

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	13
I. Presse und Zeitung – Begriffliches	13
II. Einordnung in den Stand der Forschung	22
III. Fragestellung	24
B. Die Zeitung in Deutschland	27
I. Skizze der Zeitungsentwicklung in Deutschland ab 1945	27
II. Akteure des deutschen Zeitungswesens	32
1. Axel Springer Verlag	36
2. WAZ-Mediengruppe	38
3. Medien-Union	39
4. Verlagsgruppe DuMont Schauberg	40
5. Ippen-Gruppe	41
6. Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	42
7. Frankfurter Allgemeine Zeitung	43
8. Gruner + Jahr	44
9. Verlagsgesellschaft Madsack	45
10. Süddeutscher Verlag	46
III. Skizze zum deutschen Zeitungsleser	46
IV. Status Quo des deutschen Zeitungsmarktes	52
C. Die Republik	56
I. Die Idee der Freiheit	56

1. Freiheit und Herrschaft	56
2. Freiheit und Republik	67
II. Gleichheit und Brüderlichkeit	76
1. Republikanische Gleichheit	76
2. Republikanische Brüderlichkeit	80
III. Das Privatheitsprinzip	81
IV. Der Bürger als Citoyen	85
V. Das formale Verständnis des Sittengesetzes als Maxime der Republik	91
VI. Das Verfassungsprinzip der kleinen Einheiten	104
D. Republikanische Zeitungsverfassungslehre	110
I. Die Freiheit der Presse	110
1. Der Inhalt der Pressefreiheit aufgrund von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG	110
a) Historisches	110
b) Bedeutung	112
c) Grundrechtsträger	116
d) Schutzrichtung	120
2. Problematik der öffentlichen Aufgabe der Zeitung	125
a) Öffentliche Aufgabe der Zeitung und Öffentlichkeit	125
b) Öffentliche Aufgabe der Zeitung und Öffentliche Meinung	133
3. Problematik der „inneren Pressefreiheit“	145
4. Problematik der „Schrankenziehung“	156
a) Schrankenziehung in Form allgemeiner Gesetze	156
b) Zensurverbot	162
c) Jugendschutz	166
d) Recht der persönlichen Ehre	168
5. Der Inhalt der Pressefreiheit aufgrund von Art. 10 Abs. 1 Satz 1 EMRK ..	177
6. Der Inhalt der Pressefreiheit aufgrund von Art. 11 Abs. 2 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union	180

II. Die Zeitung als „vierte Gewalt“?	182
III. Selbstverwaltung der Zeitung	187
1. Formen der Selbstverwaltung	187
2. Der Deutsche Presserat	189
3. Presseräte in Europa	195
IV. Presse, Ethik und die Republik	196
1. Ethik bei Kant	196
2. Ethik und Zeitung	200
E. Zeitung und Wettbewerb	210
I. Privatheit, Wettbewerb und Unternehmen	210
1. Privatheit	210
2. Wettbewerb	211
3. Unternehmen	216
II. Aspekte der Wettbewerbspolitik	220
III. Wettbewerbsspezifische Aspekte der Presse	226
1. Preisbindung und Pressegrrosso	226
2. Meinungsmonopol, publizistische Vielfalt und die Problematik der Konzentration im Zeitungswesen	234
F. Zusammenfassung in Thesen	245
Literaturverzeichnis	254
Sachwortverzeichnis	288