

9. März 2001

# medien heft

---

## Das Phänomen der Konvergenz in der Debatte um die RTVG-Revision

Patrick Donges\*

**Im Rahmen rundfunkpolitischer Diskussionen spielt der Begriff der "Konvergenz" in letzter Zeit eine zunehmend wichtigere Rolle. 1997 widmete die Europäische Kommission dem Phänomen ein ganzes "Grünbuch zur Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologien und ihren ordnungspolitischen Auswirkungen". Auch in der Schweizer Debatte um die Revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG-Revision) spielt das Phänomen eine tragende Rolle, indem die Konvergenz als Begründung dafür dient, überhaupt eine Revision durchzuführen.**

So heisst es in den Erläuterungen des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM) zum Beginn des Vernehmlassungsverfahrens etwa: "Das bestehende RTVG von 1991 trägt insbesondere der zunehmenden Verschmelzung von Rundfunk, Telekommunikation und Informatik ("Konvergenz") und der stärkeren Internationalisierung des Rundfunks, aber auch z.B. dem Internet, zu wenig Rechnung".

Im Folgenden soll zunächst der Begriff der Konvergenz in seinen verschiedenen Dimensionen aufgefächert werden. Im zweiten Abschnitt geht es um die Probleme, die die unterschiedlichen Konvergenzprozesse für die Rundfunkregulierung aufwerfen. Welche Optionen zur Bewältigung dieser Probleme innerhalb der Europäischen Union diskutiert werden, beleuchtet der dritte Abschnitt. Schliesslich wird darauf eingegangen, inwieweit der Entwurf des RTVG die Konvergenzproblematik aufgreift.

---

### Impressum

Medienheft (vormals ZOOM Kommunikation und Medien – ZOOM K&M), ISSN 1424-4594, Herausgeber: Katholischer Mediendienst und Reformierte Medien

Redaktion: Judith Arnold, Matthias Loretan, Urs Meier, Bederstrasse 76, Postfach 147, 8027 Zürich, Telefon +41 (0)1 204 17 70, Fax 280 28 50, E-Mail [redaktion@medienheft.ch](mailto:redaktion@medienheft.ch), Internet [www.medienheft.ch](http://www.medienheft.ch)

Kostenloser Bezug via Internet oder Mailinglist. Bezug der gedruckten Medienheft-Dossiers (ca. drei Ausgaben pro Jahr) im Jahresabonnement inkl. MwSt. und Versand SFr. 30.– (Ausland SFr. 35.–), Bezug der gedruckten aktuellen Medienheft-Rubriken (Kritik, Politik, Literatur – ca. zwei Ausgaben pro Monat) als Beilage zur wöchentlichen Printausgabe des Medientipps (Adresse wie Medienheft)

### Der Begriff der Konvergenz

Der Begriff der Konvergenz ist nicht genau definierbar, da mit ihm Prozesse zusammengefasst werden, die auf unterschiedlichen Ebenen und mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten ablaufen. Aus Sicht der Publizistikwissenschaft lässt sich das Phänomen der Konvergenz mit Meier (2000) zunächst in fünf Konvergenzdimensionen differenzieren: eine technische, unternehmerische, räumliche, rezeptive und eine regulative Konvergenz.

Die *technische Konvergenz* ist dabei jene Dimension, die sowohl den politischen als auch den wissenschaftlichen Diskurs um das Phänomen der Konvergenz dominiert. Bei ihr geht es im Wesentlichen um die Frage, wie sich die Medien durch die Digitalisierung verändern, die es zum einen erlaubt, größere Datenmengen in kürzerer Zeit zu versenden, und die zum anderen die Trennung medialer Inhalte wie Text, Sprache, Bild oder Bewegtbild aufhebt und diese vermischt. Dabei ist die technische Konvergenz dahingehend weiter zu differenzieren, ob es sich um eine Konvergenz der Vertriebswege oder um eine Konvergenz der Empfangsgeräte handelt. Im ersten Fall meint technische Konvergenz die Fähigkeit verschiedener Verbreitungsnetze, ähnliche Arten von Diensten zu übermitteln. Damit entfällt auch, so eine weit verbreitete These, die Grenze zwischen Fernmelde- und Rundfunksektor sowie letztendlich die Grenze zwischen Individual- und Massenkommunikation, da in konvergenten Netzen beides zugleich möglich sei. Im zweiten Fall bezeichnet die technische Konvergenz die Verschmelzung von Endgeräten wie Telefon, Fernseher und PC. An dieser Differenzierung wird bereits deutlich, dass die verschiedenen Konvergenzprozesse in unterschiedlichen Geschwindigkeiten ablaufen: während die technische Konvergenz der Netze schon weit vorangeschritten ist, stehen einer Konvergenz der Endgeräte ihre unterschiedlichen Nutzungsweisen und die damit verbundene räumliche Trennung entgegen (Fernsehgerät zur Entspannung im Wohnzimmer, PC zum Arbeiten am Schreibtisch etc.).

Aus einer *unternehmerischen Perspektive* stellt sich nach Meier die Frage, wie das Integrationspotential technisch konvergierender oder konvergenter Netze von den Anbietern wirtschaftlich umgesetzt wird. Insbesondere von den großen Medienunternehmen wird angenommen, dass sie am ehesten in der Lage sind, das Potential an neuen technisch möglichen Dienstleistungen auszuschöpfen und neue Verwertungsketten zu bilden. Die unternehmerische Konvergenz zeichnet sich durch Fusionen und Allianzen zwischen Unternehmen der vormals getrennten Sektoren Medien, Telekommunikation und Computerindustrie aus, wie etwa dem Zusammenschluss von AOL und Time Warner oder der strategischen Allianz zwischen Bertelsmann und Napster. Auch drängen neue, vormals branchenfremde Unternehmen in den Medienmarkt, wie etwa Banken, Stromversorgungsunternehmen etc..

Mit *räumlicher Konvergenz* bezeichnet Meier das Phänomen, dass durch die systematische Vernetzung geographische bzw. nationalstaatliche Grenzen zunehmend irrelevant werden (Globalisierung). Hierbei ist allerdings zwischen einer räumlichen Konvergenz der Medienunternehmen und der (weniger wahrscheinlichen) Konvergenz der Medienprodukte zu differenzieren. Prozessen der Globalisierung auf der Ebene der Medienunternehmen sowie der -technologien stehen nach Jarren/Meier (1999: 246ff.) jedoch Prozesse der Lokalisierung auf der Ebene der Medieninhalte entgegen: "Die durch Kommerzialisierung ausgelöste unternehmerische Globalisierung führt gleichzeitig auch zu einer Regionalisierung und Lokalisierung, manchmal sogar zu einer Provinzialisierung und Banalisierung der Medieninhalte und Perspektiven". Auch bei räumlicher Konvergenz müssen sich Medienanbieter den jeweiligen nationalen oder regionalen Märkten anpassen und durch teilweise kostenintensive Lernprozesse erfahren, dass sich bestimmte Dienstleistungen nicht einfach global anbieten lassen, sondern auf kulturelle,

historisch gewachsene regionale Besonderheiten Rücksicht genommen werden muss. Technischen und unternehmerischen Möglichkeiten der Konvergenz steht die Frage gegenüber, wie die Nutzerinnen und Nutzer mit den neuen Dienstleistungen und Möglichkeiten umgehen.

Von einer *rezeptiven Konvergenz* kann dann gesprochen werden, wenn die Nutzerinnen und Nutzer beginnen, ihr Medienverhalten entsprechend den neuen Möglichkeiten umzustellen, etwa durch die Fernsehnutzung am PC oder den Internetzugang über das Fernsehgerät. Auf dieser Ebene ist die Konvergenz jedoch am wenigsten weit fortgeschritten, entsprechenden Angeboten war bislang kein Erfolg beschieden.

Als fünfte Ebene bleibt die *regulative Konvergenz*, inwieweit es durch eine technische Konvergenz notwendig wird, auch die bislang in Rundfunk und Telekommunikation getrennten Regulierungsmodelle zu vereinheitlichen. Eine solche regulative Konvergenz wird vor allem von den Medienunternehmen eingefordert, so etwa von der Bertelsmann Stiftung in ihrem aktuellen "Zukunftspapier Kommunikationsordnung 2010": "Die Konvergenz der Märkte erfordert auch eine Konvergenz der Regulierung. Um Redundanzen in der Kommunikations- und Medienaufsicht zu vermeiden, wird es zu einer verstärkten Bündelung der Aufsicht über alle Märkte der Informationsgesellschaft kommen". Letztendlich geht es bei dieser "Bündelung" den Medienunternehmen zumeist darum, mit ihren Angeboten nicht mehr unter die auf Inhalte und Anbieter abzielende Regulierungsstruktur des Rundfunkbereichs, sondern unter die lediglich auf Distribution und Infrastruktur abzielende Aufsicht des Fernmeldebereichs zu fallen.

Die Differenzierung des Begriffs der Konvergenz in seinen unterschiedlichen Dimensionen macht deutlich, dass dieses Phänomen nicht allein unter dem Aspekt des technisch Möglichen diskutiert werden sollte. Ökonomische und politische Akteure können aus ihren unterschiedlichen Interessenlagen heraus Konvergenzprozesse fördern oder bremsen. Konvergenz ist damit kein technischer Determinismus, sondern für politische Akteure durchaus beeinfluss- und gestaltbar. Ferner ist die noch offene Frage zu beachten, wie technisch konvergente Medien von den Nutzerinnen und Nutzern akzeptiert und in ihren sozial geprägten Medienumgang eingebunden werden. Dies verweist grundsätzlich darauf, dass Medien nicht nur technische Verbreitungswege sind, sondern eben auch in bestimmte soziale Kontexte eingebunden sind, deren Standardisierung und Institutionalisierung einer raschen Veränderung entgegenstehen.

### **Probleme der Konvergenz für die Rundfunkregulierung**

Auf der Ebene der Regulierung stellt sich durch die – hier zunächst nur als technische zu diskutierende – Konvergenz das Problem, wie über konvergente Netze realisierte neue Diensttypen den bislang getrennten Regulierungsbereichen des Rundfunk- und Fernmeldesektors zugeordnet werden können. Aus publizistik- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht ließe sich diese Frage auch wie folgt formulieren: Wo verläuft die Grenze zwischen Individual- und Massenkommunikation? Rundfunk (Massenkommunikation) und Telekommunikation (Individualkommunikation) erscheinen nicht mehr als zwei strikt voneinander zu trennende Bereiche, sondern als Endpole eines Kontinuums, zwischen denen sich unterschiedliche Arten von Diensten befinden. Zur Einteilung dieser Dienste zwischen den beiden genannten Polen hat der Zürcher Rechtswissenschaftler Weber (2000: 87f.) folgende sieben vorläufige Kategorien vorgeschlagen:

- Traditionelle Individualkommunikation mit Zweiweggespräch (z.B. drahtgebundene oder drahtlose Sprachtelefonie);
- Individualkommunikation mit dem Gespräch ausschliessenden Standardisierungselementen (z.B. Ansagedienste);

# medien heft

- Individualkommunikation mit erweiterten Dienstleistungskomponenten (sog. "Mehrwerte", z.B. Telebanking)
- Individualkommunikation mit "vorgefertigten" Bausteinen aus Texten oder Bewegtbildern (z.B. interaktive Abrufdienste);
- Allgemeinkommunikation ohne publizistische Bedeutung (z.B. Homepage eines Unternehmens im Internet);
- Allgemeinkommunikation mit "vorgefertigten" Bausteinen aus Texten oder Bewegtbildern, aber geringer publizistischer Bedeutung (z.B. elektronische Presse, Abrufdienste für spezifische Programmteile).
- Allgemeinkommunikation mit publizistischer Bedeutung (z.B. traditionelle Rundfunkprogramme).

Dieses Kategorienraster orientiert sich sehr stark an der Distribution von Medieninhalten. Massen- oder Allgemeinkommunikation ist aber nicht nur durch eine spezifische Distributions- und Rezeptionsweise geprägt, sondern auch durch bestimmte Formen der Produktion, aus deren Besonderheiten letztlich die Probleme publizistischer Qualität und Vielfalt entstehen: "Hochstandardisierte Unterhaltungsangebote wie Spielfilme und Serien verlieren (...) nicht ihren Charakter, Massenware zu sein, wenn man sie durch individuellere Rezeptionsmöglichkeiten ergänzt" (Hoffmann-Riem/Vesting 1994: 386). Formen des interaktiven Fernsehens, Video-on-demand und Online-Dienste bieten den Rezipienten zwar die Möglichkeit, die entsprechenden Angebote jederzeit nach individuellen Vorlieben zu nutzen, bleiben aber von den Produktionsbedingungen her letztendlich Massenkommunikation. Ob ein Spielfilm oder eine Informationssendung um 20.00 Uhr ausgestrahlt wird oder von den Rezipienten um 20.42 Uhr abgerufen werden kann, ändert von der Produktionsseite her nichts an ihrem massenkommunikativen Charakter und an ihrer publizistischen Bedeutung. Hinzu kommt, dass die Anbieter solcher Programme sowohl in der "digitalen" als auch in der "analogen" Welt die gleichen sind und lediglich eine Mehrfachverwertung der gleichen Inhalte über verschiedene Verbreitungswege angestrebt wird.

Eine Diskussion darüber, welche technisch möglichen Dienste unter welche Regulierungsphilosophie fallen, wird generell auch dadurch erschwert, dass im Moment nur schwer abschätzbar ist, welche technischen Möglichkeiten überhaupt von den ökonomischen Akteuren realisiert werden (dies gilt v.a. für einen kleinen Wirtschaftsraum wie die Schweiz), und was die Nutzerinnen und Nutzer letztlich aus den neuen Angeboten machen. Prognosen etwa über einen baldigen Siegeszug des Web-TV übersehen die unterschiedlichen sozialen Bedeutungen, die der PC und das Fernsehen für die allermeisten Nutzerinnen und Nutzer haben. Auch Branchenprimus Microsoft scheiterte bislang am ambitionösen Ziel, den PC innerhalb kürzester Zeit "in die Fernsehstuben Amerikas" zu bringen (vgl. NZZ Nr. 15 vom 19.01.2001, S. 77).

Angesichts dieser offenen Fragen und Unwägbarkeiten wirft Konvergenz für die Regulierung das Problem auf, dass langfristig angelegte Regulierungen scheitern werden. Man muss sich von der Vorstellung verabschieden, dass ein heute verabschiedetes Rundfunkgesetz aus "einem Guss" über lange Jahre hinaus Bestand haben wird. Bereits nach wenigen Jahren kann es durch technische, unternehmerische und rezeptive Konvergenz notwendig sein, den rechtlichen Rahmen anzupassen und zu verändern. Die Notwendigkeit, Rundfunkgesetze bereits nach relativ kurzfristiger Zeit verändern zu müssen, sollte bereits bei der Planung entsprechender Gesetzentwürfe mit berücksichtigt werden.

**Optionen: Die Diskussion um das Grünbuch Konvergenz in der Europäischen Union**

In ihrem Grünbuch von 1997 formulierte die Europäische Kommission drei "Optionen für den Übergang", die die nachfolgende Diskussion um die Regulierungsoptionen wesentlich strukturierte:

*Option 1: Aufbau auf bestehenden Regelungsstrukturen*

Bei dieser Option würden die gegenwärtigen vertikalen Regulierungsmodelle im Kern bestehen bleiben, d.h. auch weiterhin für die Sektoren Rundfunk und Telekommunikation verschiedene Regeln gelten. Diese bestehenden Strukturen würden dann erweitert werden, um den Anforderungen eines "wettbewerbs-orientierten Marktes" und den Herausforderungen neuer Technologien und Dienste gerecht zu werden.

*Option 2: Entwicklung eines separaten Regulierungsmodells für die neuen Dienste, das parallel zu den rechtlichen Regelungen für Telekommunikation und Rundfunk stehen soll*

Bei dieser Option würden diejenigen neuen Dienste und Aktivitäten, die die traditionellen Grenzen zwischen Rundfunk und Telekommunikation überschreiten, aus den bisherigen Regelungsrahmen herausgenommen und in einem getrennten rechtlichen Rahmen parallel zu bestehenden Regulierungsmodellen für Telekommunikation und Rundfunk geregelt. Das grundsätzliche Problem dieser Option besteht aus Sicht der Europäischen Kommission darin, die Grenzen festzulegen zwischen den Bereichen, die Teil einer "wenig regulierten Welt der neuen Dienste wären und denjenigen, die im Geltungsbereich der traditionellen Regulierung verbleiben würden".

*Option 3: Sukzessive Einführung eines neuen Regulierungsmodells, das zahlreiche bestehende und neue Dienste umfasst*

Diese weitreichendste Option bedeutet eine fundamentale Neubewertung und Reform der heutigen Regulierung. Voraussetzung hierfür wäre eine breitere Definition von Kommunikationsdiensten, um die Definitionen in den Rechtsvorschriften der Gemeinschaft in den Bereichen Telekommunikation und audiovisuelle Dienste zu ersetzen.

Die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union wurden aufgefordert, im Rahmen einer Konsultation Stellungnahmen zum Grünbuch abzugeben, die von der Europäischen Kommission (1999) anschließend veröffentlicht wurden. Dabei wurde deutlich, dass die Mehrzahl der Teilnehmer für Option 1 votierten, d.h. für den Aufbau auf bestehenden Regelungsstrukturen. Eine Kernaussage der Konsultation lautete, dass weiterhin eine Reihe öffentlicher Interessen gewahrt werden muss, während gleichzeitig Investitionen, insbesondere in neue Dienste, zu fördern sind. Auch sprachen sich die Votanten dafür aus, Medien und Inhalte getrennt und unter Berücksichtigung möglicher Wettbewerbsprobleme durch Verbindungen derselben zu regulieren. Dabei soll auch eine ausgewogene Lösung zur optimalen Integration des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in das neue Umfeld gefunden werden, die Anstalten mit öffentlichem Sendeauftrag dazu ermutigen sollte, neue Technologien und Wege zum Erreichen ihres Publikums zu nutzen.

**Die Konvergenz im Entwurf des RTVG**

Betrachtet man den Entwurf des RTVG - was hier aus einer sozial- und nicht aus einer rechtswissenschaftlichen Perspektive heraus erfolgt - unter dem Gesichtspunkt der Konvergenz, so fällt erstens die Präzisierung auf, die der Rundfunkbegriff erfährt. Hieß es in Artikel 1 Absatz 1 des RTVG von 1991 noch: "Dieses Gesetz regelt die Veranstaltung, die Weiterverbreitung und den Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen (Programme), einschliesslich Darbietungen und Informationen, die in vergleichbarer Weise aufbereitet sind", so wird der Rundfunkbegriff im Entwurf des RTVG enger ge-

# medien heft

fasst und stärker auf seine massenkommunikativen Merkmale bezogen. Artikel 1 Absatz 1 lautet nun: "Unter dieses Gesetz fallen Radio- und Fernsehprogramme (Programme). Ein Programm ist eine Folge von Sendungen, die kontinuierlich angeboten, zeitlich angesetzt und fernmeldetechnisch übertragen werden sowie für die Allgemeinheit bestimmt sind". Zweitens hält sich der Bundesrat durch den Entwurf die Option offen, eine Differenzierung von Angeboten nach ihrer publizistischen Relevanz vorzunehmen. Artikel 1 Absatz 2 des RTVG-Entwurfs hält dazu fest: "Nicht unter das Gesetz fallen Angebote ohne publizistische Tragweite. Der Bundesrat regelt die Voraussetzungen".

Mit der Kommission für Fernmeldewesen und elektronische Medien wird eine Aufsichtsinstanz geschaffen, die für beide Sektoren zuständig ist. Die Kommission besteht aus 11 bis 15 unabhängigen Sachverständigen, die vom Bundesrat gewählt werden. Sie wacht darüber, dass das RTVG und seine Ausführungsvorschriften, die Konzession sowie die einschlägigen internationalen Übereinkommen von den Veranstaltern eingehalten werden.

Der RTVG Entwurf berücksichtigt neben den Veranstaltern von Programmen auch jene neuen Akteure, die Einfluss darauf nehmen können, wie Rezipienten an diese Programme gelangen können. Artikel 54 Absatz 1 regelt: "Wer technische Vorrichtungen betreibt oder Dienste anbietet, die der technischen Aufbereitung von Programmen zwecks Übertragung, Bündelung, Verschlüsselung, Vermarktung oder Auswahl an den Empfangsgeräten dienen, muss Programmveranstaltern oder Fernmeldediensteanbieterinnen Zugang zu chancengleichen, angemessenen und nicht diskriminierenden Bedingungen gewährleisten". Wer etwa eine menügesteuerte Nutzerführung anbietet, muss dafür Sorge tragen, dass im ersten Nutzungsschritt deutlich auf die Programme der SRG SSR idée suisse hingewiesen wird. Damit soll die Service public Funktion der SRG auch innerhalb von menügesteuerten Nutzerführungen geschützt werden. Ferner dürfen Programmpakete nur so angeboten werden, dass die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen werden, dass Dritte diese Programme auch einzeln verbreiten können. Entscheidungen über Einzelheiten dieser Regelung sowie ihre Anpassung im Falle technischer Entwicklungen, für die das RTVG keine Vorschriften vorsieht, trifft die Kommission für Fernmeldewesen und elektronische Medien.

Inwieweit diese Regelungen juristisch tragfähig sind, kann aus der hier vertretenen sozialwissenschaftlichen Perspektive nur schwer beurteilt werden – zumal, wie erwähnt, offen bleibt, welche neuen multimedialen Dienste in einem Land wie der Schweiz mit geringer Einwohnerzahl und hohem Fernsehangebot überhaupt realisiert werden können. Der Gesetzesentwurf bereitet sich auf neue technische Entwicklungen dahingehend vor, dass er der Kommission für Fernmeldewesen und elektronische Medien die Letztentscheidung bei Unklarheiten überträgt und der Bundesrat sich vorbehält, Programme ohne publizistische Relevanz aus dem Regulierungsrahmen zu nehmen. Damit bleibt der gesetzliche Rahmen flexibel. Flankiert werden sollte eine solche gesetzliche Flexibilität allerdings von einer gesellschaftlichen Debatte darüber, welche Regulierungsziele überhaupt in einer konvergierenden Medienwelt verfolgt werden sollten. Was genau "Angebote ohne publizistische Tragweite" sind ist eine viel zu wichtige Frage, um sie ausschließlich politischen Gremien zu überlassen.

Damit knüpft die Problematik der Konvergenz an die Frage an, wie in der Rundfunkpolitik gesellschaftliche Interessen in einem weitgehend von ökonomischen Akteuren geprägten Medienmarkt berücksichtigt werden können. Rundfunkregulierung kann, insbesondere angesichts möglicher Konvergenzen, nicht allein durch den Staat mit seinen – letztlich ja überwiegend nur rechtlichen – Instrumenten geleistet werden. Der Staat

und staatliche Akteure müssen sich auf neue Anforderungen im Bereich der Rundfunkregulierung einstellen, und dies heißt auch, die anhaltende gesellschaftliche Debatte über Medienentwicklung und Medienqualität abzusichern.

Gerade wenn den Medienkonzernen neue Vertriebswege offen stehen, wenn neue, bislang branchenfremde Unternehmen in den Rundfunkbereich einsteigen und je leichter damit Konzern- und Marketingjournalismus möglich wird, desto stärker muss innerhalb wie ausserhalb des Rundfunks das Potential an unabhängiger Medienanalyse wie -kritik erhöht und professionalisiert werden. Dabei sollte sich Politik nicht auf Zufallsdiskussionen verlassen, sondern für die Debatten bedarf es unabhängiger Institutionen wie Medienräten, einer Stiftung Media Watch, professioneller Macher- wie auch Publikumsorganisationen. Diese neuen Akteure zu etablieren, anzuregen und den anhaltenden Streit in der Gesellschaft zu ermöglichen sollte eine Aufgabe einer staatsunabhängigen Regulierungsbehörde werden. Rundfunkregulierung kann gerade unter den neuen Bedingungen möglicher Konvergenzen nicht mehr allein "von oben", also allein vom Staat, geleistet werden, sondern nur in Kooperation mit Unternehmen und – vor allem – durch Beteiligung von gesellschaftlichen Akteuren.

\*Patrick Donges ist Assistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung IPMZ Zürich

#### Literatur:

- Europäische Kommission (1997): Grünbuch zur Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologie und ihren ordnungspolitischen Auswirkungen. Ein Schritt in Richtung Informationsgesellschaft (KOM-(97) 623). Brüssel (: <http://europa.eu.int/ISPO/convergencecp/97623de.doc>)
- Europäische Kommission (1999): Mitteilung an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuß und den Ausschuß der Regionen. Die Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologie und ihre ordnungspolitischen Auswirkungen. Ergebnisse der öffentlichen Konsultation zum Grünbuch (KOM(1999)108 final). Brüssel ([http://europa.eu.int/ISPO/convergencecp/com\(99\)108/com\(99\)108 definal.html#Inhalt](http://europa.eu.int/ISPO/convergencecp/com(99)108/com(99)108 definal.html#Inhalt))
- Meier, Werner A. (2000): Was macht die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit der Konvergenz? In: Latzer, Michael u.a. (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck, Wien: Studien Verlag, S. 29-42.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang/Vesting, Thomas (1994): Ende der Massenkommunikation? Zum Strukturwandel der technischen Medien. In: Media Perspektiven H. 8, S. 382-391.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang/Schulz, Wolfgang/Held, Thorsten (2000): Konvergenz und Regulierung. Optionen für rechtliche Regelungen und Aufsichtsstrukturen im Bereich Information, Kommunikation und Medien. Baden-Baden: Nomos.
- Latzer, Michael (1997): Mediamatik - Die Konvergenz von Telekommunikation, Computer und Rundfunk. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried et al. (2001): Der schweizerische öffentliche Rundfunk im Netzwerk. Möglichkeiten der Absicherung und Bindung der SRG an die Gesellschaft. Zürich.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2000): Medienregulierung durch die Gesellschaft? Eine steuerungstheoretische und komparative Studie mit Schwerpunkt Schweiz. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried / Meier, Werner A. (1999): Globalisierung der Medienlandschaft und ihre medienpolitische Bewältigung: Ende der Medienpolitik oder neue Gestaltungsformen auf regionaler und nationaler Ebene? In: Donges, Patrick / Jarren, Otfried / Schatz, Heribert (Hrsg.): Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft. Opladen / Wiesbaden, S. 231-249.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (1997): Ende der Massenkommunikation - Ende der Medienpolitik? In: Fünf-geld, Hermann/Mast, Claudia (Hrsg.): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 231-252.
- Weber, Rolf H. (1999): Neustrukturierung der Rundfunkordnung. Zürich: Schulthess.
- Winseck, Dwayne (1998): Pursuing the Holy Grail. Information Highways and Media Reconvergence in Britain and Canada. In: European Journal of Communication 13, H. 3, S. 337-374.