



## ZVG-Merkblatt: Fußball WM 2018 in Russland

Vom 14. Juni bis zum 15. Juli 2018 findet die 21. Fußballweltmeisterschaft (WM) in Russland statt. Wenn der gärtnerische Fachhandel Produkte oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Turnier vermarkten möchten, gibt es bestimmte Regeln, die zu beachten sind. Die Fußballweltmeisterschaft in Russland ist ein Markenprodukt der Fédération Internationale de Football Association (FIFA). Die Adresse der offiziellen Internetseite lautet: <https://de.fifa.com/worldcup/>.

### FIFA und Schutzrechte

Die FIFA ist ausschließliche Inhaberin aller Schutz- und Urheberrechte an FIFA-Namen, -Logos, -Marken, -Musik, -Medaillen, -Plakaten und -Trophäen, die im Zusammenhang mit der WM verwendet werden. Neben dem offiziellen Emblem des „FIFA World Cup 2018“ und dem „Pokal des FIFA World Cup™“ genießt auch das offizielle Maskottchen, der Wolf „Zabivaka“, kennzeichenrechtlichen Schutz.

Außerdem hat die FIFA eine Vielzahl von Einzelbegriffen oder Kombinationen von Begriffen wie z.B. „FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Russland 2018™“, „COPA 2018™“ oder „RUSIA 2018™“ markenrechtlich schützen lassen. **FOLGE** dieses Schutzes ist, dass Unternehmen, die mit den geschützten Logos und Markennamen werben wollen, eine Erlaubnis der FIFA benötigen bzw. bei der FIFA hierfür eine Lizenz erwerben müssen.

- Weitere Informationen zum Schutz der FIFA-Marken finden Sie [hier](#).
- Die FIFA hat Richtlinien für die Nutzungen der offiziellen Marken herausgegeben. Diese finden Sie [hier](#).

**Achtung:** Wer ohne eine solche Lizenz den Absatz seiner Produkte und Dienstleistungen mit Begriffen wie „FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Russland 2018™“ oder „RUSIA 2018™“ in Bezug auf die WM bewerben möchte, sollte vor jeder Verwendung derartiger Begriffe rechtlichen Rat einholen.

Andernfalls besteht die Gefahr, von der FIFA auf Unterlassung, Auskunft, Beseitigung und ggf. Schadensersatz in Verantwortung genommen zu werden. Insbesondere drohen Abmahnungen, einstweilige Verfügungen und Klagen, die nicht unerhebliche Anwalts- und Gerichtskosten verursachen und das gesamte, für Werbung vorgesehene Jahresbudget, übersteigen können.

Unternehmen können räumliche Sponsoringpakete erwerben, oder über Verkaufsstellen für lizenzierte Produkte werben. Alle Informationen finden Sie [hier](#).

## GEMA zur WM

Im Rahmen der Spiele werden rund um den Wettkampf auch immer Musikwerke übertragen, die urheberrechtlich geschützt sind, so z. B. der offizielle EM-Song. Urheberrechtlichen Schutz gibt es auch für die Kommentare der Reporter, die bei solchen Spielen für die notwendigen Hintergrundinformationen sorgen und während des Spiels einen ganz eigenen Spannungsbogen aufbauen, auf den keiner verzichten will.

Damit diese und weitere Rechte möglichst einfach und unkompliziert über die GEMA erworben werden können, wurde mit dem größten Interessenverband der Musikanutzer, der Bundesvereinigung der Musikveranstalter eine spezielle Tarifvereinbarung für die Fernsehweitgaben anlässlich der Weltmeisterschaft 2018 abgeschlossen.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

## Public Viewing

Die FIFA versteht darunter Veranstaltungen, bei der eine Übertragung von der WM für Zuschauer zur Verfügung gestellt wird und diese nicht in privaten Räumen stattfinden. Nach den FIFA-Regularien hängt das davon ab, ob es sich um eine gewerbliche oder nicht gewerbliche Veranstaltung handelt. Ausdrücklich ausgenommen davon werden gewerbliche Einrichtungen wie Clubs und Bars, sofern diese keine Eintrittsgelder erheben oder Sponsoring nutzen.

Von einem gewerblichen Charakter der Veranstaltung geht die FIFA aus, wenn für die Vorführung:

- *direkt oder indirekt Eintrittsgelder erhoben,*
- *Sponsoring- oder andere Assoziierungsrechte genutzt werden,*
- *ein anderer geschäftlicher Vorteil erzielt wird.*

Die FIFA verlangt, dass

- *gewerbliche Public-Viewing-Events (gebührenpflichtige Lizenz erforderlich)*

und

- *besondere nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen (Lizenz erforderlich, aber gebührenfrei, Ausrichtung auf mehr als 5.000 Zuschauer)*

über ihr [Online-Meldesystem](#) angemeldet werden und behält sich ein exklusives Recht zur Lizenzierung vor.

**Achtung:** Auch wenn keine Lizenz nötig ist, ist der Veranstalter verpflichtet, dass [FIFA Regelwerk für Public Viewing Veranstaltungen](#) einzuhalten.

### **Ausnahmen beim Lärmschutz**

Der Bundesrat hat am 27. April 2018 eine Verordnung gebilligt, die spätabendliche öffentliche Übertragungen von Spielen der Fußball-Weltmeisterschaft 2018 erlaubt.

Damit wurde für Kommunen der Spielraum erweitert, Public Viewing auch für die Spiele zuzulassen, die erst nach 20 Uhr angepfiffen werden. Die kommunalen Behörden entscheiden im Einzelfall, ob eine Ausnahme vorliegt. Hierbei geht es jeweils um die Abwägung zwischen dem öffentlichen Interesse an der Fernsehübertragung und dem Schutz betroffener Anwohner.