

Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht

Band 36

Daniel Rudolph

Erhalt von Vielfalt
im Pressewesen

PETER LANG
Internationaler Verlag der Wissenschaften

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
-------------------------	----------

1. Teil

Die Bedeutung von Vielfalt in der Presse als Massenmedium	7
--	----------

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 Zweitstufenfluss 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

Die Bedeutung des Begriffs Vielfalt.....	41
---	-----------

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 Mächtigegruppen	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

Grenzen eines publizistischen Ansatzes im Verfassungsrecht	215
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 Doppelnature 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.....	277
---	------------

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.	Vielfaltgebote 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 Landespresso-gesetzen.....	363
4.	Änderungsvorschläge	366
a)	Gegendarstellung gegen Wertungen	366
aa)	Meinungsstand	366
bb)	Stellungnahme.....	367
b)	Begrenzung der Reaktionen auf die Gegendarstellung	371
III.	Kontrahierungzwang bei Anzeigenbestellung	373
1.	Einleitung	373
2.	Ansprüche nach § 26 Abs. 2 GWB	374
3.	Kontrahierungzwang gemäß §§ 826, 249 BGB.....	376
4.	Kontrahierungzwang 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
 <i>8. Teil</i>		
 Zusammenfassung in Form von Thesen.....		411
 Literaturverzeichnis.....		443