

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

- Public Viewing im Verein
- Veranstaltungen und die GEMA
- Lizenzen für Open-Air-Veranstaltungen

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. Erlaubnis oder Lizenz erforderlich?

Folge dieses sehr umfassenden Schutzes ist, dass Unternehmen und Vereine, die mit den geschützten Logos 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, einstweilige 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

Quelle: www.verein-aktuell.de Donnerstag, 24.04.2014 | Autor: Stefan Wagner

Mit diesem Artikel bietet Lexware, eine Marke der Haufe-Lexware & Co. KG, den Mitgliedern des StadtBezirks-SportVerband 4 e.V. wichtige Informationen rund um das optimale Vereinsmanagement. Unter www.lexware.de/shop/verein können Sie unsere Software und Produkte zur Vereinsführung vier Wochen lang kostenlos testen.

hervorgerufen wird, sowie keine Irreführung über eine nicht tatsächlich bestehende Partnerschaft oder sonstige Verbindung mit der FIFA gegeben ist.

Nicht zulässig ist zum Beispiel:

- 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
- besonderen nicht gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltungen.

Was ist eine gewerbliche Veranstaltung?

a. Gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen 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 gewerbliche 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 dass dann direkt oder indirekt Eintrittsgelder erhoben werden, oder Sponsoring-Aktivitäten stattfinden (sonst siehe a)) also ohne dass der Veranstalter mit der Veranstaltung einen 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).

Quelle: www.verein-aktuell.de Donnerstag, 24.04.2014 | Autor: Stefan Wagner
Mit diesem Artikel bietet Lexware, eine Marke der Haufe-Lexware & Co. KG, den Mitgliedern des StadtBezirks-SportVerband 4 e.V. wichtige Informationen rund um das optimale Vereinsmanagement. Unter www.lexware.de/shop/verein können Sie unsere Software und Produkte zur Vereinsführung vier Wochen lang kostenlos testen.

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 Sponsoring-Rechte 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. 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.:

- Rundfunkbeiträge
- GEMA-Anmeldungen
- Genehmigung der Ortspolizeibehörde (Sperrstundenproblem, Ruhestörungen).

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

Quelle: www.verein-aktuell.de Donnerstag, 24.04.2014 | Autor: Stefan Wagner

Mit diesem Artikel bietet Lexware, eine Marke der Haufe-Lexware & Co. KG, den Mitgliedern des StadtBezirks-SportVerband 4 e.V. wichtige Informationen rund um das optimale Vereinsmanagement. Unter www.lexware.de/shop/verein können Sie unsere Software und Produkte zur Vereinsführung vier Wochen lang kostenlos testen.