Ihr Ansprechpartner
Ass. iur. Kim Pleines
E-Mail
kim.pleines@saarland.ihk.de
Tel.
(0681) 9520-640
Fax
(0681) 9520-690

WETTBEWERBSRECHT - W17

Stand: Mai 2024

EM 2024: Wie werbe ich richtig?

Am 14. Juni 2024 beginnt in Deutschland die Fußball-Europameisterschaft der Herren. Wie dürfen Unternehmen mit der Fußball-Europameisterschaft werben? Und was ist beim Public Viewing zu beachten?

Die UEFA und ihre Schutzrechte

Die EM 2024 ist eine Veranstaltung der UEFA (Union des Associations Européennes de Football), dem Fußball-Dachverband mit Sitz in Nyon in der Schweiz.

Die EM ist nicht nur ein riesiges internationales Volksfest, sondern auch ein Markenprodukt der UEFA. Die Vermarktung der kommerziellen Rechte, das heißt Medien-, Marketing-, Lizenzierungs- und Ticketing-Rechte, liegen ausschließlich in den Händen der UEFA. Sie ist ausschließliche Inhaberin etlicher Schutzrechte, die im Zusammenhang mit der EM verwendet werden.

Neben dem offiziellen Emblem der UEFA EURO 2024™, den Begriffen „EURO 2024™“ oder „UEFA EURO 2024 GERMANY™“, dem offiziellen Maskottchen Albärt™ und dem Pokal der UEFA EURO 2024™ genießt auch der offizielle Slogan "United by football. Vereint im Herzen Europas™" kennzeichenrechtlichen Schutz.

Folge des Schutzes der Marken ist, dass es ausschließlich den offiziellen UEFA-Partnern, UEFA EM-Sponsoren und regionalen Unterstützern gestattet ist, mit den geschützten Begriffen und Symbolen zu werben. Unternehmen, die mit den geschützten Logos und Markennamen werben wollen, benötigen hierfür eine **Erlaubnis/Lizenz** der UEFA.

Achtung: Wer ohne eine solche Lizenz den Absatz seiner Produkte und Dienstleistungen mit Begriffen rund um die EM bewerben möchte, sollte vor jeder Verwendung derartiger Begriffe **rechtlichen Rat** einholen. Andernfalls besteht die Gefahr, von der UEFA auf **Unterlassung, Auskunft, Beseitigung und ggf. Schadensersatz** in Anspruch genommen zu werden. Insbesondere drohen Abmahnungen, einstweilige Verfügungen und Klagen, die nicht unerhebliche Anwalts- und Gerichtskosten verursachen und das gesamte, für Werbung vorgesehene Jahresbudget vor allem kleinerer Unternehmen übersteigen können.

Industrie- und Handelskammer des Saarlandes
Postanschrift: IHK Saarland │ 66104 Saarbrücken │ Büroanschrift: Franz-Josef-Röder-Straße 9 │ 66119 Saarbrücken
Tel. 0681/9520-0 │ Fax 0681/9520-888 │ E-Mail: info@saarland.ihk.de │ Internet: www.saarland.ihk.de

Wer darf wie mit der Fußball-Europameisterschaft werben?

Eine Werbung unter Bezugnahme auf die EM kann zulässig sein, wenn die Angabe **rein beschreibend** ist und nicht gegen die guten Sitten verstößt. **Rein beschreibende** Angaben sind solche, die zur Beschreibung von Merkmalen und Eigenschaften der darunter vertriebenen und beworbenen Waren und Dienstleistungen dienen können, z. B. ihre Art, Beschaffenheit, Bestimmung, ihren Wert, ihre geografische Herkunft oder die Zeit ihrer Herstellung oder ihrer Erbringung.

Die Werbung darf auch sonst **keine** unlautere **Rufausnutzung** oder **-beeinträchtigung**, keine gezielte Behinderung und Herkunftstäuschung oder sonstige **Verwechslungsgefahr** bzw. Verknüpfung mit der UEFA hervorrufen sowie **keine Irreführung über** eine tatsächlich **nicht bestehende Partnerschaft / Sponsoreneigenschaft** oder sonstige Verbindung **mit der UEFA** oder sonstigen Rechteinhabern darstellen.

Beispiele für zulässige Werbung:
„Das Fußballfieber steigt, die Preise fallen: 20 Prozent auf alles während der EM", „Fußball in Deutschland", „Für den Zeitraum der Europameisterschaft senken wir die Preise für alle Sportartikel um 20 Prozent", „Für jedes geschossene Tor der deutschen Nationalelf erhalten Sie 1 Prozent Rabatt auf unser gesamtes Sortiment", „Fan-Wurst für 2,50 Euro", „Großes Fan-Sortiment", „10 Prozent Fan-Rabatt auf Geschirr".

Nicht empfehlenswert ist beispielsweise:

- Verwendung bildlicher Logos und Embleme der UEFA oder Dritter ohne entsprechende Lizenz (auch keine UEFA-Merchandisingprodukte)
- Geschützte Markennamen der UEFA als Teil eines Produktnamens zu verwenden, z. B. „EURO 2024-Fernseher". Zulässig kann dagegen die Werbung mit „Während der EM gibt es bei dem Kauf von 10 Brötchen eines umsonst" sein.
- Ein Hinweis, der den Eindruck erweckt, man sei offizieller Sponsor, Förderer oder sonstiger Partner der UEFA (näher dazu vgl. nächste Seite). Gleiches gilt, wenn der Verbraucher davon ausgehen könnte, es handle sich um offizielle UEFA-Waren bzw. spezielle Europameisterschaft-Produkte.
- Ein Hinweis, wonach die eigenen Produkte mit UEFA-Produkten vergleichbar seien.
- Nachahmungen von Produkten der UEFA und ihrer Sponsoren, Förderer und sonstigen Partner

Alles in allem ist die Zulässigkeit der jeweiligen Werbung eine Frage des Einzelfalls. Es ist deshalb vor Veröffentlichung eine eingehende juristische Überprüfung der Zulässigkeit der geplanten Werbung ratsam.

Kann ich mit einem eigens entworfenen EM-Logos werben?

Wer selbst EM-Logos entwerfen und verwenden will, muss darauf achten, dass diese keine gedankliche Verbindung zum offiziellen Emblem oder allgemein zur EM 2024 als Veranstaltung der UEFA herstellen.

Was ist bei der Verwendung der Farben Schwarz-Rot-Gold zu beachten?

Die Bundesfarben stellen als solche, also ohne Gestaltung als Fahne oder Flagge, kein Hoheitszeichen dar und dürfen daher grundsätzlich verwendet werden (z. B. Herstellung von schwarz-rot-goldenen Flipflops). Hier ist allerdings jeder Einzelfall genau zu prüfen.

Dürfen Sammelbilder/Porträts von Fußballspielern geschäftlich / werblich verwendet werden?

Ohne entsprechende und nachweisbare Zustimmung der einzelnen Fußballspieler ist dies nicht zu empfehlen.

Darf ich Merchandisingprodukte mit offiziellen UEFA-Marken oder -Symbolen vertreiben?

Dies ist nur zulässig, wenn man einen entsprechenden Lizenzvertrag mit der UEFA abgeschlossen hat. Auf diese Weise sollen die Kennzeichen (Logos und Markennamen) der UEFA geschützt werden. Mit diesem Vertrag erwerben die Lizenznehmer die Rechte für die Verwendung dieser Kennzeichen der UEFA für die EM auf bestimmten Produkten. Es wird dabei vorab festgelegt, um welches Produkt es sich handelt und in welcher Region es vertrieben wird. Lizenznehmer dürfen aber nicht das eigene Unternehmen mit der EM in Verbindung bringen.

Wer sind die offiziellen Sponsoren und nationalen Partner?

Die Lizenznehmer sind von den offiziellen UEFA -Partnern, Sponsoren und Nationalen Förderern zu unterscheiden, die das exklusive Recht haben, sich selbst und ihre Produkte oder Dienstleistungen mit der WM in Verbindung zu bringen. Die Liste der Sponsoren der EM finden Sie hier.

Sind Sonderaktionen anlässlich der EM zulässig?

Sonderpreise anlässlich der EM sind grundsätzlich zulässig. Zu beachten sind die allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Regeln und die Markenrechte der UEFA und sonstiger Dritter (s.o.).

➔**W12** „30 Tipps zur Werbung“, Kennzahl 65

Darf ein Gewinnspiel veranstaltet werden, bei dem es EM-Eintrittskarten zu gewinnen gibt?

Gewinnspiele mit Eintrittskarten können nur von den offiziellen Sponsoren der EM ausgerichtet werden. Allgemein gilt: Jede Nutzung der Eintrittskarten für gewerbliche Zwecke - einschließlich des Verkaufs - ist unzulässig.

Wie verhält es sich mit Sportwetten während der EM?

Sportwetten sind nach höchstrichterlicher Rechtsprechung Glücksspiele. Sportwetten dürfen daher nur mit der erforderlichen Erlaubnis der Landesregierung angeboten werden. Achtung! Wer ohne die erforderliche Erlaubnis Sportwetten und andere Glücksspiele ausrichtet, muss nicht nur mit wettbewerbsrechtlichen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen rechnen, sondern macht sich auch strafbar!

Was passiert bei Verstößen?

Hier drohen dem betroffenen Unternehmen Unterlassungs-, Beseitigung-, Auskunfts- und Schadensersatz-Ansprüche. Unter Umständen können auch die mit dem unlauteren Verhalten erzielten Gewinne „abgeschöpft“ werden. Instrumente für die Durchsetzung der Ansprüche sind die Abmahnung oder das gerichtliche einstweilige Verfügungs- und/oder Hauptsacheverfahren.

Was gibt es beim Public Viewing zu beachten?

Alle Vorführungen von Spielen der EM außerhalb von häuslichen Umgebungen werden als Public Viewing eingestuft. Nach dem UEFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen sind **Lizenzen** für

- kommerzielle Public-Viewing-Veranstaltungen und
- nicht-kommerzielle Public-Viewing-Veranstaltungen

erforderlich. Die Tarifliste können Sie hier einsehen. Die Gebühren richten sich nach der Zuschauerkapazität.

Für **kommerzielle Public-Viewing-Veranstaltungen** ist eine **gebührenpflichtige Lizenz der UEFA** notwendig. **Ein gewerblicher Zweck** gilt bei einer Public-Viewing-Veranstaltung als gegeben, wenn zum Beispiel:

- für die Vorführung der Übertragung der Spiele der Fußball-EM direkt oder indirekt (z. B. durch Unkostenbeiträge, Mindestverzehranforderungen, erhöhte Speisen- und Getränkepreise) Eintrittsgelder verlangt werden und/oder
- im Zusammenhang mit der Veranstaltung Sponsoring- oder andere gewerbliche Assoziierungsrechte genutzt werden und/oder
- aus der Veranstaltung in anderer Form ein geschäftlicher Nutzen erzielt wird.

Für **nicht-kommerzielle Public-Viewing-Veranstaltungen** benötigen Sie eine Lizenz, die allerdings **nicht kostenpflichtig** ist.

Sonderfälle

Bars/Hotels/Restaurants
Sofern alle erforderlichen örtlichen Genehmigungen vorliegen (einschließlich eines TV-Abonnements für "gewerbliche Räumlichkeiten" vom entsprechenden Sender), ist keine öffentliche Übertragungslizenz von der UEFA notwendig, solange die Übertragungen nicht gesponsert sind und kein Eintrittsgeld verlangt wird.

Kleine Veranstaltungen
Kleine Veranstaltungen benötigen keine Lizenz, wenn

- an der Veranstaltung **nur bis zu 300 Menschen** teilnehmen und
- **kein Sponsoring erfolgt** und **kein Eintrittsgeld** erhoben wird.

Die UEFA behält sich das Recht vor, die automatische Zustimmung zur Durchführung solcher öffentlichen kleinen Übertragungen zu entziehen, bei denen sich der Veranstalter nicht an die Bedingungen der UEFA hält und/oder nicht über die erforderlichen örtlichen Genehmigungen und Berechtigungen verfügt.

Dürfen Sponsoren bei einer kommerziellen Public-Screening-Veranstaltung auftreten?

Liegt eine Lizenz seitens der UEFA vor, sollten zur Vermeidung von Konflikten und Auseinandersetzungen mit der UEFA die von ihr aufgestellten Bedingungen für die Hinzuziehung von Sponsoren und der hier (Englisch).

Danach muss der Veranstalter des Public Screenings den offiziellen Rundfunkanbietern Erstverhandlungsrechte einräumen. Erst wenn keiner der offiziellen Sponsoren (dabei handelt es sich um die 8 offiziellen Sponsoren mit weltweiten Werberechten sowie um die 5 nationalen Partner, d.h. Unternehmen aus Frankreich, deren Rechte auf das Gebiet des jeweiligen Ausrichterlandes beschränkt sind.) und auch keiner der Rundfunkanbieter interessiert sind, dürfen andere Sponsoren herangezogen werden. Diese Sponsoren wiederum dürfen keine Wettbewerber der oben genannten offiziellen Sponsoren sein.

Sind auch GEMA- und Rundfunkgebühren zu zahlen?

Zu beachten ist, dass beim Public-Viewing – neben den Kosten für ein Sky-Abonnement – zusätzliche Gebühren der GEMA. Weitere Informationen finden Sie auf den Seiten der GEMA. Darüber hinaus ist der Rundfunkbeitrag zu entrichten (www.rundfunkbeitrag.de).

Achtung: Seit dem 1. Januar 2024 ist neben einem Sky-Abonnement auch eine separate GEMA-Lizenz zum Sky Abonnement erforderlich. Bislang war die GEMA-Lizenz für Fernsehwiedergaben im Sky-Abo enthalten.

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.