

Inhaltsübersicht

<i>Vorwort</i>	V
<i>Vorwort zur 1. Auflage</i>	VII
<i>Bearbeiterverzeichnis</i>	IX
<i>Inhaltsverzeichnis</i>	XV
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	LIX
1. Teil Medienrecht	1
<i>Rundfunkrecht</i>	3
1. Kapitel Rahmenbedingungen der Rundfunkregulierung	21
2. Kapitel Rundfunk im internationalen Recht	21
3. Kapitel Rundfunkrechtliche Grundlagen	41
4. Kapitel Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	71
5. Kapitel Privater Rundfunk	119
6. Kapitel Recht der Rundfunkwerbung	143
7. Kapitel Jugendschutzrecht	183
8. Kapitel Rundfunktechnik und Infrastrukturregulierung	205
<i>Presserecht</i>	251
9. Kapitel Presserecht, insbesondere Recht der Wort- und Bildberichterstattung	251
<i>Telemedienrecht</i>	319
10. Kapitel Telemedien	319
<i>Soziale Medien</i>	381
11. Kapitel Rechtsfragen beim Einsatz sozialer Medien	381
12. Kapitel Technische Aspekte des Einsatzes von Social Media	473
<i>Sondergebiete des Medienrechts</i>	493
13. Kapitel Kartellrecht und Medien	493
14. Kapitel Wettbewerbsrecht und Medien	513
15. Kapitel Medienrecht und Sport	563
16. Kapitel Arbeitsrecht und Medien	607
17. Kapitel Recht der deutschen und europäischen Kulturförderung	663
18. Kapitel Grundzüge der Justizberichterstattung und der Öffentlichkeitsarbeit der Justiz	715
2. Teil Telekommunikationsrecht	731
19. Kapitel Telekommunikationsrecht	733
3. Teil Datenschutzrecht	787
20. Kapitel Datenschutzrecht	789
4. Teil Informationstechnikrecht	823
21. Kapitel IT-Vertragsrecht	825
22. Kapitel Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs, Internetrecht	957
23. Kapitel IT-Strafrecht	1067

5. Teil Vergaberecht	1105
24. Kapitel Übersicht über das Vergaberecht	1107
25. Kapitel Übersicht über das IT-Vertragsrecht der öffentlichen Auftraggeber	1137
6. Teil Urheberrecht und benachbarte Rechtsgebiete	1153
26. Kapitel Urheberrecht und Leistungsschutzrechte	1155
27. Kapitel Recht der Verwertungsgesellschaften	1253
28. Kapitel Urheberrecht und Verlagsrecht	1269
29. Kapitel Urheberrecht und Software	1317
30. Kapitel IT-Immaterialgüterrecht, Kennzeichen- und Domainrecht ..	1357
31. Kapitel Film- und Fernsehvertragsrecht	1411
32. Kapitel Musikrecht	1447
33. Kapitel Musiknutzung in Film und Fernsehen	1517
34. Kapitel Urheberrechtsverletzungen – zivilrechtliche und strafrechtliche Konsequenzen –	1527
<i>Stichwortverzeichnis</i>	1565

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	V
<i>Vorwort zur 1. Auflage</i>	VII
<i>Bearbeiterverzeichnis</i>	IX
<i>Inhaltsübersicht</i>	XIII
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	LIX

1. Teil Medienrecht

Rundfunkrecht

1. Kapitel

Rahmenbedingungen der Rundfunkregulierung

I. Wirtschaftliche Anforderungen an die Rundfunkregulierung	4
II. Überblick über das System der Rundfunkregulierung	6
1. Regulierung der Inhalte	7
2. Regulierung von Verbreitungsentgelten	8
3. Regulierung der Infrastruktur	8
4. Regulierung der Empfangstechnik	9
5. Regulierung von Nutzungsentgelten	9
III. Neuordnung der Rundfunkregulierung in Zeiten von Digitalisierung und Konvergenz	10
1. Bedürfnis zur Anpassung bisheriger Regelungsstrukturen	10
2. Einheitliche Regulierung von Rundfunk und Telemedien	10
3. Aktuelle Regulierungsansätze	12
IV. Ansätze zur Deregulierung	13
1. Regulierungsziele und Regulierungsinstrumente	15
2. Regulierungskriterien	16

2. Kapitel

Rundfunk im internationalen Recht

I. Rundfunk im Völkerrecht	22
1. Allgemeines universelles Völkerrecht	22
2. Wirtschaftsvölkerrecht	23
2.1 Recht der Fernmeldeunion und Frequenzverwaltung	23
2.2 Recht der WTO	26
3. Recht des Europarates	27

II. Rundfunkregulierung im Recht der Europäischen Union	31
1. Primärrecht	31
2. Sekundärrecht	34
2.1 Audiovisueller Bereich	35
2.2 Benachbarte Regelungsbereiche	37

3. Kapitel

Rundfunkrechtliche Grundlagen

I. Entwicklung des Rundfunkrechts	42
II. Rundfunk im Grundgesetz	44
1. Rundfunkfreiheit	44
2. Rundfunkbegriff	46
2.1 Der klassische Rundfunkbegriff	46
2.2 Rundfunkbegriff und Neue Medien	47
3. Meinungsfreiheit	53
3.1 Schutzbereich	54
3.2 Schranken	54
3.3 Schranken-Schranken	56
4. Träger der Rundfunkfreiheit	56
5. Schutzbereich und Schranken der Rundfunkfreiheit	56
6. Rundfunkrechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts	57
7. Institutionelle Garantien	61
8. Dienende und ausgestaltungsbedürftige Rundfunkfreiheit	62
9. Staatsferne	63
III. Rundfunk im einfachen Recht	66
1. Rundfunkstaatsverträge	66
2. Weiteres Landesrecht, insbesondere Rundfunk-/Mediengesetze	70

4. Kapitel

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

I. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	73
II. Organisation und Aufsicht	74
1. Aufsichtsgremien	75
1.1 Rundfunkrat (Fernsehrat)	75
1.2 Verwaltungsrat	76
1.3 Zusammensetzung der Aufsichtsgremien	76
2. Intendant	79
3. Prozessuale Fragen	79
III. Programmauftrag	80
1. Klassischer Programmauftrag	80
2. Programmauftrag und Neue Medien	83
2.1 Online-Aktivitäten	83
2.2 Programmauftrag für Onlinedienste	89

IV. Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	98
1. Beitragsfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	98
1.1 Die ehemalige Rundfunkgebühr	98
1.2 Der Rundfunkbeitrag als neues Modell der Rundfunkfinanzierung	100
1.3 Finanzgewährleistungsanspruch nach nationalem Recht	109
2. Sonstige Finanzierungsquellen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	113
3. Kommerzielle Betätigung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	114

5. Kapitel

Privater Rundfunk

I. Grundsätzliches	119
II. Die Besonderheiten des privaten Rundfunkrechts	119
III. Rechtsgrundlagen des privaten Rundfunkrechts	122
IV. Regulierungsbehörden im privaten Rundfunk	123
1. Landesmedienanstalten	123
2. Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten	124
2.1 Zusammenarbeit in der ALM	125
2.2 Organe	125
2.3 Gemeinsame Geschäftsstelle	126
V. Regulierungsfelder	127
1. Zulassung	127
1.1 Zulassungsbedürftigkeit	129
1.2 Vorgaben an den Veranstalter	130
1.3 Anforderungen an das Programm	131
1.4 Wirtschaftliche und organisatorische Leistungsfähigkeit	132
1.5 Einhaltung der Regelungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt ...	132
1.6 Sonderfall Teleshopping	135
VI. Zugang zu Übertragungskapazitäten – §§ 50 ff. RStV	135
VII. Aufsicht über den privaten Rundfunk	137
1. Werberegulungen	137
2. Programmgrundsätze	139
3. Gewinnspiele	139

6. Kapitel

Recht der Rundfunkwerbung

A. Die Werbung in den Medien	144
B. Werbung und Wettbewerbsrecht	146
I. Geschäftliche Handlung und objektiver Zusammenhang	147
II. Verbot unterschwelliger Werbung	149
III. Verbot getarnter Werbung	149

1. Getarnte Werbung	150
2. Redaktionelle Werbung / Schleichwerbung	151
3. Produktplatzierung	152
IV. Rechtsfolgen	153
C. Werbung im Rundfunk	154
I. Die Trennung von Werbung und Programm	155
II. Schleichwerbung	156
1. Indizien für Schleichwerbung	157
2. Redaktionelle Veranlassung	158
III. Produktplatzierung	159
1. Begriff der Produktplatzierung	159
2. Voraussetzungen einer zulässigen Produktplatzierung	160
2.1 Genres	160
2.2 Kennzeichnungspflichten	161
2.3 Themenplatzierung	162
IV. Teleshopping	163
V. Sponsoring	163
1. Sendungssponsoring	164
2. Ereignissponsoring	166
3. Titelsponsoring	166
VI. Virtuelle Werbung	166
VII. Besondere Formen von Werbung und medialer Einbindung	167
1. Gewinnspiele	167
2. Ausstatterhinweise	167
3. Regionalisierte Werbung	168
4. Kombination verschiedener Werbeformen	168
VIII. Dauerwerbesendung	168
IX. Einfügung und zulässiger Umfang der Werbung	169
1. Gesamtdauer der Werbung	169
2. Einfügung der Werbung	170
3. Split Screen	171
X. Hinweise auf eigene Programme, Begleitmaterial, Social Advertising und Wahlwerbung	171
XI. Verstöße	173
D. Werbung in Telemedien	173
I. Technische Regulierung im Telemediengesetz	173
II. Inhaltliche Regulierung im Rundfunkstaatsvertrag	174

E. Werbung und Jugendmedienschutz	175
F. Herausforderungen der Werberegulierung	176
G. Formulierungshilfen zur Einbindung von Werbung und Mediaelementen im Rundfunk	177
I. Ausstrahlung der Sendung	177
II. Einbindung der Mediaelemente	177
1. Allgemein	177
2. Klassische Werbung	178
3. Titelpatronat	178
4. Gewinnspiel	178
III. Vergütung	179
IV. Material	179
V. Rechteeinräumung/Freistellung	180
VI. Vertragslaufzeit	180

7. Kapitel Jugendschutzrecht

A. Schutzpflichten des Staates	183
B. Schutzpflichten Privater	184
I. Einführung von Internetfiltern	184
II. Kritik	184
III. Verantwortlichkeit der Provider	185
C. Gesetzliche Ausgestaltung	186
I. Gesetzgebungskompetenzen	187
II. Das Jugendschutzgesetz	188
1. Anwendungsbereich	188
2. Alterskennzeichnung	189
3. Liste jugendgefährdender Medien (Indizierung)	189
III. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag	190
1. Anwendungsbereich (Zweck des Vertrages)	190
2. Klassifizierung von Angeboten	191
2.1 Unzulässige Angebote (§ 4 JMStV)	191
2.2 Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote (§ 5 JMStV)	192
2.3 Besonderheiten bei Werbung und Teleshopping (§ 6 JMStV)	193
2.4 Rechtsfolgen	194

3. Novellierung des JMStV	196
3.1 Gescheiterte Novellierung im Jahr 2010/2011	196
3.2 Aktueller Entwurf des JMStV	196
 D. Aufsicht	 197
I. Aufsicht nach dem Jugendschutzgesetz	197
1. Landes- und Bundesbehörden	197
2. Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM)	197
3. Die freiwillige Selbstkontrolle	198
II. Aufsicht nach dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag	199
1. Der Jugendschutzbeauftragte	199
2. Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)	200
3. Zusammenarbeit von KJM und Freiwilliger Selbstkontrolle	201
3.1 Aufgabe der freiwilligen Selbstkontrolle am Beispiel der FSM	202
3.2 Ablauf des Prüfverfahrens	202
3.3 Umfang und Grenzen des Beurteilungsspielraums der Freiwilligen Selbstkontrolle	203
 8. Kapitel Rundfunktechnik und Infrastrukturregulierung	
I. Einführung	206
II. Digitalisierung	208
1. Politische Bedeutung	208
1.1 Die Digitalisierung von Programminhalten	210
1.2 Multiplexing	212
2. Bilddarstellung	213
2.1 High Definition Television (HDTV)	213
2.2 Bildformate	214
2.3 Regulierung von Breitbildformaten	215
III. Verbreitungsinfrastrukturen	216
1. Terrestrik	217
1.1 Übertragungstechnik	217
1.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	219
2. Satellit	221
2.1 Übertragungstechnik	221
2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	222
3. Kabel	223
3.1 Übertragungstechnik	223
3.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	225
4. Internet – IPTV	231
4.1 Übertragungstechnik	231
4.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	234

5. Mobilfunknetze	234
5.1 Übertragungstechnik	234
5.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	236
IV. Verschlüsselungs- und Empfangstechnik	237
1. Zugangsberechtigungssysteme	237
1.1 Zugangsberechtigungssysteme: Nutzen und Technik	237
1.2 Regulierung von Zugangsberechtigungssystemen	240
2. Digitale Empfangsgeräte	242
2.1 Anwendungs-Programmierschnittstelle (API)	243
2.2 Common Interface	245
3. Navigator und Electronic Programme Guide (EPG)	246
3.1 Funktionsweise	246
3.2 Regulierung	248

Presserecht

9. Kapitel

Presserecht, insbesondere Recht der Wort- und Bildberichterstattung

A. Die verfassungsrechtlichen Rahmenbedingungen in der Wort- und Bildberichterstattung	252
I. Die Freiheitsrechte des Art. 5 Abs. 1 GG	252
1. Meinungsäußerungsfreiheit	252
2. Informationsfreiheit	253
3. Pressefreiheit	253
4. Rundfunkfreiheit	254
5. Filmfreiheit	254
II. Die Ausstrahlungswirkungen der Grundrechte aus Art. 5 Abs. 1 GG auf die zivilrechtliche Betrachtung der Wort- und Bildberichterstattung	254
III. Die Grundrechtsschranken nach Art. 5 Abs. 2 GG	255
IV. Das Zensurverbot	256
V. Die Kunstfreiheit und ihre Ausstrahlungswirkung auf die zivilrechtliche Betrachtung der Wort- und Bildberichterstattung	256
B. Die Wortberichterstattung	258
I. Grundsätzliches	258
1. Ermittlung des Aussagegehalts einer Äußerung	258
1.1 Empfängerverständnis	258
1.2 Berücksichtigung des Verständnisses aufgrund des Mediums	258
1.3 Kontextbetrachtung	258
1.4 Offene und verdeckte Äußerungen	259
1.5 Rechtsbegriffe und andere Begrifflichkeiten	260

1.6	Mehrdeutige Darstellungen	260
1.7	Verdacht, Zweifel, Gerüchte	261
1.8	Fragen	262
1.9	Zitate	262
1.10	Satire	262
1.11	Erkennbarkeit bei der Wortberichterstattung	263
2.	Tatsachenbehauptung oder Meinungsäußerung	263
2.1	Kriterien der Abgrenzung	263
2.2	Einzelfälle	264
3.	Behaupten und Verbreiten	265
3.1	Behaupten	265
3.2	Verbreiten	265
3.3	Sich-zu-eigen-machen, sich distanzieren	265
II.	Die Verletzung von Rechten Dritter durch die Wortberichterstattung	266
1.	Persönlichkeitsrechte	266
1.1	Die Rechtsgrundlagen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	266
1.2	Träger des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	267
1.3	Einzelne Ausprägungen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	267
1.4	Erforderlichkeit einer Abwägung	268
1.5	Die Freiheit der Meinungsäußerung und ihre Grenzen bei der Abwägung im Einzelfall (Schmähkritik, Formalbeleidigung, Menschenwürde)	268
1.6	Tatsachenbehauptungen	269
1.7	Abwägung in Einzelfällen	274
2.	Das Recht am Unternehmen	276
3.	Beleidigungstatbestände	277
4.	Kreditgefährdung	277
III.	Rechtswidrigkeit und Verschulden	278
1.	Maßstäbe der Rechtswidrigkeit	278
2.	Wahrnehmung berechtigter Interessen gem. § 193 StGB	278
3.	Journalistische Sorgfaltspflicht	279
	C. Die Bildberichterstattung	280
I.	Das Recht am eigenen Bild als Teil des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	280
II.	Begriff des Bildnisses	281
III.	Erkennbarkeit	281
IV.	Herstellungsart	282
V.	Der Bildnisschutz nach den §§ 22, 23 KUG	282
1.	Einwilligung	282
1.1	Rechtscharakter der Einwilligung	282
1.2	Erteilung der Einwilligung	283
1.3	Grenzen der Einwilligung	283
1.4	Anfechtung und Widerruf	283

2. Schranken des Bildnisschutzes gem. § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG – Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte	284
2.1 Begriffe der Zeitgeschichte	284
2.2 Informationsinteresse der Allgemeinheit	287
2.3 Verbreitung zu Werbezwecken	288
2.4 Postmortaler Bildnisschutz und seine Schranken	289
3. Schranken des Bildnisschutzes gem. § 23 Abs. 1 Nr. 2–4 KUG	289
4. Schranken-Schranken gem. § 23 Abs. 2 KUG – Berechtigte Interessen des Abgebildeten in der Abwägung	289
4.1 Verletzung der Intimsphäre	289
4.2 Verletzung der Privatsphäre	289
4.3 Kinder- und Jugendschutz	290
4.4 Verletzung von Ehre und Ruf	291
4.5 Verletzung des Wahrheitsschutzes	291
4.6 Satire	291
4.7 Anonymitätsverletzung	291
4.8 Leben, Körper, Gesundheit	292
5. Das Caroline-Urteil des EGMR – Inhalt und „Einpassung“ in das deutsche Rechtssystem – Das Hannover II-Urteil des EGMR	292
6. Strafrechtliche Folgen der Verletzung des Bildnisschutzes – §§ 201a StGB, 33 KUG	295
VI. Fotos von Sachen	296
D. Die zivilrechtlichen Anspruchsgrundlagen	297
I. Der Unterlassungsanspruch	297
1. Voraussetzungen	297
2. Anspruchsberechtigte	300
3. Anspruchsverpflichtete	300
4. Prozessuale Besonderheiten des Unterlassungsanspruchs	300
II. Der Berichtigungsanspruch	303
1. Abgrenzung	303
1.1 Widerruf	303
1.2 Richtigstellung, Nichtaufrechterhaltung, berichtigende oder nachträgliche Ergänzung	303
2. Voraussetzungen des Berichtigungsanspruchs	304
3. Anspruchsberechtigte und -verpflichtete	306
4. Probleme der Durchsetzung des Berichtigungsanspruchs	306
III. Der Bereicherungsanspruch	306
IV. Schadensersatz	307
V. Der Geldentschädigungsanspruch	308
VI. Der Gegendarstellungsanspruch	309
1. Funktion und anwendbares Recht	309
2. Voraussetzungen des Gegendarstellungsanspruchs	310
3. Anspruchsberechtigte und -verpflichtete	310

4. Form der Gegendarstellung	311
5. Zuleitung der Gegendarstellung und Abdruckverlangen	311
6. Abdruck der Gegendarstellung	313
7. Inhaltliche Mängel der Gegendarstellung und fehlendes berechtigtes Interesse	315
8. Probleme der Durchsetzung der Gegendarstellung	316
9. Besonderheiten in Hörfunk und Fernsehen	318

Telemedienrecht

10. Kapitel Telemedien

I. Einleitung	321
1. Historische Entwicklung	322
2. EU-rechtlicher Rahmen	323
3. Verfassungsrechtliche Vorgaben	324
3.1 Grundrechtliche Relevanz	324
3.2 Gesetzgebungskompetenz von Bund und Ländern	325
4. Grundprinzipien der rechtlichen Behandlung von Telemediendiensten	325
II. Grundfragen: Anwendungsbereich des TMG	326
1. Abgrenzung zum Rundfunk	327
1.1 Vorgaben der AVMD	327
1.2 Inhalteneutralität des einfachgesetzlichen Rundfunkbegriffs?	328
1.3 Linearität und Allgemeinheit	330
1.4 Ausnahmekatalog des § 2 Abs. 3 RStV	332
1.5 Fazit	333
2. Einzelne Abgrenzungsfragen - Online-Auftritte mit audiovisuellen Elementen (Web-TV, Hybrid-TV)	334
3. Unbedenklichkeitsbestätigung und Rückholklausel	335
4. Abgrenzung zu den Diensten des TKG	336
5. Telemedien ohne und mit journalistisch-redaktionell gestaltetem Inhalt	337
III. Regelungsregime der Telemediendienste	339
1. Begriffsbestimmungen	339
1.1 Diensteanbieter	339
1.2 Niedergelassener Diensteanbieter	341
2. Herkunftslandprinzip	341
2.1 Anwendungsbereich des Herkunftslandprinzips	341
2.2 Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip	342
3. Zulassungsfreiheit	343
4. Informationspflichten	344
4.1 Allgemeine Informationspflichten	344
4.2 Besondere Informationspflichten	348
4.3 Verbot von Spam	349

5. Haftungsprivilegierung	349
5.1 Das Prinzip der Haftungsprivilegierung	350
5.2 Die Haftung der Diensteanbieter im Einzelnen	355
6. Datenschutz	361
6.1 Datenschutzvorschriften des TMG	361
6.2 Auskunftsansprüche	364
7. Weitere Anforderungen an journalistisch-redaktionell gestaltete und fernsehähnliche Telemedien	365
7.1 Journalistische Grundsätze	366
7.2 Weitergehende Informationspflichten	367
7.3 Gegendarstellung	367
7.4 Redaktionsdatenschutz	368
7.5 Werbung	368
IV. Öffentlich-rechtliche Telemedienangebote	369
V. Jugendschutz in den Neuen Medien	372
1. Angebotskategorien	372
1.1 Absolut unzulässige Angebote nach § 4 Abs.1 JMStV	372
1.2 Relativ unzulässige Angebote nach § 4 Abs.2 JMStV	373
1.3 Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote, § 5 JMStV	374
2. Jugendschutzbeauftragter	377
2.1 Von der Verpflichtung erfasste Anbieter	377
2.2 Aufgaben des Jugendschutzbeauftragten	378
2.3 Anforderung an die Bestellung eines Jugendschutzbeauftragten	379
VI. Aufsicht	380

Soziale Medien

11. Kapitel

Rechtsfragen beim Einsatz sozialer Medien

I. Definition und Bedeutung	382
1. Begriff und Wesensmerkmale	382
2. Chancen der Nutzung von sozialen Medien	383
2.1 Unternehmen	383
2.2 Private	384
3. Risiken der Nutzung von sozialen Medien	384
3.1 Unternehmen	384
3.2 Private	385
4. Arten von sozialen Medien	385
4.1 Soziale Netzwerke	385
4.2 Instant Messaging-Dienste	386
4.3 Blogs	387
4.4 Microblogs	388
4.5 Wikis	388
4.6 Webforen	388

4.7 Bewertungsportale	389
4.8 Multimediaportale	389
II. Regelwerke der sozialen Medien	389
1. Anwendbares Recht	389
2. Leistungsumfang	390
3. Social Media-Vertrag	390
4. Wirksamkeit typischer Klauseln	391
5. Verstöße gegen Verhaltensregeln	393
6. Beendigung der Social Media-Nutzung	394
6.1 Kündigung	394
6.2 Tod des Accountinhabers	394
III. Betroffene Rechtsgebiete	396
1. Urheberrecht	396
1.1 Anwendbarkeit deutschen Urheberrechts	396
1.2 Eigene Inhalte	397
1.3 Fremde Inhalte	397
2. Datenschutzrecht	400
2.1 Verfassungsrechtlicher Schutz personenbezogener Daten	401
2.2 Einfachgesetzlicher Schutz personenbezogener Daten	401
2.3 Anwendbarkeit deutschen Datenschutzrechts	401
2.4 Personenbezogene Daten	404
2.5 Datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit	405
2.6 Gesetzliche Grundlagen des Datenumgangs	407
3. Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrecht	408
3.1 Anwendbarkeit deutschen Rechts zum Schutze der Persönlichkeit	409
3.2 Meinungsfreiheit	409
3.3 Allgemeines Persönlichkeitsrecht	410
3.4 Rechtsfolgen bei Persönlichkeitsverletzungen	411
4. Rundfunkrecht	412
4.1 Social Media als Rundfunk	412
4.2 Verfassungsrechtlicher Rundfunkbegriff	412
4.3 Einfachgesetzlicher Rundfunkbegriff	413
5. Telemedienrecht	413
5.1 Social Media als Telemedien	413
5.2 Anwendbarkeit deutschen Telemedienrechts	413
5.3 Gesetzliche Vorgaben nach RStV	415
5.4 Gesetzliche Vorgaben nach TMG	419
6. Wettbewerbsrecht	420
6.1 Anwendbarkeit deutschen Wettbewerbsrechts	421
6.2 Schutzzweck des UWG	421
6.3 Die relevanten Tatbestände im Einzelnen	421
6.4 Rechtsfolgen wettbewerbswidrigen Handelns	427
6.5 Vorgaben der Social Media-Anbieter	430
7. Jugendschutzrecht	430
7.1 Verhältnis von JuSchG und JMStV	430
7.2 Schutzrahmen des JMStV	431
7.3 Freiwillige Alterskennzeichnung für soziale Medien	432

8. Strafrecht	432
8.1 Soziale Medien als Ausgangspunkt strafbaren Verhaltens	432
8.2 Anwendbarkeit deutschen Strafrechts	432
8.3 Materielle Straftatbestände	433
8.4 Prozessuale Eingriffsbefugnisse	436
9. Haftungsrecht	437
9.1 Verantwortlichkeit der Nutzer	437
9.2 Verantwortlichkeit der Anbieter	440
IV. Social Media im Unternehmen	442
1. Verpflichtung der Arbeitnehmer zur Nutzung von sozialen Medien ...	442
2. Private Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz	443
2.1 Bedeutung	443
2.2 Erlaubnis privater Internetnutzung	443
2.3 Nachträgliches Verbot privater Internetnutzung	444
3. Festlegung des Nutzungsumfangs	444
4. Mitbestimmungsrecht des Betriebsrats	445
5. Kontrolle durch den Arbeitgeber	445
5.1 Erlaubnis ausschließlich dienstlicher Internetnutzung	445
5.2 Erlaubnis dienstlicher und privater Internetnutzung	446
5.3 Rechtsfolgen bei Überschreitung der Kontrollbefugnisse	447
6. Kritische Äußerungen der Arbeitnehmer über soziale Medien	448
7. Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen über soziale Medien	450
8. Social Media Guidelines	450
9. Bring your own Device	451
10. Social Media Monitoring	453
10.1 Begriff und Bedeutung	453
10.2 Bewerbersuche über soziale Medien	453
10.3 Kundenbeobachtung über soziale Medien	455
V. Social Media Marketing	456
1. Definition	456
2. Unterschiede zum herkömmlichen Marketing	456
3. Rechtliche Zulässigkeit des Direktmarketings	457
4. Verschleierung des Werbecharakters	458
5. Gewinnspiele	458
VI. Aufbau einer unternehmensbezogenen Social Media-Präsenz	459
1. Bedeutung	459
2. Wahl des Accountnamens	459
3. Impressumspflicht	460
4. Erkennbarkeit kommerzieller Kommunikation	460
VII. Übernahme eines Social Media-Accounts	461
1. Vertragsübernahme	461
2. Haftungsfragen	462
2.1 Übertragender	462
2.2 Erwerber	462
3. Einräumung von Nutzungsrechten	462

VIII. Zukunft von sozialen Medien	463
1. Sättigungseffekte	463
2. Konzentration von Datenmacht	464
2.1 Facebook und WhatsApp	464
2.2 Auswahl und Filterung von Inhalten	464
2.3 Staatlicher Datenzugriff	465
3. Marktmacht der Nutzer	467
4. Gesetzgeberischer Handlungsbedarf	468
4.1 Aufgabe der rundfunkrechtlichen Sonderdogmatik	468
4.2 Verbesserung datenschutzrechtlicher Standards	469
4.3 Verhinderung und Aufbruch überragender Marktstellung	470
4.4 Anpassung des Medienkonzentrationsrechts	471

12. Kapitel

Technische Aspekte des Einsatzes von Social Media

1. Technische Grundlagen der Datenübertragung im Internet	473
1.1 Internet-Protokolle	473
1.2 IP-Adresse	475
1.2.1 Statische und dynamische IP-Adresse	476
1.3 Das World Wide Web: Ein Dienst im Internet	476
1.4 Datentransfer bei E-Mail	479
1.4.1 Tell a friend-Funktion	481
2. Nutzeridentifikation	482
2.1 Nutzeridentifikation mittels Cookies	482
2.2 Nutzeridentifikation mittels Browser-Fingerabdruck	483
3. Nutzerbeobachtung	484
3.1 Webstatistik – aktive Nutzerbeobachtung	484
3.2 Social Plug-ins – passive Nutzerbeobachtung	486
4. Technische Besonderheiten bei mobilen Geräten: BYOD	488
4.1 Apps	491

Sondergebiete des Medienrechts

13. Kapitel

Kartellrecht und Medien

A. Die 7. und 8. GWB-Novelle	493
B. Verfahren vor den deutschen Kartellbehörden und Gerichten	495
I. Überblick über die Verfahrensarten	495
II. Besonderheiten von Zusammenschlüssen im Presse- und Rundfunkbereich	497

III. Kartellaufsicht in Medienmärkten	502
1. Ausnahmen vom Kartellverbot im Medienbereich	502
2. Kartellfälle im Medienbereich	503
IV. Missbrauchsaufsicht in Medienmärkten	504
V. Konkurrenz von Kartell- und sektorspezifischem Medien- und Urheberrecht	504
C. Verfahren im Rahmen des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (ex-EGV, nachfolgend AEUV)	505
I. Europäische Zusammenschlusskontrolle	506
II. Europäisches Kartellverbot und Missbrauchsaufsicht	508
III. Europäisches Beihilferecht	511

14. Kapitel Wettbewerbsrecht und Medien

A. Einleitung	513
B. Wettbewerbsrechtliche Grundlagen	514
I. Allgemeines	514
II. Schutzzweck des UWG	514
III. Grundbegriffe des UWG	515
1. Geschäftliche Handlung (§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG)	515
2. Marktteilnehmer (§ 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG)	516
3. Mitbewerber (§ 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG) und Unternehmer (§ 2 Abs. 1 Nr. 6 UWG)	516
4. Nachrichten (§ 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG)	517
C. Relevante Verbotstatbestände für Medienunternehmen	517
I. Die Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG	518
1. Unlauterkeit	518
2. Das maßgebliche Verbraucherleitbild	519
3. Die sogenannte Bagatell- oder Spürbarkeitsklausel	520
II. Einzelne Beispielfälle unlauterer geschäftlicher Handlungen	520
1. Wertreklame	521
2. Preisausschreiben und Gewinnspiele	523
3. Geschäftsehrverletzung und Anschwärzung	524
4. Ergänzender Leistungsschutz	525
4.1 Täuschung über die betriebliche Herkunft (§ 4 Nr. 9a UWG)	527
4.2 Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Wertschätzung (§ 4 Nr. 9b UWG)	527
4.3 Nachahmung und unredliche Kenntniserlangung (§ 4 Nr. 9c UWG)	528
4.4 Im Besonderen: Ausbeuten fremder Werbung	528

5. Behinderungswettbewerb	528
5.1 Allgemeine Gesichtspunkte einer Behinderung	528
5.2 Ausspannen von Kunden und Mitarbeitern	529
5.3 Preiskampf	530
5.4 Betriebsstörung	530
5.5 Boykott	530
5.6 Diskriminierung	531
5.7 Behinderung bei Absatz, Bezug und Werbung	531
6. Vorsprung durch Rechtsbruch	533
6.1 Regelungen ohne Marktbezug	534
6.2 Marktzutrittsregelungen	534
6.3 Beispiele für Marktverhaltensregelungen	534
7. Irreführende geschäftliche Handlungen	535
7.1 Voraussetzungen einer Irreführung	536
7.2 Einzelne Fallgruppen der Irreführung	538
8. Vergleichende Werbung	541
8.1 Grundsatz	541
8.2 Einzelne unzulässige Vergleiche	541
III. Belästigung	542
1. Grundsatz	542
2. Einzelfälle unlauterer Belästigung	543
2.1 Werbung gegen den erkennbaren Willen	543
2.2 Telefonwerbung	544
2.3 Belästigung durch automatische Anrufmaschinen, Faxgeräte und elektronische Post	545
2.4 Elektronische Nachrichten ohne Identität des Absenders	546
2.5 Sonstige Fälle	546
 D. Rechtsfolgen unlauteren Wettbewerbs	549
I. Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch	549
1. Grundsatz	549
2. Kreis der Anspruchsberechtigten (Aktivlegitimation)	549
2.1 Mitbewerber	550
2.2 Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen	550
2.3 Qualifizierte Einrichtungen zum Schutz von Verbraucherinteressen	550
2.4 Industrie- und Handelskammern; Handwerkskammern	550
3. Missbrauchstatbestand	551
4. Kreis der Verpflichteten (Passivlegitimation)	551
II. Schadensersatzanspruch	552
III. Gewinnabschöpfungsanspruch	553
IV. Verjährung	554
1. Verjährung der Ansprüche auf Beseitigung und Unterlassung	554
2. Verjährung der Aufwendungsersatzansprüche	554
3. Verjährung der Schadensersatzansprüche	554
4. Verjährung anderer Ansprüche	555

V. Straf- und Bußgeldtatbestände	555
1. Strafbare irreführende Werbung (§ 16 Abs. 1 UWG)	555
2. Progressive Kundenwerbung (sog. Schneeballsystem, § 16 Abs. 2 UWG)	555
3. Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen (§ 17 UWG)	555
4. Verwertung von Vorlagen (§ 18 UWG)	556
5. Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 19 UWG)	556
6. Werbeanruf gegenüber Verbrauchern (§ 20 UWG)	556
E. Wettbewerbsverfahrensrecht	556
I. Abmahnung und Unterlassungsverpflichtungserklärung	556
II. Gerichtliches Verfahren	559
III. Einigungsstellen	561
F. Internationale Aspekte	562

15. Kapitel Medienrecht und Sport

I. Einführung	564
II. Mediale Rechte an Sportveranstaltungen	565
1. Fehlen eines gesetzlich geregelten Rechts an Sportveranstaltungen	565
2. Rechte des „Sportveranstalters“	566
2.1 Hausrecht, §§ 1004, 903 BGB bzw. §§ 862, 859 BGB	566
2.2 Wettbewerbsrechtliche Abwehrrechte gem. §§ 3, 4 Nr. 9, Nr. 10 UWG	568
2.3 Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb, § 823 Abs. 1 BGB	570
2.4 Kennzeichen-, Namens- und Bildrechte	570
2.5 „Sportveranstalter“ als Rechteinhaber	571
3. Diskussion um ein Leistungsschutzrecht des Veranstalters	573
4. Leistungsschutzrecht des Herstellers des Basissignals gem. § 94 UrhG	574
5. Leistungsschutzrecht des Sendeunternehmens gem. § 87 UrhG	575
6. Rechte der Sportler	575
6.1 Recht am eigenen Bild gem. §§ 22, 23 KUG	575
6.2 § 823 Abs. 1 BGB i.V.m. dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht	577
6.3 Wettbewerbsrechtliches Abwehrrecht gem. § 3 UWG	578
III. Vergabe medialer Rechte in der Praxis	578
1. Audiovisuelle Rechte	579
1.1 Distributionskanäle	579
1.2 Verwertungsformen und -umfang	580
1.3 Übertragungsinfrastruktur und -techniken	580
1.4 Aufbereitung des Datenstroms (Pixel)	581
1.5 Urheberrechtliche Verwertungsrechte	581
1.6 Begriffspaar „Rundfunk“/„Telemedien“	581
1.7 Schlussfolgerungen für die lizenzvertragliche Praxis	582

2. „Hörfunkrechte“ bzw. Audio-Berichterstattung	582
3. „Verspielungsrecht“ (Nachbildung in elektronischen Spielen)	583
4. Berichterstattung im Live-Ticker	583
IV. Rechtliche Rahmenbedingungen für Sport und Werbung in den Medien ...	584
1. Kurzberichterstattung und Berichterstattung über Großereignisse	584
1.1 Recht auf Kurzberichterstattung, § 5 RStV	585
1.2 Ereignisse von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, § 4 RStV	587
2. Kartellrechtliche Grenzen	588
2.1 Marktabstottungseffekte gem. Art. 101 AEUV (ex Art. 81 EG) ...	589
2.2 Zentralvermarktung medialer Rechte	590
3. Rundfunkrechtliche Vorgaben für Werbung und Sponsoring	593
3.1 Veranstaltungs-Sponsoring	594
3.2 Sendungs-Sponsoring	595
3.3 Grafik-Sponsoring	596
3.4 Split Screen-Werbung	596
3.5 Virtuelle Werbung	596
4. Werbebeschränkungen für Tabak, Alkohol und Arzneimittel	597
5. Werbebeschränkungen für Sportwetten	598
V. Vermarktungsstrukturen	601
1. Vermarktung medialer Rechte über Intermediäre/Agenturen	601
1.1 Vermittlungsmodell	601
1.2 Kommissionsmodell	602
1.3 Buy-Out-Modell	602
2. Ausschreibung medialer Rechte	602
VI. Medien-Verwertungsverträge	603
1. Rechtsnatur	603
2. Leistungsgegenstand	603
3. Definition einzelner Rechte	604
4. Exklusivität	604
5. Unterlizenzierung	605
6. Territorialität	605
7. Produktion	605
8. Ausstrahlungsgarantie/Übertragungsmodalitäten	605
9. Vertragslaufzeit/Kündigung	606
10. Rechtgarantie/Freistellungsvereinbarung	606
11. Allgemeines	606

16. Kapitel Arbeitsrecht und Medien

A. Einleitung	607
B. Individuelles Arbeitsrecht	608
I. Arbeits-, sozialversicherungs- und steuerrechtlicher Status von Mitarbeitern in Medienunternehmen	608

1. Arbeitsrechtlicher Begriff des Arbeitnehmers/Abgrenzung zu anderen Personengruppen	608
1.1 Der Begriff des Arbeitnehmers	608
1.2 Der Arbeitnehmer in Medienunternehmen	611
1.3 Arbeitnehmerähnliche Personen und freie Mitarbeiter	617
2. Sozialversicherungsrechtliche Einordnung von Mitarbeitern in Medienunternehmen	618
2.1 Sozialversicherungsrechtliche Behandlung von Arbeitnehmern	618
2.2 Sozialversicherungsrechtliche Behandlung von freien Mitarbeitern	620
2.3 Rechtsfolgen der fehlerhaften Einstufung von freien Mitarbeitern	624
3. Steuerrechtliche Behandlung von Mitarbeitern in Medienunternehmen	625
3.1 Steuerrechtliche Behandlung von Arbeitnehmern und freien Mitarbeitern	625
3.2 Steuerrechtliche Folgen einer fehlerhaften Einstufung von freien Mitarbeitern	626
II. Befristung von Arbeitsverhältnissen mit Mitarbeitern in Medienunternehmen	627
1. Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 2, 2a und 3 TzBfG	628
1.1 Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 2 TzBfG („erleichterte Befristung“)	628
1.2 Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 2a TzBfG	633
1.3 Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 3 TzBfG	634
2. Befristung von Arbeitsverhältnissen „mit Sachgrund“ nach § 14 Abs. 1 TzBfG	634
2.1 Zeitbefristung aus sachlichem Grund	634
2.2 Zweckbefristung	638
2.3 Form der Sachgrundbefristung	638
3. Die Vereinbarung einer auflösenden Bedingung gem. § 21 TzBfG	639
4. Optionsabreden in Arbeitsverträgen	640
5. Gestaltungsmöglichkeiten in der Praxis	641
6. Befristung von Verträgen mit freien Mitarbeitern	642
III. Auswirkungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) auf Medienunternehmen	643
1. Ziel und Inhalt des AGG	643
2. Auswirkungen des AGG auf Medienunternehmen	644
IV. Jugendarbeitsschutz in Medienunternehmen	645
 C. Kollektives Arbeitsrecht	648
I. Betriebliche und unternehmerische Mitbestimmung in Medienunternehmen	648
1. Betriebliche Mitbestimmung	648
1.1 Grundsätzliche Geltung des Betriebsverfassungsgesetzes	648
2. Bereichsausnahme für sogenannte „Tendenzbetriebe“ (§ 118 BetrVG)	650

2.1 Tendenzbetriebe und -unternehmen	651
2.2 Mitbestimmung in personellen Angelegenheiten	654
2.3 Mitbestimmung in sozialen Angelegenheiten	656
2.4 Mitbestimmung in wirtschaftlichen Angelegenheiten	656
3. Unternehmerische Mitbestimmung	658
3.1 Drittelbeteiligungsgesetz	658
3.2 Mitbestimmungsgesetz	658
II. Tarifvertragsrecht in Medienunternehmen	659
1. Grundsätzliches zur Anwendung von Tarifverträgen	659
2. Konkrete Tarifverträge für Medienunternehmen	661
 17. Kapitel Recht der deutschen und europäischen Kulturförderung	
A. Objekte und Themen der Kulturförderung	665
B. Akteure der Kulturförderung – Ebenen, Themen, Rechtsrahmen	668
I. Europa	668
1. Europarat	668
2. Europäische Union	669
3. Nicht-staatliche oder private Organisationen in Europa	674
II. Der öffentliche Bereich in Deutschland – Staat und Kommunen	675
1. Bund	678
2. Länder	683
3. Kommunen	686
III. Der nicht-staatliche Bereich in Deutschland – private Kulturförderung	688
C. Instrumente der Kulturförderung	689
I. Durchführung von kulturellen Veranstaltungen	689
II. Errichtung und Betrieb kultureller Einrichtungen	690
III. Kooperationen zur Kulturförderung	692
IV. Finanzielle Unterstützung kultureller Vorhaben	694
1. Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand – öffentliche Zuwendungen	694
1.1 Rechtsgrundlage	694
1.2 Zuwendungsempfänger	694
1.3 Zuwendungsart	695
1.4 Finanzierungsart	696
1.5 Kontrollinstrumentarium	699
2. Finanzielle Unterstützung durch Private	703
2.1 Unterstützung durch Spender und Mäzene	703
2.2 Unterstützung durch die Wirtschaft – Sponsoren	704

2. Teil
Telekommunikationsrecht

19. Kapitel
Telekommunikationsrecht

A. Einführung	734
I. Überblick über die Gesetzesgeschichte	734
II. Regelungsgegenstände des Telekommunikationsrechts	736
III. Der Unionsrechtsrahmen	739
1. Ausgangssituation	739
2. Marktöffnung	740
3. Der Rechtsrahmen und seine Überprüfung	740
3.1 Die Rahmenrichtlinie	741
3.2 Die Zugangsrichtlinie	745
3.3 Die Genehmigungsrichtlinie	746
3.4 Die Universaldienstrichtlinie	747
3.5 Die Datenschutzrichtlinie	748
3.6 Die Frequenzentscheidung	749
3.7 Das Telekom-Binnenmarkt Paket („vernetzter Kontinent/single market“)	749
IV. Abgrenzung zum Kartellrecht	750
1. Unterschiede zwischen kartellrechtlicher und telekommunikationsrechtlicher Wettbewerbsaufsicht	750
2. Anwendungsschwelle für das Telekommunikationsrecht	752
3. Konkurrenz von Kartell- und Telekommunikationsrecht	754
B. Regulierung nach dem Telekommunikationsgesetz	755
I. Marktregulierung	755
1. Überblick	755
2. Das Verfahren der Marktregulierung	755
2.1 Marktdefinition	755
2.2 Marktanalyse	758
2.3 Konsultations- und Konsolidierungsverfahren	760
3. Die Auferlegung von Regulierungsverpflichtungen	761
3.1 Zugangsregulierung	761
3.2 Entgeltregulierung	763
4. Besondere Missbrauchsaufsicht	766
5. Rechtsschutz	766
II. Frequenz- und Rundfunkregulierung	768
1. Überblick	768
2. Technologie- und Diensteneutralität	769

3. Abgrenzung der Telekommunikations- von der Rundfunk- und Medienregulierung	770
3.1 Das Unionsrecht	770
3.2 Abgrenzung im deutschen Recht	771
4. Überschneidungen zwischen Telekommunikations- und Rundfunkregulierung	774
4.1 Regelungen mit Rundfunkbezug im TKG	774
4.2 Regelungen mit Telekommunikationsbezug im RStV	774
5. Frequenzregulierung	776
5.1 Internationale Frequenzregulierung	776
5.2 Europäische Frequenzregulierung	776
5.3 Nationale Frequenzregulierung	777
III. Kundenschutz	780
IV. Die Bundesnetzagentur – Institution und Verfahren	782
1. Stellung der Behörde	782
2. Organe der Behörde	783
2.1 Präsident	783
2.2 Beschlusskammern	783
3. Sonstige Gremien	784
3.1 Beirat	784
3.2 Wissenschaftliche Unterstützung	784
4. Verfahren	784
4.1 Allgemeine Verfahrensvorschriften und besondere Befugnisse	784
4.2 Beschlusskammerentscheidungen	785
V. Gerichtsverfahren	786

3. Teil

Datenschutzrecht

20. Kapitel

Datenschutzrecht

I. Einführung	791
II. Internationale Bezüge	792
1. Das Datenschutzübereinkommen des Europarats	792
2. Die Europäische Datenschutzrichtlinie	793
3. Die Europäische Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation und TK-Review	795
4. Die Richtlinie zur Vorratsspeicherung von Daten	797
5. Ausblick: Europäische Datenschutzgrundverordnung	801

III. Nationales Datenschutzrecht	805
1. Überblick	805
2. Datenschutz auf verfassungsrechtlicher Ebene	805
2.1 Urteil des Verfassungsgerichts in Sachen Vorratsdatenspeicherung	806
2.2 Urteil des Verfassungsgerichts in Sachen Online-Durchsuchung	808
3. Einfachgesetzlicher, bereichsspezifischer Datenschutz	810
3.1 Datenschutzbestimmungen im Telekommunikationsgesetz	810
3.2 Datenschutzbestimmungen im Telemediengesetz	812
4. Das Bundesdatenschutzgesetz	813
4.1 Novellierungen 2009, Anwendbarkeit und Begriffsbestimmungen ...	813
4.2 Verbot mit Erlaubnisvorbehalt	814
4.3 Ansprüche des Betroffenen	814
4.4 Datenschutz und Medienprivileg	815
IV. Aktuelle Einzelfragen des Datenschutzes im Medienbereich	816
1. Soziale Netzwerke und Datenschutz	816
2. Soziale Netzwerke und anwendbares Datenschutzrecht	817
3. Datenschutzrisiko Smart TV	819

4. Teil

Informationstechnikrecht

21. Kapitel

IT-Vertragsrecht

A. Einleitung und Übersicht über die abgebildeten Lebenssachverhalte	826
B. Wesentliche Grundbegriffe	829
I. Software und Hardware	830
II. IT-Projekt	833
C. Typisierte Lebenssachverhalte im IT-Vertragsrecht	835
I. Einleitung	835
II. Erwerb von Hardware (Kauf, Miete, Leasing)	837
1. Hardwarekauf	837
1.1 Vertragliche Besonderheiten	838
1.2 Vorvertragliches Stadium	839
1.3 Pflichten des Verkäufers/Anbieters	840
1.4 Pflichten des Käufers/Anwenders	842
1.5 Abwicklung des Vertrages	842
1.6 Mängelrechte	843

2. Hardwaremiete	844
2.1 Vertragliche Besonderheiten	844
2.2 Vorvertragliches Stadium	845
2.3 Pflichten des Vermieters	845
2.4 Pflichten des Mieters	846
2.5 Einräumung von Nutzungsrechten	847
2.6 Mängelrechte	848
2.7 Vertragsbeendigung	849
3. Hardwareleasing	850
3.1 Vertragstypologische Einordnung	850
3.2 Vorvertragliches Stadium	850
3.3 Vertragsinhalt	851
3.4 Haftung/Gefahr des zufälligen Untergangs	852
3.5 Mängelrechte	853
3.6 Vertragsbeendigung	854
III. Wartung von Hardware	854
1. Leistungsbild und vertragstypologische Einordnung	854
2. Vorvertraglicher Bereich	855
3. Vertragsgegenstand	856
4. Mängelrechte	861
5. Datenschutz/Geheimhaltung	861
6. Vertragsbeendigung	862
IV. Erwerb und Nutzung von Software	862
1. Softwarekauf	862
1.1 Vertragstypologische Einordnung	862
1.2 Vorvertragliches Stadium	864
1.3 Pflichten des Verkäufers	864
1.4 Rechteeinräumung	866
1.5 Pflichten des Käufers	869
1.6 Übergabe der Software	870
1.7 Mängelrechte	871
1.8 Besondere Formen des Vertragsschlusses – Schutzhüllenverträge (Shrink-Wrap-Verträge) und Enter-Vereinbarungen	872
2. Überlassung von Standardsoftware auf Zeit – Miete/ASP/SaaS	873
2.1 Vertragstypologische Einordnung/Abgrenzung	874
2.2 Pflichten der Vertragsparteien	874
2.3 Rechteeinräumung	878
2.4 Mängelrechte	878
2.5 Vertragsbeendigung	879
3. Softwareleasing	880
4. Application Service Providing (ASP)/SaaS	881
4.1 ASP	881
4.2 Software as a Service (SaaS)	890

V. Softwareerstellung	891
1. Vertragstypologische Einordnung	892
2. Vorvertragliches Stadium/Projektbeginn „ohne“ Vertrag	895
2.1 Vorvertragliches Stadium	895
2.2 Beginn des Softwareerstellungsjprojekts „ohne“ Vertrag	897
2.3 Planungsphase als vorgeschaltete Phase	898
3. Leistungsumfang/Pflichten des Softwareerstellers	898
4. Pflichten des Anwenders	900
5. Änderungen des Leistungsumfangs	901
6. Rechteübertragung	903
7. Abnahme/Ablieferung	903
8. Leistungsstörungen	905
9. Vorgehensmodelle bei Softwareerstellungsjprojekten, insbesondere „agile Softwareerstellung“	907
VI. Pflege von Software	909
1. Vertragstypologische Einordnung	911
2. Abschlusszwang	913
3. Pflichten des Anbieters	913
4. Pflichten des Kunden	913
5. Mängelrechte und Haftung	916
6. Vertragslaufzeit	916
 D. Ausgewählte weitere Fallgestaltungen im IT-Vertragsrecht	918
I. Verträge in der Planungsphase von IT-Projekten, Systemberatung	918
1. Vertragstypologische Einordnung von Beratungsleistungen	918
2. Pflichten des Beraters	919
3. Pflichten des Kunden	920
4. Rechteübertragung	921
5. Abnahme bei werkvertraglicher Einordnung, Mängel und Haftung	921
6. Vertragsdauer	922
II. Systemverträge/IT-Projektverträge	922
1. Systemverträge	922
2. Projektverträge	925
2.1 Vertragstypologische Einordnung	925
2.2 Inhalt	925
3. FuE-Verträge im IT-Bereich, Kooperationsvereinbarungen	927
III. Generalunternehmer-/Subunternehmergestaltungen	929
1. Vertragskonstellation und Interessenlage	930
2. Besonderheiten bei Subunternehmerverträgen	931
IV. Rechenzentrumsverträge/Service-RZ-Verträge	934
1. Vertragstypologische Einordnung	934
2. Besonderheiten	935

V. Cloud Computing	936
1. Struktur	937
2. Vertragstypologische Einordnung	938
3. Besonderheiten	938
VI. Grundzüge von Outsourcing-/Backsourcingverträgen	940
1. Outsourcing	940
1.1 Arten des Outsourcing	941
1.2 Vertragstypologische Einordnung	942
1.3 Inhalt des Outsourcing-Vertrages	942
1.4 Arbeitsrechtliche Aspekte	943
2. Backsourcing	944
VII. Hard-/Softwarevertriebsverträge, Großhändlerverträge, OEM-Gestaltungen	944
1. Hardwarevertriebsverträge	945
2. Softwarevertriebsverträge	945
3. Großhändlerverträge	945
4. OEM-Gestaltungen	946
VIII. Quellcodehinterlegung/Escrow	947
1. Grundkonstellation	948
2. Zweck der Hinterlegung	948
3. Vertragstypologische Einordnung	949
4. Insolvenzfestigkeit der Hinterlegung	949
4.1 Hinterlegung bei einer Hinterlegungsstelle	950
4.2 Hinterlegung beim Kunden	950
5. Vertragsinhalt	952
5.1 Hinterlegungsgegenstand/Hinterlegungsstelle	953
5.2 Pflichten der Vertragsparteien	954
5.3 Herausgabe der Materialien	954
5.4 Vertragsbeendigung	955

22. Kapitel

Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs, Internetrecht

Vorbemerkung

A. Allgemeine Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs ...	960
I. Einleitung	960
II. Ausgewählte Begriffe	961
III. Wichtige rechtliche Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs	962
IV. Vertragsrecht	965
1. Allgemeines	965
2. Besonderheiten digital übermittelter Willenserklärungen	966
2.1 Willenserklärungen im Internet	966
2.2 Abgabe von Willenserklärungen	967

2.3 Zugang der Willenserklärung	968
2.4 Konkludente Willenserklärungen und Schweigen	969
3. Anfechtung	969
4. Webseite: Invitatio ad offerendum	971
5. Stellvertretung	971
6. Virtuelle Marktplätze	972
6.1 Power Shopping	972
6.2 Umgekehrte Versteigerungen	973
6.3 Internetauktionen	974
6.4 Leistungsstörungen im Nutzerverhältnis	974
V. Geschäfte im elektronischen Geschäftsverkehr (§§ 312i und 312j BGB und Art. 246 f. EGBGB)	975
VI. Fernabsatzrecht	978
1. Das Fernabsatzgeschäft	979
2. Informationspflichten	982
3. Widerrufsrecht, Widerrufsbelehrung	987
3.1 Widerrufsrecht nach § 312g BGB	988
3.2 Inhalt des Widerrufsrechts	988
3.3 Rechtskonforme Widerrufsbelehrung	990
3.4 Rechtsfolgen des Widerrufs	991
3.5 Kein Rückgaberecht	992
3.6 Sonstige Neuregelungen im Zuge der Novellierung	992
4. Informationspflichten nach der PAngV	993
5. Informationspflichten nach der DL-InfoV	994
VII. Einbeziehung allgemeiner Geschäftsbedingungen	995
VIII. Internationales Vertragsrecht	996
1. Anwendbares Recht	996
2. Gerichtliche Zuständigkeiten	999
IX. Elektronische Signaturen	1001
1. Technische Funktionsweise	1001
2. Praktische Bedeutung	1002
X. Haftung der im Netz Tätigen	1005
1. Haftungsbeschränkungen nach dem TMG	1006
1.1 Grundsatz § 7 TMG	1007
1.2 Haftungsprivileg des § 8 TMG	1008
1.3 Haftungsprivileg des § 9 TMG	1009
1.4 Haftungsprivileg des § 10 TMG	1010
1.5 Proaktive Überwachungspflichten der Provider	1011
2. Zivilrechtliche Haftungstatbestände	1012
2.1 Allgemeine zivilrechtliche Haftungstatbestände	1012
2.2 Störerhaftung	1013
3. Gewerblicher Rechtsschutz, Urheberrecht, Wettbewerbsrecht	1015
4. Haftung für Links und Suchmaschinen	1015

5. Haftung von Internetauktionshäusern	1017
5.1 Vertragliche Pflichtverletzungen	1017
5.2 Haftung gegenüber Dritten	1020
6. Haftung von Forenbetreibern	1021
7. Haftung der P2P-Netzwerkbetreiber/P2P-Anwender	1023
8. Haftung von WLAN-Betreibern	1025
B. Domain-Verträge	1026
I. Registrierung der Domain .de bei der DENIC	1028
II. Vertrag mit dem ISP	1029
III. Domain-Übertragung	1032
IV. Domain-Vermietung/Domain-Verpachtung	1032
C. ISP-Vertrag	527
I. Access Providing	1033
1. Rechtsnatur	1033
2. Pflichten des Access-Providers	1034
3. Pflichten des Kunden	1037
4. Vertragsverletzungen/Mängelrechte	1038
5. Haftung	1038
6. Vertragsbeendigung	1039
II. Presence-Providing/Webhosting	1039
1. Webhosting	1039
1.1 Rechtsnatur	1039
1.2 Pflichten des Webhosters	1041
1.3 Pflichten des Kunden	1042
1.4 Mängelrechte	1043
1.5 Haftung	1043
1.6 Einräumung von Rechten	1044
1.7 Vertragsbeendigung	1044
2. Server-Housing	1045
2.1 Rechtsnatur	1045
2.2 Pflichten des Server-Housing-Anbieters	1046
2.3 Pflichten des Kunden	1046
2.4 Vertragsbeendigung	1046
3. Virtuelle Server	1047
4. Reseller-Verträge	1047
III. Content-Provider	1047
D. Informationshandel über Online-Datenbanken	1048
I. Rechtsnatur	1049
II. Anwendbare Vorschriften	1050
III. Pflichten der Vertragsparteien	1051

IV. Einräumung von Rechten	1051
V. Mängelrechte/Haftung	1052
VI. Vertragsbeendigung	1053
E. Vertrag über Webdesign	1053
I. Einmalige Erstellung einer Internetpräsenz	1053
1. Rechtsnatur	1053
2. Vorvertragliches Stadium	1054
3. Pflichten der Vertragsparteien	1054
4. Einräumung von Rechten	1055
5. Mitwirkungspflichten	1056
6. Abnahme/Übergabe	1056
7. Mängelrechte	1056
II. Sitebetreuungsverträge	1057
F. Vertrag über den Erwerb von Rechten an Webcontent	1058
I. Vertragsvarianten	1058
II. Vertragstypologische Einordnung	1059
III. Pflichten des Content-Providers	1060
1. Beschreibung der Inhalte	1060
2. Technische Vorgaben	1060
3. Pflege der Inhalte	1061
4. Kontrolle der Inhalte	1061
5. Verfügbarkeit der Inhalte	1061
6. Sonstige Pflichten	1061
IV. Pflichten des Kunden	1062
V. Einräumung von Nutzungsrechten	1062
VI. Mängelrechte	1063
VII. Haftung	1064
1. Haftung gegenüber Dritten	1064
2. Haftung im Vertragsverhältnis	1064
G. Sonstige Fallgestaltungen	1065

23. Kapitel

IT-Strafrecht

I. Einführung	1068
II. Internationaler Rahmen	1069
1. Das Übereinkommen des Europarates über Computerkriminalität	1070
2. Die EU-Richtlinien über Angriffe auf Informationssysteme und zur Bekämpfung der Kinderpornographie	1072

III. Nationales IT-Strafrecht – Allgemeiner Teil	1075
1. Die Anwendbarkeit deutschen Strafrechts	1076
1.1 Grundprinzipien	1076
1.2 Territorialitätsprinzip und Delikte im Internet	1076
2. Die „Haftungsfiler“ des TMG	1078
IV. Nationales IT-Strafrecht – Besonderer Teil	1079
1. Überblick	1079
2. Straftaten gegen die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit informationstechnischer Systeme	1081
2.1 Ausspähen von Daten, § 202a StGB	1081
2.2 Abfangen von Daten, § 202b StGB	1082
2.3 Vorbereiten des Ausspähens und Abfangens von Daten, § 202c StGB	1082
2.4 Datenveränderung, § 303a StGB	1083
2.5 Computersabotage, § 303b StGB	1084
3. Computerbetrug und informationstechnikspezifische Sonderformen des Betrugs	1085
3.1 Computerbetrug, § 263a StGB	1085
3.2 Informationstechnikspezifische Sonderformen des Betrugs, § 263 StGB	1087
4. Domain Grabbing und Erpressung, § 253 StGB	1089
5. Programmierung von Malware, Anbieten von Anleitungen und Programmierungstools	1089
6. Versenden unerbetener Werbenachrichten (Spam)	1090
7. Mail-Filter und Verletzung des Post- oder Fernmeldegeheimnisses, § 206 StGB	1090
8. IP-Spoofing und Fälschung beweisbarer Daten, § 269 StGB	1091
9. Phishing und Fälschung beweisbarer Daten, § 269 StGB	1091
10. Inhaltsbezogene Straftaten	1092
10.1 Internet und Pornographie, §§ 184 ff. StGB	1092
10.2 Filesharing sowie Streaming und die Verletzung von Urheberrechten, §§ 106 ff. UrhG	1096
10.3 Internet und Glücksspiele, § 284 StGB	1099

5. Teil

Vergaberecht

24. Kapitel

Übersicht über das Vergaberecht

I. Grundstrukturen des Vergaberechts	1108
1. Öffentlicher Einkauf als Gegenstand des Vergaberechts	1111
2. Der Begriff des öffentlichen Auftraggebers	1112
2.1 Der allgemeine Begriff des öffentlichen Auftraggebers in § 98 GWB	1112
2.2 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten als öffentliche Auftraggeber	1114

2.3 Auftragsvergabe an und durch Tochterunternehmen	1117
2.3 Öffentliche Auftraggeber in der Rechtsprechung des EuGH	1117
3. Verfahrensarten bei nationalen und europaweiten Vergaben	1118
II. Ablauf der einzelnen Verfahren	1119
1. Öffentliche Ausschreibung/Offenes Verfahren	1119
1.1 Aufforderungsphase	1120
1.2 Angebotsphase	1122
1.3 Prüfungs- und Wertungsphase in vier Stufen	1123
2. Beschränkte Ausschreibung/Nichtoffenes Verfahren	1124
3. Freihändige Vergabe/Verhandlungsverfahren	1125
4. Wettbewerblicher Dialog als Sonderform eines Vergabeverfahrens	1126
4.1 Gesetzlicher Rahmen des Wettbewerblichen Dialogs	1126
4.2 Zulässigkeit nur für besonders komplexe Aufträge von staatlichen Auftraggebern	1126
4.3 Phasen eines Wettbewerblichen Dialogs	1127
III. Besonderheiten bei der Wertung der Angebote	1128
1. Wertung von Nebenangeboten	1128
2. Gewichtung von Zuschlagskriterien mittels einer Bewertungsmatrix, z.B. UfAB V	1130
IV. Übersicht über den Rechtsschutz in Vergabesachen	1132
1. Primärrechtsschutz bei Überschreitung des Schwellenwertes	1132
2. Primärrechtsschutz unterhalb der Schwellenwerte?	1134
3. Sekundärrechtsschutz mit Schadensersatz in Geld	1135

25. Kapitel

Übersicht über das IT-Vertragsrecht der öffentlichen Auftraggeber

I. Einführung	1137
II. Kernpunkte einzelner EVB-IT und der verbleibenden BVB	1142
1. Systemvertrag	1142
1.1 Vertragsgegenstand des Systemvertrags	1142
1.2 Ausgewählte Vertragsinhalte	1145
2. Erstellung von Individualsoftware	1146
3. Systemlieferungsvertrag	1147
4. Kauf von Hardware	1148
5. Dienstleistung im IT-Bereich	1148
6. Überlassung von Standardsoftware, Typ A und Typ B	1149
7. Instandhaltung von Hardware	1149
8. Pflege von Software	1150
9. Miete von Hardware (BVB-Miete), Pflege von Individualsoftware (BVB-Pflege), Planung von Individualsoftware (BVB-Planung)	1150

6. Teil Urheberrecht und benachbarte Rechtsgebiete

26. Kapitel Urheberrecht und Leistungsschutzrechte

A. Vororientierung	1155
I. Geschichtliche Entwicklung des Urheberrechts	1155
II. Begriff und Funktion des Urheberrechts	1160
1. Begriff	1160
2. Funktion	1161
III. Ab- und angrenzende Schutzrechte	1163
1. Verwandte Schutzrechte, Leistungsschutzrechte	1163
2. Gewerbliche Schutzrechte	1163
2.1 Technische Schutzrechte	1165
2.2 Designs	1165
2.3 Marken	1166
3. Wettbewerbsrecht	1167
3.1 Abgrenzung zum UWG	1167
3.2 Kartellrecht	1168
4. Andere Persönlichkeitsrechte	1168
B. Das Werk als Schutzobjekt	1169
I. Werkbegriff	1170
1. Registrierung ist keine Schutzvoraussetzung	1170
1.1 Registrierung anonymer und pseudonymer Werke, § 138 UrhG	1170
1.2 Urhebervermerk	1171
1.3 Prioritätsnachweis durch Hinterlegung	1172
2. Persönliche geistige Schöpfung	1172
2.1 Schöpfungshöhe – sog. kleine Münze	1173
2.2 Von der schutzunfähigen Idee zum schutzfähigen Entwurf	1173
II. Relevante Beispiele aus der Praxis	1174
1. Formate	1174
2. Bekannte Figuren	1175
3. Werbeslogans	1175
4. Sound-Sampling, Handyklingeltöne	1176
5. Benutzeroberflächen, Webseiten, Handylogos	1176
6. Sammel- und Datenbankwerke (§ 4 UrhG)	1177
7. Elektronische Programmführer	1177
III. Abhängige Werke	1177
1. Bearbeitung und freie Benutzung	1177
1.1 Bearbeitung, §§ 3, 23 UrhG	1178
1.2 Freie Benutzung, § 24 UrhG	1180
1.3 Plagiat und Parodie	1181

C. Der Urheber als Schutzsubjekt	1183
I. Das Schöpferprinzip – in Abgrenzung zu „work made for hire“	1183
1. Grundsatz	1183
2. Einschränkungen	1185
II. Miturheberschaft	1186
D. Inhalt des Urheberrechts	1188
I. Urheberpersönlichkeitsrecht	1188
1. Veröffentlichungsrecht gem. § 12 UrhG	1188
2. Anerkennung der Urheberschaft gem. § 13 UrhG	1190
3. Entstehung des Werkes, § 14 UrhG	1192
II. Verwertungsrechte	1193
1. Vervielfältigungsrecht, § 16 UrhG	1196
2. Verbreitungsrecht, § 17 UrhG	1199
3. Vermietrecht, § 17 Abs. 3 UrhG	1201
4. Ausstellungsrecht, § 18 UrhG	1202
5. Vortrags-, Vorführungs- und Aufführungsrecht, § 19 UrhG	1203
5.1 Regelungsgehalt	1203
5.2 Verwertungspraxis	1204
6. Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, § 19a UrhG	1206
7. Senderecht, europäische Satellitensendung und Kabelweitersendung, §§ 20, 20a, 20b UrhG	1210
8. Zweitverwertungsrechte, §§ 21, 22 UrhG	1213
E. Verwertung des Urheberrechts/Urhebervertragsrecht	1214
I. Rahmenbedingungen	1214
1. Schutzdauer	1214
2. Übertragbarkeit	1215
3. Vererblichkeit	1216
II. Verwertung der Urheberrechte durch Einräumung von Nutzungsrechten ..	1217
1. Entstehung des Nutzungsrechts durch konstitutive Rechtseinräumung	1218
2. Die Einräumung von Nutzungsrechten	1218
3. Die Ausgestaltung der Einräumung von Nutzungsrechten	1220
3.1 Einfache und ausschließliche Nutzungsrechte	1220
3.2 Die Beschränkung von Nutzungsrechten	1220
3.3 Unbekannte Nutzungsarten	1222
3.4 Die Zweckübertragungstheorie	1225
3.5 Allgemeine Geschäftsbedingungen	1225
4. Weiterübertragung von Nutzungsrechten, §§ 34, 35 UrhG	1227
5. Erlöschen von Nutzungsrechten	1228

F. Vergütungsregelungen des Urheberrechts	1230
I. Gesetzliche Vergütungsansprüche	1230
II. Vertragliche Vergütungsansprüche	1232
1. Anspruch auf angemessene Vergütung bei Vertragsschluss, § 32 UrhG	1232
2. Anspruch auf weitere Beteiligung, § 32a UrhG	1235
3. Anspruch auf gesonderte Vergütung für später bekannte Nutzungsarten, § 32c UrhG	1236
4. Gemeinsame Vergütungsregeln, § 36 UrhG	1236
G. Schutz des ausübenden Künstlers (§§ 73 ff. UrhG)	1237
H. Schutz des Konzert- und Theaterveranstalters (§ 81 UrhG)	1239
I. Schutz des Tonträgerherstellers (§§ 85 f. UrhG)	1239
J. Schutz des Sendeunternehmens (§ 87 UrhG)	1241
K. Schutz des Films, des Filmherstellers und Laufbildschutz (§§ 88 ff., 94, 95 UrhG)	1242
L. Leistungsschutzrecht für Presseverleger	1245
M. Internationales Urheberrecht	1246
I. Fremdenrecht, Territorialitätsprinzip und Schutzlandprinzip	1247
II. Staatsverträge	1249
1. RBÜ	1249
2. WUA	1249
3. WCT	1250
4. TRIPS	1250
5. Weitere Verträge	1250
III. Europäisches Urheberrecht	1251

27. Kapitel

Recht der Verwertungsgesellschaften

I. Einführung	1253
II. Rechtlicher Rahmen	1254
III. Rechte und Pflichten der Verwertungsgesellschaft	1255
IV. Tarife	1256
V. Gesamtverträge	1258
VI. Verteilung der Einnahmen	1259
VII. Die Aufsicht über die Verwertungsgesellschaften	1260

VIII. Streitigkeiten	1261
1. Verfahren vor der Schiedsstelle	1261
2. Verfahren vor den ordentlichen Gerichten	1261
IX. Die einzelnen Verwertungsgesellschaften	1262
1. GEMA	1262
2. GVL	1263
3. VG WORT	1263
4. VG Bild-Kunst	1264
5. VG Musikedition	1264
6. VG Media	1265
7. Verwertungsgesellschaften der Filmhersteller etc.	1266
7.1 GÜFA	1266
7.2 VFF	1266
7.3 VGF	1267
7.4 GWFF	1267
7.5 AGICOA	1267
7.6 VG TWF	1268
X. Zusammenarbeit beim Inkasso	1268
XI. Europäische und internationale Zusammenarbeit	1268

28. Kapitel

Urheberrecht und Verlagsrecht

A. Einleitung	1269
B. Regelungsrahmen des Verlagsrechts	1270
I. Verlagsrecht und Urheberrecht	1270
1. Urheberrecht vergeht, Verlagsrecht besteht	1270
2. Das Primat des Verlagsrechts	1271
3. Für den Verlagsvertrag wichtige Regelungen des UrhG	1272
3.1 Die Einräumung von Nutzungsrechten	1272
3.2 Die Zweckübertragungslehre	1273
3.3 Neue Nutzungsarten	1274
II. Sonstige relevante Regelungen	1275
C. Verlagsvertrag und Verlagsgesetz	1276
I. Der Verlagsvertrag	1276
1. Gegenstand und Parteien des Verlagsvertrages	1276
2. Pflichten des Verfassers	1279
2.1 Hauptpflichten	1279
2.2 Nebenpflichten des Verfassers	1282

3. Pflichten des Verlegers	1283
3.1 Hauptpflichten	1283
3.2 Nebenpflichten	1289
4. Das Eigentum am Manuskript	1291
5. Die Beendigung des Verlagsvertrages	1291
5.1 Vertragsgemäße Beendigung	1291
5.2 Die Kündigung des Vertrages	1292
5.3 Rücktrittsrechte	1292
5.4 Weitere Beendigungstatbestände	1294
6. Der Verlagsvertrag in der Insolvenz des Verlegers	1294
II. Vertragstypen	1295
1. Der Literaturverlagsvertrag	1295
2. Sammelwerke und Zeitschriften	1296
2.1 Besonderheiten	1296
2.2 Das Recht am Titel	1296
2.3 Verhältnis des Verlages zum Herausgeber	1297
3. Der Musikverlagsvertrag	1297
4. Der Kunstverlagsvertrag	1300
5. Der Bestellvertrag	1300
6. Sonstige Verträge	1300
 D. Wahrnehmungsverträge	 1300
 E. Anhänge	 1302
1. Normvertrag zum Abschluss von Verlagsverträgen – Neue Fassung, gültig ab 6.2.2014	1302
2. Gemeinsame Vergütungsregeln Belletristik	1314

29. Kapitel Urheberrecht und Software

A. Einleitung	1317
 B. Rechtsschutz für Software	 1319
I. Schutzgegenstand des § 69a UrhG	1320
II. Urheber/Urheberpersönlichkeitsrechte/Arbeitnehmerurheber/Freie Mitarbeiter	1324
1. Urheber eines Werkes	1324
2. Urheberpersönlichkeitsrechte	1325
3. Arbeitnehmerurheber	1326
3.1 Zuordnung von Rechten an Computerprogrammen	1326
3.2 Vergütung	1328
4. Freie Mitarbeiter	1329

III. Verwertungsrechte, Einräumung von Nutzungsrechten, Mindestrechte	1330
1. Vervielfältigungsrecht	1330
2. Umarbeitungsrecht	1330
3. Verbreitungsrecht	1331
4. Recht der öffentlichen Wiedergabe	1332
5. Nutzungsrechte	1332
6. Grenzen/Mindestrechte	1333
7. Der Handel mit „gebrauchter“ Software	1335
8. Instrumente zur Prüfung der Einhaltung gewährter Nutzungsrechte	1340
9. Weitere besondere Arten von Computerprogrammen im Hinblick auf Nutzungs- und Verwertungsrechte	1341
IV. Rechtsverletzungen	1342
V. Hinweise zur Patentierbarkeit computerimplementierter Erfindungen	1342
C. Rechtsschutz für Datenbanken	1344
I. Rechtsschutz nach §§ 87a ff. UrhG	1344
1. Begriff der Datenbank	1345
1.1 Sammlung unabhängiger Elemente	1345
1.2 Zugänglichkeit der einzelnen Elemente	1346
1.3 Systematische oder methodische Anordnung	1346
1.4 Wesentliche Investition	1347
1.5 Amtliche Datenbanken	1349
2. Rechte des Datenbankherstellers und dessen Grenzen	1349
2.1 Begriff des Datenbankherstellers	1349
2.2 Schutzdauer	1349
2.3 Rechte des Datenbankherstellers	1350
II. Datenbankwerke	1354

30. Kapitel

IT-Immaterialgüterrecht, Kennzeichen- und Domainrecht

A. Einführung	1357
B. Gewerblicher Rechtsschutz	1358
I. Begriff	1358
II. Die gewerblichen Schutzrechte	1359
1. Allgemeine Grundlagen	1359
2. Patente	1360
3. Gebrauchsmuster	1362
4. Halbleiterschutz	1362
5. Designs	1363
6. Kennzeichen	1364
III. Schranken der gewerblichen Schutzrechte	1364

C. Kennzeichenrecht	1365
I. Schutzgegenstand und Schutzerlangung	1366
1. Marken	1366
1.1 Allgemeines	1366
1.2 Registermarke	1366
1.3 Benutzungsmarke	1370
1.4 Gemeinschaftsmarke	1371
1.5 Erstreckung einer ausländischen Marke	1371
2. Unternehmenskennzeichen	1371
3. Werktitel	1372
4. Geographische Herkunftsangaben	1373
5. Namensrecht (§ 12 BGB)	1374
II. Schutzwirkungen	1374
1. Marken	1374
1.1 Identitätsschutz	1374
1.2 Schutz vor Verwechslungsgefahr	1375
1.3 Schutz bekannter Marken	1378
2. Unternehmenskennzeichen und Werktitel	1380
3. Besondere Schutzschranke	1382
4. Ansprüche des Kennzeicheninhabers	1382
III. Beendigung des Kennzeichenschutzes	1383
1. Marken	1383
2. Unternehmenskennzeichen und Werktitel	1384
IV. Besonderheiten bei Kennzeichenverletzungen im Internet	1385
1. Territorialitäts- und Schutzlandprinzip	1385
2. Metatags und Keyword-Advertising	1387
2.1 Metatags	1387
2.2 Keyword-Advertising	1388
3. Links	1390
4. Partnerprogramme im Internet – „Affiliate-Marketing“	1391
5. Haftung von Internet-Auktionshäusern und Internetauktions-Verkäufern	1394
5.1 Internet-Auktionshäuser	1394
5.2 Internetauktions-Verkäufer	1396
D. Domainrecht	1397
I. Rechtsnatur und Funktion von Domains	1397
II. Entstehung von Kennzeichenrechten an Domainnamen	1400
1. Werktitel	1400
2. Unternehmenskennzeichen	1401
3. Marken	1402

III. Verletzung von Rechten Dritter durch Domainnamen	1402
1. Verletzung von Marken, Unternehmenskennzeichen und Werktiteln	1402
2. Namensschutz, § 12 BGB	1404
3. Anspruch auf Übertragung eines Domainnamens	1407
4. Haftung der Domain-Vergabestelle	1408
5. Schiedsverfahren bei Rechtsverletzungen durch Domainnamen	1409

31. Kapitel

Film- und Fernsehvertragsrecht

I. Einleitung	1411
II. Der Lizenzvertrag	1412
1. Der Begriff des Lizenzvertrags	1412
2. Einführung	1412
3. Praxis-Muster „Fernsehlizenzvertrag“	1413
4. Die Vertragsparteien	1417
5. Essentialia des Lizenzvertrags	1418
5.1 Der Lizenzgegenstand	1418
5.2 Das Liefermaterial	1418
5.3 Die lizenzierten Rechte	1419
5.4 Von Verwertungsgesellschaften wahrgenommene Rechte	1422
5.5 Die Lizenzvergütung	1423
6. Die Rechtsgarantie	1424
III. Der klassische Auftragsproduktionsvertrag	1424
1. Der Begriff der Auftragsproduktion	1424
1.1 Die unechte Auftragsproduktion	1425
1.2 Die echte Auftragsproduktion	1425
1.3 Steuerrechtliche Konsequenzen	1426
2. Allgemeines zum Auftragsproduktionsvertrag	1427
3. Rechtliche Einordnung des Auftragsproduktionsvertrags	1428
4. Der Inhalt des Auftragsproduktionsvertrags	1429
4.1 Der Vertragsgegenstand	1429
4.2 Technische Richtlinien	1430
4.3 Beistellungen	1430
4.4 Vergütung	1431
4.5 Rechteübertragung und Rechtsgarantie	1431
4.6 Eigentumsübertragung Material	1433
4.7 Jugendschutz	1433
4.8 Werbung, Sponsoring, Produktplatzierung	1436
4.9 Sonstiges	1437
4.10 Besonderheiten der Auftragsproduktionsverträge des ZDF	1438
IV. Der Buchentwicklungsvertrag	1438
1. Einführung	1438
2. Filmförderung	1439
3. Bankgarantie	1439

4. Praxis-Muster „Rechtegarantie“	1439
5. Jugendschutz	1440
6. Sonstiges	1440
V. Der Koproduktionsvertrag	1440
VI. Vereinbarungen über Fernsehshowformate	1441
1. Der Begriff des Fernsehshowformats	1441
2. Der Optionsvertrag	1442
3. Das Deal Memo	1444
3.1 Einführung	1444
3.2 Praxis-Muster „Deal Memo“	1444

32. Kapitel Musikrecht

A. Einleitung	1447
I. Musik, Musikwirtschaft und Musikvertragsrecht	1447
1. Veränderungen im Musikgeschäft	1448
2. Beteiligte und ihre Rechtsbeziehungen	1449
II. Rechtsverletzungen und zivilrechtliche Verletzungsansprüche bei der Nutzung von „Musik“	1450
III. Gegenstand der Darstellung	1451
B. Musikurheberrecht und Rechteverwertung (Musikverlagsrecht) ...	1447
I. Urheberrechtlicher Schutz von „Musik“	1447
1. Das Musikwerk	1448
2. Der Sprachwerk (Liedtext)	1449
3. Musikalische Bearbeitungen	1454
II. Der Musikurheber	1450
1. Alleinurheber	1456
2. Miturheber	1456
3. Urheber verbundener Werke	1457
4. Werkbearbeiter	1458
III. Schutzdauer	1451
IV. Die Rechte des Musikurhebers	1459
1. Urheberpersönlichkeitsrechte	1459
2. Urheberverwertungsrechte	1461
V. Rechteverwertung	1468
1. Kollektive und individuelle Wahrnehmung von Rechten an „Musik“ ...	1468
2. Kollektive Rechtswahrnehmung auf Grundlage des Berechtigungsvertrags mit der GEMA	1469
2.1 Rechtsnatur des Berechtigungsvertrags	1470
2.2 Vertragsparteien	1471

2.3 Gegenstand des Berechtigungsvertrags	1471
2.4 Die übertragenen Nutzungsrechte	1472
2.5 Besonderheiten bei einzelnen Nutzungsrechten	1473
3. Individuelle Rechtswahrnehmung durch Musikverlage	1468
3.1 Musikverlagsverträge zwischen Musikurhebern und Musikverlagen	1475
4. Kooperationsverträge zwischen Musikverlagen sowie zwischen Musikverlagen und Nicht-Verlagen	1489
4.1 Co-Verlagsvertrag	1489
4.2 Editionsvertrag	1491
4.3 Administrationsvertrag	1492
 C. Leistungsschutzrechte bei der Musikproduktion; Rechteverwertung	 1492
I. Leistungsschutzrecht und Leistungsschutzberechtigte	1493
1. Leistungsschutzrechte ausübender Künstler	1493
1.1 Persönlichkeitsrechte ausübender Künstler	1494
1.2 Verwertungs- bzw. Vermögensrechte ausübender Künstler	1494
2. Leistungsschutzrechte des Tonträgerherstellers	1496
2.1 Schutzgegenstand	1497
2.2 Tonträgerhersteller	1497
2.3 Verwertungsrechte des Tonträgerherstellers	1498
2.4 Vergütungsansprüche	1499
3. Leistungsschutzrechte des Veranstalters	1500
II. Rechteverwertung	1500
1. Erstverwertung	1500
1.1 Künstlerexklusivvertrag	1501
1.2 Bandübernahmevertrag	1509
1.3 Produzentenvertrag	1511
1.4 „Künstlerquittung“	1512
1.5 Vertriebsverträge	1513
2. Zweitverwertung	1513
 33. Kapitel	
Musiknutzung in Film und Fernsehen	
I. Einleitung	1517
II. Urheberrechtliche Grundlagen	1517
1. Rechte am Film	1517
2. Rechte an der Musik	1517
2.1 Urheberrechte am Musikwerk	1518
2.2 Leistungsschutzrechte an der Aufnahme	1518
3. Erforderliche Rechte zur Nutzung von Musik in Film- und Fernsehproduktionen	1518
3.1 Herstellungsrechte (Filmherstellungsrecht/Filmeinblendungsrecht)	1519
3.2 Auswertungsrechte	1519

4. Sonderfall: Möglichkeiten freier Verwendung von Musik in Filmproduktionen	1520
III. Die Lizenzierung in der Praxis	1521
1. Musikknutzung im Kinofilm	1521
1.1 Herstellungsrechte (Filmherstellungsrecht/Filmeinblendungsrecht)	1521
1.2 Auswertungsrechte	1522
2. Musikknutzung in Fernsehproduktionen	1522
2.1 Herstellungsrechte (Filmherstellungsrecht/Filmeinblendungsrecht)	1522
2.2 Auswertungsrechte	1523
3. Besonderheiten bei der Verwendung von Fremdtiteln und Auftragsmusik	1524
3.1 Vorbestehende Fremdtitel	1524
3.2 Auftragsmusik	1525

34. Kapitel

Urheberrechtsverletzungen

– zivilrechtliche und strafrechtliche Konsequenzen –

A. Zivilrechtliche Ansprüche	1527
I. Unterlassung und Beseitigung	1527
1. Voraussetzungen	1528
1.1 Eingriff in geschütztes Recht	1528
1.2 Rechtswidrigkeit	1528
1.3 Kein Verschulden	1529
1.4 Anspruchsberechtigter (Aktivlegitimation)	1529
1.5 Anspruchsverpflichteter (Passivlegitimation)	1530
2. Rechtsfolgen	1531
2.1 Beseitigung	1531
2.2 Unterlassung	1531
II. Schadensersatz	1533
1. Voraussetzungen	1533
1.1 Rechtswidriger Eingriff in ein geschütztes Recht	1533
1.2 Verschulden	1533
1.3 Anspruchsberechtigter und -verpflichteter	1534
2. Rechtsfolgen	1535
2.1 Arten des Schadensersatzes	1535
2.2 Drei Berechnungsmöglichkeiten des Vermögensschadens	1535
III. Ungerechtfertigte Bereicherung	1537
IV. Auskunft und Rechnungslegung, Vorlage und Besichtigung	1537
1. Auskunft und Rechnungslegung	1538
2. Vorlage und Besichtigung	1539
V. Vernichtung, Rückruf, Überlassung	1539

VI. Geltendmachung der Ansprüche	1540
1. Außergerichtliche Geltendmachung	1540
1.1 Ansprüche mit Ausnahme von Unterlassung	1540
1.2 Unterlassung – Abmahnung	1540
2. Gerichtliche Geltendmachung	1544
2.1 Rechtsweg	1544
2.2 Gerichtsstand	1544
2.3 Verfahren	1545
3. Verjährung	1547
 B. Strafrechtlicher Schutz	1548
I. Straftatbestände	1548
1. Unerlaubte Verwertung urheberrechtlich geschützter Werke (§ 106 UrhG)	1548
2. Unerlaubte Eingriffe in verwandte Schutzrechte (§ 108 UrhG)	1549
3. Unzulässiges Anbringen der Urheberbezeichnung (§ 107 UrhG)	1549
4. Unerlaubte Eingriffe in technische Schutzmaßnahmen und zur Rechtswahrnehmung erforderliche Informationen (§ 108b UrhG)	1550
II. Vorsatz, Rechtswidrigkeit und Schuld	1550
III. Strafmaß und Nebenfolgen	1551
IV. Strafantrag und Strafverfahren	1551
 C. Exkurs: Urheberrechtsverletzungen im Internet und die Besonderheiten bei der Anspruchsdurchsetzung	1552
I. Technische Grundlagen zur Online-Nutzung von digitalen Inhalten	1552
II. Urheberrechtliche Grundlagen zur Online-Nutzung von digitalen Inhalten	1553
1. Upload	1553
2. Download	1554
3. Streaming	1554
III. Rechtliche Strategien zur Verfolgung von unerlaubten Online-Nutzungen von digitalen Inhalten	1555
1. Vorgehen gegen Endnutzer/Anschlussinhaber	1555
1.1 Auskunftsanspruch gegen Access Provider, § 101 Abs.2 UrhG	1555
1.2 Inanspruchnahme der Anschlussinhaber	1556
1.3 Besonderheiten bei der zivilrechtlichen Anspruchsdurchsetzung	1559
1.4 Strafrechtliches Vorgehen	1561
2. Vorgehen gegen Diensteanbieter	1562
IV. Rechtspolitische Entwicklungen und Zusammenfassung	1563
 <i>Stichwortverzeichnis</i>	1565