

## HÄRTING-PAPER

### Rechtslage zum Public Viewing

Chausseestraße 13  
10115 Berlin  
Tel +49 30 - 28 30 57 40  
Fax +49 30 - 28 30 57 44  
mail@haerting.de  
[www.haerting.de](http://www.haerting.de)

SEIT MEHREREN JAHREN BERÄT UNSERE KANZLEI VERANSTALTER VON PUBLIC VIEWING EVENTS. DABEI STELLT SICH REGELMÄßIG DIE FRAGE, OB UND WELCHE GENEHMIGUNGEN DIE VERANSTALTER FÜR SOLCHE EVENTS EINHOLEN MÜSSEN. BESONDERE UNSICHERHEIT BESTEHT BEI DER FRAGE, OB FÜR DIE LIVE-ÜBERTRAGUNG GROßER SPORTEREIGNISSE, WIE Z.B. DEN SPIELEN DER FUSSBALLWELT- UND EUROPAMEISTERSCHAFTEN ODER DEM CHAMPIONSLEAGUE-FINALE, EINE ERLAUBNIS VOM VERANSTALTER (Z.B. FIFA ODER UEFA) ERFORDERLICH IST. BEIM PUBLIC VIEWING WERDEN DIE TV-BILDER DER SPORTEREIGNISSE EINEM PUBLIKUM AUF GROßBILDLEINWÄNDEN ODER AUF FERNSEHGERÄTEN IN BIERGÄRTEN, GASTSTÄTEN, AUF ÖFFENTLICHEN PLÄTZEN ODER IN VERANSTALTUNGSRÄUMEN GEZEIGT. DIE SPORTVERANSTALTER FORDERN REGELMÄßIG, DASS FÜR DIESE ÜBERTRAGUNG LIZENZEN BEI IHNEN EINGEHOLT WERDEN. DIE LIZENZVERTRÄGE SIND HÄUFIG SO AUSGESTALTET, DASS FÜR DEN VERANSTALTER DES PUBLIC VIEWING EVENTS NUR WENIG SPIELRAUM VERBLEIBT, SPONSOREN INS BOOT ZU HOLEN, UM DAS PUBLIC VIEWING ZU REFINANZIEREN.

AKTUELL IST DIE RECHTSLAGE IN DEUTSCHLAND FÜR VERANSTALTER VON PUBLIC VIEWINGS GÜNSTIG, WENN SPORTEREIGNISSE LIVE (Z.B. IN BIERGÄRTEN, KNEIPEN, AUF ÖFFENTLICHEN PLÄTZEN ODER IN VERANSTALTUNGSRÄUMEN ÜBERTRAGEN WERDEN. FÜR SOLCHE EVENTS IST DAHER KEINE LIZENZ ERFORDERLICH, SOLANGE VON DEN BESUCHERN KEIN EINTRITTSGELD VERLANGT WIRD.

UNSER PAPER ERKLÄRT, UNTER WELCHEN UMSTÄNDEN BEIM PUBLIC VIEWING LIZENZEN EINZUHOLEN SIND UND WANN EIN PUBLIC VIEWING LIZENZFREI IST.

#### I. Die Lizenzpflicht von Public-Viewing-Events

Eine Gesetzesgrundlage, die es Veranstaltern großer Sportevents ermöglicht, Public-Viewings per se verbieten zu können, gibt es in Deutschland nicht. Auch wenn es

sich um große Sportereignisse internationaler Natur handelt, gilt für Public-Viewing-Veranstaltungen in Deutschland ausschließlich deutsches Urheberrecht. Eine Lizenzpflicht für eine solche Veranstaltung besteht daher nur, wenn des Urheberrechtsgesetz (UrhG) dies vorsieht:

- **Kein Sportveranstalterrecht**

Der Gesetzgeber gewährt dem Veranstalter eines Sportevents kein eigenes Recht an seiner Veranstaltung, das es ihm etwa gestattet, jegliche Formen der Verwertung der Veranstaltung zu verbieten. Im Gegensatz zu Konzertveranstaltern, denen im Urheberrechtsgesetz (§ 81 UrhG) ein eigenes Leistungsschutzrecht gewährt wird, haben Sportveranstalter kein vergleichbares gesetzliches Leistungsschutzrecht an ihrer Veranstaltung, auch wenn sie dies vom Gesetzgeber vehement fordern.

- **Das Senderecht (§ 87 UrhG)**

Nach § 87 Abs. 1 Nr. 3 UrhG hat aber das Sendeunternehmen, das das Sportereignis im Fernsehen überträgt, ein ausschließliches Recht, die Fernsehbilder der sportlichen Wettkämpfe an Stellen, die der **Öffentlichkeit** nur gegen Zahlung eines **Eintrittsgeldes** zugänglich sind, öffentlich wahrnehmbar zu machen. Heißt, der TV-Sender, der ein Fußballspiel überträgt, ist allein berechtigt, seine Fernsehbilder der Öffentlichkeit im Rahmen von Public Viewings in Gaststätten, Biergärten oder auf öffentlichen Plätzen gegen Eintrittsgeld anzubieten.

Im Umkehrschluss bedeutet das: **ein solches ausschließliches Recht besteht u. a. dann nicht, wenn das Public Viewing an einem Ort stattfindet, an der die Öffentlichkeit keinen Zutritt hat und wenn für das Public Viewing kein Eintrittsgeld erhoben wird.**

Wie kommt der Veranstalter des Sportereignisses zu einem Recht, dass per Gesetz nur Sendeunternehmen zusteht?

Das Sendeunternehmen kann sein Recht an der Fußballübertragung an Dritte abtreten. Somit ist denkbar, dass der Veranstalter des Sportereignisses das Senderecht ausübt, auch wenn nicht er selbst, sondern ein TV-Sender die Übertragung des Events produziert,.

Für die Rechte des Veranstalters gelten dann aber nicht nur die Befugnisse, sondern auch die - oben erwähnten - Beschränkungen des § 87 UrhG. Gegen Veranstaltungen, bei denen ohne Erhebung eines Eintrittsgeldes Spiele öffentlich gezeigt werden, hat der Veranstalter somit ebenso wenig eine rechtliche Handhabe wie gegen Veranstaltungen, die gar nicht öffentlich sind (z. B. das private Gartenfest oder die Betriebsfeier). Kann der Veranstalter solche Public Viewings nicht verbieten, fehlt ihm aber die Rechtsgrundlage, für solche Veranstaltungen Erlaubnisse in Form von Lizenzen zu erteilen.

- **Das Recht der öffentlichen Wiedergabe (§§ 22, 52 UrhG)**

Sind "Werke", d. h. urheberrechtlich geschütztes Material Bestandteil der TV-Übertragung, so hat neben dem Sendeunternehmen auch der Urheber dieses Materials (dies muss nicht zwingend das Sendeunternehmen sein) ein ausschließliches Recht, seine Werke im Rahmen eines Public Viewings öffentlich wiederzugeben (§ 22 UrhG).

Eine Sportveranstaltung ist allerdings kein urheberrechtlich geschütztes Werk. Dies hat der EuGH in seiner viel beachteten Entscheidung „Karen Murphy“ klar gestellt.<sup>1</sup> Allenfalls können im Rahmen einer Fußballübertragung gespielte Turnier-Hymnen, sonstige Musik oder Reportagen der Kommentatoren Urheberrechtsschutz genießen. Werden diese beim Public Viewing zwangsläufig mit übertragen, muss dafür grundsätzlich eine Lizenz bei dem jeweiligen Urheber eingeholt werden. Eine Ausnahme von der Lizenzpflicht gilt nur in Fällen, in denen die Veranstaltung keinem **Erwerbszweck** dient (§ 52 UrhG). Ob dies der Fall ist, ist bei jeder Public-Viewing-Veranstaltung gesondert zu prüfen. Für den Begriff des Erwerbszwecks kommt es – anders als beim Senderecht – nicht darauf an, dass ein Eintrittsgeld erhoben wird.

Dies bedeutet aber noch nicht, dass Veranstalter von Public Viewings deshalb Lizenzen einholen müssen. In Deutschland wird die Lizenzierung solcher Rechte nämlich kollektiv, also durch Verwertungsgesellschaften wie die GEMA oder die VG-WORT, wahrgenommen. Demgemäß ist eine entsprechende Lizenz für die Wiedergabe von Fernsehsendungen bei der Verwertungsgesellschaft einzuholen, was in jedem Fall (auch wenn kein Eintrittsgeld erhoben wird) zu empfehlen ist. Die GEMA, die auch die Rechte der VG-WORT mit wahrnimmt, bietet hierzu einen Tarif für die Wiedergabe von Fernsehsendungen (FS-Tarif) an.<sup>2</sup>

## **II. Lizenzpflicht bei „kommerziellen“ und „nicht-kommerziellen“ Veranstaltungen**

Einige Veranstalter von Sportereignissen, wie z. B. FIFA und UEFA, halten Lizenzbedingungen für Public Viewing Veranstaltungen bereit und unterscheiden darin zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Veranstaltungen. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass § 87 UrhG eine solche Unterscheidung nicht kennt. § 87 UrhG unterscheidet lediglich zwischen Veranstaltungen, für die ein Eintrittsgeld erhoben wird, und Veranstaltungen mit freiem Zutritt. Somit ist eine (kostenpflichtige) Lizenz nur notwendig, wenn Eintrittsgelder verlangt werden.

Ein klarer Fall einer lizenzpflichtigen Veranstaltung wäre ein Public Viewing vor dem Brandenburger Tor in Berlin, wenn für den Zutritt zum Veranstaltungsraum ein Eintrittsgeld erhoben würde. Umgekehrt stellt es einen klaren Fall einer lizenzfreien Veranstaltung dar, wenn an derselben Stelle eine Sportveranstaltung live übertragen und den Gästen Cateringbuden zur Verfügung stehen, die den Verzehr von Speisen und Getränken zu marktüblichen Preisen anbieten.

<sup>1</sup> EuGH vom 4.10.2011 – C-403/08 und C-429/08, GRUR-Prax 2011, 453 – Karen Murphy.

<sup>2</sup> Die GEMA bietet in der Regel Sondertarife für Sportereignisse wie die Fußball-WM und die Fußball-EM an. Wissenswertes in den GEMA FAQ unter <http://bit.ly/w1qTM5> (Link shortened).

Problematisch sind lediglich „indirekte Eintrittsgelder“, die bspw. in einem Aufschlag auf die Speisen- und Getränkepreise oder in einem „Mindestverzehr“ liegen können. In einem solchen Fall dürfte eine Umgehung des § 87 Abs. 1 Nr. 3 UrhG vorliegen, da über einen Umweg Eintrittsgelder verlangt werden mit der Folge, dass es einer Lizenz bedarf.

Eine etwaige Unterscheidung in kommerzielle und nicht-kommerzielle Veranstaltungen entspricht daher nicht dem deutschen Urheberrechtsgesetz. Ein Public Viewing, bei dem geschäftliche Aktivitäten (z. B. in Form eines Catering) stattfinden, ist deshalb noch lange nicht lizenzpflichtig.

### III. Lizenzpflicht bei gesponserten Events

Sponsoring-Erlöse sind für viele Veranstalter die einzige Möglichkeit ein größer angelegtes Public Viewing zu finanzieren; insoweit profitiert der Veranstalter von den Sponsorengeldern. Dieser Umstand löst jedoch noch keine Erlaubnispflicht aus. Vielmehr kommt es nach dem eindeutigen Wortlaut des Gesetzes (§ 87 Abs. 1 Nr. 3 UrhG) ausschließlich darauf an, ob Eintrittsgelder erhoben werden oder nicht.

Da das Sponsoring von Public-Viewing-Veranstaltungen urheberrechtlich nicht untersagt werden kann, darf es auch keinen Unterschied machen, ob der Sponsor ein offizieller Werbepartner des Sportveranstalters ist oder nicht. Es spielt auch keine Rolle, ob ein Sponsor Wettbewerber eines offiziellen Partners des Sportveranstalters ist. Teilweise wird in Lizenzbedingungen zum Public Viewing vorgeschrieben, dass den offiziellen Partnern des Veranstalters im Bereich des Sponsorings Erstverhandlungsrechte einzuräumen sind. Sofern der Veranstalter des Public Viewing jedoch - wie oben ausgeführt - nicht diesen Lizenzbedingungen untersteht, besteht für ihn aus keinem rechtlichen Grund eine Verpflichtung, den offiziellen Werbepartnern des Sportveranstalters Erstverhandlungsrechte einzuräumen.

Dieser - dann vertraglichen - Pflicht unterliegt lediglich, wer sich eine Lizenz für Public Viewing bei einem Sportveranstalter einholt und sich dazu den entsprechenden Lizenzbedingungen unterwirft.

Gerne beraten wir Sie bei allen Fragen zu Ihrer Public Viewing Veranstaltung.

Berlin, den 18. Juni 2013

#### **Ansprechpartner:**

HÄRTING Rechtsanwälte  
Fabian Reinholz  
Rechtsanwalt  
Tel.: + 49 30 28 30 57 428  
Fax.: + 49 30 28 30 57 44  
reinholz@haerting.de