

Schriften zu Kommunikationsfragen

Band 14

**Konkurrenz auf dem Markt
der geistigen Freiheiten**

**Verfassungsfragen des Wettbewerbs
im Pressewesen**

Von

Dr. Bodo Klein



Duncker & Humblot · Berlin

BODO KLEIN

Konkurrenz auf dem Markt der geistigen Freiheiten

Schriften zu Kommunikationsfragen

Band 14

Konkurrenz auf dem Markt der geistigen Freiheiten

Verfassungsfragen des Wettbewerbs
im Pressewesen

Von

Dr. Bodo Klein



Duncker & Humblot · Berlin

CIP-Titelaufnahme der Deutschen Bibliothek

Klein, Bodo:

Konkurrenz auf dem Markt der geistigen Freiheiten:
Verfassungsfragen des Wettbewerbs im Pressewesen /
von Bodo Klein. – Berlin: Duncker u. Humblot, 1990
(Schriften zu Kommunikationsfragen; Bd. 14)

Zugl.: Bayreuth, Univ., Diss., 1989/90

ISBN 3-428-06904-8

NE: GT

Alle Rechte vorbehalten

© 1990 Duncker & Humblot GmbH, Berlin 41

Fotoprint: Werner Hildebrand, Berlin 65

Printed in Germany

ISSN 0935-4239

ISBN 3-428-06904-8

Vorwort

Die Arbeit wurde von der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth im Wintersemester 1989/90 als Dissertation angenommen. Wesentliche Änderungen sind nach Abschluß des Manuskripts im November 1989 nicht mehr erfolgt.

Meinem Doktorvater, Senator Prof. Dr. Walter Schmitt Glaeser, möchte ich auch an dieser Stelle für seine ständige Gesprächsbereitschaft, vielfältige Anregungen und konstruktive Kritik besonders herzlich danken. Ohne sein Engagement und seine Rücksichtnahme wäre die Dissertation in der vorliegenden Form nicht zustande gekommen. Mein besonderer Dank gilt weiterhin Prof. Dr. Wilfried Berg, der die Mühe des Zweitgutachtens auf sich genommen hat. Schließlich danke ich Frau Marlen Eckenberger und Herrn Rechtsreferendar Helmut Mayer-Metzner für die selbstlose, überaus sorgfältige Erstellung der Reinschrift.

Gewidmet ist diese Abhandlung meinen Eltern und meiner Frau.

Bayreuth, im März 1990

Bodo Klein

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	15
Einleitung und Problemstellung	19
I. Kommunikation und Wettbewerb	19
II. Unklarheiten und Widersprüche in der Rechtsprechung des BVerfG	20
III. Gegenstand der Untersuchung	26
 <i>1. Teil</i>	
Der Wettbewerb - Das Strukturprinzip der pluralistischen Gemeinschaft	28
 <i>1. Abschnitt</i>	
Die ordnungstheoretischen Grundlagen	28
I. Die Bedürfnisbefriedigung als Leitmotiv menschlicher Handlungen	28
II. Die Organisationsstruktur des Soziallebens	30
1. Die Grundformen der Organisation	30
2. Die Entscheidung für ein bestimmtes Ordnungsmodell	31
 <i>2. Abschnitt</i>	
Das allgemeine Wettbewerbsmodell	34
I. Die Gleichheit der Ziele als Grundbedingung des Wettbewerbs	35
II. Der Wettbewerb als Verfahren des Leistungsvergleichs mit Auslesecharakter ...	36
1. Der Wettbewerb als dynamischer Prozeß	36

2.	Die Außensteuerung des Wettbewerbs	38
III.	Die mit dem Wettbewerbsmodell verknüpften Erwartungen	39

3. Abschnitt

	Bedeutung und Erscheinungsformen des Wettbewerbs	41
I.	Die allumfassende Bedeutung des Wettbewerbs	41
II.	Die Erscheinungsformen des Wettbewerbs	42
1.	Die Zweiteilung der Wettbewerbsmodelle	43
2.	Der wirtschaftliche Wettbewerb	47
a)	Die Gleichheit der Zielsetzung	48
b)	Der wirtschaftliche Wettbewerb als dynamischer Prozeß	48
c)	Die Außensteuerung des wirtschaftlichen Wettbewerbs	49
3.	Der geistige Wettbewerb	50
a)	Die Gleichheit der Zielsetzung	50
b)	Der geistige Wettbewerb als dynamischer Prozeß	51
c)	Die Außensteuerung des geistigen Wettbewerbs	52

2. Teil

	Soziologische Grundfragen und verfassungsrechtliche Grundlagen der Konkurrenz im Pressewesen	54
--	---	-----------

1. Abschnitt

	Die faktische Ausgangssituation	55
I.	Der Dualismus der Wettbewerbsformen im Pressewesen	55
II.	Der geistige Wettbewerb	56
1.	Das Wettbewerbsverhältnis	56
2.	Der kommunikative Einfluß der Leser	59
III.	Der wirtschaftliche Wettbewerb	63
1.	Der wirtschaftliche Wettbewerb auf dem Kommunikationsmarkt	65

	Inhaltsverzeichnis	9
	2. Der wirtschaftliche Wettbewerb auf dem Werbemarkt	67
	3. Die Verknüpfung von Kommunikations- und Werbemarkt	69
IV.	Das Verhältnis von geistigem und wirtschaftlichem Wettbewerb	70
	1. Die Trennung und Gegenüberstellung von Publizistik und Ökonomie	70
	2. Der unmittelbare Zusammenhang von Publizistik und Ökonomie	71

2. Abschnitt

	Die verfassungsrechtlichen Grundlagen der Wettbewerbsfreiheit auf der Seite der Kommunikationsträger	75
I.	Die Pressefreiheit	76
	1. Pressefreiheit, Kommunikationsfreiheit und geistiger Wettbewerb	76
	2. Pressefreiheit, Wirtschaftsfreiheit und wirtschaftlicher Wettbewerb	79
	a) Die Pressefreiheit als ausschließliches Privileg der geistigen Auseinandersetzung	79
	b) Die Pressefreiheit als Medienunternehmerfreiheit	80
	c) Der abgestufte Garantiegehalt der Pressefreiheit	82
	aa) Die Konkretisierung des Schutzbereichs der Pressefreiheit	82
	bb) Das Verhältnis der verschiedenen Garantiaussagen	89
	3. Verfassungsrechtliche Dimensionen der Pressefreiheit	91
	a) Die Pressefreiheit als subjektives Abwehrrecht gegen den Staat	91
	b) Die Pressefreiheit als Element objektiver Ordnung des Gemeinwesens	92
	4. Pressefreiheit, Bestandsgarantie und Wettbewerb	96
II.	Die Meinungsäußerungsfreiheit	99
III.	Die anderen Grundrechte	104
	1. Die geistigen Freiheiten	104
	a) Art. 4 Abs. 1, 2 GG - Die Religionsfreiheit	105
	b) Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG - Die Kunstfreiheit	108
	c) Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG - Die Wissenschaftsfreiheit	110
	d) Art. 9 Abs. 3 GG - Die Koalitionsfreiheit	113
	2. Die Wirtschaftsfreiheiten	116

a)	Art. 2 Abs. 1 GG - Die allgemeine Handlungsfreiheit	117
b)	Art. 12 Abs. 1 GG - Die Berufsfreiheit	119
c)	Art. 14 Abs. 1 GG - Die Eigentumsgarantie	121
3.	Das Verhältnis des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG zu den anderen Grundrechten ...	122
a)	Das Problem der Grundrechtskonkurrenz	123
b)	Die Auswirkungen der Schrankenkonkurrenz am Beispiel der religiösen Presse	128

3. Abschnitt

	Wettbewerb im demokratischen und sozialen Staat	134
I.	Wettbewerb und Demokratie	134
1.	Der demokratische Grundsatz der offenen konkurrierenden Willensbildung	134
a)	Willensbildung und öffentliche Meinung	134
b)	Öffentliche Meinung, Kommunikation und Wettbewerb	137
c)	Die Träger der öffentlichen Meinung	139
2.	Presse, Pressefreiheit und öffentliche Meinung	141
a)	Die Bedeutung der Presse für die freiheitlich-demokratische Grundordnung	141
b)	Die demokratische Konzeption der Pressefreiheit	142
c)	Demokratische Konzeption und Verfassungsinterpretation	146
II.	Wettbewerb und Sozialstaat	149
1.	Das Sozialstaatsprinzip	149
2.	Wirtschaftlicher Wettbewerb und Sozialstaatsprinzip	151
3.	Publizistischer Wettbewerb und Sozialstaatsprinzip	153

3. Teil

	Die Strukturelemente des publizistischen Wettbewerbs	156
--	---	-----

1. Abschnitt

	Die wechselseitige freie Auswahlentscheidung als Kern des publizistischen Wettbewerbsprozesses	156
--	---	-----

I. Die Auswahlentscheidung der Leser	157
1. Die faktische Entscheidungssouveränität der Leser	158
2. Die verfassungsrechtliche Entscheidungssouveränität der Leser	160
a) Pressefreiheit und Entscheidungsfreiheit der Leser	160
b) Informationsfreiheit und Entscheidungsautonomie der Leser	161
3. Die Wirkungen der Auswahlentscheidung	165
a) Rezipientensouveränität und publizistisches Angebot	165
b) Rezipientensouveränität und Pressevielfalt	168
4. Das Mißtrauen gegen die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs	172
II. Die Auswahlentscheidung der Presseschaffenden	175
1. Die faktischen Hintergründe der Auswahlentscheidung	176
2. Die faktische Entscheidungssouveränität der Presseschaffenden	178
3. Die verfassungsrechtliche Entscheidungssouveränität der Presseschaffenden	182
4. Die Wirkungen der Auswahlentscheidung	187
a) Selektionsfreiheit und Meinungsmanipulation	187
b) Selektionsfreiheit und Tendenz des Presseinhalts	190
III. Das Verhältnis von Anbieter- und Rezipientenfreiheit	191

2. Abschnitt

Der Zugang zum Markt der geistigen Freiheiten 193

I. Marktzugang und Wettbewerb	193
II. Publizistischer Wettbewerb, Marktzugang und Pressefreiheit	194
1. Die Konkurrenten als Grundrechtsträger	194
a) Die Grundrechtssubjektivität natürlicher Personen	195
b) Die Grundrechtssubjektivität von Kollektiven	198
2. Mitwirkung am publizistischen Wettbewerb: Beruf oder Berufung	199
3. Pressefreiheit, Marktzugang und Zugangsbeschränkungen	201
4. Pressefreiheit, Publikationszwang und Beendigung der Wettbewerbsaktivitäten	205

5. Der Marktzugang zum publizistischen und allgemeinen wirtschaftlichen Wettbewerb	207
--	-----

3. Abschnitt

Chancengleichheit auf dem Markt der geistigen Freiheiten	210
I. Wettbewerb und Chancengleichheit	210
II. Wettbewerb, Grundgesetz und Chancengleichheit	213
III. Chancengleichheit im publizistischen Wettbewerb	215
1. Publizistische Entfaltungsfreiheit und Chancengleichheit	215
2. Zugangsfreiheit und Chancengleichheit	218
IV. Grundgesetz, faktische Wettbewerbsgleichheit und Chancenausgleich	220

4. Abschnitt

Die Entscheidungskompetenz der Wettbewerber auf dem Markt der geistigen Freiheiten	223
I. Wettbewerb und Selbstbestimmung	223
II. Publizistischer Wettbewerb, freie Selbstbestimmung und Pressefreiheit	226
1. Tendenzautonomie und innere Pressefreiheit	226
2. Der redaktionelle Geheimnisschutz	230

5. Abschnitt

Der Einsatz wettbewerblicher Aktionsparameter auf dem Markt der geistigen Freiheiten	233
I. Wettbewerb und Wettbewerbsparameter	233
II. Die Aktionsparameter der geistigen Konkurrenz	234
1. Preisgestaltung	234
2. Redaktionelle Leistung	236
a) Presseinhalt	236
b) Formelle Gestaltung	237

	Inhaltsverzeichnis	13
	3. Werbung	239
	4. Sonstige Wettbewerbsparameter	240
III.	Publizistischer Wettbewerb, Wettbewerbsparameter und Pressefreiheit	240
IV.	Rechtliche Grenzen des Einsatzes von Wettbewerbsparametern	243
	1. Pressefreiheit und ihre Grenzen	243
	2. Pressefreiheit, Wettbewerbsparameter und ihre Schranken	246
	a) Grenzen der Preisgestaltung	247
	b) Grenzen redaktioneller Wettbewerbsparameter	249
	aa) Sorgfalts- und Wahrheitspflichten	249
	bb) Der Öffentlichkeitswert des Presseinhalts	253
	cc) Der Boykottaufruf	257
	dd) Die Pressefehde	260
	c) Grenzen der Werbung	261

6. Abschnitt

	Öffentliche Gewalt und publizistischer Wettbewerb	264
I.	Geistige Konkurrenz und staatlicher Einfluß	264
II.	Grundgesetz, publizistischer Wettbewerb und staatlicher Einfluß	265
	1. Pressefreiheit, Neutralität und Staatsunabhängigkeit	266
	2. Demokratie, Neutralität und Staatsunabhängigkeit	270
III.	Grundgesetz, Neutralität und Differenzierungsverbote	271
	1. Differenzierung nach dem Presseinhalt	272
	2. Differenzierung zwischen redaktionellen Beiträgen und Werbung	273
	3. Differenzierung nach der Herkunft der Publikation	276
	4. Sonstige Differenzierungen	277
IV.	Grundgesetz, Staatsunabhängigkeit und staatliche Pressetätigkeit	278
	1. Die faktische Ausgangssituation	278
	2. Verfassungsrechtliche Zulässigkeit staatlicher Presseaktivitäten	279
	3. Quantitative und qualitative Grenzen staatlicher Presseaktivitäten	283

V. Staatlicher Einfluß im publizistischen und allgemeinen wirtschaftlichen Wettbewerb	288
---	-----

4. Teil

Publizistischer Wettbewerb und Grundgesetz	293
---	-----

1. Abschnitt

Verfassungsrechtliche Gewährleistung einer wettbewerblichen Grundordnung für den Markt der geistigen Freiheiten	293
--	-----

I. Die offene Wirtschaftsverfassung des Grundgesetzes	294
II. Verfassungsrechtliche Fixierung einer Systemgarantie für den publizistischen Wettbewerb	300
III. Verfassungsrechtliche Determinanten einer publizistischen Wettbewerbsordnung	301

2. Abschnitt

Verfassungsrechtliche Dimensionen der Wettbewerbsfreiheit	310
--	-----

I. Subjektive Dimension und publizistischer Wettbewerb	311
II. Objektiv-rechtliche Dimension und publizistischer Wettbewerb	312
1. Pressefreiheit, mittelbare Drittwirkung und publizistischer Wettbewerb	312
2. Pressefreiheit, staatliche Schutzpflicht und publizistischer Wettbewerb	315
3. Pressefreiheit, staatliche Funktionsverantwortung und publizistischer Wettbewerb	319
III. Diskussionsperspektive	322

Zusammenfassung	324
------------------------	-----

Literaturverzeichnis	333
-----------------------------	-----

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	=	Absatz
AfP	=	Archiv für Presserecht (Zeitschrift)
AK-GG	=	Alternativkommentar zum Grundgesetz
Alt.	=	Alternative
Anm.	=	Anmerkung(en)
AöR	=	Archiv des öffentlichen Rechts (Zeitschrift)
Art.	=	Artikel
AuslG	=	Ausländergesetz v. 28. 4. 1965 (BGBl. I S. 353)
BAG	=	Bundesarbeitsgericht
BAGE	=	Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts
BayPresseG	=	Bayerisches Gesetz über die Presse vom 3. 10. 1949 (BayBS I S. 310), zuletzt geändert durch Gesetz vom 27. 10. 1970 (GVBl. S. 469)
BayVBl.	=	Bayrische Verwaltungsblätter (Zeitschrift)
BB	=	Der Betriebs-Berater (Zeitschrift)
BerlPresseG	=	Berliner Pressegesetz vom 15. 6. 1965 (GVBl. S. 744), zuletzt geändert durch Gesetz vom 26. 11. 1974 (GVBl. S. 2746)
BGH	=	Bundesgerichtshof
BGHZ	=	Amtliche Sammlung der Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in Zivilsachen
BKartA	=	Bundeskartellamt
BremPresseG	=	Bremer Gesetz über die Presse vom 16. 3. 1965 (Brem. GBl. S. 63), zuletzt geändert durch Gesetz vom 18. 12. 1974 (Brem. GBl. S. 351)
BT-Drucks.	=	Bundestagsdrucksache
BVerfG	=	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	=	Amtliche Sammlung der Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
BVerwG	=	Bundesverwaltungsgericht
BVerwGE	=	Amtliche Sammlung der Entscheidungen des Bundes-

		verwaltungsgerichts
DB	=	Der Betrieb (Zeitschrift)
ders.	=	derselbe
DJT	=	Deutscher Juristentag
DÖV	=	Die Öffentliche Verwaltung (Zeitschrift)
DVBl.	=	Deutsches Verwaltungsblatt (Zeitschrift)
E.	=	Entscheidung
EuGRZ	=	Europäische Grundrechte Zeitschrift
EvStL	=	Evangelisches Staatslexikon, 2 Bände, 3. Auflage 1987
f.	=	folgende (Seite)
ff.	=	fortfolgende (Seiten)
FAZ	=	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FN	=	Fußnote
GG	=	Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland v. 23. 5. 1949 (BGBl. S. 1)
HmbPresseG	=	Hamburgisches Pressegesetz vom 29. 1. 1965 (GVBl. S. 15), zuletzt geändert durch Gesetz vom 5. 2. 1985 (GVBl. S. 62)
Hrsg.	=	Herausgeber
i. S. v.	=	im Sinne von
JJb	=	Juristen-Jahrbuch (Zeitschrift)
JNSt	=	Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik
JöR	=	Jahrbuch des öffentlichen Rechts der Gegenwart
JuS	=	Juristische Schulung (Zeitschrift)
JZ	=	Juristenzeitung (Zeitschrift)
LS	=	Leitsatz
MP	=	Media Perspektiven (Zeitschrift)
NJW	=	Neue Juristische Wochenschrift (Zeitschrift)
NWPresseG	=	Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen vom 24. 5. 1966 (GV. NW. S. 340), zuletzt geändert durch Gesetz vom 19. 3. 1985 (GV. NW. S. 237)
ORDO	=	Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft
OVG	=	Oberverwaltungsgericht
S.	=	Seite
Sp.	=	Spalte
UFiTA	=	Archiv für Urheber-, Film-, Funk- und Theaterrecht (Zeitschrift)

v.	=	vom
VG	=	Verwaltungsgericht
VGH	=	Verwaltungsgerichtshof
vgl.	=	vergleiche
VVDStRL	=	Veröffentlichungen der Vereinigung der Deutschen Staatsrechtslehrer
WRP	=	Wettbewerb in Recht und Praxis
WRV	=	Weimarer Reichsverfassung v. 11. 8. 1919 (RGBl. S. 1383)
WuW	=	Wirtschaft und Wettbewerb (Zeitschrift)
WuW/E	=	Wirtschaft und Wettbewerb. Entscheidungssammlung zum Kartellrecht
ZGR	=	Zeitschrift für Unternehmens- und Gesellschaftsrecht
ZRP	=	Zeitschrift für Rechtspolitik

Einleitung und Problemstellung

I. Kommunikation und Wettbewerb

Der Gesamtbereich geistiger Freiheit, der alle grundrechtlich geschützten Ausdrucksformen des menschlichen Geistes erfaßt, gehört zu den unverzichtbaren Eckpfeilern eines freiheitlich-demokratischen Gemeinwesens. "Die Geistesfreiheit ist für das System der freiheitlichen Demokratie entscheidend wichtig, sie ist geradezu eine Voraussetzung für das Funktionieren dieser Ordnung"¹.

Im Mittelpunkt des rechtlichen und politischen Interesses stehen die in Art. 5 Abs. 1 GG verbürgten Kommunikationsgrundrechte. Sie schützen die individuelle und mediale Äußerung geistiger Inhalte, deren Empfang und die Meinungsbildung vor staatlichen Beeinträchtigungen. Charakteristikum dieser Freiheitsrechte ist der wettbewerbliche Aspekt der Grundrechtsbetätigung, der geistige Wettbewerb, der sich in geistigen Interaktionen zwischen mehreren Grundrechtsträgern äußert. Die konkurrierende Ausdeutung liberaler Geistesfreiheit kommt in der Rechtsprechung des BVerfG immer wieder zum Ausdruck. Das Gericht spricht im Zusammenhang mit den Verbürgungen des Art. 5 Abs. 1 GG etwa von geistigem Kampf², Meinungskampf³, geistigem Meinungskampf⁴ oder geistiger Auseinandersetzung⁵, öffentlichem Meinungskampf oder öffentlicher Auseinandersetzung⁶, Wettbewerb der Meinungen⁷, geistiger Konkurrenz⁸, publizistischem Wettbewerb⁹ oder

¹ BVerfGE 5, 85/205.

² BVerfGE 12, 113/125.

³ BVerfGE 73, 206/258.

⁴ BVerfGE 7, 198/212; E 25, 256/264; E 42, 163/170; E 61, 1/7; E 62, 230/244; E 66, 116/139; E 68, 226/232.

⁵ BVerfGE 7, 198/208; E 25, 256/265; E 42, 143/149; E 50, 234/239; E 62, 230/247; E 69, 315/345.

⁶ BVerfGE 24, 278/285; E 54, 129/138; E 54, 208/219; E 60, 234/241.

⁷ BVerfGE 25, 256/268.

⁸ BVerfGE 20, 162/175; E 66, 116/133.

publizistischer Konkurrenz¹⁰. Im sogenannten 5. Fernseh-Urteil charakterisiert das Gericht das Phänomen der publizistischen Konkurrenz gar als "Lebenselement der Meinungsfreiheit"¹¹.

Auch in der Lehre ist heute durchweg anerkannt, daß die in Art. 5 Abs. 1 GG normierten Grundrechte Grundlage eines wettbewerblich strukturierten Kommunikationsmarktes sind. Der Gedanke freier geistiger Konkurrenz kommt immer wieder zum Tragen, wenn Begriffe wie geistige Auseinandersetzung¹², Meinungswettbewerb¹³, Wettbewerb der Meinungen¹⁴, publizistischer Wettbewerb¹⁵ oder publizistische Konkurrenz¹⁶ verwendet werden. Ch. Degenhart sieht "in der Gewährleistung freier Kommunikation im Wettbewerb der Meinungsrichtungen" den gemeinsamen Schutzzweck der in Art. 5 Abs. 1 GG verbürgten Freiheitsrechte¹⁷. Der geistige Wettbewerb ist demnach ein notwendiger Bestandteil der Geistesfreiheit.

II. Unklarheiten und Widersprüche in der Rechtsprechung des BVerfG

Obwohl das Phänomen der Konkurrenz demnach zum festen Bestandteil der verfassungsrechtlichen Argumentation geworden ist, bleiben Konturen und Bedeutung dieses Ordnungsprinzips für die Garantien des Art. 5 Abs. 1 GG letztlich im Verborgenen.

Dies betrifft in erster Linie die Wettbewerbskonzeption des BVerfG. Sie wirft mehr Fragen auf, als sie anstehende Probleme löst, da das den Entscheidungen zugrundeliegende Wettbewerbsmodell nicht näher beschrieben

9 BVerfGE 74, 297/332; E v. 6. 6. 89, DVBl. 1989, S. 870.

10 BVerfGE 74, 297/332.

11 BVerfGE 74, 297/332.

12 L. Fröhler, Werbefernsehen und Pressefreiheit, S. 20; D. Suhr, NJW 1982, S. 1067.

13 U. Scheuner, VVDStRL 22, S. 77.

14 B. Jünemann, Meinungsfreiheit und Medienentwicklung, S. 22.

15 H. J. Faller, DB 1983, S. 1029; J. Kaiser, Presseplanung, S. 62; St. Ory, ZUM 1987, S. 430; R. Scholz, Pressefreiheit und Arbeitsverfassung, S. 152; K. Seemann, ZUM 1988, S. 68; P. Ulmer, AfP 1975, S. 875; W. Möschel, Pressekonzentration und Wettbewerbsgesetz, S. 35.

16 K. Seemann, DÖV 1987, S. 430; St. Ory, ZUM 1987, S. 430.

17 ZUM 1988, S. 57. Vgl. zum Schutzzweck der Pressefreiheit auch B. Rebe, Die Träger der Pressefreiheit nach dem Grundgesetz, S. 48.

oder konkretisiert wird. Eine stimmige Wettbewerbstheorie fehlt bisher. Unklar bleibt demnach, was im einzelnen unter einem "geistigen" oder "publizistischen" Wettbewerb zu verstehen ist, ob und inwieweit er vom wirtschaftlichen Wettbewerb abzugrenzen ist¹⁸

Zweifelhaft ist schon, ob dem Begriff "geistiger Wettbewerb" oder ähnlichen Begriffen überhaupt ein spezifisch normativer Gehalt zukommt oder ob es sich jeweils nur um die beschreibende Feststellung eines Tatbestandes der derzeitigen gesellschaftlich-politischen Wirklichkeit handelt. Beide Interpretationen werden im Schrifttum vertreten und beide stützen sich auf die gleichen Passagen in den Entscheidungen des BVerfG. Das Gericht hat mehrfach ausgeführt, daß Presseunternehmen "nach privatwirtschaftlichen Grundsätzen und in privatrechtlichen Organisationsformen" arbeiten. "Sie stehen miteinander in geistiger und wirtschaftlicher Konkurrenz, in die die öffentliche Gewalt grundsätzlich nicht eingreifen darf"¹⁹. Die Mehrzahl der Autoren hegt keinen Zweifel daran, daß diese Erwägungen normativ formuliert sind²⁰. Aus dem Zusammenhang der Entscheidungsgründe entnimmt man, daß "der Zustand geistiger und wirtschaftlicher Konkurrenz als Voraussetzung des verfassungsrechtlich gewährleisteten Typus der freien Presse angesehen wird"²¹. Er gehört demnach zum Kernbereich des verfassungsrechtlich geschützten Freiraums. Andere Autoren vertreten einen konträren Standpunkt: Sie sprechen den fraglichen Ausführungen des BVerfG lediglich einen deskriptiven und keinen normativen Charakter zu. Sie deuten sie als Beschreibung des gegenwärtigen Zustandes des deutschen Pressewesens²². In diesem Fall stellt sich dann die Frage, ob das soziologische Faktum "geistiger Wettbewerb" überhaupt verfassungsrechtliche Auswirkungen zeitigt. Schließlich besteht die Möglichkeit, daß die Umschreibungen des gei-

18 J. Wolf, Medienfreiheit und Medienunternehmen, S. 403, sieht hierin den entscheidenden Mangel aller Erörterungen eines eigenständigen geistigen Wettbewerbs.

19 BVerfGE 20, 162/175; vgl. auch E 66, 116/133.

20 Vgl. nur Ch. Degenhart, AfP 1987, S. 651; J. Kaiser, Presseplanung, S. 62; E. König, Die Teletexte, S. 111; W. Möschel, Pressekonzentration und Wettbewerbsgesetz, S. 34; ders., ZGR 1982, S. 339.

21 von Mangoldt / Klein / Starck, GG, Art. 5, RdNr. 55. So im Ergebnis auch E. Mestmäcker, Medienkonzentration und Meinungsvielfalt, S. 29.

22 Vgl. etwa W. Hoffmann-Riem / H. Plander, Rechtsfragen der Pressereform, S. 70: "Normativ formuliert ist nur das Gebot der Staatsfreiheit". H. Jarass, Die Freiheit der Massenmedien, S. 244 FN 28: "Das Bundesverfassungsgericht beschreibt an der angegebenen Stelle nur den gegenwärtigen Zustand der Presse".