

# Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG .....	21
A GRUNDLAGEN .....	25
I BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN .....	25
1 Interesse .....	25
1.1 Einführung .....	25
1.1.1 Bisherige rechtliche Definitionen des Interesses .....	26
1.1.1.1 Gemeinsamkeiten .....	27
1.1.1.2 Offene Fragen .....	27
1.1.1.2.1 Objekt-subjekt-verbindender Prädikator .....	27
1.1.1.2.2 Spezifisch rechtliches Substrat von Interesse .....	28
1.1.2 Ebenen der Bedeutung von Interesse .....	28
1.1.3 Ergebnisse .....	28
1.2 Vorüberlegungen zur Begriffsdefinition .....	29
1.2.1 Anwendungsbereich .....	29
1.2.2 Zweck, Inhalt .....	30
1.2.2.1 Feststellende Definition .....	30
1.2.2.2 Nominaldefinition .....	30
1.2.2.3 Äquivalenz, Adäquanz .....	31
1.3 Subjekt-objekt-verbindender Prädikator .....	31
1.3.1 Etymologische Entwicklung .....	31
1.3.1.1 Latein .....	32
1.3.1.2 Fortentwicklung des etymologischen Interessebegriffs .....	34
1.3.1.2.1 Mittelalter .....	34
1.3.1.2.2 Neuzeit .....	34
1.3.1.2.2.1 Charakterumwandlungen des Interesses .....	34
1.3.1.2.2.2 Weitere Änderungen .....	36
1.3.1.2.3 Ergebnis etymologische Betrachtung .....	36
1.3.2 Interessebegriff der Psychologie .....	37
1.3.3 Induktive Methode .....	40
1.3.3.1 Historische Entwicklung des rechtlichen Interesse-	
begriffes .....	40
1.3.3.1.1 Etymologische Parallele .....	40
1.3.3.1.2 Verbindendes Begriffselement .....	41
1.3.3.1.3 Verschiedene Substrate in Etymologie und id quod	
interest .....	41
1.3.3.1.3.1 Zeitliche Verankerung .....	41
1.3.3.1.3.2 Charakter des Interesseobjektes .....	42
1.3.3.1.3.3 Relevanz der Etymologie für id quod interest .....	42
1.3.3.1.4 Mittelalter: Glossatoren, Kommentatoren, Kanonisten	
1.3.3.1.5 Neuzeit .....	43

1.3.3.2	Verwendung von Interesse im heutigen Recht.....	46
1.3.3.2.1	Schadensersatzrecht .....	46
1.3.3.2.1.1	Negatives und positives Interesse.....	46
1.3.3.2.1.2	Erhaltungsinteresse .....	48
1.3.3.2.1.3	Keuk: Interesse im Schadensrecht als Disposition?.....	49
1.3.3.2.2	Gefälligkeit – Rechtsbindungswille.....	50
1.3.3.2.3	Weitere Anwendungen im Zivilrecht.....	51
1.3.3.2.4	Interessebegriff im Versicherungsrecht .....	52
1.3.3.2.5	Feststellungsinteresse.....	52
1.3.3.2.6	Rechtsschutzinteresse/ Rechtsschutzbedürfnis .....	53
1.3.3.3	Ergebnisse.....	53
1.4	Subjekt des Interesses.....	54
1.4.1	Allgemeinheit.....	54
1.4.1.1	Arbeitshypothese: Vorrang des individualistischen Interessebegriffs .....	54
1.4.1.2	Einfluss der Politikwissenschaft? .....	55
1.4.2	Juristische Person .....	56
1.4.2.1	H. J. Wolff: keine Interessenträgerschaft juristischer Personen .....	56
1.4.2.2	Stober.....	57
1.4.2.3	Differenzierung; parallele Problematik: Unternehmensinteresse .....	57
1.4.3	Wahres Interesse .....	64
1.5	Spezifisch rechtliches Substrat.....	66
1.5.1	Bisherige Ansätze .....	67
1.5.2	Eigener Ansatz .....	68
1.5.2.1	Einführung einer weiteren Zwischenstufe.....	68
1.5.2.2	Einschub: aktuelles und potenzielles Interesse .....	70
1.5.2.3	Präzisierung Begriff der Rechtsordnung .....	71
1.5.2.3.1	Schutzbereich .....	71
1.5.2.3.2	Schranken.....	72
1.5.2.4	Auswirkungen de lege ferenda .....	72
1.5.3	Ergebnis.....	73
1.6	Ergebnis.....	73
2	Sport.....	74
2.1	Historische Entwicklung von Sport; gleichzeitig etymologische Annäherung.....	75
2.1.1	Kultischer Ursprung.....	75
2.1.2	Antike: Griechenland, Rom .....	75
2.1.2.1	Griechische Antike .....	75
2.1.2.2	Römisches Reich .....	77
2.1.3	Neuzeit: Anfänge von Sport.....	77
2.1.3.1	Etymologische Wurzeln .....	77

2.1.3.2	Erscheinungsformen von „Sport“ in der Neuzeit .....	78
2.1.3.3	Athletik und Leibeserziehung in der Neuzeit.....	78
2.1.3.4	Zwischenergebnis .....	79
2.1.4	Gesellschaftliche Veränderungen der Frühmoderne.....	79
2.1.5	Folgen für den Sportbegriff.....	80
2.1.5.1	Athletik .....	80
2.1.5.2	Leibeserziehung.....	81
2.1.6	Entwicklung bis zur Gegenwart.....	82
2.1.6.1	Entwicklung des Wettkampfsports.....	82
2.1.6.2	Olympische Spiele der Neuzeit .....	83
2.1.6.3	1900 – 1945 .....	83
2.1.6.4	1945 bis heute .....	84
2.1.7	Ergebnis.....	85
2.2	Induktive Methode.....	86
2.2.1	Alltagssprachlicher Begriff Sport .....	86
2.2.2	Sport in der Sportwissenschaft.....	86
2.2.3	Sportsoziologie.....	88
2.2.4	Erkenntnistheoretische Ansätze .....	89
2.2.5	„Sportinstitutioneller Sportbegriff“ .....	90
2.2.6	Sportbegriff im Recht.....	92
2.2.6.1	Ansatz von Holzke.....	92
2.2.6.2	Ansatz von Ketteler .....	94
2.2.6.3	Ansatz von Pfister.....	95
2.2.6.4	Andere Ansätze in der Literatur .....	95
2.2.6.5	Ansatz der Rechtsprechung.....	96
2.2.6.6	Rechtstatsächlicher Ansatz von Fikentscher .....	96
2.2.6.7	Eigener Ansatz.....	96
2.3	Intuitive Methode .....	98
2.4	Ergebnis .....	98
3	Sponsoring .....	98
3.1	Etymologische Annäherung .....	98
3.2	Induktive Annäherung.....	99
3.2.1	Historische Betrachtung.....	99
3.2.1.1	Verwendung in den USA.....	99
3.2.1.2	Mäzenatentum – Spende – Sponsoring .....	99
3.2.2	Gegenwärtige Betrachtung.....	100
3.2.2.1	Definitionsansätze der Wirtschaftswissenschaften .....	100
3.2.2.2	Juristische Definitionsansätze .....	102
3.2.2.2.1	Juristische Präzisierung.....	102
3.2.2.2.1.1	Indirektes Steuerinstrument des Marketing.....	102
3.2.2.2.1.2	Leistungen der Beteiligten.....	103
3.2.2.2.1.2.1	Leistungen des Sponsors .....	103
3.2.2.2.1.2.2	Gegenleistung des Gesponserten .....	103

3.2.2.2.1.3	Interessenstrukturen.....	105
3.2.2.2.1.3.1	Bisherige Ansichten .....	105
3.2.2.2.1.3.2	Analyse und eigene Auffassung.....	105
3.2.2.3	Erforderlichkeit einer gemeinsamen Definition; eigener Ansatz .....	110
3.3	Ergebnis.....	114
3.4	Sponsoring als verkehrstypischer Vertrag.....	114
4	Veranstalter .....	114
4.1	Begriff der (Sport)Veranstaltung.....	115
4.2	Rechtsgebietsspezifischer Veranstalterbegriff.....	116
4.3	Ergebnis.....	117
II	METHODISCHE GRUNDLAGEN.....	118
1	Rechtsfindung und –anwendung.....	118
2	Generalklausel.....	120
2.1	Funktionen von Generalklauseln.....	121
2.1.1	Rezeptionsfunktion .....	122
2.1.2	Transformationsfunktion.....	122
2.1.3	Delegationsfunktion.....	123
2.2	Definitionsansatz .....	123
3	Drittwirkung von Grundrechten.....	124
3.1	Entwicklung der Drittwirkungsdebatte .....	124
3.2	Unmittelbare Drittwirkung .....	124
3.3	Mittelbare Drittwirkung.....	125
3.4	Wirkungsweise der mittelbaren Drittwirkung.....	126
3.4.1	Gleichwertigkeit der grundrechtlichen Wertungen.....	126
3.4.2	Maßgeblichkeit grundrechtlicher Stufenwertungen.....	127
3.4.3	Schutz des Kernbereichs .....	128
3.5	Fazit .....	128
B	INTERESSE ALS EINFLUSSFAKTOR AUF DAS GELTENDE RECHT .....	129
I	VERFASSUNGSRECHT .....	129
1	Art. 12 GG – Berufsfreiheit .....	129
1.1	Schutzbereich.....	129
1.1.1	Persönlicher Schutzbereich.....	129
1.1.1.1	Grundlagen .....	129
1.1.1.2	Meinungsstand.....	130
1.1.1.2.1	Literatur.....	130
1.1.1.2.2	Rechtsprechung.....	132
1.1.1.2.3	Stellungnahme.....	132
1.1.1.2.4	Ergebnis.....	135
1.1.2	Sachlicher Schutzbereich.....	135
1.1.2.1	Sport als Beruf oder Hobby? .....	136

1.1.2.2	Sport als Berufsausbildung oder Hobby?	138
1.1.2.2.1	Vergleichbarkeit mit Abgrenzung Hobby - Beruf	138
1.1.2.2.2	Besonderheiten im Bereich der Ausbildung	139
1.1.2.2.2.1	Zeitfaktor	139
1.1.2.2.2.2	Früh- und Späentwickler	139
1.1.2.2.2.3	Auffassungen	140
1.1.2.2.2.4	Zwischenergebnis	143
1.1.2.2.3	Eigener Ansatz	143
1.1.2.2.3.1	Schutzbereich Art. 12 GG	144
1.1.2.2.3.1.1	Ausbildungsalter	145
1.1.2.2.3.1.2	Trainings- und Wettkampfleistungen	146
1.1.2.2.3.1.3	Sicht des Ausbilders	146
1.1.2.2.3.1.4	Finanzielle Unterstützung	147
1.2	Ergebnis	147
2	Art. 14 GG – Freiheit des Eigentums	148
2.1	Dingliches Eigentum	149
2.2	Geistiges Eigentum	149
2.3	Wirtschaftliche Aspekte der Persönlichkeit	149
2.4	Eingerichteter und ausgeübter Gewerbebetrieb	150
3	Art. 5 GG - Kommunikationsgrundrechte	151
3.1	Informationsfreiheit	151
3.2	Rundfunkfreiheit	152
4	Art. 8 GG - Versammlungsfreiheit	152
4.1	Mehrere Personen	152
4.2	Organisation	153
4.3	Gemeinsamer Zweck	153
4.4	Ergebnis	157
5	Art. 9 Abs.1 GG – Vereinigungsfreiheit	157
5.1	Schutzbereich	158
5.1.1	Sachlicher Schutzbereich	158
5.1.1.1	Zweckoffenheit	159
5.1.1.2	Satzungsautonomie	159
5.1.1.3	Selbstverwaltung	161
5.1.2	Verfahren zur Willensbildung	161
5.2	Personeller Schutzbereich	161
5.3	Objektiver Gehalt der Vereinigungsfreiheit	162
6	Art. 13 GG	162
7	Art. 2 und 1 GG – Allgemeines Persönlichkeitsrecht	165
7.1	Allgemeines	165
7.2	Verfassungsrechtliche Elemente	166
7.3	Erfasste Interessen	167
7.4	Sonderfall: sportliche Ausübung	167
7.4.1	Verfassungsrechtliche Interessensphären als Ansatzpunkt	168

7.4.1.1	Spezielle Rechtsposition für sportliche Handlungen .....	168
7.4.1.2	Sportliches Handeln als bloßes soziales Handeln .....	168
7.4.2	Individualisierbare Handlungen.....	170
7.4.2.1	Generelle Eignung .....	170
7.4.2.2	Beispiel Fußball .....	170
7.4.2.3	Weitere Kriterien .....	171
7.4.2.3.1	Öffentlichkeitswirksame Ausübung.....	171
7.4.2.3.2	Regelkonformität der Handlung.....	172
7.4.2.3.3	Zwingende Förderung sportimmanenter Ziele.....	172
7.4.2.4	Ergebnis .....	173
7.5	Erfassung wirtschaftlicher Persönlichkeitsinteressen .....	173
7.5.1	Streitstand.....	174
7.5.1.1	Rechtliche Abspaltung wirtschaftlicher Aspekte .....	174
7.5.1.2	Persönlichkeitsrecht als insgesamt ideell verankertes Recht .....	175
7.5.1.3	Stellungnahme .....	177
7.5.2	Ergebnis.....	179
7.6	Einfachgesetzliche Erfassung des allgemeinen Persönlichkeits- rechts .....	180
8	Art. 2 Abs.1 GG – allgemeine Handlungsfreiheit .....	180
II	EINFACHGESETZLICHE RECHTSPOSITIONEN .....	183
1	Hausrecht .....	183
1.1	Dogmatische Grundlage .....	183
1.2	Voraussetzung: räumlich-gegenständlicher Bereich.....	184
1.3	Inhalt des Hausrechts.....	185
1.4	Folgen.....	185
1.4.1	Untersagung von Aufnahmen der Veranstaltung.....	185
1.4.2	Verwertung unberechtigter Aufnahmen .....	185
2	UrhRG .....	186
2.1	Sportler als Urheber.....	186
2.1.1	Voraussetzungen des § 1 UrhRG .....	187
2.1.2	Voraussetzungen des § 2 UrhRG .....	189
2.1.2.1	Persönliche Schöpfung .....	189
2.1.2.2	Wahrnehmbare Formgestaltung .....	189
2.1.2.3	Geistiger Gehalt .....	189
2.1.2.4	Individualität geistigen Schaffens .....	190
2.1.2.4.1	Genereller Ausschluss individuellen Ausdrucks im Sport .....	190
2.1.2.4.2	Konkrete Betrachtung .....	191
2.1.2.4.2.1	Hineichend individuelle Formgebung .....	191
2.1.2.4.2.1.1	Reguläres soziales Handeln.....	191
2.1.2.4.2.1.2	Individualisiertes Handeln .....	192
2.1.2.4.2.2	Hinreichender Ausdruck individuellen Geistes....	195

2.1.2.4.2.2.1	Fußball.....	195
2.1.2.4.2.2.2	Basketball.....	196
2.1.2.4.2.2.3	Tennis.....	197
2.1.2.4.2.2.4	Eiskunstlauf.....	197
2.1.2.5	Weitere Voraussetzungen des § 2 UrhRG.....	197
2.1.2.6	Zwischenergebnis.....	197
2.1.3	Konkrete Einordnung de lege lata - § 2 Abs.2 Nr.3 UrhRG....	198
2.1.4	Zwischenergebnis Erfassung de lege lata .....	198
2.1.5	Kritik aktueller Autoren - Würdigung .....	198
2.1.5.1	Strauß.....	198
2.1.5.1.1	Wettbewerbliches Freihaltungsbedürfnis.....	198
2.1.5.1.2	Unvereinbarkeit der Zwecke.....	201
2.1.5.2	Lochmann .....	201
2.1.5.2.1	Schwere Feststellbarkeit im Einzelfall.....	201
2.1.5.2.2	§ 73 UrhRG überflüssig .....	202
2.1.5.2.3	§ 2 UrhRG in System der §§ 73 UrhRG einordnen....	202
2.1.5.3	Ergebnis der Würdigung.....	203
2.1.6	Ergebnis.....	203
2.1.7	Erweiterung de lege ferenda .....	203
2.1.7.1	Beispielfälle.....	203
2.1.7.2	Regulierung des Schutzinteresses.....	205
2.1.7.2.1	„Insbesondere“-Klausel des § 2 Abs.1 UrhRG.....	205
2.1.7.2.2	„In dubio pro auctoris“.....	206
2.1.7.2.3	Neufassung des § 2 Abs.1 Nr.3 UrhRG.....	207
2.1.8	Folgen.....	208
2.1.8.1	§ 81 UrhRG für Veranstalter .....	208
2.1.8.2	Kurzberichterstattung, sonstige Sendungen .....	208
2.1.8.3	Merchandising .....	210
2.2	Urheberrechtsschutz für Veranstalter.....	210
2.2.1	Leistungen des Sportveranstalters.....	210
2.2.2	Sportveranstalter als Urheber.....	211
2.2.3	Leistungsschutzrechte für Sportveranstalter.....	211
2.2.3.1	Werkzackessorische Leistungsschutzrechte.....	211
2.2.3.2	§ 73 UrhRG .....	211
2.2.3.3	§ 81 UrhRG .....	212
2.2.3.4	§§ 87, 94, 95 UrhRG .....	212
3	Namensrecht, § 12 BGB .....	212
3.1	Geschützte Interessen.....	213
3.2	Ausgangspunkt .....	213
3.3	Persönlicher Anwendungsbereich – juristische Personen.....	214
3.4	Sachlicher Anwendungsbereich – wirtschaftliche Interessen.....	214
4	22 ff. KUG .....	215
4.1	Einleitung.....	215

4.2	Grundstrukturen.....	216
4.2.1	§ 22 KUG.....	216
4.2.1.1	Bildnis.....	216
4.2.1.2	Verbreitung oder öffentliche Zurschaustellung.....	217
4.2.1.3	Einwilligung.....	217
4.2.2	§ 23 Abs.1 Nr.1 KUG.....	218
4.2.3	§ 23 Abs.2 KUG.....	218
4.3	Sportler als Personen der Zeitgeschichte.....	219
4.3.1	Absolute Personen der Zeitgeschichte.....	219
4.3.2	Relative Personen der Zeitgeschichte.....	220
4.4	Caroline von Hannover- Entscheidung des EGMR; Folgen.....	220
4.4.1	BGH.....	221
4.4.2	BVerfG.....	222
4.4.3	EGMR.....	222
4.4.4	Rezeption in der Literatur.....	223
4.4.4.1	Befürworter.....	224
4.4.4.2	Kritiker.....	224
4.4.4.3	Analyse.....	225
4.4.4.4	Praktische Folgen des Urteils.....	226
4.4.5	Auswirkungen in der Rechtsprechung.....	228
4.4.5.1	BGH, Obergerichte.....	228
4.4.5.2	BVerfG.....	230
4.4.6	Zwischenergebnis.....	230
4.4.7	Vorschlag einer gesetzlichen Regelung.....	231
4.4.7.1	Schutz der Privatsphäre.....	231
4.4.7.1.1	§ 23 Abs.1 KUG.....	232
4.4.7.1.2	§ 23 Abs.2 KUG.....	232
4.4.7.2	Auslegungshilfe in § 22 KUG.....	234
4.4.7.2.1	Wortlaut.....	234
4.4.7.2.2	System.....	234
4.4.7.2.3	Gesetzesentstehung.....	235
4.4.7.2.4	Sinn der Regelung.....	235
4.4.7.2.5	Folgen de lege lata.....	235
4.4.7.2.6	Folgen de lege ferenda.....	236
4.5	Werbliche Zwecke.....	236
5	§ 823 BGB allgemeines Persönlichkeitsrecht.....	237
5.1	Inhalt.....	237
5.2	Rechtsfolgen.....	238
5.3	Dogmatischer Anknüpfungspunkt.....	239
5.4	Name.....	239
5.5	Erfassung materieller Persönlichkeitsinteressen über § 823 Abs.1 BGB.....	241
5.5.1	Zuordnung.....	241



5.5.2	Wirtschaftlicher Zuweisungsgehalt .....	241
5.5.3	Eigentumsähnlichkeit.....	242
6	Markenrecht .....	243
6.1	Allgemeines.....	243
6.2	Voraussetzungen des Markenschutzes .....	245
6.2.1	Abstrakte Markenfähigkeit .....	245
6.2.2	Eintragungshindernisse .....	245
6.2.3	Unterscheidungskraft .....	245
6.2.4	Freihaltebedürfnis .....	246
6.3	Werktitel.....	247
6.4	Markenmäßige Benutzung.....	247
7	UWG .....	249
7.1	Interessenstrukturen des Lauterkeitsrechts.....	249
7.2	System des UWG .....	250
7.2.1	Unlauterkeit.....	250
7.2.1.1	Entwicklung.....	251
7.2.1.2	Charakter.....	251
7.2.1.3	Verfahren .....	251
7.2.1.4	Inhalt .....	252
7.2.1.4.1	Herrschende Literatur.....	252
7.2.1.4.2	Gesetzgeber .....	252
7.2.1.4.3	Auffassung von Emmerich.....	253
7.2.1.4.4	Stellungnahme, eigene Auffassung.....	253
7.2.2	§ 4 Nr.9 UWG.....	255
7.2.2.1	Beispielkatalog .....	256
7.2.2.2	Begrenzungsfunktion? .....	256
7.2.2.2.1	Unmittelbarer und mittelbarer Leistungsschutz.....	258
7.2.2.2.2	Triumvirat normübergreifender Kriterien.....	259
7.3	Verhältnis zum Sonderrechtsschutz .....	260
7.3.1	Ansichten.....	260
7.3.1.1	Sperrwirkung der Immaterialgüterrechte .....	260
7.3.1.2	Eigenständigkeit des Wettbewerbsrechts .....	261
7.3.1.3	Vermittelnde Ansichten .....	261
7.3.1.4	Stellungnahme .....	261
7.4	Voraussetzungen.....	264
7.4.1	Wettbewerbliche Eigenart.....	264
7.4.2	Nachahmung .....	264
7.4.3	Anbieten .....	265
7.4.4	§ 4 Nr.9 lit. a UWG – Herkunftstäuschung .....	265
7.4.5	§ 4 Nr.9 lit. b UWG – Rufausbeutung, Rufbeeinträchtigung ..	266
7.4.6	§ 4 Nr.9 lit. c UWG – unredliche Kenntniserlangung .....	266
7.4.7	Gezielte Behinderung, § 4 Nr.10 UWG.....	267
8	Kartellrecht.....	268

8.1	Funktion des Kartellrechts, berührte Interessen.....	268
8.2	Voraussetzungen.....	269
8.2.1	Relevanter Markt.....	269
8.2.2	Kartellverbot, Art. 81 EG-V, § 1 ff. GWB .....	270
8.2.2.1	Unternehmen, Unternehmensvereinigung.....	270
8.2.2.2	Sport als wirtschaftliche Tätigkeit.....	271
8.2.2.2.1	Methodischer Hintergrund.....	271
8.2.2.2.2	Anwendungsgebiete .....	272
8.2.2.3	Verhaltenskoordination .....	274
8.2.2.4	Zwischenstaatlichkeitsklausel .....	275
8.2.2.5	Wettbewerbsbeschränkung.....	275
8.2.2.5.1	Vorhandensein von Wettbewerb.....	276
8.2.2.5.2	Sonderfall Fußball – (Mit)Veranstalterstellung.....	276
8.2.2.5.2.1	Relevanter Veranstalterbegriff .....	276
8.2.2.5.2.2	Heimverein als Veranstalter .....	277
8.2.2.5.2.3	Übergeordneter Sportverband als (Mit)Veranstalter .....	277
8.2.2.5.2.3.1	Auffassungen.....	277
8.2.2.5.2.3.2	Stellungnahme.....	278
8.2.2.5.3	Ausschluss der Wettbewerbsbeschränkung .....	279
8.2.2.5.3.1	„Single entity – Theorie“ .....	279
8.2.2.5.3.2	Rule of reason.....	280
8.2.2.5.3.3	Immanenz .....	280
8.2.2.6	Spürbarkeit.....	281
8.2.2.7	Freistellung .....	282
8.2.3	Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung.....	282
8.2.3.1	Marktbeherrschende Stellung.....	283
8.2.3.2	Missbrauch.....	283
8.2.4	Diskriminierung .....	284
9	Eingerichteter und ausgeübter Gewerbebetrieb.....	284
9.1	Persönlicher Schutzbereich .....	285
9.2	Sachlicher Schutzbereich.....	285
9.3	Rechtswidrigkeit.....	287
9.4	Subsidiarität.....	287
10	Rundfunkstaatsvertrag .....	287
10.1	Kurzberichterstattung .....	288
10.1.1	Kurzberichterstattungs-Urteil des BVerfG .....	288
10.1.2	Reaktionen auf das Urteil.....	289
10.1.3	Inhalt des Kurzberichterstattungsrechts.....	290
10.2	Übertragung von Großveranstaltungen .....	291
C	LEISTUNGSSPORT ALS SONDER(PRIVAT)RECHT .....	292
I	ANFORDERUNGEN AN EIN SONDERPRIVATRECHT .....	292

II	RELEVANZ DES LEISTUNGSSPORTRECHTS .....	293
III	TATSÄCHLICHE BESONDERHEITEN IM LEISTUNGSSPORT .....	294
1	Kurze Erwerbszeit.....	294
2	Gefahrgeneigte Tätigkeit .....	295
3	Besonders hohes Risiko für Nachwuchssportler .....	296
4	Kein Verdrängungswettbewerb .....	296
IV	GEMEINSAME RECHTLICHE WERTUNGEN .....	297
1	Unvereinbarkeit der Wertungsdimensionen .....	297
2	Relevanz über Einzelfall hinaus.....	298
3	Geschützter Personenkreis .....	298
V	ERGEBNIS .....	300
D	AKTUELLE PRAKTISCHE ANWENDUNGSGEBIETE.....	301
I	AMBUSH MARKETING .....	301
1	Begriff.....	302
2	Definition .....	303
3	Erscheinungsformen .....	304
3.1	Direktes/ klassisches Ambush Marketing .....	304
3.1.1	Vermarktungsrechte .....	305
3.1.2	Mediale Verwertung .....	305
3.1.3	Sponsoring.....	306
3.2	Indirektes/ subtiles Ambush Marketing .....	307
3.2.1	Ambush Marketing by Intrusion.....	307
3.2.2	Ambush Marketing by Association .....	308
4	Rechtliche Dimensionen beim Ambush Marketing.....	309
4.1	Hausrecht .....	309
4.2	Straßenrecht.....	310
4.3	Urheberrecht .....	311
4.3.1	Verwendung von Veranstaltungssymbolen als Werke .....	311
4.3.2	Lizenzfreie Unentgeltlichkeit beim Public Viewing .....	311
4.4	Markenrecht - Veranstaltungskennzeichen .....	312
4.4.1	„EURO 2000“ .....	312
4.4.2	„Fußball-WM 2006“; „WM 2006“ .....	313
4.4.3	EM 2008.....	315
4.4.4	Fazit.....	315
4.5	Wettbewerbsrecht .....	315
4.5.1	Genehmigte Handlung - § 3 Abs.3 UWG, Nr.4 Schwarze Liste .....	315
4.5.2	Herkunftstäuschung, § 4 Nr.9 lit. a UWG .....	316
4.5.3	Rufbeeinträchtigung § 4 Nr.9 lit. b UWG .....	316
4.5.4	Gezielte Beeinträchtigung, § 4 Nr.10 UWG.....	317
4.5.5	Irreführung, § 5 UWG.....	317
4.6	Zwischenergebnis .....	318

5	Möglichkeiten einer Angleichung von Rechts- und Interessenlage .....	318
5.1	Information der Öffentlichkeit .....	319
5.2	Vereinbarungen mit den Austragungsorten.....	320
5.3	Selbstbindung .....	320
5.4	Gesetzliche Veränderungen.....	321
5.4.1	Jaeschke – 4 Nr.12 UWG.....	321
5.4.2	Lochmann – 3 UWG.....	324
5.4.3	Hilty/Henning-Bodewig.....	325
5.4.4	Waldhauser.....	327
5.5	Leistungsschutzrecht kraft Gewohnheitsrechtes .....	330
5.6	Ergebnis .....	330
6	Eigener Ansatz .....	330
6.1	Ziel der relativen Branchenexklusivität .....	331
6.2	Instrumente der relativen Branchenexklusivität.....	331
6.2.1	Generelle Branchenvereinbarung.....	331
6.2.2	Individuelle Eventvereinbarung.....	333
6.3	Folgen.....	334
6.3.1	Positive Folgen.....	334
6.3.2	Negative Folgen.....	334
7	Ergebnisse .....	335
II	AIR AMBUSHING .....	336
1	Hausrecht .....	336
2	Wettbewerbsrecht.....	339
2.1	Rufbeeinträchtigung .....	340
2.2	Gezielte Behinderung.....	340
2.3	Irreführung.....	341
3	Eingerichteter und ausübter Gewerbebetrieb.....	341
III	UNGENEHMIGTE HÖRFUNKBERICHTERSTATTUNG .....	342
1	Urheberrecht.....	342
2	Hausrecht .....	342
2.1	Befugnisbereich des Hausrechts.....	342
2.2	Kollidierende Interessen.....	343
2.2.1	Schutz wirtschaftlicher Interessen des Veranstalters.....	343
2.2.2	Schutz der Rundfunk- und Informationsfreiheit der Hörfunkanstalten und –unternehmen .....	344
2.2.3	Problemaufriss.....	344
2.3	Sonderfall: § 6 Abs.2 VersG .....	345
2.3.1	Tatbestand des § 6 Abs.2 VersG.....	345
2.3.2	Rechtsfolgen.....	346
2.3.3	Interessenkollision .....	346
2.3.4	Analyse.....	346
2.3.4.1	Keine Anwendbarkeit auf Sportveranstaltungen.....	347
2.3.4.2	Berücksichtigung wirtschaftlicher Interessen .....	347

2.4	Ergebnisse.....	349
3	Wettbewerbsrecht.....	349
3.1	UWG.....	350
3.1.1	Wettbewerbsbehandlung.....	350
3.1.2	Ergänzender Leistungsschutz.....	350
3.2	GWB.....	351
3.2.1	Marktbeherrschende Stellung .....	351
3.2.2	Diskriminierung, Ungleichbehandlung.....	351
4	Deliktsrecht .....	352
5	Ergebnis .....	352
IV	ZENTRALVERMARKTUNG VON ÜBERTRAGUNGSRECHTEN .....	352
1	Veranstalterposition .....	353
2	Sportimmanenz .....	353
3	Freistellung.....	354
V	VERLETZUNG VON PERSÖNLICHKEITSRECHTEN DURCH DARSTELLUNG	
	ÄSTHETISCHER MERKMALE VON ATHLETEN .....	355
1	Ausgangslage .....	355
2	§ 23 Abs.1 Nr.1 KUG .....	356
3	§ 23 Abs.2 KUG.....	357
3.1	Privatsphäre .....	358
3.2	Werbliche Zwecke.....	358
3.3	Intimsphäre .....	359
3.4	Negative Darstellung .....	360
4	Ergebnis .....	360
5	Recht auf Kurzberichterstattung als Maßstab? .....	360
VI	KOLLISION VON VERWERTUNGSINTERESSEN DES VERBANDS/ VEREINS	
	MIT DENEN DER SPORTLER.....	361
1	Grundlagen der Prüfung.....	361
1.1	Arten der Kontrolle.....	361
1.1.1	Rechtskontrolle .....	361
1.1.2	Inhaltskonktrolle .....	361
1.1.3	Ausübungskontrolle .....	362
1.2	Rechtskontrolle.....	362
1.2.1	Gesetzesverstoß.....	362
1.2.2	Sittenwidrigkeit.....	363
1.3	Inhaltskontrolle, § 242 BGB.....	363
1.3.1	Interessen des Verbandes/ Vereins .....	364
1.3.2	Interessen der Sportler .....	365
1.3.3	Kriterien für die Abwägung.....	366
1.4	Zeitliche Priorität als Kriterium?.....	366
1.4.1	Ergebnis.....	369
2	Nachfolgendes Individualsponsoring .....	369
2.1	Interessen des Verbandes .....	370

2.2	Interessen des Sportlers .....	371
2.3	Grundlegende Bewertung .....	371
2.4	Bewertung im Einzelfall .....	371
2.5	Ergebnis .....	373
C	ZUSAMMENFASSUNG – AUSBLICK .....	374
I	KURZZUSAMMENFASSUNG .....	374
II	DARSTELLUNG DER EIGENEN ERGEBNISSE .....	374
III	AUSBLICK .....	385
ANHANG 1	.....	387
ANHANG 2	.....	391
LITERATURVERZEICHNIS	.....	395