



Beck'scher Studienführer

**Jura**

2014|2015

Universitäten · Literatur · Tipps · Adressen



Vahlen C.H. BECK

# Berufsbild Medienanwalt

Von Dr. Ralph Oliver Graef

Rechtliche Beratung rund um Film, Fernsehen, Fotografien, Zeitschriften, Bücher oder Games – es gibt wohl kaum ein Gebiet, in dem Jura so viel Glamour hat wie im Medienrecht. Doch wer glaubt, dass ein Medienanwalt nur auf dem roten Teppich unterwegs ist, irrt sich. Die glamouröse Entertainmentwelt erwartet, dass ihre Anwälte immer in Alarmbereitschaft sind. Im Wesentlichen lässt sich die Arbeit nach Branchen differenzieren, die mehr oder weniger nebeneinander bestehen: Film, TV und audio-visuelle Medien wie Games, Publishing, Musik, Internet und daneben der Bereich der persönlichkeitsrechtlichen Beratung von Prominenten und Unternehmen – das sogenannte Presserecht, was häufig auch mit Litigation PR und »Reputation Management« einhergeht. Dazu das Markenrecht und das Lauterkeitsrecht. In den letzten Jahren ist noch der Bereich des Datenschutzes hinzugekommen.



Dr. Ralph Oliver Graef, LL.M. (NYU), ist Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz, Attorney-at-law (New York) und Gründer der Medienrechtskanzlei GRAEF Rechtsanwälte ([www.graef.eu](http://www.graef.eu)), Hamburg/Berlin.

## Die tägliche Arbeit

Jedes Medium hat seine eigenen Regeln; das Film-business, die Verlags- und Gamesbranche sowie die Musikindustrie haben jeweils völlig andere Strukturen, auf die sich ein Medienanwalt einstellen muss. Im Filmrecht zum Beispiel begleiten Medienanwälte Filmproduktionen von der Finanzierung über die Herstellung bis zur Auswertung des Films, sie entwerfen Verträge für Filmproduktionsgesellschaften, um den Schutz und die finanzielle Auswertung von Kinofilmen sicherzustellen, sie prüfen die im Urheberrecht unabdingbare lückenlose Rechtekette, die sogenannte »Chain of Title«, sie verhandeln Lizenzverträge mit Fernsehsendern oder sie beraten Autoren bei der Vergabe ihrer Verfilmungsrechte.

Die zunehmende Digitalisierung der Medien verlangt eine vertiefte Kenntnis der technischen Zusammenhänge rund um die klassischen, aber auch besonders der neuen Technologien wie Streaming, IP-TV, Video-on-demand etc.

Im Verlagsrecht werden Verlage beim Erwerb von Verlagsrechten und bei der Lizenzierung der Rechte ins Ausland begleitet, vorbestehende Titelschutzrechte geprüft oder deren Schutz veranlasst. Hierzu gehört auch die Entwicklung einer weltweiten Markenstrategie und Marken-anmeldung unter Zuhilfenahme ggf. lokaler Anwälte in rechtlich schwierigen Umfeldern wie China.

Internetunternehmen lassen sich ihre Internetseiten datenschutzrechtlich sicher gestalten und Werbeagenturen und Lifestyle-Markenartikler lassen ihre neuen Kampagnen in Print und TV wettbewerbsrechtlich überprüfen.

Ausgezeichnete Kenntnisse des Prozessrechts sind wegen der Vielzahl von prozessualen Fallgestaltungen und Kniffen darüber hinaus unerlässlich – gerade in einem so kasuistischen Bereich wie dem Medienrecht.

## Der Weg in den Beruf

Kinoproduktionen sind hochfiligrane Boliden mit hohem finanziellen Einsatz, sie erfordern hochspezialisierte Branchenberatung, für die weltweit nur eine kleine Anzahl an Spezialisten bereit steht. Alle Augen richten sich dabei auf Hollywood. Auch die Musik-, Games- und Verlagsbranche, ganz zu schweigen von den international agierenden Internetunternehmen, werden von der amerikanischen Kultur geprägt. Deswegen ist es sinnvoll, sich frühzeitig mit dem anglo-amerikanischen Rechtssystem vertraut zu machen. Zudem sitzen viele Mandanten im Ausland und erwarten einen grenzüberschreitenden Service. Der Autor hat nach seinem Studium in Freiburg und



Cambridge (England) einen Master of Laws (LL.M.) in Trade Regulation an der New York University (NYU) in den USA gemacht. Der Schwerpunkt lag dabei im Bereich Entertainment Law, Copyright Law, Art Law, Libel & Slander und Trademark Law.

Die Zulassung als amerikanischer Anwalt (Attorney-at-law) in New York ermöglicht ein Verhandeln auf Augenhöhe mit den amerikanischen Anwälten. Sinnvoll ist es auch, den Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und den Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz zu erwerben, um auf alle Facetten der medienrechtlichen Fragestellungen Antworten zu finden.



## Rechtsabteilung oder Medienrechtsboutique

Eine Besonderheit der medienrechtlichen Tätigkeit ist, dass diese entweder in der Rechtsabteilung von Medienkonzernen oder in hochspezialisierten Medienrechtskanzleien stattfindet, so genannten Boutiquen, die in überschaubaren Teams hochkomplexe Rechtsfragen lösen. Großkanzleien sind im klassischen Medienrecht selten zu finden, diese beraten traditionell eher markenrechtliche und wettbewerbsrechtliche Aspekte als Annex wirtschaftsrechtlicher Mandate oder Transaktionen in der Medienindustrie. Auch im Bereich Technologietransfer finden sich verstärkt Großkanzleien. Ansonsten ist das Medienrecht fest in der Hand von Medienrechtskanzleien, es ist ein »people's business« und damit sehr abhängig von persönlichen Beziehungen zwischen Anwalt und Mandant. Da das fachliche Niveau der führenden Medienrechtskanzleien dem der Großkanzleien entspricht, lassen sich auch sehr namhafte Unternehmen wie Großverlage, Filmproduzenten oder Fernsehsender und prominente Künstler von Boutiquen rechtlich beraten. Die Mandanten schätzen darüber hinaus an den kleinen Spezialkanzleien in der Regel die hohe personelle Kontinuität und die schnellen Antwortzeiten bei deutlich niedrigeren Stundensätzen.