

Berlin, 19.02.2019

Vergabe eines Gutachtens - Öffentliche Ausschreibung

Internationale Konzentrationsprozesse im Medienbereich

Strategische Handlungsmuster und Bedeutung für die Meinungsvielfalt in Deutschland

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) ist zuständig für die Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen.

Im Rahmen ihrer Prüftätigkeit, der Erstellung von Konzentrationsberichten und weiteren der Transparenz im Medienbereich dienenden Informationsangeboten beobachtet und analysiert die KEK kontinuierlich die Daten zur Mediennutzung sowie die Entwicklung von Medienmärkten und der Programmveranstaltung vor- und nachgelagerten Märkten, etwa im Bereich der Plattformen und der TV-Rechte. Zudem ist die KEK in den Reformprozess hin zu einem zukunftsfähigen, konvergenten Medienkonzentrationsrecht eingebunden.

1 Hintergrund

1.1 Großfusionen im Medienmarkt

- Nachdem kartellrechtliche Einsprüche des US-amerikanischen Justizministeriums vom zuständigen Gericht in Washington zurückgewiesen wurden, hat das Telekommunikationsunternehmen **AT&T, Inc.** die 85 Mrd. US-Dollar schwere Übernahme des Medienkonzerns **Time Warner, Inc.** vollzogen und die Time Warner Inc. als Geschäftsbereich WarnerMedia in den AT&T-Konzern eingegliedert. AT&T zählt zu den weltweit größten Telekommunikationsunternehmen und führenden Anbietern für Mobilfunk, Internetzugangsdienste und Satelliten-Pay-TV in den USA. Time Warner verfügt über eines der attraktivsten Rechte-Portfolios mit den Filmen des Hollywood Major Studios Warner Bros. und HBO-Serien (u. a. „Game of Thrones“), das Nachrichtensender-Netzwerk CNN, den Pay-TV-Anbieter HBO und

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR Hessen)
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
(LfM)
Landeszentrale für Medien und Kommunikation
Rheinland-Pfalz (LMK)
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA)
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

weitere weltweit verbreitete TV-Sender (u. a. unter der Marke Turner Classic Movies, TNT, Boomerang, Cartoon Network).

- Eine ähnliche vertikale Fusion hatte **Comcast** schon 2011 mit der Übernahme des Medienkonzerns NBC Universal vollzogen. Comcast Cable ist der größte Kabelnetzbetreiber der USA und dort einer der Marktführer im Bereich der Telefon- und Internetanschlüsse. Zu dem Geschäftsbereich NBC Universal zählen Film- und TV-Produktion (u. a. Universal Pictures, Dreamworks Animation und Universal Television) und Fernsehsender (u. a. unter der Marke NBC, Telemundo, CNBC, Universal Channel und SYFY). Im Bieterwettstreit um die Übernahme des schwerpunktmäßig in Großbritannien, Deutschland und Italien aktiven Pay-TV-Konzerns **Sky plc.** hat sich Comcast 2018 gegen die 21st Century Fox durchgesetzt und für 29,5 Mrd. GBP (rund 33 Mrd. Euro) den Zuschlag erhalten. Comcast verfügt mittlerweile über sämtliche Sky-Aktien und hat das Unternehmen von der Börse zurückgezogen.
- Die **Walt Disney Company** hatte sich zuvor im Bieterwettstreit um Unternehmensteile der **21st Century Fox** gegen Comcast durchgesetzt. Das Gebot von Comcast lag zuletzt bei 65 Mrd. US-Dollar, Disney hatte daraufhin sein Angebot noch einmal auf 71 Mrd. US-Dollar erhöht. Gegenstand der Übernahme sollen das Filmproduktionsgeschäft (Twentieth Century Fox, Fox Searchlight Pictures, Fox 2000 Pictures), das TV-Produktionsgeschäft (u. a. Twentieth Century Fox Television und die Beteiligung an der Endemol Shine Group), US-Kabelfernsehsender (u. a. FX Networks, Fox Sports Regional Networks), internationale TV-Sender (u. a. National Geographic Channel, Star India) und die Beteiligung an der US-amerikanischen Streaming-Plattform Hulu sein. Nicht umfasst sind u. a. der Nachrichtensender Fox News, das Fox Business Network, die Fox Broadcasting Company und die landesweiten Sportsender von Fox Sports, die zuvor in ein neues Unternehmen („New Fox“) ausgegliedert werden sollen. Das US-Justizministerium hat die Genehmigung der Übernahme an die Auflage geknüpft, dass Disney die regionalen Fox-Sportsender verkauft. Die Aktionäre von Disney und der 21st Century Fox haben der geplanten Transaktion zugestimmt. Die EU-Kommission hat die Übernahme am 06.11.2018 unter Auflagen freigegeben. Demnach verpflichtet sich Disney, seine Beteiligungen an „Dokumentationssendern“ im Europäischen Wirtschaftsraum (u. a. History) zu veräußern.

Über mögliche weitere Großfusionen, etwa die Übernahme von Medienkonzernen durch große Plattform-Konzerne, wird spekuliert. Möglich erscheint auch, dass weitere Medienkonzerne, wie etwa Discovery oder Viacom, mit der Übernahme von Medienunternehmen versuchen, nachzuziehen. Zudem sind bereits über einen längeren Zeitraum verstärkt Fusionen im Bereich der internationalen TV-Produktionsgruppen zu verzeichnen.

1.2 Auswirkungen auf den globalen Medienmarkt

Die Übernahmen ordnen die Kräfteverhältnisse im amerikanischen Medienmarkt neu und werden mitunter als „Kampf um die Zukunft der Medien“ gesehen. Die tradierten Medienkonzerne positionieren sich dabei gegen äußerst finanzkräftige Plattform- und Technologiekonzerne. So beschreiben AT&T und Time Warner ihren Zusammenschluss als Defensivmanöver, weil die neuen Konkurrenten wie Netflix und Amazon oder auch andere Technologiekonzerne wie Google, Facebook oder Apple immer bedrohlicher würden. Netflix hat sich in wenigen Jahren zu einem bedeutenden Player der Unterhaltungswelt entwickelt und war zwischenzeitlich an der Börse sogar mehr wert als der Disney-Konzern. Zudem bauen die Werbeschergewichte Google und Facebook ihre Videoangebote aus und auch Apple will stärker in die Produktion von Serien und Spielfilmen einsteigen. Amazon ist mit seinem Prime-Video-Service bereits etabliert. Durch neue Streamingangebote wollen die Unternehmen auch auf den Trend zur Kündigung von verhältnismäßig teuren Kabel-TV-Angeboten in den USA reagieren (sog. Cord-Cutting).

AT&T hat für das vierte Quartal 2019 den Start eines neuen weltweiten Streamingdienstes angekündigt, der Inhalte von HBO, Turner und Warner Bros. umfassen soll. Comcast beabsichtigt, die Investitionen in Programminhalte zu erhöhen und seine Präsenz in Europa zu verstärken. Disney verschafft sich Zugang zu attraktiven Film- und TV-Inhalten von Fox und beabsichtigt, seine Aktivitäten im Streamingmarkt deutlich auszubauen. So will Disney seine Inhalte ab Ende 2019 aus dem Netflix-Angebot zurückziehen und diese über einen eigenen, neu aufgebauten Streamingdienst verbreiten.

Mit Disney, Warner, NBC Universal und Fox sind in die Fusionsvorhaben die vier größten Hollywood Major Studios eingebunden, auf die 2017 knapp 70 % der Einnahmen an den Kinokassen in den USA und Kanada entfielen. Ihr Content ist von entscheidender Bedeutung für Bewegtbildanbieter auf allen Wertschöpfungsstufen (u. a. Kino, Pay-TV, VoD (Electronic Sell Through (EST), Transactional VoD (T-VoD), Subscription VoD (S-VoD), Free-TV). Durch die zunehmende Konzentration und die Vertriebsstrategien der hinter den Studios stehenden Mutterkonzerne könnte es zu deutlichen Verengungen des Angebots im deutschen Markt kommen. Dies könnte sich insbesondere zu Lasten der Free-TV-Sender und der von ihnen erreichten Zuschaueranteile auswirken.

1.3 US-amerikanisches Phänomen oder globaler Trend?

Die Konkurrenz um Bewegtbildinhalte hat sich durch die zunehmende Nachfrage durch neue Plattformen und Dienste verschärft. Es stellt sich die Frage, ob vergleichbare Konzentrationsentwicklungen wie in den USA auch im deutschen Medienmarkt zu erwarten sind. Hierfür ist zu klären, ob den Konzentrationsprozessen strategische Handlungsmuster

zu Grunde liegen, die auf internationale Märkte, insbesondere den deutschen Markt, übertragbar sind. Dies ist auch vor dem Hintergrund relevant, dass die Telekommunikationskonzerne Vodafone (mit GigaTV) und Deutsche Telekom (mit Entertain/MagentaTV) über Streaming- und VoD-Plattformen verfügen, die auf ein breites Angebot an attraktiven exklusiven Inhalten angewiesen sind. Die Deutsche Telekom ist bereits in die Produktion eigener Inhalte eingestiegen. Mit der geplanten Übernahme von Unitymedia könnte auch Vodafone mit Blick auf die erweiterte Kundenbasis Aktivitäten im Rechte- und Produktionsmarkt aufnehmen bzw. weiter ausbauen.

2 Projektziele

Konkrete Folgen der zum Teil noch nicht abgeschlossenen Fusionsprozesse sind derzeit noch nicht auf breiterer Ebene empirisch nachweisbar. Der Schwerpunkt des Gutachtens sollte deshalb nicht auf der Einzelanalyse der Fusionsfälle und ihrer konkreten Auswirkungen, sondern auf der Ableitung von generalistischen Aussagen für den deutschen Markt liegen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass nach Erkenntnissen aus den Erhebungen der Mediennutzung vermehrt Nutzer aus jüngeren Altersgruppen ihren linearen Fernseh- bzw. Medienkonsum reduzieren. Gleichzeitig steigt die Nutzung von Abrufinhalten in dieser Altersgruppe an. Streamingplattformen, die in erheblichem Umfang in - zunehmend auch exklusive - Inhalte investieren, gewinnen an Bedeutung. Diese Entwicklung gilt es in ihren Auswirkungen auf die Konzentration und Meinungsvielfalt im Medienbereich zu beleuchten.

Das Gutachten sollte hierfür insbesondere

- zu grundsätzlichen Aussagen zu den **Triebkräften der internationalen Konzentration** und den **strategischen Handlungsmustern** der beteiligten Unternehmen gelangen,
- einschätzen, ob die gewonnenen Erkenntnisse **auf Deutschland übertragbar** sind und welche Aussagen sich daraus für die weitere **Entwicklung der Medienkonzentration** gewinnen lassen,
- Erkenntnisse zur **Entwicklung des VoD-Markts** und **des Programmbeschaffungsmarkts** liefern,
- die **Auswirkungen vertikaler Integration von Infrastruktur- und Inhalte-Anbietern** beleuchten und
- Aussagen zum Fokus einer **zukunftsgerichteten Konzentrationskontrolle** ermöglichen.

3 Aufgabenstellung

3.1 Leistungsbeschreibung

In einem ersten Schritt sind die Großfusionen im Medienbereich im Hinblick auf folgende allgemeine Fragen zu untersuchen:

- Was sind die **Triebkräfte** der zu beobachtenden Konzentrationstendenzen in internationalen Medienmärkten?
- Wer sind die **Player**, d. h. wer kauft, wer wird gekauft?
- Welche **strategischen Handlungsmuster** zeichnen sich ab, d. h. gibt es bevorzugte Konzentrationsrichtungen (vertikal, lateral, horizontal)?
- Wie lassen sich die beobachteten strategischen Handlungsmuster **erklären**?
- Wie **erfolgreich** sind diese strategischen Handlungsmuster? Welche Wettbewerbsvorteile generieren die Akteure?
- Sind die beobachteten Triebkräfte und strategischen Handlungsmuster kulturell gebunden oder auch auf andere internationale Märkte (also auch auf Deutschland) **übertragbar**?

Anknüpfend an die grundlegenden Befunde sollen in einem zweiten Schritt mögliche Auswirkungen dieser und vergleichbarer Fusions Szenarien für den deutschen Medienmarkt erörtert werden. Einzu beziehen sind u. a. folgende Punkte:

- die **Entwicklung des VoD-Markts** in Deutschland (u. a. Umsatzentwicklung, Preisentwicklung, Nutzungszahlen, neue Anbieter, inhaltliche Ausrichtung/Spezialisierung, nationale oder internationale Kooperationsstrategien, Exklusivität, Investitionen in eigene Inhalte)
- die **Auswirkungen** auf das Inhalteangebot auf den verschiedenen **Wertschöpfungsstufen**, insbesondere auf den Zugang zu Rechten an attraktiven Serien und Blockbustern für TV-Veranstalter und Streaminganbieter
- die Auswirkungen auf die **Nutzung linearer Angebote**
- die Auswirkungen auf den nationalen **TV-Produktionsmarkt** (Nachfrage nach „lokalen“ Produktionen)
- die **Rolle von Telekommunikationskonzernen** (vertikale Integration von Veranstaltern, Produktion eigener Inhalte („Originals“), exklusive Partnerschaften, Integration verschiedener Streamingdienste in das Angebot)
- die Auswirkungen auf die **Meinungsvielfalt** (z. B. Zunahme der Angebotsvielfalt, aber auch erhöhte Kosten für die Nutzer durch Verlagerung in Pay-TV-/Pay-VoD-Angebote und stärkere Fragmentierung)

Schließlich verdeutlichen die Fusionsvorhaben, dass für die Unternehmen die Inhalte im Fokus stehen und nicht die Ausspielwege; die nichtlineare Verbreitung wird dabei immer wichtiger. Dieser Umstand muss bei der notwendigen Reform des Medienkonzentrationsrechts Berücksichtigung finden. Vorzunehmen ist daher in einem dritten Schritt

- eine Einschätzung der grundsätzlichen **Relevanz nichtlinearer Angebote** für die Meinungsvielfalt im Kontext der Einbeziehung in ein zukunftsfähiges Medienkonzentrationsrecht.

3.2 Angestrebter Projektverlauf

Eingang der Angebote	bis 29. März 2019
Auswahlentscheidung	April/Mai 2019
Vertragsschluss und Kick-off-Gespräch	Juni 2019
Zwischenbericht	September 2019
Abgabe/Projektende	Dezember 2019

4 Auswahlverfahren

4.1 Inhalt des Angebotes

Das Angebot muss (a) das Leistungsangebot, (b) Referenzen zum Nachweis der Leistungsfähigkeit des Auftragnehmers und (c) einen finalen **Brutto**-Preis enthalten. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wird folgende Gliederung vorgegeben:

- a) Leistungsangebot
 - Beschreibung der angebotenen Leistung anhand der Inhalte aus der Leistungsbeschreibung unter 3.1
 - Gewählte Methodik
 - Grobe Zeitplanung
- b) Referenzen
 - Referenzen des Unternehmens und beteiligter Unternehmen inkl. entsprechender Nachweise
 - Benennung und Referenzen des Projektteams
- c) Preis
 - Preis (Gesamtpreis [brutto], ggf. inkl. Reisekosten).

Das Angebot soll eine **detaillierte Kostenkalkulation** (orientiert an den Aufgaben in der genannten Leistungsbeschreibung) beinhalten. Im Kostenplan sollen die beschriebenen Aufgaben auf der Basis von Tages- oder Stundensätzen ausgewiesen werden.

Der Auftragnehmer verpflichtet sich, für maximal 2 Koordinierungs- bzw. Informationsgespräche zur Verfügung zu stehen.

4.2 Budget

Der Auftraggeber sieht für das Projekt einen Betrag in Höhe von **maximal EUR 25.000 brutto** vor. Jedes Angebot mit einem höheren Preis wird automatisch vom Bewerbungsverfahren ausgeschlossen.

Die Bewerber sind verpflichtet, ihr Angebot mindestens 6 Monate nach Ende der Bewerbungsfrist aufrechtzuerhalten.

4.3 Entscheidungskriterien

Der Auftraggeber entscheidet sich für das wirtschaftlich günstigste Angebot auf der Basis folgender Kriterien:

Kriterium	Maximal- punkte- anzahl	Mindest- punkte- anzahl
a) Leistungsangebot <ul style="list-style-type: none"> • Schlüssigkeit des Leistungsangebots • Nachvollziehbarkeit der Umsetzungsschritte • Stichhaltigkeit etwaiger Änderungsvorschläge 	55	35
b) Referenzen und Nachweise <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Qualität des Auftragnehmers • Relevanz und Ausmaß der nachgewiesenen Referenzprojekte • Qualität des vorgeschlagenen Projektteams 	20	12
c) Projektmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Struktur der Projektsteuerung und Aufgabenverteilung • Nachvollziehbarkeit der eingesetzten Ressourcen 	15	7
d) Verständnis des Auftragsgegenstands	10	6
	100	60

Angebote, die in einer der vier Kategorien die Mindestpunktezahl nicht erreichen, werden als qualitativ ungeeignet eingestuft und vom Bewerbungsverfahren ausgeschlossen.

Maßgeblich für die Vergabeentscheidung ist ein Qualitätswert, der den angebotenen Preis und die erreichte Punkteanzahl in ein Verhältnis von 30 zu 70 setzt und nach folgender Formel berechnet wird:

$$\text{Qualitätswert} = (\text{Günstigstes Angebot} / \text{angebotener Preis}) * 30 + (\text{Punkteanzahl} / 100) * 70$$

Das Angebot mit dem höchsten Qualitätswert erhält den Zuschlag.

4.4 Zahlung

Die Zahlung erfolgt nach Rechnungslegung durch den Auftragnehmer – und unbeschadet detaillierterer Vereinbarungen im noch zu schließenden Vertrag – in zwei Raten.

Die erste Rate wird nach Abnahme des in Punkt 3.2 genannten Zwischenberichts fällig. Die zweite und letzte Rate wird nach Abnahme des Projekts durch den Auftraggeber fällig.

5 Angebotsabgabe

Das Ende der Abgabefrist für Angebote ist **Freitag, der 29. März 2019, 10:00 Uhr**.

Angebote, die nicht bis zu dieser Uhrzeit in der Gemeinsamen Geschäftsstelle eingetroffen sind, werden nicht berücksichtigt.

Sollte diese Vergabe Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihr Angebot in einem verschlossenen Umschlag bitte fristgerecht an:

KEK
die medienanstalten – ALM GbR
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstr. 60
10117 Berlin

Der Umschlag muss zwingend die Aufschrift „**Poststelle nicht öffnen – Angebot KEK-Gutachten**“ enthalten.

Für Rückfragen steht Ihnen in der Gemeinsamen Geschäftsstelle Herr Malzanini (malzanini@die-medienanstalten.de) zur Verfügung.

Wir weisen darauf hin, dass Fragen zum Inhalt der Ausschreibung ausschließlich schriftlich bis spätestens 22. März 2019 einzureichen sind. Die entsprechenden Antworten werden in anonymisierter Form auf der Startseite des Internetauftritts der KEK (www.kek-online.de) veröffentlicht.

KEK
die medienanstalten – ALM GbR
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 2064690-61
Mail: kek@die-medienanstalten.de