

FIFA-REGLEMENT FÜR PUBLIC-VIEWING-VERANSTALTUNGEN

Dieses FIFA-Reglement ist integraler Bestandteil jeder von der FIFA erteilten Lizenz für eine Public-Viewing-Veranstaltung. Für gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen gelten die in Anhang A niedergelegten Bestimmungen; für nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen gelten die in Anhang B niedergelegten Bestimmungen.

Anhang A

GEWERBLICHE PUBLIC-VIEWING-VERANSTALTUNGEN der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Südafrika 2010™

1. Einleitung

Anwendbarkeit: Dieses Reglement gilt für alle gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltungen jeglicher Spiele der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Südafrika 2010™ („**Wettbewerb**“). Dieses Reglement findet keine Anwendung auf nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung (da für diese Veranstaltungen das in Anhang B niedergelegte Reglement für nicht gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen gilt).

Public-Viewing-Veranstaltung: Eine Veranstaltung gilt als „**Public-Viewing-Veranstaltung**“, wenn bei der Veranstaltung eine Übertragung des Wettbewerbs zur Vorführung für ein Publikum zur Verfügung gestellt und von diesem angeschaut wird (unabhängig davon, ob es sich beim Publikum um die allgemeine Öffentlichkeit handelt oder nicht), und zwar an einem anderen Ort als in privaten Wohnräumen, einschliesslich – wobei dies keine abschliessende Aufzählung ist – in Bars, Restaurants, Stadien, im öffentlichen Raum, in Büros, auf Baustellen, auf Bohrinseln, auf Schiffen, in Bussen, Zügen, Militäreinrichtungen, Bildungseinrichtungen und Krankenhäusern, aber ausdrücklich weder in Kinos noch in Theatern.

Gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung: Eine Public-Viewing-Veranstaltung gilt als „**gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung**“, wenn die natürliche oder juristische Person, von der sie veranstaltet oder durchgeführt wird („**Veranstalter**“), diese zu gewerblichen Zwecken durchführt. Es wird vermutet, dass der Veranstalter eine Public-Viewing-Veranstaltung zu gewerblichen Zwecken durchführt, wenn zum Beispiel:

- für die Vorführung der Übertragung direkt oder indirekt Eintrittsgelder verlangt werden oder
- im Zusammenhang mit der Veranstaltung Sponsoring- oder andere gewerbliche Assoziierungsrechte genutzt werden oder
- durch die Durchführung der Veranstaltung in jeglicher anderen als der hierin niedergelegten Weise ein geschäftlicher Vorteil erzielt wird.

Gewerbliche Einrichtungen: Public-Viewing-Veranstaltungen in „**gewerblichen Einrichtungen**“ wie Pubs, Clubs und Bars gelten NICHT als gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen, es sei denn, im Zusammenhang mit den Public-Viewing-Aktivitäten erfolgen weitere gewerbliche Aktivitäten wie etwa die Erhebung von Eintrittsgebühren oder Sponsoring-Aktivitäten.

Rechtsinhaberschaft: Alle an der Übertragung des Wettbewerbs bestehenden Urheber- und sonstigen Immaterialgüterrechte sowie der gesamte damit verbundene Goodwill stehen im Alleineigentum der FIFA und sind rechtlich geschützt.

2. Zugang zu Übertragungen

Die FIFA legt bei der Erteilung der Public-Viewing-Lizenz fest, welche Spielübertragung der Veranstalter für seine Public-Viewing-Veranstaltungen verwenden muss. Die Verantwortung sowie die Kosten und Aufwendungen für die Verschaffung des Zugangs zu dieser Übertragung trägt allein der Veranstalter.

3. Drittlizenzen/Bewilligungen/Einwilligungen

Der Veranstalter ist dafür verantwortlich, auf eigene Kosten jegliche Lizenzen, Bewilligungen oder Einwilligungen einzuholen, die für die Public-Viewing-Veranstaltung bei Dritten erforderlich sind, u. a.:

- bei dem von der FIFA vorgeschriebenen, den Wettbewerb übertragenden Broadcaster hinsichtlich der Nutzung der Übertragung (des Fernsehsignals), gegebenenfalls einschliesslich einer Sonderbewilligung für Bars und Restaurants;
- bei den zuständigen Verwertungsgesellschaften;
- bei den örtlichen Behörden oder Aufsichtsbehörden (auch hinsichtlich von Sicherheitsangelegenheiten) sowie
- bei jeglichen sonstigen Dritten, deren Einwilligung, Bewilligung oder Lizenz für eine Public-Viewing-Veranstaltung erforderlich sein mag.

4. Rechtsausübung

Keine Zeitversetzungen oder Wiederholungen: Die Übertragung des Wettbewerbs darf ausschliesslich live vorgeführt werden. Zeitversetzte Vorführungen oder Wiederholungen der Übertragung sind streng verboten.

Keine Änderungen oder Modifizierungen: Die Übertragung des Wettbewerbs muss vollständig vorgeführt werden, ohne jegliche Schnitte, Änderungen, Auslassungen, Modifizierungen, Überlagerungen, Einfügungen von Lauftexten, „Squeezes“, Identifizierungen auf der Leinwand oder sonstige Änderungen oder Modifizierungen jeglicher Art.

5. Sponsoring und sonstige Assoziierung

Keine Assoziierung durch den Veranstalter: Der Veranstalter darf nichts tun und niemandem gestatten, etwas zu tun, was nach Ansicht der FIFA den Eindruck erwecken könnte, dass der Veranstalter in irgendeiner Weise in einer offiziellen Verbindung zur FIFA oder zum Wettbewerb steht (zum Beispiel als Sponsor, Lieferant oder Ähnliches).

Sponsoringrechte: Der Veranstalter darf keinem Dritten, der nicht FIFA-Marketingpartner für den Wettbewerb ist, mit der FIFA, dem Wettbewerb oder einer gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltung (oder jeglichen Teilen derselben) verbundene Sponsoringrechte oder sonstige unmittelbare oder mittelbare Rechte zur Assoziierung gewähren (einschliesslich zum Beispiel der Nutzung von Flaggen, Werbetafeln, Branding im Leinwandbereich oder auf Druckmaterial und/oder der Namensrechte für eine Public-Viewing-Veranstaltung), es sei denn, dies ist gemäss Art. 5 dieses Reglements ausdrücklich gestattet.

Förderer örtlicher Public-Viewing-Veranstaltungen: Der Veranstalter kann jedoch lokalen Anbietern, die von der FIFA nicht als Konkurrenten eines FIFA-Marketingpartners des Wettbewerbs angesehen werden, lokale Sponsoringrechte für eine gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltung gewähren. Genaue Angaben zu den FIFA-Marketingpartnern für den Wettbewerb („FIFA-Partner“, „Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft“ und „Nationale Förderer“) sind auf der Website de.fifa.com zu finden. Dabei ist zu beachten, dass die FIFA noch nicht alle ihre Sponsoren bestimmt hat, so dass die aktuelle Liste noch nicht vollständig ist. Auf Verlangen der FIFA teilt der Veranstalter der FIFA (publicviewing@fifa.org) alle relevanten Informationen über den betreffenden Anbieter und die beabsichtigte Rechtsgewährung vorab schriftlich mit; die betreffenden lokalen Sponsoringrechte dürfen nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der FIFA gewährt werden. Die endgültige Entscheidung darüber, ob ein Anbieter als „lokaler“ und/oder „nicht konkurrierender“ Anbieter anzusehen ist, sowie darüber, ob die Rechte, deren Gewährung beabsichtigt ist, als „lokale“ Rechte bezüglich einer gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltung anzusehen sind, ist der FIFA vorbehalten. Die lokalen Sponsoringrechte dürfen auf keinen Fall den Eindruck erwecken, der lokale Sponsor stehe in einer offiziellen Verbindung zur FIFA oder zum Wettbewerb.

6. Verkauf von Waren und Dienstleistungen (Konzessionen)

Zulässiger Verkauf: Dem Veranstalter ist es gestattet, Speisen, Getränke oder andere Waren oder Dienstleistungen bei der Public-Viewing-Veranstaltung zu verkaufen oder Dritten den Verkauf zu gestatten; dies gilt stets mit der Massgabe, dass solche konzessionierten Tätigkeiten klar von der Ausübung jeglicher lokalen Sponsoringrechte und -Möglichkeiten (im Sinne des obigen Art. 5 dieses Reglements) zu unterscheiden sind. Auf Verlangen der FIFA teilt der Veranstalter der FIFA schriftlich (publicviewing@fifa.org) genaue Angaben über die konzessionierten Tätigkeiten mit, deren Vornahme bei der Public-Viewing-Veranstaltung beabsichtigt ist.

Keine Assoziierung: Um sicherzustellen, dass solche konzessionierten Tätigkeiten in keiner Weise ein ausdrückliches oder angedeutetes Sponsoring durch die FIFA, den Wettbewerb oder eine Public-Viewing-Veranstaltung darstellen, darf der Verkauf von Waren und Dienstleistungen bei einer Public-Viewing-Veranstaltung in keiner Weise durchgeführt werden, die nach Ansicht der FIFA den Eindruck erwecken könnte, der betreffende Dritte stehe auf irgendeine Weise in offizieller Verbindung zur FIFA, zum Wettbewerb oder zur Public-Viewing-Veranstaltung (etwa als Sponsor, Lieferant oder Ähnliches).

7. Keine Änderung der Übertragungen

Kein Ersatz der Werbeelemente: Das Sponsoring der Übertragung oder Werbesendungselemente, die in der bei der Public-Viewing-Veranstaltung verwendeten Übertragung der Veranstaltung enthalten sind, dürfen vom Veranstalter in keiner Phase der Übertragung verdeckt oder in sonstiger Weise durch anderen gewerblichen Inhalt ersetzt werden.

Keine Änderungen: Der Veranstalter muss sicherstellen, dass Übertragungen jeglicher Spielberichterstattung vom Wettbewerb jeweils ab zehn (10) Minuten vor Anpfiff, während des gesamten Spiels und bis zehn (10) Minuten nach Abpfiff gezeigt werden, und zwar ohne jegliche Änderungen, Ergänzungen oder Auslassungen.

Spielübertragung: Die FIFA möchte, dass die Veranstalter die Vorführung einer Übertragung jeglicher Spielberichterstattung mindestens zehn (10) Minuten vor Anpfiff beginnen und bis mindestens zehn (10) Minuten nach Spielschluss fortsetzen.

8. Keine Verwendung der Wettbewerbsmarken

Alle am offiziellen Emblem, am Titel und an den Logos des Wettbewerbs (einschliesslich des Maskottchens und des Pokals) („**Wettbewerbsmarken**“) bestehenden Urheber- und Immaterialgüterrechte sowie der gesamte damit verbundene Goodwill stehen im Alleineigentum der FIFA und sind rechtlich geschützt. Abgesehen von der Benutzung des Worts „Weltmeisterschaft“ in Standard-Schriftgrösse, das allein dazu dient, die Öffentlichkeit über Zeit und Ort der Public-Viewing-Veranstaltung zu informieren, ist es dem Vorführer untersagt, Wettbewerbsmarken (oder Teile derselben) oder jegliche Symbole, Embleme, Logos, Marken oder Bezeichnungen zu verwenden oder anderen deren Verwendung zu gestatten, die nach Einschätzung der FIFA jeglichen der Wettbewerbsmarken ähnlich sind oder aus diesen abgeleitet wurden oder diese imitieren.

9. Eintrittsgebühren

Der Veranstalter muss die schriftliche Bewilligung der FIFA einholen, wenn er für die Vorführung der Übertragung des Wettbewerbs bei einer gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltung direkt oder indirekt eine Eintrittsgebühr erheben will. Bei der Beantragung der Public-Viewing-Lizenz für einen Public-Viewing-Veranstaltung muss der Veranstalter angeben, ob er Eintrittsgebühren zu erheben beabsichtigt.

10. Lizenz

Dieses Reglement allein stellt weder eine dem Veranstalter von der FIFA erteilte Lizenz dar, noch ermächtigt es den Veranstalter in sonstiger Weise, eine Übertragung des Wettbewerbs bei einer gewerblichen Public-Viewing-Veranstaltung vorzuführen. Der Veranstalter darf die Übertragung des Wettbewerbs nur dann bei einer Public-Viewing-Veranstaltung

vorführen, wenn ihm die FIFA eine entsprechende schriftliche Lizenz erteilt hat. Die Lizenzgewährung erfolgt vorbehaltlich der Zahlung der Lizenzgebühr.

11. Weitere Bestimmungen

Verstoss gegen dieses Reglement: Verstösst der Veranstalter gegen dieses Reglement, so kann dies zur Folge haben, dass die Lizenz für die Veranstaltung und/oder Durchführung der Public-Viewing-Veranstaltung gekündigt wird und sich der Veranstalter nach einschlägigem Recht strafbar macht.

Berichterstattung: Auf Verlangen der FIFA ist der Veranstalter verpflichtet, Datum und Uhrzeit der Public-Viewing-Veranstaltung sowie die tatsächlichen oder geschätzten Publikumszahlen schriftlich mitzuteilen.

Anwendbares Recht: Dieses Reglement unterliegt schweizerischem Recht und ist entsprechend auszulegen.

Übersetzungen: Sollte die Auslegung des Wortlauts dieser Geschäftsbedingungen mit den in englischer Sprache verfassten Geschäftsbedingungen, die auf [FIFA.com](http://www.fifa.com) unter http://www.fifa.com/mm/document/tournament/loc/01/12/91/88/fwc2010_regulations_for_commercial_public_viewing_exhibitions.pdf zu finden sind, in Widerspruch stehen oder Unklarheiten bestehen, so sind die Geschäftsbedingungen in englischer Sprache massgeblich und anwendbar.