

Münchener Anwaltshandbuch Urheber- und Medienrecht

Bearbeitet von

Peter Raue, Prof. Dr. Jan Hegemann, Dr. Ulrich Amelung, Prof. Dr. Winfried Bullinger, Dr. Mareile Büscher, Prof. Dr. Oliver Castendyk, Sabine Christmann, Dr. Harm-Randolf Döpkens, Prof. Dr. Murad Erdemir, Dr. Andreas Grünwald, Dr. Kathrin Hahne, Dr. Robert Heine, Prof. Dr. Sascha Herms, Dr. Wolfram Hertel, Ines Hilpert-Kruck, Dr. Anna-Sophie Hollenders, Dr. Ole Jani, Dr. Eva-Marie König, Dr. Torsten Kraul, Ekkehard Kuhn, Kaspar Kunisch, Dr. Cornelis Lehment, Dr. Judith Müller, Christoph Nüßing, Dr. Markus Plessner, Oliver Poche, Dr. Oliver Schlüter, Axel Schneider, Robert Staats, Dr. Felix Laurin Stang, Christiane Stützle, Friedhelm Unverdorben, Dr. Claudia Viehweger, Dr. Marcus Welser, Daphne Wolter

2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2017. Buch. XXXVIII, 1234 S. In Leinen

ISBN 978 3 406 69219 2

Format (B x L): 16,0 x 24,0 cm

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Urheberrecht, Medienrecht](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



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

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



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 Ameling M. Jur., Rechtsanwalt in Berlin; 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; Dr. Harm-Randolf Döpkens, Rechtsanwalt in Berlin; Prof. Dr. Murad Erdemir, Justitiar in Kassel; 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, Rechtsanwalt in Berlin; Ines Hilpert-Kruck, Rechtsanwältin in Hamburg; Dr. Anna-Sophie Hollenders, Rechtsanwältin in Berlin; Dr. Ole Jani, Rechtsanwalt in Berlin; Dr. Eva-Marie König, Rechtsanwältin in Berlin; Dr. Torsten Kraul LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; Ekkehard Kuhn, LL.M., Rechtsanwalt in München; Johann Kaspar Kunisch, Rechtsanwalt in München; Dr. Cornelis Lebment, Rechtsanwalt in Berlin; Dr. Judith Müller, Ed. M., Notarin in Hamburg; Christoph Nüßing, Rechtsanwalt in Berlin; Dr. Markus Plessner LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; Oliver Poche, Rechtsanwalt in Berlin; Prof. Dr. Peter Raue, Rechtsanwalt in Berlin; Dr. Oliver Schlüter, Rechtsanwalt in Berlin; Axel Schneider, Rechtsanwalt in München; Dr. Robert Staats, Rechtsanwalt in München; Dr. Felix Laurin Stang LL.M., Rechtsanwalt in Berlin; Christiane Stützle, Rechtsanwältin in Berlin; Dipl.-Finanzwirt Friedhelm Unverdorben, Rechtsanwalt und Steuerberater in Berlin; Dr. Claudia Viehweger LL.M., Syndikusrechtsanwältin in Berlin; Dr. Marcus von Welser LL.M., Rechtsanwalt in München; Daphne Wolter, Rechtsanwältin in Berlin

2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2017



beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Zitiervorschlag:
MAH UrhR/*Bearbeiter* § ... Rn.

www.beck.de

ISBN 978 3 406 69219 2

© 2017 Verlag C. H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
Druck und Bindung: Kösel GmbH & Co. KG
Am Buchweg 1, 87452 Altusried-Krugzell

Satz und Umschlaggestaltung: Druckerei C. H. Beck, Nördlingen

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

Vorwort zur 2. Auflage

Fast sieben Jahre nach Erscheinen der ersten Auflage unseres Handbuchs legen wir die neu bearbeitete zweite Auflage vor. Abermals sind die Anforderungen, die die Berufsordnung der Rechtsanwälte an die Fachanwälte für Urheber- und Medienrecht stellt, die Leitschnur für Gliederung und Aufbau. Und wie schon zur ersten Auflage kommen die Impulse in den beiden behandelten Rechtsgebieten durchaus aus unterschiedlichen Richtungen:

Das Urheberrecht ist immer wieder Gegenstand gesetzgeberischen Tätigwerdens, zuletzt mit der Einführung eines Leistungsschutzrechtes für Presseverleger im Jahr 2013, mit den umfangreichen Änderungen im Urhebervertragsrecht und bei der Verlegerbeteiligung noch zum Ende des Jahres 2016 und den Diskussionen um die „Wissenschaftsschranke“ Anfang 2017. Wir haben eine gewisse Verzögerung beim Erscheinen der längst überfälligen zweiten Auflage in Kauf genommen, um die Urheberrechtsnovelle und die letzten Rechtsentwicklungen bis April 2017 im Schlussspurt noch mitberücksichtigen zu können.

Das Presserecht hingegen bleibt geprägt von der Rechtsprechung. Hier ist bemerkenswert, wie sich unter der Praxis des fliegenden Gerichtsstandes gemäß § 32 ZPO die Klägerkarawanen zwischen Berlin, Hamburg und zuletzt sehr vermehrt Köln hin- und herbewegen. Der jüngeren Spruchpraxis des VI. Zivilsenats beim BGH jedenfalls lässt sich eine vorsichtige Tendenz dahin entnehmen, der Presse- und Meinungsfreiheit des Art. 5 Abs. 1 GG im Zuge der Herstellung praktischer Konkordanz mit dem Persönlichkeitsrechtsschutz gemäß Art. 2 GG ein stärkeres Gewicht zuzumessen.

Die Herausgeber bedanken sich sehr herzlich bei allen Autorinnen und Autoren für ihre Beiträge. Wir sind dankbar, dass auch die zweite Auflage mit dem Verlag C.H.BECK veröffentlicht und von unserem liebenswürdigen Lektor Dr. Burkhard Schröder vorzüglich betreut worden ist. Und wir freuen uns, dass das Werk nunmehr auch online erscheint.

Berlin, im April 2017

Peter Raue und Jan Hegemann

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

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Vorwort

Welt, vom Recht der Wort- und Bildberichterstattung bis hin zum Recht der Rundfunkregulierung 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 liebenswürdigen 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 verbessertsfähig. Wir sind deshalb jedem Nutzer des Handbuchs für kritische Anmerkungen und Hinweise dankbar.

Berlin, im Oktober 2010

Peter Raue und Jan Hegemann

Inhaltsübersicht

	Seite
Inhaltsverzeichnis	IX
Bearbeiterverzeichnis	XXVII
Abkürzungs- und Literaturverzeichnis	XXXI

Teil A. Urheberrecht und Urhebervertragsrecht

§ 1 Grundlagen des Urheberrechts (<i>Raue</i>)	1
§ 2 Urhebervertragsrecht (<i>Kraul</i>)	43
§ 3 Urheberrechtliche Schranken (<i>Raue/Hegemann</i>)	101
§ 4 Leistungsschutzrechte (<i>Jani</i>)	147
§ 5 Internationales Urheberrecht (<i>v. Welser</i>)	167
§ 6 Verwertungsgesellschaften (<i>Heine/Staats</i>)	201

Teil B. Verlagsrecht

§ 7 Überblick über das Verlagsrecht (<i>Bullinger</i>)	245
§ 8 Verlagsvertragsrecht (<i>Bullinger</i>)	252

Teil C. Musikrecht

§ 9 Musikvertragsrecht (<i>Büscher/Kuhn/Kunisch</i>)	273
§ 10 Musikverlagsrecht (<i>Hilpert-Kruck</i>)	324

Teil D. Film- und Fernsehvertragsrecht

§ 11 Film- und Fernsehvertragsrecht (<i>Stützle</i>)	355
--	-----

Teil E. Recht der öffentlichen Wort- und Bildberichterstattung

§ 12 (Verfassungs-)Rechtliche Grundlagen der Wort- und Bildberichterstattung (<i>Hollenders/Müller</i>)	391
§ 13 Wortberichterstattung (<i>Hegemann</i>)	418
§ 14 Bildberichterstattung (<i>Amelung</i>)	461
§ 15 Rechtsfolgen unzulässiger Medienberichterstattung (<i>Hegemann/Amelung</i>)	497
§ 16 Auskunftsansprüche der Presse (<i>Hertel</i>)	542

Teil F. Rundfunkrecht

§ 17 Grundlagen (<i>Grünwald</i>)	555
§ 18 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (<i>Schneider</i>)	570
§ 19 Zulassung und Aufsicht beim privaten Rundfunk (<i>Wolter</i>)	608
§ 20 Medienkartellrecht (<i>Grünwald</i>)	624
§ 21 Programm und Werbung beim privaten Rundfunk (<i>Grünwald</i>)	641
§ 22 Rundfunkverbreitung und Plattformregulierung (<i>Christmann</i>)	652

Teil G. Jugendmedienschutz

§ 23 Jugendmedienschutzrecht (<i>Erdemir</i>)	683
---	-----

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsübersicht

	Seite
Teil H. Marken-, wettbewerbsrechtliche und werberechtliche Bezüge, Titelschutz	
§ 24 Medienbezogener Markenschutz (<i>Plessner</i>)	725
§ 25 Unternehmenskennzeichen (<i>Plessner</i>)	785
§ 26 Titelschutz (<i>Viehweger</i>)	798
§ 27 Der Schutz von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen außerhalb des Markengesetzes (<i>Plessner</i>)	816
§ 28 Anzeigenrecht (<i>Lehment</i>)	827
Teil I. Grundzüge des Telemedien- und Telekommunikationsrechts	
§ 29 Telekommunikationsrecht (<i>Döpkens/Nüßing</i>)	869
§ 30 Telemedienrecht (<i>Döpkens/Poche</i>)	904
Teil J. Social Media	
§ 31 Social Media (<i>König/Stang</i>)	967
Teil K. Kulturförderung und Steuerrecht	
§ 32 Kulturförderung (<i>Castendyk/Hahne</i>)	989
§ 33 Steuerliche Aspekte im Zusammenhang mit Kulturveranstaltungen (<i>Unverdorben</i>)	1015
Teil L. Arbeits- und Sozialrecht	
§ 34 Medienarbeitsrecht und Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht (<i>Herms</i>)	1035
Teil M. Verfahrensrecht	
§ 35 Urheberrechtliche Ansprüche (<i>Schlüter</i>)	1085
§ 36 Zuständiges Gericht (<i>Schlüter</i>)	1128
§ 37 Vorgerichtliches Verfahren (<i>Schlüter</i>)	1138
§ 38 Einstweiliger Rechtsschutz (<i>Schlüter</i>)	1153
Sachverzeichnis	1171

Inhaltsverzeichnis

Teil A. Urheberrecht und Urhebervertragsrecht

	Seite
§ 1 Grundlagen des Urheberrechts	
I. Einleitung	2
1. Schutzbereich des Urheberrechts	2
2. Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	3
3. Zur Entstehung des modernen Urheberrechts	4
II. Das Werk – der Urheber – das Urheberpersönlichkeitsrecht (§§ 1 bis 14 UrhG)	5
1. Zum Werkbegriff	5
2. Einzelne Werkarten	9
3. Die Bearbeitung	13
4. Das veröffentlichte und das erschienene Werk	13
5. Zum Begriff des Urhebers	15
6. Die Urheberpersönlichkeitsrechte	16
III. Die Verwertungsrechte (§§ 15 bis 27 UrhG)	26
1. Allgemeines	26
2. Die Verwertungsrechte in körperlicher Form (§ 15 Abs. 1 UrhG)	29
3. Die unkörperliche Form der Wiedergabe, § 15 Abs. 2 UrhG	35
4. Das Bearbeitungsrecht und die freie Benutzung, §§ 23, 24 UrhG	39
§ 2 Urhebervertragsrecht	
I. Überblick	44
1. Sedes Materiae	44
2. Schuldrechtliche und gegenständliche Regelungen	44
3. Primäres und Sekundäres Urhebervertragsrecht	45
II. Geschichte des Urhebervertragsrechts	45
III. Gesetzliche Wertungen des Urhebervertragsrechts	47
1. Monismus	47
2. Schöpferprinzip	48
3. Angemessene Beteiligung	48
4. Verwerterinteressen	49
5. Ergänzende Leistungsschutzrechte	49
IV. Vertragsgestaltung	49
1. Erfordernis eines Verwertungsvertrags	49
2. Formerfordernisse	51
3. Die Rechteklausel	52
4. Die Vergütungsvereinbarung	66
5. Haftung	92
§ 3 Urheberrechtliche Schranken	
I. Einleitung	103
1. Verankerung des Urheberrechts im Grundgesetz und Einschränkungen des Urheberrechts	103
2. Auslegungsgrundsätze	105
II. Voraussetzungen und Reichweite einzelner gesetzlicher Einschränkungen des Urheberrechts	107
1. Vorübergehende Vervielfältigungshandlungen (§ 44a UrhG)	107
2. Pressespiegel (§ 49 UrhG)	111

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
3. Berichterstattung über Tagesereignisse (§ 50 UrhG)	117
4. Zitatrecht (§ 51 UrhG)	118
5. Recht der öffentlichen Wiedergabe (§ 52 UrhG)	123
6. Öffentliche Zugänglichmachung für Unterricht und Forschung (§ 52a UrhG)	124
7. Wiedergabe von Werken an elektronischen Leseplätzen in öffentlichen Bibliotheken, Museen und Archiven (§ 52b UrhG)	127
8. Vervielfältigungen zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch (§ 53 UrhG)	129
9. Kopienversand auf Bestellung (§ 53a UrhG)	140
10. Werke an öffentlichen Plätzen (§ 59 UrhG)	143
III. Reformbestrebungen im Bereich der Urheberrechtsschranke	146
 § 4 Leistungsschutzrechte	
I. Überblick	147
1. Grundzüge des Leistungsschutzrechts; Abgrenzung zum Urheberrecht	147
2. Systematik der Leistungsschutzrechte	148
3. Ergänzender Leistungsschutz?	149
4. Harmonisierung der Leistungsschutzrechte	151
5. Anwendung urheberrechtlicher Regelungen und Unterschiede zum Urheberrecht	152
6. Leistungsschutzrechte im Rechtsverkehr	153
7. Schutzzumfang der Leistungsschutzrechte (unter besonderer Berück- sichtigung der Harmonisierungsvorgaben)	154
II. Einzelne Leistungsschutzrechte	157
1. Schutz persönlicher Leistungen	157
2. Schutz organisatorisch-wirtschaftlicher Leistungen	160
 § 5 Internationales Urheberrecht	
I. Einleitung	169
1. Territorialitätsprinzip	169
2. Universalitätsprinzip	169
II. Internationales Privatrecht	170
1. Urheberrechtsstatut	170
2. Vertragsstatut	173
III. Internationales Zivilverfahrensrecht	174
1. Gerichtszuständigkeit	175
2. Ausländisches Recht im Prozess	178
IV. Fremdenrechtliche Bestimmungen/Konventionsrecht	178
1. Deutsche fremdenrechtliche Bestimmungen	179
2. Einleitung zum Konventionsrecht	180
3. Berner Übereinkunft	181
4. Welturheberrechtsabkommen	184
5. WIPO Copyright Treaty	185
6. Deutsch-amerikanische Abkommen von 1892	186
7. Rom-Abkommen	186
8. Genfer Tonträgerübereinkommen	188
9. WIPO Performances and Phonograms Treaty	189
10. TRIPs-Übereinkommen	190
V. Europarecht	193
1. Unionsrechtliches Primärrecht	193
2. Unionsrechtliches Sekundärrecht	197
3. Verfahrensfragen	199

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

§ 6 Verwertungsgesellschaften		Seite
I. Einführung	202	
1. Bedeutung	202	
2. Arbeitsweise	202	
3. Rechtlicher Rahmen	203	
II. Überblick über die bestehenden Verwertungsgesellschaften	204	
1. Deutschland	204	
2. Internationale Dachverbände	208	
III. Verhältnis zu den Rechtsinhabern	209	
1. Beteiligungsformen	209	
2. Rechtewahrnehmung	210	
3. Verteilung	216	
IV. Verhältnis zu den Nutzern	220	
1. Vorfragen	220	
2. Blankettlizenzierung	222	
3. Abschlusszwang	222	
4. Tarife	224	
5. Gesamtverträge	225	
6. Angemessene Vergütung	226	
7. Auskunftsansprüche, GEMA-Vermutung	227	
V. Gegenseitigkeitsverträge	228	
VI. Behördliche Aufsicht	230	
1. DPMA	230	
2. Bundeskartellamt und EU-Kommission	232	
VII. Schieds- und Gerichtsverfahren	233	
1. Schiedsstellenverfahren	233	
2. Gerichtsverfahren	235	
VIII. Aktuelle Entwicklungen im Online-Bereich	237	
1. Musikrechte	237	
2. Textrechte	241	

Teil B. Verlagsrecht

§ 7 Überblick über das Verlagsrecht

I. Einleitung	245
1. Grundzüge des Verlagsrechtes	245
2. Verlagsfähige Werke	246
3. Verfasser und Verleger	246
4. Verhältnis Verlags- und Urheberrecht	247
II. Besondere Erscheinungsformen des Verlagsvertrages	247
1. Verlagsvertrag über künftiges Werk	247
2. Optionsvertrag	248
3. Verlagsvertrag über gemeinfreie Werke	248
4. Bestellvertrag	249
5. Entwicklung neuer Vertragstypen durch die Praxis	250

§ 8 Verlagsvertragsrecht

I. Rechte und Pflichten der Parteien aus dem Verlagsvertrag	252
1. Hauptpflichten des Verfassers	252
2. Hauptpflichten des Verlegers	259
3. Weitere Rechte und Pflichten der Vertragsparteien des Verlagsvertrages	261
II. Erlöschen des Verlagsrechtes durch Beendigung des Verlagsvertrages	264
1. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Gesetz	264

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
2. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Kündigung der Vertragsparteien	266
3. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Rücktritt der Vertragsparteien	268
 Teil C. Musikrecht	
§ 9 Musikvertragsrecht	
I. Künstlervertrag	275
1. Einführung	275
2. Vertragsgegenstand	276
3. Produktion	277
4. Rechteeinräumung	279
5. Exklusivität	280
6. Veröffentlichung und Vermarktung/Werbung	281
7. Vergütung	282
8. Abrechnung und Bezahlung	284
9. Vertragsdauer	285
10. Leistungsstörungen	286
11. Vertragsgebiet	287
12. Sonstiges	287
II. Bandübernahmevertrag	287
1. Vertragsgegenstand	287
2. Rechteeinräumung	288
3. Rechtegarantie	293
4. Exklusivität	293
5. Produktion und Veröffentlichungsverpflichtung	295
6. Remixe, Musikvideos und Toursupport	297
7. Vergütung	298
8. Vertragsdauer	304
9. Künstlerbrief	306
III. Produzentenvertrag	306
1. Vertragsgegenstand	306
2. Rechteeinräumung	307
3. Zustimmungsvorbehalte	308
4. Exklusivität	308
5. Vergütung	309
6. Produktionskosten	309
7. Produktionspflichten	310
8. Vertragsdauer	311
IV. Vertriebsvertrag	312
1. Vertragsgegenstand	312
2. Rechteeinräumung	312
3. Rechtegarantie	312
4. Herstellung und Anlieferung	313
5. Zusätzliche Vertriebsverpflichtungen	313
6. Vergütung	314
7. Abrechnung	315
8. Vertragsdauer	316
V. Gastspiel-/Tourneevertrag	316
1. Vertragsanbahnung	316
2. Vertragsgegenstand	317
3. Vergütung	317

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
4. Rechte	319
5. Verpflichtungen des Veranstalters	320
6. Verpflichtungen des Künstlers	321
7. Höhere Gewalt	322
8. Vertragsdauer	323
9. Kündigung	323
10. Schlussbestimmungen	323

§ 10 Musikverlagsrecht

I. Einleitung	325
1. Der Werkbegriff im Musikverlagsrecht	326
2. Urheberschaft an Musikwerken	327
II. Musikverlage	330
1. Pflichten der Musikverlage	331
2. Ansprüche der Musikverlage	332
III. Verwertungsgesellschaft GEMA	333
1. Kollektive Wahrnehmung der Rechte der GEMA-Mitglieder	334
2. Gegenseitigkeitsverträge mit ausländischen Verwertungsgesellschaften	337
IV. Vertragsarten im Musikverlagsrecht	337
1. Autorenverträge	337
2. Co-Verlags- und Editionsverträge	346
3. Administrationsverträge	349
4. Subverlagsverträge	350
5. Katalogkaufverträge	351
6. Besondere Regelungen	353

Teil D. Film- und Fernsehvertragsrecht

§ 11 Film- und Fernsehvertragsrecht

I. Urheberrechtliche Grundlagen	356
1. Der Begriff des Filmwerks	356
2. Die Filmurheber	357
3. Der Filmhersteller	359
4. Rechteeinräumung zu Gunsten des Filmherstellers	359
5. Erleichterung der wirtschaftlichen Auswertung des Filmwerks – Einschränkung der Rechte der beteiligten Urheber	362
6. Einschränkungen der Persönlichkeitsrechte der beteiligten Urheber und ausübenden Künstler	363
7. Das Leistungsschutzrecht des Filmherstellers	365
II. Vertragsgestaltung im Rahmen von Filmproduktionen	367
1. Überblick	367
2. Stoffentwicklungsphase	367
3. Produktionsphase	369
4. Angemessene Vergütung und Gemeinsame Vergütungsregeln	376
5. Filmtitel	378
III. Wichtige Verträge im Bereich Filmvertrieb	379
1. Überblick	379
2. Filmlizenzvertrag	379
IV. Finanzierung – Filmförderung	383
1. Überblick	383
2. Die Förderungen im Einzelnen	383
3. Internationale Koproduktionsabkommen	389

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Teil E. Recht der öffentlichen Wort- und Bildberichterstattung	
§ 12 (Verfassungs-)Rechtliche Grundlagen der Wort- und Bildberichterstattung	
I. Einleitung	392
II. Die Gewährleistungen des Art. 5 GG	392
1. Sachlicher Schutzbereich	392
2. Persönlicher Schutzbereich	397
3. Schranken	397
III. Das Allgemeine Persönlichkeitsrecht	399
1. Grundlage	399
2. Sachlicher Schutzbereich	400
3. Persönlicher Schutzbereich	404
4. Rechtswidriger Eingriff	408
IV. Gewährleistungen der Europäischen Menschenrechtskonvention	414
1. Praktische Bedeutung	414
2. Gewährleistungen der EMRK	415
§ 13 Wortberichterstattung	
I. Tatsachenbehauptung und Meinungsäußerung	419
1. Grundrechtliche Schutzhfähigkeit	419
2. Abgrenzung: Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen	420
3. Auslegung gemischter Äußerungen	421
4. Fragen	425
5. Rechtliche Äußerungen	426
6. Innere Tatsachen	427
7. Verdeckte Tatsachenbehauptungen und mehrdeutige Äußerungen	427
8. Eigene und fremde Äußerungen	429
II. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts	431
1. Sphärentheorie	432
2. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch Tatsachenbehauptungen	432
3. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch Meinungsäußerungen	439
III. Beeinträchtigung des Rechts am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb	448
1. Allgemeines	448
2. Boykottaufruf	448
IV. Sittenwidrige vorsätzliche Schädigung	450
V. Kreditgefährdung	451
VI. Wettbewerbsrecht	452
VII. Verletzung eines Schutzgesetzes	454
VIII. Rechtfertigung	454
1. Wahrnehmung berechtigter Interessen	454
2. Sonstige Rechtfertigungsgründe	456
IX. Verschulden – Journalistische Sorgfaltspflichten	456
1. Wahrheitspflicht	457
2. Pflicht zur Vollständigkeit	459
3. Pflicht zur rechtlichen Prüfung	459
4. Pflicht zur Anhörung des Betroffenen	460
§ 14 Bildberichterstattung	
I. Recht am eigenen Bild	462
1. Schutzgegenstand	463

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
2. Eingriffsformen	465
3. Einwilligung	469
4. Postmortaler Bildnisschutz	474
5. Sachaufnahmen	475
II. Schranken des Bildnisschutzes	476
1. Systematik	476
2. Bildnisse der Zeitgeschichte, § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG	477
3. Weitere Schrankenbestimmungen, § 23 Abs. 1 Nr. 2–4 KUG	485
4. Berechtigte Interessen des Abgebildeten, § 23 Abs. 2 KUG	488
5. Zwecke der Rechtspflege und öffentlichen Sicherheit, § 24 KUG	496
§ 15 Rechtsfolgen unzulässiger Medienberichterstattung	
I. Zivilrechtliche Verantwortlichkeit	497
1. Unterlassungsanspruch	498
2. Gegendarstellungsanspruch	508
3. Berichtigungsanspruch	525
4. Geldentschädigungsanspruch	530
5. Materielle Ersatzansprüche	536
6. Sonstige Ansprüche	539
II. Strafrechtliche Verantwortlichkeit	541
§ 16 Auskunftsansprüche der Presse	
I. Einleitung	542
II. Informationsfreiheitsgesetz	543
1. Hintergrund	543
2. Anspruchsberechtigung	543
3. Anspruchsgegner	544
4. Anspruchsgegenstand	545
5. Ausschlussgründe	546
III. Pressebezogene Auskunftsansprüche	547
1. Hintergrund	547
2. Anspruchsberechtigung	548
3. Anspruchsverpflichtete	548
4. Anspruchsinhalt	549
5. Ausschlussgründe	549
IV. Hinweise für die Anwaltspraxis	550
1. Auswahl der Anspruchsgrundlagen	550
2. Konkurrenzen	551
V. Anspruchsdurchsetzung	551
1. Verwaltungsrechtsweg	551
2. Einstweiliger Rechtsschutz	552
3. In-camera-Verfahren	552

Teil F. Rundfunkrecht

§ 17 Grundlagen	
I. Regelungsbereich	555
1. Rechtsgrundlagen	555
2. Rundfunkbegriff	556
3. Abgrenzung zu Telemedien	559
II. Technische und wirtschaftliche Grundlagen	560
1. Geschäftsmodelle und Angebotsformen	560

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
2. Übertragungswege	561
3. Digitalisierung	563
III. Verfassungsrechtliche Rahmenbedingungen	564
1. Rundfunkfreiheit	564
2. Die Rundfunkurteile des BVerfG	564
IV. Internationale Bezüge	568
1. Europäische Union	568
2. Europarat	569
 § 18 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	
I. Einleitung	572
II. Geschichtlicher Hintergrund	573
III. Die Neuordnung des Rundfunks in Reaktion auf das Dritte Reich	573
IV. Konkretisierung von Rundfunkfreiheit und Funktionsauftrag durch das Bundesverfassungsgericht	575
1. Unterschiede gegenüber der Presse – „Sondersituation“	575
2. Erforderlichkeit öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Digitalzeitalter	575
3. Funktionsauftrag und Entwicklungsgarantie	577
4. Schutz vor staatlicher Einflussnahme	579
5. „Positive Ordnung“ zur Gewährleistung der Rundfunkfreiheit	581
V. Die Organe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	582
1. Der Intendant	582
2. Der Rundfunkrat	584
3. Der Verwaltungsrat	587
VI. Die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	587
1. Fernsehen	588
2. Hörfunk	589
3. Telemedien	590
VII. Die Finanzierung	594
1. Anspruch auf funktionsgerechte Finanzierung	594
2. Finanzierung durch Rundfunkbeiträge	595
3. Einkünfte aus Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung	604
4. Einkünfte aus kommerziellen Tätigkeiten	605
VIII. Binnenkontrolle und externe Rechtsaufsicht	606
 § 19 Zulassung und Aufsicht beim privaten Rundfunk	
I. Aufsicht	608
1. Organe	608
2. Aufsicht	614
II. Zulassung	617
1. Systematik	617
2. Landesweite (regionale und lokale) Zulassungen	618
3. Bundesweite Zulassungen	618
4. Abgrenzung von Rundfunk und Telemedium/Unbedenklichkeitsbescheinigung	623
 § 20 Medienkartellrecht	
I. Überblick	625
II. Rundfunkrechtliche Konzentrationskontrolle	625
1. Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht	625
2. Verfahren der rundfunkrechtlichen Konzentrationskontrolle	629

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
III. Kartellrechtliche Fusionskontrolle	632
1. Europäische Fusionskontrolle	632
2. Deutsche Fusionskontrolle	634
IV. Sonstiges Kartellrecht	638
 § 21 Programm und Werbung beim privaten Rundfunk	
I. Programm	641
1. Allgemeine Programmgrundsätze	641
2. Vielfaltsgebot	642
3. Großereignisse	642
4. Kurzberichterstattung	643
5. Fernsehproduktionen	643
6. Gewinnspiele	643
II. Werbung	644
1. Begriffsbestimmungen	644
2. Trennungsgebot	645
3. Inhaltliche Beschränkungen	649
4. Zeitliche Beschränkungen	651
 § 22 Rundfunkverbreitung und Plattformregulierung	
I. Anwaltliche Beratungsfelder	652
II. Übersicht über die audiovisuellen Übertragungswege und ihr Besonderheiten	656
III. Die analoge Verbreitung von Rundfunkprogrammen	658
IV. Die digitale Verbreitung von Rundfunkprogrammen	659
1. Übersicht	659
2. Der EU Regulierungsrahmen zur Übertragung und zum Empfang digitalen Fernsehens	661
3. Der nationale Regulierungsrahmen zur digitalen Übertragung von Rundfunk- und Telemediendiensten	662
4. Einspeisung, Vergütung, Auffindbarkeit des Senders und sonstige relevanten Regelungen zur digitalen Verbreitung	667
 Teil G. Jugendmedienschutz	
 § 23 Jugendmedienschutzrecht	
I. Verfassungsrechtliche Grundlagen des Jugendmedienschutzes	685
1. Verfassungsrang des Jugendschutzes	685
2. Verfassungsrechtliche Grenzen des Jugendschutzes	686
3. Medienwirkung und Verhältnismäßigkeitsprinzip	689
II. Gesetzliches Regelungswerk zum Jugendmedienschutz	690
1. Strafrechtlicher Jugendmedienschutz	690
2. Spezialgesetzlicher Jugendmedienschutz	690
3. Sonstige jugendmedienschutzrelevante Rechtsgrundlagen	691
III. Strafgesetzbuch	691
1. Tatgegenstände/Verbreitungsmedien	691
2. Pornografie, §§ 184–184c StGB	692
3. Gewaltdarstellungen, § 131 StGB	696
4. Volksverhetzung, § 130 StGB	699
5. Propagandamittel und Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, §§ 86 u. 86a StGB	701
IV. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag	702
1. Jugend- und Menschenwürdeschutz im Rundfunk und in den Telemedien ...	702

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
2. „Anbieter“ im Sinne des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags	703
3. Materiell-rechtliche Regelungen, §§ 4–12 JMStV	704
4. Regelungen zu Verfahren und Vollzug, §§ 13–24 JMStV	715
V. Jugendschutzgesetz	718
1. Jugendschutz bei Filmveranstaltungen und Bildträgern mit Filmen oder Spielen, §§ 11–14 JuSchG	718
2. Jugendgefährdende Medien und Indizierung, §§ 15 u. 18 JuSchG	720
VI. Rechtsschutz und prozessuale Besonderheiten im Anwendungsbereich des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags	722
1. Verwaltungsverfahren	722
2. Ordnungswidrigkeitenverfahren	723

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

§ 24 Medienbezogener Markenschutz

I. Einleitung	726
II. Begriff und Funktion der Marke	727
1. Grundsätze	727
2. Arten von Marken	727
3. Die Marke als Recht	728
4. Harmonisierung des Markenrechts	728
III. Voraussetzungen für die Entstehung von Markenschutz	729
1. Abstrakte Unterscheidungskraft von Zeichen	729
2. Absolute Schutzhindernisse	730
3. Überwindung absoluter Schutzhindernisse durch Verkehrsdurchsetzung	741
4. Schutzhindernis der notorisch bekannten Marke	743
5. Waren- und Dienstleistungsverzeichnis	743
6. Entstehung durch Eintragung, Benutzung und/oder Bekanntheit	744
7. Rechte Dritter	746
IV. Priorität	746
V. Unterschiede der Markensysteme bei Entstehung und Reichweite des Marken- schutzes	747
1. Nationale Marken	747
2. Unionsmarken	748
3. Internationaler Markenschutz	750
VI. Schutzhalt des Markenrechts	751
1. Allgemeine Voraussetzungen der Markenverletzung	752
2. Identitätsschutz	757
3. Verwechslungsschutz	757
4. Schutz der bekannten Marke	762
5. Schutz gegen mittelbare Markenverletzungen	764
6. Markennutzung in vergleichender Werbung	764
VII. Ansprüche aus dem Markenrecht	765
1. Unterlassungsanspruch	765
2. Schadensersatzanspruch	767
3. Auskunftsansprüche	768
4. Haftung des Betriebsinhabers und der konkret handelnden Personen	768
5. Sonstige Ansprüche	769
6. Schranken des Markenrechts	771
VIII. Verfahren bei Markenrechtsverletzungen	775
1. Allgemeines	775
2. Abmahnung und strafbewehrte Unterlassungserklärung	776

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
3. Einstweilige Verfügung	777
4. Klagen	778
5. Cross Border Verfahren	780
 § 25 Unternehmenskennzeichen	
I. Begriff und Funktion	785
1. Funktion	785
2. Begriff und Arten von Unternehmenskennzeichen	786
3. Abgrenzung zur Marke	786
II. Entstehung des Kennzeichenschutzes	787
1. Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion	787
2. Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion	791
III. Reichweite des Kennzeichenschutzes	791
IV. Erlöschen des Kennzeichenschutzes	792
1. Wegfall der Schutzworaussetzungen	792
2. Wegfall des Rechtsträgers	792
3. Aufgabe der Kennzeichenbenutzung	793
4. Trennung des Unternehmenskennzeichens vom Geschäftsbetrieb	793
5. Wesentliche Änderung der Firma oder des Charakters des Geschäftsbetriebes	793
V. Schutzhalt des Unternehmenskennzeichenrechtes	794
1. Verwechslungsschutz	794
2. Bekanntheitsschutz	796
3. Ergänzender Schutz nach § 12 BGB	797
VI. Ansprüche wegen der Verletzung eines Unternehmenskennzeichens	797
 § 26 Titelschutz	
I. Einleitung	799
II. Begriff des Werkes	799
1. Druckschriften	800
2. Filmwerk	801
3. Tonwerk	801
4. Bühnenwerk	801
5. Sonstige vergleichbare Werke	802
III. Kennzeichnungs-/Unterscheidungskraft	805
IV. Gattungsbezeichnung und Freihaltebedürfnis	806
V. Verkehrsgeltung	807
VI. Benutzen im geschäftlichen Verkehr	807
1. Markteinführung	807
2. Fiktion der Ingebrauchnahme durch eine Titelschutzanzeige	809
VII. Beendigung der Benutzung	810
VIII. Titelrechtsinhaber	811
IX. Umfang des Titelschutzes	811
1. § 15 Abs. 1 MarkenG – Abwehrrechte	811
2. § 15 Abs. 2 MarkenG – Schutz vor Verwechslung	812
3. Erweiterter Titelschutz des § 15 Abs. 3 MarkenG	814
X. Übertragbarkeit von Werktiteln	814
XI. Lizenzierung von Werktiteln	815
 § 27 Der Schutz von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen außerhalb des Markengesetzes	
I. Einleitung	816
II. Schutz nach dem Urheber- und Designgesetz	816

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
III. Firmenschutz nach dem HGB	817
IV. Bürgerlich-rechtlicher Schutz	818
1. Namensrecht aus § 12 BGB	818
2. Ergänzender bürgerlich-rechtlicher Kennzeichenschutz	818
V. Kennzeichenschutz nach dem UWG	819
1. Vorrang des Kennzeichenrechts?	819
2. Herabsetzung oder Verunglimpfung eines Kennzeichens nach § 4 Nr. 1 UWG	820
3. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz nach § 4 Nr. 3 UWG	821
4. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern nach § 4 Nr. 4 UWG	822
5. Irreführende geschäftliche Handlungen nach § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2, Abs. 2 UWG	823
6. Vergleichende Werbung nach § 6 UWG	825
7. Verfahren bei Wettbewerbsverstößen	826
 § 28 Anzeigenrecht	
I. Allgemeines	828
1. Begriffsbestimmung der Anzeige	828
2. Wirtschaftliche Bedeutung der Anzeige	829
3. Grundrechtsschutz der Anzeige	829
II. Verlagswerbung gegenüber Anzeigenkunden	831
1. Allgemeines	831
2. Werbung mit Auflagenzahlen	831
3. Reichweite und Struktur der Leserschaft	835
4. Vergleichende Werbung mit Auflagenzahlen, Reichweiten und Leserstruktur	838
5. Alleinstellungs- und Spitzengruppenwerbung	839
6. Werbung mit Anzeigenkonditionen, Preislistenwerbung, Rabatte und Zugaben	842
7. Anzeigenkombinationen	844
8. Kostenlose Anzeigen	845
9. Ausspannen von Anzeigenkunden	847
III. Wettbewerbsrechtliche Anforderungen an den Anzeigeninhalt	848
1. Trennungsgebot zwischen Anzeigen und redaktionellem Teil	848
2. Werbeverbote	856
3. Füllanzeigen	857
IV. Haftung für unzulässige Anzeigen	858
1. Haftung des Werbenden	858
2. Haftung der Presse	859
V. Internet-Werbeblocker	863
1. Sachverhalt und Problemstellung	863
2. Beurteilung durch die hM	864
3. Stellungnahme	864

Teil I. Grundzüge des Telemedien- und Telekommunikationsrechts

§ 29 Telekommunikationsrecht	
I. Einleitung	871
II. Gemeinschaftsrechtsrahmen	871
1. 1990 bis 2002: Schrittweise Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte	871
2. 2002: Der aktuelle Europäische Rechtsrahmen	872

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
3. 2009: Umfassende Reform des Rechtsrahmens	872
4. Seit 2015: Erneuter TK-Review	873
III. Anwendungsbereich des Telekommunikationsrechts	873
IV. Marktregulierung nach Teil 2 des TKG	874
1. Die Regulierungsverfügung als Grundlage der sektorspezifischen Marktregulierung	875
2. Zugangsregulierung	878
3. Entgeltregulierung	881
4. Allgemeine Missbrauchsaufsicht	885
5. Verhältnis zum allgemeinen Kartellrecht	885
V. Frequenzregulierung	886
1. Anwendungsbereich der Frequenzregulierung	886
2. Stufen der Frequenzregulierung	886
3. Vergabeverfahren	887
4. Frequenzübertragung und Nutzungsüberlassung	889
5. Besonderheiten bei der Zuweisung von Rundfunkfrequenzen	889
6. Aufsichtsmaßnahmen	890
7. Rechtsschutz	890
VI. Sondervorschriften für die Rundfunkübertragung	891
1. Materielle Vorgaben	891
2. Streitschlichtungsverfahren	891
VII. Weitere Verpflichtungen für Netzbetreiber und Diensteanbieter	892
1. Meldepflicht	892
2. Kundenschutz	892
3. Fernmeldegeheimnis	894
4. Datenschutz	895
5. Öffentliche Sicherheit	898
6. Aufsichtsmaßnahmen und Rechtsschutz	900
VIII. Rechtsschutz gegen Entscheidungen der BNetzA	901
IX. Streitbeilegungsverfahren	901
1. Zulässigkeit	901
2. Begründetheit/Inhalt der Entscheidung	902
3. Rechtsschutz/Verhältnis zur Zivilgerichtsbarkeit	902
X. Zivilrechtliche Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche	903
1. Ansprüche der betroffenen Endverbraucher und Wettbewerber	903
2. Verbandsklagen	903

§ 30 Telemedienrecht

I. Einleitung	907
II. Begriff der Telemedien	908
1. Legaldefinition in § 1 Abs. 1 S. 1 TMG	908
2. Abgrenzung	908
3. Typisierung der angebotenen Dienste	909
III. Zulassungs- und Anmeldefreiheit	910
1. Zulassungs- und Anmeldefreiheit von Telemedien	910
2. Abgrenzung gegenüber zulassungspflichtigen Rundfunkdiensten	910
3. Feststellung der Zulassungspflicht und Unbedenklichkeitsbescheinigung	910
IV. Herkunftslandprinzip	911
1. Grundsatz	911
2. Bestimmung des anwendbaren Rechts	912
3. Geschäftsmäßigkeit	912
4. Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip	912



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
V. Informationspflichten	913
1. Impressumspflichten nach § 55 RStV und § 5 TMG	913
2. Kommerzielle Kommunikation	915
VI. Haftung für eigene und fremde Informationen nach §§ 7–10 TMG	917
1. Systematik des 3. Abschnitts des TMG	917
2. Haftung für eigene Informationen nach § 7 Abs. 1 TMG	918
3. Durchleitung von Informationen (§ 8 TMG)	923
4. Zwischenspeicherung zur beschleunigten Übermittlung von Informationen (§ 9 TMG)	925
5. Speicherung fremder Informationen (§ 10 TMG)	927
6. Pflichten des Diensteanbieters	930
7. Hyperlinks	940
8. Haftung von Internet-Suchmaschinen-Betreibern	943
VII. Datenschutz	946
1. Anbieter-Nutzer-Verhältnis (§ 11 TMG)	946
2. Grundsätze für die Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten (§ 12 TMG)	948
3. Pflichten des Diensteanbieters (§ 13 TMG)	953
4. Bestandsdaten (§ 14 TMG)	957
5. Nutzungsdaten (§ 15 TMG)	958
6. Informationspflicht bei unrechtmäßiger Kenntniserlangung von Daten (§ 15a TMG)	961
7. Ausblick – EU Datenschutz-Grundverordnung („EU-DSGVO“)	961
VIII. Inhaltliche Anforderungen nach dem RStV	962
1. Regelungen für journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien	962
2. Sonstige inhaltliche Anforderungen nach dem RStV	964
IX. Aufsicht	964
1. Zuständigkeit	965
2. Aufsichtsbefugnisse	965
3. Störerauswahl	965
4. Subsidiarität staatlicher Aufsicht	966
5. Kostenlose Bereitstellung der Dienste zu Aufsichtszwecken	966
X. Bußgeldvorschriften	966

Teil J. Social Media

§ 31 Social Media

I. Einleitung	968
II. Social-Media-Präsenz	968
1. Account-Name	968
2. Verwenden von Bildern und sonstigen Inhalten	971
3. Informations- und Kennzeichnungspflichten	972
4. Sonstige inhaltliche Ausgestaltung des Auftritts	974
III. Typische Nutzungshandlungen im Social Web	975
1. Posten/Hochladen/Tweeten/Retweeten	975
2. Verlinken/Embedden/Teilen/Empfehlen	980
3. Liken/Kommentieren/Bewerten	984
4. Taggen/Markieren	985
IV. Haftung für fremde Inhalte	986
1. Haftung des Plattformbetreibers	986
2. Haftung des Nutzers	988

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

Teil K. Kulturförderung und Steuerrecht

§ 32 Kulturförderung	Seite
I. Einführung	990
II. Kompetenzrechtliche Grundlagen	990
1. Grundsatz: Länderkompetenz	990
2. Bundeskompetenz für Kulturförderung	991
3. Praxis des kooperativen Föderalismus	993
4. Kulturförderung im Spannungsfeld der Kunstfreiheit (Prinzip der Staatsferne)	994
III. Instrumente und Felder staatlicher Kulturförderung	995
1. Überblick	995
2. Zuwendungs- und Finanzierungsarten	995
3. Kulturförderung in den Ländern	996
4. Kulturförderung des Bundes	998
5. Kultur- und Kreativwirtschaft	1003
IV. Rechtliche Überprüfung staatlicher Kulturförderung	1005
1. Häufigkeit und Konstellationen	1005
2. Rechtsbehelfe nach deutschem Recht	1005
3. Sonderfall „Filmförderung“	1007
4. Beihilferecht	1008
V. Europäische Kulturförderung	1012
VI. Übersicht: Internetlinks zur Kulturförderung	1013

§ 33 Steuerliche Aspekte im Zusammenhang mit Kulturveranstaltungen

I. Vorbemerkungen	1015
II. Besteuerung der Kulturbetriebe	1015
1. Ertragsteuern	1016
2. Umsatzsteuer	1018
III. Besteuerung der Künstler	1023
1. Einkommensteuer	1023
2. Umsatzsteuer	1032

Teil L. Arbeits- und Sozialrecht

§ 34 Medienarbeitsrecht und Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht

I. Grundlagen der Beschäftigung	1037
1. Vertragsgrundlagen	1037
2. Überblick zur Beteiligung der Arbeitnehmervertretungen	1038
3. Tarifvertragsrecht	1040
4. Fälle mit Auslandsberührungen	1042
II. Abgrenzung freier Mitarbeiter und Arbeitnehmer	1044
1. Allgemeine Grundsätze	1045
2. Besonderheiten bei der Beurteilung von Medienmitarbeitern (Rundfunk, Fernsehen, Presse)	1046
3. Besonderheiten im Bereich Bühnen/Orchester	1047
4. Praktikanten-, Aushilfsverträge sowie Beschäftigung von Studierenden	1050
5. Arbeitnehmerähnliche Personen	1052
6. Überblick über sozialversicherungsrechtliche Folgen	1052
III. Befristete Arbeitsverhältnisse	1055
1. Allgemeine Grundlagen	1055
2. Befristung mit Sachgrund	1056

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
3. Befristung ohne Sachgrund	1058
4. Rechtsfolgen unwirksamer Befristungen	1060
IV. Teilzeitarbeit	1060
1. Allgemeine Grundlagen	1060
2. Besonderheiten im Medienbereich	1062
V. Wesentliche sonstige Vertragspflichten	1063
1. Beschäftigungsanspruch des Arbeitnehmers	1063
2. Der gesetzliche Mindestlohn	1064
3. Urlaub und Feiertage	1065
4. Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall	1066
VI. Beendigung von Arbeitsverhältnissen	1068
1. Grundlagen des Kündigungsrechts	1068
2. Rechtsschutz	1076
VII. Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht	1076
1. Grundzüge der Künstlersozialversicherung	1076
2. Versicherungspflicht	1076
3. Kreis der versicherten Personen	1077
4. Ausnahmen von der Versicherungspflicht	1078
5. Leistungen der Künstlersozialkasse	1079
6. Beiträge der Versicherten	1079
7. Verfahren und Pflichten der Versicherten	1079
8. Künstlersozialabgabe	1080
9. Organisation der Künstlersozialversicherung	1082

Teil M. Verfahrensrecht

§ 35 Urheberrechtliche Ansprüche

I. Vorbemerkung	1086
II. Gemeinsame Voraussetzungen aller Ansprüche	1087
1. Urheberrecht oder verwandtes Schutzrecht	1088
2. Rechtsverletzung	1091
3. Widerrechtlichkeit der Rechtsverletzung	1092
4. Aktivlegitimation	1093
5. Passivlegitimation	1095
6. Keine Verjährung	1097
7. Keine Verwirkung	1098
III. Anspruch auf Unterlassung	1099
1. Wiederholungs- bzw. Erstbegehungsgefahr	1099
2. Antragsfassung	1100
IV. Anspruch auf Beseitigung	1102
V. Anspruch auf materiellen Schadensersatz	1103
1. Verschulden	1103
2. Schadensberechnung	1104
VI. Anspruch auf Bereicherungsausgleich	1109
VII. Anspruch auf immateriellen Schadensersatz	1109
1. Schwerwiegender Eingriff	1110
2. Höhe der Entschädigung	1110
VIII. Ansprüche auf Vernichtung, Rückruf und Überlassung	1111
1. Überblick	1111
2. Anspruch auf Vernichtung	1112
3. Anspruch auf Rückruf bzw. Entfernung aus den Vertriebswegen	1113
4. Anspruch auf Überlassung	1113
5. Ausschluss bei Unverhältnismäßigkeit	1114

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
IX. Abwendungsbefugnis des Verletzers	1114
X. Ansprüche auf Auskunft	1115
1. Überblick	1115
2. Anspruch auf Auskunft gegen den Verletzer	1116
3. Anspruch auf Auskunft gegen Dritte	1118
4. Ausschluss bei Unverhältnismäßigkeit	1120
XI. Sonstige Hilfsansprüche	1120
1. Anspruch auf Vorlage einer Urkunde und Besichtigung einer Sache	1120
2. Anspruch auf Vorlage zur Sicherung von Schadensersatzansprüchen	1124
3. Anspruch auf Rechnungslegung	1125
XII. Anspruch auf Urteilsbekanntmachung	1126
 § 36 Zuständiges Gericht	
I. Vorbemerkung	1128
II. Rechtsweg	1129
III. Sachliche Zuständigkeit	1129
1. Allgemeines	1129
2. Keine geborenen Handelssachen	1130
3. Streitwertbemessung	1130
IV. Örtliche Zuständigkeit	1130
1. Gerichte für Urheberrechtsstreitsachen	1130
2. Zuständigkeit nach §§ 12 ff. ZPO	1131
3. Problem des fliegenden Gerichtsstands	1131
4. Gerichtsstandsvereinbarungen	1133
5. Gerichtswahl und mehrere Klagen	1133
V. Internationale Zuständigkeit	1134
1. Zuständigkeit bei Rechtsstreitigkeiten mit Auslandsbezug	1134
2. Anwendbares Recht	1136
 § 37 Vorgerichtliches Verfahren	
I. Vorbemerkung	1138
II. Abmahnung	1139
1. Begriff	1139
2. Zweck	1141
3. Entbehrlichkeit einer vorherigen Abmahnung	1141
4. Inhalt der Abmahnung	1142
5. Form der Abmahnung	1144
6. Rechtsnatur der Abmahnung	1144
III. Reaktion des Abgemahnten	1145
1. Berechtigte Abmahnung	1145
2. Unberechtigte Abmahnung	1148
IV. Erstattung von Abmahnkosten	1149
1. Aufwendungsersatz	1149
2. Schadensersatz	1151
 § 38 Einstweiliger Rechtsschutz	
I. Vorbemerkung	1153
II. Verfahren der einstweiligen Verfügung	1154
1. Verfügungsanspruch	1155
2. Verfügunggrund	1157
3. Verfügungsantrag	1158
4. Beweismaß	1160

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

	Seite
5. Darlegungs- und Beweislast	1160
6. Entscheidung und Vollstreckung	1161
III. Schutzschrift	1162
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	1162
2. Bedeutung und Inhalt	1163
3. Hinterlegung	1164
4. Kosten der Schutzschrift	1165
IV. Schadensersatzanspruch nach § 945 ZPO	1166
1. Voraussetzungen	1166
2. Umfang des Schadensersatzanspruchs	1167
V. Abschlussverfahren	1167
1. Sinn und Zweck des Abschlusssschreibens	1167
2. Inhalt und Zeitpunkt des Abschlusssschreibens	1168
3. Kosten des Abschlusssschreibens	1169
4. Abschlusserklärung	1170
Sachverzeichnis	1171