

Medienrecht

v. Lewinski

2020

ISBN 978-3-406-75808-9

C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Kurzlehrbücher
für das juristische Studium

v. Lewinski
Medienrecht



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Medienrecht

Ein Studienbuch

von

Kai v. Lewinski

o. Professor an der Universität Passau

2020

The logo for beck-shop.de features three red circles of varying sizes above the text. The text 'beck-shop.de' is in a large, bold, red sans-serif font. Below it, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps sans-serif font.
beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



Zitiervorschlag: v. Lewinski, MedienR, § 5, Rn. 10

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

www.beck.de

ISBN Print 978 3 406 75808 9

ISBN E-Book 978 3 406 76576 6

© 2020 Verlag C.H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
Druck und Bindung: Druckhaus Nomos
In den Lissen 12, 76547 Sinzheim

Satz: Jung Crossmedia Publishing GmbH
Gewerbestraße 17, 35633 Lahnau

Umschlaggestaltung: Martina Busch, Grafikdesign, Homburg Saar


chbeck.de/nachhaltig

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Vorwort

Die Medienkonvergenz kommt, ja, ist eigentlich schon da. Das Recht als „Nachhut des Fortschritts“ vollzieht diese Entwicklung mit einem gewissen zeitlichen Versatz nach. Der Medienstaatsvertrag (MedienStV) v. 2020 ist hierfür eine wichtige Wegmarke. Überhaupt verschwimmen die überkommenden Mediensektoren (Presse, Film, Rundfunk und Internet), und die Grenzen zwischen Journalisten einerseits und Bloggern und Öffentlichkeitsarbeitern andererseits lösen sich auf, ebenso zwischen Medienhäusern und Internetintermediären wie Suchmaschinen und Plattformen. Zudem sitzen die Leser und Zuschauer nicht mehr nur passiv in ihren Sesseln, sondern werden zu aktiven Medienakteuren, besonders in den Sozialen Medien.

Durch diese Entwicklungen ist nun die bisherige Systematisierung des Medienrechts überholt, insb. die nach den Mediensektoren getrennte Darstellung (Presse- und Verlagsrecht, Filmrecht, Rundfunkrecht, Telemedienrecht). Stattdessen treten dahinterliegende Gemeinsamkeiten und allgemeinere Strukturen in den Vordergrund. In seinem Kern orientiert sich das vorliegende Lehrbuch deshalb medienkonvergent an den Phasen des medialen Kommunikationsprozesses (Medienteilnahme–journalistische Bearbeitung–redaktionelle Bündelung–unternehmerische Publikation–neutrale Distribution–Rezeption). Eingerahmt wird dies durch die ausführliche Darstellung des internationalen, europarechtlichen und verfassungsrechtlichen Hintergrunds sowie der Medienmarktordnung und Haftung einschließlich Durchsetzung.

Wie Medieninhalte ausschauen und welche Relevanz Medien haben (können), weiß jeder aus dem Alltag. Die meisten Rechtsfragen und Problemkonstellationen sind deshalb ohne weiteres anschaulich. Um den einschlägigen Regelungen Tiefenschärfe zu geben, skizziert dieses Lehrbuch einleitend zu jedem Kapitel kommunikationswissenschaftlichen und medienpolitischen Hintergrund (Law in Context). Neben den klassischen Leitfällen und Gerichtsentscheidungen wird zudem auf aktuelle Fälle Bezug genommen, auch soweit sie nicht vor Gericht gekommen sind.

Das Buch richtet sich an Studierende der Rechtswissenschaft, v. a. aus den einschlägigen medien- und informationsrechtlichen Schwerpunktbereichen, sowie an alle, die sich gründlich mit dem Medienrecht vertraut machen möchten; dies sind Wissenschaft und Praxis gleichermaßen, ebenso Nebenfachstudierende (mit etwas rechtswissenschaftlichen Vorkenntnissen).

Das Buch ist aus meinen Vorlesungen zum Medienrecht und zum Internationalen Medienrecht an der Universität Passau entstanden. Die Schlussphase war durch die coronabedingten Schließungen von Bibliotheken und Lesesälen und die Arbeit aller Beteiligten im Heimbüro erschwert. Umso mehr habe ich für den Einsatz meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu danken, an erster Stelle meiner Assistentin *Sophie Derfler*, die mit enormem Einsatz und großer Umsicht den Text gepflegt und das Projekt gesteuert hat. Daneben haben meine studentischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter prächtige Zuarbeit oberhalb und unterhalb der Fußnotenlinie geleistet, namentlich *Katrin Biermeier*, *Annabel Dornauer* und *Christina Knoepffler* sowie *Kilian Ludwig*, der auch im wesentlichen das Sachverzeichnis erstellt hat.

Passau, im Juli 2020

Kai v. Lewinski

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XXXIII
Literaturverzeichnis	XLV

Teil 1. Einführung

1

§ 1. Grundlagen

1

A. Allgemeines	1
I. Begriff „Medien“	1
II. Verbreitung von Inhalten	2
III. Massenkommunikation	2
IV. Gemittelte Kommunikation	3
V. Politische Relevanz?	3
VI. Aktualität und Periodizität	4
B. Bedeutung der Medien	4
I. Medien als gesellschaftliches Subsystem	4
II. Politische Bedeutung	5
1. Vielfaltsicherung	5
2. Kondensierung und Filterung	6
3. Medien als Kontrollinstanz	6
4. Medien als Machtfaktor	7
III. Kulturelle Bedeutung	7
IV. Medien als Wirtschaftsfaktor	7
C. Phasen und Regelkreise	7
D. Mediensektoren	8
I. Presse	8
II. Film	9
III. Rundfunk	9
IV. Telemedien	10
V. Intermediäre	10
VI. Immersive Medien	11
E. Konvergenz	12
I. Technische Konvergenz	12
II. Konvergenz von Märkten und Dienstleistungen	12
III. Industriekonvergenz	13
IV. Meinungskonvergenz	13
V. (Noch keine) Konvergenz des Rechts	13
F. Medienrecht	14
I. Inhalt und Abgrenzung	14
II. Rechtsebenen und Rechtsquellen	15
1. Völkerrecht	15
2. Medieneuroparecht	16
3. Verfassung	16
4. Verfassungsrechtsprechung	17
5. Gesetz	19

a) Bundesmedienrecht	19
b) Landesmedienrecht	20
6. Selbstgesetztes Berufsrecht	21
III. Allgemeines und Mediengewohnheitsrecht	21
§ 2. Geschichte der Medien und des Medienrechts	22
A. Allgemeines	22
B. Abschnitte der Medien(rechts)geschichte	23
I. Vor-Medienzeitalter	23
1. Mündliche Nachrichtenverbreitung	23
2. Handschriftliche Bücher	23
II. Mechanisierung – Erfindung des Buchdrucks	24
III. Politisierung – Obrigkeit und Liberalismus	25
1. Zensur und Privileg	25
2. Pressefreiheit	26
IV. Kommerzialisierung – Bürgerliches Medienzeitalter	27
1. Arbeitsteilung und Industrialisierung	27
2. Unterhaltung und Persönlichkeitsverletzungen	28
V. Technisierung – Medienumbrüche um das Jahr 1900	28
1. (Kino-)Film	28
2. Rundfunk	29
VI. Instrumentalisierung – Medien im Unrechtstaat	30
1. Nationalsozialismus	30
2. DDR	31
VII. Föderalisierung – Neu- und Nachkriegsordnung	31
VIII. Liberalisierung – Duales Rundfunksystem seit den 1980ern ..	32
IX. Digitalisierung – Medienumbrüche um das Jahr 2000	35
1. Computerspiele?	35
2. Internetmedien	35
a) Vorformen und Voraussetzungen	35
b) Telemedien	36
3. Rezipient als Medienakteur	36
X. Sicherung der Staatsferne	37
XI. Konvergenz – Einbeziehung der Intermediäre	37
XII. Immersive Medien	38
C. Gegenwärtige Krise(n) der Medien	39
D. Zukünftige Entwicklungen	40
§ 3. Medienakteure	41
A. Allgemeines	41
I. Arbeitsteiliges Zusammenspiel der Medienakteure im	
rechtlichen Rahmen	41
1. Individuelles Medienrecht	41
2. Arbeitsteiligkeit im Medienrecht	42
3. Staatsferne und Staatsfreiheit	42
II. Rollenverwischung und Rollenabgrenzung	42
B. Medienschaffende	44
I. Jedermann	44

II. Öffentlichkeitsarbeit	45
III. Journalisten	45
1. Allgemeine Merkmale	46
2. Spezifizierung und Spezialisierung	47
a) Inhalteerstellung	48
aa) Recherche	48
bb) Verfassen von Beiträgen	49
cc) Verwandte medienerschaffende Tätigkeiten	49
(1) Schriftsteller und Künstler	49
(2) Wissenschaftler	49
(3) Influencer	49
(4) Aktivisten	50
(5) Social Bots	50
b) Redaktion	51
aa) Redakteur als Rechtsbegriff	51
bb) Redaktion als Arbeitseinheit	51
cc) Verwandte medienzusammenstellende Tätigkeiten	52
3. Journalistische Hilfstätigkeiten	53
IV. Publizistische Tätigkeit und Leitung	54
1. Herausgeber	54
2. Verleger	55
C. Medienhäuser	55
I. Medienunternehmen und Medienanstalten	55
II. Medienplattformen und Medienintermediäre	56
III. Intermediäre auf dem Werbemarkt	57
IV. Mediengruppen und Medienkonzerne	58
D. Hilfspersonen der Medien	58
I. Drucker	59
II. Presse-Grossisten	59
III. Telekommunikationsunternehmen	60
E. Medienaufsichtsinstitutionen	60
I. Selbstregulierungsinstitutionen	60
II. Medienbehörden	61
1. Keine allgemeine Medienbehörde	61
2. Landesmedienanstalten	61
a) Unabhängigkeit und Medienfreiheit	62
b) Organisation	62
c) Kommissionen	63
d) Gemeinsame Schlichtungsstelle	64
3. Aufsichtsnetzwerke	64
4. Staatliche Aufsicht über die Landesmedienanstalten	65
III. Medienförderinstitutionen	65

Teil 2. Internationales und Europäisches Medienrecht	66
§ 4. Problemstellung des Internationalen Medienrechts	66
A. Allgemeines	66
B. Ubiquität von Medien und Kommunikation	66
I. Grenzüberschreitende Medieninhalte	67
II. Transnationale Kommunikationsinfrastrukturen	67
C. Räumlichkeit von Kultur und Recht	67
I. Kulturelle Diversität und gesellschaftliche Werte	67
II. Prägung nationalstaatlicher Regelungen	68
D. (Keine) kulturelle Globalisierung und globale Kultur	69
E. Drei Ebenen des Internationalen Medienrechts	70
§ 5. Staatliche Souveränität	71
A. Allgemeines	71
B. Grenzschutz	71
C. Verzicht auf Grenzschutz	72
§ 6. Medienkollisionsrecht	74
A. Allgemeines	74
I. Idee des Kollisionsrechts	74
II. Konzepte des Kollisionsrechts	75
III. Kollisionsrechtliche Ebenen	75
IV. Kollisionsrechtliche Anknüpfungen	76
1. Rechts- und Gerichtswahl	77
2. Territorialität	77
3. Staatsangehörigkeit	78
4. Universalität	78
V. Medienkollisionsrechtsordnungen	79
B. Internationales Medienzivilrecht und -zivilverfahrensrecht	80
I. Grundkonstellation des Kollisionsrechts im Privatrecht	80
1. Anwendbares Recht	81
2. Internationale Gerichtszuständigkeit	82
3. Anerkennung und Vollstreckung	82
II. Haager Übereinkommen über die Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Urteile	82
III. Europäisiertes Kollisions- und Verfahrensrecht	83
1. Anwendbares Recht	83
a) Harmonisiertes Kollisionsrecht und medienbezogene Ausnahmen	83
b) Herkunftslandprinzip	84
aa) Audiovisuelle Medien	84
bb) Telemedien	85
2. Internationale Gerichtszuständigkeit	85
a) Allgemeiner Gerichtsstand	86
b) Besonderer Gerichtsstand der unerlaubten Handlung ..	86
c) Exorbitanter Gerichtsstand	88
d) Parallele Zuständigkeiten	88

3. Anerkennung und Vollstreckung	89
a) Anerkennung	89
b) Vollstreckung	89
C. Internationale Medienaufsicht und Internationaler Verwaltungsrechtsschutz	90
I. Anwendbares Recht	90
II. Zuständigkeiten von Behörden und Verfahren	90
III. Durchsetzung	91
1. Anerkennung ausländischer Verwaltungsentscheidungen . .	91
2. Vollstreckung	92
D. Internationales Medienstrafrecht und Medienstrafverfahrensrecht . .	92
I. (Kein) Medienvölkerstrafrecht oder Europäisches Medienstrafrecht	92
II. Anwendbares Recht	93
1. Kein strafrechtliches Kollisionsrecht	93
2. Reichweite deutschen Strafrechts	93
a) Territorialitätsgrundsatz	93
b) Durchbrechung des Territorialitätsgrundsatzes	94
c) Weltrechtsprinzip	95
III. Verfahrensrecht	95
IV. Durchsetzung und Vollstreckung	96
§ 7. Medienvölkerrecht	97
A. Allgemeines	97
I. Internationale Harmonisierung	97
1. Kein universelles Medienrecht	97
2. Keine universellen medienrechtlichen Grundprinzipien . .	98
3. Universelle Teilgehalte	98
II. Verfahren internationaler Vereinheitlichung	98
1. Rechtsförmige Koordinierung	99
2. Politische Koordinierung	99
3. (Akademische und zivilgesellschaftliche) Koordinierung . .	101
4. Einseitige Standard- und Rechtssetzung	102
B. Universelles Medienrecht	102
I. Medienrechtliche allgemeine Regeln des Völkerrechts	103
1. (Staatliche) Souveränität	103
2. Menschenrechtlicher Mindeststandard	103
3. Kommunikationsräume als Allgemeingut	103
4. Freier Informationsfluss?	104
II. Medienrechtliche Gehalte der Universellen Menschenrechte . .	104
1. Keine ausdrückliche Medienfreiheit	105
2. Medienrechtliche Gewährleistungen	105
a) Schutz von Identität und Selbstdarstellung	105
b) Gedankenfreiheit	106
c) Meinungs(äußerungs)freiheit	106
d) Informations- und Rezipientenfreiheit	106
3. Gegenläufige Rechtspositionen	107
a) Privatheit und Datenschutz	107

b) Schutz Geistigen Eigentums	107
4. Beschränkungen und Schranken	107
5. (Keine) Durchsetzungsmechanismen	108
6. Objektivrechtliche Gehalte	108
III. Medienvölkervertragsrecht	109
1. Kein umfassendes Medienvölkervertragsrecht	109
2. Medienbezüge des Welthandelsrechts	109
a) Allgemeine WTO-Prinzipien	109
b) Medienbezogene Regelungen im WTO-Recht	110
aa) GATT	110
bb) GATS	111
cc) TRIPs	111
3. Internationales Immaterialgüterrecht	111
4. Kulturbedogene Abkommen	112
5. Weitere Abkommen mit Medienbezug	112
IV. Internet Governance	113
C. Regionales Medienvölkerrecht	113
§ 8. Medieneuroparecht	115
A. Allgemeines	115
I. Mehrebenensystem des Medienrechts in Europa	115
II. (Punktueller) Regelungen des Europarats	116
III. (Begrenzte) Zuständigkeiten der EU	116
1. Binnenmarkt und mitgliedstaatliche Kulturhoheit	116
2. Binnenmarkt und Medien	117
3. Zuständigkeitscocktail für Mediensachverhalte	117
B. Europäische Regelungsfelder	118
I. Binnenmarkt	119
1. Diskriminierungsverbot	119
2. Grundfreiheiten	119
3. (Allgemeine) Wettbewerbsaufsicht	120
a) (Allgemeines) Kartell- und Fusionsrecht	120
b) Preis- und Konditionenbindung	121
c) (Allgemeine) Beihilfenkontrolle	121
aa) Rundfunkabgaben als Beihilfe	121
bb) Mitgliedstaatliche Filmförderung	122
d) Europäische Kommission als Medienaufsicht?	122
II. Spezifisches Medienrecht	122
1. Allgemeines Medienrecht	122
a) Mediensubventionen	123
b) Bekämpfung von Fake News	123
c) Netzwerke der mitgliedstaatlichen Medienaufsichtsbehörden	123
2. Sektorspezifische Medienregelungen	123
a) Presse	123
b) Filmrecht	124
c) (Fernseh-)Rundfunk	124
aa) AVMD-Richtlinie und Fernsehübereinkommen	124

(1) Parallelregelung und unvollkommene Synchronität	125
(2) Anwendungsbereich	125
(3) Anforderungen an den Inhalt	126
(4) Werbebeschränkungen	126
(5) Betroffenenrechte	127
(6) Aufsicht	127
(7) Sendelandprinzip	127
(8) Empfangsfreiheit	127
bb) Europäische Rundfunk-Union	128
cc) ARTE	129
d) Medienangebote im Internet	129
III. Regelungen mit Medienbezug	130
1. Immaterialgüter- und insb. Urheberrecht	130
2. Datenschutzrecht	131
a) Datenschutzrechtliches Medienprivileg	131
b) Recht auf Vergessenwerden	131
c) Telekommunikations- und Internetdatenschutz	132
3. IT-Sicherheit	132
4. Geschäftsgeheimnisse	132
5. Jugendschutz	133
6. Whistleblower	133
C. Europäische Mediengrundrechte	133
I. Mehrebenenstruktur und Quellenvielfalt	133
II. Mediengrundrechte	134
1. Schutzbereich	134
a) Sachliche Schutzbereiche	134
b) Personaler Schutzbereich	134
2. Eingriff	135
3. Beschränkungen und Schranken	135
4. Durchsetzung	135
III. Objektivrechtliche Gehalte	136
Teil 3. Medienverfassungsrecht	137
§ 9. Mediengrundrechte	137
A. Allgemeines	137
I. Grundrechtsebenen	137
II. System(e) der Mediengrundrechte	138
1. Jedermann als Medienakteur	139
2. Medien als Mittler	140
III. Unmittelbare und mittelbare Drittwirkung	140
B. Entstehenssicherung medialer Freiheiten	140
I. Allgemeines Persönlichkeitsrecht	141
1. Schutzbereich	142
a) Personaler Schutzbereich	142
b) Sachlicher Schutzbereich	142
2. Eingriff	143

3. Rechtfertigung	143
a) Schranken	143
b) Schranken-Schranken	143
4. Objektivrechtliche Gehalte	144
II. Gedankenfreiheit	144
C. Mediale Selbstbestimmung	145
I. Schutzbereiche	145
1. Mediale Selbstdarstellung	145
2. Mediale Selbstbewahrung	146
3. Zusammenspiel	146
II. Eingriffe	147
1. Mediale Selbstdarstellung	147
2. Mediale Selbstbewahrung	147
III. Rechtfertigung	148
IV. Objektive Gehalte	149
D. Mediale Selbstbeteiligung (Meinungsäußerung und Meinungsverbreitung)	149
I. Schutzbereich	149
1. Sachlicher Schutzbereich	149
a) Meinung	150
b) Nicht: Unwahrheiten	151
c) Nicht: Tatsachen	151
2. Personal Schutzbereich	152
II. Eingriff	152
III. Rechtfertigung	153
1. Schranken	153
a) Allgemeine Gesetze	153
b) Jugendschutz	154
c) Ehrschutz	154
d) Antinationalsozialistische Grundhaltung	155
e) Wechselwirkungslehre	155
2. Schranken-Schranken, insb. Zensurverbot	156
IV. Objektivrechtliche Gehalte	157
E. Mediale Selbstversorgung	157
I. Schutzbereich	157
II. Eingriff	158
III. Rechtfertigung	158
IV. Objektivrechtliche Gehalte	159
F. Medienfreiheit	159
I. Dienende Freiheit	160
II. Schutzbereich	160
1. Einheitlicher oder sektoral gegliederter Schutzbereich?	160
2. Personal Schutzbereich	162
a) Medienschaffende	162
b) Besonderheiten der Rundfunkfreiheit	163
c) Intermediäre und Plattformen	164
3. Sachlicher Schutzbereich	164
a) Journalistisch-redaktionelle Tätigkeit	164

b) Tendenzfreiheit und Innere Medienfreiheit	166
4. Hilfstätigkeiten und Hilfsunternehmen	166
III. Eingriff	167
IV. Rechtfertigung	167
V. Objektivrechtliche Gehalte	167
G. Mediale und kommunikative Chancengleichheit	168
H. Weitere Grundrechte, Konkurrenzen	168
I. Recht auf informationelle Selbstbestimmung, Datenschutzgrundrecht	169
II. Bekenntnisfreiheit	169
III. Versammlungsfreiheit	170
IV. Kunstfreiheit	170
V. Wissenschaftsfreiheit	171
VI. Post- und Fernmeldegeheimnis	171
VII. Berufsfreiheit	172
VIII. Eigentumsgrundrecht	172
§ 10. Medienverfassung	173
A. Allgemeines	173
I. Ungeschriebene Medienverfassung	173
II. Voraussetzungen von Mediensystem und Medien- verfassung	173
B. Verfassungsvorgaben für Medien	175
I. Verfassungsrechtliche Grundprinzipien	175
1. Meinungs- und Medienfreiheit	175
2. Demokratieprinzip	175
a) Staatsfreiheit	175
b) Verbot von Staatsmedien	175
c) Meinungsneutralität des Staates	177
d) Bloße Gewährleistungsverantwortung	178
3. Kulturstaatlichkeit?	178
II. Zusammenspiel der Verfassungsprinzipien	179
1. Pluralität	179
2. Unabhängigkeit	180
a) Unabhängigkeit der Medien vom Staat	180
b) Unabhängigkeit der Medien vom Markt und Finanzierungsquellen	180
c) Unabhängigkeit von privaten und gesellschaftlichen Akteuren	181
3. Dienende Funktion der Medienfreiheit	181
4. Grundversorgung, Funktionsauftrag, Institutsgarantie	182
a) Rundfunksektor	182
b) Regional- und Lokalpresse	185
c) Zeitungszustellung	186
d) Zusammenbruch von Medienmärkten	186
5. Institutsgarantie	186
C. Kompetenzverteilung	187
I. Gesetzgebungskompetenzen	187

1. Landesgesetzgebungskompetenz für Presse, Medien- und Rundfunk	187
2. Medienrelevante Bundesgesetzgebungskompetenzen	187
a) Individualkommunikation	188
b) Wirtschaft und Immaterialgüter	188
c) Telekommunikation und Post	188
3. Geteilte Zuständigkeiten	189
a) Internet	189
b) Jugendschutz	189
c) Mitwirkung der Länder bei Rechtssetzung auf europäischer Ebene	189
Exkurs: Ressortzuständigkeit	189
II. Verwaltungskompetenzen	190
1. Randständige Bundeskompetenzen	190
2. Umfassende Länderkompetenz	190
III. Rechtsprechungskompetenzen	191

Teil 4. Mediale Teilnahme und Selbstbestimmung 192

§ 11. Jedermann als Medienakteur 192

A. Allgemeines	192
B. Dimensionen medialer Teilnahme	192
I. Unterscheidung von Individuum, Unternehmen und Staat	192
II. Mittelbare Drittwirkung	193
III. Unterscheidung positiver und negativer Medienteilnahme	194
C. Schutz medialer Selbstverwirklichung	195
I. Schutz medialen Handelns, nicht eines medialen Erfolgs	195
II. Medieninhalte als Gegenstand immaterialgüterrechtlichen Schutzes	195

§ 12. Mediale Selbstdarstellung und Selbstbeteiligung 197

A. Allgemeines	197
I. Maßgeblichkeit des Medienakteurs	197
II. Grundsätze der Medienteilnahmefreiheit	198
1. Keine Sorgfaltspflichten	198
2. Kein allgemeines Sachlichkeits- oder Achtsamkeitsgebot	198
3. Kein allgemeines Verbot der Beeinflussung	199
a) Medienarbeit	199
aa) Gewähren von Hintergrundinformationen	199
bb) Autorisierung von Äußerungen	200
b) Inhaltebereitstellung	200
c) Direktpublikation	200
4. Kein allgemeines Lügen- und Irreführungsverbot	201
III. Keine verantwortlichkeitssichernden Vorgaben	201
IV. Filterung von strafbaren Inhalten	202
B. Mediale Teilnahme Privater	202
I. Mediale Selbstbeteiligung	202
1. Unwahrheit und Irreführung	203

2. Ehrschutz	204
3. Sonstige Meinungsäußerungsverbote	204
II. Selbstdarstellung Privater	204
1. Anmaßung	205
2. Darstellung der (eigenen) Sexualität	205
3. Gesetzesverstöße als Selbstdarstellung	206
C. Kommerzielle Selbstdarstellung und Kommunikation	206
I. Allgemeines Werberecht	207
1. Allgemeine Werbegrenzen	207
2. Verbot des Vorsprungs durch Rechtsbruch	207
3. Mitbewerberschutz	207
4. Aggressive geschäftliche Handlung	207
5. Irreführungsverbot	208
6. Vergleichende Werbung	209
7. Belästigungsverbot	209
II. Spezielles Werberecht	209
III. Grenzfall: Influencer	209
D. Wissenschaftliche Diskussion	211
E. Künstlerische (Selbst-)Darstellung	212
F. Wahlkampf und politischer Aktivismus	212
I. Wahlkampf	212
II. „Gekaufte“ Unterstützung	212
III. Boykottaufrufe	213
IV. Whistleblowing, Leaking	213
G. Äußerungen und Selbstdarstellung der Öffentlichen Hand	214
I. Erscheinungsformen	214
1. Selbstdarstellung	214
2. Informationsbereitstellung	214
a) Amtliche Bekanntmachungen und Information	214
b) Staatliche Information	215
c) Proaktive Information	215
3. Lenkung durch Information	216
II. Kompetenzgrundlage	216
III. Rechtsbindung hinsichtlich der Inhalte	216
1. Wahrheit	217
2. Neutralität	217
3. Sachlichkeit	217
4. Verhältnismäßigkeit	218
IV. Trennung von Amtsträger und Person	218
H. Grenzen (der Regelbarkeit) der Selbstdarstellung ausländischer Staaten	218
§ 13. Mediale Selbstbewahrung	220
A. Allgemeines	220
I. Erscheinungsformen	220
II. Grundsatz medialer Entziehbarkeit	221
B. Mediale Selbstbewahrung Privater	221
I. Kein Bekenntniszwang	221

II. Kein „Grundrecht auf Anonymität“	222
III. Kein Datenschutzrecht im Meinungsbereich	222
IV. Schutz informationeller Sphären	223
1. Intimsphäre	223
2. Privatsphäre	223
3. Sozial- und Öffentlichkeitssphäre	225
4. Schutz über den Tod hinaus	227
V. Recht auf Vergessenwerden	228
VI. Immaterialgüterrechtlicher Schutz	229
C. Mediale Selbstbewahrung von Unternehmen	229
I. Schutz durch das Allgemeine Persönlichkeitsrecht	230
II. (Quasi-)Immaterialgüterrechtlicher und wettbewerblicher Schutz	230
D. Mediale Selbstbewahrung von Staat und Öffentlicher Hand	230
Teil 5. Journalistisch-redaktionelles Arbeiten	232
§ 14. Allgemeine journalistische Standards	232
A. Allgemeines	232
I. Begriff des journalistischen Arbeitens	232
II. Rechtsnatur und Rechtsquellen des „Journalistenrechts“	233
B. Unabhängigkeit	233
I. Distanz vom Berichtsgegenstand	233
II. Sicherung der Unabhängigkeit	234
1. Verbot der Medienbestechlichkeit	234
2. Verbot der Schleichwerbung	234
3. Trennung von Tätigkeiten und Funktionen	235
C. Wahrhaftigkeit	235
D. Journalistische Sorgfalt	237
E. Achtung von Rechtsgütern	237
I. Staats- und Verfassungserhalt	237
II. Achtung und Schutz der Menschenwürde	238
III. Schutz der Grundrechte	239
§ 15. Recherche	240
A. Allgemeines	240
I. Offenheit der Recherche	240
II. Zwei-Quellen-Prinzip	240
III. Stellungnahmemöglichkeit für Betroffene	241
B. Allgemein zugängliche Informationen	242
I. Bild- und Filmaufnahmen in der Öffentlichkeit	242
II. Veranstaltungszugang	244
1. Akkreditierung	244
2. Zugang zu politischen und Parteiveranstaltungen	245
3. Zugang zu kommerziellen Veranstaltungen	245
III. Datenzugang	245
C. Informationen der Öffentlichen Hand	246
I. Allgemeiner Informationszugang	246

II. Medienrechtlicher Auskunftsanspruch	247
1. Anspruchsberechtigter	247
2. Anspruchsverpflichteter	247
3. Anspruchsgegenstand	248
III. Gleichbehandlung bei Zugang zu amtlichen Informationen	249
IV. Privilegierter Register- und Archivzugang	249
V. Indirekter Zugang über parlamentarische Anfragen	250
VI. Übertragung von Großereignissen und Kurzberichterstattung	250
D. Immaterialgüterrechtlich geschützte Informationen	250
E. Nicht-öffentliche Informationen	251
I. Information als Vertragsgegenstand	251
II. Überwindung medialer Selbstbewahrung	252
III. Widerrechtliche Beschaffung von Informationen	252
F. Quellenschutz und Redaktionsgeheimnis	253
I. Aussage- und Zeugnisverweigerungsrecht	253
II. Schutz vor Durchsuchungsmaßnahmen	254
III. Beschlagnahmeverbote	254
IV. Abhörschutz	254
§ 16. Themenaufbereitung	255
A. Allgemeines	255
I. (Keine) Ausgewogenheit und Tendenzfreiheit	255
II. Keine Anforderungen an die inhaltliche oder äußere Qualität	256
B. Sorgfalt bei Aufbereitung	256
I. Prüfung von Meldungen auf Wahrheit und Herkunft	256
II. Wahrung der Vertraulichkeit	257
C. Achtung medialer Selbstbewahrung	257
I. Keine absolute mediale Selbstbestimmung und Datenschutz	258
II. Abwägung mit informationellen Interessen Betroffener	258
III. Verdachtsberichterstattung	258
IV. Unschuldsvermutung	259
D. Allgemeine Grenzen der Berichterstattung	259
I. Sensationsberichterstattung	259
II. Sexualisierung	260
III. Medizinische Sachverhalte	260
IV. Diskriminierungsverbot	260
V. Sittliche und religiöse Überzeugungen anderer	261
VI. Rechtswidrigkeit und journalistische Verwendbarkeit	262
1. Rechtsverstoß des Journalisten	262
2. Rechtsverstoß eines Dritten	262
E. Immaterialgüterrechtliche Schranken zugunsten von Medienschaffenden	263
I. Bildaufnahmen	263
II. Mediale Ereignisse	264
III. Zitate	264
IV. Datenbankinhalte	265

F. Immaterialgüterrechtlicher Schutz journalistischer Inhalte	265
I. Arten und Voraussetzungen immaterialgüterrechtlichen Schutzes	265
II. Nutzungs- und Verwertungsrechte	266
1. Urheberpersönlichkeitsrechte	266
2. Urheberverwertungsrechte	267
3. Leistungsschutzrechte	267
III. Schranken	268
IV. Übergang und Übertragbarkeit	269
§ 17. Redaktionelle Zusammenstellung	270
A. Allgemeines	270
I. Orientierung	270
II. Qualitätssicherung	271
III. Medienökonomische Notwendigkeit	271
IV. Ergänzung der eigenen inhaltlichen Kompetenzen	271
B. Redaktionelle Freiheit als Grundsatz	272
C. Vorgaben für redaktionelle Zusammenstellung	272
I. Allgemeine redaktionelle Anforderungen	272
1. Redigieren	272
2. Trennungsgebote	273
3. Kennzeichnungspflichten	273
4. Platzierung von Gegendarstellungen	274
5. Prüfungspflichten und Ausfilterung rechtswidriger Inhalte	274
II. Redaktionelle Programmvorgaben für Rundfunk	274
1. Öffentlichrechtlicher Rundfunk	275
a) Vorgabe des „umfassenden Überblicks“	275
b) Pflicht zur redaktionellen Einbettung	275
c) Inhaltliche Vorgaben	276
aa) Internationale Verständigung und europäische Integration	276
bb) Gesellschaftlicher Zusammenhalt	276
d) Programmkoordination der öffentlichrechtlichen Rundfunkanstalten	277
2. Privatrundfunk	277
3. Gemeinsame Vorgaben für öffentlichrechtlichen und privaten Rundfunk	278
III. Vorgaben für Zusammenstellung von Intermediären	278
1. Medienplattformen	279
2. Medienintermediäre	279
IV. Soziale Netzwerke	279
D. Einbindung von Werbung	280
I. Grundsatz der Werbefreiheit	280
II. Äußere Werbebeschränkungen und formale Vorgaben	281
1. Trennung von Inhalt und Werbung	281
2. Kennzeichnung	282
a) Anzeigenwerbung	282
b) Wechselbezug von Inhalt und Werbung	282

III. Inhaltliche Werbebeschränkungen	284
1. Werbegrundsätze für den öffentlichrechtlichen Rundfunk	284
2. Beschränkung von Werbung für schädliche Produkte	284
3. Beschränkung „sexistischer“ Werbung?	284
4. Besonderheiten politischer, weltanschaulicher und religiöser Werbung	285
IV. Wahlwerbung im Rundfunk	285
E. Immaterialgüterrechtlicher Schutz der Zusammenstellung	286

Teil 6. Verlegerische Tätigkeit und Vertrieb 288

§ 18. Publikation 288

A. Allgemeines	288
B. (Keine) Publikationspflichten	289
C. Pflichtinhalte	290
I. Impressum	290
1. Ausnahmen von Impressumspflicht	290
2. Formen des Impressums	290
3. Inhalt des Impressums	291
a) Identität der Verantwortlichen	291
b) Anschrift der Verantwortlichen	292
c) Transparenz über Haftungsverhältnisse	292
d) Publizistische Transparenz	293
II. Veröffentlichung von Gegendarstellungen	293
D. Publikationsschranken	293
I. Publikationsbeschränkungen für Inhalte des öffentlichrechtlichen Rundfunks	293
II. Immaterialgüterrechte	294
1. Immaterialgüterverträge	295
a) Beschäftigungsverhältnisse	295
b) Vertragliche Lizenzen	295
c) Verlagsrecht	296
d) Gesetzliche Lizenzen	296
2. Urheberrechtliche Schranken	297
III. Geheimhaltungsvereinbarungen und Sperrvermerke	298
IV. Persönlichkeitsrechtliche Schranken	298
V. Rechtswidrig beschaffte Informationen	299
VI. Pflichtexemplare	299
E. Beschränkung von Werbezeit und Werbeumfang	300
I. Presse	300
II. Film	300
III. Rundfunk	300
1. Öffentlichrechtlicher Rundfunk	300
2. Privater Rundfunk	300
IV. Telemedien	301
F. Publikationsverbote	301
I. Keine allgemeine Wahrheitspflicht	301
II. Kein allgemeines Indiskretionsverbot	302

III.	Kein Verbot der Publikation von schockierenden Bildern	302
IV.	(Keine) polizeirechtlichen Publikationsverbote	302
V.	Verbotene Inhalte	303
G.	Depublikation	304
I.	Grundsatz: (De-)Publikationsfreiheit	304
II.	(Nur) zeitweises Bereitstellen in öffentlichrechtlichen Mediatheken	305
III.	Depublikation aufgrund Unterlassungsanspruchs	305
IV.	(Keine) Löschpflichten für Medienarchive	305
V.	Löschpflichten bezüglich Drittinhalten	306
H.	Immaterialgüterrechtlicher Schutz medialer Angebote	306
I.	Immaterialgüterrechtlicher Schutz von Medienangeboten	307
II.	Erschöpfungsgrundsatz	307
III.	Schranken hinsichtlich publizierter Medieninhalte	308
IV.	Leistungsschutzrechte	309
1.	Tonträger	309
2.	Rundfunksendungen	309
3.	Presseerzeugnisse	310
4.	Filme und Laufbilder	310
5.	Datenbanken	311
V.	Integritätsschutz	311
VI.	Werktitelschutz	312
VII.	Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz	312
§ 19.	Distribution	313
A.	Allgemeines	313
I.	Begrifflichkeit	313
II.	Trennung von Publikation und Distribution	314
III.	Medienvertrieb als (typischerweise) Bündelangebot	315
IV.	Beschränkung der Distribution nur als Nachzensur	315
B.	Neutralität der Distributionsebene	315
I.	Ungeschriebener Grundsatz der Distributionsneutralität	316
II.	Distributoren als Hilfsunternehmen der Medien	317
C.	Vertrieb in einzelnen Mediensektoren	318
I.	Aushang- und Anschlagflächen	318
II.	Gedruckte Medien	319
1.	Sachkauf des Einzelexemplars	319
2.	Abonnement	319
a)	Postzustellung	319
b)	Zeitungszustellung	320
3.	Gestufter Vertrieb über Groß- und Einzelhandel	320
a)	Kartellrechtliche Ausgangslage	321
b)	Preisbindung für Presse und Buch	321
c)	Gebietsmonopole	322
d)	Buch- und Zeitschriftenhandel	323
4.	Lesezirkel und Mietbüchereien	323
5.	Gratiszeitungen	324
III.	Film	325

IV. Rundfunk	325
1. Internationale Vorgaben	326
2. Vorgaben der europäischen Ebene	326
3. Frequenzverordnung	326
4. Frequenzplan	327
5. Frequenzzuteilung	327
6. Frequenzzuweisung	328
7. Medienplattformen	328
a) Infrastrukturgebundene Medienplattformen (Kabelnetzbetreiber)	328
b) Benutzeroberflächen	328
V. Telemedien	329
1. Netzneutralität	329
2. Urheberrechtliche Distributionsschranken	329
VI. Medienintermediäre	330
VII. Content Delivery Networks	331
D. Verbreitungsbeschränkungen	331
I. Jugendschutz	331
1. Presse	332
2. Öffentliche Filmvorführungen	333
3. Rundfunk	334
4. Telemedien	334
II. Beschränkt verfügbare Inhalte	335
III. (Weiter-)Verbreitungsdelikte	335
Teil 7. Mediale Teilhabe	337
§ 20. Rezeption	337
A. Allgemeines	337
I. Arten von Rezipienten	337
II. Rezipienten als Medienakteure	338
III. Mediennutzungsverantwortung	338
B. Grundsatz der Rezeptionsfreiheit	339
I. Umfassende Informationsfreiheit	339
II. (Keine) Rezeptionspflicht	340
C. Rezeptionsermöglichung	341
D. Rezeptionsbeschränkung	341
I. Faktische Beschränkung der allgemeinen Zugänglichkeit	341
II. Rechtliche Regelung der allgemeinen Zugänglichkeit	342
1. Allgemeine Gesetze	342
2. Immaterialgüterrechtlich erlaubnisfreie (bloße) Kenntnisnahmen	342
3. Individualisierbarkeit von Benutzeroberflächen	343
4. Werblocker	343
5. Rezipientenseitiger Jugendschutz	345
III. Internetsperren	345
E. Rezipientenschutz	345
I. (Kein) Schutz vor inhaltlichen Qualitätsmängeln	346

II. Mediennutzerdatenschutz	347
III. (Kein) sonstiger und allgemeiner Rezipientenschutz	348
1. Mediensucht	348
2. Gewinnspiele	348
3. Kein Verbot der Selbstschädigung	349
F. Medieninhalteaufbewahrung	349
I. Immaterialgüterrechtlicher Rahmen	350
II. Pflicht zum Vergessen	350
III. Archive und Bibliotheken als kollektives Gedächtnis	350
Teil 8. Medienrahmenordnung	352
§ 21. Mediensystemvoraussetzungen	352
A. Allgemeines	352
B. Literalität und Medienkompetenz	352
C. Medienrecht als Medienvoraussetzung	352
I. Schaffung von Immaterialgütern	353
II. Medienarbeitsrecht	353
III. Mediengesellschaftsrecht	354
IV. Medienordnung	354
V. Rechtsdurchsetzung und Streitbeilegung	354
D. Medien als Kritische Infrastruktur	355
§ 22. Organisationsvorgaben für Medienhäuser	356
A. Allgemeines	356
I. Vielfältige Erscheinungsformen von Medienorganisation	356
II. Hierarchisch-unternehmerische Organisation	356
III. Einheitliche publizistische Ausrichtung	357
1. Tendenzschutz und (keine) „innere Medienfreiheit“	357
2. Bildung einer Marke	357
3. Bündelung und Verortung journalistischer Verantwortlichkeit	357
B. Generelle Vorgaben für Medienunternehmen	358
I. Unternehmerische Medienorganisation	358
II. (Keine) Pluralität, Diversität	359
1. Institutionalisierte Vertreter aller (gesellschaftlichen) Interessen	359
2. Institutionalisierte Vertreter bestimmter (gesellschaftlicher) Interessen	359
a) Datenschutzbeauftragte	359
b) Sachwalter der Mitarbeiter	360
3. Ombudsleute des Publikums und der Allgemeinheit	360
III. Interne Abschottungen	360
1. Trennung von Redaktion und Werbung	360
2. Trennung von Inhalt und unternehmerischen Nebentätigkeiten	361
3. Trennung von Recherche und Redaktion?	361
IV. Schutz des „Redaktionsgeheimnisses“	361

C. Spezifische Strukturen in den einzelnen Mediensektoren	362
I. Presse	362
II. Film	362
III. Rundfunk	362
1. Öffentlichrechtliche Rundfunkanstalten	362
a) Vorgaben für äußere Form	362
b) Vorgaben für Binnenstruktur	363
aa) Intendant	363
bb) Rundfunkrat	364
cc) Verwaltungsrat	365
dd) Rundfunkdatenschutzbeauftragter	365
ee) Streitbeilegung zwischen Rundfunkanstaltsorganen	365
c) Gleichförmige föderale Rundfunklandschaft	366
2. Private Rundfunkunternehmen	366
a) Äußere rechtliche Form	366
b) Binnenstruktur	366
aa) Programmbeirat	367
bb) Datenschutzbeauftragter	367
c) Jugendschutzbeauftragter	367
IV. Telemedien	368
V. Intermediäre	368
1. Keine allgemeinen Vorgaben	368
2. Zustellungsbevollmächtigter	368
3. Beschwerde und Löschmanagement	368
D. Medienarbeitsrecht	369
I. Arten von Arbeits- und Vertragsverhältnissen	369
II. Spezifika von Medienarbeitsverhältnissen	370
1. Tendenzschutz	370
2. Pflichten des angestellten Journalisten	371
a) Keine innere Medienfreiheit	371
b) Übergang von Urhebernutzungsrechten	372
3. Vergütung	372
4. Journalistischer Freistellungsanspruch bei Medienhaftungsansprüchen	372
5. Arbeitsschutz	373
6. Nebentätigkeiten	373
III. Altersversorgung	374
IV. Mitarbeitervertretung	374
1. Mitbestimmungsbereich des Betriebsrats	374
2. Redakteursausschuss	375
3. Freienvertretung	375
4. Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat	375
V. Arbeitskampfrecht	376
§ 23. Medienfinanzierung	378
A. Allgemeines	378
I. Ökonomische Rahmenbedingungen	378
II. Verfassungsrechtliche Vorgaben	379

1. Grundsatz der marktmäßigen Finanzierung	379
2. Wahrung der Unabhängigkeit	380
B. Medieninhalte als Immaterialgüter, Schranken und Lizenzierung	381
I. Grundsatz der Inhaftefreiheit	381
II. Immaterialgüter	381
1. Tatbestandliche Grenzen	381
2. Immaterialgüterrechtliche Schranken	382
3. Teilweise Vergütung über Verwertungsgesellschaften	383
C. Entgelte für Mediennutzung	384
I. Gedruckte Medien	384
II. Film	385
III. Rundfunk	385
1. Freiepfangbarer Rundfunk	385
2. Empfangsentgelte (Pay TV)	385
IV. Telemedien	386
D. Werbung	386
I. Grundrechtlicher Rahmen	387
II. Werbebegrenzungen als Marktordnung	387
III. Sonstige kommerzielle Nutzung der Nutzerschaft	388
E. Nutzungsunabhängige und mittelbare Finanzierungsformen	388
I. Druckkostenzuschüsse	388
II. Spenden	388
III. Crowdsourcing	389
IV. Preise und Fördermittel	390
F. Öffentliche Medienfinanzierung	390
I. Finanzierung aus dem allgemeinen Staatshaushalt	391
II. Medienabgaben	392
1. Rundfunkabgaben	392
a) Vorgaben übergeordneter Normebenen	392
aa) Verfassungsrechtliche Vorgaben	392
bb) Beihilferechtliche Ausgestaltung	393
b) Abgabenrechtliche Ausgestaltung	393
aa) Rundfunksteuer	393
bb) Rundfunkgebühr	394
cc) Rundfunkbeitrag	395
dd) Abgabe sui generis	396
c) Festsetzung des Rundfunkbeitrags	396
aa) Bedarfsanmeldung der Rundfunkanstalten	396
bb) Prüfung durch KEF	397
cc) Festsetzung des Beitrags durch Staatsvertrag	397
dd) Beitragshöhe und Beitragsschuldner	398
d) Erhebung des Rundfunkbeitrags	398
e) Verteilung des Rundfunkbeitragsaufkommens	399
2. Filmförderungsabgabe	399
G. Medienunabhängige wirtschaftliche Nebenaktivitäten	399

§ 24. Medienmarktordnung	401
A. Allgemeines	401
I. Marktförmigkeit als Korrelat der Staatsferne	401
II. Staatliche Gewährleistungsverantwortung bei Marktversagen ..	402
III. Arten und Intensitäten von Marktregulierung im Medienbereich	403
B. Zugangs- und Eröffnungskontrolle zum Medienmarkt	403
I. Keine Berufszulassung	404
II. Keine Berufsqualifikationsvoraussetzung	404
III. Eng begrenzte Marktzutrittsverbote	404
IV. Gestufte Anmelde- und Zulassungsvoraussetzungen	405
1. Zulassungs- und Anmeldefreiheit	406
a) Anonymitätsverbot für Medienveranstalter	406
b) Kontaktperson im Inland	406
2. Zulassungsfreiheit, aber Informationspflichten	406
3. Prüfungsvorbehalt	407
4. Zulassungspflicht für private Rundfunkunternehmen	407
a) Zulassungsfreier Rundfunk	407
b) Bundesweiter Rundfunk	408
aa) Voraussetzungen	408
bb) Verfahren	409
cc) Entscheidung	409
c) Landesrundfunk	409
d) Rechtsschutz	410
5. Gesetzesvorbehalt für öffentlichrechtlichen Rundfunk	410
6. Verbot für Staatsmedien	411
7. Frequenzzuordnung und -zuweisung	411
V. Regulierung von Intermediären	412
C. Regulierung des Marktverhaltens	412
I. Duales Rundfunksystem	412
1. Grundversorgungs- bzw. Funktionsauftrag	413
a) Inhaltlicher Informationsauftrag	413
b) Öffentlichrechtliche Medienkanäle	413
aa) Öffentlichrechtlicher Rundfunk	414
bb) Öffentlichrechtliche Telemedienangebote	414
cc) Druckerzeugnisse	416
c) Haushaltsrechtliche Vorgaben	416
2. Kooperationsverbot mit privaten Medien?	416
II. Preisregulierung	416
1. Preisbindung im Presse- und Buchbereich	416
2. Einspeisentgelte	416
3. (Keine) Regulierung des Werbemarkts	418
III. Medienwettbewerbskontrolle	418
1. Lauterkeitskontrolle	418
2. Diskriminierungskontrolle	419
3. Medienkonzentrationskontrolle	419
a) Pressekonzentrations- und -fusionsrecht	420
b) Konzentrations- und Fusionsrecht der Rundfunkmedien	420

4. Medienenteignung	421
D. Finanzielle staatliche Eingriffe in den Medienmarkt	421
I. Mediensubventionen	421
1. Ziele von Mediensubvention	422
2. Voraussetzungen	423
3. Subventionsmodi	424
a) Direkte Zuweisungen	424
b) Zuweisungen über (öffentlichrechtliche) Stiftungen	424
c) Journalismus als steuerbegünstigter gemeinnütziger Zweck	425
d) Verschaffung von Aufträgen	425
e) Abgesenkte Beförderungsentgelte (bei der Post)	426
f) Erleichterung von Soziallasten	426
II. Medienbesteuerung	427
E. Unmittelbare staatliche Medientätigkeit	428
§ 25. Medieninhalteaufsicht	429
A. Allgemeines	429
B. Aufsichtsebenen	429
I. Eigenkontrolle	430
1. Regulierte Eigenkontrolle im öffentlichrechtlichen Rundfunk	430
2. Jugendschutzkontrolle	430
3. Datenschutzkontrolle	430
4. Ombudsleute	431
5. Beschwerdeverfahren nach NetzDG	431
II. (Brancheninterne) Selbstkontrolle	431
III. Kontrolle durch Private	432
IV. Öffentlich-privates Mischsystem beim Jugendschutz	433
1. Trägermedien nach JuSchG	433
a) Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien	434
b) Oberste Landesbehörde	434
c) Freiwillige Selbstkontrolle	434
2. Telemedien und Rundfunk nach JMStV	434
a) Landesmedienanstalten	434
b) Kommission für Jugendschutz	434
c) jugendschutz.net	435
d) Freiwillige Selbstkontrolle	435
V. Externe (staatliche) Kontrolle	435
1. Keine Presseaufsicht	436
2. Staatsaufsicht über öffentlichrechtlichen Rundfunk	436
3. Rundfunkaufsicht über privaten Rundfunk	436
4. Telemedienaufsicht und Aufsicht über Medienintermediäre	437
5. Aufsicht über Soziale Netzwerke	437
6. Sonstige und allgemeine staatliche Aufsicht im Medienbereich	437
a) Spezifische Datenschutzaufsicht	437
b) Polizeifestigkeit des Medienwesens	438

VI. Kontrolle durch die Öffentlichkeit	439
1. Mediale Selbstbeobachtung	439
2. Programmbeschwerde	439
3. Keine Verbandsklage im Medienrecht	440
4. Preise	440
C. Aufsichtsmodi und Aufsichtsmittel	441
I. Zulassung und Eröffnungskontrolle	441
II. Untersuchungs- und Ermittlungsbefugnisse	441
1. Dokumentations- und Bereithaltungspflichten	441
2. Anzeige- und Vorlagepflichten	442
3. Allgemeine Untersuchungs- und Ermittlungsbefugnisse	442
III. Kennzeichnung und Indizierung	443
1. Jugendschutzrechtliche Kategorisierungen	443
a) Alterseinstufung und Kennzeichnung gemäß Entwicklungsbeeinträchtigung	443
b) Indizierung bei Jugendgefährdung	443
c) Offenkundigkeit bei schwerer Jugendgefährdung	444
2. Umsetzung und Verfahren	444
a) Druckwerke	444
b) Filme	445
c) Rundfunk	445
d) Telemedien	446
IV. Eingriffsbefugnisse	446
1. Informelle Maßnahmen	446
2. Medial wirkende Maßnahmen	447
3. Verbreitungs- und Rezeptionsverbote	447
4. Aufhebung der Zulassung	449
5. Medienaufsichtsrechtliche Generalklauseln	449
V. Durchsetzung	449
1. Freiwillige Selbstverpflichtung	449
2. Verwaltungszwang	450
3. Sanktionierung	450
§ 26. Medienrechtliche Gegenansprüche. Haftung. Sanktion	451
A. Allgemeines	451
B. Zivilrecht	451
I. Anspruchsgrundlagen	452
1. Vertrag	452
2. Rechtsverletzung	452
3. Keine Staatshaftung	453
4. Urheber- und andere Immaterialgüterrechte	453
5. Datenschutzrecht	453
II. Verantwortlichkeit und Zurechnung	454
1. Grundsatz: Haftung für eigene Äußerungen	454
2. Modifikation der Haftung	455
a) Haftungsverlagerungen im Beschäftigungsverhältnis	455
b) Verantwortlicher Redakteur („V. i. S. d.P.“)	456
c) Verleger, Herausgeber, Intendant	457

3. Störerhaftung	457
4. Verbreiterhaftung	458
a) Zueigenmachen fremder Inhalte und Äußerungen	458
b) Beschränkter Haftungsmaßstab für (bloße) Verbreiter	459
c) Publizistische Haftung für Werbung	460
d) Haftung von Diensteanbietern	461
5. Haftung von Netzwerken und Intermediären	462
III. Haftungsinhalt. Rechtsfolgen	462
1. Unterlassung	462
a) Voraussetzung	463
b) Inhalt	463
2. Gegendarstellung	464
a) Voraussetzung	464
b) Inhalt	465
aa) Ort und Platzierung	466
bb) Starke Formalisierung	466
cc) „Redaktionsschwanz“	466
3. Beseitigung	467
a) Voraussetzung	467
b) Inhalt	468
4. Schadensersatz	469
5. Entschädigung	470
6. Herausgabe	471
C. Wettbewerbsrecht	471
I. Voraussetzungen	471
II. Inhalt	472
D. Ordnungswidrigkeiten- und Strafrecht	472
I. Haftungsgrund	472
II. Tatbestände	473
1. Medieninhaltsdelikte	473
a) Medienrelevante Delikte im StGB	473
aa) Verfassungsfeindliche Texte und Symbole	473
bb) Verunglimpfen von Staatsymbolen	473
cc) „Publizistischer Landesverrat“	474
dd) Aufruf zu Straftaten durch Schriften	474
ee) Störung des öffentlichen Friedens	474
ff) Volksverhetzung	475
gg) Gewaltdarstellungen	475
hh) Blasphemie	476
ii) Verbreitung von Pornographie	476
jj) Beleidigungen. Üble Nachrede. Verleumdung	477
kk) Verletzung des persönlichen Lebens- und Geheimbereichs	478
ll) Werbung für Schwangerschaftsabbruch	478
mm) Preisausschreiben und Glücksspiel	479
b) Jugendschutz	479
c) Immaterialgüterrecht	479
d) Wertpapierinformationen	480

2. Medienordnungsdelikte	480
a) Medienrecht i. e. S.	480
b) Werberecht	481
c) Jugendschutzrecht	481
III. Rechtsfolgen	482
§ 27. Durchsetzung	484
A. Allgemeines	484
B. Publizistischer Gegenschlag	485
C. Gewährleistung der Voraussetzungen für Anspruchsdurchsetzung	485
I. Benennung eines Verantwortlichen Redakteurs	485
II. Impressumspflicht	485
III. Benennung eines Zustellungsbevollmächtigten	486
D. Durchsetzung medienzivilrechtlicher Ansprüche	487
I. Vorprozessuale Instrumente	487
1. Medienrechtliche Informationsschreiben	487
2. (Vorangehende) Abmahnung	488
II. Außerprozessuale Verfahren	489
1. Schiedsgerichtsverfahren	489
2. Alternative Streitbeilegungsverfahren	490
III. Gerichtsverfahren	490
1. Rechtsweg	490
2. Zuständiges Gericht, insb. „Fliegender Gerichtsstand“	491
3. Parteifähigkeit	493
4. Keine Popularklage und keine Verbandsklage	493
5. Vorbeugende Unterlassungsklage	494
6. Eilrechtsschutz	495
IV. Kosten	496
E. Spezielle medienrechtliche Verfahren	497
I. Beschwerde zum Deutschen Presserat	497
1. Zulässigkeit der Beschwerde	497
2. Verfahren	498
3. Entscheidung	498
II. Rundfunkrechtliche Beschwerde	498
III. Jugendschutzrechtliche Beschwerde	499
IV. Beschwerden bei Video-Sharing-Angeboten	499
V. Beschwerde nach NetzDG	499
F. Verfahren und Durchsetzung bei Straftaten	500
I. Strafgerichtliches Verfahren	500
II. Privatklageverfahren	500
III. Lösungsverfahren nach NetzDG	501
G. Verfahren und Durchsetzung bei Ordnungswidrigkeiten	502
Stichwortverzeichnis	505

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG