

Münchener Anwaltshandbuch Urheber- und Medienrecht

3. Auflage 2023
ISBN 978-3-406-77630-4
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
[beck-shop.de](https://www.beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](https://www.beck-shop.de) steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

[beck-shop.de](https://www.beck-shop.de) hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird [beck-shop.de](https://www.beck-shop.de) für sein

umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Peter Raue / Jan Hegemann (Hrsg.)
Münchener AnwaltsHandbuch
Urheber- und Medienrecht


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Münchener Anwalts Handbuch

Urheber- und Medienrecht

Herausgegeben und bearbeitet von

Prof. Dr. Peter Raue

Rechtsanwalt in Berlin

und

Prof. Dr. Jan Hegemann

Rechtsanwalt in Berlin

Bearbeitet von:

Dr. Ulrich Amelung (†), Rechtsanwalt in Berlin (bis zur 2. Auflage); *Dominik Arncken*, LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Albrecht Bischoffshausen*, LL.M., München; *Prof. Dr. Winfried Bullinger*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Mareile Büscher*, LL.M., Rechtsanwältin in Berlin; *Prof. Dr. Oliver Castendyk*, Rechtsanwalt in Berlin; *Sabine Christmann*, LL.M., Rechtsanwältin in München; *Prof. Dr. Murad Erdemir*, Justitiar in Kassel; *Prof. Dr. Andreas Grünwald*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Kathrin Habne*, Ministerialdirigentin in Berlin; *Prof. Dr. Jan Hegemann*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Robert Heine*, LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; *Prof. Dr. Sascha Herms*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Wolfram Hertel*, LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; *Ines Hilpert-Kruck*, Rechtsanwältin in Hamburg; *Dr. Anna-Sophie Hollenders*, Rechtsanwältin in Berlin; *Dr. Marco Holtz*, Berlin; *Dr. Ole Jani*, Rechtsanwalt in Berlin; *Constanze Kopf*, Rechtsanwältin in Berlin; *Dr. Torsten Kraul*, LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; *Ekkehard Kuhn*, LL.M., Rechtsanwalt in München; *Dr. Johann Kaspar Kunisch*, Rechtsanwalt in München; *Dr. Cornelis Lehment*, Rechtsanwalt in Berlin; *Christoph Nüßing*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Markus Plesser*, LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; *Oliver Poche*, Rechtsanwalt in Berlin; *Prof. Dr. Peter Raue*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Oliver Schlüter*, Rechtsanwalt und Syndikusrechtsanwalt in Frankfurt a. M.; *Dr. Christian Schulze*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Jan Sorge*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Robert Staats*, Rechtsanwalt in München; *Dr. Felix Laurin Stang*, LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; *Christiane Stützle*, Rechtsanwältin in Berlin; *Dipl.-Finanzwirt Friedhelm Unwerdorben*, Rechtsanwalt und Steuerberater in Berlin; *Dr. Marcus von Welsler* LL.M., Rechtsanwalt in München; *Dr. Roland Witzel*, J.D., Regierungsdirektor in Berlin.

3., überarbeitete und erweiterte Auflage 2023



Zitervorschlag:
MAH UrhR/Bearbeiter § ... Rn. ...


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

www.beck.de

ISBN 978 3 406 77630 4

© 2023 Verlag C. H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
Druck und Bindung: Westermann Druck Zwickau GmbH
Crimmitschauer Straße 43, 08058 Zwickau

Satz: Druckerei C. H. Beck, Nördlingen
Umschlaggestaltung: Kunst oder Reklame, München


CO₂
neutral

chbeck.de/nachhaltig

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Vorwort zur 3. Auflage

Zwölf Jahre nach der 1. und fünf Jahre nach der 2. Auflage unseres Handbuches freuen wir uns, gemeinsam mit unseren Mitautorinnen und Mitautoren die dritte Auflage vorlegen zu können. Wie bisher schon bemühen wir uns, mit der notwendigen wissenschaftlichen Tiefe ein Praktikerhandbuch anzubieten, welches die Anforderungen an Fachanwälte für Urheber- und Medienrecht spiegelt. Abermals hat seit Erscheinen der letzten Auflage vor allem das Urheberrecht zahlreiche tiefgreifende Veränderungen erlebt. Das betrifft vor allem die Implementierung europäischer Richtlinien mit der Schaffung neuer, eigener Gesetzeswerke (UrhDaG). Es betrifft aber auch die Umsetzung der Entscheidungen des EuGH in deutsches Recht und Wandel auch in der Rechtsdogmatik. Auf der medienregulatorischen Seite ist die Entwicklung der Plattformregulierung noch in vollem Gange. Auch das Verhältnis von öffentlichem zu privatem Rundfunk ist längst noch nicht geklärt.

Das Presse- und Äußerungsrecht ist weiter von richterrechtlicher Rechtsfortbildung geprägt. Hier sticht heraus die „Segelanweisung“ des Bundesverfassungsgerichtes zur Durchsetzung des grundgesetzlichen Anspruchs auf rechtliches Gehör in Verfügungsverfahren. Eine Anweisung, die das Bundesverfassungsgericht mehrfach erteilen musste, bevor sie in die Spruchpraxis der Kammern schließlich Eingang fand.

Ohne die stets freundlich-hartnäckige Unterstützung durch unseren Lektor Dr. Burkhard Schröder, seine Mitarbeiterin Gabriele Atzenhofer und schließlich den Verlag C.H. Beck könnte dieser Band nicht, und schon gar nicht zur rechten Zeit, erscheinen. Ihnen schulden wir unseren Dank.

Die Herausgeber bedanken sich bei allen Autorinnen und Autoren für ihre Beiträge. Schmerzlich vermissen wir unseren Freund und Partner Dr. Ulrich Amelung, der Anfang 2018 viel zu jung verstorben ist. Der Erinnerung an ihn widmen wir diesen Band.

Berlin, im August 2022

Peter Raue und Jan Hegemann

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Vorwort zur 1. Auflage

Mit dem Münchner Anwaltshandbuch für Urheber- und Medienrecht legen wir gemeinsam mit 29 praxiserfahrenen Autorinnen und Autoren ein Arbeitshandbuch für Rechtsanwälte und Syndici vor. Wir orientieren uns in Gliederung und Aufbau an den Anforderungen, die die Berufsordnung der Rechtsanwälte an die Fachanwälte für Urheber- und Medienrecht stellt. Beide Rechtsgebiete sind einem dauernden und oft tiefgreifenden Wandel unterworfen und haben sich in den vergangenen drei Jahrzehnten von Fächern für wenige Spezialisten und Orchideenliebhaber zu Zentren der praktischen rechtlichen Auseinandersetzung entwickelt. Dabei sind die Kräfte, die auf beiden Feldern die Entwicklung vorantreiben, durchaus unterschiedlicher Natur: Während das Urheberrecht einem fortwährenden gesetzgeberischen Wandel unterliegt – man denke nur an die bereits verabschiedeten Urheberrechtsnovellen im ersten und zweiten Korb, den in Vorbereitung befindlichen dritten Korb und die Fülle der europarechtlich veranlassten Umsetzungsmaßnahmen in deutsches Recht –, wird die Entwicklung etwa im Presse- und Äußerungsrecht maßgeblich von den Gerichten geprägt.

Mit dem Urheber- und Medienrecht bearbeiten wir ein außerordentlich breit angelegtes Spektrum, welches vom klassischen Urheberrecht über das Urheberrecht in der digitalen Welt, vom Recht der Wort- und Bildberichterstattung bis hin zum Recht der Rundfunkregu-

Vorwort

lierung reicht. Neben den überwiegend zivilrechtlichen Rechtsmaterien sind deshalb auch Staats- und verwaltungsrechtliche Fragen zu beleuchten.

Wir wollen mit unserem Handbuch sowohl dem jungen Rechtsanwalt am Beginn seiner Spezialisierung wie auch dem erfahrenen Kollegen schnelle und zuverlässige Handreichung bieten. Ein Praxishandbuch lebt dabei von den Erfahrungen der Praxis, für die in dem Kreis der Autoren überwiegend Rechtsanwälte, aber auch Unternehmensjuristen und Mitarbeiter von Ministerien stehen. Ihnen allen danken die Herausgeber für ihre Beiträge herzlich, ebenso wie wir uns bei dem Verlag C.H. Beck und dem ebenso lebenswürdigen wie hartnäckigen Lektor Dr. Burkhard Schröder für die vorzügliche Betreuung bedanken.

Ein Praxiswerk lebt von der Praxis, und was wir hier begonnen haben, ist gewiss verbesserungsfähig. Wir sind deshalb jedem Nutzer des Handbuches für kritische Anmerkungen und Hinweise dankbar.

Berlin, im Oktober 2010

Peter Raue und Jan Hegemann


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsübersicht

	Seite
Inhaltsverzeichnis	IX
Bearbeiterverzeichnis	XXVII
Abkürzungsverzeichnis	XXXI
Literaturverzeichnis	XXXIX

Teil A. Urheberrecht und Urhebervertragsrecht

§ 1 Grundlagen des Urheberrechts (<i>Raue/Stang</i>)	1
§ 2 Urhebervertragsrecht (<i>Kraul</i>)	62
§ 3 Urheberrechtliche Schranken (<i>Raue/Stang</i>)	125
§ 4 Leistungsschutzrechte (<i>Jani</i>)	183
§ 5 Internationales Urheberrecht (<i>von Welser</i>)	207
§ 6 Verwertungsgesellschaften (<i>Heine/Staats</i>)	245

Teil B. Verlagsrecht

§ 7 Überblick über das Verlagsrecht (<i>Bullinger</i>)	293
§ 8 Verlagsvertragsrecht (<i>Bullinger</i>)	301

Teil C. Musikrecht

§ 9 Musikvertragsrecht (<i>Büscher/Kuhn/Kubnisch</i>)	323
§ 10 Musikverlagsrecht (<i>Hilpert-Kruck</i>)	377

Teil D. Film- und Fernsehvertragsrecht

§ 11 Film- und Fernsehvertragsrecht (<i>Stützle</i>)	411
--	-----

Teil E. Recht der öffentlichen Wort- und Bildberichterstattung

§ 12 (Verfassungs-) Rechtliche Grundlagen der Wort- und Bildberichterstattung (<i>Hollenders</i>)	469
§ 13 Wortberichterstattung (<i>Hegemann</i>)	499
§ 14 Bildberichterstattung (<i>Amelung/Sorge</i>)	544
§ 15 Rechtsfolgen unzulässiger Medienberichterstattung (<i>Hegemann/Amelung</i>)	594
§ 16 Auskunftsansprüche der Presse (<i>Hertel</i>)	643

Teil F. Rundfunkrecht

§ 17 Grundlagen (<i>Grünwald</i>)	657
§ 18 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (<i>Bischoffshausen</i>)	672
§ 19 Zulassung und Aufsicht beim privaten Rundfunk (<i>Holtz</i>)	715
§ 20 Medienkartellrecht (<i>Grünwald</i>)	733
§ 21 Programm und Werbung beim privaten Rundfunk (<i>Grünwald</i>)	753
§ 22 Rundfunkverbreitung und Plattformregulierung (<i>Christmann</i>)	763

Teil G. Jugendmedienschutz

§ 23 Jugendmedienschutzrecht (<i>Erdemir</i>)	803
---	-----

Inhaltsübersicht

Teil H. Marken-, wettbewerbsrechtliche und werberechtliche Bezüge, Titelschutz

§ 24 Medienbezogener Markenschutz (<i>Plessner</i>)	859
§ 25 Unternehmenskennzeichen (<i>Plessner</i>)	927
§ 26 Titelschutz (<i>Viehweger/Schulze</i>)	942
§ 27 Der Schutz von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen außerhalb des Markengesetzes (<i>Plessner</i>)	961
§ 28 Anzeigenrecht (<i>Lehment</i>)	972

Teil I. Grundzüge des Telemedien- und Telekommunikationsrechts

§ 29 Telekommunikationsrecht (<i>Nüßing/Arncken</i>)	1015
§ 30 Telemedienrecht (<i>Poche/Kopf</i>)	1051

Teil J. Social Media

§ 31 Social Media und UrhDaG (<i>Heine/Stang/Starke</i>)	1143
--	------

Teil K. Kulturförderung und Steuerrecht

§ 32 Kulturförderung (<i>Hahne/Witzel/Castendyk</i>)	1181
§ 33 Steuerliche Aspekte im Zusammenhang mit Kulturveranstaltungen (<i>Unverdorben</i>)	1208

Teil L. Arbeits- und Sozialrecht

§ 34 Medienarbeitsrecht und Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht (<i>Hermes</i>)	1229
--	------

Teil M. Verfahrensrecht

§ 35 Urheberrechtliche Ansprüche (<i>Schlüter</i>)	1283
§ 36 Zuständiges Gericht (<i>Schlüter</i>)	1327
§ 37 Vorgerichtliches Verfahren (<i>Schlüter</i>)	1337
§ 38 Einstweiliger Rechtsschutz (<i>Schlüter</i>)	1352
Sachverzeichnis	1371

Inhaltsverzeichnis

Teil A. Urheberrecht und Urhebervertragsrecht

	Seite
§ 1 Grundlagen des Urheberrechts	
I. Einleitung	2
1. Schutzbereich des Urheberrechts	2
2. Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	5
3. Zur Entstehung des modernen Urheberrechts – Geschichte und Quellen des Urheberrechts	6
II. Das Werk – der Urheber – das Urheberpersönlichkeitsrecht (§§ 1 bis 14 UrhG)	8
1. Zum Werkbegriff	8
2. Einzelne Werkarten	17
3. Die Bearbeitung	23
4. Die freie Benutzung	24
5. Das veröffentlichte und das erschienene Werk	28
6. Zum Begriff des Urhebers	31
7. Die Urheberpersönlichkeitsrechte	33
III. Die Verwertungsrechte (§§ 15 bis 27 UrhG)	45
1. Allgemeines	45
2. Die Verwertungsrechte in körperlicher Form (§ 15 Abs. 1 UrhG)	46
3. Die unkörperliche Form der Wiedergabe, § 15 Abs. 2 UrhG	53
4. Das Bearbeitungsrecht, § 23 UrhG	60
§ 2 Urhebervertragsrecht	
I. Überblick	63
1. Sedes Materiae	63
2. Schuldrechtliche und gegenständliche Regelungen	63
3. Primäres und Sekundäres Urhebervertragsrecht	64
II. Geschichte des Urhebervertragsrechts	65
III. Gesetzliche Wertungen des Urhebervertragsrechts	66
1. Monismus	66
2. Schöpferprinzip	67
3. Angemessene Beteiligung	67
4. Verwerterinteressen	68
5. Ergänzende Leistungsschutzrechte	68
IV. Vertragsgestaltung	69
1. Erfordernis eines Verwertungsvertrags	69
2. Formerfordernisse	71
3. Die Rechteklausel	72
4. Die Vergütungsvereinbarung	86
5. Haftung	114
§ 3 Urheberrechtliche Schranken	
I. Einleitung	127
1. Verankerung des Urheberrechts im Grundgesetz und Einschränkungen des Urheberrechts	127
2. Unionsrechtliche Grundlagen der Schrankenregelungen	129
3. Auslegungsgrundsätze	130
4. Änderungsverbot, Quellenangabe und gesetzliche Vergütung	134
	IX

Inhaltsverzeichnis

	Seite
II. Voraussetzungen und Reichweite einzelner gesetzlicher Einschränkungen des Urheberrechts	135
1. Vorübergehende Vervielfältigungshandlungen (§ 44a UrhG)	135
2. Text und Data Mining (§§ 44b, 60d UrhG)	140
3. Pressespiegel (§ 49 UrhG)	141
4. Berichterstattung über Tagesereignisse (§ 50 UrhG)	146
5. Zitatrecht (§ 51 UrhG)	150
6. Karikatur, Parodie und Pastiche (§ 51a UrhG)	157
7. Recht der öffentlichen Wiedergabe (§ 52 UrhG)	161
8. Vervielfältigungen zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch (§ 53 UrhG)	161
9. Werke an öffentlichen Plätzen (§ 59 UrhG)	171
10. Schranken zugunsten von Bildung, Wissenschaft und Forschung (§§ 60a ff. UrhG)	175
§ 4 Leistungsschutzrechte	
I. Überblick	183
1. Grundzüge des Leistungsschutzrechts; Abgrenzung zum Urheberrecht	183
2. Systematik der Leistungsschutzrechte	184
3. Ergänzender Leistungsschutz?	185
4. Harmonisierung der Leistungsschutzrechte	187
5. Anwendung urheberrechtlicher Regelungen und Unterschiede zum Urheberrecht	189
6. Leistungsschutzrechte im Rechtsverkehr	190
7. Schutzzumfang der Leistungsschutzrechte (unter besonderer Berücksichtigung der Harmonisierungsvorgaben)	192
II. Einzelne Leistungsschutzrechte	195
1. Schutz persönlicher Leistungen	195
2. Schutz organisatorisch-wirtschaftlicher Leistungen	199
§ 5 Internationales Urheberrecht	
I. Einleitung	209
1. Territorialitätsprinzip	209
2. Universalitätsprinzip	210
II. Internationales Privatrecht	210
1. Urheberrechtsstatut	210
2. Vertragsstatut	213
III. Internationales Zivilverfahrensrecht	215
1. Gerichtszuständigkeit	215
2. Ausländisches Recht im Prozess	218
IV. Fremdenrechtliche Bestimmungen/Konventionsrecht	219
1. Deutsche fremdenrechtliche Bestimmungen	219
2. Einleitung zum Konventionsrecht	220
3. Berner Übereinkunft	221
4. Welturheberrechtsabkommen	224
5. WIPO Copyright Treaty	225
6. Deutsch-amerikanische Abkommen von 1892	226
7. Rom-Abkommen	227
8. Genfer Tonträgerübereinkommen	229
9. WIPO Performances and Phonograms Treaty	230
10. WIPO Audiovisual Performances Treaty	231
11. TRIPs-Übereinkommen	232

Inhaltsverzeichnis

	Seite
V. Europarecht	235
1. Unionsrechtliches Primärrecht	235
2. Unionsrechtliches Sekundärrecht	239
3. Verfahrensfragen	243
§ 6 Verwertungsgesellschaften	
I. Einführung	246
1. Bedeutung	246
2. Arbeitsweise	247
3. Rechtlicher Rahmen	247
II. Überblick über die bestehenden Verwertungsgesellschaften	248
1. Deutschland	249
2. Internationale Dachverbände	254
III. Verhältnis zu den Rechtsinhabern	254
1. Beteiligungsformen	254
2. Rechtswahrnehmung	256
3. Verteilung	263
IV. Verhältnis zu den Nutzern	267
1. Vorfragen	267
2. Blankettlizenzierung	270
3. Abschlusszwang	270
4. Tarife	271
5. Gesamtverträge	272
6. Angemessene Vergütung	274
7. Auskunftsansprüche, GEMA-Vermutung	275
V. Gegenseitigkeitsverträge	277
VI. Behördliche Aufsicht	278
1. DPMA	278
2. Bundeskartellamt und EU-Kommission	281
VII. Schieds- und Gerichtsverfahren	281
1. Schiedsstellenverfahren	281
2. Gerichtsverfahren	283
VIII. Aktuelle Entwicklungen im Online-Bereich	285
1. Musikrechte	285
2. Textrechte	289
3. Ansprüche aufgrund der Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetzes (UrhDaG)	290

Teil B. Verlagsrecht

§ 7 Überblick über das Verlagsrecht	
I. Einleitung	293
1. Grundzüge des Verlagsrechtes	293
2. Verlagsfähige Werke	294
3. Verfasser und Verleger	295
4. Verhältnis Verlags- und Urheberrecht	295
II. Besondere Erscheinungsformen des Verlagsvertrages	296
1. Verlagsvertrag über künftiges Werk	296
2. Optionsvertrag	296
3. Verlagsvertrag über gemeinfreie Werke	296
4. Bestellvertrag	297
5. Entwicklung neuer Vertragstypen durch die Praxis	298

Inhaltsverzeichnis

§ 8 Verlagsvertragsrecht	Seite
I. Rechte und Pflichten der Parteien aus dem Verlagsvertrag	301
1. Hauptpflichten des Verfassers	301
2. Hauptpflichten des Verlegers	308
3. Weitere Rechte und Pflichten der Vertragsparteien des Verlagsvertrages	310
II. Erlöschen des Verlagsrechtes durch Beendigung des Verlagsvertrages	314
1. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Gesetz	314
2. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Kündigung der Vertragsparteien	315
3. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Rücktritt der Vertragsparteien	318

Teil C. Musikrecht

§ 9 Musikvertragsrecht	
I. Künstlervertrag	325
1. Einführung	325
2. Vertragsgegenstand	326
3. Produktion	327
4. Rechteeinräumung	328
5. Exklusivität	330
6. Veröffentlichung und Vermarktung/Werbung	331
7. Vergütung	331
8. Abrechnung und Bezahlung	334
9. Vertragsdauer	335
10. Leistungsstörungen	336
11. Vertragsgebiet	336
12. Sonstiges	337
II. Bandübernahmevertrag	337
1. Vertragsgegenstand	337
2. Rechteeinräumung	338
3. Rechtgarantie	343
4. Exklusivität	344
5. Produktion und Veröffentlichungsverpflichtung	345
6. Remixe, Musikvideos und Toursupport	347
7. Vergütung	349
8. Vertragsdauer	355
9. Künstlerbrief	357
III. Produzentenvertrag	357
1. Vertragsgegenstand	357
2. Rechteeinräumung	358
3. Zustimmungsvorbehalte	359
4. Exklusivität	359
5. Vergütung	360
6. Produktionskosten	360
7. Produktionspflichten	361
8. Vertragsdauer	362
IV. Vertriebsvertrag	363
1. Vertragsgegenstand	363
2. Rechteeinräumung	363
3. Rechtgarantie	364
4. Herstellung und Anlieferung	364
5. Zusätzliche Vertriebsverpflichtungen	364
6. Vergütung	365

Inhaltsverzeichnis

	Seite
7. Abrechnung	366
8. Vertragsdauer	367
V. Gastspiel-/Tourneevertrag	368
1. Vertragsanbahnung	368
2. Vertragsgegenstand	368
3. Vergütung	369
4. Rechte	371
5. Verpflichtungen des Veranstalters	372
6. Verpflichtungen des Künstlers	373
7. Höhere Gewalt	374
8. Vertragsdauer	376
9. Kündigung	376
10. Schlussbestimmungen	376
§ 10 Musikverlagsrecht	
I. Einleitung	378
1. Der Werkbegriff im Musikverlagsrecht	379
2. Urheberschaft an Musikwerken	381
II. Musikverlage	384
1. Pflichten der Musikverlage	385
2. Ansprüche der Musikverlage	386
III. Verwertungsgesellschaft GEMA	387
1. Kollektive Wahrnehmung der Rechte der GEMA-Mitglieder	388
2. Gegenseitigkeitsverträge mit ausländischen Verwertungsgesellschaften	391
IV. Vertragsarten im Musikverlagsrecht	391
1. Autorenverträge	391
2. Co-Verlags- und Editionsverträge	400
3. Administrationsvertrag	403
4. Subverlagsverträge	404
5. Katalogkaufvertrag	406
6. Besondere Regelungen	408
Teil D. Film- und Fernsehvertragsrecht	
§ 11 Film- und Fernsehvertragsrecht	
I. Urheberrechtliche Grundlagen	412
1. Der Begriff des Filmwerks	413
2. Die Filmurheber	415
3. Der Filmhersteller	416
4. Rechteeinräumung zu Gunsten des Filmherstellers	417
5. Erleichterung der wirtschaftlichen Auswertung des Filmwerks – Einschränkung der Rechte der beteiligten Urheber	420
6. Einschränkungen der Persönlichkeitsrechte der beteiligten Urheber und ausübenden Künstler	421
7. Das Leistungsschutzrecht des Filmherstellers	423
II. Vertragsgestaltung im Rahmen von Filmproduktionen	425
1. Überblick	425
2. Stoffentwicklungsphase	426
3. Produktionsphase	428
4. Angemessene Vergütung und Gemeinsame Vergütungsregeln	438
5. Filmtitel	447
XIII	

Inhaltsverzeichnis

	Seite
III. Wichtige Verträge im Bereich Filmvertrieb	448
1. Überblick	448
2. Filmlizenzvertrag	448
IV. Finanzierung – Filmförderung	455
1. Überblick	455
2. Die Förderungen im Einzelnen	456
3. Internationale Koproduktionsabkommen	467
 Teil E. Recht der öffentlichen Wort- und Bildberichterstattung 	
§ 12 (Verfassungs-)Rechtliche Grundlagen der Wort- und Bildberichterstattung	
I. Einleitung	470
II. Die Gewährleistungen des Art. 5 GG	470
1. Sachlicher Schutzbereich	471
2. Persönlicher Schutzbereich	476
3. Schranken	476
III. Das Allgemeine Persönlichkeitsrecht	477
1. Grundlage	478
2. Sachlicher Schutzbereich	478
3. Persönlicher Schutzbereich	484
4. Rechtswidriger Eingriff	488
IV. Gewährleistungen der Europäischen Menschenrechtskonvention	495
1. Praktische Bedeutung	495
2. Gewährleistungen der EMRK	496
 § 13 Wortberichterstattung	
I. Tatsachenbehauptung und Meinungsäußerung	500
1. Grundrechtliche Schutzfähigkeit	500
2. Abgrenzung: Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen	501
3. Auslegung gemischter Äußerungen	502
4. Fragen	506
5. Rechtliche Äußerungen	507
6. Innere Tatsachen	508
7. Verdeckte Tatsachenbehauptungen und mehrdeutige Äußerungen	509
8. Eigene und fremde Äußerungen	511
II. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts	513
1. Sphärentheorie	514
2. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch Tatsachenbehauptungen	514
3. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch Meinungsäußerungen	522
III. Beeinträchtigung des Rechts am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb	531
1. Allgemeines	531
2. Boykottaufruf	531
IV. Sittenwidrige vorsätzliche Schädigung	533
V. Kreditgefährdung	534
VI. Wettbewerbsrecht	535
VII. Verletzung eines Schutzgesetzes	537
VIII. Rechtfertigung	537
1. Wahrnehmung berechtigter Interessen	537
2. Sonstige Rechtfertigungsgründe	539

Inhaltsverzeichnis

	Seite
IX. Verschulden – Journalistische Sorgfaltspflichten	540
1. Wahrheitspflicht	540
2. Pflicht zur Vollständigkeit	542
3. Pflicht zur rechtlichen Prüfung	542
4. Pflicht zur Anhörung des Betroffenen	543
§ 14 Bildberichterstattung	
I. Recht am eigenen Bild	545
1. Schutzgegenstand	547
2. Eingriffsformen	550
3. Einwilligung	556
4. Postmortaler Bildnisschutz	561
5. Sachaufnahmen	563
II. Schranken des Bildnisschutzes	564
1. Systematik	564
2. Bildnisse der Zeitgeschichte, § 23 Abs. 1 Nr. 1 KunstUrhG	565
3. Weitere Schrankenbestimmungen, § 23 Abs. 1 Nr. 2–4 KunstUrhG	577
4. Berechtigte Interessen des Abgebildeten, § 23 Abs. 2 KunstUrhG	580
5. Zwecke der Rechtspflege und öffentlichen Sicherheit, § 24 KunstUrhG	593
§ 15 Rechtsfolgen unzulässiger Medienberichterstattung	
I. Zivilrechtliche Verantwortlichkeit	595
1. Unterlassungsanspruch	595
2. Gegendarstellungsanspruch	607
3. Berichtigungsanspruch	624
4. Geldentschädigungsanspruch	629
5. Materielle Ersatzansprüche	635
6. Sonstige Ansprüche	639
II. Strafrechtliche Verantwortlichkeit	641
§ 16 Auskunftsansprüche der Presse	
I. Einleitung	643
II. Informationsfreiheitsgesetz	644
1. Hintergrund	644
2. Anspruchsberechtigung	644
3. Anspruchsgegner	645
4. Anspruchsgegenstand	646
5. Ausschlussgründe	647
III. Pressebezogene Auskunftsansprüche	648
1. Hintergrund	648
2. Anspruchsberechtigung	649
3. Anspruchsverpflichtete	649
4. Anspruchsinhalt	650
5. Ausschlussgründe	650
IV. Hinweise für die Anwaltspraxis	651
1. Auswahl der Anspruchsgrundlagen	651
2. Konkurrenzen	652
V. Anspruchsdurchsetzung	653
1. Verwaltungsrechtsweg	653
2. Einstweiliger Rechtsschutz	653
3. In-camera-Verfahren	653

Inhaltsverzeichnis

Teil F. Rundfunkrecht

§ 17 Grundlagen	Seite
I. Regelungsbereich	657
1. Rechtsgrundlagen	657
2. Rundfunkbegriff	658
3. Abgrenzung zu Telemedien	660
4. Weitere Dienstekategorien im MStV	661
II. Technische und wirtschaftliche Grundlagen	662
1. Angebotsformen des Fernsehens	662
2. Übertragungswege	662
3. Digitalisierung	664
III. Verfassungsrechtliche Rahmenbedingungen	665
1. Rundfunkfreiheit	665
2. Die Rundfunkurteile des BVerfG	665
IV. Internationale Bezüge	670
1. Europäische Union	670
2. Europarat	671
§ 18 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	
I. Einleitung	673
II. Geschichtlicher Hintergrund	675
III. Die Neuordnung des Rundfunks in Reaktion auf das Dritte Reich	675
IV. Konkretisierung von Rundfunkfreiheit, Grundversorgungs- und Funktionsauftrag durch das BVerfG	677
1. Unterschiede gegenüber der Presse – „Sondersituation“ des Rundfunks sowie presserechtlicher Tendenzschutz	677
2. Erforderlichkeit öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Digitalzeitalter	678
3. Grundversorgungsauftrag, Funktionsauftrag und Entwicklungsgarantie	680
4. Schutz vor staatlicher Einflussnahme	683
5. „Positive Ordnung“ zur Gewährleistung der Rundfunkfreiheit	686
V. Die Organe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	687
1. Der Intendant	688
2. Der Rundfunkrat	690
3. Der Verwaltungsrat	693
VI. Die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	693
1. Fernsehen	694
2. Hörfunk	695
3. Telemedien	696
VII. Die Finanzierung	700
1. Anspruch auf funktionsgerechte Finanzierung	700
2. Finanzierung durch Rundfunkbeiträge	701
3. Einkünfte aus Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung	711
4. Einkünfte aus kommerziellen Tätigkeiten	712
VIII. Binnenkontrolle und externe Rechtsaufsicht	713
§ 19 Zulassung und Aufsicht beim privaten Rundfunk	
I. Überblick	715
II. Die Landesmedienanstalten	716
1. Grundlagen	716
2. Organisation	716
3. Aufgaben	717
4. Zuständigkeit	720

Inhaltsverzeichnis

	Seite
5. Verfahren	720
6. Finanzierung/Gebühren	721
III. Aufsicht	721
1. Überblick	721
2. Aufsichtsmaßnahmen	722
3. Ordnungswidrigkeiten und Bußgelder	724
IV. Zulassung	724
1. Überblick	724
2. Bundesweite Zulassungen	725
3. Zulassungsfreie Rundfunkprogramme	729
4. Landesweite (regionale und lokale) Zulassungen	732
§ 20 Medienkartellrecht	
I. Überblick	734
II. Rundfunkrechtliche Konzentrationskontrolle	734
1. Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht	734
2. Verfahren der rundfunkrechtlichen Konzentrationskontrolle	739
III. Kartellrechtliche Fusionskontrolle	742
1. Europäische Fusionskontrolle	742
2. Deutsche Fusionskontrolle	743
IV. Sonstige kartellrechtliche Regulierung	747
1. Kartellrechtliche Verhaltenskontrolle	748
2. Regulierung von „Big Tech“	749
§ 21 Programm und Werbung beim privaten Rundfunk	
I. Programm	752
1. Allgemeine Programmgrundsätze	752
2. Vielfaltsgesetz	753
3. Großereignisse	753
4. Kurzberichterstattung	754
5. Fernsehproduktionen	754
6. Gewinnspiele	754
II. Werbung	755
1. Begriffsbestimmungen	755
2. Trennungsgesetz	756
3. Inhaltliche Beschränkungen	759
4. Zeitliche Beschränkungen	761
5. Regionalisierte Werbung	762
§ 22 Rundfunkverbreitung und Plattformregulierung	
I. Anwaltliche Beratungsfelder	764
II. Übersicht über die audiovisuellen Übertragungswege und ihre Besonderheiten ..	768
III. Die digitale Verbreitung von Rundfunkprogrammen	771
1. Übersicht	771
2. Der EU-Regulierungsrahmen zur Übertragung und zum Empfang von Rundfunk und rundfunkähnlichen Telemedien	772
3. Der nationale Regulierungsrahmen zur digitalen Übertragung von Rund- funk- und rundfunkähnlichen Telemediendiensten	774
4. Einspeisung, Verbreitung, Vergütung, Auffindbarkeit des Senders und die medienrechtlichen Regelungen	783

Inhaltsverzeichnis

Teil G. Jugendmedienschutz

§ 23 Jugendmedienschutzrecht	Seite
I. Verfassungsrechtliche Grundlagen des Jugendmedienschutzes	806
1. Verfassungsrang des Jugendschutzes	806
2. Verfassungsrechtliche Grenzen des Jugendschutzes	807
3. Medienwirkung und Verhältnismäßigkeitsprinzip	810
4. Paradigmenwechsel im Jugendmedienschutz	811
II. Gesetzliches Regelungswerk zum Jugendmedienschutz	812
1. Strafrechtlicher Jugendmedienschutz	812
2. Spezialgesetzlicher Jugendmedienschutz	812
3. Sonstige jugendmedienschutzrelevante Rechtsgrundlagen	813
III. Strafgesetzbuch	814
1. Tatgegenstände/Verbreitungsmedien	814
2. Pornografie, §§ 184–184c StGB	815
3. Gewaltdarstellungen, § 131 StGB	820
4. Volksverhetzung, § 130 StGB	823
5. Propagandamittel und Kennzeichen verfassungswidriger und terroristischer Organisationen, §§ 86 u. 86a StGB	825
IV. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag	826
1. Jugend- und Menschenwürdeschutz im Rundfunk und in den Telemedien ...	826
2. „Anbieter“ im Sinne des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags	827
3. Materiell-rechtliche Regelungen, §§ 4–12 JMStV	828
4. Regelungen zu Verfahren und Vollzug, §§ 13–24 JMStV	845
V. Jugendschutzgesetz	849
1. Jugendschutz bei Filmveranstaltungen und Bildträgern mit Filmen oder Spielen, §§ 11–14 JuSchG	849
2. Jugendgefährdende Medien und Indizierung, §§ 15 u. 18 JuSchG	851
3. Zweites Gesetz zur Änderung des Jugendschutzgesetzes vom 9.4.2021	853
VI. Rechtsschutz und prozessuale Besonderheiten im Anwendungsbereich des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags	855
1. Verwaltungsverfahren	855
2. Ordnungswidrigkeitenverfahren	856

Teil H. Marken-, wettbewerbsrechtliche und werberechtliche Bezüge, Titelschutz

§ 24 Medienbezogener Markenschutz	
I. Einleitung	861
II. Begriff und Funktion der Marke	861
1. Grundsätze	861
2. Arten von Marken	862
3. Die Marke als Recht	863
4. Harmonisierung des Markenrechts	863
III. Voraussetzungen für die Entstehung von Markenschutz	863
1. Abstrakte Unterscheidungskraft von Zeichen	863
2. Absolute Schutzhindernisse	865
3. Überwindung absoluter Schutzhindernisse durch Verkehrsdurchsetzung	878
4. Schutzhindernis der notorisch bekannten Marke	879
5. Waren- und Dienstleistungsverzeichnis	880
6. Entstehung durch Eintragung, Benutzung und/oder Bekanntheit	880
7. Rechte Dritter	883
IV. Priorität	883

Inhaltsverzeichnis

	Seite
V. Schutzdauer und Verlängerung des Markenschutzes	884
VI. Unterschiede der Markensysteme bei Entstehung und Reichweite des Markenschutzes	884
1. Nationale Marken	884
2. Unionsmarken	885
3. Internationaler Markenschutz	887
VII. Schutzzinhalt des Markenrechts	888
1. Allgemeine Voraussetzungen der Markenverletzung	889
2. Identitätsschutz	894
3. Verwechslungsschutz	894
4. Schutz der bekannten Marke	900
5. Schutz gegen mittelbare Markenverletzungen	903
6. Markennutzung in vergleichender Werbung	903
VIII. Ansprüche aus dem Markenrecht	903
1. Unterlassungsanspruch	903
2. Schadensersatzanspruch und Restschadensersatzanspruch	906
3. Auskunftsansprüche	907
4. Haftung des Betriebsinhabers und der konkret handelnden Personen	908
5. Sonstige Ansprüche	909
6. Schranken des Markenrechts	911
IX. Verfahren bei Markenrechtsverletzungen	916
1. Allgemeines	916
2. Abmahnung und strafbewehrte Unterlassungserklärung	917
3. Einstweilige Verfügung	919
4. Klagen und Löschanträge	920
5. Cross Border Verfahren	922
§ 25 Unternehmenskennzeichen	
I. Begriff und Funktion	927
1. Funktion	927
2. Begriff und Arten von Unternehmenskennzeichen	928
3. Abgrenzung zur Marke	928
II. Entstehung des Kennzeichenschutzes	930
1. Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion	930
2. Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion	934
III. Reichweite des Kennzeichenschutzes	934
IV. Erlöschen des Kennzeichenschutzes	935
1. Wegfall der Schutzvoraussetzungen	935
2. Wegfall des Rechtsträgers	935
3. Aufgabe der Kennzeichenbenutzung	935
4. Trennung des Unternehmenskennzeichens vom Geschäftsbetrieb	936
5. Wesentliche Änderung der Firma oder des Charakters des Geschäftsbetriebes	936
V. Schutzzinhalt des Unternehmenskennzeichenrechtes	937
1. Verwechslungsschutz	937
2. Bekanntheitsschutz	940
3. Ergänzender Schutz nach § 12 BGB	940
VI. Ansprüche wegen der Verletzung eines Unternehmenskennzeichens	940
§ 26 Titelschutz	
I. Einleitung	943
II. Begriff des Werkes	943
1. Druckschriften	944

Inhaltsverzeichnis

	Seite
2. Filmwerk	945
3. Tonwerk	945
4. Bühnenwerk	946
5. Sonstige vergleichbare Werke	946
III. Kennzeichnungs-/Unterscheidungskraft	949
IV. Gattungsbezeichnung und Freihaltebedürfnis	951
V. Verkehrsgeltung	951
VI. Benutzen im geschäftlichen Verkehr	951
1. Markteinführung	951
2. Fiktion der Ingebrauchnahme durch eine Titelschutzanzeige	953
VII. Beendigung der Benutzung	955
VIII. Titelrechtsinhaber	955
IX. Umfang des Titelschutzes	956
1. § 15 Abs. 1 MarkenG – Abwehrrechte	956
2. § 15 Abs. 2 MarkenG – Schutz vor Verwechslung	956
3. Erweiterter Titelschutz des § 15 Abs. 3 MarkenG	959
X. Übertragbarkeit von Werktiteln	959
XI. Lizenzierung von Werktiteln	960
§ 27 Der Schutz von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen außerhalb des Markengesetzes	
I. Einleitung	961
II. Schutz nach dem Urheber- und Designgesetz	962
III. Firmenschutz nach dem HGB	963
IV. Bürgerlich-rechtlicher Schutz	963
1. Namensrecht aus § 12 BGB	963
2. Das Namensrecht als Bestandteil des Persönlichkeitsrechts und daher nach § 823 BGB geschütztes Recht	963
3. Ergänzender bürgerlich-rechtlicher Kennzeichenschutz	964
V. Kennzeichenschutz nach dem UWG	965
1. Vorrang des Kennzeichenrechts?	965
2. Herabsetzung oder Verunglimpfung eines Kennzeichens nach § 4 Nr. 1 UWG	966
3. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz nach § 4 Nr. 3 UWG	966
4. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern nach § 4 Nr. 4 UWG	968
5. Irreführende geschäftliche Handlungen nach § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1, Abs. 2 UWG	969
6. Vergleichende Werbung nach § 6 UWG	970
7. Verfahren bei Wettbewerbsverstößen	971
§ 28 Anzeigenrecht	
I. Allgemeines	973
1. Begriffsbestimmung der Anzeige	973
2. Wirtschaftliche Bedeutung der Anzeige	974
3. Grundrechtsschutz der Anzeige	974
II. Verlagswerbung gegenüber Anzeigenkunden	976
1. Allgemeines	976
2. Werbung mit Auflagenzahlen	976
3. Reichweite und Struktur der Leserschaft	980
4. Vergleichende Werbung mit Auflagenzahlen, Reichweiten und Leserstruktur	983
5. Alleinstellungs- und Spitzengruppenwerbung	984

Inhaltsverzeichnis

	Seite
6. Werbung mit Anzeigenkonditionen, Preislistenwerbung, Rabatte und Zugaben	987
7. Anzeigenkombinationen	989
8. Kostenlose Anzeigen	990
9. Ausspannen von Anzeigenkunden	993
III. Wettbewerbsrechtliche Anforderungen an den Anzeigeninhalt	993
1. Trennungsgebot zwischen Anzeigen und redaktionellem Teil	993
2. Werbeverbote	1003
3. Füllanzeigen	1004
IV. Haftung für unzulässige Anzeigen	1005
1. Haftung des Werbenden	1005
2. Haftung der Presse	1006
V. Internet-Werbeblocker	1010
1. Sachverhalt und Problemstellung	1010
2. Wettbewerbsrechtliche Beurteilung	1011
3. Kartellrechtliche Bewertung	1011
4. Urheberrechtliche Bewertung	1011

Teil I. Grundzüge des Telemedien- und Telekommunikationsrechts

§ 29 Telekommunikationsrecht

I. Einleitung	1017
II. Gemeinschaftsrechtsrahmen	1017
1. 1990 bis 2002: Schrittweise Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte	1017
2. 2002: Der aktuelle Europäische Rechtsrahmen	1018
3. 2009: Umfassende Reform des Rechtsrahmens	1018
4. 2018: Erneuter umfassender TK-Review	1019
III. Anwendungsbereich des Telekommunikationsrechts	1019
IV. Marktregulierung nach Teil 2 des TKG	1021
1. Die Regulierungsverfügung als Grundlage der sektorspezifischen Marktregulierung	1021
2. Zugangsregulierung	1024
3. Entgeltregulierung	1027
4. Allgemeine Missbrauchsaufsicht	1030
5. Verhältnis zum allgemeinen Kartellrecht	1031
6. Symmetrische Zugangsregulierung	1032
V. Frequenzregulierung	1033
1. Anwendungsbereich der Frequenzregulierung	1033
2. Stufen der Frequenzregulierung	1034
3. Vergabeverfahren	1034
4. Frequenzübertragung und Nutzungsüberlassung	1035
5. Besonderheiten bei der Zuweisung von Rundfunkfrequenzen	1036
6. Aufsichtsmaßnahmen	1037
7. Rechtsschutz	1037
VI. Sondervorschriften für die Rundfunkübertragung	1038
1. Materielle Vorgaben	1038
2. Streitschlichtungsverfahren	1038
VII. Weitere Verpflichtungen für Netzbetreiber und Diensteanbieter	1039
1. Meldepflicht	1039
2. Kundenschutz	1039
3. Öffentliche Sicherheit	1041
4. Aufsichtsmaßnahmen und Rechtsschutz	1044

Inhaltsverzeichnis

	Seite
VIII. Sektorspezifisches Datenschutzrecht	1045
1. Einleitung	1045
2. Fernmeldegeheimnis	1045
3. Verkehrs- und Standortdaten	1046
4. Entgeltabrechnung und Einzelverbindungsnaehweis	1046
5. Endnutzerverzeichnisse	1047
6. Sonstige Regelungen	1047
7. Aufsicht	1048
IX. Rechtsschutz gegen Entscheidungen der BNetzA	1048
X. Streitbeilegungsverfahren	1048
1. Zulässigkeit	1048
2. Begründetheit/Inhalt der Entscheidung	1049
3. Rechtsschutz/Verhältnis zur Zivilgerichtsbarkeit	1049
XI. Zivilrechtliche Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche	1050
1. Ansprüche der betroffenen Endverbraucher und Wettbewerber	1050
2. Gesetzliche Haftungsbegrenzung	1050
§ 30 Telemedienrecht	
I. Einleitung	1054
II. Begriff der Telemedien	1056
1. Legaldefinition in § 1 Abs. 1 S. 1 TMG	1056
2. Abgrenzung	1057
3. Typisierung der angebotenen Dienste	1059
III. Zulassungs- und Anmeldefreiheit	1059
1. Zulassungs- und Anmeldefreiheit von Telemedien	1059
2. Abgrenzung gegenüber zulassungspflichtigen Rundfunkprogrammen	1060
3. Zulassungsfreie Rundfunkprogramme und Unbedenklichkeitsbescheinigung	1060
IV. Herkunftslandprinzip	1061
1. Grundsatz	1061
2. Bestimmung des anwendbaren Rechts	1062
3. Geschäftsmäßigkeit	1062
4. Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip	1062
V. Informationspflichten	1063
1. Impressumspflichten nach § 18 MStV und § 5 TMG	1064
2. Kommerzielle Kommunikation	1066
VI. Haftung für eigene und fremde Informationen nach §§ 7–10 TMG	1069
1. Systematik des 3. Abschnitts des TMG	1069
2. Haftung für eigene Informationen nach § 7 Abs. 1 TMG	1070
3. Durchleitung von Informationen (§ 8 TMG)	1075
4. Zwischenspeicherung zur beschleunigten Übermittlung von Informationen (§ 9 TMG)	1080
5. Speicherung fremder Informationen (§ 10 TMG)	1082
6. Pflichten des Diensteanbieters	1084
7. Hyperlinks	1099
8. Haftung von Internet-Suchmaschinen-Betreibern	1103
9. Soziale Netzwerke	1106
10. Haftung von Upload-Plattformen	1108
VII. Datenschutz	1112
1. Einführung	1112
2. Anwendungsbereiche des TTDSG (§ 1 TTDSG) und der DS-GVO	1112
3. Begriffsbestimmungen	1113
4. Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten	1115

Inhaltsverzeichnis

	Seite
5. Technische und organisatorische Vorkehrungen (§ 19 TTDSG)	1120
6. Auskunft und Auskunftsverfahren (§§ 21–24 TTDSG)	1121
7. Schutz der Privatsphäre in Endeinrichtungen (§ 25 TTDSG)	1124
8. Rechte der Betroffenen	1128
VIII. Inhaltliche Anforderungen nach dem MStV	1134
1. Regelungen für journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien	1134
2. Sonstige inhaltliche Anforderungen nach dem MStV	1137
IX. Aufsicht	1140
1. Zuständigkeit	1140
2. Aufsichtsbefugnisse	1140
3. Störerauswahl	1141
4. Kostenlose Bereitstellung der Dienste zu Aufsichtszwecken	1142
X. Bußgeldvorschriften	1142

Teil J. Social Media

§ 31 Social Media und UrhDaG

I. Einleitung	1144
II. Gestaltung des Social-Media-Auftritts	1144
1. Account-Name	1144
2. Impressumspflicht	1147
3. Werbekennzeichnungspflicht	1147
4. Datenschutzrechtliche Vorgaben	1149
III. Typische Nutzungshandlungen im Social Web	1150
1. Posten/Hochladen/Tweeten/Retweeten/Reposten	1150
2. Verlinken/Embedden/Teilen/Empfehlen	1159
3. Liken/Kommentieren/Bewerten	1164
4. Taggen/Markieren	1165
IV. Haftung für fremde rechtsverletzende Inhalte	1166
1. Haftung der Diensteanbieter	1166
2. Haftung von Nutzern für Inhalte Dritter	1169
V. Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz (UrhDaG)	1170
1. Überblick	1170
2. Diensteanbieter	1171
3. Pflichten der Diensteanbieter	1173
4. Vergütungsansprüche	1178
5. Auskunftsansprüche	1178

Teil K. Kulturförderung und Steuerrecht

§ 32 Kulturförderung

I. Einführung (Hahne/Witzel)	1182
II. Kompetenzrechtliche Grundlagen (Hahne/Witzel)	1182
1. Grundsatz: Länderkompetenz	1182
2. Bundeskompetenz für Kulturförderung	1183
3. Praxis des kooperativen Föderalismus	1185
4. Kulturförderung im Spannungsfeld der Kunstfreiheit (Prinzip der Staatsferne)	1187
III. Instrumente und Felder staatlicher Kulturförderung (Hahne/Witzel)	1188
1. Überblick	1188
2. Zuwendungs- und Finanzierungsarten	1188
3. Kulturförderung in den Ländern	1189

Inhaltsverzeichnis

	Seite
4. Kulturförderung des Bundes	1191
5. Kultur- und Kreativwirtschaft	1196
IV. Rechtliche Überprüfung staatlicher Kulturförderung (Castendyk)	1198
1. Häufigkeit und Konstellationen	1198
2. Rechtsbehelfe nach deutschem Recht	1198
3. Sonderfall „Filmförderung“	1200
4. Beihilferecht	1201
V. Europäische Kulturförderung (Hahne/Witzel)	1206
VI. Übersicht: Internetlinks zur Kulturförderung (Hahne/Witzel)	1207
§ 33 Steuerliche Aspekte im Zusammenhang mit Kulturveranstaltungen	
I. Vorbemerkungen	1208
II. Besteuerung der Kulturbetriebe	1208
1. Ertragsteuern	1208
2. Umsatzsteuer	1211
III. Besteuerung der Künstler	1216
1. Einkommensteuer	1216
2. Umsatzsteuer	1226
Teil I. Arbeits- und Sozialrecht	
§ 34 Medienarbeitsrecht und Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht	
I. Grundlagen der Beschäftigung	1231
1. Vertragsgrundlagen	1231
2. Überblick zur Beteiligung der Arbeitnehmervertretungen	1232
3. Tarifvertragsrecht	1234
4. Fälle mit Auslandsberührung	1236
II. Abgrenzung freier Mitarbeiter und Arbeitnehmer	1239
1. Allgemeine Grundsätze	1240
2. Besonderheiten bei der Beurteilung von Medienmitarbeitern (Rundfunk, Fernsehen, Presse)	1240
3. Besonderheiten im Bereich Bühnen/Orchester	1241
4. Praktikanten-, Aushilfsverträge sowie Beschäftigung von Studierenden	1245
5. Arbeitnehmerähnliche Personen	1247
6. Überblick über sozialversicherungsrechtliche Folgen	1247
III. Befristete Arbeitsverhältnisse	1250
1. Allgemeine Grundlagen	1250
2. Befristung mit Sachgrund	1251
3. Befristung ohne Sachgrund	1254
4. Rechtsfolgen unwirksamer Befristungen	1256
IV. Teilzeitarbeit	1256
1. Allgemeine Grundlagen	1256
2. Besonderheiten im Medienbereich	1259
V. Wesentliche sonstige Vertragspflichten	1260
1. Beschäftigungsanspruch des Arbeitnehmers	1260
2. Der gesetzliche Mindestlohn	1261
3. Urlaub und Feiertage	1261
4. Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall	1263
VI. Beendigung von Arbeitsverhältnissen	1266
1. Grundlagen des Kündigungsrechts	1266
2. Rechtsschutz	1274
VII. Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht	1274
1. Grundzüge der Künstlersozialversicherung	1274

Inhaltsverzeichnis

	Seite
2. Versicherungspflicht	1275
3. Kreis der versicherten Personen	1275
4. Ausnahmen von der Versicherungspflicht	1276
5. Leistungen der Künstlersozialkasse	1277
6. Beiträge der Versicherten	1278
7. Verfahren und Pflichten der Versicherten	1278
8. Künstlersozialabgabe	1279
9. Organisation der Künstlersozialversicherung	1281

Teil M. Verfahrensrecht

§ 35 Urheberrechtliche Ansprüche

I. Vorbemerkung	1284
II. Gemeinsame Voraussetzungen aller Ansprüche	1285
1. Urheberrecht oder verwandtes Schutzrecht	1286
2. Rechtsverletzung	1289
3. Widerrechtlichkeit der Rechtsverletzung	1290
4. Aktivlegitimation	1292
5. Passivlegitimation	1293
6. Keine Verjährung	1296
7. Keine Verwirkung	1297
III. Anspruch auf Unterlassung	1297
1. Wiederholungs- bzw. Erstbegehungsgefahr	1297
2. Antragsfassung	1299
IV. Anspruch auf Beseitigung	1301
V. Anspruch auf materiellen Schadensersatz	1302
1. Verschulden	1302
2. Schadensberechnung	1303
VI. Anspruch auf Bereicherungsausgleich	1307
VII. Anspruch auf immateriellen Schadensersatz	1308
1. Schwerwiegender Eingriff	1308
2. Höhe der Entschädigung	1309
VIII. Ansprüche auf Vernichtung, Rückruf und Überlassung	1309
1. Überblick	1309
2. Anspruch auf Vernichtung	1310
3. Anspruch auf Rückruf bzw. Entfernung aus den Vertriebswegen	1311
4. Anspruch auf Überlassung	1312
5. Ausschluss bei Unverhältnismäßigkeit	1312
IX. Abwendungsbefugnis des Verletzers	1313
X. Ansprüche auf Auskunft	1314
1. Überblick	1314
2. Anspruch auf Auskunft gegen den Verletzer	1315
3. Anspruch auf Auskunft gegen Dritte	1317
4. Ausschluss bei Unverhältnismäßigkeit	1319
XI. Sonstige Hilfsansprüche	1319
1. Anspruch auf Vorlage einer Urkunde und Besichtigung einer Sache	1319
2. Anspruch auf Vorlage zur Sicherung von Schadensersatzansprüchen	1323
3. Anspruch auf Rechnungslegung	1324
XII. Anspruch auf Urteilsbekanntmachung	1324

§ 36 Zuständiges Gericht

I. Vorbemerkung	1327
II. Rechtsweg	1328

Inhaltsverzeichnis

	Seite
III. Sachliche Zuständigkeit	1328
1. Allgemeines	1328
2. Keine geborenen Handelssachen	1329
3. Streitwertbemessung	1329
IV. Örtliche Zuständigkeit	1330
1. Gerichte für Urheberrechtsstreitsachen	1330
2. Zuständigkeit nach §§ 12 ff. ZPO	1330
3. Problem des fliegenden Gerichtsstands	1331
4. Gerichtsstandsvereinbarungen	1332
5. Gerichtswahl und mehrere Klagen	1333
V. Internationale Zuständigkeit	1333
1. Zuständigkeit bei Streitigkeiten mit Auslandsbezug	1333
2. Anwendbares Recht	1335
§ 37 Vorgerichtliches Verfahren	
I. Vorbemerkung	1337
II. Abmahnung	1338
1. Begriff	1338
2. Zweck	1340
3. Entbehrlichkeit einer vorherigen Abmahnung	1340
4. Inhalt der Abmahnung	1341
5. Form der Abmahnung	1343
6. Rechtsnatur der Abmahnung	1343
III. Reaktion des Abgemahnten	1344
1. Berechtigte Abmahnung	1344
2. Unberechtigte Abmahnung	1347
IV. Erstattung von Abmahnkosten	1348
1. Aufwendungsersatz	1348
2. Schadensersatz	1350
§ 38 Einstweiliger Rechtsschutz	
I. Vorbemerkung	1352
II. Verfahren der einstweiligen Verfügung	1353
1. Verfügungsanspruch	1354
2. Verfügungsgrund	1356
3. Verfügungsantrag	1357
4. Beweismaß	1359
5. Darlegungs- und Beweislast	1359
6. Entscheidung und Vollstreckung	1360
III. Schutzschrift	1361
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	1361
2. Bedeutung und Inhalt	1362
3. Hinterlegung	1363
4. Kosten der Schutzschrift	1364
IV. Schadensersatzanspruch nach § 945 ZPO	1364
1. Voraussetzungen	1365
2. Umfang des Schadensersatzanspruchs	1365
V. Abschlussverfahren	1366
1. Sinn und Zweck des Abschlusschreibens	1366
2. Inhalt und Zeitpunkt des Abschlusschreibens	1367
3. Kosten des Abschlusschreibens	1368
4. Abschlusserklärung	1369
Sachverzeichnis	1371