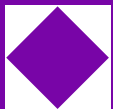


Berit Völzmann

Geschlechtsdiskriminierende Wirtschaftswerbung

Zur Rechtmäßigkeit eines Verbots
geschlechtsdiskriminierender Werbung im UWG



Nomos

Schriften zur Gleichstellung

herausgegeben von

Prof. Dr. Susanne Baer
Marion Eckertz-Höfer
Prof. Dr. Jutta Limbach
Prof. Dr. Heide Pfarr
Prof. Dr. Ute Sacksofsky

Band 40

Berit Völzmann

Geschlechtsdiskriminierende Wirtschaftswerbung

Zur Rechtmäßigkeit eines Verbots
geschlechtsdiskriminierender Werbung im UWG



Nomos

Gedruckt mit Unterstützung des Deutschen Akademikerinnenbund e.V. (DAB).



Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Köln, Univ., Diss., 2014

ISBN 978-3-8487-1849-8 (Print)

1. Auflage 2014

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2014. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort

Diese Arbeit lag als Dissertation im Sommersemester 2014 der rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln vor. Sie war im Dezember 2013 abgeschlossen; danach veröffentlichte Rechtsprechung und Literatur wurde zum Teil bis Sommer 2014 berücksichtigt.

Mein besonderer und herzlicher Dank gilt meinem Doktorvater, Prof. Dr. Karl-Nikolaus Peifer, ohne dessen Unterstützung diese Arbeit so nicht entstanden wäre. Seine Anregungen und Kritik habe ich ebenso zu schätzen gewusst wie seine Offenheit für queerfeministische Theorien, interdisziplinäres Arbeiten und die feministische Rechtswissenschaft. Die Arbeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin an seinem Lehrstuhl hat mir das Schreiben dieser Arbeit nicht nur finanziell ermöglicht, sondern mir auch einen familiären Raum gegeben, innerhalb dessen ich mir steter Unterstützung in vielfältiger Form sicher sein konnte. Auch den studentischen und wissenschaftlichen Mitarbeiter_innen des Instituts für Medienrecht, die zur Zeit der Erstellung dieser Arbeit mit mir am Lehrstuhl arbeiteten und mit ihren Recherchehilfen, kritischen Nachfragen und Diskussionsbeiträgen zum Entstehen der Arbeit beitrugen, gilt daher mein herzlicher Dank.

Meinem Zweitgutachter, Prof. Dr. Wolfram Höfling, danke ich für die zügige Erstellung des Zweitgutachtens.

Für die Beteiligung am Druckkostenzuschuss danke ich dem Deutschen Akademikerinnenbund (DAB).

Meiner Familie, insbesondere meinen Eltern, und meinen Freund_innen danke ich für die moralische Unterstützung, für konstruktive Diskussionen und für wissenschaftsferne Ablenkungen. Meiner Partnerin, Beate Kruuschinski, danke ich für ihr Verständnis und ihre Geduld, für ihr stets offenes Ohr und das Korrekturlesen der Arbeit, vor allem aber für die Kraft, die sie mir gibt.

Prof. Dr. Susanne Baer, PräsiBVerwG Marion Eckertz-Höfer, Prof. Dr. Jutta Limbach, Prof. Dr. Heide Pfarr und Prof. Dr. Ute Sacksofsky danke ich für die Aufnahme der Arbeit in diese Schriftenreihe.

Köln, im August 2014

Berit Völzmann

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abkürzungsverzeichnis | 17 |
| A. Einleitung | 23 |
| I. Problemdarstellung | 23 |
| II. Arbeitshypothese | 26 |
| III. Stand der Rechtsprechung und Forschung | 26 |
| IV. Gang der Darstellung | 33 |
| B. Geschlechtsdiskriminierende Darstellungen in der Werbung | 35 |
| I. Begriffsbestimmung „Werbung“ | 35 |
| II. Geschlechtsbezogene Darstellungen in der Werbung | 36 |
| 1. Geschlechtsrollen und Stereotype | 36 |
| 2. Grundlegende Studien zur Stereotypisierung von Geschlechtsrollen in der Werbung in den 1970er und 1980er Jahren | 37 |
| 3. Entwicklung in den 1990er Jahren und um die Jahrtausendwende | 39 |
| 4. Aktuelle Studien | 40 |
| 5. Aktuelle Beispiele | 41 |
| 6. Zusammenfassung | 43 |
| III. Verfestigung von Geschlechtsrollenstereotypen durch Werbung | 44 |
| 1. Geschlechtsrollen als Bestandteil des Geschlechts | 44 |
| 2. Geschlechtsrollenerwerb | 48 |
| 3. Medienwirkungsforschung | 49 |
| a) Quantitative Medienwirkungsforschung | 49 |
| b) Qualitative Medienwirkungsforschung | 51 |
| c) Kritik und Bewertung | 54 |
| d) Zusammenfassung | 58 |
| IV. Gefährdungspotenzial von Geschlechtsrollenstereotypisierung | 58 |
| 1. Ungleichwertigkeit von Geschlechtsrollenstereotypen | 59 |

| | |
|---|----|
| 2. Auswirkungen auf Leistung und berufliche Ambitionen – Stereotype Threat | 59 |
| 3. Zusammenfassung | 61 |
| V. Geschlechtsdiskriminierung | 62 |
| 1. Begriff der Diskriminierung | 62 |
| 2. Diskriminierung durch Werbeaussagen | 63 |
| 3. Betroffene diskriminierender Werbeaussagen | 64 |
| 4. Ergebnis | 65 |
| VI. Zusammenfassung | 65 |
| C. Die Werbeselbstkontrolle als Mittel gegen geschlechtsdiskriminierende Werbung | 66 |
| I. Werbeselbstkontrolle in Deutschland | 66 |
| II. Umgang mit geschlechtsdiskriminierender Werbung | 67 |
| 1. Kriterienkatalog | 68 |
| 2. Beschwerdeverfahren | 69 |
| III. Kritische Betrachtung der Werbeselbstkontrolle | 70 |
| 1. Vorteile der Werbeselbstkontrolle | 70 |
| 2. Problematische Gremienzusammensetzung | 71 |
| 3. Unzureichende Anwendung und problematische Ausformulierung der Verhaltensregeln | 73 |
| a) Unzureichende Anwendung der Verhaltensregeln | 73 |
| b) Problematische Ausformulierung der Verhaltensregeln | 76 |
| 4. Probleme im Verfahren | 77 |
| 5. Unzulänglichkeiten des Sanktionssystems und im Rahmen der Durchsetzungsfähigkeit | 78 |
| 6. Werbeselbstkontrolle statt staatlicher Zwangsmaßnahmen | 80 |
| IV. Ergebnis | 82 |
| D. Verfassungsrechtliche Rechtfertigung einer Begrenzung geschlechtsdiskriminierender Werbung | 83 |
| I. Verletzung von Grundrechten bzw. verfassungsrechtlichen Leitbildern durch geschlechtsdiskriminierende Wirtschaftswerbung | 83 |
| 1. Menschenwürde, Art. 1 Abs. 1 GG | 83 |
| a) Einordnung durch Rechtsprechung und Literatur | 84 |

| | |
|---|-----|
| b) Schutz der Protagonist_innen | 86 |
| aa) Menschenwürde als vom Individuum unabhängige staatliche Schutzpflicht | 87 |
| (1) Die „Peep-Show“-Entscheidung | 87 |
| (2) Die „Zwergenweitwurf“-Entscheidung | 88 |
| (3) Literatur | 90 |
| (4) Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland | 90 |
| bb) Selbstbestimmung als Kern der Menschenwürde | 91 |
| cc) Bewertung | 94 |
| c) Schutz der Rezipient_innen | 96 |
| aa) Schutz von Einzelnen als Teil einer Gruppe | 96 |
| (1) Rechtsprechung | 96 |
| (a) „Benetton“ | 96 |
| (b) „Verfolgungsschicksal“ | 99 |
| (c) „Soldaten sind Mörder“ | 99 |
| (d) Zusammenfassung | 100 |
| (2) Literatur | 100 |
| (3) Bewertung | 101 |
| bb) „Geschlechtsgruppe“ als verletzungsfähige Gruppe iSd Art. 1 Abs. 1 GG | 102 |
| (1) Die Entscheidung „Frauen gegen den Stern“ | 102 |
| (2) Bewertung | 103 |
| cc) Menschenwürdeverletzung durch Rezeption mensenwürdeverletzender Darstellungen | 106 |
| (1) Grundsatz und Bedeutung der Menschenwürde | 106 |
| (2) Verletzung durch Rezeption | 110 |
| d) Menschenwürdeschutz als Bestandteil der objektiven Wertordnung | 112 |
| aa) Einleitung | 112 |
| bb) Würde der Menschheit oder strenge Individualwürde? | 113 |
| (1) Einordnung durch Rechtsprechung und Literatur | 113 |
| (2) Bewertung | 115 |

| | | |
|-----|---|-----|
| cc) | Verletzung der Menschenwürde durch geschlechtsdiskriminierende Darstellungen | 117 |
| (1) | Möglichkeit der Menschenwürdeverletzung durch fiktionale mediale Darstellungen | 117 |
| (2) | Bedeutung der Intention der Aussage | 120 |
| (3) | (Teil-) Konkretisierung des objektiv-rechtlichen Gehalts der Menschenwürde | 121 |
| (a) | Geschlechtsrollenstereotypisierung | 121 |
| (b) | Sexualisierte Werbung | 123 |
| (c) | Objektifizierung iSd Menschenwürde | 124 |
| e) | Ergebnis | 127 |
| 2. | Gleichberechtigungsgebot, Art. 3 Abs. 2 S. 1, 2 GG | 127 |
| a) | Konkretisierung Gleichberechtigung | 128 |
| aa) | Chancengleichheit | 128 |
| bb) | Dominierungsverbot, Äquivalenzmodell, Rollentauschmodell | 131 |
| cc) | Hierarchisierungsverbot | 134 |
| dd) | Symmetrische Hierarchien als Gleichberechtigungsgefährdung | 137 |
| ee) | Zwischenergebnis | 139 |
| b) | Geschlechtsbezogene Hierarchien in der Werbung | 139 |
| aa) | Hierarchien durch Geschlechtsrollenstereotype | 139 |
| bb) | Benachteiligungen durch Geschlechtsrollenstereotype | 140 |
| c) | Ergebnis | 145 |
| 3. | Allgemeines Persönlichkeitsrecht, Art. 2 Abs. 1 iVm Art. 1 Abs. 1 GG | 146 |
| a) | Entfaltungsbehinderung durch Benachteiligung aufgrund des Geschlechts | 146 |
| b) | Selbstdarstellung entsprechend der empfundenen Geschlechtszugehörigkeit | 148 |
| c) | Geschlechtsfindung und Personwerdung als Grundbedingung freier Entfaltung der Persönlichkeit | 149 |
| aa) | Recht auf Geschlechtsfindung und Personwerdung | 150 |
| bb) | Gefährdung der Grundbedingungen der Persönlichkeitsentwicklung bzgl. der Geschlechtsfindung und Personwerdung | 151 |

| | |
|--|-----|
| cc) Beeinträchtigung des Rechts auf Geschlechtsfindung und Personwerdung | 155 |
| dd) Ergebnis | 156 |
| 4. Zusammenfassung | 157 |
| II. Einem Verbot entgegenstehende, nicht zu rechtfertigende Grundrechtseingriffe | 158 |
| 1. Berufsfreiheit, Art. 12 Abs. 1 S. 1, 2 GG | 158 |
| 2. Meinungsfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 1 Alt. 1 GG | 159 |
| a) Bedeutung und Gehalt der Meinungsfreiheit | 159 |
| b) Wirtschaftswerbung als Meinungsäußerung | 160 |
| aa) Einordnung durch Literatur und Rechtsprechung | 161 |
| bb) Grundsätzliche Schutzmöglichkeit über Art. 5 Abs. 1 S. 1 Alt. 1 GG | 163 |
| c) Konkretisierung des sachlichen Schutzbereichs | 165 |
| aa) Das Meinungsspektrum in Rechtsprechung und Literatur | 165 |
| bb) Werbeaussagen als Meinungs- oder Tatsachenäußerung | 166 |
| (1) Grundsätzliche Meinungseigenschaft sämtlicher Werbeaussagen | 166 |
| (2) Werbeaussagen als Tatsachen, die Voraussetzung der Bildung von Meinungen sind | 170 |
| (3) Werbeaussagen mit Meinungsqualität | 171 |
| (4) Zwischenergebnis | 174 |
| cc) Meinungswertigkeit geschlechtsdiskriminierender Wirtschaftswerbung | 174 |
| dd) Zwischenergebnis | 176 |
| d) Persönlicher Schutzbereich | 177 |
| e) Abwägung im Rahmen der Grundrechtskollision | 178 |
| aa) Das hohe Gut der Meinungsfreiheit | 178 |
| bb) Objektive Werte und staatliche Schutzpflichten aus Art. 3 Abs. 2 GG und Art. 2 Abs. 1 iVm Art. 1 Abs. 1 GG | 179 |
| cc) Ausgleich der betroffenen Rechtsgüter | 180 |
| (1) Der kommerzielle Zweck einer Meinungsäußerung | 181 |

| | |
|---|-----|
| (2) Meinungsmacht der Medien und besondere Wirkung der Werbung | 184 |
| (3) Meinungsäußerung als Teil zwischenmenschlicher Kommunikation | 187 |
| (4) Zusammenfassung und Ergebnis | 188 |
| 3. Pressefreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 2 Alt. 1 GG | 189 |
| a) Bedeutung der Pressefreiheit | 190 |
| b) Abgrenzung zur Meinungsfreiheit | 190 |
| c) Schutzbereichskonkretisierung | 191 |
| d) Abwägung im Rahmen der Grundrechtskollision | 194 |
| 4. Rundfunkfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 2 Alt. 2 GG | 195 |
| a) Bedeutung der Rundfunkfreiheit | 195 |
| b) Abgrenzung zur Meinungsfreiheit | 196 |
| c) Abgrenzung zur Pressefreiheit | 196 |
| d) Schutzbereichskonkretisierung | 197 |
| e) Abwägung im Rahmen der Grundrechtskollision | 198 |
| 5. Kunstfreiheit, Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG | 199 |
| a) Bedeutung der Kunstfreiheit | 199 |
| b) Abgrenzung zur Meinungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit | 200 |
| c) Kunst in der Werbung und Werbung als Kunst | 202 |
| aa) Geschützte Tätigkeiten in Werk- und Wirkungsbereich | 203 |
| bb) Künstlerische Vorlagen in der Werbung | 204 |
| (1) Formaler Kunstbegriff | 205 |
| (2) Materieller Kunstbegriff | 208 |
| (3) Offener Kunstbegriff | 208 |
| (4) Ergebnis | 209 |
| cc) Die Werbung selbst als Kunstwerk | 209 |
| d) Persönlicher Schutzbereich | 212 |
| e) Abwägung im Rahmen der Grundrechtskollision | 214 |
| III. Ergebnis | 216 |
| E. Vereinbarkeit einer Begrenzung geschlechtsdiskriminierender Werbung mit europäischem Primärrecht | 218 |
| I. Anwendbarkeit der EU-Grundrechte | 218 |

| | |
|--|-----|
| II. Vereinbarkeit mit EU-Grundfreiheiten | 219 |
| 1. Tatbestand des Art. 34 AEUV | 219 |
| a) Produktbezogene diskriminierende Werbung | 220 |
| b) Diskriminierende Werbung als Verkaufsmodalität | 221 |
| c) Ergebnis | 223 |
| 2. Rechtfertigung | 223 |
| a) Schranken | 223 |
| b) Verhältnismäßigkeit | 225 |
| 3. Ergebnis | 227 |
| F. Das UWG als Mittel gegen geschlechtsdiskriminierende Werbung | 228 |
| I. Sinnhaftigkeit der Durchsetzung des verfassungsrechtlich gebotenen Schutzes vor geschlechtsdiskriminierender Werbung über das UWG | 228 |
| 1. Bündelung aller werbebezogenen Fälle sowie aller Fälle geschlechtsdiskriminierender Werbung in einem Gesetz | 228 |
| 2. Möglichkeit der Verfolgung von Kollektivinteressen und Verbandsklagemöglichkeit | 229 |
| 3. Schnelligkeit der Durchsetzbarkeit von Ansprüchen | 231 |
| 4. Ergebnis | 232 |
| II. Ausschließlicher Schutz der Entscheidungsfreiheit als Verkürzung des lauterkeitsrechtlichen Schutzzwecks | 233 |
| III. Wertbezogene Auslegung der lauterkeitsrechtlichen Schutzzwecke | 235 |
| 1. Einleitung | 235 |
| 2. Diskriminierungsschutz als Freiheitsschutz | 236 |
| 3. Richtlinienkonforme Auslegung anhand der UGP-Richtlinie | 238 |
| a) Ziel und Anwendungsbereich | 238 |
| b) Öffnungsklausel als Betonung des beschränkten Anwendungsbereichs der UGP-Richtlinie | 239 |
| c) Ausstrahlungswirkung der UGP-Richtlinie auf den nichtharmonisierten Bereich | 240 |
| aa) Eingeschränkter Zweck der Richtlinie | 241 |
| bb) Enger Unlauterkeitsbegriff der Richtlinie | 241 |
| cc) Beschränktes Verbraucherschutzverständnis der Richtlinie gegenüber sonstigem europäischem Recht | 242 |

| | |
|---|-----|
| dd) Fazit | 243 |
| d) Veränderte Auslegung der UGP-Richtlinie seit Geltung des AEUV | 244 |
| aa) Wettbewerbsbezogener Gleichstellungsauftrag im EGV aF | 244 |
| bb) Weitere Stärkung der sozialen Komponente im AEUV | 245 |
| cc) Diskriminierungsverbot in der GRCh | 246 |
| dd) Fazit | 247 |
| e) Erfassung geschlechtsdiskriminierender Wirtschaftswerbung durch die Öffnungsklausel der UGP-Richtlinie | 247 |
| f) Ergebnis | 250 |
| 4. Verfassungskonforme Auslegung | 250 |
| a) Die Grundrechte im Privatrecht – Verfassungsprivatrecht | 250 |
| b) Verfassungsrechtliche Auslegungsmöglichkeit des UWG | 252 |
| aa) Generalklauseln und unbestimmte Rechtsbegriffe im UWG | 252 |
| bb) Begrenzung der verfassungsrechtlichen Auslegung des UWG | 253 |
| cc) Einschränkungslöse verfassungsrechtliche Auslegung des UWG | 255 |
| c) Übertragung der verfassungsrechtlichen Wertungen | 259 |
| 5. Unzulässige Reduktion der Verbraucher_innen auf die Funktion des „Schiedsrichters“ | 260 |
| 6. Anhaltspunkte im UWG | 262 |
| a) Historie und Gesetzesbegründung | 262 |
| aa) Wertbezogene Auslegung des UWG 1909 | 262 |
| bb) Keine grundsätzlichen Änderungen durch die Neufassungen 2004 und 2008 | 263 |
| cc) Fazit | 265 |
| b) Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher | 265 |
| c) § 4 Nr. 1 Alt. 2 UWG als Schutz vor menschenverachtender Werbung | 266 |
| d) § 4 Nr. 11 UWG als Öffnungsnorm für Marktverhaltensregelungen | 267 |

| | |
|---|-----|
| e) § 7 UWG als Schutz vor unzumutbaren Belästigungen | 268 |
| f) Fazit | 270 |
| 7. Ergebnis | 270 |
| IV. Implementierung des Diskriminierungsschutzes in die Normen des UWG | 271 |
| 1. § 4 Nr. 1 Alt. 2 UWG | 272 |
| 2. § 4 Nr. 11 UWG | 273 |
| 3. § 5 Abs. 1 S. 2 Alt. 1, 2 UWG und § 3 Abs. 3 UWG iVm Ziff. 1, 2 oder 3 des Anhangs | 274 |
| a) § 3 Abs. 3 UWG iVm Ziff. 1, 2 oder 3 des Anhangs | 274 |
| b) § 5 Abs. 1 S. 2 Alt. 1, 2 UWG | 275 |
| 4. § 7 Abs. 1 S. 1 UWG | 276 |
| a) Geschlechtsdiskriminierende Werbung als unzumutbare Belästigung | 276 |
| b) Möglichkeit der Ausdehnung des Anwendungsbereichs auf den Schutz vor inhaltlich unzumutbaren Belästigungen | 277 |
| aa) Wortlaut | 277 |
| bb) Systematik der Norm | 278 |
| cc) Gesetzesbegründung | 278 |
| c) Zu enger Anwendungsbereich und Konflikt mit Normkonzept | 279 |
| 5. § 3 Abs. 1 UWG | 279 |
| 6. Ergebnis | 280 |
| V. Einführung einer neuen Norm | 281 |
| 1. Bedürfnis | 281 |
| 2. Vergleichbare Normen anderer Länder | 282 |
| a) Verbote geschlechtsdiskriminierender Werbung | 282 |
| b) Fallgruppen geschlechtsdiskriminierender Werbung im norwegischen Marktgesetz | 283 |
| aa) „Kränkende Darstellung“ | 284 |
| bb) „Herabsetzende Beurteilung“ | 284 |
| cc) „Verstoß gegen den Grundsatz der Gleichberechtigung der Geschlechter“ | 285 |
| dd) Bewertung | 286 |
| 3. Vorschläge für eine Norm gegen diskriminierende Werbung im deutschen Recht | 286 |

| | |
|--|-----|
| 4. Eigener Normvorschlag | 288 |
| a) Geschlechtsdiskriminierende Werbung im Lauterkeitsrecht | 288 |
| aa) Ausdrückliche Aussagen | 288 |
| bb) Hierarchische Darstellungen | 290 |
| cc) Werbung und Werbekampagne | 294 |
| dd) Fazit | 295 |
| b) Konkreter Regelungsort für ein Verbot geschlechtsdiskriminierender Werbung | 295 |
| c) Normtext | 296 |
| G. Zusammenfassung | 298 |
| Literaturverzeichnis | 303 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|----------|---|
| aA | andere Ansicht |
| aaO | am angegebenen Ort |
| Abs. | Absatz |
| ABIEG | Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft |
| ABIEU | Amtsblatt der Europäischen Union |
| AEUV | Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union |
| aE | am Ende |
| aF | alte Fassung |
| AfP | Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht |
| AG | Amtsgericht |
| AGG | Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz |
| allg. | allgemein |
| allgM | allgemeine Meinung |
| AmtlBegr | amtliche Begründung |
| AöR | Archiv des öffentlichen Rechts (Zeitschrift) |
| APuZ | Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung |
| ARSP | Archiv für Rechts- und Sozialphilosophie (Zeitschrift) |
| AVMD-RL | Richtlinie 2010/13/EU v. 10.3.2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste, ABIEU v. 15.4.2010 Nr. L 95/1 |
| Az. | Aktenzeichen |
| b2c | Business-to-Consumer |
| BAG | Bundesarbeitsgericht |
| BAGE | Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts |
| BayVBl | Bayerische Verwaltungsblätter (Zeitschrift) |
| BB | Betriebs-Berater (Zeitschrift) |
| Bearb. | Bearbeiter_in |
| Bd. | Band |
| Begr. | Begründer_in |
| BegrRegE | Begründung des Regierungsentwurfes |
| Bf. | Beschwerdeführer_in |
| BGB | Bürgerliches Gesetzbuch |
| BGH | Bundesgerichtshof |
| BGHZ | Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in Zivilsachen |
| BLM | Bayerische Landeszentrale für neue Medien |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|---------------|---|
| BMJ | Bundesministerium der Justiz |
| BReg | Bundesregierung |
| BT-Drucks | Bundestagsdrucksache |
| BVerfG | Bundesverfassungsgericht |
| BVerfGE | Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts |
| BVerwG | Bundesverwaltungsgericht |
| BVerwGE | Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts |
| bzgl. | bezüglich |
| bzw. | beziehungsweise |
| CEDAW | Committee on the Elimination of Discrimination against Women (Übereinkommen der Vereinten Nationen zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau) |
| ders. | derselbe |
| d.h. | das heißt |
| dies. | dieselbe |
| DJZ | Deutsche Juristen-Zeitung |
| DÖV | Die Öffentliche Verwaltung (Zeitschrift) |
| DVBl | Deutsches Verwaltungsblatt |
| EASA | European Advertising Standards Alliance |
| E-Commerce-RL | Richtlinie 2000/31/EG v. 8.6.2000 über den elektronischen Ge- schäftsverkehr, ABIEG v. 17.7.2000 Nr. L 178/1 |
| EGBGB | Einführungsgesetz zum BGB |
| EGMR | Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte |
| EGV | Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft |
| Einf | Einführung |
| Einl | Einleitung |
| endg | endgültig |
| EU | Europäische Union |
| EuGH | Europäischer Gerichtshof |
| EuGHE | Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs |
| EuGRZ | Europäische Grundrechte-Zeitschrift |
| EuR | Europarecht (Zeitschrift) |
| EUV | Vertrag über die Europäische Union |
| EuZW | Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht |
| EWG | Europäische Wirtschaftsgemeinschaft |
| f. | folgende |
| FamRZ | Zeitschrift für das gesamte Familienrecht mit Betreuungsrecht, Erbrecht, Verfahrensrecht, Öffentlichem Recht |
| ff. | fortfolgende |
| FG | Festgabe |
| Fn. | Fußnote |
| FS | Festschrift |
| GewArch | Das Gewerbearchiv (Zeitschrift) |

| | |
|--------------|---|
| GewO | Gewerbeordnung |
| GG | Grundgesetz |
| GjS | Gesetz gegen jugendgefährdende Schriften |
| GRCh | Charta der Grundrechte der Europäischen Union, ABl. C-303/1 ff. vom 14.12.2007 |
| grds. | grundsätzlich |
| GRUR | Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (Zeitschrift) |
| GRUR Int | Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht Internationaler Teil (Zeitschrift) |
| GWB | Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen |
| HessVGh | Hessischer Verwaltungsgerichtshof |
| hM | herrschende Meinung |
| HmbMedienG | Hamburgisches Mediengesetz |
| Hrsg. | Herausgeber_in(en) |
| insbes. | insbes. |
| iS | im Sinne |
| iSd | im Sinne des/der |
| iSv | im Sinne von |
| iVm | in Verbindung mit |
| JMStV | Jugendmedienschutz-Staatsvertrag |
| JR | Juristische Rundschau (Zeitschrift) |
| JuS | Juristische Schulung (Zeitschrift) |
| JuSchG | Jugendschutzgesetz |
| JW | Juristische Wochenschrift |
| JZ | JuristenZeitung |
| KG | Kammergericht |
| KJ | Kritische Justiz (Zeitschrift) |
| KLM | Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten |
| K&R | Kommunikation und Recht (Zeitschrift) |
| LG | Landgericht |
| LT-Drucks NW | Drucksache des Landtags Nordrhein-Westfalen |
| MMR | MultiMedia und Recht (Zeitschrift) |
| mwN | mit weiteren Nachweisen |
| M&K | Medien & Kommunikationswissenschaft (Zeitschrift) |
| NDR | Norddeutscher Rundfunk |
| NDR-StV | NDR-Staatsvertrag |
| NJW | Neue Juristische Wochenschrift |
| No. | Number (englisch) |
| Nr. | Nummer |
| NStZ | Neue Zeitschrift für Strafrecht |
| NVwZ | Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht |
| NVwZ-RR | Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht Rechtsprechungs-Report |
| NZA | Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|----------------|---|
| NZS | Neue Zeitschrift für Sozialrecht |
| OLG | Oberlandesgericht |
| OWiG | Ordnungswidrigkeitengesetz |
| PreisangabenVO | Preisangabenverordnung |
| ProdHaftG | Produkthaftungsgesetz |
| PVÜ | Pariser Verbandsübereinkunft |
| RÄStV | Rundfunkänderungsstaatsvertrag |
| RL | Richtlinie |
| Rn. | Randnummer |
| Rspr | Rechtsprechung |
| RStV | Rundfunkstaatsvertrag, in der Fassung des fünfzehnten Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (15. RÄStV) vom 15.12./17.12./21.12.2010, Inkrafttreten: 01.01.2013) |
| S. | Satz/Seite |
| Slg. | Sammlung |
| sog. | sogenannt |
| Sp. | Spalte |
| StGB | Strafgesetzbuch |
| stRspr | ständige Rechtsprechung |
| Tz. | Textziffer |
| u.a. | unter anderem |
| UAbs. | Unterabsatz |
| UFITA | Archiv für Urheber- und Medienrecht (Zeitschrift) |
| UGP-RL | Richtlinie 2005/29/EG v. 11.5.2005 über unlautere Geschäftspraktiken, ABIEG v. 11.6.2005 Nr. L 149/22 |
| Urt. | Urteil |
| US | United States (of America) |
| UWG | Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb |
| v. | vom |
| VerlG | Gesetz über das Verlagsrecht |
| VG | Verwaltungsgericht |
| vgl. | vergleiche |
| Vol. | Volume (englisch) |
| vs. | versus |
| VuR | Verbraucher und Recht (Zeitschrift) |
| VVDStRL | Veröffentlichungen der Vereinigung der Deutschen Staatsrechtslehrer |
| WRP | Wettbewerb in Recht und Praxis (Zeitschrift) |
| ZAW | Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. |
| z.B. | zum Beispiel |
| Ziff. | Ziffer |
| ZIP | Zeitschrift für Wirtschaftsrecht |

| | |
|--------|--|
| zfwu | Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik |
| ZPO | Zivilprozessordnung |
| ZRP | Zeitschrift für Rechtspolitik |
| ZUM | Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht |
| ZUM-RD | Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht Rechtsprechungsdienst |

