

Wie jedes Jahr, ist auch heuer eine neue Auflage dieses Lehrbuches anzuzeigen. Es erscheint, was das Rundfunkrecht angeht, vor dem 12. Änderungsstaatsvertrag, so dass anzunehmen ist, dass auch diese Auflage am jährlichen Rhythmus orientiert ist, was ihren Zuschnitt angeht. So bleibt es dabei, dass gewissermaßen jeder Jahrgang der Studierenden seine Auflage zugewiesen erhält. Das ist indes gewissermaßen unvermeidlich, weil das Rechtsgebiet so schnelllebig ist, dass alles andere nicht sachgerecht wäre. Denn Gesetzgebung und auch Rechtsprechung sind in der Tat jedes Jahr für einige Überraschungen gut: seien das Anpassungen der Judikatur an etwa in Straßburg gesetzte, etwas veränderte Standards des Persönlichkeitsschutzes wie in den Fällen *Caroline von Hannover* und *Monaco*, oder eben Gesetzesänderungen im Rundfunk-, Telekommunikations- oder Urheberrecht. Hinzu kommt nun auch eine perfekte Verzahnung des Lehrbuches mit dem Band zur Rechtsprechung *Fälle und Lösungen zum Medienrecht* (wiederum Mohr Siebeck 2007) und dem Gesetzestext zum Medienrecht *Textbuch Deutsches Recht* (C. F. Müller Verlag, 3. Aufl. 2007). Ergänzt werden diese Werke dann noch von den *Entscheidungen zum Medienrecht* bei UTB bzw. im selben Verlag wie das Lehrbuch. Flächendeckender kann man sich die Erfassung des Marktes der Wissbegierigen und Lernwilligen kaum vorstellen. Der Marktbeherrschung scheint Tür und Tor geöffnet. Allerdings ist das Marktsegment zu klein, als dass es für einen selbstständigen Markt stehen könnte. Und der didaktische Erfolg wird offenbar noch nicht wettbewerbsrechtlich sanktioniert.

Der Aufbau des Lehrbuches ist unverändert. Er beginnt mit einem allgemeinen Teil. Dieser Teil setzt mit Verfassungsprinzipien und Grundrechten ein, was besonders für Studierende ohne Vorkenntnisse erforderlich ist. Dann folgen die sogenannten Mediengrundrechte, also jene Grundrechte, die für das Medienrecht besondere Bedeutung haben. Daran schließt der Persönlichkeits- sowie der Rechtsschutz gegenüber Medien an. Darauf folgt eine Einführung in das Urheberrecht auf verfassungsrechtlicher Basis. Einführende Bemerkungen zu Jugend- sowie Datenschutz, Wettbewerbs- und Strafrecht treten hinzu. Seinen Abschluss findet dieser Teil mit einer Einführung in die europäischen und internationalen Elemente des Rechts der Medien.

Der besondere Teil befasst sich mit der periodischen Presse, dem Recht des Buches, dem Rundfunk, d. h. Hörfunk und Fernsehen, dem Film sowie mit „Multimedia“. Dabei meint Multimedia, anknüpfend an die technische Entwicklung des Internets, folgende Gebiete: E-Commerce, Tele- und Mediendienste, Rundfunk und Telemedien, elektronische Signatur, Vertragsschluss im Internet, Recht der Domains, zugehöriges Urheber- und Wettbewerbsrecht, den dortigen Jugendschutz, das Recht in virtuellen Welten sowie die zugehörige Internationalisierung etwa in weltumspannenden Regelungen, das Recht der Cyber-Crime-Konvention und dies eingebettet in die Welt-Informationsgesellschaft. Abschließend stößt man auf Kontrollfragen zu ersten Kenntnissen wie auch zum Verständnis, die den Studierenden eine gewisse Selbstkontrolle ermöglichen. Überdies wird auch noch eine Synopse zu den Randnummern des Fallbuches und der jetzigen Auflage des Lehrbuches vorgehalten, neben einem umfassenden Stichwortverzeichnis am Ende und eingangs den Abkürzungen, der Literatur in einer ersten Übersicht sowie dort auch Hinweisen zur Nutzung des Lehrbuches insgesamt. All die Hilfen sind sehr nützlich, abgesehen von der an sich erstaunlich verständlichen und zugänglichen Sprache, die sicher eines der Erfolgsgeheimnisse dieses Lehrbuches ist.

Das Buch vermittelt den Eindruck, aus der Routine der Lehre des Medienrechts stets, d. h. mit jeder Auflage, hinzugewonnen zu haben. Der Effekt „bekannt und bewährt“ wird mithin zu Recht wirksam. Auch der Preis ist angesichts der Leistung vertretbar, wiewohl die Vernetzung mit den weiteren Bänden des *Autors* dazu führen wird, dass doch eine ganz erhebliche Rechnung zusammenkommt. Aber das bringt in der Sache mit sich, dass man in „Heimarbeit“ alles beieinander hat, was man benötigt, also nicht immer in die Bibliothek gehen müssen, die ja auch Ablenkungen mit sich bringt, jedenfalls im Hochschulbetrieb und bei größeren Häusern der Medien, auch in der Wirtschaft. Gerade für den, der kaum Zeit für Aus- oder Fortbildung hat, ist dieser „Konzentrations-Effekt“ von großem Vorteil. Insofern kann das Lehrbuch gerade in seiner jetzigen „Aufstellung“ ohne Einschränkung noch mehr als zuvor empfohlen werden.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig

## Frank Fechner Medienrecht

9. Auflage

Mohr Siebeck UTB

### Frank Fechner:

*Medienrecht. Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia.* Tübingen 2008 (9. Aufl.): Verlag Mohr Siebeck/UTB. XXXV, 468 Seiten, 19,90 Euro