DNJV Herbsttagung 2021 - Sportrecht

IP-Rechte und Sport – Die Vermarktung von Sportlern und die Bedeutung von IP-Rechten bei E-Sport Veranstaltungen



Dr. Thomas J. Farkas, LL.M.Principal Associate

Übersicht



- Einführung Sportmarketing
- Vermarktung von Sportlern
- IP Rechte und E-Sport





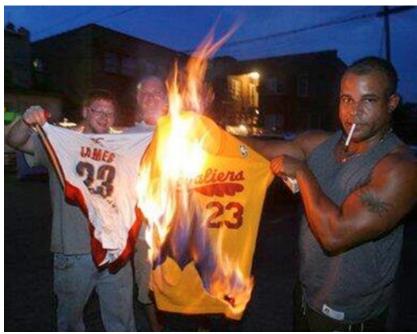






https://twitter.com/tri_offense/status/486886003580608513; https://people.com/sports/teacher-cries-removing-colin-kaepernick-poster/; https://thebiglead.com/2012/10/20/sheffield-goalie-chris-kirkland-attacked-by-leeds-fan-during-game-video/; https://ftw.usatoday.com/2013/05/woman-who-gave-joakim-noah-the-finger-has-a-very-interesting-history





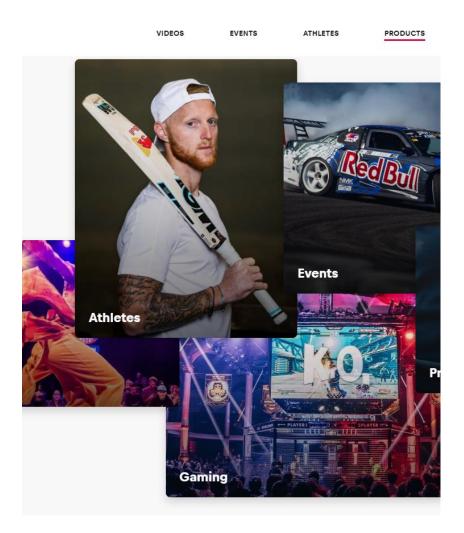
Sportarten: Mainstream und Niche sports

- Mainstream sports
 - -Fussball, Tennis
 - Im Vordergrund:Popularität, Star Power,Spielfähigkeiten
- Niche sports
 - –Ultimate Frisbee, Underwater polo, Darts?
 - Im Vordergrund: Zugang zum Sport, niedrige Kosten, "Nähe" zu den Spielern/Player similarity





Niche sports





Sportsponsoring







Spielersponsoring





Report: Zion Williamson took less money to sign with Nike



Zion Williamson signed with Nike and is now a Jordan Brand athlete. The New Orleans Pelicans rookie reportedly signed a deal worth \$75 million with the Oregon-based shoe giant.

But he could have had more.

According to ESPN, Williamson turned down more lucrative offers from both Li-Ning and Puma. Williamson had an opportunity to sign for more than \$100 million, all without playing an NBA game.

10

Spielersponsoring

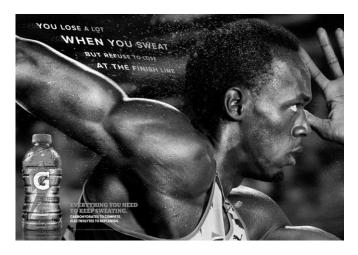
Sportartikel



Weitere Produkte

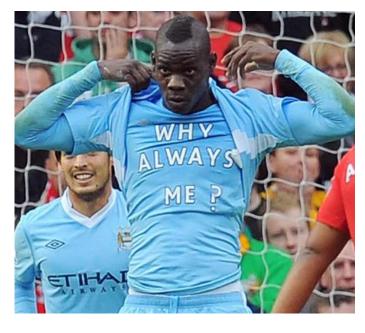






Know your athlete





"I remember one time when we went to play Kazan in the Champions League. In that match I had all my strikers injured. No Diego Milito, no Samuel Eto'o, I was really in trouble and Mario was the only one.

"Mario got a yellow card in the 42nd minute, so when I got to the dressing room at half-time I spend about 14 minutes of the 15 available speaking only to Mario.

"I said to him: 'Mario, I cannot change you, I have no strikers on the bench, so don't touch anybody and play only with the ball. If we lose the ball no reaction. If someone provokes you, no reaction, if the referee makes a mistake, no reaction."

"The 46th minute - red card!"

Know your athlete







Vermarktung von Sportlern - Lizenzvertrag

- Typengemischter Vertrag, mit Elementen des Kauf- und des Pachtvertrags
- Erlaubt zeitweilige Benutzung eines gewerblichen Schutzrechts (u.a. Markenlizenz, Designlizenz) bzw. von urheberrechtlichen Nutzungs- und Verwertungsrechten
- Wichtiges Werkzeug für den Lizenzgeber, um Abnehmerkreis bzw. das Warensortiment zu erweitern

Vermarktung von Sportlern - Lizenzgegenstand

- Marke
- Design
- Patent
- Urheberrechte (bzw. Nutzungs- und Verwertungsrechte)
- Know-how / Geschäftsgeheimnisse

Marken von Athleten

Usain St. Leo Bolt



Marken von Athleten

Usain St. Leo Bolt

Q

Eyewear and accessories, namely eyeglasses, sunglasses, eyewear cases, eyewear frames and chains and cords for eyewear.

14

Clocks and watches; jewellery, namely, necklaces, bracelets, earrings, jewellery pins, rings, anklets, cufflinks, tie pins, pendants.

16

Paper, cardboard and goods made from these materials, namely, photographs, pictures, picture books, picture post cards, posters, invitation s, calendars, bank checks, art prints, note books, books on the subject of athletics and sports, magazines and newsletters on the subject of athletics and sports, stationery, colouring books, comic books, autograph books, stickers, bumper stickers, decals, cardboard boxes, cardbo ard containers, paper bags, cardboard hangtags, trading cards, binders, paper flags and pennants, paper banners, paper boxes, paper containers, paper signs.

18

Leather and imitations of leather, bags and other cases not adapted to the product they are intended to contain and small articles of leather, purses, pocket wallets, key cases; carrying bags, traveling bags, sport bags, sacks, carry-all bags, knapsacks, school bags, waist bags, toilet bags, trunks and traveling cases; umbrellas, parasols and walking sticks.

25

Clothing, footwear, headgear.

28

Games and playthings; gymnastic and sporting articles (included in this class); balls for games; tennis rackets, cricket bats, golf clubs, hock ey sticks, rackets for table tennis, badminton and squash; bags and cases for sporting apparatus, adapted for the products they are intended to contain; bags, cases and covers for tennis/table tennis/badminton/squash rackets, for cricket bats, golf clubs and hockey sticks; roller skates and ice skates; tables and nets for table tennis.

Lizenzgegenstand

- In die "Zukunft" denken
- Waren und Dienstleistungen "breit" anmelden
- Territoriale Reichweite bedenken
- Markenüberwachung essentiell
- * "Je weiter die Rechte, desto mehr €€€"

Lizenzgegenstand



Lizenzgegenstand – Name und "Personal Characteristics"



Verträge mit Athleten

- Welche Rechte hat der Spieler?
- Wer hält diese Rechte des Spielers: Manager, Spieler, IP-Holding, etc.?
- Darf der Sponsor neue Rechte anmelden?
- Welche Konkurrenzprodukte aus welchem Segment darf der Spieler nicht bewerben?
- Ausnahmen bei anderen Verpflichtungen (Verein v. Nationalmannschaft)
- "Due Diligence"
- Ausgestaltung der Verpflichtung, Produkte zu tragen und zu bewerben

Wenn der Spieler nicht trägt, was er soll...



Wenn der Spieler nicht trägt, was er soll...

OLG Nürnberg, Urteil 06.04.2021, 3 U 2801/19 in SpuRt 2021, 167

- Verträge mit dem Sportler (Player's Guarantee) und dem Vermarkter
- Welche Pflichten hat der Sportler, welche der Vermarkter?
- Ist der Vermarkter Erfüllungsgehilfe des Sportlers?
- Was passiert, wenn der Sportler nicht mitmacht, was ist der Schaden?
- Steigt der Schaden, wenn der Sportler zur Konkurrenz geht?
- "Angemessenheit" der Vertragsstrafe
- Wie haftet der Vermarkter?
- Durchsetzung der Vertragsstrafe v. Ruf am Markt, gegen Sportler vorzugehen

Sportler als Influencer

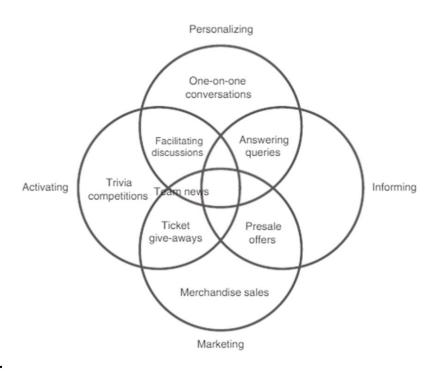




Sportler als Influencer

Influencer

- haben eine vertrauensvolle "Stimme"
- generieren Umsatz und kreieren Content
- erzeugen Markenbekanntheit und Beziehungen zu Marken und Produkten
- sind Könner der Kommunikation
- sind kreativ
- kennen ihre Zielgruppe und Follower
- geben Marken Zugang zur Zielgruppe
- bieten eine gute Möglichkeit der Auswertung der Follower-Daten



Fallstricke beim Influencer Marketing

- Ruf und Image des Influncers passen nicht zur Brand
- Marketing geht an Zielgruppe vorbei (einseitige Kanäle und Kampganen)
- Schlechte Datenauswertung
- Keine Prüfung von "Follower Fraud"
- Unregelmäßige Kampagnen
- Rufschädigende Posts
- Verstoß gegen werberechtliche Vorgaben

Rufschädigende Posts

'These are trash!' Is Kyrie Irving's rant about his Nike shoes the next step of athlete empowerment?

While an isolated incident, it reflects just how far we've come from hold-the-sneaker-and-smile.





Rufschädigende Posts

Rant over golden steak costs footballer Ribéry dear



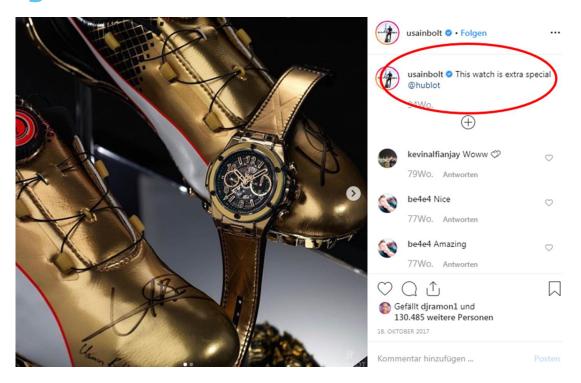
Franck Ribéry in action for Bayern Munich and in the video he posted of himself with a £1,000 steak

Bayern Munich has fined its star French winger Franck Ribéry after he was accused of decadence for tucking into a £1,000 steak in Dubai covered in gold leaf and responding with an expletive-laden tirade.

Irreführende Werbung







Irreführende Werbung

- Beachtung der entsprechenden rechtlichen Rahmenbedingungen (UWG/unfair competition/passing off)
- Werbemaßnahme muss klar erkennbar und passend dem jeweiligen Medium als Werbung gekennzeichnet sein
- Andere Länder, andere Sitten (FTC Endorsement Guides, <u>Link</u>)
- #Advertising bzw. #Werbung ausreichend?
- Haftung des Unternehmens bei Verstoß des Influencers
- Vertrag: Pflicht zur Beachtung der gesetzlichen Vorgaben, Freistellung, Social Media Policy, außerordentliches Kündigungsrecht
- ❖ BGH Rechtsprechung Influencer I-III

Social media policy

- Social Media Policy für Influencer (aber auch Unternehmensintern)
- Verbot von Posts mit bestimmten Inhalt
 - nicht diskriminierend/rassistisch
 - nicht politisch
 - nicht beleidigend
 - keine Verletzung von Rechten Dritter
 - keine Bewerbung der Konkurrenz

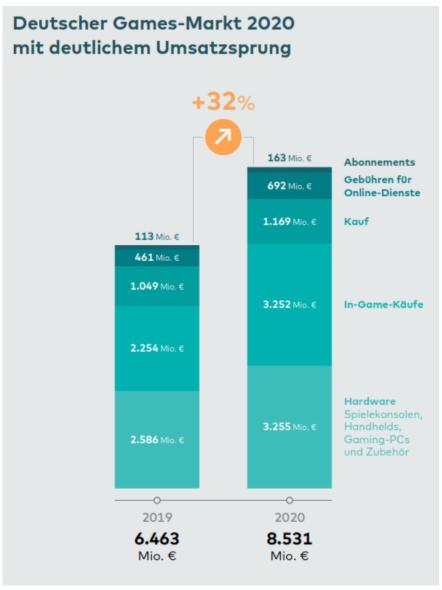
Der "angemaßte" Influencer





Der "angemaßte" Influencer

- Influencer nicht offiziell für Unternehmen tätig
- "Fake it to make it"
- Schädigung des Rufs der Marke
- Influencer generieren hierdurch viel Aufmerksamkeit (500.000 "likes" in 12 Stunden)
- Ansprüche der Brand aus Markenrecht, Urheberrecht und UWG
- Brand protection durch Scannen von Instagram & Co. ("#-searches")



IP-Rechte am Inhalt eines Spiels



Who Owns the Copyright to Tattoos? A Court Issues a Landmark Ruling Over LeBron James and Other NBA Stars' Right to License Their Body Art

LeBron James says he has the right to license his own likeness, and that includes his tattoos.

Taylor Dafoe, March 30, 2020



IP-Rechte am Inhalt eines Spiels



- Veranstalter muss Rechte für die Darstellung des Spiels haben
- Rechte der Spieler an eigener Performance/Strategie?
- Probleme des "Ambush Marketing"
- Einblendungen von Werbungen nur mit Einwilligung?
- Rechte der Spieler an "Customised Content"/Skins?

- Doping im E-Sport: Cheat Bots bzw. Optimierung des eigenen Spiel Charakters
- Verstöße der Hersteller von Bots
 - Urheberrecht
 - UWG
 - Verleitung zum Vertragsbruch
- Verstöße der Spieler
 - Vertragsverstoß
 - Teilnahmebedingungen eines Turniers
 - Urheberrecht



Home > Rebornbuddy 1 Month 1 Session

Rebornbuddy 1 Month 1 Session

€12.95



Rebornbuddy 1 Month 1 Session

REBORNBUDDY THE BOT FOR FF14: ARR

Questing, Fates, Grinding, Gathering and Raidbot for FF14: A Realm Reborn

- Supports DirectX11 only
- · Questing Leveling and Seasonal profiles
- · Fully featured Crafting System
- · Extensive open API
- · Works with Windows 7 W10
- · Easy to setup No need to setup hotkeys/keybinds



E V E R S H E D S S U T H E R L A N D



Dr. Thomas J. Farkas, LL.M. *Principal Associate*

T: +49 40 80 80 94 279

thomasfarkas@ eversheds-sutherland.com

eversheds-sutherland.de

This information pack is intended as a guide only. Whilst the information it contains is believed to be correct, it is not a substitute for appropriate legal advice. Eversheds Sutherland (International) LLP can take no responsibility for actions taken based on the information contained in this pack.