

Inhaltsübersicht

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XXV
Einleitung	1
Kapitel 1: Gegenstand der Arbeit	4
Kapitel 2: Thematische Ein- und Ausgrenzungen	6
Kapitel 3: Gang der Arbeit	8
Kapitel 4: Ziel der Arbeit	10

Erster Teil

Massenmedien als Untersuchungsgegenstände

Kapitel 1: Strukturwandel der Medien	13
Kapitel 2: Medien in der demokratischen Zivilgesellschaft	15
A. Medien und Meinungsbildungsprozess	17
B. Meinungsmarkt und Wettbewerb	26
C. Öffentliche Aufgabe und private Struktur	29
Kapitel 3: Presse, Rundfunk und Neue Medien	33
A. Abgrenzung der Betrachtungsgegenstände	34
B. Presse	35
C. Rundfunk	41
D. Neue Medien – Internet	52
Kapitel 4: Konvergenzentwicklungen	55
A. Technik und Nutzerverhalten	57
B. Inhalte und Märkte	58
C. Recht	59

Kapitel 5: Ökonomische Charakteristika	61
A. Medienmärkte	62
B. Mediengüter	64

Zweiter Teil

Vielfalt – ein medienrechtliches Leitbild

Kapitel 1: Begriffliche Annäherungen	71
A. Vielfalt	72
B. Pluralismus	73
C. Synthese und Ausblick	75
Kapitel 2: Medienspezifische Verwendung	75
A. Vielfaltsdimensionen	76
B. Ökonomische Vielfalt	78
C. Publizistische Vielfalt	79
Kapitel 3: Messung der Vielfalt	80
A. Problemlagen und Zielwerte	80
B. Arbeitshypothese(n)	82
Kapitel 4: Grund- und verfassungsrechtliche Vorgaben	83
A. Europäisches Gemeinschaftsrecht	83
B. Nationales Verfassungsrecht	97

Dritter Teil

Vielfalt durch Wettbewerb

Kapitel 1: Grundlagen des Wettbewerbs	120
A. Wettbewerbsvoraussetzungen und -prozess	121
B. Wettbewerbstheorie und Medien	122
Kapitel 2: Wettbewerb im Medienbereich	128
A. Ökonomischer und publizistischer Wettbewerb	128
B. Verhältnis der Wettbewerbserscheinungen	130
C. Stellungnahme	135

Kapitel 3: Ausgestaltung der Medienordnung	137
A. Struktur- und Verhaltenssteuerung	138
B. Idealtypische Grundkonzeptionen	139
C. Vielfalt durch Vielzahl	143
D. Steuerungspotenzial des Wettbewerbsrechts	148
Kapitel 4: Medienkonzentration als Gefährdungstatbestand	153
A. Erscheinungsformen	154
B. Ursachen und Folgen	159
C. Entwicklung und Stand	164
D. Bisherige Anstrengungen zur Eindämmung	168

Vierter Teil

Medienkonzentration und Wettbewerbsrecht

Kapitel 1: Bestimmung des relevanten Marktes	184
A. Allgemeines	184
B. Medienspezifische Marktabgrenzungen	187
Kapitel 2: Europäisches Wettbewerbsrecht	201
A. Primäres Gemeinschaftsrecht	202
B. Sekundäres Gemeinschaftsrecht – Fusionskontrollverordnung (FKVO)	213
Kapitel 3: Nationales Wettbewerbsrecht	223
A. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)	224
B. Rundfunkstaatsvertrag (RStV)	253
C. Behandlung medienübergreifender Sachverhalte	281
Kapitel 4: Europäisches neben nationalem Wettbewerbsrecht	292
A. Kartellverfahrensverordnung (VO Nr. 1/2003)	293
B. FKVO	294
C. Medienbezogene Sonderregelung in Art. 21 Abs. 4 FKVO	294

Fünfter Teil

Gesamtwürdigung und Ausblick

Kapitel 1: Primat des Wirtschaftsrechts	300
Kapitel 2: Systeminduzierte Grenzen	302
A. Verhältnis von GWB und RStV	303
B. Harmonisierung der Regelungskomplexe	306
C. Stellungnahme	313
Kapitel 3: Norminduzierte Grenzen und Fortentwicklungspotenziale ...	315
A. Aufgreifkriterien	316
B. Eingreifkriterien	323
C. Selbstregulierung und Transparenz	330
Kapitel 4: Europäische Harmonisierung	336
A. Kompetenzrechtliche Betrachtung	337
B. Materiell-rechtliche Betrachtung	344
Kapitel 5: Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	346
A. Ausgangslage	347
B. Fortbestehen der Sonderrolle	349
C. Öffentlich-rechtliche Angebote im Internet	350
D. Stellungnahme	354
Schlussbetrachtungen	355
Literaturverzeichnis	361
Register	395

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Abkürzungsverzeichnis	XXV
Einleitung	1
Kapitel 1: Gegenstand der Arbeit	4
Kapitel 2: Thematische Ein- und Ausgrenzungen	6
Kapitel 3: Gang der Arbeit	8
Kapitel 4: Ziel der Arbeit	10

Erster Teil

Massenmedien als Untersuchungsgegenstände

Kapitel 1: Strukturwandel der Medien	13
Kapitel 2: Medien in der demokratischen Zivilgesellschaft	15
A. Medien und Meinungsbildungsprozess	17
I. Wirkungen der Medien	19
1. Individual-psychologische Wirkungen	19
2. Gesamtgesellschaftliche Wirkungen	20
II. Ablauf des Meinungsbildungsprozesses	21
III. Funktionen der Medien	23
1. Information und Kontrolle	24
2. Herstellung von Öffentlichkeit	25
B. Meinungsmarkt und Wettbewerb	26
I. Grundprämissen	26
II. Rechtsprechung des BVerfG	27

III. Verknüpfung ökonomischer und publizistischer Vorbedingungen	28
C. Öffentliche Aufgabe und private Struktur	29
I. Presse und Rundfunk	31
II. Systemrationale Zieldivergenzen	32
Kapitel 3: Presse, Rundfunk und Neue Medien	33
A. Abgrenzung der Betrachtungsgegenstände	34
B. Presse	35
I. Historische Entwicklung	36
II. Strukturmerkmale	37
III. Ökonomische Grundlagen	38
IV. Rechtlicher Regulierungsrahmen	40
C. Rundfunk	41
I. Historische Entwicklung	42
II. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	45
1. Strukturmerkmale	46
2. Ökonomische Grundlagen	46
III. Privater Rundfunk	48
1. Strukturmerkmale	48
2. Ökonomische Grundlagen	49
IV. Rechtlicher Regulierungsrahmen	50
D. Neue Medien – Internet	52
I. Strukturmerkmale	53
II. Ökonomische Grundlagen	54
III. Rechtlicher Regulierungsrahmen	55
Kapitel 4: Konvergenzentwicklungen	55
A. Technik und Nutzerverhalten	57
B. Inhalte und Märkte	58
C. Recht	59

Kapitel 5: Ökonomische Charakteristika	61
A. Medienmärkte	62
B. Mediengüter	64
I. Fixkostendegression	65
II. Marktfähigkeit	66
III. Meritorik	68

Zweiter Teil

Vielfalt – ein medienrechtliches Leitbild

Kapitel 1: Begriffliche Annäherungen	71
A. Vielfalt	72
B. Pluralismus	73
C. Synthese und Ausblick	75
Kapitel 2: Medienspezifische Verwendung	75
A. Vielfaltsdimensionen	76
B. Ökonomische Vielfalt	78
C. Publizistische Vielfalt	79
Kapitel 3: Messung der Vielfalt	80
A. Problemlagen und Zielwerte	80
B. Arbeitshypothese(n)	82
Kapitel 4: Grund- und verfassungsrechtliche Vorgaben	83
A. Europäisches Gemeinschaftsrecht	83
I. Grundfreiheitliche Schutzgüter	85
1. Rundfunk als Dienstleistung	87
2. Rechtfertigung von Beeinträchtigungen	88
II. Grundrechtliche Schutzgüter	90
1. Meinungs- und Informationsfreiheit	91
2. Medienfreiheit	92
3. Pluralität	93
4. Art. 10 EMRK	94

B. Nationales Verfassungsrecht	97
I. Staatliche Schutzpflichten	98
II. Meinungs- und Informationsfreiheit	99
III. Medienfreiheiten	100
1. Pressefreiheit	102
a) Objektiv-rechtliche und subjektiv-rechtliche Dimension	103
b) Maßnahmen zur Vielfaltssicherung	105
2. Rundfunkfreiheit	106
a) Objektiv-rechtliche und subjektiv-rechtliche Dimension	107
b) Maßnahmen zur Vielfaltssicherung	108
c) Rundfunkentscheidungen des BVerfG	109
3. Neue Medien – Internet	112
4. Gebot einer publizistischen Gewaltenteilung	115
IV. Zusammenfassung	116

Dritter Teil

Vielfalt durch Wettbewerb

Kapitel 1: Grundlagen des Wettbewerbs	120
A. Wettbewerbsvoraussetzungen und -prozess	121
B. Wettbewerbstheorie und Medien	122
I. Dichotomie von Ökonomie und Publizistik	123
II. Implikationen für das Wettbewerbskonzept	123
III. Marktversagen durch spezifische Funktionsdefizite	124
1. Öffentliche Güter	125
2. Meritorische Zielsetzungen	126
3. Staatliche Korrekturmaßnahmen	127
Kapitel 2: Wettbewerb im Medienbereich	128
A. Ökonomischer und publizistischer Wettbewerb	128
B. Verhältnis der Wettbewerberscheinungen	130
I. Rechtsprechung des BVerfG	131
II. Meinungsstand im Schrifttum	133
C. Stellungnahme	135

Kapitel 3: Ausgestaltung der Medienordnung	137
A. Struktur- und Verhaltenssteuerung	138
B. Idealtypische Grundkonzeptionen	139
I. Binnen- und Außenpluralismus	140
II. Stellungnahme	142
C. Vielfalt durch Vielzahl	143
I. Systemrationale Grenzen	144
II. Stellungnahme	146
D. Steuerungspotenzial des Wettbewerbsrechts	148
I. Ausgangsthese Mestmäckers	149
II. Weiterführung durch P. Ulmer und Kritik aus dem Schrifttum ..	150
III. Pressespezifische Untersuchungen von Möschel und Mestmäcker	152
Kapitel 4: Medienkonzentration als Gefährdungstatbestand	153
A. Erscheinungsformen	154
I. Ökonomische und publizistische Konzentration	155
II. Intramediäre Konzentration	156
III. Intermediäre Konzentration	157
1. Vertikale Konzentration	157
2. Diagonale Konzentration	157
B. Ursachen und Folgen	159
I. Prädisposition zur Konzentration	160
1. Presse	161
2. Rundfunk	162
3. Neue Medien – Internet	162
II. Auswirkungen auf die publizistische Vielfalt	162
C. Entwicklung und Stand	164
I. Pressespezifische Betrachtung	165
II. Rundfunkspezifische Betrachtung	166
III. Medienübergreifende Betrachtung	167
D. Bisherige Anstrengungen zur Eindämmung	168

I. Nationale Ebene	168
1. Michel- und Günther-Kommission	169
2. Einführung medienspezifischer Fusionskontrollbestimmungen	170
3. Entwurf zur 7. GWB-Novelle 2005	171
II. Europäische Ebene	174
1. Entschließungen des Europäischen Parlaments aus 1990 und 1992	175
2. Grünbuch zu „Pluralismus und Medienkonzentration“	176
3. Medienkonzentrationsrichtlinie	178
4. Drei-Stufen-Plan zum Medienpluralismus	180

Vierter Teil

Medienkonzentration und Wettbewerbsrecht

Kapitel 1: Bestimmung des relevanten Marktes	184
A. Allgemeines	184
I. Bedarfsmarktkonzept	185
II. Kreuz-Preis-Elastizität	186
III. Räumliche und zeitliche Marktabgrenzung	186
B. Medienspezifische Marktabgrenzungen	187
I. Presse	189
1. Lesermärkte	191
2. Anzeigenmärkte	192
II. Rundfunk	193
1. Free-TV und Pay-TV	194
2. Zuschaueranteil und Zuschauermarkt	195
a) Eigenständiger Zuschauermarkt im Free-TV	195
b) Stellungnahme	197
3. Werbemarkt	197
III. Internet	198
1. Inhaltsbezogene Leistungen als Betrachtungsgegenstände ...	199
2. Konkrete Marktabgrenzungen	200

Kapitel 2: Europäisches Wettbewerbsrecht	201
A. Primäres Gemeinschaftsrecht	202
I. Kartellverbot, Art. 81 EGV	203
1. Verbotstatbestand, Art. 81 Abs. 1 EGV	203
2. Freistellungen, Art. 81 Abs. 3 EGV	204
3. Vielfaltssicherung als Kriterium im Sinne des Art. 81 Abs. 3 EGV	204
II. Missbrauchsverbot, Art. 82 EGV	206
1. Marktbeherrschende Stellung	207
2. Missbräuchliche Ausnutzung	208
a) Geschäftsverweigerung	208
b) Zugang zu wesentlichen Einrichtungen	209
c) Fininvest/Mondadori	210
d) Bronner	211
III. Verfahrensrecht	212
B. Sekundäres Gemeinschaftsrecht – Fusionskontrollverordnung (FKVO)	213
I. Allgemeines	215
II. Zusammenschluss, Art. 3 FKVO	215
III. Beurteilung von Zusammenschlüssen, Art. 2 FKVO	216
1. MSG	217
2. Nordic Satellite Distribution	219
3. RTL/Veronica/Endemol	220
4. Bertelsmann/Kirch/Premiere und Deutsche Telekom/ BetaResearch	221
IV. Verfahrensrecht	222
Kapitel 3: Nationales Wettbewerbsrecht	223
A. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)	224
I. Kartellverbot, § 1 GWB	225
II. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, § 19 GWB ...	227
1. Marktbeherrschung als Ausgangspunkt	227
a) Marktbeherrschende Stellung eines Einzelunternehmens	228
aa) Ohne Wettbewerber oder kein wesentlicher Wettbewerb ...	228
bb) Im Verhältnis überragende Marktstellung	229
b) Marktbeherrschende Stellung mehrerer Unternehmen	230
c) Marktbeherrschungsvermutungen	231

2. Missbrauchstatbestände	231
a) Behinderungsmissbrauch	231
b) Ausbeutungsmissbrauch	233
c) Zugang zu Netzen und Infrastruktureinrichtungen	233
III. Zusammenschlusskontrolle, §§ 35–43 GWB	234
1. Geltungsbereich der Zusammenschlusskontrolle, § 35 GWB	234
a) Anschlussklausel, § 35 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 GWB	235
b) Pressewettbewerb, § 35 Abs. 2 S. 2 GWB	235
c) Bagatell-/Kleinmarktklausel, § 35 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 GWB	236
2. Berechnung von Umsatzerlösen und Marktanteilen, § 38 GWB	237
3. Sonderregelung in § 38 Abs. 3 GWB	238
a) Verfassungskonformität	238
b) Erweiterung(en)	239
4. Zusammenschluss, § 37 GWB	239
a) Vermögenserwerb	240
b) Kontrollerwerb	240
c) Anteilserwerb und sonstige Unternehmensverbindungen	240
5. Beurteilung von Zusammenschlüssen, § 36 GWB	241
a) Begründung einer marktbeherrschenden Stellung	242
b) Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung	242
c) Kausalität	243
d) Verbesserung der Wettbewerbsbedingungen	243
aa) Berücksichtigungsfähige Umstände	244
bb) Kausalverhältnis	245
e) Sanierungsfusionen	245
6. Ministererlaubnis, § 42 GWB	247
a) Medienspezifische Anwendung und Vielfaltssicherung	249
b) Holtzbrinck/Berliner Zeitung	250
c) Springer/ProSiebenSat.1	251
IV. Verfahrensrecht	252
B. Rundfunkstaatsvertrag (RStV)	253
I. Historische Entwicklung	253
1. RStV 1987	254
2. RStV 1991 – Modell der Anbietergemeinschaft	255
3. Reformvorschläge	256
4. RStV 1997 – Zuschaueranteilsmodell	257
II. Meinungsvielfalt als Zielvorgabe, § 25 RStV	259
III. Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen, § 26 RStV	260

1. Veranstalterfreiheit unter Vorbehalt, § 26 Abs. 1 RStV	260
2. Vermutungsregeln des § 26 Abs. 2 RStV	261
a) § 26 Abs. 2 S. 1 RStV (30 %-Grenze)	262
b) § 26 Abs. 2 S. 2 RStV (Erweiterung der 30 %-Grenze)	262
3. Verhältnis von § 26 Abs. 1 und Abs. 2 RStV	264
a) Quantitativer Ansatz	265
b) Qualitativer Ansatz	266
c) Stellungnahme	268
IV. Berechnung der Zuschaueranteile, § 27 RStV	270
V. Zurechnung von Programmen, § 28 RStV	271
VI. Zugangsfreiheit, § 53 RStV	272
VII. Verfahrensrecht	273
1. Neuordnung der Aufsichtsstruktur	274
2. ZAK und GVK	275
3. KEK	275
a) Aufgaben	276
b) Zusammensetzung	276
c) Verfahrensrecht	277
4. Umfang der gerichtlichen Überprüfung von Entscheidungen	278
a) Einschätzung nach bisheriger Rechtslage	279
b) Neubewertung(en) durch die veränderte Rechtslage	279
5. Sanktionen, § 26 Abs. 3 u. Abs. 4 RStV	280
C. Behandlung medienübergreifender Sachverhalte	281
I. Springer/ProSiebenSat.1	282
1. Ökonomisches Wettbewerbsrecht	283
a) Bundesweiter Fernsehwerbemarkt	284
b) Bundesweiter Markt für Straßenverkaufszeitungen	285
c) Bundesweiter Anzeigenmarkt für Zeitungen	286
2. Publizistisches Wettbewerbsrecht	287
a) Vorherrschende Meinungsmacht durch Gesamtbewertung	287
b) Programmbeirats-Option – das Eckpunkte-Papier	289
II. Stellungnahme	290
1. Herausforderungen für das Wettbewerbsrecht	291
2. Bewertungs- und Berechnungsmodell der KEK	291

Kapitel 4: Europäisches neben nationalem Wettbewerbsrecht	292
A. Kartellverfahrensverordnung (VO Nr. 1/2003)	293
B. FKVO	294
C. Medienbezogene Sonderregelung in Art. 21 Abs. 4 FKVO	294
I. Grundannahmen und teleologischer Gehalt	295
II. Systeminduziertes Spannungsverhältnis	296
III. Newspaper Publishing	296

Fünfter Teil

Gesamtwürdigung und Ausblick

Kapitel 1: Primat des Wirtschaftsrechts	300
Kapitel 2: Systeminduzierte Grenzen	302
A. Verhältnis von GWB und RStV	303
I. Gesetzgebungskompetenzen	304
II. Parallel anwendbare Normen mit konfligierenden Regelungszielen	305
B. Harmonisierung der Regelungskomplexe	306
I. Materielles Recht	308
II. Aufsichtsstruktur(en)	310
1. De lege lata	311
2. De lege ferenda	312
C. Stellungnahme	313
Kapitel 3: Norminduzierte Grenzen und Fortentwicklungspotenziale ...	315
A. Aufgreifkriterien	316
I. Schwellenwerte	316
1. Multiplikatoren und Sonderanknüpfungen	317
2. Ausnahmen für Bagatellsachverhalte	318
II. Marktabgrenzung(en)	318
1. Aktualisierung der Normanwendung	320
2. Anerkennung eines Gesamtmedienmarkts	321
3. Anerkennung eines Zuschauermarkts	322
B. Eingreifkriterien	323

I. Berücksichtigung internen Unternehmenswachstums	324
1. Programmzulassung als Zusammenschlusstatbestand	325
2. Stellungnahme	326
II. Publizistische Vielfalt als Regelungsziel	328
1. Aufnahme medienpezifischer Tatbestände in das Kartellrecht	328
2. Partielle Remedur durch das Rundfunkrecht	328
C. Selbstregulierung und Transparenz	330
I. Media Governance	331
II. Private Expertengremien	332
III. Ausweitung der Transparenzanforderungen	334
Kapitel 4: Europäische Harmonisierung	336
A. Kompetenzrechtliche Betrachtung	337
I. Unmittelbare Vielfaltssicherung	339
II. Verwirklichung des Binnenmarktziels	340
III. Überlegungen zu einer Implementierung	343
B. Materiell-rechtliche Betrachtung	344
Kapitel 5: Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	346
A. Ausgangslage	347
B. Fortbestehen der Sonderrolle	349
C. Öffentlich-rechtliche Angebote im Internet	350
I. Maßgaben des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags	351
II. Drei-Stufen-Test	352
D. Stellungnahme	354
Schlussbetrachtungen	355
Literaturverzeichnis	361
Register	395