



Publikationen aus dem Zentrum für Informations- und  
Kommunikationsrecht der Universität Zürich

**Rolf H. Weber**

**Media Governance  
und Service Public**

**Mitarbeit: Michael Vlcek**

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	VII
Literaturverzeichnis.....	IX
<b>I. Governance als neues Thema der Verhaltenssteuerung.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Begriff und Wesen.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Privatrechtliche Ausprägungen (Corporate Governance).....</b>	<b>3</b>
2.1 Inhaltliche Zielsetzungen.....	3
2.2 Rechtliche Grundlagen.....	4
<b>3. Öffentlich-rechtliche Ausprägungen .....</b>	<b>6</b>
<b>II. Media Governance im Besonderen .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Begriff und Wesen.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Media Governance im Kontext der spezifischen Elemente der         Medienmärkte.....</b>	<b>11</b>
2.1 Publizistischer und wirtschaftlicher Wettbewerb .....	11
2.2 Ausdifferenzierung der Principal-Funktionen .....	14
<b>3. Sozialwissenschaftliche und regulatorische Konzepte.....</b>	<b>15</b>
3.1 Politische Perspektiven der Media Governance .....	15
3.2 Konzeptionelle Perspektiven der Media Governance .....	16
3.3 Demokratisch-rechtstaatlicher Regelungsrahmen.....	20
<b>4. Problemstellungen der Media Governance .....</b>	<b>22</b>
<b>III. Media Governance und Co-Regulierung.....</b>	<b>25</b>
<b>1. Begriff und Wesen der Co-Regulierung.....</b>	<b>25</b>
<b>2. Erfolgsfaktoren der Co-Regulierung .....</b>	<b>26</b>
2.1 Konzeptionelle Überlegungen.....	26
2.2 Empirische Erkenntnisse.....	27
<b>3. Implementierung der Co-Regulierung .....</b>	<b>29</b>
<b>IV. Media Governance und Selbstorganisation .....</b>	<b>33</b>
<b>1. Begriff und Wesen der Selbstorganisation.....</b>	<b>33</b>
<b>2. Interne Controlling-Mechanismen.....</b>	<b>33</b>
<b>3. Redaktionsstatute als Form der Selbstorganisation .....</b>	<b>37</b>
<b>4. Erfolgsfaktoren und Implementierung der Selbstorganisation.....</b>	<b>38</b>

<b>V. Service Public als Phänomen im Rahmen der Media Governance</b> .....	41
<b>1. Duale Rundfunkordnung</b> .....	41
<b>2. Wesen und Ausgestaltung des Service Public</b> .....	42
2.1 Konzeptionelle Ziele .....	42
2.2 Ausbalancierung von Funktionsaufträgen .....	44
2.3 Konkretisierung der Service Public-Leistungen .....	46
2.4 Miteinbezug des Publikums .....	48
<b>3. Organisationsrechtliche Aspekte des Service Public</b> .....	51
<b>4. Prozedurale Vorgaben durch Aufsichtsmaßnahmen</b> .....	54
4.1 Allgemeine Aufsicht und Finanzaufsicht.....	55
4.2 Programmaufsicht .....	56
<b>VI. Umsetzung der Media Governance-Anforderungen</b> .....	59
<b>1. Betriebsbezogene Anforderungen</b> .....	60
<b>2. Qualitäts-Compliance</b> .....	61
2.1 Qualitätskriterien.....	61
2.2 Qualitätsüberwachung.....	63
2.3 Rechenschaftsablage .....	64
2.4 Qualitäts-Compliance in der SRG-Konzession.....	65
<b>3. Einbindung der Zivilgesellschaft</b> .....	67
<b>VII. Zusammenfassung</b> .....	69