

**ESV** ERICH  
SCHMIDT  
VERLAG

# Handbuch Fußball-Recht

Rechte – Vermarktung – Organisation

Herausgegeben von

**Dr. habil. Martin Stopper**

Rechtsanwalt

und

**Gregor Lentze, LL.M.**

Rechtsanwalt

mit Beiträgen von

Dr. Tim Bagger von Grafenstein, Dr. Holger Blask, Dr. Marius Breucker,  
Caroline Dressel, Dr. Jörg Englisch, René Feldgen, Christina Gassner,  
Dr. Michael Gerlinger, Hendrik Große Lefert, Prof. Dr. Peter W. Heermann,  
Dr. Felix Holzhäuser, Simon Karlin, Tobias Kempfer, Dr. Sebastian Kober,  
Dr. Rainer Koch, Dr. Bernd Kuhn, Florian Lau, Gregor Lentze, Prof. Dr. Rainer Lorz,  
Dr. Remus Muresan, Prof. Dr. Martin Nolte, Jürgen Paepke, Dr. Christian Rassmann,  
Dr. Stefan Schmidt, Marc Patrick Schneider, Dr. habil. Martin Stopper,  
Jörg Vollmüller, Jörg von Appen, Jonathan Wilkens, Dr. Christoph Wüterich

2., völlig neu bearbeitete und wesentlich erweiterte Auflage

ERICH SCHMIDT VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

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

**Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter**

[ESV.info/978 3 503 17684 7](http://ESV.info/9783503176847)

**Zitiervorschlag:**

*Bearbeiter*, in: Stopper/Lentze (Hrsg.),  
Handbuch Fußball-Recht, Kap. ... Rz. ...

1. Auflage 2012

2. Auflage 2018

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 17684 7

eBook: ISBN 978 3 503 17685 4

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2018

[www.ESV.info](http://www.ESV.info)

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Gesetzt aus der Garamond 8,5 pt/10 pt.

Satz: multitext, Berlin

Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

# Vorwort

Das Handbuch Fußball-Recht ist ein wirtschaftsrechtliches Fachbuch. Es ist Fachbuch, weil es Fragen des Wirtschaftsrechts im Zusammenhang mit professionellem Fußball beantwortet. Wir haben in langjähriger beruflicher Praxis erfahren, dass der Wirtschaftszweig Profi-Fußball sehr häufig spezifische Anforderungen stellt und eigenständige Antworten auf rechtliche Fragen hervorbringt. Das liegt an der Einzigartigkeit des Wirtschaftsgutes Fußball, des Wirtschaftsgutes Sport. Sport hat eine soziale und gesellschaftsintegrierende Funktion, auch oder gerade dann, wenn er professionell ausgeübt wird. Mit diesem Selbstverständnis pochte der Sport bisher auf seine Autonomie – auch wenn er zunehmend von Wirtschaftsunternehmen betrieben wird. Der Europäische Gerichtshof hat dieses Selbstverständnis in seinem Urteil „Meca-Medina“ in seine Schranken gewiesen. Dennoch genießt der Sport in Europa, ob amateurhaft oder professionell ausgeübt, auch eine rechtliche Sonderstellung, manifestiert im Weißbuch Sport der Kommission oder den neuen Art. 165 AEUV, der im Januar 2011 die Kommissionsmitteilung zur „Entwicklung einer europäischen Dimension des Sports“ hervorgebracht hat. In diesem Sinne erstellt der EU-Sportministerrat seit 2009 regelmäßig den „Arbeitsplan der Sportminister“, der Dritte wurde im Jahr 2017 vom Ministerrat beschlossen.

Das Konzept des „Handbuch Fußball-Recht“ beruht auf der Grundannahme, dass im professionellen Fußball eine Wertschöpfung stattfindet. Diese Werte werden durch Verbände, Vereine, Ligen, Sportler, Vermarktungsagenturen, Medienunternehmen, Werbetreibende und viele mehr erzeugt. Die rechtliche Einordnung vieler dadurch entstehender komplexer Interaktionen und das praktische Verständnis dafür, wie man geschriebenes Recht darauf anwendet, soll in diesem Handbuch beschrieben werden. Dieser Idee folgend ist das Handbuch in drei Teile gegliedert: Die „Rechte“ werden im ersten Teil, die Strukturen der „Vermarktung“ dieser Rechte im zweiten Teil und die mit diesen Rechten und seiner Vermarktung verbundenen Bereiche der „Organisation“ im dritten Teil behandelt.

Das Handbuch widmet sich den wichtigsten wirtschaftsrechtlichen und wirtschaftsverwandten Themen im Fußball. Fußball ist oftmals Antreiber und Vorbild für andere Sportarten, in denen sich identische oder sehr ähnliche Rechtsfragen stellen. Deshalb ist dieses Handbuch auch für Verantwortliche in anderen Sportarten nützlich.

Diese 2. Auflage des Handbuchs ist im Vergleich zur Voraufgabe inhaltlich gewachsen: neben der Aktualisierung aller Kapitel erfolgt dies vor allem durch die neuen Kapitel UEFA, Steuerrecht, Clubfinanzierung und Investments im Fußball, Prävention und Sicherheit, Sportwetten, Anti-Diskriminierung, Financial Fairplay, Spielertransfers und Integrität im Fußball.

Wir haben ein Autorenteam gewinnen können, das sich in besonderer Weise dadurch auszeichnet, dass die von ihnen bearbeiteten Themen Gegenstand ihrer täglichen Arbeit sind. Von dieser Praxisnähe und diesem speziellen Wissen soll die Leserschaft profitieren.

Unser aufrichtiger Dank gilt allen Mitautoren, die sich neben ihrer täglichen Arbeit bereit erklärt haben, mitzuwirken und so mit ihren Beiträgen die Erstellung der erweiterten 2. Auflage des „Handbuch Fußball-Recht“ ermöglicht haben. Ganz besonders bedanken wir uns bei David Bischoff und Laura Hofmann, die uns wesentlich in der aufwändigen Gesamtedaktion unterstützt haben.

München, im Dezember 2017.

Martin Stopper  
Gregor Lentze

# Inhaltsübersicht

	Seite	Randziffer
Vorwort .....	V	
Abkürzungsverzeichnis .....	XXI	
Entscheidungsregister .....	XXXV	
<b>Teil 1: Rechte</b> .....	1	
Kapitel 1: „Fußball-Rechte“ ( <i>Stopper</i> ) .....	3	1– 45
Kapitel 2: Marketing-Rechte ( <i>Lentze</i> ) .....	21	1– 88
Kapitel 3: Medienrechte ( <i>Kuhn/Lau</i> ) .....	51	1–144
Kapitel 4: Sportwetten ( <i>Blask/Gassner</i> ) .....	107	1–61
Kapitel 5: Hospitality Rechte ( <i>von Appen</i> ) .....	139	1–49
Kapitel 6: Gewerbliche Schutzrechte ( <i>Rassmann</i> ) .....	159	1–190
Kapitel 7: Ambush Marketing ( <i>Heermann</i> ) .....	235	1–156
Kapitel 8: Kartellrecht ( <i>Stopper/Kempter</i> ) .....	293	1–66
Kapitel 9: Arbeitsrecht ( <i>Breucker/Wüterich</i> ) .....	335	1–161
Kapitel 10: Steuerrecht ( <i>Feldgen</i> ) .....	407	1–188
<b>Teil 2: Vermarktung</b> .....	471	
Kapitel 11: FIFA ( <i>Vollmüller</i> ) .....	473	1–186
Kapitel 12: UEFA ( <i>Bagger von Grafenstein/Dressel</i> ) .....	553	1–78
Kapitel 13: DFB ( <i>Englisch/Bagger von Grafenstein</i> ) .....	587	1–88
Kapitel 14: DFL ( <i>Paepke/Blask</i> ) .....	627	1–71
Kapitel 15: Clubs ( <i>Gerlinger</i> ) .....	679	1–41
Kapitel 16: Spielertransfers und Spielervermittlung ( <i>Stopper/Karlin</i> ) .....	695	1–96
Kapitel 17: Vermarktungsagenturen ( <i>von Appen</i> ) .....	737	1–55
<b>Teil 3: Organisation</b> .....	759	
Kapitel 18: Organisation von Großveranstaltungen ( <i>Lentze</i> ) .....	761	1–61
Kapitel 19: Prävention und Sicherheit ( <i>Große Lefert/Bagger von Grafenstein</i> ) .....	801	1–135
Kapitel 20: Lizenzierungsverfahren der DFL ( <i>Holzhäuser/Wilkens</i> ) .....	863	1–232
Kapitel 21: Rechtsformwahl für Clubs ( <i>Lorz</i> ) .....	971	1–93
Kapitel 22: Clubs und Wettbewerbsintegrität ( <i>Stopper/Karlin</i> ) .....	1007	1–64
Kapitel 23: Financial Fairplay ( <i>Stopper/Karlin</i> ) .....	1039	1–58
Kapitel 24: Clubfinanzierung und Investments im Fußball ( <i>Schneider</i> ) ..	1069	1–144
Kapitel 25: Ticketing ( <i>Holzhäuser/Karlin</i> ) .....	1141	1–129
Kapitel 26: Anti-Doping ( <i>Schmidt/Kober</i> ) .....	1219	1–65
Kapitel 27: Anti-Diskriminierung ( <i>Nolte</i> ) .....	1247	1–34
Kapitel 28: Schiedsgerichtsbarkeit national ( <i>Koch</i> ) .....	1261	1–83
Kapitel 29: Schiedsgerichtsbarkeit international ( <i>Muresan</i> ) .....	1299	1–57

	Seite
Literaturverzeichnis .....	1333
Autorenverzeichnis .....	1371
Stichwortverzeichnis .....	1379

# Inhaltsverzeichnis

	Seite	Randziffer
Vorwort .....	V	
Inhaltsübersicht .....	VII	
Abkürzungsverzeichnis .....	XXI	
Entscheidungsregister .....	XXXV	

## Teil 1 Rechte

<b>Kapitel 1: „Fußball-Rechte“ (Stopper)</b> .....	3	1– 45
A. Einführung .....	3	1– 4
B. Leistungen und Wertschöpfung im Fußball .....	5	5– 29
I. Prinzip .....	5	5
II. Leistungen vieler .....	6	6– 16
III. Rechtsgrundlagen der Leistungsbeschreibung (Veranstalterrecht) .....	9	17– 29
C. Organisationseinheiten des Fußballs – Überblick .....	14	30– 45
I. Globale Ebene .....	14	31– 35
II. Kontinentale Ebene .....	16	36– 40
III. Nationale Ebene .....	17	41– 45
<b>Kapitel 2: Marketing-Rechte (Lentze)</b> .....	21	1– 81
A. Sponsoring .....	21	1– 71
I. Einführung .....	21	1– 6
II. Formen des Sponsorings .....	23	7– 35
III. Exklusivität .....	38	36– 38
IV. Kündigung/Schadensersatz .....	39	39– 47
V. Sachleistungen .....	42	48– 50
VI. Abgrenzung zu Dritten .....	43	51– 70
B. Werbeverbote und allgemeine Werbebeschränkungen .....	45	72– 88
I. Tabakprodukte .....	45	72–76a
II. Alkoholische Produkte und sonstige Werbebeschränkungen .....	46	76b– 80
III. Satzungszweck öffentlicher Unternehmen .....	47	81
IV. Verbandsrechtliche Werbebeschränkungen .....	47	82– 87
V. Arzneimittel .....	49	88
<b>Kapitel 3: Medienrechte (Kubn/Lau)</b> .....	51	1–114
A. Einführung .....	52	1– 2
B. Rechtsnatur audiovisueller Rechte .....	53	3– 24
I. Urheberrecht .....	54	4– 7
II. Hausrecht .....	57	8– 10
III. Hörfunkrechte .....	59	11– 12
IV. Live-Ticker .....	61	13
V. Wettbewerbsrecht .....	61	14– 21
VI. Deliktsrecht .....	68	22– 23
VII. Bereicherungsrecht .....	69	24

	Seite	Randziffer
C. Veranstalter	70	25– 30
I. Veranstalter als Inhaber eigentums- und besitzrechtlicher Befugnisse	70	26
II. Veranstalter als organisatorisch und finanziell Verantwortlicher	70	27– 30
D. Rechtliche Schranken bei der Vermarktung audiovisueller Rechte	71	31– 43
I. Kurzberichterstattung nach § 5 RStV	72	32– 36
II. Unverschlüsselte Übertragung von Großereignissen nach § 4 RStV	74	37– 43
E. Zentralvermarktung audiovisueller Rechte	77	44–46a
I. Bundesliga und 2. Bundesliga	77	45
II. UEFA Champions League	78	46
III. FIFA Fußball-Weltmeisterschaft	78	46a
F. Rechtevergabe durch gegenseitigen Vertrag sui generis	79	47– 48
G. Vertragliche Regelungen	80	49– 96
I. Buy-Out-Verträge	80	50– 51
II. Verträge zur Einräumung bestimmter Rechte	81	52– 96
H. Werbung	100	97–108
I. Allgemeine rundfunkrechtliche Werberegulungen	100	97– 98
II. Split Screen-Werbung, § 7 Abs. 4 RStV	101	99
III. Schleichwerbung und virtuelle Werbung, § 7 Abs. 6 RStV	101	100
IV. Sendungs-/Grafik-Sponsoring	101	101–102
V. Werbe-/Sponsoringbeschränkungen	102	103–108
I. Besteuerung audiovisueller Rechte an Fußballspielen	104	109
J. Audiovisuelle Rechte an Fußballspielen in der Insolvenz	104	110
I. Anwendbarkeit des Insolvenzrechts	105	111
II. Verwertung in der Insolvenz durch den Insolvenzverwalter	105	112
III. Vertragliche Regelungen	105	113
IV. Audiovisuelle Rechte als Teil eines Insolvenzplans	106	114
<b>Kapitel 4: Sportwetten (Blask/Gassner)</b>	107	1– 61
A. Einführung	107	1– 2
B. Bedeutung der Sportwettenregulierung für den Fußball	109	3– 4
C. Entwicklung der Regulierung von Sportwetten in Deutschland	110	5– 27
I. Rechtliche Grundlagen des Glücksspiels in Deutschland	110	5– 13
II. Ursprünge der Regulierung von Sportwetten in Deutschland und Staatsvertrag zum Lotteriewesen 2004	113	14
III. Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts 2006	114	15– 16
IV. Der Glücksspielstaatsvertrag 2008	115	17
V. Der Glücksspielstaatsvertrag 2012	115	18– 27
D. Die aktuelle Rechtslage	121	28– 42
I. Ausgewählte Entscheidungen nationaler Gerichte zum GlüStV 2012 und zum Konzessionsverfahren	122	29– 36
II. Die Entscheidung des EuGH im Fall „Ince“ vom 04.02.2016	126	37– 41
III. Entscheidung des BVerwG vom 15.06.2016 auf der Grundlage des EuGH-Urteils	129	42
E. Aktuelle Entwicklungen/ Überlegungen zur Modifikation des GlüStV	130	43– 57
I. Auf nationaler Ebene	130	44– 56
II. Auf europäischer Ebene	135	57
F. Status quo aus Sicht des organisierten Sports	136	58– 60
G. Fazit und Ausblick	137	61

	Seite	Randziffer
<b>Kapitel 5: Hospitality Rechte (von Apen)</b> .....	139	1– 49
A. Einführung .....	139	1– 3
B. Hospitality-Paket .....	142	4– 16
I. Die üblichen Leistungen eines Hospitality-Pakets .....	142	4– 7
II. Organisatorische und rechtliche Anforderungen für die Gestaltung eines Hospitality-Pakets .....	143	8– 10
III. Veräußerung der Eintrittskarte als Teil des Hospitality-Pakets ..	144	11– 12
IV. Steuerliche Behandlung von Hospitality-Leistungen .....	145	13– 16
C. Vergabe von Hospitality-Rechten .....	146	17– 27
I. Rechtsnatur des Vertrages über Hospitality-Leistungen .....	148	17– 21
II. Vertrag über Hospitality-Pakete .....	149	22– 25
III. Schutz der Hospitality-Rechte .....	150	26– 27
D. Hospitality und Compliance .....	150	28– 49
I. Ausgangslage .....	150	29– 33
II. Rechtliche Problematik .....	152	34– 46
III. Praktische Erwägungen .....	156	47– 49
<b>Kapitel 6: Gewerbliche Schutzrechte (Rassmann)</b> .....	159	1–190
A. Einführung .....	161	1– 2
B. Gewerbliche Schutzrechte in der Sekundärvermarktung von Sportveranstaltungen .....	162	3– 9
I. Gewerbliche Schutzrechte .....	163	4
II. Sekundärvermarktung .....	163	5– 9
C. Markenrecht .....	164	10–101
I. Entstehung des Schutzes .....	165	11– 62
II. Schutz der Vermarktungsobjekte durch das Markenrecht .....	185	63– 82
III. Durchsetzung von Markenrechten .....	193	83–100
IV. Zusammenfassung zum Markenrecht .....	204	101
D. Werktitel .....	204	102–149
I. Entstehung des Werktitelschutzes .....	204	103–106
II. Schutz der Vermarktungsobjekte durch das Titelrecht .....	206	107–126
III. Durchsetzung des Werktitels .....	212	127–148
IV. Zusammenfassung zum Werktitel .....	220	149
E. Unternehmenskennzeichen und Geschäftsabzeichen .....	221	150–176
I. Entstehung des Schutzes .....	221	151–157
II. Schutz der Vermarktungsobjekte durch das Unternehmenskennzeichenrecht .....	224	158–168
III. Durchsetzung von Unternehmenskennzeichenrechten .....	227	169–175
IV. Zusammenfassung zu Unternehmenskennzeichen .....	230	176
F. Designrecht .....	230	177–190
I. Entstehung des Schutzes .....	230	178
II. Designfähigkeit .....	230	179–185
III. Schutz der Vermarktungsobjekte durch das Designrecht .....	233	186–189
IV. Zusammenfassung zum Design .....	233	190
<b>Kapitel 7: Ambush Marketing (Heermann)</b> .....	235	1–156
A. Grundlagen .....	236	1– 27
I. Bedeutung des Begriffs Ambush Marketing .....	236	1– 6
II. Erscheinungsformen der Assoziationswerbung .....	239	7– 13
III. Wirtschaftspolitische Grundeinstellungen zur Assoziationswerbung .....	241	14– 27

	Seite	Randziffer
B. Rechtliche und tatsächliche Grenzen der Assoziationswerbung . . . . .	245	28–138
I. Urheberrecht . . . . .	245	28– 41
II. Markenrecht . . . . .	250	42– 46
III. Kennzeichenrecht . . . . .	252	47
IV. Designrecht . . . . .	252	48
V. Lauterkeitsrecht . . . . .	252	49–106
VI. Hausrecht der Veranstalter . . . . .	276	107–115
VII. Vertragsrecht . . . . .	280	116–122
VIII. Sonstige Abwehrstrategien der Veranstalter . . . . .	282	123–124
IX. Strategien der sog. Ambusher . . . . .	283	125
X. Potentielle negative Auswirkungen eines gerichtlichen Vorgehens gegen sog. Ambusher . . . . .	284	126–136
XI. Zusammenfassende Würdigung . . . . .	286	137
C. Erwägungen de lege ferenda zur weiteren Eindämmung von Assoziationswerbung . . . . .	286	138–156
I. Vor- und Nachteile gesetzlichen Sonderschutzes gegen sog. Ambush Marketing . . . . .	287	139–145
II. Meinungsstand . . . . .	289	146–152
III. Stellungnahme . . . . .	291	153–156
<b>Kapitel 8: Kartellrecht (Stopper/Kempter) . . . . .</b>	<b>293</b>	<b>1– 66</b>
A. Einführung . . . . .	293	1– 3
B. Kartellrechtsnormen . . . . .	295	4– 36
I. Art. 101 AEUV . . . . .	296	5– 25
II. Art. 102 AEUV . . . . .	309	26– 36
C. Verhaltenskoordination oder Gemeinschaftsproduktion . . . . .	315	37– 45
I. Allgemeines . . . . .	315	37– 40
II. Konzerninterner Wettbewerb . . . . .	317	41– 43
III. Arbeitsgemeinschaft . . . . .	318	44
IV. Single Entity Theory . . . . .	319	45
D. Fallsammlung . . . . .	320	46– 66
I. Nationale Gerichtsentscheidungen . . . . .	320	46–48b
II. Europäische und internationale Rechtsprechung . . . . .	323	49– 59
III. Verfahren vor der Europäischen Kommission sowie dem Bundeskartellamt . . . . .	328	60– 66
<b>Kapitel 9: Arbeitsrecht (Breucker/Wüterich) . . . . .</b>	<b>335</b>	<b>1–161</b>
A. Grundlagen des Arbeitsrechts im Fußball . . . . .	336	1– 53
I. Fußball und Arbeitsrecht . . . . .	336	1
II. Individuelles und Kollektives Arbeitsrecht . . . . .	337	2– 4
III. Arbeitsverhältnis im Fußball . . . . .	338	5– 14
IV. Europarechtliche Einflüsse auf das Arbeitsrecht . . . . .	342	15– 33
V. Berufsfreiheit im Fußball . . . . .	350	34– 39
VI. Diskriminierungsverbote . . . . .	353	40– 47
VII. Internationales Arbeitsrecht . . . . .	356	48– 53
B. Der Arbeitgeber im Fußball . . . . .	358	54– 55
C. Der Arbeitnehmer im Fußball . . . . .	359	56– 61
I. Der arbeitsrechtliche Status des Fußballspielers . . . . .	359	56– 58
II. Der arbeitsrechtliche Status des Fußballtrainers . . . . .	361	59– 60
III. Der arbeitsrechtliche Status von Managern, Ärzten, Betreuern, Schiedsrichtern . . . . .	361	61

	Seite	Randziffer
D. Vertragsschluss im Arbeitsrecht . . . . .	362	62– 73
I. Vorvertragliche Rechte und Pflichten . . . . .	362	63– 66
II. Vertragsschluss . . . . .	364	67
III. Vertragsschluss mit Minderjährigen . . . . .	364	68
IV. Formularvertrag und AGB-Kontrolle . . . . .	365	69– 73
E. Zahlungsansprüche . . . . .	367	74–76a
I. Lohnzahlungsanspruch . . . . .	367	74– 75
II. Prämie . . . . .	368	76–76a
F. Urlaub und Urlaubsentgelt . . . . .	369	77– 80
I. Urlaubsanspruch . . . . .	369	77– 78
II. Urlaubsentgelt . . . . .	370	79– 80
G. Beschäftigungsanspruch . . . . .	371	81– 82
H. Arbeitnehmerschutzrecht . . . . .	372	83– 90
I. Arbeitszeit . . . . .	372	83– 84
II. Jugendarbeitsschutz . . . . .	373	85– 90
I. Anspruch auf Arbeitsleistung . . . . .	376	91–98a
I. Hauptleistungspflicht . . . . .	376	91
II. Sportgerechte Lebensführung . . . . .	377	91a–91c
III. Pflichten bei Verletzung und Krankheit . . . . .	377	92– 94
IV. Ansprüche des Arbeitgebers bei Vertragsbruch des Arbeitnehmers . . . . .	378	95–98a
J. Direktions- und Sanktionsrecht . . . . .	380	99–110
I. Direktionsrecht . . . . .	380	99
II. Sanktionsrecht . . . . .	381	100–110
K. Befristetes und auflösend bedingtes Arbeitsverhältnis . . . . .	384	111–121
I. Form der Befristung . . . . .	385	112
II. Befristung mit sachlichem Grund . . . . .	385	113–117a
III. Befristung ohne sachlichem Grund . . . . .	387	118–118a
IV. Rechtsfolgen der Befristung . . . . .	388	119–120
V. Auflösend bedingtes Arbeitsverhältnis . . . . .	389	121
L. Kündigung . . . . .	389	122–144
I. Kündigungserklärung . . . . .	389	123
II. Außerordentliche Kündigung . . . . .	390	124–133
III. Ordentliche Kündigung . . . . .	395	134–138
IV. Druckkündigung . . . . .	396	139–144
M. Kündigungsschutz . . . . .	398	145–161
I. Anwendungsbereich . . . . .	398	145
II. Präklusion . . . . .	399	146
III. Personenbedingte Kündigung . . . . .	399	147–151
IV. Verhaltensbedingte Kündigung . . . . .	401	152–156
V. Betriebsbedingte Kündigung . . . . .	403	157–159
VI. Kündigungsschutz bei Betriebsübergang . . . . .	404	160–161
<b>Kapitel 10: Steuerrecht (Feldgen) . . . . .</b>	<b>407</b>	<b>1–188</b>
A. Der Fußballverein und seine Steuern . . . . .	409	1– 5
I. Ertragsteuern (KStG, GewStG) . . . . .	409	1– 3
II. Umsatzsteuer . . . . .	409	4– 5
B. Gemeinnütziger Fußballverein . . . . .	410	6– 74
I. Voraussetzungen für die Gemeinnützigkeit . . . . .	410	6– 17
II. Steuerliche Einzelfragen zur Gemeinnützigkeit . . . . .	413	18– 74

	Seite	Randziffer
C. Steuerliche Einzelfragen .....	433	75–186
I. Ertragsteuerliche Einzelfragen .....	433	75–131
II. Umsatzsteuerliche Einzelfragen .....	451	132–143
III. Lohnsteuerliche Einzelfragen .....	457	144–179
IV. Sonstige steuerliche Einzelfragen .....	468	180–188

## Teil 2 Vermarktung

<b>Kapitel 11: FIFA (Vollmüller)</b> .....	473	1–186
A. Gesamtstrukturen der FIFA .....	474	1– 79
I. Rechtsform und Geschichte der FIFA .....	474	1– 15
II. Rechtsverhältnisse der FIFA .....	480	16– 35
III. Organe der FIFA und ihre Funktion .....	488	36– 62
IV. FIFA-Statuten und Rechtsakte der FIFA .....	503	63– 69
V. Veranstaltungen und jeweilige Rolle der FIFA .....	506	70– 79
B. Vermarktung von FIFA-Events .....	511	80–186
I. Grundlagen der Vermarktung .....	511	80–104
II. Gegenstand der Vermarktung für Endturniere .....	520	105–177
III. Verwendung der Erlöse der FIFA .....	548	178–186
<b>Kapitel 12: UEFA (Bagger von Grafenstein/Dressel)</b> .....	553	1– 78
A. Einführung .....	553	1– 2
B. Aufgaben und Ziele .....	554	3– 4
C. Organisation .....	557	5– 37
I. FIFA-Konföderationen .....	557	5– 11
II. Mitgliedschaft in der UEFA .....	559	12– 16
III. Organe der UEFA .....	561	17– 22
IV. Rechtspflege innerhalb der UEFA .....	563	23– 35
V. UEFA-Kommissionen .....	569	36– 37
D. Wettbewerbe der UEFA .....	570	38– 47
I. Wettbewerbe für Repräsentativmannschaften .....	570	39– 41
II. Wettbewerbe für Clubs .....	571	42– 47
E. Vermarktung am Beispiel der UEFA Champions League .....	574	48– 76
I. Vermarktungshoheit der UEFA .....	574	49– 54
II. Rechtevermarktung im Einzelnen .....	576	55– 69
III. On-Site Umsetzung der Vermarktung .....	582	70– 71
IV. Verwendung der Vermarktungserlöse .....	583	72– 76
F. Fazit .....	584	77– 78
<b>Kapitel 13: DFB (Englisch/Bagger von Grafenstein)</b> .....	587	1–188
A. Einführung .....	588	1– 2
B. Organisations- und Rechtsstruktur des Sportverbandes .....	589	3– 23
I. Strukturprinzipien des Sportverbandswesens .....	589	3– 7
II. Der Deutsche Fußball-Bund .....	591	8– 23
C. Verbandsvermarktung am Beispiel des DFB .....	599	24– 87
I. Vermarktungsstruktur .....	599	24– 28
II. DFB als originärer und alleiniger Rechteinhaber .....	602	29– 54
III. DFB als Mitinhaber von Rechten .....	612	55– 78
IV. Persönlichkeitsrechte der Nationalspieler .....	621	79– 87
D. Fazit .....	626	88

	Seite	Randziffer
<b>Kapitel 14: DFL (Paepke/Blask)</b> .....	627	1– 71
A. Einführung .....	627	1
B. Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen der Vermarktung .....	628	2– 7
I. Berechtigung des DFL e.V. zum Betrieb und zur Vermarktung der Lizenzligen .....	628	2– 3
II. Verbandsinterne Regelung der Vermarktung durch die OVR ..	629	4– 5
III. Organisation der Vermarktung .....	630	6– 7
C. Vermarktungsrechte des DFL e.V. ....	631	8– 28
I. Originäre Vermarktungsrechte des DFL e.V. ....	631	9– 12
II. Derivative Vermarktungsrechte des DFL e.V. ....	634	13– 28
D. Einzelne Vermarktungsbereiche und -rechte .....	641	29–56f
I. Audiovisuelle Rechte .....	641	29– 42
II. Audiorechte .....	653	43–44a
III. Spielpläne .....	655	45– 52
IV. Spieldaten .....	663	53– 54
V. Ligasponsoring .....	665	55– 56
VI. Licensing .....	666	56a–56f
E. Kartellrechtliche Rahmenbedingungen für die Ligavermarktung ....	669	57– 68
I. Einführung .....	669	58– 60
II. Vorgaben aus der Entscheidungspraxis der Wettbewerbsbehörden .....	671	61– 65
III. Vorgaben der EuGH-Rechtsprechung .....	673	66
IV. Konkrete Auswirkungen für die Gestaltung der Ligavermarktung .....	674	67– 68
F. Verteilung der Vermarktungserlöse .....	675	69–70a
G. Fazit .....	677	71
<b>Kapitel 15: Clubs (Gerlinger)</b> .....	679	1– 41
A. Einführung .....	679	1
B. Der Club im Verbandsgefüge .....	680	2– 10
I. Organisationsstruktur im deutschen Fußball .....	680	3– 5e
II. Rahmenbedingungen auf den Organisationsebenen .....	682	6– 10
C. Der Club als Unternehmer und Rechteinhaber .....	684	11– 24
I. Rechte .....	684	12– 15
II. Waren und Leistungen .....	685	16– 24
D. Aspekte der Rechtevermarktung und deren rechtliche Grundlagen ..	689	26– 31
I. Originäre Rechte des Clubs vs. Rechte Dritter .....	689	32– 37
II. Kollektive Rechte der Clubs vs. individuelle Rechte der Clubs.	691	38– 41
III. Kollektive und individuelle Rechte der Clubs vs. Rechte des Verbands .....	693	38– 41
<b>Kapitel 16: Spielertransfers und Spielervermittlung (Stopper/Karlin)</b> ...	695	1– 96
A. Spielertransfers .....	695	1– 63
I. Einführung .....	695	1– 5
II. Verbandsvorgaben der FIFA .....	697	6– 29
III. FIFA TMS – Struktur .....	709	30– 31
IV. Ausbildungsentschädigung .....	710	32– 57
V. Solidaritätsmechanismus .....	721	58– 63
B. Spielervermittlung .....	724	64– 96
I. Einführung .....	724	64– 68
II. Maklerrecht .....	726	69– 71

	Seite	Randziffer
III. Arbeitsvermittlung . . . . .	727	72– 77
IV. FIFA-Reglement zur Arbeit mit Vermittlern . . . . .	729	78– 82
V. DFB-Reglement zur Spielervermittlung . . . . .	731	83– 96
VI. Rechtsdienstleistungsgesetz . . . . .	735	91– 95
VII. Steuerrecht . . . . .	736	96
<b>Kapitel 17: Vermarktungsagenturen (von Appen) . . . . .</b>	<b>737</b>	<b>1– 55</b>
A. Die Rolle von Vermarktungsagenturen im Sport . . . . .	737	1– 20
I. Entstehung und Entwicklung des Agenturmarktes . . . . .	738	3– 4
II. Gründe für die Fremdvermarktung durch eine Vermarktungsagentur . . . . .	738	5– 12
III. Ausgewählte Vermarktungsagenturen im Fußball . . . . .	743	13– 20
B. Vermarktungsmodelle in der Praxis . . . . .	747	21– 32
I. Rechteinhaber – Vermarktungsagentur . . . . .	747	22– 28
II. Vermarktungsagentur – Kunde . . . . .	749	29– 32
C. Der Agenturvertrag . . . . .	750	33– 55
I. Rechtsnatur des Agenturvertrages . . . . .	751	34– 35
II. Typische Vertragsinhalte . . . . .	752	36– 55

### Teil 3 Organisation

<b>Kapitel 18: Organisation von Großveranstaltungen (Lentze) . . . . .</b>	<b>761</b>	<b>1– 61</b>
A. Einführung . . . . .	761	1– 4
B. Rechte und Pflichten der Beteiligten . . . . .	762	5– 9
I. Rolle des Dachverbandes . . . . .	762	5
II. Vertragliche Aufgabenverteilung . . . . .	763	6
III. Vertragsgestaltung und Vertragsdurchsetzung . . . . .	764	7– 8
IV. Anwendbares Recht . . . . .	764	9
C. Bewerbungsverfahren . . . . .	765	10– 26
I. Grundlagen . . . . .	765	10– 11
II. Verfahren am Beispiel von DFB, UEFA und FIFA . . . . .	765	11a–11d
III. Zielsetzungen des Bewerbungsverfahrens . . . . .	767	12– 17
IV. Rahmenbedingungen . . . . .	772	18– 26
D. Nationaler Verband . . . . .	777	27– 36
I. Lokale Organisationsstruktur und Ausrichtervertrag . . . . .	777	27–32c
II. Alternative Gestaltungsmodelle der Zusammenarbeit . . . . .	782	33– 36
E. Städte . . . . .	784	37–45a
I. Einführung . . . . .	784	46
II. Pflichten der Städte . . . . .	786	47– 48
III. Rechte der Städte . . . . .	788	49– 51
IV. Stadtzugehörige Flughäfen . . . . .	790	45a
F. Stadien . . . . .	791	46– 51
I. Einführung . . . . .	791	46
II. Bereitstellung des Stadions . . . . .	791	47– 48
III. Anpassung der Stadioninfrastruktur und Betrieb des Stadions . . . . .	793	49–51
G. Regierung . . . . .	794	52– 61
I. Einführung . . . . .	794	52– 53
II. Regierungsgarantien . . . . .	795	54– 56
III. Schutzvorschriften . . . . .	797	57– 61

	Seite	Randziffer
<b>Kapitel 19: Prävention und Sicherheit</b>		
<i>(Große Lefert / Bagger von Grafenstein)</i> .....	801	1–135
A. Einführung .....	802	1– 2
B. Grundlagen .....	804	3– 39
I. Gefährdungs- und Risikopotenziale in Stadien .....	804	3
II. Verkehrssicherheit von Stadien .....	805	4– 11
III. Akteure .....	808	12– 39
C. Präventions- und Sicherheitsarchitektur des DFB. ....	819	40– 65
I. Historie .....	819	40– 46
II. Organisationsstruktur .....	821	47– 51
III. Sicherheitsphilosophie .....	823	52
IV. Säulen für ein sicheres Stadionerlebnis .....	824	53– 65
D. Instrumente bei Zuschauerfehlverhalten .....	829	66–118
I. Präventive Instrumente .....	829	67– 93
II. Repressive Instrumente .....	845	94–118
E. Sicherheit am Beispiel eines Bundesligaspieltages .....	855	119–133
I. Vor dem Spieltag .....	855	119–128
II. Am Spieltag .....	859	129–131
III. Nach dem Spieltag .....	860	132–133
F. Fazit .....	860	134–135
<b>Kapitel 20: Lizenzierungsverfahren der DFL</b> ( <i>Holzhäuser / Wilkens</i> ) ..	863	1–232
A. Einführung .....	864	1
B. Rechtliche Einordnung und Grundlagen der Vereinslizenzierung ...	865	2– 31
I. Begriffsbestimmung der Vereinslizenz .....	865	2– 11
II. Besondere Ziele der Vereinslizenzierung .....	870	12– 23
III. Rechtsbeziehungen der Beteiligten und Rechtsnatur der Vereinslizenz .....	876	24– 31
C. Rechtsrahmen des Lizenzierungsverfahrens des DFL e.V. ....	880	32–107
I. Verbandsrecht – insbesondere das Lizenzstatut .....	881	33– 56
II. Staatliches Recht – Schranken der Lizenzierung .....	888	57–100
III. Gerichtliche Kontrolle .....	908	101–107
D. Vereinslizenzierung durch DFL e.V. und DFL .....	911	108–147
I. Lizenzierungsverfahren des DFL e.V. ....	911	109–121
II. Voraussetzungen der Lizenzerteilung .....	919	122–147
E. Der Lizenzvertrag .....	935	148–189
I. Inhalt des Lizenzvertrages .....	935	149–177
II. Lizenzverweigerung und Anspruch auf Erteilung der Lizenz ..	948	178–189
F. Übertragung und Erlöschen der Lizenz .....	953	190–207
I. Übertragung der Lizenz .....	953	191–195
II. Lizenzentzug und sonstiges Erlöschen der Lizenz .....	954	196–207
G. Haftungsfragen der Lizenzierung .....	959	208–232
I. Haftung der Verbände für Lizenzierungsfehler .....	959	209–227
II. Haftung der Clubs .....	967	228–232
<b>Kapitel 21: Rechtsformwahl für Clubs</b> ( <i>Lorz</i> ) .....	971	1– 93
A. Einführung .....	971	1– 4
B. Gründe für die Ausgliederung von Lizenzspielerabteilungen und technische Umsetzung .....	973	5– 11
I. Verfolgte Zwecksetzungen .....	973	5– 7
II. Technische Umsetzung .....	975	8– 11

	Seite	Randziffer
C. Die Rechtsformwahl .....	977	12– 28
I. Allgemeines .....	977	12– 13
II. Die verbandsrechtlichen Grundlagen .....	977	14– 25
III. Überblick über die Spezifika der möglichen Rechtsformen .....	982	26– 56
IV. Steuerliche Gesichtspunkte .....	993	57– 68
V. Das Ziel der Einflussicherung des Vereins .....	996	69– 82
D. Abwägung der Vor- und Nachteile der Rechtsformen und die optimale Wahl für Fußballclubs .....	1002	83–92a
I. Vor- und Nachteile der (börsennotierten) Aktiengesellschaft ...	1002	84–87a
II. Vor- und Nachteile der GmbH .....	1003	88–89a
III. Vor- und Nachteile der KGaA .....	1004	90–92a
E. Fazit .....	1005	93
<b>Kapitel 22: Clubs und Wettbewerbsintegrität (Stopper/Karlin) .....</b>	<b>1007</b>	<b>1– 64</b>
A. Einführung .....	1007	1– 2
B. Mehrheitsbeteiligungen – „50+1“ .....	1009	3– 22
I. Regelung .....	1009	3– 4
II. Normzweck .....	1011	5– 6
III. Urteil des Ständigen Schiedsgerichts des DFB .....	1011	7– 13
IV. Anwendbarkeit der 50+1-Regel auf den eingetragenen Verein (e.V.) .....	1015	14– 15
V. Rechtliche Implikationen .....	1016	16– 22
C. Mehrfachbeteiligungen .....	1019	23– 31
I. Regelung .....	1020	24
II. Normzweck .....	1020	25
III. Praxisbeispiel .....	1020	26– 27
IV. Zahlreiche Sponsoringaktivitäten .....	1021	28
V. Normative vs. faktische Beherrschung durch Dritte .....	1021	29– 31
D. UEFA-Regelungen zum Schutz der Wettbewerbsintegrität .....	1022	32– 40
I. Regelungen/Ziel .....	1022	32– 33
II. „ENIC-Entscheidung“ .....	1023	34– 38
III. „Entscheidender Einfluss“ .....	1025	39– 40
E. FIFA-Regelungen zur Dritteigentümerschaft an Spielern .....	1027	41– 64
I. Regelungen/Ziel .....	1027	41
II. Art. 18bis FIFA RSTP .....	1027	42– 43
III. Art. 18ter FIFA RSTP .....	1028	44– 64
<b>Kapitel 23: Financial Fairplay (Stopper/Karlin) .....</b>	<b>1039</b>	<b>1– 58</b>
A. Einführung .....	1039	1– 2
B. UEFA-Reglement zur Klublizenzierung und zum finanziellen Fairplay .....	1040	3– 37
I. Neuregelung .....	1040	3– 5
II. Regelungszweck .....	1042	6
III. Regelungsstruktur .....	1043	7– 15
IV. Regelungsschwerpunkte .....	1046	16– 37
C. Rechtliche Implikationen – Eingriffe in Regelungen des AEUV .....	1058	38– 45
I. Anwendbarkeit des AEUV .....	1058	39
II. Einschätzung der Europäischen Kommission zum UEFA-FFP ..	1058	40
III. Kapitalverkehrsfreiheit (Investoren) .....	1059	41
IV. Arbeitnehmerfreizügigkeit (Spieler) und Dienstleistungsfreiheit (Spielerberater) .....	1060	42– 43
V. Wettbewerbsfreiheit .....	1061	44– 45

	Seite	Randziffer
D. Rechtliche Praxis .....	1062	46– 49
I. Beschwerde Europäische Kommission .....	1062	46
II. Belgisches Gericht und EuGH .....	1062	47
III. Galatasaray vs. UEFA – CAS 2016/A/4492 .....	1063	48– 49
E. Fazit zur Neuregelung des UEFA-FFP .....	1064	50
F. Überblick über das Lizenzierungsverfahren der UEFA .....	1064	51– 58
I. Einführung .....	1064	52
II. Rechtswirkung des UEFA-Clublizenzierungsverfahrens und Umsetzung .....	1065	53– 54
III. Zuständigkeiten .....	1066	55
IV. Fazit zum Lizenzierungsverfahren der UEFA .....	1066	56– 58
<b>Kapitel 24: Clubfinanzierung und Investments im Fußball (Schneider).</b>	1069	1–144
A. Einführung .....	1070	1– 2
B. Finanzierungsmodelle im Fußball .....	1072	3–130
I. Finanzierungsplanung .....	1072	4– 7
II. Finanzierungsinstrumente für Fußballclubs .....	1074	8– 44
III. Rechtliche Hürden der Clubfinanzierung .....	1090	45–123
IV. Verbraucher- und Datenschutz beim Vertriebsweg „Online-Zeichnung“ .....	1132	124–130
C. Investments in Fußballclubs und -spieler .....	1135	131–141
I. Clubbezogenes Investment als (atypisch) stiller Gesellschafter .	1135	132–133
II. Spielerbezogenes Investment .....	1136	134–141
D. Fazit und Ausblick .....	1139	142–144
<b>Kapitel 25: Ticketing (Holzhäuser/Karlin)</b> .....	1141	1–129
A. Einführung .....	1142	1– 21
I. Erstmarkt für Fußballtickets .....	1142	2– 9
II. Marketing: Ticketing-Produkte .....	1145	10–15f
III. Elektronische Zugangskontrolle, E-Payment, print@home und Mobile Ticketing .....	1150	16– 21
B. Rechtliche Grundlagen des Ticketings .....	1152	22– 68
I. Werkvertrag .....	1152	22
II. Wertpapierrecht: Inhaber- oder Namenspapier .....	1152	23–32c
III. Ticketing und AGB .....	1159	33– 68
C. Zweitmarkt für Fußballtickets .....	1182	69–107
I. Status Quo .....	1183	70– 74
II. Rechtsprechung zum Zweitmarkt für Fußballtickets. ....	1185	75– 93
III. Maßnahmen der Veranstalter gegen den nicht autorisierten Zweitmarkt .....	1190	94–107
D. Ticketing und Datenschutz .....	1199	108–129
I. Datenverarbeitung vor der Veranstaltung: Personalisierung von Tickets .....	1199	109–116
II. Datenverarbeitung während der Veranstaltung .....	1204	117–119e
III. Datenverarbeitung nach der Veranstaltung .....	1211	120–126a
IV. Einsatz externer IT-Spezialisten: Auftragsdatenverarbeitung ...	1216	127–129
<b>Kapitel 26: Anti-Doping (Schmidt/Kober)</b> .....	1219	1– 65
A. Einführung .....	1220	1– 3
B. Die Anti-Doping-Vorschriften im Fußball .....	1222	4– 15
I. Internationale Übereinkommen und ihre nationale Umsetzung: WADA-Code, NADA-Code .....	1222	4– 7

	Seite	Randziffer
II. Verbandsrechtliche Regelung des Dopingverbots im Fußball . . .	1223	8– 14
III. Inkrafttreten des Anti-Doping-Gesetzes. . . . .	1226	15
C. Dopingkontrollverfahren im Bereich des Deutschen Fußball-Bundes.	1227	16– 42
I. Das Doping-Kontrollsystem. . . . .	1227	16– 36
II. Verfahren bei einem positiven Doping-Befund . . . . .	1234	37– 42
D. Sportgerichtliches Verfahren zur Sanktionierung von		
Doping-Verstößen vor den DFB-Rechtsinstanzen . . . . .	1237	43– 65
I. Sanktionsverfahren. . . . .	1237	43– 53
II. Rechtsfolgen . . . . .	1241	54– 64
III. Rechtsmittel . . . . .	1245	65
<b>Kapitel 27: Anti-Diskriminierung (Nolte).</b> . . . . .	1247	1– 34
A. Einführung . . . . .	1247	1– 2
B. Diskriminierungsverbot . . . . .	1248	3– 34
I. Tatbestand . . . . .	1248	3– 19
II. Rechtsfolgen . . . . .	1254	20– 34
<b>Kapitel 28: Schiedsgerichtsbarkeit national (Koch)</b> . . . . .	1261	1– 83
A. Das verbandsautonome Recht des Fußballsports . . . . .	1262	1– 13
I. Rechtsetzung im DFB . . . . .	1262	2– 7
II. Exekutives Handeln. . . . .	1265	8– 9
III. Verbandsgerichtsbarkeit. . . . .	1266	10
IV. Verbandsexterne Instanzen . . . . .	1267	11– 13
B. Materielles Fußballstrafrecht . . . . .	1268	14– 45
I. Strafgewalt des DFB . . . . .	1268	14
II. Strafzweck, geschützte Rechtsgüter. . . . .	1269	15
III. Delikttaufbau . . . . .	1269	16
IV. Handlung . . . . .	1270	17
V. Täterschaft und Teilnahme, Versuch . . . . .	1270	18
VI. Rechtswidrigkeit. . . . .	1270	19
VII. Schuld . . . . .	1271	20– 24
VIII. Rechtsfolgen und Strafzumessung . . . . .	1274	28– 28
IX. Straftatbestände . . . . .	1276	28– 45
C. Sportgerichtliches Verfahrensrecht . . . . .	1282	46– 83
I. Verfahrensgrundsätze. . . . .	1282	46– 47
II. Rechtsorgane. . . . .	1283	48– 54
III. Verwaltungsverfahren . . . . .	1286	55– 63
IV. Sportstrafverfahren. . . . .	1290	64– 83
<b>Kapitel 29: Schiedsgerichtsbarkeit international (Muresan).</b> . . . . .	1299	1– 57
A. Schiedsgerichtsbarkeit im Sport im Allgemeinen . . . . .	1300	1– 17
I. Streiterledigung mittels Schiedsgerichtsbarkeit. . . . .	1300	1– 15
II. Schiedsgerichtsbarkeit im Sport . . . . .	1307	16– 17
B. Internationale Schiedsgerichtsbarkeit im Fußball . . . . .	1308	18– 57
I. Vorbemerkungen . . . . .	1308	18
II. Schiedsgerichtsbarkeit im Rahmen des CAS . . . . .	1309	19– 57
Literaturverzeichnis . . . . .	1333	
Autorenverzeichnis . . . . .	1371	
Stichwortverzeichnis . . . . .	1379	