

# Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht

Band 36

---

Daniel Rudolph

Erhalt von Vielfalt  
im Pressewesen

---

**PETER LANG**

Internationaler Verlag der Wissenschaften

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung.....</b>	<b>1</b>
------------------------	----------

## *1. Teil*

<b>Die Bedeutung von Vielfalt in der Presse als Massenmedium .....</b>	<b>7</b>
--	----------

A. Die Aufgabe der Medien .....	7
I. Die „öffentliche“ Aufgabe der Medien .....	7
1. Die grammatische Bedeutung des Begriffs .....	8
2. Die „öffentliche Aufgabe“ als Staatsbezogenheit, die Medien als Teil des Staates.....	9
3. Die „öffentliche Aufgabe“ als rein gesellschaftliches Phänomen.....	10
4. Die „öffentliche Aufgabe“ als Wahrnehmung besonderer staatsbürgerlich wertvoller Dienste .....	13
5. Die „öffentliche Aufgabe“ als Erfüllung einer spezifischen Funktion für die demokratische Gesellschaft.....	15
II. Stellungnahme.....	18
III. Die Bedeutung von Vielfalt in Bezug auf die „öffentliche Aufgabe“ .....	23
B. Die Wirkung von Massenmedien .....	24
I. Einleitung .....	25
II. Entwicklung der Wirkungsforschung und Metatheorien der Medienwirkung.....	26
1. Die Metatheorie der starken Medienwirkung.....	26
2. Die Metatheorie der schwachen Medienwirkung.....	27
3. Die Metatheorie der selektiven Medienwirkung.....	28
III. Die Rolle des Rezipienten bei der Wirkung von Medien.....	29
IV. Wirkungsmodelle der Kommunikationsforschung .....	30
1. Das Stimulus-Response-Modell.....	30
2. Der Zweistufenfluss der Kommunikation .....	31
3. Die Theorie der Schweigespirale .....	33
4. Der Third-Person-Effect.....	34
5. Der Thematisierungs-Ansatz (Agenda-Setting-Approach) .....	34
6. Priming, Framing, Attribution.....	36
V. Medienwirkung und Vielfaltgebot, Folgen für die Kontrolle von Massenmedien ..	37
C. Ergebnis.....	39

## *2. Teil*

<b>Die Bedeutung des Begriffs Vielfalt.....</b>	<b>41</b>
---	-----------

A. Die unterschiedlichen Sichtweisen auf den Vielfaltsbegriff .....	42
I. Vielfalt aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaften .....	43
1. Die Dimensionen der Vielfalt .....	44
2. Die Träger der Vielfalt .....	46

II. Der Begriff Vielfalt aus medienökonomischer Sicht .....	47
1. Einleitung .....	47
2. Die ökonomische Vielfalt.....	48
3. Die publizistische oder meritorische Vielfalt.....	49
4. Statische und dynamische Vielfalt .....	51
III. Der juristische und medienpolitische Begriff der Vielfalt .....	53
1. Anforderungen an einen juristischen und medienpolitischen Begriff Vielfalt ....	53
2. Stand der dogmatischen Auseinandersetzung .....	54
a) Einleitung .....	54
b) Die Sicht des wirtschaftsrechtlich geprägten medienpolitischen Schrifttums .....	56
c) Die Sicht des medienrechtlich geprägten medienpolitischen Schrifttums und des BVerfG.....	57
3. Kritik .....	60
B. Vielfalt im Bezug zur öffentlichen Aufgabe der Medien.....	63
I. Mögliche Begriffsinhalte.....	63
II. Die verschiedenen Definitionsversuche .....	66
III. Vielfalt als Optimierungsnorm.....	67
C. Ergebnis.....	70

### *3. Teil*

## **Ursachen für Vielfaltsbeschränkungen in den Medien und Medienkonzentration ..... 71**

A. Gründe für Vielfaltsbeschränkungen aus ökonomischer Sicht .....	72
I. Einleitung .....	72
II. Information und Vielfalt als öffentliches Gut .....	74
III. Externe Effekte bei der Medienproduktion .....	76
IV. Strukturprobleme des Wettbewerbs .....	78
V. Informationsmängel des Rezipienten .....	80
VI. Missbrauch von Informationen .....	82
VII. Schlussfolgerung .....	83
B. Gründe für Vielfaltsbeschränkungen aus publizistischer Sicht.....	85
I. Einleitung .....	85
II. Beeinflussung durch die Marktgegenseite oder andere Mächtigkeitsgruppen .....	85
1. Ausrichtung der Inhalte an die Marktgegenseite.....	85
2. Beeinflussung durch Anzeigenkunden.....	87
3. Beeinflussung durch Eliten .....	87
III. Beschränkungen durch das System Journalismus.....	89
1. Notwendigkeit von Selektion .....	89
2. Gefahren der Selektion.....	90
IV. Beschränkung durch Informationslieferanten .....	92
1. Der Einfluss von Nachrichtenagenturen .....	92
2. Vielfaltsbeschränkung durch Auswahl der Informationslieferanten.....	92
3. Vielfaltsbeschränkung durch Öffentlichkeitsarbeit.....	93

V.	Beschränkung durch mangelnde Qualifikation der Journalisten und durch die Produktionsbedingungen.....	94
1.	Vielfaltsbeschränkung mangels Qualifikation .....	94
2.	Vielfaltsbeschränkung aufgrund von Organisationsvorgaben .....	94
VI.	Schlussfolgerung .....	95
C.	Medienkonzentration.....	97
I.	Ursachen der Medienkonzentration .....	98
1.	Einleitung .....	98
2.	Größenvorteile.....	98
3.	Fixkostendegression .....	99
4.	Verbund von Rezipienten und Anzeigenmarkt (Auflagen-Anzeigen-Spirale) ..	100
5.	Hohe Marktzutrittsbarrieren und Leser-Blatt-Bindung .....	101
6.	Ersparnis von Transaktionskosten.....	102
7.	Verbundvorteile.....	103
8.	Weitere Konzentrationsursachen.....	104
9.	Ergebnis.....	105
II.	Auswirkungen von Medienkonzentration auf die Vielfalt .....	105
1.	Ökonomische Überlegungen zur Auswirkung von Medienkonzentration .....	105
2.	Untersuchungsergebnisse der Kommunikationswissenschaften zur Auswirkung von Medienkonzentration.....	106
3.	Schlussfolgerung .....	109
III.	Zwischenergebnis.....	110
D.	Ergebnis.....	111

#### *4. Teil*

### **Die Ordnungsstrukturen der Massenmedien, die Produktion von Vielfalt und daraus resultierende Ansätze für vielfalterhaltende Maßnahmen ..... 113**

A.	Die Ordnungsstruktur der Massenmedien.....	113
I.	Wettbewerb.....	113
1.	Die Funktionsweise des Wettbewerbs.....	114
2.	Wettbewerb als Ordnungsstruktur.....	116
a)	Der Zwang zur Weiterentwicklung und Leistungssteigerung.....	116
b)	Wettbewerb als Entdeckungsverfahren.....	117
c)	Koordination der individuellen Bedürfnisse .....	117
d)	Das Fehlen endgültiger Machtstrukturen .....	118
3.	Wettbewerb als Garant für Vielfalt .....	118
4.	Zwischenergebnis.....	119
II.	Die Arten des Wettbewerbs.....	120
1.	Der gegenständliche Wettbewerb.....	121
2.	Der geistige Wettbewerb (Meinungswettbewerb).....	123
3.	Zwischenergebnis.....	126
III.	Die Wettbewerbsformen der Massenmedien .....	126
1.	Der wirtschaftliche Wettbewerb.....	127
2.	Der publizistische Wettbewerb .....	130
3.	Wirtschaftlicher und publizistischer Wettbewerb in der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts .....	134

4. Zwischenergebnis.....	135
IV. Die Produktion von Vielfalt durch die unterschiedlichen Wettbewerbsarten.....	136
1. Die Produktion von Vielfalt durch rein ökonomischen Wettbewerb.....	136
2. Die Produktion von Vielfalt durch den rein publizistischen Wettbewerb.....	138
3. Der Zusammenhang von wirtschaftlichem und publizistischem Wettbewerb...	140
4. Zwischenergebnis.....	143
V. Ergebnis.....	143
B. Der Erhalt der Ordnungsstruktur Wettbewerb.....	144
I. Einleitung.....	144
II. Erhalt der Ordnungsstruktur Wettbewerb in den in den Massenmedien.....	145
1. Ziele bei der Erhaltung des Wettbewerbs in den Massenmedien.....	145
2. Der ökonomische Ansatz.....	146
3. Der publizistische Ansatz.....	148
4. Die Verfolgung dieser Ansätze durch das BVerfG.....	149
III. Ergebnis.....	150
C. Ergebnis.....	150

## 5. Teil

### **Erhalt der Ordnungsstruktur Wettbewerb in der Presse..... 153**

A. Die historische Entwicklung der Pressekonzentration und ihre Bekämpfung.....	153
I. Lizenzpresse und Neugründung.....	153
II. Erste Phase der Konzentration.....	154
III. Die Günther-Kommission.....	155
IV. Zweite Phase der Konzentration und Einführung der Pressekonzentrationskontrolle.....	156
V. Konzentration in den neuen Bundesländern.....	157
VI. Zwischenergebnis.....	158
B. Die presserechtlichen Regelungen im Kartellrecht.....	158
I. Das Kartellverbot.....	158
II. Missbrauchsaufsicht bei marktbeherrschenden Unternehmen und wettbewerbsbeschränkendes Verhalten.....	160
1. Missbrauchsaufsicht.....	160
2. Diskriminierungs- und Boykottverbot.....	162
3. Ergebnis.....	163
III. Die Fusionskontrolle.....	163
1. Die Zusammenschlusstatbestände.....	163
2. Die Umsatzschwellenwerte.....	165
a) Die allgemeinen Regelungen.....	165
b) Besonderer Regelungen für die Berechnung der Umsatzschwellenwerte im Pressesektor.....	166
c) Weitere Auswirkung der Presserechenklausel.....	167
d) Die zweite Sonderregelung im Pressemarkt.....	167
3. Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung.....	168
a) Abgrenzung der Märkte.....	168
b) Verstärken einer marktbeherrschenden Stellung.....	170

c) Auflagen .....	170
4. Abwägungsklausel und Ministererlaubnis .....	171
a) Die Abwägungsklausel des § 36 Abs. 1 Hs. 2 GWB .....	171
b) Die Ministererlaubnis nach § 42 GWB .....	171
C. Der derzeitige Stand der Pressekonzentration.....	172
I. Entwicklungen im Pressemarkt.....	172
1. Zunahme der Konzentration auf hohem Niveau .....	172
2. Zunehmende Einbindung zahlreicher Kleinverlage .....	174
3. Die Verringerung der publizistischen Einheiten, der Verlage als Herausgeber und der Ausgaben.....	174
4. Abnahme der Zeitungsdichte .....	177
5. Starke Konzentration auf dem Gebiet der ehemaligen DDR .....	178
6. Arrondierung der Verbreitungsgebiete und Verhinderung von Wettbewerb durch Vermeidungsstrategien.....	179
7. Einstellung kleinerer Blätter nach untersagten Fusionen.....	179
8. Fehlender Marktzutritt neuer Wettbewerber, Gratiszeitung und Abwehrkampf.....	180
9. Intermediäre Konzentration.....	182
II. Grenzen der kartellrechtlichen Regelung des Pressewettbewerbs .....	183
1. Erhalt der schon bestehenden Konzentration auf hohem Niveau aufgrund des Fehlens von Entflechtungsregelungen .....	186
2. Keine Verhinderung von Arrondierung der Verbreitungsgebiete .....	186
3. Hinnahme von Lokalmonopolen, ohne für Vielfalt zu sorgen.....	187
4. Keine Verhinderung der Konzentration aufgrund des Aufgebens von Verlagen .....	190
5. Keine Verhinderung des Umschlagens von wirtschaftlicher in publizistische Konzentration .....	191
6. Keine Berücksichtigung von Vielfalt bei Entscheidung über Fusionen .....	193
7. Kein Ermöglichen von Marktzutritten .....	194
8. Keine Beachtung der reinen Größe an sich .....	195
9. Keine Berücksichtigung von intermediärer Konzentration.....	196
10. Keine Vielfalterhaltung bei Monopolstellung .....	196
III. Ergebnis.....	197
D. Das weitgehende Fehlen eines publizistischen Ansatzes im Presserecht .....	198
I. Sinn publizistischer Regelungen bei der Erhaltung von Vielfalt im Pressebereich.....	199
II. Streit um die Zulässigkeit eines publizistischen Ansatzes im Pressbereich.....	202
III. Zurückhaltung des Gesetzgebers bei publizistischen Regelungen im Pressebereich.....	206
E. Schlussfolgerung .....	208

<b>Grenzen eines publizistischen Ansatzes im Verfassungsrecht .....</b>	<b>215</b>
A. Die Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG .....	215
I. Die Konzeption des BVerfG .....	216
II. Deutungen in der Literatur .....	216
1. Pressefreiheit und institutionelle Deutung .....	217
a) Die Pressefreiheit als reines Institut oder als Institution .....	217
b) Die Doppelnatur der Pressefreiheit .....	218
2. Das Verhältnis von institutioneller Seite zur abwehrrechtlichen Seite der Pressefreiheit .....	219
a) Institut ohne abwehrrechtliche Seite .....	220
b) Gegenseitiges Stärken der institutionellen und der abwehrrechtlichen Seite .....	220
3. Die Unterschiede in der Terminologie .....	220
4. Die Eingriffsbefugnisse des Gesetzgebers .....	221
a) Kein Eingriff in die Pressefreiheit zur Sicherung von Vielfalt .....	221
b) Ausgestaltung der Pressefreiheit als Institut .....	222
c) Zulässigkeit von gerechtfertigten Eingriffen .....	222
5. Zwischenergebnis .....	223
III. Dogmatische Abgrenzung der Begriffe .....	224
1. Die Grundrechte als Abwehrrechte .....	224
2. Institut, Institution und Einrichtungsgarantie .....	225
a) Entstehung der Rechtsfigur .....	225
b) Entwicklungen unter dem Grundgesetz .....	226
c) Die institutionelle Grundrechtsdeutung .....	227
d) Neuere Deutungen .....	228
3. Die objektiv-rechtliche Seite von Grundrechten .....	230
a) Grundlagen .....	231
b) Begründung .....	232
c) Folgen .....	233
IV. Anwendung der Begrifflichkeiten auf die Pressefreiheit .....	235
1. Die Pressefreiheit als Einrichtungsgarantie .....	235
a) Betrachtung des Wortlautes .....	235
b) Vorliegen einer Einrichtung .....	236
c) Vorliegen eines abgrenzbaren Normkomplexes .....	237
d) Fehlen einer besonderen verfassungsrechtlichen Garantie .....	237
e) Zwischenergebnis .....	240
2. Die Pressefreiheit als Abwehrrecht mit objektiv-rechtlicher Seite .....	240
a) Einleitung .....	240
b) Untersuchungskriterien .....	241
c) Untersuchung anhand der Folgen .....	243
3. Zwischenergebnis .....	246
V. Das Verhältnis von objektiv-rechtlicher zur subjektiv-rechtlichen Seite der Pressefreiheit .....	249
1. Einleitung .....	249
2. Verhältnis von objektiv-rechtlicher und subjektiv-rechtlicher Seite der Grundrechte .....	250
a) Nebenordnung von objektiv-rechtlicher und subjektiv-rechtlicher Seite .....	250
b) Objektivierung der Freiheit durch die objektiv-rechtliche Seite .....	250

c)	Objektiv-rechtliche Seite als Verstärkung des subjektiven Freiheitsrechts ...	251
3.	Anwendung der Ergebnisse auf die Pressefreiheit .....	252
a)	Nebeneinander von subjektiv-rechtlicher und objektiv-rechtlicher Seite .....	252
b)	Vorrang der objektiv-rechtlichen Seite .....	253
c)	Vorrang der subjektiv-rechtlichen Seite .....	255
VI.	Folgen für die Befugnisse des Gesetzgebers, vielfalterhaltende Maßnahmenvorzunehmen .....	257
B.	Die Schranke des Art. 5 Abs. 2 GG .....	259
I.	Einleitung .....	259
II.	Die Zulässigkeit vielfaltssichernder Maßnahmen nach Art. 5 Abs. 2 GG .....	259
1.	Meinungsstand .....	259
2.	Stellungnahme .....	262
III.	Der Begriff der „allgemeinen Gesetze“ in Bezug zur Pressefreiheit .....	263
1.	„allgemeine Gesetze“ i. S. der Abwägungslehre .....	264
a)	Ermittlung der „Allgemeinheit“ durch abstrakte Abwägung .....	264
b)	Ermittlung der Allgemeinheit durch konkrete Abwägung .....	265
c)	Konsequenz .....	266
2.	Die „allgemeinen Gesetze“ i. S. d. Sonderrechtslehre .....	267
a)	Die „allgemeinen Gesetze“ als Gebot zur personellen Allgemeinheit .....	267
aa)	Historische Untersuchung .....	267
bb)	Systematische Untersuchung .....	270
b)	„Allgemeine Gesetze“ als Gebot zur sachlichen Allgemeinheit .....	272
c)	Zwischenergebnis .....	273
IV.	Die Vereinbarkeit vielfaltssichernder Maßnahmen mit Art. 5 Abs. 2 GG .....	274
C.	Ergebnis .....	274

## 7. Teil

### **Prüfung möglicher Maßnahmen zum Erhalt und zur Verbesserung der publizistischen Vielfalt im Pressebereich .....**

A.	Publizistische Regelungsinhalte des Rundfunkrechts .....	278
I.	Die Regelungen im Rundfunkstaatsvertrag und den Mediengesetzen der Länder .....	278
1.	Zulassungskontrolle .....	279
2.	Vielfaltsgebote durch Generalklauseln .....	279
3.	Das Zuschaueranteilsmodell .....	280
a)	Begrenzung vorherrschender Meinungsmacht .....	280
b)	Vermutung der vorherrschenden Meinungsmacht .....	281
aa)	Die 30-Prozent-Grenze des § 26 Abs. 2 Satz 1 RStV .....	281
bb)	Die 25-Prozent-Grenze des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV .....	282
c)	Entschärfung der Meinungsmacht gemäß § 26 Abs. 2 Satz 3 RStV .....	283
d)	Vorherrschende Meinungsmacht trotz Unterschreitens der 25-Prozent-Grenze .....	284
e)	Die Regelungen der Länder .....	284
4.	Rechtliche Folgen .....	285
a)	Vielfaltssicherung bei externem Wachstum § 26 Abs. 3 RStV .....	285
b)	Vielfaltssicherung nach internem Wachstum, § 26 Abs. 4 RStV .....	285



c) Die vielfaltssichernden Maßnahmen nach §§ 30 ff. RStV .....	286
5. Vielfaltssicherung bei Dominanz im Informations- und Unterhaltungsbereich .....	287
6. Verpflichtung zur Ausstrahlung von Regionalprogrammen, Einräumung von Sendezeit für Dritte .....	287
7. Die Landesrundfunkanstalten als Aufsichtsgremium .....	288
II. Übertragbarkeit der Regelungen auf den Pressebereich .....	289
1. Abkehr von der bisherigen Rechtsprechung des Verfassungsgerichts.....	289
2. Andere Prämissen im Rundfunkbereich.....	291
III. Aus dem Rundfunkrecht resultierende Regelungsansätze bei einer abstrakten Zielanalyse .....	292
1. Pluralisierung des (publizistischen) Wettbewerbs .....	292
2. Pluralisierung der Binnenstruktur .....	292
3. Zugangsrechte von Dritten .....	293
4. Erhöhung der Transparenz des Marktes.....	293
5. Berücksichtigung intermediärer Konzentration .....	293
6. Schaffung von Aufsichtsorganen .....	294
IV. Ergebnis.....	294
B. Pluralisierung des publizistischen Wettbewerbs .....	294
I. Auflagen- und Marktanteilsbegrenzung.....	294
1. Einleitung .....	294
2. Limitierung der Auflage einzelner Zeitungen .....	295
3. Marktanteilsbegrenzung .....	296
a) Vergleichbarkeit von Zuschauermarktanteil mit den Anteilen am Leser- oder Anzeigenmarkt.....	296
b) Das Problem der Gefährdungstatbestände; Rechtssicherheit und Notwendigkeit einer flexiblen Lösung .....	298
c) Rechtliche Folgen.....	299
d) Verfassungsrechtliche Zulässigkeit.....	301
4. Zwischenergebnis.....	302
II. Entschärfung der Zusammenschlüsse durch Erhalt der Selbständigkeit der Redaktionen und Ausgaben.....	303
1. Einleitung .....	303
2. Historische Entwicklung der Maßnahme .....	303
a) Vorschläge der Verlage.....	303
b) gesellschaftsrechtliche Kontrolle .....	304
3. Entschärfung der Zusammenschlüsse durch Trennung der Redaktionen als Vorschlag in den Gesetzesmaterialien zur 3. GWB Novelle .....	305
4. Durchsetzung der Trennung nach der bisherigen Rechtslage .....	306
a) Verbesserung des Wettbewerbs i. S. d. § 36 Abs. 1 2. HS GWB .....	306
b) Zusage an die Kartellbehörde.....	307
c) Möglichkeit von Bedingungen und Auflagen nach § 40 III GWB .....	307
5. Trennung der Redaktionen als Vorschlag der Bundesregierung zur 7. GWB Novelle .....	308
a) Anlass .....	308
b) Inhalt.....	309
aa) Zulassung von Anzeigenkooperationen .....	309
bb) Änderung des Presserechenfaktors.....	310
cc) Entschärfung der Zusammenschlüsse durch Erhalt eigenständiger redaktioneller Einheiten .....	310

c)	Kritik der Literatur .....	311
aa)	Kritik an der Grundthese .....	312
bb)	Kritik an der Änderung des Rechenfaktors und der Bagatellklausel .....	312
cc)	Kritik an der Ermöglichung der Kooperation .....	313
dd)	Kritik am Redaktionsmodell .....	314
d)	Stellungnahme .....	315
aa)	Zur Grundthese des Entwurfs .....	315
bb)	Zum Abbau der Schwellenwerte und zur Einführung einer Bagatellklausel .....	316
cc)	Zur Anzeigenkooperationen .....	318
dd)	Zur Trennung der Redaktionen .....	320
e)	Ergebnis .....	323
6.	Redaktionelle Trennung als Ergänzung zur Fusionskontrolle .....	324
a)	Verfassungsmäßigkeit einer solchen Regelung .....	324
b)	Probleme bei der Umsetzung .....	325
7.	Unzulässigkeit der Erhaltung publizistischer Vielfalt durch das GWB .....	327
8.	Trennung von Redaktionen als Entflechtungsregelung nach internem Wachstum .....	328
9.	Ergebnis .....	329
III.	Verbesserung des Zugangs zum Wettbewerb .....	329
1.	Einleitung .....	329
2.	Auswirkung der Pressefreiheit auf § 1 UWG .....	330
3.	Die rechtliche Bewertung der Gratisverteilung von Presseerzeugnissen .....	331
4.	Verbesserung der Marktzutrittschancen durch die Entscheidungen zum „Kölner Pressekrieg“ und andere Entscheidungen .....	332
5.	Ergebnis .....	334
IV.	Subventionen und Steuervergünstigungen .....	335
1.	Einleitung .....	335
2.	Verfassungsrechtliche Zulässigkeit von Beihilfen im Pressewesen .....	335
a)	Die Zulässigkeit von Pressesubventionen .....	335
b)	Die Zulässigkeit selektiver Förderkriterien .....	336
3.	Notwendigkeit einer gesetzlichen Regelung .....	338
4.	Die Problematik der Förderungskriterien .....	338
a)	Steuerliche Hilfen, allgemeine Wirtschaftsförderung .....	338
b)	Mittelstandsförderung .....	339
c)	Förderung von Neugründungen .....	339
d)	Höhere Besteuerung von Großverlagen .....	340
e)	Förderung von Zweitzeitungen .....	340
5.	Fazit .....	341
V.	Öffentlich-rechtliche Presse, Sozialisierung .....	342
1.	Einleitung .....	342
2.	Verfassungsrechtliche Zulässigkeit .....	342
a)	Garantie der privatwirtschaftlichen Struktur der Presse .....	342
b)	Sozialisierung nach Art. 15 GG .....	343
c)	Zulässigkeit staatlicher Presseunternehmen .....	344
3.	Ergebnis .....	345
VI.	Ergebnis .....	345
C.	Pluralisierung der Binnenstruktur der Presseunternehmen .....	346
I.	Einleitung .....	346
II.	Die innere Pressefreiheit .....	347

1.	Einleitung .....	347
2.	Das Konzept der sog. „inneren“ Pressefreiheit .....	347
a)	Historische Entwicklung .....	347
b)	Exkurs: Aktuelle Möglichkeiten der Mitbestimmung in Presseunternehmen und Tendenzschutz .....	348
c)	Inhalt des Konzeptes .....	349
aa)	Gewissensschutz und Gesinnungsschutz .....	349
bb)	Publizistische Mitbestimmung .....	349
cc)	Personelle Mitbestimmung .....	350
dd)	Wirtschaftliche Mitbestimmung .....	350
ee)	Veröffentlichung von Statuten / Aufhebung des Tendenzschutzes .....	350
3.	Zulässigkeit der Einführung „innerer“ Pressefreiheit .....	350
a)	Innere Pressefreiheit durch Gesetz .....	350
b)	Innere Pressefreiheit durch Tarifvertrag .....	354
c)	Innere Pressefreiheit durch einfachen Vertrag .....	354
4.	Ergebnis .....	355
III.	Unabhängiges Kontrollgremium im Presseunternehmen .....	355
1.	Funktion eines Redaktionsbeirates .....	355
2.	Vergleichbarkeit mit innerer Pressefreiheit .....	355
3.	Verfassungsmäßigkeit .....	356
IV.	Vielfaltssichernde Generalklauseln .....	357
1.	Die Regelung in den §§ 1 I und 3 LPG .....	357
2.	Die Sorgfaltspflicht nach § 6 LPG .....	358
3.	Vielfaltsgebote für die Presse .....	360
4.	Ergebnis .....	360
V.	Ergebnis .....	361
D.	Zugang von Dritten zum Presseprodukt .....	361
I.	Einleitung .....	361
II.	Das Recht der Gegendarstellung .....	362
1.	Einleitung .....	362
2.	Die Funktion des Anspruchs auf Gegendarstellung .....	362
3.	Die Regelung in den Landespressegesetzen .....	363
4.	Änderungsvorschläge .....	366
a)	Gegendarstellung gegen Wertungen .....	366
aa)	Meinungsstand .....	366
bb)	Stellungnahme .....	367
b)	Begrenzung der Reaktionen auf die Gegendarstellung .....	371
III.	Kontrahierungszwang bei Anzeigenbestellung .....	373
1.	Einleitung .....	373
2.	Ansprüche nach § 26 Abs. 2 GWB .....	374
3.	Kontrahierungszwang gemäß §§ 826, 249 BGB .....	376
4.	Kontrahierungszwang bei Anzeigen politischer Parteien .....	377
IV.	Der Leserbrief .....	378
1.	Veröffentlichungspflicht .....	378
2.	Institutionalisierung des Leserbriefs / Öffnungsklausel .....	380
V.	Ergebnis .....	381
E.	Erhöhung der Transparenz des Pressemarktes .....	381
I.	Einleitung .....	381
II.	Impressum .....	382

III. Pflicht zur Bekanntgabe wirtschaftlicher Beteiligungen in den LPG .....	383
IV. Pflicht zur Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichung .....	384
V. Das Gesetz über eine Pressestatistik .....	385
VI. Ergebnis.....	386
F. Berücksichtigung von intermediärer Konzentration .....	386
I. Einleitung .....	386
II. Medientätigkeiten von Presseunternehmen.....	387
III. Berücksichtigung des Auflagenrückgangs bei der Presse und der Zwang zur Diversifikation.....	387
IV. Wege zur Bekämpfung intermediärer Konzentration .....	388
1. Die Regelung im Rundfunkstaatsvertrag .....	388
2. Regelungen in den Landesrundfunkgesetzen .....	388
3. Stellungnahmen / Verbesserungsvorschläge .....	390
V. Ergebnis.....	392
G. Schaffung externer Aufsichtsorgane .....	392
I. Möglichkeiten der Schaffung eines Aufsichtsgremiums .....	392
1. Unmittelbare, mittelbare Staatsaufsicht oder Selbstregulierung.....	392
2. Demokratische Legitimation der Aufsichtsbehörden.....	395
a) Demokratische Legitimation bei der Aufsicht durch staatliche Behörden ....	395
b) Demokratische Legitimation bei der Selbstverwaltung .....	395
c) Demokratische Legitimation bei der Aufsicht durch pluralistisch zusammengesetzte Organe .....	397
II. Selbstkontrolle der Presse durch den Presserat .....	397
1. Publizistische Aufsicht und Verbot des Standeszwangs .....	397
2. Aufgaben des Presserates .....	398
3. Das Sanktionssystem .....	399
III. Berufskammer / Aufsichtsanstalt mit Disziplinarbefugnissen .....	399
1. Befugnisse einer solchen Kammer .....	399
2. Zulässigkeit .....	400
IV. Medienaufsichtsbehörde unter Einbeziehung des Pressewesens .....	402
1. Einheitliche Behörde mit wettbewerbsrechtlichen und medienaufsichtsrechtlichen Befugnissen .....	402
a) Vorteile einer solchen Behörde .....	402
b) Verfassungsrechtliche Probleme .....	403
c) Gemeinsame Behörde .....	404
2. Zwei zentrale Behörden mit verteilten Kompetenzen.....	405
3. Erweiterung der Kompetenzen der Landesmedienbehörden .....	406
V. Ergebnis.....	407
H. Endergebnis.....	408

## 8. Teil

<b>Zusammenfassung in Form von Thesen.....</b>	<b>411</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>443</b>