

Presserecht (9)

X. Presse und Kartellrecht; Informationsansprüche der Presse

1. Kartellrechtliche Besonderheiten des Presserechts

Primäres Ziel des Kartellrechts ist es, in grundsätzlich marktgängigen Bereichen Wettbewerbsverzerrungen und damit letztlich das Erliegen des Wettbewerbs zu verhindern.

Zusätzlich sind auch weitere Ziele des Kartellrecht zulässig.

Ausgehend von der besonderen Rolle der Presse (→ „Wachhund der Demokratie“) ist die Sicherung ihrer inhaltlichen Unabhängigkeit und pluralen Zusammensetzung ein solches zulässiges Ziel, das weitergehende Eingriffe gegenüber einer Medienkonzentration zuläßt als die des allgemeinen Medienrechts („maßvolle institutionelle Deutung der Pressefreiheit“ – Lerche 1971). Dabei ist allerdings von dem Grundsatz auszugehen, daß sich die Presse grundsätzlich in freier, marktwirtschaftlicher, gewinnorientierter Konkurrenz entfaltet und nicht etwa in eine staatliche Funktion diffundiert (BVerfGE 20, 162 (175)).

→ Die „Pressekonzentration“ wird durch eine besondere Fusionskontrolle verhindert, §§ 35 II 2, 36 I GWB (1976, Neufassung gescheitert 2005). Diese bezieht sich auf jeweils konkret benannte sachliche und räumliche Märkte (auch regional, örtlich). Materiellrechtlicher Maßstab ist § 19 II, III GWB (marktbeherrschende Stellung).

Bsp.:

- führende Regionalzeitung/auflagenstarkes überregionales Blatt: BGH NJW-RR 1986, S. 1422
- Zeitungsverlag übernimmt maßgeblichen Zeitschriftenhändler (mehrfach: Springer)
- Zusammenschluß der einzigen Abonnementsblätter in einer Stadt

- Ausnahmsweise Genehmigung nach § 36 I Hs. 2 GWB: Medienvielfalt ist allerdings kein Element der dort genannten Wettbewerbssicherung; Zielstellung: Sanierungsfusionen
- vgl. auch: Toleranzklauseln nach § 35 GWB

- Preisbindung nach § 30 (n. F.) GWB („vertikale Wettbewerbsbeschränkung“)
- Möglichkeiten jenseits der Fusion: Kooperation (Anzeigen, Werbung, Vertrieb)
- s. a.: „innere Pressefreiheit“ in Bezug auf freie und chancengleiche Konkurrenz auf dem Pressemarkt
- Frage des Kontrahierungszwangs nach § 20, 28 GWB, (§ 826) § 249 BGB: Praxis ablehnend (BVerfGE 42, 53 (62)); jedenfalls reicht jede Art eines sachlichen Grundes
- weitergehende „Entflechtung“ als Ziel einer Antikonzentrationsgesetzgebung?

→ besondere Herausforderungen ergeben sich nach der Privatisierung und Popularisierung von TV (und Radio) durch die Konvergenz, bei der elektronische und gedruckte Medien zu Holdings zusammenwachsen.

Leseplan: : *Petersen*, Medienrecht, § 9 Rn. 4-7, 61-63.

Zur Vertiefung: Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats zur Reform der Pressefusionskontrolle, BMWI Dok. Nr. 535, S. 1-11

→ <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Dokumentationen/keine-aufweichung-der-pressefusionskontrolle-dokumentation-535,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>

2. Informationsansprüche der Presse

a) Grundsatz

Art. 5 I GG umfaßt auch das Recht, sich aus allgemein zugänglichen Quellen zu unterrichten (zur Auswirkung auf privatrechtliche Beziehungen BVerfG NJW 2004, S. 937 – Parabolantenne). Dieses Jedermannsrecht ist zugleich der Ausgangspunkt des Öffentlichkeitsanspruchs der Presse (Informationsvielfalt) wie auch ihrer eigenen Informations- und Berichterstattungsrechte (vgl. BVerfGE 27, 71 (81)).

b) Informationsansprüche gegenüber staatlichen Einrichtungen

Über die Berichterstattung aus allgemein zugänglichen Quellen geht der presserechtliche Informationsanspruch hinaus (§ 4 NPresseG). Er zielt auf eine Verpflichtung der staatlichen Behörden, der Presse Informationen zur Erfüllung ihrer „öffentlichen“ Aufgabe zur Verfügung zu stellen (→ „öffentliche“ Aufgabe als institutionell begründete subj.-rechtl.-Gewährleistung).

Zum allgemeinen Informationsfreiheitsgesetz vgl. *Kugelman*, NJW 2005, S. 3609 ff.

c) Informationsansprüche der Presse gegenüber Privaten

→ Kollision mit Verwertungsrechten

- Exkurs allg. Medienrecht: insb. Übertragungsrechte bei Sportveranstaltungen

→ stehen dem Veranstalter zu, der andere von der Veranstaltung ausschließen kann (BGH: Hausrecht) und auf diesen Ausschluß gegen Entgelt verzichtet → Erwerb einer Lizenz

→ Zutritts- und Kurzberichterstattungsrechte (einschl. Aufzeichnung)

Leseplan: *Löffler*, Presserecht, 5. Aufl. 2006, § 4 Rn. 73-88

Zur Vertiefung: ebenda.

Auszug GWB i. d. F. d. B. vom 15.7.2005, zuletzt geändert durch G vom 26.3.2007

§ 1 Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen

Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken, sind verboten.

§ 20 Diskriminierungsverbot, Verbot unbilliger Behinderung

(1) Marktbeherrschende Unternehmen, Vereinigungen von miteinander im Wettbewerb stehenden Unternehmen im Sinne der §§ 2, 3 und 28 Abs. 1 und Unternehmen, die Preise nach § 28 Abs. 2 oder § 30 Abs. 1 Satz 1 binden, dürfen ein anderes Unternehmen in einem Geschäftsverkehr, der gleichartigen Unternehmen üblicherweise zugänglich ist, weder unmittelbar noch mittelbar unbillig behindern oder gegenüber gleichartigen Unternehmen ohne sachlich gerechtfertigten Grund unmittelbar oder mittelbar unterschiedlich behandeln.

(2) 1 Absatz 1 gilt auch für Unternehmen und Vereinigungen von Unternehmen, soweit von ihnen kleine oder mittlere Unternehmen als Anbieter oder Nachfrager einer bestimmten Art von Waren oder gewerblichen Leistungen in der Weise abhängig sind, dass ausreichende und zumutbare Möglichkeiten, auf andere Unternehmen auszuweichen, nicht bestehen. 2 Es wird vermutet, dass ein Anbieter einer bestimmten Art von Waren oder gewerblichen Leistungen von einem Nachfrager abhängig im Sinne des Satzes 1 ist, wenn dieser Nachfrager bei ihm zusätzlich zu den verkehrsüblichen Preisnachlässen oder sonstigen Leistungsentgelten regelmäßig besondere Vergünstigungen erlangt, die gleichartigen Nachfragern nicht gewährt werden.

§ 30 Preisbindung bei Zeitungen und Zeitschriften

(1) 1§ 1 gilt nicht für vertikale Preisbindungen, durch die ein Unternehmen, das Zeitungen oder Zeitschriften herstellt, die Abnehmer dieser Erzeugnisse rechtlich oder wirtschaftlich bindet, bei der Weiterveräußerung bestimmte Preise zu vereinbaren oder ihren Abnehmern die gleiche Bindung bis zur Weiterveräußerung an den letzten Verbraucher aufzuerlegen. 2Zu Zeitungen und Zeitschriften zählen auch Produkte, die Zeitungen oder Zeitschriften reproduzieren oder substituieren und bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlagstypisch anzusehen sind, sowie kombinierte Produkte, bei denen eine Zeitung oder eine Zeitschrift im Vordergrund steht.

(2) 1Vereinbarungen der in Absatz 1 bezeichneten Art sind, soweit sie Preise und Preisbestandteile betreffen, schriftlich abzufassen. 2Es genügt, wenn die Beteiligten Urkunden unterzeichnen, die auf eine Preisliste oder auf Preismitteilungen Bezug nehmen. 3§ 126 Abs. 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs findet keine Anwendung.

(3) Das Bundeskartellamt kann von Amts wegen oder auf Antrag eines gebundenen Abnehmers die Preisbindung für unwirksam erklären und die Anwendung einer neuen gleichartigen Preisbindung verbieten, wenn

1. die Preisbindung missbräuchlich gehandhabt wird oder

2. die Preisbindung oder ihre Verbindung mit anderen Wettbewerbsbeschränkungen geeignet ist, die gebundenen Waren zu verteuern oder ein Sinken ihrer Preise zu verhindern oder ihre Erzeugung oder ihren Absatz zu beschränken.

§ 35 Geltungsbereich der Zusammenschlusskontrolle

(1) Die Vorschriften über die Zusammenschlusskontrolle finden Anwendung, wenn im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss

1. die beteiligten Unternehmen insgesamt weltweit Umsatzerlöse von mehr als 500 Millionen Euro und
2. mindestens ein beteiligtes Unternehmen im Inland Umsatzerlöse von mehr als 25 Millionen Euro erzielt haben.

(2) 1Absatz 1 gilt nicht,

1. soweit sich ein Unternehmen, das nicht im Sinne des § 36 Abs. 2 abhängig ist und im letzten Geschäftsjahr weltweit Umsatzerlöse von weniger als zehn Millionen Euro erzielt hat, mit einem anderen Unternehmen zusammenschließt oder

2. soweit ein Markt betroffen ist, auf dem seit mindestens fünf Jahren Waren oder gewerbliche Leistungen angeboten werden und auf dem im letzten Kalenderjahr weniger als 15 Millionen Euro umgesetzt wurden.

2Soweit durch den Zusammenschluss der Wettbewerb beim Verlag, bei der Herstellung oder beim Vertrieb von Zeitungen oder Zeitschriften oder deren Bestandteilen beschränkt wird, gilt nur Satz 1 Nr. 2.

(3) Die Vorschriften dieses Gesetzes finden keine Anwendung, soweit die Kommission der Europäischen Gemeinschaft nach der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen in ihrer jeweils geltenden Fassung ausschließlich zuständig ist.

§ 36 Grundsätze für die Beurteilung von Zusammenschlüssen

(1) Ein Zusammenschluss, von dem zu erwarten ist, dass er eine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt, ist vom Bundeskartellamt zu untersagen, es sei denn, die beteiligten Unternehmen weisen nach, dass durch den Zusammenschluss auch Verbesserungen der Wettbewerbsbedingungen eintreten und dass diese Verbesserungen die Nachteile der Marktbeherrschung überwiegen.

(2) 1Ist ein beteiligtes Unternehmen ein abhängiges oder herrschendes Unternehmen im Sinne des § 17 des Aktiengesetzes oder ein Konzernunternehmen im Sinne des § 18 des Aktiengesetzes, sind die so verbundenen Unternehmen als einheitliches Unternehmen anzusehen. 2Wirken mehrere Unternehmen derart zusammen, dass sie gemeinsam einen beherrschenden Einfluss auf ein anderes Unternehmen ausüben können, gilt jedes von ihnen als herrschendes.

(3) Steht einer Person oder Personenvereinigung, die nicht Unternehmen ist, die Mehrheitsbeteiligung an einem Unternehmen zu, gilt sie als Unternehmen.

§ 37 Zusammenschluss

(1) Ein Zusammenschluss liegt in folgenden Fällen vor:

1. Erwerb des Vermögens eines anderen Unternehmens ganz oder zu einem wesentlichen Teil;

2. Erwerb der unmittelbaren oder mittelbaren Kontrolle durch ein oder mehrere Unternehmen über die Gesamtheit oder Teile eines oder mehrerer anderer Unternehmen. 2Die Kontrolle wird durch Rechte, Verträge oder andere Mittel begründet, die einzeln oder zusammen unter Berücksichtigung aller tatsächlichen und rechtlichen Umstände die Möglichkeit gewähren, einen bestimmenden Einfluss auf die Tätigkeit eines Unternehmens auszuüben, insbesondere durch

a) Eigentums- oder Nutzungsrechte an einer Gesamtheit oder an Teilen des Vermögens des Unternehmens,

b) Rechte oder Verträge, die einen bestimmenden Einfluss auf die Zusammensetzung, die Beratungen oder Beschlüsse der Organe des Unternehmens gewähren;

3. Erwerb von Anteilen an einem anderen Unternehmen, wenn die Anteile allein oder zusammen mit sonstigen, dem Unternehmen bereits gehörenden Anteilen

a) 50 vom Hundert oder

b) 25 vom Hundert

des Kapitals oder der Stimmrechte des anderen Unternehmens erreichen. 2Zu den Anteilen, die dem Unternehmen gehören, rechnen auch die Anteile, die einem anderen für Rechnung dieses Unternehmens gehören und, wenn der Inhaber des Unternehmens ein Einzelkaufmann ist, auch die Anteile, die sonstiges Vermögen des Inhabers sind. 3Erwerben mehrere Unternehmen gleichzeitig oder nacheinander Anteile im vorbezeichneten Umfang an einem anderen Unternehmen, gilt dies hinsichtlich der Märkte, auf denen das andere Unternehmen tätig ist, auch als Zusammenschluss der sich beteiligenden Unternehmen untereinander;

4. jede sonstige Verbindung von Unternehmen, auf Grund deren ein oder mehrere Unternehmen unmittelbar oder mittelbar einen wettbewerblich erheblichen Einfluss auf ein anderes Unternehmen ausüben können.

(2) Ein Zusammenschluss liegt auch dann vor, wenn die beteiligten Unternehmen bereits vorher zusammengeschlossen waren, es sei denn, der Zusammenschluss führt nicht zu einer wesentlichen Verstärkung der bestehenden Unternehmensverbindung.

(3) 1Erwerben Kreditinstitute, Finanzinstitute oder Versicherungsunternehmen Anteile an einem anderen Unternehmen zum Zwecke der Veräußerung, gilt dies nicht als Zusammenschluss, solange sie das Stimmrecht aus den Anteilen nicht ausüben und sofern die Veräußerung innerhalb eines Jahres erfolgt. 2Diese Frist kann vom Bundeskartellamt auf Antrag verlängert werden, wenn glaubhaft gemacht wird, dass die Veräußerung innerhalb der Frist unzumutbar war.