

Lademann & Associates Economists and Competition Consultants



Der publizistische Mehrwert aus wettbewerbsökonomischer Perspektive

**Expertengespräch der Sachkommission Drei-Stufen-Test zur
publizistischen Bewertung des ARD-Telemedienangebots sportschau.de
WDR, Köln**

Niels Frank

11. November 2009

Friedrich-Ebert-Damm 311 · D-22159 Hamburg
Phone +49 40 64 55 77 90 · Fax +49 40 64 55 77 33
www.lademann-associates.de · info@lademann-associates.de



Überblick

- **Der Publizistische Mehrwert**
 - Allgemein – Abstrakte Definition
 - Praktisch: Möglicher Mehrwert am Beispiel Sportschau.de
- **Der publizistische Mehrwert im Drei-Stufen-Test**
 - Bestimmung der marktlichen Auswirkungen
 - Zusammenhang zwischen publizistischem Nutzen und marktlichen Auswirkungen
- **Versuch einer empirischen Bestimmung des publizistischen Mehrwerts**
 - Plattformcharakter öffentlich-rechtlicher (Tele-)medien
 - Skizze eines empirisches Testkonzept



Publizistischer Nutzen/Mehrwert

■ Zwei Dimensionen des publizistischen Nutzens

- Direkter Nutzen (ökon. Konsumentenrente)
- Indirekter Nutzen (gesellschaftlicher Nutzen)

■ Direkter Nutzen

- Zusätzliches, nutzenstiftendes Angebot
- Effekt auf Konsumentenrente trivial

■ Indirekter Nutzen

- Meinungsbildungsfunktion
- Positiver gesellschaftlicher Effekt
- Definition Dr.Kops/OLSWANG:

„Wir verstehen und dem publizistischen Nutzen eines (Tele-)Medien-Angebotes im folgenden denjenigen Nutzen, den ein Angebot stiftet, indem es zur freien Meinungsbildung, damit zur Funktions- und Leistungsfähigkeit der Gesellschaft [...] beiträgt (...).“



Mögliche Operationalisierung am Beispiel sportschau.de?

10.11.2009 | 21:43 Uhr

Bundeskartellamt
<http://www.bundeskartellamt.de/>

ARD Home Nachrichten Sport Börse Ratgeber Wissen Kultur

SPORTSCHAU

Suche

sportschau.de

- Fußball
- Formel 1
- DTM
- Handball
- Radsport
- Basketball
- Eishockey
- Tennis
- Boxen
- Wintersport
- Leichtathletik
- Mehr Sport
- Behindertensport**
- Breitensport**
- Doping
- Ergebnisse | Tabellen
- Medien

FUSSBALL

Nationaltorhüter Robert Enke ist tot
 Nationaltorwart Robert Enke ist tot. Laut Polizeianzeige starb er am Dienstagabend auf einem Bahnübergang nordwestlich von Dortmund.

FUSSBALL

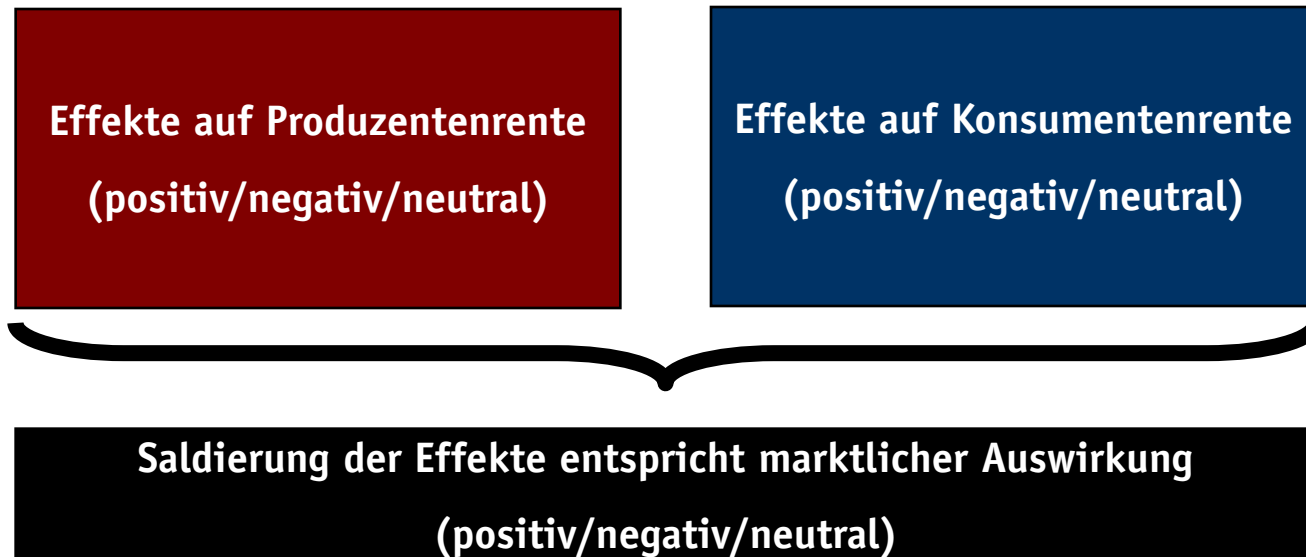
<http://www.bundeskartellamt.de/>

Gesellschaftliches Interesse:
 Integration/Teilhabe von Minderheiten.
 z.B. Behinderte oder Breitensport



Fragestellung bei den marktlichen Auswirkungen

- Gesamtauswirkungen auf den Markt ergeben sich aus der Saldierung der Effekte auf Seiten der Produzenten und Konsumenten:

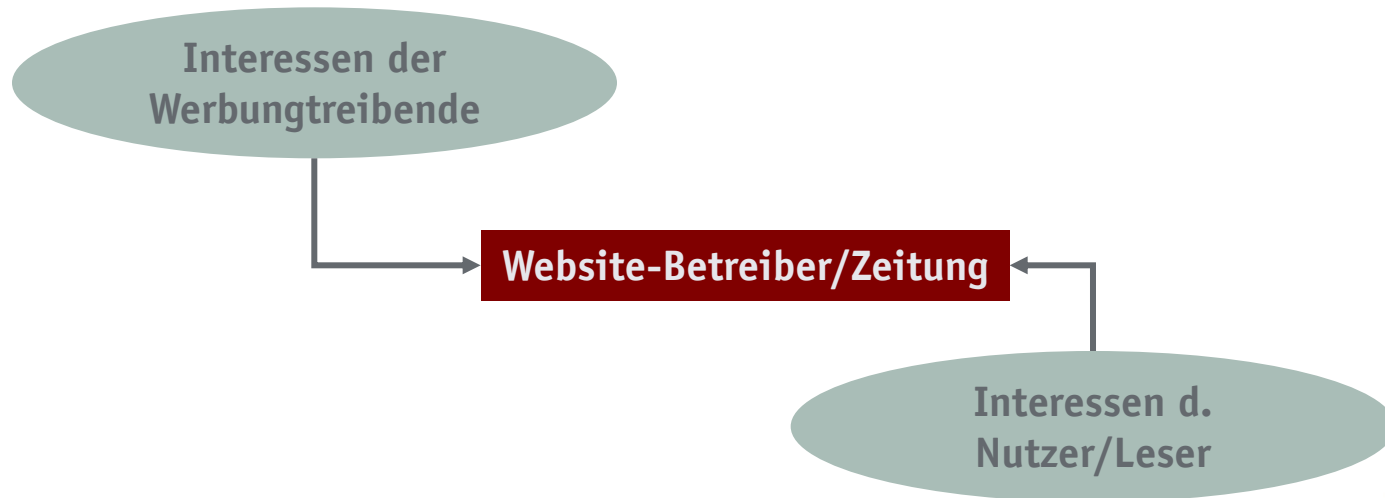


- Negativer Gesamteffekt jedoch noch kein Grund Telemedienangebot zurückzunehmen.
- Denn, welchen publizistischen Mehrwert generiert das Angebot?



Medienmärkte als zweiseitige Märkte

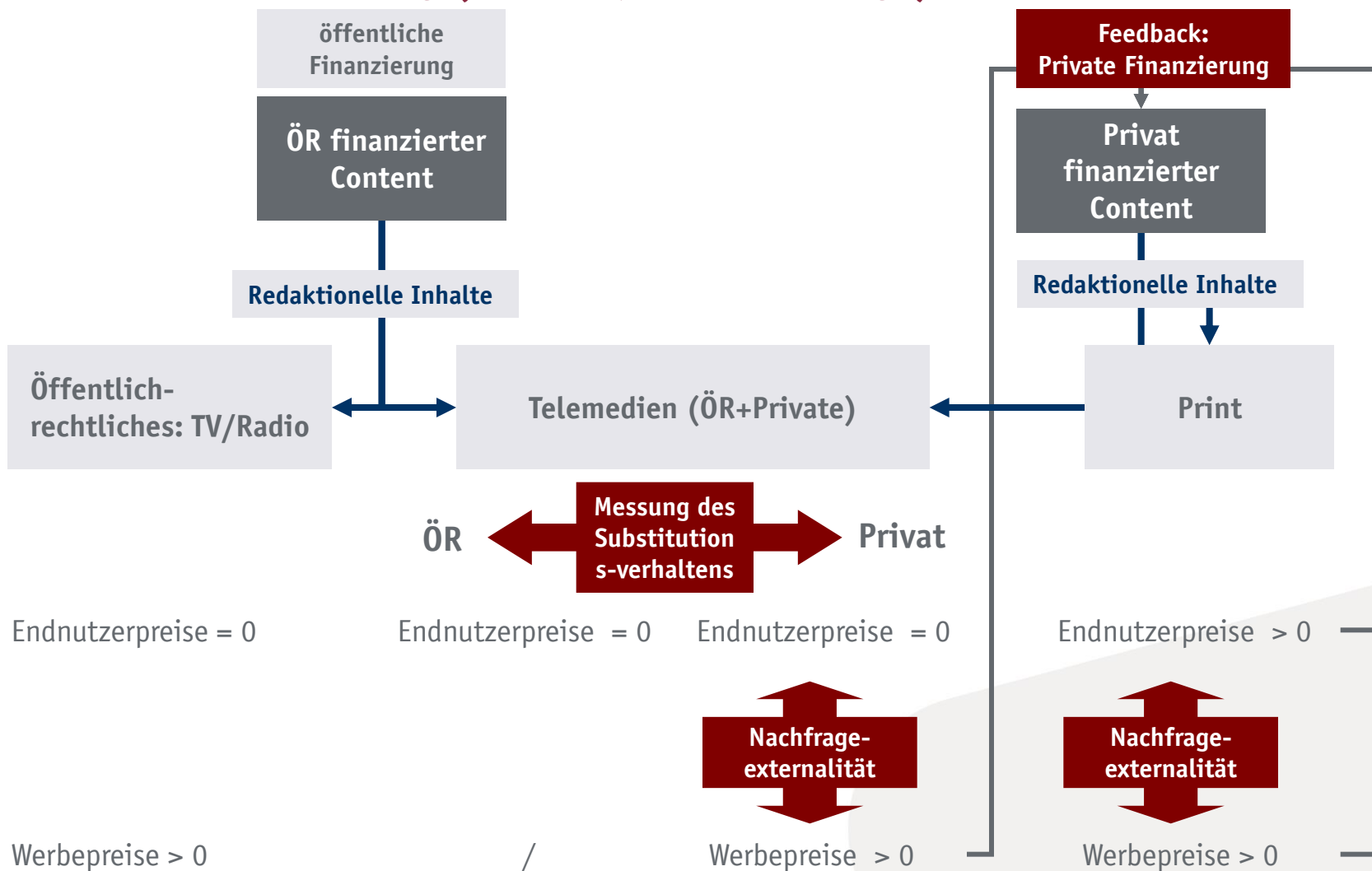
- In der Wettbewerbsökonomie werden Medienmärkte auch als zweiseitige Märkte bezeichnet:



- Medien haben in diesem Sinne einen Plattformcharakter
 - Medienkonsum durch die Nutzer hat positiven Effekt (Externalität) auf Werbungtreibende
 - Werbung hat jedoch negative Externalität auf Nutzer
- Private Medienanbieter optimieren also in Bezug auf zwei Nutzergruppen



Marktliche Auswirkung (am Beispiel der Verlage)



Rot dargestellt: Zentrale Aspekte der Marktaustrittssimulation/ marktlichen Auswirkungen



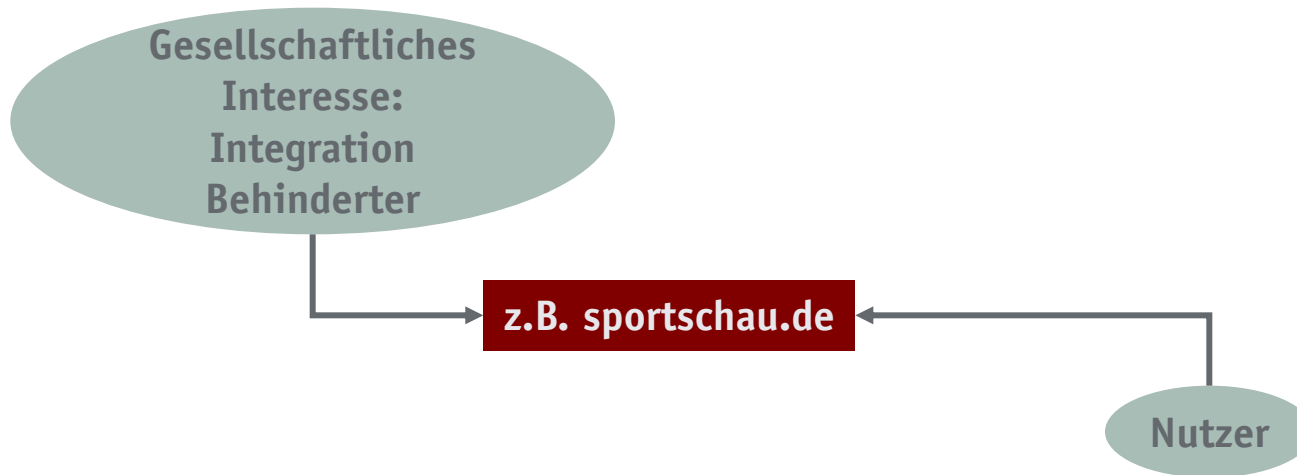
Übertragung des Gedankens zweiseitiger Märkte auf ÖR Telemedienangebote

- **Gedanke: Öffentlich-Rechtliche Medien sind auch Plattformen**
- **Plattformfunktion für Gesellschaftliche Interessen**
- **Indem bestimmte Inhalte mit Mainstream-Themen kombiniert werden, wird gesellschaftlich bedeutsamen Inhalten eine Plattform geboten**
- **Verbreitung, die als Standalone-Angebot so nicht erreichbar wäre (fehlende Kommerzialisierungsmöglichkeit)**
- **Daher ökonomische Notwendigkeit der Kombination mit Mainstream-Themen, die auch von kommerziellen Anbietern angeboten werden.**



Öffentlich rechtliche Medien als zweiseitige „Märkte“

- Auch [sportschau.de](https://www.sportschau.de) kann als Plattform i.S. zweiseitiger Märkte verstanden werden:



- **Plattformcharakter der [sportschau.de](https://www.sportschau.de)**
 - Nutzer werden angezogen durch „zugkräftige“ Inhalte (Bundesliga, Formel 1,...)
 - Positive Externalität auf Gesellschaftliche Interessen
 - Dagegen wohl keine negative Externalität durch die prominente Platzierung des Reiters „Behindertensport“
- **Öffentlich-rechtliche haben ein geringeres Optimierungsproblem**
- **Aber: Abwägung des gesellschaftlichen Interesses mit möglichen negativen marktlichen Auswirkungen**

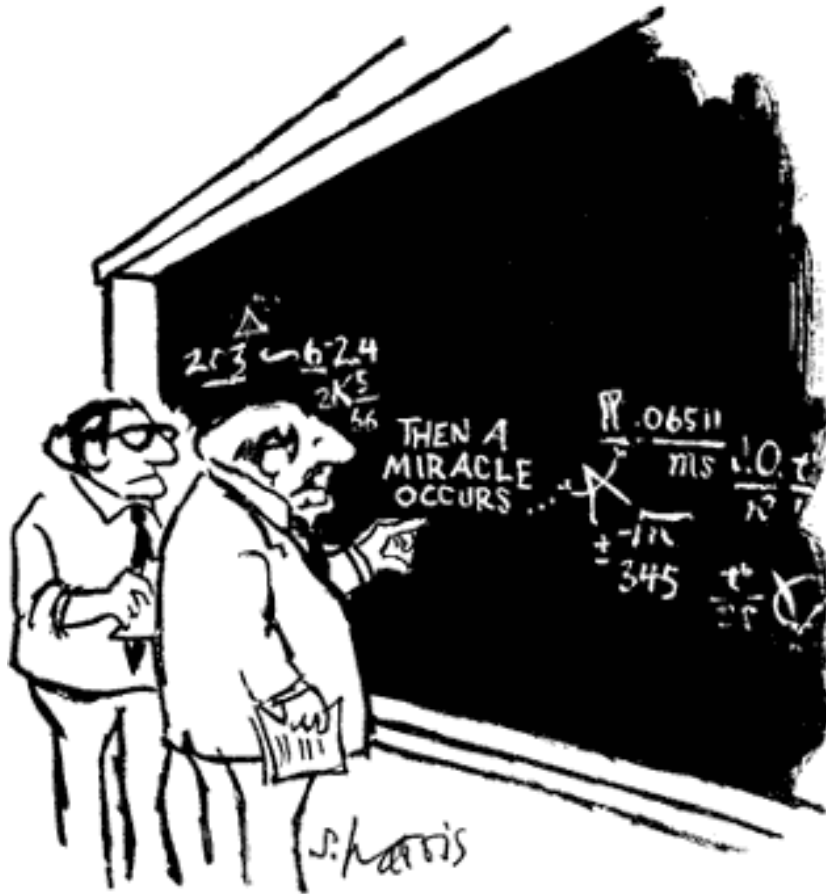


Messung des publizistischen Mehrwerts

- **Beantwortung der Frage: Werden die gesellschaftlich relevanten Funktionen erfüllt?**
- **Umsetzung als empirische Frage:**
 - Beeinflusst sportschau.de die Integration Behinderter/Bekanntheit des Breitensports signifikant positiv?
 - und ist dieser Beitrag ggf. höher im Vergleich zu kommerziellen Angeboten?
- **Praktische Umsetzung als Nutzerbefragung**
 - Einstellungsbefragung
 - Fragen zur Wahrnehmung
 - Fragen zur Einstellung
 - Verhaltensmessung
 - Messung der Clicks
 - Wie stark ist die Korrelation der Nutzung von Mainstream-Angeboten und Nicht-Mainstream-Angeboten
- **Quantitative Methoden der Marktforschung**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



"I think you should be more explicit here in step two."

Ihre Fragen und Anregungen bitte!