

Public value und staatliche Gemeinwohlverantwortung

- I. Das Internetengagement öffentlich-rechtlicher Medien und Public value
 1. Hinführung: Public value-Evaluierung am Beispiel des deutschen Drei-Stufen-Tests
 2. Divergenz von Public-Value-Verständnissen
- II. Public value und EU-Beihilfenrecht
 1. Public value: Begriffsschärfung
 2. Ausgangspunkt: Legitimationsbedarf öffentlicher Mediendienste
 3. Amsterdam-Tests als Folie der Evaluierungspraxis
 4. Insbesondere: Public value test und Drei-Stufen-Test
- III. Public value als Gegenstand (verfassungs-)rechtlicher Gewährleistung
 1. Public value als normativ geforderter gesellschaftlicher Mehrwert
 2. Der Mehrwert in den Public-value-Konzepten
 3. Konzeptunterschiede: Komplementarität des öffentlichen Angebots vs. Teilnahme am publizistischen Wettbewerb
 4. Public value-Konzepte und Marktparadigma
- IV. Evaluierung von Public value
 1. Angebotsdefinition vs. Programmfreiheit und Staatsferne
 2. Zielunschärfe und Zielauswechslung im Gewährleistungsauftrag
 3. Kriterienunsicherheit und Prognoseabhängigkeit der Evaluation von public value
 - a) qualitative Evaluation
 - b) Evaluation nach der Wirkungsintensität
 - c) ökonomische Evaluation
 - d) Abhängigkeit von ökonomischen und publizistischen Prognosen
 4. Leistungsgrenzen der public value-Evaluation
 5. Kostenaufwand und marktliche Auswirkungen: public-value-Definition zweiter Stufe?
 - a) Schrankenwirkung der ökonomischen Gegengründe im engen public-value-Konzept
 - b) Die Position des Europarechts
- V. Fazit