

Inhaltsübersicht

<i>Vorwort</i>	V
<i>Inhaltsverzeichnis</i>	XI
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XLIX

1. Teil Medienrecht

Suchbegriff: Mitte im globalen Dorf	3
---	---

Rundfunkrecht

1. Abschnitt Rahmenbedingungen der Rundfunkregulierung	18
2. Abschnitt Rundfunkrecht I – Rundfunkrechtliche Grundlagen und öffentlich-rechtlicher Rundfunk	27
3. Abschnitt Rundfunkrecht II - Privater Rundfunk	85
4. Abschnitt Recht der Rundfunkwerbung	109
5. Abschnitt Rundfunktechnik und Infrastrukturregulierung	132
6. Abschnitt Telemedien	168

Presserecht

7. Abschnitt Presserecht, insbesondere Recht der Wort- und Bildberichterstattung ..	216
---	-----

Telekommunikationsrecht

8. Abschnitt Telekommunikationsrecht	272
--	-----

Sondergebiete des Medienrechts

9. Abschnitt Kartellrecht und Medien	309
10. Abschnitt Medienrecht und Sport	323
11. Abschnitt Arbeitsrecht und Medien	358
12. Abschnitt Recht der deutschen und europäischen Kulturförderung	408

2. Teil Informationstechnikrecht

13. Abschnitt IT-Vertragsrecht	457
14. Abschnitt Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs, Internetrecht	561
15. Abschnitt Vergaberecht und Vertragsrecht des öffentlichen Auftraggebers	647
16. Abschnitt Datenschutzrecht	682
17. Abschnitt IT-Strafrecht	698

3. Teil Urheberrecht und benachbarte Rechtsgebiete

18. Abschnitt Urheberrecht und Leistungsschutzrechte	721
19. Abschnitt Urheberrecht und Verlagsrecht	806

IX

Inhaltsübersicht

20. Abschnitt Urheberrecht und Software	834
21. Abschnitt IT-Immaterialgüterrecht, Kennzeichen- und Domainrecht.....	863
22. Abschnitt Wettbewerbsrecht und Medien	910
23. Abschnitt Film- und Fernsehvertragsrecht.....	946
24. Abschnitt Musikrecht.....	978
<i>Stichwortverzeichnis</i>	1017

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	V
<i>Inhaltsverzeichnis</i>	XI
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XLIX

1. Teil

Medienrecht

Suchbegriff: Mitte im globalen Dorf	3
--	---

Rundfunkrecht

1. Abschnitt

Rahmenbedingungen der Rundfunkregulierung

<i>I. Wirtschaftliche Anforderungen an die Rundfunkregulierung</i>	18
<i>II. Überblick über das System der Rundfunkregulierung</i>	19
1. Regulierung der Inhalte	21
2. Regulierung von Verbreitungsentgelten	22
3. Regulierung der Infrastruktur	22
4. Regulierung der Empfangstechnik	23
5. Regulierung von Nutzungsentgelten	23
<i>III. Ansätze zur Deregulierung</i>	23
1. Regulierungsziele und Regulierungsinstrumente	25
2. Regulierungskriterien	26

2. Abschnitt

Rundfunkrecht I – Rundfunkrechtliche Grundlagen und öffentlich-rechtlicher Rundfunk

<i>I. Rundfunk im internationalen Recht</i>	28
1. Rundfunk im Völkerrecht	28
1.1 Allgemeines universelles Völkerrecht	28
1.2 Wirtschaftsvölkerrecht	29
1.3 Recht der WTO	30
1.3 Recht des Europarates	31
2. Rundfunk im Gemeinschaftsrecht	32
2.1 Primärrecht	32
2.2 Sekundärrecht	34
2.2.1 Audiovisueller Bereich	34
2.2.2 Benachbarte Regelungsbereiche	36

<i>II. Rundfunk im Deutschen Recht</i>	38
1. Entwicklung des Rundfunkrechts	39
2. Rundfunk im Grundgesetz	40
2.1 Rundfunkfreiheit	40
2.2 Rundfunkbegriff	42
2.2.1 Der klassische Rundfunkbegriff	42
2.2.2 Rundfunkbegriff und Neue Medien	42
2.3 Meinungsfreiheit	46
2.3.1 Schutzbereich	47
2.3.2 Schranken	48
2.3.3 Schranken-Schranken	49
2.4 Träger der Rundfunkfreiheit	49
2.5 Schutzbereich und Schranken der Rundfunkfreiheit	50
2.6 Rundfunkrechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts	50
2.7 Institutionelle Garantien	53
2.8 Dienende und ausgestaltungsbedürftige Rundfunkfreiheit	54
2.9 Staatsfreiheit	55
3. Rundfunk im einfachen Recht	57
3.1 Rundfunkstaatsverträge	57
3.2 Weiteres Landesrecht, insbesondere Rundfunk-/Mediengesetze	62
<i>III. Die Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks</i>	63
1. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	63
2. Organisation und Aufsicht	64
2.1 Rundfunkrat (Fernsehrat)	65
2.2 Verwaltungsrat	66
2.3 Intendant	66
2.4 Prozessuale Fragen	66
3. Programmauftrag	67
3.1 Klassischer Programmauftrag	67
3.2 Programmauftrag und Neue Medien	68
3.2.1 Online-Aktivitäten	68
3.2.2 Programmauftrag für Onlinedienste	70
4. Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	75
4.1 Gebührenfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	75
4.1.1 Die Rundfunkgebühr	75
4.1.2 Rundfunkgebühren in der Einschätzung der Europäischen Kommission	76
4.1.3 Finanzgewährleistungsanspruch nach nationalem Recht	80
4.2 Sonstige Finanzierungsquellen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	84

3. Abschnitt

Rundfunkrecht II – Privater Rundfunk

<i>I. Regulierung von Rundfunkinhalten</i>	85
1. Einleitung	85
2. Rundfunkpraxis und Regulierung	86

3.	Was ist Regulierung?	87
4.	Wer reguliert den privaten Rundfunk?	87
4.1	Gesetzgeber.	88
4.2	Regulierungsbehörden	88
<i>II. Die Strukturen des privaten Rundfunks</i>		88
<i>III. Besonderheiten der Regulierung des privaten Rundfunks</i>		89
1.	Die Landesmedienanstalten	90
1.1	Aufgabe der Landesmedienanstalten	90
1.2	Zusammenwirken der Landesmedienanstalten	91
1.3	Gemeinsame Stellen der DLM	92
1.4	Zentrale Kommission	92
1.4.1	Sicherung der Meinungsvielfalt	92
1.4.2	Weitere Kommissionen	93
2.	Weitere Aufsichtsorgane	93
<i>IV. System der Regulierung des privaten Rundfunks</i>		94
1.	Dynamik der Rechtsgrundlagen	94
2.	Regelungsinhalte des Rundfunkstaatsvertrages im Hinblick auf den privaten Rundfunk	96
<i>V. Zugang zum privaten Rundfunk</i>		97
1.	Zulassung (§§ 20 ff. RStV)	97
2.	Zugang zu Kabelnetzen und Infrastruktur (§§ 52 ff. RStV)	98
2.1	Zugang zu Übertragungskapazitäten	99
2.2	Rechtsschutzfragen	100
<i>VI. Medienkonzentrationsrecht §§ 25 ff. RStV</i>		102
<i>VII. Jugendschutz als besonderer Regulierungsfall</i>		105
1.	Schutzziel des JMStV	105
2.	Inhaltliche Regelungen des JMStV	105
2.1	Absolut unzulässige Angebote	106
2.2	Jugendgefährdende Angebote	106
2.3	Jugendbeeinträchtigende Angebote	106
3.	Aufsichtsstruktur: System der Co-Regulierung	106
3.1	Landesmedienanstalten	107
3.2	Kommission für Jugendmedienschutz	107
3.3	Freiwillige Selbstkontrolle	107
3.4	Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen	108
3.5	Zusammenwirken der einzelnen Aufsichtsgremien	108
3.6	Jugendschutzbeauftragter	108

4. Abschnitt

Recht der Rundfunkwerbung

A.	Die Werbung in den Medien	109
B.	Werbung und Wettbewerbsrecht	110

I. Wettbewerbshandlung und Wettbewerbsförderungsabsicht	111
II. Verbot unterschwelliger Werbung	112
III. Verbot getarnter Werbung	112
1. Getarnte Werbung	113
2. Redaktionelle Werbung	113
3. Product Placement	114
IV. Rechtsfolgen	115
C. Werbung im Rundfunk	115
I. Die Trennung von Werbung und Programm	116
II. Schleichwerbung	116
1. Indizien für Schleichwerbung	117
2. Redaktionelle Veranlassung	117
III. Sponsoring	118
1. Sendungssponsoring	118
2. Ereignissponsoring	119
3. Titelsponsoring	119
4. Sponsoring und Product Placement	119
IV. Virtuelle Werbung	120
V. Besondere Formen von Werbung und medialer Einbindung	120
1. Gewinnspiele	120
2. Ausstatterhinweise	121
VI. Dauerwerbesendung	121
VII. Zulässiger Umfang der Werbung	121
1. Gesamtdauer der Werbung	122
2. Einfügung der Werbung	122
3. Split Screen	123
VIII. Hinweise auf eigene Programme, Begleitmaterial und Social Advertising	123
IX. Verstöße	124
D. Werbung in Telemedien	124
I. Technische Regulierung im Telemediengesetz	124
II. Inhaltliche Regulierung im Rundfunkstaatsvertrag	125
E. Werbung und Jugendmedienschutz	125
F. Werbung nach der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste	126
I. Quantitative Deregulierung der Werbung	126
II. Qualitative Regelungen	127
G. Formulierungshilfen zur Einbindung von Werbung und Mediaelementen im Rundfunk	127

I. Ausstrahlung der Sendung	127
II. Einbindung der Mediaelemente	128
1. Allgemein	128
2. Klassische Werbung	128
3. Titelpatronat	128
4. Gewinnspiel	129
III. Vergütung	129
IV. Material	130
V. Rechteeinräumung / Freistellung	130
VI. Vertragslaufzeit	131

5. Abschnitt

Rundfunktechnik und Infrastrukturregulierung

I. Einführung	133
II. Digitalisierung	135
1.1 Politische Bedeutung	135
1.2 Die Digitalisierung von Programminhalten	136
1.3 Multiplexing	137
2. Bilddarstellung	138
2.1 High Definition Television (HDTV)	138
2.2 Bildformate	139
2.3 Regulierung von Breitbildformaten	140
III. Verbreitungsinfrastrukturen	140
1. Terrestrik	141
1.1 Übertragungstechnik	141
1.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	142
2. Satellit	144
2.1 Übertragungstechnik	144
2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	145
3. Kabel	146
3.1 Übertragungstechnik	146
3.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	147
3.2.1 Rundfunkrechtliche Regulierung	148
3.2.2 Telekommunikationsrechtliche Regulierung	150
3.2.3 Urheberrechtliche Regulierung	151
4. Internet – IPTV	152
4.1 Übertragungstechnik	152
4.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	154
5. Mobilfunknetze	154
5.1 Übertragungstechnik	154
5.2 Rechtliche Rahmenbedingungen	155

<i>IV. Verschlüsselungs- und Empfangstechnik</i>	156
1. Zugangsberechtigungssysteme	156
1.1 Zugangsberechtigungssysteme: Nutzen und Technik	156
1.2 Regulierung von Zugangsberechtigungssystemen	158
2. Digitale Empfangsgeräte	160
2.1 Anwendungs-Programmierschnittstelle (API)	161
2.1.1 Funktionsweise	161
2.1.2 Regulierung	163
2.2 Common Interface	164
3. Navigator und Electronic Programme Guide (EPG)	165
3.1 Funktionsweise	165
3.2 Regulierung	166

6. Abschnitt
Telemedien

<i>I. Einleitung</i>	169
1. EG-rechtlicher Rahmen	170
2. Verfassungsrechtliche Vorgaben	170
2.1 Grundrechtliche Relevanz	170
2.2 Gesetzgebungskompetenz von Bund und Ländern	171
<i>II. Historische Entwicklung</i>	171
<i>III. Abgrenzung Telemedien ohne und mit journalistisch-redaktionellem Inhalt/Rundfunk/Telekommunikation</i>	172
1. Definitionen	173
1.1 Telekommunikationsdienste und telekommunikationsgestützte Dienste ...	173
1.1.1 Telekommunikationsdienste, § 3 Nr. 24 TKG	173
1.1.2 Telekommunikationsgestützte Dienste, § 3 Nr. 25 TKG	174
1.2 Rundfunk, § 2 Abs. 1 S. 1 RStV	174
1.3 Telemedien mit und ohne journalistisch-redaktionellem Inhalt	174
2. Abgrenzungskriterien	175
2.1 Abgrenzung zu den Diensten des TKG	175
2.2 Abgrenzung zum Rundfunk	175
2.3 Abgrenzung der Telemedien ohne und mit journalistisch-redaktionell gestaltetem Inhalt	177
3. Auswirkungen	179
4. Verfahren der Unbedenklichkeitsbestätigung / „Rückholklausel“ in § 20 Abs. 2 S. 2 RStV	180
4.1 Unbedenklichkeitsbestätigung	180
4.2 „Rückholklausel“	180
4.3 Online-Auftritte von Printmedien mit audiovisuellen Elementen	181
<i>IV. Generelle Prinzipien der Telemediendienste</i>	182
1. Begriffsbestimmungen	182
1.1 Diensteanbieter	182

1.1.1	Bereithaltung eigener Telemedien	182
1.1.2	Bereithaltung fremder Telemedien	183
1.1.3	Vermittlung des Zugangs zur Nutzung	183
1.2	Niedergelassener Diensteanbieter	183
2.	Herkunftslandprinzip	184
2.1	Anwendungsbereich des Herkunftslandprinzips	184
2.2	Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip	185
2.2.1	Generelle Ausnahmen	185
2.2.2	Einzelfallausnahmen	185
3.	Zulassungsfreiheit	186
4.	Informationspflichten	186
4.1	Besondere Informationspflichten	188
4.2	Verbot von Spam	189
5.	Haftungsprivilegierung	189
5.1	Das Prinzip der Haftungsprivilegierung	190
5.1.1	Anwendungsbereich der Verantwortlichkeitsregeln	190
5.1.2	Eigene und fremde Inhalte	190
5.1.3	Die Freistellung von der Verantwortlichkeit für fremde Inhalte	190
5.2	Konflikt Störerhaftung/Haftungsprivilegierung	193
5.2.1	Grundsätze des BGH zur Störerhaftung	193
5.2.2	Konsequenzen aus der BGH-Rechtsprechung	194
5.3	Entwicklung der Rechtsprechung	195
6.	Datenschutz	195
6.1	Datenschutzvorschriften des TMG	196
6.1.1	Anwendungsbereich, § 11 TMG	196
6.1.2	Verbot mit Erlaubnisvorbehalt	197
6.2	Auskunftsansprüche	199
V.	<i>Weitere Anforderungen an journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien</i>	200
1.	Journalistische Grundsätze	200
2.	Weitergehende Informationspflichten	201
3.	Gegendarstellung	202
4.	Redaktionsdatenschutz	202
5.	Werbung	203
VI.	<i>Jugendschutz in den Neuen Medien</i>	203
1.	Angebotskategorien	203
1.1	Absolut unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 1 JMStV	203
1.2	Relativ unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 2 JMStV	204
1.3	Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote, § 5 JMStV	205
1.3.1	Der Begriff der Entwicklungsbeeinträchtigung	205
1.3.2	Die Folgen einer Einstufung als entwicklungsbeeinträchtigend	206
2.	Jugendschutzbeauftragter	207
2.1	Von der Verpflichtung erfasste Anbieter	208
2.1.1	Geschäftsmäßiges Anbieten von Telemedien	208
2.1.2	Allgemein zugängliches Telemedium	208

2.1.3	Enthalten von entwicklungsbeeinträchtigenden oder jugendgefährdenden Inhalten	208
2.1.4	Ausnahme für kleine Anbieter von Telemedien	208
2.2	Aufgaben des Jugendschutzbeauftragten	209
2.3	Anforderung an die Bestellung eines Jugendschutzbeauftragten	209
VII.	Aufsicht	210
VIII.	Anhang: Muster für Antrag auf Unbedenklichkeitsbestätigung	211

Presserecht

7. Abschnitt

Presserecht, insbesondere Recht der Wort- und Bildberichterstattung

A.	Die verfassungsrechtlichen Rahmenbedingungen in der Wort- und Bildberichterstattung	216
<i>I.</i>	<i>Die Freiheitsrechte des Art. 5 Abs. 1 GG</i>	<i>216</i>
1.	Meinungsäußerungsfreiheit	216
2.	Informationsfreiheit	217
3.	Pressefreiheit	217
4.	Rundfunkfreiheit	219
5.	Filmfreiheit	219
<i>II.</i>	<i>Die Ausstrahlungswirkungen der Grundrechte aus Art. 5 Abs. 1 GG auf die zivilrechtliche Betrachtung der Wort- und Bildberichterstattung</i>	<i>219</i>
<i>III.</i>	<i>Die Grundrechtsschranken nach Art. 5 Abs. 2 GG</i>	<i>220</i>
<i>IV.</i>	<i>Das Zensurverbot</i>	<i>220</i>
<i>V.</i>	<i>Die Kunstfreiheit und ihre Ausstrahlungswirkung auf die zivilrechtliche Betrachtung der Wort- und Bildberichterstattung</i>	<i>220</i>
B.	Die Wortberichterstattung	222
<i>I.</i>	<i>Grundsätzliches</i>	<i>222</i>
1.	Ermittlung des Aussagegehalts einer Äußerung	222
1.1	Empfängerverständnis	222
1.2	Berücksichtigung des Verständnisses aufgrund des Mediums	222
1.3	Kontextbetrachtung	222
1.4	Offene und verdeckte Äußerungen	223
1.5	Rechtsbegriffe und andere Begrifflichkeiten	223
1.6	Mehrdeutige Darstellungen	224
1.7	Verdacht, Zweifel, Gerüchte	225
1.8	Fragen	225
1.9	Zitate	225
1.10	Satire	226
1.11	Erkennbarkeit bei der Wortberichterstattung	226
2.	Tatsachenbehauptung oder Meinungsäußerung	226

2.1	Kriterien der Abgrenzung	226
2.2	Einzelfälle	227
3.	Behaupten und Verbreiten	228
3.1	Behaupten	228
3.2	Verbreiten	228
3.3	Sich-zu-eigen-machen, sich distanzieren	228
II.	Die Verletzung von Rechten Dritter durch die Wortberichterstattung	229
1.	Persönlichkeitsrechte	229
1.1	Die Rechtsgrundlagen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	229
1.1.1	Deutsches Recht	229
1.1.2	Art. 8 EMRK	229
1.2	Träger des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	229
1.2.1	Natürliche Personen / postmortales Persönlichkeitsrecht	229
1.2.2	Juristische Personen	230
1.3	Einzelne Ausprägungen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	230
1.4	Erforderlichkeit einer Abwägung	230
1.5	Die Freiheit der Meinungsäußerung und ihre Grenzen bei der Abwägung im Einzelfall (Schmähhkritik, Formalbeleidigung, Menschenwürde)	231
1.6	Tatsachenbehauptungen	231
1.6.1	Grundsätzliches zum Schutzzumfang	231
1.6.2	Unwahre Tatsachenbehauptungen	232
1.6.3	Nicht erweislich wahre Tatsachenbehauptungen, Beweislast, pressemäßige Sorgfaltspflicht	232
1.6.4	Persönlichkeitsbeeinträchtigende wahre Tatsachenbehauptungen	233
1.7	Abwägung in Einzelfällen	235
1.7.1	Verdachtsberichterstattung	235
1.7.2	Persönlichkeitsrecht von Kindern	236
2.	Das Recht am Unternehmen	237
3.	Beleidigungstatbestände	237
4.	Kreditgefährdung	237
III.	Rechtswidrigkeit und Verschulden	238
1.	Maßstäbe der Rechtswidrigkeit	238
2.	Wahrnehmung berechtigter Interessen gemäß § 193 StGB	239
3.	Journalistische Sorgfaltspflicht	239
C.	Die Bildberichterstattung	240
<i>I.</i>	<i>Das Recht am eigenen Bild als Teil des allgemeinen Persönlichkeitsrechts</i>	<i>240</i>
<i>II.</i>	<i>Begriff des Bildnisses</i>	<i>241</i>
<i>III.</i>	<i>Erkennbarkeit</i>	<i>241</i>
<i>IV.</i>	<i>Herstellungsart</i>	<i>242</i>
<i>V.</i>	<i>Der Bildnisschutz nach den §§ 22, 23 KUG</i>	<i>242</i>
1.	Einwilligung	242
1.1	Rechtscharakter der Einwilligung	242

Inhaltsverzeichnis

1.2	Erteilung der Einwilligung	242
1.3	Grenzen der Einwilligung	243
1.4	Anfechtung und Widerruf	243
2.	Schranken des Bildnisschutzes gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG – Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte	243
2.1	Begriffe der Zeitgeschichte	243
2.2	Informationsinteresse der Allgemeinheit	245
2.3	Verbreitung zu Werbezwecken	245
2.4	Postmortaler Bildnisschutz und seine Schranken	246
3.	Schranken des Bildnisschutzes gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 2 bis 4 KUG	246
4.	Schranken-Schranken gemäß § 23 Abs. 2 KUG – Berechtigte Interessen des Abgebildeten in der Abwägung	246
4.1	Verletzung der Intimsphäre	246
4.2	Verletzung der Privatsphäre	246
4.3	Kinder- und Jugendschutz	247
4.4	Verletzung von Ehre und Ruf	247
4.5	Verletzung des Wahrheitsschutzes	247
4.6	Satire	248
4.7	Anonymitätsverletzung	248
4.8	Leben, Körper, Gesundheit	248
5.	Das Caroline-Urteil des EGMR – Inhalt und „Einpassung“ in das deutsche Rechtssystem	249
6.	Strafrechtliche Folgen der Verletzung des Bildnisschutzes – §§ 201a StGB, 33 KUG	251
VI.	Fotos von Sachen	253
D.	Die zivilrechtlichen Anspruchsgrundlagen	253
I.	Der Unterlassungsanspruch	253
1.	Voraussetzungen	253
2.	Anspruchsberechtigte	255
3.	Anspruchsverpflichtete	256
4.	Prozessuale Besonderheiten des Unterlassungsanspruchs	256
II.	Der Berichtigungsanspruch	258
1.	Abgrenzung	258
1.1	Widerruf	258
1.2	Richtigstellung, Nichtaufrechterhaltung, berichtigende oder nachträgliche Ergänzung	258
2.	Voraussetzungen des Berichtigungsanspruchs	259
3.	Anspruchsberechtigte und -verpflichtete	260
4.	Probleme der Durchsetzung des Berichtigungsanspruchs	260
III.	Der Bereicherungsanspruch	261
IV.	Schadensersatz	261
V.	Der Geldentschädigungsanspruch	262

VI. Der Gegendarstellungsanspruch	264
1. Funktion und anwendbares Recht	264
2. Voraussetzungen des Gegendarstellungsanspruchs	264
3. Anspruchsberechtigte und -verpflichtete	264
4. Form der Gegendarstellung	265
5. Zuleitung der Gegendarstellung und Abdruckverlangen	265
6. Abdruck der Gegendarstellung	267
7. Inhaltliche Mängel der Gegendarstellung und fehlendes berechtigtes Interesse	268
8. Probleme der Durchsetzung der Gegendarstellung	269
9. Besonderheiten in Hörfunk und Fernsehen	270

Telekommunikationsrecht

8. Abschnitt

Telekommunikationsrecht

A. Einführung	272
I. Überblick über die Gesetzesgeschichte	272
II. Regelungsgegenstände des Telekommunikationsrechts	273
III. Der Gemeinschaftsrechtsrahmen	275
1. Ausgangssituation	275
2. Marktöffnung	276
3. „1999 Review“ und der neue Rechtsrahmen	276
3.1 Die Rahmenrichtlinie	277
3.2 Die Zugangsrichtlinie	279
3.3 Die Genehmigungsrichtlinie	279
3.4 Die Universaldienstrichtlinie	280
3.5 Die Datenschutzrichtlinie	280
3.6 Die Frequenzentscheidung	281
IV. Abgrenzung zum Kartellrecht	281
1. Unterschiede zwischen kartellrechtlicher und telekommunikationsrechtlicher Wettbewerbsaufsicht	281
2. Anwendungsschwelle für das Telekommunikationsrecht	282
3. Konkurrenz von Kartell- und Telekommunikationsrecht	284
B. Regulierung nach dem Telekommunikationsgesetz	284
I. Marktregulierung	284
1. Überblick	284
2. Das Verfahren der Marktregulierung	285
2.1 Marktdefinition	285
2.2 Marktanalyse	286
2.3 Konsultations- und Konsolidierungsverfahren	288

3.	Die Auferlegung von Regulierungsverpflichtungen	288
3.1	Zugangsregulierung	289
3.2	Entgeltregulierung	290
3.2.1	Entgeltgenehmigung (ex-ante-Entgeltregulierung)	290
3.2.2	Nachträgliche Entgeltkontrolle (ex-post-Entgeltregulierung)	292
4.	Rechtsschutz	292
II.	<i>Frequenz- und Rundfunkregulierung</i>	293
1.	Überblick	293
2.	Technologie- und Diensteneutralität	294
3.	Abgrenzung der Telekommunikations- von der Rundfunk- und Medienregulierung	295
3.1	Das Gemeinschaftsrecht	295
3.2	Abgrenzung im deutschen Recht	296
3.2.1.	Abgrenzung von Telekommunikations- und Telemediendiensten	296
3.2.2	Abgrenzung zwischen Telekommunikations- und Rundfunkdiensten	297
4.	Überschneidungen zwischen Telekommunikations- und Rundfunk- regulierung	299
4.1	Regelungen mit Rundfunkbezug im TKG	299
4.2	Regelungen mit Telekommunikationsbezug im RStV	299
5.	Frequenzregulierung	301
5.1	Internationale Frequenzregulierung	301
5.2	Europäische Frequenzregulierung	301
5.3	Nationale Frequenzregulierung	302
5.3.1	Frequenzplanung	302
5.3.2	Frequenzvergabeverfahren und -zuteilung	303
III.	<i>Kundenschutz</i>	304
IV.	<i>Die Bundesnetzagentur – Institution und Verfahren</i>	305
1.	Stellung der Behörde	305
2.	Organe der Behörde	305
2.1	Präsident	305
2.2	Beschlusskammern	305
3.	Sonstige Gremien	306
3.1	Beirat	306
3.2	Wissenschaftliche Unterstützung	306
4.	Verfahren	306
4.1	Allgemeine Verfahrensvorschriften und besondere Befugnisse	306
4.2	Beschlusskammerentscheidungen	307
V.	<i>Gerichtsverfahren</i>	307

Sondergebiete des Medienrechts

9. Abschnitt

Kartellrecht und Medien

A. Die 7. GWB-Novelle	309
B. Verfahren vor den deutschen Kartellbehörden und Gerichten	310
I. Überblick über die Verfahrensarten	310
II. Besonderheiten von Zusammenschlüssen im Presse- und Rundfunkbereich	311
III. Kartellaufsicht in Medienmärkten	315
1. Ausnahmen vom Kartellverbot im Medienbereich	315
2. Kartellfälle im Medienbereich	316
IV. Missbrauchsaufsicht in Medienmärkten	316
V. Konkurrenz von Kartell- und sektorspezifischem Medien- und Urheberrecht	317
C. Verfahren im Rahmen des EG-Vertrages	318
I. Europäische Zusammenschlusskontrolle	319
II. Europäisches Kartellverbot und Missbrauchsaufsicht	319
III. Europäisches Beihilferecht	322

10. Abschnitt

Medienrecht und Sport

I. Einführung	324
II. Mediale Rechte an Sportveranstaltungen	324
1. Fehlen eines gesetzlich geregelten Rechts an Sportveranstaltungen	325
2. Rechte des „Sportveranstalters“	325
2.1 Hausrecht, §§ 1004, 903 BGB bzw. §§ 862, 859 BGB	325
2.2 Wettbewerbsrechtliche Abwehrrechte gem. §§ 4 Nr. 9, Nr. 10, 3 UWG	326
2.3 Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb, § 823 Abs. 1 BGB	327
2.4 Kennzeichen- und Namensrechte	328
2.5 „Sportveranstalter“ als Rechteinhaber	328
3. Diskussion um ein Leistungsschutzrecht des Veranstalters (Ausblick)	330
4. Leistungsschutzrecht des Herstellers des Basissignals gem. § 94 UrhG	330
5. Leistungsschutzrecht des Sendeunternehmens gem. § 87 UrhG	331
6. Rechte der Sportler	331
6.1 Recht am eigenen Bild gem. §§ 22, 23 KUG	331
6.2 § 823 Abs. 1 BGB i.V.m. dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht	333
6.3 Wettbewerbsrechtliches Abwehrrecht gem. § 3 UWG	333
III. Vergabe medialer Rechte in der Praxis	334
1. Audiovisuelle Rechte	335

1.1	Distributionskanäle	335
1.2	Verwertungsformen und -umfang	335
1.3	Übertragungsinfrastruktur und -techniken	336
1.4	Aufbereitung des Datenstroms (Pixel)	336
1.5	Urheberrechtliche Verwertungsrechte	337
1.6	Begriffspaar „Rundfunk“ / „Telemedien“	337
1.7	Schlussfolgerungen für die lizenzvertragliche Praxis	337
2.	„Hörfunkrechte“ bzw. Audio-Berichterstattung	337
3.	„Verspielungsrecht“ (Nachbildung in elektronischen Spielen)	338
4.	Berichterstattung im Live-Ticker	339
IV.	Rechtliche Rahmenbedingungen für Sport und Werbung in den Medien	339
1.	Kurzberichterstattung und Berichterstattung über Großereignisse	339
1.1	Recht auf Kurzberichterstattung, § 5 RStV	340
1.2	Ereignisse von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, § 4 RStV	342
2.	Kartellrechtliche Grenzen	343
2.1	Marktabschottungseffekte gem. Art. 81 EG	344
2.2	Zentralvermarktung medialer Rechte	345
3.	Rundfunkrechtliche Vorgaben für Werbung und Sponsoring	347
3.1	Veranstaltungs-Sponsoring	348
3.2	Sendungs-Sponsoring	348
3.3	Grafik-Sponsoring	349
3.4	Split-Screen-Werbung	349
3.5	Virtuelle Werbung	350
4.	Werbebeschränkungen für Tabak, Alkohol und Arzneimittel	350
5.	Werbebeschränkungen für Sportwetten	351
V.	Vermarktungsstrukturen	352
1.	Vermarktung medialer Rechte über Intermediäre / Agenturen	352
1.1	Vermittlungsmodell	352
1.2	Kommissionsmodell	352
1.3	Buy-Out-Modell	353
2.	Ausschreibung medialer Rechte	353
VI.	Medien-Verwertungsverträge	354
1.	Rechtsnatur	354
2.	Leistungsgegenstand	354
3.	Definition einzelner Rechte	354
4.	Exklusivität	355
5.	Unterlizenzierung	355
6.	Territorialität	355
7.	Produktion	356
8.	Ausstrahlungsgarantie / Übertragungsmodalitäten	356
9.	Vertragslaufzeit / Kündigung	356

10. Rechtgarantie / Freistellungsvereinbarung	356
11. Allgemeines	357

11. Abschnitt

Arbeitsrecht und Medien

A. Einleitung	358
B. Individuelles Arbeitsrecht	358
<i>I. Arbeits-, sozialversicherungs- und steuerrechtlicher Status von Mitarbeitern in Medienunternehmen</i>	358
1. Arbeitsrechtlicher Begriff des Arbeitnehmers/Abgrenzung zu anderen Personengruppen	358
1.1 Der Begriff des Arbeitnehmers	359
1.2 Der Arbeitnehmer in Medienunternehmen	361
1.3 Arbeitnehmerähnliche Personen und freie Mitarbeiter	367
2. Sozialversicherungsrechtliche Einordnung von Mitarbeitern in Medienunternehmen	368
2.1 Sozialversicherungsrechtliche Behandlung von Arbeitnehmern	368
2.2 Sozialversicherungsrechtliche Behandlung von freien Mitarbeitern	369
2.3 Rechtsfolgen der fehlerhaften Einstufung von freien Mitarbeitern	373
3. Steuerrechtliche Behandlung von Mitarbeitern in Medienunternehmen	374
3.1 Steuerrechtliche Behandlung von Arbeitnehmern und freien Mitarbeitern	374
3.2 Steuerrechtliche Folgen einer fehlerhaften Einstufung von freien Mitarbeitern	375
<i>II. Befristung von Arbeitsverhältnissen mit Mitarbeitern in Medienunternehmen</i>	376
1. Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 2, 2a und 3 TzBfG	377
1.1 Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 2 TzBfG („erleichterte Befristung“)	377
1.1.1 Erstmalige Beschäftigung und Dauer der Befristung	377
1.1.2 Form der Befristungsabrede	378
1.1.3 „Verlängerung“ der Befristung	379
1.1.4 Rechtsfolgen einer unzulässigen Befristungsabrede	380
1.2 Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 2a TzBfG	381
1.3 Sachgrundlose Befristung nach § 14 Abs. 3 TzBfG	381
2. Befristung von Arbeitsverhältnissen „mit Sachgrund“ nach § 14 Abs. 1 TzBfG	382
2.1 Zeitbefristung aus sachlichem Grund	382
2.1.1 „Rundfunkfreiheit“ als sachlicher Befristungsgrund nach § 14 Abs. 1 S. 2 Nr. 4 TzBfG	382
2.1.2 Befristung von Arbeitsverhältnissen mit nicht programmgestaltenden Mitarbeitern	384
2.2 Zweckbefristung	385
2.3 Form der Sachgrundbefristung	386

3.	Die Vereinbarung einer auflösenden Bedingung gem. § 21 TzBfG	386
4.	Optionsabreden in Arbeitsverträgen	387
5.	Gestaltungsmöglichkeiten in der Praxis	388
6.	Befristung von Verträgen mit freien Mitarbeitern	389
III. Auswirkungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) auf Medienunternehmen		390
1.	Ziel und Inhalt des AGG	390
2.	Auswirkungen des AGG auf Medienunternehmen	391
IV. Jugendarbeitsschutz in Medienunternehmen		392
C. Kollektives Arbeitsrecht		395
I. Betriebliche und unternehmerische Mitbestimmung in Medienunternehmen		395
1.	Betriebliche Mitbestimmung	395
1.1	Grundsätzliche Geltung des Betriebsverfassungsgesetzes	395
2.	Bereichsausnahme für sogenannte „Tendenzbetriebe“ (§ 118 BetrVG)	397
2.1	Tendenzbetriebe und –unternehmen	397
2.2	Mitbestimmung in personellen Angelegenheiten	400
2.3	Mitbestimmung in sozialen Angelegenheiten	401
2.4	Mitbestimmung in wirtschaftlichen Angelegenheiten	402
3.	Unternehmerische Mitbestimmung	403
3.1	Drittelbeteiligungsgesetz	404
3.2	Mitbestimmungsgesetz	404
II. Tarifvertragsrecht in Medienunternehmen		404
1.	Grundsätzliches zur Anwendung von Tarifverträgen	404
2.	Konkrete Tarifverträge für Medienunternehmen	406

12. Abschnitt

Recht der deutschen und europäischen Kulturförderung

A. Objekte und Themen der Kulturförderung	409	
B. Akteure der Kulturförderung – Ebenen, Themen, Rechtsrahmen	412	
I. Europa	412	
1.	Europarat	412
2.	Europäische Union	413
3.	Nicht-staatliche oder private Organisationen in Europa	418
II. Der öffentliche Bereich in Deutschland – Staat und Kommunen	419	
1.	Bund	421
2.	Länder	425
3.	Kommunen	428
III. Der nicht-staatliche Bereich in Deutschland – private Kulturförderung	430	

C. Instrumente der Kulturförderung	431
I. Durchführung von kulturellen Veranstaltungen	431
II. Errichtung und Betrieb kultureller Einrichtungen	433
III. Kooperationen zur Kulturförderung	434
IV. Finanzielle Unterstützung kultureller Vorhaben	436
1. Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand – öffentliche Zuwendungen	436
1.1 Rechtsgrundlage	436
1.2 Zuwendungsempfänger	437
1.3 Zuwendungsart	437
1.4 Finanzierungsart	438
1.4.1 Vollfinanzierung	438
1.4.2 Fehlbedarfsfinanzierung	438
1.4.3 Anteilfinanzierung	439
1.4.4 Festbetragsfinanzierung	440
1.5 Kontrollinstrumentarium	440
1.5.1 Zweckbindung	441
1.5.2 Nebenbestimmungen	441
1.5.3 Förderrichtlinien	442
1.5.4 Gremienmitgliedschaft	443
1.5.5 Evaluation	444
2. Finanzielle Unterstützung durch Private	444
2.1 Unterstützung durch Spender und Mäzene	445
2.2 Unterstützung durch die Wirtschaft – Sponsoren	445
V. Gestalten besonderer rechtlicher Rahmenbedingungen	447
1. Künstlersozialversicherung	448
2. Gemeinnützigkeit – steuerrechtliche Förderung von Kultur	448
3. Kulturentwicklungsplanung	450
D. Einzelheiten zur öffentlichen Filmförderung in Deutschland	451
I. Ziele öffentlicher Filmförderung	451
II. Institutionen öffentlicher Filmförderung	451
III. Objekte öffentlicher Filmförderung	452
IV. Instrumente öffentlicher Filmförderung	452
1. Filmpreise und -prämien	452
2. Zuschüsse	453
3. Darlehen	454
4. Bürgschaften	454
5. Steuererleichterungen	454

2. Teil
Informationstechnikrecht

13. Abschnitt
IT-Vertragsrecht

A. Einleitung und Übersicht über die abgebildeten Lebenssachverhalte	458
B. Wesentliche Grundbegriffe	459
I. <i>Software und Hardware</i>	460
II. <i>IT-Projekt</i>	462
C. Typisierte Lebenssachverhalte im IT-Vertragsrecht	463
I. <i>Einleitung</i>	463
II. <i>Erwerb von Hardware (Kauf, Miete, Leasing)</i>	464
1. <i>Hardwarekauf</i>	465
1.1 <i>Vertragliche Besonderheiten</i>	465
1.2 <i>Vorvertragliches Stadium</i>	466
1.3 <i>Pflichten des Verkäufers/Anbieters</i>	467
1.4 <i>Pflichten des Käufers/Anwenders</i>	468
1.5 <i>Abwicklung des Vertrages</i>	469
1.6 <i>Mängelrechte</i>	469
2. <i>Hardwaremiete</i>	470
2.1 <i>Vertragliche Besonderheiten</i>	471
2.2 <i>Vorvertragliches Stadium</i>	471
2.3 <i>Pflichten des Vermieters</i>	471
2.4 <i>Pflichten des Mieters</i>	472
2.5 <i>Einräumung von Nutzungsrechten</i>	473
2.6 <i>Mängelrechte</i>	474
2.7 <i>Vertragsbeendigung</i>	474
3. <i>Hardwareleasing</i>	475
3.1 <i>Vertragstypologische Einordnung</i>	476
3.2 <i>Vorvertragliches Stadium</i>	476
3.3 <i>Vertragsinhalt</i>	476
3.4 <i>Haftung/Gefahr des zufälligen Untergangs</i>	477
3.5 <i>Mängelrechte</i>	478
3.6 <i>Vertragsbeendigung</i>	479
III. <i>Wartung von Hardware</i>	479
1. <i>Vertragstypologische Einordnung</i>	479
2. <i>Vorvertraglicher Bereich</i>	480
3. <i>Vertragsgegenstand</i>	480
4. <i>Mängelrechte</i>	484
5. <i>Datenschutz/Geheimhaltung</i>	484
6. <i>Vertragsbeendigung</i>	485

<i>IV. Erwerb und Nutzung von Software</i>	485
1. Softwarekauf	485
1.1 Vertragstypologische Einordnung	485
1.2 Vorvertragliches Stadium	487
1.3 Pflichten des Verkäufers	487
1.4 Rechteeinräumung	488
1.5 Pflichten des Käufers	491
1.6 Übergabe der Software	492
1.7 Mängelrechte	492
1.8 Schutzhüllenverträge (Shrink-Wrap-Verträge) und Enter-Vereinbarungen ..	493
2. Nutzung von Standardsoftware auf Zeit/Softwaremiete	494
2.1 Vertragstypologische Einordnung/Abgrenzung	495
2.2 Pflichten der Vertragsparteien	495
2.3 Rechteübertragung	498
2.4 Mängelrechte	499
2.5 Vertragsbeendigung	499
3. Softwareleasing	500
4. Application Service Providing (ASP)	501
4.1 Typen des ASP	502
4.2 Rechtsnatur des ASP/anwendbare Vorschriften	502
4.3 Pflichten des Providers	503
4.4 Pflichten des Anwenders	506
4.5 Einräumung von Nutzungsrechten	507
4.6 Mängelrechte	508
4.7 Vertragsbeendigung	509
<i>V. Softwareerstellung</i>	509
1. Vertragstypologische Einordnung	510
2. Vorvertragliches Stadium/Projektbeginn „ohne Vertrag“	512
2.1 Vorvertragliches Stadium	512
2.2 Beginn des Softwareerstellungsjekts „ohne“ Vertrag	513
2.3 Typische dem Softwareerstellungsjekt vorgeschaltete Vereinbarungen ..	514
3. Leistungsumfang/Pflichten des Softwareerstellers	514
4. Pflichten des Anwenders	516
5. Änderungen des Leistungsumfangs	517
6. Rechteübertragung	518
7. Abnahme/Ablieferung	519
8. Leistungsstörungen	521
<i>VI. Pflege von Software</i>	523
1. Vertragstypologische Einordnung	523
2. Abschlusszwang	525
3. Pflichten des Anbieters	526
4. Pflichten des Kunden	526

5.	Mängelrechte und Haftung	529
6.	Vertragslaufzeit	529
D.	Ausgewählte weitere Fallgestaltungen im IT-Vertragsrecht.	530
<i>I.</i>	<i>Verträge in der Planungsphase von IT-Projekten, Systemberatung</i>	<i>531</i>
1.	Vertragstypologische Einordnung von Beratungsleistungen	531
2.	Pflichten des Beraters	531
3.	Pflichten des Kunden	532
4.	Rechteübertragung	533
5.	Abnahme bei werkvertraglicher Einordnung, Mängel und Haftung	533
6.	Vertragsdauer	534
<i>II.</i>	<i>Systemverträge/IT-Projektverträge</i>	<i>534</i>
1.	Systemverträge	534
2.	Projektverträge	537
2.1	Vertragstypologische Einordnung	537
2.2	Inhalt	537
3.	FuE-Verträge im IT-Bereich, Kooperationsvereinbarungen	538
<i>III.</i>	<i>Generalunternehmer-/Subunternehmergestaltungen</i>	<i>541</i>
1.	Vertragskonstellation und Interessenlage	541
2.	Besonderheiten bei Subunternehmerverträgen	542
<i>IV.</i>	<i>Rechenzentrumsverträge/Service-RZ-Verträge</i>	<i>545</i>
1.	Vertragstypologische Einordnung	545
2.	Besonderheiten	546
<i>V.</i>	<i>Outsourcing-/Backsourcingverträge</i>	<i>548</i>
1.	Outsourcing	548
1.1	Arten des Outsourcing	548
1.2	Vertragstypologische Einordnung	549
1.3	Inhalt des Outsourcing-Vertrages	549
1.4	Arbeitsrechtliche Aspekte	550
2.	Backsourcing	550
<i>VI.</i>	<i>Hard-/Softwarevertriebsverträge, Großhändlerverträge, OEM-Gestaltungen.</i> ...	<i>551</i>
1.	Hardwarevertriebsverträge	551
2.	Softwarevertriebsverträge	552
3.	Großhändlerverträge	552
4.	OEM-Gestaltungen	552
<i>VII.</i>	<i>Quellcodehinterlegung/Escrow</i>	<i>554</i>
1.	Grundkonstellation	554
2.	Zweck der Hinterlegung	555
3.	Vertragstypologische Einordnung	555
4.	Insolvenzfestigkeit der Hinterlegung	556
4.1	Hinterlegung bei einer Hinterlegungsstelle	556

4.2	Hinterlegung beim Kunden	558
5.	Vertragsinhalt	558
5.1	Hinterlegungsgegenstand/Hinterlegungsstelle	558
5.2	Pflichten der Vertragsparteien	559
5.3	Herausgabe der Materialien	560
5.4	Vertragsbeendigung	560

14. Abschnitt

Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs, Internetrecht

A.	Allgemeine Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs	563
<i>I.</i>	<i>Einleitung</i>	563
<i>II.</i>	<i>Grundlegende technische Hinweise</i>	563
<i>III.</i>	<i>Wichtige rechtliche Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs</i>	565
<i>IV.</i>	<i>Vertragsrecht</i>	566
1.	Allgemeines	566
2.	Besonderheiten digital übermittelter Willenserklärungen	567
2.1	Willenserklärungen im Internet	567
2.2	Abgabe von Willenserklärungen	568
2.3	Zugang der Willenserklärung	569
2.4	Konkludente Willenserklärungen und Schweigen	570
3.	Anfechtung	571
4.	Webseite: Invitatio ad offerendum	572
5.	Stellvertretung	572
6.	Virtuelle Marktplätze	573
6.1	Power Shopping	573
6.2	Internetauktionen	574
6.3	Umgekehrte Versteigerungen	575
6.4	Leistungsstörungen im Nutzerverhältnis	575
<i>V.</i>	<i>Geschäfte im elektronischen Geschäftsverkehr (§ 312e BGB)</i>	576
<i>VI.</i>	<i>Fernabsatzrecht</i>	577
1.	Das Fernabsatzgeschäft	577
2.	Informationspflichten	579
3.	Widerrufs- und Rückgaberecht	581
<i>VII.</i>	<i>Einbeziehung allgemeiner Geschäftsbedingungen</i>	584
<i>VIII.</i>	<i>Internationales Vertragsrecht</i>	585
1.	Anwendbares Recht	585
2.	Gerichtliche Zuständigkeiten	588
<i>IX.</i>	<i>Elektronische Signaturen</i>	589
1.	Technische Funktionsweise	589
2.	Praktische Bedeutung	590

<i>X. Haftung der im Netz Tätigen</i>	592
1. Haftungsbeschränkungen nach dem TMG	594
1.1 Grundsatz § 7 TMG	594
1.2 Haftungsprivileg des § 8 TMG	595
1.3 Haftungsprivileg des § 9 TMG	596
1.4 Haftungsprivileg des § 10 TMG	597
1.5 Proaktive Überwachungspflichten der Provider	598
2. Zivilrechtliche Haftungstatbestände	599
2.1 Allgemeine zivilrechtliche Haftungstatbestände	599
2.2 Störerhaftung	599
3. Gewerblicher Rechtsschutz, Urheberrecht, Wettbewerbsrecht	601
4. Haftung für Links und Suchmaschinen	601
5. Haftung von Internetauktionenhäusern	603
5.1 Vertragliche Pflichtverletzungen	603
5.1.1 Technisch bedingte Ausfälle	603
5.1.2 Unregelmäßigkeiten bei der Abwicklung der Auktion	605
5.2 Haftung gegenüber Dritten	605
5.2.1 Rechtsverletzende Inhalte	605
5.2.2 Unrechtmäßige Registrierung/“Passwortdiebstahl“	606
5.2.3 Fehlerhafte Bewertungen	606
6. Haftung von Forenbetreibern	607
7. Haftung der P2P-Netzwerkbetreiber/P2P-Anwender	608
8. Haftung von W-LAN-Betreibern	609
B. Domain-Verträge	610
I. Registrierung der Domain .de bei der DENIC	611
II. Vertrag mit dem ISP	612
III. Domain-Übertragung	614
IV. Domain-Vermietung/ Domain-Verpachtung	615
C. ISP-Vertrag	615
I. Access Providing	616
1. Rechtsnatur	616
2. Pflichten des Access-Providers	617
3. Pflichten des Kunden	619
4. Vertragsverletzungen/Mängelrechte	620
5. Haftung	620
6. Vertragsbeendigung	621
II. Presence-Providing/Webhosting	621
1. Webhosting	621
1.1 Rechtsnatur	622
1.2 Pflichten des Webhosters	623
1.3 Pflichten des Kunden	624

1.4	Mängelrechte	625
1.5	Haftung	625
1.6	Einräumung von Rechten	626
1.7	Vertragsbeendigung	626
2.	Server-Housing	626
2.1	Rechtsnatur	627
2.2	Pflichten des Server-Housing-Anbieters	627
2.3	Pflichten des Kunden	628
2.4	Vertragsbeendigung	628
3.	Virtuelle Server	628
4.	Reseller-Verträge	629
III.	Content-Provider	629
D.	Informationshandel über Online-Datenbanken	630
<i>I.</i>	<i>Rechtsnatur</i>	<i>631</i>
<i>II.</i>	<i>Anwendbare Vorschriften</i>	<i>632</i>
<i>III.</i>	<i>Pflichten der Vertragsparteien</i>	<i>632</i>
<i>IV.</i>	<i>Einräumung von Rechten</i>	<i>633</i>
<i>V.</i>	<i>Mängelrechte/Haftung</i>	<i>633</i>
<i>VI.</i>	<i>Vertragsbeendigung</i>	<i>634</i>
E.	Vertrag über Webdesign	634
<i>I.</i>	<i>Einmalige Erstellung einer Internetpräsenz</i>	<i>635</i>
1.	Rechtsnatur	635
2.	Vorvertragliches Stadium	635
3.	Pflichten der Vertragsparteien	636
4.	Einräumung von Rechten	637
5.	Mitwirkungspflichten	637
6.	Abnahme/Übergabe	637
7.	Mängelrechte	638
<i>II.</i>	<i>Sitebetreuungsverträge</i>	<i>638</i>
F.	Vertrag über den Erwerb von Rechten an Webcontent	639
<i>I.</i>	<i>Vertragsvarianten</i>	<i>639</i>
<i>II.</i>	<i>Vertragstypologische Einordnung</i>	<i>640</i>
<i>III.</i>	<i>Pflichten des Content-Providers</i>	<i>641</i>
1.	Beschreibung der Inhalte	641
2.	Technische Vorgaben	641
3.	Pflege der Inhalte	642
4.	Kontrolle der Inhalte	642
5.	Verfügbarkeit der Inhalte	642
6.	Sonstige Pflichten	642

IV. Pflichten des Kunden	643
V. Einräumung von Nutzungsrechten	643
VI. Mängelrechte	644
VII. Haftung	644
1. Haftung gegenüber Dritten	644
2. Haftung im Vertragsverhältnis	645
G. Sonstige Fallgestaltungen	645

15. Abschnitt

Vergaberecht und Vertragsrecht des öffentlichen Auftraggebers

A. Vergaberecht	647
I. Grundstrukturen des Vergaberechts	648
1. Öffentlicher Einkauf als Gegenstand des Vergaberechts	649
2.1 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten als öffentliche Auftraggeber	649
2.2 Vertragsverletzungsverfahren der Europäischen Kommission gegen die BRD wegen der Vergabepaxis der GEZ und der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	653
3. Verfahrensarten bei nationalen und europaweiten Vergaben	654
II. Ablauf der einzelnen Verfahren	655
1. Öffentliche Ausschreibung/Offenes Verfahren	655
1.1 Aufforderungsphase	655
1.2 Angebotsphase	657
1.3 Prüfungs- und Wertungsphase in 4 Stufen	658
2. Beschränkte Ausschreibung/Nichtoffenes Verfahren	659
3. Freihändige Vergabe/Verhandlungsverfahren	660
4. Wettbewerblicher Dialog als Sonderform eines Vergabeverfahrens	661
4.1 Gesetzlicher Rahmen des Wettbewerblichen Dialogs	661
4.2 Zulässigkeit nur für besonders komplexe Aufträge von staatlichen Auftraggebern	661
4.3 Phasen eines Wettbewerblichen Dialogs	662
III. Besonderheiten bei der Wertung der Angebote	663
1. Wertung von Nebenangeboten	663
2. Gewichtung von Zuschlagskriterien mittels einer Bewertungsmatrix, z.B. UfAB IV	664
IV. Rechtsschutz in Vergabesachen	666
1. Primärrechtsschutz bei Überschreitung des Schwellenwertes	666
2. Primärrechtsschutz unterhalb der Schwellenwerte?	668
3. Sekundärrechtsschutz mit Schadensersatz in Geld	670
B. Unabhängigkeit des Vertragsrechts vom Vergabevorgang	670
C. Vertragsrecht für IT-Leistungen des öffentlichen Auftraggebers	671

I. Einführung	671
II. Haftung des Auftragnehmers in den EVB-IT	673
III. Kernpunkte einzelner EVB-IT und der verbleibenden BVB	674
1. Systemvertrag	675
1.1 Vertragsgegenstand des Systemvertrags	676
1.2 Besonderheiten bei der Abnahme	677
1.3 Sach- und Rechtsmängelansprüche	678
1.4 Haftung des Auftragnehmers	678
2. Kauf von Hardware	679
3. Dienstleistung im IT-Bereich	679
4. Überlassung von Standardsoftware, Typen A + B	679
5. Instandhaltung von Hardware	680
6. Pflege von Software	680
7. Miete von Hardware (BVB-Miete), Pflege von Individualsoftware (BVB-Pflege), Planung von Individualsoftware (BVB-Planung)	680

16. Abschnitt

Datenschutzrecht

1. Einführung	682
2. Internationale Bezüge	683
2.1 Das Datenschutzübereinkommen des Europarats	683
2.2 Die Europäische Datenschutzrichtlinie	684
2.3 Die Europäische Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation ..	685
2.4 Die Richtlinie zur Vorratsspeicherung von Daten	685
3. Nationales Datenschutzrecht	687
3.1 Überblick	687
3.2 Volkszählungsurteil und datenschutzrechtliche Essentialia	687
3.3 Bereichsspezifischer Datenschutz	688
3.3.1 Datenschutzbestimmungen im Telekommunikationsgesetz	688
3.3.2 Datenschutzbestimmungen im Telemediengesetz	689
3.4 Das Bundesdatenschutzgesetz	690
3.4.1 Anwendbarkeit und Begriffsbestimmungen	690
3.4.2 Verbot mit Erlaubnisvorbehalt	690
3.4.3 Ansprüche des Betroffenen	691
3.4.4 Datenschutz und Medienprivileg	691
4. Sonderprobleme des Datenschutzes im Detail	692
4.1 Cookies	692
4.2 Unerbetene Nachrichten (SPAM)	693
4.3 Online-Durchsuchung	694
4.4 Vorratsdatenspeicherung	695

**17. Abschnitt
IT-Strafrecht**

1.	Einführung.	699
2.	Internationaler Rahmen	699
2.1	Das Übereinkommen des Europarates über Computerkriminalität.	699
2.2	EU Rahmenbeschluss über Angriffe auf Informationssysteme.	701
3.	Nationales IT-Strafrecht	702
3.1	Die Anwendbarkeit deutschen Strafrechts	702
3.1.1	Grundprinzipien.	702
3.1.2	Territorialitätsprinzip und Delikte im Internet	703
3.2	Die „Haftungsfilter“ des TMG	704
4.	Überblick über medienrechtlich relevante Bestimmungen des Straf- und Strafprozessrechts	705
5.	Partielle Umsetzung der CCC und des Rahmenbeschluss durch das 41. Strafrechtsänderungsgesetz	706
6.	Aktuelle Phänomene des Informationsstrafrechts im Detail.	709
6.1	Lockanrufe und Betrug, § 263 StGB.	709
6.2	Versteigerungen im Internet und Betrug, § 263 StGB	709
6.3	Domain Grabbing und Erpressung, § 253 StGB	709
6.4	Malware, Datenveränderung, § 303a StGB und Ausspähen von Daten, § 202a StGB.	710
6.5	Versenden unerbetener Werbenachrichten (Spam).	710
6.6	Mail Filter und Verletzung des Post- oder Fernmeldegeheimnisses, § 206 StGB	711
6.7	IP Spoofing und Fälschung beweisheblicher Daten, § 269 StGB	711
6.8	Phishing und Fälschung beweisheblicher Daten, § 269 StGB	711
6.9	Internet und Pornographie, §§ 184 ff. StGB	712
6.10	Musikdownloads und Verletzung von Urheberrechten, §§ 106 ff. UrhG	714

3. Teil

Urheberrecht und benachbarte Rechtsgebiete

18. Abschnitt

Urheberrecht und Leistungsschutzrechte

A. Vororientierung	721
<i>I. Geschichtliche Entwicklung des Urheberrechts</i>	721
<i>II. Begriff und Funktion des Urheberrechts</i>	724
1. Begriff	724
2. Funktion.	724
<i>III. Ab- und angrenzende Schutzrechte</i>	725
1. Verwandte Schutzrechte, Leistungsschutzrechte	725
2. Gewerbliche Schutzrechte	726

2.1	Technische Schutzrechte	727
2.2	Geschmacksmuster	728
2.3	Marken	729
3.	Wettbewerbsrecht	729
3.1	Abgrenzung zum UWG	729
3.2	Kartellrecht	730
4.	Andere Persönlichkeitsrechte	731
B.	Das Werk als Schutzobjekt	732
<i>I.</i>	<i>Werkbegriff</i>	<i>732</i>
1.	Registrierung ist keine Schutzvoraussetzung	732
1.1	Registrierung anonymer und pseudonymer Werke, § 138 UrhG	733
1.2	Urhebervermerk	733
1.3	Prioritätsnachweis durch Hinterlegung	734
2.	Persönliche geistige Schöpfung	735
2.1	Schöpfungshöhe – sog. kleine Münze	735
2.2	Von der schutzunfähigen Idee zum schutzfähigen Entwurf	736
<i>II.</i>	<i>Relevante Beispiele aus der Praxis</i>	<i>736</i>
1.	Formate	737
2.	Werbeslogans	737
3.	Sound-Sampling, Handyklingeltöne	737
4.	Benutzeroberflächen, Webseiten, Handylogos	738
5.	Sammel- und Datenbankwerke (§ 4 UrhG)	738
<i>III.</i>	<i>Abhängige Werke</i>	<i>739</i>
1.	Bearbeitung und freie Benutzung	739
1.1	Bearbeitung, §§ 3, 23 UrhG	739
1.2	Freie Benutzung, § 24 UrhG	741
1.3	Plagiat und Parodie	742
1.3.1	Plagiat	742
1.3.2	Parodie	743
C.	Der Urheber als Schutzsubjekt	744
<i>I.</i>	<i>Das Schöpferprinzip – in Abgrenzung zu „work made for hire“</i>	<i>744</i>
1.	Grundsatz	744
2.	Einschränkungen	745
<i>II.</i>	<i>Miturheberschaft</i>	<i>747</i>
D.	Inhalt des Urheberrechts	748
<i>I.</i>	<i>Urheberpersönlichkeitsrecht</i>	<i>748</i>
1.	Veröffentlichungsrecht gem. § 12 UrhG	749
2.	Anerkennung der Urheberschaft gem. § 13 UrhG	750
3.	Entstellung des Werkes, § 14 UrhG	752
<i>II.</i>	<i>Verwertungsrechte</i>	<i>753</i>

1.	Vervielfältigungsrecht, § 16 UrhG	755
2.	Verbreitungsrecht, § 17 UrhG	757
3.	Vermietrecht, § 17 Abs. 3 UrhG	759
4.	Ausstellungsrecht, § 18 UrhG	760
5.	Vortrags-, Vorführungs- und Aufführungsrecht, § 19 UrhG.	761
5.1	Regelungsgehalt.	761
5.2	Verwertungspraxis.	762
5.3	Die wichtigsten Verwertungsgesellschaften	764
6.	Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, § 19a UrhG.	766
7.	Senderecht, europäische Satellitensendung und Kabelweitersendung, §§ 20, 20a, 20b UrhG	769
8.	Zweitverwertungsrechte, §§ 21, 22 UrhG	771
E.	Verwertung des Urheberrechts/Urhebervertragsrecht	772
<i>I.</i>	<i>Rahmenbedingungen</i>	<i>772</i>
1.	Schutzdauer	772
2.	Übertragbarkeit	773
3.	Vererblichkeit	774
<i>II.</i>	<i>Verwertung der Urheberrechte durch Einräumung von Nutzungsrechten</i>	<i>775</i>
1.	Entstehung des Nutzungsrechts durch konstitutive Rechtseinräumung	776
2.	Die Einräumung von Nutzungsrechten	776
3.	Die Ausgestaltung der Einräumung von Nutzungsrechten	778
3.1	Einfache und ausschließliche Nutzungsrechte	778
3.2	Die Beschränkung von Nutzungsrechten	778
3.3	Unbekannte Nutzungsarten	780
3.3.1	Frühere Gesetzeslage.	780
3.3.2	Aktuelle Rechtslage.	781
3.4	Die Zweckübertragungstheorie	783
3.5	Allgemeine Geschäftsbedingungen	783
4.	Weiterübertragung von Nutzungsrechten, §§ 34, 35 UrhG.	784
5.	Erlöschen von Nutzungsrechten	785
F.	Vergütungsregelungen des Urheberrechts	787
<i>I.</i>	<i>Gesetzliche Vergütungsansprüche.</i>	<i>787</i>
<i>II.</i>	<i>Vertragliche Vergütungsansprüche</i>	<i>788</i>
1.	Anspruch auf angemessene Vergütung bei Vertragsschluss, § 32 UrhG ...	789
2.	Anspruch auf weitere Beteiligung, § 32a UrhG	791
3.	Anspruch auf gesonderte Vergütung für später bekannte Nutzungsarten, § 32c UrhG	793
4.	Gemeinsame Vergütungsregeln, § 36 UrhG	793
G.	Schutz des ausübenden Künstlers (§§ 73 ff. UrhG)	794
H.	Schutz des Konzert- und Theaterveranstalters (§ 81 UrhG).	795

I. Schutz des Tonträgerherstellers (§§ 85 f. UrhG)	796
J. Schutz des Sendeunternehmens (§ 87 UrhG)	797
K. Schutz des Films, des Filmherstellers und Laufbildschutz (§§ 88 ff., 94, 95 UrhG)	798
L. Internationales Urheberrecht	801
<i>I. Fremdenrecht, Territorialitätsprinzip und Schutzlandprinzip</i>	802
<i>II. Staatsverträge</i>	803
1. RBÜ	803
2. WUA	803
3. WCT	804
4. TRIPS	804
5. Weitere Verträge	804
<i>III. Europäisches Urheberrecht</i>	805

19. Abschnitt

Urheberrecht und Verlagsrecht

A. Einleitung	806
B. Regelungsrahmen des Verlagsrechts	807
<i>I. Verlagsrecht und Urheberrecht</i>	807
1. Urheberrecht vergeht, Verlagsrecht besteht	807
2. Das Primat des Verlagsrechts	808
3. Für den Verlagsvertrag wichtige Regelungen des UrhG	808
3.1 Die Einräumung von Nutzungsrechten	808
3.2 Die Zweckübertragungslehre	809
3.3 Neue Nutzungsarten	810
3.3.1 Die frühere Regelung	810
3.3.2 Die neue Regelung	810
<i>II. Sonstige relevante Regelungen</i>	811
C. Verlagsvertrag und Verlagsgesetz	812
<i>I. Der Verlagsvertrag</i>	812
1. Gegenstand und Parteien des Verlagsvertrages	812
2. Pflichten des Verfassers	813
2.1 Hauptpflichten	813
2.1.1 Verschaffung des Verlagsrechts	813
2.1.2 Ablieferung des vertragsgemäßen Manuskripts	814
2.2 Nebenpflichten des Verfassers	815
2.2.1 Enthaltungspflicht, § 2 Abs. 1 VerlG	815
2.2.2 Zustimmung zur Weiterübertragung oder Einräumung	815
2.2.3 Mitwirkungspflichten	816
3. Pflichten des Verlegers	816

Inhaltsverzeichnis

3.1	Hauptpflichten	816
3.1.1	Vervielfältigung und Verbreitung des Werkes	816
3.1.2	Honorarzahlung	817
3.2	Nebenschlichten	821
3.2.1	Enthaltungspflicht des Verlegers	821
3.2.2	Festsetzung des Ladenpreises	821
3.2.3	Zuschuss- und Freixemplare	821
4.	Das Eigentum am Manuskript	822
5.	Die Beendigung des Verlagsvertrages	822
5.1	Vertragsgemäße Beendigung	822
5.2	Die Kündigung des Vertrages	822
5.3	Rücktrittsrechte	822
5.3.1	Die Rücktrittsrechte des Verlegers	823
5.3.2	Das Rücktrittsrecht des Verfassers	824
5.4	Weitere Beendigungstatbestände	824
6.	Der Verlagsvertrag in der Insolvenz des Verlegers	824
II.	Vertragstypen	826
1.	Der Literaturverlagsvertrag	826
2.	Sammelwerke und Zeitschriften	826
2.1	Besonderheiten	826
2.2	Das Recht am Titel	826
2.3	Verhältnis des Verlages zum Herausgeber	827
3.	Der Musikverlagsvertrag	827
4.	Der Kunstverlagsvertrag	829
5.	Der Bestellvertrag	830
6.	Sonstige Verträge	830
D.	Wahrnehmungsverträge	830
E.	Anhang: Gemeinsame Vergütungsregeln Belletristik	831

20. Abschnitt

Urheberrecht und Software

A.	Einleitung	834
B.	Rechtsschutz für Software	836
<i>I.</i>	<i>Schutzgegenstand des § 69a UrhG</i>	<i>837</i>
<i>II.</i>	<i>Urheber/Urheberpersönlichkeitsrechte/Arbeitnehmerurheber/Freie Mitarbeiter</i>	<i>839</i>
1.	Urheber eines Werkes	839
2.	Urheberpersönlichkeitsrechte	840
3.	Arbeitnehmerurheber	841
3.1	Zuordnung von Rechten an Computerprogrammen	841
3.2	Vergütung	843
4.	Freie Mitarbeiter	843

<i>III. Verwertungsrechte, Einräumung von Nutzungsrechten, Mindestrechte</i>	844
1. Vervielfältigungsrecht	844
2. Umarbeitungsrecht	845
3. Verbreitungsrecht	845
4. Recht der öffentlichen Wiedergabe	845
5. Nutzungsrechte	846
6. Grenzen/Mindestrechte	847
7. Besondere Arten von Software im Hinblick auf Nutzungs- und Verwertungsrechte	849
<i>IV. Rechtsverletzungen</i>	850
<i>V. Patentierbarkeit computerimplementierter Erfindungen</i>	850
C. Rechtsschutz für Datenbanken	851
<i>I. Rechtsschutz nach §§ 87a ff. UrhG</i>	852
1. Begriff der Datenbank	852
1.1 Sammlung unabhängiger Elemente	852
1.2 Zugänglichkeit der einzelnen Elemente	853
1.3 Systematische oder methodische Anordnung	854
1.4 Wesentliche Investition	854
1.5 Amtliche Datenbanken	856
2. Rechte des Datenbankherstellers und dessen Grenzen	856
2.1 Begriff des Datenbankherstellers	856
2.2 Schutzdauer	857
2.3 Rechte des Datenbankherstellers	857
2.3.1 Schutzrechtsgegenstand	857
2.3.2 Die Rechte des Datenbankherstellers und dessen Grenzen	860
<i>II. Datenbankwerke</i>	861

21. Abschnitt

IT-Immaterialgüterrecht, Kennzeichen- und Domainrecht

A. Einführung	863
B. Gewerblicher Rechtsschutz	864
<i>I. Begriff</i>	864
<i>II. Die gewerblichen Schutzrechte</i>	865
1. Allgemeine Grundlagen	865
2. Patente	865
3. Gebrauchsmuster	867
4. Halbleiterschutz	867
5. Geschmacksmuster	868
6. Kennzeichen	869
<i>III. Schranken der gewerblichen Schutzrechte</i>	869

C. Kennzeichenrecht	870
I. Schutzgegenstand und Schutzterlangung	870
1. Marken	870
1.1 Allgemeines	870
1.2 Registermarke	871
1.3 Benutzungsmarke	874
1.4 Gemeinschaftsmarke	875
1.5 Erstreckung einer ausländischen Marke	875
2. Unternehmenskennzeichen	875
3. Werktitel	876
4. Geographische Herkunftsangaben	877
5. Namensrecht (§ 12 BGB)	877
II. Schutzwirkungen	878
1. Marken	878
1.1 Identitätsschutz	878
1.2 Schutz vor Verwechslungsgefahr	878
1.3 Schutz bekannter Marken	882
2. Unternehmenskennzeichen und Werktitel	884
3. Besondere Schutzschranken	885
4. Ansprüche des Kennzeicheninhabers	885
III. Beendigung des Kennzeichenschutzes	886
1. Marken	886
2. Unternehmenskennzeichen und Werktitel	887
IV. Besonderheiten bei Kennzeichenverletzungen im Internet	887
1. Territorialitäts- und Schutzlandprinzip	888
2. Metatags und Keyword-Advertising	889
2.1 Metatags	889
2.2 Keyword-Advertising	891
3. Links	892
4. Partnerprogramme im Internet – „Affiliate-Marketing“	893
5. Haftung von Internet-Auktionshäusern und Internetauktions-Verkäufern ..	895
5.1 Internet-Auktionshäuser	896
5.2 Internetauktions-Verkäufer	897
D. Domainrecht	898
I. Rechtsnatur und Funktion von Domains	898
II. Entstehung von Kennzeichenrechten an Domainnamen	901
1. Werktitel	901
2. Unternehmenskennzeichen	901
3. Marken	902
III. Verletzung von Rechten Dritter durch Domainnamen	903

1.	Verletzung von Marken, Unternehmenskennzeichen und Werktiteln	903
2.	Namensschutz, § 12 BGB.	904
3.	Anspruch auf Übertragung eines Domainnamens	907
4.	Haftung der Domain-Vergabestelle	908
5.	Schiedsverfahren bei Rechtsverletzungen durch Domainnamen	908

22. Abschnitt

Wettbewerbsrecht und Medien

A.	Einleitung.	910
B.	Wettbewerbsrechtliche Grundlagen.	911
	<i>I. Allgemeines.</i>	<i>911</i>
	<i>II. Schutzzweck des UWG</i>	<i>911</i>
	<i>III. Grundbegriffe des UWG.</i>	<i>911</i>
	1. Wettbewerbshandlung (§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG)	911
	2. Marktteilnehmer (§ 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG)	912
	3. Mitbewerber (§ 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG)	912
	4. Nachrichten (§ 2 Abs.1 Nr.4 UWG)	913
C.	Relevante Unlauterkeitstatbestände für Medienunternehmen	913
	<i>I. Die Generalklausel des § 3 UWG.</i>	<i>914</i>
	1. Unlauterkeit	914
	2. Das maßgebliche Verbraucherleitbild	914
	3. Die sog. Bagatellklausel	915
	<i>II. Einzelne Beispielfälle</i>	<i>915</i>
	1. Wertreklame	916
	2. Preisausschreiben und Gewinnspiele	917
	3. Ergänzender Leistungsschutz	918
	3.1 Täuschung über die betriebliche Herkunft (§ 4 Nr. 9 a UWG)	919
	3.2 Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Wertschätzung (§ 4 Nr. 9 b UWG)	919
	3.3 Nachahmung und unredliche Kenntniserlangung (§ 4 Nr. 9 c UWG)	920
	3.4 Im Besonderen: Ausbeuten fremder Werbung	920
	4. Geschäftsehrverletzung und Anschwärzung.	920
	5. Behinderungswettbewerb	921
	5.1 Allgemeine Gesichtspunkte einer Behinderung	921
	5.2 Ausspannen von Kunden und Mitarbeitern	921
	5.3 Preiskampf	922
	5.4 Betriebsstörung	923
	5.5 Boykott	923
	5.6 Diskriminierung	923
	5.7 Behinderung bei Absatz, Bezug und Werbung.	923
	6. Vorsprung durch Rechtsbruch	925
	6.1 Regelungen ohne Marktbezug	925

6.2	Marktzutrittsregelungen	926
6.3	Beispiele für Marktverhaltensregelungen	926
7.	Irreführende Werbung	927
7.1	Voraussetzungen einer Irreführung	927
7.1.1	Irreführung durch „Angaben“	927
7.1.2	Irreführung durch Unterlassen (§ 5 Abs. 2 S. 2 UWG)	928
7.2	Einzelne Fallgruppen der Irreführung	928
7.2.1	Allein- oder Spitzenstellungsbehauptung	928
7.2.2	Beschaffenheits- und Qualitätsangaben	929
7.2.3	Preiswerbung	929
7.2.4	Verfügbarkeit beworbener Waren (Vorratswerbung)	930
7.2.4	Anlass des Verkaufs	931
7.2.5	Traditionswerbung	931
8.	Vergleichende Werbung	931
8.1	Grundsatz	931
8.2	Einzelne unzulässige Vergleiche	931
8.2.1	Vergleich mit Waren für anderen Bedarf oder Zweck	931
8.2.2	Vergleich mit objektiv nicht nachprüfbaren Eigenschaften	931
8.2.3	Vergleich mit Verwechslungsgefahr	931
8.2.4	Vergleich durch Ausnutzung oder Beeinträchtigung von fremden Kennzeichen	932
8.2.5	Vergleich durch Herabsetzung oder Verunglimpfung	932
8.2.6	Vergleich durch Imitation oder Nachahmung	932
9.	Belästigung	932
9.1	Grundsatz	932
9.2	Einzelfälle unlauterer Belästigung	932
9.2.1	Werbung gegen den erkennbaren Willen	932
9.2.2	Telefonwerbung	933
9.2.3	Belästigung durch automatische Anrufmaschinen, Faxgeräte und elektronische Post	933
9.2.4	Elektronische Nachrichten ohne Identität des Absenders	934
9.2.5	Sonstige Fälle	934
D.	Rechtsfolgen unlauteren Wettbewerbs	936
<i>I.</i>	<i>Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch</i>	<i>936</i>
1.	Grundsatz	936
2.	Kreis der Anspruchsberechtigten (Aktivlegitimation)	937
2.1	Mitbewerber	937
2.2	Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen	937
2.3	Qualifizierte Einrichtungen zum Schutz von Verbraucherinteressen	937
2.4	Industrie- und Handelskammern; Handwerkskammern	937
3.	Missbrauchstatbestand	938
4.	Kreis der Verpflichteten (Passivlegitimation)	938
<i>II.</i>	<i>Schadensersatzanspruch</i>	<i>938</i>
<i>III.</i>	<i>Gewinnabschöpfungsanspruch</i>	<i>939</i>

IV. Verjährung	940
1. Verjährung der Ansprüche auf Beseitigung und Unterlassung	940
2. Verjährung der Aufwendungsersatzansprüche	940
3. Verjährung der Schadensersatzansprüche	940
4. Verjährung anderer Ansprüche	940
V. Straftatbestände	940
1. Strafbare irreführende Werbung (§ 16 Abs. 1 UWG)	941
2. Progressive Kundenwerbung (sog. Schneeballsystem, § 16 Abs. 2 UWG) ..	941
3. Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen (§ 17 UWG)	941
4. Verwertung von Vorlagen (§ 18 UWG)	941
5. Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 19 UWG)	941
E. Wettbewerbsverfahrensrecht	942
I. Abmahnung und Unterlassungsverpflichtungserklärung	942
II. Gerichtliches Verfahren	943
III. Einigungsstellen	944
F. Internationale Aspekte	945

23. Abschnitt

Film- und Fernsehvertragsrecht

1. Einleitung	946
2. Der Lizenzvertrag	947
2.1 Der Begriff des Lizenzvertrags	947
2.2 Einführung	947
2.3 Praxis-Muster „Fernsehlizenzvertrag“	948
2.4 Die Vertragsparteien	951
2.5 Essentialia des Lizenzvertrags	951
2.5.1 Der Lizenzgegenstand	952
2.5.2 Die lizenzierten Rechte	953
2.5.3 Von Verwertungsgesellschaften wahrgenommene Rechte	955
2.5.4 Die Lizenzvergütung	957
2.6 Die Rechtsgarantie	957
3. Der klassische Auftragsproduktionsvertrag	958
3.1 Der Begriff der Auftragsproduktion	958
3.1.1 Die unechte Auftragsproduktion	958
3.1.2 Die echte Auftragsproduktion	959
3.1.3 Steuerrechtliche Konsequenzen	959
3.2 Allgemeines zum Auftragsproduktionsvertrag	960
3.3 Rechtliche Einordnung des Auftragsproduktionsvertrags	961
3.4 Der Inhalt des Auftragsproduktionsvertrags	962
3.4.1 Der Vertragsgegenstand	962
3.4.2 Technische Richtlinien	962
3.4.3 Beistellungen	963

3.4.4 Vergütung	963
3.4.5 Rechteübertragung und Rechtegarantie	964
3.4.6 Eigentumsübertragung Material	965
3.4.7 Jugendschutz	965
3.4.8 Unterlassung von Werbung	968
3.4.9 Sonstiges	969
3.4.10 Besonderheiten der Auftragsproduktionsverträge des ZDF	969
4. Der Buchentwicklungsvertrag	969
4.1 Einführung	969
4.2 Filmförderung	970
4.3 Bankgarantie	970
4.4 Praxis-Muster „Rechtegarantie“	970
4.5 Jugendschutz	971
4.6 Sonstiges	971
5. Der Koproduktionsvertrag	972
6. Vereinbarungen über Fernsehshowformate	973
6.1 Der Begriff des Fernsehshowformats	973
6.2 Der Optionsvertrag	973
6.3 Das Deal Memo	975
6.3.1 Einführung	975
6.3.2 Praxis-Muster „Deal Memo“	975

24. Abschnitt

Musikrecht

A. Einleitung	978
I. Ökonomische Grundlagen des Musikgeschäfts	978
II. Beteiligte bei der Schaffung und Vermarktung von Musik	980
1. Die Urheber (Komponist/Texter) und ihre Vertragspartner, die GEMA und die Musikverlage	981
2. Das Schallplattenunternehmen (Label) und seine Vertragspartner, die ausübenden Künstler, sonstige Berechtigte, GEMA, Verlage	982
3. Gesamtübersicht der Rechteinhaber und deren Vertragsbeziehungen	985
B. Die Rechte der Urheber	986
I. Das Musikwerk § 2 Abs. 1 UrhG	986
1. „Kleine Münze“ – niedrige Anforderungen an Schöpfungshöhe	986
2. Werkcharakter in Plagiatsfällen von Bedeutung	988
3. Sog. „Coverversionen“	989
II. Wer ist Urheber? Komponisten und Texter	990
1. Schöpfungsprinzip, § 7 UrhG, „work made for hire“	990
2. Miturheberschaft, § 8 UrhG	991
3. Verbundene Werke, § 9 UrhG	992
4. Beispiele für Miturheberschaften und verbundene Werke	992

C. Die GEMA	994
<i>I. Der Berechtigungsvertrag</i>	995
1. Ausschließliche Rechteeinräumung – Alles oder Nichts-Prinzip.	996
2. Dauer des Vertrages und der Rechteeinräumung	997
3. Die übertragenen Nutzungsrechte.	997
4. Abtretungsanzeige bei GEMA-Zession	998
5. Der GEMA Verteilungsplan, Zahlungstermine	999
<i>II. Kontrahierungszwang</i>	1000
<i>III. Ausländische Verwertungsgesellschaften</i>	1000
D. Die Musikverlage	1000
<i>I. Das Verhältnis der Verlage zur GEMA</i>	1001
<i>II. Der Verlagsvertrag (auch „Autorenexklusivvertrag“)</i>	1001
1. Die übertragenen Nutzungsrechte.	1002
2. Der Vorschuss.	1003
E. Das Schallplattenunternehmen	1004
<i>I. Vertragspartner der Schallplattenunternehmen: GEMA, Verlage, ausübende Künstler und andere Berechtigte</i>	1004
<i>II. Verträge mit GEMA und Verlagen</i>	1005
<i>III. Verträge mit ausübenden Künstlern</i>	1006
1. Künstlerexklusivvertrag	1006
1.1 Genaue Benennung der zu übertragenden Nutzungsarten wegen § 79 Abs. 2 i.V.m. § 31 V UrhG – Zweckübertragungstheorie	1007
1.2 Gruppenklausel.	1008
1.3 Persönliche und Titelexklusivität	1009
1.4 Dauer eines Künstlerexklusivvertrages	1009
1.5 Lizenzen und Abrechnungsbasis	1009
1.6 Sonstige Rechte	1010
2. Bandübernahmevertrag.	1010
3. Vertriebsvertrag, Press and Distribution Vertrag	1011
<i>IV. Verträge mit sonstigen Rechteinhabern</i>	1010
F. Muster GEMA-Berechtigungsvertrag	1012
<i>Stichwortverzeichnis</i>	1017