

Inhalt

I. Rechtliche Grundlagen für Medien und Medienarbeit in der Bundesrepublik Deutschland.....	15
1. Historische Ausgangslage (1918-1949).....	16
1.1 Weimarer Republik.....	16
1.1.1 Hörfunk.....	16
1.1.2 Fernsehen.....	18
1.1.3 Printmedien.....	19
1.2 Nationalsozialismus.....	21
1.2.1 Hörfunk.....	21
1.2.2 Fernsehen.....	22
1.2.3 Printmedien.....	23
1.3 Besatzungszeit.....	25
1.3.1 Hörfunk.....	25
1.3.2 Fernsehen.....	26
1.3.3 Printmedien.....	27
2. Regelungen des Grundgesetzes und der Länderverfassungen.....	29
2.1 Grundrechte.....	29
2.2 Verhältnis zwischen Bund und Ländern.....	31
2.3 Bestimmungen der Länderverfassungen.....	32
3. Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland seit 1949.....	34
3.1 Hörfunk und Fernsehen.....	34
3.2 Printmedien.....	37
3.3 Online-Medien.....	39
4. Entwicklung in der Deutschen Demokratischen Republik.....	39
4.1 Verfassungsbestimmungen.....	39
4.2 Hörfunk und Fernsehen.....	41
4.3 Printmedien.....	42
4.4 Film.....	43
5. DDR-Medien im Übergang zur Bundesrepublik (1989-1990).....	44
5.1 Medienregelungen der DDR.....	44
5.2 Einigungsvertrag.....	46

6. Europäische Bestimmungen und Übereinkommen.....	47
6.1 Europäische Menschenrechtskonvention.....	47
6.2 KSZE-Schlussakte.....	48
6.3 Grundrechte im EG- und EU-Vertrag.....	49
6.4 Richtlinien der Europäischen Union.....	50
7. Internationale Vereinbarungen.....	52
7.1 Allgemeine Erklärung der Menschenrechte.....	52
7.2 Menschenrechtspakt der Vereinten Nationen.....	52
II. Medienstruktur der Bundesrepublik Deutschland.....	55
1. Grundlinien der Medienstruktur.....	56
2. Elektronische Medien.....	58
2.1 Struktur- und Ordnungsfaktoren.....	58
2.2 Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk.....	65
2.2.1 Fernsehen.....	66
2.2.2 Hörfunk.....	68
2.3 Privater Rundfunk.....	69
2.3.1 Fernsehen.....	70
2.3.2 Hörfunk.....	72
3. Printmedien.....	76
3.1 Struktur- und Ordnungsfaktoren.....	76
3.2 Printmedienmarkt.....	78
4. Multimedia/ Neue Medien.....	79
4.1 Struktur- und Ordnungsfaktoren.....	79
4.2 Internet und Online-Medien.....	81
5. Satellitendienste.....	82
5.1 Struktur- und Ordnungsfaktoren.....	82
5.2 Europäischer Satellitenmarkt.....	83
6. Nachrichtenagenturen, Produzenten, Zulieferer und Medienkooperationen.....	84
6.1 Nachrichtenagenturen.....	84
6.2 Produzenten.....	85
6.3 Syndikation, Outsourcing und Vertrieb.....	85
6.4 Medienkooperationen.....	87

III. Medienkonzentration.....	89
1. Medienkonzentration und Medienkonzerne.....	90
1.2 Die deutschen Medienkonzerne.....	91
1.3 Internationale Rangordnung der Medienkonzerne.....	94
2. Medienkonzentration im Printmarkt.....	96
2.1 Feststellungen und Tendenzen.....	96
2.2 Tageszeitungen.....	98
2.3 Publikumszeitschriften.....	100
2.4 Anzeigenblätter.....	101
2.5 Vertrieb.....	101
3. Medienkonzentration im Fernsehen.....	102
3.1 Feststellungen und Tendenzen.....	102
3.2 Bundesweit verbreitete Vollprogramme.....	103
3.3 Bundesweit verbreitete Spartenprogramme.....	107
3.4 Ballungsraum-Programme.....	109
3.5 Pay-TV-Programme.....	110
3.6 Teleshopping-Programme.....	111
4. Medienkonzentration im Hörfunk.....	112
4.1 Feststellungen und Tendenzen.....	112
4.2 Vorherrschende Medienkonzerne.....	113
5. Medienkonzentration im Online-, Netz- und Digitalmarkt.....	115
5.1 Feststellungen und Tendenzen.....	115
5.2 Bundesweite Online-Dienste.....	115
5.3 Breitbandkabelnetz.....	116
5.4 Satelliten.....	117
5.5 Dekoder und Betriebssysteme.....	118
5.6 Programm-Plattformen.....	118
6. Regelungen zur Abwehr übermäßiger Medienkonzentration.....	119
6.1 Printmedien.....	119
6.2 Elektronische Medien.....	120
6.3 Digitale Medien.....	123
6.4 Europäische Bestimmungen.....	124
IV. Rundfunkurteile des Bundesverfassungsgerichts.....	127
1. Die Bedeutung der Rundfunkurteile des Bundesverfassungsgerichts für die Rundfunkordnung der Bundesrepublik.....	128

2. Erstes Rundfunkurteil 1961	129
2.1 Ausgangslage.....	129
2.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	129
2.3 Bedeutung des Urteils.....	131
3. Zweites Rundfunkurteil 1971	132
3.1 Ausgangslage.....	132
3.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	133
3.3 Bedeutung des Urteils.....	134
4. Drittes Rundfunkurteil 1981	134
4.1 Ausgangslage.....	134
4.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	135
4.3 Bedeutung des Urteils.....	136
5. Viertes Rundfunkurteil 1986	137
5.1 Ausgangslage.....	137
5.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	137
5.3 Bedeutung des Urteils.....	139
6. Fünftes Rundfunkurteil 1987	140
6.1 Ausgangslage.....	140
6.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	140
6.3 Bedeutung des Urteils.....	142
7. Sechstes Rundfunkurteil 1991	142
7.1 Ausgangslage.....	142
7.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	143
7.3 Bedeutung des Urteils.....	146
8. Siebtes Rundfunkurteil 1992	146
8.1 Ausgangslage.....	146
8.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	147
8.3 Bedeutung des Urteils.....	149
9. Achtes Rundfunkurteil 1994	150
9.1 Ausgangslage.....	150
9.2 Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts.....	150
9.3 Bedeutung des Urteils.....	152
V. Rundfunkgebühren	153
1. Die Verpflichtung zur Zahlung der Rundfunkgebühr	154
1.1 Juristische Legitimation.....	154

1.2	Gebührenzuständigkeit der Bundesländer.....	155
1.3	Festsetzung der Gebührenpflicht im Rundfunkstaatsvertrag.....	155
2.	Die Entstehung und Entwicklung der Rundfunkgebühr bis 1968.....	157
2.1	Grundsetzung im Fernmeldeanlagenengesetz 1928.....	157
2.2	Fortbestand des Fernmeldeanlagenengesetzes nach 1945.....	159
2.3	Widerstand gegen die gesetzliche Monopolstellung der Post	159
3.	Das Verfahren zur Festsetzung der Rundfunkgebühr ab 1968.....	160
3.1	Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichts 1968.....	160
3.2	Staatsverträge über das Rundfunkgebührenwesen und Bildung von Rundfunkgebührenkommissionen.....	161
3.3	Rundfunkstaatsvertrag 1987.....	162
3.4	Wiedervereinigung Deutschlands 1990.....	163
3.5	Gebührenurteil des Bundesverfassungsgerichts 1994.....	164
3.6	Dritter Rundfunkänderungsstaatsvertrag 1996.....	165
4.	Die Zusammensetzung, Höhe und Verteilung der Rundfunkgebühr....	166
4.1	Zusammensetzung und Höhe der Rundfunkgebühr.....	166
4.2	Erträge aus den Rundfunkgebühren.....	168
4.3	Verteilung der Rundfunkgebühren.....	168
4.4	Zahl der angemeldeten und gebührenbefreiten Rundfunkempfangs- geräte.....	170
5.	Die Gebühreneinzugszentrale (GEZ).....	170
5.1	Gebühreneinzug durch die Bundespost bis 1975.....	170
5.2	Grundlage und Arbeitsweise der GEZ.....	171
5.3	Akzeptanz der Rundfunkgebühreneinzahlung.....	172
5.4	Datenschutz.....	172
VI.	Jugendschutz und Selbstkontrolle der Medien.....	173
1.	Gesetzliche Vorschriften und Empfehlungen für den Jugendmedienschutz.....	174
1.1	Grundgesetz.....	174
1.2	Strafgesetzbuch.....	175
1.3	Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften und Medieninhalte.....	177
1.4	Gesetz zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit.....	179
1.5	Rundfunkstaatsvertrag.....	180
1.6	Rundfunk-, Medien- und Pressegesetze der Länder.....	182
1.7	Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz/ Mediendienste- Staatsvertrag.....	182
1.8	Europäische Fernsehrichtlinie.....	184

1.9 Empfehlungen des Europarats.....	184
1.10 Regelungen der DDR.....	185
2. Einrichtungen und Institutionen des Jugendmedienschutzes.....	185
2.1 Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft.....	186
2.2 Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften.....	188
2.3 Öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter.....	189
2.4 Landesmedienanstalten.....	190
2.5 Jugendschutz.Net.....	191
2.6 Zentralstelle zur Bekämpfung jugendgefährdender Schriften.....	192
2.7 Länderspezifische Institutionen.....	192
3. Freigabe-Kriterien für Filme.....	193
3.1 Grundsätze.....	193
3.2 Freigabe ohne Altersbeschränkung/ Freigabe ab 6 Jahre.....	193
3.3 Freigabe ab 12 Jahre.....	194
3.4 Freigabe ab 16 Jahre.....	195
3.5 Filme ohne Jugendfreigabe.....	195
3.6 Filmfreigaben im europäischen Vergleich.....	196
4. Freiwillige Selbstkontroll-Einrichtungen der Medien.....	199
4.1 Deutscher Presserat.....	200
4.2 Deutscher Werberat.....	201
4.3 Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen.....	202
4.4 Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia.....	204
4.5 Unterhaltungssoftware-Selbstkontrolle.....	205
4.6 Automaten-Selbstkontrolle.....	205
4.7 DT-Control.....	206
4.8 Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwert-Dienste.....	207
VII. Mediennutzung und Medienausstattung.....	209
1. Mediennutzung in Deutschland.....	210
1.1 Fernsehen.....	210
1.2 Hörfunk.....	212
1.3 Printmedien.....	213
1.4 Online-Medien.....	214
1.5 Film.....	217
1.6 Überschneidungen in der Mediennutzung.....	217
1.7 Mediennutzung im Tagesverlauf.....	218
1.8 Prognose der künftigen Mediennutzung in Deutschland.....	220
2. Medienausstattung und Medienbudgets der Haushalte.....	221
2.1 Versorgungsdichte der Bevölkerung mit Mediengeräten.....	221

2.2 Medienbudgets.....	222
3. Informationsverhalten und Marktanteile der Medien.....	223
3.1 Informationsverhalten.....	223
3.2 Marktanteile der Medien.....	225
VIII. Medien- und Marktforschung.....	229
1. Grundorganisation der deutschen Medienforschung.....	230
1.1 Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse.....	230
1.2 Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern.....	232
1.3 Markt-/ Media-Studien.....	233
2. Fernsehen.....	234
2.1 Anfänge der deutschen Fernsehforschung	235
2.2 Quantitative und qualitative Fernsehforschung 1963 bis 1974.....	235
2.3 Quantitative Fernsehforschung 1974 bis 1984.....	237
2.4 Quantitative Fernsehforschung 1984 bis 1999.....	237
2.5 Aktuelle Entwicklung ab 2000.....	239
2.6 Fernsehforschung in der DDR.....	241
3. Hörfunk.....	243
3.1 Entwicklung der Hörerforschung in Deutschland.....	243
3.2 MA Radio als Währungsgrundlage der Gattung Hörfunk.....	245
3.3 Datenerhebung bis 1999.....	245
3.4 Hörerforschung mit CATI seit 2000.....	246
3.5 Hörerforschung in der DDR.....	248
4. Print.....	249
4.1 Anfänge und Entwicklung der Printmedienforschung bis 1949.....	249
4.2 Beginn der systematischen Leserforschung in Deutschland.....	250
4.3 Auflagenprüfung.....	251
4.4 Gemeinschaftliche Analysen durch AG.LA und AG.MA.....	252
4.5 Spezielle Leserforschung.....	253
4.6 Methoden der Leserforschung.....	254
4.7 Leserforschung in der DDR.....	255
5. Online-Medien.....	256
5.1 Weltweite Währung zur Messung von Online-Angeboten.....	256
5.2 Online-Panels.....	256
6. Plakat/ Film.....	258
6.1 Plakat - Werbeträger.....	258

6.2	Filmtheater-Besucherzahlen.....	259
IX.	Medienrecht.....	261
1.	Presserecht.....	262
1.1	Grundrecht der Pressefreiheit.....	262
1.2	Grundlagen der Pressefreiheit.....	262
1.3	Rechte gegenüber der Presse.....	264
1.4	Schutz von Journalisten.....	265
2.	Rundfunkrecht.....	267
2.1	Grundrecht der Rundfunkfreiheit.....	267
2.2	Rechtsgrundlagen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.....	268
2.3	Rechtsgrundlagen des privaten Rundfunk.....	271
2.4	Rundfunk-Staatsvertrag als gemeinsame Rechtsgrundlage von öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstaltung.....	275
2.5	Rundfunkveranstaltung nach Bundesrecht.....	278
3.	Multimediarrecht/ Computerrecht.....	279
3.1	Computerrecht.....	279
3.2	Recht der Online-Medien.....	280
4.	Filmrecht.....	283
4.1	Besondere Bestimmungen im Urheberrecht.....	283
4.2	Urheberrechtliche Modifikationen.....	284
5.	Fotorecht.....	285
5.1	Bildrechte.....	285
5.2	Schutzdauer nach dem Urheberrecht.....	286
X.	Urheberrecht, Rechte und Lizenzen.....	287
1.	Urheberrecht.....	288
1.1	Geschichte des Urheberrechts.....	288
1.2	Grundlagen und Grundbegriffe.....	290
1.3	Das urheberrechtlich geschützte Werk.....	292
1.4	Der Urheber und seine Rechte.....	293
1.5	Schranken des Urheberrechts.....	296
1.6	Verwandte Schutzrechte/ Leistungsschutzrechte.....	297
2.	Rechte und Rechtehandel.....	298
2.1	Aktualität der Rechtefrage.....	298
2.2	Bedeutung von Rechten für elektronische Medien.....	299

2.3	Zusätzliche Formen des Rechthehandels.....	305
3.	Lizenzfragen im Bereich des Rundfunks.....	307
3.1	Verfassungsrechtliche Rahmenbedingungen.....	307
3.2	Lizenzen und Zugangsregelungen zum privaten Rundfunk.....	308
3.3	Regelungen für den digitalen Rundfunk.....	310
4.	Lizenzierungs- und Zulassungsfragen von Multimediadiensten.....	312
4.1	Abgrenzung von Multimediadiensten zum klassischen Rundfunk.....	312
4.2	Rechtsgrundlagen der Multimediadienste.....	313
4.3	Abgrenzungsprobleme multimedialer Dienste zu anderen Angeboten.	315
4.4	Zugangsfragen zu Tele- und Mediendiensten sowie zu Telekommunikationsdiensten.....	317
4.5	Aufsichtsregelungen.....	319
Literatur		321