

Inhalt

	Rn.
1. Teil: Medienrecht als Rechtsdisziplin	1
§ 1 Medienrecht als Recht der Massenkommunikation	1
§ 2 Gegenstandsbereiche und Bedeutung des Medienrechts	17
I. Gegenstandsbereiche des Medienrechts	17
1. Presse	18
2. Rundfunk	19
3. Film	21
4. Neue Medien	23
II. Bedeutung des Medienrechts	26
1. Massenmedien als Träger und Mittler der Meinungsbildung	28
a) Daten zur Mediennutzung	28
b) Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung	31
2. Massenmedien als Wirtschaftsfaktor	37
§ 3 Rechtsquellen	41
I. Arten medienrechtlicher Rechtsquellen	43
1. Gesetzesrecht	43
2. Richterrecht	50
3. Standesregeln	51
II. Rechtsgrundlagen der einzelnen Medien	57
1. Presse	57
2. Rundfunk	58
a) Landesmediengesetze	59
b) Sonderbestimmungen für einzelne Rundfunkanstalten	60
3. Film	61
4. Neue Medien	62
§ 4 Studienliteratur und Hilfsmittel	63
I. Gesetzessammlungen	63
1. Nationales Recht	63
2. Europäisches Recht	64
II. Lehr- und Handbücher	65
1. Übergreifende Darstellungen	65
2. Darstellungen einzelner Teilgebiete des Medienrechts	66

a) Presserecht	66
b) Rundfunkrecht	67
c) Filmrecht	68
III. Zeitschriften	69
2. Teil: Grundlagen des Medienrechts	70
§ 5 Verfassungsrechtliche Grundlagen	70
I. Meinungsfreiheit	74
II. Informationsfreiheit	81
III. Pressefreiheit	84
IV. Rundfunkfreiheit	93
V. Filmfreiheit	110
VI. Schranken der Kommunikationsfreiheitsrechte	112
§ 6 Europäisches Medienrecht	118
I. Grundlagen und Entwicklung	118
II. Die Problematik der EG-Kompetenz zur Schaffung einer Medienrechtsordnung	122
III. Gegenwärtige und künftige Regelungsbereiche	127
IV. Fernseh-Richtlinie und Fernseh-Übereinkommen	129
1. Geltungsbereiche beider Regelungskomplexe	130
2. Ursprungsland-/Sendestaatsprinzip	133
3. Übereinstimmende Regelungsinhalte	135
4. Divergierende Regelungsinhalte	140
3. Teil: Medienrechtliche Rechtsgrundsätze	143
§ 7 Medienrechtliche Gewährleistung freier Meinungsbildung	145
I. Freiheit von staatlicher Beherrschung und Einflußnahme	146
1. Zensurverbot	147
2. Zeugnisverweigerungsrecht	151
a) Aufgabe und Bedeutung	151
b) Träger des Rechts	153
c) Umfang des Rechts	156
3. Beschlagnahme- und Durchsuchungsverbote	159
a) Beschlagnahme von Beweismitteln	159
b) Beschlagnahme zur Einziehung	162
c) Durchsuchung	163
4. Schutz des Redaktionsgeheimnisses	164
II. Freiheit von fremder, nicht-staatlicher Einflußnahme	167
1. Objektivrechtliche Grundlagen	167
2. Tendenzschutz	168
III. Gewährleistung der Meinungsvielfalt	171

1. Medien- bzw. wirtschaftsrechtliche Vielfaltssicherung . . .	173
2. Publizistischer und wirtschaftlicher Wettbewerb	177
3. Vielfaltssicherung im Pressewesen	182
4. Vielfaltssicherung im Rundfunkwesen	184
§ 8 Informationsfreiheit gewährleistende Informationsrechte . .	193
I. Medienrechtliche Informationsansprüche	193
1. Der Auskunftsanspruch gegenüber Behörden	194
a) Die Parteien des Anspruchs	194
b) Gegenstand des Auskunftsanspruchs	196
c) Schranken des Auskunftsanspruchs	199
d) Durchsetzung des Anspruchs	204
2. Auskunftsansprüche gegenüber Privaten, Zutrittsrechte zu privaten Veranstaltungen	206
3. Das Recht auf unentgeltliche Kurzberichterstattung . . .	208
4. Wirksamkeitsschranken von Exklusivberichterstattungsverträgen	211
II. Wahrnehmung berechtigter Interessen	214
III. Informationsprivilegien im Urheberrecht	218
IV. Das Medienprivileg des Datenschutzrechts	222
§ 9 Informationsfreiheit und Rechtsgüterschutz gewährleistende Informationspflichten	224
I. Die öffentliche Informationsaufgabe der Massenmedien . . .	225
II. Wahrheits- und Sorgfaltspflicht	227
III. Gegendarstellungspflicht	235
1. Rechtsnatur und Aufgabe	235
2. Rechtsgrundlagen	241
a) Nationales Recht	241
aa) Gegendarstellungsregeln für die Presse	243
bb) Gegendarstellungsregeln für den Rundfunk	244
(1) Sonderbestimmungen für einzelne Rundfunkanstalten	244
(2) Allgemeine Gegendarstellungsregeln für den Bereich des Rundfunks	245
b) Europäisches Recht	246
c) Verhältnis zu anderen Ansprüchen	250
3. Parteien des Gegendarstellungsanspruchs	254
a) Anspruchsberechtigter	254
b) Anspruchsverpflichteter	257
4. Anspruchsbegründende Voraussetzungen	260
a) Periodisches Druckwerk/bestimmte Sendung	261
b) Aufgestellte Tatsachenbehauptung	263
c) Fehlen von Ausschußgründen	269

d) Form- und inhaltsgerechte Gegendarstellung	281
e) Das Veröffentlichungsverlangen	289
f) Unverzüglichkeit	290
5. Ausgestaltung der Veröffentlichungspflicht der Medien	291
6. Durchsetzung des Gegendarstellungsanspruchs	294
IV. Trennung von redaktioneller Berichterstattung und Werbung	297
1. Grundlagen	297
2. Productplacement	302
3. Sponsoring	305
4. Bartering	309
5. Medienverbund	310
V. Impressumspflicht, Offenlegungspflicht	312
 4. Teil: Organisation, Finanzierung und Marktstrukturen des Massenkommunikationswesens	 313
 § 10 Presse	 313
I. Volumen des Gesamtmarktes	313
II. Der Tageszeitungsmarkt	315
1. Entwicklung des Zeitungsmarktes	315
2. Konzentration auf dem Tageszeitungsmarkt	318
3. Das Vertriebssystem	320
4. Finanzierungsstrukturen	322
III. Der Markt für Wochen- und Sonntagszeitungen	324
IV. Zeitschriften	327
1. Entwicklung des Zeitschriftenmarktes	327
2. Konzentration auf dem Zeitschriftenmarkt	328
3. Vertrieb und Finanzierung	331
 § 11 Rundfunk	 335
I. Organisation des Rundfunkwesens in der Bundesrepublik Deutschland	 335
1. Rundfunk im dualen System	335
2. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	337
a) Organisatorische Struktur der Rundfunkanstalten	341
b) Staatliche Aufsicht	344
3. Privater Rundfunk	346
II. Finanzierung des Rundfunks	349
1. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten	349
a) Gebührenfinanzierung	350
b) Werbeeinnahmen	352
2. Privater Rundfunk	354

§ 12 Film und Video	356
I. Film	356
1. Allgemeine Situation der Spielfilmwirtschaft	356
2. Spielfilmproduktion in der Bundesrepublik Deutschland	359
3. Die Kinowirtschaft	361
4. Filmförderung	365
a) Bedeutung und Methoden	365
b) Das Filmförderungsgesetz im Überblick	368
II. Video	374
1. Entwicklung und Einsatzmöglichkeiten	374
2. Spielfilmvertrieb über Videokassetten	377
3. Probleme der Videobranche	380
§ 13 Bildschirmtext und Videotext	382
I. Bildschirmtext (Btx)	383
1. Technisches Verfahren	384
2. Entwicklung und Statistik	389
3. Nutzungsfelder und Nutzergruppen	392
4. Rechtsgrundlagen	396
5. Finanzierung	397
II. Videotext	402
1. Technisches Verfahren	405
2. Entwicklung und Statistik	407
3. Nutzungsmöglichkeiten	410
4. Rechtsgrundlagen	413
5. Finanzierung	415
5. Teil: Grundzüge der Ordnung des Massenkommunikationswesens durch die allgemeine Rechtsordnung	417
§ 14 Medienberichterstattung	417
I. Schutz der besonderen Persönlichkeitsrechte	418
1. Ehrenschatz	418
a) Grundlagen	418
b) Systematik und Konzeption der Ehrenschatzbestimmungen	421
2. Bildnisschutz	430
a) Kunsturhebergesetz	430
b) Gerichtsverfassungsgesetz	435
3. Schutz der Vertraulichkeit des Wortes	437
II. Schutz des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts	438
1. Grundlagen	438
2. Schutzzphären	442
3. Medientypische Konfliktsituationen	447
a) Veröffentlichung von Interviews	448

b) Zitate	449
c) Leserbriefe	451
d) Veröffentlichung rechtswidrig beschaffter Informationen	452
e) Kriminalberichterstattung	457
III. Schutz des Unternehmens	460
IV. Schutz allgemeiner Interessen, Jugendschutz	467
V. Zivilrechtliche Haftung der Massenmedien und ihrer Mitarbeiter	469
1. Anspruchsarten	470
a) Gegendarstellungsanspruch	470
b) Unterlassungsanspruch	471
c) Berichtigungsanspruch	476
d) Schadensersatz- und Herausgabeansprüche	478
2. Anspruchsverpflichtete	480
a) Medienunternehmen	480
b) Medienmitarbeiter	482
§ 15 Medienrecherche	483
I. Verbot der Recherche mit unzulässigen Mitteln	485
1. Strafrechtliche Verbotsnormen	485
2. Ergänzende zivilrechtliche Schranken	486
II. Schutz des persönlichen Lebens- und Geheimnisbereichs	489
1. Räumlich-gegenständlicher Bereich	490
2. Sachbereichsschranken	494
§ 16 Medienvertrieb	496
I. Vertrieb von Verlagserzeugnissen	497
1. Überblick über den Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenhandel	497
2. Presse-Grosso-Vertrieb	500
3. Zeitungskauf und Abonnement	505
4. Verlagsrechtliche Grundlagen der Verbreitung von Schrift- und Tonwerken	507
II. Rundfunk	510
1. Ausstrahlung über terrestrische Frequenzen	511
2. Kabelrundfunk	513
3. Satellitenrundfunk	514
III. Film	516
§ 17 Medienwerbung	520
I. Massenmedien als Werbeträger	521
1. Materiellrechtliche Schranken für Werbung in den Massenmedien	521
2. Haftung der Massenmedien für Werberechtsverstöße	524
II. Medienberichterstattung als Wettbewerbshandlung	529
Stichwortverzeichnis	Seite 219