

Inhaltsverzeichnis

A.	Grundlagen des Presserechts.....	15
	I. Begriff der Presse.....	15
	II. Rechtsgrundlagen.....	15
	III. Die Pressefreiheit.....	15
	IV. Das Presserecht der Länder.....	16
B.	Gesetzliche Grenzen journalistischer Tätigkeit.....	19
	I. Wortberichterstattung.....	19
	II. Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen.....	22
	III. Sonderproblem: Teasertexte als presserechtliche Herausforderung.....	26
	IV. Verdachtsberichterstattung.....	27
	V. Rechtswidrigkeit der Wahrnehmung berechtigter Interessen.....	30
	VI. Verschulden.....	31
	VII. Bildberichterstattung.....	32
	VIII. Presserechtliche Ansprüche.....	32
	IX. Datenschutz im Lichte des Presseprivilegs.....	37
C.	Presserecht und Verantwortlichkeit im Internet.....	39
	I. Einleitung.....	39
	II. Rechtliche Einordnung von Internet-Diensten.....	40
	III. Zulassungsbedingungen für Internet-Dienste.....	42
	IV. Informationspflichten im Internet.....	42
	V. Verantwortlichkeit im Internet.....	42
	VI. Sonderfragen.....	44
	VII. Rechtsfragen bei Bewertungsportalen.....	45
D.	Kennzeichen im Medienrecht.....	51
	I. Werktitel.....	51
	II. Das Recht der Domain-Namen	54
E.	Urheberrecht.....	59
	I. Standort des Urheberrechts im Rechtssystem.....	59
	II. Geschichte des Urheberrechts.....	60
	III. Abgrenzung zu den gewerblichen Schutzrechten.....	62
	IV. Grundbegriffe des Urheberrechtlichen Schutzes.....	64
	V. Rechtsstellung des Urhebers.....	68

VI.	Urheberpersönlichkeitsrechte.....	69
VII.	Verwertungs- und Nutzungsrechte.....	70
VIII.	Das Urheberrecht im Rechtsverkehr.....	72
IX.	Verlagsrecht.....	78
X.	Schranken des Urheberrechts.....	79
XI.	Dauer des Urheberrechts.....	85
XII.	Besondere Bestimmungen für Computerprogramme.....	85
XIII.	Verwandte Schutzrechte.....	86
XIV.	Besondere Bestimmungen für Filme.....	88
XV.	Schutz technischer Maßnahmen.....	89
XVI.	Rechtsverletzungen.....	90
XVII.	Internationales Urheberrecht.....	93
F.	Werbung als Schutzgegenstand des Urheberrechts, des Markenrechts, des Lauterkeitsrechtes und des Bürgerlichen Gesetzbuches.....	103
I.	Voraussetzungen des urheberrechtlichen Schutzes.....	103
II.	Werbeideen und Konzepte.....	104
III.	Werbetexte und Slogans.....	105
IV.	Werbefotos.....	115
V.	Werbegrafik.....	116
VI.	Werbebrochüren.....	118
VII.	Werbefilme.....	119
VIII.	Verwendung geschützter Werke in der Werbung.....	119
IX.	Persönlichkeitsrecht und Werbung.....	123
G.	Medienrelevante Tatbestände des Lauterkeitsrechtes.....	125
I.	Redaktionelle Werbung und Schleichwerbung.....	125
II.	Redaktionelle Werbung in der Presse.....	126
III.	Redaktionelle Werbung in Rundfunk und Fernsehen.....	127
IV.	Redaktionelle Werbung im Internet.....	129
V.	Spielfilme.....	129
VI.	Ergänzender Leistungsschutz.....	130
VII.	Herkunftstäuschung.....	133
VIII.	Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Wertschätzung.....	134
IX.	Unredliche Kenntniserlangung.....	135
X.	Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch.....	135
XI.	Werbung mit der Auflage.....	138

H.	Rundfunkrecht.....	141
I.	Die Rundfunkordnung von 1923 bis 1949.....	141
II.	Die Rundfunkordnung nach 1949.....	143
III.	Der Weg zum dualen Rundfunksystem in der BRD.....	144
IV.	Präponderanz des Verfassungsrechts und der Verfassungsrechtsprechung.....	145
V.	Rundfunkurteile des Bundesverfassungsgerichts.....	145
I.	Medienkartellrecht.....	153
I.	Allgemeines.....	153
II.	Regelungen zur Marktabgrenzung.....	153
III.	Aufgabe der KEK.....	155
IV.	Medienrelevante Regelungen des GWB.....	156