

Inhaltsübersicht

Vorwort	v
Inhaltsverzeichnis	IX
Kapitel 1: Einleitung	1
I. <i>Einführung und Zielsetzung</i>	1
II. <i>Auswahl der Vorschriften</i>	4
III. <i>Gang und Umfang der Untersuchung</i>	5
Kapitel 2: Geschäftliche Handlung	7
I. <i>Grundlagen</i>	7
II. <i>Private Medien</i>	10
III. <i>Öffentlich-rechtliche/staatliche Medien</i>	13
IV. <i>Ergebnis</i>	59
Kapitel 3: Tatbestand des § 3a UWG	63
I. <i>Rechtsvorschrift im Sinne des § 3a UWG</i>	63
II. <i>Marktverhaltensregelung</i>	90
III. <i>Auch im Interesse der Marktteilnehmer</i>	128
Kapitel 4: Kollision des Rechtsbruchtatbestands mit dem Fachrecht	211
I. <i>Grundlagen</i>	211
II. <i>Sanktionen bei Verstößen gegen das Presserecht</i>	216
III. <i>Sanktionen bei Verstößen gegen das Gebot der Staatsferne der Presse</i>	219
IV. <i>Sanktionen bei Verstößen gegen den MStV</i>	221
V. <i>Ergebnis</i>	245

Kapitel 5: Kategorisierung der medienrechtlichen Vorschriften	247
I. <i>Rezipienten-/Verbraucherschutz</i>	247
II. <i>Mitbewerberschutz</i>	252
III. <i>Ergebnis</i>	258
Kapitel 6: Thesen	259
I. <i>Zum Anwendungsbereich des UWG im medienrechtlichen Zusammenhang</i>	259
II. <i>Zum Rechtsbruchtatbestand im medienrechtlichen Zusammenhang</i>	260
III. <i>Zur Sanktionenkonkurrenz mit dem Medienrecht</i>	261
IV. <i>Zum Rechtsbruchtatbestand im Allgemeinen</i>	262
V. <i>Fazit</i>	263
Literaturverzeichnis	265
Sachregister	279

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	v
Inhaltsübersicht	vii
Kapitel 1: Einleitung	1
I. <i>Einführung und Zielsetzung</i>	1
II. <i>Auswahl der Vorschriften</i>	4
III. <i>Gang und Umfang der Untersuchung</i>	5
Kapitel 2: Geschäftliche Handlung	7
I. <i>Grundlagen</i>	7
1. Verhalten einer Person	8
2. Unternehmensförderung	8
3. Vor, bei und nach einem Geschäftsabschluss	9
4. Objektiver Zusammenhang	9
5. Zwischenergebnis	10
II. <i>Private Medien</i>	10
1. Presse	10
a) Grundsatz	11
b) Kennzeichnungspflicht	12
c) Impressumspflicht	12
2. Private Rundfunkveranstalter	13
3. Ergebnis	13
III. <i>Öffentlich-rechtliche/staatliche Medien</i>	13
1. Staatliche Publikationen	15
a) Entgeltliche Publikationen	16
b) Unentgeltliche Publikationen mit Anzeigenteil	16
c) Unentgeltliche Publikationen ohne Anzeigenteil	17
aa) Förderung des eigenen Unternehmens	17
bb) Förderung eines fremden Unternehmens	18
cc) Gesetzesüberschreitung begründet geschäftliche Handlung	20

(1) Rechtsprechung	20
(a) Rechtsprechung speziell zum Gebot der Staatsferne der Presse	20
(b) Rechtsprechung allgemein zum Verhalten der öffentlichen Hand	21
(c) Ergebnis	22
(2) Stellungnahme	22
(a) Schutzzweck des UWG	22
(b) Verallgemeinerung des Gedankens	25
dd) Ergebnis	28
d) Ergebnis	28
2. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten	30
a) Werbung	30
b) Kommerzielle Betätigungen	31
c) Programmauftrag	31
aa) Zu widerhandlung impliziert wirtschaftlichen Bezug	31
bb) Zu widerhandlung unabhängig von wirtschaftlichem Bezug	32
(1) Generell unternehmerisches Handeln der Rundfunkanstalten	33
(a) Aufmerksamkeit	33
(b) Rundfunkbeitrag	36
(aa) Mitgliedschaftsbeiträge in Vereinen	36
(bb) Beiträge zur gesetzlichen Krankenkasse	38
(cc) Ergebnis	39
(c) Entgelt für Werbung zugleich als Entgelt für das Programm	39
(d) Erhöhung der Zahlungsansprüche gegen die Werbekunden	40
(e) Ergebnis	41
(2) Auswirkungen auf den ökonomischen Wettbewerb	42
(a) Zur Begründung herangezogene und weitere Rechtsprechung	43
(aa) Urteile zu Auswirkungen des Handelns der öffentlichen Hand	44
(bb) Urteile speziell zu den öffentlich- rechtlichen Rundfunkanstalten	46
(cc) Sonstige Urteile zu Handlungen der öffentlichen Hand	46
(dd) Ergebnis	48
(b) Systematische Überlegungen	48
(aa) Marktstrukturkontrolle	48
(bb) Keine strengeren Anforderungen als an Private	49

(cc) Handlung zuungunsten eines fremden Unternehmens	49
(dd) Geschäftliche Handlung angesichts § 1 I UWG	53
(ee) Teleologische Extension des UWG im Lichte der Grundrechte	56
(c) Ergebnis	57
(3) Unternehmerisches Handeln bei Hinzutreten sonstiger Umstände	57
(4) Ergebnis	58
<i>IV. Ergebnis</i>	59
Kapitel 3: Tatbestand des § 3a UWG	63
<i>I. Rechtsvorschrift im Sinne des § 3a UWG</i>	63
1. Wettbewerbsrechtliche Grundlagen	63
2. LPG M-V, MStV	64
3. Gebot der Staatsferne der Presse	64
a) Ursprung des Gebots der Staatsferne der Presse	65
aa) Herleitungsansätze des BGH	65
(1) Einkauf-Aktuell-Entscheidung	65
(2) Crailsheimer-Stadtblatt-II-Entscheidung	66
(3) dortmund.de-Entscheidung	67
(4) Analyse	67
(a) BVerfGE 20, 162 – Spiegel	67
(b) BVerfGE 121, 30 – Zehntes Rundfunkfunkurteil	68
(c) Ergebnis	69
bb) Herleitungsansätze in der Literatur	71
cc) Betrachtung der herangezogenen Urteile	72
(1) BVerfGE 12, 205 – Erstes Rundfunkurteil	72
(2) BVerfGE 80, 124 – Postzustellungsdienst	73
(3) BVerfGE 136, 9 – Elftes Rundfunkurteil	73
(4) BVerfGE 66, 116 – Redaktionsschutz	73
(5) Ergebnis	74
dd) Ergebnis	75
b) Grundrechte als gesetzliche Vorschriften im Sinne des § 3a UWG	75
c) Anwendung auf Art. 5 I 2 GG	77
d) Folgen für das Wettbewerbsrecht	78
aa) Entgrenzung zwischen Generalklausel und Rechtsbruchtatbestand	78
bb) Mangelnde inhaltliche Bestimmtheit	83
cc) Quasigesetzgeberische Entscheidung	84
dd) Ausweitung der Schutzzwecke des UWG	87
ee) Grundrechte als Marktverhaltensregelungen privater Marktteilnehmer	88

e) Ergebnis	89
4. Ergebnis	89
<i>II. Marktverhaltensregelung</i>	90
1. Grundlagen	90
2. Impressumspflicht und Kennzeichnungspflicht nach dem LPG M-V	91
3. Gebot der Staatsferne der Presse	92
a) Rechtsprechung	92
b) Literatur	93
c) Vorläufige Würdigung	95
4. Vorschriften des MStV	99
a) Verbot presseähnlicher Telemedienangebote (§ 30 VII 1 MStV)	99
aa) Rechtsprechung	99
bb) Literatur	101
cc) Vorläufige Würdigung	102
b) Verbot von Druckwerken ohne Programmbezug (§ 27 I 2 MStV)	106
aa) Rechtsprechung	106
bb) Literatur	107
cc) Vorläufige Würdigung	108
c) Kommerzielle Tätigkeiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (§ 40 I MStV)	109
aa) Rechtsprechung	109
bb) Literatur	111
cc) Vorläufige Würdigung	112
d) Ergebnis	114
5. Sinnhaftigkeit der Unterscheidung zwischen Marktzutritts- und Marktverhaltensregelungen	115
a) Schlussfolgerungen aus der Rechtsprechung	115
b) Abgrenzung nach kartellrechtlichen Kriterien	119
c) Wettbewerbsrechtliche Friktionen der Unterscheidung	122
d) Conclusio: Alleinige Maßgeblichkeit des Schutzzwecks	124
6. Ergebnis	127
<i>III. Auch im Interesse der Marktteilnehmer</i>	128
1. Grundlagen	129
a) Geschützter Personenkreis	129
b) Geschützter Interessenkreis	129
aa) Geschützte Interessen der Mitbewerber	129
(1) Grundsätzliches	129
(2) Wettbewerbsrechtliche Relevanz von Konkurrentenschutz	131
(3) Konkurrenzschutz in Anlehnung an die Marktgefährdung	135
(4) Wettbewerbsrechtliche Irrelevanz wirtschaftspolitischer Zielsetzungen	138

(5) Ergebnis	141
bb) Geschützte Interessen der Verbraucher	141
(1) Literatur und Rechtsprechung	142
(2) Stellungnahme	144
(3) Ergebnis	146
c) Grundlagen zur Bestimmung des Schutzzwecks	146
d) Zusammenfassung	147
2. Schutzzweck der Vorschriften des LPG M-V	149
a) Impressumspflicht	150
aa) Rechtsprechung	150
bb) Literaturmeinungen	151
cc) Stellungnahme	151
(1) Schutzzweck zugunsten der Marktteilnehmer	152
(a) Wortlaut	152
(b) Systematik	153
(c) Gesetzesbegründung	155
(d) Hintergrund	156
(e) Zwischenergebnis	156
(2) Wettbewerbsrechtliche Relevanz	156
dd) Ergebnis	158
b) Kennzeichnungspflicht	159
aa) Rechtsprechung	159
bb) Literatur	160
cc) Stellungnahme	161
(1) Schutzzweck zugunsten der Marktteilnehmer	161
(a) Wortlaut	161
(b) Systematik	161
(c) Gesetzesbegründung	162
(2) Wettbewerbsrechtliche Relevanz	163
dd) Ergebnis	166
3. Schutzzweck des Gebots der Staatsferne der Presse	166
a) Rechtsprechung	167
b) Literatur	167
c) Stellungnahme	169
aa) Grundrechtliche Aspekte	170
bb) Wettbewerbsrechtliche Aspekte	174
(1) Schutz der Mitbewerber	174
(2) Schutz der Verbraucher	176
d) Zusammenfassung	179
4. Schutzzweck der Vorschriften des MStV	180
a) Verbot presseähnlicher Telemedienangebote (§ 30 VII 1 MStV)	180
aa) Rechtsprechung	181
bb) Literatur	182

cc) Stellungnahme	183
(1) Schutzzweck zugunsten der Marktteilnehmer	185
(a) Wortlaut	185
(b) Systematik	186
(c) Gesetzesbegründung	187
(d) Hintergrund	187
(e) Ergebnis	188
(2) Wettbewerbsrechtliche Relevanz	190
dd) Ergebnis	195
b) Verbot von Druckwerken ohne Programmbezug (§ 27 I 2 MStV)	196
aa) Rechtsprechung	196
bb) Literatur	197
cc) Stellungnahme	197
(1) Schutzzweck zugunsten der Marktteilnehmer	198
(2) Wettbewerbsrechtliche Relevanz	200
dd) Ergebnis	200
c) Kommerzielle Tätigkeiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (§ 40 I 3 MStV)	201
aa) Rechtsprechung	201
bb) Literatur	202
cc) Stellungnahme	202
(1) Schutzzweck zugunsten der Marktteilnehmer	203
(a) Wortlaut	203
(b) Systematik	203
(c) Gesetzesbegründung	204
(d) Hintergrund	205
(e) Ergebnis	206
(2) Wettbewerbsrechtliche Relevanz	206
(3) Ergebnis	208
d) Ergebnis	209
5. Ergebnis	210
 Kapitel 4: Kollision des Rechtsbruchtatbestands mit dem Fachrecht	211
<i>I. Grundlagen</i>	211
1. Alleinige Maßgeblichkeit behördlichen Ermessens	213
2. Abschließende Regelungen nach Rechtsprechung und Literatur	214
3. Schlussfolgerungen	216
<i>II. Sanktionen bei Verstößen gegen das Presserecht</i>	216
1. Sanktionen nach LPG M-V	216
2. Presserat	217
3. Abweichende Bewertung im Lichte des Art. 5 I 2 GG	217

4.	Positiva privater Rechtsdurchsetzung des Landespressegesetzes	218
5.	Ergebnis	218
<i>III.</i>	<i>Sanktionen bei Verstößen gegen das Gebot der Staatsferne der Presse</i>	219
1.	Gemeindliche/städtische Publikationen	219
2.	Sonstige Publikationen staatlichen Ursprungs	220
3.	Schlussfolgerungen	220
<i>IV.</i>	<i>Sanktionen bei Verstößen gegen den MStV</i>	221
1.	Sanktionsmechanismen gegenüber öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	222
a)	Anstaltsinterne Kontrolle	223
b)	Staatsaufsicht	224
aa)	Subsidiarität	224
bb)	Aufsichtsmaßstab und Aufsichtsmittel	225
c)	Konsequenzen für die Anwendung des Rechtsbruchtatbestands	228
aa)	Subsidiaritätsgrundsatz und Kontrolle durch den Rundfunkrat	229
(1)	Subsidiaritätsgrundsatz	229
(2)	Kontrolle durch den Rundfunkrat	232
(3)	Praktische Erwägungen	232
(4)	Ergebnis	233
bb)	Staatliche Rechtsaufsicht	233
(1)	Opportunitätsprinzip	233
(2)	Aufsichtsmittel und Aufsichtsmaßstab	234
d)	Ergebnis	236
e)	Exkurs: Auswirkungen von Genehmigungen und Verfahren nach dem MStV	236
aa)	Drei-Stufen-Test/Schlichtungsstelle	236
(1)	Genehmigung im Rahmen des Drei-Stufen-Tests	237
(2)	Schlichtungsstelle für presseähnliche Telemedien	238
bb)	Genehmigung kommerzieller Betätigungen	239
cc)	Ergebnis	240
f)	Ergebnis	241
2.	Sanktionsmechanismen gegenüber privaten Rundfunkveranstaltern	241
a)	Aufsicht durch die Landesmedienanstalt	241
b)	Staatliche Rechtsaufsicht über die Landesmedienanstalt	242
c)	Konsequenzen für die Anwendung des Rechtsbruchtatbestands	243
d)	Ergebnis	244
3.	Schlussfolgerung	244
<i>V.</i>	<i>Ergebnis</i>	245

Kapitel 5: Kategorisierung der medienrechtlichen Vorschriften	247
I. Rezipienten-/Verbraucherschutz	247
1. Ambivalente/kongruente Schutzzwecke	247
2. Divergierende Schutzzwecke	250
3. Schlussfolgerung	251
II. Mitbewerberschutz	252
1. Wettbewerbsrechtlich irrelevanter Mitbewerberschutz	252
2. Wettbewerbsrechtlich relevanter Mitbewerberschutz	255
3. Schlussfolgerungen	257
III. Ergebnis	258
Kapitel 6: Thesen	259
I. Zum Anwendungsbereich des UWG im medienrechtlichen Zusammenhang	259
II. Zum Rechtsbruchtatbestand im medienrechtlichen Zusammenhang	260
III. Zur Sanktionenkonkurrenz mit dem Medienrecht	261
IV. Zum Rechtsbruchtatbestand im Allgemeinen	262
V. Fazit	263
Literaturverzeichnis	265
Sachregister	279