

Axel Beater: Medienrecht

Tübingen 2007, 834 Seiten, Verlag Mohr

Die Darstellung des Medienrechts beginnt mit den jeweiligen grundrechtlichen und gesetzlichen Normen für Presse, Rundfunk und Telemedien sowie den diversen zivilrechtlichen Schutzrechten. Anschliessend behandelt sie die unternehmerischen Grundvoraussetzungen von Medien. Das Buch stellt dazu die publizistische Freiheit und Vielfalt mit ihren Auswirkungen auf die Gründung und das Innenrecht von Medien sowie auf mögliche Ansprüche Dritter dar. Es schliessen sich zwei Kapitel über die Finanzierung und den ökonomischen Wettbewerb zwischen Medien an. Der nächste Teil hat die Information der Öffentlichkeit zum Inhalt. Darin werden Informationsformen und Informationsverhaltensweisen vorgestellt, danach wird auf die öffentlichen Informationsinteressen eingegangen. Anschliessend thematisiert der Autor die Beschaffung und Überprüfung von Informationen durch die Medien und die Grenzen der Recherche. Es folgt das eigentliche «Kerngeschäft» der Medien. Dazu geht das Buch auf die Freiheit und Unfreiheit von Informationen sowie auf die Bild- und die Wortberichterstattung ein. Es schliesst sich ein Teil über unrichtige und inhaltlich unzulässige Informationen an, in dem insbesondere auf Auslegungsfragen, die Behandlung von Tatsachen- und Meinungsäusserungen und den Jugendschutz eingegangen wird. Den Schluss bildet das «Aufsichtsrecht», d. h. Abschnitte über die Macht und

die Kontrolle der Medien, die Gegendarstellung und die zivilrechtlichen Ansprüche. ■

Kai-Peter Uhlig: Der Koproduktionsvertrag der Filmherstellung. Eine Studie nach deutschem und schweizerischem Recht

Baden-Baden 2007, 269 Seiten, Nomos-Verlag

Die Koproduktion ist ein verbreitetes Geschäftsmodell der Filmherstellung; der Koproduktionsvertrag ein entsprechend typischer Vertrag mit wiederkehrenden Regelungsmustern. Der Autor verdeutlicht diese Vertragsinhalte aus den Interessen und Risiken heraus. Die Gegenüberstellung mit dem Gesetzesrecht der bürgerlichen Gesellschaft soll die Abweichungen und die Verselbständigung dieses Vertragstyps demonstrieren, der durch die Beschränkung auf das einzelne Projekt und auf das Innenverhältnis der Parteien geprägt ist. Anschliessend an grundlegende Darstellungen, die mehrere Jahrzehnte zurückliegen, arbeitet er die zwischenzeitliche Branchen- und Rechtsentwicklung auf. Das Werk richtet sich an Produzenten und private wie öffentliche Finanziere von Filmen, an damit befasste Rechtsanwälte, Dienstleister und Bildungseinrichtungen. Es trägt in der Praxis zum leichteren Umgang mit Koproduktionen, zur Transparenz ihrer Wirkungen und zur Absicherung der Vertragsgestaltung bei. ■

Les Livres de  Bücher

Livres/Bücher

- Kellermüller Hanspeter**, Staatliche Massnahmen gegen Medienkonzentration, Zürich 2007 (Schulthess)
Nobel Peter, Weber Rolf H., Medienrecht 3., neu bearbeitete Auflage, Bern 2007, 801 Seiten (Stämpfli)
Noth Michael G., Trittbrettfahren durch Werbung bei Sportveranstaltungen. Rechtliche Beurteilung von Ambush Marketing und ähnlichen Werbeformen, Bern 2007, 226 Seiten (Stämpfli)

Revues/Zeitschriften

- Egloff Willi**, Das Urheberrecht und der Zugang zu wissenschaftlichen Publikationen, in: sic! 10/2007, S. 705 ff.

Härtig Niko/Reinholz Fabian, Domainrecht – eine Bilanz der Rechtsprechung aus den Jahren 2006/2007, in: Kommunikation&Recht 10/2007, S. 489 ff.

Hoeren Thomas, Der Zweite Korb – Eine Übersicht zu den geplanten Änderungen im Urheberrechtsgesetz, in: MMR 10/2007, S. 615 ff.

Koch Ulrich, Medienkonzentrationsrecht in Deutschland – sind wir auf dem richtigen Weg?, in: AfP 4/2007, S. 305 ff.

Mailänder Peter K., Crossmediale Zusammenschlüsse – eine Herausforderung für die medienrechtliche Konzentrationskontrolle, in: AfP 4/2007, S. 297 ff.

Sassenberg Thomas/Berger Georg, Rechtliche Zulässigkeit von Werbung via Bluetooth, in: Kommunikation&Recht 10/2007, S. 499f.