Presse-Grosso im Verfassungsrahmen

Von

Prof. Dr. Hans Peter Ipsen

DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung 11

I. Presse-Vertrieb als Verfassungsthema 11

II. Presse-Grosso im Rahmen der Art. 5 GG-Interpretation 13

III. Zur Disposition 17

B. Die für den Pressevertrieb relevante Auslegung von Art. 5 GG 18

I. Standort und Tendenzen der Art. 5 GG-Auslegung 18

II. Zum Presse-Grosso relevante Auslegungen von Art. 5 GG 20

1. In Frage stehende grundrechtstheoretische Ansätze 20

2. Die zur behaupteten status quo-Gewährleistung des Presse-Grosso gewählten Interpretationsmaßstäbe 23

a) Liberal-rechtsstaatlicher Maßstab 24

b) Institutioneller Maßstab 25

c) Demokratisch-funktionaler Maßstab 26

d) Sozialstaatlicher Maßstab 28

3. Folgerungen 28

III. Die privatwirtschaftliche Presse-Struktur im Grundrechtsbereich der Art. 5, 12, 14 GG 30

1. Privatwirtschaftliche Presse-Struktur 31

2. Die Zuordnung der Normbereiche der Art. 5, 12, 14 GG 32

3. Art. 14 Abs. 3, Art. 15 und 5 GG 33

IV. Die sog. öffentliche Aufgabe der Presse in ihrer institutionellen Eigenständigkeit 34

1. Die sog. öffentliche Aufgabe der Presse 34

2. Die sog. institutionelle Eigenständigkeit 36

a) Aussagen und Aussagewert der Rechtsprechung 37

b) Pressefreiheit: Ausdruck objektiver Wertordnung 39

c) Institut „Freie Presse“ 41
d) Staatliche Organisationsgarantie? 42

V. Pressevertrieb im Wirkungsbereich der Pressefreiheit 45

1. Der Schutzbereich der Pressefreiheit 45
2. Schutz-Richtung und -Abstufung 49

VI. Die Tragweite der Informationsfreiheit 50

1. Schutzbereich und Schutzrichtung der Informationsfreiheit 51
2. Die Zugänglichkeit der Quellen und ihre Vielfalt 53

VII. Keine Drittwirkung der Pressefreiheit 55

1. Fragestellung 55
2. Spezifische Drittwirkung von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG? 55

VIII. Die Schrankenklausel des Art. 5 Abs. 2 GG 56

1. Die Bedeutung der Schrankenklausel für die Grosso-„Verfassung“ 56
2. Zur Auslegung von Art. 5 Abs. 2 GG 57

C. Der Presse-Verleger als Grundrechtsträger 61

I. Pressefreiheit 61

1. Inhalt 61
2. Spezifische Entfaltung 62

II. Wirtschafts-(Unternehmens)-Freiheit 62

1. Wirtschaftsfreiheit als Grundrecht 63
2. Freie Vertriebsgestaltung 64
3. Einzelgestaltungen 65

D. Der Verfassungsrahmen des Grosso-Vertriebs 68

I. Presse-Grosso als Vertriebssystem 68

1. Grossisten-Dienstleistung 68
2. Vergleichs-Exkurs I: Pharmazie-Großhandel zur Arzneimittel-Versorgung 71
3. Vergleichs-Exkurs II: Energie-Versorgung 74

II. Die Strukturelemente des Presse-Grosso ohne Verfassungs-Bedingtheit 76

1. Alleinstellung im Monopolgebiet 77

2. Neutralität und Alimentation 81

E. Presse-Grosso im Verfassungsrahmen (Ergebnisse) 84

Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur 85