

Medienrecht

von Lewinski

2. Auflage 2025
ISBN 978-3-406-83513-1
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

The logo for beck-shop.de features three red circles of varying sizes arranged in a slight arc above the 'i' in 'shop'.
beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Medienrecht

Ein Studienbuch

von

Kai v. Lewinski

o. Professor an der Universität Passau

2., neu bearbeitete Auflage, 2025

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, with 'beck-' and '.de' in a smaller weight than 'shop'. Below it, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps sans-serif font.
beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

The logo for C.H. Beck features a stylized black griffin or dragon standing on its hind legs, facing left. To its left is a circular emblem containing the letter 'B'. Below the griffin and emblem is a horizontal line, and below that, the text 'C.H. BECK' in a black, all-caps serif font.
C.H. BECK

Zitiervorschlag: v. Lewinski MedienR § 1 Rn. 1

beck.de **beck-shop.de**

ISBN Print 978 3 406 83513 1
ISBN E-Book (ePDF) 978 3 406 83514 8
ISBN E-Book (ePUB) 978 3 406 84462 1

© 2025 Verlag C.H.Beck GmbH & Co. KG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
info@beck.de
Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH
Am Fliegerhorst 8, 99947 Bad Langensalza

Satz: Jung Crossmedia Publishing GmbH
Gewerbestraße 17, 35633 Lahnau

Umschlag: Martina Busch, Grafikdesign, Homburg Saar



chbeck.de/nachhaltig
produktsicherheit.beck.de

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

Alle urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben vorbehalten.
Der Verlag behält sich auch das Recht vor, Vervielfältigungen dieses Werkes
zum Zwecke des Text and Data Mining vorzunehmen.

Vorwort

Die 1. Auflage des vorliegenden Buches hat eine freundliche Aufnahme gefunden. In dieser Neuauflage sind der größtenteils ab 2025 geltende European Media Freedom Act (EMFA) sowie die Änderungen durch den geplanten MedienReformStV-E umfassend eingearbeitet, die Auswirkungen der Digitalgesetzgebung auf europäischer Ebene, insb. durch den Digital Services Act (DSA), berücksichtigt. Auch das Medienrecht am Rande berührende neue Regelungen wie die Anti-SLAPP-RL sind enthalten. Rechtsprechung und Schrifttum sind auf dem Stand von Ende des Wintersemesters 2024/25. Damit das Werk nicht zu einer im Vorwort zur 1. Auflage erwähnten „Nachhut des Fortschritts“ wird und um sich auf das bei Lehrbüchern im Mittelpunkt stehende geltende Recht zu fokussieren, sind die durchgehenden Verweise auf den RStV, die in der 1. Auflage in der Übergangszeit zum MedienStV nützlich gewesen sind, beseitigt; wo man sie vermisst, muss auf die randnummernidentische Voraufgabe zurückgegriffen werden.

Das Buch hat eine konvergente Perspektive auf das Medienrecht (→ § 1 Rn. 59 ff.). Zwar unterscheidet das deutsche Recht traditionell zwischen Presse-, Film- und Rundfunkrecht sowie dem Recht der (gar nicht mehr so) „Neuen Medien“. Die Medienwirklichkeit hat die Grenzen zwischen diesen Sektoren schon lange verwischt, das Europäische Recht kennt sie auch nicht, insbesondere auch nicht der nun maßgebliche EMFA.

Das Medienrecht ist eine Querschnittsmaterie (→ § 1 Rn. 79), das nicht den einen „richtigen“ Einstiegspunkt kennt. Vielmehr variiert der Zugang je nach juristischer und fachlicher Vorprägung. Das vorliegende Buch orientiert sich an dem kommunikationswissenschaftlichen Sender-Empfänger-Modell (→ § 1 Rn. 37 f., → §§ 11–20 Rn. 1 ff.), die auf der einen Seite eingerahmt werden von den Grundlagen (→ §§ 1–3 Rn. 1 ff.) und den internationalen Aspekten (→ §§ 4–7 Rn. 1 ff.). Das Medieneuroparecht (→ § 8 Rn. 1 ff.) ist mit dem EMFA nun von nicht mehr nur punktueller Bedeutung, sondern überlagert das nach wie vor wichtige deutsche Verfassungsrecht (→ §§ 9 f. Rn. 1 ff.) mehr und mehr. Auf der anderen Seite des Rahmens steht das Medienwirtschafts- und -ordnungsrecht (→ §§ 21–27 Rn. 1 ff.). Um den Einstieg in die Materie für alle Vorverständnisse und an jeder Stelle zu erleichtern, ist die Zahl der Querverweise im Buch nochmals stark vermehrt worden. Hierdurch ist es besonders als Arbeitsbuch zum Vertiefen des Stoffes geeignet.

Das Buch will aber auch zum Durchlesen von vorne bis hinten einladen, und zwar sowohl Juristen, die gerne vom Allgemeinen zum Speziellen vorgehen, wie auch Medien- und Kommunikationswissenschaftler, denen das Sender-Empfänger-Schema der Darstellung (insbes. → §§ 14 ff. Rn. 1 ff.) Orientierung geben kann.

Das Buch richtet sich weiterhin an diejenigen, die Rechtswissenschaft *va in den einschlägigen medien- und informationsrechtlichen Schwerpunkt* studieren, sowie an alle, die sich systematisch und gründlich mit dem Medienrecht vertraut machen möchten; dies sind Wissenschaft und Praxis gleichermaßen, ebenso Nebenfächler (mit etwas rechtswissenschaftlichen Vorkenntnissen).

Das Buch ist in meinen Vorlesungen zum Medienrecht und zum Internationalen Medienrecht an der Universität Passau weiter gereift. Für verbessernde Hinweise aus Praxis und Wissenschaft ist namentlich (und in zeitlicher Reihenfolge) RA Prof. Roland Bornemann, RA Prof. Dr. Emanuel H. Burkhardt, Herrn Kilian Ludwig, Frau Prof. Dr. Gabriela v. Wallenberg, meiner Passauer Kollegin Prof. Dr. Bettina Nolte, Frau Ref. Anna-Maria Kipphardt, Herrn Quentin Klink, Herrn RA Sören Strahl, Prof. Dr. Moritz Hennemann, Prof. Dr. Wolfgang Hau, Dr. Sebastian J. Kasper-Schöniger und Benedikt Leven zu danken. Prof. Dr. Wolfgang Hau hat auch mediengeschichtliche Anekdoten beige-steuert. Philippine v. Lewinski hat mich auf mythische Mediengötter (→ § 1 Rn. 42) hingewiesen. Und natürlich wäre diese Neuauflage ohne den Lehrstuhl nicht so gut und nicht so rasch gelungen. Hier ist an erster Stelle meine Assistentin Katrin Biermeier zu nennen, die über lange Zeit und mit großer Begeisterung für das Medienrecht mich und das Buch unterstützt hat. Daneben haben meine studentischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geholfen, namentlich (und in alphabetischer Reihenfolge) Matthias Biller, Paul Deisenrieder, Korbinian Deutinger, Clemens Spirkl, Ersin Taner und Annika Zarnt.

Passau, im April 2025

Kai v. Lewinski


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XXXIX
Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur	LIII
Literaturverzeichnis	LVII

Teil 1. Einführung 1

§ 1. Grundlagen 1

A. Allgemeines	1
B. Bedeutung und Funktion der Medien	5
C. Phasen und Regelkreise	8
D. Mediensektoren	9
E. Konvergenz	13
F. Medienrecht	16

§ 2. Geschichte und Entwicklung der Medien und des Medienrechts 25

A. Allgemeines	26
B. Abschnitte der Medien(rechts)geschichte	27
C. Gegenwärtige Krise(n) und Umbrüche der Medien	44
D. Zukünftige Entwicklungen	46

§ 3. Medienakteure 47

A. Allgemeines	47
B. Medienschaffende	50
C. Medienunternehmen und -dienstleister	64
D. Medienaufsichtsinstitutionen	70

Teil 2. Internationales und Europäisches Medienrecht 78

§ 4. Problemstellung des Internationalen Medienrechts 78

A. Allgemeines	78
B. Ubiquität von Medien und Kommunikation	79
C. Räumlichkeit von Kultur und Recht	80
D. (Keine) kulturelle Globalisierung und globale Kultur	82
E. Drei Ebenen des Internationalen Medienrechts	83

§ 5. Staatliche Mediensouveränität 83

A. Allgemeines	84
B. Mediales Grenzregime	84
C. Verzicht auf medienbezogenen Grenzschutz	86

§ 6. Medienkollisionsrecht 87

A. Allgemeines	87
B. Internationales Medienzivilrecht und -zivilverfahrensrecht	94
C. Internationale Medienaufsicht und Internationaler Verwaltungsrechtsschutz	105

D. Internationales Medienstrafrecht und Medienstrafverfahrensrecht	108
§ 7. Medienvölkerrecht	112
A. Allgemeines	112
B. Universelles Medienrecht	119
C. Regionales Medienvölkerrecht	132
§ 8. Medieneuroparecht	133
A. Allgemeines	134
B. Europäische Regelungsfelder	137
C. Europäische Mediengrundrechte	156
Teil 3. Medienverfassungsrecht	160
§ 9. Mediengrundrechte	160
A. Allgemeines	160
B. Entstehenssicherung medialer Freiheiten	163
C. Mediale Selbstbestimmung	168
D. Mediale Selbstbeteiligung (Meinungsäußerung und Meinungsverbreitung)	172
E. Mediale Selbstversorgung	182
F. Medienfreiheit	184
G. Mediale und kommunikative Chancengleichheit	193
H. Weitere Grundrechte, Konkurrenzen	193
§ 10. Medienverfassung	198
A. Allgemeines	198
B. Verfassungsvorgaben für Medien	200
C. Kompetenzverteilung	213
Teil 4. Mediale Teilnahme und Selbstbestimmung	220
§ 11. Jedermann als Medienakteur	220
A. Allgemeines	220
B. Dimensionen medialer Teilnahme	220
C. Schutz medialer Selbstverwirklichung	223
§ 12. Mediale Selbstdarstellung und Selbstbeteiligung	225
A. Allgemeines	226
B. Mediale Teilnahme Privater	231
C. Kommerzielle Selbstdarstellung und Kommunikation	236
D. Wissenschaftlicher Diskurs	242
E. Künstlerische (Selbst-)Darstellung	242
F. Wahlkampf und politischer Aktivismus	243
G. Äußerungen und Selbstdarstellung der Öffentlichen Hand	245
H. Grenzen (der Regelbarkeit) der Selbstdarstellung ausländischer Staaten	250

§ 13. Mediale Selbstbewahrung	251
A. Allgemeines	251
B. Mediale Selbstbewahrung Privater	252
C. Mediale Selbstbewahrung von Unternehmen	262
D. Mediale Selbstbewahrung von Staat und Öffentlicher Hand ...	263
Teil 5. Journalistisch-redaktionelles Arbeiten	264
§ 14. Allgemeine journalistische Standards	264
A. Allgemeines	264
B. Unabhängigkeit	265
C. Wahrhaftigkeit	268
D. Journalistische Sorgfalt	271
E. Achtung von Rechtsgütern	271
§ 15. Recherche	273
A. Allgemeines	274
B. Allgemein zugängliche Informationen	276
C. Informationen der Öffentlichen Hand	280
D. Immaterialgüterrechtlich geschützte Informationen	285
E. Nicht-öffentliche Informationen	286
F. Informanten- und Quellenschutz, Redaktionsgeheimnis ...	288
§ 16. Themenaufbereitung	290
A. Allgemeines	290
B. Sorgfalt bei Aufbereitung	292
C. Achtung medialer Selbstbewahrung	292
D. Bereichsspezifische Grenzen der Berichterstattung	295
E. Immaterialgüterrechtliche Schranken zugunsten von Medien- schaffenden	299
F. Immaterialgüterrechtlicher Schutz journalistischer Inhalte ...	301
§ 17. Redaktionelle Zusammenstellung	305
A. Allgemeines	305
B. Redaktionelle Freiheit als Grundsatz	307
C. Vorgaben für redaktionelle Zusammenstellung	308
D. Einbindung von Werbung	317
E. Immaterialgüterrechtlicher Schutz der Zusammenstellung ...	323
Teil 6. Mediendienstanbieter	325
§ 18. Publikation	325
A. Allgemeines	325
B. (Keine) Publikationspflicht	326
C. Pflichtinhalte	327
D. Publikationsschranken	331
E. Beschränkung von Werbezeit und Werbeumfang	338
F. Publikationsverbote	340
G. Depublikation	343
H. Immaterialgüterrechtlicher Schutz medialer Angebote	346

§ 19. Distribution	352
A. Allgemeines	352
B. Neutralität der Distributionsebene	355
C. Vertrieb in einzelnen Mediensektoren	357
D. Publikums- und Reichweitenmessung	370
E. Verbreitungsbeschränkungen	371
Teil 7. Mediale Teilhabe	377
§ 20. Rezeption	377
A. Allgemeines	377
B. Grundsatz der Rezeptionsfreiheit	380
C. Rezeptionsermöglichung	381
D. Rezeptionsbeschränkung	382
E. Rezipientenschutz	386
F. Medieninhalteaufbewahrung	391
Teil 8. Medienrahmenordnung	394
§ 21. Mediensystemvoraussetzungen	394
A. Allgemeines	394
B. Literalität und Medienkompetenz	394
C. Medienrecht als Medienvoraussetzung	394
D. Medien als Kritische Infrastruktur	397
§ 22. Organisationsvorgaben für Mediendienstanbieter	399
A. Allgemeines	399
B. Allgemeine Vorgaben für Mediendienstanbieter	401
C. Spezifische Strukturen in den einzelnen Mediensektoren	406
D. Medienarbeitsrecht	414
§ 23. Medienfinanzierung	423
A. Allgemeines	423
B. Medieninhalte als Immaterialgüter, Schranken und Lizenzierung	426
C. Entgelte für Mediennutzung	429
D. Werbung	432
E. Nutzungsunabhängige und mittelbare Finanzierungsformen ..	434
F. Öffentliche Medienfinanzierung	436
G. Medienunabhängige wirtschaftliche Nebenaktivitäten	448
§ 24. Medienmarktordnung	448
A. Allgemeines	449
B. Zugangs- und Eröffnungskontrolle zum Medienmarkt	451
C. Regulierung des Marktverhaltens	461
D. Finanzielle staatliche Eingriffe in den Medienmarkt	471
E. Unmittelbare staatliche Medientätigkeit	478
§ 25. Medieninhalteaufsicht	479
A. Allgemeines	479

B. Aufsichtsebenen	480
C. Aufsichtsmodi und Aufsichtsmittel	493
§ 26. Medienrechtliche Gegenansprüche. Haftung. Sanktion	503
A. Allgemeines	503
B. Zivilrecht	503
C. Wettbewerbsrecht	524
D. Straf- und Ordnungswidrigkeitenrecht	525
§ 27. Durchsetzung	536
A. Allgemeines	536
B. Publizistischer Gegenschlag	537
C. Gewährleistung der Voraussetzungen für Anspruchsdurch- setzung	538
D. Durchsetzung medienzivilrechtlicher Ansprüche	539
E. Spezielle medienrechtliche Verfahren	551
F. Durchsetzung von Aufsichtsmaßnahmen	553
G. Verfahren und Durchsetzung bei Straftaten	553
H. Verfahren und Durchsetzung bei Ordnungswidrigkeiten	556
Stichwortverzeichnis	559


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Abkürzungsverzeichnis	XXXIX
Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur	LIII
Literaturverzeichnis	LVII

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 und Funktion der Medien	5
I. Medien als gesellschaftliches Subsystem	5
II. Politische Bedeutung	5
1. Vielfaltsicherung	6
2. Kondensierung und Filterung	6
3. Medien als Kontrollinstanz	7
4. Medien als Machtfaktor	7
III. Kulturelle Bedeutung	8
IV. Medien als Wirtschaftsfaktor	8
C. Phasen und Regelkreise	8
D. Mediensektoren	9
I. Presse	10
II. Film	10
III. Rundfunk	10
IV. Digitale Dienste. Telemedien	11
V. Intermediäre	12
VI. Immersive Medien. Metaversum	12
E. Konvergenz	13
I. Technische Konvergenz	13
II. Konvergenz von Märkten und Dienstleistungen	14
III. Industriekonvergenz	14
IV. Meinungskonvergenz	15
V. Konvergenz des Rechts	15
F. Medienrecht	16
I. Inhalt und Abgrenzung	16
II. Rechtsebenen und Rechtsquellen	17
1. Völkerrecht	18
2. Europarechtliche Vorgaben	18
3. Verfassung	19

4. Verfassungsrechtsprechung	19
5. Gesetz	22
a) Medieneuroparecht	22
b) Bundesmedienrecht	23
c) Landesmedienrecht	23
6. Selbstgesetztes Berufsrecht	24
III. Allgemeines und Mediengewohnheitsrecht	25
§ 2. Geschichte und Entwicklung der Medien und des Medienrechts	25
A. Allgemeines	26
B. Abschnitte der Medien(rechts)geschichte	27
I. Vor-Medienzeitalter	27
1. Mündliche Nachrichtenverbreitung	27
2. Handschriften	27
II. Mechanisierung – Erfindung des Buchdrucks	28
III. Politisierung – Obrigkeit und Liberalismus	29
1. Zensur und Privileg	30
2. Pressefreiheit	30
IV. Kommerzialisierung – Bürgerliches Medienzeitalter	31
1. Arbeitsteilung und Industrialisierung	32
2. Unterhaltung und Persönlichkeitsverletzungen	32
V. Technisierung – Medienumbrüche um das Jahr 1900	33
1. (Kino-)Film	33
2. Rundfunk	33
VI. Instrumentalisierung – Medien in der Diktatur	34
1. Nationalsozialismus	34
2. DDR	35
VII. Föderalisierung – Neu- und Nachkriegsordnung	35
VIII. Liberalisierung – Duales Rundfunksystem seit den 1980ern	37
IX. Digitalisierung – Medienumbrüche um das Jahr 2000	39
1. Computerspiele?	40
2. Internetmedien	40
a) Vorformen und Voraussetzungen	40
b) Medien- und Teledienste. Telemedien. Digitale Dienste	41
3. Rezipient als Medienakteur	41
X. Sicherung der Staatsferne	42
XI. Konvergenz. Einbeziehung der Intermediäre	42
XII. Europäisierung des Medienrechts	43
XIII. Immersive Medien und Künstliche Intelligenz	44
C. Gegenwärtige Krise(n) und Umbrüche der Medien	44
D. Zukünftige Entwicklungen	46
§ 3. Medienakteure	47
A. Allgemeines	47
I. Arbeitsteiliges Zusammenspiel der Medienakteure im rechtlichen Rahmen	47
1. Individuelles Medienrecht	48
2. Arbeitsteiligkeit im Medienrecht	48

3. Staatsferne und Staatsfreiheit	48
II. Rollenverwischung und Rollenabgrenzung	49
B. Medienschaffende	50
I. Jedermann	50
II. Öffentlichkeitsarbeit und Auftragskommunikation	51
III. Journalisten	52
1. Allgemeine Merkmale	52
2. Spezifizierung und Spezialisierung	54
a) Inhalteerstellung	55
aa) Recherche	56
bb) Verfassen von Beiträgen	56
cc) Verwandte medienschaffende Tätigkeiten	56
(1) Schriftsteller und Künstler	56
(2) Wissenschaftler	56
(3) Influencer, Creator	57
(4) AktivistInnen	57
(5) Investment-Researcher	58
(6) Social Bots	58
b) Redaktion	59
aa) Redakteur als Rechtsbegriff	59
bb) Redaktion als Arbeitseinheit	59
cc) Verwandte medienzusammenstellende Tätigkeiten ..	59
3. Journalistische Zuarbeit	61
IV. Publizistische Tätigkeit und Leitung	62
1. Herausgeber	63
2. Verleger	63
C. Medienunternehmen und -dienstleister	64
I. Mediendiensteanbieter	64
II. Intermediäre	65
III. Hilfspersonen der Medien	67
1. Drucker	68
2. Presse-Grossisten	68
3. Telekommunikationsunternehmen	69
IV. Mediengruppen und Medienkonzerne	69
D. Medienaufsichtsinstitutionen	70
I. Selbstregulierungsinstitutionen	70
II. Medienbehörden	71
1. Allgemeine Medienbehörden	71
2. Landesmedienanstalten	71
a) Unabhängigkeit und Medienfreiheit	72
b) Organisation	73
c) Kommissionen	73
d) Gemeinsame Schlichtungsstelle	74
3. Jugendschutzbehörden	74
4. Aufsichtsnetzwerke	75
5. Staatliche Aufsicht über die Medienbehörden und Rundfunkanstalten	76
III. Medienförderinstitutionen	76

Teil 2. Internationales und Europäisches Medienrecht	78
§ 4. Problemstellung des Internationalen Medienrechts	78
A. Allgemeines	78
B. Ubiquität von Medien und Kommunikation	79
I. Grenzüberschreitende Medieninhalte	79
II. Transnationale Kommunikationsinfrastrukturen	79
C. Räumlichkeit von Kultur und Recht	80
I. Kulturelle Diversität und gesellschaftliche Werte	80
II. Prägung nationalstaatlicher Regelungen	81
D. (Keine) kulturelle Globalisierung und globale Kultur	82
E. Drei Ebenen des Internationalen Medienrechts	83
§ 5. Staatliche Mediensouveränität	83
A. Allgemeines	84
B. Mediales Grenzregime	84
C. Verzicht auf medienbezogenen Grenzschutz	86
§ 6. Medienkollisionsrecht	87
A. Allgemeines	87
I. Idee des Kollisionsrechts	87
II. Konzepte des Kollisionsrechts	88
III. Kollisionsrechtliche Ebenen	89
IV. Kollisionsrechtliche Anknüpfungen	90
1. Rechts- und Gerichtswahl	90
2. Territorialität	90
3. Staatsangehörigkeit	91
4. Universalität	92
V. Medienkollisionsrechtsordnungen	92
B. Internationales Medienzivilrecht und -zivilverfahrensrecht	94
I. Grundkonstellation des Kollisionsrechts im Privatrecht	94
1. Anwendbares Recht	95
2. Internationale Gerichtszuständigkeit	96
3. Anerkennung und Vollstreckbarkeit	96
II. Vollstreckungsübereinkommen	97
III. Europäisiertes Kollisions- und Verfahrensrecht	98
1. Anwendbares Recht	99
a) Harmonisiertes Kollisionsrecht und medienbezogene Ausnahmen	99
b) Herkunftslandprinzip	99
aa) Audiovisuelle Medien	99
bb) Digitale Dienste	100
2. Internationale Gerichtszuständigkeit	101
a) Allgemeiner Gerichtsstand	102
b) Besonderer Gerichtsstand der unerlaubten Handlung ...	102
c) Exorbitanter Gerichtsstand	103
d) Parallele Zuständigkeiten	104
3. Anerkennung und Vollstreckbarkeit	104
a) Anerkennung	104

b) Vollstreckbarkeit	105
C. Internationale Medienaufsicht und Internationaler Verwaltungsrechtsschutz	105
I. Anwendbares Recht	106
II. Zuständigkeiten von Behörden und Verfahren	106
III. Durchsetzung	107
1. Anerkennung ausländischer Verwaltungsentscheidungen	107
2. Vollstreckbarkeit	107
D. Internationales Medienstrafrecht und Medienstrafverfahrensrecht	108
I. (Kein) Medienvölkerstrafrecht und Europäisches Medienstrafrecht	108
II. Anwendbares Recht	108
1. Kein strafrechtliches Kollisionsrecht	109
2. Reichweite deutschen Strafrechts	109
a) Territorialitätsgrundsatz	109
b) Durchbrechung des Territorialitätsgrundsatzes	110
c) Weltrechtsprinzip	111
III. Verfahrensrecht	111
IV. Durchsetzung und Vollstreckbarkeit	111
§ 7. Medienvölkerrecht	112
A. Allgemeines	112
I. Internationale Harmonisierung	112
1. Kein universelles Medienvölkerrecht	113
2. Keine universellen medienrechtlichen Grundprinzipien	113
3. Universelle Teilgehalte	114
II. Verfahren internationaler Vereinheitlichung	114
1. Rechtsförmige Koordinierung	114
2. Politische Koordinierung	115
3. (Akademische und zivilgesellschaftliche) Koordinierung	117
4. Einseitige Standard- und Rechtssetzung	118
B. Universelles Medienrecht	119
I. Medienrechtliche allgemeine Regeln des Völkerrechts	119
1. (Staatliche) Souveränität	119
2. Menschenrechtlicher Mindeststandard	119
3. Kommunikationsräume als Allgemeingut	120
4. Freier Informationsfluss?	120
II. Medienrechtliche Gehalte der Universellen Menschenrechte	121
1. Keine ausdrückliche Medienfreiheit	121
2. Medienrechtliche Gewährleistungen	122
a) Schutz von Identität und Selbstdarstellung	122
b) Gedankenfreiheit	122
c) Meinungs(äußerungs)freiheit	122
d) Informations- und Rezipientenfreiheit	123
3. Gegenläufige Rechtspositionen	123
a) Privatheit und Datenschutz	123
b) Schutz Geistigen Eigentums	124
4. Beschränkungen und Schranken	124

5. (Keine) Durchsetzungsmechanismen	124
6. Objektivrechtliche Gehalte	125
III. Medienvölkervertragsrecht	125
1. Kein umfassendes Medienvölkervertragsrecht	126
2. Medienbezüge des Welthandelsrechts	127
a) Welthandelsorganisation (WTO)	127
aa) GATT	128
bb) GATS	128
cc) TRIPs	128
b) Investitionsschutz und Investitionsbeschränkung	128
3. Medienbezogenes Migrationsrecht	129
4. Internationales Immaterialgüterrecht	129
5. Kulturbezogene Übereinkommen	130
6. Weitere Übereinkommen mit Medienbezug	131
IV. Internet Governance	132
C. Regionales Medienvölkerrecht	132
§ 8. Medieneuroparecht	133
A. Allgemeines	134
I. Mehrebenensystem des Medienrechts in Europa	134
II. (Punktueller) Regelungen des Europarats	135
III. (Begrenzte) Zuständigkeiten der EU	135
1. Binnenmarkt und mitgliedstaatliche Kulturhoheit	135
2. Binnenmarkt und Medien	135
3. Zuständigkeitscocktail für Mediensachverhalte	136
B. Europäische Regelungsfelder	137
I. Binnenmarkt	138
1. Diskriminierungsverbot	138
2. Grundfreiheiten	138
3. (Allgemeine) Wettbewerbsaufsicht	139
a) (Allgemeines) Kartell- und Fusionsrecht	140
b) Preis- und Konditionenbindung	140
c) (Allgemeine) Beihilfenkontrolle	140
aa) Rundfunkabgaben als Beihilfe	140
bb) Mitgliedstaatliche Filmförderung	141
d) Europäische Kommission als Medienaufsicht?	141
II. Spezifisches Medienrecht	142
1. (Kein) allgemeines Medienrecht	142
a) Sicherung der Medienunabhängigkeit („Medienfreiheit“)	142
b) Mediensubventionen	143
c) Bekämpfung von Falschnachrichten und Desinformation	144
d) Koordinierung mitgliedstaatlicher Medienaufsichtsbehörden	144
e) SLAPP-Klagen	145
2. Sektorspezifische Medienregelungen	145
a) Presse	145
b) Filmrecht	145
c) (Fernseh-)Rundfunk	146

aa)	AVMD-RL und Fernsehübereinkommen	146
(1)	Parallelregelung und unvollkommene Synchronität	146
(2)	Anwendungsbereich	147
(3)	Anforderungen an den Inhalt	147
(4)	Werbebeschränkungen	148
(5)	Betroffenenrechte	148
(6)	Aufsicht	148
(7)	Sendelandprinzip	148
(8)	Empfangsfreiheit	149
bb)	Europäische Rundfunk-Union	150
cc)	ARTE. 3sat	150
d)	Medienangebote im Internet	150
e)	(Kein) Europäisches Medien- und Äußerungsstrafrecht	151
III.	Regelungen mit Medienbezug	152
1.	Immaterialgüter- und insb. Urheberrecht	152
2.	Datenschutzrecht	153
a)	Datenschutzrechtliches Medienprivileg	153
b)	Recht auf Vergessenwerden	154
c)	Telekommunikations- und Internetdatenschutz	154
3.	Telekommunikationsrecht	154
4.	Geschäftsgeheimnisse	155
5.	Hinweisgebung, Whistleblowing	155
6.	Jugendschutz	155
7.	Data Governance	155
C.	Europäische Mediengrundrechte	156
I.	Mehrebenenstruktur und Quellenvielfalt	156
II.	Mediengrundrechte	156
1.	Schutzbereich	156
a)	Sachliche Schutzbereiche	156
b)	Personaler Schutzbereich	157
2.	Eingriff	157
3.	Beschränkungen und Schranken	157
4.	Durchsetzung	158
III.	Objektivrechtliche Gehalte	158
Teil 3.	Medienverfassungsrecht	160
§ 9.	Mediengrundrechte	160
A.	Allgemeines	160
I.	Grundrechtsebenen	160
II.	System(e) der Mediengrundrechte	161
1.	Jedermann als Medienakteur	162
2.	Medien als Mittler	163
III.	Unmittelbare und mittelbare Drittwirkung	163
B.	Entstehenssicherung medialer Freiheiten	163
I.	Allgemeines Persönlichkeitsrecht	164
1.	Schutzbereich	165

a) Personaler Schutzbereich	165
b) Sachlicher Schutzbereich	165
2. Eingriff	166
3. Rechtfertigung	166
a) Schranken	166
b) Schranken-Schranken	167
4. Objektivrechtliche Gehalte	167
II. Gedankenfreiheit	167
C. Mediale Selbstbestimmung	168
I. Schutzbereiche	168
1. Mediale Selbstdarstellung	168
2. Mediale Selbstbewahrung	169
II. Eingriffe	170
1. Mediale Selbstdarstellung	170
2. Mediale Selbstbewahrung	171
III. Rechtfertigung	172
IV. Objektive Gehalte	172
D. Mediale Selbstbeteiligung (Meinungsäußerung und Meinungs- verbreitung)	172
I. Schutzbereich	173
1. Sachlicher Schutzbereich	173
a) Meinung	173
b) Nicht: Unwahrheiten	174
c) Nicht: Tatsachen	175
2. Personaler Schutzbereich	175
II. Eingriff	176
III. Rechtfertigung	177
I. Schranken	177
a) Allgemeine Gesetze	177
b) Jugendschutz	178
c) Ehrschutz	178
d) Übergeordnete Rechtsgüter	179
e) Wechselwirkungslehre	179
f) Einschränkung im Verteidigungs- und Ausnahmefall ...	180
2. Schranken-Schranken, insb. Zensurverbot	180
IV. Objektivrechtliche Gehalte	181
E. Mediale Selbstversorgung	182
I. Schutzbereich	182
II. Eingriff	183
III. Rechtfertigung	183
IV. Objektivrechtliche Gehalte	183
F. Medienfreiheit	184
I. Dienende Freiheit	184
II. Schutzbereich	185
1. Einheitlicher oder sektoral gegliederter Schutzbereich? ...	185
2. Personaler Schutzbereich	186
a) Medienschaffende	187
b) Besonderheiten der Rundfunkfreiheit	188

c) Intermediäre und Plattformen	189
3. Sachlicher Schutzbereich	189
a) Journalistisch-redaktionelle Tätigkeit	189
b) Tendenzfreiheit und Innere Medienfreiheit	190
4. Hilfstätigkeiten und Hilfsunternehmen	191
III. Eingriff	192
IV. Rechtfertigung	192
V. Objektivrechtliche Gehalte	192
G. Mediale und kommunikative Chancengleichheit	193
H. Weitere Grundrechte, Konkurrenzen	193
I. Recht auf informationelle Selbstbestimmung.	
Datenschutzgrundrecht	194
II. Bekenntnisfreiheit	195
III. Versammlungsfreiheit	195
IV. Kunstfreiheit	195
V. Wissenschaftsfreiheit	196
VI. Post- und Fernmeldegeheimnis	197
VII. Berufsfreiheit	197
VIII. Eigentumsgrundrecht	197
IX. Justizgrundrechte und Effektiver Rechtsschutz	198
§ 10. Medienverfassung	198
A. Allgemeines	198
I. Ungeschriebene Medienverfassung	198
II. Voraussetzungen von Mediensystem und Medienverfassung	199
B. Verfassungsvorgaben für Medien	200
I. Verfassungsrechtliche Grundprinzipien	200
1. Grundrechte, insb. Meinungs- und Medienfreiheit	200
2. Demokratieprinzip	200
a) Staatsfreiheit und Staatsferne	201
b) Verbot von Staatsmedien	201
c) Meinungsneutralität des Staates	203
d) Bloße Gewährleistungsverantwortung	203
3. Kulturstaatlichkeit?	204
II. Zusammenspiel der Verfassungsprinzipien	205
1. Pluralität	205
2. Unabhängigkeit	205
a) Unabhängigkeit der Medien vom Staat	206
b) Unabhängigkeit der Medien vom Markt und Finanzierungsquellen	206
c) Unabhängigkeit von privaten und gesellschaftlichen Akteuren	206
3. Dienende Funktion der Medienfreiheit	207
4. Grundversorgung, Funktionsauftrag, Vielfaltssicherung	208
a) Rundfunksektor	208
b) Regional- und Lokalpresse	211
c) Zeitungszustellung	212
d) Zusammenbruch von Medienmärkten	212

5. Institutsgarantie	213
III. Medien in Notstands- und Verfassungs- und Verteidigungsverfassung	213
C. Kompetenzverteilung	213
I. Gesetzgebungskompetenzen	213
1. Europäische Rechtssetzungskompetenz für den Binnenmarkt	213
2. Landesgesetzgebungskompetenz für Presse, Medien- und Rundfunk	214
3. Medienrelevante Bundesgesetzgebungskompetenzen	214
a) Individualkommunikation	215
b) Wirtschaft und Immaterialgüter	215
c) Telekommunikation und Post	215
4. Föderal geteilte Zuständigkeiten	216
a) Internet, Digitale Dienste	216
b) Jugendschutz	216
c) Mitwirkung der Länder bei Rechtssetzung auf europäischer Ebene	216
Exkurs: Ressortzuständigkeit	217
II. Verwaltungskompetenzen	217
1. Randständige Bundeskompetenzen	217
2. Umfassende Länderkompetenz	218
3. „Unechte Mischverwaltung“ und föderale Verwaltungskooperation	218
III. Rechtsprechungskompetenzen	218
Teil 4. Mediale Teilnahme und Selbstbestimmung	220
§ 11. Jedermann als Medienakteur	220
A. Allgemeines	220
B. Dimensionen medialer Teilnahme	220
I. Unterscheidung von Individuum, Unternehmen und Staat	220
II. Mittelbare Drittwirkung	222
III. Unterscheidung positiver und negativer Medienteilnahme	222
C. Schutz medialer Selbstverwirklichung	223
I. Schutz medialen Handelns, nicht eines medialen Erfolgs	223
II. Medieninhalte als Gegenstand immaterialgüterrechtlicher Schutzes	224
§ 12. Mediale Selbstdarstellung und Selbstbeteiligung	225
A. Allgemeines	226
I. Maßgeblichkeit des Medienakteurs	226
II. Grundsätze der Medienteilnahmefreiheit	226
1. Keine Sorgfaltspflichten	226
2. Kein allgemeines Sachlichkeits- oder Achtsamkeitsgebot	227
3. Kein allgemeines Verbot der Beeinflussung	227
a) Medienarbeit	228
aa) Gewähren von Hintergrundinformationen	228
bb) Autorisierung von Äußerungen	228
b) Inhaltebereitstellung	229

c) Direktpublikation	229
4. Kein allgemeines Lügen- und Irreführungsverbot	230
III. Keine verantwortlichkeitssichernden Vorgaben	230
IV. Umgang mit rechtswidrigen Inhalten	231
B. Mediale Teilnahme Privater	231
I. Mediale Selbstbeteiligung	231
1. Verbotene Unwahrheit und Irreführung	232
2. Ehrschutz	233
3. Sonstige Meinungsäußerungsverbote	233
II. Selbstdarstellung Privater	234
1. Anmaßung	234
2. Darstellung der (eigenen) Sexualität	235
3. Gesetzesverstöße als Selbstdarstellung	235
C. Kommerzielle Selbstdarstellung und Kommunikation	236
I. Allgemeines Werberecht	236
II. Spezielles Werberecht	238
III. Grenzfall: Influencer und Creator	239
D. Wissenschaftlicher Diskurs	242
E. Künstlerische (Selbst-)Darstellung	242
F. Wahlkampf und politischer Aktivismus	243
I. Wahlkampf	243
II. „Gekaufte“ Unterstützung	243
III. Boykottaufrufe	244
IV. Hinweisgebung, Whistleblowing, Leaking	244
G. Äußerungen und Selbstdarstellung der Öffentlichen Hand	245
I. Erscheinungsformen	245
1. Selbstdarstellung	245
2. Informationsbereitstellung	245
a) Amtliche Bekanntmachungen und Information	245
b) Staatliche Information	246
c) Proaktive Information	247
3. Lenkung durch Information	247
II. Kompetenzgrundlage	248
III. Rechtsbindung hinsichtlich der Inhalte	248
1. Wahrheit	248
2. Neutralität	248
3. Sachlichkeit	249
4. Verhältnismäßigkeit	249
IV. Trennung von Amtsträger und Person	250
H. Grenzen (der Regelbarkeit) der Selbstdarstellung ausländischer Staaten	250
§ 13. Mediale Selbstbewahrung	251
A. Allgemeines	251
I. Erscheinungsformen	251
II. Grundsatz medialer Entziehbarkeit	252
B. Mediale Selbstbewahrung Privater	252
I. Kein Bekenntniszwang	252

II. Kein „Grundrecht auf Anonymität“	253
III. Kein Datenschutzrecht im Meinungsbereich	254
IV. Schutz informationeller Sphären	254
1. Intimsphäre	255
2. Privatsphäre	255
3. Sozial- und Öffentlichkeitssphäre	257
4. Schutz über den Tod hinaus	259
V. Recht auf Vergessen(werden)	259
VI. Immaterialgüterrechtlicher Schutz	261
C. Mediale Selbstbewahrung von Unternehmen	262
I. Schutz durch das Allgemeine Persönlichkeitsrecht	262
II. (Quasi-)Immaterialgüterrechtlicher und wettbewerblicher Schutz	262
D. Mediale Selbstbewahrung von Staat und Öffentlicher Hand	263
Teil 5. Journalistisch-redaktionelles Arbeiten	264
§ 14. Allgemeine journalistische Standards	264
A. Allgemeines	264
I. Begriff des journalistischen Arbeitens	264
II. Rechtsnatur und Rechtsquellen des „Journalistenrechts“	265
B. Unabhängigkeit	265
I. Distanz vom Berichtsgegenstand	265
II. Sicherung der Unabhängigkeit	266
1. Verbot der Medienbestechlichkeit	266
2. Verbot der Schleichwerbung	267
3. Trennung von Tätigkeiten und Funktionen	267
C. Wahrhaftigkeit	268
D. Journalistische Sorgfalt	271
E. Achtung von Rechtsgütern	271
I. Staats- und Verfassungserhalt	271
II. Achtung und Schutz der Menschenwürde	272
III. Schutz der Grundrechte	273
§ 15. Recherche	273
A. Allgemeines	274
I. Sorgfalt	274
II. Offenheit der Recherche	274
III. Zwei-Quellen-Prinzip	274
IV. Stellungnahmemöglichkeit für Betroffene	275
B. Allgemein zugängliche Informationen	276
I. Bild- und Filmaufnahmen in der Öffentlichkeit	276
II. Veranstaltungszugang	278
1. Akkreditierung	278
2. Zugang zu politischen und Parteiveranstaltungen	279
3. Zugang zu kommerziellen Veranstaltungen	279
III. Datenzugang	280

C.	Informationen der Öffentlichen Hand	280
I.	Allgemeiner Informationszugang	281
II.	Medienrechtlicher Auskunftsanspruch	282
1.	Anspruchsberechtigter	282
2.	Anspruchsverpflichteter	282
3.	Anspruchsgegenstand	283
III.	Gleichbehandlung bei Zugang zu amtlichen Informationen	284
IV.	Privilegierter Register- und Archivzugang	284
V.	Indirekter Zugang über parlamentarische Anfragen	285
D.	Immaterialgüterrechtlich geschützte Informationen	285
E.	Nicht-öffentliche Informationen	286
I.	Information als Vertragsgegenstand	286
II.	Überwindung medialer Selbstbewahrung	286
III.	Widerrechtliche Beschaffung von Informationen	287
F.	Informanten- und Quellenschutz. Redaktionsgeheimnis	288
I.	Aussage- und Zeugnisverweigerungsrecht	288
II.	Schutz vor Durchsuchungsmaßnahmen	289
III.	Beschlagnahmeverbote	289
IV.	Abhörschutz	289
§ 16.	Themenaufbereitung	290
A.	Allgemeines	290
I.	(Keine) Ausgewogenheit und Tendenzfreiheit	290
II.	Keine Anforderungen an die inhaltliche oder äußere Qualität	291
B.	Sorgfalt bei Aufbereitung	292
I.	Prüfung von Meldungen auf Wahrheit und Herkunft	292
II.	Wahrung der Vertraulichkeit und Sperrfrist	292
C.	Achtung medialer Selbstbewahrung	292
I.	Keine absolute mediale Selbstbestimmung und Datenschutz	293
II.	Abwägung mit informationellen Interessen Betroffener	293
III.	Verdachtsberichterstattung	293
IV.	Unschuldsvermutung	294
D.	Bereichsspezifische Grenzen der Berichterstattung	295
I.	Sensationsberichterstattung	295
II.	Sexualisierung	295
III.	Medizinische Sachverhalte	295
IV.	Diskriminierungsverbot	296
V.	Sittliche und religiöse Überzeugungen anderer	297
VI.	Rechtswidrigkeit und journalistische Verwendbarkeit	297
1.	Rechtsverstoß des Journalisten	298
2.	Rechtsverstoß eines Dritten	298
E.	Immaterialgüterrechtliche Schranken zugunsten von Medienschaffenden	299
I.	Bildaufnahmen	299
II.	Mediale Ereignisse	299
III.	Zitate	300
IV.	Datenbankinhalte	301
F.	Immaterialgüterrechtlicher Schutz journalistischer Inhalte	301

I. Arten und Voraussetzungen immaterialgüterrechtlichen Schutzes	301
II. Nutzungs- und Verwertungsrechte	302
1. Urheberpersönlichkeitsrechte	302
2. Urheberverwertungsrechte	303
3. Leistungsschutzrechte	303
III. Schranken	304
IV. Übergang und Übertragbarkeit	305
§ 17. Redaktionelle Zusammenstellung	305
A. Allgemeines	305
I. Orientierung	306
II. Qualitätssicherung	306
III. Medienökonomische Notwendigkeit	306
IV. Ergänzung durch fremde Inhalte	307
B. Redaktionelle Freiheit als Grundsatz	307
C. Vorgaben für redaktionelle Zusammenstellung	308
I. Allgemeine redaktionelle Anforderungen	308
1. Redigieren	308
2. Trennungsgebote	309
3. Kennzeichnungspflichten	309
4. Platzierung von Gegendarstellungen	310
5. Prüfungspflichten und Ausfilterung rechtswidriger Inhalte	310
II. Redaktionelle Programmvorgaben für Rundfunk	310
1. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	311
a) Vorgabe des „umfassenden Überblicks“	311
b) Pflicht zur redaktionellen Einbettung	312
c) Inhaltliche Vorgaben	312
aa) Internationale Verständigung und europäische Integration	312
bb) Gesellschaftlicher Zusammenhalt	312
cc) Öffentlich-rechtliches Angebotsprofil	313
dd) Keine lokalen Inhalte	313
d) Programmkoordination der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	313
2. Privatrundfunk	314
3. Gemeinsame Vorgaben für öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk	314
III. Vorgaben für Zusammenstellung von Intermediären	315
1. Medienplattformen	315
2. Medienintermediäre und Online-Plattformen	315
D. Einbindung von Werbung	317
I. Grundsatz der Werbefreiheit	317
II. Äußere Werbebeschränkungen und formale Vorgaben	318
1. Trennung von Inhalt und Werbung	318
2. Kennzeichnung	318
a) Anzeigenwerbung	318
b) Wechselbezug von Inhalt und Werbung	319

III. Inhaltliche Werbebeschränkungen	320
1. Werbegrundsätze für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ..	320
2. Beschränkung von Werbung für schädliche Produkte	321
3. Beschränkung stereotyper Bilder in der Werbung?	321
IV. Besonderheiten politischer, weltanschaulicher und religiöser Werbung	322
E. Immaterialgüterrechtlicher Schutz der Zusammenstellung	323
Teil 6. Mediendiensteanbieter	325
§ 18. Publikation	325
A. Allgemeines	325
B. (Keine) Publikationspflicht	326
C. Pflichtinhalte	327
I. Impressum	327
1. Ausnahmen von Impressumspflicht	327
2. Formen des Impressums	328
3. Inhalt des Impressums	329
a) Identität der Verantwortlichen	329
b) Anschrift der Verantwortlichen	329
c) Transparenz über Haftungsverhältnisse	330
d) Publizistische Transparenz	330
II. Veröffentlichung von Gegendarstellungen	331
D. Publikationsschranken	331
I. Publikationsbeschränkungen für Inhalte des öffentlich- rechtlichen Rundfunks	331
II. Immaterialgüterrechte	333
1. Immaterialgüterverträge	333
a) Beschäftigungsverhältnisse	333
b) Vertragliche Lizenzen	333
c) Verlagsrecht	334
d) Gesetzliche Lizenzen	335
2. Urheberrechtliche Schranken	335
III. Geheimhaltungsvereinbarungen und Sperrvermerke	336
IV. Persönlichkeitsrechtliche Schranken	337
V. Rechtswidrig beschaffte Informationen	337
VI. Pflichtexemplare	337
E. Beschränkung von Werbezeit und Werbeumfang	338
I. Presse	338
II. Film	338
III. Rundfunk	338
1. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	339
2. Privater Rundfunk	339
IV. Digitale Dienste	339
F. Publikationsverbote	340
I. Keine allgemeine Wahrheitspflicht	340
II. Rechtsberatung in den Medien	340
III. Kein allgemeines Indiskretionsverbot	341

IV. Kein Verbot der Publikation von schockierenden Bildern	341
V. (Keine) polizeirechtlichen Publikationsverbote	341
VI. Verbotene Inhalte	342
G. Depublikation	343
I. Grundsatz: (De-)Publikationsfreiheit	343
II. (Nur) zeitweises Bereitstellen in öffentlich-rechtlichen Mediatheken	344
III. Depublikation aufgrund Unterlassungsanspruchs	344
IV. (Keine) Löschpflichten für Medienarchive	345
V. Löschpflichten bezüglich Drittinhalten	345
H. Immaterialgüterrechtlicher Schutz medialer Angebote	346
I. Immaterialgüterrechtlicher Schutz von Medienangeboten	346
II. Erschöpfungsgrundsatz	346
III. Schranken hinsichtlich publizierter Medieninhalte	347
IV. Leistungsschutzrechte	348
1. Medienerzeugnisse	348
2. Tonträger	349
3. Filme und Laufbilder	350
4. Rundfunksendungen	350
5. Datenbanken	350
V. Integritätsschutz	351
VI. Werktitelschutz	352
VII. Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz	352
§ 19. Distribution	352
A. Allgemeines	352
I. Begrifflichkeit	353
II. Trennung von Publikation und Distribution	353
III. Medienvertrieb als (typischerweise) Bündelangebot	354
IV. Beschränkung der Distribution nur als Nachzensur	355
B. Neutralität der Distributionsebene	355
I. Ungeschriebener Grundsatz der Distributionsneutralität	355
II. Distributoren als Hilfsunternehmen der Medien	357
C. Vertrieb in einzelnen Mediensektoren	357
I. Aushang- und Anschlagflächen	358
II. Gedruckte Medien	359
1. Sachkauf des Einzelexemplars	359
2. Abonnement	359
a) Postzustellung	360
b) Zeitungszustellung	360
3. Gestufter Vertrieb über Groß- und Einzelhandel	360
a) Kartellrechtliche Ausgangslage	361
b) Preisbindung für Presse und Buch	361
c) Gebietsmonopole	362
d) Buch- und Zeitschriftenhandel	363
4. Lesezirkel und Mietbüchereien	364
5. Gratiszeitungen	364
III. Film	365

IV. Rundfunk	365
1. Internationale Vorgaben	366
2. Vorgaben der europäischen Ebene	366
3. Frequenzverordnung	367
4. Frequenzplan	367
5. Frequenzzuteilung	368
6. Frequenzzuweisung	368
V. Intermediäre	368
1. Infrastrukturgebundene Medienplattformen (Kabelnetzbetreiber)	369
2. Benutzeroberflächen	369
3. Medienintermediäre	369
VI. Content Delivery Networks	370
D. Publikums- und Reichweitenmessung	370
E. Verbreitungsbeschränkungen	371
I. Jugendschutz	371
1. Presse	372
2. Öffentliche Filmvorführungen	373
3. Rundfunk	374
4. Digitale Dienste	374
II. Urheberrechtliche Distributionsschranken	375
III. Beschränkt verfügbare Inhalte	376
IV. (Weiter-)Verbreitungsdelikte	376
Teil 7. Mediale Teilhabe	377
§ 20. Rezeption	377
A. Allgemeines	377
I. Arten von Rezipienten	377
II. Rezipienten als Medienakteure	378
III. Mediennutzungsverantwortung	379
B. Grundsatz der Rezeptionsfreiheit	380
I. Umfassende Informationsfreiheit	380
II. (Keine) Rezeptionspflicht	381
C. Rezeptionsermöglichung	381
D. Rezeptionsbeschränkung	382
I. Faktische Beschränkung der allgemeinen Zugänglichkeit	382
II. Rechtliche Regelung der allgemeinen Zugänglichkeit	383
1. Allgemeine Gesetze	383
2. Immaterialgüterrechtlich erlaubnisfreie (bloße) Kenntnisnahmen	383
3. Individualisierbarkeit von Benutzeroberflächen	384
4. Werbeblocker	384
5. Rezipientenseitiger Jugendschutz	385
III. Internetsperren	386
E. Rezipientenschutz	386
I. (Kein) Schutz vor Qualitätsmängeln	386

II. Kennzeichnung automatisiert erstellter Inhalte in Sozialen Netzwerken	388
III. Mediennutzerdatenschutz	388
IV. (Kein) sonstiger und allgemeiner Rezipientenschutz	389
1. Mediensucht und Medienangst	389
2. Simulatorkrankheit bei Immersiven Medien	390
3. Gewinnspiele	390
4. Kein Verbot des selbstschädigenden Medienkonsums	390
F. Medieninhalteaufbewahrung	391
I. Immaterialgüterrechtlicher Rahmen	391
II. Pflicht zum Vergessen	392
III. Archive und Bibliotheken als kollektives Gedächtnis	392
Teil 8. Medienrahmenordnung	394
§ 21. Mediensystemvoraussetzungen	394
A. Allgemeines	394
B. Literalität und Medienkompetenz	394
C. Medienrecht als Medienvoraussetzung	394
I. Schaffung von Immaterialgütern	395
II. Medienarbeitsrecht	396
III. Mediengesellschaftsrecht	396
IV. Medienordnung	396
V. Rechtsdurchsetzung und Streitbeilegung	396
VI. Medienunterstützung	397
VII. Medienwirksame sonstige Regelungen	397
D. Medien als Kritische Infrastruktur	397
§ 22. Ordnungsvorgaben für Mediendiensteanbieter	399
A. Allgemeines	399
I. Vielfältige Erscheinungsformen von Medienorganisation	399
II. Hierarchisch-unternehmerische Organisation	399
III. Einheitliche publizistische Ausrichtung	400
1. Tendenzschutz und (keine) „innere Medienfreiheit“	400
2. Bildung einer Marke	400
3. Bündelung und Verortung journalistischer Verantwortlichkeit	401
B. Allgemeine Vorgaben für Mediendiensteanbieter	401
I. Unternehmerische Medienorganisation	401
II. (Keine) Pluralität, Diversität	402
1. Institutionalisierte Vertreter aller (gesellschaftlichen) Interessen	402
2. Institutionalisierte Vertreter bestimmter (gesellschaftlicher) Interessen	402
3. Ombudsleute des Publikums und der Allgemeinheit	403
III. Interne Abschottungen	404
1. Trennung von Redaktion und Werbung	404
2. (Keine) Trennung von Redaktion und Medienunternehmen	404

3. Trennung von Recherche und Redaktion?	404
4. Verhinderung von Interessenkonflikten im öffentlich- rechtlichen Rundfunk	405
IV. Schutz des „Redaktionsgeheimnisses“	405
C. Spezifische Strukturen in den einzelnen Mediensektoren	406
I. Presse	406
II. Film	406
III. Rundfunk	406
1. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten	406
a) Vorgaben für äußere (Rechts-)Form	406
b) Vorgaben für Binnenstruktur	407
aa) Intendanz, Direktorium	408
bb) Rundfunkrat	408
cc) Verwaltungsrat	409
dd) Rundfunkdatenschutzbeauftragter	409
ee) Streitbeilegung zwischen Rundfunkanstaltsorganen ..	410
c) Gleichförmige föderale Rundfunklandschaft	410
2. Private Rundfunkunternehmen	411
a) Äußere rechtliche Form	411
b) Binnenstruktur	411
aa) Programmbeirat	411
bb) Datenschutzbeauftragter	412
c) Jugenschutzbeauftragter	412
IV. Digitale Dienste	412
V. Intermediäre	412
1. Keine allgemeinen Vorgaben	413
2. Zentrale Anlaufstelle und Zustellungsbevollmächtigter	413
3. Melde- und Abhilfeverfahren	413
D. Medienarbeitsrecht	414
I. Arten von Arbeits- und Vertragsverhältnissen	414
II. Spezifika von Medienarbeitsverhältnissen	415
1. Tendenzschutz	415
2. Keine innere Medienfreiheit und redaktionelle Unabhängigkeit	416
3. Verschwiegenheitspflicht	417
4. Übergang von Urhebernutzungsrechten	417
5. Vergütung	418
6. Journalistischer Freistellungsanspruch bei Medienhaftungsansprüchen	418
7. Arbeitsschutz	418
8. Nebentätigkeiten	419
III. Sozialversicherung	419
IV. Mitarbeitervertretung	420
1. Mitbestimmungsbereich des Betriebsrats	420
2. Redakteursausschuss	421
3. Freienvertretung	421
4. Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat	421
V. Arbeitskampfrecht	422

§ 23. Medienfinanzierung	423
A. Allgemeines	423
I. Ökonomische Rahmenbedingungen	423
II. Europarechtliche und verfassungsrechtliche Vorgaben	424
1. Grundsatz der marktmäßigen Finanzierung	424
2. Wahrung der Unabhängigkeit	425
B. Medieninhalte als Immaterialgüter, Schranken und Lizenzierung ..	426
I. Grundsatz der Inhaftefreiheit	426
II. Immaterialgüter	427
1. Tatbestandliche Grenzen	427
2. Immaterialgüterrechtliche Schranken	428
3. Teilweise Vergütung über Verwertungsgesellschaften	428
C. Entgelte für Mediennutzung	429
I. Gedruckte Medien	429
II. Film	430
III. Rundfunk	430
1. Freiepfangbarer Rundfunk	430
2. Bezahlrundfunk	431
IV. Digitale Dienste	431
D. Werbung	432
I. Grundrechtlicher Rahmen	432
II. Werbebegrenzungen als Marktordnung	433
III. Sonstige kommerzielle Nutzung der Nutzerschaft	433
E. Nutzungsunabhängige und mittelbare Finanzierungsformen	434
I. Druckkostenzuschüsse	434
II. Spenden	434
III. Mitgliederfinanzierung	435
IV. Crowdsourcing	435
V. Preise und Fördermittel	436
F. Öffentliche Medienfinanzierung	436
I. Finanzierung aus dem allgemeinen Staatshaushalt	437
II. Medienabgaben	438
1. Rundfunkabgaben	439
a) Vorgaben übergeordneter Normebenen	439
aa) Verfassungsrechtliche Vorgaben	439
bb) Europarecht und beihilfenrechtliche Ausgestaltung ..	439
b) Abgabenrechtliche Ausgestaltung	440
aa) Rundfunksteuer	440
bb) Rundfunkgebühr	441
cc) Rundfunkbeitrag	441
dd) Abgabe sui generis	441
c) Vorgaben für die Rundfunkfinanzierung	442
d) Festsetzung des Rundfunkbeitrags	443
aa) Festlegung des Angebotsauftrags durch die Bundesländer	443
bb) Bedarfsanmeldung der Rundfunkanstalten	444
cc) Prüfung durch KEF	444
dd) Festsetzung des Beitrags durch Staatsvertrag	444

e) Beitragshöhe und Beitragsschuldner	445
e) Erhebung des Rundfunkbeitrags	446
f) Verteilung des Rundfunkbeitragsaufkommens	447
2. Filmförderungsabgabe	447
G. Medienunabhängige wirtschaftliche Nebenaktivitäten	448
§ 24. Medienmarktordnung	448
A. Allgemeines	449
I. Marktförmigkeit als Korrelat der Staatsferne	449
II. Staatliche Gewährleistungsverantwortung bei Marktversagen	450
III. Arten und Intensitäten von Marktregulierung im Medienbereich	451
B. Zugangs- und Eröffnungskontrolle zum Medienmarkt	451
I. Keine Berufszulassung	451
II. Keine Berufsqualifikationsvoraussetzung	452
III. Eng begrenzte Marktzutrittsverbote	452
IV. Gestufte Anmelde- und Zulassungsvoraussetzungen	454
1. Zulassungs- und Anmeldefreiheit	454
2. Zulassungsfreiheit, aber Informationspflichten	455
3. Prüfungsvorbehalt	455
4. Zulassungspflicht für private Rundfunkunternehmen	455
a) Zulassungsfreier Rundfunk	456
b) Bundesweiter Rundfunk	456
aa) Voraussetzungen	457
bb) Verfahren	457
cc) Entscheidung	457
c) Landesrundfunk	458
d) Rechtsschutz	458
5. Gesetzesvorbehalt für öffentlich-rechtlichen Rundfunk	459
6. Verbot für Staatsmedien	459
7. Frequenzuordnung und -zuweisung	460
V. Regulierung von Intermediären	460
C. Regulierung des Marktverhaltens	461
I. Beschränkungen der Öffentlich-rechtlichen Medienanbieter	461
1. Öffentlich-rechtlicher Auftrag	461
a) Inhaltlicher Programmauftrag	461
b) Öffentlich-rechtliche Medienkanäle	462
aa) Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	462
bb) Öffentlich-rechtliche Angebote von Digitalen Diensten	463
cc) Druckerzeugnisse	464
c) Haushaltsrechtliche Vorgaben	465
2. Kooperationsverbot mit privaten Medien?	465
II. Preisregulierung	465
1. Preisbindung im Presse- und Buchbereich	465
2. Einspeisegelte	465
3. (Keine) Regulierung des Werbemarkts	466
III. Medienwettbewerbskontrolle	467

1. Lauterkeitskontrolle	467
2. Diskriminierungskontrolle	468
3. Medienkonzentrationskontrolle	468
4. Marktzutrittskontrolle	470
IV. Medienenteignung	471
D. Finanzielle staatliche Eingriffe in den Medienmarkt	471
I. Mediensubventionen	471
1. Ziele von Mediensubvention	472
2. Voraussetzungen	473
3. Subventionsmodi	474
a) Direkte Zuwendung	474
b) Zuwendung über (öffentlich-rechtliche) Förderinstitutionen	474
c) Journalismus als steuerbegünstigter gemeinnütziger Zweck	475
d) Verschaffung von Aufträgen	476
e) Abgesenkte Beförderungsentgelte (bei der Post)	477
f) Erleichterung von Soziallasten	477
II. Medienbesteuerung und andere öffentliche Lasten	477
E. Unmittelbare staatliche Medientätigkeit	478
§ 25. Medieninhalteaufsicht	479
A. Allgemeines	479
B. Aufsichtsebenen	480
I. Eigenkontrolle	480
1. Regulierte Eigenkontrolle im öffentlich-rechtlichen Rundfunk	480
2. Jugendschutzkontrolle	481
3. Datenschutzkontrolle	481
4. Ombudsleute	481
5. Compliance-Strukturen	481
6. Beschwerdeverfahren nach DSA	481
II. (Brancheninterne) Selbstkontrolle	482
III. Fremdkontrolle durch Private	482
IV. Öffentlich-privates Mischsystem beim Jugendschutz	484
1. Trägermedien nach JuSchG	484
a) Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz	484
b) Oberste Landesbehörde	485
c) Freiwillige Selbstkontrolle	485
2. Digitale Dienste und Rundfunk nach JMStV	485
a) Landesmedienanstalten	485
b) Kommission für Jugendschutz	485
c) jugendschutz.net	486
d) Freiwillige Selbstkontrolle	486
V. Externe (staatliche) Kontrolle	486
1. (Keine) Presseaufsicht	487
2. Keine Filmaufsicht	487
3. Staatsaufsicht über öffentlich-rechtlichen Rundfunk	487

4. Rundfunkaufsicht über privaten Rundfunk	487
5. Aufsicht über Digitale Dienste und Medienintermediäre	488
6. Sonstige und allgemeine staatliche Aufsicht im Medienbereich	489
a) Allgemeine Digital(markt)aufsicht	489
b) Spezifische Datenschutzaufsicht	489
7. Polizeifestigkeit des Medienwesens	489
VI. Kontrolle durch die Öffentlichkeit	491
1. Mediale Selbstbeobachtung	491
2. Programmbeschwerde	492
3. Keine Verbandsklage im Medienrecht	492
4. Preise	492
C. Aufsichtsmodi und Aufsichtsmittel	493
I. Zulassung und Eröffnungskontrolle	493
II. Untersuchungs- und Ermittlungsbefugnisse	493
1. Dokumentations- und Bereithaltungspflichten	493
2. Anzeige- und Vorlagepflichten	494
3. Allgemeine Untersuchungs- und Ermittlungsbefugnisse	494
III. Kennzeichnung und Indizierung	495
1. Jugendschutzrechtliche Kategorisierungen	495
a) Alterseinstufung und Kennzeichnung gemäß Entwicklungsbeeinträchtigung	495
b) Indizierung bei (einfacher) Jugendgefährdung	496
c) Offenkundigkeit bei schwerer Jugendgefährdung	497
2. Umsetzung und Verfahren	497
a) Druckwerke	497
b) Filme	497
c) Rundfunk	498
d) Digitale Dienste	499
IV. Eingriffsbefugnisse	499
1. Informelle Maßnahmen	499
2. Medial wirkende Maßnahmen	500
3. Verbreitungs- und Rezeptionsverbote	500
4. Aufhebung der Zulassung	501
5. Medienaufsichtsrechtliche Generalklauseln	501
V. Durchsetzung	502
1. Freiwillige Selbstverpflichtung	502
2. Verwaltungszwang	502
3. Sanktionierung	502
§ 26. Medienrechtliche Gegenansprüche. Haftung. Sanktion	503
A. Allgemeines	503
B. Zivilrecht	503
I. Anspruchsgrundlagen	504
1. Vertrag	504
2. Deliktsrechtliche Haftung	504
3. Keine Staatshaftung	505
4. Urheber- und andere Immaterialgüterrechte	505

5. Datenschutzrecht	505
II. Verantwortlichkeit und Zurechnung	506
1. Grundsatz: Haftung für eigene Äußerungen	506
2. Modifikation der Haftung	507
a) Haftungsverlagerungen im Beschäftigungsverhältnis	507
b) Verantwortlicher Redakteur („V. i. S. d. P.“)	508
c) Verleger, Herausgeber, Intendant	509
3. Störerhaftung	509
4. Verbreiterhaftung	510
a) Zueigenmachen fremder Inhalte und Äußerungen	510
b) Beschränkter Haftungsmaßstab für (bloße) Verbreiter	511
c) Publizistische Haftung für Werbung	512
d) Haftung von Diensteanbietern	512
5. Haftung von Netzwerken und Intermediären	513
III. Haftungsinhalt. Rechtsfolgen	514
1. Unterlassung	514
a) Voraussetzung	514
b) Inhalt	515
2. Gegendarstellung	516
a) Voraussetzung	516
b) Inhalt	517
aa) Ort und Platzierung	517
bb) Starke Formalisierung	518
cc) „Redaktionsschwanz“	518
3. Berichtigung	519
a) Voraussetzung	519
b) Inhalt	520
4. Schadensersatz	521
5. Entschädigung	522
6. Herausgabe	523
7. Entschuldigung	523
C. Wettbewerbsrecht	524
I. Voraussetzungen	524
II. Inhalt	524
D. Straf- und Ordnungswidrigkeitenrecht	525
I. Verantwortlichkeit	525
II. Tatbestände	525
1. Medieninhaltsdelikte	526
a) Medienrelevante Delikte im StGB	526
aa) Verfassungsfeindliche Texte und Symbole	526
bb) Verunglimpfen von Verfassungsorganen und Staatsymbolen	526
cc) Verrat und Veröffentlichen von Geheimnissen	527
dd) Aufruf zu Straftaten	527
ee) Störung des öffentlichen Friedens	528
ff) Volksverhetzung	528
gg) Gewaltdarstellungen	529
hh) Falschaussagen	529

ii) Blasphemie	529
jj) Verbreitung von Pornographie	530
kk) Beleidigungen. Üble Nachrede. Verleumdung	530
ll) Verletzung des persönlichen Lebens- und Geheimbereichs	531
mm) Preisausschreiben und Glücksspiel	532
b) Jugendschutz	532
c) Immaterialgüterrecht	533
d) Wertpapierinformationen	533
2. Medienordnungsdelikte	533
a) Medienrecht ieS	534
b) Werberecht	534
c) Jugendschutzrecht	534
3. Medienschutzdelikte	535
III. Rechtsfolgen	535
§ 27. Durchsetzung	536
A. Allgemeines	536
B. Publizistischer Gegenschlag	537
C. Gewährleistung der Voraussetzungen für Anspruchsdurchsetzung	538
I. Benennung eines verantwortlichen Redakteurs	538
II. Impressumspflicht und Betroffenenankunftsansprüche	538
III. Kontakt- und Anlaufstelle	539
IV. Bestandsdatenauskunft	539
D. Durchsetzung medienzivilrechtlicher Ansprüche	539
I. Vorprozessuale Instrumente	540
1. Medienrechtliche Informationsschreiben	540
2. (Vorangehende) Abmahnung	541
II. Außerprozessuale Verfahren	542
III. Gerichtsverfahren	543
1. Rechtsweg	543
2. Zuständiges Gericht, insb. „Fliegender Gerichtstand“	544
3. Parteifähigkeit	546
4. Keine Popularklage und keine Verbandsklage	546
5. Klagearten	547
6. Eilrechtsschutz	548
IV. Kosten	549
E. Spezielle medienrechtliche Verfahren	551
I. Beschwerde zum Deutschen Presserat	551
1. Zulässigkeit der Beschwerde	551
2. Verfahren	551
3. Entscheidung	551
II. Rundfunkrechtliche Programmbeschwerde	551
III. Jugendschutzrechtliche Beschwerde	552
IV. Beschwerden bei Video-Sharing-Angeboten	552
V. Meldeverfahren nach DSA	552
F. Durchsetzung von Aufsichtsmaßnahmen	553

G. Verfahren und Durchsetzung bei Straftaten	553
I. Strafgerichtliches Verfahren	553
II. Privatklageverfahren	554
III. Abhilfeverfahren nach DSA	554
IV. Immaterialgüterrechtliche Sperrverfahren	556
H. Verfahren und Durchsetzung bei Ordnungswidrigkeiten	556
Stichwortverzeichnis	559

