

Wem stehen die Verwertungsbefugnisse an Persönlichkeitsrechten von Lizenzfußballspielern zu?

Anmerkungen zum Urteil des Landgerichts Frankfurt a.M. vom 12. Dezember 2008

Prof. Dr. iur. Peter W. Heermann, Bayreuth

1. Das Urteil betrifft einen Rechtsstreit zwischen der klagenden «DFL Deutsche Fußball Liga GmbH» (DFL), die das operative Geschäft des «Die Liga – Fußballverbandes e.V.» (Ligaverband) führt, und dem beklagten Unternehmen «Konami Digital Entertainment GmbH». Die Klägerin behauptete, der «Fa. Electronic Arts Inc.» das exklusive Recht eingeräumt zu haben, die Namen, Logos und Vereinsfarben der Bundesligaklubs sowie die Namen und Bildnisse der Lizenzspieler für Computerspiele zu nutzen. Die Beklagte hatte hingegen in den streitgegenständlichen Spielen gleichfalls die Spielerbilder verwendet und trug vor, bei allen Bundesligaspielern handle es sich um absolute oder zumindest relative Personen der Zeitgeschichte, zudem hätten die Spieler gegenüber der Spielergewerkschaft «Fédération Internationale des Footballeurs Professionnels (FIFPro) Commercial Enterprises B.V.» bzw. deren Mitglied «Vereinigung der Vertragsfußballspieler» (VdV) in die Spiele

eingewilligt, wofür die Beklagte erhebliche Lizenzbeträge gezahlt habe. Zudem hätten die Spieler des FC Bayern München durch gesonderten Vertrag die betreffenden Rechte an die FIFPro und diese an die Beklagte übertragen.

Grundlage für sämtliche geltend gemachten Klageansprüche ist die Frage, wem die Verwertungsbefugnisse an den Persönlichkeitsrechten der Lizenzfußballspieler zustehen. Die Entscheidungsgründe umfassen zum einen auf den speziellen Fall bezogene, primär rechtstatsächliche Ausführungen, die insbesondere die Übertragung der Verwertungsbefugnisse an den Persönlichkeitsrechten der Spieler betreffen. Zum anderen hat sich das Landgericht mit verschiedenen Rechtsfragen auseinandergesetzt, die für die Vermarktung der deutschen Fußballbundesligen von erheblicher Bedeutung und Tragweite sind und ins Zentrum dieser Anmerkungen gestellt werden sollen.

2. Im Detail legt das Gericht die vertraglichen und verbandsrechtlichen Beziehungen zwischen den Lizenzfußballspielern und ihren Arbeitgebern, den Bundesligaklubs, sowie zwischen den Bundesligaklubs und dem Ligaverband dar. Nach Ansicht des Landgerichts besteht hinsichtlich der Verwertungsbefugnisse an den Persönlichkeitsrechten der Bundesligaspieler eine ununterbrochene Erwerbsskette, die von den Spielern über die Bundesligaklubs zum Ligaverband führt. Auf Grund dieser Rechtsübertragungen hätte der Bundesligaklub FC Bayern München nicht mehr über die entsprechenden Rechte zu Gunsten der FIFPro verfügen können. Die von der Beklagten behauptete Übertragung der Verwertungsbefugnisse an den Persönlichkeitsrechten der Bundesligaspieler an die VdV und von dieser an die FIFPro lehnt das Gericht mangels hinreichenden Sachvortrags ab. Auf dem Weg zu diesem Ergebnis nimmt das Gericht Stellung zu verschiedenen Rechtsproblemen von grundlegender Bedeutung.

3. In der deutschen Judikatur ist noch nicht abschliessend geklärt, ob trotz der grundsätzlichen Unübertragbarkeit des Rechts am eigenen Namen oder des allgemeinen Persönlichkeitsrechts als höchstpersönlichen Rechten zumindest vermögenswerte Bestandteile an den genannten Rechten übertragen werden können. Das Landgericht Frankfurt bejaht diese Frage nach einer recht knappen Auseinandersetzung mit der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts sowie des Bundesgerichtshofs. Überraschenderweise findet hierbei der Beschluss des Bundesverfassungsgerichts vom 22. Juni 2006, Az. 1 BvR 1168/04 – *Werbekampagne mit blauem Engel* (GRUR 2006, 1049), keine Erwähnung. Ob die Begründung der Kammer letztlich den Rückschluss auf die «vollständige Übertragung» (Hervorhebung des Verfassers) der vermögenswerten Bestandteile der Rechte am eigenen Namen und am eigenen Bild trägt, mag bezweifelt werden.

4. Sodann vertritt das Gericht die Auffassung, durch den Abschluss der Spielerverträge hätten die Lizenzspieler ihr Namensrecht sowie ihr Recht am eigenen Bild auf die Bundesligaklubs übertragen. Die Grundlage hierfür bildet in der Mehrzahl der Fälle der Musterarbeitsvertrag (MuAV).

a) Bevor auf die rechtlichen Erwägungen der Kammer einzugehen ist, seien die entsprechenden Klauseln in der neuesten Fassung des MuAV dargestellt. In § 3 lit. a) Abs. 1 MuAV werden zunächst diejenigen Persönlichkeitsrechte allgemein aufgelistet, deren Verwertungsbefugnisse von den Lizenzfußballspielern ihrem jeweiligen Arbeitgeber vertraglich übertragen werden.

§ 3 lit. a) Abs. 1 MuAV

Der Spieler räumt dem Klub, sofern und soweit seine Tätigkeit als Lizenzspieler und nicht ausschliesslich seine Privatsphäre berührt ist, das ausschliessliche Recht ein, sein Bildnis, seinen Namen (auch Spitz- und Künstlernamen), das von ihm gesprochene Wort sowie besondere fussballbezogene Persönlichkeitsmerkmale uneingeschränkt zu nutzen und zu verwerten.

Diese Verwertungsbefugnisse werden im nachfolgenden Absatz anhand nicht abschliessender Beispiele («etwa», «u.Ä.») konkretisiert.

§ 3 lit. a) Abs. 2 MuAV

Die hier eingeräumte wirtschaftliche Verwertung der Persönlichkeitsrechte in Bezug zu der Tätigkeit des Spielers als Lizenzspieler ist etwa gegeben bei einer Verwertung durch Fernsehen, Internet, mobile Dienste, Computerspiele, Sammelbilder u.Ä.

Sodann werden in § 3 lit. a) Abs. 3 MuAV die ausschliesslich der Privatsphäre des Spielers zugeordneten und diesem zur wirtschaftlichen Verwertung verbleibenden Persönlichkeitsrechte abgegrenzt, wobei die Aufzählung, wie sich aus dem nachfolgenden Absatz ergibt, nicht abschliessend ist.

§ 3 lit. a) Abs. 3 MuAV

Zu der ausschliesslich der Privatsphäre des Spielers zugeordneten und diesem verbleibenden wirtschaftlichen Verwertung der Persönlichkeitsrechte gehören insbesondere schriftstellerische Tätigkeiten sowie Testimonial-Werbung für nicht fussballbezogene Produkte. [...]

Im vierten Absatz der Vorschrift wird sodann die Beispielhaftigkeit der vorgenannten Aufzählungen nochmals deutlich herausgestellt, um den MuAV dadurch auch an neue, möglicherweise nicht vorhersehbare Vermarktungsentwicklungen anpassen zu können.

§ 3 lit. a) Abs. 4 MuAV

Die vorgenannten Aufzählungen sind nur beispielhaft und nicht abschliessend.

In § 3 lit. a) Abs. 5 MuAV wird zunächst die Exklusivität der übertragenen Verwertungsrechte betont. Sodann werden die Voraussetzungen festgelegt, unter denen der Lizenzfußballspieler die Persönlichkeitsrechte, deren Verwertungsbefugnisse er eigentlich auf seinen Arbeitgeber übertragen hat, zu Eigenvermarktungszwecken nutzen kann.

§ 3 lit. a) Abs. 5 MuAV

Falls der Spieler die dem Klub zur exklusiven Verwertung eingeräumten Persönlichkeitsrechte durch Eigenvermarktungsmassnahmen auch selbst wirtschaftlich verwerten möchte, bedarf es dazu stets der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch den Klub. Diese ist zu erteilen, falls dem nicht ausnahmsweise ein besonderes berechtigtes Interesse des Klubs entgegensteht.

Durch die Klausel des nachfolgenden Absatzes wird die Exklusivität der übertragenen Verwertungsrechte nochmals betont und zusätzlich abgesichert.

§ 3 lit. a) Abs. 6 MuAV

Der Spieler erklärt, die wirtschaftliche Verwertung seiner Persönlichkeitsrechte, sofern und soweit seine Tätigkeit als Lizenzspieler berührt wird, keinem anderen eingeräumt zu haben.

In § 3 lit. b) Abs. 1 MuAV werden die Verwertungsbefugnisse des Arbeitgebers hinsichtlich der übertragenen Rechte geregelt. Diese umfassen auch das Recht des Klubs, die ihm übertragenen Verwertungsbefugnisse dem Deutschen Fussball-Bund (DFB), dem Ligaverband oder der DFL zur Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen einzuräumen.

§ 3 lit. b) Abs. 1 MuAV

Der Klub ist in dem Umfang der Einräumung berechtigt, das Bildnis, seinen Namen (auch Spitz- und Künstlernamen), das von ihm gesprochene Wort sowie besondere fussballbezogene Persönlichkeitsmerkmale des Spielers uneingeschränkt zu nutzen und zu verwerten, insbesondere sie dem DFB, dem Ligaverband oder der DFL Deutsche Fussball Liga GmbH zur Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen einzuräumen.

b) Diese Regelungen des MuAV sind nach Auffassung des Landgerichts nicht unbestimmt i.S.d. § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB, da eine insoweit zulässige Generalermächtigung seitens der Spieler erfolge. Den Spielern würden nicht in grundrechtswidriger Weise sämtliche persönlichkeitsbezogenen Rechte entzogen, weil von der Übertragung *per se* alle der Privatsphäre zuzuordnenden Rechte ausgeschlossen seien. Aber was sind «fussballbezogene Persönlichkeitsmerkmale» oder «nicht fussballbezogene Produkte»? Wann ist «seine Tätigkeit als Lizenzspieler und nicht ausschliesslich seine Privatsphäre berührt»? Bundesligafussballspieler werden regelmässig primär wegen ihrer fussballerischen Aktivitäten und ihrer daraus resultierenden Popularität auch ausserhalb des Platzes in der Öffentlichkeit wahrgenommen, sodass nahezu sämtliche Persönlichkeitsmerkmale in gewisser Weise Bezug zum Fussballsport aufweisen. Das gilt auch für die beworbenen Produkte, selbst wenn sie originär nichts mit dem Fussballsport zu tun haben. Indes ist nach § 3 lit. a) Abs. 3 MuAV die Testimonial-Werbung für nicht fussballbezogene Produkte (also etwa Pkw) ausschliesslich der Privatsphäre des Spielers i.S.d. § 3 lit. a) Abs. 1 MuAV zugeordnet. Darf er also als Testimonial für Pkw-Hersteller B werben, wenn sein Arbeitgeber bereits eine exklusive Sponsoringvereinbarung mit Pkw-Hersteller A abgeschlossen hat, ohne dass der Spieler hierzu nach § 3 lit. a) Abs. 5 MuAV der Zustimmung seines Klubs bedarf? Die Abgrenzung zur ausschliesslich berührten Privatsphäre ist also keineswegs so trennscharf und transparent, wie es auf den ersten Blick scheint.

Damit ist der Hinweis des Gerichts, die Lizenzierung des kommerzialisierbaren Anteils der Persönlichkeitsrechte greife nicht in den Kernbereich der Grundrechts-

positionen der Spieler ein, zumal hier nur die Betätigung als Lizenzspieler betroffen sei, zumindest in dieser Allgemeinheit Zweifeln ausgesetzt. Diese allzu pauschale Bewertung am Massstab der Grundrechte (der ein oder andere Jurist würde hier despektierlich von einem «Schwingen der Grundrechtskeule» sprechen) vermag die gebotene Prüfung der Unangemessenheit der streitgegenständlichen Vertragsklausel anhand der betroffenen rechtlichen Positionen nicht zu ersetzen.

Wenig überzeugend ist auch die nachfolgende Argumentation. Danach werde durch den MuAV dem Spieler die Eigenverwertung seiner berufsbezogenen Namens- und Bildrechte usw. gestattet, wobei der Verein im Regelfall die erforderliche Einwilligung zu erteilen habe. Daraus folgt, dass die Spieler über den MuAV den Bundesligaklubs von vornherein mehr Verwertungsbefugnisse an ihren Persönlichkeitsrechten einräumen als die Klubs hinsichtlich ihrer Vermarktungsaktivitäten aktuell benötigen. Für diese Regelungstechnik, die zu einer vorrätigen Innehabung von Verwertungsrechten an den Persönlichkeitsrechten der Lizenzspieler führt, sprechen sicherlich sachliche Gründe, etwa die erforderliche Flexibilität bei sich neu ergebenden Möglichkeiten der Gruppenvermarktung. Aber sind die vertraglichen Regelungen angesichts der naturgemäss engen Bindung von Persönlichkeitsrechten an ihren Inhaber und der ungenauen Abgrenzung der von vornherein den Bundesligaklubs übertragenen Verwertungsrechte auch verhältnismässig? Welches sind die berechtigten Interessen des Klubs, unter denen er seine Zustimmung zu Eigenvermarktungsmassnahmen der Spieler verweigern kann? Wie soll der Spieler eine Verweigerung der Zustimmung beurteilen können, wenn er nicht von vornherein weiss, zu welchen Zwecken und bei welchen Gelegenheiten der Bundesligaklub als sein Arbeitgeber, der Ligaverband oder – bei Nationalspielern – möglicherweise auch der DFB die zunächst einmal durch den MuAV übertragenen Verwertungsrechte einsetzen möchte?

Auf Seiten der Spieler und der Sportverbände existieren grundrechtlich geschützte Positionen, die zu einem sach- und interessengerechten Ausgleich gebracht werden müssen. Etwas knapp und oberflächlich sind insoweit die Ausführungen der Kammer: Ohne die Gruppenvermarktung der Rechte sei ein Grossteil der Vermarktungschancen wie etwa Fernsehübertragungen etc. kaum realisierbar; die Gruppenvermarktung liege also nicht allein im Interesse der Klubs und der Klägerin, sondern auch der Spieler, die deshalb durch die entsprechenden Vertragsbestimmungen nicht unangemessen benachteiligt würden. Dieser Schlussfolgerung ist zuzustimmen, sofern die Verbände ihrer Gruppenvermarktungsinteressen letztlich nicht auch auf andere, die Per-

sönlichkeitsrechte der Spieler weniger intensiv beschneidende Weise verfolgen können.

5. Vom rechtlichen Standpunkt des Landgerichts Frankfurt aus sowie im Hinblick auf das rechtliche Vorbringen der Beklagten ist die sich auf zwei Sätze erstreckende Auseinandersetzung mit der kartellrechtlichen Problematik durchaus konsequent. Die Beklagte hätte ohne Lizenz nicht mit der Nutzung der Bild- und Namensrechte der Spieler beginnen dürfen. Zudem ist fraglich, ob die DFL überhaupt – wie von der Beklagten behauptet – als Monopolist hätte eingestuft werden können, was entscheidend von der Bestimmung des sachlich relevanten Marktes abhängt (vgl. zu dieser Problematik PETER W. HEERMANN, Sportsponsoring und Kartellrecht, WRP 2009, 285, 291 ff., 295 ff., m.w.N.). Wenn hingegen die im angehenden Abschnitt angedeuteten rechtlichen Zweifel hinsichtlich der Vereinbarkeit des § 3 lit. a) und lit. b) MuAV mit § 307 Abs. 2 Satz 1 BGB zutreffen sollten, käme auch eine kartellrechtliche Überprüfung dieser seitens der DFL eingesetzten Regelungstechnik zur Gruppenvermarktung der Bundesligaspieler am Masstab der Art. 81, 82 EG-Vertrag in Betracht.

6. Für Anbieter von Computerspielen von erheblicher Bedeutung ist die Feststellung des Gerichts, der Klägerin stünden mangels Nachahmung i.S.d. § 4 Nr. 9 UWG keine Ansprüche auf Unterlassung der Nachbildung der Deutschen Fußball-Bundesliga mit entsprechend nachgebildeten Spielern und achtzehn Vereinen zu. Solange

also keine Namens- und Bildrechte der Bundesligaspieler sowie Markenrechte der Liga oder der Ligamitglieder verletzt werden, sind Hersteller von Computerspielen aus lauterkeitsrechtlichen Gründen nicht gehindert, solche Spiele zu bewerben, anzubieten, zu vertreiben oder sonst in den Verkehr zu bringen, die eine Liga mit achtzehn teilnehmenden Teams nachbildet oder die allgemeinen Fußballregeln zu Grunde legt.

Fazit

Das Urteil des Landgerichts Frankfurt am Main zur Gruppenvermarktung von Bestandteilen der Lizenzfußballern zustehenden Persönlichkeitsrechte durch die DFL geht im Grundsatz von der Übertragbarkeit der vermögenswerten Bestandteile des Rechts am eigenen Namen oder des allgemeinen Persönlichkeitsrechts aus. Das Gericht nimmt eine ununterbrochene Erwerbskette an, die von den Lizenzspielern über die Bundesligaklubs bis zum Ligaverband reicht. An der Vereinbarkeit der Übertragung der entsprechenden Rechte in den standardisierten Spielerverträgen mit dem Transparenzgebot i.S.d. § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB verbleiben Zweifel, die zumindest durch die insoweit recht knappen Entscheidungsgründe nicht ausgeräumt werden. Der Liga steht kein lauterkeitsrechtlicher Schutz gegen Computerspiele zu, die ohne Verletzung von Namens-, Bild- und/oder Markenrechten einen Ligaspielbetrieb mit achtzehn Mannschaften, die nach den allgemeinen Fußballregeln spielen, nachbilden.