

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis	11
1 Einleitung	13
2 Der deutsche Fernsehmarkt	17
2.1 Das duale Rundfunksystem	17
2.1.1 Die Geschichte des Rundfunks in Deutschland	17
2.1.2 Status Quo des dualen Rundfunksystems	22
2.2 Die privaten Fernsehsender	27
2.2.1 Die Finanzierung der privaten Fernsehsender	27
2.2.2 Das Programm der privaten Fernsehsender	32
2.2.3 Die Regulierung der privaten Fernsehsender	36
2.3 Die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender	41
2.3.1 Die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender	41
2.3.2 Der Programmauftrag der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender	45
2.3.3 Die Regulierung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender	49
3 Private Fernsehsender	53
3.1 Werbung als Finanzierungsquelle	53
3.1.1 Arten von Werbung	53
3.1.2 Wohlfahrtseffekte der Werbung	58
3.2 Der Fernsehmarkt als zweiseitiger Markt	62
3.2.1 Zweiseitige Märkte - Definition und Preissetzung	62
3.2.2 Wettbewerb auf zweiseitigen Märkten	66
3.3 Werbefinanzierung im Fernsehmarkt	70
3.3.1 Effizienz der Werbefinanzierung	70
3.3.2 Pay-TV und Werbefinanzierung im Vergleich	75
3.4 Das Programm privater Fernsehsender	78
3.4.1 Vielfalt an Programmen	78

Inhaltsverzeichnis

3.4.2	Horizontale Differenzierung	83
3.4.3	Qualität der Programme	90
3.5	Das Programm privater Fernsehsender bei Begrenzung der Werbezeit	94
3.5.1	Stand der Forschung	94
3.5.2	Das Modell	96
3.5.3	Marktgleichgewicht und Wohlfahrtsoptimum	97
3.5.4	Begrenzung der Werbezeit	104
4	Öffentlich-rechtliche Fernsehsender	111
4.1	Staatliche Bereitstellung	111
4.1.1	Ziele und Folgen	111
4.1.2	Gemischte Industrien	114
4.2	Wettbewerb zwischen privaten und öffentlichen Fernsehsendern	118
4.2.1	Menge der Werbung	118
4.2.2	Horizontale Differenzierung der Programme	124
4.2.3	Qualität der Programme	129
4.2.4	Asymmetrische Begrenzung der Werbezeit	133
4.3	Die Rolle von Informationen in Demokratien	137
4.3.1	Wahlbeteiligung	137
4.3.2	Effizienz des Wahlergebnisses	142
4.4	Der öffentlich-rechtliche Fernsehsender als demokratiefestigende Institution	148
4.4.1	Das Modell	148
4.4.2	Der gemischte Fernsehmarkt	151
4.4.3	Das optimale Programm des öffentlich-rechtlichen Fernsehenders	157
4.4.4	Wohlfahrtseffekte	162
5	Fazit	167
	Literaturverzeichnis	171
	Weitere Quellen	183
	Gesetze, Richtlinien und Urteile	187