

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	11
A. Problemaufriss und Eingrenzung	11
B. Gang der Arbeit	13
Kapitel 1: Nutzungsrechtliche Einordnung der Werkwiedergabe im Wahlkampf	15
A. Urheberrechtliche Grundlagen	16
I. Schutzvoraussetzungen	17
II. Der Urheber	18
III. Verhältnis von Urheberpersönlichkeits- und Verwertungsrechten	19
B. Betroffene Verwertungsrechte	20
C. Schranken des Urheberrechts	22
D. Rechtswahrnehmung	24
I. GEMA-Berechtigungsvertrag bis 2010	25
II. GEMA-Berechtigungsvertrag seit 2010	26
III. GVL-Berechtigungsvertrag	27
IV. Wahrnehmung von Persönlichkeitsrechten	27
E. Zwischenergebnis	28
Kapitel 2: Urheber- und Künstlerpersönlichkeitsrecht – ein Überblick	29
A. Geschichte des Urheberpersönlichkeitsrechts	29
B. Verfassungsrechtliche und internationale Grundlagen des Urheberpersönlichkeitsrechts	32
I. Grundrechte	32
II. Europäische Union	33
III. Staatsverträge	35
C. Urheberpersönlichkeitsrecht und kleine Münze	36

D. Postmortales Urheberpersönlichkeitsrecht	37
E. Ewiges Urheberpersönlichkeitsrecht?	38
F. Urheber- und allgemeines Persönlichkeitsrecht	40
I. Verhältnis der Rechte	40
II. Auffangfunktion des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	42
G. Künstlerpersönlichkeitsrecht	43
H. Urheber- und künstlerpersönlichkeitsrechtliche Befugnisse	44
I. Veröffentlichungsrecht	45
II. Anerkennung der Urheberschaft und Bestimmung der Urheberbezeichnung	46
III. Integritätsschutz	47
IV. Rückrufsrechte	48
 Kapitel 3: § 14 UrhG – Entstellung des Werkes	 49
A. Entstellung oder andere Beeinträchtigung des Werkes	50
B. Indirekte Beeinträchtigungen durch veränderten Kontext	51
I. Fallgruppen	52
1. Anstößiger Kontext	52
2. Präsentation neben anderen Werken	53
3. Verbindung mit anderen Werken	53
4. Hängung	54
5. Ausstellungskonzept	54
6. Ortsspezifische Kunst	55
7. Nutzung als Klingelton	56
8. Sonstige Einzelfälle	56
II. Indirekte Beeinträchtigung durch Nutzung in der Werbung	57
III. Indirekte Beeinträchtigung durch Nutzung im Wahlkampf	59
C. Interessengefährdung	62
I. Grundsätzliches	62
1. Ideelle Interessen	62
2. Wirtschaftliche Interessen	62
3. Eignung zur Interessengefährdung	63
4. Intensität der Interessengefährdung	64
5. Interessengefährdung nur bei Öffentlichkeitsbezug?	64
6. Keine Interessengefährdung bei Einwilligung des Urhebers	65
II. Interessengefährdung bei Werknutzung im Wahlkampf	66
1. Eindruck der Unterstützung einer politischen Partei	66
2. Stärkere Interessengefährdung bei abgelehnten politischen Zielen	67
3. Konkrete politische Partei nicht entscheidend	67
4. Kritik der Literatur am OLG Jena und LG Erfurt	68

5. Eindruck der Unterstützung als entscheidendes Kriterium . . .	70
6. Unwillkürliche Gedankenverbindung ausreichend	70
7. Keine Beschränkung auf den Wahlkampf politischer Parteien	72
8. Intensität der Interessengefährdung im Wahlkampf	73
D. Interessenabwägung	74
I. Grundsätzliches	74
II. Im Wahlkampf zu berücksichtigende Interessen politischer Parteien	75
1. Art. 21 GG	77
2. Art. 5 I GG	78
3. Zwischenergebnis	79
E. Ergebnis	80
Kapitel 4: § 75 UrhG – Beeinträchtigung der Darbietung	81
A. Entstellung oder andere Beeinträchtigung	82
B. Gefährdung von Ansehen oder Ruf als ausübender Künstler	83
C. Interessenabwägung und Rücksichtnahmegebot bei Ensembleleistungen	85
D. Ergebnis	85
Kapitel 5: Rechtsfolgen	87
A. Unterlassung	87
B. Schadensersatz	88
I. Materieller Schaden	88
II. Immaterieller Schaden	89
C. Weitere Rechtsfolgen	90
Endergebnis	91
Literaturverzeichnis	93