

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Prof. Dr. Peter Paul Gantzer SPD**
vom 28.04.2010

Public Viewing bei der WM 2010

Im Rahmen der Fußball-WM 2010 hat die FIFA Public-Viewing-Veranstaltungen dahingehend reglementiert, dass sowohl für kommerzielle wie für nichtkommerzielle Public Viewings bei der FIFA eine Erlaubnis beantragt werden muss.

Ich frage die Staatsregierung:

1. Sind die vorgenannten FIFA-Regeln mit dem deutschen Recht, insbesondere mit dem deutschen Urheberrecht vereinbar?
2. Wenn nein: Ist nichtkommerzielles Public Viewing, bei dem also kein Eintrittsgeld oder eine andere Gegenleistung verlangt wird, für jeden Veranstalter ohne gesetzliche Einschränkungen möglich?
3. Muss ein Veranstalter, der ein nichtkommerzielles Public Viewing veranstaltet, dieses überhaupt bei der FIFA anmelden?

Antwort

des **Staatsministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz**
vom 07.06.2010

Zunächst möchte ich darauf hinweisen, dass die Schriftliche Anfrage Bundesrecht betrifft, dessen Auslegung im Streitfall den Gerichten obliegt. Zur allgemeinen Rechtslage kann ich jedoch Folgendes ausführen:

Zu 1.:

Die Lizenzpflicht für deutsche Public-Viewing-Veranstaltungen richtet sich nach § 87 Abs. 1 Nr. 3 Urheberrechtsgesetz (UrhG), wonach ein Sendeunternehmen das ausschließliche Recht hat, an Stellen, die der Öffentlichkeit nur gegen Zahlung eines Eintrittsgeldes zugänglich sind, seine Funk-

sendung öffentlich wahrnehmbar zu machen. Sendeunternehmen in diesem Sinne kennzeichnet die eigenverantwortliche Sendetätigkeit. Mit Blick auf die Übertragung der Spiele der Fußballweltmeisterschaft 2010 kommen also beispielsweise ARD und ZDF, nicht aber die FIFA als unmittelbare Inhaber des Leistungsschutzrechts aus § 87 Abs. 1 Nr. 3 UrhG in Betracht. Allerdings wird davon ausgegangen, dass die Sendeunternehmen der FIFA dieses Recht übertragen haben.

Unter dieser Voraussetzung besteht gegenüber der FIFA eine Anmelde- und Lizenzpflicht, wenn der Zugang zu der Veranstaltung von der Zahlung eines Eintrittsgeldes abhängig gemacht wird. Unter „Eintrittsgeld“ fallen nach ganz überwiegender Auffassung auch verdeckte Eintrittsgelder wie etwa erhöhte Speisen- und Getränkepreise oder ein Mindestverzehr. Strittig ist die Qualifizierung bei der Einbeziehung von Sponsoren (zum Streitstand Wittneben/Soldner, Anmelde- und Lizenzpflicht von Public-Viewing-Events zur WM 2006, Wettbewerb in Recht und Praxis (WRP) 2006, 675/678-680 und Diesbach/Bormann/Vollrath, Public Viewing als Problem des Urheber- und Wettbewerbsrechts, Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM) 2006, 265/266-270).

Wird kein Eintrittsgeld erhoben, benötigen Veranstalter keine Lizenz. Die von der FIFA vorgenommene Unterscheidung zwischen kommerziellen und nichtkommerziellen Public Viewings ist dem deutschen Recht fremd; die Lizenzpflicht richtet sich ausschließlich nach § 87 Abs. 1 Nr. 3 UrhG.

Zu 2.:

Public Viewing, bei dem kein Eintrittsgeld im Sinne des § 87 Abs. 1 Nr. 3 UrhG erhoben wird, ist für jeden Veranstalter ohne urheberrechtliche Einschränkungen möglich. Sonstige gesetzliche Vorgaben (Gaststättenrecht etc.) sind natürlich einzuhalten.

Zu 3.:

Ein Veranstalter, der für Public Viewing kein Eintrittsgeld im Sinne des § 87 Abs. 1 Nr. 3 UrhG verlangt, muss die Veranstaltung nicht bei der FIFA anmelden. Für eine entsprechende Anmeldepflicht gibt es in Deutschland keine gesetzliche Grundlage.