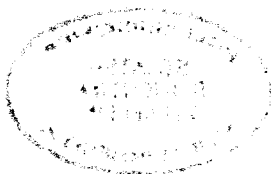


Der Schutz von Fernsehshow- und Fernsehserienformaten

– Eine Untersuchung anhand des deutschen, englischen und
US-amerikanischen Rechts –

von

RÜDIGER LITTEN



C.H.BECK'SCHE VERLAGSBUCHHANDLUNG
MÜNCHEN 1997

Inhaltsverzeichnis

<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XIII
<i>Literaturverzeichnis</i>	XVII
 Einführung	 1
A. Formate von Fernsehshows und -serien	1
I. Fernsehshows	1
II. Fernsehserien	2
III. Das Format als gemeinsames Element von Fernsehshows und -serien ..	3
B. Die wirtschaftliche Bedeutung erfolgreicher Show- und Serienformate	4
C. Der Handel mit Formaten	6
D. Die Problematik des rechtlichen Formatschutzes	7
I. Schutzbedürfnis	7
II. Die rechtlich-ökonomische Ausgangslage	8
1. Interessenkonflikte	8
2. Die grundsätzliche Lösung des deutschen Rechts	9
3. Die Einordnung von Formaten in das bestehende rechtliche Lö-	
sungsmuster	10
E. Der Gang der Darstellung	10
 1. Abschnitt: Formatschutz im deutschen Recht	 11
 1. Kapitel: Urheberrecht	 11
A. Die Voraussetzungen des urheberrechtlichen Schutzes	11
I. Literatur, Wissenschaft und Kunst	12
II. Der Begriff des Werks	12
1. Der geistige Gehalt	13
2. Die Form	13
a) Die Abgrenzung der abstrakten Idee von dem konkreten Er-	
zeugnis	15
aa) Der Begriff der Idee	15
bb) Idee, Konzept und fertiges Erzeugnis	17
cc) Das Format zwischen Idee und Episode	19
(1) Das Format als (grundsätzlich schützbares) Konzept	19
(2) Die Feststellung des hinreichenden Konkretisierungs-	
grads des Formats im Einzelfall	20
(a) Serienformate	20
(b) Showformate	21
b) Das Problem der formgebundenen Einheit	22
aa) Das bestimmte Erzeugnis	23
bb) Die vom Schöpfer gewollte Fassung des Gesamtwerks	25
cc) Konsequenzen für den Formatschutz	25
3. Individualität	26
a) Schöpferische Eigentümlichkeit	26
b) Gestaltungshöhe	27

c) Individualität bei Formaten.....	28
aa) Individualität der Einzelelemente.....	29
(1) Titel.....	29
(2) Hintergrund und Studioausstattung.....	30
(3) Showregeln.....	31
(4) Die Moderatorenleistung.....	32
(5) Das Handlungsgefüge.....	34
(6) Fiktive Charaktere.....	35
bb) Individualität der Kombination.....	37
(1) Individueller Gestaltungsspielraum.....	37
(2) Individuelle Gestaltung.....	38
III. Zwischenergebnis.....	38
B. Verletzung des Urheberrechts.....	39
I. Der Schutz von Werkteilen.....	40
II. Die Verwertung geschützter Werkteile in urheberrechtlich relevanter Form.....	41
1. Die grundsätzliche Unerheblichkeit der Unterscheidung zwischen Inhalt und Form.....	41
2. Die Übertragung des Werkinhalts in eine andere Werkform.....	42
a) Die grundsätzliche urheberrechtliche Relevanz der Übertragung des Inhalts von Sprachwerken in eine andere Werkform.....	42
b) Die Umsetzung einer Anweisung.....	43
aa) Die Beurteilung des inhaltlichen Schutzes von Anweisungen in Rechtsprechung und Literatur.....	44
bb) Das Begründungsdefizit.....	45
cc) Rechtspolitische Überlegungen.....	46
dd) Folgen für Formate.....	47
III. Freie und unfreie Nutzung.....	47
1. Die Intensität der Nutzung.....	48
2. Der Vergleich der Übereinstimmungen.....	49
3. Freie und unfreie Nutzung von Formaten.....	49
C. Der Inhaber der urheberrechtlichen Ansprüche.....	50
I. Urheber- und Miturheberschaft.....	51
1. Die Urheber des Formats.....	51
2. Die Urheber der auf der Grundlage des Formats erstellten Episodenfilme.....	52
II. Die Wahrnehmung der Verwertungsrechte an einem Werk im Fall einer Vielzahl von Miturhebern.....	53
1. Die Lösung von Konflikten zwischen Miturhebern gemäß § 8 UrhG.....	53
2. Die Bündelung der Verwertungsrechte.....	54
a) Der Filmhersteller.....	54
b) Der Formathersteller.....	55
D. Zusammenfassung: Urheberrechtlicher Formatschutz.....	57
2. Kapitel: Markenrecht.....	58
A. Die Schutzvoraussetzungen des Markengesetzes.....	59
I. Ein als Marke schutzfähiges Zeichen.....	59
1. Das Format als Marke.....	59
2. Einzelne Bestandteile des Formats als Marken und Titel.....	61
II. Die Entstehung des Markenschutzes.....	62
1. Eintragung.....	62
2. Verkehrsgeltung infolge Benutzung.....	64
III. Die Entstehung des Titelschutzes.....	65

B. Der Umfang des Marken- und Titelschutzes.....	66
I. Identische Zeichen und Produkte.....	66
II. Ähnliche Zeichen und/oder Produkte.....	66
III. Ausnutzung und Beeinträchtigung bekannter Marken.....	68
C. Der Inhaber des Marken- und Titelschutzes.....	70
D. Zusammenfassung: Markenrechtlicher Formatschutz.....	70
3. Kapitel: Der wettbewerbsrechtliche Schutz vor Ausbeutung gemäß § 1 UWG.....	71
A. Die Schutzvoraussetzungen des Ausbeutungstatbestands gemäß § 1 UWG.....	72
I. Handeln im geschäftlichen Verkehr.....	72
II. Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs.....	72
III. Sittenwidrigkeit der Nachahmung fremder Leistungsergebnisse.....	74
1. Wettbewerbliche Eigenart.....	75
a) Konkret ausgestaltete Produkte – kein wettbewerbsrechtlicher Ideenschutz.....	76
b) Merkmale, die eine Unterscheidung von anderen Produkten ermöglichen.....	77
2. Fallgruppen wettbewerblicher Umstände, die eine Nachahmungshandlung unlauter machen.....	78
a) Vermeidbare Herkunftstäuschung.....	78
aa) Herkunftshinweis.....	79
bb) Verwechslungsgefahr.....	79
cc) Vermeidbarkeit der Herkunftstäuschung.....	79
b) Einschwenken auf die Entwicklungslinie.....	81
c) Erschleichen und Vertrauensbruch.....	81
d) Rufausbeutung (durch Anlehnung).....	82
aa) Der gute Ruf.....	82
bb) Übertragung des guten Rufs.....	83
(1) Offene Anlehnung.....	83
(2) Verdeckte Anlehnung.....	83
cc) Sittenwidrigkeit.....	84
(1) Der markenrechtliche Ursprung des Rufausbeutungstatbestands.....	85
(2) Die Unlauterkeit der Anlehnung an fremde Zeichen.....	86
dd) Konsequenzen für den Formatschutz.....	88
e) Unmittelbare Leistungsübernahme.....	89
aa) Die unmittelbare Leistungsübernahme als Fallgruppe.....	89
(1) Der unklare Tatbestand der unmittelbaren Leistungsübernahme.....	90
(2) Die Modeneuheiten-Entscheidungen und ihre Interpretation in Literatur und Rechtsprechung.....	91
bb) Die unmittelbare Leistungsübernahme als Auslegungshilfe....	94
cc) Die Bedeutung der unmittelbaren Leistungsübernahme für den Formatschutz.....	94
B. Verletzung des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzrechts.....	95
C. Der Inhaber des wettbewerbsrechtlichen Anspruchs.....	97
I. Die Klagebefugnis als Ausgangspunkt.....	97
II. Folgerungen für die Rechtsinhaberschaft.....	99
D. Zusammenfassung: Wettbewerbsrechtlicher Formatschutz.....	102

4. Kapitel: Deliktsrecht	103
A. Die Nachahmung von Formaten als Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb	103
I. Anwendbarkeit von § 823 I BGB neben den Immaterialgütergesetzen	104
II. Rechtswidrigkeit	105
B. § 826 BGB	106
C. Ergebnis: Deliktsrechtlicher Formatschutz	106
5. Kapitel: Vertragsrecht	107
A. Formate als Gegenstände von Verträgen	107
I. Die Beurteilung von Verträgen, die die Übertragung nicht existierender Rechte zum Gegenstand haben, in der Rechtsprechung	108
II. Folgen für Formate	109
B. Vertragsschluß	110
C. Zusammenfassung: Vertraglicher Formatschutz	112
2. Abschnitt: Internationale Aspekte des Formatschutzes	113
1. Kapitel: Formate und (deutsches) Internationales Privatrecht	114
A. Urheberrecht und gewerbliche Schutzrechte	114
B. Wettbewerbs- und Deliktsrecht	115
C. Vertragsrecht	116
D. Zusammenfassung: Formate und Internationales Privatrecht	117
2. Kapitel: Formatschutz im englischen Recht	117
A. Urheberrecht	118
I. Überblick über das englische Urheberrecht	118
II. Die Hughie-Green-Entscheidung	121
III. Reaktionen auf die Hughie-Green-Entscheidung	122
IV. Der Versuch einer gesetzlichen Lösung	124
B. Wettbewerbsrecht	125
I. Breach of Confidence	126
II. Passing Off	127
1. Der Tatbestand des passing off	127
2. Die Bedeutung von passing off für den Formatschutz	129
C. Zusammenfassung: Formatschutz im englischen Recht	129
3. Kapitel: Formatschutz im US-amerikanischen Recht	130
A. Urheberrecht	131
I. Überblick über das US-amerikanische Urheberrecht	131
II. Urheberrechtlicher Formatschutz	133
B. Formatschutz unter anderen Rechtsinstituten	135
I. Eigentumsrecht	136
1. Rechtsprechungsüberblick	136
2. Voraussetzungen des eigentumsrechtlichen Formatschutzes	138
a) Konkretheit	138
b) Neuheit	139
3. Verletzung des Eigentumsrechts	140

II. Vertragsrecht.....	140
1. Neuheit eines Formats als Schutzvoraussetzung.....	141
2. Der stillschweigende Vertragsschluß	141
III. Deliktsrecht.....	142
1. Quasi-contract.....	143
2. Breach of confidential relationship	145
C. Zusammenfassung und Kritik: Formatschutz im US-amerikanischen Recht	146
Zusammenfassung der Ergebnisse	149
Fazit	151