

# **Fotografie- und Videoaufnahmen bei Sportveranstaltungen**

**- Ein Überblick -**

Sportveranstaltungen gibt es in Deutschland tausende, kleine und große, wichtige und weniger wichtige.

Allen gemeinsam sind die rechtlichen Verknüpfungen, die dadurch entstehen, dass die Sportveranstaltungen für die Zukunft auf unterschiedlichen Medien und Formen festgehalten werden. Sei es ein Fußballspiel der Bundesliga, welches von Fernsehstationen übertragen wird, oder sei es ein Volkslauf, auf dem die Teilnehmer auf Zelluloid gebrannt werden.

Grundsätzlich gibt es drei unterschiedliche Gruppen, deren Rechtspositionen zu beachten sind.

- (1) Die **Rechte am eigenen Bild des Fotografierten**.
- (2) Die Rechte desjenigen, der ein Foto aufnimmt, das so genannte **Urheberrecht**
- (3) Die Rechte desjenigen, der die **Sportveranstaltung ins Leben gerufen hat** (Veranstalter).


## (1) Die **Rechte am eigenen Bild des Fotografierten**

Das Recht am eigenen Bild ist eine grundrechtlich geschützte Materie. Es ist Ausfluss des Persönlichkeitsrechts (Art. 1 und 2 GG) und ist durch den Gesetzgeber im Kunsturhebergesetz festgelegt.

Nach § 22 Abs. 1 KUG erstreckt sich der Schutz zwar nicht auf das Herstellen eines solchen Fotos, jedoch auf die Veröffentlichung.

Grundsätzlich ist nur dann eine Veröffentlichung erlaubt, wenn die abgebildete Person dieser zugestimmt hat. Jedoch gibt es hierzu zahlreiche Ausnahmen.

Einschränkungen ergeben sich für Personen des öffentlichen Lebens und dann, wenn die fotografierte Person in der Öffentlichkeit mit anderen Personen zusammen abgebildet wird. In diesen Fällen sind Veröffentlichungen grundsätzlich erlaubt.



Dies gilt somit auch für die meisten Sportveranstaltungen. Die dort abgebildeten Personen, die sich in einer Menge mit anderen Personen zusammen befinden, können grundsätzlich keine Einwände gegen die Veröffentlichungen von Fotos erheben. Als Beispiel mag dafür ein Marathonlauf dienen, bei dem auf dem Startfoto eine einzelne Person mit vielen anderen Personen abgebildet ist. Diese einzelne Person kann grundsätzlich nicht einwenden, dass ihr Persönlichkeitsrecht gegen eine Veröffentlichung des Bildes spricht, weil eben durch das Foto der Gesamtcharakter der Veranstaltung wiedergegeben wird. Hier steht dem Recht auf Bildnisschutz das Recht der Öffentlichkeit auf Berichterstattung entgegen. Auch in Fällen, in denen Fotografien von Personen lediglich als Beiwerk zu Landschaftsaufnahmen aufgenommen werden, besteht kein Verstoß gegen das Persönlichkeitsrecht. Gleichzeitig könnte man auch eine konkludente oder auch in zahlreichen Fällen ausdrückliche Einwilligung darin sehen, sich für eine Sportveranstaltung anzumelden und entsprechend innerhalb der Teilnahmebedingungen auch ein Einverständnis zu erklären, dass Fotografien gefertigt und auch veröffentlicht werden dürfen. Dies ist bei den meisten Sportveranstaltungen auch so geregelt.

(2) Die Rechte desjenigen, der ein Foto aufnimmt, das so genannte **Urheberrecht**

Die zweite Gruppe - diejenigen, die ein Bild aufnehmen - ist zwar am klarsten geregelt, birgt aber die größte Fülle von rechtlichen Auseinandersetzungen. Grundsätzlich kann derjenige, der ein Foto aufnimmt, auch das Urheberrecht an diesem Foto beanspruchen. Er kann sich dabei auf das Urheberrechtsgesetz berufen, in dem auch das Erstellen eines Fotos als urheberrechtlich geschütztes Werk beschrieben ist.

Jegliche Verwertung bedarf damit dem Einverständnis des Urhebers. Das Urheberrecht ist aber nicht gleichzusetzen mit einem Veröffentlichungs-recht. Das Urheberrecht verhindert nur, die nicht erlaubte Verwertung (Vervielfältigung, auch Veröffentlichung) durch Dritte. Der Urheber ist grundsätzlich nur durch die Interessen der ersten und dritten Gruppe, also demjenigen der auf dem Foto zu sehen ist und durch die Interessen des Veranstalters eingeschränkt. Wenn ein solches Recht besteht, beeinflusst dies zwar nicht das Urheberrecht, die Veröffentlichung seines Werkes ist dann den meisten Fällen aber nicht möglich oder rechtlich unzulässig.


(3) Die Rechte desjenigen, der die **Sportveranstaltung ins Leben gerufen hat** (Veranstalter)

Als dritte Gruppe bleiben die Veranstalter. Hier ist es oftmals so, dass die teilweise kommerziellen Interessen an der Vermarktung einer Veranstaltung und die Interessen Dritter kollidieren. Zurückkommend auf das Beispiel eines Volkslaufs kann es etwa sein, dass ein Veranstalter die Fotorechte an seiner Veranstaltung veräußert hat. Zuschauer und auch Dritte fertigen jedoch ebenfalls Fotos von dieser Veranstaltung und es stellt sich die Frage, ob dies rechtlich zulässig ist.

Im Urhebergesetz ( § 81 UrhG) sind Veranstalter geschützt, die Künstlern eine Plattform bieten. Der Urheberrechtsschutz erstreckt sich nicht nur auf das künstlerische Repertoire der Künstler selber, sondern auch auf die Veranstaltung. Bei Sportveranstaltungen liegt jedoch eine solche Ausdrucksform der Kunst (Musik, Theater), wie sie das Urheberrechts-gesetz beschreibt, nicht vor. Den Veranstaltern bleiben jedoch Möglich-keiten, die Berichterstattung, wozu auch die Fotografien gehören, durch Verträge zu regeln. Ferner steht ihnen das Hausrecht zu und sie sind durch das Wettbewerbsrecht geschützt.

Vergleichbar sind die Fotorechte bei kleineren Sportveranstaltungen auch mit den Fernsehübertragungsberichten von großen Sportveranstaltungen.

Hier werden diese Rechte an Dritte oder Vermarkter veräußert und diesen ein alleiniges Recht eingeräumt. Dadurch sind alle anderen Unternehmen oder Personen entweder darauf angewiesen, sich mit dem entsprechenden Vermarkter oder Rechteinhaber in Kontakt zu setzen und dort mögliche Übertragungsrechte zu erwerben oder sie setzen sich direkt mit dem Veranstalter in Verbindung und versuchen über vertragliche Regelungen ebenfalls Rechte (möglicherweise in eingeschränkter Form) zu erwerben.



Sind Dritten solche Exklusivrechte bekannt und veröffentlichen sie trotzdem entgegen vertraglichen Vereinbarungen des Veranstalters mit Dritten Übertragungen oder eben Fotografien, so machen sie sich gegenüber dem Veranstalter schadenersatzpflichtig und begehen gegenüber dem Vermarkter oder Rechteinhaber einen Wettbewerbsverstoß, der ebenfalls zu Schadenersatzverpflichtungen führen kann.


Auch wenn kein expliziter Vertrag mit Dritten existiert, steht dem Veranstalter in gewissem Maße das oben genannte Hausrecht zu Seite, welches dann jedoch oftmals eine gewisse Informationspflicht den Urhebern von Fotografien oder Aufnahmen gegenüber voraussetzt.

Davon ausgenommen sind selbstverständlich Fotografien oder auch Videoaufnahmen für den rein privaten Gebrauch. Solange diese nicht kommerziell verwertet werden oder der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, sind diese uneingeschränkt möglich. Auch das daran erworbene Urheberrecht steht dem jeweiligen Fotografen zu.

## Exkurs: Was sind eigentlich „Fernsehrechte“?

Veranstalter von Sportevents gehen ganz selbstverständlich davon aus, dass sie die Fernseh-Übertragungsrechte an Fernsehstationen „verkaufen“ können. Im Fall des IOC und der FIFA für Milliardenbeträge. Auch in der Fußball-Bundesliga sind TV-Vermarktungsrechte seit Jahren ein heißes Eisen: Kartellämter erlauben die zentrale Vermarktung nur in engen Grenzen. Man fragt sich: Was verkaufen die Verbände und Vereine da eigentlich?

Ein spezielles „Film- oder Fernsehrecht“ kennt die deutsche Rechtsordnung nicht. Anders als Kunstwerke fallen Sportveranstaltungen in aller Regel auch nicht unter den Schutz des Urhebergesetzes, da sie keine persönliche geistige Schöpfung darstellen (anders mag man das höchstens bei choreografierten Sportdarbietungen sehen, wie etwa Eiskunstlauf). Bei den Sportsportarten liegt jedenfalls eindeutig kein „Werk“ i. S. d. Urheberrechts vor.



Vereine und Verbände schaffen also kein Werk und können sich nicht auf das UrhG berufen. Auch der einzelne Sportler ist aber kein Inhaber eines TV-Übertragungsrechts: Einig ist man sich wohl darin, dass jedenfalls der einzelne Spieler eines Teams keine Abwehrrechte gegen eine Fernsehübertragung seiner sportlichen „Darbietung“ hat. Hauptargument: Er kann seine Leistung ja nur zusammen mit anderen erbringen. Zudem greift die (Mit-)Übertragung (auch) seines Bildes nicht unzulässig in sein Persönlichkeitsrecht ein.

Inhaber ist somit der Veranstalter des Wettkampfes. Aber worin besteht „das Recht“? Die meisten Juristen sehen das Fernsehübertragungsrecht als **Bündel von Abwehrrechten** des Veranstalters.

Der Veranstalter verzichtet also in einem TV-Übertragungsvertrag (unter genau zu definierenden Konditionen und in exakt festzulegendem Umfang) gegen Entgelt auf sein Recht, Medienanstalten den Zutritt zur Sportanlage und TV-Aufnahmen zu untersagen.

Noch exakter: Kern des Schutzes gegen unberechtigte Übertragungen sind das Hausrecht des Eigentümers und der Unternehmensschutz nach § 1 UWG des Veranstalter.

Man knüpft also an die sachenrechtlichen Eigentümerbefugnisse an, die nach der BGH-Rechtsprechung auch das unerlaubte Fotografieren bzw. Filmen von (nicht frei zugänglichen oder beobachtbaren) Sachen umfassen. Hinzu kommt der Unternehmensschutz nach § 1 UWG. Hierbei wird vor allem die Fallgruppe „Aneignung bzw. Übernahme eines fremden Arbeitsergebnisses“ diskutiert. Hierunter fällt eben auch ungenehmigtes Ausstrahlen von Fernsehbildern eines Sportevents. Jedenfalls dann, wenn die Berichterstattung über eine kurze Zusammenfassung (z. B. 30 Sekunden in einer Nachrichtensendung) hinausgeht.

Während das Hausrecht dem Eigentümer der Sportstätte allein zusteht, ist Inhaber des Abwehranspruchs aus § 1 UWG der „Veranstalter“.

Veranstalter wiederum ist, wer das finanzielle und organisatorische Risiko trägt. Hier muss man also die Organisationsstrukturen genauer analysieren. Nicht immer ist automatisch der internationale Verband der Veranstalter im rechtlichen Sinn. Die „Zurverfügungstellung des Regelwerkes“ allein reicht – nach Ansicht vieler Sportjuristen – nicht aus. Entscheidend ist vielmehr, wer (durch unauthorisierte TV-Übertragungen) „um die Früchte seiner Arbeit gebracht würde“. Der Verband nimmt oft nur eine Hilfsfunktion für das Gelingen der Veranstaltung wahr. Die FIFA sieht das bekanntlich anders.

Fazit: Letztlich „verkauft“ (rechtlich ist das natürlich kein Kaufvertrag) ein Veranstalter – als Unternehmer sowie als Inhaber des Hausrechts (z. B. Stadion / Halle) – mit dem Fernsehübertragungsrecht somit einen (in Umfang, Dauer und Exklusivität exakt definierten) Verzicht auf Abwehrrechte.



Und er dreht sich  
doch.....

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit