



DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V.

## DTV-Reihe: Recht in der Praxis

### 17. Public Viewing während der Fußball-Weltmeisterschaft – Was ist zu beachten?

Die Fußball-WM in Südafrika steht unmittelbar bevor. Viele Gastronomie- und Hotelleriebetriebe wollen ihren Gästen ein besonderes Fußballerlebnis mit einer Live-Übertragung der Fußballspiele bieten.

#### 1. Wann muss eine Lizenz für eine öffentliche TV-Fußballübertragung bei der FIFA beantragt werden?

Die FIFA vermarktet die Senderechte für die WM in Südafrika. Das FIFA-Reglement unterscheidet zwischen nicht-gewerblichen und gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltungen.

Fußballübertragungen in der Gastronomie und in Hotels sind **nicht-gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen** und müssen bei der FIFA **weder angemeldet noch muss hierfür eine Lizenz erworben werden**, wenn der **Veranstalter kein Eintrittsgeld erhebt**.

Eine **gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung** liegt laut FIFA-Reglement dagegen vor, wenn der Veranstalter für die öffentliche Fußballübertragung von seinen Gästen

- **Eintrittsgelder erhebt,**
- **die Veranstaltung von Sponsoren finanziert wird,**
- **mit der Durchführung der Veranstaltung in sonstiger Weise ein geschäftlicher Vorteil erzielt wird.**

Der Veranstalter muss **bei der FIFA eine Lizenz beantragen und eine Lizenzgebühr entrichten**.

#### **Beispiele:**

Wird bei der Live-Übertragung kein Entgelt erhoben und den Gästen Speisen und Getränke zu den üblichen Preisen angeboten, ist die Veranstaltung lizenzfrei.



DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E. V.

Erhebt der Veranstalter Aufschläge auf die üblichen Speisen- und Getränkepreise oder ist der Zutritt zum Public-Viewing nur bei einem Mindestverzehr oder Verzehrzwang möglich, ist darin ein „**indirektes Eintrittsgeld**“ zu sehen. Die Veranstaltung ist damit gewerblich. Der Veranstalter muss eine Lizenz bei der FIFA beantragen.

Umstritten ist die Einbeziehung von **Sponsoring- Aktivitäten**. Nach dem Reglement der FIFA liegt eine gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung und damit eine lizenzpflichtige Veranstaltung auch dann vor, wenn in Zusammenhang mit der Veranstaltung Sponsoring Aktivitäten bzw. –gelder genutzt werden. Rechtsexperten teilen diese Auffassung der FIFA jedoch nicht und verweisen auf den eindeutigen Wortlauf der gesetzlichen Regelung (§ 87 Abs. 1, Nr. 3 UrhG). Danach kann bei einer öffentlichen Übertragung von Senderechten der Rechteinhaber vom Veranstalter nur dann eine Lizenzgebühr verlangen, wenn ein Eintrittsgeld verlangt wird. Die Erlangung „sonstiger wirtschaftlicher Vorteile“ durch Sponsoring begründet daher nach dieser Ansicht keine Lizenzpflicht des Veranstalters.

#### **Praxis Tipp:**

Für Live-Übertragungen ohne direkte oder indirekte Eintrittsgelder bedarf es keiner FIFA-Lizenz. Sponsoring im Rahmen einer Public-Viewing-Veranstaltung ist zulässig, wenn nicht der unzutreffende Eindruck entsteht, die Sponsoren seien offizielle Sponsoren der FIFA bzw. der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010.

Also ist auch bei den lizenzfreien Veranstaltungen unbedingt darauf zu achten, dass unter keinen Umständen der Eindruck erweckt wird, Veranstalter oder Sponsoren stünden in einer offiziellen Verbindung zur FIFA oder zur Fußball- WM. Diese strikte Vorgabe ist Bestandteil der FIFA-Lizenz, sollte aber auch dann beachtet werden, wenn für eine nichtgewerbliche Veranstaltung keine Lizenz eingeholt wird.

Weitere Informationen zur FIFA-Lizenz und dem FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen finden Sie auf der FIFA-Internetseite:

<http://de.fifa.com/worldcup/organisation/publicviewing/index.html>

## 2. Muss die öffentliche Wiedergabe von Fußballübertragungen bei der GEMA und den übrigen Verwertungsgesellschaften angezeigt werden?

Unabhängig von einer FIFA-Lizenz müssen Veranstalter, die einen Fernseher oder eine Großleinwand für die Zeit der Fußball-WM 2010 aufstellen, dies bei der GEMA (mindestens drei Tage vorher) anzeigen und entsprechende Urheberrechtsgebühren zahlen. Da bei den Übertragungen der WM-Spiele auch der WM-Song, die Nationalhymnen und in den Pausen Werbung mit Musik sowie Reporterkommentare öffentlich wiedergegeben werden, haben auch die Verwertungsgesellschaften GEMA, GVL und VG Wort urheberrechtliche Ansprüche.

Der DEHOGA Bundesverband konnte für seine Mitglieder für die Zeit der Fußball-WM mit der GEMA einen Sondertarif vereinbaren. So betragen die urheberrechtlichen Gebühren für GEMA, GVL und VG Wort für Verbandsmitglieder 20,01 Euro netto pro Fernsehgerät. Beim Einsatz von Großbildschirmen liegen diese bei 77,26 Euro netto für eine beschallte Fläche bis 100 Quadratmeter bzw. 115,29 Euro netto für eine beschallte Fläche über 100 Quadratmeter.

**Aber Vorsicht:** Die vorgenannten Beträge gelten nur für die Fernseh wiedergabe ohne Veranstaltungscharakter. Wird zum Beispiel vor oder nach der Fernsehübertragung Unterhaltungsmusik von Tonträgern gespielt, dann handelt es sich um eine Veranstaltung, die jeweils separat angemeldet und nach den Vergütungssätzen (M-U I) abgerechnet werden muss. Anmeldeformulare findet man im Internet unter <http://www.GEMA.de/musiknutzer/abspielen-auffuehren/veranstaltungen-musiknutzer/>.

Keine Zusatzgebühren fallen dann an, wenn bereits eine andere vertragliche Vereinbarung besteht oder ein Vertrag etwa mit Sky als Sky-Sportsbar abgeschlossen ist.

## 3. Wann sind GEZ-Gebühren zu zahlen?

Wird erstmalig und nur für die Zeit der Fußball-WM 2010 ein Fernseher bzw. ein Großbildschirm aufstellt, muss dies der GEZ angezeigt werden. Es sind für zwei Monate die Gebühren von insgesamt 35,96 Euro zu zahlen. Die GEZ erhebt die Rundfunkgebühr, mit der die Programme der öffentlich-rechtlichen Sender wie ARD/ZDF finanziert werden.

## Werbung rund um die Fußball-Weltmeisterschaft - Was ist erlaubt?

Bei der Werbung für die Fußball-Weltmeisterschaft sind **eingetragene Markenrechte** und **Urheberrechte der FIFA** unbedingt zu beachten.

Die FIFA hat auch für die WM 2010 ein **offizielles Logo** und ein **Maskottchen**, die urheberrechtlich geschützt sind. Ohne Zustimmung der FIFA dürfen diese nicht in der Werbung oder auf Waren verwendet werden.

Weiter sind diverse Bezeichnungen und Logos zu Gunsten der FIFA **als Marken geschützt**, u. a. auch „**WM 2010**“. Auch der Begriff „**Fan-Fest**“ ist für die FIFA als EU-Marke eingetragen und für den Bereich der Unterhaltung und der Organisation von Unterhaltungsveranstaltungen (z.B. auch Public-Viewing) geschützt und sollten daher zu Werbezwecken nicht verwendet werden.

Geschützt ist eine Marke aber nur gegen eine kennzeichenmäßige Verwendung. **Eine rein beschreibende Nutzung kann nicht untersagt werden.** Nicht-Sponsoren sollten daher bei ihren Marketing-Aktivitäten auf eine schlagwortartige Nutzung von „WM 2010“ verzichten. Ein Fan-Artikel mit der Aufschrift „WM 2010“ oder eine „WM 2010“-Party sind problematisch. Eine beschreibende und damit zulässige Verwendung ist hingegen gegeben, wenn durch die Angabe „WM 2010“ nur auf den Anlass des Angebots oder den Nutzungszweck der Ware hingewiesen wird. Angaben wie „Unser Angebot zur WM 2010“ oder „Erleben Sie mit uns die WM 2010“ sind damit unproblematisch.

Ebenfalls zulässig sind Marketing-Aktivitäten, die auf das Sportereignis anspielen, ohne die Bezeichnung des Turniers zu nennen. Unter Beachtung der allgemeinen Bestimmungen des Wettbewerbsrechts, können z.B. Rabatt-Aktionen oder Gewinnspiele, die mit neutralen Accessoires oder Begriffen aus dem Bereich des Fußballs beworben werden, durchgeführt werden.

Stand: Mai 2010