

Sport | 16.08.2012 | Lesezeit 2 Min.

Copyright auf Erfolg

Mega-Events wie die Fußballeuropameisterschaft und die Olympischen Spiele beschenken ihren Veranstaltern Umsatzrekorde. Waren früher Tickets die Haupteinnahmequelle, sind es heute die Rundfunk- und Werbelizenzen - abgesichert durch ein professionelles Management von Marken- und Namensrechten.

Die diesjährige Fußballeuropameisterschaft hat der UEFA Rekorderlöse von knapp 1,4 Milliarden Euro beschert (Grafik).

Bei der EM in Polen und der Ukraine sorgten Rundfunkrechte für 60 Prozent der Gesamteinnahmen, Sponsorengelder für weitere 25 bis 30 Prozent und Ticketverkäufe gerade einmal für 10 bis 15 Prozent.



Das war früher noch anders: Bei der EM 1996 wurde nur ein Drittel der Einnahmen durch Rundfunkrechte erwirtschaftet, das Gros der Umsätze resultierte seinerzeit noch aus Ticketverkäufen.

Ohne ein professionelles Rechte-Management wäre diese Wende nicht möglich gewesen. Denn Unternehmen sind nur bereit, Sponsorengelder lockerzumachen, wenn ihnen im Gegenzug eine gewisse Exklusivität garantiert wird; Gleiches gilt für die Sendeanstalten in Bezug auf Rundfunkrechte. Und Polizei, Zoll oder Handelsorganisationen können ohnehin nur dann gegen Verletzungen geistigen Eigentums vorgehen, wenn es ein dokumentiertes Schutzrecht gibt.

Folglich hat sich die UEFA weltweit sämtliche Marken- und Namensrechte rund um die Euro 2012 schützen lassen – dazu zählen unter anderem das Emblem, die Maskottchen und auch der silberne EM-Pokal.

Trittbrettfahrer versuchen immer wieder, zum Verwechseln ähnliche Marken anzumelden, gefälschte oder nachgemachte Produkte auf den Markt zu bringen oder durch andere Betrügereien vom positiven Image sportlicher Großereignisse zu profitieren. Im Vorfeld der Europameisterschaft ist die UEFA jedoch erfolgreich gegen mehr als 400 Verstöße gegen Marken- und Namensrechte vorgegangen. In gut 40 Fällen mussten die nachgeahmten Produkte zerstört werden. Wie viel an Strafzahlungen geflossen ist, behält die UEFA allerdings für sich.

Bei Olympia sieht es nicht viel anders aus. Auch das Internationale Olympische Komitee (IOC) setzt inzwischen auf ein professionelles Management der Markenrechte. Für die aktuellen Sommerspiele hat es sich rechtzeitig die Marke „London 2012“ sowie weitere Bild- und Wortmarken weltweit und für sämtliche Produktklassen der Nizza-Klassifikation (Kasten) schützen lassen. Parallel dazu hatte sich das IOC bereits im Jahr 2003 präventiv die Marken „Madrid 2012“, „Paris 2012“, „Moskow 2012“ sowie „New York 2012“ gesichert. Den Markenschutz für die vier nicht zum Zuge gekommenen Bewerberstädte hat das IOC am 11. Juli 2005 wieder aufgegeben – fünf Tage nach der Bekanntgabe Londons als Austragungsort.

Die Nizza-Klassifikation

Die International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks, kurz Nizza-Klassifikation genannt, ist ein internationales Abkommen. Für 45 Kategorien (z.B. Chemikalien, Videospiele, Gastronomiedienstleistungen) können demnach Schutzrechte erteilt werden. In Deutschland ist dafür in erster Linie das Deutsche Patent- und Markenamt zuständig. Der Inhaber eines Schutzrechts kann anderen Personen die Benutzung des geschützten Inhalts untersagen oder gegen Zahlung einer entsprechenden Lizenzgebühr erlauben.

Kernaussagen in Kürze:

- Die diesjährige Fußball Europameisterschaft hat der UEFA Rekorderlöse von knapp 1,4 Milliarden Euro beschert.
- Bei der EM in Polen und der Ukraine sorgten Rundfunkrechte für 60 Prozent der Gesamteinnahmen, Sponsorengelder für weitere 25 bis 30 Prozent und Ticketverkäufe gerade einmal für 10 bis 15 Prozent.
- Das war früher noch anders: Bei der EM 1996 wurde nur ein Drittel der Einnahmen durch Rundfunkrechte erwirtschaftet, das Gros der Umsätze

resultierte seinerzeit noch aus Ticketverkäufen.