EM 2024

Im Sommer 2024 ist Deutschland das Austragungsland der 17. Fußball-Europameisterschaft. Unser Merkblatt gibt einen Überblick, worauf geachtet werden muss, wenn Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen im Kontext der Europameisterschaft vermarkten möchten und was die Voraussetzungen für die Durchführung einer Public-Viewing Veranstaltung sind.

1. Wer ist Veranstalter der Fußball-EM 2024?

Die Fußball-Europameisterschaft 2024 (nachfolgend „EM“) ist eine Veranstaltung der UEFA (Union des Associations Eurepéennes de Football), dem europäischen Fußballverband. Der offizielle Name des Turniers lautet UEFA EURO 2024. Die EM findet im Zeitraum vom 14. Juni bis 14. Juli 2024 statt. Spielorte sind:

- Berlin: Olympiastadion Berlin (Fassungsvermögen: 71.000)
- Köln: Köln Stadion (43.000)
- Dortmund: BVB-Stadion Dortmund (62.000)
- Düsseldorf: Düsseldorf Arena (47.000)
- Frankfurt: Frankfurt Arena (47.000)
- Gelsenkirchen: Arena Auf Schalke (50.000)
- Hamburg: Volksparkstadion Hamburg (49.000)
- Leipzig: Leipzig Stadion (40.000)
- München: München Fußball Arena (66.000)
- Stuttgart: Stuttgart Arena (51.000)

Die Adresse der offiziellen Internetplattform zur Europameisterschaft in deutscher Sprache lautet: https://de.uefa.com/euro2024/

2. Die UEFA und ihre Schutzrechte

Die UEFA ist ausschließliche Inhaberin aller Schutz- und Urheberrechte an UEFA-Namen, -Logos, -Marken, -Musik, -Medaillen, -Plakaten und -Trophäen, die im Zusammenhang mit der EM verwendet werden. Daneben gibt es Markenrechtsinhaber wie adidas, die zum Beispiel das Vermarktungsrecht an dem offiziellen Spielball „Fußballliebe” haben. Neben dem offiziellen Emblem der UEFA EURO 2024™, dem offiziellen Maskottchen der UEFA EURO 2024™ („Albärt“), dem Pokal der UEFA EURO 2024™ und einigen Grafiken mit den Sehenswürdigkeiten der Austragungsorte, genießen eine Vielzahl von Einzelbegriffen oder Kombinationen von Begriffen wie zum Beispiel „UEFA EURO 2024“ und „EURO 2024“, die Namen der 10 Spielorte mit dem Zusatz 2024 wie „Munich2024“ oder „Gelsenkirchen2024“ sowie der offizielle Slogan „United by Football – Vereint im Herzen Europas“ europaweit beziehungsweise sogar international markenrechtlichen Schutz.

Folge dieses Schutzes ist, dass Unternehmen, die mit den geschützten Logos und Marken werben wollen, eine Erlaubnis der UEFA benötigen beziehungsweise bei der UEFA hierfür eine Lizenz erwerben müssen.

ACHTUNG: Wer ohne eine solche Lizenz den Absatz seiner Produkte mit Begriffen wie „EURO 2024“ in Bezug auf die EM bewerben möchte, sollte sich vor jeder Verwendung

derartiger Begriffe rechtlichen Rat einholen. Andernfalls besteht die Gefahr, von der UEFA auf Unterlassung, Auskunft, Beseitigung und gegebenenfalls auf 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.

3. Darf ich überhaupt nicht mit Hinweisen auf die Europameisterschaft werben?

Das kommt darauf an: 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, zum Beispiel ihre Art, Beschaffenheit, Bestimmung, ihren Wert, ihre geografische Herkunft oder die Zeit ihrer Herstellung oder Erbringung. Des Weiteren ist zu beachten, dass die Werbung auch sonst keine unlautere Rufausnutzung oder Rufbeeinträchtigung, keine gezielte Behinderung oder Herkunftstäuschung oder sonstige Verwechslungsgefahr beziehungsweise Verknüpfung mit der UEFA hervorruft sowie keine Irreführung über eine tatsächlich nicht bestehende Partnerschaft / Sponsoreneigenschaft oder sonstige Verbindung mit der UEFA oder sonstigen Rechteinhabern darstellt.

3.1. Beispiele für zulässige Werbung

Es dürfen allgemeine Werbeaussagen getroffen werden wie zum Beispiel

- Das Fußballfieber steigt, die Preise fallen: 20 Prozent auf alles während der EM
- Fußball in ganz Europa
- 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

Dekorationen mit Fahnen der Austragungsländer, Bällen und Toren ohne die offiziellen UEFA-Symbole dürfen verwendet werden.

3.2. Beispiele für unzulässige Werbung

Nicht empfehlenswert ist es, Marken oder bildliche Logos und Embleme der UEFA beziehungsweise Dritter ohne entsprechende Lizenz zu verwenden wie beispielsweise:

- Geschützte Markennamen der UEFA als Teil eines Produktnamens zum Beispiel „Euro 2024-Semmeln“, „Munich 2024-Fernseher“. Zulässig kann dagegen die Werbung mit „Während der EM gibt es bei dem Kauf von 10 Semmeln eines umsonst“ sein. (Siehe 2. Die UEFA und ihre Schutzrechte)
- Ein Hinweis, der den Eindruck erweckt, man sei offizieller Sponsor, Förderer oder sonstiger Partner der UEFA (näheres dazu vergleiche weiter unten). Gleiches gilt, wenn der Verbraucher davon ausgehen könnte, es handle sich um offizielle UEFA-Waren beziehungsweise 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 ratsam, vor Veröffentlichung eine eingehende juristische Überprüfung der Zulässigkeit der geplanten Werbung vorzunehmen.

4. Darf ich eigene EURO 2024 Logos entwerfen und verwenden?

Wer selbst EURO 2024-Logos entwerfen und verwenden möchte, muss darauf achten, dass diese keine gedankliche Verbindung zum offiziellen Emblem oder allgemein zur EM als Veranstaltung der UEFA herstellen. Oder einfach gesagt, ihr Logo darf den offiziellen Logos nicht ähneln.

5. Was muss ich bei der Verwendung der Farben Schwarz-Rot-Gold beachten?

Die Bundesfarben stellen als solche, also ohne Gestaltung als Fahne oder Flagge, kein Hoheitszeichen dar und dürfen daher grundsätzlich verwendet werden (zum Beispiel Herstellung von schwarz-rot-goldenen Flipflops.)

6. Darf ich Sammelbilder/Porträts von Fußballspielern geschäftlich/werblich verwenden?

Ohne entsprechende und nachweisbare Zustimmung des Fußballspielers beziehungsweise Urhebers des Bildes ist dies nicht zu empfehlen.

7. Darf ich Merchandising-Produkte/Fan-Artikel mit offiziellen UEFA-Marken oder Symbolen vertrieben werden?

Offizielle Merchandising-Produkte dürfen nur vertrieben werden, 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 Sie als Lizenznehmer die Rechte für die Verwendung dieser Kennzeichen der UEFA für die EM auf bestimmte Produkte. Es wird dabei vorab festgelegt, um welches Produkt es sich handelt und in welcher Region es vertrieben werden darf.

8. Wer sind die offiziellen Sponsoren?

Die offiziellen Sponsoren der EM sind Adidas, Alipay+, Atos, Betano, Booking.com, BYD, Coca-Cola, Hisense, Lidl, Engelbert Strauss, Visit Qatar, Vivo und die offiziellen lokalen Sponsoren sind Bitburger, Deutsche Bahn, Deutsche Telekom, Ergo und Wiesenhof. Die Sponsoren haben das Recht haben, sich selbst und ihre Produkte oder Dienstleistungen mit der EM in Verbindung zu bringen.

9. Sind Sonderaktionen anlässlich der EM zulässig?

Sonderpreise anlässlich der EM sind grundsätzlich zulässig. Zu beachten sind die allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Regeln (vergleiche unsere IHK-Merkblatt „30 Tipps zur Werbung“) und die Markenrechte der UEFA und sonstiger Dritter (Siehe 2. Die UEFA und ihre Schutzrechte).

10. Darf ich ein Gewinnspiel veranstalten, bei dem es EM-Eintrittskarten zu gewinnen gibt?

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

11. Sportwetten während der EM

Sportwetten sind nach höchstrichterlicher Rechtsprechung Glücksspiele. Sportwetten dürfen daher nur mit der erforderlichen Erlaubnis der zuständigen Behörde angeboten werden.

Nähere Informationen zu Erlaubnisvoraussetzungen und Zuständigkeiten finden Sie unter folgendem Link:

https://www.bezreg-muenster.de/de/ordnung_und_sicherheit/glucksspielaufsicht/wettvermittlungsstellen/index.html.

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!

12. 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 (Klagen).

13. Public Viewing

Public Viewing kann viele Zuschauer anlocken und sich wirtschaftlich lohnen. In diesem Kapitel geben wir Ihnen einen Überblick, was Sie dabei beachten müssen.
Randnotiz: Der Begriff „Public Viewing" steht im Amerikanischen für die öffentliche Aufbahrung eines Leichnams, etwa wenn eine prominente Persönlichkeit gestorben ist. Dem Englischen ist er eigentlich nicht bekannt. Korrekt wäre der Begriff „Public Screening". Der Begriff „Public Viewing" hat sich aber in Deutschland etabliert. Deswegen heißt es auch in diesem Dokument so.

13.1. Wann benötige ich als Gastronom eine Lizenz für die öffentliche Übertragung von EM-Spielen im TV oder auf Großleinwand?

Alle Vorführungen von Spielen der EM außerhalb von häuslichen Umgebungen werden als Public Viewing eingestuft. Gastronomen und Veranstalter, die ein Public Viewing veranstalten möchten, müssen Folgendes beachten:

Zu unterscheiden sind:

1. sogenannte "kleine Veranstaltung": KEINE Lizenz erforderlich;

2. kommerzielle und nicht-kommerzielle öffentliche Übertragung: (kostenfreie beziehungsweise kostenpflichtige) LIZENZ erforderlich.

zu 1.
Handelt es sich um eine sogenannte "kleine Veranstaltungen" wird KEINE Lizenz benötigt. Eine solche "kleine Veranstaltung", die ohne Lizenz durchgeführt werden kann, ist laut Definition der UEFA gegeben, wenn

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

Die Organisatoren einer "kleinen Veranstaltung" dürfen Speisen und Getränke verkaufen, wenn sie keine anderen kommerziellen Aktivitäten (wie zum Beispiel ein Sponsoring) verfolgen. Es ist jedoch nicht zu empfehlen erhöhte Preise für Speisen und Getränke oder Mindestverzehranforderungen zu erheben, da dies ebenfalls als eine Art Eintrittsgeld gewertet werden kann.

Die Organisatoren einer solchen "kleinen Veranstaltung" dürfen jedoch nicht:

- die Logos/Marken der UEFA oder der UEFA EURO 2024 verwenden;
- ihre eigene Veranstaltung als offizielle Veranstaltung der UEFA EURO 2024 ausgeben;
- das TV-Signal verändern oder modifizieren, etwa indem zusätzliche Grafiken hinzugefügt werden.

Die Organisatoren solcher kleinen Veranstaltungen (zum Beispiel die öffentliche Übertragung in Bars/Hotels/Restaurants und anderen kommerziellen Betrieben) müssen neben den zuvor genannten Bestimmungen sicherstellen, dass die relevanten TV-Abonnements für den kommerziellen Bereich und die notwendigen örtlichen Genehmigungen vorliegen sowie dass sie die allgemeinen Bedingungen der UEFA für öffentliche Übertragungen einhalten. Zu beachten sind hierbei die allgemeinen Geschäftsbedingungen der UEFA.

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 genannten Bedingungen hält.

Zu 2.
Für die Durchführung einer kommerziellen öffentlichen Übertragung wird eine kostenpflichtige Lizenz der UEFA benötigt. Für die Durchführung einer nicht-kommerziellen öffentlichen Übertragung wird ebenfalls eine Lizenz der UEFA benötigt, die allerdings kostenfrei ist (zu den Definitionen siehe unten).

13.2. Wann ist eine Veranstaltung kommerziell?

Laut der UEFA haben öffentliche Übertragungen kommerziellen Charakter (und unterliegen damit einer Lizenzgebühr), wenn sie

- direkten Gewinn durch den Verkauf von Produkten, Gütern und Dienstleistungen (auch Essen und Getränke) erzielen und/oder
- dritten Parteien Werbemöglichkeiten einräumen (Sponsoring), unabhängig davon, ob dies kostenlos oder kostenpflichtig geschieht und/oder
- Eintrittsgelder erheben (ACHTUNG: Auch ähnliche Maßnahmen können hierunter fallen, zum Beispiel Unkostenbeiträge, Mindestverzehranforderungen, erhöhte Speise- und Getränkepreise).

13.3. Was kostet die Lizenz und wo bekommt man sie?

Eine Public-Viewing-Lizenz kann nur online beantragt werden. Das Antragsportal ist hier auf der UEFA-Webseite zu erreichen. Die Lizenz für nicht-kommerzielle Public Viewings ist kostenfrei. Dagegen werden für kommerzielle Public Viewings Lizenz-Gebühren verlangt. Die Höhe der Lizenzgebühr wird dabei auf Basis der „Zuschauerkapazität" erhoben. Die Gebühren starten dabei bei 500 Euro für Veranstaltungen mit bis zu 1.000 Zuschauern und steigen mit zunehmender Zuschauerzahl an. Nähere Informationen finden Sie hier.

13.4. Benötige ich für jedes Spiel eine einzelne Lizenz?

Eine von der UEFA genehmigte Lizenz gilt für alle 51 Spiele der Europameisterschaft. Wenn ein Gastgeber ein Public-Viewing an mehreren Standorten veranstalten möchte, muss für jeden Übertragungsort eine einzelne Lizenz erworben werden.

13.5. Was muss ich bei der Organisation eines Public-Viewing beachten?

Alle Public Viewings müssen mit Einklang mit den entsprechenden Gesetzen organisiert und durchgeführt werden. Beispielsweise müssen Vorgaben des Lärmschutzes beachtet werden. Des Weiteren muss dieses Jahr besonders auf die Einhaltung der aktuellen Hygienevorgaben geachtet werden.

Je nach Art des Spiels muss zudem beachtet werden, dass das Public-Viewing zu einem bestimmten Zeitpunkt starten muss beziehungsweise ab einem bestimmten Zeitpunkt nur noch Inhalte der offiziellen Sponsoren gezeigt werden dürfen.

Eröffnungsspiel/ Finale:
Wer ein Public-Viewing für das Eröffnungsspiel veranstalten möchte, muss beachten, dass die Liveübertragung des Rundfunkanbieters mit den Übertragungsrechten (siehe unten) 15 Minuten vor Beginn der Eröffnungszeremonie bis zum Ende des Spiels unterbrechungsfrei gezeigt werden muss. Bei einer Übertragung des Endspiels muss das Livesignal ab 15 Minuten vor Beginn der Finalfeier bis 10 Minuten nach Ende der Siegerehrung gezeigt werden.

Alle anderen Spiele:
Bei allen anderen Spielen gilt, dass ab 25 Minuten vor Spielbeginn kein anderer Inhalt als der des Rundfunkanbieters mit den Übertragungsrechten beziehungsweise der offiziellen Sponsoren gezeigt werden darf (sogenanntes „geschütztes Zeitfenster“). Ab 10 Minuten vor Spielbeginn bis 5 Minuten nach Abpfiff muss das Liveübertragungssignal des Rundfunkanbieters mit den Übertragungsrechten ohne Unterbrechungen gezeigt werden. Bei mehreren Spielen an einem Spieltag muss beachtet werden, dass sich das „geschützte Zeitfenster“ auf die Zeit zwischen dem ersten und dem letzten Spiel des Tages erstreckt.

Für alle Spiele:
Darüber hinaus darf sich 3 Meter rund um den Übertragungsbildschirm beziehungsweise um die -leinwand keinerlei Inhalt/ Werbung kommerziellen Charakters befinden. Offizielle Sponsoren beziehungsweise die Rundfunkanbieter mit Übertragungsrechten sind hiervon ausgenommen.

13.6. Dürfen Sponsoren bei meiner kommerziellen Public-Viewing-Veranstaltung auftreten?

Der Veranstalter des Public Viewings muss den offiziellen Sponsoren Erstverhandlungsrechte einräumen. 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 Veranstaltungs-/Sponsoren-Werbung beachtet werden.

Erst wenn keiner der offiziellen Sponsoren und auch keiner der Rundfunkanbieter interessiert sind, dürfen andere Sponsoren herangezogen werden. Diese Sponsoren wiederum dürfen keine Wettbewerber der oben genannten offiziellen Sponsoren oder den Rundfunkanbietern mit Übertragungsrechten (siehe 13.9. Wer hat die Übertragungsrechte?) sein.

13.7. Wie darf ich für mein Public-Viewing-Event werben?

Es darf nicht der Eindruck geweckt werden, dass die Veranstaltung mit der UEFA in Verbindung steht. Was sie daher als Veranstalter nicht dürfen:

- die Logos/Marken der UEFA oder der UEFA EURO 2024 verwenden;
- ihre eigene Veranstaltung als offizielle Veranstaltung der UEFA EURO 2024 ausgeben;
- das ausgestrahlte Bild verändern oder modifizieren, etwa indem zusätzliche Grafiken
- hinzugefügt werden.

Zudem darf die Veranstaltung nicht mit einem eventuellen Sponsor (außer den offiziellen Sponsoren) beworben werden.

13.8. Wie beantrage und – soweit erforderlich – bezahle ich eine Lizenz?

Anträge für Public-Viewing-Lizenzen können nur online über das Antragsportal eingesendet werden. Das Portal öffnet im Januar 2024.

Wenn Lizenzgebühren an die UEFA zu entrichten sind, können Zahlungen nur per Kreditkarte erfolgen und müssen vor der Ausstellung der Lizenz bei der UEFA eingehen. Die gezahlten Gebühren können unabhängig von der tatsächlichen Durchführung der Public-Viewing-Veranstaltung nicht zurückerstattet werden. Die Gebühren verstehen sich netto und enthalten keine Mehrwertsteuer.

Zeitlicher Ablauf

- Januar 2024: Das Antragsportal öffnet
- 10. Mai 2024: Ende der Antragsfrist
- 14. Juni 2024: Eröffnungsspiel der UEFA EURO 2024
- 14. Juli 2024: Endspiel der UEFA EURO 2024

13.9. Wer hat die Übertragungsrechte?

Die Telekom hält für Deutschland die Übertragungsrechte der Europameisterschaft 2024 und hat sich mit den Partnern ARD, ZDF und RTL auf Sublizenzen geeinigt. Fünf Spiele verbleiben exklusiv bei MagentaTV, der TV-Plattform der Telekom. MagentaTV zeigt als einziger deutscher Anbieter alle Spiele der UEFA EURO 2024.

13.10. GEMA-, Rundfunk-, Bezahlfernsehgebühren. Was muss ich zahlen?

Zu beachten ist, dass beim Public-Viewing zusätzliche Gebühren der GEMA und gegebenenfalls für eine Lizenz bei der Deutschen Telekom wegen der öffentlichen Ausstrahlung von Fernsehprogrammen anfallen können. Die GEMA bietet in der Regel Sondertarife für Sportereignisse wie die Fußball-EM an. Darüber hinaus ist der Rundfunkbeitrag zu entrichten.

Stand: März 2024

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

Mitgliedsunternehmen der IHK Bonn/Rhein-Sieg erteilt weitere Information:

Tamara Engel, Tel: 0228/2284 208, Fax: 0228/2284-222, Mail: engel@bonn.ihk.de
Simone Lennarz, Tel: 0228/2284 132, Fax: 0228/2284-222, Mail: lennarz@bonn.ihk.de
Dr. Christiane Schenk, Tel: 0228/2284 206, Fax: 0228/2284-222, Mail: schenk@bonn.ihk.de
Bonner Talweg 17, 53113 Bonn, www.ihk-bonn.de

Verantwortlich: Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen, Sentmaringer Weg 61, 48151 Münster, www.ihk-nordwestfalen.de