

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	15
B. Die historische Entwicklung des Rundfunks in Deutschland	19
I. Die Anfänge des Rundfunks bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges	19
II. Die Entstehung des dualen Rundfunksystems in Deutschland	21
1. Die Entwicklung eines öffentlich-rechtlichen Landesrundfunks	22
2. Die Entstehung eines privaten Rundfunks	23
a) Die Kabelpilotprojekte	23
b) Die Landesmediengesetze	24
C. Die Rechtsgrundlagen des dualen Rundfunksystems	27
I. Verfassungsrechtliche Vorgaben für den Rundfunk	28
1. Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG	28
2. Die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts	30
a) Das „Fernseh-Urteil“	31
b) Das „Mehrwertsteuer-Urteil“	32
c) Das „FRAG-Urteil“	33
d) Das „Niedersachsen-Urteil“	36
e) Der „Baden-Württemberg“ Beschluss	38
f) Das „WDR-Urteil“	41
g) Der „Hessen-Drei-Beschluss“	46
h) Das erste „Gebühren-Urteil“ sowie die „EG-Fernsehrichtlinie“	48
i) Das Urteil zur „Kurzberichterstattung“	49
j) Das „Extra-Radio-Hof-Urteil“	52
k) Das zweite „Gebühren-Urteil“ sowie das „Parteien-Urteil“	53
3. Zielvorgaben	53
a) Staatsferne	55
b) Positive Ordnung	59
c) Meinungsvielfalt	62
aa) Organisationsvielfalt	62
bb) Programmvielfalt	64
4. Kompetenzen	67
a) Kompetenzabgrenzung Bund-Länder	67
b) Gesetzgebungskompetenz	69
c) Verwaltungskompetenz	71

5. Zusammenfassung	71
II. Das Landesrundfunkrecht	75
1. Die Rundfunkstaatsverträge	76
a) Der erste und zweite Rundfunkstaatsvertrag	76
b) Der erste, zweite und dritte Rundfunkänderungsstaatsvertrag	78
c) Der vierte, fünfte und sechste Rundfunkänderungsstaatsvertrag	82
d) Der siebte, achte und neunte Rundfunkänderungsstaatsvertrag	83
e) Der zehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag	85
f) Der elfte und zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag	88
g) Der dreizehnte und vierzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag	88
h) Der fünfzehnte und sechzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag	89
2. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk	90
a) Die Landesrundfunkanstalten als Anstalten des öffentlichen Rechts	90
b) Grundrechtsschutz der Rundfunkanstalten	91
c) Die Organisation der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	94
aa) Die einzelnen Organe	95
(1) Der Rundfunkrat	95
(2) Der Verwaltungsrat	96
(3) Der Intendant	97
(4) Sonstige Organisationen	98
bb) Die Programmgestaltung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	98
3. Der private Rundfunk	100
a) Die Landesmedienanstalten	104
aa) Die Landesmedienanstalten als Grundrechtsträger	106
bb) Die Organisationsstruktur der Landesmedienanstalten	108
(1) Das Hauptorgan	109
(2) Das Exekutivorgan	113
(3) Sonstige Organe	114
cc) Der Aufgabenbereich der Landesmedienanstalten	114
(1) Das Zulassungsverfahren	115
(2) Die Rundfunkaufsicht	119
(3) Die Konzentrationskontrolle	121
b) Die „KEK“	124
c) Die „KDLM“	125
4. Zusammenfassung	126

III. Das Wettbewerbsrecht	129
1. Zielsetzungen des GWB	130
a) Der Wettbewerbsbegriff des deutschen Kartellrechts	130
b) Der Begriff der Wettbewerbsbeschränkung	132
aa) Wettbewerbsbeschränkungen durch diskriminierendes Verhalten	133
bb) Wettbewerbsbeschränkungen durch rechtsgeschäftliche Verhaltensweisen	134
cc) Wettbewerbsbeschränkungen durch externes Wachstum	134
2. Anwendbarkeit des GWB	135
a) Anwendbarkeit des GWB auf die privaten Rundfunkanbieter	136
b) Anwendbarkeit des GWB auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	136
3. Die Kartellbehörden	138
a) Das Bundeskartellamt	138
aa) Die Struktur des Bundeskartellamtes	138
bb) Die Zuständigkeit des Bundeskartellamtes	139
b) Der Bundeswirtschaftsminister	140
c) Die Landeskartellbehörden	140
4. Das Verhältnis von Kartellrecht und Landesrundfunkrecht	141
b) Unterschiedlicher Regelungszweck	141
b) Regelungslücken des GWB	143
5. Zusammenfassung	144
D. Die Fusionskontrolle im Rundfunkbereich	147
I. Das Verhältnis zwischen Rundfunkrecht und Kartellrecht	148
II. Die Systematik des GWB	152
III. Anwendbarkeit des GWB im Rundfunkbereich	155
1. Werbe- und Verwertungstätigkeit	155
2. Beschaffungstätigkeit	156
3. Programmtätigkeit	156
4. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als Unternehmen im Sinne des GWB	158
a) Der Unternehmensbegriff des GWB	159
b) Die einzelnen Tätigkeitsfelder der Rundfunkanstalten als unternehmerische Betätigung im Sinne des GWB	161
IV. Die Fusionskontrolle nach dem GWB	165

1. Ziel der Fusionskontrolle des GWB	167
a) Internes Wachstum	167
b) Externes Wachstum	168
2. Aufgreifkriterien	168
a) Zusammenschlusstatbestand	169
aa) Vermögenserwerb	169
bb) Kontrollerwerb	171
cc) Anteilserwerb	173
dd) Sonstige Unternehmensverbindungen	175
b) Mehrfache Zusammenschlüsse	176
3. Toleranzklauseln	177
a) Bagatellumsatzklausel	177
b) Anschlussklausel	178
4. Eingreifkriterien	179
a) Sachliche Marktabgrenzung	180
aa) Fernsehzuschauermarkt	182
(1) Herrschende Auffassung	183
(2) Gegenauaffassung	183
(3) Vermittelnde Auffassung	184
(4) Gemeinsamer Zuschauermarkt	185
bb) Fernsehwerbemarkt	186
b) Räumliche Marktabgrenzung	187
5. Lizenz als Zusammenschluss im Sinne des GWB	188
a) Schwerpunktsetzung intermediärer Wettbewerb	189
b) Medienpolitische Instrumentalisierung	191
c) Marktzulassungskontrolle	191
d) Verfassungsrechtliche Bedenken	192
e) Zusammenfassung	194
6. Abgrenzung gegenüber der europäischen Fusionskontrolle	196
V. Die Konzentrationskontrolle nach dem Rundfunkstaatsvertrag	197
1. Allgemeine Regelungen des Rundfunkkonzentrationsrechtes	197
2. Materielle Entscheidungsvoraussetzungen	199
a) Die Einführung des Zuschaueranteilsmodells	200
b) Die Regelung des § 26 Abs. 1 RStV	203
c) Die Vermutungstatbestände in § 26 Abs. 2 RStV	205
aa) § 26 Abs. 2 Satz 1 RStV	206
bb) § 26 Abs. 2 Satz 2, 1. Alt. RStV	209
cc) § 26 Abs. 2 Satz 2, 2. Alt. RStV	214

dd) Bonusregelungen	216
d) Die Rechtsfolgen vorherrschender Meinungsmacht	218
E. Die Regulierung von Fusionen im Rundfunkbereich am Beispiel des gescheiterten Zusammenschlusses der Axel Springer AG mit der ProSiebenSat.1 Media AG	219
I. Sachverhalt	221
II. Die Entscheidung des Bundeskartellamtes	227
1. Der bundesweite Markt für Fernsehwerbung	228
2. Der bundesweite Lesermarkt für Straßenverkaufszeitungen	231
3. Der bundesweite Anzeigenmarkt für Zeitungen	233
4. Zusammenfassung	234
III. Die Entscheidungen der Zivilgerichte	235
1. Die Entscheidung des OLG Düsseldorf	235
a) Marktbeherrschende Stellung auf dem Fernsehwerbemarkt	236
b) Marktbeherrschende Stellung auf dem Lesermarkt für Straßenverkaufszeitungen	238
2. Die Entscheidung des Bundesgerichtshofs	239
IV. Bewertung der kartellrechtlichen Entscheidung	241
1. Die sachliche Marktabgrenzung	241
2. Die Möglichkeit marktübergreifender Werbemaßnahmen	243
3. Das wettbewerbslose Oligopol	248
4. Die Vermachtung der Wettbewerbsbeziehungen	250
V. Stellungnahme	253
VI. Die Entscheidung der KEK	255
1. § 26 Abs. 1 RStV als eigener Tatbestand	257
a) Wortlaut	257
b) Systematik	258
c) Sinn und Zweck	259
d) Entstehungsgeschichte	260
2. Die medienrelevanten verwandten Märkte	261
a) Einbeziehung verwandter Medienmärkte	263
aa) Suggestivkraft	264
bb) Breitenwirkung	264
cc) Aktualität	264
dd) Anwendung der Leistungsmerkmale	265
b) Tageszeitungen	265
c) Programmzeitschriften	267

d) Publikumszeitschriften	267
e) Anzeigenblätter	268
f) Onlineaktivitäten	268
g) Hörfunk	269
h) Sonstige medienrelevante verwandte Märkte	269
i) Zwischenergebnis	270
3. Vielfaltssichernde Umstände	270
4. Verhältnismäßigkeit der Versagung	272
5. Zusammenfassung	273
VII. Die Entscheidungen der Verwaltungsgerichte	276
1. Die Entscheidung des Bayrischen Verwaltungsgerichtshofs	276
a) Auslegung von § 26 RStV	276
b) Prüfungskompetenz der KEK	278
c) Berücksichtigung der Einzelfallumstände	278
d) Umrechnungsmethode	279
2. Die Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts	279
a) Beurteilungsspielraum	280
b) Ermessensfehler	281
F. Bewertung der rundfunkrechtlichen Konzentrationskontrolle	283
I. Entscheidungskompetenzen der Regulierungsbehörden	285
II. Entscheidungspraxis der KEK	290
1. Auslegung von § 26 Abs. 1 und 2 RStV	290
a) Auffassung der KEK	291
b) Gegenauffassung	294
c) Zusammenfassung	297
aa) Bewertung der qualitativen Auffassung	298
(1) Verfassungsrechtliche Vorgaben	298
(2) Der Wille des Gesetzgebers	301
(3) Ergebnis	305
bb) Bewertung der quantitativen Auffassung	306
cc) Vermittelnde Auffassung	308
dd) Stellungnahme	311
2. Die medienrelevanten verwandten Märkte	313
a) Abgrenzung der einzelnen Märkte	313
aa) Bestimmung der medienrelevanten verwandten Märkte	314
bb) Marktabgrenzung	317

b) Gesamtbeurteilung der Aktivitäten	319
aa) Marktanteile als Prüfungsindikator	320
bb) Umrechnung von Marktanteilen in imaginäre Zuschaueranteile	321
3. Eröffnung eines Beurteilungsspielraums	323
4. Bonusberechnung	325
5. Berücksichtigung besonderer Umstände	328
6. Zwischenergebnis	330
III. Kompetenzüberschreitung der KEK	332
IV. Widersprüchliche Entscheidungspraxis der KEK	335
V. Einbeziehung kartellrechtlicher Tatbestandsmerkmale	338
1. Zuschaueranteil und Marktanteil	338
2. Übernahme der Vermutungsregelung	340
3. Prinzip der Marktabgrenzung	341
4. Begriff der marktbeherrschenden Stellung	343
5. Stellungnahme	344
VI. Ergebnis	346
G. Lösungsansätze	349
I. Kompetenzänderung	349
1. Alleinige Kompetenz des Bundeskartellamts	350
2. Verwaltungskompetenz des Bundeskartellamts	350
II. Europäisches Medienkonzentrationsrecht	352
1. Plattformübergreifende Medienkonzentrationskontrolle	352
2. Stellungnahme	355
III. Erweiterung des Kartellrechtes	357
1. Einbeziehung der Medienmärkte	357
2. Berücksichtigung internen Wachstums	359
3. Erweiterung der Fusionskontrolle	361
a) Marktanteilsmodell	361
b) Berücksichtigung der verwandten Medienmärkte	362
c) Anpassung der Vermutungsregel	363
4. Umsetzung	364
IV. Resümee	367
Literaturverzeichnis	369