



Recht für Medienberufe

Clemens Kaesler

Recht für Medienberufe

Kompaktes Wissen zu allen
rechtstypischen Fragen

3., überarbeitete Auflage

Clemens Kaesler
Frankenthal
Deutschland

ISBN 978-3-658-02010-1 ISBN 978-3-658-02011-8 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-02011-8

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Vieweg

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2007, 2011, 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Vieweg ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-vieweg.de

Vorwort

Zum Inhalt: Kaum eine andere Branche lebt so von der geistigen Schaffenskraft ihrer Mitarbeiter, wie die Medienbranche. Der Schutz des geistigen Eigentums ist eines der wichtigsten Grundpfeiler für Wachstum und Fortschritt von Medienunternehmen. Eine wichtige Komponente ist dabei, dass die kreativ Schaffenden genaue Kenntnis von den rechtlichen Rahmenbedingungen ihrer Branche haben.

Das Buch greift in seiner Konzeption die wesentlichen medienrechtlichen Elemente aus den Lehrplänen des Medienassistenten und des Medientechnikers auf. Es ist in der Breite jedoch so angelegt, dass sämtliche Medienberufe mit dem grundlegenden juristischen Rüstzeug ausgestattet werden, um in ihrem Beruf kompetent zu bestehen. Die zweite Auflage wurde um die Neuerungen des Telemediengesetzes ergänzt zudem wurde aufgrund der hohen Bedeutung für die Medienbranche, die Werbung im Internet noch stärker auf die heutige Rechtslage (z. B. Urteil zu Exit-Pop-Ups) etc. hin differenziert. Auch Hacking als Straftatbestand oder die Rechtslage zum Word-Stuffing bei der Konzeption von Internetseiten wurde aufgenommen, um eine breite Wissensbasis für Medienschaffende zu liefern.

Zur Arbeit mit dem Buch: Im Text sind die relevanten Paragraphen in ihrer vollen Textlänge dargestellt. Dies soll Ihnen im „Ernstfall“ die lange Suche nach dem Originalwortlaut der Paragraphen ersparen. Sie bekommen zudem Übung im Lesen von Gesetzestexten und in der juristischen Denkweise. Jedem Kapitel folgen Übungsfälle zur Lernkontrolle. Sie sollen helfen, das Gelernte auf Fälle anzuwenden und für den Berufsalltag zu flexibilisieren.

In der nunmehr dritten Auflage des Buches wird noch zusätzlich auf die aktuellen Rechtsfragen eingegangen, die sich für Medienschaffende in Bezug auf die Sozialen Netzwerke stellen (z. B. Impressumspflicht bei Facebook etc.). Für Anregungen und Kritik bin ich Ihnen dankbar (info@unterricht-kaesler.de).

Frankenthal im März 2013

Clemens Kaesler

Inhaltsverzeichnis

1	Vertragsrecht	1
1.1	Wie kommen Verträge zustande?	1
1.1.1	Was muss ich bei der Erstellung von Angeboten beachten?	3
1.1.2	Was ist bei der Verwendung Allgemeiner Geschäftsbedingungen zu beachten?	5
1.2	Verträge über den Kauf von Sachen – der Kaufvertrag	8
1.2.1	Mängel beim Kauf	9
1.3	Der Werklieferungsvertrag	11
1.4	Verträge über das Erstellen eines Werkes – der Werkvertrag	11
1.4.1	Rechte und Pflichten aus dem Werkvertrag	12
1.4.2	Was sind die Rechte bei Mängeln am Werk?	15
	Lernkontrolle zu Kap. 1	16
2	Urheberrecht	19
2.1	Was sind urheberrechtlich geschützte Werke?	19
2.2	Welche „typisch“ medienberufliche Werke sind geschützt?	21
2.2.1	Der Schutz von Computerprogrammen	21
2.2.2	Der Schutz von Sammelwerken und Datenbanken	22
2.2.3	Der Schutz von Computerspielen	23
2.2.4	Der Schutz eines Web-Designs	23
2.2.5	Der Schutz von Symbolen, Logos und Icons	23
2.2.6	Der Schutz von Layouts	24
2.2.7	Der Schutz von Fotos und Filmen	24
2.2.8	Der Schutz von Texten	24
2.3	Wer gilt als Urheber eines Werkes?	25
2.4	Was sind die Rechte des Urhebers?	26
2.4.1	Die Persönlichkeitsrechte	26
2.4.2	Die Verwertungsrechte	27
2.5	Rechte des Urhebers und des Nutzungsberechtigten	33
2.6	Rechtsgeschäfte über die Nutzungsrechte	34
2.6.1	Der Lizenzvertrag für Software	36
2.6.2	Der Verlagsvertrag	36

2.7	Urheberrechtsverletzungen und ihre Folgen	38
2.8	Geschmacksmustergesetz – Das „kleine“ Urheberrecht	39
2.8.1	Wann sind Designs schützenswert?	39
2.8.2	Wie verläuft die Anmeldung eines Geschmacksmusters?	40
	Lernkontrolle zu Kap. 2	41
3	Markenrecht	43
3.1	Aufgabe des Markenrecht	43
3.2	Was wird durch das Markengesetz geschützt?	43
3.3	Wie entsteht der Markenschutz?	45
	Lernkontrolle zu Kap. 3	45
4	Recht der Werbung	47
4.1	Unlauterer Wettbewerb	47
4.1.1	Irreführende Werbemaßnahmen	48
4.1.2	Vergleichende Werbung	49
4.1.3	Belästigende Werbemaßnahmen	51
4.2	Preisangaben in der Werbung	52
4.3	Jugendschutz in der Werbung	53
4.4	Schranken der Werbung in den Medien	54
	Lernkontrolle zu Kap. 4	55
5	Internetrecht	57
5.1	Rechtsprobleme bei der Domain	57
5.1.1	Technische Grundlagen zur Domain	57
5.2	Rechtsprobleme nach der Vergabe der Domain	58
5.2.1	Der Gebrauch des eigenen Namens als Domain-Name durch Dritte	58
5.2.2	Der Gebrauch der eigenen Marke als Domain-Name von Konkurrenzunternehmen	60
5.2.3	Der Gebrauch der eigenen Marke als Domain-Name von branchenfremden Unternehmen	62
5.2.4	Domain-Grabbing	63
5.2.5	Die Verwendung allgemeiner Gattungsbegriffe als Domain eines Unternehmens	63
5.3	Rechtsprobleme bei Meta-Tags	64
5.3.1	Was sind Meta-Tags?	64
5.3.2	Markenrechtliche Probleme bei Meta-Tags	65
5.4	Rechtsprobleme bei Word-Stuffing	65
5.5	Urheberrechte im Internet	66
5.5.1	Welche Dateien sind urheberrechtlich geschützt?	66
5.5.2	Wie dürfen Werke des Internets genutzt werden?	67
5.6	Haftungsfragen bei Internetseiten	69
5.6.1	Inhaltsverantwortung von Diensteanbietern (Providern)	69
5.6.2	Inhalte einer Internetseite – Haftungstatbestände	71

5.7	Impressumspflicht	75
5.8	Impressumspflicht bei Sozialen Netzwerken	77
5.9	Werbung im Internet	77
5.9.1	E-Mail-Werbung	78
5.9.2	Irreführende Werbung im Internet	80
5.9.3	Vergleichende Werbung im Internet	81
5.9.4	Suchwort-Werbung (Keyword-Advertising)	82
5.9.5	Werbung mit Pop-Ups	82
5.10	Rechtsgeschäfte im Internet (E-Commerce)	83
5.10.1	Zustandekommen von Verträgen im Internet	83
5.10.2	Verbraucherschutz bei Internetbestellungen (Fernabsatzgeschäft)	84
5.10.3	Online-AGB	87
5.10.4	Online-Auktionen	88
5.10.5	Gefahrübergang beim Versandungskauf	88
	Lernkontrolle zu Kap. 5	89
6	Datenschutz	91
6.1	Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)	92
6.2	Spezielle datenrechtliche Vorgaben für Online-Dienste	95
6.3	Der Datenschutzbeauftragte	95
6.4	Hacking als Straftatbestand	96
	Lernkontrolle zu Kap. 6	96
7	Presserecht	97
7.1	Grundbegriffe	97
7.2	Pressefreiheit	97
7.3	Rechte und Privilegien der Presse	98
7.4	Pflichten der Presse	99
7.4.1	Anforderungen an den Redakteur	101
7.5	Presserechtliche Anforderungen an die journalistische Arbeit	102
7.6	Folgen von Rechtsverletzungen bei der Pressearbeit	104
	Lernkontrolle zu Kap. 7	106
8	Lösungen zu den Lernkontrollen	107
8.1	Kapitel 1	107
8.2	Kapitel 2	108
8.3	Kapitel 3	108
8.4	Kapitel 4	109
8.5	Kapitel 5	109
8.6	Kapitel 6	110
8.7	Kapitel 7	110
	Sachverzeichnis	113