

Schriften zum geistigen Eigentum
und zum Wettbewerbsrecht

111

Julien Zinnecker

Audiovisuelle Medienrechte an
Profisportveranstaltungen am Beispiel
der Deutschen Fußballbundesliga



Nomos

Schriften zum geistigen Eigentum
und zum Wettbewerbsrecht

Herausgegeben von

Prof. Dr. Christian Berger, Universität Leipzig
Prof. Dr. Horst-Peter Götting, Techn. Universität Dresden

Band 111

Julien Zinnecker

Audiovisuelle Medienrechte an
Profisportveranstaltungen am Beispiel
der Deutschen Fußballbundesliga



Nomos

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Hamburg, Univ., Diss., 2018

u.d.T.: „Audiovisuelle Medienrechte an Profisportveranstaltungen am Beispiel der Deutschen Fußball Bundesliga“

ISBN 978-3-8487-5710-7 (Print)

ISBN 978-3-8452-9842-9 (ePDF)

1. Auflage 2019

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort

Die vorliegende Schrift ist im Wintersemester 2018/2019 von der Fakultät für Rechtswissenschaft der Universität Hamburg als Dissertation angenommen worden. Literatur und Rechtsprechung wurden bis Dezember 2017 berücksichtigt.

Meinem Doktorvater Prof. Dr. Hans-Heinrich Trute danke ich herzlich für die Betreuung der Arbeit, für die bewiesene Geduld sowie für die fruchtbaren Denkanstöße. Ebenso danke ich Prof Dr. Roland Broemel für die Erstellung des Zweitgutachtens.

Ferner danke ich meinen Freunden Dr. Pia Braukmann, Dr. Antonius Jonetzki, Dr. Johannes Struck, Christian Neef und in besonderem Maße Wolf Rückert, die mit ihrer Unterstützung, ihren Anregungen und nicht zuletzt ihren fortwährenden Ermutigungen einen wertvollen Beitrag zur Fertigstellung der Arbeit geleistet haben.

Besonderen Dank schulde ich auch zahlreichen weiteren Kollegen und Freunden für ihre moralische Unterstützung und ihren unerschütterlichen Glauben an die Finalisierung des Werks; nur beispielhaft seien insoweit Dr. Detlef von Schultz, Sebastian Eble, Dr. Oliver Scherenberg, Anja und Konstantin von zur Mühlen sowie Finn Jacobsen und Madeleine Passarge genannt.

Mein inniger und ganz besonderer Dank gilt schließlich meinen Eltern Nicole und Tom Zinnecker, meinem Onkel Frank Zinnecker sowie meiner Verlobten Kirstin Kämpermann für ihren bedingungslosen und herzlichen Beistand in allen Lebenslagen. Ihnen ist diese Arbeit gewidmet.

Hamburg, im Februar 2019

Julien Zinnecker

Inhaltsverzeichnis

Kapitel I.: Einleitung	19
A. Einführung in die Problematik	19
B. Gegenstand und Gang der Untersuchung / Themeneingrenzung	26
Kapitel II.: Untersuchungsgrundlagen	32
A. Sport und Medienberichterstattung	32
I. Der Sport als Wirtschaftsfaktor	33
II. Der auf den passiven Sportkonsum Dritter ausgerichtete Zuschauersport als zentraler Anknüpfungspunkt	39
III. Die Kommerzialisierung des Zuschauersports	40
IV. Die mediale Verwertung des Zuschauersports als zentraler Anknüpfungspunkt für dessen Kommerzialisierung	45
1. Einleitung	45
2. Die wirtschaftliche Bedeutung der medialen Verwertung für den Zuschauersport am Beispiel der Einnahmenstruktur der Bundesligavereine und der Dachverbände	50
3. Der wechselseitige Nutzen für die Beteiligten	54
a. Der Nutzen des Sports für die Medien	54
aa. Hohe Reichweiten	54
bb. Profilierung	55
cc. Popularisierung	55
dd. Geringer Produktionsaufwand	56
ee. Redaktionelle Anschlussfähigkeit	57
b. Der Nutzen der Medien für den Sport	57
aa. Hohe Einnahmen aus der Vermarktung der medialen Rechte	57
bb. Attraktivität für die werbetreibende Wirtschaft	58
cc. Popularisierung	58
4. Das Zuschauerinteresse als Indikator für das Kommerzialisierungspotenzial	59
a. Das besondere Interesse am Fußballsport	59

Inhaltsverzeichnis

b. Die Sonderstellung des Fußballs am Beispiel der Angebotsstruktur der Fernsehsender und der TV-Einschaltquoten	63
B. Audiovisuelle Medienrechte: Erscheinungsformen und regulatorischer Rahmen	79
I. Einleitung	79
I. Die Konvergenz der Medien	80
II. Die Folgen der Konvergenz	84
1. Entstehung neuer Angebotsformen	84
a. Digitaler Rundfunk / Pay-TV-Angebote	85
b. Internet-Fernsehen	87
c. Handy- / Mobile-TV	91
d. Die Konsequenzen für die medialen Angebotsformen: Die Unterteilung und inhaltliche Ausgestaltung der Sportmedienrechte	94
2. Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen	102
a. Der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien vor Inkrafttreten des 12. RÄndStV	103
aa. Der Rundfunkbegriff	103
bb. Die Begriffe der Medien- und der Teledienste	106
cc. Die Einführung des Telemedienbegriffs mit dem 9. RÄndStV	107
dd. Die regulatorische Einordnung einzelner Angebotsformen auf Grundlage des 9. RÄndStV	109
b. Die „Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste – AVMD-RL“	122
c. Die Umsetzung der AVMD-RL durch den 12. RÄndStV	126
d. Die Konsequenzen für die medialen Rechte: Die regulatorische Einordnung der den Sportmedienrechten zugrunde liegenden Angebotsformen auf Grundlage der AVMD-RL und des 12. RÄndStV	130
C. Die Deutsche Fußball Bundesliga: Austragungsmodus und Entwicklung der Medienrechtvermarktung	132
I. Historie und Austragungsmodus	132

II. Die Entwicklung der Medienrechtevermarktung der Deutschen Fußball Bundesliga	136
1. Die Medienrechtevermarktung aus Sicht der Nachfrageseite: Die Entwicklung des deutschen Sportrechtemarktes	136
a. Stufe 1: Gründungsphase – Saisons 1963/1964 bis 1984/1985	137
b. Stufe 2: Duales Rundfunksystem – Beginnender Wettbewerb zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten – Saisons 1985/1986 bis 1990/1991	140
c. Stufe 3: Zunehmender Konkurrenzkampf zwischen den Sportrechteagenturen und Einführung des analogen Pay-TV – Saisons 1991/1992 bis 1999/2000	142
aa. Konkurrenzkampf im Bereich Free-TV	143
(1.) Saison 1991/1992	143
(2.) Saisons 1992/1993 bis 1996/1997	145
(3.) Saisons 1997/1998 bis 1999/2000	147
bb. Zusätzliche Erlöse durch das Pay-TV	148
(1.) Saison 1991/1992	149
(2.) Saisons 1992/1993 bis 1996/1997	150
(3.) Saisons 1997/1998 bis 1999/2000	151
d. Stufe 4: Zunehmende Nutzung digitaler Übertragungstechnik / Einführung des Pay-per-View-Verfahrens - Saisons 2000/2001 bis 2005/2006	154
aa. Der Medienrechtevertrag mit der Kirch-Gruppe für die Saisons 2000/2001 bis 2003/2004 / Die Erlöse für die Medienrechte der Saison 2000/2001	155
bb. Die Insolvenz der Kirch-Gruppe und ihre Folgen / Die Medienrechteverträge für die Saisons 2001/2002 bis 2005/2006	158
e. Stufe 5: Zunehmende Berichterstattung in den Neuen Medien – Saisons 2006/2007 bis 2020/2021	165
aa. Der Medienrechtevertrag für die Spielzeiten 2006/2007 bis 2008/2009	165
bb. Der Medienrechtevertrag für die Spielzeiten 2009/2010 bis 2012/2013	175
cc. Der Medienrechtevertrag für die Spielzeiten 2013/2014 bis 2016/2017	182

Inhaltsverzeichnis

dd. Der aktuelle Medienrechtevertrag für die Spielzeiten 2017/2018 bis 2020/2021	192
2. Die Medienrechtevermarktung aus Sicht der Anbieterseite: Die Entwicklung der Vermarktungs- und Erlösverteilungspraxis	196
a. Die Zeiten der uneingeschränkten Zentralvermarktung bis zur Spielzeit 2005/2006	198
b. Die Kommissionsentscheidung vom 19.01.2005 als Zäsur: Das reformierte Vermarktungsmodell für die Spielzeiten 2006/2007 bis 2008/2009	211
c. Die gescheiterte Vermarktungskoooperation mit der Sirius Sports Media GmbH	218
d. Das Vermarktungsmodell für die Spielzeiten 2009/2010 bis 2012/2013	228
e. Das Vermarktungsmodell für die Spielzeiten 2013/2014 bis 2016/2017	234
f. Das aktuelle Vermarktungsmodell für die Spielzeiten 2017/2018 bis 2020/2021	241
Kapitel III: Die Herleitung und Rechtsnatur originärer audiovisueller Sportmedienrechte	247
A. Einleitung	247
I. Die relevanten Anknüpfungspunkte für die Bestimmung der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	247
1. Normativer Anknüpfungspunkt: Die nationale Rechtsordnung als Grundlage der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	249
2. Sachlich-inhaltlicher Anknüpfungspunkt: Die Hoheit über die audiovisuelle Nutzbarmachung der Profisportveranstaltung	252
3. Personeller Anknüpfungspunkt: Die Sportler und die Veranstalter als potenziell in Betracht kommende Inhaber der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	258
4. Untersuchungsansatz	262
II. Die Unterscheidung zwischen dinglichen/gegenständlichen Rechten und obligatorischen Rechten	266
1. Merkmale, Befugnisse und Drittschutz	268
a. Dingliche / gegenständliche Rechte	268
b. Obligatorische Rechte	283

2. Sukzessionsschutz	287
a. Gegenständliche Rechte	287
b. Obligatorische Rechte	289
3. Insolvenzfestigkeit	290
a. Einleitung	290
b. Obligatorische Rechte	292
c. Gegenständliche Rechte	297
4. Weiterübertragbarkeit / Unterlizenzierbarkeit	310
a. Gegenständliche Rechte	310
b. Obligatorische Rechte	311
aa. Schuldrechtlicher Gestattungsvertrag und Einwilligung	312
bb. Die Übertragbarkeit der Einwilligung	318
III. Die Konsequenzen aus Sicht der Sportvermarktungspraxis	321
B. Die erteilte Autorisation zur audiovisuellen Verwertung der Profisportveranstaltung als dingliches / gegenständliches Recht auf Grundlage der in diesem Sinne herkömmlichen Rechtspositionen	324
I. Das Eigentum an der Veranstaltungsstätte als Grundlage der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	325
1. Vorüberlegungen	325
2. Die BGH-Entscheidungen in Sachen „Preußische Gärten und Parkanlagen I und II“	327
II. Das Immaterialgüterrecht als Grundlage der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	335
1. Wesen und Rechtsnatur des Urheberrechts	335
2. Urheberrechtlicher Werkschutz der durch die Athleten erbrachten sportlichen Darbietung	342
3. Urheberrechtlicher Werkschutz der Veranstalterleistung	346
4. Die urheberrechtlichen Leistungsschutzrechte ausübender Künstler und Veranstalter nach §§ 73 ff., 81 UrhG	348
a. Wesen und Rechtsnatur der urheberrechtlichen Leistungsschutzrechte	348
b. Direkte/analoge Anwendung der §§ 73 ff., 81 UrhG auf Sportler und Sportveranstalter	351

Inhaltsverzeichnis

III. Die Persönlichkeitsrechte als Grundlage der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	357
1. Die vermögenswerten Bestandteile der Persönlichkeitsrechte als „Quasi-Immaterialgüterrechte“	358
a. Verfassungsrechtliches und zivilrechtliches allgemeines Persönlichkeitsrecht	360
b. Persönlichkeitsrechtlicher Vermögensschutz	361
c. Die Konsequenzen der Anerkennung vermögenswerter Bestandteile der Persönlichkeitsrechte	366
aa. Die Konsequenzen auf Rechtsfolgende	366
bb. Die Konsequenzen in Bezug auf die Verkehrsfähigkeit / die in Betracht kommenden Dispositionsbefugnisse – Die Verdinglichung der vermögenswerten Bestandteile des Persönlichkeitsrechts	370
(1.) Einleitung	370
(2.) Nutzungsgestattung mit schuldrechtlicher Wirkung / Einwilligung	375
(3.) Wirtschaftspersönlichkeitsrecht	377
(4.) Translative Übertragung von „Persönlichkeitsgüterrechten“	377
(5.) Einräumung gegenständlicher Nutzungsrechte an den vermögenswerten Bestandteilen der Persönlichkeitsrechte nach urheberrechtlichem Vorbild / „Gebundene Rechtsübertragung“	378
(6.) Stellungnahme	379
2. Das Recht am eigenen Bild nach §§ 22 ff. KUG	386
a. Die Neuausrichtung des Bildnisschutzes durch den BGH nach dem „Caroline-Urteil“ des EGMR	387
b. Der Bildnisschutz der Athleten bei regulären audiovisuellen Berichterstattungen über Profisportereignisse	396
3. Das Namensrecht gem. § 12 BGB	408
4. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht	409
a. Einleitung	409
b. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht in Gestalt des Bildnisschutzes	411

c.	Das allgemeine Persönlichkeitsrecht in Gestalt des Leistungsschutzes	413
aa.	Anwendbarkeit – Verhältnis zu den besonderen Leistungsschutzrechten der §§ 73 ff. UrhG sowie zum Bildnisschutz der §§ 23 ff. KUG	413
bb.	Die sportliche Darbietung des Athleten als schutzfähiges Persönlichkeitsmerkmal unter Zugrundelegung der sog. „Orchester-Entscheidung“ des BGH	416
C.	Die erteilte Autorisation zur audiovisuellen Verwertung der Profisportveranstaltung als obligatorisches Recht auf Grundlage der von der Rechtsprechung als Abwehrrechte herangezogenen Rechtspositionen	425
I.	Einleitung	425
II.	Das Hausrecht als Grundlage der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	432
1.	Begriff, Herleitung und Berechtigte	433
2.	Die Reichweite des durch das Hausrecht gewährten Schutzes	438
3.	Folgerungen für die vermarktungsrechtliche Dimension des Hausrechts	452
III.	Das Lauterkeitsrecht als Grundlage der audiovisuellen Sportmedienrechte	458
1.	Einleitung	458
2.	Anwendbarkeit des UWG – Sperrwirkung kraft der sondergesetzlichen Regelungen des UrhG?	461
a.	Ausgangslage: Das Spannungsverhältnis zwischen lauterkeitsrechtlichem Leistungsschutz und immaterialgüterrechtlichem Sonderrechtsschutz	462
b.	Die Vorrangthese des BGH	466
c.	Die Literaturauffassungen	469
aa.	Die Subsidiarität des lauterkeitsrechtlichen Leistungsschutzes	470
bb.	Parallele Anwendbarkeit von immaterialgüterrechtlichem Sonderrechtsschutz und lauterkeitsrechtlichem Leistungsschutz	471
(1.)	Der Schutz der unternehmerischen Leistung als originäre Aufgabe des Lauterkeitsrechts	471
(2.)	Das Lauterkeitsrecht als Marktverhaltensrecht	472

Inhaltsverzeichnis

d. Folgerungen in Bezug auf den Untersuchungsgegenstand	474
3. Die Tatbestandsvoraussetzungen des lauterkeitsrechtlichen Leistungsschutzes	479
a. Geschäftliche Handlung	479
aa. Markt- und unternehmensbezogenes geschäftliches Verhalten	481
bb. Objektiver Absatz- oder Bezugsförderungszusammenhang	484
b. Die Unlauterkeit der geschäftlichen Handlung gemäß der Fallgruppe des ergänzenden lauterkeitsrechtlichen Leistungsschutzes	487
aa. Vorüberlegungen: Das „Hartplatzhelden- Verfahren“	488
(1.) Der Sachverhalt und die Unterschiede zum Untersuchungsgegenstand	489
(2.) Die Entscheidungen der Instanzgerichte	490
(3.) Die BGH-Entscheidung	491
bb. Nachahmungstatbestand	494
(1.) Nachahmungsgegenstand - Waren oder Dienstleitungen	495
(2.) Mitbewerberbezug / Wettbewerbsverhältnis	497
(a.) Sportler	498
(b.) Veranstalter	503
(3.) Die wettbewerbliche Eigenart des Nachahmungsgegenstandes	508
(4.) Nachahmungshandlung	511
cc. Das Erfordernis der „besonderen wettbewerblichen Umstände“	519
(1.) Einführung in die Problematik	519
(2.) Überblick zur Entwicklung der Rechtsprechung	520
(a.) Die Rechtsprechung des Reichsgerichts	520
(b.) Die Rechtsprechung des BGH bis zur „Hartplatzhelden-Entscheidung“	523

(3.) Die nicht autorisierte audiovisuelle Verwertung einer Profisportveranstaltung und der mittelbare lauterkeitsrechtliche Leistungsschutz - Die besonderen Umstände des § 4 Nr. 3 UWG	537
(a.) Vermeidbare Herkunftstäuschung gem. § 4 Nr. 3 lit. a UWG	538
(b.) Rufausbeutung oder -beeinträchtigung nach § 4 Nr. 3 lit. b UWG:	539
(c.) Unredliche Kenntniserlangung nach § 4 Nr. 3 lit. c UWG	542
(d.) Behinderung nach § 4 Nr. 3 UWG	544
(4.) Die nicht autorisierte audiovisuelle Verwertung der Profisportveranstaltung und der unmittelbare lauterkeitsrechtliche Leistungsschutz über § 3 I UWG	546
(a.) Kein Verzicht auf die besonderen Umstände nach § 4 Nr. 3 lit. a bis c UWG / Verhaltensbezogener, mittelbarer wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	548
(b.) Unmittelbarer Leistungsschutz über die Generalklausel des § 3 I UWG	553
(aa.) Der Schutz unternehmerischer Leistungen als originäre Aufgabe des UWG	553
(bb) Unmittelbarer lauterkeitsrechtlicher Leistungsschutz im Einzelfall nach Maßgabe sog. „Je-desto-Kriterien“	555
(cc) Unmittelbarer Leistungsschutz bei drohendem Marktversagen	558
(c.) Stellungnahme	559
(d) Folgerungen für die audiovisuelle Verwertung von Profisportveranstaltungen am Beispiel des Fußballsports	585
c. Eignung zur spürbaren Beeinträchtigung der Interessen von Marktteilnehmern	594

Inhaltsverzeichnis

4. Schutzzumfang	596
a. Inhaltliche Reichweite des Schutzes	596
b. Zeitliche Reichweite des Schutzes	598
5. Rechtsfolgen und Dispositionsbefugnisse – Die Verkehrsfähigkeit der kraft des unmittelbaren lauterkeitsrechtlichen Leistungsschutzes vermittelten Rechtsposition	603
IV. Das Deliktsrecht als Grundlage der audiovisuellen Sportmedienrechte	607
1. Das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb nach §§ 823 I BGB	607
a. Sportler	608
b. Veranstalter	610
2. Die sittenwidrige vorsätzliche Schädigung gem. § 826 BGB	615
D. Beschränkungen der originären audiovisuellen Sportmedienrechte	620
I. Einleitung	620
II. Zugangs- und Berichterstattungsansprüche aus einfachem Gesetzesrecht	622
1. Ansprüche aus § 6 II VersammlG	622
2. Ansprüche in unmittelbarer Anwendung der §§ 18 ff., 33 GWB, 826 BGB jeweils i.V.m. § 249 BGB	623
III. Zugangs- und Berichterstattungsansprüche aufgrund mittelbarer Drittwirkung des Art 5 I 2 GG über §§ 18, 19 I Nr. 2, 33 GWB bzw. 826 BGB i.V.m. § 249 BGB	631
IV. Das nachrichtenmäßige Fernsehkurzberichterstattungsrecht gem. § 5 RStV	645
V. Analoge Anwendung des § 5 RStV für die Anbieter der übrigen audiovisuellen Mediendienste	650
VI. Zugangs- und Kurzberichterstattungsansprüche der Anbieter audiovisueller Mediendienste aufgrund mittelbarer Drittwirkung des Art 5 I 2 GG über §§ 18, 19 II Nr. 1, 33 GWB bzw. 826 BGB i.V.m. § 249 BGB	651
VII. Dogmatische Einordnung der für den TV-Bereich geltenden Beschränkungen	653
1. Das Lauterkeitsrecht im Lichte des § 5 RSTV	654
2. Das Deliktsrecht im Lichte des § 5 RSTV	658
3. Das Hausrecht im Lichte des § 5 RStV	660
VIII. Abgrenzung zu den Beschränkungen der Rechtsausübung	662

Inhaltsverzeichnis

Kapitel IV: Résumé	667
A. Zusammenfassung	667
B. Ausblick	679
Verzeichnis relevanter Materialien	697
Literaturverzeichnis	705

