

Inhaltsübersicht

Erster Teil: Medienrecht als Rechtsdisziplin

§ 1 Medienrecht als Recht der Massenkommunikation	1
§ 2 Gegenstandsbereiche des Medienrechts.....	19

Zweiter Teil: Allgemeine Grundlagen

1. Abschnitt: Europa- und verfassungsrechtliche Grundlagen.....	43
§ 3 Europäisches Medienrecht	44
§ 4 Die Kommunikationsfreiheitsrechte des Grundgesetzes.....	61
2. Abschnitt: Regelungsziele und Rechtsgrundätze	115
§ 5 Regelungsziele des Medienrechts	115
§ 6 Rechtsgrundsätze des Medienrechts	127

Dritter Teil: Besondere Regelungsbereiche

1. Abschnitt: Medienmärkte und -wettbewerb	172
§ 7 Marktordnung durch Regulierungsrecht	173
§ 8 Marktordnung durch Medienkartellrecht	194
§ 9 Marktordnung durch Allgemeines Kartellrecht	200
2. Abschnitt: Zulassung und Organisation von Medienunternehmen	209
§ 10 Zulassung von Medienunternehmen	209
§ 11 Innere Ordnung von Medienunternehmen	219

VIII Inhaltsübersicht

3. Abschnitt: Medienerzeugnisse – Schutz, Herstellung, Werbung und Vertrieb	233
§ 12 Urheber- und Markenrechtsschutz	233
§ 13 Rechtsregeln für die Herstellung von Medienerzeugnissen	261
§ 14 Rechtsregeln für den Vertrieb von Medienerzeugnissen	266
§ 15 Rechtsregeln für Werbung	287
4. Abschnitt: Individualrechtsgüterschutz	307
§ 16 Rechtsgüterschutz	307
§ 17 Pflichtenbindung	351
§ 18 Haftung und Verantwortlichkeit	364
§ 19 Rechtsbehelfe	379
5. Abschnitt: Schutz von Interessen der Allgemeinheit	419
§ 20 Mediendatenschutz	419
§ 21 Jugendmedienschutz	428
§ 22 Medienbezogenes Strafrecht	436
§ 23 Medienbezogenes Strafverfahrensrecht	454
6. Abschnitt: Transparenz des Medienangebots	469
§ 24 Impressumspflicht	469
§ 25 Publizitäts- und Kenzeichnungspflichten	479
§ 26 Archivierungspflichten	485
7. Abschnitt: Medienaufsicht	489
§ 27 Legitimation, Aufgaben und Abgrenzung	489
§ 28 Aufsichts- und Kontrollregeln	492

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Abkürzungsverzeichnis	XXIII

Erster Teil: Medienrecht als Rechtsdisziplin

§ 1 Medienrecht als Recht der Massenkommunikation	1
A. Medienrecht als Querschnittsdisziplin	1
B. Vom „Recht der Medien“ zum „Medienrecht“	5
C. Massenkommunikation als Regelungsgegenstand des Medienrechts	9
D. Massen- und Individualkommunikation	14
I. Eigenarten und Erscheinungsformen	14
II. Fortdauernde Bedeutung der Unterscheidung von Massen- und Individualkommunikation	17
§ 2 Gegenstandsbereiche des Medienrechts	19
A. Presse	20
B. Rundfunk	21
C. Film	26
D. Telemedien, Telemediendienste	27
E. Exkurs: Telekommunikation	30
I. Rechtsbegriff der Telekommunikation	30
II. Entwicklung und Grundzüge des Telekommunikationsrechts	31
F. Einordnung ausgewählter Dienste	35
I. Sprachvermittelnde Dienste	36
II. Bild- und Tonübertragende Dienste	37
1. Handy-TV	37
2. Video-on-demand	38
3. Web-casting	39
4. Live-streaming	39

III. Textübertragende Dienste	40
IV. User Generated Content	40
V. Kommunikationsplattformen in virtuellen Welten	42

Zweiter Teil: Allgemeine Grundlagen

1. Abschnitt: Europa- und verfassungsrechtliche Grundlagen	43
--	----

§ 3 Europäisches Medienrecht	44
------------------------------------	----

A. Grundlagen	44
B. Primärrecht.....	47
I. Dienstleistungsfreiheit, Art. 49 – 55 EGV	47
II. Zoll- und Warenverkehrsfreiheit, Art. 23 – 31 EGV	49
III. Wettbewerbsrecht, Art. 81, 82 EGV	51
IV. Rechtstellung öffentlicher Unternehmen, Art. 86 EGV	51
V. Staatliche Beihilfen, Art. 87 - 89 EGV.....	52
VI. Kulturauftrag nach Art. 151 EGV	54
C. Sekundärrecht	54
I. Kommunikationsinfrastruktur-Richtlinien.....	55
II. Inhalte-Richtlinien	57
1. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste	58
2. Richtlinien zum elektronischen Geschäftsverkehr.....	60
3. Datenschutzrichtlinie	60

§ 4 Die Kommunikationsfreiheitsrechte des Grundgesetzes.....	61
--	----

A. Grundlagen	61
B. Meinungs- und Informationsfreiheit	65
I. Meinungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 S. 1 Hs. 1 GG)	65
II. Informationsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 S. 1 Hs. 2 GG)	73
C. Medienfreiheiten (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG)	75
I. Pressefreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2, 1. Alt. GG).....	75
1. Abwehrrechtliche Dimension	75
2. Institutsgarantie und objektiv-rechtliche Dimension	79
II. Freiheit der Rundfunkberichterstattung (Art. 5 Abs. 1 Satz 2,	
2. Alt. GG)	83
1. Die Rundfunkurteile des BVerfG	83
2. Strukturmerkmale der Rundfunkfreiheit.....	88
a) Staatsfreiheit des Rundfunks.....	88
b) Erforderlichkeit einer „positiven Ordnung“	89
c) Bindung an den Parlamentsvorbehalt.....	91
3. Duale Rundfunkordnung	91
a) Rundfunkfreiheit öffentlich-rechtlicher Veranstalter	92
b) Rundfunkfreiheit privater Veranstalter	94
4. Rundfunkbegriff und gegenständlicher Schutzbereich	97
5. Persönlicher Schutzbereich.....	100
III. Freiheit der Filmberichterstattung (Art. 5 Abs. 1 S. 2, 3. Alt. GG)....	101

D. Die Schranken der Kommunikationsfreiheitsrechte.....	102
I. Die Unterscheidung von Ausgestaltung und Beschränkung	103
II. Die Schranken des Art. 5 Abs. 2 GG	104
III. Das Zensurverbot des Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG.....	108
IV. Verfassungsimmanente Schranken	110
E. Exkurs: Art. 10 EMRK	110
I. Verhältnis zum nationalen Recht	111
II. Sachlicher und persönlicher Schutzbereich	112
III. Schranken	113
2. Abschnitt: Regelungsziele und Rechtsgrundsätze	115
§ 5 Regelungsziele des Medienrechts	115
A. Kommunikationsbezogene Regelungsziele.....	116
I. Gewährleistung einer Kommunikationsinfrastruktur	116
II. Öffnung des Zugangs und Gewährleistung chancengleichen Zugangs zur Kommunikationsinfrastruktur.....	117
III. Gewährleistung publizistischer Vielfalt	119
IV. Förderung der Qualität von Medienangeboten.....	120
V. Gewährleistung von Rezipientenschutz.....	120
VI. Gewährleistung kultureller Identität.....	121
B. Nicht-kommunikationsbezogene Regelungsziele	122
I. Gewährleistung von Persönlichkeitsschutz	122
II. Gewährleistung von Jugendmedienschutz	123
III. Gewährleistung des Schutzes geistigen Eigentums	124
IV. Gewährleistung von Konsumentenschutz	126
§ 6 Rechtsgrundsätze des Medienrechts	127
A. Massenmedien privilegierende Rechtsgrundsätze	127
I. Gewährleistung von Informationsfreiheit	128
1. Medienrechtliche Informationsansprüche	128
2. Auskunftsansprüche gegenüber Privaten, Zutrittsrechte zu privaten Veranstaltungen	133
3. Recht auf Berichterstattung.....	135
a) Recht auf Kurzberichterstattung.....	136
b) Recht auf Übertragung von Großereignissen	138
c) Wirksamkeitsschranken von Exklusivverträgen	139
4. Wahrnehmung berechtigter Interessen.....	140
II. Gewährleistung der Kommunikationsfreiheit.....	142
1. Schutz vor staatlicher Einflussnahme	142
a) Zensurverbot	142
b) Zeugnisverweigerungsrecht	144
c) Beschlagnahme- und Durchsuchungsverbote.....	145
2. Schutz vor fremder, nicht-staatlicher Einflussnahme	147
a) Schutz des Redaktionsgeheimnisses	147
b) Tendenzschutz.....	149

3. Privilegien im Urheberrecht.....	150
4. Sonderregelungen des Datenschutzes	151
5. Privilegien im Wettbewerbsrecht.....	152
B. Massenmedien verpflichtende Rechtsgrundsätze.....	153
I. Pflichten im Allgemeininteresse	153
1. Öffentliche Aufgabe	153
2. Wahrheits- und Sorgfaltspflicht.....	154
3. Vielfaltsicherung.....	158
a) Vielfaltsicherung durch Wirtschafts- oder Medienrecht	158
b) Binnenplurales oder außenplurales Modell.....	162
4. Inhaltsbindungen	163
5. Trennung von Werbung und redaktioneller Berichterstattung.....	165
6. Produktionsquoten	167
7. Versorgungspflichten.....	168
8. Verlautbarungen Dritter, Verhalten bei Wahlwerbung.....	169
II. Pflichten im Individualinteresse	169
III. Ordnungsrecht der Massenmedien	169
1. Sog. Impressumspflicht	169
2. Publizitätspflichten	170
3. Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflichten	170

Dritter Teil: Besondere Regelungsbereiche

1. Abschnitt: Medienmärkte und -wettbewerb.....	172
--	------------

§ 7 Marktordnung durch Regulierungsrecht.....	173
A. Regulierung der Telekommunikationswirtschaft.....	174
B. Marktregulierung nach dem TKG	177
I. Überblick	177
II. Verfahren der Marktregulierung.....	178
1. Grundsätze	178
2. Marktabgrenzung.....	179
3. Marktanalyse	180
III. Netzzugangsregulierung.....	182
1. Übersicht.....	182
2. Netzzugang nach den §§ 21 ff. TKG	183
a) Grundsätze	183
b) Einzelne, ausgewählte Zugangsverpflichtungen	186
aa) Netzzusammenschaltung	186
bb) Roaming	187
cc) Zugang zur Teilnehmeranschlussleitung	187
dd) Zugang zu Mietleitungen.....	188
ee) Breitbandzugang und Bitstream Access	188
ff) Netzzugang durch Resale	189
2. Betreiberauswahl nach § 40 TKG.....	190
3. Mietleitungen für Endkunden	191

IV. Entgeltregulierung	191
1. Genehmigungsmaßstäbe	192
a) Maßstäbe genehmigungspflichtiger Entgelte	192
b) Allgemeine Maßstäbe der Entgeltregulierung.....	193
2. Verfahren der Entgeltregulierung	193
§ 8 Marktordnung durch Medienkartellrecht	194
A. Konzeption der Vielfaltsicherung im Rundfunksektor	195
B. Vielfaltsicherung nach den §§ 25 ff. RStV	197
I. Sicherung publizistischen Wettbewerbs	197
II. Verbot vorherrschender Meinungsmacht.....	197
§ 9 Marktordnung durch Allgemeines Kartellrecht.....	200
A. Grundsätze	201
B. Medienbezogene Anwendung des Allgemeinen Kartellrechts.....	201
I. Kartellkontrolle	202
II. Missbrauchskontrolle.....	204
III. Zusammenschlusskontrolle	205
C. Preisbindung bei Verlagserzeugnissen.....	206
2. Abschnitt: Zulassung und Organisation von Medienunternehmen	209
§ 10 Zulassung von Medienunternehmen.....	209
A. Grundsatz der Zulassungsfreiheit.....	210
B. Zugang zur Telekommunikation	211
C. Zugang zum Rundfunk.....	212
I. Veranstaltung öffentlich-rechtlichen Rundfunks	213
II. Zulassungspflichtiger Zugang zum privaten Rundfunk.....	215
1. Persönliche Zulassungsvoraussetzungen	216
2. Sachliche Zulassungsvoraussetzungen	217
a) Vielfaltsicherung im bundesweiten Fernsehen.....	217
b) Vielfaltsicherung im Hörfunk und im Lokalfernsehen	218
III. Vereinfachter bzw. zulassungsfreier Zugang zum Rundfunk.....	218
§ 11 Innere Ordnung von Medienunternehmen	219
A. Grundlagen.....	220
B. Individualarbeitsrecht im Medienunternehmen.....	222
I. Ausgestaltung des Beschäftigungsverhältnisses	222
II. Tendenzschutz und Loyalitätspflicht	224
III. Schutz der Gewissensfreiheit des Medienmitarbeiters	227
IV. Freistellung des Medienmitarbeiters von Ansprüchen Dritter	227
V. Tendenzschutz und Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses.....	228
C. Kollektives Arbeitsrecht im Medienunternehmen.....	228
I. Betriebliche Mitbestimmung.....	228
II. Unternehmensmitbestimmung	230
D. Arbeitskampf und Tarifvertrag im Medienunternehmen	230

3. Abschnitt: Medienerzeugnisse – Schutz, Herstellung, Werbung und Vertrieb	233
§ 12 Urheber- und Markenrechtsschutz.....	233
A. Urheberrechtlicher Werkschutz des Medienschaffens	234
I. Schutzgegenstand.....	235
II. Schutzhinhaber	237
III. Schutzinhalt.....	238
1. Urheberpersönlichkeitsrecht	238
2. Verwertungsrechte.....	240
a) Körperliche Verwertung.....	241
b) Unkörperliche Verwertung	243
IV. Schutzschränken	244
V. Vergütungsansprüche	247
VI. Nutzungsrechte, Urhebervertragsrecht.....	248
B. Urheberrechtliche Leistungsschutzrechte	251
C. Verwertungsgesellschaften im Medienurheberrecht	253
D. Marken- und Kennzeichenschutz.....	255
I. Titelschutz.....	255
1. Entstehen des Titelschutzes	255
2. Schutzhinhaber	257
3. Schutzinhalt	257
4. Übertragung von Titelrechten.....	258
II. Markenrecht.....	258
1. Entstehen des Markenschutzes	258
2. Schutzhinhaber	259
3. Schutzinhalt	259
4. Übertragung von Markenrechten	261
§ 13 Rechtsregeln für die Herstellung von Medienerzeugnissen	261
A. Organisationsverträge	262
I. Kooperationsverträge	262
II. Auftragsproduktion.....	264
B. Finanzierungsverträge	265
C. Realisationsverträge	265
§ 14 Rechtsregeln für den Vertrieb von Medienerzeugnissen	266
A. Vertrieb von Verlagserzeugnissen	267
I. Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenhandel.....	267
II. Presse-Grosso-Vertrieb.....	268
III. Zeitungskauf und Abonnement	270
IV. Online-Absatz	271
V. Verlagsrechtliche Grundlagen	271
B. Film	272
C. Rundfunk (und vergleichbare Telemedien).....	274
I. Programmvertrieb, Rundfunkübertragung	275

1. Technisch-wirtschaftliche Grundlagen der rechtlichen Ordnung	275
2. Rechtlicher Ordnungsrahmen	276
3. Regelungsgrundsätze des TKG	278
4. Regelungsgrundsätze des allgemeinen Kartellrechts	279
5. Ausgewählte Regulierungsbereiche.....	279
II. Werbezeitenvertrieb.....	280
D. Musik	281
E. Fotos	283
F. Computerspiele	284
G. Onlinevertrieb	284
§ 15 Rechtsregeln für Werbung	287
A. Allgemeines Wettbewerbsrecht	288
I. Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb.....	288
1. Grundzüge.....	288
2. Telefon-, e-mail- und Faxwerbung	291
II. Verordnung zur Regelung der Preisangaben	292
B. Medienspezifisches Werberecht.....	292
I. Grundsatz der Trennung von Werbung und sonstigen Medieninhalten .293	293
1. Screen Splitting.....	293
2. Product Placement, Schleichwerbung.....	294
3. Virtuelle Werbung	297
4. Sponsoring	298
5. Bartering	300
6. Medienverbund	300
7. Merchandising	301
II. Rundfunkwerberecht	302
1. Gemeinsame Rechtsregeln für den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk	302
2. Werberegeln für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk	303
3. Besondere Regeln für den privaten Rundfunk	304
4. Abschnitt: Individualrechtsgüterschutz	307
§ 16 Rechtsgüterschutz.....	307
A. Schutz des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts	308
B. Spezialgesetzlich geregelte Persönlichkeitsrechte	309
I. Schutz der Ehre	309
1. Ehrbegriff und Ehrträger.....	310
2. Gesetzesystematik	311
3. Die Tatbestände der Ehrverletzung.....	312
a) Verleumdung.....	312
b) Üble Nachrede	313
c) Beleidigung	314
d) Politische üble Nachrede.....	316
e) Verunglimpfung des Andenkens Verstorbener	316

f) Beleidigung ausländischer Staatspersonen	316
4. Rechtswidrigkeit und Wahrnehmung berechtigter Interessen	317
II. Der Bildnisschutz	319
1. Gesetzliche Grundlagen im KUG und StGB	320
2. Gegenstand und Umfang	321
a) Bildnis	321
b) Bildnisherstellung	321
c) Gesetzliche Fotografierverbote	322
d) Bildnisveröffentlichung	323
aa) Veröffentlichtes Bildnis	324
bb) Einwilligung nach § 22 Satz 1 KUG	324
cc) Abbildungsfreiheit nach § 23 Abs. 1 KUG	325
dd) Verletzung berechtigter Interessen des Abgebildeten	328
ee) Ausnahmen im öffentlichen Interesse	330
III. Der Schutz des gesprochenen Wortes	330
IV. Namens- und Kennzeichenschutz	332
1. Bürgerlich-rechtlicher Namensschutz	332
2. Domain-Namensschutz	332
3. Kennzeichenschutz nach dem MarkenG	334
C. Rechtsfortbildend anerkannte Persönlichkeitsrechte	336
I. Gegenstandsbereich	336
1. Intimsphäre	336
2. Privatsphäre	337
3. Sozialsphäre	338
II. Ausprägungen	339
1. Autonome Festlegung des sozialen Geltungsanspruchs	339
2. Schutz des Lebens- und Charakterbildes	342
3. Schutz der informationellen Selbstbestimmung	342
4. Schutz gegen ungewollte Kommerzialisierung	343
5. Das sog. IT-Grundrecht	344
IV. Postmortaler Persönlichkeitsschutz	344
D. Schutz des Rechts am Unternehmen	346
I. Grundlagen	346
II. Schutzworaussetzungen	347
1. Eingerichteter und ausgeübter Gewerbetrieb	347
2. Betriebsbezogener Eingriff	347
3. Rechtswidrigkeit	348
III. Ausgewählte Schutzbereiche	349
1. Betriebsinterna	349
2. Produkt- und Unternehmenskritik	350
3. Testberichterstattung, Marktforschungsstudien	350
§ 17 Pflichtenbindung	351
A. Pflichtenbindung bei der Medienberichterstattung	352
I. Publizistische Wahrheits- und Sorgfaltspflicht	352
II. Pflichtenumfang	354

III. Pflichtenträger	355
B. Pflichtenbindung bei der Medienrecherche.....	357
I. Grundsätze	357
II. Unzulässige Recherchemethoden und -mittel.....	359
1. Strafrechtliche Verbotsnormen	359
2. Zivilrechtliche Pflichtenbindung	360
III. Gegenständliche Grenzen der Recherchetätigkeit.....	361
1. Räumlich-gegenständliche Grenzen	361
2. Sachbereichsbezogene Grenzen	363
§ 18 Haftung und Verantwortlichkeit.....	364
A. Medienrechtliche Verbreiterhaftung	364
B. Sonderregeln für das Internet	367
I. Rechtsentwicklung	367
II. Rechtslage nach dem TMG	368
1. Grundsätze	368
2. Haftung und Verantwortlichkeit für eigene Informationen.....	370
3. Haftung und Verantwortlichkeit für fremde Informationen.....	370
a) Grundregeln des TMG	370
b) Störerhaftung von Host- und Access-Provider.....	372
c) Täterschaftliche Haftung von Host- und Access-Provider	373
d) Haftung des Forenbetreibers und ähnlicher Diensteanbieter.....	373
4. Haftung für Links.....	375
C. Haftungsprivilegien.....	376
I. Haftung der Presse für Anzeigenveröffentlichungen	377
II. Presseprivileg des § 9 S.2 UWG.....	377
III. Medienprivilegierung im ProdHG.....	378
§ 19 Rechtsbehelfe	379
A. Der Gegendarstellungsanspruch	379
I. Rechtsnatur und Bedeutung	379
II. Rechtsgrundlagen	381
III. Anspruchsvoraussetzungen	382
1. Anspruchsberechtigung	382
2. Materielle Voraussetzungen.....	383
a) Veröffentlichung	383
b) Tatsachenbehauptung.....	384
c) Fehlen von Ausschlussgründen	385
d) Form- und inhaltsgerechte Gegendarstellung	387
e) Zuleitung des Veröffentlichungsverlangens	389
IV. Die Veröffentlichungspflicht	390
V. Durchsetzung des Gegendarstellungsanspruchs	391
VI. Verhältnis zu anderen Ansprüchen	392
B. Der Unterlassungsanspruch.....	393
I. Anspruchsgrundlage	394
II. Anspruchsvoraussetzungen.....	394

XVIII Inhaltsverzeichnis

1. Anspruchsberechtigte	394
2. Anspruchsverpflichtete	395
3. Widerrechtlichkeit der Störung.....	395
4. Begehrungsgefahr	396
5. Mehrdeutige und verdeckte Behauptungen.....	397
6. Prozessuale Durchsetzung	397
C. Der Berichtigungs-/Widerrufsanspruch	399
I. Anspruchsgrundlage	400
II. Anspruchsvoraussetzungen	400
1. Unwahre Tatsachenbehauptung	400
2. Fortdauernde rechtswidrige Beeinträchtigung	401
3. Erforderlichkeit.....	402
III. Die Berichtigungserklärung	402
IV. Durchsetzung des Berichtigungsanspruchs	403
D. Der Schadenersatzanspruch	403
E. Die Geldentschädigung	406
I. Entwicklung und dogmatische Herleitung	406
II. Anspruchsvoraussetzungen	408
1. Schwere Persönlichkeitsrechtsverletzung	408
2. Unabwendbares Bedürfnis für eine Entschädigung	409
3. Schweres Verschulden des Verletzers	409
4. Kein anderer Ausgleich möglich	410
III. Höhe der Geldentschädigung	410
F. Der Herausgabeanspruch.....	411
G. Der Rückrufanspruch	412
I. Grundlagen und Bedeutung	412
II. Voraussetzungen.....	413
1. Schwere Verletzung des Persönlichkeitsrechts	413
2. Interessenabwägung.....	414
3. Versagen der hergebrachten Rechtsbehelfe des Persönlichkeitsschutzes	415
4. Unabhängigkeit vom Rückgabeanspruch.....	415
III. Gegenstand des Rückrufs	416
IV. Verschuldensunabhängigkeit	416
V. Anspruchsgegner.....	416
VI. Reichweite und Inhalt der Rückrufverpflichtung.....	417
H. Hilfsansprüche	417
5. Abschnitt: Schutz von Interessen der Allgemeinheit.....	419
§ 20 Mediendatenschutz.....	419
A. Rechtliche Anforderungen	420
I. Rechtsgrundlagen.....	420
II. Schutzgegenstand	420
III. Schutzgrundsätze.....	422
1. Überblick	422

2. Erlaubnistratbestände des BDSG	422
a) Einwilligung.....	422
b) Sondergesetzliche Erlaubnistratbestände	423
c) Erlaubter Umgang mit Vertragsdaten.....	423
d) Erlaubter Umgang mit allgemein zugänglichen Daten	424
e) Erlaubnis bei überwiegendem Unternehmensinteresse	424
B. Rechtschutzgrundsätze	425
I. Rechte des Betroffenen	425
1. Informationsansprüche.....	425
2. Anspruch auf Berichtigung, Löschung und Sperrung.....	426
3. Widerspruchsrecht	426
4. Datenschutzrechtlicher Schadenersatzanspruch.....	426
II. Sonstige Sanktionen.....	427
III. Kontrolle durch den betrieblichen Datenschutzbeauftragten.....	427
§ 21 Jugendmedienschutz	428
A. Übersicht.....	428
B. Kernregelungen des JMStV	430
I. Anwendungsbereich.....	430
II. Das dreistufige Schutzsystem	431
C. Kernregelungen des JuSchG	433
I. Anwendungsbereich.....	433
II. Schutzregeln	434
D. Erschwerung des Zugang zu kinderpornographischen Inhalten.....	435
§ 22 Medienbezogenes Strafrecht.....	436
A. Das Strafgesetzbuch.....	436
I. Straftaten gegen die öffentliche Ordnung	437
II. Der Schutz des persönlichen Lebens- und Geheimbereichs,	
§§ 201 ff. StGB	443
III. Sonstige Straftatbestände des StGB	446
B. Vorschriften des Neben- und Sonderstrafrechts	448
I. Stasi-Unterlagen-Gesetz (StUG).....	448
II. § 33 KUG	450
III. §§ 106 ff. UrhG	450
IV. Gesetz über den Wertpapierhandel (WpHG)	451
V. Sonderstrafrecht der Presse	451
VI. Sonderregelungen im Bereich des Rundfunks	454
§ 23 Medienbezogenes Strafverfahrensrecht	454
A. Das publizistische Zeugnisverweigerungsrecht (§ 53 StPO)	455
I. Aufgabe und Bedeutung.....	455
II. Träger des Rechts	456
III. Inhalt des Zeugnisverweigerungsrechts.....	457
B. Beschlagnahme- und Durchsuchungsverbote.....	459
I. Beschlagnahme zu Beweiszwecken, §§ 94 – 98 StPO	460

II. „Auflagenbeschlagnahme“ zur Einziehung, §§ 111m, 111n StPO.....	462
III. Durchsuchungen, §§ 102 ff. StPO.....	464
C. Sonstige Zugriffsmöglichkeiten.....	465
6. Abschnitt: Transparenz des Medienangebots.....	469
§ 24 Impressumspflichten	469
A. Allgemeines	469
B. Inhaltsbezogene Impressumspflichten	470
I. Allgemeine Impressumspflichten	470
1. Adressaten	470
2. Inhalt der Impressumspflicht	471
II. Erweiterte Impressumspflichten	472
1. Adressaten	472
2. Inhalt der erweiterten Impressumspflicht	473
a) Verantwortlicher (Redakteur)	473
b) Verantwortlicher für den Anzeigenteil.....	475
c) Impressum bei Übernahme fertiger Teile.....	475
d) Offenlegung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse.....	476
C. Wirtschaftsbezogene Impressumspflichten.....	476
I. Adressaten.....	476
II. Inhalt der wirtschaftsbezogenen Impressumspflichten.....	477
D. Durchsetzung	478
§ 25 Publizitäts- und Kennzeichnungspflichten.....	479
A. Kennzeichnung kommerzieller Kommunikation	479
I. Allgemeines	479
II. Pressegesetzliche Kennzeichnungspflicht	480
III. Kennzeichnungspflicht bei Telemedien	482
IV. Durchsetzung	484
B. Publizitätspflichten nach dem RStV	485
§ 26 Archivierungspflichten	485
A. Die Abgabe von Pflichtexemplaren	485
B. Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflichten.....	486
7. Abschnitt: Medilenaufsicht.....	489
§ 27 Legitimation, Aufgaben und Abgrenzung.....	489
A. Legitimation staatlicher Aufsichtstätigkeit	489
B. Aufgaben und Abgrenzung	489
§ 28 Aufsichts- und Kontrollregeln.....	492
A. Freiwillige Selbstkontrolle.....	492
I. Der Presserat	493
II. Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft	494

B. Co-Regulierung	495
I. Jugendschutz	495
II. Datenschutz	497
C. Regulierung	498
I. Aufnahmeeüberwachung	498
1. Telekommunikation	498
2. Rundfunk	499
II. Ausübungüberwachung	500
1. Staatliche Ausübungüberwachung	501
a) Infrastruktur	501
b) Jugendschutz (Trägermedien und Bildträger)	502
c) Datenschutz	503
d) Kundenschutz	504
e) Telemedien	504
2. Staatsfreie Ausübungüberwachung	505
a) Medienintern	505
b) Medienextern	507
D. Staatsaufsicht	508
Sachverzeichnis.....	511