

FREY RECHTSANWÄLTE

**Strategische Beratung
Rechtsmanagement**

FREY RECHTSANWÄLTE
Kaiser-Wilhelm-Ring 40, 50672 Köln
Tel. +49 221 420748 00
Fax +49 221 420748 29
Email info@frey.tv
www.frey.tv

EMRWorkshop

Medienrecht im Mobile Media-Sektor für Produzenten
Grundlagen und Fragestellungen in der Praxis

Vertragsmodelle für neue Angebote

RA Dr. Dieter Frey, LL.M.

medienforum.nrw 2006

Überblick

- **Prolog: Vermarktung der Fußball-Bundesliga**
- **Player und Interessen im Mobile Media-Sektor**
- **Wirtschaftliche Problemlage der Produzenten**
- **Vertragliche Abgrenzung der Distributionskanäle**
- **Vertragliche Regeln zur Erlösbeteiligung**

**Prolog: Vermarktung der
Fußball-Bundesliga**

- **Prolog: Vermarktung der Fußball-Bundesliga**
 - Kartellrechtliche Vorgaben: Abgrenzung von Distributionskanälen
 - ⇒ Ausschreibung der medialen Rechte
 - ⇒ Was sind Fernseh-, Internet- und Mobilrechte?
 - ⇒ Streit: Arena („Fernsehrechte“) => DFL <= Telekom (Internetrechte inkl. IPTV“)
 - Abgrenzung anhand von Endgeräten verliert zunehmend Konturen
 - ⇒ Fernsehen vs. Computer (=Internet)?
 - ⇒ Computer vs. Handy?
 - Vergleichbare Problemlage: Trotz verschwimmender Konturen in konvergenter Medienlandschaft muss zwischen der audiovisuellen Nutzung im Fernsehen, im Internet oder im Mobilfunk klar unterschieden werden

**Vertragsmodelle
für neue Angebote**

Player und Interessen im Mobile Media-Sektor

- **Player der mobilen Wertschöpfungskette und ihre Interessen**
 - Urheber/ausübende Künstler
 - Produzenten
 - Sonstige Rechteinhaber – Sportverbände, insb. Fußball
 - Sender
 - Content Aggregatoren
 - Infrastrukturanbieter (Mobilfunkanbieter)
 - Plattformbetreiber für mobile Inhalte

**Gemeinsames Interesse aller Player:
Erschließung neuer Umsatzpotentiale**

**Wirtschaftliche Problemlage
der Produzenten**

- **Verhandlungsmacht der Sender bei Auftragsproduktionen**
- **Übernahme eines größeren wirtschaftlichen Risikos bei der Produktion?**
- **Infrastrukturanbieter und Plattformbetreiber als Partner einer Auftragsproduktion für den Mobile Media-Sektor?**
- **Kostensituation für originäre Mobile Media-Produktion**

**Vertragliche Abgrenzung
der Distributionskanäle**

- **Zentrale rechtliche Probleme der Einräumung mobiler Nutzungsrechte**
 - Unbekannte Nutzungsarten: Nacherwerb von Rechten notwendig
 - Vertragliche Berücksichtigung der Konvergenz der Übertragungswege und Endgeräte
 - Einräumung mobiler Nutzungsrechte muss gegen andere Arten der Nutzung eindeutig vertraglich abgegrenzt werden

- **Kategorien des Urhebergesetzes**
 - Senderecht (§ 20 UrhG – klassisches Fernsehrecht)
 - ⇒ „[...] Das Recht, das Werk [...] der Öffentlichkeit zugänglich zu machen“
 - Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (§ 19a UrhG)
 - ⇒ „[...] Das Recht, das Werk [...] der Öffentlichkeit in einer Weise zugänglich zu machen, dass es Mitglieder der Öffentlichkeit von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zugänglich ist.“
 - Abgrenzungsprobleme insb. bei Webcasting, Simulcasting, Near-Video-On-Demand => streitig, wie die lineare Ausstrahlung eines Programmangebots zu beurteilen ist:
 - ⇒ h.M. setzt mittlerweile das Senderecht voraus
 - ⇒ a.A. Recht des öffentlichen Zugänglichmachens, da es sich nicht um ein einheitliches Sendesignal handele – Senderecht sei beschränkt auf traditionelle Rundfunktechnologien
- **Fazit:**
 - Keine ausreichende Trennschärfe für die vertragliche Praxis

- **Typische vertragliche Kategorien (Sender)**
 - Umfassende Klauseln, die den Rechteerwerb für Mobile Media-Inhalte aufgrund unterschiedlicher Ansätze absichern sollen, z.B.
 - *Senderecht* und *Abruf- oder Onlinerecht* werden typischerweise unabhängig von Techniken (z.B. DVB-H), Übertragungswegen (z.B. drahtungebundenes Telefonnetz) und vom Empfangsgerät (z.B. UMTS-Handy) erworben
 - Bei neuen Angeboten bereitet eine Abgrenzung der jeweiligen Rechtekategorien häufig Schwierigkeiten, da jede nur denkbare Nutzungssituation beschrieben wird und es häufig zu Überschneidungen kommt (=> Zweckübertragungstheorie)
- **Fazit:**
 - Keine ausreichende Trennschärfe für eine isolierte Vergabe von Mobile Media-Rechten
 - Allenfalls Rückbehalt spezifischer Nebenrechte (z.B. Merchandisingrechte; Wiederverfilmungs- und Weiterentwicklungsrechte)

- **(Übergeordnete) technische Parameter?**
 - Broadcastingtechnologien (DVB-H; DMB) vs. IP-basierte Übertragungsinfrastrukturen (UMTS)?
 - Aber neuerdings: DXB (Digital eXtended Multimedia Broadcasting)
 - ⇒ Systemkonzept zur Integration der Verbreitung von Rundfunk und Telemedien über Rundfunk- und Mobilfunknetze im Mobile Media-Bereich
 - ⇒ Ziele ist die Schaffung einer hybriden Übertragungsinfrastruktur auf der Basis einer gemeinsamen IP-Schicht
- **Fazit:**
 - Übertragungstechnik verliert an Relevanz
 - Keine ausreichende Trennschärfe für eine isolierte Vergabe von Mobile Media-Rechten

- **Orientierung an Endgeräten?**

- Ausschreibung FIFA WM 2010 „European Media Rights“

- ⇒ *Television Sets*: Shall mean any television set, personal computer or laptop, or similar fixed or portable monitor, but expressly excluding any Mobile Device and, for the avoidance of doubt, including any television set, whether handheld or installed in a moving vehicle, which does not have any telephony or other communications capability

- ⇒ *Mobile Device*: Shall mean any wireless device, whether now known or devised in the future, which is:

- designed or adapted to be capable of being operated whilst the user is in motion; and
- capable of receiving audio material and/or still or moving visual or audiovisual material; and
- either handheld or installed in a moving vehicle,

but expressly excluding any television set, whether handheld or installed in a moving vehicle, which does not have any telephony or other communications capability.

- **Fazit:**

- Endgeräte verlieren an Relevanz – Hoher Regelungsaufwand
- Denkbar in Kombination mit bestimmten mobilen Übertragungstechnologien?

- **Lösungsansatz: Aufbereitung des Datenstroms**
 - Abgrenzung anhand technischer Aufbereitung des Datenstroms, insbesondere anhand der Bildpunkte des Videobildes, z.B.
 - ⇒ „Mobilfunk“ – 320 x 240 Pixel (bei max. 15 Bildern pro Sek.)
 - ⇒ „Internet“ – 640 x 480 Pixel (bei max. 25 Bildern pro Sek.)
 - ⇒ „Fernsehen“ - 720 x 576 Pixel (bei max. 25 Bildern pro Sek.)
 - ⇒ „High-Definition-Fernsehen (HDTV)“ –1920 x1080 Pixel (bei variabler Bildrate)
 - Nicht die Übertragungstechnologie oder das Endgerät ist entscheidend, sondern eine neue autonom zu bestimmende Einheit
- **Fazit:**
 - Klare Abgrenzung von Nutzungsrechten möglich
 - Allerdings: Abkehr von klassischen urheberrechtlichen und vertraglichen Kategorien zur Nutzungsrechtseinräumung

- **Ergebnis aus rechtlicher Sicht**

- Abgrenzung von Distributionskanälen erfordert erhebliches technisches und juristisches Know-how
 - ⇒ Geübte Strukturen der Rechtseinräumung lösen sich in einer konvergenten, digitalen Welt auf;
 - ⇒ Umfangreiche AGB der Sender zur Rechtsübertragung bieten ausreichend Gehalt für den beliebten „Total Buyout of Rights“; ihnen fehlt es jedoch an tragfähigen Kriterien zur Abgrenzung unterschiedlicher Distributionskanäle;
 - ⇒ Bisherige Kriterien zur Abgrenzung von Rechtekategorien nur bedingt geeignet für isolierte Vergabe von Nutzungsrechten
 - ⇒ Aufbereitung des Datenstroms kann sich zu einem tragfähigen Kriterium entwickeln
- Grundsätzliche Probleme der Content-Nutzung im Mobile Media-Sektor
 - ⇒ Ausreichender Rechteerwerb in älteren Verträge offen
 - ⇒ Unbekannte Nutzungsarten – auch bei Verwendung von Archivmaterial in neuen Produktionen problematisch

- **Ergebnis aus wirtschaftlicher Sicht**
 - Isolierte Vergabe mobiler Nutzungsrechte durch Produzenten ist wirtschaftlich nur in spezifischen Fällen realistisch, insb.
 - ⇒ Übernahme eines erheblichen Kostenrisikos;
 - ⇒ Rechte an einem international erfolgreichen Format;
 - Nebenrechte können interessant sein, z.B.:
 - ⇒ Merchandisingrecht (z.B. Spiele)
 - ⇒ Wiederverfilmungs- und Weiterentwicklungsrecht (z.B. spezielle Mobile Media-Produktion)
 - Originäre Produktionen für den Mobile Media-Sektor mit neuen Kooperationspartnern (Netzbetreiber; Content-Aggregatoren)?
 - ⇒ Produktionskosten dürften in den meisten Fällen nicht refinanzierbar sein
 - ⇒ Player habe eine Vorliebe für Revenue Sharing-Modelle

**Vertragliche Regeln zur
Erlösbeteiligung**

- **Erlösbeteiligung bei Sendern als Fallback-Position für Produzenten?**
 - Erlösbeteiligungen erleichtern die Partizipation, ohne dass eine komplizierte isolierte Vergabe von Nutzungsrechten notwendig wird
 - Ein Vertragspartner => klassische Vertragsbeziehungen
- **Aber: Sender betrachten Einnahmen aus Neuen Medien als Ersatz für zurückgehende oder stagnierende Werbeeinnahmen**
 - Generelles Ziel: Erstreckung des „Total Buyout of Rights“ auf Neue Medien ohne zusätzliche Vergütung
 - Argument: Hoher administrativer Aufwand bei Sendern bei Erlösbeteiligung
- **Insb. Erlösbeteiligung bei Anpassung des Contents für Mobile Media-Nutzung durch Produzenten**

- **Erhöhung des Gewinns?**
- **Minimumgarantie?**
- **Revenue Share?**
- **Dienstleistungsvergütung?**

Vielen Dank

—

Ende der Präsentation

FREY RECHTSANWÄLTE

**Strategische Beratung
Rechtsmanagement**

FREY RECHTSANWÄLTE
Kaiser-Wilhelm-Ring 40, 50672 Köln
Tel. +49 221 420748 00
Fax +49 221 420748 29
Email info@frey.tv
www.frey.tv