

Fokus Sport – Das Recht  
Hgg. von Thomas Wallentin



# **Fokus Sport**

## **Das Recht**

Herausgegeben von  
Prof. MMag. Dr. Thomas WALLENTIN

Mit Beiträgen von  
Dr. Stephanie BONNER, Dr. Manfred DIMMY  
Mag. Johanna GAISWINKLER, Dr. Natalie HAHN,  
Mag. Pia HASCHKE, LL.M, Dr. Dominik HOFMARCHER,  
Dr. Martina JONAS, Dr. Klaus KASSAI, LL.M,  
Mag. Patrick Onyemaechi KAINZ, LL.M (NYU, NUS),  
Mag. Martin NIEDERHUBER, Mag. Paul REICHEL,  
Mag. Nikolaus ROSENAUER,  
Dr. Peter SANDER, LL.M./MBA,  
Dr. Thomas SEEBER MASCI (Padova), LL.M. (Krems),  
Dr. Philipp SPRING, LL.M. (PENN),  
MMag. Christina TOTH, MSc,  
Prof. MMag. Dr. Thomas WALLENTIN

Wien 2016

MEDIEN und RECHT Verlag

Fokus Sport – Das Recht

Reihe Sport & Recht Band 1

Herausgeber Prof. MMag. Dr. Thomas Wallentin

Mit Beiträgen von

Dr. Stephanie Bonner, Dr. Manfred Dimmy,  
Mag. Johanna Gaiswinkler, Dr. Natalie Hahn,  
Mag. Pia Haschke, LL.M, Dr. Dominik Hofmarcher,  
Dr. Martina Jonas, Dr. Klaus Kassai, LL.M,  
Mag. Patrick Onyemaechi Kainz, LL.M (NYU, NUS),  
Mag. Martin Niederhuber, Mag. Paul Reichel,  
Mag. Nikolaus Rosenauer, Dr. Peter Sander, LL.M./MBA,  
Dr. Thomas Seeber MASCI (Padova), LL.M. (Krems),  
Dr. Philipp Spring, LL.M. (PENN), MMag. Christina Toth, MSc,  
Prof. MMag. Dr. Thomas Wallentin

Medien und Recht Verlags GmbH – 1040 Wien

---

ISBN: 978-3-900741-69-3

Druck: Mazowieckie Centrum Poligrafii, 05-270 Marki/Polen

## Vorwort des Herausgebers

Die Sportwirtschaft ist einer der maßgeblichen Wirtschaftsbereiche in Österreich. Knapp 6% des Bruttoinlandsprodukts (17.1 Mrd Euro) werden „über den Sport (iwS) bewegt“. Also nicht nur Bewegung beim Sport, sondern auch durch den Sport.<sup>1</sup>

Zunehmende Professionalisierung und steigende wirtschaftliche Bedeutung des Sports führen zwangsläufig zu einer intensiveren Verrechtlichung auch dieses Gesellschafts- und Lebensbereiches. Diese Entwicklung erfordert auf Ebene der verantwortlichen Entscheidungsträger eine höhere Sensibilisierung für und in weiterer Folge auch Befassung mit (sport)rechtlichen Fragen. Regelmäßig steht diesen Personen für ihre oftmals ehrenamtlich übernommene Funktion allerdings lediglich ein begrenztes Zeitbudget zur Verfügung. Hinzu kommt, dass die rechtlichen Zusammenhänge komplexer werden und auch unter „Profis“ nur mehr Spezialisten den Überblick behalten (können).

Sportrecht i.e.S. – Wettkampffregeln – war und ist immer schon untrennbar mit zumindest wettkampfmäßiger Sportausübung verbunden. Sportrecht iwS ist jedoch erst in jüngerer Vergangenheit in den Fokus der am Sportgeschehen Beteiligten gerückt und hat davor ein eher stiefmütterliches Dasein in der Welt des Rechts gefristet. Dies mag vielleicht auch damit zusammenhängen, dass der Begriff Sportrecht kein klar umrissener oder eindeutig definierter Begriff ist. Vielmehr steht er für eine komplexe, mehrdimensionale rechtliche Querschnittsmaterie in einem sich höchst dynamisch entwickelnden faktischen Umfeld. Gerade das macht die Befassung mit sportrechtlichen Themen – sei es dogmatisch oder in der Praxis – gleichermaßen herausfordernd und befriedigend, muss dabei doch häufig auch rechtliches Neuland betreten werden.

Seit der Institutionalisierung des Sportgeschehens auf internationaler Ebene haben sich privatautonom global einheitliche Sportrechtsordnungen parallel zu staatlichen Rechtsordnungen entwickelt. Die Harmonisierung oder gar Vereinheitlichung territorial unterschiedlicher Rechtsordnungen – ein mitunter mühevolleres Unterfangen, wie das Projekt der Schaffung eines einheitlichen Europäischen-Binnenmarktes zeigt – ist in der Welt des Sportes seit jeher verwirklicht. Verbandsstrukturen, die über straffe institutionelle Organisationshierarchien von Weltverbänden abwärts bis zu kleinen Vereinen auf nationaler, lokaler Ebene vollzogen werden,

---

<sup>1</sup> <http://www.bso.or.at/de/sport-in-oesterreich/sport-und-gesellschaft/sport-und-wirtschaft/studie-volkswirtschaftlicher-nutzen-von-sport/>.

sorg(t)en für weltweit – lediglich sportartenspezifisch unterschiedliche – einheitliche Regeln der Sportausübung.

Alleiniger Zweck dieser Sport(ausübungs)regeln war zunächst, die einheitliche Ausübung einer bestimmten Sportart weltweit zu gewährleisten. Um (erst) so einen weltweiten (Vergleichs)Wettkampf sich in der betreffenden Sportart messender Spitzensportler aus allen Ländern zu gewährleisten. Mit der Zeit wurden diese Regelwerke mit Themen angereichert und beladen, die mit der bloßen Organisation der Sportausübung als solcher allerdings in keinem zwingenden Zusammenhang standen. Vielfach wird diese insofern erweiterte zentralisierte Rechtssetzungs- und Rechtsdurchsetzungsbefugnis zunehmend hinterfragt. Dabei geraten die historisch gewachsenen und privatautonom gesetzten Sport-Rechtsordnungen mitunter in Konflikt mit territorial zu beachtenden zwingenden Vorschriften staatlicher Rechtsordnungen.

Nach dem Motto – Wo kein Kläger, da kein Richter – waren viele der solcherart zweifelsohne bereits seit langem gegebenen Inkompatibilitäten aber (noch) nicht spürbar und sind unentdeckt geblieben oder haben zumindest zu keinen offenen Konflikten geführt. Gestiegenes Rechtsbewusstsein einerseits und sich unterschiedlich entwickelnde individuelle (va wirtschaftliche) Interessen am Sportgeschehen Beteiligter andererseits, führ(t)en jedoch dazu, dass diese Konflikte in jüngerer Vergangenheit verstärkt aufgezeigt und rechtlich aufgegriffen werden.

Aus all dem ergibt sich ein naheliegender Bedarf an einer (auch dogmatischen) Aufarbeitung sportrechtlicher Themen. Einzelne der – vor allem aus der Sicht der Sportpraxis – interessierenden Themen näher aufzuzeigen, zu hinterfragen und auszuleuchten, ist das Anliegen dieses Sammelbandes. Der Titel „Fokus Sport – Das Recht“ wurde bewusst gewählt, um damit zum Ausdruck zu bringen, dass bei allen rechtlichen Überlegungen es doch immer der Sport bleiben muss, um den sich alles dreht, für den es gilt, ein stabiles rechtliches Umfeld zu gewährleisten.

Erfreulicherweise stieß meine Idee, einen derartigen – nur vordergründig inhaltlich inkohärent erscheinenden – Sammelband zu realisieren, bei zahlreichen mit sportrechtlichen Fragen befassten Juristen, sei es aus der öffentlichen Sportverwaltung, den Sportorganisationen oder auch aus entscheidenden oder beratenden Berufen in gerichtlichen/behördlichen oder anwaltlichen Kreisen, auf großes Interesse. Innerhalb kurzer Zeit gelang es, eine Vielzahl namhafter und praxiserfahrener AutorInnen für dieses Projekt zu gewinnen. Für ihr spontanes Interesse und Engagement, zum Entstehen dieses Sammelbandes beizutragen und nicht wenig, der ohnedies niemals ausreichend vorhandenen Zeit dafür zu investieren, darf ich mich an dieser Stelle sehr herzlich bedanken.

Besonders möchte ich mich bei Prof Dr Heinz Wittmann (Verlag Medien & Recht) bedanken, der sich über meine diesbezügliche Anfrage spontan bereit erklärt hatte, das Wagnis einer solchen sportrechtlichen Publikation verlegerisch zu betreuen.

Wir, das sind alle AutorInnen dieses Buches, selbstverständlich auch der Verlag, hoffen, dass die vielfältigen Arbeiten dieses Sammelbandes dazu beitragen werden, zahlreiche sportrechtliche Fragen eingehend(er) aufzuarbeiten, allenfalls auch überhaupt erstmals zu stellen und so – mit Blick aus der und auf die Praxis – einer dogmatischen Einordnung und Klärung zuzuführen. Möge die Übung gelingen!

Prof. Dr. Thomas Wallentin

im Dezember 2016





# Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis .....	XI
Autorinnen/Autoren der Beiträge .....	XXIX
<b>ARBEITSRECHT</b>	
<b>Der Sport im Arbeitsrecht (Natalie Hahn) .....</b>	<b>1</b>
<b>BAURECHT/UVF</b>	
<b>Das öffentlich-rechtliche Bewilligungsregime für Sportstätten     (Peter Sander/Martin Niederhuber) .....</b>	<b>35</b>
<b>DOPING</b>	
<b>Doping im Sport: Regulative, Sanktionen und haftungsrechtliche     Fragen (Stephanie Bonner) .....</b>	<b>63</b>
<b>FINANZIERUNG</b>	
<b>Finanzierung im Sportbereich; insbesondere Crowdfunding     ... muss man das sportlich sehen? (Thomas Seeber) .....</b>	<b>97</b>
<b>MARKETING</b>	
<b>Sportverein® – Der Sportverein als Marke     (Dominik Hofmarcher) .....</b>	<b>133</b>
<b>Ambush Marketing – Kreativität gegen Exklusivität?!     (Philipp Spring) .....</b>	<b>165</b>
<b>NATURSCHUTZRECHT</b>	
<b>Sportausübung als Eingriffe in den Naturraum – Rechtliche     Rahmenbedingungen (Johanna Gaiswinkler/Paul Reichel) .....</b>	<b>223</b>
<b>RUNDFUNK</b>	
<b>Sport im Österreichischen Rundfunk (ORF) –     Rundfunkregulatorischer Rahmen (Klaus Kassai) .....</b>	<b>247</b>
<b>SPONSORING</b>	
<b>Sport-Sponsoring – vertraglicher Leistungsaustausch im     Spannungsfeld von Sportlerpersönlichkeit und     kommerziellen Interessen (Patrick Kainz) .....</b>	<b>277</b>
<b>Der Naming-Right-Vertrag für Sportstätten     (Nikolaus Rosenauer) .....</b>	<b>343</b>
<b>SPORTLERMANAGEMENT</b>	
<b>Das Sportlermanagement – Der Sportlermanagementvertrag     (Manfred Dimmy) .....</b>	<b>381</b>

URHEBERRECHT

**Urheberrechtliche Aspekte des Public Viewing von Sportevents  
(Martina Jonas) ..... 405**

**Sport und Urheberrecht – Ein sportlicher Streifzug durch das  
Urheberrecht (Thomas Wallentin) ..... 433**

VERANSTALTUNGSRECHT

**Die Sportveranstaltung in den Veranstaltungsgesetzen der  
Länder (Christina Toth) ..... 519**

VERBANDSRECHT

**Private Rechtsetzung der Verbände als Teil der Autonomie des  
Sports – Möglichkeiten und Grenzen der Selbstregulierung  
(Pia Haschke) ..... 551**

Stichwortverzeichnis ..... 601

# Inhaltsverzeichnis

Autorinnen/Autoren der Beiträge ..... XXIX

## ARBEITSRECHT

<b>Der Sport im Arbeitsrecht (Natalie Hahn) .....</b>	<b>1</b>
A. Sport als Arbeit .....	2
1. Zum Begriff „Arbeit“ .....	2
2. Ist Sport als Arbeit zu qualifizieren? .....	2
3. Zur Einordnung des Berufssports als Arbeit bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen .....	6
B. Sport als selbständige oder unselbständige Arbeit .....	6
1. Arbeitsvertrag und Arbeitnehmerbegriff .....	6
2. Werkvertrag .....	7
3. Zur Arbeitnehmereigenschaft von Sportlern .....	8
3.1. Arbeitsort und Arbeitszeit .....	8
3.2. Weisungen in Bezug auf arbeitsbezogenes Verhalten und persönliche Leistungserbringung .....	9
3.3. Arbeitsmittel .....	12
4. Conclusio .....	12
5. Rechtsprechung zur Arbeitnehmereigenschaft von Sportlern .....	12
6. Der Sportler als Unternehmer .....	14
C. Der Profisportler als Arbeiter oder Angestellter .....	14
1. Höhere nicht kaufmännische Dienste .....	15
2. Zur Einordnung der arbeitsrechtlichen Stellung von Berufssportlern in der Literatur .....	17
D. Recht auf Beschäftigung von Berufssportlern .....	22
1. Recht auf Beschäftigung im Allgemeinen .....	22
2. Recht auf Beschäftigung des Berufssportlers .....	25
3. Rechtsfolgen im Falle des Verstoßes gegen die Beschäftigungspflicht .....	30
3.1. Austritt .....	30
3.2. Entgeltanspruch .....	31
Literaturverzeichnis .....	32

## BAURECHT/UVP

<b>Das öffentlich-rechtliche Bewilligungsregime für Sportstätten (Peter Sander/Martin Niederhuber) .....</b>	<b>35</b>
--	-----------

A. Sportstättenbau aus öffentlich-rechtlicher Sicht .....	36
B. Die Sportstätte als ortsfeste Anlage .....	37
1. Zum Begriff der Sportstätte allgemein .....	37
2. Ortsgebundenheit als Abgrenzungskriterium .....	37
C. Die Sportstätte als Bauwerk und als Veranstaltungsstätte .....	38
1. Bau- und Veranstaltungsrecht als Landesmaterie .....	38
2. Das Bauwerk .....	39
3. Bewilligungspflicht und Genehmigungsvoraussetzungen .....	40
a) Burgenland .....	40
b) Kärnten .....	42
c) Niederösterreich .....	43
d) Oberösterreich .....	44
e) Salzburg .....	45
f) Steiermark .....	46
g) Tirol .....	48
h) Vorarlberg .....	49
i) Wien .....	51
D. Die Sportstätte als UVP-pflichtiges Vorhaben .....	52
1. Struktur und Konzept der Umweltverträglichkeitsprüfung ....	52
2. Exkurs: Feststellungsverfahren .....	55
3. Die „UVP-Sportstättentatbestände“ .....	56
a) Skigebiete .....	56
b) Sportstadien und Golfplätze .....	58
c) Renn- und Teststrecken .....	61
Literaturverzeichnis .....	62

## DOPING

### **Doping im Sport: Regulative, Sanktionen und haftungsrechtliche Fragen (Stephanie Bonner) .....**

A. Einleitung .....	64
B. Doping im Allgemeinen .....	65
1. Was ist Doping? .....	65
2. Das Welt-Anti-Doping-Programm .....	67
3. Doping – Nationale Rechtsgrundlagen .....	68
4. Anti-Doping-Bestimmungen, Sanktionen und sonstige Maßnahmen im Dopingfall .....	69
a) Anti-Doping-Bestimmungen .....	70
b) Sanktionen und sonstige Maßnahmen im Dopingfall .....	72
C. Der gedopte Profisportler im Mannschaftssport .....	74

1. Anti-Doping-Bestimmungen und deren Geltung für Sportler im Mannschaftssport .....	74
2. Vertragliche Pflichten des Profisportlers im Arbeitsverhältnis .....	77
3. Doping als Entlassungsgrund .....	78
4. Haftung des Sportlers gegenüber seinem Arbeitgeber .....	80
a) Haftung wegen vorzeitiger Beendigung des Spielervertrages .....	80
b) Haftung wegen Verlusts staatlicher Sportförderungen .....	83
c) Haftung wegen Wegfalls von Sponsoringleistungen .....	84
d) Haftung für die Kosten des Anti-Doping-Verfahrens .....	86
5. Haftung gegenüber Teamkollegen .....	87
D. Der gedopte Profisportler im Einzelsport .....	89
1. Anti-Doping-Bestimmungen und deren Geltung für Sportler im Einzelsport .....	89
2. Der Sportler als Vereinsmitglied .....	90
3. Der Sportler als Nicht-Vereinsmitglied – Haftung gegenüber dem Veranstalter .....	91
4. Der Sportler als Testimonial – Haftung des gesponserten Sportlers .....	92
E. Zusammenfassung .....	93
Literaturverzeichnis .....	95

## FINANZIERUNG

### **Finanzierung im Sportbereich; insbesondere Crowdfunding**

<b>... muss man das sportlich sehen? (Thomas Seeber) .....</b>	<b>97</b>
I. Einleitung .....	99
a. Allgemeines .....	99
b. Exkurs: „Retter-Kampagne“ FC St. Pauli .....	101
c. Aktuelle (wirtschaftliche) Entwicklungen/Kreditklemme ...	102
d. Geschichte .....	104
II. Grundsätzliches zu Finanzierungskonzepten .....	106
a. Allgemeines .....	106
b. Die Schenkung .....	106
c. Darlehen, Kredit und Leihe .....	107
d. Kreditrisiko und Kreditrisikoberechnung .....	107
e. Exkurs: Sicherheiten .....	111
f. Beteiligungsmodell .....	114
III. Anlegerschutz/Regulierter Kapitalmarkt .....	115

IV. Ausprägungen des Crowdfunding /die verschiedenen Arten von Crowdfunding .....	117
a. Allgemeines .....	117
b. Schenkungsbasiertes Crowdfunding .....	118
c. Vergütungsbasiertes Crowdfunding .....	118
d. Eigenkapitalbasiertes Crowdfunding .....	119
V. Was macht eine erfolgreiche Crowdinvesting-Kampagne aus? .....	121
VI. AltFG .....	122
a. Allgemeines .....	122
b. Prospekt Light .....	122
c. Die Pflichten der Crowdinvesting-Plattformen .....	124
d. Nachrangdarlehen .....	124
VII. Vermeidung von Geldwäsche .....	125
VIII. Risiken .....	126
IX. I Believe In You .....	127
X. Zusammenfassung .....	128
Literaturverzeichnis .....	129

## MARKETING

### **Sportverein® – Der Sportverein als Marke (Dominik Hofmarcher) .. 133**

A. Aufbau einer Marke aus wirtschaftlicher Sicht .....	134
1. Der Sportverein als Wirtschaftsunternehmen .....	134
2. Schaffung einer Marke .....	135
3. Die Kennzeichen des Sportvereins als Imageträger .....	137
B. Sekundärvermarktung .....	138
1. Merchandisingvermarktung (im Sportbereich) .....	138
2. Wirtschaftliche Bedeutung der Merchandisingvermarktung im Sport .....	140
C. Rechtlicher Schutz der Marke durch Markenrechte .....	141
1. Schutzzweck des Markenrechts – Die Funktion(en) der Marke aus rechtlicher Sicht .....	142
2. Erwerb des Markenrechts .....	143
a) Unterscheidungskraft von Vereinsnamen und Vereinslogos .....	145
b) Unterscheidungskraft von „Merchandisingmarken“ .....	146
3. Praxisbeispiele – Markenportfolios europäischer Fußballvereine .....	149
a) Markenportfolio des FC Barcelona .....	149
b) Markenportfolio von Real Madrid .....	150

c) Markenportfolio von Manchester United .....	150
d) Markenportfolio des FC Bayern München .....	150
4. Ausschließungsrechte des Markeninhabers .....	151
a) Schutz bei Doppelidentität .....	151
b) Schutz vor Verwechslungsgefahr .....	152
c) Bekanntheitsschutz .....	153
d) Beschränkungen des Markenschutzes .....	155
5. Durchsetzung des Markenrechts – Territorialitätsprinzip .....	155
6. Vorgehen gegen die unautorisierte Verwendung der Marke zu Merchandisingzwecken .....	156
a) Benutzung der Marke .....	156
b) Funktionsbeeinträchtigung .....	157
c) Verletzung der bekannten Marke .....	159
d) Exkurs: Lauterkeitsrechtlicher Leistungsschutz .....	160
D. Weitere rechtliche Schutzinstrumentarien .....	162
E. Schlusstrich .....	162
Literaturverzeichnis .....	163

### **Ambush Marketing – Kreativität gegen Exklusivität?!**

<b>(Philipp Spring) .....</b>	<b>165</b>
A. Einleitung .....	166
B. Beispiele für Ambush-Marketing – Ein Streifzug durch die Sportgeschichte und gleichzeitig eine Reise um den Globus .....	168
C. Definition(en)/Begriff Ambush-Marketing und deren Akteure .....	182
1. Definitionen – Was ist Ambush-Marketing? .....	182
2. Die Akteure des Ambush-Marketings .....	185
a) Der Veranstalter .....	185
b) Der Sponsor .....	186
c) Der Ambusher .....	187
d) Exkurs: Empirische Untersuchungen zu Ambush Marketing .....	187
D. Erscheinungsformen/Einteilung von Ambush Marketing .....	188
1. Direktes (plumpes) Ambush-Marketing .....	189
2. Indirektes (subtiles) Ambush-Marketing .....	189
a) Ambush-Marketing im engeren Sinn (Ambush Marketing by Intrusion) .....	189
b) Ambush Marketing im weiteren Sinn (Ambush Marketing by Association) .....	191
3. Dominant destruktiv aggressives Ambush-Marketing .....	194

E. Rechtliche Bewertung von Ambush-Marketing und Abwehrmaßnahmen .....	194
1. Urheberrecht .....	195
2. Markenrecht .....	196
3. Wettbewerbsrecht – Unlauterer Wettbewerb .....	202
a) Irreführung .....	202
b) Rufausbeutung .....	205
c) Behinderung .....	208
4. Hausrecht .....	210
5. Sondergesetzlicher Schutz .....	214
6. Sonstige Maßnahmen .....	217
F. Fazit .....	219
Literaturverzeichnis .....	219

## NATURSCHUTZRECHT

### **Sportausübung als Eingriffe in den Naturraum – Rechtliche Rahmenbedingungen (Johanna Gaiswinkler/Paul Reichel) .....**

A. Einleitung .....	224
B. Naturschutzrecht .....	225
1. Verfassungsrechtliche Kompetenzrechtslage und Rechtsgrundlagen .....	225
a) Allgemeines .....	225
b) Völker- und Unionsrecht .....	226
c) Innerstaatliches Recht .....	226
2. Schutzgebiete und -objekte .....	226
a) Naturgebietsschutz .....	226
b) Lebensraumschutz .....	229
c) Schutz von Tier- und Pflanzenarten .....	230
d) Eingriffsschutz .....	232
3. Die naturschutzrechtliche Genehmigung .....	232
a) Zuständige Behörden .....	233
b) Genehmigungsantrag .....	233
c) Parteien .....	233
d) Bewilligungsvoraussetzungen .....	234
C. Forstrecht .....	235
1. Was ist „Wald“? .....	235
2. Sportanlagen im Wald .....	237
a) Rodungsbegriff .....	237
b) Rodungsbewilligung .....	237



c) Öffentliche Interessen .....	238
d) Rodungsverfahren .....	239
e) Rodungsbewilligung .....	239
3. Sportausübung im Wald .....	240
a) Forstliches Betretungsrecht .....	240
b) Schitouren im Wald .....	241
c) Mountainbiken im Wald .....	242
d) Klettern im Wald .....	244
4. Zusammenfassung: sportliche Waldnutzung .....	245
Literaturverzeichnis .....	246

## RUNDFUNK

<b>Sport im Österreichischen Rundfunk (ORF) – Rundfunkregulatorischer Rahmen (Klaus Kassai) .....</b>	<b>247</b>
A. Einleitung .....	248
B. Sport im öffentlich-rechtlichen Kernauftrag des ORF .....	249
1. Die Bedeutung des Sports für die Gesellschaft .....	249
2. Der allgemeine Auftrag zur Sportberichterstattung .....	250
3. Der besondere Auftrag zur Gestaltung eines ORF-Sport-Spartenprogramms .....	251
4. Premium-Sportbewerb oder Randsportart in der behördlichen Entscheidungspraxis .....	253
5. Die Ausgewogenheit des ORF-Gesamtprogramms .....	256
C. Erwerb von Sportrechten .....	259
1. Akt des gewöhnlichen Geschäftsbetriebs .....	259
2. Beihilfenrechtliche Vorgaben .....	261
3. Weitergabe von Sportrechten an Dritte .....	262
4. Marktkonformes Verhalten beim Erwerb von Sportrechten .....	265
D. Kommerzielle Kommunikation in und im Umfeld von Sportsendungen .....	271
1. Unterbrecherwerbung in Sportsendungen .....	271
2. Sponsorhinweise während Sportsendungen .....	272
Literaturverzeichnis .....	275

## SPONSORING

<b>Sport-Sponsoring – vertraglicher Leistungsaustausch im Spannungsfeld von Sportlerpersönlichkeit und kommerziellen Interessen (Patrick Kainz) .....</b>	<b>277</b>
---	------------

I.	Einleitung .....	279
A.	Der Begriff des Sponsoring allgemein .....	279
B.	Warum wird Sponsoring eingesetzt? .....	280
C.	Unterschied von Sponsoring zu anderen Unterstützungs- formen .....	281
1.	Mäzenatentum .....	281
2.	Merchandising .....	281
3.	Öffentliche Förderungen .....	282
4.	Spenden.....	283
5.	Crowdfunding .....	283
D.	Einsatz von Sponsoring im Sport .....	283
E.	Wirtschaftliche Relevanz des Sportsponsoring .....	285
1.	Finanzielles Volumen von Sportsponsoring .....	285
2.	Wirtschaftliche Bedeutung von Sportsponsoring für die Gesponserten .....	287
F.	Zwischenergebnis .....	289
II.	Rechtliche Einordnung des Sportsponsoringvertrags .....	289
A.	Keine gesetzliche Definition des Sportsponsorings .....	289
B.	Wesensmerkmale des (Sport-)Sponsoringvertrags .....	291
1.	Abgrenzung zu anderen Vertragstypen .....	291
a)	Sponsoringvertrag als atypischer Vertrag .....	292
b)	Abweichung vom Schenkungsvertrag .....	292
c)	Abweichung vom Dienstvertrag .....	293
d)	Abweichung vom Bestandsvertrag .....	293
2.	Immaterialgüterrechtlicher Kern des Sponsoring- vertrags .....	294
3.	Schuldet der Gesponserte einen bestimmten Erfolg? ....	296
4.	Exkurs „Right of Publicity“ .....	296
C.	Zwischenergebnis .....	297
III.	Am Sportsponsoring beteiligte Akteure und ihre Leistungen ..	297
A.	Der Sponsor .....	298
B.	Der Gesponserte .....	299
a)	Der Einzelsportler .....	299
b)	Die Sportveranstalter .....	300
c)	Die Sportstättenbetreiber .....	301
d)	Der Sportverein .....	301
e)	Der Sportverband .....	302
C.	Leistungen von Sponsor und Gesponsertem als vertragliche Hauptleistungspflichten .....	304
1.	Leistung des Sponsors .....	304

a) Geldleistung des Sponsors .....	304
b) Sachleistung des Sponsors .....	305
c) Dienstleistungen des Sponsors .....	306
2. Leistung des Gesponserten .....	306
a) Allgemein .....	306
b) Verwendung von Namen und Bezeichnungen des Gesponserten .....	307
c) Verwendung von visuellen Kennzeichen des Gesponserten .....	313
d) Verwendung sonstiger Kennzeichen des Gesponserten .....	314
e) Einräumung von Werbeflächen durch den Einzelsportler .....	316
f) Sponsoring im Zusammenhang mit dem Hausrecht ..	317
g) Weitere Nutzungsrechte .....	321
h) Dienstleistungen des Einzelsportlers .....	321
i) Zusammentreffen der Rechte unterschiedlicher Gesponserter .....	322
D. Die Vermittler .....	323
1. Vermarktungsgesellschaften und Agenturen .....	323
2. Sportmanager .....	324
E. Zwischenergebnis .....	324
IV. Arten von Sponsoringverträgen im Sport .....	324
A. Ausrüstervertrag .....	324
B. Testimonialvertrag .....	325
C. Vereins-/oder Verbandssponsoringvertrag .....	326
V. Nebenpflichten im Sportsponsoringvertrag .....	326
A. Informationspflicht .....	327
B. Verschwiegenheitsklausel .....	327
C. Wohlverhaltensklausel .....	328
D. Konkurrenzklausel .....	331
E. Zwischenergebnis .....	332
VI. Beschränkung der Sponsoringvertragsfreiheit .....	332
A. Exklusivität als Schutz vor Verwässerung des Sponsoringengagements .....	333
1. Sponsorenmehrheit .....	333
2. Vertragliche Gestaltung von Exklusivrechten .....	334
B. Beschränkungen außerhalb des Sponsoringvertrags .....	334
1. Die Verbandspyramide und die Athletenvereinbarung ..	334
2. Öffnungsklauseln .....	337

3. Gesetzliche Beschränkungen .....	338
4. Vorgaben der Verbände und Veranstalter .....	339
C. Zwischenergebnis .....	340
VII. Fazit .....	340
Literaturverzeichnis .....	341

**Der Naming-Right-Vertrag für Sportstätten (Nikolaus Rosenauer) .. 343**

A. Vorbemerkungen .....	345
B. Gründe für den Abschluss eines Naming-Right-Vertrags .....	347
1. Interessenlage auf Seiten des Naming-Right-Partners (Sponsors): Marketingpotential, Emotionalisierung der Marke .....	347
2. Interessenlage auf Seiten der Sportinstitution: Finanzierungsmöglichkeiten für Sportinfrastruktur- projekte, Beihilfenverbot .....	349
C. Preisfindung: Welchen Wert hat das Naming-Right? .....	350
D. Zur rechtlichen Einordnung des Naming-Right-Vertrags .....	351
1. Die Parteien des Naming-Right-Vertrags .....	352
2. Leistungspflichten im Naming-Right-Vertrag .....	352
3. Gesetzliche Einordnung des Naming-Right-Vertrags .....	354
3.1. Begriffsbestimmung .....	354
3.2. Kaufvertrag (§ 1053 ABGB) .....	354
3.3. Bestandsvertrag (§§ 1090 ff ABGB) .....	355
3.4. Lizenzvertrag .....	357
3.5. Werkvertrag .....	357
3.6. Geschäftsbesorgung .....	358
4. Gemischter Vertrag .....	359
E. Risiken im Rahmen eines Naming-Rights-Vertrags- verhältnisses .....	361
1. Risiko auf Seiten des Naming-Right-Partners (Sponsors) ....	361
1.1. Widerstände gegen die Kommerzialisierung des Stadionnamens .....	361
1.2. Risiken im Zusammenhang mit der Abwicklung des Bauvorhabens .....	362
1.3. Allgemeine typische Risiken .....	363
a. Schwindender sportlicher Erfolg .....	364
b. Veränderung der Medienreichweiten .....	365
c. Dopingvergehen, Spielmanipulation und Wettbetrug .....	366
d. Zuschauerfehlverhalten .....	367

2. Risiken auf Seiten der Sportinstitution .....	371
F. Ausgewählte Vertragsbestimmungen eines Naming-Right-Vertrags .....	372
1. Präambel .....	372
2. Leistungsverpflichtungen der Sportinstitution .....	373
3. Leistungen des Naming-Right-Partners .....	373
4. (Branchen)Exklusivität für den Naming-Right-Partner .....	374
5. Zusicherungen der Sportinstitution .....	375
6. Rechtsfolgen bei Verletzung der Zusicherungen .....	376
7. Rechtsfolgen bei vertragswidrigem Verhalten des Naming-Right-Partners .....	376
8. Werbefreie Sportstätte .....	377
9. Nachvertragliche Verpflichtungen .....	378
10. Aufrechnungs- und Zurückbehaltungsverbot .....	378
11. Sonstige Vertragsinhalte .....	378
G. Schlusswort .....	379
Literaturverzeichnis .....	379

## SPORTLERMANAGEMENT

<b>Das Sportlermanagement – Der Sportlermanagementvertrag (Manfred Dimmy) .....</b>	<b>381</b>
Eingangsbetrachtung .....	383
A. Einzelmanager vs. Agentur .....	384
1. Der Einzelmanager .....	384
2. Die Agentur .....	385
a) Marketing- bzw. Sponsoringagenturen .....	386
b) Sportrechteagenturen .....	387
c) Eventagenturen .....	388
B. Der Sportlermanagementvertrag – Hauptleistungspflichten .....	388
1. Allgemeines .....	388
2. Vertragsinhalt .....	389
a) Vertragsparteien .....	389
b) Pflichten des Managers/der Agentur .....	390
c) Pflichten des Athleten .....	390
aa) Provisionsvereinbarung .....	391
bb) Stundensatz .....	392
cc) Monatsbetrag .....	392
d) Vertragsdauer .....	393
C. Der Sportlermanagementvertrag – Nebenleistungspflichten .....	393

1. Informationspflicht .....	393
2. Umfang der Vertretungsmacht .....	394
3. Persönliche Leistungserbringung .....	394
4. Exklusivität .....	395
5. Externe Dienstleister .....	396
6. Anfragen potentieller Sponsoren .....	396
7. Wohlverhaltensklausel .....	397
8. Doping .....	397
9. Schriftformklausel .....	398
10. Rechtswahl, Gerichtsstand .....	398
11. Außerordentliche Kündigung aus wichtigem Grund .....	398
12. Nachwirkungen .....	399
13. Exkurs: Vermarktungsfähige Rechte .....	400
a) Namensrecht .....	400
b) Recht am eigenen Bild .....	401
c) Schutz geistiger Interessen eines Urhebers .....	401
d) Conclusio .....	402
D. Collaborative Law (CL) – ein Modell zur außergerichtlichen Streitbeilegung .....	402
E. Ausblick .....	404
Literaturverzeichnis .....	404

## URHEBERRECHT

### **Urheberrechtliche Aspekte des Public Viewing von Sportevents (Martina Jonas) ..... 405**

A. Einführung .....	406
B. Gesetzliche Grundlagen .....	408
I. Das Recht der öffentlichen Wiedergabe .....	409
1. Internationale Rechtsgrundlagen .....	409
2. Grundlagen im österreichischen Urheberrecht .....	412
3. Entgeltlichkeit .....	413
4. Öffentlichkeit .....	413
5. Sportereignis und urheberrechtlicher Werkbegriff .....	415
5.1. Sportbewerb als Werk iS des UrhG? .....	415
5.2. Übertragung von Sportereignissen als Filmwerk .....	416
a) Ablauf von Sport-Liveübertragungen in der Praxis .....	416
b) Werkqualität einer TV-Übertragung .....	419
6. Körperliche Fixierung / Live-Sendung .....	423

7. Rechte des Sportveranstalters .....	423
8. Musikalische Rechte / Verwertungsgesellschaften .....	424
II. Das Leistungsschutzrecht des Rundfunkunternehmers an seinem Sendesignal (§ 76a UrhG) .....	426
C. EURO 2016 – Ablauf und Erwerb einer Public Screening- Lizenz .....	427
1. Öffentliche Übertragung .....	427
2. Allgemeine Bedingungen .....	428
3. Marketing und Sponsoring .....	428
4. Lizenzgebühren .....	429
5. Technische Abwicklung .....	430
6. Musikalische Rechte .....	431
Literaturverzeichnis .....	431

**Sport und Urheberrecht – Ein sportlicher Streifzug durch das  
Urheberrecht (Thomas Wallentin) ..... 433**

A. Einleitung .....	435
B. Sportveranstaltung .....	438
1. Schutzrechte zugunsten des Sportveranstalters .....	438
2. Event Design / Event Identity / Schutz eines Veranstaltungskonzeptes .....	442
a) Veranstaltungsgrafiken .....	450
b) Maskottchen .....	456
c) Piktogramme .....	458
d) Slogan .....	461
e) Veranstaltungswebsite .....	462
f) Hymne .....	462
g) Eröffnungs- / Abschlussfeiern .....	463
3. Sportausübungsregeln / Wettkampfbestimmungen .....	463
C. Sportstätten / Sportanlagen als Bauwerke .....	468
1. Stadion / Arena / Halle .....	472
2. Schisprunganlage / Sprungturm .....	474
3. Landschaftsgestaltende Sportanlagen .....	474
D. Sportler .....	477
1. Urheber- / Leistungsschutzrechte .....	477
2. Persönlichkeitsrechte / Bildnisschutz .....	480
3. Tätowierungen .....	481
4. Sportgerät .....	485
E. Zuschauer .....	485
1. Eintrittskarte .....	485

2. Persönlichkeitsrechte / Bildnisschutz / Social Media / Flitzer .....	487
3. Fandialog .....	489
4. Fan-Choreografie / Fangesänge .....	489
5. Cheerleading .....	492
F. Club / Verein / Verbände .....	493
1. Logo / Emblem .....	493
2. Name .....	494
3. Hymnen / Clubsongs .....	495
G. Medien .....	496
1. Fernseh- / Hörfunkübertragung .....	496
a) Fernsehsendung / Film / Holografische Filme .....	497
b) Hörfunksendung .....	500
2. Internet / Stream / web TV / öffentliche Wiedergabe .....	500
3. Live-Ticker .....	501
4. Sportkommentar .....	501
H. Siegestrophäen (Medaille, Pokal, Urkunde) .....	503
I. Sportdaten .....	505
1. Spielpläne, Tabellen .....	505
2. Analyse Software .....	510
J. Exkurs: eSport .....	512
Literaturverzeichnis .....	517

## VERANSTALTUNGSRECHT

<b>Die Sportveranstaltung in den Veranstaltungsgesetzen der Länder (Christina Toth) .....</b>	<b>519</b>
A. Einleitung .....	521
B. Wesen und Zielsetzung des Veranstaltungsrechts .....	521
C. Rechtsgrundlagen im Veranstaltungsrecht .....	522
1. Internationale und unionsrechtliche Rechtsgrundlagen .....	522
2. Verfassungsrechtliche Grundlagen .....	523
3. Bundesrecht .....	524
4. Landesrecht .....	524
5. Verbandsrecht .....	525
D. Die Sportveranstaltung .....	525
1. Öffentliche Veranstaltung .....	525
2. Sportlicher Wettkampf unter Einsatz motorischer Aktivität .....	526
3. Länderspezifische Besonderheiten bei Sport- veranstaltungen .....	527



E. Rechtliche Rahmenbedingungen für Sportveranstaltungen	
im Bundesländervergleich .....	529
1. Vorbemerkung .....	529
2. Anmelde- bzw anzeigepflichtige Veranstaltungen .....	530
a) Allgemeine Regelungen .....	530
b) Anmelde- bzw Anzeigepflicht für Sportveranstaltungen bei potentieller Gefährdung von Mensch und Umwelt ...	531
3. Bewilligungspflichtige Veranstaltungen .....	532
a) Allgemeine Regelungen .....	532
b) Bewilligungspflicht für Sportveranstaltungen nur in Ausnahmefällen .....	533
4. Freie Veranstaltungen .....	533
a) Allgemeine Regelungen .....	533
b) Freie Sportveranstaltungen als Regelfall .....	534
5. Verbotene Veranstaltungen .....	535
Exkurs: Public Viewing von Sportveranstaltungen .....	535
6. Voraussetzungen für die Durchführung von Sportveranstaltungen .....	536
a) Allgemeine Erfordernisse .....	536
b) Lärmschutz bei Sportveranstaltungen .....	536
c) Geeignete Veranstaltungsstätte .....	537
d) Auflagen, Untersagung, Einstellung, Abbruch .....	538
7. Sportveranstaltungen in und außerhalb von Sportstätten ....	538
a) Sportveranstaltungen in Sportstätten .....	538
b) Wassersportveranstaltungen .....	540
c) Luftfahrtveranstaltungen .....	541
d) Sportveranstaltungen auf öffentlichen Straßen .....	542
F. Der Veranstalter .....	543
1. Definition und persönliche Voraussetzungen .....	543
2. Der Sportverein als Veranstalter .....	543
3. Die Pflichten des Veranstalters .....	544
G. Verfahren und Behörde .....	546
1. Einparteienverfahren .....	546
2. Zuständige Behörden .....	546
H. Veranstaltungsüberwachung .....	547
1. Zuständige Behörden .....	547
2. Befugnisse der Behörden .....	548
3. Besondere Befugnisse bei Großveranstaltungen .....	548
Literaturverzeichnis .....	549

VERBANDSRECHT

**Private Rechtsetzung der Verbände als Teil der Autonomie  
des Sports – Möglichkeiten und Grenzen der Selbstregulierung**

<b>(Pia Haschke)</b> .....	<b>551</b>
A. Einführung .....	553
B. Selbstregulierung im Privatrecht .....	553
1. Allgemeines .....	553
2. Rechtsquellen/Rechtsgrundlagen und Inhalte .....	555
a) Völkerrecht/Verfassungsrecht .....	555
b) Privatautonomie – Vertragsfreiheit .....	556
c) Vereinigungsfreiheit – Vereinsrecht .....	558
3. Erscheinungsformen und Inhalte, Grundsätze für effektive Selbstregulierung .....	561
a) Inhalte und Erscheinungsformen von Selbstregulierung	561
b) Grundsätze effektiver Selbstregulierung .....	562
4. Grenzen und Kontrolle .....	565
a) Grenzen der Vertragsfreiheit und Vereinigungsfreiheit ..	565
b) Drittwirkung der Grundrechte .....	567
c) (Gerichtliche) Inhaltskontrolle .....	568
5. Zusammenfassung .....	569
C. Organisation des professionellen Sports .....	569
1. Organisation des (internationalen) Sports – Hierarchie .....	569
2. „Ein-Platz-Prinzip“ .....	570
3. Einbindung der Athleten .....	571
4. Zusammenfassung .....	571
D. Selbstregulierung im Sport .....	572
1. Allgemeines .....	572
2. Grundprinzipien im Sport – Ziele der Normsetzung .....	573
3. Inhalte der Normsetzung im Sport .....	574
4. Grenzen der Selbstregulierung im Sport .....	575
a) Internationalität der Selbstregulierung .....	575
b) Internationales Recht .....	577
c) Supranationales Recht – Europarecht .....	579
aa) Allgemeines .....	579
bb) Grundfreiheiten .....	581
cc) Wettbewerbsrecht .....	583
E. Das UEFA Financial Fair Play Regulativ .....	588
1. Einleitung .....	588
2. Hintergrund, Ziele und Inhalte des Regulativs .....	589

## Inhaltsverzeichnis

---

3. Effektive Selbstregulierung und europarechtliche Berührungspunkte .....	592
a) Effektive Selbstregulierung .....	592
b) Grenzen – Europäisches Wettbewerbsrecht .....	593
4. Fazit .....	596
F. Schlussbetrachtung .....	597
Literaturverzeichnis .....	599
Stichwortverzeichnis .....	601