

**Richtlinie zur
individuellen Nutzung und Verwertung
medialer Vermarktungsrechte an den Spielen
der Bundesliga und 2. Bundesliga
ab der Spielzeit 2017/2018**

PRÄAMBEL

Gemäß § 4 Nr. 1 e) seiner Satzung ist es Zweck und Aufgabe des DFL e.V., die wirtschaftlichen Interessen der Clubs als Solidargemeinschaft gegenüber Verbänden und Dritten wahrzunehmen. Um dies zu erreichen, ist der DFL e.V. nach § 6 Nr. 2 a) seiner Satzung berechtigt, die sich aus dem Betrieb der Bundesliga und 2. Bundesliga ergebenden Vermarktungsrechte sowie die Vermarktungsrechte aus anderen Wettbewerben, an denen sich Mitglieder des DFL e.V. beteiligen, exklusiv und in eigenem Namen nach Maßgabe der OVR zu verwerten. Gemäß § 19 Nr. 2 seiner Satzung hat der DFL e.V. die DFL GmbH mit der Wahrnehmung dieser Aufgaben betraut.

Zu den durch den DFL e.V. vermarkteten Rechten zählen gemäß § 9 OVR insbesondere Fernsehrechte (audio-visuelle Verwertungsrechte) und Hörfunkrechte (Audio-Verwertungsrechte). Die kommerzielle Aktivität des DFL e.V. umfasst nach § 5 OVR darüber hinaus die Realisierung der Gemeinschaftsinteressen in anderen wirtschaftlichen Bereichen, wie etwa durch die Erhebung und Vermarktung von offiziellen Spieldaten.

Jeder Club verfügt nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie über das Recht, audio-visuelle Verwertungsrechte, Audio-Verwertungsrechte und Spieldaten auch individuell zu nutzen und im Rahmen einer Individualvermarktung zu verwerten. Vermarktungsrechte der Clubs gemäß der OVR sowie in anderen wirtschaftlichen Bereichen bleiben von den Bestimmungen der Individualvermarktungsrichtlinie unberührt und unterliegen den jeweiligen für sie geltenden Regelungen der Satzung und des Ligastatuts des DFL e.V..

Die Individualvermarktungsrichtlinie steht in engem Zusammenhang mit den Medienrichtlinien, die den personellen und infrastrukturellen Rahmen für die mediale Vermarktung der Bundesliga und 2. Bundesliga festlegen, sowie den dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen, die die organisatorischen und technischen Einzelheiten der medialen Produktion und die Rechte und Pflichten der daran Beteiligten regeln. Soweit diese Bestandteile des Ligastatuts in Bezug auf die in der Individualvermarktungsrichtlinie geregelten Produktionen der Verwertungsinhalte relevant sind, ist dies durch einen Verweis gekennzeichnet.

A.

ALLGEMEINER TEIL

A.1 Begriffsbestimmungen

Soweit die Individualvermarktungsrichtlinie Begriffe verwendet, die in Teil F – „Begriffsbestimmungen“ definiert sind, haben diese Begriffe die dort zugewiesene Bedeutung, die bei der Anwendung und Auslegung der Bestimmungen der Individualvermarktungsrichtlinie einschließlich ihrer Präambel zugrunde zu legen ist.

A.2 Grundsätze der Individualvermarktung

A.2.1 Clubspezifizität

In Abgrenzung zu der individuellen Vermarktung durch andere Clubs und der gemeinschaftlichen Vermarktung durch den DFL e.V., ist der Club im Rahmen seiner Individualvermarktung verpflichtet, eine eindeutige Zuordnung der Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte zu dem Club sicherzustellen (Clubspezifizität). Um die geforderte Clubspezifizität zu gewährleisten, sind alle Nutzungen und/oder Verwertungen der medialen Vermarktungsrechte inhaltlich bzw. in der redaktionellen Ausgestaltung auf den Club auszurichten sowie ausdrücklich und für Dritte eindeutig erkennbar als individuelle, clubbezogene Nutzung und/oder Verwertung zu kennzeichnen. Dafür hat der Club insbesondere sicherzustellen, dass

- allen Angeboten/Produkten der Name oder Bestandteile des Namens und das Logo des Clubs beifügt werden; und
- keine Bundesliga-Marken und Bundesliga-Elemente verwendet werden, es sei denn, diese sind integraler Bestandteil der von dem DFL e.V. bereitgestellten Verwertungsinhalte oder werden rein redaktionell verwendet, z.B. für die Darstellung einer Ergebnisübersicht für einen Spieltag oder im Zusammenhang mit einer Darstellung der Tabellen der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga, oder dienen allein des Hinweises auf die Zugehörigkeit des Clubs zur Bundesliga bzw. 2. Bundesliga.

A.2.2 Bündelungsverbot

Der Club hat zu gewährleisten, dass die medialen Vermarktungsrechte nur so genutzt und verwertet werden, dass keine Angebote/Produkte hergestellt werden, die die Bundesliga und/oder die 2. Bundesliga in ihrer Ge-

samtheit oder in relevanten, nicht unwesentlichen Teilen beinhaltet (Bündelungsverbot). Es ist daher von jedem Club, insbesondere bei Abschluss individueller Verwertungsverträge sicherzustellen, dass die medialen Vermarktungsrechte

- nicht mit medialen Vermarktungsrechten eines oder mehrerer anderer Clubs zu einem Angebot/Produkt zusammengefasst oder zu diesem Zweck am Markt angeboten werden (Verbot der Angebots- und Produktbündelung);
- keiner Privilegierung hinsichtlich des Preises oder sonst für den Erwerb oder die Nutzung relevanter Konditionen unterliegen, falls sie in Verbindung mit medialen Vermarktungsrechten eines oder mehrerer anderer Clubs erworben oder genutzt werden (Verbot der Preisbündelung);
- nicht zusammen mit medialen Vermarktungsrechten eines oder mehrerer anderer Clubs beworben oder sonst vermarktet werden (Verbot der gebündelten Vermarktung); und
- nicht mit Bezug zu den Wettbewerben der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga, insbesondere unter Verwendung von Bundesliga-Marken, beworben oder vermarktet werden, es sei denn, die Bezugnahme dient allein der Kennzeichnung der Zugehörigkeit des Clubs zur Bundesliga bzw. 2. Bundesliga (Verbot der bundesligabezogenen Vermarktung).

Das Verbot der Angebots- und Produktbündelung beinhaltet insbesondere die Pflicht des Clubs, im Rahmen seiner Individualvermarktung sicherzustellen, dass die medialen Vermarktungsrechte des Clubs nicht derart mit medialen Vermarktungsrechten anderer Clubs in einem Angebot/Produkt, das heißt insbesondere in einer Sendung, gebündelt werden, dass sie als Substitut zu Sendungen, Angeboten, Produkten oder sonstigen Verwertungen von Inhabern der durch den DFL e.V. gemeinschaftlich vermarkteten Rechte wirken. Nicht verboten ist die Verwertung der medialen Vermarktungsrechte mehrerer Clubs durch einen Rundfunkveranstalter/auf einem Sender, einen Plattformbetreiber/auf einer Plattform oder einen Dienstleister/im Rahmen eines Telemediendienstes in unterschiedlichen Angeboten/Produkten.

A.2.3 Assoziierungsverbot und Freihaltegebot

Bei der Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte darf Werbung für oder durch Dritte eingebunden werden, beispielsweise als klassische Werbeblöcke, als Sonderwerbformen und/oder in Form eines Sponsorings, unter der Voraussetzung, dass

- dadurch Dritte nicht als Partner der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga dargestellt werden oder verstanden werden können und auch nicht auf andere Weise direkt oder indirekt sich selbst und/oder andere Dritte, Produkte oder Dienstleistungen mit der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga in Verbindung bringen (Assoziierungsverbot).
- Verwertungsinhalte, die den Clubs durch den DFL e.V. bereitgestellt werden, nicht mit Werbung oder anderen nicht redaktionellen Inhalten ganz oder teilweise verbunden und/oder diese in sonstiger Form in die Verwertungsinhalte integriert werden dürfen (Freihaltegebot).

Die Berechtigung der Clubs zur Einbindung von Werbung im Umfeld der durch den DFL e.V. bereitgestellten Verwertungsinhalte ohne Verbindung der Werbung mit oder deren Integration in diese Verwertungsinhalte, sowie die Vermarktung der von dem jeweiligen Club hergestellten Stadionbilder, sonstigen Club-Produktionen sowie der Angebote/Produkte insgesamt bleibt von dem Freihaltegebot unberührt.

A.2.4 Kommunikation gemeinschaftlich vermarkteter Rechte

Der Club wird daran mitwirken, eine synergetische Wechselwirkung zwischen der Individualvermarktung des Clubs und der gemeinschaftlichen Vermarktung durch den DFL e.V. zu erreichen. Der Club wird daher vorbehalten der ihm zustehenden inhaltlichen Ausgestaltung und seiner redaktionellen Gestaltungshoheit im Rahmen der Individualvermarktung auf verfügbare Sendungen, Angebote, Produkte oder sonstige Verwertungen audio-visueller Verwertungsrechte, von Audio-Verwertungsrechten und/ oder von offiziellen Spieldaten durch Vertragspartner des DFL e.V. hinweisen, die den Endnutzer über die Bundesliga und/oder 2. Bundesliga informieren (Pflicht zur Kommunikation gemeinschaftlich vermarkteter Rechte).

Die Pflicht zur Kommunikation gemeinschaftlich vermarkteter Rechte kann etwa dadurch erfüllt werden, dass bei Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch den Club auf Sendungen, Angebote, Produkte oder sonstige Verwertungen durch Vertragspartner des DFL e.V. hingewiesen wird. Konkrete, in Betracht kommende Umsetzungsmaßnahmen werden gesondert für die einzelnen medialen Vermarktungsrechte und in Abhängigkeit der in Frage stehende Verwertung sowie des medialen Kontexts, in dem die Verwertung stattfindet, zwischen dem jeweiligen Club und der DFL GmbH abgestimmt.

A.3 Rechteeräumungen durch die Individualvermarktungsrichtlinie und Einholung von Rechten Dritter

A.3.1 Nicht-exklusive Rechteeräumung

Aufgrund der gleichzeitigen gemeinschaftlichen Verwertung durch den DFL e.V. und der Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch andere Clubs, sind sämtliche dem Club zur Verfügung stehenden medialen Vermarktungsrechte nur nicht-exklusiv, es sei denn, die Individualvermarktungsrichtlinie bezeichnet einzelne Nutzungen und/oder Verwertungen ausdrücklich als exklusiv.

A.3.2 Nutzung und Verwertung durch den DFL e.V. nicht vergebener Verwertungsrechte

a) Nicht-exklusive Nutzung und Verwertung durch die Clubs

Sofern und soweit der DFL e.V. über ein zum Erwerb durch Dritte ausgeschriebenes Verwertungsrecht paket bis Ablauf von einem Monat nach dem ersten Spieltag einer Spielzeit weder einen Verwertungsvertrag abgeschlossen noch ein Angebot für eine eigene Verwertung produziert und die Verwertung selbst oder in Kooperation mit einem Partner aufgenommen hat, können die durch den DFL e.V. nicht vergebenen Verwertungsrechte ab diesem Zeitpunkt bis zum Ende der betreffenden Spielzeit auf nicht-exklusiver Basis auch von dem Heimclub des Spiels genutzt und verwertet werden. Der Heimclub ist in der Vermarktung der durch den DFL e.V. nicht vergebenen Verwertungsrechte frei, muss dabei jedoch die in Ziffer A.2 niedergelegten übergeordneten Grundsätze für die Individualvermarktung, die in Teil F. aufgeführten verfahrensrechtlichen Bestimmungen sowie die mit dem jeweiligen nicht vergebenen Verwertungsrecht verbundenen vertraglichen Rahmenbedingungen, über welche die DFL GmbH gegebenenfalls Auskunft gibt, beachten und einhalten.

b) Nachträgliche Vergabe durch den DFL e.V.

Das Recht nach Ziffer A.3.2 a) schließt nicht aus, dass der DFL e.V. auch nach Ablauf von einem Monat nach dem ersten Spieltag einer Spielzeit die betroffenen Verwertungsrechte einem Erwerber einräumt. In diesem Fall ist der DFL e.V. jedoch auf Grund etwaiger paralleler Nutzung und/oder Verwertung durch den Heimclub nur dazu berechtigt, das betreffende Verwertungsrecht auf nicht-exklusiver Basis zu vergeben.

A.3.3 Wechselseitige Rechteeinräumung medialer Vermarktungsrechte

Soweit die Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch einen Club die medialen Vermarktungsrechte des anderen an einem Spiel beteiligten Clubs berühren, zum Beispiel bei Nutzung und Verwertung von Spielbildern und Archivspielbildern aufgrund der Darstellung beider an dem Spiel beteiligter Mannschaften, räumen sich die Clubs die entsprechenden Rechte, sofern erforderlich und beschränkt auf den Zweck einer Nutzung und Verwertung nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie, wechselseitig ein. Die wechselseitige Rechteeinräumung umfasst insbesondere auch die Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch Dritte zu den Ziffer B.5.2 und Ziffer D.5 genannten Zwecken.

A.3.4 Rechte Dritter; Einholung von Persönlichkeitsrechten

Der Club hat bei der Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte sicherzustellen, dass die hierfür erforderlichen Einwilligungen, Gestattungen und/oder Genehmigungen Dritter, insbesondere die Einwilligungen der Spieler in die Nutzung und Verwertung ihrer Persönlichkeitsrechte, soweit sie nicht Bestandteil der medialen Vermarktungsrechte sind, vorliegen. Dafür hat der Club, insbesondere bei einer Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch Dritte zu den Ziffer B.5.2 und Ziffer D.5 genannten Zwecken, vor der betreffenden Nutzung und/oder Verwertung eine Rechtklärung mit den anderen Clubs und dem betroffenen Dritten vorzunehmen und sich, soweit erforderlich, die entsprechenden Einwilligungen, Gestattungen und/oder Genehmigungen erteilen zu lassen.

A.4 Übertragung und sonstige Verfügungen über die medialen Vermarktungsrechte

Die Übertragung von medialen Vermarktungsrechte oder Teilen davon an Dritte und/oder eine sonstige Verfügung ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der DFL GmbH und gegebenenfalls weiterer Rechtemithaber zulässig. Sofern die Individualvermarktungsrichtlinie eine Verwertung der medialen Vermarktungsrechte gemeinsam mit und/oder durch Dritte zulässt, insbesondere bei einer Verwertung in Fremdmedien, darf der jeweilige Club diesen Dritten nur Nutzungs- und Verwertungsrechte einräumen (Lizenzierung). Lizenzierungen bedürfen keiner vorherigen Zustimmung; entsprechende individuelle Verwertungsverträge des Clubs sind der DFL GmbH gemäß Ziffer F.1 auf Anforderung unverzüglich vorzulegen.

Die dem Club zur Lizenzierung an Dritte zustehenden medialen Vermarktungsrechte sind inhaltlich, zeitlich und örtlich stets auf die in der Individual-

vermarktungsrichtlinie in ihrer jeweils gültigen Fassung geregelten Verwertungen beschränkt. Der Club ist verpflichtet, sowohl diese Beschränkung in seine individuellen Verwertungsverträge aufzunehmen, als auch eine Übertragung und/oder sonstige Verfügung über die medialen Vermarktungsrechte durch seine Vertragspartner auszuschließen. Für den Fall der Zuwiderhandlung durch einen Vertragspartner des Clubs bzw. dessen Lizenznehmer hat der Club in seinen individuellen Verwertungsverträgen hinreichende Sanktions- und Restitutionsmöglichkeiten vorzusehen.

A.5 Schutz vor unberechtigter Nutzung; keine Nutzung und Verwertung von Verwertungsinhalten für ein Download-to-own

Zum Schutz vor einer unberechtigten Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch unbefugte Dritte, insbesondere durch Vervielfältigungen, öffentliche Zugänglichmachung, und/oder (Weiter-) Sendungen, hat der Club ein geeignetes Rechtemanagement-System vorzuhalten und gemäß den jeweils aktuellen technischen Standards einzusetzen bzw. durch seine Vertragspartner einsetzen zu lassen.

Aufgrund fehlender Kontrolle der (Weiter-)Verbreitung und Vervielfältigung ist der Club nicht berechtigt, Endnutzern Verwertungsinhalte zur dauerhaften Speicherung (Download-to-own) zur Verfügung zu stellen. Sämtliche medialen Vermarktungsrechte erfassen daher ausdrücklich nicht das Recht, Verwertungsinhalte für eine dauerhafte Speicherung, Wiedergabe, Vervielfältigung und/oder Verbreitung durch Endnutzer zu nutzen und/oder zu verwerten. Der Club hat durch entsprechende technische Maßnahmen eine dauerhafte Speicherung einschließlich der Vervielfältigung und Weiterverbreitung durch Endnutzer auszuschließen.

A.6 Abschließende Regelung; Medienrichtlinien und Durchführungsbestimmungen

A.6.1 Abschließende Regelung; Ausnahmeverbehalt

Die Individualvermarktungsrichtlinie legt die dem Club zur Verfügung stehenden medialen Vermarktungsrechte sowie die zulässigen Nutzungen und Verwertungen abschließend fest. Weitergehende Rechte zur Nutzung und Verwertung von audio-visuellen Verwertungsrechten, Audio-Verwertungsrechten und/oder Spieldaten stehen dem Club nicht zu.

Ausnahmen zu einzelnen Regelungen der Individualvermarktungsrichtlinie sind nur im Einzelfall und nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung

durch die DFL GmbH möglich. Der Club ist im Fall eines Antrags auf Erteilung einer Ausnahme zu einzelnen Regelungen der Individualvermarktungsrichtlinie gehalten, der DFL GmbH den Antrag rechtzeitig, mindestens jedoch vier Wochen im Voraus, in Schriftform zukommen zu lassen und der DFL GmbH mit dem Antrag alle für die Entscheidung über den Antrag erforderlichen Informationen

- über die geplante Nutzung und/oder Verwertung der in Frage stehenden medialen Vermarktungsrechte; und
- eine Begründung, warum in dem beantragten Einzelfall eine Ausnahme zu der maßgeblichen Regelung der Individualvermarktungsrichtlinie erteilt werden soll,

vorzulegen. Die DFL GmbH wird über den Antrag innerhalb von vier Wochen nach Eingang entscheiden und bei ihrer Entscheidung insbesondere die Vereinbarkeit der durch den Club geplanten Nutzung und/oder Verwertung mit dem regulatorischen Gesamtkonzept der Individualvermarktungsrichtlinie, individuellen Verwertungsverträgen anderer Clubs und bestehenden Verträgen des DFL e.V. über gemeinschaftlich vermarktete Rechte als Entscheidungskriterien zugrunde legen. Ein Anspruch des Clubs auf Erteilung einer Ausnahme besteht nicht.

A.6.2 Medienrichtlinien und dazu erlassene Durchführungsbestimmungen

Die DFL GmbH ist befugt, technische, organisatorische und personelle Vorgaben für die in der Individualvermarktungsrichtlinie geregelten Signalproduktionen, die technischen Bereitstellungen und die Erhebung von Spieldaten in den Durchführungsbestimmungen zu den Medienrichtlinien zu erlassen. Die Durchführungsbestimmungen legen insbesondere die Voraussetzungen für eine Akkreditierung, die Medienarbeitsbereiche innerhalb der Stadien, die Stadion-Zutrittsrechte und die redaktionellen Berechtigungen in den Medienarbeitsbereichen fest.

B.

AUDIO-VISUELLE VERWERTUNGSRECHTE

B.1 Signalproduktion

B.1.1 Signalproduktion durch den DFL e.V.; Mitwirkungspflichten

a) Grundsatz der Signalproduktion durch den DFL e.V.

Grundsätzlich ist alleine der DFL e.V. berechtigt, Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele zu produzieren oder durch Dritte, einschließlich seiner Vertragspartner, produzieren zu lassen. Derzeit produziert die Sportcast im Auftrag des DFL e.V. und der DFL GmbH das Basissignal, das PK-Signal und das Scouting-Feed.

b) Mitwirkungspflichten

Der Club ist verpflichtet, die Signalproduktion des DFL e.V. und/oder seiner Vertragspartner insbesondere durch Abstellung von Spielern und Offiziellen des Clubs für Pressekonferenzen, Interviews und/oder sonstige redaktionelle Beiträge zu unterstützen. Darüber hinaus verpflichtet sich der Club, dem DFL e.V. und/oder von diesem berechtigten Dritten auch im Vorfeld eines Spiels/außerhalb von Spielen entsprechende Aufnahmen und Aufzeichnungen zu ermöglichen (sonstige Bundesliga-Produktionen). Einzelheiten der Produktion des Basissignals, des PK-Signals, des Scouting-Feed sowie der sonstigen Bundesliga-Produktionen durch den DFL e.V. und/oder durch von diesem berechnigte Dritte regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

B.1.2 Signalproduktion durch den Club

Entsprechend des Grundsatzes der alleinigen Signalproduktion durch den DFL e.V. (Ziffer B.1.1) ist der Club nur in nachfolgend aufgeführten Fällen zu einer Produktion von Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele berechnigt. Für sämtliche Signalproduktionen durch den Club gilt, dass der Produktion des Basissignals stets Vorrang einzuräumen ist (Grundsatz des Vorrangs der Basissignalproduktion). Im Verhältnis zu der Signalproduktion durch den Club zur Produktion von Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele durch Vertragspartner des DFL e.V. gilt, dass die Vertragspartner des DFL e.V. im Fall einer kapazitären Erschöpfung der Medienarbeitsbereiche für ein Spiel insgesamt oder einzelner Medienarbeitsbereiche und/oder einzelner Stadion-Zutrittsrechte Vorrang vor der Signalproduktion durch den Club hat (Grundsatz des prioritären Vorrangs der Vertragspartner des DFL e.V.).

a) Keine Produktion des Basissignals durch den DFL e.V.

Sollte der DFL e.V. die Produktion des Basissignals gemäß Ziffer B.1.1 nicht vornehmen oder vornehmen lassen, so ist der Club berechnigt, Aufnahmen und Aufzeichnungen seiner Heimspiele selbst zu produzieren oder produzieren zu lassen; auf Ziffer B. 2.2 wird verwiesen.

b) Produktion von Stadionbildern

Der Club ist zur Produktion von Stadionbildern für eine Nutzung und/oder Verwertung zu den in Ziffern B.2 und B.3 der Individualvermarktungsrichtlinie festgelegten Zwecken berechtigt. Einzelheiten der Produktion von Stadionbildern regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

c) Aufnahmen und Aufzeichnungen für Zwecke der Spiel- und Spielanalyse

Bei seinen Heimspielen ist der Club zusätzlich zu der Produktion von Stadionbildern gemäß Ziffer B.1.2 b) berechtigt, das Spiel mit speziell für den Zweck der Spiel- und Spielanalyse zum Einsatz kommenden Kameras aufzuzeichnen. Auch bei Auswärtsspielen ist es dem Club möglich, auf eigene Kosten das jeweilige Spiel für diesen Zweck aufzuzeichnen, es sei denn, die DFL GmbH widerspricht aufgrund infrastruktureller und/oder produktionstechnischer Gegebenheiten der Aufzeichnung bei dem Auswärtsspiel und/oder der Heimclub erteilt die erforderliche Akkreditierung nicht. Einzelheiten der Produktion von Aufnahmen und Aufzeichnungen für Zwecke der Spiel- und Spielanalyse regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

B.2 Technische Bereitstellungen

B.2.1 Bereitstellungen durch den DFL e.V.

a) Bereitstellung des Basissignals und des PK-Signals

Das Basissignal und das PK-Signal werden dem Club in gleicher Weise wie den Vertragspartnern des DFL e.V. zur Verfügung gestellt. Der Club muss lediglich die im Zuge der Bereitstellung entstehenden technischen Kosten tragen; er wird somit nicht an den für die Produktion des Basissignals und des PK-Signals sowie für deren Bereitstellung für die Vertragspartner des DFL e.V. entstehenden Kosten beteiligt. Einzelheiten der Bereitstellung des Basissignals und des PK-Signals für den Club regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

b) Bereitstellung des Scouting-Feed

Das Scouting-Feed wird dem Club, soweit er an einem Spiel beteiligt war, spätestens unverzüglich nach Spielende im Stadion bereitgestellt. Einzel-

heiten der Bereitstellung des Scouting-Feed regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

c) Bereitstellungen von Archivspielbildern

Archivspielbilder seiner Spiele werden dem Club gegen Erstattung der jeweils anfallenden technischen Kosten für die Bereitstellung durch die Sportcast bereitgestellt.

B.2.2 Bereitstellungen durch die Clubs

a) Bereitstellung bei Nicht-Produktion des Basissignals

Sofern und soweit der Club gemäß Ziffer B.1.2 a) zur Produktion von Aufnahmen und Aufzeichnungen seiner Heimspiele berechtigt ist, wird er diese Produktionen dem DFL e.V. und dem jeweiligen Auswärtsclub gegen Ersatz der durch die Bereitstellung zusätzlich entstehenden technischen Kosten für deren eigene Nutzung und Verwertung unverzüglich bereitzustellen. Der DFL e.V. und der jeweilige Auswärtsclub werden somit nicht an den für die Produktion der Aufnahmen und Aufzeichnungen sowie für deren Bereitstellung für die Vertragspartner des Heimclubs entstehenden Kosten beteiligt.

b) Bereitstellung von Stadionbildern; Nutzung und Verwertung durch den DFL e.V., die DFL GmbH und deren Vertragspartner

Durch einen Club gemäß Ziffer B.1.2 b) der Individualvermarktungsrichtlinie und den einschlägigen Vorschriften der Medienrichtlinien und der dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen produzierte Stadionbilder sind dem DFL e.V. gegen Erstattung der anfallenden technischen Kosten für die Bereitstellung auf Anforderung unverzüglich spätestens nach Spielschluss bereitzustellen. Einzelheiten der Bereitstellung von Stadionbildern regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

Der DFL e.V. und die DFL GmbH sind berechtigt, die bereitgestellten Stadionbilder in Bundesliga-eigenen Medien zu nutzen und/oder die Stadionbilder ihren Vertragspartnern für eine Verwertung in deren Sendungen, Angeboten und/oder sonstigen Produkten bereitzustellen und entsprechende Verwertungsrechte einzuräumen.

c) Bereitstellung sonstiger Club-Produktionen; Nutzung und Verwertung durch den DFL e.V., die DFL GmbH und deren Vertragspartner

Sofern der Club sonstige Club-Produktionen erstellt, wird er diese im Interesse der gemeinschaftlichen Vermarktung der Bundesliga und 2. Bundesli-

ga durch den DFL e.V. im Einzelfall kostenfrei bereitstellen, es sei denn, es sprechen sachliche Gründe gegen die Bereitstellung. Der DFL e.V. und die DFL GmbH sind berechtigt, bereitgestellte sonstige Club-Produktionen unter Berücksichtigung der Interessen des Clubs in Bundesliga-eigenen Medien zu nutzen und/oder ihren Vertragspartnern für eine Verwertung in deren Sendungen, Angeboten, und/oder sonstigen Produkten bereitzustellen und entsprechende Verwertungsrechte einzuräumen; Vorgaben des Clubs zur frühestmöglichen Nutzung und Verwertung bereitgestellter sonstiger Club-Produktionen sind einzuhalten.

B.3 Nutzung audio-visueller Verwertungsrechte in clubeigenen Medien

Der Club ist nach Maßgabe folgender Verwertungsbedingungen berechtigt, audio-visuelle Verwertungsrechte mittels sämtlicher Übertragungstechnologien in clubeigenen Medien weltweit zu nutzen.

B.3.1 Spielbilder, PK-Signal und Stadionbilder

a) Zeitversetzte Pay-Verwertung unmittelbar nach Spielende

In clubeigenen Medien ist der Club berechtigt, Spielbilder seiner Spiele, das PK-Signal seiner Spiele und/oder Stadionbilder jeweils bis zur vollen Länge der Aufnahmen und Aufzeichnungen zeitversetzt unmittelbar nach Spielende linear und non-linear in Form einer Pay-Verwertung zu verwerten. Eine Pay-Verwertung als Pay-per-View ist nur für Endnutzer mit einem entgeltlichen Abonnement für den Pay-Bereich clubeigener Medien zulässig. Abweichend davon ist eine Pay-per-View-Verwertung auch für Endnutzer ohne entgeltliches Abonnement einmal pro Hin- und Rückrunde einer Spielzeit mit Ausnahme des 33. und 34. Spieltags einer Spielzeit zulässig.

b) Free-Verwertung in begrenztem Umfang

Der Club ist berechtigt, in clubeigenen Medien eine zeitversetzte lineare und non-lineare Free-Verwertung seines Spiels des aktuell gespielten Spieltags in einem Umfang von bis zu drei Minuten vorzunehmen. Die Free-Verwertung ist

- bei Spielen an einem Freitag, Samstag oder Sonntag frühestens ab dem darauffolgenden Dienstag, 0.00 Uhr deutscher Zeit,
- bei Spielen an einem Montag, frühestens ab dem darauffolgenden Mittwoch, 0.00 Uhr deutscher Zeit, und

- bei Spielen an einem Dienstag, Mittwoch oder Donnerstag frühestens ab dem darauffolgenden Freitag, 0.00 Uhr deutscher Zeit

zulässig. Zudem sind bei einer Free-Verwertung folgende Vorgaben einzuhalten:

- Spielbilder und/oder Stadionbilder (mit Ausnahme von Interviewbildern, die nicht angerechnet werden) dürfen höchstens 50 Prozent des Gesamtumfangs des Angebots/Produkts ausmachen. Ausgenommen von dieser Regelung ist die Nutzung von Spielbildern und Stadionbildern bis zu einer Länge von 30 Sekunden.
- Das Angebot/Produkt darf nicht als Highlight-Clip ausgestaltet sein. Unzulässig sind insbesondere eine umfassende Schilderung des Spielgeschehens und eine Übertragung aller spielprägenden Szenen.

Zusätzlich zu den vorstehenden Free-Verwertungen ist der Club berechtigt, Stadionbilder und das PK-Signal des aktuellen Spieltags in clubeigenen Medien wie folgt in Form der Free-Verwertung zu nutzen:

- In dem Zeitraum zwischen Stadionöffnung bis zu dem Beginn des Aufwärmprogramms der Spieler auf dem Platz in einer Länge von insgesamt höchstens 30 Sekunden.
- Ab 15 Minuten nach Abpfiff eines Spiels in einer Länge von insgesamt höchstens 60 Sekunden.

Die Stadionbilder dürfen keine Aufnahmen und Aufzeichnungen des Spielgeschehens enthalten. Weitergehende Free-Verwertungen von Verwertungsinhalten vor dem in Ziffer B. 3.1 b) festgelegten Zeitraum sind dem Club nur im Ausnahmefall und nach Erteilung einer schriftlichen Ausnahmegenehmigung durch die DFL GmbH gemäß Ziffer A.6.1 erlaubt.

c) Nachverwertung

Eine Nachverwertung von Spielbildern, des PK-Signals und/oder von Stadionbildern ist dem Club in clubeigenen Medien wie folgt möglich:

- Zulässig ist die unveränderte Nachverwertung des im Rahmen der zeitversetzten Verwertung gemäß Ziffer B.3.1 b) übertragenen Angebots/Produkts.
- Sollen im Rahmen der Nachverwertung Spielbilder und/oder Stadionbilder mehrere Spiele des Clubs im Rahmen eines neuerstellten Angebots/Produkts verwertet werden, beschränkt sich der zulässi-

ge Verwertungsumfang für Spielbilder und Stadionbilder auf insgesamt drei Minuten.

Zusätzlich ist der Club berechtigt, zweimal pro Spielzeit Spielbilder und/oder Stadionbilder seiner Spiele dieser Spielzeit in einer Länge von insgesamt bis zu 10 Minuten für einen „Hinrunden- bzw. Saisonrückblick“ zu nutzen, in welchem der jeweilige Zeitraum der Spielzeit zusammengefasst wird. Die Nachverwertung ist bis zum Ablauf des Verwertungszeitraums zulässig.

B.3.2 Archivspielbilder

Archivspielbilder seiner Spiele darf der Club in clubeigenen Medien in nachstehenden Umfang nutzen:

- Pro Tag darf maximal ein Spiel in voller Länge in Form einer Pay-Verwertung genutzt werden.
- Insgesamt dürfen gleichzeitig maximal zehn Spiele für einen Zeitraum von höchstens acht Wochen in Form einer Pay-Verwertung genutzt werden.
- Für die Erstellung von redaktionell geprägten Angeboten/Produkten (z.B. Vorberichte zum nächsten Spieltag, Spielerportraits) dürfen zusätzlich Archivspielbilder im Umfang von maximal zehn Minuten pro Tag genutzt werden.

B.3.3 Nutzung für Bild- und Tonträger

Zur Herstellung ausschließlich clubbezogener unveränderbarer Bild- und Tonträgern für Endnutzer, wie insbesondere Videos, DVDs und sonstige elektronische Speichermedien, hat der Club das Recht, Spielbilder im Umfang von 240 Minuten pro Spielzeit und Archivspielbilder im Umfang von 180 Minuten pro Spielzeit zu nutzen. Spielbilder des aktuellen Spieltags dürfen jedoch frühestens nach Beendigung des nächsten Spieltags verwendet werden. Nach dem letzten Spieltag dürfen Spielbilder ab dem darauffolgenden Dienstag, 00.00 Uhr deutscher Zeit verwendet werden.

Bild- und Tonträger, die unter Nutzung nur von Spielbildern hergestellt werden, dürfen bis zum 31. Dezember des Kalenderjahres, in dem die betreffende Spielzeit geendet hat, (neu) auf den Markt gebracht werden. Nach dem 31. Dezember ist ein Abverkauf der im Markt befindlichen Bild- und Tonträger weiterhin zulässig. Für Bild- und Tonträger, die Spielbilder und Archivspielbilder nutzen gilt vorstehende Regelung nicht, sofern für den be-

treffenden Bild- und Tonträger Spielbilder nur im Umfang von 180 Minuten genutzt werden.

B.4 Verwertung in Medienangeboten Dritter (Fremdmedien)

Der Club ist nach Maßgabe folgender Verwertungsbedingungen berechtigt, audio-visuelle Verwertungsrechte mittels sämtlicher Übertragungstechnologien in Fremdmedien weltweit zu verwerten.

B.4.1 Spielbilder, PK-Signal und Stadionbilder

a) Umfang der zeitversetzten Verwertung; erweiterte Verwertung durch Rundfunkveranstalter

Der Club ist berechtigt, Spielbilder seines Spiels des aktuell gespielten Spieltags, das diesbezügliche PK-Signal und/oder von diesem Spiel hergestellte Stadionbilder zeitversetzt linear und non-linear in einem Umfang von jeweils bis zu 90 Sekunden in Fremdmedien im Wege der Free- und/oder Pay-Verwertung zu verwerten.

Nur für die Verwertung durch Rundfunkveranstalter im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV und ihnen rechtlich entsprechende Veranstalter von Rundfunkprogrammen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland ist der Club berechtigt,

- jeweils einem Rundfunkveranstalter pro Land und nur für eine Verwertung im Rahmen eines linear ausgestrahlten Spartenprogramms, das täglich mindestens vier Stunden – ohne Wiederholungen – über den Club berichtet; und zusätzlich
- jeweils einem Rundfunkveranstalter pro Land und nur für eine Verwertung im Rahmen einer auf den Club bezogenen Sendung, die regelmäßiger Bestandteil des Programms dieses Rundfunkveranstalters ist und linear übertragen und/oder non-linear abrufbar gemacht werden kann,

Spielbilder seines Spiels des aktuell gespielten Spieltags, das diesbezügliche PK-Signal und/oder von diesem Spiel durch den Club hergestellte Stadionbilder jeweils bis zur vollen Länge der jeweiligen Aufnahmen und Aufzeichnungen für eine zeitversetzte Verwertung zu lizenzieren.

b) Beginn der zeitversetzten Verwertung

Die zeitversetzte Verwertung in allen Fremdmedien darf

- bei Spielen an einem Freitag, Samstag oder Sonntag frühestens ab Dienstag, 0.00 Uhr deutscher Zeit,
- bei Spielen an einem Montag, frühestens ab Mittwoch, 0.00 Uhr deutscher Zeit, und
- bei Spielen an einem Dienstag, Mittwoch oder Donnerstag ab Freitag, 0.00 Uhr deutscher Zeit

erfolgen.

c) Zusätzliche Vorgaben für die Verwertung in Fremdmedien

Jegliche Verwertung in Fremdmedien setzt eine strikte Einhaltung der Grundsätze der Individualvermarktung (Ziffer A.2) und zusätzlich folgender Vorgaben voraus:

- Spielbilder und Stadionbilder (mit Ausnahme von Interviewbildern, die nicht angerechnet werden) dürfen höchstens 50 Prozent des Gesamtumfangs des Angebots/Produkts ausmachen. Ausgenommen von dieser Regelung ist die Verwertung von Spielbildern und Stadionbildern bis zu einer Länge von 30 Sekunden in sozialen Medien.
- Das Angebot/Produkt darf nicht als Highlight-Clip ausgestaltet sein. Unzulässig ist eine umfassende Schilderung des Spielgeschehens, insbesondere eine Übertragung aller spielprägenden Szenen. Eine Ausnahme besteht nur für die Verwertung durch Rundfunkveranstalter, denen der Club gemäß Ziffer B.4.1 a) erweiternde Rechte für eine zeitversetzte lineare bzw. non-lineare Verwertung lizenziert hat.

d) Nachverwertung

Eine Nachverwertung von Spielbildern, des PK-Signals und von Stadionbildern seiner Spiele in allen Fremdmedien ist wie folgt möglich:

- Zulässig ist die unveränderte Nachverwertung des im Rahmen der zeitversetzten Verwertung übertragenen Angebots/Produkts.
- Sollen im Rahmen der Nachverwertung Spielbilder und/oder Stadionbilder mehrere Spiele des Clubs im Rahmen eines neuerstellten Angebots/Produkts verwertet werden, beschränkt sich der zulässige Verwertungsumfang für Spielbilder und Stadionbilder auf insgesamt drei Minuten.

Die Nachverwertung ist bis Ablauf des Verwertungszeitraums zulässig. Die zusätzlichen Vorgaben gemäß Ziffer B.4.1 c) finden auch im Rahmen der Nachverwertung Anwendung.

B.4.2 Archivspielbilder

Archivspielbilder seiner Spiele darf der Club in Fremdmedien in nachstehenden Umfang verwerten:

a) Verwertungsumfang in sämtlichen Fremdmedien

Archivspielbilder darf der Club in sämtlichen Fremdmedien im Umfang von jeweils 90 Sekunden pro Woche für die Erstellung von Sendungen, Beiträgen, Diensten und/oder sonstigen redaktionellen Angeboten (z.B. Vorberichte zum nächsten Spieltag, Spielerportraits) verwerten.

b) Erweiterter Verwertungsumfang für Rundfunkveranstalter

Nur für die Verwertung durch Rundfunkveranstalter im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV und ihnen rechtlich entsprechende Veranstalter von Rundfunkprogrammen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland ist der Club berechtigt,

- jeweils einem Rundfunkveranstalter pro Land und nur für eine Verwertung im Rahmen eines linear ausgestrahlten Spartenprogramms, das täglich mindestens vier Stunden – ohne Wiederholungen – über den Club berichtet; und zusätzlich
- jeweils einem Rundfunkveranstalter pro Land und nur für eine Verwertung im Rahmen einer auf den Club bezogenen Sendung, die regelmäßiger Bestandteil des Programms dieses Rundfunkveranstalters ist und linear übertragen und/oder non-linear abrufbar gemacht werden kann,

pro Woche Archivspielbilder von höchstens 10 seiner Spiele zu lizenzieren.

Für die Erstellung von Sendungen, Beiträgen, Diensten und/oder sonstigen redaktionellen Angeboten (z.B. Vorberichte zum nächsten Spieltag, Spielerportraits) dürfen zusätzlich Archivspielbilder im Umfang von maximal zehn Minuten pro Tag lizenziert werden.

c) Verwertungszeitraum

Die Archivspielbilder dürfen in Fremdmedien längstens für jeweils acht Wochen verwertet werden.

B.5 Sonstige Nutzungen und Verwertungen audio-visueller Verwertungsrechte

B.5.1 Nutzung im Stadion

a) Stadion-TV

Der Club ist berechtigt, sein Heimspiel unter Nutzung des Basissignals und/oder von Stadionbildern live im Stadion-TV zu übertragen. Zusätzlich ist der Club berechtigt, für das Stadion-TV wie folgt audio-visuelle Verwertungsrechte zu nutzen:

- Vor Spielbeginn können bis zu drei Minuten Archivspielbilder sowie bis zu fünf Minuten Spielbilder von Spielen gegen den Gastclub übertragen werden.
- In der Halbzeitpause können bis zu fünf Minuten Spielbilder des aktuellen Heimspiels übertragen werden.
- Nach dem Spiel können bis zu fünf Minuten Spielbilder des aktuellen Heimspiels übertragen werden.
- Nach dem Spiel kann die Pressekonferenz unter Nutzung des PK-Signals übertragen werden.

Bei der Übertragung im Stadion-TV muss sichergestellt werden, dass keine Wiederholung von kritischen und strittigen Spielszenen erfolgt. Als kritische und strittige Spielszenen gelten alle Spielereignisse, die geeignet sind, bei Stadionbesuchern negative Reaktionen bewirken zu können. Einzelheiten regeln die auf Grundlage von § 1 Nr. 8 Ziffern 1 und 3 der Richtlinien zur Spielordnung des DFL e.V. (SpOL) erlassenen Regelungen zum Stadion-TV. Für die Schaltung von Werbung im Rahmen des Stadion-TV gilt § 1 Nr. 8 Ziffern 1 und 3 der Richtlinien zur Spielordnung des DFL e.V. (SpOL). Zudem hat der Club das Assoziationsverbot und das Freihaltegebot (Ziffer A.2.4) einzuhalten.

b) Übertragungen über eine Stadion-App

Der Club ist berechtigt, nur den Besuchern seines Heimspiels das Stadion-TV auch über eine Stadion-App zugänglich zu machen, vorausgesetzt, dass

- die Übertragung des Stadion-TV in der Stadion-App auf den Zeitraum zwischen Stadionöffnung bis 15 Minuten vor Beginn des Heimspiels und ab 15 Minuten nach Ende des Spiels beschränkt ist.
- das Aufwärmprogramm der Spieler auf dem Platz in der Stadion-App in einer Länge von insgesamt höchstens drei Minuten übertragen wird.
- in der Stadion-App auch nach Ende des Heimspiels keine Spielbilder und/oder Stadionbilder mit Aufnahmen und Aufzeichnungen des Spielgeschehens des aktuellen Heimspiels übertragen werden.

Weitergehende Nutzung von Verwertungsinhalten in der Stadion-App oder anderen Anwendungen sind dem Club nur nach Erteilung einer schriftlichen Ausnahmegenehmigung durch die DFL GmbH gemäß Ziffer A.6.1 erlaubt. Die Regelungen in Ziffer B.3.1 zur Nutzung audio-visueller Verwertungsrechte durch den Club in einer Club-App bleiben unberührt.

B.5.2 Werbliche Maßnahmen

a) Werbliche Maßnahmen durch den Club

Der Club ist berechtigt, Spielbilder, Stadionbilder, das PK-Signal und Archivspielbilder seiner Spiele in einer Länge von jeweils insgesamt höchstens 60 Sekunden pro Spiel für eigene werbliche Maßnahmen, wie zum Beispiel Werbespots im Rundfunk oder Kino und im Rahmen von Messeauftritten, zu nutzen.

b) Werbliche Maßnahmen für und/oder durch Dritte

Für werbliche Maßnahme für und/oder durch Dritte darf der Club wie folgt Spielbilder, Stadionbilder, das PK-Signal und Archivspielbilder seiner Spiele nutzen und/oder verwerten lassen:

- Für/Durch vier bedeutende Partner des Clubs, darunter in der Regel die wesentlichen Sponsoren des Clubs, insbesondere der Namensgeber des Stadions, der Trikot- bzw. Hauptsponsor sowie der Sportartikelausrüster, dürfen pro Spiel jeweils insgesamt höchstens 60 Sekunden der oben genannten Verwertungsinhalte genutzt und/oder verwertet werden.
- Für/Durch vier weitere Partner des Clubs dürfen pro Spiel jeweils insgesamt höchstens 30 Sekunden der oben genannten Verwertungsinhalte genutzt und/oder verwertet werden.

Bei Verwendung der oben genannten Verwertungsinhalte hat der Club sicherzustellen, dass

- der Schwerpunkt der werblichen Maßnahme eindeutig auf dem Club und seinen Spielern liegt und der jeweilige Spielgegner bzw. dessen Spieler nur beiläufig erscheinen.
- bei einer kumulativen und/oder additiven Nutzung oder Verwertung der oben genannten Verwertungsinhalte die Länge der für die werbliche Maßnahme verwendeten Verwertungsinhalte drei Minuten nicht überschreitet, es sei denn, die DFL GmbH hat dem Club bzw. seinem Partner auf entsprechenden Antrag gemäß Ziffer A.6.1 eine Ausnahme erteilt.

c) Frühester Zeitpunkt der Nutzung und Verwertung

Spielbilder, Stadionbilder und/oder das PK-Signal dürfen durch den Club und die Partner des Clubs frühestens 14 Tage nach Abschluss des jeweiligen Spieltags genutzt werden, es sei denn, die DFL GmbH hat auf Antrag des Clubs eine Ausnahme gemäß Ziffer A.6.1 erteilt.

B.5.3 Spiel- und Spieleranalysen

Der Club hat das Recht, Spielbilder, das Scouting-Feed und eigene Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele gemäß Ziffer B.1.2 b) nur für eigene, interne Spiel- und Spieleranalysen zu nutzen.

C.

AUDIO-VERWERTUNGSRECHTE

C.1 Nutzung und Verwertung durch den Club

Der Club ist nach Maßgabe folgender Verwertungsbedingungen berechtigt, Audio-Berichterstattungen seiner Spiele auf seiner Club-Website und/oder in seiner Club-App zu übertragen.

C.1.1 Live-Verwertung

Der Club ist zu einer Live-Verwertung seiner Spiele in voller Länge berechtigt.

C.1.2 Zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung

Eine zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung seiner Spiele ist dem Club wie folgt möglich:

- Zulässig ist die lineare und non-lineare Wiederholung der auf der Club-Website und/oder in der Club-App live übertragenen Audio-Berichterstattung ab unmittelbar nach Ende des Spiels; die Anzahl der Wiederholungen ist nicht begrenzt.
- Zulässig ist ferner eine lineare und/oder non-lineare Nachberichterstattung auf der Club-Website und/oder in der Club-App; wobei Wiederholungen der Nachberichterstattung unbegrenzt möglich sind.
- Zulässig ist eine non-lineare zeitversetzte und Nachverwertung von Audio-Clips in Fremdmedien in einer Länge von jeweils maximal 120 Sekunden.

C.2 Verwertung durch einen Rundfunkveranstalter

Der Club ist nach Maßgabe folgender Verwertungsbedingungen berechtigt, nicht mehr als einem Rundfunkveranstalter im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV das Recht zu einer Audio-Berichterstattung seiner Spiele in deutscher Sprache in der Bundesrepublik Deutschland einzuräumen.

C.2.1 Live-Verwertung durch einen Rundfunkveranstalter

Diesem Rundfunkveranstalter darf für jedes Spiel des Clubs das Recht zu einer Live-Verwertung im zeitlichen Umfang von höchstens 10 Minuten pro Halbzeit sowie zusätzlich das Recht zu einer Live-Begleitberichterstattung von insgesamt weiteren 10 Minuten eingeräumt werden. Der Rundfunkveranstalter ist zu einer Simulcast-Übertragung, z.B. in den Verbreitungswegen Web/Mobile, Satellit, Kabel und IPTV, berechtigt.

C.2.2 Zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung

Diesem Rundfunkveranstalter darf zusätzlich das Recht für eine zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung der gemäß Ziffer C.2.1 live übertragenen Audio-Berichterstattung wie folgt eingeräumt werden:

- Zulässig ist die lineare Wiederholung der live übertragenen Audio-Berichterstattung ab fünf Minuten nach Ende des Spiels; die Anzahl der Wiederholungen ist nicht begrenzt.
- Zulässig ist die lineare zeitversetzte Nachberichterstattung; wobei Wiederholungen der Nachberichterstattung unbegrenzt möglich sind.

- Zulässig ist eine non-lineare zeitversetzte und Nachverwertung von Audio-Clips auf von ihm betriebenen Plattformen im Sinn des § 2 Abs.2 Nr. 13 RStV in einer Länge von jeweils maximal 120 Sekunden.

C.2.3 Keine kumulierte Nutzung mit weiteren Audio-Verwertungsrechten

Die dem Rundfunkveranstalter nach Maßgabe von Ziffern C.2.1 und C.2.2 eingeräumten Audio-Verwertungsrechte dürfen nicht mit Audio-Verwertungsrechten, die der Rundfunkveranstalter vom DFL e.V. erworben hat, in demselben Programm des Rundfunkveranstalters kumulativ genutzt werden.

D. **SPIELDATEN**

D.1 Erhebung von Spieldaten

D.1.1 Erhebung offizieller Spieldaten durch den DFL e.V.

Gemäß §§ 5, 9 OVR hat der DFL e.V. das exklusive Recht, offizielle Spieldaten der Spiele zu erheben und die offiziellen Spieldaten gemeinschaftlich zu vermarkten. Einzelheiten der Erhebung der offiziellen Spieldaten durch den DFL e.V. regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

D.1.2 Eigenerhobene Spieldaten des Clubs

Unbeschadet der Erhebung offizieller Spieldaten durch den DFL e.V. und/oder die DFL GmbH gemäß Ziffer D.1.1 hat der Club das Recht, bei seinen Heimspielen selbst Spieldaten zu erheben und zu Zwecken der Spiel- und Spieleranalyse (Ziffer D.3) zu nutzen. Einzelheiten der Erhebung von Spieldaten durch den Club regeln die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen.

D.1.3 Erhebung von ELAS-Daten des Clubs

Unbeschadet der Erhebung offizieller Spieldaten durch den DFL e.V. und/oder die DFL GmbH gemäß Ziffer D.1.1 und der Eigenerhebung von Spieldaten bei Heimspielen durch den Club gemäß Ziffer D.1.2 hat der Club das Recht, durch den Einsatz von ELAS Daten und Informationen zu erheben und zu Zwecken der Spiel- und Spieleranalyse (Ziffer D.3) zu nutzen. Einzelheiten des Einsatzes von ELAS durch den Club regeln die Spielkleidungs-

richtlinie, die Medienrichtlinien und die dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen sowie die verbindlichen Vorgaben der FIFA bzw. des IFAB.

D.2 Bereitstellung offizieller Spieldaten; Kosten und Löschung

Der Club ist berechtigt, die offiziellen Spieldaten in Form eines XML-Feeds, gegen Erstattung der technischen Kosten aus der Datenbank abzurufen oder abrufen zu lassen. Einzelheiten der Bereitstellung und des Abrufs der offiziellen Spieldaten sind in der „Vereinbarung für den Abruf und die Nutzung offizieller Spieldaten“ geregelt, die von dem Club, wenn er sich an die Datenbank anbinden und offizielle Spieldaten aus der Datenbank abrufen möchte, zu unterzeichnen ist.

D.3 Nutzung von Spieldaten zwecks Spiel- und Spieleranalyse

Der Club hat das nicht exklusive Recht, die offiziellen Spieldaten aller Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga und das exklusive Recht seine eigenerhobenen Spieldaten sowie seine ELAS-Daten für Zwecke seiner Spiel- und Spieleranalyse zu nutzen. Der Club wird dem DFL e.V. seine ELAS-Daten zum Zwecke der wissenschaftlichen Auswertung und Qualitätssicherung durch die DFL GmbH übermitteln.

D.4 Nutzung in clubeigenen Medien

Der Club hat das nicht exklusive Recht, die offiziellen Spieldaten seiner Spiele sowie folgende, abschließend aufgeführte ligaübergreifende Statistiken in clubeigenen Medien zu nutzen:

- Spieltagergebnisse der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Aktuelle Tabelle und Ewige Tabelle der Bundesliga oder 2. Bundesliga
- Torschützenliste der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Liste der Torvorlagengeber der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Übersichten über Verwarnungen und Platzverweise der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Spieleinsätze der Spieler in der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga

D.5 Nutzung für werbliche und sonstige kommerzielle Zwecke

Der Club hat das nicht exklusive Recht, die offiziellen Spieldaten seiner Spiele und Spieler sowie folgende, abschließend aufgeführte ligaübergreifende Statistiken für werbliche und sonstige kommerzielle Zwecke, wie ein

Presenting-Sponsoring während seiner Heimspiele, Gewinnspiele oder Werbespots, zu nutzen und/oder durch Dritte nutzen zu lassen:

- Spieltagergebnisse der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Aktuelle Tabelle und Ewige Tabelle der Bundesliga oder 2. Bundesliga
- Torschützenliste der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Liste der Torvorlagengeber der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Übersichten über Verwarnungen und Platzverweise der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga
- Spieleinsätze der Spieler in der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga

D.6 Einbindung von Dienstleistern

Der Club ist berechtigt, für die Erhebung seiner eigenerhobenen Spieldaten, (Ziffer D.1.2), die Erhebung von ELAS-Daten (Ziffer D.1.3) den Abruf der in der Datenbank bereitgestellten offiziellen Spieldaten (Ziffer D.2) und/oder die Nutzung von Spieldaten gemäß Ziffern D.2 - D.5 Dienstleister seiner Wahl einzuschalten. Sofern der Club für die Erhebung von Spieldaten, den Abruf von offiziellen Spieldaten aus der Datenbank und/oder die Nutzung von Spieldaten einen Dienstleister einschaltet, hat er dafür Sorge zu tragen, dass der Dienstleister die Spieldaten ausschließlich in Übereinstimmung mit den Bestimmungen der Individualvermarktungsrichtlinie verwendet und jede weitergehende Nutzung und/oder Verwertung der Spieldaten ausgeschlossen ist sowie dass diese nach Beendigung der Nutzung und/oder Verwertung vollständig gelöscht werden. Einzelheiten sind in der „Vereinbarung für den Abruf und die Nutzung offizieller Spieldaten“ geregelt, die von jedem Dienstleister, der sich für einen Club an die Datenbank anbindet, offizielle Spieldaten aus der Datenbank abrufen und/oder offizielle Spieldaten für den Club nutzt, insbesondere veredelt, zu unterzeichnen ist.

D.7 Sonstige Vermarktung durch den DFL e.V. und die DFL GmbH

Sofern und soweit dem Club durch die Individualvermarktungsrichtlinie kein Recht zur Nutzung und Verwertung von Spieldaten zusteht, haben DFL e.V. und DFL GmbH gemäß § 5 Nr. 1 OVR das ausschließliche Recht, Spieldaten gemeinschaftlich zu vermarkten.

E. **SCHIEDSRICHTERTAFEL**

E.1 Individuelle Vermarktung der Schiedsrichtertafel

Der Club ist berechtigt, die bei den Spielen eingesetzte Schiedsrichtertafel dergestalt zu vermarkten, dass einem Sponsor die Möglichkeit eingeräumt werden kann, auf beiden Seiten der von der DFL GmbH zur Verfügung gestellten Schiedsrichtertafel zu werben.

E.2 Inhaltliche Vorgaben zur Werbung auf der Schiedsrichtertafel

Der Club kann einen Sponsor (juristische oder natürliche Person) benennen, für dessen Unternehmen, Produkte oder Dienstleistungen er auf der Schiedsrichtertafel werben darf. Die Werbung auf Vorder- und Rückseite der Schiedsrichtertafel muss identisch sein. Auf der Schiedsrichtertafel dürfen nur eingetragene Marken des Sponsors abgebildet werden. Im Laufe einer Spielzeit sind bis zu zwei verschiedene Werbemotive erlaubt, wobei eine verschiedenartige farbliche Darstellung eines Werbemotivs keinen Wechsel des Werbemotivs darstellt. Die Werbung für ein Tochterunternehmen des Trikotsponsors hingegen stellt einen Wechsel des Werbemotivs dar. Ein Wechsel der Darstellung während eines Spiels ist ausgeschlossen.

Hat der Club keinen Sponsor für die Schiedsrichtertafel, so kann die DFL GmbH auf Antrag des Clubs die Verwendung eines clubeigenen Werbemotivs zulassen. Voraussetzung für die Zulassung ist eine eingetragene Marke, eine weitreichende Assoziierung der Bezeichnung mit dem Club seitens der Öffentlichkeit und eine deutlich wahrnehmbare allgemeine Marketingstrategie des Clubs.

Die Werbung darf nicht gegen die allgemein im Sport gültigen Grundsätze von Ethik und Moral, die gesetzlichen Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen. Die Werbung für Alkoholika (Alkoholgehalt über 15%) oder für Tabakwaren und ihre Hersteller ist unzulässig. Werbung mit politischem, religiösem oder rassistischem Inhalt oder zu Gunsten von Sekten ist ebenfalls untersagt. Die Werbung muss darüber hinaus mit dem Ansehen des DFL e.V., der DFL GmbH, der Schiedsrichter und der Bundesliga und 2. Bundesliga insgesamt vereinbar sein, so dass insbesondere Werbung für

Glücksspiel-, (Sport-)Wetten-, Lotterieranbieter oder Skill-Games-Betreiber sowie Erotikangebote unzulässig ist.

E.3 Formelle Vorgaben zur Werbung auf der Schiedsrichtertafel

Die Werbung erfolgt ausschließlich in Form eines auf beiden Seiten der Schiedsrichtertafel anzubringenden einfachen Aufklebers. Eine Veränderung der Form der Schiedsrichtertafel oder die Anbringung eines Aufklebers mit besonderen graphischen Effekten (z.B. Glitzern, Leuchteffekte durch phosphoreszierende Schrift oder Aufkleber mit einer besonderen, z.B. drei-dimensionalen Haptik) ist untersagt.

Die Werbung erfolgt ausschließlich im oberen Bereich beider Seiten der Schiedsrichtertafel mit einer maximalen Höhe von 20 cm und einer maximalen Breite von 58 cm. Im Falle einer Änderung der Schiedsrichtertafel, insbesondere einer Änderung des Formats, ist das dem Sponsor zur Verfügung gestellte Format entsprechend anzupassen. Die DFL GmbH wird dem Club eine etwaige Änderung der Schiedsrichtertafel frühzeitig mitteilen.

Der Club ist verpflichtet, bei der DFL GmbH bis spätestens vier Woche vor dem erstmaligen Einsatz die Genehmigung der Werbung für einen Sponsor auf der Schiedsrichtertafel zu beantragen.

Der untere Bereich der Schiedsrichtertafel steht der DFL GmbH für die Darstellung von DFL-Marken, für die Bewerbung der von der DFL GmbH betriebenen digitalen Plattformen sowie für sonstige DFL-Aktionen zur Verfügung.

E.4 Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Die Regelungen dieses Abschnitts E. treten am 01. Juli 2017 in Kraft. Sie treten am 30. Juni 2021 wieder außer Kraft.

F.

VERFAHRENSRECHTLICHE BESTIMMUNGEN

F.1 Einbindung der Individualvermarktungsrichtlinie in individuelle Verwertungsverträge

Der Club ist verpflichtet, die Bestimmungen der Individualvermarktungsrichtlinie zum verbindlichen Bestandteil sämtlicher seiner individuellen

Verwertungsverträge zu machen, und sicherzustellen, dass die medialen Vermarktungsrechte nur nach Maßgabe und in Übereinstimmung mit den Bestimmungen der Individualvermarktungsrichtlinie in ihrer jeweils gültigen Fassung verwertet werden. Alle individuellen Verwertungsverträge sind – ebenso wie etwaige Änderungen und Ergänzungen dieser Verträge – auf Anforderung durch die DFL GmbH dieser unverzüglich vorzulegen. Die DFL GmbH hat – stellvertretend für den DFL e.V. – das Recht, innerhalb von zwei Wochen nach Vorlage des individuellen Verwertungsvertrags Einwände gegen diesen geltend zu machen. Einwände können von der DFL GmbH nur dann geltend gemacht werden, wenn der individuelle Verwertungsvertrag des Clubs gegen die Bestimmungen der Individualvermarktungsrichtlinie verstößt.

F.2 Laufzeit individueller Verwertungsverträge

Der DFL e.V. schließt seine Verträge zur Verwertung audio-visueller Verwertungsrechte, von Audio-Verwertungsrechten und von offiziellen Spieldaten stets für eine bestimmte Laufzeit ab. Ausschreibungen und/oder Vertragsabschlüsse des DFL e.V. für darauf folgende Spielzeiten dürfen keinesfalls durch länger laufende individuelle Verwertungsverträge beeinträchtigt werden.

F.3 Einnahmen aus der individuellen Vermarktung gemäß Individualvermarktungsrichtlinie

Die Einnahmen aus der individuellen Vermarktung der medialen Vermarktungsrechte stehen dem Club zu. Der Club ist auf Anforderung durch die DFL GmbH verpflichtet, dieser jährlich zum 30. Juni eine detaillierte Einnahmen- und Ausgabenrechnung über ihre Erträge aus der individuellen Vermarktung der medialen Vermarktungsrechte zu übermitteln.

F.4 Sanktionen bei Verstößen gegen die Individualvermarktungsrichtlinie

Die Individualvermarktungsrichtlinie ist gemäß § 5 Nr. 1 a) der Satzung des DFL e.V. Bestandteil des Ligastatuts und als solcher gemäß § 11 a) dieser Satzung sowie §§ 2 a), 5 der mit dem DFL e.V. abgeschlossenen Lizenzvertrags für den Club verbindlich und umzusetzen. Bei Verstößen des Clubs gegen die Vorschriften der Individualvermarktungsrichtlinie ist die DFL GmbH gemäß § 19 Nr. 1 und 2 der Satzung des DFL e.V. in Verbindung mit § 6 des Lizenzvertrags berechtigt, eine Vereinsstrafe oder anstelle dieser eine Vertragsstrafe gegen den Club festzusetzen.

F.5 Streitigkeiten

Streitigkeiten über den Inhalt, die Auslegung und die Anwendung der Individualvermarktungsrichtlinie unterliegen gemäß § 11 d) und e) der Satzung des DFL e.V. der Entscheidung durch die zuständigen Organe des DFL e.V. sowie nach Ausschöpfung des verbandsinternen Instanzenzuges des Ständigen Schiedsgerichts (§ 13 der Satzung des DFL e.V.). Gegen Entscheidungen der DFL GmbH sowie von ihr Beauftragter ist die Beschwerde statthaft; für das Verfahren findet § 23 OVR entsprechende Anwendung.

F.6 In-Kraft-Treten

Die Individualvermarktungsrichtlinie in der vorstehenden Fassung ist ab dem 1. Juli 2017 verbindlich und wirksam.

G.

BEGRIFFSBESTIMMUNGEN

Angebot/Produkt	bezeichnet zusammenfassend sämtliche unter Nutzung/Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch den Club bzw. einen durch den Club berechtigten Dritten erstellte und am Markt angebotene Gegenstände.
Applikation/App	bezeichnet eine auf Endgeräten vorinstallierte oder installierbare Anwendung (derzeit insbesondere für Endgeräte wie Smartphones und Tablet-Computer sowie für sog. Smart-TV), die, ungeachtet der zugrundeliegenden Übertragungstechnologie, unter anderem die Abspielung von audio-, audio-visuellen, visuellen und/oder sonstigen medialen Inhalten ermöglicht.
Archivspielbilder	bezeichnet bearbeitete und/oder unbearbeitete visuelle und/oder audio-visuelle Aufnahmen und Aufzeichnungen von Spielen aus abgeschlossenen Spielzeiten, soweit diese in der durch Sportcast betriebenen Datenbank verfügbar sind.
Archivverwertung	bezeichnet die Nutzung und/oder Verwertung von Archivspielbildern und des Audio-Kommentars von Spielen aus den der aktuellen Spielzeit vorangehenden, abgeschlossenen Spielzeiten.
Audio-Berichterstattung	bezeichnet die innerhalb oder außerhalb eines Stadions hergestellte Berichterstattung über ein oder mehrere Spiel(e) durch einen Audio-Kommentar.
Audio-Clips	bezeichnet Clips in einer Länge von bis zu 120 Sekunden, welche Ausschnitte der übertragenen Audio-Berichterstattung und weitere im Zusammenhang mit einem Spiel stehende Berichterstattung (insbesondere Interviews, O-Töne, Moderationen) enthalten.
Audio-Kommentar	bezeichnet die für eine Audio-Berichterstattung bestimmte mündliche Schilderung des Spielgeschehens und von anderen, innerhalb des Stadions stattfindenden Ereignissen, die in Ausübung der Stadion-Zutrittsrechte oder außerhalb des Stadions durch Abkommentieren des Basissignals und/oder sonstiger Verwertungsinhalte erstellt wird.
Audio-visuelle Verwertungsrechte	bezeichnet das Recht, das/die bearbeitete(n) oder unbearbeitete(n) Basissignal, Spielbilder, Archivspielbilder, das PK-Signal und/oder Stadionbilder zu nut-

	<p>zen und zu verwerten, welches</p> <ul style="list-style-type: none"> • dem Club nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie und der dort niedergelegten Verwertungsbedingungen; • Dritten durch den Club nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie auf Grundlage eines individuellen Verwertungsvertrags; und • Vertragspartnern des DFL e.V., ggf. zusammen mit weiteren Rechten, auf Grundlage eines mit dem DFL e.V. abgeschlossenen audio-visuellen Verwertungsvertrags <p>eingräumt ist.</p>
Audio-Verwertungsrechte	<p>bezeichnet das Recht zu einer Audio-Berichterstattung in Ausübung von Stadion-Zutrittsrechten und/oder unter Nutzung von Verwertungsinhalten, welches</p> <ul style="list-style-type: none"> • dem Club nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie; • Vertragspartnern des Clubs nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie auf Grundlage eines individuellen Verwertungsvertrags; und • Vertragspartnern des DFL e.V., ggf. zusammen mit weiteren Rechten, auf Grundlage eines mit dem DFL e.V. abgeschlossenen Verwertungsvertrags <p>eingräumt ist.</p>
Basissignal	<p>bezeichnet die im Auftrag des DFL e.V. und der DFL GmbH derzeit durch Sportcast jeweils ab mindestens fünf Minuten vor der Anstoßzeit eines Spiels bis zwei Minuten nach Ende der ersten Halbzeit sowie ab zwei Minuten vor der Anstoßzeit der zweiten Halbzeit bis fünf Minuten nach Ende eines Spiels erstellten Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele mit internationalem Ton.</p>
Bundesliga-Elemente	<p>bezeichnet zusammenfassend sämtliche akustischen oder visuellen Elemente zur Kennzeichnung des Basissignals und/oder anderer von dem DFL e.V. und/oder der DFL GmbH hergestellten und/oder ver-</p>

	markteten medialen Angebote, Dienste, Produkte und/oder sonstige Gegenstände, wie insbesondere die Bundesliga-Marken, das in das Basissignal integrierte Bundesliga-Wasserzeichen und den Zeitlupen-Trenner.
Bundesliga-Logo	bezeichnet die unter der Registernummer 3020100238267 bei dem Deutschen Patent- und Markenamt eingetragene Wort/Bild-Marke.
Bundesliga-Marken	bezeichnet das Bundesliga-Logo, das Spieldaten-Logo, die als Wort-/Bild-Marken unter den Registernummern 30760848 bzw. 307608484 und 302009007635 bei dem Deutschen Patent- und Markenamt eingetragenen Meisterschalen der Bundesliga und 2. Bundesliga, den Namen „Bundesliga“ und „2.°Bundesliga“ und das Design des jeweils offiziellen Bundesliga-Spielballs sowie etwaige künftige Kennzeichen des DFL e.V. und der DFL GmbH im Zusammenhang mit dem Spielbetrieb in der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga.
Bundesliga-eigene Medien	bezeichnet zusammenfassend sämtliche von dem DFL e.V., der DFL und/oder einem Tochterunternehmen der DFL GmbH hergestellten und/oder vermarkteten medialen Angebote, Dienste, Produkte und/oder sonstige Gegenstände, wie insbesondere die Webseiten www.bundesliga.de und www.bundesliga.com und entsprechende Applikationen/Apps, eigenproduzierte Sendungen und audiovisuelle Mediendienste und das Bundesliga-Magazin.
Club-Applikation/ Club-App	bezeichnet eine in inhaltlicher, wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung des Clubs betriebene Applikation/App, die den Namen des Clubs, Bestandteile des Namens, Initialen des Namens oder eine sonst geläufige Bezeichnung des Clubs beinhalten muss, wobei der Zugriff auf die (bildidentischen und unveränderten) Inhalte der Club-Applikation/Club-App über sämtliche Übertragungstechnologien erfolgen kann.
Clubeigene Medien	bezeichnet alle von dem Club selbst oder durch von dem Club beauftragte Dritte in ausschließlicher inhaltlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Verantwortung des Clubs angebotenen Informations- und Kommunikationsmittel, die durch technische Vervielfältigung und Verbreitung mittels Schrift, Bild und/oder Ton Inhalte informatorischer oder unterhaltender Art

	<p>an eine unbestimmte Zahl von natürlichen oder juristischen Personen vermitteln, insbesondere durch den Club angebotene und/oder betriebene</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rundfunkprogramme im Sinn des § 2 Abs.2 Nr. 4 RStV, insbesondere einen Club-Kanal; • Plattformen im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 13 RStV; • Telemedien im Sinn des § 1 Abs. 1 TMG, wie insbesondere die Club-Website und Club-Applikationen; • elektronische und nicht elektronische Presse- und Printprodukte, wie insbesondere Stadionmagazine, Jahrbücher und Vereinschroniken. • analoge und digitale unveränderbare Bild- und Tonträger, wie insbesondere CDs, DVDs und sonstige Speichermedien. <p>Sämtliche Formen der Einbindung von clubeigenen Medien in Fremdmedien (Embedding/Syndizierung), insbesondere eine Verlinkung durch Hyperlinks, Inline-Links und Framed-Links (Framing), stellt nach den Regelungen der Individualvermarktungsrichtlinie eine Verwertung in diesen Fremdmedien dar und unterfällt den entsprechenden für die betroffenen Verwertungsinhalte anwendbaren Vorschriften der Individualvermarktungsrichtlinie; die DFL GmbH kann gemäß Ziffer A.6.1 Ausnahmen genehmigen.</p>
Club-Kanal	bezeichnet ein durch einen Club als Rundfunkveranstalter im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV betriebenes Rundfunkprogramm gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 1 RStV, ggf. in Form eines Spartenprogramms nach § 2 Abs. 2 Nr. 4 RStV, in dessen Rahmen Sendungen über den Club und über die Geschehnisse eines Clubs übertragen werden.
Club/Clubs	bezeichnet einen bzw. zusammenfassend die lizenzierten Vereine und Kapitalgesellschaften der Bundesliga und der 2. Bundesliga der jeweiligen Spielzeit.
Club-Website	bezeichnet die in inhaltlicher, wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung des Clubs im World Wide Web betriebene Homepage, die den Namen des Clubs, Bestandteile des Namens, Initialen des Namens oder eine sonst geläufige Bezeichnung des Clubs als Do-

	mainnamen beinhalten muss, wobei der Zugriff auf (bildidentische und unveränderte) Inhalte der Club-Website über sämtliche Übertragungstechnologien erfolgen kann.
Datenbank	bezeichnet im Auftrag von DFL e.V. und DFL GmbH betriebene Datenbank, in der die offiziellen Spieldaten erfasst, gespeichert, und zum Abruf bereitgestellt werden.
Durchführungsbestimmungen	bezeichnen die Durchführungsbestimmungen zu den Medienrichtlinien in ihrer jeweils gültigen Fassung, die unter www.bundesliga.de abrufbar sind.
DFL GmbH	bezeichnet die DFL Deutsche Fußball Liga GmbH, Guiollettstraße 44-46, 60325 Frankfurt am Main.
Eigenerhobene Spieldaten	bezeichnet Daten und Informationen zu den Spielen, die durch den Club oder durch von dem Club beauftragte Dienstleister erhoben werden.
ELAS	bezeichnet Elektronische Leistungs- und Aufzeichnungssysteme.
ELAS-Daten	bezeichnet Daten und Informationen zu den Spielen, die durch den Club oder durch von dem Club beauftragte Dienstleister mittels des Einsatzes von ELAS erhoben werden.
Free-Verwertung	bezeichnet eine Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte, bei der die jeweiligen Verwertungsinhalte von Endnutzern unentgeltlich empfangen werden können. Ein unentgeltlicher Empfang der Verwertungsinhalte liegt vor, wenn von dem Endnutzer für den Empfang der Verwertungsinhalte keine auf das konkrete Angebot, Programm und/oder die Sendung bezogene gesonderte Vergütung im Sinn einer Pay-Verwertung entrichtet werden muss.
Fremdmedien	bezeichnet nicht ausschließlich durch den Club, sondern in inhaltlicher, rechtlicher und/oder wirtschaftlicher (Mit-)Verantwortung Dritter angebotene Informations- und Kommunikationsmittel, die durch technische Vervielfältigung und Verbreitung mittels Schrift, Bild oder Ton Inhalte informatorischer oder unterhaltender Art an eine unbestimmte Zahl von natürlichen oder juristischen Personen vermitteln, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> • Rundfunkprogramme im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 4 RStV;

	<ul style="list-style-type: none"> • Plattformen im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 13 RStV, insbesondere die unter www.die-medienanstalten.de aufgeführten Plattformen; • Telemedien im Sinn des § 1 Abs. 1 Satz 1 TMG, wie insbesondere (Sport-)Webseiten Dritter, Dienste wie facebook, YouTube, iTunes und von Dritten angebotene mobile Applikationen, die eigen- oder fremderstellte Sportberichterstattung und/oder andere informatorische Inhalte anbieten; • elektronische und nicht elektronische Presse- und Printmedien, <p>sowie entsprechende Informations- und Kommunikationsmittel, die von Dritten außerhalb des Territoriums der Bundesrepublik Deutschland angeboten werden.</p>
Highlight-Clips	bezeichnet eine zeitversetzte Verwertung und/oder Nachverwertung von Spielen unter (zusammenfassender) Schilderung des gesamten Spielgeschehens, insbesondere der spielprägenden Szenen, und anderer, innerhalb des Stadions stattfindender Ereignisse einschließlich der über eine reine Ergebnis- oder Ereignisberichterstattung hinausgehenden Nachberichterstattung.
Individualvermarktungsrichtlinie/IVR	bezeichnet die Richtlinie zur individuellen Nutzung und Verwertung medialer Vermarktungsrechte an den Spielen (einschließlich der Präambel) der Bundesliga und 2. Bundesliga in ihrer jeweils gültigen Fassung.
Individuelle Verwertungsverträge	bezeichnet von dem Club im Rahmen ihrer Individualvermarktung mit Rechteinhabern, Agenturen und sonstigen Dritten abgeschlossene Verträge über die Verwertung der medialen Vermarktungsrechte.
Interviewbilder	bezeichnet die durch einen Club produzierten bearbeiteten oder unbearbeiteten Bild- und Tonaufnahmen von Interviews, die im Zeitraum zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung im oder vom Stadion-Innenraum (inkl. Zuschauerbereich und Interviewbereiche) gemäß den Durchführungsbestimmungen zu den Medienrichtlinien des DFL e.V.in ihrer jeweils gültigen Fassung erstellt werden.
Land	bezeichnet ein geografisches Staatsgebiet.

DFL e.V.	bezeichnet den DFL Deutsche Fußball Liga e.V. , Guilletstraße 44-46, 60325 Frankfurt am Main.
linear	bezeichnet den Vorgang, Verwertungsinhalte und/oder eine Audio-Berichterstattung im Sinn des § 20 UrhG zu senden.
live/Live-Verwertung	bezeichnet die mit der Durchführung des jeweiligen Spiels zeitgleiche Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch Übertragung von Verwertungsinhalten, einer Audio-Berichterstattungen und/oder Nutzung von Spieldaten.
Live-Begleitberichterstattung	bezeichnet den Teil einer Audio-Berichterstattung, der in dem Zeitraum ab 30 Minuten vor der Anstoßzeit eines Spiels bis Anpfiff des Spiels, in der Halbzeit des Spiels und ab Ende des Spiels bis längstens fünf Minuten nach Abpfiff des Spiels im Rahmen einer Live-Verwertung vorgenommen wird.
Mediale Vermarktungsrechte	bezeichnen zusammenfassend die der Individualvermarktungsrichtlinie unterliegenden und dem Club zur individuellen Nutzung und Verwertung nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie zur Verfügung stehenden audio-visuellen Verwertungsrechte, Audio-Verwertungsrechte und die Nutzungs- und Verwertungsrechte an den offiziellen Spieldaten und den eigenerhobenen Spieldaten.
Medienrichtlinien	bezeichnet die Medienrichtlinien für die Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga (Anhang XI zur Lizenzierungsordnung) in ihrer jeweils gültigen Fassung.
Nachberichterstattung	bezeichnet die zusammenfassende/kommentierende, über eine reine Ergebnis- oder Ereignisberichterstattung hinausgehende Audio-Berichterstattung über ein oder mehrere Spiel(e) nach Ende des jeweiligen Sendefensters im Rahmen der zeitversetzten und Nachverwertung.
Nachverwertung	bezeichnet die Nutzung und Verwertung medialer Vermarktungsrechte durch Übertragung von Verwertungsinhalten, einer Audio-Berichterstattungen und/oder der Nutzung von Spieldaten frühestens beginnend nach dem Ende der zeitversetzten Verwertung bis zum Beginn des ersten Spiels des 1. Spieltags der nächsten Spielzeit.
non-linear	bezeichnet den Vorgang, Verwertungsinhalte und/oder eine Audio-Berichterstattung im Sinn des § 19a UrhG der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

offizielle Spieldaten	bezeichnet die von dem DFL e.V., der DFL GmbH, einem Verbundenen Unternehmen und/oder von einem Lizenznehmer des DFL e.V.und/oder der DFL GmbH erhobenen und nicht bearbeiteten Stammdaten, Spielinformationsdaten, Spielereignisdaten und Positionsdaten der Spiele.
OVR	bezeichnet die Ordnung für die Verwertung kommerzieller Rechte (OVR) in ihrer jeweils gültigen Fassung.
Pay-per-View	bezeichnet eine Pay-Verwertung, bei der Endnutzer die Möglichkeit eines einmaligen Empfangs einer Sendung, eines Telemediendienstes und/oder eines sonstigen Angebots haben, das heißt der Endnutzer für eine einzelne Sendung, einen einzelnen Telemediendienst und/oder ein einzelnes sonstiges Angebots nach Entrichtung des geforderten Entgelts individuell freigeschaltet werden.
Pay-Verwertung	<p>bezeichnet eine Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte, bei der die jeweiligen Verwertungsinhalte von Endnutzern ausschließlich entgeltlich empfangen werden können (Entgeltspflichtigkeit). Eine Entgeltspflichtigkeit liegt nur dann vor, wenn von dem Endnutzer für den Empfang des (Voll-)Programms und/oder des Telemedienangebots, dessen Bestandteil die Verwertungsinhalte sind, und/oder für den konkreten Empfang nur der Sendung, des konkreten Telemediendienstes und/oder eines sonstigen Angebots, das/die die Verwertungsinhalte überträgt, eine gesonderte Vergütung entrichtet werden muss. Gebühren, Abgaben, Beiträge oder sonstige Entgelte, die von öffentlichen oder privaten Stellen auf gesonderter Rechtsgrundlage erhoben werden (z.B. die Gebühren für den Empfang der Programme öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten) und/oder von dem Endnutzer als Gegenleistung für</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Zugang zu einem Telekommunikationsnetz oder einer sonstigen technischen Infrastruktur (z.B. Entgelt für einen Kabel- oder Breitbandanschluss); • den Erwerb einer Hard-, Software oder sonstigen Anwendung, die den Empfang der Verwertungsinhalte (technisch) ermöglichen (z.B. Ver-

	<p>gütung für den Download und die Installation einer mobilen Applikation, in dessen Rahmen die Verwertungsinhalte ohne zusätzliches Entgelt übertragen werden);</p> <ul style="list-style-type: none"> • dem allgemeinen Zugang zu einer Plattform im Sinn des § 2 Abs. 2 Nr. 1 RStV, eines Telemediendienstes im Sinn von § 1 Abs. 1 TMG und/oder einer Örtlichkeit/Räumlichkeit, in der die Verwertungsinhalte übertragen werden (z.B. allgemeine Gebühren für die Registrierung auf einer Webseite oder für eine Plattform) <p>unmittelbar oder mittelbar zu entrichten sind, begründen keine Entgeltspflichtigkeit im Sinn einer Pay-Verwertung. Eine Pay-Verwertung setzt neben der Entgeltspflichtigkeit zusätzlich voraus, dass die Übertragung der Verwertungsinhalte verschlüsselt erfolgt, das heißt, das Programm, die Sendung, der Dienst und/oder das sonstige Angebot durch eine technische Zugangsbeschränkung (Zugangskontrollvorrichtung) vorsieht und der Endnutzer nur nach individuelle Freischaltung nach Entrichtung des geforderten Entgelts die Verwertungsinhalte empfangen werden kann.</p>
PK-Signal	bezeichnet die im Auftrag des DFL e.V. und der DFL GmbH derzeit durch Sportcast erstellten Aufnahmen und Aufzeichnungen von der im Anschluss an ein Spiel der Bundesliga stattfindenden Pressekonferenz.
Scouting-Feed	bezeichnet die durch Sportcast durch eine gesonderte Kamera, in der Regel von dem Podest der Führungskamera, erstellten Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele für Zwecke der Spiel- und Spieleranalyse.
Sonstige Club-Produktionen	bezeichnet visuelle und/oder audio-visuelle Aufnahmen und Aufzeichnungen des Clubs in Form von Lauf- oder Einzelbildern, die außerhalb des Zeitraums zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung außerhalb des Stadions erstellt werden, also keine Stadionbilder sondern etwa Aufnahmen und Aufzeichnungen des Trainings, Interviews mit Spielern unter der Woche oder ähnliche clubbezogene Inhalte umfassen.
Sonstige Bundesliga-Produktionen	bezeichnet visuelle und/oder audio-visuelle Aufnahmen und Aufzeichnungen in Form von Lauf- oder Ein-

	<p>zelbildern, die außerhalb des Zeitraums zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung außerhalb des Stadions erstellt werden, also keine Stadionbilder sondern etwa Aufnahmen und Aufzeichnungen des Trainings, Interviews mit Spielern unter der Woche oder sonstige, durch den DFL e.V. und/oder von durch von diese berechnigte Dritte, insbesondere die Sportcast und die Vertragspartner des DFL e.V. hergestellt werden.</p>
Spielbilder	<p>bezeichnet das bearbeitete und/oder unbearbeitete Basissignal von den Spielen der jeweils aktuellen Spielzeit.</p>
Spieldaten	<p>bezeichnet zusammenfassend die offiziellen Spieldaten, die eigenerhobenen Spieldaten und die ELAS-Daten.</p>
Spieldaten-Logo	<p>bezeichnet die aus dem Bundesliga-Logo und der Bezeichnung „Offizielle Spieldaten“ bzw. „Official Match Data“ bestehende Wort-/Bildmarke der DFL GmbH, die bei dem Deutschen Patent- und Markenamt unter den Registernummern 011573409 und 011573417 eingetragen ist.</p>
Spiele	<p>bezeichnet die Meisterschaftsspiele der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga der jeweiligen Spielzeit.</p>
spielprägende Szene	<p>bezeichnet besondere Spielereignisse, die geeignet sind, den Ausgang eines Spiels maßgeblich zu beeinflussen, wie z.B. Tor, Elfmeter, Feldverweis.</p>
Spielzeit	<p>bezeichnet die jeweilige jahresübergreifende Spielzeit vom 1. Juli eines Jahres bis zum 30. Juni des darauffolgenden Jahres.</p>
Sportcast	<p>bezeichnet die Sportcast GmbH, Kaltenbornweg 2, 50679 Köln.</p>
Stadion-App	<p>bezeichnet eine in inhaltlicher, wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung des Clubs betriebene Applikation, die den Namen des Clubs, Bestandteile des Namens, Initialen des Namens oder eine sonst geläufige Bezeichnung des Clubs beinhalten muss, wobei der Zugriff auf die Inhalte der Stadion-App über sämtliche Übertragungstechnologien erfolgen kann, jedoch zeitlich auf die Heimspiele des Clubs beschränkt und örtlich auf das Stadion, in dem der Club sein Heimspiel austrägt, begrenzt sein muss.</p>
Stadionbilder	<p>bezeichnet die durch einen Club in Ausübung der Stadion-Zutrittsrechte produzierten visuellen und audio-</p>

	visuellen Aufnahmen und Aufzeichnungen ihrer Heimspiele in Form von Lauf- oder Einzelbildern, die im Zeitraum zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung im oder vom Stadion-Innenraum (inkl. Zuschauerbereich und Interviewbereiche) erstellt werden, einschließlich der Interviewbilder und entsprechender Tonaufnahmen.
Stadion-TV	bezeichnet Anzeigetafeln und/oder Videowände im Stadion-Innenraum bzw. die Monitore in dem für die Öffentlichkeit zugängigen Stadion-Innenbereich/ Stadion-Umlauf (z. B. im Business-Bereich, in den Medienarbeitsbereichen) des Stadions, in dem der Club seine Heimspiele austrägt.
Stadion-Zutrittsrechte	bezeichnet die dem Club nach näherer Maßgabe der Durchführungsbestimmungen eingeräumten Berechtigungen zur Produktion von Stadionbildern.
Verwertungsinhalte	bezeichnet zusammenfassend sämtliche Gegenstände, an denen dem Club nach Maßgabe der Individualvermarktungsrichtlinie Nutzungs- und Verwertungsrechte zustehen, insbesondere das Basissignal, die Spielbilder, das PK-Signal, das Scouting-Feed, die Archivspielbilder, die Stadionbilder, den Audio-Kommentar und Spieldaten.
werbliche Maßnahme	bezeichnet eine ausschließlich zur Markenbildung, Marktentwicklung oder Markenpflege, zur Bekanntmachung und/oder Verkaufsförderung von Produkten und Dienstleistungen und/oder zur Aktivierung der bestehenden Partnerschaft mit dem Club durch den Club bzw. den durch ihn berechtigten Partner betriebene Kommunikation unter Ausschluss einer redaktionellen Berichterstattung über Spiele des Clubs, insbesondere der Erstellung von Highlight-Clips.
Wiederholung	bezeichnet eine erneute, bild- und/oder tonidentische Übertragung eines medialen Angebots nach der erstmaligen Übertragung, abhängig von den in der Individualvermarktungsrichtlinie niedergelegten Verwertungsbedingungen als ausschnittsweise Wiederholung oder Wiederholung bis zur vollen Länge des erstmalig übertragenen medialen Angebots.
zeitversetzt/zeitversetzte Verwertung	bezeichnet eine Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch Übertragung von Verwertungsinhalten frühestens beginnend nach dem Ende des jeweiligen Spiels.

