

Rechtsschulung für TIDE-Mitarbeiter: Rundfunkrecht, Urheberrecht und Persönlichkeitsrecht im Rahmen der Veranstaltung von Rundfunk

Dr. Till Kreutzer
Büro für informationsrechtliche Expertise
(www.ie-online.de)

Hamburg, 15. Juni 2010

AGENDA

| | |
|---|-----------------------|
| 1 | Rundfunkrecht |
| 2 | Urheberrecht |
| 3 | Persönlichkeitsrechte |
| 4 | Ende |

Rundfunkrecht allgemein:

Zweck von Werberegeln. Zulässigkeit von günstigen Erwähnungen.

- Gesetzliche Werberegeln haben den Zweck zu verhindern, dass der Veranstalter eines Fernsehprogramms in seiner inhaltlichen und redaktionellen Unabhängigkeit eingeschränkt wird.
- Für TIDE als öffentlich gefördertem Bürger- und Ausbildungskanal gelten besonders restriktive Werberegeln.
- Solange keine unmittelbaren Vorteile erlangt werden, ist eine günstige Erwähnung oder Darstellung einer Marke o. ä. dann zulässig, wenn dies journalistisch durch ein Informationsinteresse begründet werden kann.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung:

Müssen Marken verdeckt werden? Gilt für Nachrichten anderes?

- Werbung ist im Programm von TIDE generell unzulässig (§ 33 MStV HSH), gleich ob in fiktionalen oder nicht-fiktionalen Sendungen.
- Das Auftauchen von Namen, Marken, Produkten etc. darf keine Produktplatzierung sein. Dies ist nach § 2 RStV die Erwähnung oder Darstellung gegen eine Gegenleistung zum Zwecke der Absatzförderung.
- Die Regeln gelten für alle Logos; auf die Größe kommt es nicht an.
- Wenn Marken etc. lediglich „auftauchen“, z. B. in Nachrichten, fehlt es an einer Gegenleistung und an der Absatzförderungsabsicht.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung: Auch ohne Gegenleistung?

- Vorsicht: Fehlt bei es einer Erwähnung oder Darstellung an der Gegenleistung, kann es sich dennoch um eine Produktplatzierung handeln, nämlich dann, wenn stattdessen eine Ware oder Dienstleistung von besonderen Wert kostenlos zur Verfügung gestellt wird.
- Die Landesmedienanstalten nehmen einen „bedeutenden Wert“ an, wenn der Wert der Ware oder Dienstleistung 1% der Produktionskosten entspricht und mindestens 1000 Euro beträgt. Bei den für TIDE üblichen Produktionskosten wird letzterer Schwellenwert vermutlich deutlich niedriger angesetzt.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung: Wechsel der Produkte. Kritische Beiträge.

- Der Wechsel von Produkten ist eine gute Praxis, die helfen kann, den Eindruck von Werbung zu vermeiden.
- Beispiel: Verwendung von z. B. Kleidung unterschiedlicher Hersteller oder Waren ohne Etikett.
- Dass ein Beitrag „kommerzkritisch“ ist, ist kein Freifahrtschein für die Einblendung von Marken. Es kommt auch hier darauf an, dass sich die Sendung journalistisch mit dem Produkt auseinandersetzt und nicht übermäßig anpreisend wirkt.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung: Wann liegt eine Absatzförderungsabsicht vor?

- Die Absatzförderungsabsicht ist gegeben, wenn das Ziel verfolgt wird, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern.
- Die Absicht muss nicht tatsächlich vorliegen, sondern kann sich aus objektiven Kriterien wie der Erkennbarkeit für den Zuschauer ergeben.
- Außerdem muss sich der Rundfunkveranstalter die Absicht seiner Mitarbeiter zurechnen lassen.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung: Wie weit geht TIDEs Kontrollpflicht hins. der Absatzförderungsabsicht?

- TIDE muss sich grundsätzlich alle Ausstrahlungen zurechnen lassen. Bei Eigen-, Co- und Auftragsproduktionen gilt dies umfassend, da auf die Produktion direkt Einfluss genommen werden kann. Bei Fremdproduktionen ist dieser Einfluss geschmälert. Weitgehend ausgeschlossen ist die Zurechnung nur bei fremden Kinofilmen.
- Da auf TIDE selbst „normale“ Werbung verboten ist, sollte darauf hingewirkt werden, dass z. B. Bürgerproduktionen gar nicht erst den Anschein von Werbung erwecken. Von Produzenten könnte man sich die Werbefreiheit der Produktion schriftlich versichern lassen.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung: Was ist die erlaubte Darstellung der „realen Umwelt“?

- Die Werberichtlinien der ARD sprechen davon, dass eine Erwähnung oder Darstellung von Produkten zulässig ist, „wenn und soweit sie aus journalistischen oder künstlerischen Gründen, insbesondere zur Darstellung der realen Umwelt, zwingend erforderlich ist.“
- Da die reale Umwelt selten an ganz konkrete Produkte und Zielgruppen gebunden ist, sollten verschiedene, bei Serien wechselnde Produkte verwendet werden.
- Die inhaltliche Auseinandersetzung mit einem Produkt (z. B. Bild, CD-Cover) ist erlaubt, sofern sie unter journalistischen Gesichtspunkten geboten ist.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung: Dürfen CD-Cover in die Kamera gehalten werden?

- Da TIDE für alle Ausstrahlungen verantwortlich ist, sollte Bands nicht zu viel Raum für die Anpreisung ihrer Werke gegeben werden.
- Insgesamt gilt, dass übermäßige Anpreisungen zu vermeiden sind.
- Eine längere Nahaufnahme kann gerechtfertigt sein, wenn z. B. eine künstlerische Auseinandersetzung mit der Cover-Grafik erfolgt. Ebenso kann eine inhaltliche Auseinandersetzung mit einem Album erfolgen, z. B. eine Analyse der Titel oder Texte.
- Webseiten können zur Information genannt werden. Bezüglich einer Einblendung ist das Urheberrecht (s. u.) zu beachten.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung:

Darf ein Moderator auffällige Markenkleidung tragen? Stets die gleiche?

- Auffällige Embleme auf Kleidung können als Produktplatzierung oder Schleichwerbung (dazu im Folgenden) ausgelegt werden. Es ist zu beachten, dass eine Gegenleistung schon durch das kostenlose Zurverfügungstellen der Kleidung gegeben sein kann.
- Unerheblich ist, ob die Kleidung von einem Sponsor (s. o.) oder von einem Dritten stammt.
- Daher sollte der Moderator die Marke wechseln oder Kleidung nicht erkennbarer Marken tragen.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung:

Gibt es Sonderregeln für Live-Sendungen?

- Für Live-Sendungen gelten prinzipielle dieselben Regeln wie für andere Sendungen.
- Hält ein Gast seine CD, ein Interviewpartner seine Waren oder ein Passant eine Bierflasche in die Kamera, muss schnell reagiert werden:
Der Moderator kann das Verhalten des Gasts oder Interviewpartners unterbinden.
Der Kameramann oder Produzent kann eine andere Kameraperspektive wählen.

Rundfunkrecht – Produktplatzierung: Darf ich neue technische Geräte vorstellen?

- Es darf auch über technische Geräte berichtet werden, solange sich dies auf einen sachlichen, journalistisch veranlassten Umfang beschränkt und dem Informationsinteresse der Zuschauer dient.
- Auf keinen Fall darf der Produzent eine Gegenleistung für die Vorstellung annehmen.
Dies kann schon gegeben sein, wenn das Gerät kostenlos als Produktionsmittel zur Verfügung gestellt wird (s. o.).

Rundfunkrecht – Schleichwerbung: Wann liegt Schleichwerbung vor?

- Bei Schleichwerbung muss gemäß § 2 RStV der Produzent die Erwähnung oder Darstellung der Ware, Dienstleistung, Marke etc. absichtlich zu Werbezwecken vorsehen. Die Werbeabsicht wird insb. dann angenommen, wenn der Produzent eine Gegenleistung erhält.
- Die besondere Gefahr der Schleichwerbung liegt darin, dass die Kennzeichnung als Werbung fehlt und die Zuschauer so hinsichtlich des Zwecks der Markennennung in die Irre geführt werden.
- Veranstaltungstipps dürfen so ausführlich sein, wie es das journalistische Informationsinteresse gebietet.
Es könnte auch auf Konkurrenzveranstaltungen hingewiesen werden.

Rundfunkrecht – Sponsoring: Die einzige Ausnahme vom Werbeverbot.

- Sponsoring ist für TIDE die einzige zulässige Werbeform.
- Sponsoring ist nach § 2 RStV das direkte oder indirekte – z. B. durch Produktionsmittel – Finanzieren einer Sendung durch einen Dritten, der so seinen Namen, seine Marke, sein Erscheinungsbild etc. fördern möchte.
- Auf den Sponsor muss vor oder nach der Sendung deutlich hingewiesen werden.
- Nachrichten und politische Informationssendungen dürfen nicht gesponsert werden.

AGENDA

- | | |
|---|-----------------------|
| 1 | Rundfunkrecht |
| 2 | Urheberrecht |
| 3 | Persönlichkeitsrechte |
| 4 | Ende |

Urheberrecht allgemein:

Wer hat ein Urheberrecht? Wie entsteht es? Wie lange besteht es?

- Das Urheberrecht steht stets dem Urheber (Schöpfer des Werks) zu.
- Dritte können vom Urheber durch (Lizenz-)Verträge Nutzungsrechte erwerben.

Urheberrecht allgemein:

Wer hat ein Urheberrecht? Wie entsteht es? Wie lange besteht es?

- Das Urheberrecht entsteht automatisch, so dass unmittelbar nach der Schöpfung des Werks Rechtsschutz besteht. Es bedarf keiner Anmeldung, Registrierung oder Urheberrechtskennzeichnung (kein © erforderlich).
- Das Urheberrecht währt bis 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers. Danach erlischt es vollständig und das Werk wird gemeinfrei.
- Achtung bei Produkten, an denen mehrere Schutzrechte bestehen (Musik, Filme) oder bei denen die Schutzdauer nicht genau bestimmt werden kann (urheberrechtlich geschützte Lichtbildwerke, einfache Lichtbilder)

Urheberrecht allgemein: Was bedeutet Urheberrecht? Welche Rechte entstehen?

- Geschützt werden „geistige Schöpfungen“, also Werke.
- Werke sind kreative Leistungen in Form von Musik, Filmen, Texten, Grafiken, Fotos, Computerprogrammen und allen anderen Ausdrucksformen.
- Gegenstand des urheberrechtlichen Schutzes ist stets ein konkretes Werk, also eine kreative Gestaltung

Urheberrecht allgemein: Was bedeutet Urheberrecht? Welche Rechte entstehen?

- Nicht schutzfähig ist die Methode des Schaffens, der Stil, die Manier und die Technik der Darstellung. Davon abzugrenzen ist die konkrete Anwendung dieser Methoden
- Nicht geschützt: Bloße Ideen, Konzepte (FALL - Dan Brown, FALL: Sendeformate)
- Auch Werkteile sind geschützt, wenn sie persönliche geistige Schöpfungen sind. Einzelne Formulierungen oder Sätze jedoch in der Regel nicht (FALL - Google "Snippets").

Urheberrecht allgemein: Was bedeutet Urheberrecht? Welche Rechte entstehen?

- Durch das Urheberrecht erhält der Urheber das (Monopol-)Recht, grundsätzlich über jede Nutzung seines Werkes zu entscheiden und sich hierfür eine Vergütung auszubedingen.
- Einzelne oder alle Nutzungsrechte am Werk können durch Vertrag auf andere übertragen werden, unter Umständen so weitreichend, dass der Urheber seine eigenen Rechte mehr oder weniger ausschließt (Stichwort: „total-buy-out-Verträge“).

Fremde Inhalte – Bei TIDE: Wer ist Urheber? Fremde Inhalte in eigenen Sendungen.

- Urheber können nur einzelne Menschen sein, niemals Unternehmen.
- Unternehmen können jedoch ein Leistungsschutzrecht namens Filmherstellerrecht erlangen. So z. B. TIDE, wenn der Sender als Produzent fungiert.
- Werden fremde Inhalte für eine Sendung verwendet, gibt es zwei Konstellationen:
 1. Einbindung des fremden Inhalts rechtmäßig (Zitat).
 - Weiterverwendung der Sendung ebenfalls zulässig.
 2. Einbindung des fremden Inhalts rechtswidrig.
 - Weiterverwendung der Sendung ebenfalls rechtswidrig.

Fremde Inhalte – Aus dem Internet: Darf man diese übernehmen?

- Die meisten Inhalte im Internet sind urheberrechtlich geschützt und dürfen daher nicht ohne Zustimmung des Rechteinhabers genutzt werden.
- Die Inhalte dürfen in der Regel „angesehen“ und ggf. heruntergeladen werden.
- Für eine darüber hinausgehende Weiterverwendung, ob im Fernsehen oder auf der eigenen Webseite, braucht man eine Genehmigung des Rechteinhabers (Ausnahme des Zitats s. u.).

Fremde Inhalte – Aus dem Internet: Darf man Screenshots in der Sendung zeigen?

- Einzelne Sendebilder sind mit einem Lichtbildschutzrecht (besondere Art des Leistungsschutzrechts) belegt, das z. B. dem Kameramann zusteht.
- Daher unterliegt die Nutzung den Regeln des Urheberrechts.
- Setzt man sich in der Sendung mit dem konkreten Screenshot auseinander, kann ein Zitatrecht die Verwendung erlauben.
- Dies gilt auch für satirische Beiträge (s. u.).

Fremde Inhalte – Zitate: Was ist das Zitatrecht?

▪ § 51 UrhG

- Geändert durch den „Zweiten Korb“ (2008): Generalklausel erlaubt zitieren aus jeder Art Werk in jeder Art Werk (z. B. Filmzitate, zitieren von Fotos usw.)
- Voraussetzungen:
 - Eigenleistung steht im Vordergrund (FALL: Zitatsammlung)
 - Angemessener Umfang darf nicht überschritten werden (keine statischen Werte sondern relationale Betrachtung am Einzelfall)
 - Zitatzweck muss vorliegen, Belegfunktion, innerer Zusammenhang zum eigenen Werk (FALL: Maschinenmensch)

Fall: Maschinenmensch



Fremde Inhalte – Zitate: Was ist das Zitatrecht?

- Liegen Voraussetzungen vor, darf das zitierende Werk ohne Vergütung, auf jede Art und Weise genutzt werden (aber: Interessenabwägung beim Zitatzweck? FALL: Zitate von Karl Valentin)
- Quellenangabe obligatorisch
- Keine Änderungen!

Fremde Inhalte – Zitate: Darf man Bilder aus dem Internet „zitieren“? Darf man sie verändern?

- Für Bilder aus dem Internet gelten dieselben vier Voraussetzungen des Zitatrechts (s. o.).
- Grundsätzlich ist nur die unveränderte Übernahme zulässig. Insb. sind Veränderungen des Inhalts oder des Erscheinungsbilds untersagt.
- Kleine, formale Änderungen technischer Art sowie Vergrößerungen sind zulässig.

Fremde Inhalte – Zitate:

Muss auch im Fernsehen und Hörfunk eine Quelle angegeben werden?


- Grundsätzlich ja. Gerichte haben die Pflicht zur Quellenangabe im Fernsehen bestätigt. Dies kann z. B. per Bildunterschrift oder im Abspann geschehen.
- Für den Hörfunk existieren keine Urteile. Auch hier sollte – schon um nicht in den Verdacht eines Plagiats zu geraten – die Quelle angegeben werden, bei Büchern z. B. Autor, Titel und Verlag.


Fremde Inhalte – Weitere Schrankenbestimmungen: Welche gibt es neben dem Zitatrecht?


- Unwesentliches Beiwerk, § 57 UrhG
Zufälliges „Ins-Bild-Geraten“ (z. B. Bild an der Wand, laufender Fernseher). Kaum jemals in fiktionalen Sendungen, da hier die Umgebung frei gewählt werden kann.
- Panoramafreiheit, § 59 UrhG
Gilt für Werke (insb. Bauwerke und Kunstgegenstände), die sich dauerhaft an öffentlichen, frei zugänglichen Plätzen befinden.
- Satire- und Parodiefreiheit
Sog. freie Benutzung nach § 24 UrhG, falls eine satirische oder parodistische Eigenleistung besteht (angenommen für Kalkofes Mattscheibe, nicht für TV total).

Fremde Inhalte – Freie Werke vs. Open Content: Was sind freie Werke? Was ist Open Content?



- Freie Werke sind nur solche, an denen kein Urheberrechtsschutz mehr besteht. Dies ist der Fall beim Erlöschen des Urheberrechts 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers.
- An Open Content besteht durchaus Urheberrechtsschutz. Die Besonderheit ist, dass der Urheber die Verwendung jedermann mehr oder minder freistellt. Allerdings sind auch hier Beschränkungen durch die Lizenzen zu beachten; so ist häufig eine kommerzielle Nutzung ausgeschlossen.



Es ist Ihnen gestattet: 

-  das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen

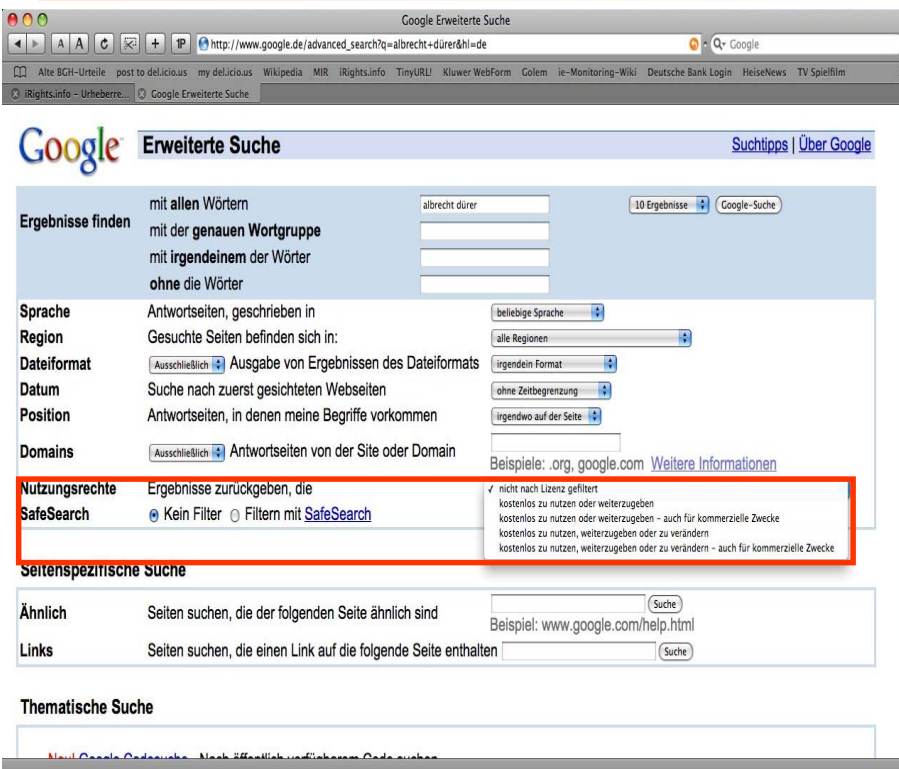
Zu den folgenden Bedingungen:

-  **Namensnennung.** Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen.
-  **Keine Bearbeitung.** Dieses Werk darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

- Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.
- Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.
- Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.

Till Kreutzer Seite 31

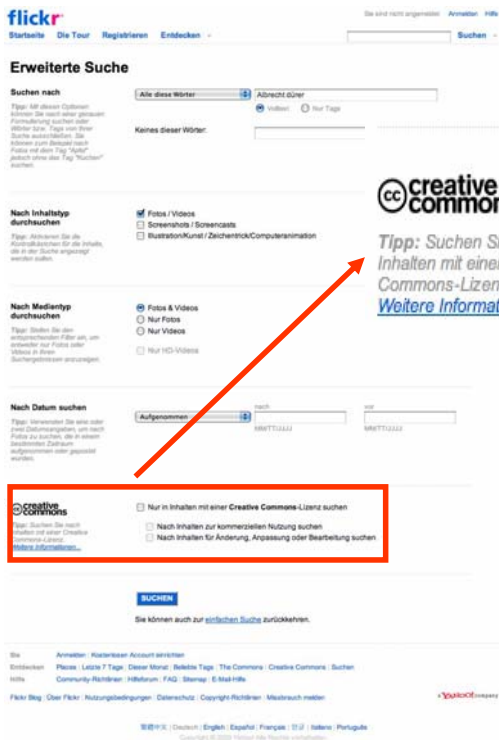
Fremden Inhalte – Freie Werke vs. Open Content: Wo finde ich Open Content?



The screenshot shows the Google Advanced Search interface. The search query is 'albrecht dürer'. The 'Nutzungsrechte' (Usage rights) section is highlighted with a red box, showing the 'SafeSearch' options: 'Kein Filter' (selected), 'Filtern mit SafeSearch', and 'Filtern mit SafeSearch'. Below this, there are sections for 'Seitenspezifische Suche' (Similar pages, Links) and 'Thematische Suche' (Thematic search).

Im Internet findet man Millionen Werke, die unter einer Open-Content-Lizenz (z. B. Creative Commons) veröffentlicht wurden, z. B. auf Wikipedia und flickr. Via Google kann man nach Inhalten suchen, die unter einer Open-Content-Lizenz stehen.

Fremde Inhalte – Freie Werke vs. Open Content: Wo finde ich Open Content?



Nur in Inhalten mit einer Creative Commons-Lizenz suchen

Nach Inhalten zur kommerziellen Nutzung suchen

Nach Inhalten für Änderung, Anpassung oder Bearbeitung suchen

Fremde Inhalte – Freie Werke vs. Open Content: Was ist eine „kommerzielle Nutzung“ im Sinne der CC-Lizenzen?

- „Kommerziell“ im Sinne der Creative-Commons-Lizenzen ist eine Nutzung dann, wenn der Nutzende die Absicht hat, mit der Nutzung Geld zu verdienen.
- TIDE als Bürgerkanal, der keine Einnahmen erzielen will, ist nicht kommerziell im Sinne von CC-Lizenzen.

Fremde Inhalte – Erwerb von Nutzungsrechten: Wie erhalte ich Ausstrahlungsrechte?

- Das Recht zu erlangen, z. B. eine Kurzgeschichte für einen Film oder eine Reportage verwenden zu dürfen, ist in der Regel aufwändig und teuer.
- Neben dem Autor existieren andere Rechteinhaber wie Verlag und Verwertungsgesellschaft, die alle der Verwendung zustimmen und bezahlt werden müssen.
- Schon der Aufwand herauszufinden, wer Rechte an dem Werk besitzt, dürfte eine lizenzierte Werknutzung in TIDE-Sendungen ausschließen.

Fremde Inhalte – Links: Verlinkung fremder Inhalte in TIDE-Sendungen oder -Webseiten. Haftung.

- Links auf geschützte, rechtmäßig Inhalte in Sendungen zu zeigen oder auf sendungsbegleitenden Webseiten zu setzen ist zulässig.
- Die Verlinkung rechtswidriger – z. B. strafbarer oder urheberrechtswidriger – Inhalte kann eine Haftung nach sich ziehen. Nach der mittlerweile wohl herrschenden Rechtsprechung haftet der Linksetzende allerdings erst ab einer konkreten Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des verlinkten Inhalts. Wird er auf rechtswidrige Inhalte hingewiesen, ist der betreffende Link unmittelbar zu entfernen.
- Vielerorts zu findende Disclaimer, die die Haftung ausschließen sollen, sind inhaltlich unsinnig und rechtlich belanglos.

Nutzung von Musik – GEMA: Was ist die GEMA? Was ist GEMA-freie Musik?

- Die GEMA ist die deutsche Verwertungsgesellschaft für Musikurheber und -verlage, die deren Rechte für sie wahrnimmt.
- Die GEMA verwaltet für diejenigen Musikurheber und -verlage, die in der GEMA oder einer ausländischen Verwertungsgesellschaft Mitglied sind, bestimmte Nutzungsrechte an ihren Musikwerken (z. B. das Senderecht, bestimmte Online-Rechte u.V.m.).
- Die weitaus meisten (professionellen) Musiker sind Mitglied der GEMA.
- „GEMA-frei“ ist einerseits Musik von Urhebern, die nicht Mitglied der GEMA sind. Andererseits solche, deren urheberrechtlicher Schutz abgelaufen ist (70 Jahre nach dem Tod des Urhebers).

Nutzung von Musik – GEMA: Darf ich GEMA-Musik im TIDE-Radio und in Filmen verwenden?

- Die Ausstrahlung im TIDE-Radio ist problemlos möglich. TIDE hat wie andere Sender einen Pauschalvertrag mit der GEMA geschlossen.
- Das Filmverwendungsrecht nehmen die Musikverlage häufig selbst wahr, da sie so mehr Geld als den pauschalierten Satz erhalten. Ob hiervon für Absolventenfilme abgewichen wird, ist im Einzelfall zu klären.
- Meist existieren mehrere Rechteinhaber (Komponist, Texter, ausübender Künstler), die ggf. alle ihre Zustimmung zur Verwendung geben müssen. Dies ist in der Regel aufwändig und teuer.
- Eine Alternative bietet unter Open-Content-Lizenzen stehende Musik.

Nutzung von Musik – Zitate: Darf ich Musikschnipsel „zitieren“, sampeln etc.?

- In der Regel ist das Zitatrecht (s. o.) nicht einschlägig, da man sich nicht inhaltlich mit der Musik auseinandersetzt.
- Auch wenn für sehr kurze Schnipsel kein Urheberrecht besteht, sind die Rechte des Tonträgerherstellers berührt; seine Zustimmung ist einzuholen (in der Regel bei den Plattenfirmen).
- Bsp: BGH – Metall auf Metall

Nutzung von Musik – Verlosung von CDs: Darf ich CDs ohne Zustimmung der Plattenfirma verlosen?

- Ja. Nach dem sog. Erschöpfungsgrundsatz dürfen Trägermedien, die in der EU rechtmäßig auf den Markt gebracht wurden, frei weitergegeben werden.
- Dies erstreckt sich nicht auf Tonträger, die (noch) nicht in der EU erschienen sind (z. B. Direktimporte aus den USA oder Asien), sowie auf ungenehmigte Konzertmitschnitte.

Archivmaterial – Verwendung:

Darf ich Archivmaterial ausstrahlen oder in eigenen Sendungen nutzen?

- Für die Ausstrahlung von Archivmaterial anderer Sender muss deren Zustimmung eingeholt werden; teilweise ergibt sich dies aus Kooperationsverträgen.
- Die Nutzung in eigenen Sendungen richtet sich nach dem Zitatrecht (s. o.). Insb. kann eine satirische Verwendung zulässig sein. Eine generelle Nutzungsmöglichkeit für nicht-kommerzielle, künstlerische oder kulturelle Zwecke existiert im deutschen Recht nicht.

Archivmaterial – Rechte:

Wie finde ich heraus, wer die Rechte an Archivmaterial hat?

- Die Rundfunkanstalten sowie Filmarchive (z. B. Deutsche Kinemathek in Berlin) und -stiftungen (z. B. Murnautiftung) können hier gegebenenfalls weiterhelfen.
- Können die Rechteinhaber nicht ermittelt werden (verwaiste Werke), ist eine rechtmäßige Nutzung des Werks nicht möglich.

Archivmaterial – Rechte: Wie „klärt“ man die Rechte?

- Man schließt Verträge mit den Rechteinhabern.
- Eine Formvorschrift (z. B. schriftlich) existiert nicht. Zur besseren Beweisbarkeit im Streitfall ist eine Vertextlichung (z. B. E-Mail) empfohlen, in der detailliert beschrieben ist, wie das Material genutzt werden soll.
- Alle erforderlichen Rechte an Werken, die im Archivmaterial verwendet wurden (z. B. Musik, Kunstgegenstände), sind vom Produzenten des Archivmaterials zu erwerben; die Verwendung von Musik ist möglicherweise über den Vertrag mit der GEMA abgedeckt.

Archivmaterial – Rechte: Erlöschen der Rechte. Abfilmen und Ausstrahlen.

- Urheberrechte erlöschen 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers. Leistungsschutzrechte etwa des Tonträger- oder Filmherstellers erlöschen 50 Jahre nach der ersten Wiedergabe.
- Ein Abfilmen von Leinwänden (Public Viewing) zum Zwecke der Ausstrahlung in TIDE ist nicht gestattet. Schon das Abfilmen ist eine unzulässige Vervielfältigung.
- Möglicherweise ist ein Zitatrecht (s. o.) einschlägig.

AGENDA

| | |
|---|-----------------------|
| 1 | Rundfunkrecht |
| 2 | Urheberrecht |
| 3 | Persönlichkeitsrechte |
| 4 | Ende |

Persönlichkeitsrechte – Grundlagen: Brauche ich eine Zustimmung zum Filmen und Ausstrahlen von Personen?

- Jeder Mensch hat ein sog. Recht am eigenen Bild, nach dem sein Bild grundsätzlich nicht ohne Zustimmung veröffentlicht werden darf. Im Zweifel sind Bilder zu anonymisieren, so dass selbst Verwandte und gute Freunde die Person nicht erkennen können.
- Daran ändert eine ortsbezogene Drehgenehmigung nichts.
- Keine Zustimmung benötigt man in folgenden Fällen:
 - Person der Zeitgeschichte:
Gilt für Personen des öffentlichen Interesses. Es ist im Einzelfall abzuwägen zwischen Berichterstattungsinteresse und Privatsphäre.
 - Person als Beiwerk:
Personen nur als Beiwerk neben der Landschaft oder anderen Örtlichkeiten. Sehr eng auszulegen, die Person muss praktisch „verschwinden“.
 - Bilder von Versammlungen:
Gilt, wenn Personen „in der Masse untergehen“. Ebenfalls sehr eng auszulegen; die Versammlung muss öffentlich sein und es darf keine Person herausgehoben sein.

Persönlichkeitsrechte – Zustimmung:

Muss diese schriftlich erfolgen? Darf ich das Bild fürs Internet nutzen?

- Die Schriftform ist nicht vorgeschrieben. Die mündliche, implizite oder konkludente Einwilligung reicht aus. Das heißt, ein Passant, der Kamera und TIDE-Mikrofon sieht und nach seiner Meinung gefragt wird, kann sich nicht darauf berufen, er hätte nicht gewusst, dass die Sendung auch ausgestrahlt wird.
- Bei sehr weitgehender Nutzung (z. B. mehrfache Ausstrahlung, Weiterlizenzierung an andere Sender, Nutzung für das Internet) ist eine Verschriftlichung aus Beweisgründen jedoch zu empfehlen.
- Wird jemand fürs Fernsehen interviewt, muss er nicht von einer Nutzung fürs Internet ausgehen. Auf Letztere sollte daher explizit hingewiesen werden.

Persönlichkeitsrechte – Zustimmung Minderjähriger:

Gelten für die Aufnahme von Minderjährigen Sonderregelungen?

- Es muss die Einwilligung der Erziehungsberechtigten (beide Elternteile) eingeholt werden.
- Ab etwa 10 Jahren ist zusätzlich das Kind selbst zu fragen, sofern es die nötige Einsichtsfähigkeit besitzt. Dies ist ab 14 Jahren generell anzunehmen.
- Die (strengen) Regeln zur Aufnahme bei Versammlungen (s. o.) gelten auch für Minderjährige. Zudem kann es sich nach dem Umständen empfehlen, Minderjährige in Aufnahmen von Versammlungen zu anonymisieren.

AGENDA

1 Rundfunkrecht

2 Urheberrecht

3 Persönlichkeitsrechte

4 Ende

Informationen im Internet

- www.irights.info
Das Portal zum Urheberrecht in der digitalen Welt für Nutzer und Urheber.
- <http://www.bpb.de/themen/OGNUL9,0,0,Urheberrecht.html>
Online-Dossier zum Urheberrecht der Bundeszentrale für politische Bildung.
- <http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/INHALTE/lehre/lehrematerialien.htm>
Informationen zum Urheber- und „Internetrecht“, umfangreiches, regelmäßig aktualisiertes Skript.
- www.ie-online.de
Über uns, das Büro für informationsrechtliche Expertise.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!