

Plant Ihr Verein ein **Public-Viewing zur Fußball-WM 2014**? Dann gilt es einige Punkte zu beachten. Die FIFA regelt selbst Veranstaltungen auf Bohrinseln!



von Frank Thumm | **Anlässlich der bevorstehenden FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014 in Brasilien planen viele Vereine Public-Viewing-Veranstaltungen. Doch was ist zu beachten, damit man sich innerhalb der legalen Grenzen bewegt? Hier finden Sie die Antworten auf die wichtigsten Fragen.**

Was ist eine Public-Viewing-Veranstaltung?

Nach der Definition der FIFA gelten Übertragungen von Spielen vor einem Publikum an einem anderen Ort als in privaten Wohnräumen als Public-Viewing-Veranstaltung. Dies gilt auch dann, wenn die Veranstaltungen nicht der allgemeinen Öffentlichkeit, sondern nur einem abgegrenzten Adressatenkreis, z. B. nur Vereinsmitgliedern, zugänglich sind. Maßgeblich ist allein, dass die Veranstaltung also z. B. in einem Kino, einem Restaurant, in Stadien oder im sonst öffentlichen Raum abgehalten wird. Im «FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen» sind hier sogar Krankenhäuser, Baustellen, Schiffe, Busse, Züge, Militäreinrichtungen und selbst Bohrinseln angeführt ... Unter bestimmten Voraussetzungen muss außerdem eine Lizenz beantragt werden.

Wann wird eine FIFA-Lizenz für eine Public-Viewing-Veranstaltung benötigt?

Für gewerbliche und besondere nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen muss eine Lizenz bei der FIFA eingeholt werden. Die FIFA hat dazu ein Online-System für die Registrierung eingerichtet.

Eine lizenzpflichtige gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung liegt vor, wenn der Veranstalter

- für die Vorführung der Übertragung direkt oder indirekt Eintrittsgelder verlangt,
- im Zusammenhang mit der Veranstaltung Sponsoring- oder andere gewerbliche Assoziierungsrechte nutzt oder

- mit der Durchführung der Veranstaltung in jeglicher anderen als der hierin niedergelegten Weise einen geschäftlichen Vorteil erzielt.

Eine lizenzpflichtige besondere nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung liegt vor, wenn zwar keine gewerblichen Zwecke verfolgt werden, die Veranstaltung aber für über 5000 Besucher ausgelegt ist.

Bei allen anderen Darbietungen handelt es sich um nicht lizenzpflichtige nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen. Für den gemeinsamen Fernsehabend im Vereinslokal ist also keine Lizenz zu beantragen.

Wie hoch ist die Gebühr für eine gewerbliche Public-Viewing-Lizenz?

Die Gebühren für gewerbliche Public-Viewing-Lizenzen werden auf Grundlage der Zuschauerkapazität der jeweiligen Veranstaltungsorte berechnet. Es sind hier Gebühren vorgesehen von 1000 USD bei maximal 1000 Zuschauern bis 14000 USD bei mehr als 20000 Zuschauern. Sämtliche Einnahmen aus dem Verkauf gewerblicher kostenpflichtiger Public-Viewing-Lizenzen werden von der FIFA zu wohltätigen Zwecken in entsprechende Projekte investiert.

Ist eine Bewirtung bei nicht gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltungen zulässig?

Auch bei nicht gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltungen dürfen Speisen, Getränke oder andere Waren oder Dienstleistungen verkauft werden. Unzulässig ist in diesem Fall jedoch beispielsweise ein Mindestverzehr, weil dadurch indirekt ein Eintrittsgeld erhoben und damit eine gewerbliche Public-Viewing-Lizenz erforderlich wird. Dies gilt entsprechend für Preisaufschläge auf Speisen und Getränke.



FIFA WORLD CUP
Brasil

Für gewerbliche und nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen muss eine Lizenz bei der FIFA eingeholt werden. Die FIFA hat dazu ein Online-System für die Registrierung eingerichtet. Unter folgendem Link kann der entsprechende Antrag gestellt werden:
www.publicviewing2014.fifa.com

Das «FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen» finden Sie hier.

www.imspiel-magazin.de
Artikelcode 14201

Darf ich Sponsoren in eine nicht-gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung einbinden?

Der Veranstalter darf keinem Dritten mit der Public-Viewing-Veranstaltung verbundene Sponsoringrechte oder sonstige unmittelbaren oder mittelbaren Rechte zur Assoziierung gewähren, insbesondere dürfen keine Werbetafeln angebracht oder der Leinwandbereich mit einem Branding versehen werden. Nicht zulässig ist beispielsweise eine Werbetafel mit dem Slogan: «Getränkeshändler Müller versorgt Sie mit kühlen Getränken beim Public Viewing zur Weltmeisterschaft».

Welche Möglichkeiten der Vermarktung bestehen, wenn eine gewerbliche Public-Viewing-Lizenz beantragt wird?

In diesem Fall dürfen Förderer der örtlichen Public-Viewing-Veranstaltung eingebunden werden, soweit es sich um lokale Anbieter handelt, die von der FIFA nicht als Konkurrenten eines FIFA-Marketingpartners des Wettbewerbs angesehen werden. Die Einbindung bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der FIFA. Nicht genehmigungsfähig ist z. B. die Einbindung einer Brauerei, da insoweit Rechte eines offiziellen Sponsors der FIFA entgegenstehen.

In welcher Form darf für eine Public-Viewing-Veranstaltung geworben werden?

Bei der Bewerbung einer Public-Viewing-Veranstaltung ist darauf zu achten, dass alle am offiziellen Emblem, am Titel und an den Logos der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014 bestehenden Urheber- und sonstigen Immaterialgüterrechte der FIFA zustehen und rechtlich geschützt sind. Zulässig ist im Rahmen der Bewerbung mit Plakaten, Flyern oder Ähnlichem allein die Benutzung des Worts «Weltmeisterschaft» in Standard-Schriftgröße, um die Öffentlichkeit über Zeit und Ort der Public-Viewing-Veranstaltung zu informieren.

Sind für eine Public-Viewing-Veranstaltung Gebühren an die GEMA zu entrichten?

Da bei den Übertragungen der Spiele auch der Song der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014, die Nationalhymnen, die Kommentare der Reporter und in den Pausen Werbespots mit Musik wiedergegeben werden, sind auch Gebühren an die GEMA zu entrichten und die Veranstaltungen vorher anzumelden. In der Vergangenheit hat die GEMA hier Sondertarife angeboten. Bis Redaktionsschluss gab es aber noch keine dahingehende Vereinbarung, so dass derzeit nur an die zuständigen GEMA-Bezirksdirektionen verwiesen werden kann. Für Geräte, die ohnehin das ganze Jahr betrieben werden und bereits angemeldet sind, also beispielsweise in Vereinslokalen, gilt dies nicht. Hier ist nichts weiter zu veranlassen.

An welche weiteren Genehmigungen ist zu denken?

Fast die Hälfte der Spiele werden erst um 22 Uhr oder später beginnen. Nach dem Bundesimmissionsschutzgesetz darf bei Veranstaltungen in Wohngebieten ein Geräuschpegel von 40 dB(A) im Freien um diese Zeit in der Regel nicht überschritten werden. Während der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014 können die Kommunen auf Grundlage einer Sonderverordnung davon Ausnahmen gestatten. Es bedarf aber auch hier eines entsprechenden Antrags. | **Frank Thumm, Stuttgart**

