

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

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	
Teil 1: Rechte	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
Teil 2: Vermarktung	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
Teil 3: Organisation	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

Kapitel 1: „Fußball-Rechte“ (Stopper)	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
Kapitel 2: Marketing-Rechte (Lentze)	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
Kapitel 3: Medienrechte (Kubn/Lau)	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
Kapitel 4: Sportwetten (Blask/Gassner)	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
Kapitel 5: Hospitality Rechte (von Apen)	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
Kapitel 6: Gewerbliche Schutzrechte (Rassmann)	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
Kapitel 7: Ambush Marketing (Heermann)	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
Kapitel 8: Kartellrecht (Stopper/Kempter)	293	1– 66
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
Kapitel 9: Arbeitsrecht (Breucker/Wüterich)	335	1–161
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
Kapitel 10: Steuerrecht (Feldgen)	407	1–188
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

Kapitel 11: FIFA (<i>Vollmüller</i>)	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
Kapitel 12: UEFA (<i>Bagger von Grafenstein/Dressel</i>)	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
Kapitel 13: DFB (<i>Englisch/Bagger von Grafenstein</i>)	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
Kapitel 14: DFL (Paepke/Blask)	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
Kapitel 15: Clubs (Gerlinger)	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
Kapitel 16: Spielertransfers und Spielervermittlung (Stopper/Karlin) ...	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
Kapitel 17: Vermarktungsagenturen (von Appen)	737	1– 55
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

Kapitel 18: Organisation von Großveranstaltungen (Lentze)	761	1– 61
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
Kapitel 19: Prävention und Sicherheit (<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
Kapitel 20: Lizenzierungsverfahren der DFL (<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
Kapitel 21: Rechtsformwahl für Clubs (<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
Kapitel 22: Clubs und Wettbewerbsintegrität (Stopper/Karlin)	1007	1– 64
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
Kapitel 23: Financial Fairplay (Stopper/Karlin)	1039	1– 58
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
Kapitel 24: Clubfinanzierung und Investments im Fußball (Schneider).	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
Kapitel 25: Ticketing (Holzhäuser/Karlin)	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
Kapitel 26: Anti-Doping (Schmidt/Kober)	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
Kapitel 27: Anti-Diskriminierung (Nolte).	1247	1– 34
A. Einführung	1247	1– 2
B. Diskriminierungsverbot	1248	3– 34
I. Tatbestand	1248	3– 19
II. Rechtsfolgen	1254	20– 34
Kapitel 28: Schiedsgerichtsbarkeit national (Koch)	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
Kapitel 29: Schiedsgerichtsbarkeit international (Muresan).	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	