

Technische Universität Ilmenau
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Fachgebiet Öffentliches Recht
Prof. Dr.iur. Frank Fechner

Betreuer: Ass.iur. Albrecht Rösler

**Amateurvideoaufnahmen und ihre Verbreitung über Videoportale
als rechtliche Herausforderung für Sportveranstalter**

Hauptseminar Medienrecht SS 2008

Weimar, Daniel
Helmholzring 2e
98693 Ilmenau

Matrikel-Nr.: 37463

Ilmenau, den 09.06.2008

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	1
I. Wirtschaftliche Relevanz	1
II. Rechtliche Problemstellung	1
B. Begriffliche Grundlagen	2
I. Allgemeiner Veranstalterbegriff	2
II. Sportveranstaltung und Sportveranstalter	2
III. Amateurvideoaufnahmen	3
IV. Videoportale und Portalbetreiber	3
C. Relevante Rechte des Sportveranstalters	4
I. Verfassungsrechtliche Grundlagen	4
II. Befugnisse aus dem Urheberrecht	5
III. Befugnisse aus dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht der Sportler	6
IV. Befugnisse aus dem Hausrecht	7
V. Befugnisse aus dem UWG	8
VI. Befugnisse aus dem Recht am Unternehmen nach §823 Abs.1 BGB	9
VII. Zwischenergebnis	10
D. Zukünftige Lösungsmodelle	11
I. Kooperation von Sportveranstaltern und Portalbetreibern	11
II. Eigene Videoportale	12
III. Differenzierte Eintrittsgelder	13
IV. Lizenzabgabe der Portalbetreiber	13
V. Beurteilung der Modelle	14
E. Fazit	14

A. Einleitung

I. Wirtschaftliche Relevanz

Toooooor¹ – 1:0 für den FC Bayern München durch Luca Toni im UEFA-Cup-Spiel gegen Getafe. Auch wenn das Tor nicht gegeben wurde, eine normale Szene in einem normalen Fußballspiel. Doch eines ist anders. Das vermeintliche Tor erscheint dem Zuschauer nicht live auf dem Fernseher, sondern auf Abruf im Internet auf „Youtube“, bereitgestellt vom User „Marcelreis74“. Obwohl nur in schlechter Handyqualität aufgenommen, ist der Nutzer mit diesem Ausschnitt wohl befriedigt, da die Szene ansonsten nirgendwo im Internet kostenfrei abrufbar ist.

Genau mit diesem Problem schlagen sich seit Beginn der Ära Web 2.0 die Sportveranstalter herum. Viele der Highlights der Sportspektakel, welche häufig im Zentrum der Faninteressen stehen, finden sich kostenfrei zum Download auf Videoportalen wie „Youtube“, „Myvideo“ oder „Clipfish“.

Was für den Fan sehr bequem und komfortabel klingt, stellt sich zunehmend für die Veranstalter als Vermarktungsproblem der Events heraus. Sind doch die Fernsehverwertungsrechte zur Haupteinnahmequelle nach dem Sponsoring geworden.² Welcher Rundfunkveranstalter möchte schon Millionen³ für die Übertragungsrechte bezahlen, wenn die so attraktiven Höhepunkte des Ereignisses ein paar Stunden später kostenfrei im Internet auftauchen?

Obwohl die kleinen Hobbyvideos nicht die Qualität einer professionellen Übertragung haben,⁴ erreicht das Problem durch die steigende Popularität der Internetportale eine immer größere und wirtschaftlichere Bedeutsamkeit für die Sportveranstalter.

II. Rechtliche Problemstellung

Durch die wirtschaftliche Relevanz des Themas und den steigenden Rechtsverletzungen über das Internet,⁵ wird im Rahmen dieser Arbeit dargelegt werden, wie sich Sportveranstalter, hier der FC Bayern München, gegen die angesprochenen Probleme wehren können.

Im ersten Teil werden die wichtigsten Definitionen eine klare Abgrenzung schaffen, um im zweiten Teil die Darstellung der aktuellen Rechte von Sportveranstaltern gegen eine Vi-

¹ Marcelreis74, Youtube, 04.04.2008.

² Nolte, Sport und Recht, S. 193.; BVerfGE 97,228,in: Fechner, Entscheidungen, S.348.; DFL, Bundesliga Report 2007, S.190.

³ Vgl. DFL, Bundesliga Report 2007, S.49.

⁴ O.A., Heise Online, 30.03.2006.

⁵ LG Hamburg, Urteil vom 24.08.2007 – 308 O 245/07.

deoaufnahme vor Ort und eine öffentliche Zugänglichmachung über Videoportale zu ermöglichen.

Der dritte Teil beschäftigt sich mit Lösungsmöglichkeiten, welche die Situation rechtlich verbessern könnten, sowie eine wirtschaftlichere Verwertung der Amateuraufnahmen ermöglichen.

B. Begriffliche Grundlagen

I. Allgemeiner Veranstalterbegriff

Eine Veranstaltung ist gekennzeichnet durch das ausgerichtete Ereignis an Sich, den Teilnehmern, Besuchern und einem Veranstalter, wobei sich dieses Ereignis von alltäglichen Vorgängen und dauerhaft zur Nutzung vorhandenen Einrichtungen unterscheidet.⁶ Obwohl eine solch klare Definition besteht, ist der Begriff des Veranstalters offiziell nicht durch Gesetz definiert.⁷ Es finden sich lediglich Erläuterungen in verschiedensten Verordnungen und Gesetzen. In Übereinstimmung⁸ mit der Literatur und Rechtsprechung, ist im Rahmen dieser Arbeit jene Person als Veranstalter zu verstehen, welche die organisatorische und finanzielle Verantwortung hat und das jeweilige Risiko trägt. Die alleinige Erhebung eines Eintrittsgeldes, ist hingegen nicht ausreichend.⁹

II. Sportveranstaltung und Sportveranstalter

Durch die Verbreitung über das Internet reicht schon ein kleiner Kreis von Interessierten, verstreut über eine große Fläche, welche alle direkten Zugriff über das Internet auf die jeweiligen Videoaufnahmen haben, um von einem vermarktungsrelevanten Ereignis zu sprechen. Hierdurch, ist jedem noch so kleinen Sportevent eine Vermarktungsmöglichkeit gegeben. Dieser Umstand macht im Sinne dieser Arbeit, jede organisierte Veranstaltung, in welcher der Sport¹⁰ als zentrales Merkmal steht, zu einer Sportveranstaltung.

Im Folgenden werden nur Wettkampfsportarten, welche durch feste Regeln eines Sportverbandes, Konkurrenzkampf und durch einen Veranstalter organisiert sind beachtet. Freizeitsport fällt somit aus diesem Rahmen.

⁶ Waldhauser, Fernsehrechte, S.44, zit. nach BGH NJW 1991, 2715.

⁷ Waldhauser, Fernsehrechte, S.44.

⁸ Vgl. LG Stuttgart, Beschluss vom 08.05.2008, 411 O 3/08 KfH („Hartplatzhelden GmbH gegen WFV“); Waldhauser, Fernsehrechte, S.50.

⁹ Waldhauser, Fernsehrechte, S.47, zit. nach BayObLGSt. 12, 245, 248.

¹⁰ Siehe Anhang, S. vi, Definition Sport.

Entspricht eine Veranstaltung den oben genannten Kriterien, ist der Veranstalter als Sportveranstalter zu bezeichnen. Auch wenn in den meisten Fällen die Sportverbände nach dieser Definition als Veranstalter zählen, ist dem Verein der Status des Mitveranstalters gesichert.¹¹

Als wesentliche Gegenstände einer Sportveranstaltung gelten im Rahmen dieser Arbeit vor allem die sportlichen Darbietungen¹² der Sportler, da diese das Hauptinteresse der Fans darstellen und somit wichtigster Bestandteil sind, wenn es um die Vermarktung geht. Auch die mit dem Spiel im direkten Zusammenhang stehenden Ereignisse wie verbale Entgleisungen des Trainers, körperlich-aggressive Auseinandersetzungen zwischen den Spielern oder das Geschehen auf der Ersatzbank, sind von öffentlichem Interesse und somit im Blickpunkt der Untersuchung.

Eine Abgrenzung zu einer „Show-Veranstaltung“ mit einstudierten Vorführungen, kann über die, beim Wettkampfsport fehlende, Wiederholbarkeit vorgenommen werden.¹³

III. Amateurvideoaufnahmen

Camcorder, Fotokamera oder Handy sind heutzutage in der Lage, Amateurvideos in guter Qualität zu liefern. Deshalb kann bei der Definition von Amateuraufnahmen zunehmend nicht mehr durch die Qualität der Aufnahmen differenziert werden. Amateuraufnahmen sollen im Rahmen dieser Arbeit jene Videofilme sein, welche nicht berufsmäßig und nicht zum Zwecke der kommerziellen Nutzung entstanden sind. Dies betrifft größtenteils Aufnahmen von Fans, Ordnern oder Verantwortlichen, welche die Nähe zum Spielfeld ausnutzen, um ein „Erinnerungsvideo“ zu drehen.

IV. Videoportale und Portalbetreiber

Es gibt zahlreiche Website-Konzepte auf denen heutzutage Videos abrufbar gemacht werden können. Im Sinne dieser Arbeit sollen alle Portale zu den Videoportalen zählen, welche es einem registrierten Nutzer ermöglichen, kostenfrei Videoclips für Dritte zugänglich zu machen. In der Literatur¹⁴ wird diese Konstellation als „User Generated Content“ gehandelt. Neben Videoportalen zählen auch Webforen, und Weblogs zu den UGC-Angeboten.¹⁵

¹¹ Hilty & Henning-Bodewig, Rechtsgutachten, S.50.

¹² Sportliche Darbietungen können sein: Schüsse, Würfe, Fouls, Torwartaktionen.

¹³ Waldhauser, Fernsehrechte, S.61.

¹⁴ Jürgens, CR 03/2006, S.188 (188).

¹⁵ Lange, User Generated Content, S. 33.

Entscheidend ist, dass die hochgeladenen Videos auch von nicht-registrierten Benutzern kostenlos abrufbar sind. In den häufigsten Fällen ist von kommerziellen Portalen auszugehen, da diese die hohe Zahl an Nutzern zur Einblendung von Werbeanzeigen nutzen.

Da es sich bei Videoportalen um Telemedien i.S.v. §1 Abs.1 TMG handelt, soll als Portalbetreiber gelten, wer Dienstanbieter nach §2 Nr.1 TMG ist.

C. Relevante Rechte des Sportveranstalters

Da ein allumfassendes Leistungsschutzrecht für Sportveranstalter in der Rechtsprechung nicht existiert,¹⁶ können sich die Rechte des Veranstalters nur aus verschiedenen Rechtsquellen zusammensetzen. Welche Rechtsquellen eine Rolle spielen könnten und wie diese letztendlich Schutz im Fall von nicht genehmigten Videoaufnahmen und Verbreitung von Sequenzen des Sportereignisses bieten, soll im Folgenden dargelegt werden.

I. Verfassungsrechtliche Grundlagen

Zentrales Grundrecht für Sportler und Sportveranstalter ist nach dem BVerfG die Berufsfreiheit nach Art.12 Abs.1 GG,¹⁷ welche insbesondere die wirtschaftliche Verwertung der beruflich erbrachten Leistung schützt.¹⁸ Auch Art.14 Abs.1 GG ist als Recht am Eigentum für einen Veranstalter von Wichtigkeit. Art.12 Abs. GG wird aber, hinsichtlich vermarktungsrelevanter Fragen, als das stärkere und somit bedeutungsvollere Recht angesehen.¹⁹

Kann sich jeder Sportveranstalter auf Art.12 Abs.1 GG berufen,²⁰ ist es bei den Sportlern nur jenen vorbehalten, welchen der Sport teilweise oder vollständig zur Erzielung ihres Einkommens dient.²¹

Ob eine Videoveröffentlichung die Berufsfreiheit einschränkt, hängt damit zusammen, ob das Informationsrecht der Amateurfilmer nach Art.5 Abs.1 GG höher einzuschätzen ist. Dieses Informationsrecht jedoch steht in den meisten Fällen hinter der Berufsfreiheit, da eine Sportveranstaltung nicht als allgemein zugängliche Quelle zusehen ist.²²

Es ist festzuhalten, dass die wirtschaftliche Leistung des Veranstalters verfassungsrechtlich geschützt ist. Ein originärer Schutz von einzelnen Aspekten der Sportveranstaltung, ist

¹⁶ BÜchner, CR 07/2007, S. 473 (474).

¹⁷ Von Coelln, AFP-Sonderheft 2007, S.55 (60).

¹⁸ BVerfGE 97,228, in: Fechner, Entscheidungen, S.348.

¹⁹ Von Coelln, AFP-Sonderheft 2007, S.55 (61).

²⁰ BGH, Urteil vom 8.November 2005 – KZR 37/03 („Hörfunkrechte), Rn.31.

²¹ Fritzweiler/von Coelln, in: Praxishandbuch Sportrecht, S. 37, Rn.16.

²² Dazu: Strauß, Hörfunkrechte, S. 237 - 240.

jedoch allenfalls über allgemeine Grundsätze ableitbar.²³ Weiterhin ist das allgemeine Persönlichkeitsrecht der Sportler zu beachten.²⁴

II. Befugnisse aus dem Urheberrecht

Generell bietet das Urheberrecht nach §1 UrhG Schutz für alle Werke aus dem Bereich der Literatur, Wissenschaft und Kunst. Diese können nach §2 Abs.1 UrhG Bücher, Musik, Filme oder Fotografien sein, welche gleichzeitig nach §2 Abs. 2 UrHG persönliche, geistige Schöpfungen sind. Desweiteren sieht die Rechtsprechung alle von künstlerischen und literarischen Schaffungen verwandte Verkehrskreise vom Schutz des UrhG betroffen.²⁵ Da die Sportveranstaltung, d.h. das Geschehen auf dem Platz, weder in den Bereich der Literatur, Wissenschaft Kunst fällt, geht *Loewenheim*²⁶ direkt von einer Nichtanwendbarkeit des Gesetzes auf Sportszenen aus.

Obwohl die Schutzfähigkeit einer Sportveranstaltung somit sehr abwegig erscheint, wird das Thema, vor allem wegen der Vielseitigkeit der Erscheinungsformen von Sportveranstaltungen, in der Literatur stark diskutiert. Ein kategorischer Ausschluss aus dem Anwendungsbereich des UrhG ist nicht möglich.²⁷

*Armah*²⁸ sieht bei Mannschaftssportarten, welche zum größten Teil aus rein sportlichen Darbietungen der Sportler bestehen und bei denen der sportliche Wettkampf und das Ergebnis im Zentrum stehen, die Anwendbarkeit wegen fehlender Gestaltungshöhe als nicht möglich an. Für *Strauß*²⁹ ist diese Gestaltungshöhe vor allem durch Regelwerke und fehlende Wiederholbarkeit der Darbietungen eingeschränkt.

Schwieriger ist dies bei Individualsportarten, bei denen eine gewisse künstlerisch-ästhetische Qualität hervortritt,³⁰ welche die Darbietung als Werk i.S.v. §2 Abs.2 UrhG erscheinen lässt. Ist eine individuell gezeichnete Choreographie Hauptbestandteil der Bewertung der Leistung, ist diese durch das UrhG schützbar.³¹ Urheber ist in diesem Fall der Sportler selbst, welcher diese Urheberrechte an den Sportveranstalter abtreten kann.³²

²³ Hilty & Henning-Bodewig, Rechtsgutachten, S.36.

²⁴ Mehr dazu unter C. III. – „Allgemeine Persönlichkeitsrechte der Sportler“.

²⁵ Armah, Radioberichterstattung, S. 11, zit. nach BGH,GRUR 143, 144.

²⁶ Loewenheim, in: Schricker, UrhG, §2, Rn. 6.

²⁷ Strauß, Hörfunkrechte, S.49.

²⁸ Armah, Radioberichterstattung, S.15.

²⁹ Strauß, Hörfunkrechte, S.53.

³⁰ Armah, Radioberichterstattung, S.17.

³¹ Strauß, Hörfunkrechte, S.56; Hilty & Henning-Bodewig, Rechtsgutachten, S.39.

³² Armah, Radioberichterstattung, S.22.

Aber nur die Aneinanderreihung solcher Rechte, führt nicht zu einer Schutzfähigkeit der Gesamtveranstaltung. Es gibt somit im überwiegenden Teil keinen Urheberrechtsschutz für einen Veranstalter an seiner Sportveranstaltung.³³

Ebenso der Schutz des Veranstalters nach §81 UrHg als „verwandtes Schutzrecht“ ist nicht anwendbar, da durch den fehlenden Werkcharakter von sportlichen Darbietungen, ein Sportler nicht als Künstler gemäß §73 UrhG gelten kann und dadurch §81 UrhG keine Anwendung findet.³⁴

Da die Torszene von Luca Toni, aus den oben angeführten Gründen keinen Werkcharakter besitzt, hätte dem FC Bayern auch keinerlei Rechte nach dem UrhG zur Seite gestanden, die Aufnahme oder Verbreitung des Videoclips zu verhindern.

III. Befugnisse aus dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht der Sportler

Da immer Personen bzw. Sportler im Zentrum der Videoaufnahmen stehen, könnten durch eine Videoveröffentlichung von Spielausschnitten Persönlichkeitsrechte Selbiger betroffen sein.

Durch die Zivilrechte herausgebildet, abgeleitet aus Art.2 Abs. 1 i.V.m. Art.1 Abs.1 GG³⁵ und geschützt durch §823 Abs. 1 BGB, findet das allgemeine Persönlichkeitsrecht eine besondere Ausprägung im KUG³⁶. Im Fokus steht hierbei §22 S.1 KunstUrhG, welcher eine Verbreitung oder Veröffentlichung von Bildnissen nur durch Einwilligung gestattet.³⁷ Bei den Ausnahmen von diesen Regelungen nach §23 Abs. 1, sind, für den Fall der Sportler, vor allem die Ausnahmen in Bezug auf relative und absolute Personen der Zeitgeschichte wichtig. Besonders für Sportler, welche an einem für die breite Öffentlichkeit interessantem Sportevent teilnehmen, gilt diese Ausnahme.³⁸ Bei bekannten Profisportlern ist eine Veröffentlichung von Videos somit möglich, soweit das Informationsinteresse der Allgemeinheit dem Vergütungsinteresse des Sportlers überwiegt.³⁹ Dies ist nicht anzunehmen bei kommerzieller Verwertung⁴⁰ und reinen Unterhaltungszwecken⁴¹. Bei Aufnahmen von Videos im Breiten-sport, gilt die Ausnahme nach §23 Abs.1 Nr. 3 KUG, wenn der Zweck die Darstellung des

³³ Armah, Radioberichterstattung, S.22 i.V.m S.27.

³⁴ Strauß, Hörfunkrechte, S.65; Hilty & Henning-Bodewig, Rechtsgutachten, S.40.

³⁵ Fechner, Medienrecht, S.10, Rn.7.

³⁶ Waldhauser, Fernsehrechte, S.164 i.V.m S.172.

³⁷ Armah, Radioberichterstattung,S.27.

³⁸ Summerer, in: Praxishandbuch Sportrecht, S. 375, Rn. 125.

³⁹ Summerer, in: Praxishandbuch Sportrecht, S. 375, Rn. 125.

⁴⁰ Armah, Radioberichterstattung,S.28.

⁴¹ Summerer, in: Praxishandbuch Sportrecht, S. 375, Rn. 125.

Gesamtgeschehens ist und die gefilmten Personen rein zufällig sind.⁴² Eine Abtretung der Persönlichkeitsrechte an den Veranstalter kann durch Satzung oder Arbeitsvertrag erfolgen.⁴³

Bei der Verbreitung der strittigen Torszene im UEFA-Cup-Spiel, ist die Veröffentlichung somit nach § 23 KUG Nr.1 und Nr.3 möglich, da die Szene ausschließlich dem Informationsinteresse der Portalbesucher dient. Luca Toni als beteiligtem Spieler und dem FC Bayern, stehen somit keine Abwehrrechte aus dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht gegen die Videoaufnahme vor Ort oder gegen die spätere Verbreitung über „Youtube“ zu.

IV. Befugnisse aus dem Hausrecht

Das Hausrecht, die freie Bestimmung über Räumlichkeiten, sowie den Personen welche sich in Ihnen aufhalten dürfen und welche nicht,⁴⁴ dient dem Schutz von Eigentum und Besitz und setzt sich aus verschiedenen Rechtsgrundlagen zusammen⁴⁵. Diese sind Art.13 Abs.1 GG, Art. 14 Abs.1 GG, §§858 BGB i.V.m §§1004 BGB, §123 BGB, §903 BGB.

Dem Sportveranstalter als Besitzer oder Eigentümer⁴⁶ der Sportstätte⁴⁷, verleiht das Hausrecht das weitreichende Recht zur Regelung des Zugangs zum Sportereignis⁴⁸. Dies beinhaltet das Recht, Hausordnungen aufzustellen, Entgelte für den Zutritt⁴⁹ zu verlangen oder Bild- und Tonaufnahmen zu untersagen.⁵⁰ Grenzen findet das Recht auf Eigentum an der Sportstätte nur durch die Grundrechte der Besucher.⁵¹ Eine Übertragung des Hausrechts auf einen Mieter oder Pächter des Gebäudes ist möglich und im Mietvertrag festzuhalten.⁵²

Der Kartenverkauf an den Fan, schafft außerdem ein vertragsrechtliches Schuldverhältnis nach §631 BGB, zwischen Veranstalter und Besucher.⁵³ Dieser Besuchervertrag, schließt die Hausordnung als Vertragsbestandteil mit ein, soweit diese sichtbar am Eingang der Sportstätte aushängt.⁵⁴ Ist ein Filmverbot, Gegenstand der Hausordnung, kann der Sportveranstalter gegen den filmenden Zuschauer aus Vertragsverletzung vorgehen.⁵⁵

⁴² Waldhauser, Fernsehrechte, S.168.

⁴³ Summerer, in: Praxishandbuch Sportrecht, S. 376.

⁴⁴ Artkämper, Hausbesetzer, S. 45.

⁴⁵ Armah, Radioberichterstattung, S.85.

⁴⁶ Waldhauser, Fernsehrechte, S.69.

⁴⁷ Armah, Radioberichterstattung, S.86.

⁴⁸ BGH, Urteil vom 8.November 2005 – KZR 37/03 („Hörfunkrechte), Rn.25.

⁴⁹ BGH, Urteil vom 8.November 2005 – KZR 37/03 („Hörfunkrechte), Rn.26.

⁵⁰ Waldhauser, Fernsehrechte, S.73.

⁵¹ Von Coelln, AFP-Sonderheft 2007, S. 55 (59).

⁵² Waldhauser, Fernsehrechte, S.69; Armah, Radioberichterstattung, S.91.

⁵³ Strauß, Hörfunkrechte, S.140.

⁵⁴ Waldhauser, Fernsehrechte, S.73-74.

⁵⁵ Waldhauser, Fernsehrechte, S.83.

Die aktuelle Stadionordnung⁵⁶ der Allianz-Arena in München, verbietet unter §5 Nr. 6 die Aufnahme von Videos für nicht private Zwecke, bzw. für die Verbreitung über das Internet. Nicht jedoch die generelle Aufnahme von Spielszenen auf Video, weshalb die Aufnahme der Getafe-Szene nicht vor Ort verhindert wurde. Eine nachträgliche Klage gegen den User, könnte daher aus der oben erläuterten Vertragsverletzung geltend gemacht werden.

Somit. stellt das Hausrecht das stärkste Recht für den Veranstalter dar, die Aufnahmen von Fans während eines Sportereignisses zu untersagen, bzw. gegen eine Veröffentlichung im Internet vorzugehen, soweit entsprechende Vorschriften in die Hausordnung der Sportstätte aufgenommen wurden.

Probleme treten nur auf, wenn der Ort des Sportgeschehens frei einsehbar ist, wie z.B. bei Amateursportereignissen, wo es oft an einer sichtbehindernden Begrenzung fehlt.⁵⁷

V. Befugnisse aus dem UWG

Zentraler Paragraph für Ansprüche gegen eine Veröffentlichung von Aufnahmen nach dem UWG, ist der Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch nach §8 UWG. Selbiger ist jedoch nur anwendbar, soweit es sich bei den Marktteilnehmern (§2 Abs.1 Nr. 2 UWG) auch um Wettbewerber handelt (§8 Abs-3 Nr. 1 i.V.m §2 Abs.1 Nr. 3 UWG). Schon nach der Definition von „Mitbewerbern“ i.S.v. §2 Abs.1 Nr. 3 UWG , wird schnell ersichtlich, dass ein Verhältnis von Zuschauer bzw. Amateurfilmer zum Sportveranstalter schwer herzuleiten ist. Auch wenn diese Konstellation in der Literatur noch nicht geprüft wurde, ist ein solches Verhältnis wohl dennoch verneinbar, da es sich bei Zuschauer und Sportveranstalter nicht um ein konkretes Wettbewerbsverhältnis handelt.

Interessanter hingegen ist das wettbewerbsrechtliche Verhältnis zwischen dem Portalbetreiber und dem Sportveranstalter. Nach Entscheidung⁵⁸ des LG Stuttgarts, ist das notwendige Wettbewerbsverhältnis zwischen Veranstalter und Portalbetreiber gegeben, da eine Verwertung des Sportereignisses über das Videoportal erfolgt. Weiter argumentiert das LG Stuttgart, dass die Zugänglichmachung der Ausschnitte über die Plattform eine Nachahmung der Leistungen des Veranstalters nach §4 Nr.9 UWG darstellt, sowie diesen bei der Ausübung der Vermarktung des Sportereignisses nach §4 Nr.10 UWG einschränkt. Diese Einschränkung resultiert vor allem aus dem Umstand, dass Fans welche sich Ihre Höhepunkte auf dem Vi-

⁵⁶ Siehe Anhang, S. vii-ix, Hausordnung.

⁵⁷ Dazu: Armah, Radioberichterstattung, S.99.

⁵⁸ LG Stuttgart, Beschluss vom 08.05.2008, 411 O 3/08 KfH („Hartplatzhelden vs.WFV“).

deoportale in ein paar Sekunden runterladen können, nicht mehr gewillt sind das komplette Spiel anzuschauen oder z.B. gebührenpflichtige Angebote⁵⁹ des Veranstalters zu nutzen.

Unwesentlich ist es weiter, dass der Upload von Privatpersonen, hier der Amateurfilmer „marcelreis75“, veranlasst wird. Obwohl Dritte die Videos auf die Portalseite hochladen, ist die Begehungsgefahr durch den Portalbetreiber anzunehmen, da dieser sich die Verwertungsrechte über die AGBs⁶⁰ an den Videos zusichern muss.

Das Abrufbarmachen der Torszene der UEFA-Cup Partie in München über „Youtube“, ist somit nach dem UWG wettbewerbswidrig⁶¹ und könnte nach §8 Abs.1 UWG durch den Sportveranstalter, hier der FC Bayern bzw. die UEFA, durch das Recht auf Unterlassung und Beseitigung unterbunden werden. In Anlehnung an *Armah*⁶² und das LG Stuttgart, sieht auch der Autor die Anwendung des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes als möglich an. Einzig zweifelhaft erscheint im Moment die angenommene Kommerzialität der Videoportalbetreiber. Wie der Portalbetreiber von Hartplatzhelden.de äußerte, leben die Projekte oftmals unterhalb der Gewinngrenze.⁶³ Vor allem durch die zur Zeit noch große Anzahl an Portalbetreibern, halten sich die Einnahmen aus Werbung in Grenzen. Sollte es aber den Sportveranstalter, wie dem DFB gelingen, ein eigenes Videoportal zu eröffnen, wodurch alle Fans nur noch auf dieses Portal zentral zugreifen, dürften die Vermarktungsmöglichkeiten extrem hoch sein. Dann wäre auch das vom LG Stuttgart unterstellte Wettbewerbsverhältnis gerechtfertigt.

VI. Befugnisse aus dem Recht am Unternehmen nach §823 Abs.1 BGB

Ein weitere Anspruchsgrundlage für die Unterbindung von Aufnahme und Verbreitung von Amateurvideos könnte das Recht am Unternehmen nach §823 Abs.1 BGB dienen. Die Verbreitung könnte als Eingriff in das Recht am Gewerbebetrieb nach §823 Abs.1 BGB gesehen werden, welches dem Schutz von Vermögensschäden und negativen Beeinflussungen der wirtschaftlichen Betätigung dient⁶⁴. Generell ist eine Sportveranstaltung vom Schutzbereich des Rechts am Gewerbebetrieb erfasst.⁶⁵

⁵⁹ Siehe dazu D II – „Eigene Videoportale“.

⁶⁰ Siehe Anhang, S. v, Abb.1 Auszug aus Nutzungsbedingungen von Youtube.

⁶¹ LG Stuttgart, Beschluss vom 08.05.2008, 411 O 3/08 KfH („Hartplatzhelden .de“), Rn.40.

⁶² Armah, Radioberichterstattung, S.34.

⁶³ O.A., Netzeitung, 09.05.2008.

⁶⁴ Strauß, Hörfunkrechte, S.109, zit. nach: Kasten Schmidt, JuS 1993, 985.

⁶⁵ Strauß, Hörfunkrechte, S.114.

Da der §823 Abs.1 BGB in diesem Fall nur eine Auffangfunktion hat, tritt er hinter speziellere Schutzvorschriften, wie das UWG zurück.⁶⁶ Nur wenn eine Wettbewerbshandlung nicht gegen das UWG verstößt, ist der Unternehmensschutz über §823 Abs.1 zu prüfen.⁶⁷ Im Falle der Videoverbreitung über das Videoportal ist demnach keine Prüfung erforderlich.

Da jedoch, wie oben ausgeführt, zwischen Amateurfilmer und Sportveranstalter kein Wettbewerbsverhältnis existiert, ist zu prüfen, ob Aufnahmen vor Ort einen Eingriff in das Recht am Unternehmen nach §823 Abs.1 BGB darstellen. Ein solcher Eingriff liegt nur vor, wenn es durch die Videoaufnahme des Sportereignisses, zu einer unmittelbaren Beeinträchtigung des Gewerbebetriebes kommen würde.⁶⁸ Da die alleinige Aufnahme eines Amateurvideos keine Auswirkung auf das Sportereignis oder eventuelle Vermarktungsmöglichkeiten hat, liegt ein Eingriff in das Recht am Gewerbebetrieb nicht vor.

Bayern München als Mitveranstalter kann demnach gegen „Marcelreis74“ und die Veröffentlichung der Spielszene in München keine Rechte aus dem Recht am Gewerbebetrieb gültig machen. Ein Vorgehen gegen „Youtube“ wäre wie erläutert über das UWG möglich.

VII. Zwischenergebnis

Aus den oben dargestellten Gründen wird ersichtlich, dass der FC Bayern, mit dem Hausrecht eine starke Position hat, Amateuraufnahmen im Voraus zu unterbinden oder gegen ihre Veröffentlichung im Internet gegen den Besucher wegen Vertragsverletzung vorzugehen. Des Weiteren kann eine Verbreitung über Youtube über das UWG untersagt werden.

Diese rechtlichen Möglichkeiten weisen jedoch in der näheren Betrachtung Schwierigkeiten hinsichtlich der Umsetzung auf.

Natürlich hätte Bayern München, per Hausordnung das Mitbringen von Videokameras und Handys untersagen können. Doch der Aufwand zur Kontrolle und Durchsetzung dieser Regelung wäre ungemein kompliziert, wenn nicht sogar unmöglich. Außerdem würde der Verein sicherlich den Zorn der Zuschauer auf sich ziehen, wenn diesen eine Abnahme des Handys am Eingang vorgeschrieben würde.

In Schlussfolgerung scheidet die Durchsetzung des Hausrechts, hinsichtlich des Mitbringens und Verwendens von Videokameras und Handys, an der technischen und wirtschaftlichen Realisierbarkeit. So tauchte die Spielszene Luca Tonis im Internet auf, obwohl der Ver-

⁶⁶ Armah, Radioberichterstattung, S.77.

⁶⁷ Strauß, Hörfunkrechte, S.112; Hilty & Henning-Bodewig, Rechtsgutachten, S.41.

⁶⁸ Armah, Radioberichterstattung, S.80, zit. nach: BGHZ 86,152; Hilty & Henning-Bodewig, Rechtsgutachten, S.41.

ansteller per Hausordnung eine solche Veröffentlichung verbietet. Nicht zu vergessen sind Probleme durch eine fehlende räumliche Abgrenzung.

Einzig das UWG kann als Anspruchsgrundlage dienen, um gegen das Videoportal „Youtube“ vorzugehen. Aber auch hier stellt sich die Frage, ob eine Klage auf Unterlassung viel Sinn macht - fördern die Aufnahmen im Internet doch das Interesse an der Stadionatmosphäre bzw. dem Verein und bieten den Zuschauern im Stadion die Chance die Spielszenen im Nachhinein auch einmal aus verschiedenen Blickwinkeln zu sehen. Ebenso weckt die Gelegenheit des dauerhaften Abrufs eines Traumtores von Luca Toni vielleicht in einer Person eine Fanleidenschaft, welche sich später im Kauf eines Trikots des Spielers äußern könnte.

Einzelne Aspekte sind mit den aktuellen rechtlichen Anspruchsmöglichkeiten gut abgesteckt, aber es fehlt an klaren, eindeutigen und hilfreichen Mitteln, die verwickelte Situation wirtschaftlicher zu lösen. Ohne die Schaffung eines gesetzlich geregelten Leistungsschutzrechtes für Veranstalter, existiert nur ein eingeschränkter rechtlicher Schutz von Sportveranstaltern und Sportevents.

D. Zukünftige Lösungsmodelle

Wie oben ausgeführt, kann der Sportveranstalter durchaus Rechte gegen Amateuraufnahmen vor Ort und der nachträglichen Zugänglichmachung über Videoportale durchsetzen. Jedoch ist dieses Vorgehen oft nicht realisierbar bzw. nicht wirtschaftlich sinnvoll. Entwicklungen aus den letzten zwei Jahren zeigen, dass es durchaus andere Wege gibt die negativen wirtschaftliche Folgen zu begrenzen, die Fans weiterhin mit Online-Angeboten zu versorgen und gleichzeitig die Rechte an den Amateuraufnahmen zu sichern. In wie fern solche Lösungsmöglichkeiten bereitstehen und sinnvoll sind, soll dieser Abschnitt klären.

I. Kooperation von Sportveranstaltern und Portalbetreibern

Obwohl Videoportale an sich erst eine Plattform für Amateuraufnahmen geschaffen haben, bergen diese Web 2.0-Projekte aber auch Chancen, die Kommunikation mit den Fans zu verbessern.⁶⁹ Aus diesem Grund entschloss sich der FC Bayern im Juni 2006 eine Kooperation⁷⁰ mit dem Videoportalbetreiber „Youtube“ einzugehen, um mögliche Synergieeffekte wirtschaftlicher zu nutzen. Immerhin zählte Youtube im März 2008 71 Mio. Besucher.⁷¹ Für

⁶⁹ DFL, Bundesliga Report 2007, S.132.

⁷⁰ Bayern München, fcb.de, 15.06.2007.

⁷¹ O.A., IT-Times, 16.04.2008.

den Fan völlig kostenlos, werden zur Zeit Beiträge rund um den FC Bayern, im separat eingerichteten „Youtube-Bayernchannel“ online gestellt. Spielausschnitte, wie Luca Tonis Strafraumscene, sucht der Interessierte noch vergebens.

Das Problem mit den Amateurvideos aus dem Stadion wird dadurch nicht behoben. Erst wenn sich der FC Bayern entschließen würde, auch Amateurvideoaufnahmen des Spielgeschehens zuzulassen, hätte der FC Bayern zwar immer noch keine Rechte an den Videos, könnte sich diese aber über §31 Abs.1 UrhG und die AGB`s Nutzungsrechte sichern. Obwohl keine direkten Einnahmen aus einer derartigen Kooperation folgen würden, könnte der Sportveranstalter trotzdem einen Imagegewinn erzielen, da diese „Videochannels“ ein weiteres Zusatzangebot für Fans darstellen.

II. Eigene Videoportale

Ein weiterer Trend ist das Angebot von kompletten Spielszenen über vereinseigene Videoportale wie von Hannover96 oder dem FC Bayern. So finden sich unter www.fcbayern.tv, im beitragspflichtigen Mitgliederbereich, alle Highlights aus Bundesliga, UEFA-Cup und DFB Pokal, direkt im Spielanschluss.⁷²

Vorteil dieser Konstellation ist, dass der FC Bayern als Videoproduzent, nun als Urheber des Videos nach §1 UrhG gilt, da Filmwerke unter den Werkbegriff nach §2 Abs.1 Nr.6 fallen.⁷³ Damit ist er als Urheber, Inhaber der Vervielfältigungs- und Verbreitungsrechte nach §16 Abs.1 UrhG bzw. §17 Abs.1 UrhG an den Videos. Eine weitere Verbreitung eines solchen „eigenerstellten“ Videos über Videoportale ist danach mit dem UrhG unterbindbar.

Im Falle der Amateuraufnahmen könnten die Fans ihre eigenen Videos über eine solche Videoplattform hochladen, dem Verein Nutzungsrechte nach §31 Abs. 1 UrhG daran verschaffen und der Verein würde die Amateuraufnahmen somit wirtschaftlich verwertbar machen. Gleichzeitig ist eine Verbreitung von solchen Amateurszenen über andere Videoportale durch §8 UWG verhinderbar. Ein Wettbewerbsverhältnis ist hier klar gegeben, da der Sportveranstalter auch als Portalbetreiber und somit eindeutiger Mitbewerber, i.S.v. §2 Abs.1 Nr. 3 UWG, auftritt. Für den Fan interessant wird ein solches kostenpflichtiges Angebot wohl erst mit einem gemeinsamen Verbundportal mehrerer Sportveranstalter, z.B. ein DFB-Sportportal, um eine größere Auswahl an Szenen für den zahlenden Besucher zu bieten.

⁷² FC Bayern München, www.fcb.de, 30.05.2008.

⁷³ Vgl. Loewenheim, in: Schricker, UrhG, S.126 – 132.

III. Differenzierte Eintrittsgelder

Eine unpopuläre Maßnahme könnte ein differenzierter Eintrittspreis für das Mitbringen von Videoaufnahmegegeräten sein. Als Hausrechtsinhaber ist es dem Veranstalter möglich, das Mitführen von bestimmten Gegenständen zu untersagen.⁷⁴ Folglich könnte der Veranstalter auf seine Abwehrrechte gegen ein entsprechendes Entgelt verzichten.⁷⁵ Das dies rechtskonform ist, hat der BGH in der Entscheidung „Hörfunkrechte“⁷⁶ bezüglich von „Hörfunkrechten“ bejaht.

In Falle der Amateurfilmer könnte über die Einräumung von „Amateuraufnahme-rechten“ nachgedacht werden, welche durch die Regelungen des Hausrechts entstehen. Bei dieser Lösungsmöglichkeit wäre es dem Veranstalter möglich, „Gebühren“ für jedes aufgenommene Video zu erhalten und eine vollständige Verwertung zu ermöglichen. Im Gegenzug wäre eine Verbreitung über das Internet reibungsfrei zu gestatten.

Jedoch könnte es bei der Schaffung von „Amateuraufnahme-rechten“ zu Konflikten mit den Inhabern von Fernsehrechten kommen. Wenn jedem Stadionbesucher die freie Aufnahme und Verbreitung erlaubt wird, würden die Fernseheinnahmen geringer ausfallen. Inwiefern die Mehreinnahmen die geringeren Fernseh-gelder kompensieren müsste untersucht werden.

Neben den Fernseh-anstalten wären zusätzlich auch noch Stadionbesucher verärgert, welche gar nicht vorhaben mit dem Handy das Spiel zu filmen, aber trotzdem für das Mitnehmen ins Stadion den höheren Eintrittspreis bezahlen müssten. Deshalb sollte eine Lösung über die Schaffung von „Amateuraufnahme-rechten“ die letzte Möglichkeit bleiben.

IV. Lizenzabgabe der Portalbetreiber

Anstatt den Stadionbesuchern eine „Aufnahmelizenz“ einzuräumen, besteht die Möglichkeit, den Portalbetreibern den Abruf von Spielaufnahmen gegen die Entrichtung einer pauschalen Lizenzgebühr zu genehmigen, sowie es zwischen „Youtube“ und der GEMA, hinsichtlich Musiktiteln, vereinbart ist.⁷⁷ Da der Sportveranstalter nach dem UWG eine Verbreitung von Videoaufnahmen aus dem Stadion verhindern kann,⁷⁸ könnte er eben diesen Schritt unterlassen, wenn der Portalbetreiber im Gegenzug einen Pauschalbetrag pro Saison bezahlt. Somit wäre zwar eine Verwertung von jedem einzelnen Video nicht möglich, aber immerhin eine Pauschalverwertung gegeben.

⁷⁴ Armah, Radioberichterstattung, S.95; Siehe Ausführungen C. V. „Befugnisse aus dem UWG“.

⁷⁵ Armah, Radioberichterstattung, S.119.

⁷⁶ BGH, Urteil vom 8.November 2005 – KZR 37/03 („Hörfunkrechte“).

⁷⁷ O.A., AFP 01/2008, S.54 (54).

⁷⁸ Siehe Ausführungen C. IV. „Befugnisse aus dem UWG“.

Der Fan würde in diesem Fall keine Einschränkungen zur aktuellen Lage hinnehmen müssen. Wie gewohnt könnte er seine Videos im Stadion aufnehmen und über Videoportale seinen Freunden und Gleichgesinnten zugänglich machen. Eine direkte Urheberschaft nach §1 UrhG hat der Sportveranstalter aber auch in diesem Fall wieder nicht, da er nicht „Schöpfer“ der Aufnahmen ist.

Problematisch bleiben weiterhin, wie im Fall der differenzierten Eintrittsgelder, die Interessen der Fernsehrechte-Inhaber. Durch die unkomplizierte Verbreitung von Spielausschnitten über das Videoportal, müssten die Rundfunkanstalten für die professionellere Aufbereitung sicherlich weiterhin Lizenzgebühren bezahlen, welche jedoch weit unter den heutigen Beträgen lägen.

V. Beurteilung der Modelle

Neben der rein rechtlichen Vorgehensweise und Klage auf Unterlassung, stehen den Sportveranstalter zahlreiche Wege zur Verfügung, Amateuraufnahmen der Sportveranstaltung über andere Wege zu verwerten. Vor allem bei der Lösung über eigene Videoportale, stehen keine Fragen hinsichtlich des Urheberschutzes mehr im Raum.

Egal ob eine Verwertung über eigene Videoportale, Lizenzabgaben oder die Schaffung von „Amateuraufnahmerechten“ geschieht, die Fernsehrechte dürften wohl in Zukunft immer mehr an Bedeutung verlieren, da Fans, welche nicht im Stadion sind, keinen Unterschied machen, ob sie die Szene von Luca Toni aus dem Getafe-Spiel im Fernsehen einmal schauen oder ständig über Videoportale darauf zugreifen können.

E. Fazit

Ein Sportereignis wie das UEFA-Cup-Spiel zwischen dem FC Bayern München und Getafe, ist nicht nur mit viel Emotion und Frust bei den Fans verbunden, sondern auch bei den Sportveranstaltern. Auf der einen Seite steht die Freude über das öffentliche Interesse und die daraus resultierenden Fernseheinnahmen. Auf der anderen Seite verbleibt der Ärger über immer modernere Wege die Verwertung des Sportevents über nicht genehmigte Amateuraufnahmen und anschließende Verbreitung über Videoportale zu erschweren.

Nach den oben gemachten Erläuterungen ist es deutlich geworden, dass in Zukunft zwei Möglichkeiten bestehen dass Sportevent wirtschaftlich zu verwerten. Zum Einen könnte sich der Sportveranstalter auf sein Hausrecht berufen um somit jegliches Mitbringen von Kameras und Handys zu verbieten. Weiter könnte er nach dem UWG die Verbreitung trotzdem gefilm-

ter Ausschnitte über Videoportale verhindern. Dieser Weg würde den jetzigen „Status Quo“ unterstützen, um auch in Zukunft die Fernsehrechte als eine der Haupteinnahmequellen⁷⁹ von Sportveranstaltern zu schützen.

Der andere Weg, welcher eine rechtlich stärkere Konstellation für den Sportveranstalter schafft, ist eine Verbreitung bzw. Aufnahme nicht zu unterbinden, sondern sie wirtschaftlich verwertbar zu machen. Die Schaffung von „Amateuraufnahmerechten“ über das Hausrecht, würde in diesem Falle eine Direktverwertung ermöglichen, da jeder Besucher, welcher ein Handy oder eine Kamera mit in die Sportstätte bringen möchte, ein erhöhtes Entgelt bezahlen müsste. Besonders lukrativ ist die Schaffung eines eigenen, beitragspflichtigen Videoportals mit eigenen Videos, da dies den Vorteil hätte, die Urheberschaft an den Videos innezuhalten und somit die rechtlich stärkste Position einzunehmen. Eine Verbreitung außerhalb des Portals, wäre durch einschlägige Paragraphen des UrhG und UWG verhinderbar. Auch eine Lizenzabgabe der Videoportalbetreiber stellt eine aussichtsreiche und rechtlich stabile „Alternativvermarktungsmöglichkeit“ dar. Einzig die Kooperation mit Videoportalen, würde zwar die rechtliche Situation zwischen Portalbetreibern und Veranstaltern regeln, aber keine direkten Einnahme nach sich ziehen. Dafür aber die Einnahmen aus den Fernseheinnahmen dennoch reduzieren.

Es lässt sich feststellen, dass dem Veranstalter die Wahl bleibt, zwischen dem Festhalten am „Status Quo“ oder zunehmender Gewinnerzielung aus Medienverträgen. Ein Vergleich auf die Anteile der Fernseheinnahmen der letzten Jahre, lässt hier schon einen Trend erkennen.⁸⁰

⁷⁹ DFL, Bundesliga Report 2007, S.190.

⁸⁰ Vgl. Anhang, S. vi, Abb.2, „Entwicklung der TV-Gelder in der Bundesliga“.

Literaturverzeichnis

- Armah, Henrik. *Die Radioberichterstattung von Sportveranstaltungen*. Hamburg: Verlag Dr. Kovac, 2008.
- Artkämper, Heiko. *Hausbesetzer, Hausbesitzer, Hausfriedensbruch*. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 1995.
- Büchner, Wolfgang. „Wie kommt der Ball ins Netz? Fußball im IPTV und Mobile-TV.“ *Computer & Recht (CR) - Ausgabe 07/2007*, 2007: 473.
- DFL. „Bundesliga Report 2007.“ 2007.
- FCBayernMünchen. *fcb.de*. 15. 06. 2007.
<http://209.85.129.104/search?q=cache:sONdhVfbUjQJ:www.fcbayern.t-home.de/de/aktuell/news/2007/12123.php+Bayern+M%C3%BCnchen+youtube&hl=de&ct=clnk&cd=3&gl=de&client=firefox-a> (Zugriff am 09. 06. 2008).
- FCBayernMünchen. *fcb.de*. 30. 05. 2008. <http://www.fcbayern.t-home.de/de/aktuell/termine/08713.php> (Zugriff am 09. 06. 2008).
- Fechner, Frank. *Entscheidungen zum Medienrecht*. Tübingen: Mohr Siebeck, 2007.
- Fechner, Frank. *Medienrecht 9.Auflage*. Tübingen: Mohr Siebeck, 2008.
- Hilty, Prof. Dr. Reto, und Dr. Frauke Henning-Bodewig. „Rechtsgutachten "Leistungsschutzrecht für Sportveranstalter".“ 2006.
- Jürgens, Uwe. „Von der Provider- zur Provider- und Medienhaftung.“ *Computer & Recht (CR) - Ausgabe 03/2006*, 2006: 188.
- Lange, Lutz. „User Generated Content als Grundlage für Trend-Scouting.“ Diplomarbeit, 2007.
- marcelreis74. *Youtube*. 04. 04. 2008.
<http://de.youtube.com/watch?v=1i7dM82jIts> (Zugriff am 09. 06. 2008).
- Nolte, Martin. *Sport und Recht*. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann, 2004.
- o.A. „GEMA einigt sich mit YouTube.“ *AFP - Ausgabe 01/2008*, 2008: 54.
- o.A. *Heise Online*. 30. 03. 2006. <http://www.heise.de/newsticker/YouTube-Limitierte-Videolaenge-gegen-Raubkopien--/meldung/71485> (Zugriff am 09. 06. 2008).
- o.A. *IT - Times*. 16. 04. 2008. <http://www.it-times.de/news/nachricht/datum/2008/04/16/youtube-dominiert-den-markt-fuer-videoportale/> (Zugriff am 09. 06. 2008).
- o.A. *Netzeitung*. 09. 05. 2008. <http://www.netzeitung.de/medien/1013137.html> (Zugriff am 09. 06. 2008).

Pfister/Summerer/Fritzweiler/. *Praxishandbuch Sportrecht 2. Aufl.* München: Verlag C.H.Beck, 2007.

Strauß, Ingo. *Hörfunkrechte des Sportveranstalters*. Berlin: Dunker & Humblot, 2006.

v. Coelln, Christian. „Die Hörfunkberichterstattung aus dem Stadion.“ *AFP-Sonderheft 2007*, 2007: S. 55-64.

Waldhauser, Hermann. *Die Fernsehrechte des Sportveranstalters*. Berlin: Dunker & Humblot, 1999.

Zeilner, Frank. *Sport und Recht*. Frankfurt a. Main: Peter Lang, 2003.

Anhang

Definition Sport:

Der Sportliche Charakter einer Sportveranstaltung bedeutet, es muss sich bei den Leistungen der Akteure, um Leistungen aus dem Bereich Sport handeln. Diese sind nach allgemeiner Auffassung alle Leibesübungen nach dem Leistungsprinzip des Wettkampfes⁸¹ bzw. die körperliche Umsetzung von geistiger Tätigkeit, wie beim Schachsport⁸².

Dabei ist nicht die Intensität von zentraler Bedeutung, sondern eher die genaue Kontrolle und Steuerrung der körperlichen Bewegung, wie z.B., beim Schießsport.⁸³ Auch als Sport, kann es sich bei der körperlichen Umsetzung von geistiger Tätigkeit handeln, wie bei Schach oder Kartenspielen.⁸⁴

Abb. 1 – Auszug aus Nutzungsbedingung von Youtube (Quelle: www.youtube.de):

10. Rechte, die Sie einräumen

10.1 Indem Sie **Nutzerübermittlungen** bei **YouTube** hochladen oder posten, räumen Sie

- A. **YouTube** eine weltweite, nicht-exklusive und gebührenfreie Lizenz ein (mit dem Recht der Unterlizenzierung) bezüglich der Nutzung, der Reproduktion, dem Vertrieb, der Herstellung derivativer Werke, der Ausstellung und der Aufführung der **Nutzerübermittlung** im Zusammenhang mit dem Zur-Verfügung-Stellen der **Dienste** und anderweitig im Zusammenhang mit dem Zur-Verfügung-Stellen der **Webseite** und **YouTubes** Geschäften, einschließlich, aber ohne Beschränkung auf Werbung für und den Weitervertrieb der ganzen oder von Teilen der **Webseite** (und auf ihr basierender derivativer Werke) in gleich welchem Medienformat und gleich über welche Verbreitungswege;
- B. jedem Nutzer der **Webseite** eine weltweite, nicht-exklusive und gebührenfreie Lizenz ein bezüglich des Zugangs zu Ihren **Nutzerübermittlungen** über die **Webseite** sowie bezüglich der Nutzung, der Reproduktion, dem Vertrieb, der Herstellung derivativer Werke, der Ausstellung und der Aufführung solcher **Nutzerübermittlung** in dem durch die Funktionalität der **Webseite** und nach diesen **Bestimmungen** erlaubten Umfang.

10.2 Die vorstehend von Ihnen eingeräumten Lizenzen an **Nutzervideos** erlöschen, sobald Sie Ihre **Nutzervideos** von der **Webseite** entfernen. Die vorstehend von Ihnen eingeräumten Lizenzen an **Nutzerkommentaren** sind unbefristet und unwiderruflich, lassen aber Ihre oben unter Ziffer 8.2 bezeichneten Eigentumsrechte im Übrigen unberührt.

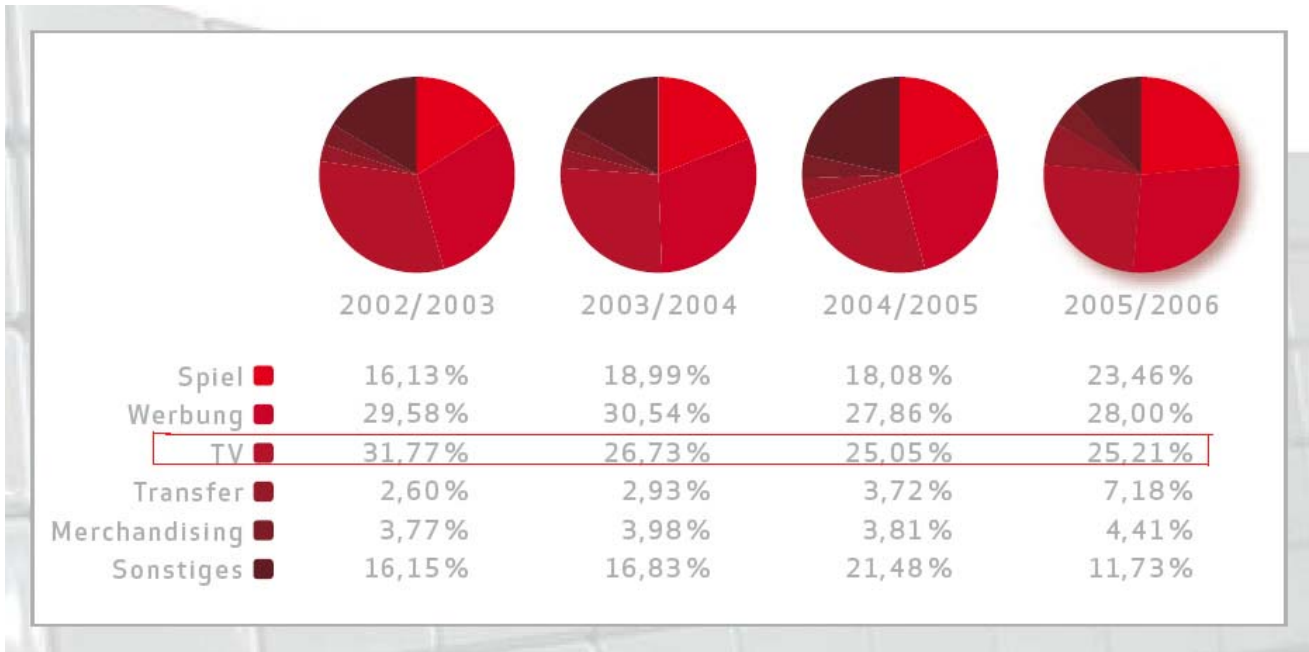
⁸¹ Zeilner, Sport und Recht, S. 26.

⁸² Waldhauser, Fernsehrechte, S.54

⁸³ Waldhauser, Fernsehrechte, S.54

⁸⁴ Waldhauser, Fernsehrechte, S.54

Abb. 2 – Entwicklung der TV-Gelder in der Bundesliga (Quelle: DFL, Bundesliga Report 2007, S.49)



Ehrwörtliche Erklärung

„Ich versichere, dass ich die Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als angegebener Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder anderen Quellen entnommen sind, sind als solchen kenntlich gemacht“.

Daniel Weimar

Ilmenau, den 09.06.2008