ALLES RECHT DEN CLUBS

Fußballpressekonferenzen sind regelmäßig Gegenstand der Berichterstattung in den Medien. Daneben gibt es einen Markt für Online-Angebote mit Mitschnitten von Pressekonferenzen zum On-demand-Abruf. Der FC Bayern München erhielt nun die gerichtliche Bestätigung, sich exklusiv die Lizenzierung des Filmmaterials für diese Angebote vorbehalten zu dürfen.

Ausgangslage

Profifußball ist ein Geschäft, an dem bekanntlich so mancher Akteur auch jenseits des Spielfelds mitverdienen möchte. So auch der Anbieter des Internetdienstes Eyep.tv, der unter anderem Pressekonferenzen der Bundesliga-Clubs abfilmt und das Material zum Abruf auf seine Website stellt. Über Jahre besuchte und verwertete er auch die Pressekonferenzen des FC Bayern München. Bis man dort auf das Angebot aufmerksam wurde und versuchte, mit dem Website-Betreiber eine Vereinbarung dahingehend zu treffen, dass dieser sein Filmmaterial anderweitig verwertet und die Inhalte für sein Webangebot entgeltlich vom Verein selbst bezieht.

Hintergrund ist das geschäftliche Interesse des FC Bayern München, seine Pressekonferenzen im Hinblick auf die Veröffentlichung in nicht-linearen Internetdiensten (On-demand-Dienste) selbst zu vermarkten, während der Verein die Filmberichterstattung in linearen Angeboten (Rundfunk) uneingeschränkt zulässt.

Da eine solche Absprache jedoch nicht zustande kam, erteilte der Club Eyep.tv ein Hausverbot. Dagegen setzte sich der Web-TV-Betreiber Ende 2007 durch eine (erst) in zweiter Instanz durch das Oberlandesgericht (OLG) München erlassene einstweilige Verfügung zunächst erfolgreich zur Wehr. Im Hauptsacheverfahren scheiterte Eyep.tv jüngst allerdings mit seinem Begehren, dem FC Bayern München zu untersagen, ihm den Zutritt zu den Pressekonferenzen des Vereins zu verwehren (Urteil vom 28.01.2010, Az. U (K) 3946/09).

Problemstellung

Als Reaktion auf die rechtliche Auseinandersetzung führte der Club bereits 2008 neue Akkreditierungsregeln ein, die insbesondere den Zutritt von Medienvertretern zu den Pressekonferenzen davon abhängig machen, dass diese sich ausdrücklich verpflichten, keine Filmaufnahmen in nicht-linearen Internetdiensten zu verwerten. Im Gegensatz zur Filmberichterstattung in linearen Angeboten, die weiterhin nicht reguliert ist. Die Befugnis, derartige Regeln aufzustellen, resultiert schlicht aus dem Hausrecht, welches seinem Inhaber die grundsätzlich freie Entscheidung darüber eröffnet, wem er den Zutritt gewährt und wem nicht.

Allerdings ist der FC Bayern München nicht „irgendwer", sondern – soweit es um die Veranstaltung der eigenen Pressekonferenzen geht – ein Monopolist oder präziser ein marktbeherrschendes Unternehmen. Ein solches unterliegt dem Behinderungs- und Diskriminierungsverbot des § 20 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). Das heißt, es darf gleichartige Unternehmen weder „unbillig behindern" noch „ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandeln".

Rechtlicher Hintergrund

Der zuständige Kartellsenat des OLG München hatte deshalb zu entscheiden, ob die – zweifelsohne gegebene – Behinderung des Klägers Eyep.tv (dieser kann seinem Geschäftsmodell nicht mehr nachgehen) unbillig oder die Ungleichbehandlung gegenüber Rundfunkveranstaltern und sonstigen Anbietern linearer Dienste sachlich ungerechtfertigt ist. Beides haben die Richter verneint.

In den Urteilsgründen stellt der Kartellsenat entscheidend darauf ab, dass dem Kläger weder generell der Zutritt verwehrt noch die Berichterstattung in Textform und mit Lichtbildern (Standbilder) untersagt sei. In diesem Umfang könne Eyep.tv Darstellungen von beziehungsweise über die Pressekonferenzen zum Gegenstand seiner geschäftlichen Betätigung machen. Die Akkreditierungsbedingungen würden diskriminierungsfrei für jeden Anbieter nichtlinearer Mediendienste gelten, und ihre Beachtung sei auch nicht unzumutbar. Eine Beschneidung der verfassungsrechtlich verbürgten Informations-, Presse-/Rundfunk- und Berufsfreiheit sei ebenso wenig gegeben. Schließlich sei auch die unterschiedliche Behandlung von linearen und nicht-linearen Medienangeboten sachlich gerechtfertigt.

Konsequenzen aus der Rechtslage

Trotz der enormen wirtschaftlichen Bedeutung von Sportevents fehlt es nach wie vor an einem spezialgesetzlichen „Veranstalterschutz", wie es ihn das Urheberrecht etwa in Form des Leistungsschutzrechts für Konzertveranstalter kennt. Wer rechtmäßig bedingungsfreien Zutritt zu einem Fußballspiel oder der Pressekonferenz eines Bundesliga-Clubs erhält, darf dort angefertigte Filme grundsätzlich nach eigenem Gusto verwerten, denn weder sind die Darbietungen auf dem Rasen oder Podium urheberrechtlich geschützt noch stehen im Allgemeinen Persönlichkeitsrechte der Akteure der Verwertung entgegen.

Aus diesem Grund setzt das „Schutzkonzept" der Fußballbundesliga zu einem früheren Zeitpunkt ein und reglementiert bereits den Zutritt zu den Veranstaltungen. Es ist das schlichte Hausrecht, das der Bundesliga zur Lizenzierbarkeit der Fernsehübertragungsrechte und daraus zu üppigen Lizenzeinnahmen verhilft. Und wie jetzt die Entscheidung des OLG München zeigt, erweist sich das Hausrecht auch an anderer Stelle als ausgesprochen effektiv. Die Bundesliga-Clubs können als privatrechtliche Subjekte grundsätzlich selbst die „Hausordnung" festlegen, sprich entscheiden, wer zu welchen Bedingungen Zutritt zu den Pressekonferenzen erhält. Wer diese Bedingungen akzeptiert und sich damit verpflichtet,

DER AUTOR
Rechtsanwalt
Jonas Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Köln

Dr. Markus Robak
robak@jonas-lawyers.com

Foto: Getty Images

BEGEHRT: Der FC Bayern München will seine Pressekonferenzen selbst im Internet vermarkten.

während der Veranstaltung erstelltes Bildmaterial nicht in einer bestimmten Nutzungsart zu verwerten, sieht sich später einem vertraglichen Unterlassungsanspruch ausgesetzt, wenn er die Beschränkung nicht beachtet.

Trotz seitenlanger Rechtsausführungen lassen sich die Urteilsgründe auf einen entscheidenden Aspekt reduzieren: Das Gericht erachtet das Interesse des FC Bayern München, Bewegtbilder seiner Pressekonferenzen wirtschaftlich selbst im Internet zu verwerten, als legitim und gegenüber dem Interesse der Anbieter von nichtlinearen Webdiensten als vorrangig. Dagegen überzeugen so manche rechtlichen Argumente nicht, so zum Beispiel jenes von der sachlichen Rechtfertigung der Ungleichbehandlung von Rundfunk und On-demand-Diensten. Anstatt die Rechtfertigung darzulegen, beschränken sich die Richter darauf, die Unterschiede zwischen beiden Medienformen herauszuarbeiten.

Handlungsempfehlungen

Für die Clubs beinhaltet das Urteil des OLG München einige wertvolle Leitlinien, wie die durch das Kartellrecht gesetzten Grenzen des Hausrechts zu verorten sind. Wirtschaftlich gleichartige Sachverhalte sind gleich zu behandeln, während unterschiedliche Sachverhalte auch unterschiedlich gehandhabt werden dürfen. Mit anderen Worten sind Differenzierungen durchaus möglich, es muss jedoch konsequent und stringent ungleich behandelt werden. Der Ausspruch eines gänzlichen Hausverbots gegen Einzelne dürfte in aller Regel nicht zu rechtfertigen sein, zumal wenn dadurch eine wirtschaftliche oder journalistische Betätigung unmöglich gemacht wird. Die Beschränkung der Verwertbarkeit von Bild- und Tonmaterial, das während der Pressekonferenz angefertigt wird, auf bestimmte Nutzungsarten durch vertragliche Vereinbarung (Akkreditierungsbedingungen) stellt dagegen im Grundsatz keine unbillige Behinderung oder ungerechtfertigte Ungleichbehandlung dar. Nicht ganz unwichtig ist zuletzt die Obliegenheit, die spätere Beachtung der Nutzungsbeschränkung durch die zuvor akkreditierten Besucher der Pressekonferenz im Internet – soweit zumutbar – zu überwachen. Denn auch in der faktischen Ungleichbehandlung bei der Verfolgung von Verstößen gegen die Akkreditierungsbedingungen kann eine Diskriminierung liegen.

Fazit

Den Bundesliga-Clubs das Recht zur teilweise eigenen Verwertung von Bild und Ton ihrer Pressekonferenzen zuzusprechen ist rechtsdogmatisch konsequent. Während hier das Hausrecht zur Seite steht, ist das Interesse von Webdienstanbietern wie Eyep.tv, ihr womöglich sogar selbst entwickeltes Geschäftsmodell, solche Bilder zum On-demand-Abruf bereitzuhalten, weiter ausüben zu können, zwar nachvollziehbar, als reine Idee rechtlich jedoch nicht geschützt. Es bleiben aber auch Zweifelsfragen, so etwa dann, wenn Fernsehsender oder Online-Ausgaben der Printmedien neben der „unregulierten" Berichterstattung Ausschnitte der Pressekonferenzen zum nicht-linearen Abruf in ihrem Internetangebot bereithalten wollen. ■

BEREITS ERSCHIENEN (u. a.)

09/10	Vuvuzela-Verbot in deutschen Stadien?
08/10	Compliance-Programme sind dynamische Projekte
07/10	„WM-Marken"-Urteil schwächt Veranstalter
06/10	Übertragungsrechte 2.0? YouTube und die Folgen
05/10	Online-Ticketbörsen vor dem Aus?
04/10	Public Viewing – Was ist zu beachten?
03/10	Riskantes Spiel am Kap? Haftung bei der WM
02/10	Managementverträge und Sittenwidrigkeit
01/10	Wettskandale und Sportsponsoring
12/09	Verbandsstrafen auf dem Prüfstand
11/09	Maskottchen, Pokale und das Urheberrecht
10/09	Wem gehören die Persönlichkeitsrechte?
09/09	Kreativität und Umsicht beim Sponsoring
08/09	E-Sport: Wie viel reale Welt darf es sein?
07/09	Verlängerung im Fall „Hartplatzhelden.de"

Zahlreiche weitere Artikel dieser Rubrik finden Sie im SPONSOR[1]-Online-Archiv. Die Reihe „Jura" wird mit freundlicher Unterstützung der Kanzleien Jonas, CMS Hasche Sigle und Nörr Stiefenhofer Lutz veröffentlicht.