

# medien<sup>ONLINE</sup>recht

Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht

7-8/20

**AKTUELL** **Entwurf des TKG 2020 in Begutachtung**  
*Wolfgang Feiel*

**MEDIENRECHT** **Kostenersatzanspruch – parallele Entschädigungsanträge**  
wegen einer Veröffentlichung

Gegendarstellung zum Bericht über eine Strafanzeige

**Verderbte Figur:** Mehrere inkriminierte Äußerungen als tatbestandliche Handlungseinheit im Ehrenbeleidigungsrecht

**PERSÖNLICHKEITSSCHUTZ** **Herablassende Umgangsweise:** Bewertung von Unternehmen auf Plattformen im Internet

**Weniger Koksen:** Bezeichnung einer Person als Nazi

**URHEBERRECHT** **Störerhaftung des Registrars (BGH):** Haftung des Registrars einer Internetdomain für Urheberrechtsverletzungen

**Rundfunkübertragung in Ferienwohnungen (BGH):** Tatbestand der öffentlichen Wiedergabe

**GEBRAUCHSMUSTERRECHT** **Verfahrens- und Kontrollsystem:** Gebrauchsmusterschutz – computerimplementierte Erfindung

**WETTBEWERBSRECHT** **Einstweiliger Rechtsschutz mit Biss – ab und bis wann eine EV zu beachten ist**  
*Andreas Frauenberger*

**Kenntnis vom Unterlassungsgebot:** Zustellung einer einstweiligen Verfügung per WebERV – Wirksamkeit des Unterlassungsgebots

**Vermutete Reichweite:** Verstoß gegen Werberichtlinien des Vereins Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen

4 Ob 59/16d mwN). Der Revisionsrekurs ist somit zurückzuweisen.

[50] Der nachträgliche Wegfall der Beschwer ist jedoch gemäß § 50 Abs 2 ZPO bei der Entscheidung über die Kosten des Rechtsmittelverfahrens nicht zu berücksichtigen. Bei der Kostenentscheidung ist der Erfolg des Rechtsmittels hypothetisch nachzuvollziehen, sodass der Rechtsmittelwerber, der ohne Wegfall der Beschwer seine Kosten erhalten hätte, diese auch so zugesprochen bekommt (vgl 3 Ob 1/00v).

Mitgeteilt von RA Dr. Michael Rami

#### Anmerkung:

Der OGH begründet die Stattgebung der ao Revision der klagenden Partei im Umfang des Punktes 3 des

Unterlassungsbegehrens damit, dass die Werberichtlinien des Vereins „Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen“ den Konsens der Vereinsmitglieder betreffend die Anforderungen an die berufliche Sorgfalt im Zusammenhang mit der Werbung widerspiegeln würde. Das ist zwar grundsätzlich richtig. Wenn aber in diesem Zusammenhang von „Werbung mit Auflagenzahlen von Medien“ gesprochen wird, dürfte es sich dabei um ein Redaktionsversehen handeln, weil die Auflagenzahlen von der österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK) erhoben und kontrolliert werden, während von der Mediaanalyse Reichweitzahlen erhoben werden, die im Hinblick auf Doppel- und Mehrfachleser naturgemäß (teilweise wesentlich) höher sind. Es ist daher im Leitsatz bewusst das Wort „Auflagenzahlen“ durch das Wort „Reichweiten“ ersetzt.

Gottfried Korn

## Literatur

### Kommentar zum deutschen UrhG

*Eichelberger/Wirth/Seifert: Urheberrechtsgesetz mit Verwertungsgesellschaftengesetz*, NOMOS, 3. Auflage 2020, ISBN: 978-3-8487-1913-6, Euro 79,00

Nunmehr liegt die 3. Auflage des *Eichelberger/Wirth/Seifert* vor. Die erste Auflage (2004) sowie die zweite Auflage (2008/2009) sind von *Matthias Schmid*, *Thomas Wirth* und *Fedor Seifert* verfasst worden. Der ausgeschiedene Autor *Matthias Schmid* ist im Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz tätig und wurde durch *Prof. Dr. Jan Eichelberger*, Leibniz-Universität, ersetzt. Die Einleitung sowie die Kommentierung der §§ 1 – 30 wurden durch *Seifert* und *Wirth* verfasst. Die Erläuterungen zu den Normen von §§ 31 – 87 sowie 120 – 143 stammen aus der Feder von *Wirth*. *Eichelberger* hat sich mit den §§ 87a – 119 beschäftigt. *Seifert* hat das VGG kommentiert.

Das Besondere an dem als Handkommentar bezeichneten Buch besteht darin, dass sich auf den Kern, d.h. das Urheberrechtsgesetz sowie das Verwertungsgesellschaftengesetz mit dem Ziel konzentriert wird, einen kurzen, knappen und damit prägnanten Überblick über die gesetzlichen Regelungen zu geben. Angrenzende Bereiche, wie z.B. KUG, VerlG, InfoSoc-RL, PortabilitätsVO oder Einigungsvertrag, werden nicht erläutert.

Den Abschluss bildet ein Stichwortverzeichnis (Seite 731-748). Aus ökologischen Gründen sollte so viel wie möglich Papier gespart und auf den Abdruck von Gesetzestexten, Richtlinien sowie Materialien des BMJV, die alle ohne großen Aufwand online zu finden sind, verzichtet werden. Dennoch ist es sehr hilfreich, zu der Zeit, in der die Umsetzung der DSM-Richtlinie in nationales Recht diskutiert wird, den im Anhang abgedruckten Text der DSM-Richtlinie unmittelbar zur Hand zu haben.

Inhaltlich punktet der *Eichelberger/Wirth/Seifert* an verschiedenen Stellen. In der Kommentierung von § 15 UrhG wird in Rn 7 überzeugend dargelegt, dass der private Charakter eines Hotelzimmers nichts an der Feststellung ändert, dass die TV-Nutzung im Hotelzimmer als öffentliche Wiedergabe anzusehen ist, zumal nach der Rechtsprechung des EuGH ein „neues Publikum“ erreicht wird. Das

korrespondiert mit § 22 UrhG (Rn 2). Das Bereitstellen von empfangsbereiten Fernsehgeräten in Gästezimmern eines Hotels impliziert eine öffentliche Wiedergabe im Sinn von Art 3 Abs 1 der Info-Soc-Richtlinie 2001/29. Die Wiedergabe des TV-Programms ist nicht als privat anzusehen. Das muss konsequenterweise auch für Patientenzimmer in Krankenhäusern gelten.

Bei § 32a UrhG, Rn 11 wird auf Art 21 der DSM-Richtlinie Bezug genommen. Letzterer verpflichtet die Mitgliedstaaten bei Unstimmigkeiten über die Transparenzpflicht sowie über die Vertragsanpassung Zugang zu einem freiwilligen, alternativen Streitbelegungsverfahren – wie z.B. die Mediation – zu ermöglichen. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass der Ex-Autor *Schmid* an der Erarbeitung des seit dem 13.10.2020 vorliegenden Referentenentwurfes des BMJV für ein Gesetz zur Anpassung des Urheberrechts an die Erfordernisse des digitalen Binnenmarktes<sup>1)</sup> beteiligt war.

Gemäß § 32f Abs 1 RefE soll bei folgenden Konflikten ein Mediationsverfahren eingeleitet werden können:

- Bezüglich der angemessenen Vergütung gem. § 32 UrhG,
- bezüglich der weiteren Beteiligungen gem. § 32a UrhG,
- bezüglich der Vergütung für später bekannt werdende Nutzungsarten gem. § 32c UrhG,
- bezüglich der Geltendmachung von Auskunfts- und Rechenschaftsansprüchen gegenüber dem Vertragspartner gem. § 32e UrhG sowie
- bezüglich der Geltendmachung von Auskunfts- und Rechenschaftsansprüchen gegenüber den innerhalb der Lizenzkette beteiligten Dritten (§ 32f RefE).

Da gemäß § 32f Abs 2 RefE von Abs 1 abweichende Vereinbarungen unwirksam sind, kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass bei diesbezüglichen Rechtsstreitigkeiten in der Klageschrift (§ 253 Abs 3 ZPO) erwähnt werden sollte bzw. müsste, warum der Versuch einer Mediation unterblieben ist.

1) [https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RefE\\_Urheberrecht.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=7](https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RefE_Urheberrecht.pdf?__blob=publicationFile&v=7).

Bei § 54a UrhG, Rn 9 sind die aktuellen, bei Rn. 10 die früheren Vergütungssätze für Geräte und Speichermedien abgedruckt. Das ist hilfreich.

Art 14 DSM-Richtlinie schließt den Urheber- und Leistungsschutz für jegliche Reproduktionen an gemeinfreien visuellen Werken aus (vgl. dazu auch BGH, Urteil vom 20.12.2018 – I ZR 104 / 17 – Museumsfotos). Der entsprechende Vorschlag ist in § 68 RefE enthalten. Der Schutz persönlich-geistiger Schöpfungen bleibt natürlich unberührt. *Wirth* wirft die Frage auf, ob nicht die ersatzlose Abschaffung von § 72 UrhG ein gangbarer Weg wäre (§ 72 Rn 1). Damit könnte auch die Diskussion um den Schutz von rein technischen Reproduktionen, von computergenerierten Bildern, von Luftbildern, von Satellitenfotos, von polizeilichen Radarbildern usw. zu einem dogmatisch sauberen Abschluss geführt werden. Zudem würde damit der für die EU angestrebte einheitliche Schutz von Fotografien sowie allen anderen Werkarten auf Grund einfacher Individualität vollendet sowie durch den Wegfall der unterschiedlichen Schutzfristen in Bezug auf Lichtbildwerke und Lichtbilder vereinfacht werden.

Die Fokussierung auf das Urheberrechtsgesetz sowie das Verwertungsgesellschaftengesetz wird für den Käufer auch im Preis spürbar. Dieser liegt mit Euro 79,00 bei der Hälfte (im Vergleich zum *Dreier/Schulze*) bzw. bei einem Drittel (im Vergleich zum *Fromm/Nordemann; Wandtke/Bullinger* oder *Schricker/Loewenheim*) des sonst üblichen Preises. Deshalb ist der Kommentar uneingeschränkt zu empfehlen, wenn kostenbewusst nach prägnanten Antworten zu urheberrechtlichen Fragestellungen gesucht wird.

**Prof. Dr. Stefan Haupt**, Rechtsanwalt in Berlin  
www.haupt-rechtsanwaelte.de

## Juristische Vorträge erfolgreich gestalten

*Paul Fischer, Präsentieren für Juristen*, facultas Wien 2020, 170 Seiten, ISBN: 978-3-7089-1851-8. EUR 26,00

Tipps für Juristen, wie sie ihre Vorträge gestalten sollen, um beim Publikum anzukommen, lassen sich über Google viele finden. Aber eine systematische Einführung in die Grundlagen und Praxis der juristischen Vortragskunst, wie vorliegend von einem Juristen verfasst, der über künstlerische Bühnenerfahrung verfügt, ist schon eine Seltenheit und verdient schon deshalb Beachtung.

Der Autor *Paul Fischer* ist als Chefjurist der Verwertungsgesellschaften AKM und austro-mechana in juristischen Fachkreisen kein Unbekannter. Weniger bekannt ist wohl, dass er seit über 25 Jahren als Hobbyzauberer auftritt und sich dabei psychologische Kenntnisse im Verhalten vor Publikum angeeignet hat, die er in dem vorliegenden Werk für die Vermittlung der Theorie und Praxis des juristischen Fachvortrags fruchtbar macht.

Das Ergebnis dieser ungewöhnlichen Konstellation ist ein Vademecum, in dem man lernt man, wie man spannende Themenvorträge gestaltet, Entscheidungen fachlich verständlich bespricht, Keynotes anlegen sollte und Panel Diskussionen als Jurist übersteht, jeweils mit Übungen und Beispielen aus der Praxis.

Dabei geht der Autor von den Grundlagen juristischer Rhetorik aus: Am Anfang steht die Erörterung der Methoden der juristischen Argumentation, es folgt ein Kapitel über den Aufbau des Vortrags, dann widmet sich der Autor dem zentralen Ankerpunkt, nämlich dem Publikum – für *wen* trage ich vor?, *weswegen* trage ich vor Publikum vor?, *was* bekomme ich vom *Publikum* dafür? Es folgen Kapitel über die äußeren und inneren Rahmenbedingungen des Vortrags, den richtigen Einsatz von Power-Point-Präsentationen, die rechtlichen Rahmenbedingungen des Vortrags (Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht, Medien- und Strafrecht, Datenschutz), Tipps für die Präsentation auf Englisch und Hinweise zum Einsatz humoristischer Einlagen im Vortrag.

Eine Konstante des Buchs ist die Erkenntnis, dass Vortrag nicht gleich Vortrag ist, *Fischer* macht immer wieder deutlich, dass zwischen einem Themenreferat, einer Entscheidungsbesprechung, den Keynotes, einem Referat in einer Paneldiskussion, einem Schulungsvortrag, einem Pitch der Anwälte um ein Klientenmandat und dem rechtspolitischen Vortrag in der Gestaltung und Vorbereitung wesentliche Unterschiede bestehen.

Dazu gibt er detaillierte Anleitungen, wie man sich auf diese unterschiedlichen rhetorischen und inhaltlichen Herausforderungen einstellt. Eine Todsünde des Vortragenden ist, nach einem gelungenen Anfangsteil beim Publikum Langeweile zu erzeugen, indem er es ermüdet, etwa durch zu viel Inhalt oder indem er das Interesse des Publikums verliert. Das betrifft die spannende Frage, wie eigentlich die soziale Interaktion zwischen Vortragendem und Publikum vor sich geht und wodurch sie bestimmt wird.

Viele Vortragende kämpfen mit der Präsentation des Inhalts, auch wenn sie im Thema sattelfest sind: Sollen sie sich am schwächsten Glied orientieren, mit der Gefahr, dass sie alle anderen verlieren oder über die Menge erheben und „höchst gescheit“ daherreden, mit dem Risiko, dass sie als abgehoben empfunden werden. Die goldene Mitte liegt darin, soweit wie möglich die Ansprüche des Publikums als Ganzes zu erfüllen und damit dessen Sympathien zu gewinnen.

Und der Kardinalfehler der mangelnden Stringenz eines Vortrags liegt meist in der ungenügenden Vorbereitung begründet.

Dabei kommt der Autor immer wieder auf den Punkt zurück, dass die Vorbereitung entscheidend für den rhetorischen Erfolg ist: „Üben und probieren Sie! Unter drei Mal Proben dürfen Sie sich niemals selbst auf die Vortragsbühne lassen. Sie müssen wissen, was Sie sagen wollen, ohne Zettel und ohne jede Folie.“

Und ein gewisses Maß der Freude des Vortragenden an Selbstdarstellung ist auch gefordert.

*Fischer* überrascht immer wieder mit treffsicheren Analysen der psychologischen Bedingungen erfolgreicher Vortragstätigkeit. Das führt dazu, dass man sich bei der Lektüre unwillkürlich auch mit den eigenen Befindlichkeiten und Fehlern als Vortragender auseinandersetzt.

**Fazit:** Eine Fülle an Einsichten und Tipps, wie man als Jurist das Auftreten vor Publikum überstehen und für sich positiv gestalten kann. Daher die Empfehlung: Lassen Sie sich auf die Lektüre des wohlfeilen Bandes ein – auf die Gefahr hin, auch etwas über die eigenen Schwächen als Vortragender zu erfahren.

**Heinz Wittmann**