

# Inhaltsübersicht

	Seite
Vorwort .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	IX
Literaturverzeichnis .....	XVII
<b>1. Teil. „Entertainment“ und Entertainmentrecht</b>	
A. Entertainmentrecht als Rechtsgebiet .....	1
B. Begriff des „Entertainment“ .....	2
C. Wertschöpfung in der Unterhaltungsbranche .....	4
D. Entertainmentrecht als Gegenstand der Darstellung; Aufbau der Abhandlung .....	12
<b>2. Teil. Traditionelle Tätigkeiten und Verwertungen in der Unterhaltungsbranche</b>	
A. Einleitung .....	15
B. Originärer Tätigkeitsbereich des Unterhaltungskünstlers – Leistungen, Rechte und Vertragsbeziehungen .....	18
C. „Annex-Wertschöpfung“ .....	168
<b>3. Teil. Entertainment und crossmediale Wertschöpfung</b>	
A. Einleitung .....	201
B. Rechtliche Auswirkungen der neuen Entertainmentsituation: Rechteklärung und Vertragsbeziehungen .....	206
Stichwortverzeichnis .....	273

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsübersicht .....	VII
Literaturverzeichnis .....	XVII

## 1. Teil. „Entertainment“ und Entertainmentrecht

<b>A. Entertainmentrecht als Rechtsgebiet .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Begriff des „Entertainment“ .....</b>	<b>2</b>
<b>C. Wertschöpfung in der Unterhaltungsbranche .....</b>	<b>4</b>
<b>I. Traditionelle Tätigkeit und Verwertung .....</b>	<b>4</b>
<b>II. Entwicklungen in der Unterhaltungsbranche sowie neuere Tätigkeiten und Verwertungen .....</b>	<b>6</b>
1. Unterhaltungskünstler .....	6
2. Unterhaltungsmedien: Medienvielfalt, Medienkonvergenz, crossmediale Vermarktung .....	7
3. Werbetreibende Unternehmen/Markenartikler/Sponsoren ..	8
4. Unterhaltungsvermarkter und -verwerter .....	9
<b>III. Fazit .....</b>	<b>10</b>
<b>D. Entertainmentrecht als Gegenstand der Darstellung; Aufbau der Abhandlung .....</b>	<b>12</b>

## 2. Teil. Traditionelle Tätigkeiten und Verwertungen in der Unterhaltungsbranche

<b>A. Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>B. Originärer Tätigkeitsbereich des Unterhaltungskünstlers – Leistungen, Rechte und Vertragsbeziehungen .....</b>	<b>18</b>
<b>I. Musik – Musikurheber und Musikkünstler .....</b>	<b>18</b>
1. Musikschöpfung: Urheberrecht und Rechteverwertung .....	19
a) Musikurheberrecht .....	19
aa) Musik- und Sprachwerke sowie Bearbeitungen als Schutzgegenstand .....	19
(1) Musikwerke .....	19

(2) Sprachwerke .....	21
(3) Bearbeitungen .....	21
bb) Musikurheber .....	23
(1) Alleinurheber .....	23
(2) Miturheber .....	24
(3) Urheber verbundener Werke .....	25
(4) Bearbeiter .....	26
cc) Rechte der Musikurheber .....	26
(1) Urheberpersönlichkeitsrechte .....	27
(α) Veröffentlichungsrecht .....	28
(β) Recht auf Anerkennung der Urheberschaft .....	28
(γ) Recht zum Verbot von Entstellungen und anderen Beeinträchtigungen des Werks .....	29
(2) Verwertungsrechte .....	31
(3) Schutzdauer .....	45
b) Vertragsbeziehungen im Rahmen der Rechteverwertung: Musikurheberrechtliche Verträge zwischen Musikurhebern und Musikverlagen sowie mit Verwertungsgesellschaften (GEMA) .....	46
aa) Kollektive und individuelle Rechtewahrnehmung .....	47
bb) Berechtigungsvertrag mit der GEMA zur kollektiven Rechtewahrnehmung .....	49
(1) Rechtsnatur .....	56
(2) Vertragsparteien .....	57
(3) Gegenstand des Berechtigungsvertrags .....	58
(4) Wesentlicher Vertragsinhalt .....	59
cc) Musikverlagsverträge zwischen Musikurhebern und Musikverlagsverlagen zur individuellen Rechtewahrnehmung .....	64
(1) Rechtsnatur .....	64
(2) Vertragsparteien .....	65
(3) Gegenstand des Musikverlagsvertrags .....	65
(4) Wesentlicher Vertragsinhalt (α) Rechteeinräumung .....	67
(β) Räumlicher Geltungsbereich .....	70
2. Musikproduktion: Leistungsschutzrechte und Rechteverwertung .....	70
a) Leistungsschutzrechte bei der Musikproduktion .....	71
aa) Leistungsschutzrechte ausübender Künstler .....	71
(1) Persönlichkeitsrechte ausübender Künstler .....	72
(2) Verwertungs- bzw. Vermögensrechte ausübender Künstler .....	73
bb) Leistungsschutzrechte des Tonträgerherstellers .....	76
(1) Schutzgegenstand .....	77
(2) Tonträgerhersteller .....	77
(3) Verwertungsrechte und Vergütungsansprüche des Tonträgerherstellers .....	78
b) Vertragsbeziehungen im Rahmen der Rechteverwertung ..	80

aa) Künstlerexklusivvertrag .....	82
(1) Gegenstand .....	82
(2) Wesentlicher Vertragsinhalt .....	85
(α) Rechteeinräumung/-übertragung .....	85
(β) Exklusivität .....	87
(αα) Persönliche Exklusivität .....	87
(ββ) Titelexklusivität .....	88
bb) Zweitverwertung durch die GVL .....	88
3. Live-Auftritte (Konzerte und Tourneen) .....	90
a) Booking-/Gastspielvertrag: Vertrag zwischen Musikkünstlern und Veranstaltern .....	91
aa) Gegenstand .....	91
bb) Wesentlicher Vertragsinhalt .....	92
(1) Persönliche künstlerische Darbietung .....	92
(2) Vergütung (Gage) .....	94
(3) Sonstige Vertragsregelungen; insbesondere Leistungen des Veranstalters .....	94
b) Involvierte Rechte .....	96
aa) Live-Auftritt .....	96
(1) Rechte der Musikurheber .....	96
(2) Rechte bei Nutzung bestehender Aufnahmen .....	97
bb) Aufzeichnung und Sendung von Live-Auftritten .....	98
(1) Rechte der Musikurheber .....	98
(2) Rechte der auftretenden Musiker und von Tonträgerherstellern (Verweis) .....	99
(3) Leistungsschutzrechte des Veranstalters .....	99
(α) Veranstalter .....	100
(β) (Weitere) Voraussetzungen des Leistungsschutzes .....	101
(γ) Leistungsschutzrechte im Einzelnen .....	102
4. Merchandising (Verweis) .....	102
<b>II. Film und Fernsehen – Verträge zwischen Produzent und Sender sowie zwischen Produzent und Schauspieler .....</b>	103
1. Rechte bei der Produktion und Auswertung von Filmen .....	103
a) Filmproduktion .....	103
b) Beteiligte und ihre Rechte .....	104
aa) Überblick .....	104
(1) Filmproduzent .....	105
(2) Darsteller und andere ausübende Künstler .....	105
(3) Veranstalter bei der Aufzeichnung von Live-Auftritten .....	106
(4) Sonstige Beteiligte .....	106
(α) Urheber vorbestehender Werke .....	106
(β) Filmurheber .....	107
(γ) Inhaber von Leistungsschutzrechten hinsichtlich vorbestehender Aufnahmen .....	108

(8) Weitere Beteiligte (ohne eigene Nutzungsrechte) . . . . .	108
bb) Insbesondere: Leistungsschutzrechte von Darstellern als ausübende Künstler . . . . .	109
(1) Ausübender Künstler . . . . .	109
(2) Inhalt des Leistungsschutzrechts . . . . .	110
cc) Insbesondere: Leistungsschutzrechte des Filmherstellers . . . . .	112
(1) Filmhersteller . . . . .	113
(2) Schutzgegenstand . . . . .	115
(3) Inhalt des Leistungsschutzrechts . . . . .	116
(α) Verwertungsrechte und Vergütungsansprüche . . . . .	116
(β) Schutz gegen Entstellungen oder Kürzungen . . . . .	117
(4) Schutzdauer . . . . .	117
(5) Rechteverwertung . . . . .	117
2. Vertragsbeziehungen bei der Filmproduktion und Filmauswertung . . . . .	118
a) Überblick . . . . .	119
aa) Verträge im Rahmen der Herstellung . . . . .	119
(1) Produktionsvertrag . . . . .	119
(2) Verträge mit Schauspielern und anderen ausübenden Künstlern (Verweis) . . . . .	121
(3) Verträge mit Veranstaltern von Live-Auftritten . . . . .	122
(4) Verfilmungsvertrag . . . . .	122
(5) Vertrag mit Filmurhebern . . . . .	128
(6) Vertrag mit Inhabern von Leistungsschutzrechten an vorbestehenden Aufnahmen . . . . .	129
bb) Verträge im Rahmen der Auswertung . . . . .	131
b) Einzelne Vertragsbeziehungen . . . . .	133
aa) (Echter) Auftragsproduktionsvertrag zwischen Fernsehproduzent und Sender . . . . .	133
(1) Gegenstand . . . . .	133
(2) Wesentlicher Vertragsinhalt . . . . .	135
(α) Filmherstellung . . . . .	135
(αα) „Kenndaten“ . . . . .	135
(ββ) Material . . . . .	135
(γγ) Produktionsdurchführung . . . . .	136
(β) Rechteeinräumung bzw. Rechteübertragung . . . . .	137
(γ) Garantie . . . . .	141
(δ) Vergütung . . . . .	141
(ε) „Beistellungen“ . . . . .	143
(ξ) Sonstige Rechte und Pflichten . . . . .	144
(αα) Vereinbarkeit mit medienrechtlichen Vorgaben . . . . .	144
(ββ) Nennungen . . . . .	145
(γγ) Öffentlichkeits- und Pressearbeit; Vertraulichkeit . . . . .	145
(δδ) (Keine) Auswertungspflicht des Senders . . . . .	146
(εε) Weitere Regelungen . . . . .	146

bb) Mitwirkungsvertrag zwischen Schauspieler und Produzent (Darstellervertrag) . . . . .	147
(1) Gegenstand . . . . .	147
(2) Wesentlicher Vertragsinhalt . . . . .	148
(α) Mitwirkungspflicht . . . . .	148
(β) Rechteeinräumung . . . . .	149
(γ) Vergütung . . . . .	151
<b>III. Moderation – Moderatorenvertrag</b> . . . . .	151
1. Involvierte Rechte des Moderators . . . . .	152
a) Persönlichkeitsrechte des Moderators . . . . .	152
aa) Recht am eigenen Bild (§ 22 KUG) . . . . .	152
bb) Allgemeines Persönlichkeitsrecht . . . . .	153
b) Leistungsschutzrechte im Rahmen der Moderation . . . . .	154
aa) Moderator als ausübender Künstler i.S.d. § 73 UrhG . . . . .	154
bb) Einzelne Leistungsschutzrechte (Verweis) . . . . .	155
2. Vertragsbeziehungen: Vertrag zwischen Moderator und Produzent . . . . .	155
a) Gegenstand . . . . .	155
b) Wesentlicher Vertragsinhalt . . . . .	155
aa) Moderationsleistung . . . . .	155
bb) Rechtevergabe . . . . .	155
cc) Vergütung . . . . .	156
<b>IV. Sport – Vertragsbeziehung des Sportlers zum Verein (Mustervertrag für Vertragsspieler – DFB)</b> . . . . .	156
1. Vertrag . . . . .	157
2. Rechteeinräumung . . . . .	167
<b>C. „Annex-Wertschöpfung“</b> . . . . .	168
<b>I. Merchandising</b> . . . . .	168
1. Involvierte Rechte des Unterhaltungskünstlers . . . . .	169
a) Persönlichkeitsrechte: Recht am eigenen Bild, Namensrecht und allgemeines Persönlichkeitsrecht . . . . .	170
aa) Recht am eigenen Bild . . . . .	171
bb) Namensrecht . . . . .	173
cc) Allgemeines Persönlichkeitsrecht . . . . .	174
b) Gewerbliche Schutzrechte . . . . .	174
aa) Markenrecht . . . . .	174
bb) Geschäftliche Bezeichnungen . . . . .	176
cc) Design- bzw. Geschmacksmusterrechte . . . . .	178
c) Urheberrechtliche Schutzrechte . . . . .	179
d) Leistungsschutzrechte . . . . .	180
e) Wettbewerbsrechtliche Schutzpositionen . . . . .	181
2. Vertragsbeziehungen: Merchandisingvertrag . . . . .	184
a) Gegenstand . . . . .	184
b) Wesentlicher Vertragsinhalt . . . . .	185
aa) Rechteeinräumung . . . . .	185

(1) Inhaltlich Beschränkung .....	185
(2) Zeitliche Beschränkung .....	186
(3) Örtliche Beschränkung .....	187
(4) Exklusivität .....	187
(5) Rechtegarantie und Haftungsfreistellung .....	187
bb) Gegenleistung des Lizenznehmers .....	188
(1) Herstellung, Vermarktung und Vertrieb von Merchandising-Artikeln .....	188
(2) Lizenzgebühr .....	189
<b>II. Werbung mit Unterhaltungskünstlern und ihren Leistungen .....</b>	190
1. Betroffene Rechte des Unterhaltungskünstlers (Verweis) .....	191
2. Einzelne Verträge .....	191
a) Vertrag mit Unterhaltungskünstler als Testimonial/ Endorser .....	192
b) Vertrag mit Unterhaltungskünstler als Markenbotschafter ..	194
c) Sponsoringvertrag (inklusive Event-Sponsoring) .....	195
d) Vertrag über Werbung mit Bild-/Tonaufnahmen von Unterhaltungskünstlern (insbesondere zur Einblendung in Werbespots) .....	198
<b>3. Teil. Entertainment und crossmediale Wertschöpfung</b>	
<b>A. Einleitung .....</b>	201
<b>I. Neue Entertainmentsituation und traditionelle Tätigkeit und Verwertung .....</b>	201
1. Änderungen im Marketing .....	201
2. Crossmediale Verwertung .....	202
3. „Verzahnung“ einzelner Wertschöpfungen .....	203
<b>II. Fallbeispiel .....</b>	204
<b>B. Rechtliche Auswirkungen der neuen Entertainmentsituation: Rechteklärung und Vertragsbeziehungen – am Fallbeispiel .....</b>	206
<b>I. Einleitung .....</b>	206
<b>II. Vertragsbeziehungen im Zusammenhang mit der Durchführung und Verwertung des Corporate-Events .....</b>	208
1. Vertrag mit der Moderatorin/Sängerin .....	209
a) Vertragsgegenstand .....	209
b) Wesentlicher Inhalt des Vertrags .....	210
aa) Leistungen der Unterhaltungskünstlerin .....	210
(1) Moderation .....	210
(α) Traditioneller Regelungsinhalt (Verweis) .....	210
(β) Besonderheiten (z.B. „meet and greet“) .....	212
(2) Musikalische Darbietung .....	212

(3) Event-Merchandising .....	214
bb) Leistungen des Vertragspartners (werbetreibendes Unternehmen) .....	215
(1) Vergütung .....	215
(2) „GEMA-Klausel“ .....	215
(α) Rechte an der dargebotenen Musik .....	216
(β) Lizenzierung .....	217
2. Vertrag mit Tonträgerhersteller .....	218
a) Aufzeichnung der Darbietung und Auswertung der Aufnahmen .....	218
b) Bewerbung des Corporate-Events .....	219
c) Merchandising .....	220
3. Vertrag mit Musikurheber bzw. Musikverlag/GEMA .....	220
a) Bewerbung des Corporate-Events mit „Musikkonserve“ ..	221
b) Ausstrahlung des Konzerts (Live-Übertragung im Rundfunk und Internet) .....	222
c) Konzertmitschnitt (Aufzeichnung auf Bildtonträger) .....	223
4. Vereinbarung mit Zuschauern und sonstigen Veranstaltungsteilnehmern .....	226
a) Involvierte Rechte .....	227
aa) Recht am eigenen Bild .....	227
(1) Einwilligungserfordernis (Grundsatz) .....	227
(2) Einwilligungsfreiheit (Ausnahme) .....	229
(3) Verletzung berechtigter Interessen des Abgebildeten .....	231
bb) Recht am gesprochenen Wort bzw. an der eigenen Stimme .....	231
b) Rechts- bzw. Vertragsbeziehungen .....	232
aa) Einwilligung in die Sendung sowie Herstellung von Aufnahmen und deren Nutzung .....	233
bb) Einwilligungserklärung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen .....	234
cc) Einwilligung von Teilnehmern des Events in die Herstellung von Aufnahmen und Live-Übertragung ..	236
<b>III. Verwertung .....</b>	<b>237</b>
1. Vertrag mit Sender (Auftragsproduktionsvertrag) (Live-Übertragung im TV und Internet) .....	237
a) Traditioneller Regelungsinhalt (Verweis) .....	237
b) Rechteeinräumung bzw. Rechteübertragung .....	238
aa) Insbesondere: Filmherstellerrechte .....	238
(1) Wer ist Filmhersteller i.S.d. § 94 UrhG? .....	238
(2) Leistungsschutzrechte des Filmherstellers (Verweis) ..	238
bb) Insbesondere: Veranstalterrechte .....	239
(1) Veranstaltung i.S.d. § 81 UrhG .....	239
(2) Wer ist Veranstalter i.S.d. § 81 UrhG? .....	239
(3) Einzelne Rechte des Veranstalters (Verweis) .....	240
cc) Rechte sonstiger Mitwirkender (Verweis) .....	240

dd) Beistellungen .....	241
c) Exkurs: werberechtliche Anforderungen .....	241
aa) Werbung im Rundfunk – Vorgaben nach dem Rundfunkstaatsvertrag .....	243
(1) Werbung und werberechtliche Grundsätze .....	244
(α) Werbung .....	244
(β) Werberechtliche Grundsätze .....	245
(2) Dauerwerbesendungen .....	246
(3) Schleichwerbung .....	248
(4) Produktplatzierung .....	253
(5) Sponsoring .....	257
bb) Werbung im Internet – Vorgaben nach dem Rundfunkstaatsvertrag und dem Telemediengesetz .....	262
cc) Werberechtliche Anforderungen nach dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) – im Rundfunk und im Internet .....	264
(1) Als Information getarnte Werbung (§ 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Anhang Nr. 11) .....	266
(2) Nichtkenntlichmachung des kommerziellen Zwecks (§ 5a Abs. 6 UWG) .....	267
(3) Rechtsbruch (§ 3a UWG) .....	270
2. Vertrag mit Co-Sponsoren (ohne eigene Nutzungsrechte) .....	271
Stichwortverzeichnis .....	273