Merkblatt für Vereine rund um die Fußball-WM 2014 in Brasilien

Am 12. Juni 2014 startet die Fußball-WM in Brasilien. Dieses Event wird vielfältig von Vereinen in Deutschland genutzt für eigene Veranstaltungen, Angebote an die Mitglieder, Werbemaßnahmen, Public-Viewing-Veranstaltungen usw.

Damit solche gut gemeinten Ideen nicht zum Nachteil des Vereins werden, sollte sich der Vorstand genau an die Spielregeln halten und sich ggf. beraten lassen, da es sonst richtig teuer werden kann.

1. Schutzrechte der FIFA beachten

Veranstalter der WM ist die FIFA, der Fußball-Weltverband mit Sitz in Zürich. Die Adresse der offiziellen Internetplattform zur WM lautet http://de.fifa.com.

Die WM ist nicht nur eine riesige Sportveranstaltung, sondern primär auch ein Markenprodukt der FIFA. Die Vermarktung der kommerziellen Rechte und der Marketingrechte liegen allein in den Händen der FIFA, die Inhaber zahlreicher sog. Schutzrechte ist, die im Zusammenhang mit der WM verwendet werden. Dazu gehören das Emblem, das offizielle Maskottchen, der Pokal und der offizielle Slogan. Darüber hinaus hat die FIFA eine Vielzahl von Einzelbegriffen oder Wortkombinationen markenrechtlich schützen lassen, wie z.B. „Football World Cup“, „Fan Fest“, FIFA World Cup“, „Brazil 2014“, „WM 2014“ usw.

2. Erlebnis oder Lizenz erforderlich

Folge dieses sehr umfassenden Schutzes ist, dass Unternehmen und Vereine, die mit den geschützten Logs und Marken werben wollen oder Veranstaltungen durchführen, eine Erlaubnis der FIFA benötigen bzw. bei der FIFA hierfür eine Lizenz erwerben müssen.

Vorsicht: Wer ohne eine solche Lizenz Werbung für die WM macht oder Veranstaltungen durchführt, sollte vor jeder Verwendung derartiger Begriffe, Bilder, Logos und Emblems rechtlichen Rat einholen. Andernfalls besteht die Gefahr, von der FIFA auf Unterlassung, Auskunft, Beseitigung und ggf. Schadensersatz in Anspruch genommen zu werden. Es drohen Abmahnungen, einstweiligen Verfügungen und Klagen, die nicht unerhebliche Anwalts- und Gerichtskosten verursachen können. Erfahrungsgemäß verfolgt die FIFA die Verletzung ihrer Rechte sehr nachhaltig.

3. Werbung mit Hinweis auf die WM zulässig?

Eine Werbung unter Bezugnahme auf die WM kann zulässig sein, wenn die Angabe **rein beschreibend** ist und nicht gegen die guten Sitten verstößt. Des Weiteren ist zu beachten, dass auch sonst keine unlautere Rufausnutzung oder –beeinträchtigung, keine gezielte Behinderung und Herkunftstäuschung oder sonstige Verwechslungsgefahr bzw. Verknüpfung mit der FIFA hervorgerufen wird, sowie keine Irreführung über eine tatsächlich nicht bestehende Partnerschaft oder sonstige Verbindung mit der FIFA gegeben ist.

Nicht zulässig ist z.B.:

- Logos und Embleme der FIFA ohne entsprechende Lizenz zu verwenden
- Verwendung von FIFA-Merchandisingprodukten
- Übernahme des FIFA-Spielplans (dieser ist urheberrechtlich geschützt !), die Gestaltung eines eigenen Spielplans ist dagegen zulässig
- Geschützte Markennamen der FIFA als Teil eines eigenen Namens zu verwenden, wie z.B. „WM-Brötchen“, „WM-Bier“.

4. Public-Viewing Veranstaltungen des Vereins

Wann benötigt der Verein für die öffentliche Übertragung von WM-Spielen im Fernsehen oder auf Großbildleinwänden eine Lizenz?

Nach den FIFA-Regeln für Public-Viewing-Veranstaltungen (vgl. http://de.fifa.com/Worldcup/organisation/publicviewing) sind Lizenzen für den Verein erforderlich, bei

- gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltungen und bei
- besonderen nicht gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltungen.

Was ist eine gewerbliche Veranstaltung?

a) Gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung

- erfordern eine gebührenpflichtige Lizenz
- wenn die Veranstaltung zu gewerblichen Zwecken durchgeführt wird
- d.h. für die Veranstaltung (direkt oder indirekt) Eintritt verlangt wird.

b) Besondere nicht gewerblicher Public-Viewing-Veranstaltung

- Lizenz erforderlich, aber nicht gebührenpflichtig
- Wenn die nicht gewerbliche Veranstaltung auf mehr als 5.000 Besucher ausgerichtet ist.

c) Nicht gewerbliche Veranstaltung

- Keine Lizenz, keine Gebühr
- Veranstaltungen in gewerblichen Einrichtungen wie Gaststätten, ohne dann direkt oder indirekt Eintrittsgelder erhoben werden oder Sponsoringaktivitäten stattfinden (sonst siehe a)) also ohne dass der Veranstalter mit der Veranstaltung eine geschäftlichen Nutzen erzielt.

Bitte beachten: Auch wenn keine Lizenz nötig ist, ist der Veranstalter verpflichtet, das FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen umfassend einzuhalten (als Download auf der o.a. Homepage zu erhalten).

Frist für Lizenzanträge?

Public-Viewing-Lizenzen sind bis spätestens 9. Mai 2014 zu beantragen. Die FIFA hat zur Beantragung einer FIFA-Public-Viewing-Lizenz ein Online-System eingerichtet (vgl. Homepage oben).

Was kostet die Lizenz?

Die Kosten der Lizenz für eine gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung richten sich nach Anzahl und Zuschauerkapazität der Veranstaltung. Weitere Infos findet man auf der o.a. Homepage.

Dürfen Sponsoren des Vereins auftreten?

Bei einer gewerblichen Veranstaltung (vgl. oben a) können örtliche Sponsoren des Vereins nur unter den Bedingungen der FIFA auftreten. Diese Bedingungen findet man auf der o.a. Homepage der

FIFA. Die lokalen Sponsoren dürfen auf keinen Fall den Eindruck erwecken, dass sie mit der FIFA und/oder der WM offiziell verbunden sind.

Für nicht gewerbliche Veranstaltungen (oben unter c) oder besondere nicht gewerbliche Veranstaltungen (oben unter b) dürfen keinerlei Sponsoringrechte durch den Verein vergeben werden.

Verkauf von Speisen und Getränken zulässig?

Der Veranstalter darf bei der Public-Viewing-Veranstaltung Speisen, Getränke oder andere Waren oder Dienstleistungen verkaufen oder Dritten einen solchen Verkauf gestatten. Solche Tätigkeiten dürfen jedoch nicht den Eindruck erwecken, dass es sich um ein Sponsoring z.B. durch die FIFA handelt. Aus diesem Grund muss der Veranstalter bei der Beantragung der Lizenz gegenüber der FIFA konkrete Angaben zu Konzessionstätigkeiten machen.

5. GEMA-Sondertarif für Sportvereine

Die GEMA bietet für Vereine im **Bereich des DOSB** wieder einen **Sondertarif** an, der **einmalig** zu zahlen ist und für den gesamten Zeitraum der Fußball-WM 2014 gilt. Dieser Tarif gilt für die Durchführung von sog. Public Viewing Veranstaltungen.

Dazu ist folgende **Regelung** zu beachten:

- Für eine **Raumgröße von bis zu 200 Quadratmetern** und wenn **kein** „Veranstaltungscharakter" gegeben ist, beträgt die **einmalige Vergütung** an die GEMA **80 Euro brutto** – unter Berücksichtigung des 20%- Nachlasses aus dem Gesamtvertrag zwischen GEMA und dem DOSB. Die sonst separat fälligen Gebühren für die Verwertungsgesellschaften GVL und VG Wort sind darin enthalten.
- Unter „**Veranstaltungen**" und somit unter „**Veranstaltungscharakter**" versteht die GEMA „zeitlich begrenzte Einzelereignisse, die aus einem bestimmten Anlasse stattfinden". Im Fall von Public Viewing ist dabei maßgeblich, ob z.B. eigens hierfür Räumlichkeiten angemietet, Plätze und Bereiche im Freien hergerichtet oder Zelte und ähnliches auf öffentlichen Plätzen aufgestellt werden.
- Geht die Wiedergabe über eine Nutzung in den üblichen Räumlichkeiten z.B. in gastronomischen oder anderen Einrichtungen oder der zum Vereinsgelände gehörenden Freifläche hinaus, gelten die **üblichen GEMA-Tarife**.
- Das Gleiche gilt, wenn der Veranstaltungsraum **größer als 200 Quadratmeter** ist.

➔ nähere Infos unter www.dosb.de/GEMA.

6. Lärmschutz-Verordnung

Viele Spiele der WM beginnen erst nach 22.00 Uhr deutscher Zeit oder noch später, sodass sich vor allem im Umfeld von Wohngebieten das Thema **Lärmschutz** und nächtliche **Ruhestörung** im Zusammenhang mit Public Viewing Veranstaltungen stellt.

Die Bundesregierung hat dazu am 2. April eine Verordnung beschlossen, mit der die Lärmschutz-Bestimmungen für den Zeitraum der WM **zum Teil außer Kraft gesetzt werden**. Es wird danach möglich sein, Übertragungen auf Großleinwänden im Außenbereich nach 22.00 Uhr und in Ausnahmefällen auch nach Mitternacht zu zeigen.

Aber: über Ausnahmen und Genehmigungen für die konkrete Veranstaltung entscheidet stets die örtlich zuständige Kommune. Es ist daher jedem Veranstalter dringend zu empfehlen, rechtzeitig Kontakt

aufzunehmen, vor allem dann, wenn es sich um Veranstaltungen im Umfeld von Wohngebieten handelt, die erfahrungsgemäß schwierig sind.

7. Sonstige Lizenzen, Bewilligungen und Erlaubnisse, Versicherungsschutz

- Der Veranstalter muss weiter darauf achten, dass sonstige für die Veranstaltung erforderlichen Genehmigungen, Lizenzen und Erlaubnisse vorliegen. Dazu gehören u.a. die Ortspolizeibehörde (Sperrstundenproblem, Ruhestörungen).

- Ferner sollte ein Veranstalter darauf achten, dass für die Veranstaltung eine ausreichende Veranstaltungshaftpflichtversicherung angeschlossen ist.

****