

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	Seite 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>)	35
§ 3 Urheberrechtliche Schranken (<i>Raue/Hagemann</i>)	86
§ 4 Film- und Fernsehvertragsrecht (<i>Stützle</i>)	122
§ 5 Internationales Urheberrecht (<i>Albin</i>)	144
§ 6 Verwertungsgesellschaften (<i>Heine/Staats</i>)	165

Teil B. Verlagsrecht

§ 7 Überblick über das Verlagsrecht (<i>Bullinger</i>)	201
§ 8 Verlagsvertragsrecht (<i>Bullinger</i>)	206

Teil C. Musikrecht

§ 9 Musikvertragsrecht (<i>Büscher/Kuhn/Kunisch</i>)	223
§ 10 Musikverlagsrecht (<i>Hilpert-Kruck</i>)	272

Teil D. Recht der öffentlichen Wort- und Bildberichterstattung

§ 11 (Verfassungs-) Rechtliche Grundlagen der Wort- und Bildberichterstattung (<i>Müller</i>)	301
§ 12 Allgemeines Persönlichkeitsrecht und „Medienopfer“ (<i>Müller</i>)	314
§ 13 Wortberichterstattung (<i>Hegemann</i>)	334
§ 14 Bildberichterstattung (<i>Amelung</i>)	372
§ 15 Rechtsfolgen unzulässiger Medienberichterstattung (<i>Hegemann/Amelung</i>)	404

Teil E. Rundfunkrecht

§ 16 Grundlagen (<i>Grünwald</i>)	443
§ 17 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (<i>Höppener</i>)	459
§ 18 Zulassung und Aufsicht beim privaten Rundfunk (<i>Wolter</i>)	491
§ 19 Medienkartellrecht (<i>Grünwald</i>)	507
§ 20 Programm und Werbung beim privaten Rundfunk (<i>Grünwald</i>)	522
§ 21 Rundfunkverbreitung und Plattformregulierung (<i>Christmann</i>)	533

Teil F. Jugendmedienschutz

§ 22 Jugendmedienschutzrecht (<i>Erdemir</i>)	563
---	-----

Teil G. Marken-, wettbewerbsrechtliche und werberechtliche Bezüge des Urheber- und Medienrechts, Titelschutz

§ 23 Medienbezogener Markenschutz (<i>Plessner</i>)	603
§ 24 Unternehmenskennzeichen (<i>Plessner</i>)	651

VII

Inhaltsübersicht

	Seite
§ 25 Titelschutz (<i>Mühlenbernd</i>)	664
§ 26 Der Schutz von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen außerhalb des Markengesetzes (<i>Plessner</i>)	680
§ 27 Anzeigenrecht (<i>Lehment</i>)	689
§ 28 Eigenwerbung der Verlage und Medienunternehmen (<i>Plessner</i>)	720
 Teil H. Grundzüge des Telemedien- und Telekommunikationsrechts	
§ 29 Telekommunikationsrecht (<i>Döpfens</i>)	733
§ 30 Telemedienrecht (<i>Poche</i>)	762
 Teil I. Kulturförderung und Steuerrecht	
§ 31 Kulturförderung (<i>Eisenberg/Hahne</i>)	817
§ 32 Steuerliche Aspekte im Zusammenhang mit Kulturveranstaltungen (<i>Klinkertz</i>)	844
 Teil J. Arbeits- und Sozialrecht	
§ 33 Medienarbeitsrecht und Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht (<i>Harms</i>)	863
 Teil K. Verfahrensrecht	
§ 34 Urheberrechtliche Ansprüche (<i>Schlüter</i>)	907
§ 35 Zuständiges Gericht (<i>Schlüter</i>)	950
§ 36 Vorgerichtliches Verfahren (<i>Schlüter</i>)	959
§ 37 Einstweiliger Rechtsschutz (<i>Schlüter</i>)	972
Sachverzeichnis	989

Inhaltsverzeichnis

Teil A. Urheberrecht und Urhebervertragsrecht

§ 1 Grundlagen des Urheberrechts	Seite
I. Einleitung	2
1. Schutzbereich des Urheberrechts	2
2. Urheberrecht im objektiven und subjektiven Sinn	4
3. Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	5
4. Zur Entstehung des modernen Urheberrechts	5
II. Das Werk – der Urheber – das Urheberpersönlichkeitsrecht (§§ 1 bis 14 UrhG)	6
1. Zum Werkbegriff	6
2. Die Bearbeitung	12
3. Das veröffentlichte und das erschienene Werk	12
4. Zum Begriff des Urhebers	15
5. Die Urheberpersönlichkeitsrechte	16
III. Die Verwertungsrechte (§§ 15 bis 27 UrhG)	24
1. Die Verwertungsrechte in körperlicher Form (§ 15 Absatz 1 UrhG)	26
2. Die unkörperliche Form der Wiedergabe, § 15 Abs. 2 UrhG	30
3. Das Bearbeitungsrecht und die freie Benutzung, §§ 23, 24 UrhG	31
 § 2 Urhebervertragsrecht	
I. Überblick	36
1. Sedes Materiae	36
2. Schuldrechtliche und gegenständliche Regelungen	36
3. Primäres und Sekundäres Urhebervertragsrecht	37
II. Geschichte des Urhebervertragsrechts	37
III. Gesetzliche Wertungen des Urhebervertragsrechts	38
1. Monismus	38
2. Schöpferprinzip	39
3. Angemessene Beteiligung	39
4. Verwerterinteressen	40
5. Ergänzende Leistungsschutzrechte	40
IV. Vertragsgestaltung	40
1. Erfordernis eines Verwertungsvertrags	40
2. Formerfordernisse	42
3. Die Rechteklausel	42
4. Die Vergütungsvereinbarung	55
5. Haftung	78
 § 3 Urheberrechtliche Schranken	
I. Einleitung	88
1. Verankerung des Urheberrechts im Grundgesetz und Einschränkungen des Urheberrechts	88
2. Auslegungsgrundsätze	89
II. Voraussetzungen und Reichweite einzelner gesetzlicher Einschränkungen des Urheberrechts	91
1. Pressespiegel (§ 49 UrhG)	91
2. Berichterstattung über Tagesereignisse (§ 50 UrhG)	97
3. Zitatrecht (§ 51 UrhG)	98

	Seite
4. Recht der öffentlichen Wiedergabe (§ 52 UrhG)	102
5. Öffentliche Zugänglichmachung für Unterricht und Forschung (§ 52 a UrhG)	103
6. Wiedergabe von Werken an elektronischen Leseplätzen in öffentlichen Bibliotheken, Museen und Archiven (§ 52 b UrhG)	104
7. Vervielfältigungen zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch (§ 53 UrhG)	105
8. Kopienversand auf Bestellung (§ 53 a UrhG)	116
9. Werke an öffentlichen Plätzen (§ 59 UrhG)	119
 § 4 Film- und Fernsehvertragsrecht	
I. Urheberrechtliche Grundlagen	122
1. Der Begriff des Filmwerks	123
2. Die Filmurheber	124
3. Der Filmhersteller	125
4. Rechteeinräumung zu Gunsten des Filmherstellers	126
5. Erleichterung der wirtschaftlichen Auswertung des Filmwerks – Einschränkung der Rechte der beteiligten Urheber	127
6. Einschränkungen der Persönlichkeitsrechte der beteiligten Urheber und ausübenden Künstler	129
7. Das Leistungsschutzrecht des Filmherstellers	130
II. Vertragsgestaltung im Rahmen von Filmproduktionen	132
1. Überblick	132
2. Stoffentwicklungsphase	132
3. Produktionsphase	134
III. Wichtige Verträge im Bereich Filmvertrieb	138
1. Überblick	138
2. Filmlizenzvertrag	138
IV. Finanzierung – Filmförderung	140
1. Überblick	140
2. Die Förderungen im Einzelnen	140
3. Internationale Koproduktionsabkommen	143
 § 5 Internationales Urheberrecht	
I. Überblick	144
1. Die Problematik grenzüberschreitender Sachverhalte	144
2. Fallvarianten grenzüberschreitender Bezüge und einschlägiges nationales und internationales Recht	145
II. Kollisionsrecht	146
1. Das Territorialprinzip	146
2. Das Universalitätsprinzip	146
3. Das Schutzlandprinzip	147
III. Das im Kollisionsfall anwendbare Recht	149
1. Der Schutz von Deutschen, Inländern, EU-Ausländern und gleichgestellten Personen im Inland	149
2. Europarecht	150
IV. Internationales Urheberprivatrecht	159
V. Urheberdeliktsrecht	161
1. Vervielfältigung	162
2. Verbreitungsrecht	162
3. Senderecht	162
VI. Besondere Rechtsprobleme im Internet	162
VII. Ausblick de lege ferenda	163

§ 6 Verwertungsgesellschaften	Seite
I. Einführung	166
1. Bedeutung	166
2. Arbeitsweise	166
3. Rechtlicher Rahmen	167
II. Überblick über die bestehenden Verwertungsgesellschaften	168
1. Deutschland	168
2. Internationale Dachverbände	172
III. Verhältnis zu den Rechteinhabern	172
1. Beteiligungsformen	172
2. Rechtswahrnehmung	173
3. Verteilung	178
4. Soziale Tätigkeiten	179
IV. Verhältnis zu den Nutzern	180
1. Vorfragen	180
2. Blankettlizenzierung	182
3. Abschlusszwang	182
4. Tarife	183
5. Gesamtverträge	184
6. Angemessene Vergütung	185
7. Auskunftsansprüche, GEMA-Vermutung	186
V. Gegenseitigkeitsverträge	187
VII. Behördliche Aufsicht	189
1. DPMA	189
2. Bundeskartellamt	190
3. EG-Kommission	190
VI. Schieds- und Gerichtsverfahren	190
1. Schiedsstellenverfahren	190
2. Freiwillige Schlichtung	192
3. Gerichtsverfahren	192
VIII. Aktuelle Entwicklungen im Online-Bereich	194
1. Musikrechte	194
2. Textrechte	198

Teil B. Verlagsrecht

§ 7 Überblick über das Verlagsrecht	
I. Einleitung	201
1. Grundzüge des Verlagsrechtes	201
2. Verlagsfähige Werke	202
3. Verfasser und Verleger	202
4. Verhältnis Verlags- und Urheberrecht	203
II. Besondere Erscheinungsformen des Verlagsvertrages	203
1. Verlagsvertrag über künftiges Werk	203
2. Optionsvertrag	203
3. Verlagsvertrag über gemeinfreie Werke	204
4. Bestellvertrag	205
5. Entwicklung neuer Vertragstypen durch die Praxis	205
§ 8 Verlagsvertragsrecht	
I. Rechte und Pflichten der Parteien aus dem Verlagsvertrag	206
1. Hauptpflichten des Verfassers	206
2. Hauptpflichten des Verlegers	212
3. Weitere Rechte und Pflichten der Vertragsparteien des Verlagsvertrages	213

	Seite
II. Erlöschen des Verlagsrechtes durch Beendigung des Verlagsvertrages	216
1. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Gesetz	216
2. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Kündigung der Vertragsparteien	217
3. Beendigung des Vertragsverhältnisses durch Rücktritt der Vertragsparteien	219

Teil C. Musikrecht

§ 9 Musikvertragsrecht

I. Künstlervvertrag	225
1. Einführung	225
2. Vertragsgegenstand	226
3. Produktion	227
4. Rechteeinräumung	228
5. Exklusivität	230
6. Veröffentlichung und Vermarktung/Werbung	231
7. Vergütung	232
8. Abrechnung und Bezahlung	234
9. Vertragsdauer	235
10. Leistungsstörungen	236
11. Vertragsgebiet	236
12. Sonstiges	237
II. Bandübernahmevertrag	237
1. Vertragsgegenstand	237
2. Rechteeinräumung	238
3. Rechtsgarantie	242
4. Exklusivität	243
5. Produktion und Veröffentlichungsverpflichtung	244
7. Vergütung	247
8. Vertragsdauer	253
9. Künstlerbrief	255
III. Produzentenvertrag	255
1. Vertragsgegenstand	255
2. Rechteeinräumung	256
3. Zustimmungsvorbehalte	257
4. Exklusivität	257
5. Vergütung	257
6. Produktionskosten	258
7. Produktionspflichten	258
8. Vertragsdauer	260
IV. Vertriebsvertrag	260
1. Vertragsgegenstand	260
2. Rechteeinräumung	261
3. Rechtsgarantie	261
4. Herstellung und Anlieferung	262
5. Zusätzliche Vertriebsverpflichtungen	262
6. Vergütung	262
7. Abrechnung	263
8. Vertragsdauer	264
V. Gastspiel-/Tournéevertrag	265
1. Vertragsgegenstand	265
2. Vergütung	266

	Seite
3. Rechte	268
4. Verpflichtungen des Veranstalters	269
5. Verpflichtungen des Künstlers	270
6. Höhere Gewalt	270
7. Vertragsdauer	271
8. Schlussbestimmungen	271
§ 10 Musikverlagsrecht	
I. Einleitung	273
1. Der Werkbegriff im Musikverlagsrecht	273
2. Urhebererschaft an Musikwerken	275
II. Musikverlage	277
1. Pflichten der Musikverlage	278
2. Ansprüche der Musikverlage	279
III. Verwertungsgesellschaft GEMA	280
1. Kollektive Wahrnehmung der Rechte der GEMA-Mitglieder	280
2. Gegenseitigkeitsverträge mit ausländischen Verwertungsgesellschaften	283
IV. Vertragsarten im Musikverlagsrecht	283
1. Autorenverträge	283
2. Co-Verlags- und Editionsverträge	292
3. Administrationsverträge	295
4. Subverlagsverträge	296
5. Katalogkaufverträge	297
6. Besondere Regelungen	299
Teil D. Recht der öffentlichen Wort- und Bildberichterstattung	
§ 11 (Verfassungs-) Rechtliche Grundlagen der Wort- und Bildberichterstattung	
I. Einleitung	301
II. Verfassungsrechtliche Gewährleistungen des Art. 5 GG	302
1. Meinungsfreiheit, Art. 5 Abs. 1 Satz 1 Hs. 1 GG	302
2. Informationsfreiheit, Art. 5 Abs. 1 Satz 1 Hs. 2 GG	303
3. Pressefreiheit, Art. 5 Abs. 1 Satz 2 Var. 1 GG	304
4. Rundfunkfreiheit, Art. 5 Abs. 1 Satz 2 Var. 2 GG	305
5. Filmfreiheit, Art. 5 Abs. 1 Satz 2 Var. 3 GG	306
6. Kunstfreiheit, Art. 5 Abs. 3 GG	306
7. Wissenschaftsfreiheit, Art. 5 Abs. 3 GG	307
8. Exkurs: Art. 10 EMRK	307
III. Schrankenbestimmungen	308
1. Art. 5 Abs. 2 GG	308
2. Verfassungsimmanente Schranken	308
3. Schranken – Schranken	309
IV. Abwägung der Garantien des Art. 5 GG mit anderen Rechtspositionen	309
1. Bedeutung und Zweck der Abwägung	309
2. Abwägungskriterien	310
§ 12 Allgemeines Persönlichkeitsrecht und „Medienopfer“	
I. Einleitung	314
II. Rechtsgrundlagen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	315
1. Allgemeine Gewährleistungen	315
2. Besondere Gewährleistungen	315

	Seite
III. Sachlicher Schutzbereich des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	316
1. Sphärenschutz	317
2. Recht am gesprochenen Wort	322
3. Recht am eigenen Bild	323
4. Persönliche Ehre und sozialer Geltungsanspruch	325
5. Recht auf informationelle Selbstbestimmung	326
IV. Persönlicher Schutzbereich des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	327
1. Lebende natürliche Personen	327
2. Postmortales Persönlichkeitsrecht	327
3. Juristische Personen des Privatrechts	329
4. Juristische Personen des öffentlichen Rechts	330
V Betroffenheit und Erkennbarkeit	331
1. Betroffenheit und Erkennbarkeit natürlicher Personen	331
2. Betroffenheit und Erkennbarkeit juristischer Personen	331
3. Betroffenheit und Erkennbarkeit des Einzelnen bei Kollektivbezeichnungen	332
 § 13 Wortberichterstattung	
I. Tatsachenbehauptung und Meinungsäußerung	335
1. Grundrechtliche Schutzfähigkeit	335
2. Abgrenzung: Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen	336
3. Auslegung gemischter Äußerungen	337
4. Fragen	340
5. Rechtliche Äußerungen	341
6. Innere Tatsachen	342
7. Verdeckte Tatsachenbehauptungen und mehrdeutige Äußerungen	342
8. Eigene und fremde Äußerungen	344
II. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts	346
1. Sphärentheorie	346
2. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch Tatsachenbehauptungen	348
3. Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch Meinungsäußerungen	353
III. Beeinträchtigung des Rechts am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebe- trieb	360
IV. Sittenwidrige vorsätzliche Schädigung	362
V. Kreditgefährdung	363
VI. Wettbewerbsrecht	364
VII. Verletzung eines Schutzgesetzes	365
VIII. Rechtfertigung	366
1. Wahrnehmung berechtigter Interessen	366
2. Sonstige Rechtfertigungsgründe	368
IX. Verschulden	368
1. Wahrheitspflicht	368
2. Pflicht zur Vollständigkeit	370
3. Pflicht zur rechtlichen Prüfung	371
4. Pflicht zur Anhörung des Betroffenen	371
 § 14 Bildberichterstattung	
I. Recht am eigenen Bild	373
1. Schutzgegenstand	373
2. Eingriffsformen	376
3. Einwilligung	380

	Seite
4. Postmortaler Bildnisschutz	384
5. Sachaufnahmen	385
II. Schranken des Bildnisschutzes	386
1. Systematik	386
2. Bildnisse der Zeitgeschichte, § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG	386
3. Weitere Schrankenbestimmungen, § 23 Abs. 1 Nr. 2–4 KUG	393
4. Berechtigte Interessen des Abgebildeten (§ 23 Abs. 2 KUG)	396
5. Zwecke der Rechtspflege und öffentlichen Sicherheit (§ 24 KUG)	402
 § 15 Rechtsfolgen unzulässiger Medienberichterstattung	
I. Zivilrechtliche Verantwortlichkeit	404
1. Unterlassungsanspruch	405
2. Gegendarstellungsanspruch	412
3. Berichtigungsanspruch	428
4. Geldentschädigungsanspruch	432
5. Materielle Ersatzansprüche	437
6. Sonstige Ansprüche	439
II. Strafrechtliche Verantwortlichkeit	441
 Teil E. Rundfunkrecht	
 § 16 Grundlagen	
I. Regelungsbereich	443
1. Rechtsgrundlagen	443
2. Rundfunkbegriff	444
3. Abgrenzung zu Telemedien	447
II. Technische und wirtschaftliche Grundlagen	448
1. Geschäftsmodelle und Angebotsformen	448
2. Übertragungswege	449
3. Digitalisierung	451
III. Verfassungsrechtliche Rahmenbedingungen	452
1. Rundfunkfreiheit (Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG)	452
2. Die Rundfunkurteile des BVerfG	453
IV. Internationale Bezüge	456
1. Europäische Union	456
2. Europarat	457
 § 17 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	
I. Einleitung	460
II. Der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	461
1. Ausgangssituation	461
2. Der Funktionsauftrag nach den Rundfunkurteilen	462
3. Der Einfluss des Beihilfenrechts der EU	465
III. Die Errichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die Ausgestaltung seines Auftrags	467
1. Das Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	467
2. Die Organe	475
IV. Die Finanzierung	481
1. Die Gebührenfinanzierung	481
2. Werbung und Sponsoring	484
3. Produktplatzierung und Produktionshilfe	487

Inhaltsverzeichnis

	Seite
V. Transparenz und kommerzielle Tätigkeiten	488
1. Kommerzielle Tätigkeiten	488
2. Beteiligung an Unternehmen	489
 § 18 Zulassung und Aufsicht beim privaten Rundfunk	
I. Aufsicht	491
1. Organe	491
2. Aufsicht	497
II. Zulassung	500
1. Systematik	500
2. Landesweite Zulassungen	501
3. Bundesweite Zulassungen	501
4. Unbedenklichkeitsbescheinigung	506
 § 19 Medienkartellrecht	
I. Überblick	507
II. Rundfunkrechtliche Konzentrationskontrolle	508
1. Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht	508
2. Verfahren der rundfunkrechtlichen Konzentrationskontrolle	512
III. Kartellrechtliche Fusionskontrolle	515
1. Europäische Fusionskontrolle	515
2. Deutsche Fusionskontrolle	517
IV. Sonstiges Kartellrecht	520
 § 20 Programm und Werbung beim privaten Rundfunk	
I. Programm	522
1. Allgemeine Programmgrundsätze	522
2. Vielfaltsgebot	523
3. Übertragung von Großereignissen	523
4. Kurzberichterstattung	523
5. Fernsehproduktionen	524
6. Gewinnspiele	524
II. Werbung	524
1. Begriffsbestimmungen	524
2. Trennungsgebot	526
3. Inhaltliche Beschränkungen	530
4. Zeitliche Beschränkungen	531
 § 21 Rundfunkverbreitung und Plattformregulierung	
I. Anwaltliche Beratungsfelder	533
II. Übersicht über die audiovisuellen Übertragungswege	536
III. Die analoge Verbreitung von Rundfunkprogrammen	537
IV. Die digitale Verbreitung von Rundfunkprogrammen	538
1. Übersicht	538
2. Der EU Regulierungsrahmen zur Übertragung und zum Empfang digitalen Fernsehens	540
3. Der nationale Regulierungsrahmen zur digitalen Übertragung von Rundfunk- und Telemediendiensten	541

Teil F. Jugendmedienschutz

§ 22 Jugendmedienschutzrecht	Seite
I. Verfassungsrechtliche Grundlagen des Jugendmedienschutzes	565
1. Verfassungsrang des Jugendschutzes	565
2. Verfassungsrechtliche Grenzen des Jugendschutzes	566
3. Medienwirkung und Verhältnismäßigkeitsprinzip	568
II. Gesetzliches Regelungswerk zum Jugendmedienschutz	569
1. Strafrechtlicher Jugendmedienschutz	569
2. Spezialgesetzlicher Jugendmedienschutz	570
3. Sonstige jugendmedienschutzrelevante Rechtsgrundlagen	570
III. Strafgesetzbuch	571
1. Tatgegenstände/Verbreitungsmedien	571
2. Pornografie, §§ 184 bis 184 c StGB	571
3. Gewaltdarstellungen, § 131 StGB	575
4. Volksverhetzung, § 130 StGB	578
5. Sonstige jugendmedienschutzrelevante Verbotstatbestände	579
IV. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag	580
1. Jugend- und Menschenwürdeschutz im Rundfunk und in den Telemedien ...	580
2. „Anbieter“ im Sinne des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags	581
3. Materiell-rechtliche Regelungen, §§ 4 bis 12 JMStV	581
4. Regelungen zu Verfahren und Vollzug, §§ 13 bis 24 JMStV	590
V. Jugendschutzgesetz	593
1. Jugendschutz bei Filmveranstaltungen und Bildträgern mit Filmen oder Spielen, §§ 11 bis 14 JuSchG	593
2. Jugendgefährdende Medien und Indizierung, §§ 15 und 18 JuSchG	595
VI. Rechtsschutz und prozessuale Besonderheiten im Anwendungsbereich des Ju- gendmedienschutz-Staatsvertrags	597
1. Verwaltungsverfahren	597
2. Ordnungswidrigkeitenverfahren	598
VII. Nachtrag: Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags zum 1. 1. 2011	600
1. Hintergrund	600
2. Wesentliche Änderungen und Neuerungen	600

Teil G. Marken-, wettbewerbsrechtliche und werberechtliche Bezüge des Urheber- und Medienrechts, Titelschutz

§ 23 Medienbezogener Markenschutz	
I. Einleitung	604
II. Begriff und Funktion der Marke	605
1. Grundsätze	605
2. Arten von Marken	605
3. Die Marke als Recht	606
4. Harmonisierung des Markenrechts	606
III. Voraussetzungen für die Entstehung von Markenschutz	606
1. Abstrakte Unterscheidungskraft von Zeichen	606
2. Absolute Schutzhindernisse	608
3. Überwindung absoluter Schutzhindernisse durch Verkehrsdurchsetzung	617
4. Schutzhindernis der notorisch bekannten Marke	618
5. Entstehung durch Eintragung, Benutzung und/oder Bekanntheit	618
6. Rechte Dritter	621
IV. Priorität	621

	Seite
V. Unterschiede der Markensysteme bei Entstehung und Reichweite des Markenschutzes	621
1. Nationale Marken	622
2. Gemeinschaftsmarken	623
3. Internationaler Markenschutz	624
VI. Schutzzinhalt des Markenrechts	625
1. Allgemeine Voraussetzungen der Markenverletzung	625
2. Identitätsschutz	629
3. Verwechslungsschutz	629
4. Schutz der bekannten Marke	632
5. Schutz gegen mittelbare Markenverletzungen	634
6. Markennutzung in vergleichender Werbung	634
VII. Ansprüche aus dem Markenrecht	634
1. Unterlassungsanspruch	634
2. Schadensersatzanspruch	636
3. Auskunftsansprüche	637
4. Haftung des Betriebsinhabers und der konkret handelnden Personen	637
5. Sonstige Ansprüche	638
6. Schranken des Markenrechts	639
VIII. Verfahren bei Markenrechtsverletzungen	641
1. Allgemeines	641
2. Abmahnung und strafbewehrte Unterlassungserklärung	642
3. Einstweilige Verfügung	643
4. Klagen	644
5. Cross Border Verfahren	646
 § 24 Unternehmenskennzeichen	
I. Begriff und Funktion	651
1. Funktion	651
2. Begriff und Arten von Unternehmenskennzeichen	652
3. Abgrenzung zur Marke	652
II. Entstehung des Kennzeichenschutzes	653
1. Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion	653
2. Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion	657
III. Reichweite des Kennzeichenschutzes	657
IV. Erlöschen des Kennzeichenschutzes	657
1. Wegfall der Schutzvoraussetzungen	657
2. Wegfall des Rechtsträgers	658
3. Aufgabe der Kennzeichenbenutzung	658
4. Trennung des Unternehmenskennzeichens vom Geschäftsbetrieb	658
5. Wesentliche Änderung der Firma oder des Charakters des Geschäftsbetriebes	659
V. Schutzzinhalt des Unternehmenskennzeichenrechtes	659
1. Verwechslungsschutz	659
2. Bekanntheitsschutz	662
VI. Ansprüche wegen der Verletzung eines Unternehmenskennzeichens	662
 § 25 Titelschutz	
I. Einleitung	664
II. Begriff des Werkes	664
1. Druckschriften	665
2. Filmwerk	666

	Seite
3. Tonwerk	666
4. Bühnenwerk	666
5. Sonstige vergleichbare Werke	666
III. Kennzeichnungs-/Unterscheidungskraft	670
IV. Gattungsbezeichnung und Freihaltebedürfnis	670
V. Verkehrsgeltung	671
VI. Benutzen im geschäftlichen Verkehr	671
1. Markteinführung	671
2. Fiktion der Ingebrauchnahme durch eine Titelschutzanzeige	672
VII. Beendigung der Benutzung	674
VIII. Titelrechtsinhaber	675
IX. Umfang des Titelschutzes	675
1. § 15 Abs. 1 MarkenG – Abwehrrechte	675
2. § 15 Abs. 2 MarkenG – Schutz vor Verwechslung	675
3. Erweiterter Titelschutz des § 15 Abs. 3 MarkenG	677
X. Übertragbarkeit von Werktiteln	678
XI. Lizenzierung von Werktiteln	678
 § 26 Der Schutz von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen außerhalb des Markengesetzes	
I. Einleitung	680
II. Schutz nach dem Urheber- und Geschmacksmustergesetz	681
III. Firmenschutz nach dem HGB	681
IV. Bürgerlich-rechtlicher Schutz	682
1. Namensrecht aus § 12 BGB	682
2. Ergänztender bürgerlich-rechtlicher Kennzeichenschutz	682
V. Kennzeichenschutz nach dem UWG	683
1. Die Vorrangthese	683
2. Herabsetzung oder Verunglimpfung eines Kennzeichens nach § 4 Nr. 7 UWG	683
3. Ergänztender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz nach § 4 Nr. 9 UWG	684
4. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern nach § 4 Nr. 10 UWG	685
5. Irreführende geschäftliche Handlungen nach § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2, Abs. 2 UWG	686
6. Vergleichende Werbung nach § 6 UWG	688
7. Verfahren bei Wettbewerbsverstößen	688
 § 27 Anzeigenrecht	
I. Allgemeines	690
1. Begriffsbestimmung der Anzeige	690
2. Wirtschaftliche Bedeutung der Anzeige	690
3. Grundrechtsschutz der Anzeige	691
II. Verlagswerbung gegenüber Anzeigenkunden	692
1. Allgemeines	692
2. Werbung mit Auflagenzahlen	692
3. Reichweite und Struktur der Leserschaft	695
4. Vergleichende Werbung mit Auflagenzahlen, Reichweiten und Leserstruktur	698
5. Alleinstellungs- und Spitzengruppenwerbung	699
6. Werbung mit Anzeigenkonditionen, Preislistenwerbung, Rabatte und Zugaben	702
7. Anzeigenkombinationen	704
	XIX

	Seite
8. Kostenlose Anzeigen	705
9. Ausspannen von Anzeigenkunden	707
III. Wettbewerbsrechtliche Anforderungen an den Anzeigeninhalt	708
1. Trennungsgebot zwischen Anzeigen und redaktionellem Teil	708
2. Werbeverbote	713
3. Füllanzeigen	715
IV. Haftung für unzulässige Anzeigen	715
1. Haftung des Werbenden	715
2. Haftung der Presse	717
 § 28 Eigenwerbung der Verlage und Medienunternehmen	
I. Einleitung	720
II. Allgemeine Grundsätze	720
1. Mitbewerber, Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer	721
2. Geschäftliche Handlung	721
3. Spürbarkeit	722
4. Schutzhöhe – Empfängerhorizont	723
5. Die durch Meinungs- und Pressefreiheit sowie der Freiheit der Kunst und Wissenschaft gesetzten Schranken	723
III. Das Irreführungsverbot nach §§ 5, 5 a UWG	723
1. Allgemeine Grundlagen des Verbots irreführender Angaben	724
2. Alleinstellungswerbung	724
3. Unterfall: Werbung mit Marktführerschaft, Auflagenzahlen und Mediaanalysen	725
4. Spitzengruppenwerbung	726
IV. Die Zulässigkeit vergleichender Werbung nach § 6 UWG	727
1. Der Unlauterkeitstatbestand des § 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG	727
2. Der Unlauterkeitstatbestand des § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG	728
V. Das Verbot unsachlicher Werbung nach § 4 Nr. 1 UWG	729
1. Unterschwellige (sublimale) Werbung	729
2. Schockwerbung, diskriminierende Werbung	729
3. Gefühlsbetonte Werbung	729
VI. Sonderfall: Redaktionelle Werbung	730
VII. Verfahren bei Wettbewerbsverstößen	731
 Teil H. Grundzüge des Telemedien- und Telekommunikationsrechts	
 § 29 Telekommunikationsrecht	
I. Einleitung	734
II. Gemeinschaftsrechtsrahmen	735
1. 1990 bis 2002: Schrittweise Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte	735
2. 2002: Der aktuelle Europäische Rechtsrahmen	736
3. 2009: Reform des aktuellen Rechtsrahmens	736
III. Anwendungsbereich des Telekommunikationsrechts	736
IV. Marktregulierung nach Teil 2 des TKG	737
1. Die Regulierungsverfügung als Grundlage der sektorspezifischen Marktregulierung	737
2. Zugangsregulierung	739
3. Entgeltregulierung	743
4. Allgemeine Missbrauchsaufsicht	746
5. Verhältnis zum allgemeinen Kartellrecht	747

	Seite
V. Frequenzregulierung	747
1. Anwendungsbereich der Frequenzregulierung	747
2. Stufen der Frequenzregulierung	748
3. Vergabeverfahren	748
4. Frequenzübertragung und Nutzungsüberlassung	749
5. Besonderheiten bei der Zuweisung von Rundfunkfrequenzen	750
6. Aufsichtsmaßnahmen	751
7. Rechtsschutz	751
VI. Sondervorschriften für die Rundfunkübertragung	752
1. Interoperabilität von Fernsehgeräten	752
2. Interoperabilität der Übertragung digitaler Fernsehsignale	752
3. Zugangsberechtigungssysteme	753
4. StreitSchlichtungsverfahren	753
VII. Kundenschutz und Datenschutz	753
1. Kundenschutz	753
2. Datenschutz	755
3. Aufsichtsmaßnahmen	758
4. Rechtsschutz	758
VIII. Streitbeilegungsverfahren	759
1. Zulässigkeit	759
2. Begründetheit/Inhalt der Entscheidung	760
3. Rechtsschutz/Verhältnis zur Zivilgerichtsbarkeit	760
IX. Zivilrechtliche Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche	760
1. Ansprüche der betroffenen Endverbraucher und Wettbewerber	760
2. Verbandsklagen	761
30 Telemedienrecht	
I. Einleitung	765
II. Begriff der Telemedien	765
1. Legaldefinition in § 1 Abs. 1 S. 1 TMG	765
2. Abgrenzung	766
3. Typisierung der angebotenen Dienste	767
III. Zulassungs- und Anmeldefreiheit	767
1. Zulassungs- und Anmeldefreiheit von Telemedien	767
2. Abgrenzung gegenüber zulassungspflichtigen Rundfunkdiensten	768
3. Feststellung der Zulassungspflicht und Unbedenklichkeitsbescheinigung	768
IV. Herkunftslandprinzip	769
1. Grundsatz	769
2. Bestimmung des anwendbaren Rechts	769
3. Geschäftsmäßigkeit	769
4. Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip	770
V. Informationspflichten	770
1. Impressumspflichten nach § 55 RStV und § 5 TMG	770
2. Kommerzielle Kommunikation	772
VI. Haftung für eigene und fremde Informationen nach §§ 7–10 TMG	774
1. Systematik des 3. Abschnitts des TMG	774
2. Haftung für eigene Informationen nach § 7 Abs. 1 TMG	774
3. Durchleitung von Informationen (§ 8 TMG)	779
4. Zwischenspeicherung zur beschleunigten Übermittlung von Informationen (§ 9 TMG)	781
5. Speicherung fremder Informationen (§ 10 TMG)	783
6. Pflichten des Diensteanbieters	786
7. Hyperlinks	793
8. Haftung von Internet-Suchmaschinen-Betreibern	796

	Seite
VII. Datenschutz	798
1. Anbieter-Nutzer-Verhältnis (§ 11 TMG)	798
2. Grundsätze für die Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten (§ 12 TMG)	800
3. Pflichten des Diensteanbieters (§ 13 TMG)	804
4. Bestandsdaten (§ 14 TMG)	807
5. Nutzungsdaten (§ 15 TMG)	809
6. Informationspflicht bei unrechtmäßiger Kenntniserlangung von Daten (§ 15 a TMG)	811
VIII. Inhaltliche Anforderungen nach dem RStV	812
1. Regelungen für journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien	812
2. Sonstige inhaltliche Anforderungen nach dem RStV	814
IX. Aufsicht	815
1. Zuständigkeit	815
2. Aufsichtsbefugnisse	815
3. Störerauswahl	815
4. Subsidiarität staatlicher Aufsicht	816
5. Kostenlose Bereitstellung der Dienste zu Aufsichtszwecken	816
X. Bußgeldvorschriften	816

Teil I. Kulturförderung und Steuerrecht

§ 31 Kulturförderung

I. Kompetenzrechtliche Grundlagen	818
1. Grundsatz: Länderkompetenz	818
2. Bundeskompetenz für Kulturförderung	818
3. Praxis des kooperativen Föderalismus	820
4. Kulturförderung im Spannungsfeld der Kunstfreiheit (Prinzip der Staatsferne)	821
5. Kompetenzen der EU	822
II. Instrumente und Felder staatlicher Kulturförderung	823
1. Überblick	823
2. Zuwendungs- und Finanzierungsarten	824
3. Kulturförderung in den Ländern	825
4. Kulturförderung des Bundes	827
5. Kultur- und Kreativwirtschaft	831
III. Staatliche Kulturförderung und EU-Beihilfenrecht	833
1. Tatbestand und Rechtsfolgen des Beihilfenverbots	833
2. Bedeutung für die Förderung im Theater-, Musik- und Kunstbereich	835
3. Genehmigung nach Art. 107 Abs. 3 d) AEUV (Kulturklausel)	837
4. Rechtfertigung nach Art. 106 Abs. 2 AEUV	838
IV. Europäische Kulturförderung	839
1. Das Programm „Kultur“ (2007–2013)	839
2. Europäische Preise und Kulturhauptstadt Europas	841
3. Förderung der grenzüberschreitenden Mobilität von Künstlern	842
4. Programm MEDIA	842
V. Übersicht: Internetlinks zur Kulturförderung	843

§ 32	Steuerliche Aspekte im Zusammenhang mit Kulturveranstaltungen	Seite
	I. Vorbemerkungen	844
	II. Besteuerung der Kulturbetriebe	844
	1. Ertragsteuern	844
	2. Umsatzsteuer	847
	III. Besteuerung der Künstler	851
	1. Einkommensteuer	851
	2. Umsatzsteuer	861

Teil J. Arbeits- und Sozialrecht

§ 33	Medienarbeitsrecht und Überblick über das Künstlersozialversicherungsrecht	
	I. Grundlagen der Beschäftigung	864
	1. Vertragsgrundlagen	865
	2. Überblick zur Beteiligung der Arbeitnehmervertretungen	866
	3. Tarifvertragsrecht	867
	4. Fälle mit Auslandsberührung	869
	II. Abgrenzung freier Mitarbeiter und Arbeitnehmer	871
	1. Allgemeine Grundsätze	872
	2. Besonderheiten bei der Beurteilung von Medienmitarbeitern (Rundfunk, Fernsehen, Presse)	872
	3. Besonderheiten im Bereich Bühnen/Orchester	873

Teil K. Verfahrensrecht

§ 34	Urheberrechtliche Ansprüche	
	I. Vorbemerkung	908
	II. Gemeinsame Voraussetzungen aller Ansprüche	909
	1. Urheberrecht oder verwandtes Schutzrecht	909
	2. Rechtsverletzung	913
	3. Widerrechtlichkeit der Rechtsverletzung	914
	4. Aktivlegitimation	915
	5. Passivlegitimation	916
	IV. Anspruch auf Beseitigung	924
	V. Anspruch auf materiellen Schadensersatz	925
	1. Verschulden	925
	2. Schadensberechnung	926
	VI. Anspruch auf Bereicherungsausgleich	931
	VII. Anspruch auf immateriellen Schadensersatz	931
	1. Schwerwiegender Eingriff	932
	2. Höhe der Entschädigung	932
	VIII. Ansprüche auf Vernichtung, Rückruf und Überlassung	933
	1. Überblick	933
	2. Anspruch auf Vernichtung	934
	3. Anspruch auf Rückruf bzw. Entfernung aus den Vertriebswegen	935
	4. Anspruch auf Überlassung	935
	5. Ausschluss bei Unverhältnismäßigkeit	936
	IX. Abwendungsbefugnis des Verletzers	936
	X. Ansprüche auf Auskunft	937
	1. Überblick	937
	2. Anspruch auf Auskunft gegen den Verletzer	938

Inhaltsverzeichnis

	Seite
3. Anspruch auf Auskunft gegen Dritte	940
4. Ausschluss bei Unverhältnismäßigkeit	942
XI. Sonstige Hilfsansprüche	942
1. Anspruch auf Vorlage einer Urkunde und Besichtigung einer Sache	942
2. Anspruch auf Vorlage zur Sicherung von Schadensersatzansprüchen	946
3. Anspruch auf Rechnungslegung	947
XII. Anspruch auf Urteilsbekanntmachung	948
 § 35 Zuständiges Gericht	
I. Vorbemerkung	950
II. Rechtsweg	950
III. Sachliche Zuständigkeit	951
1. Allgemeines	951
2. Keine geborenen Handelssachen	951
3. Streitwertbemessung	952
IV. Örtliche Zuständigkeit	952
1. Gerichte für Urheberrechtsstreitsachen	952
2. Zuständigkeit nach §§ 12 ff. ZPO	952
3. Gerichtsstandsvereinbarungen	954
4. Gerichtswahl und mehrere Klagen	954
V. Internationale Zuständigkeit	955
1. Zuständigkeit bei Rechtsstreitigkeiten mit Auslandsbezug	955
2. Anwendbares Recht	957
 § 36 Vorgerichtliches Verfahren	
I. Vorbemerkung	959
II. Abmahnung	960
1. Begriff	960
2. Zweck	962
3. Entbehrlichkeit einer vorherigen Abmahnung	962
4. Inhalt der Abmahnung	963
5. Form der Abmahnung	964
6. Rechtsnatur der Abmahnung	964
III. Reaktion des Abgemahnten	965
1. Berechtigte Abmahnung	966
2. Unberechtigte Abmahnung	968
IV. Erstattung von Abmahnkosten	969
1. Aufwendungsersatz	969
2. Schadensersatz	971
 § 37 Einstweiliger Rechtsschutz	
I. Vorbemerkung	972
II. Verfahren der einstweiligen Verfügung	973
1. Verfügungsanspruch	974
2. Verfügungsgrund	976
3. Verfügungsantrag	977
III. Schutzschrift	981
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	981
2. Bedeutung und Inhalt	981
3. Hinterlegung	983
4. Kosten der Schutzschrift	983

	Seite
IV. Schadensersatzanspruch nach § 945 ZPO	983
1. Voraussetzungen	983
2. Umfang des Schadensersatzanspruchs	984
V. Abschlussverfahren	985
1. Sinn und Zweck des Abschlussschreibens	985
2. Inhalt und Zeitpunkt des Abschlussschreibens	985
3. Kosten des Abschlussschreibens	987
4. Abschlusserklärung	987
Sachverzeichnis	989