

# Inhaltsübersicht

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

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

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsübersicht .....	VII
Kapitel 1: Einleitung .....	1
I. Einführung und Zielsetzung .....	1
II. Auswahl der Vorschriften .....	4
III. Gang und Umfang der Untersuchung .....	5
Kapitel 2: Geschäftliche Handlung .....	7
I. Grundlagen .....	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. Private Medien .....	10
1. Presse .....	10
a) Grundsatz .....	11
b) Kennzeichnungspflicht .....	12
c) Impressumspflicht .....	12
2. Private Rundfunkveranstalter .....	13
3. Ergebnis .....	13
III. Öffentlich-rechtliche/staatliche Medien .....	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) Zuwiderhandlung impliziert wirtschaftlichen Bezug .....	31
bb) Zuwiderhandlung 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
IV. Ergebnis .....	59
Kapitel 3: Tatbestand des § 3a UWG .....	63
I. Rechtsvorschrift im Sinne des § 3a UWG .....	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 Rundfunkurteil ...	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 – Elfte 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. Grundlagen .....	211
1. Alleinige Maßgeblichkeit behördlichen Ermessens .....	213
2. Abschließende Regelungen nach Rechtsprechung und Literatur ...	214
3. Schlussfolgerungen .....	216
II. Sanktionen bei Verstößen gegen das Presserecht .....	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. 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. 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. Ergebnis</i> . . . . .	245

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