

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.¹

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,

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

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

Der Sport im Arbeitsrecht (Natalie Hahn)	1
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

Das öffentlich-rechtliche Bewilligungsregime für Sportstätten (Peter Sander/Martin Niederhuber)	35
--	-----------

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

... muss man das sportlich sehen? (Thomas Seeber)	97
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?!

(Philipp Spring)	165
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) 223

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

Sport im Österreichischen Rundfunk (ORF) – Rundfunkregulatorischer Rahmen (Klaus Kassai)	247
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

Sport-Sponsoring – vertraglicher Leistungsaustausch im Spannungsfeld von Sportlerpersönlichkeit und kommerziellen Interessen (Patrick Kainz)	277
---	------------

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

Das Sportlermanagement – Der Sportlermanagementvertrag (Manfred Dimmy)	381
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

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

(Pia Haschke)	551
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