

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Literaturverzeichnis	XVII

1. Teil. „Entertainment“ und Entertainmentrecht

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

2. Teil. Traditionelle Tätigkeiten und Verwertungen in der Unterhaltungsbranche

A. Einleitung	15
B. Originärer Tätigkeitsbereich des Unterhaltungskünstlers – Leistungen, Rechte und Vertragsbeziehungen	18
I. Musik – Musikurheber und Musikkünstler	18
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 Rechtswahrnehmung	47
bb) Berechtigungsvertrag mit der GEMA zur kollektiven Rechtswahrnehmung	49
(1) Rechtsnatur	56
(2) Vertragsparteien	57
(3) Gegenstand des Berechtigungsvertrags	58
(4) Wesentlicher Vertragsinhalt	59
cc) Musikverlagsverträge zwischen Musikurhebern und Musikverlagsverlagen zur individuellen Rechtswahrnehmung	64
(1) Rechtsnatur	64
(2) Vertragsparteien	65
(3) Gegenstand des Musikverlagsvertrags	65
(4) Wesentlicher Vertragsinhalt	67
(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 Musik Künstlern 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

II. Film und Fernsehen – Verträge zwischen Produzent und Sender sowie zwischen Produzent und

Schauspieler	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

(δ) 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
III. Moderation – Moderatorenvertrag	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
IV. Sport – Vertragsbeziehung des Sportlers zum Verein (Mustervertrag für Vertragsspieler – DFB)	156
1. Vertrag	157
2. Rechteeinräumung	167
C. „Annex-Wertschöpfung“	168
I. Merchandising	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) Rechtsgarantie und Haftungsfreistellung	187
bb) Gegenleistung des Lizenznehmers	188
(1) Herstellung, Vermarktung und Vertrieb von Merchandising-Artikeln	188
(2) Lizenzgebühr	189
II. Werbung mit Unterhaltungskünstlern und ihren Leistungen	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
 3. Teil. Entertainment und crossmediale Wertschöpfung	
A. Einleitung	201
I. Neue Entertainmentsituation und traditionelle Tätigkeit und Verwertung	201
1. Änderungen im Marketing	201
2. Crossmediale Verwertung	202
3. „Verzahnung“ einzelner Wertschöpfungen	203
II. Fallbeispiel	204
B. Rechtliche Auswirkungen der neuen Entertainmentsituation: Rechteklärung und Vertragsbeziehungen – am Fallbeispiel ...	206
I. Einleitung	206
II. Vertragsbeziehungen im Zusammenhang mit der Durchführung und Verwertung des Corporate-Events ...	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 „Musikkonserven“ ..	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
III. Verwertung	237
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