  
Globalisierung der Medienwirtschaft. Nutzen und Kosten, Gewinner und Verlierer; 2006, ISBN 3-938933-09-7; 73 S., Preis 17,- €

**Heft 211e**

Manfred Kops:  
Globalising Media Markets. Benefits and Costs, Winners and Losers; 2006, ISBN 3-938933-14-3; 49 S., Preis 12,- €

**Heft 212**

Verena Metzke-Mangold:  
Zwischen Welthandel und kultureller Vielfalt; Welchen Spielraum lassen WTO und UNESCO für die Regulierung der audiovisuellen Medien? 2006, ISBN 3-938933-11-9; 9 S., Preis 5,- €

**Heft 213**

Dominik Eggert:  
Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate. Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Vermarktung; 2006, ISBN 3-938933-12-7; II+117 S., Preis 17,- €

**Heft 214**

Ernst Elitz:  
Quality Management: Untapped Economic Potential of German Broadcasting Services; 2006, ISBN 3-938933-13-5; 18 S., Preis 6,- €

**Heft 215d**

Manfred Kops:  
Die deutsche Rundfunkordnung. Ein Modell für China? 2007, ISBN 978-3-938933-24-4; 43 S., Preis 13,- €

**Heft 215e**

Manfred Kops:  
The German Broadcasting Order. A Model for China? 2006, ISBN 3-938933-16-X; II+53 S., Preis 13,- €

**Heft 216**

Martin Gläser:  
Programm-Marketing öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten; 2006, ISBN 3-938933-17-8; 28 S., Preis: 7,50 €

**Heft 217**

Ernst Elitz/ Dieter Stammler:  
Programmliche Selbstverpflichtungen und Medienqualität. Ein Projekt zur Sicherung der Qualität i. d. elektronischen Medien; 2006, ISBN 3-938933-18-6; I+14 S., Preis 6,- €

**Heft 218**

Fritz Pleitgen:  
Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der Deutschen Welle; 2006, ISBN 3-938933-19-4; 12 S., Preis 5,- €

**Heft 219**

Beat Wischi:  
Die programmlichen und finanziellen Konsequenzen neuer Verbreitungswege für den Auslandsrundfunk am Beispiel von swissinfo; 2006, ISBN 3-938933-20-8; 11 S., Preis 4,50 €

**Heft 220**

Svenja Tegge:  
Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme; 2006, ISBN 978-3-938933-21-3; 61 S., Preis 14,- €

**Heft 221**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2005 und 2006; 2007, ISBN 978-3-938933-22-0; II + 68 S., Preis 10,- €

**Heft 222**

何勇 (译者):  
德国广播电视州际协议; 2007, ISBN 978-3-938933-23-7; 50 S., Preis 9,- €

**Heft 223e (vergriffen)**

Manfred Kops:  
A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison of Broadcasting Systems; 2007, ISBN 978-3-938933-25-1; 88 S., Preis 20,- €  
unter dem gleichen Titel als Buch im LIT-Verlag erhältlich

**Heft 224**

Peter Niepalla:  
Die Deutsche Welle als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation; 2007, ISBN 978-3-938933-26-8; 11 S., Preis 5,50 €

**Heft 225**

Horst Schellhaaß:  
Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle; 2007, ISBN 978-3-938933-27-5; 19 S., Preis 6,50 €

**Heft 226**

Martin Stock:  
Islam im Rundfunk – wie eigentlich? Auf dem Weg zu muslimischer kommunikativer Präsenz in deutschen Rundfunkprogrammen;  
2007, ISBN 978-3-938933-29-9; 40 S., Preis 9,50 €

**Heft 227 (vergriffen)**

Olexiy Khabyuk:  
Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine: Voraussetzungen und verpasste Gelegenheiten;  
2007, ISBN 978-3-938933-28-2; 15 S., Preis 6,50 €

**Heft 227e**

Olexiy Khabyuk:  
The Introduction of Public Service Broadcasting in Ukraine: Preconditions and Missed Opportunities;  
2007, ISBN 978-3-938933-30-5; 13 S., Preis 6,50 €

**Heft 227u**

Олексій Хаб'юк:  
Передумови впровадження суспільно-правового мовлення в Україні;  
2007, ISBN 978-3-938933-37-4; 17 S., Preis 6,50 €

**Heft 228**

Reinhard Hartstein:  
Die Optimierung der Angebote der Deutschen Welle als strategische Aufgabe;  
2007, ISBN 978-3-938933-31-2; 15 S., Preis 4,50 €

**Heft 229**

Hans J. Kleinsteuber:  
Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle. Expeditionen eines Wissenschaftlers in die medienpolitische Praxis;  
2007, ISBN 978-3-938933-32-9; 38 S., Preis 9,50 €

**Heft 230**

Philipp Sebastian Rogge:  
Nutzergenerierte Inhalte als Erlösquelle für Medienunternehmen;  
2007, ISBN 978-3-938933-33-6; 134 S., Preis 19,- €

**Heft 231e**

Manfred Kops/ Olexiy Khabyuk:  
A Methodology for the Graphical Exposition of Broadcasting Systems;  
2007, ISBN 978-3-938933-34-3; 45 S., Preis 12,- €

**Heft 232**

Martin Stock:  
Der öffentlich-rechtliche Auslandsrundfunk als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation;  
2007, ISBN 978-3-938933-35-0; 19 S., Preis 5,- €

**Heft 233 (vergriffen)**

Thomas Scharping:  
Administration, Control and Censorship in the Chinese Media;  
2007, ISBN 978-3-938933-36-7; 19 S., Preis 7,- €

**Heft 234**

Viola Bensinger/Karen Sokoll:  
Die EU-Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Umsetzung und Konsequenzen. - Analyse und Workshopbericht -;  
2007, ISBN 978-3-938933-38-1; 30 S., Preis 8,- €

**Heft 235**

Alexandra Antoniadis:  
Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht der Europäischen Kommission;  
2007, ISBN 978-3-938933-39-8; 7 S., Preis 5,50 €

**Heft 236**

Horst Bachmann:  
Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die KEF;  
ISBN 978-3-938933-40-4; 11 S., Preis 6,- €

**Heft 237**

Martin Stadelmaier:  
Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die Länder;  
2007, ISBN 978-3-938933-41-1; 11 S., Preis 6,- €

**Heft 238 (vergriffen)**

Stefan Wolf:  
Wie verzichtbar wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die Digitalisierung?;  
2007, ISBN 978-3-938933-42-8; 131 S., Preis 18,- €

**Heft 239**

Verena Wiedemann:  
Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks;  
2008, ISBN 978-3-938933-43-5; 16 S., Preis 7,- €

**Heft 240**

Manfred Kops:  
Die Globalisierung als Herausforderung für den deutschen Auslandsrundfunk;  
2008, ISBN 978-3-938933-44-2; 60 S., Preis 14,- €

**Heft 241**

Lutz Marmor:  
Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk;  
2008, ISBN 978-3-938933-45-9; 13 S., Preis 7,- €

**Heft 242**

Horst M. Schellhaaß:  
Die Konsequenzen des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht;  
2008, ISBN 978-3-938933-46-6; 21 S., Preis 8,50 €

**Heft 243**

Benno Winkelmann:  
Konvergenz von Mobilfunk- und Internetdiensten: Auswirkungen auf Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle des Mobilfunks;  
2008, ISBN 978-3-938933-47-3; 163 S., Preis 27,- €

**Heft 244**

Martin Stock:  
Noch einmal zum Reformbedarf im "dualen Rundfunksystem": Public-Service-Rundfunk und kommerzieller Rundfunk – wie können sie koexistieren?;  
2008, ISBN 978-3-938933-48-0; 58 S., Preis 13,- €

**Heft 245**

Bastian Keller:  
Digital Media Content Provision  
without Copy Protection as an  
Alternative Business Model;  
2008, ISBN 978-3-938933-49-7;  
86 S., Preis 15,- €

**Heft 246**

Verena Metze-Mangold:  
Das UNESCO-Übereinkommen  
zur kulturellen Vielfalt:  
Die Magna Charta der internationalen  
Kulturpolitik und ihre Um-  
setzung in Europa;  
2008, ISBN 978-3-938933-50-3;  
16 S., Preis 8,- €

**Heft 247**

Institut für Rundfunkökonomie:  
Tätigkeitsbericht des Instituts  
für Rundfunkökonomie für die  
Jahre 2007 und 2008;  
2009, ISBN 978-3-938933-51-0;  
76 S., Preis 10,- €

**Heft 248**

Ernst Elitz:  
Die Individualisierung der Me-  
dien – Herausforderungen und  
Chancen für den professionel-  
len Journalismus;  
2009, ISBN 978-3-938933-52-7;  
9 S., Preis 5,- €

**Heft 249**

Heiner Meulemann:  
Verdrängt das Internet die Mas-  
senmedien? Medienpräferenzen  
und die Individualisierung  
der Mediennutzung;  
2009, ISBN 978-3-938933-53-4;  
33 S., Preis 8,- €

**Heft 250**

Manfred Kops:  
Das deutsche duale Rundfunk-  
system – Entstehungsgeschichte,  
derzeitige Ausgestaltung  
und absehbare Veränderungen;  
2009, ISBN 978-3-938933-54-1;  
12 S., Preis 6,- €

**Heft 251**

Eva-Maria Michel:  
Die Individualisierung der Me-  
dien – Herausforderungen und  
Chancen für den öffentlich-  
rechtlichen Rundfunk;  
2009, ISBN 978-3-938933-55-8;  
20 S., Preis 7,- €

**Heft 252**

Manfred Kops, Karen Sokoll,  
Viola Bensinger:  
Rahmenbedingungen für die  
Durchführung des Drei-Stufen-  
Tests – Gutachten erstellt für  
den Rundfunkrat des West-  
deutschen Rundfunks – ;  
2009, ISBN 978-3-938933-56-6;  
176 S., Preis 29,00 €

**Heft 253**

Helge Rossen-Stadtfeld:  
Anforderungen des Dreistufen-  
tests an die Gremien: eine  
rundfunkverfassungsrechtliche  
Einordnung;  
2009, ISBN 978-3-938933-57-2;  
35 S., Preis 8,- €

**Heft 254**

Dieter K. Müller:  
Daten und Methoden zur empirischen  
Ermittlung der Medien-  
präferenzen in Deutschland;  
2009, ISBN 978-3-938933-58-9;  
21 S., Preis 8,- €

**Heft 255**

Detlef Schoder:  
Die Individualisierung der Me-  
dien als betriebswirtschaftliche  
Aufgabe;  
2009, ISBN 978-3-938933-59-6;  
24 S., Preis 11,- €

Um die Arbeitspapiere zu bestellen, bedienen Sie sich bitte des nachstehenden Formulars oder der E-Mail-Adresse: [rundfunk-institut@uni-koeln.de](mailto:rundfunk-institut@uni-koeln.de). Die Arbeitspapiere können unter [www.rundfunk-institut.uni-koeln.de](http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de) auch kostenfrei heruntergeladen werden.

Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln  
Hohenstaufenring 57a  
**50674 Köln**

**Per Fax: (0221) 24 11 34**

**BESTELLUNG**

Anzahl	Nr.	Autor/Kurztitel	Einzel- preis €	Gesamt- preis €

**Summe:**

zzgl. Versandkostenpauschale:

**Summe inkl. Versandkostenpauschale:**

Versandkostenpauschalen:

- 1 – 3 Hefte: 2,50 €;
- 4 – 9 Hefte: 3,50 €;
- ab 10 Hefte und für Auslandslieferungen wird die tatsächliche Zustellgebühr in Rechnung gestellt

Ich bitte um Rechnung und Lieferung an folgende Anschrift:

---

---

---

---

Ort

Datum

Unterschrift

In der Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie",  
hrsg. von K.-H. Hansmeyer (†), M. Kops, H. M. Schellhaaß, G. Sieben,  
sind bisher erschienen:

Band 1

**Manfred Kops (Hrsg.):**

Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
nach dem Gebührenurteil des Bundesverfassungsgerichts,  
Vistas Verlag, Berlin 1995, ISBN 3-89158-147-5, 171 S., Preis € 19,-

Band 2

**Manfred Kops:**

Indexierung der Rundfunkgebühr?  
Vistas Verlag, Berlin 1995, ISBN 3-89158-148-3, 124 S., Preis € 16,-

Band 3

**Manfred Kops/Günter Sieben (Hrsg.):**

Die Organisationsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
in der aktuellen Diskussion,  
Vistas Verlag, Berlin 1996, ISBN 3-89158-160-2, 405 S., Preis € 21,-

Band 4

**Uwe Schwertzel:**

Benchmarking für Rundfunkveranstalter,  
Vistas Verlag, Berlin 1997, ISBN 3-89158-203-X, 480 S., Preis € 25,-

Band 5

**Gabriele Kulenkampff:**

Zur Effizienz von Informationsmärkten,  
Vistas Verlag, Berlin 2000, ISBN 3-89158-259-5, 191 S., Preis € 20,-

Band 6

**Dominik Große Holtforth:**

Medien, Aufmerksamkeit und politischer Wettbewerb,  
Vistas Verlag, Berlin 2000, ISBN 3-89158-260-9, 185 S., Preis € 20,-

Band 7

**Gregor Enderle:**

Die Vermarktung von Fernsehübertragungsrechten im professionellen Ligasport.  
Sportökonomische und wettbewerbsstrategische Aspekte,  
Vistas Verlag, Berlin 2000, ISBN 3-89158-293-5, 156 S., Preis € 18,-

Band 8

**Horst M. Schellhaaß (Hrsg.):**

Sport und Medien, Rundfunkfreiheit, Wettbewerb und wirtschaftliche Verwertungsinteressen,  
Vistas Verlag, Berlin 2000, ISBN 3-89158-296-X, 116 S., Preis € 14,-

Band 9

**Henk Erik Meier:**

Strategieanpassungsprozesse im öffentlich-rechtlichen Rundfunk,  
Vistas Verlag, Berlin 2003, ISBN 3-89158-378-8, 555 S., Preis € 25,-

Band 10

**Stefan Ollig:**

Wettbewerbsstrategien für den Export chinesischer Fernsehprogramme,  
Vistas Verlag, Berlin 2007, ISBN 978-3-89158-458-3, 193 S., Preis 20,- €

Bestellungen richten Sie bitte an Ihre Buchhandlung  
oder unter Verwendung des nachstehenden Formulars per Fax  
unmittelbar an den Vistas Verlag Berlin.

Vistas Verlag GmbH  
Golzstraße 11  
10781 Berlin

**Per Fax: (030) 327 07 455**

### BESTELLUNG

Aus der Reihe Schriften zur Rundfunkökonomie bestelle ich folgende Titel:

Anzahl	Nr.	Autor/Titel	Einzel- preis €	Gesamt- preis €
_____	1	Kops: Die Finanzierung des öffentl.-rechtl. Rundfunks	19,00	_____
_____	2	Kops: Indexierung der Rundfunkgebühr?	16,00	_____
_____	3	Kops/Sieben: Organisationsstruktur des öff.-rechtl. Rundfunks	21,00	_____
_____	4	Schwartzel: Benchmarking für Rundfunkveranstalter	25,00	_____
_____	5	Kulenkampff: Zur Effizienz von Informationsmärkten ...	20,00	_____
_____	6	Große Holtforth: Medien, Aufmerksamkeit, pol. Wettbewerb	20,00	_____
_____	7	Enderle: Fernsehübertragungsrechte im Ligasport	18,00	_____
_____	8	Schellhaaß: Sport und Medien	14,00	_____
_____	9	Meier: Strategieberücksichtigungsprozesse im öff.-rechtl. Rundfunk	25,00	_____
_____	10	Ollig: Wettbewerbsstrategien für den Export chinesischer ...	20,00	_____

**Summe:**

zzgl. Versandkostenpauschale:

**Summe inkl. Versandkostenpauschale:**

Versandkostenpauschalen:

- 1 – 3 Exemplare: 2,50 €;
- 4 – 8 Exemplare: 5,00 €;
- ab 9 Exemplaren und für Auslandslieferungen wird die tatsächliche Zustellgebühr in Rechnung gestellt

Ich bitte um Rechnung und Lieferung an folgende Anschrift:

---

---

---

---

\_\_\_\_\_

Ort

\_\_\_\_\_

Datum

\_\_\_\_\_

Unterschrift

In der Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie",  
hrsg. von M. Kops und H. M. Schellhaaß, sind bisher erschienen:

Band 1

**Manfred Kops, Stefan Ollig (eds.):**

Internationalization of the Chinese TV Sector,

LIT Verlag, Berlin 2007, ISBN 978-3-8258-0753-5, 336 S., Preis 34,90 EUR

Band 2

**Manfred Kops:**

A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison  
of Broadcasting Systems,

LIT Verlag, Berlin 2007; ISBN 978-3-8258-0871-6, 96 S., Preis 14,90 EUR

Band 3

**Manfred Kops (Hg.):**

Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Aktuelle Debatten unter dem Einfluss von Karlsruhe und Brüssel,

LIT Verlag, Berlin 2008, ISBN 978-3-8258-1275-1, 121 S., Preis 14,90 EUR

Bestellungen richten Sie bitte an Ihre Buchhandlung  
oder unter Verwendung des nachstehenden Formulars per Fax  
unmittelbar an den LIT Verlag.

LIT Verlag

Fresnostr. 2

48159 Münster

**Per Fax: (0251) 9226099**

### BESTELLUNG

Aus der Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie" bestelle ich folgende Titel:

Anzahl	Nr.	Autor/Titel	Einzel- preis €	Gesamt- preis €
_____	1	Kops, Ollig: Internationalization of the Chinese TV Sector	34,90	_____
_____	2	Kops: A Revenue-Based Methodology for the Classification ...	14,90	_____
_____	3	Kops: Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.	14,90	_____

**Summe:**

Versandkostenfrei (außer Buchhandlungen)

Ich bitte um Rechnung und Lieferung an folgende Anschrift:

---

---

---

---

\_\_\_\_\_

Ort

\_\_\_\_\_

Datum

\_\_\_\_\_

Unterschrift



ISBN 978-3-938933-54-1  
ISSN 0945-8999