

Dr. Thomas Heidel

Verfassungsfragen der
Finanzierung von Privatfunk
durch Werbung

B 52 999

Juristische Gesamtbibliothek
Technische Hochschule Darmstadt



Nomos Verlagsgesellschaft
Baden-Baden 1988

Inhaltsverzeichnis:

Abkürzungsverzeichnis 12

Einleitung 15

Erster Teil:

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Werbefinanzierung und ihre Auswirkungen auf andere Medien 17

1. Kapitel:

Einfluß der Finanzierung durch Werbung auf die Veranstaltung von Privatfunk 18

I. Begriffsbestimmungen 18

1. Privatfunk 18

2. Werbung 20

II. Ökonomischer Stellenwert von Wirtschaftswerbung 22

III. Interessenlage der am werbefinanzierten Privatfunk Beteiligten 23

1. Die Werbetreibenden 24

2. Die Betreiber von Privatfunk 25

a) Erwerbswirtschaftliches Prinzip 25

b) Wie wird Erwerbsstreben realisiert? 26

c) Stellenwert publizistisch-kultureller Ziele ... 29

IV. Auswirkungen der Werbefinanzierung auf das Programm ... 30

2. Kapitel:

Möglichkeiten der Finanzierung durch Werbung 33

I. Finanzierungsbedarf von privatem Rundfunk 33

1. Die Kosten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks 34

2. Vorhersagen über Kosten privater Rundfunkveranstalter 36

II. Stand und Verbreitung technischer Entwicklungen 39

1. Satelliten-Rundfunk 39

2. Verkabelung 40

3. Privatfunk über terrestrische Sender 41

III. Akzeptanz von Privatfunk in der Bevölkerung 42

IV. Entwicklungen des Werbemarktes 44

V. Finanzierbarkeit von privatem Rundfunk durch Werbung .. 47

<u>3. Kapitel:</u>	
Auswirkungen von werbefinanziertem Privatfunk auf andere Massenmedien	49
I. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	49
II. Auswirkungen auf die Presse	51
1. Tagespresse	51
2. Übrige Presse	54
 <u>Zweiter Teil:</u>	
Bisherige und zu erwartende gesetzliche Regelungen	56
 <u>4. Kapitel:</u>	
Vorschriften für die Veranstaltung von Privatfunk	58
I. Zeitliche Werbegrenzen	58
II. Formale und inhaltliche Beschränkungen	59
 <u>5. Kapitel:</u>	
Werbevorschriften für eingespeiste Programme	60
 <u>Dritter Teil:</u>	
Verfassungsrechtliche Anforderungen an Regelungen der Finanzierung durch Werbung bei der Veranstaltung von Rundfunk	63
 <u>6. Kapitel:</u>	
Methodische Vorbemerkungen zur Verfassungsinterpretation	64
 <u>7. Kapitel:</u>	
Der Vorbehalt des Gesetzes und dessen Reichweite bei der Werbung im Privatfunk	71
I. Der Vorbehalt des Gesetzes im Rundfunk	71
1. Der Vorbehalt im Allgemeinen	71
2. Zur Notwendigkeit gesetzlicher Regelungen für den Rundfunk	75
a) Analyse der Rechtsprechung des Bundes- verfassungsgerichts	75
aa) Das erste Rundfunkurteil	75
bb) Das zweite Rundfunkurteil	76
cc) Das dritte Rundfunkurteil	77
dd) Das vierte Rundfunkurteil	79
b) Literatur und Gesetzgebung zum Regelungsbedarf ..	81
c) Stellungnahme	82

II.	Erfordernis und Ausmaß gesetzlicher Regelung der Werbefinanzierung	85
1.	Finanzierungsmodalitäten grundsätzlich normierungsbedürftig	86
a)	Grundlegende Entscheidung für die Rundfunkordnung	86
b)	Auswirkung auf Grundrechte anderer Medien-träger	87
aa)	Schutzwirkung der Pressefreiheit in wirtschaftlicher Hinsicht	88
bb)	Folgerungen	91
cc)	Rundfunkfreiheit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	91
c)	Vorbehalt des Gesetzes für Drittsendungen	94
d)	Meinungsfreiheit der Werbetreibenden	95
e)	Rundfunkwerbung und Wettbewerb	98
f)	Zusammenfassung	98
2.	Kriterien der Reichweite des Vorbehalts des Gesetzes	99
a)	Regelungen wegen des Stellenwerts der Werbung im Rundfunk	101
b)	Verhältnis zu den anderen Massenmedien	102
c)	Durchsetzung der Anforderungen der Rundfunkfreiheit	103
d)	Zusammenfassung unter dem Aspekt des Parlamentsvorbehalts	103
III.	Grenzen des Ausgestaltungsvorbehalts und Zusammenfassung	104

8. Kapitel:

Richtlinien für die Ausgestaltung der Werbefinanzierung	107
---	-----

I.	Schutzbereich der Rundfunkfreiheit	108
1.	Wortlaut	109
a)	Berichterstattung	109
b)	Berichterstattung durch Rundfunk	112
c)	Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk	113
d)	Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk wird gewährleistet	114
e)	Zusammenfassung	114
2.	Entstehungsgeschichte	115
a)	Verfassungskonvent der Ministerpräsidenten der westlichen Besatzungszonen im August 1948	115
b)	Parlamentarischer Rat	116
aa)	5. Sitzung des Ausschusses für Grundsatzfragen am 29.9.1948	116
bb)	25. Sitzung des Ausschusses für Grundsatzfragen am 24.11.1948	117
cc)	32. Sitzung des Ausschusses für Grundsatzfragen am 11.1.1949	120
dd)	Die weiteren Beratungen	121
ee)	Zusammenfassung	121
3.	Geschichte der Rundfunkwerbung in Deutschland	123

4. Systematische Gesichtspunkte	126
a) Zur Gleichsetzung Presse und Rundfunk	127
aa) Unterschiede der zu ordnenden Sachverhalte ...	127
bb) Zum Schutzbereich der Pressefreiheit	129
b) Schutz der finanziellen Unabhängigkeit des Rundfunks wegen dessen kommunikativer Funktion ...	129
5. Teleologische Auslegungsaspekte	132
6. Subjektiv- und objektivrechtliche Momente der Rundfunkfreiheit	133
a) Subjektivrechtliche Aspekte	133
b) Zum Verhältnis der subjektiv- und objektiv- rechtlichen Momente	135
7. Zusammenfassung	137
II. Verpflichtung zur Ermöglichung ausreichender Finan- zierung von Privatfunk	137
1. Die Frage beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk	138
2. Zur Übertragbarkeit auf Privatfunk	139
III. Zulässigkeit von Werbung als Finanzierungsmittel	142
IV. Zur Zulässigkeit des ausschließlich werbefinanzier- ten Privatfunks	143
1. Rechtsprechung	144
2. Auseinandersetzung mit Stellungnahmen in der Literatur	147
a) Contra	147
b) Pro	150
3. Begründungen der Privatfunk-Gesetze	152
4. Stellungnahme	153
V. Gesetzgeberische Pflicht zum Schutz der Programm- funktion bei Werbefinanzierung	158
1. Zu den Urteilen des Bundesverfassungsgerichts	159
2. Staatspflicht zur Sicherung der Programmfunktion	161
a) Zur Vielfalt im Rundfunk	162
b) Zum Inhalt der verfassungsrechtlich gebotenen Vorgehungen	167
aa) Trennung Werbung - Programm	168
bb) Unterbrechungsverbot	169
cc) Blockwerbungs-Gebot	172
dd) Zeitliche Grenzen	172
ee) Verhaltenssteuernde Maßnahmen und Durch- setzung der Vorgehungen	174
c) Zusammenfassung unter dem Aspekt des Parla- mentsvorbehalts	174
VI. Verbot von Privatfunk-Werbung	175
VII. Verpflichtung zum Schutz der Pressefreiheit	180
1. Zum Schutzbereich der Pressefreiheit	181
2. Folgerungen für die Privatfunk-Gesetzgebung	183
VIII. Schutz der öffentlich-rechtlichen Programme	187
IX. Zusammenfassung	188

<u>Vierter Teil:</u> Beurteilung der Privatfunkgesetze in den Ländern und des Rundfunkstaatsvertrages	190
---	-----

9. Kapitel:

Werberegeln für die Veranstaltung von Privatfunk	191
I. Baden-Württemberg	191
II. Bayern	193
III. Berlin	194
IV. Bremen	194
V. Hamburg	194
VI. Hessen	196
VII. Niedersachsen	196
VIII. Nordrhein-Westfalen	197
IX. Rheinland-Pfalz	197
X. Saarland	198
XI. Schleswig-Holstein	198
XII. Der Rundfunkstaatsvertrag	199

10. Kapitel:

Vorschriften für die Einspeisung von Rundfunkprogrammen	200
I. Verfassungsrechtlicher Bewertungsmaßstab	203
1. Zu den sachlichen und rechtlichen Ausgangspunkten	203
2. Informationsfreiheit und Einspeisung	206
3. Rundfunkfreiheit und Einspeisung	207
4. Zum Maß gebotener und zulässiger Werbe- restriktionen	208
a) Vorbehalt des Gesetzes	208
b) Mindest-Vorkehrungen	209
c) Zulässige Beschränkung der Infor- mationsfreiheit	210
II. Überprüfung der Normierungen	213
1. Baden-Württemberg	213
2. Bayern	214
3. Berlin	215
4. Bremen	216
5. Hamburg	216
6. Hessen	216

7. Niedersachsen	217
8. Nordrhein-Westfalen	217
9. Rheinland-Pfalz	217
10. Saarland	217
11. Schleswig-Holstein	218
12. Rundfunkstaatsvertrag	218
Zusammenfassende Betrachtung	220
Ergebnisse in Thesen	222
Anmerkungen	225
Schrifttumsverzeichnis	329