



INDIVIDUALVERMARKTUNGS- RICHTLINIE

Richtlinie zur individuellen Nutzung und Verwertung medialer Vermarktungsrechte an den Spielen der Bundesliga und 2. Bundesliga ab der Spielzeit 2021/2022 (IVR)

Inhaltsverzeichnis

PRÄAMBEL	5
ABSCHNITT A. ALLGEMEINER TEIL	6
1. Begriffsbestimmungen.....	6
2. Grundsätze der Individualvermarktung.....	6
2.1. Clubspezifität.....	6
2.2. Bündelungsverbot.....	6
2.3. Assoziierungsverbot und Freihaltegebot.....	8
2.4. Unterstützung gemeinschaftlich vermarkteter Rechte.....	8
3. Rechteeinräumungen und Einholung von Rechten Dritter	9
3.1. Nicht-exklusive Rechteeinräumung	9
3.2. Nutzung und Verwertung nicht vergebener Verwertungsrechte	9
3.3. Wechselseitige Rechteeinräumung medialer Vermarktungsrechte	10
3.4. Rechte Dritter; Einholung von Persönlichkeitsrechten.....	10
4. Übertragung und sonstige Verfügungen über die medialen Vermarktungsrechte ...	11
5. Schutz vor unberechtigter Nutzung; kein Download-to-own.....	11
6. Abschließende Regelung; Medienrichtlinien und Durchführungsbestimmungen	12
6.1. Abschließende Regelung; Ausnahmeverbehalt	12
6.2. Medienrichtlinien und dazu erlassene Durchführungsbestimmungen.....	13
ABSCHNITT B. AUDIOVISUELLE VERWERTUNGSRECHTE	14
7. Signalproduktion und Mitwirkungspflichten	14
7.1. Grundsatz der Signalproduktion durch den DFL e.V.....	14
7.2. Mitwirkungspflichten.....	14
7.3. Signalproduktion durch den Club.....	17
8. Technische Bereitstellungen	18
8.1. Bereitstellungen durch den DFL e.V.....	18
8.2. Bereitstellungen durch die Clubs	19
9. Nutzung in clubeigenen Medien	20
9.1. Pay-Verwertung	20

9.2. Free-Verwertung.....	21
10. Verwertung durch Rundfunkveranstalter	23
11. Nutzung und Verwertung des PK-Signals.....	24
12. Nutzung für clubbezogene Dokumentationen.....	25
13. Nutzung im Stadion	25
13.1. Stadion-TV	25
13.2. Stadion-App.....	26
14. Nutzung und Verwertung für werbliche Maßnahmen	26
14.1. Werbliche Maßnahmen durch den Club.....	26
14.2. Werbliche Maßnahmen für und/oder durch Dritte	26
15. Nutzung für Spiel- und Spieleranalysen.....	27
ABSCHNITT C. AUDIO-VERWERTUNGSRECHTE	28
16. Clubradio und Blindenreportage	28
16.1. Verwertung.....	28
16.2. Bereitstellung	28
17. Verwertung durch einen Rundfunkveranstalter.....	29
17.1. Live-Verwertung durch einen Rundfunkveranstalter.....	29
17.2. Zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung.....	29
17.3. Keine kumulierte Nutzung mit weiteren Audio-Verwertungsrechten.....	29
ABSCHNITT D. SPIELDATEN	30
18. Erhebung von Spieldaten.....	30
18.1. Erhebung offizieller Spieldaten durch den DFL e.V.....	30
18.2. Eigenerhobene Spieldaten des Clubs.....	30
18.3. Erhebung von ELAS-Daten des Clubs.....	30
19. Bereitstellung offizieller Spieldaten; Kosten und Löschung.....	30
20. Nutzung von Spieldaten	31
20.1. Nutzung von Spieldaten zwecks Spiel- und Spieleranalyse	31
20.2. Nutzung von offiziellen Spieldaten in clubeigenen Medien.....	31
20.3. Nutzung für werbliche und sonstige kommerzielle Zwecke.....	31
21. Einbindung von Dienstleistern.....	32

22. Sonstige Vermarktung durch den DFL e.V. und die DFL GmbH	32
ABSCHNITT E. VERFAHRENSRECHTLICHE BESTIMMUNGEN	33
23. Allgemeine Rücksichtnahme- und Informationspflichten	33
24. Einbindung der IVR in individuelle Verwertungsverträge	33
25. Laufzeit individueller Verwertungsverträge.....	33
26. Einnahmen aus der individuellen Vermarktung gemäß IVR.....	34
27. Sanktionen bei Verstößen gegen die IVR	34
28. Streitigkeiten.....	34
29. Inkrafttreten.....	34
ABSCHNITT F. BEGRIFFSBESTIMMUNGEN	35

PRÄAMBEL

Gemäß § 4 Nr. 1 e) seiner Satzung ist es Zweck und Aufgabe des DFL e.V., die wirtschaftlichen Interessen der Clubs als Solidargemeinschaft gegenüber Verbänden und Dritten wahrzunehmen. Um dies zu erreichen, ist der DFL e.V. nach § 6 Nr. 2 a) seiner Satzung berechtigt, die sich aus dem Betrieb der Bundesliga und 2. Bundesliga ergebenden Vermarktungsrechte sowie die Vermarktungsrechte aus anderen Wettbewerben, an denen sich Mitglieder des DFL e.V. beteiligen, exklusiv und in eigenem Namen nach Maßgabe der OVR zu verwerten. Gemäß § 19 Nr. 2 seiner Satzung hat der DFL e.V. die DFL GmbH mit der Wahrnehmung dieser Aufgaben beauftragt.

Zu den durch den DFL e.V. vermarkteten Rechten zählen gemäß § 9 OVR insbesondere Fernsehrechte (audiovisuelle Verwertungsrechte) und Hörfunkrechte (Audio-Verwertungsrechte). Die kommerzielle Aktivität des DFL e.V. umfasst nach § 5 OVR darüber hinaus die Realisierung der Gemeinschaftsinteressen in anderen wirtschaftlichen Bereichen, wie etwa durch die Erhebung und Vermarktung von offiziellen Spieldaten.

Jeder Club verfügt nach Maßgabe der IVR über das Recht, audiovisuelle Verwertungsrechte, Audio-Verwertungsrechte und Spieldaten auch individuell zu nutzen und im Rahmen einer Individualvermarktung zu verwerten. Vermarktungsrechte der Clubs gemäß der OVR sowie in anderen wirtschaftlichen Bereichen bleiben von den Bestimmungen der IVR unberührt und unterliegen den jeweiligen für sie geltenden Regelungen der Satzung und des Ligastatuts des DFL e.V.

ABSCHNITT A.

ALLGEMEINER TEIL

1. BEGRIFFSBESTIMMUNGEN

Soweit in der IVR Begriffe verwendet werden, die in Abschnitt F. „Begriffsbestimmungen“ definiert sind, haben diese Begriffe die dort zugewiesene Bedeutung, die bei der Anwendung und Auslegung der Bestimmungen der IVR einschließlich ihrer Präambel zugrunde zu legen ist.

2. GRUNDSÄTZE DER INDIVIDUALVERMARKTUNG

2.1. Clubspezifität

In Abgrenzung zu der individuellen Vermarktung durch andere Clubs und der gemeinschaftlichen Vermarktung durch den DFL e.V., ist der Club im Rahmen seiner Individualvermarktung verpflichtet, eine eindeutige Zuordnung der Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte zu dem Club sicherzustellen. Um die geforderte Clubspezifität zu gewährleisten, sind alle Nutzungen und/oder Verwertungen der medialen Vermarktungsrechte inhaltlich bzw. in der redaktionellen Ausgestaltung auf den Club auszurichten sowie ausdrücklich und für Dritte eindeutig erkennbar als individuelle, clubbezogene Nutzung und/oder Verwertung zu kennzeichnen. Dafür hat der Club insbesondere sicherzustellen, dass

- allen Angeboten/Produkten der Name oder Bestandteile des Namens und das Logo des Clubs beigefügt werden; und
- keine DFL-Elemente verwendet werden, es sei denn, diese sind integraler Bestandteil der von dem DFL e.V. bereitgestellten Verwertungsinhalte oder werden rein beschreibend verwendet, z.B. für die Darstellung von Ergebnisübersichten oder Tabellen der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga, oder dienen allein des Hinweises auf die Zugehörigkeit des Clubs zur Bundesliga bzw. 2. Bundesliga.

2.2. Bündelungsverbot

Der Club hat zu gewährleisten, dass die medialen Vermarktungsrechte nur so genutzt und verwertet werden, dass keine Angebote/Produkte hergestellt

werden, die die Bundesliga und/oder 2. Bundesliga in ihrer Gesamtheit oder in relevanten, nicht unwesentlichen Teilen beinhaltet. Es ist daher von jedem Club, insbesondere bei Abschluss individueller Verwertungsverträge sicherzustellen, dass die medialen Vermarktungsrechte ausschließlich unter Beachtung der nachfolgenden Regelungen genutzt und/oder verwertet werden:

- a) Verbot der Angebots- und Produktbündelung: Die medialen Vermarktungsrechte eines Clubs dürfen nicht mit medialen Vermarktungsrechten eines oder mehrerer anderer Clubs zu einem Angebot/Produkt zusammengefasst oder zu diesem Zweck angeboten werden.

Das Verbot der Angebots- und Produktbündelung beinhaltet insbesondere die Pflicht des Clubs, im Rahmen seiner Individualvermarktung sicherzustellen, dass die medialen Vermarktungsrechte des Clubs nicht derart mit medialen Vermarktungsrechten anderer Clubs in einem Angebot/Produkt, insbesondere in einer Sendung, gebündelt werden, dass sie als Substitut zu Sendungen, Angeboten, Produkten oder sonstigen Verwertungen von Vertragspartnern des DFL e.V. wirken.

Nicht verboten ist die Verwertung der medialen Vermarktungsrechte mehrerer Clubs über einen Rundfunkveranstalter/auf einem Sender, über einen Plattformbetreiber/auf einer Plattform oder über einen Diensteanbieter/im Rahmen eines Telemediendienstes, wenn dies in unterschiedlichen, voneinander getrennten Angeboten/Produkten und unter jeweils vollständig eigener redaktioneller Verantwortlichkeit der jeweiligen Clubs für ihre eigenen Angebote/Produkte erfolgt (z.B. in clubspezifischen Kanälen in sozialen Netzwerken).

- b) Verbot der Preisbündelung: Die Art und Höhe der Gegenleistung für die Nutzung oder den Erwerb des Angebots/Produkts des einen Clubs darf nicht davon abhängig sein, dass dieses in Verbindung mit dem Angebot/Produkt eines oder mehrerer anderer Clubs erworben oder genutzt werden kann.
- c) Verbot der gebündelten Vermarktung: Die medialen Vermarktungsrechte eines Clubs dürfen nicht zusammen mit medialen Vermarktungsrechten eines oder mehrerer anderer Clubs beworben oder sonst vermarktet werden. Das Verbot der gebündelten Vermarktung gilt auch, sofern die Verwertung der medialen Vermarktungsrechte mehrerer Clubs über einen

Rundfunkveranstalter/auf einem Sender, über einen Plattformbetreiber/einer Plattform oder über einen Diensteanbieter/eines Telemediendienstes in unterschiedlichen, voneinander getrennten Angeboten/Produkten erfolgt.

- d) Verbot der bundesligabezogenen Vermarktung: Die medialen Vermarktungsrechte eines Clubs dürfen nicht mit Bezug zu den Wettbewerben der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga, insbesondere unter Verwendung von DFL-Marken, beworben oder vermarktet werden, es sei denn, die Bezugnahme dient allein der Beschreibung der Zugehörigkeit des Clubs zur Bundesliga bzw. 2. Bundesliga.

2.3. Assoziierungsverbot und Freihaltegebot

Bei der Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch die Clubs darf Werbung für oder durch Dritte, beispielsweise als klassische Werbeblöcke, als Sonderwerbformen und/oder in Form eines Sponsorings, nur unter den folgenden Voraussetzungen eingebunden werden.

- a) Assoziierungsverbot: Dritte dürfen nicht als Partner der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga dargestellt werden oder verstanden werden können und auch nicht auf andere Weise direkt oder indirekt sich selbst und/oder andere Dritte, Produkte oder Dienstleistungen mit der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga in Verbindung bringen.
- b) Freihaltegebot: Verwertungsinhalte, die den Clubs durch den DFL e.V. bereitgestellt werden, dürfen nicht mit Werbung oder anderen nicht redaktionellen Inhalten ganz oder teilweise verbunden und/oder diese in sonstiger Form in die Verwertungsinhalte integriert werden. Die Berechtigung der Clubs zur Einbindung von Werbung im Umfeld der durch den DFL e.V. bereitgestellten Verwertungsinhalte ohne Verbindung der Werbung mit oder deren Integration in diese Verwertungsinhalte, sowie die Vermarktung der von dem jeweiligen Club hergestellten Stadionbilder, sonstigen Club-Produktionen sowie der Angebote/Produkte insgesamt bleibt von dem Freihaltegebot unberührt.

2.4. Unterstützung gemeinschaftlich vermarkteter Rechte

Der Club wird die gemeinschaftliche Vermarktung der Bundesliga und 2. Bundesliga durch den DFL e.V. insbesondere in folgender Form unterstützen:

- Zur Gewährleistung einer hohen (Produkt-)Qualität wird der Club an der Erstellung von Sendungen, Angeboten, Produkten oder sonstigen Verwertungen durch Vertragspartner des DFL e.V. mitwirken.
- Der Club wird sich daran beteiligen, eine synergetische Wechselwirkung zwischen der Individualvermarktung des Clubs und der gemeinschaftlichen Vermarktung durch den DFL e.V. zu erreichen. Der Club wird daher – vorbehaltlich der ihm zustehenden inhaltlichen Ausgestaltung und seiner redaktionellen Gestaltungshoheit im Rahmen der Individualvermarktung – auf verfügbare Sendungen, Angebote, Produkte oder sonstige Verwertungen audiovisueller Verwertungsrechte, von Audio-Verwertungsrechten und/oder von offiziellen Spieldaten durch Vertragspartner des DFL e.V. hinweisen, die den Endnutzer über die Bundesliga und/oder 2. Bundesliga informieren.

3. RECHTEEINRÄUMUNGEN UND EINHOLUNG VON RECHTEN DRITTER

3.1. Nicht-exklusive Rechteeinräumung

Aufgrund der gleichzeitigen gemeinschaftlichen Verwertung durch den DFL e.V. und der Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch andere Clubs sind sämtliche dem Club zur Verfügung stehenden medialen Vermarktungsrechte nur nicht-exklusiv, es sei denn, die IVR bezeichnet einzelne Nutzungen und/oder Verwertungen ausdrücklich als exklusiv.

3.2. Nutzung und Verwertung nicht vergebener Verwertungsrechte

- a) Nicht-exklusive Nutzung und Verwertung durch die Clubs: Sofern und soweit der DFL e.V. für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland über ein zum Erwerb durch Dritte ausgeschriebenes Verwertungsrecht paket für eine Live-Verwertung der Spiele bis Ablauf von einem Monat nach dem ersten Spieltag einer Spielzeit weder einen Verwertungsvertrag abgeschlossen noch ein Angebot für eine eigene Verwertung produziert und die Verwertung selbst oder in Kooperation mit einem Dritten aufgenommen hat, können die durch den DFL e.V. nicht vergebenen und vom DFL e.V. nicht selbst genutzten Verwertungsrechte ab diesem Zeitpunkt bis zum Ende der betreffenden Spielzeit auf nicht-exklusiver Basis auch von dem Heimclub des die jeweiligen Verwertungsrechte betreffenden Spiels

genutzt und verwertet werden. Der Heimclub ist in diesem Fall in der Vermarktung der durch den DFL e.V. nicht vergebenen Verwertungsrechte frei, muss dabei jedoch die in Ziffer 2. niedergelegten übergeordneten Grundsätze für die Individualvermarktung, die in Abschnitt E. aufgeführten verfahrensrechtlichen Bestimmungen sowie die mit dem jeweiligen nicht vergebenen und nicht genutzten Verwertungsrecht verbundenen vertraglichen Rahmenbedingungen, über welche die DFL GmbH Auskunft gibt, beachten und einhalten.

- b) Nachträgliche Vergabe durch den DFL e.V.: Das Recht nach Ziffer 3.2. a) schließt nicht aus, dass der DFL e.V. auch nach Ablauf von einem Monat nach dem ersten Spieltag einer Spielzeit die betroffenen Verwertungsrechte einem Erwerber einräumt. In diesem Fall ist der DFL e.V. jedoch auf Grund etwaiger paralleler Nutzung und/oder Verwertung durch den Heimclub nur dazu berechtigt, das betreffende Verwertungsrecht auf nicht-exklusiver Basis zu vergeben.

3.3. Wechselseitige Rechteeinräumung medialer Vermarktungsrechte

Soweit die Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch einen Club die medialen Vermarktungsrechte eines anderen Clubs zwangsläufig berühren, zum Beispiel bei Nutzung und Verwertung von Spielbildern und Archivspielbildern aufgrund der Darstellung beider an dem Spiel beteiligter Mannschaften, räumen sich die Clubs die entsprechenden Rechte, sofern erforderlich und beschränkt auf den Zweck einer Nutzung und Verwertung nach Maßgabe der IVR, wechselseitig ein. Die wechselseitige Rechteeinräumung umfasst insbesondere auch die Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch Dritte zu den in Ziffer 14. und Ziffer 20.3. genannten Zwecken.

3.4. Rechte Dritter; Einholung von Persönlichkeitsrechten

Der Club hat bei der Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte sicherzustellen, dass die hierfür erforderlichen Einwilligungen, Gestattungen und/oder Nutzungsrechte Dritter, insbesondere die Einwilligungen der Spieler in die Nutzung und Verwertung ihrer Persönlichkeitsrechte, soweit sie nicht Bestandteil der medialen Vermarktungsrechte sind, vorliegen. Dafür hat der Club, insbesondere bei einer Nutzung und Verwertung der medialen

Vermarktungsrechte durch Dritte zu den in Ziffer 14. und Ziffer 20.3. genannten Zwecken, vor der betreffenden Nutzung und/oder Verwertung eine Rechtklärung mit den anderen Clubs und dem betroffenen Dritten vorzunehmen und sich, soweit erforderlich, die entsprechenden Einwilligungen, Gestattungen und/oder Nutzungsrechte erteilen zu lassen.

4. ÜBERTRAGUNG UND SONSTIGE VERFÜGUNGEN ÜBER DIE MEDIALEN VERMARKTUNGSRECHTE

Die Übertragung von medialen Vermarktungsrechten oder Teilen davon an Dritte und/oder eine sonstige Verfügung ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der DFL GmbH und gegebenenfalls weiterer Rechtemithaber zulässig. Sofern die IVR eine Verwertung der medialen Vermarktungsrechte gemeinsam mit und/oder durch Dritte zulässt, darf der jeweilige Club diesen Dritten nur Nutzungs- und Verwertungsrechte einräumen (Lizenzierung). Lizenzierungen bedürfen keiner vorherigen Zustimmung; entsprechende individuelle Verwertungsverträge des Clubs sind der DFL GmbH gemäß Ziffer 24. auf Anforderung unverzüglich vorzulegen.

Die dem Club zur Lizenzierung an Dritte zustehenden medialen Vermarktungsrechte sind inhaltlich, zeitlich und örtlich stets auf die in der IVR in ihrer jeweils gültigen Fassung geregelten Verwertungen beschränkt. Der Club ist verpflichtet, sowohl diese Beschränkung in seine individuellen Verwertungsverträge aufzunehmen, als auch eine Übertragung und/oder sonstige Verfügung über die medialen Vermarktungsrechte durch seine Vertragspartner auszuschließen. Für den Fall der Zuwiderhandlung durch einen Vertragspartner des Clubs bzw. dessen Lizenznehmer hat der Club in seinen individuellen Verwertungsverträgen hinreichende Sanktions- und Restitutionsmöglichkeiten vorzusehen.

5. SCHUTZ VOR UNBERECHTIGTER NUTZUNG; KEIN DOWNLOAD-TO-OWN

Zum Schutz vor einer unberechtigten Nutzung und Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch unbefugte Dritte, insbesondere durch Vervielfäl-

tigungen, öffentliche Zugänglichmachung, und/oder (Weiter-)Sendungen oder sonstige öffentliche Wiedergabeformen, hat der Club ein geeignetes Rechtemanagement-System vorzuhalten und gemäß den jeweils aktuellen technischen Standards einzusetzen bzw. durch seine Vertragspartner einsetzen zu lassen.

Aufgrund fehlender Kontrolle der (Weiter-)Verbreitung und Vervielfältigung ist der Club nicht berechtigt, Endnutzern Verwertungsinhalte zur dauerhaften Speicherung (Download-to-own) zur Verfügung zu stellen. Sämtliche medialen Vermarktungsrechte erfassen daher insbesondere ausdrücklich nicht das Recht, Verwertungsinhalte für eine dauerhafte Speicherung oder sonstige Vervielfältigung und/oder Verbreitung oder öffentliche Wiedergabe durch Endnutzer zu nutzen und/oder zu verwerten. Der Club hat durch entsprechende technische Maßnahmen eine dauerhafte Speicherung oder sonstige Vervielfältigung sowie eine Weiterverbreitung und öffentliche Wiedergabe durch Endnutzer auszuschließen.

6. ABSCHLIEßENDE REGELUNG; MEDIENRICHTLINIEN UND DURCHFÜHRUNGSBESTIMMUNGEN

6.1. Abschließende Regelung; Ausnahmeverbehalt

Die IVR legt die dem Club zur Verfügung stehenden medialen Vermarktungsrechte sowie die zulässigen Nutzungen und Verwertungen abschließend fest. Weitergehende Rechte zur Nutzung und Verwertung von audiovisuellen Verwertungsrechten, Audio-Verwertungsrechten und/oder Spieldaten stehen dem Club nicht zu.

Ausnahmen zu einzelnen Regelungen der IVR sind nur im Einzelfall und nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung durch die DFL GmbH möglich. Der Club ist im Fall eines Antrags auf Erteilung einer Ausnahme zu einzelnen Regelungen der IVR gehalten, der DFL GmbH den Antrag rechtzeitig, das heißt mit einer der beantragten Ausnahme angemessenen Vorlaufzeit, mit allen für die Entscheidung über den Antrag erforderlichen Informationen

- über die geplante Nutzung und/oder Verwertung der in Frage stehenden medialen Vermarktungsrechte; und

- mit einer Begründung, warum in dem beantragten Einzelfall eine Ausnahme zu der maßgeblichen Regelung der IVR erteilt werden soll,

vorzulegen. Die DFL GmbH wird über den Antrag entscheiden und bei ihrer Entscheidung insbesondere die Vereinbarkeit der durch den Club geplanten Nutzung und/oder Verwertung mit dem regulatorischen Gesamtkonzept der IVR, individuellen Verwertungsverträgen anderer Clubs und bestehenden Verträgen des DFL e.V. über gemeinschaftlich vermarktete Rechte als Entscheidungskriterien zugrunde legen. Ein Anspruch des Clubs auf Erteilung einer Ausnahme besteht nicht.

6.2. Medienrichtlinien und dazu erlassene Durchführungsbestimmungen

Die IVR steht in engem Zusammenhang mit den Medienrichtlinien, die den personellen und infrastrukturellen Rahmen für die mediale Vermarktung der Bundesliga und 2. Bundesliga festlegen, sowie den dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen. Die Durchführungsbestimmungen zu den Medienrichtlinien regeln technische, organisatorische und personelle Vorgaben für die in der IVR geregelten Signalproduktionen, die technischen Bereitstellungen und die Erhebung von Spieldaten legen insbesondere die Voraussetzungen für eine Akkreditierung, die Medienarbeitsbereiche innerhalb der Stadien, die Stadion-Zutrittsrechte und die redaktionellen Berechtigungen in den Medienarbeitsbereichen fest. Vor Erlass der Durchführungsbestimmungen zu den Medienrichtlinien wird die Kommission Clubmedien konsultiert.

ABSCHNITT B.

AUDIOVISUELLE VERWERTUNGSRECHTE

7. SIGNALPRODUKTION UND MITWIRKUNGSPFLICHTEN

7.1. Grundsatz der Signalproduktion durch den DFL e.V.

Grundsätzlich ist alleine der DFL e.V. berechtigt, Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele zu produzieren oder durch Dritte, einschließlich der Vertragspartner des DFL e.V., produzieren zu lassen. Derzeit produziert im Auftrag des DFL e.V. die Sportcast das Basissignal und das PK-Signal, die Sportec Solutions das Scouting-Feed und die DFL Digital Sports weitere audiovisuelle Inhalte im Zusammenhang mit den Spielen für das Internationale Produkt-Portfolio.

7.2. Mitwirkungspflichten

Der Club ist zur Unterstützung der gemeinschaftlich vermarkteten Rechte nach Maßgabe und im Umfang der nachfolgenden Regelungen verpflichtet, die Signalproduktion des DFL e.V. und/oder der Vertragspartner des DFL e.V. zu unterstützen sowie dem DFL e.V. und/oder einem von diesem berechtigten Dritten die Erstellung sonstiger DFL-Produktionen zu ermöglichen.

a) Interviews vor dem Spiel: Der Club ist verpflichtet, am Spieltag, vor dem jeweiligen Spiel, den Trainer, einen sportlich Verantwortlichen oder einen in vergleichbarem öffentlichem Interesse stehenden Clubverantwortlichen für ein Interview des/der nationalen audiovisuellen Live-Verwerter(s) des betreffenden Spiels abzustellen.

Darüber hinaus ist der Club verpflichtet, einen Spieler, den Trainer, einen nicht für den Kader des betreffenden Spiels nominierten Spieler, einen sportlich Verantwortlichen oder einen Co-Trainer für ein Flash-Interview, das die DFL Digital Sports oder ein anderer seitens des DFL e.V. beauftragter Dritter führen wird, in unmittelbarer zeitlicher und räumlicher Nähe zur Busankunft der Mannschaften vor dem Spiel abzustellen.

b) Interviews in der Halbzeit eines Spiels: Der Club wird sich bestmöglich bemühen, Spieler, die nicht für den Kader des betreffenden Spiels nominiert sind, oder sonstige Personen mit Clubbezug (z.B. ehemalige Spieler) in der

Halbzeit eines Spiels für ein Interview des/der audiovisuellen Live-Verwerter(s) des betreffenden Spiels abzustellen.

- c) Interviews nach dem Spiel: Der Club ist verpflichtet, am Spieltag, nach dem jeweiligen Spiel,
- an insgesamt bis zu zwei Interviewpositionen, die in der Regel von den nationalen audiovisuellen Live-Verwertern des betreffenden Spiels besetzt sind, je Interviewposition entweder zwei Spieler und den Trainer oder je Interviewposition drei Spieler; und
 - an insgesamt bis zu sieben weiteren Interviewpositionen, die in der Regel von den internationalen audiovisuellen Live-Verwertern und den nationalen audiovisuellen Highlight-Verwertern des betreffenden Spiels besetzt sind, je Interviewposition entweder zwei Spieler oder je Interviewposition einen Spieler und den Trainer

für Flash-Interviews abzustellen. Der Club ist in diesem Zusammenhang verpflichtet, sicherzustellen, dass der Trainer mindestens an drei Interviewpositionen für jeweils ein Interview zur Verfügung steht. Darüber hinaus wird sich der Club bestmöglich bemühen, die Spieler, die seitens der von dem DFL e.V. berechtigten/beauftragten Dritten im Einzelnen angefragt werden, zur Verfügung zu stellen. Für den Fall, dass anstelle eines Spielers oder Trainers ein sportlich Verantwortlicher angefragt wird, entfällt die damit korrespondierende Abstellungspflicht gemäß dieser Ziffer 7.2. c), wenn der Club der Anfrage nachkommt.

- d) Pressekonferenz nach dem Spiel: Der Heimclub ist verpflichtet, am Spieltag, nach dem Spiel, eine Pressekonferenz mit den Trainern beider Clubs abzuhalten. Die Clubs sind verpflichtet, ihre jeweiligen Trainer für diese Pressekonferenz nach dem Spiel abzustellen. Von der Durchführung der Pressekonferenz nach dem Spiel darf nur in begründeten Ausnahmefällen und nur in einvernehmlicher Abstimmung mit dem jeweils anderen Club sowie dem DFL e.V. oder Sportcast abgesehen werden.
- e) Interviews unter der Woche: Der Club ist verpflichtet, dem DFL e.V. und/oder einem von diesem berechtigten Dritten in nachfolgendem Umfang Interviews unter der Woche zu ermöglichen:

- Clubs, die nicht an einem UEFA-Klubwettbewerb teilnehmen, sind verpflichtet, insgesamt zehn Interviews je Hin- und Rückrunde zu ermöglichen.
- Clubs, die an einem UEFA-Klubwettbewerb teilnehmen, sind verpflichtet, insgesamt fünf Interviews je Hin- und Rückrunde zu ermöglichen. Für den Fall, dass der betreffende Club nach der Hinrunde aus dem entsprechenden UEFA-Klubwettbewerb ausscheidet, ist er verpflichtet, in der Rückrunde insgesamt zehn Interviews zu ermöglichen.

Die einzelne Interviewpflicht ist erfüllt, wenn ein Spieler für ein Interview, das eine reine Interviewzeit von 20 Minuten nicht überschreiten darf, abgestellt wird. Diese Interviewzeit kann bei Bedarf zwischen zwei vom DFL e.V. berechtigten Dritten aufgeteilt werden.

Der Club wird sich darüber hinaus bestmöglich bemühen, weitere Interviews mit Spielern unter der Woche zu ermöglichen.

Zudem wird sich der Club bestmöglich bemühen, auf Anfrage eine Durchführung der Interviews außerhalb des Trainingsgeländes zu ermöglichen.

- f) Pressekonferenz unter der Woche: Der Club ist verpflichtet, unter der Woche vor einem Spiel – sofern der Club kein Pflichtspiel in der betreffenden Woche bestreitet – eine Pressekonferenz abzuhalten und mindestens einen Spieler und/oder Trainer und/oder sportlich Verantwortlichen dafür abzustellen.
- g) Media Days: Der Club ist verpflichtet, einmal vor jeder Spielzeit einen sog. „Media Day“ zur Produktion von Bewegtbild- und Fotomaterial für den DFL e.V. und/oder vom DFL e.V. berechnigte/beauftragte Dritte durchzuführen. Für den Media Day sind alle Spieler und alle Trainer des Clubs für eine Dauer von bis zu drei Stunden abzustellen.

Sofern einzelne Spieler nicht an dem Media Day teilnehmen können oder erst nach dem Media Day Teil des Spielerkaders werden, ist der Club verpflichtet, diese Spieler für eine nachträgliche Produktion von Bewegtbild- und Fotomaterial abzustellen.

- h) Winter Media Sessions: Der Club ist verpflichtet, einmal nach der Winterpause eine sog. „Winter Media Session“ zur Produktion von Bewegtbild- und Fotomaterial für den DFL e.V. und/oder vom DFL e.V. berechnigte/beauftragte Dritte durchzuführen. Für die Winter Media Session

sind vier vermarktungsrelevante Spieler des Clubs für eine Dauer von bis zu einer Stunde abzustellen.

Der Club wird sich darüber hinaus bestmöglich bemühen, weitere Spieler für die Winter Media Session abzustellen.

- i) Trailer-Produktionen: Der Club wird sich bestmöglich bemühen, den DFL e.V. und/oder von diesem berechnigte/beauftragte Dritte während der Spielzeit bei der Produktion von Trailern und Programmvorschaueu zu unterstützen.

7.3. Signalproduktion durch den Club

Entsprechend des Grundsatzes der alleinigen Signalproduktion durch den DFL e.V. (Ziffer 7.1.) ist der Club nur unter Beachtung der nachfolgend aufgeführten Grundsätze und nur in den nachfolgend aufgeführten Fällen zu einer Produktion von Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele berechnigt.

- a) Grundsatz des Vorrangs der Basissignalproduktion: Für sämtliche Signalproduktionen durch den Club gilt, dass der Produktion des Basissignals und der sonstigen audiovisuellen Inhalte, die im Auftrag des DFL e.V. erstellt werden (vgl. Ziffer 7.1.), stets Vorrang einzuräumen ist.
- b) Grundsatz des prioritären Vorrangs der Vertragspartner des DFL e.V.: Im Verhältnis der Signalproduktion durch den Club zur Produktion von Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele durch Vertragspartner des DFL e.V. gilt, dass die Vertragspartner des DFL e.V. im Fall einer kapazitären Erschöpfung der Medienarbeitsbereiche für ein Spiel insgesamt oder einzelner Medienarbeitsbereiche und/oder einzelner Stadion-Zutrittsrechte Vorrang vor der Signalproduktion durch den Club haben.
- c) Keine Produktion des Basissignals durch den DFL e.V.: Sollte der DFL e.V. die Produktion des Basissignals gemäß Ziffer 7.1. nicht vornehmen oder vornehmen lassen, so ist der Club berechnigt, ein dem Basissignal entsprechendes Signal seiner Heimspiele selbst zu produzieren oder produzieren zu lassen; auf Ziffer 8.2. wird verwiesen.
- d) Produktion von Stadionbildern: Der Club ist zur Produktion von Stadionbildern für eine Nutzung und/oder Verwertung zu den in der IVR festgelegten Zwecken berechnigt.

Die Clubs der Bundesliga sind in diesem Zusammenhang verpflichtet, auf eigene Kosten ein aus Stadionbildern bestehendes Social Media-Feed ihrer Spiele für die Bereitstellung gemäß Ziffer 8.2. b) zu produzieren.

- e) Aufnahmen und Aufzeichnungen für Zwecke der Spiel- und Spieleranalyse: Bei seinen Heimspielen ist der Club zusätzlich zu der Produktion von Stadionbildern gemäß Ziffer 7.3. d) berechtigt, das Spiel mit speziell für den Zweck der Spiel- und Spieleranalyse zum Einsatz kommenden Kameras aufzuzeichnen. Auch bei Auswärtsspielen ist es dem Club erlaubt, auf eigene Kosten das jeweilige Spiel für diesen Zweck aufzuzeichnen, es sei denn, die DFL GmbH widerspricht aufgrund infrastruktureller und/oder produktionstechnischer Gegebenheiten der Aufzeichnung bei dem Auswärtsspiel und/oder der Heimclub erteilt die erforderliche Akkreditierung nicht.

8. TECHNISCHE BEREITSTELLUNGEN

8.1. Bereitstellungen durch den DFL e.V.

Dem Club werden seitens des DFL e.V. folgende Verwertungsinhalte bereitgestellt:

- a) Bereitstellung des Basissignals und des PK-Signals: Jedem Club werden das Basissignal und das PK-Signal seiner Spiele in gleicher Weise wie den Vertragspartnern des DFL e.V. zur Verfügung gestellt. Der Club muss lediglich die im Zuge der Bereitstellung entstehenden technischen Kosten tragen; er wird somit nicht an den für die Produktion des Basissignals und des PK-Signals sowie für deren Bereitstellung für die Vertragspartner des DFL e.V. entstehenden Kosten beteiligt.
- b) Bereitstellung des Scouting-Feed: Das Scouting-Feed wird dem Club, soweit er an einem Spiel beteiligt war, unverzüglich nach Spielende im Stadion bereitgestellt.
- c) Bereitstellungen von Archivspielbildern: Archivspielbilder seiner Spiele werden dem Club bei eigenständiger Recherche und Abruf über den Media Portal Zugang des Clubs von Sportcast kostenfrei wie folgt bereitgestellt:
- Zeitliches Kontingent: 20 Stunden Video-/Bewegtbildmaterial;

- Format: mxf IMX50 D10, mxf XDCAM HD422, mpeg2, mpeg4 oder wmv;
- Transfermodalitäten: filebasierte Bereitstellung über FTP-Download.

Für über das Kontingent von 20 Stunden hinausgehende Abrufe und Zusatzleistungen (z.B. Recherche, Transcodierung und Versand) hat der Club die entstehenden Kosten zu tragen.

8.2. Bereitstellungen durch die Clubs

- a) Bereitstellung bei Nicht-Produktion des Basissignals: Sofern und soweit der Club gemäß Ziffer 7.3. c) zur Produktion eines dem Basissignal entsprechenden Signals seiner Heimspiele berechtigt ist, wird er diese Produktionen dem DFL e.V. und dem jeweiligen Auswärtsclub gegen Ersatz nur der durch die Bereitstellung zusätzlich entstehenden tatsächlichen technischen Kosten für deren eigene Nutzung und Verwertung unverzüglich bereitstellen. Der DFL e.V. und der jeweilige Auswärtsclub werden somit nicht an den für die Produktion der Aufnahmen und Aufzeichnungen sowie für deren Bereitstellung für die Vertragspartner des Heimclubs entstehenden Kosten beteiligt.
- b) Bereitstellung von Stadionbildern; Nutzung und Verwertung durch den DFL e.V., die DFL GmbH und deren Vertragspartner: Durch einen Club gemäß Ziffer 7.3. d) produzierte Stadionbilder sind dem DFL e.V. gegen Erstattung nur der tatsächlich anfallenden technischen Kosten für die Bereitstellung auf Anforderung unverzüglich, spätestens nach Spielschluss, bereitzustellen.

Das durch einen Club gemäß Ziffer 7.3. d) produzierte Social Media-Feed ist dem DFL e.V. in einer von der DFL GmbH vorgegebenen Form unverzüglich bereitzustellen.

Der DFL e.V. und die DFL GmbH sind berechtigt, die bereitgestellten Stadionbilder in DFL-eigenen Medien zu nutzen und/oder die Stadionbilder ihren Vertragspartnern für eine Verwertung in deren Sendungen, Angeboten und/oder sonstigen Produkten bereitzustellen und entsprechende Verwertungsrechte einzuräumen.

- c) Bereitstellung sonstiger Club-Produktionen; Nutzung und Verwertung durch den DFL e.V., die DFL GmbH und deren Vertragspartner: Sofern der

Club sonstige Club-Produktionen erstellt, wird er diese dem DFL e.V. zur Unterstützung der gemeinschaftlichen Vermarktung der Bundesliga und 2. Bundesliga durch den DFL e.V. im Einzelfall – soweit dem keine berechtigten Interessen des Clubs entgegenstehen – kostenfrei bereitstellen.

Clubs der Bundesliga sind in diesem Zusammenhang verpflichtet, relevante sonstige Club-Produktionen im Umfang von mindestens zehn Minuten pro Woche zu erstellen und dem DFL e.V. als Rohmaterial (ohne Wasserzeichen des Clubs) bereitzustellen. Die Pressekonferenz unter der Woche vor dem Spiel ist zusätzlich, d.h. ohne Anrechnung auf die zehn Minuten, bereitzustellen. Der Club wird sich darüber hinaus bestmöglich bemühen, sonstige Club-Produktionen, die für eine Nutzung und/oder Verwertung aufbereitet sind, bereitzustellen.

Der DFL e.V. und die DFL GmbH sind berechtigt, bereitgestellte sonstige Club-Produktionen unter Berücksichtigung der Interessen des Clubs in DFL-eigenen Medien zu nutzen und/oder ihren Vertragspartnern für eine Verwertung in deren Sendungen, Angeboten, und/oder sonstigen Produkten bereitzustellen und entsprechende Verwertungsrechte einzuräumen; Vorgaben des Clubs zur frühestmöglichen Nutzung und Verwertung bereitgestellter sonstiger Club-Produktionen sind einzuhalten.

9. NUTZUNG IN CLUBEIGENEN MEDIEN

Der Club ist nach Maßgabe folgender Verwertungsbedingungen berechtigt, audiovisuelle Verwertungsrechte mittels sämtlicher Übertragungstechnologien in clubeigenen Medien weltweit zu nutzen.

9.1. Pay-Verwertung

- a) Spielbilder und/oder Stadionbilder: Der Club ist zur Pay-Verwertung von Spielbildern seiner Spiele und/oder Stadionbildern jeweils bis zur vollen Länge zeitversetzt unmittelbar nach Spielende linear und non-linear berechtigt, wenn
- das Angebot/Produkt in eigener und alleiniger inhaltlicher, wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung des Clubs angeboten wird;

- das Angebot/Produkt vollständig, bild- und tonidentisch und inhaltlich unverändert auf einer Plattform im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 RStV eines Dritten zum gleichen Preis wie in dem clubeigenen Medium zugänglich gemacht wird und der Club als Rundfunkveranstalter im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV oder als Diensteanbieter im Sinne des § 2 Nr. 1 TMG für das Angebot/Produkt verantwortlich bleibt.

Eine Pay-Verwertung als Pay-per-View ist nur für Endnutzer mit einem entgeltlichen Abonnement für den Pay-Bereich clubeigener Medien gegen ein zusätzliches Entgelt zulässig. Abweichend davon ist eine Pay-per-View-Verwertung auch für Endnutzer ohne entgeltliches Abonnement einmal pro Hin- und Rückrunde einer Spielzeit zulässig.

- b) Archivspielbilder: Archivspielbilder seiner Spiele darf der Club in clubeigenen Medien im Rahmen einer Pay-Verwertung – unter Beachtung der Vorgaben nach vorstehender Ziffer 9.1. a) – in nachstehendem Umfang nutzen:
- Pro Tag darf maximal ein Spiel in voller Länge genutzt werden.
 - Insgesamt dürfen gleichzeitig maximal zehn Spiele für einen Zeitraum von höchstens acht Wochen genutzt werden.
 - Für die Erstellung von redaktionell geprägten Angeboten/Produkten (z.B. Vorberichte zum nächsten Spieltag, Spielerportraits) dürfen zusätzlich Archivspielbilder im Umfang von maximal zehn Minuten pro Tag genutzt werden.

9.2. Free-Verwertung

- a) Vor Beginn des Spiels, in der Halbzeit und nach Ende des Spiels erstellte Stadionbilder: Der Club ist berechtigt, Stadionbilder (ausgenommen Interviewbilder) seines Spiels des aktuellen Spieltags, die außerhalb des 10-2-2-5 Zeitfensters erstellt wurden, in clubeigenen Medien in einem Umfang von insgesamt bis zu drei Minuten in Form der Free-Verwertung zu nutzen. Darüber hinaus ist der Club berechtigt, die Aufnahmen und Aufzeichnungen der Busankunft in voller Länge in clubeigenen Medien in Form der Free-Verwertung zu nutzen, ohne dass hierdurch eine Anrechnung auf den vorstehenden Verwertungsumfang von drei Minuten erfolgt.

Sofern der Club Stadionbilder, die außerhalb des 10-2-2-5 Zeitfensters erstellt wurden, verwertet, ist er verpflichtet, im Rahmen der Verwertung auf verfügbare Sendungen, Angebote, Produkte oder sonstige Verwertungen audiovisueller Verwertungsrechte durch Vertragspartner des DFL e.V. hinzuweisen. Die Ausgestaltung und Positionierung des/der Hinweise/s hat möglichst reichweiten- und aufmerksamkeitsstark zu erfolgen.

In clubeigenen Medien, deren Inhalte ausschließlich außerhalb des DACH-Gebiets empfangen und/oder abgerufen werden können, ist der Club zudem berechtigt, auch Stadionbilder seines Spiels des aktuellen Spieltags (ausgenommen Interviewbilder), die ungeachtet des 10-2-2-5 Zeitfensters vor Beginn des Spiels, in der Halbzeit bzw. nach dem Ende des Spiels erstellt wurden, in Form der Free-Verwertung zu nutzen, wobei in diesem Fall eine Anrechnung auf den vorstehenden Verwertungsumfang von drei Minuten erfolgt.

- b) Interviewbilder bei Nichtwahrnehmung von Interviewmöglichkeiten: Sofern weder der/die nationale/n Live-Verwerter noch der/die nationale/n Highlight-Verwerter Interviews nach dem Spiel produzieren und verwerten, ist der Club berechtigt, ab drei Stunden nach dem Spiel Interviewbilder seiner Spiele im Umfang von drei Minuten in clubeigenen Medien in Form der Free-Verwertung zu nutzen.
- c) Nachverwertung von Spielbildern und/oder Stadionbildern: Der Club ist berechtigt, Spielbilder und/oder Stadionbilder in clubeigenen Medien für eine lineare und non-lineare Free-Nachverwertung seines Spiels des aktuell gespielten Spieltags in einem Umfang von bis zu drei Minuten unter folgenden Vorgaben vorzunehmen:
- Die Verwertung darf erst ab dem für die Nachverwertung in den Begriffsbestimmungen (Abschnitt F.) festgelegten frühesten Verwertungszeitpunkt erfolgen.
 - Spielbilder und/oder Stadionbilder (mit Ausnahme von Interviewbildern, die nicht angerechnet werden) dürfen höchstens 50 Prozent des Gesamtumfangs des Angebots/Produkts ausmachen. Ausgenommen von dieser Regelung ist die Nutzung von Spielbildern und Stadionbildern bis zu einer Länge von 30 Sekunden.

Sollen im Rahmen der Nachverwertung Spielbilder und/oder Stadionbilder mehrerer Spiele des Clubs im Rahmen eines neuerstellten Angebots/Produkts verwertet werden, beschränkt sich der zulässige Verwertungsumfang für Spielbilder und Stadionbilder auf insgesamt drei Minuten.

Zusätzlich ist der Club berechtigt, zweimal pro Spielzeit Spielbilder und/oder Stadionbilder seiner Spiele dieser Spielzeit in einer Länge von insgesamt bis zu zehn Minuten für ein Format zu nutzen, in welchem der jeweilige Zeitraum der Spielzeit zusammengefasst wird (z.B. „Hinrunden- bzw. Saisonrückblick“).

- d) Archivspielbilder: Archivspielbilder seiner Spiele darf der Club im Umfang von jeweils drei Minuten pro Woche für die Erstellung von Sendungen, Beiträgen, Diensten und/oder sonstigen redaktionellen Angeboten (z.B. Vorberichte zum nächsten Spieltag, Spielerportraits) verwerten.

Daneben ist der Club berechtigt, im Rahmen eines Rundfunkprogramms im Sinne von § 2 Abs. 2 Nr. 1 RStV für die Erstellung von redaktionell geprägten Inhalten (z.B. Vorberichte zum nächsten Spieltag, Spielerportraits) Archivspielbilder seiner Spiele im Umfang von maximal zehn Minuten pro Tag zu nutzen.

Zulässig ist darüber hinaus die unveränderte Archivverwertung der im Rahmen der Nachverwertung gemäß 9.2 c) übertragenen Angebots/Produkts.

10. VERWERTUNG DURCH RUNDFUNKVERANSTALTER

Der Club ist in folgendem Umfang berechtigt, audiovisuelle Verwertungsrechte mittels sämtlicher Übertragungstechnologien weltweit durch Rundfunkveranstalter im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV und ihnen rechtlich entsprechende Veranstalter von Rundfunkprogrammen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland verwerten zu lassen:

- jeweils einem Rundfunkveranstalter pro Land, pro Sprachversion und nur für eine Verwertung im Rahmen eines linear ausgestrahlten Spartenprogramms, das täglich mindestens vier Stunden – ohne Wiederholungen – über den Club berichtet, und zusätzlich

- jeweils einem Rundfunkveranstalter pro Land, pro Sprachversion und nur für eine Verwertung im Rahmen einer auf den Club bezogenen Sendung, die regelmäßiger Bestandteil des Programms dieses Rundfunkveranstalters ist und linear übertragen und non-linear abrufbar gemacht werden kann,

ist der Club berechtigt,

- Spielbilder seines Spiels des aktuell gespielten Spieltags und/oder von diesem Spiel durch den Club hergestellte Stadionbilder jeweils bis zur vollen Länge für eine Nachverwertung,
- pro Woche Archivspielbilder von bis zu zehn seiner Spiele und
- pro Tag zusätzlich Archivspielbilder seiner Spiele im Umfang von maximal zehn Minuten für die Erstellung von Sendungen, Beiträgen, Diensten und/oder sonstigen redaktionellen Angeboten (z.B. Vorberichte zum nächsten Spieltag, Spielerportraits)

zu lizenzieren.

Die Archivspielbilder dürfen durch einen Rundfunkveranstalter längstens für jeweils acht Wochen verwertet werden.

Sofern der Club durch einen Veranstalter von Rundfunkprogrammen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland eine Verwertung gemäß dieser Ziffer 10. beabsichtigt, ist er angehalten, diese zuerst dem Vertragspartner des DFL e.V. in dem jeweiligen Land anzubieten. Der Club wird die DFL GmbH davon unabhängig rechtzeitig im Vorfeld, jedenfalls vor öffentlicher Bekanntgabe, über den Abschluss von entsprechenden individuellen Verwertungsverträgen im Ausland informieren.

11. NUTZUNG UND VERWERTUNG DES PK-SIGNALS

Der Club ist berechtigt, das PK-Signal seiner Spiele jeweils bis zur vollen Länge, im Wege der zeitversetzten Verwertung und Nachverwertung, linear und non-linear in Form einer Pay- und/oder Free-Verwertung in clubeigenen Medien zu verwerten oder durch Dritte verwerten zu lassen. Eine Verwertung des PK-Signals durch Dritte darf frühestens drei Stunden nach Spielende erfolgen.

12. NUTZUNG FÜR CLUBBEZOGENE DOKUMENTATIONEN

Zur Herstellung ausschließlich clubbezogener Dokumentationen hat der Club das Recht, von seinen Spielen im Umfang von insgesamt 180 Minuten pro Spielzeit Spielbilder und/oder Stadionbilder im Wege der Nachverwertung und Archivspielbilder zu nutzen und diese in clubeigenen Medien, auf Bild- und Tonträgern (insbesondere CDs, DVDs und sonstige elektronische Speichermedien), im Wege der öffentlichen Vorführung zu nutzen und/oder durch Dritte zu verwerten. Maßgeblich für die Zuordnung zu einer Spielzeit ist der Zeitpunkt der Erstveröffentlichung der clubbezogenen Dokumentation.

13. NUTZUNG IM STADION

13.1. Stadion-TV

Der Club ist berechtigt, sein Heimspiel unter Nutzung des Basissignals und/oder von Stadionbildern live im Stadion-TV zu übertragen. Zusätzlich ist der Club berechtigt, für das Stadion-TV wie folgt audiovisuelle Verwertungsrechte zu nutzen:

- Vor Spielbeginn können bis zu drei Minuten Archivspielbilder sowie bis zu fünf Minuten Spielbilder von Spielen gegen den Gastclub übertragen werden.
- In der Halbzeitpause können bis zu fünf Minuten Spielbilder des aktuellen Heimspiels übertragen werden.
- Nach dem Spiel können bis zu fünf Minuten Spielbilder des aktuellen Heimspiels übertragen werden.
- Nach dem Spiel kann die Pressekonferenz unter Nutzung des PK-Signals übertragen werden.

Einzelheiten zur Übertragung im Stadion-TV regeln die auf Grundlage von § 1 Nr. 10 Ziffern 1 und 3 der Richtlinien zur Spielordnung des DFL e.V. (SpOL) erlassenen Regelungen zum Stadion-TV. Für die Schaltung von Werbung im Rahmen des Stadion-TV gilt § 1 Nr. 10 Ziffern 1 und 3 der Richtlinien zur Spielordnung des DFL e.V. (SpOL). Zudem hat der Club das Assoziationsverbot und das Freihaltegebot (siehe Ziffer 2.3.) einzuhalten.

13.2. Stadion-App

Der Club ist berechtigt, nur den Besuchern seines Heimspiels das Stadion-TV auch über eine Stadion-App zugänglich zu machen, vorausgesetzt, dass

- die Übertragung des Stadion-TV in der Stadion-App auf den Zeitraum zwischen Stadionöffnung bis zehn Minuten vor Beginn des Heimspiels und ab fünf Minuten nach Ende des Spiels beschränkt ist,
- in der Stadion-App auch nach Ende des Heimspiels keine Spielbilder und/oder Stadionbilder mit Aufnahmen und Aufzeichnungen des Spielgeschehens des aktuellen Heimspiels übertragen werden.

Die Regelungen in Ziffer 9.1. a) zur Nutzung audiovisueller Verwertungsrechte durch den Club in einer Club-App bleiben unberührt.

14. NUTZUNG UND VERWERTUNG FÜR WERBLICHE MAßNAHMEN

14.1. Werbliche Maßnahmen durch den Club

Der Club ist berechtigt, Spielbilder, Stadionbilder, das PK-Signal und Archivspielbilder seiner Spiele in einer Länge von jeweils insgesamt höchstens 60 Sekunden pro Spiel für eigene werbliche Maßnahmen, wie zum Beispiel durch Werbespots oder im Rahmen von clubbezogenen Veranstaltungen zu Marketingzwecken, zu nutzen. Spielbilder und Stadionbilder dürfen durch den Club frühestens ab Beginn des Zeitraums der Nachverwertung für werbliche Maßnahmen genutzt werden.

14.2. Werbliche Maßnahmen für und/oder durch Dritte

Für werbliche Maßnahme für und/oder durch Dritte darf der Club wie folgt Spielbilder, Stadionbilder, das PK-Signal und Archivspielbilder seiner Spiele nutzen und/oder verwerten lassen:

- Für/Durch vier bedeutende Partner des Clubs, darunter in der Regel die wesentlichen Sponsoren des Clubs, insbesondere der Namensgeber des Stadions, der Trikot- bzw. Hauptsponsor sowie der Sportartikelausrüster, dürfen pro Spiel jeweils insgesamt höchstens 60 Sekunden der oben genannten Verwertungsinhalte genutzt und/oder verwertet werden.

- Für/Durch vier weitere Partner des Clubs dürfen pro Spiel jeweils insgesamt höchstens 30 Sekunden der oben genannten Verwertungsinhalte genutzt und/oder verwertet werden.

Bei Verwendung der oben genannten Verwertungsinhalte hat der Club sicherzustellen, dass

- das Bündelungsverbot gemäß Ziffer 2.2. c) und das Assoziierungsverbot nach Ziffer 2.3. a) eingehalten werden;
- der Schwerpunkt der werblichen Maßnahme eindeutig auf dem Club und seinen Spielern liegt und der jeweilige Spielgegner bzw. dessen Spieler nur beiläufig erscheinen;
- bei einer kumulativen und/oder additiven Nutzung oder Verwertung der oben genannten Verwertungsinhalte die Länge der für die werbliche Maßnahme verwendeten Verwertungsinhalte drei Minuten nicht überschreitet, es sei denn, die DFL GmbH hat dem Club bzw. seinem Partner auf entsprechenden Antrag gemäß Ziffer 6.1. eine Ausnahme erteilt;
- Spielbilder und Stadionbilder durch die Partner des Clubs frühestens 14 Tage nach dem jeweiligen Spiel genutzt werden.

15. NUTZUNG FÜR SPIEL- UND SPIELERANALYSEN

Der Club hat das Recht, Spielbilder, das Scouting-Feed und eigene Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele gemäß Ziffer 7.3. e) nur für eigene, interne Spiel- und Spieleranalysen zu nutzen.

ABSCHNITT C.

AUDIO-VERWERTUNGSRECHTE

16. CLUBRADIO UND BLINDENREPORTAGE

Der Club ist nach Maßgabe folgender Bedingungen berechtigt, Audio-Berichterstattungen seiner Spiele in Form eines Club-Radios und/oder einer Blindenreportage zu erstellen und auf seiner Club-Website und/oder in seiner Club-App zu übertragen.

16.1. Verwertung

Der Club ist zu einer Live-Verwertung seiner Spiele in voller Länge berechtigt. Eine zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung seiner Spiele ist dem Club wie folgt möglich:

- Zulässig ist die lineare und non-lineare Wiederholung der auf der Club-Website und/oder in der Club-App live übertragenen Audio-Berichterstattung ab unmittelbar nach Ende des Spiels; die Anzahl der Wiederholungen ist nicht begrenzt.
- Zulässig ist ferner eine lineare und/oder non-lineare Nachberichterstattung auf der Club-Website und/oder in der Club-App; wobei Wiederholungen der Nachberichterstattung unbegrenzt möglich sind.
- Zulässig ist eine non-lineare zeitversetzte Verwertung und Nachverwertung von Audio-Clips in Fremdmedien in einer Länge von jeweils maximal 120 Sekunden.

16.2. Bereitstellung

Sofern der Club eine clubeigene Audio-Berichterstattung in Form eines Clubradios und/oder einer Blindenreportage erstellt, wird er diese zum Zwecke der Unterstützung der gemeinschaftlichen Vermarktung der Bundesliga und 2. Bundesliga dem DFL e.V. kostenfrei bereitstellen.

Der DFL e.V. ist berechtigt, den Vertragspartnern des DFL e.V. die clubeigene Audio-Berichterstattung für eine Verwertung in deren Angeboten bereitzustellen und entsprechende Verwertungsrechte einzuräumen.

17. VERWERTUNG DURCH EINEN RUNDfunkVERANSTALTER

Der Club ist nach Maßgabe folgender Verwertungsbedingungen berechtigt, nicht mehr als einem Rundfunkveranstalter im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV das Recht zu einer Audio-Berichterstattung seiner Spiele in deutscher Sprache in der Bundesrepublik Deutschland einzuräumen.

17.1. Live-Verwertung durch einen Rundfunkveranstalter

Diesem Rundfunkveranstalter darf für jedes Spiel des Clubs das Recht zu einer Live-Verwertung im zeitlichen Umfang von höchstens 10 Minuten pro Halbzeit sowie zusätzlich das Recht zu einer Live-Begleitberichterstattung von insgesamt weiteren 10 Minuten eingeräumt werden. Der Rundfunkveranstalter ist zu einer Simulcast-Übertragung, z.B. in den Verbreitungswegen Web/Mobile, Satellit, Kabel und IPTV, berechtigt.

17.2. Zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung

Diesem Rundfunkveranstalter darf zusätzlich das Recht für eine zeitversetzte, Nach- und Archivverwertung der gemäß Ziffer 17.1. live übertragenen Audio-Berichterstattung wie folgt eingeräumt werden:

- Zulässig ist die lineare Wiederholung der live übertragenen Audio-Berichterstattung ab fünf Minuten nach Ende des Spiels; die Anzahl der Wiederholungen ist nicht begrenzt.
- Zulässig ist die lineare zeitversetzte Nachberichterstattung; wobei Wiederholungen der Nachberichterstattung unbegrenzt möglich sind.

17.3. Keine kumulierte Nutzung mit weiteren Audio-Verwertungsrechten

Die dem Rundfunkveranstalter nach Maßgabe von Ziffern 17.1. und 17.2. eingeräumten Audio-Verwertungsrechte dürfen nicht mit Audio-Verwertungsrechten, die der Rundfunkveranstalter vom DFL e.V. erworben hat, in demselben Programm des Rundfunkveranstalters kumulativ genutzt werden.

ABSCHNITT D.

SPIELDATEN

18. ERHEBUNG VON SPIELDATEN

18.1. Erhebung offizieller Spieldaten durch den DFL e.V.

Gemäß §§ 5, 9 OVR hat der DFL e.V. das exklusive Recht, offizielle Spieldaten der Spiele zu erheben und die offiziellen Spieldaten gemeinschaftlich zu vermarkten.

18.2. Eigenerhobene Spieldaten des Clubs

Unbeschadet der Erhebung offizieller Spieldaten durch den DFL e.V. und/oder von dem DFL e.V. beauftragten/berechtigten Dritten gemäß Ziffer 18.1. hat der Club das Recht, bei seinen Heimspielen selbst Spieldaten zu erheben und zu Zwecken der Spiel- und Spieleranalyse (Ziffer 20.1.) zu nutzen.

18.3. Erhebung von ELAS-Daten des Clubs

Unbeschadet der Erhebung offizieller Spieldaten durch den DFL e.V. und/oder von dem DFL e.V. beauftragten/berechtigten Dritten gemäß Ziffer 18.1. und der Eigenerhebung von Spieldaten bei Heimspielen durch den Club gemäß Ziffer 18.2. hat der Club das Recht, durch den Einsatz von ELAS Daten und Informationen zu erheben und zu Zwecken der Spiel- und Spieleranalyse (Ziffer 20.1.) zu nutzen. Einzelheiten des Einsatzes von ELAS durch den Club regeln die Spielkleidungsrichtlinie sowie die verbindlichen Vorgaben der FIFA bzw. des IFAB.

19. BEREITSTELLUNG OFFIZIELLER SPIELDATEN; KOSTEN UND LÖSCHUNG

Der Club ist berechtigt, die offiziellen Spieldaten in Form eines XML-Feeds gegen Erstattung der technischen Kosten aus der Datenbank abzurufen oder abrufen zu lassen. Einzelheiten der Bereitstellung und des Abrufs der offiziellen Spieldaten sind in der „Vereinbarung für den Abruf und die Nutzung offizieller Spieldaten“ geregelt, die von dem Club, wenn er sich an die Datenbank anbinden und offizielle Spieldaten aus der Datenbank abrufen möchte, zu unterzeichnen ist.

20. NUTZUNG VON SPIELDATEN

20.1. Nutzung von Spieldaten zwecks Spiel- und Spieleranalyse

Der Club hat das Recht, die offiziellen Spieldaten aller Spiele und das exklusive Recht, seine eigenerhobenen Spieldaten sowie seine ELAS-Daten für Zwecke seiner Spiel- und Spieleranalyse zu nutzen.

20.2. Nutzung von offiziellen Spieldaten in clubeigenen Medien

Der Club hat das Recht, die offiziellen Spieldaten seiner Spiele sowie folgende, abschließend aufgeführte ligaübergreifende Statistiken in clubeigenen Medien zu nutzen:

- Spieltagergebnisse der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Aktuelle Tabelle und Ewige Tabelle der Bundesliga oder 2. Bundesliga;
- Torschützenliste der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Liste der Torvorlagengeber der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Übersichten über Verwarnungen und Platzverweise der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Spieleinsätze der Spieler in der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga.

20.3. Nutzung für werbliche und sonstige kommerzielle Zwecke

Der Club hat das Recht, die offiziellen Spieldaten seiner Spiele und Spieler sowie folgende, abschließend aufgeführte ligaübergreifende Statistiken für werbliche und sonstige kommerzielle Zwecke, wie ein Presenting-Sponsoring während seiner Heimspiele, Gewinnspiele oder Werbespots, zu nutzen und/oder durch Dritte nutzen zu lassen:

- Spieltagergebnisse der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Aktuelle Tabelle und Ewige Tabelle der Bundesliga oder 2. Bundesliga;
- Torschützenliste der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Liste der Torvorlagengeber der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Übersichten über Verwarnungen und Platzverweise der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga;
- Spieleinsätze der Spieler in der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga.

21. EINBINDUNG VON DIENSTLEISTERN

Der Club ist berechtigt, für die Erhebung seiner eigenerhobenen Spieldaten (Ziffer 18.2.), die Erhebung von ELAS-Daten (Ziffer 18.3.), den Abruf der in der Datenbank bereitgestellten offiziellen Spieldaten (Ziffer 19.) und/oder die Nutzung von Spieldaten gemäß Ziffer 20. Dienstleister seiner Wahl einzuschalten. Sofern der Club für die Erhebung von Spieldaten, den Abruf von offiziellen Spieldaten aus der Datenbank und/oder die Nutzung von Spieldaten einen Dienstleister einschaltet, hat er dafür Sorge zu tragen, dass der Dienstleister die Spieldaten ausschließlich in Übereinstimmung mit den Bestimmungen der IVR verwendet und jede weitergehende Nutzung und/oder Verwertung der Spieldaten ausgeschlossen ist sowie dass diese nach Beendigung der Nutzung und/oder Verwertung vollständig gelöscht werden. Einzelheiten sind in der „Vereinbarung für den Abruf und die Nutzung offizieller Spieldaten“ geregelt, die von jedem Dienstleister, der sich für einen Club an die Datenbank anbindet, offizielle Spieldaten aus der Datenbank abrufen und/oder offizielle Spieldaten für den Club nutzt, insbesondere veredelt, zu unterzeichnen ist.

22. SONSTIGE VERMARKTUNG DURCH DEN DFL E.V. UND DIE DFL GMBH

Sofern und soweit dem Club durch die IVR kein Recht zur Nutzung und Verwertung von Spieldaten zusteht, haben DFL e.V. und DFL GmbH gemäß § 5 Nr. 1 OVR das ausschließliche Recht, Spieldaten gemeinschaftlich zu vermarkten.

ABSCHNITT E.

VERFAHRENSRECHTLICHE BESTIMMUNGEN

23. ALLGEMEINE RÜCKSICHTNAHME- UND INFORMATIONSPFLICHTEN

Der Club ist bei der Individualvermarktung gehalten, auf schutzwürdige Interessen des DFL e.V. und der Vertragspartner des DFL e.V. Rücksicht zu nehmen. Über Vertragsabschlüsse, welche die Interessen der nationalen und/oder internationalen audiovisuellen Live-Verwerter berühren, wird der Club die DFL GmbH rechtzeitig im Vorfeld, jedenfalls vor öffentlicher Bekanntgabe des betreffenden Vertragsabschlusses, informieren.

24. EINBINDUNG DER IVR IN INDIVIDUELLE VERWERTUNGSVERTRÄGE

Der Club ist verpflichtet, die Bestimmungen der IVR zum verbindlichen Bestandteil sämtlicher seiner individuellen Verwertungsverträge zu machen und sicherzustellen, dass die medialen Vermarktungsrechte nur nach Maßgabe und in Übereinstimmung mit den Bestimmungen der IVR in ihrer jeweils gültigen Fassung verwertet werden.

Alle individuellen Verwertungsverträge sind – ebenso wie etwaige Änderungen und Ergänzungen dieser Verträge – auf Anforderung durch die DFL GmbH dieser unverzüglich vorzulegen.

Die DFL GmbH hat – stellvertretend für den DFL e.V. – das Recht, innerhalb von zwei Wochen nach Vorlage des individuellen Verwertungsvertrags Einwände gegen diesen geltend zu machen. Einwände können von der DFL GmbH nur dann geltend gemacht werden, wenn der individuelle Verwertungsvertrag des Clubs gegen die Bestimmungen der IVR verstößt.

25. LAUFZEIT INDIVIDUELLER VERWERTUNGSVERTRÄGE

Der DFL e.V. schließt seine Verträge zur Verwertung audiovisueller Verwertungsrechte, von Audio-Verwertungsrechten und von offiziellen Spieldaten stets für eine bestimmte Laufzeit ab. Ausschreibungen und/oder Vertragsabschlüsse des DFL e.V. für darauffolgende Spielzeiten dürfen keinesfalls durch länger laufende individuelle Verwertungsverträge beeinträchtigt werden.

26. EINNAHMEN AUS DER INDIVIDUELLEN VERMARKTUNG GEMÄß IVR

Die Einnahmen aus der individuellen Vermarktung der medialen Vermarktungsrechte stehen dem Club zu. Der Club ist auf Anforderung durch die DFL GmbH verpflichtet, dieser jährlich zum 30. Juni eine detaillierte Einnahmen- und Ausgabenrechnung über ihre Erträge aus der individuellen Vermarktung der medialen Vermarktungsrechte zu übermitteln.

27. SANKTIONEN BEI VERSTÖßEN GEGEN DIE IVR

Die IVR ist gemäß § 5 Nr. 1 a) der Satzung des DFL e.V. Bestandteil des Ligatats und als solcher gemäß § 11 a) dieser Satzung sowie §§ 2 a), 5 des mit dem DFL e.V. abgeschlossenen Lizenzvertrags für den Club verbindlich und umzusetzen. Bei Verstößen des Clubs gegen die Vorschriften der IVR ist die DFL GmbH gemäß § 19 Nr. 1 und 2 der Satzung des DFL e.V. in Verbindung mit § 6 des Lizenzvertrags berechtigt, eine Vereinsstrafe oder anstelle dieser eine Vertragsstrafe gegen den Club festzusetzen.

28. STREITIGKEITEN

Streitigkeiten über den Inhalt, die Auslegung und die Anwendung der IVR unterliegen gemäß § 11 d) und e) der Satzung des DFL e.V. der Entscheidung durch die zuständigen Organe des DFL e.V. sowie nach Ausschöpfung des verbandsinternen Instanzenzuges der Entscheidung des Ständigen Schiedsgerichts (§ 13 der Satzung des DFL e.V.). Gegen Entscheidungen der DFL GmbH sowie von ihr Beauftragter ist die Beschwerde statthaft; für das Verfahren findet § 23 OVR entsprechende Anwendung.

29. INKRAFTTRETEN

Die IVR in der vorstehenden Fassung ist ab dem 01. Juli 2021 verbindlich und wirksam.

ABSCHNITT F.

BEGRIFFSBESTIMMUNGEN

10-2-2-5-Zeitfenster	bezeichnet den Zeitraum ab zehn Minuten vor der Anstoßzeit eines Spiels bis zwei Minuten nach Abpfiff der ersten Halbzeit sowie ab zwei Minuten vor Anpfiff der zweiten Halbzeit bis fünf Minuten nach Abpfiff eines Spiels.
Angebot/Produkt	bezeichnet zusammenfassend sämtliche unter Nutzung/Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch den Club bzw. einen durch den Club berechtigten Dritten erstellten und – auch unentgeltlich – angebotenen Waren oder Dienstleistungen.
Applikation/App	bezeichnet eine auf Endgeräten vorinstallierte oder installierbare Anwendung (derzeit insbesondere für Endgeräte wie Smartphones und Tablet-Computer sowie für sog. Smart-TV), die, ungeachtet der zugrundeliegenden Übertragungstechnologie, unter anderem die Abspielung von audio-, audiovisuellen, visuellen und/oder sonstigen medialen Inhalten ermöglicht.
Archivspielbilder	bezeichnet bearbeitete und/oder unbearbeitete visuelle und/oder audiovisuelle Aufnahmen und Aufzeichnungen von Meisterschaftsspielen der Bundesliga und 2. Bundesliga, von Relegationsspielen zwischen der Bundesliga und 2. Bundesliga und zwischen 2. Bundesliga und 3. Liga, von Spielen um den Supercup und/oder von Aufnahmen und Aufzeichnungen der Pressekonferenz nach einem Meisterschaftsspiel der Bundesliga oder 2. Bundesliga aus abgeschlossenen Spielzeiten, soweit diese in der durch Sportcast betriebenen Datenbank verfügbar sind.
Archivverwertung	bezeichnet die Nutzung und/oder Verwertung von Archivspielbildern und des Audio-Kommentars von Spielen aus den abgeschlossenen Spielzeiten.
Audio-Berichterstattung	bezeichnet die innerhalb oder außerhalb eines Stadions hergestellte Berichterstattung über ein oder mehrere Spiel(e) durch einen Audio-Kommentar.
Audio-Clips	bezeichnet Clips in einer Länge von bis zu 120 Sekunden, welche Ausschnitte der übertragenen Audio-Berichterstattung und weitere im Zusammenhang mit einem Spiel stehende Berichterstattung (insbesondere Interviews, O-Töne, Moderationen) enthalten.

<p>Audio-Kommentar</p>	<p>bezeichnet die für eine Audio-Berichterstattung bestimmte mündliche Schilderung des Spielgeschehens und von anderen, innerhalb des Stadions stattfindenden Ereignissen, die in Ausübung der Stadion-Zutrittsrechte oder außerhalb des Stadions durch Abkommentieren des Basissignals und/oder sonstiger Verwertungsinhalte erstellt wird.</p>
<p>Audio-Verwertungsrechte</p>	<p>bezeichnet das Recht zu einer Audio-Berichterstattung in Ausübung von Stadion-Zutrittsrechten und/oder unter Nutzung von Verwertungsinhalten, welches</p> <ul style="list-style-type: none"> • dem Club nach Maßgabe der IVR; • Vertragspartnern des Clubs auf Grundlage eines individuellen, nach Maßgabe der IVR und der hierin niedergelegten Verwertungsbedingungen geschlossenen Verwertungsvertrags; und • Vertragspartnern des DFL e.V., ggf. zusammen mit weiteren Rechten, auf Grundlage eines mit dem DFL e.V. abgeschlossenen Verwertungsvertrags <p>eingerräumt ist.</p>
<p>Audiovisuelle Verwertungsrechte</p>	<p>bezeichnet das Recht, das/die bearbeitete(n) oder unbearbeitete(n) Basissignal, Spielbilder, Archivspielbilder, das PK-Signal und/oder Stadionbilder zu nutzen und zu verwerten, welches</p> <ul style="list-style-type: none"> • dem Club nach Maßgabe der IVR; • Vertragspartnern des Clubs auf Grundlage eines individuellen, nach Maßgabe der IVR und der hierin niedergelegten Verwertungsbedingungen abgeschlossenen Verwertungsvertrags; und • Vertragspartnern des DFL e.V., ggf. zusammen mit weiteren Rechten, auf Grundlage eines mit dem DFL e.V. abgeschlossenen audiovisuellen Verwertungsvertrags <p>eingerräumt ist.</p>
<p>Audiovisueller Highlight-Verwerter</p>	<p>bezeichnet einen audiovisuellen Verwertungsrechteinhaber mit zeitversetzten Verwertungsrechten an den Spielen.</p>
<p>Audiovisueller Live-Verwerter</p>	<p>bezeichnet einen audiovisuellen Verwertungsrechteinhaber mit Live-Verwertungsrechten an den Spielen.</p>
<p>Basissignal</p>	<p>bezeichnet die im Auftrag des DFL e.V. derzeit durch Sportcast jeweils ab mindestens zehn Minuten vor der Anstoßzeit eines Spiels</p>

	bis zwei Minuten nach Ende der ersten Halbzeit sowie ab zwei Minuten vor der Anstoßzeit der zweiten Halbzeit bis fünf Minuten nach Ende eines Spiels erstellten Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele mit internationalem Ton.
Blindenreportage	bezeichnet die von den Clubs für sehbehinderte Zuschauer hergestellte Audio-Berichterstattung.
Bundesliga/ 2. Bundesliga-Logo	bezeichnet die bei dem Deutschen Patent- und Markenamt eingetragenen Wort/Bild-Marken mit den Registernummern 302016034717 und 3020160347186.
Club/Clubs	bezeichnet einen bzw. zusammenfassend die lizenzierten Vereine und Kapitalgesellschaften der Bundesliga und 2. Bundesliga der jeweiligen Spielzeit.
Club-Applikation/ Club-App	bezeichnet eine in inhaltlicher, wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung des Clubs betriebene Applikation/App, die den Namen des Clubs, Bestandteile des Namens, Initialen des Namens oder eine sonst geläufige Bezeichnung des Clubs beinhalten muss, wobei der Zugriff auf die (bildidentischen und unveränderten) Inhalte der Club-Applikation/Club-App über sämtliche Übertragungstechnologien erfolgen kann.
Clubeigene Medien	<p>bezeichnet alle von dem Club in eigener und alleiniger redaktioneller und inhaltlicher Verantwortung des Clubs angebotenen Informations- und Kommunikationsdienste, die dazu bestimmt sind, journalistisch-redaktionell gestaltete Inhalte in (Bewegt-)Bild oder Ton an eine unbestimmte Zahl von natürlichen oder juristischen Personen zu vermitteln, insbesondere durch den Club angebotene und/oder betriebene</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rundfunkprogramme im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 1 RStV, insbesondere einen Club-Kanal; • Plattformen im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 RStV; • Telemedien im Sinne des § 1 Abs. 1 TMG, wie insbesondere die Club-Website, Club-Applikationen und vom Club journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote in sozialen Netzwerken im Sinne des § 1 Abs. 1 S. 1 NetzDG; • elektronische und nicht elektronische Presse- und Printprodukte, wie insbesondere Stadionmagazine, Jahrbücher und Vereinschroniken.
Club-Kanal	bezeichnet ein durch einen Club als Rundfunkveranstalter im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV betriebenes Rundfunkprogramm gemäß

	§ 2 Abs. 2 Nr. 1 RStV, ggf. in Form eines Spartenprogramms nach § 2 Abs. 2 Nr. 4 RStV, in dessen Rahmen Sendungen über den Club und über die Geschehnisse eines Clubs übertragen werden.
Club-Website	bezeichnet die in inhaltlicher, wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung des Clubs im World Wide Web betriebene Homepage, die den Namen des Clubs, Bestandteile des Namens, Initialen des Namens oder eine sonst geläufige Bezeichnung des Clubs als Domainnamen beinhalten muss, wobei der Zugriff auf (bildidentische und unveränderte) Inhalte der Club-Website über sämtliche Übertragungstechnologien erfolgen kann.
DACH-Gebiet	bezeichnet das geographische Staatsgebiet der Bundesrepublik Deutschland, der Republik Österreich, der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol, der Schweizerischen Eidgenossenschaft, dem Fürstentum Liechtenstein und dem Großherzogtum Luxemburg.
Datenbank	bezeichnet die im Auftrag von DFL e.V. und/oder DFL GmbH betriebene Datenbank, in der die offiziellen Spieldaten erfasst, gespeichert und zum Abruf bereitgestellt werden.
DFL Digital Sports	bezeichnet die DFL Digital Sports GmbH, Kaltenbornweg 2, 50679 Köln.
DFL-eigene Medien	bezeichnet zusammenfassend sämtliche von dem DFL e.V., der DFL GmbH und/oder in deren Auftrag hergestellte, betriebene und/oder vermarktete mediale Angebote, Dienste, Produkte und/oder sonstige Gegenstände, wie insbesondere die offiziellen Webseiten (z.B. www.bundesliga.de , www.bundesliga.com , www.dfl.de), und offizielle Social Media-Kanäle (z.B. auf YouTube, Facebook, Twitter und Instagram), entsprechende Applikationen/Apps, eigenproduzierte Sendungen und audiovisuelle Dienste sowie das Printprodukt (z.B. das DFL Magazin).
DFL-Elemente	bezeichnet zusammenfassend sämtliche akustischen oder visuellen Erkennungsmerkmale der Bundesliga, 2. Bundesliga und/oder des Supercup sowie Elemente zur Kennzeichnung des Basissignals und/oder anderer von dem DFL e.V. und/oder der DFL GmbH hergestellter und/oder vermarkteter medialer Angebote, Dienste, Produkte und/oder sonstige Gegenstände, wie insbesondere die DFL-Marken, das in das Basissignal integrierte DFL-Wasserzeichen, den DFL-Zeitlupen-Trenner, die DFL-Grafiken, das DFL-Signet usw.

DFL e.V.	bezeichnet den DFL Deutsche Fußball Liga e.V., Guiollettstraße 44-46, 60325 Frankfurt am Main.
DFL GmbH	bezeichnet die DFL Deutsche Fußball Liga GmbH, Guiollettstraße 44-46, 60325 Frankfurt am Main.
DFL-Logo	bezeichnet die bei dem Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum eingetragene Wort/Bild-Marke mit der Registernummer 016152084.
DFL-Marken	bezeichnet das Bundesliga/2. Bundesliga-Logo, das DFL-Logo, die als Wort-/Bild-Marken unter den Registernummern 30760848 bzw. 30675804 und 302009007635 bei dem Deutschen Patent- und Markenamt eingetragenen Meisterschalen der Bundesliga und 2. Bundesliga, den Namen „Bundesliga“ und „2. Bundesliga“, das Design des jeweils offiziellen Bundesliga-Spielballs sowie sonstige Kennzeichen des DFL e.V. und der DFL GmbH, die im Zusammenhang mit dem Spielbetrieb in der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga stehen.
Durchführungsbestimmungen	bezeichnen die Durchführungsbestimmungen zu den Medienrichtlinien in ihrer jeweils gültigen Fassung, die online abrufbar sind unter: https://www.dfl.de .
Eigenerhobene Spieldaten	bezeichnet Daten und Informationen zu den Spielen, die durch den Club oder durch von dem Club beauftragte Dienstleister erhoben werden.
ELAS	bezeichnet Elektronische Leistungs- und Aufzeichnungssysteme.
ELAS-Daten	bezeichnet Daten und Informationen zu den Spielen, die durch den Club oder durch von dem Club beauftragte Dienstleister mittels des Einsatzes von ELAS erhoben werden.
Flash-Interview	bezeichnet ein Interview, bei dem ein Medienvertreter mindestens drei ausschließlich spielbezogene Fragen stellen kann und das nicht länger als 90 Sekunden dauern soll.
Free-Verwertung	bezeichnet eine Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte, bei der die jeweiligen Verwertungsinhalte von Endnutzern unentgeltlich empfangen und/oder abgerufen werden können. Ein unentgeltlicher Empfang/Abruf der Verwertungsinhalte liegt nur dann vor, wenn von dem Endnutzer für den Empfang/Abruf der Verwertungsinhalte keine auf das/die/den konkrete/n Programm, Sendung, Dienst und/oder sonstige Angebot,

	in dessen Rahmen die Verwertungsinhalte angeboten werden, bezogene gesonderte Vergütung im Sinne einer Pay-Verwertung entrichtet werden muss.
Individualvermarktungsrichtlinie/IVR	bezeichnet die vorliegende Richtlinie zur individuellen Nutzung und Verwertung medialer Vermarktungsrechte an den Spielen (einschließlich der Präambel) der Bundesliga und 2. Bundesliga.
Individuelle Verwertungsverträge	bezeichnet von dem Club im Rahmen seiner Individualvermarktung mit Rechteinhabern, Agenturen und sonstigen Dritten abgeschlossene Verträge über die Verwertung der medialen Vermarktungsrechte.
Internationales Produkt-Portfolio (IPP)	bezeichnet eine Reihe von internationalen TV-Formaten und Produkten (z.B. Live-Spiele, Preview-, Highlight- und Special Shows, Trailer), die internationalen Rechteinhabern von dem DFL e.V. bereitgestellt werden.
Interviewbilder	bezeichnet die durch einen Club und/oder durch von dem Club beauftragte Dritte in Ausübung der Stadion-Zutrittsrechte erstellten bearbeiteten oder unbearbeiteten Audio- und/oder audio-visuellen Aufnahmen und Aufzeichnungen von Interviews, die im Zeitraum zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung im Stadion-Innenraum (inkl. Zuschauerbereich und Interviewbereiche) gemäß den Medienrichtlinien und Durchführungsbestimmungen zu den Medienrichtlinien des DFL e.V. in ihrer jeweils gültigen Fassung erstellt werden.
Kader	bezeichnet die Gesamtheit der in dem offiziellen Spielberichtsformular für das betreffende Spiel eingetragenen bzw. hierfür vorgesehenen Spieler einer Mannschaft.
Land	bezeichnet ein geografisches Staatsgebiet.
Linear	bezeichnet den Vorgang, Verwertungsinhalte und/oder eine Audio-Berichterstattung im Sinne des § 20 UrhG zu senden.
Live-Begleitberichterstattung	bezeichnet den Teil einer Audio-Berichterstattung, der in dem Zeitraum ab 30 Minuten vor der Anstoßzeit eines Spiels bis Anpfiff des Spiels, in der Halbzeit des Spiels und ab Ende des Spiels bis längstens fünf Minuten nach Abpfiff des Spiels im Rahmen einer Live-Verwertung vorgenommen wird.

Live/Live-Verwertung	bezeichnet die mit der Durchführung des jeweiligen Spiels zeitgleiche Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch Übertragung von Verwertungsinhalten, Audio-Berichterstattungen und/oder Nutzung von Spieldaten.
Mediale Vermarktungsrechte	bezeichnen zusammenfassend die der IVR unterliegenden und dem Club zur individuellen Nutzung und Verwertung nach Maßgabe der IVR zur Verfügung stehenden audiovisuellen Verwertungsrechte, Audio-Verwertungsrechte und die Nutzungs- und Verwertungsrechte an den offiziellen Spieldaten und den eigenerhobenen Spieldaten.
Medienrichtlinien	bezeichnet die Medienrichtlinien für die Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga (Anhang XI zur Lizenzierungsordnung) in ihrer jeweils gültigen Fassung und online abrufbar unter: https://www.dfl.de .
Nachberichterstattung	bezeichnet die zusammenfassende/kommentierende, über eine reine Ergebnis- oder Ereignisberichterstattung hinausgehende Audio-Berichterstattung über ein oder mehrere Spiel(e) nach Ende des jeweiligen Sendefensters im Rahmen der zeitversetzten Verwertung und Nachverwertung.
Nachverwertung	<p>bezeichnet die Nutzung und Verwertung medialer Vermarktungsrechte durch Übertragung von Verwertungsinhalten, Audio-Berichterstattungen und/oder der Nutzung von Spieldaten frühestens beginnend</p> <ul style="list-style-type: none"> • bei Spielen an einem Freitag, Samstag oder Sonntag ab dem darauffolgenden Dienstag, 0.00 Uhr deutscher Zeit, • bei Spielen an einem Dienstag, Mittwoch oder Donnerstag ab dem darauffolgenden Freitag, 0.00 Uhr deutscher Zeit, und • abweichend davon bei den Relegationsspielen Bundesliga - 2. Bundesliga, den Relegationsspielen 2. Bundesliga - 3. Liga und dem Spiel um den Supercup, unabhängig von dem Tag, an dem das betreffende Spiel ausgetragen wird, ab dem Folgetag, 0.00 Uhr deutscher Zeit <p>bis zum Ende der Spielzeit.</p>
Non-linear	bezeichnet den Vorgang, Verwertungsinhalte und/oder eine Audio-Berichterstattung im Sinne des § 19a UrhG der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Offizielle Spieldaten	bezeichnet die von dem DFL e.V. und/oder von dem DFL e.V. beauftragten/berechtigten Dritten, einschließlich der mit ihm gemäß §§ 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen und/oder einem Vertragspartner des DFL e.V., erhobenen und nicht bearbeiteten Stammdaten, Spielinformationsdaten, Spielereignisdaten und Positionsdaten der Spiele.
OVR	bezeichnet die Ordnung für die Verwertung kommerzieller Rechte (OVR) in ihrer jeweils gültigen Fassung und online abrufbar unter: https://www.dfl.de .
Pay-per-View	bezeichnet eine Pay-Verwertung, bei der Endnutzer die Möglichkeit eines einmaligen Empfangs einer Sendung, eines Telemediendienstes und/oder eines sonstigen Angebots haben, das heißt, dass die Endnutzer für eine einzelne Sendung, einen einzelnen Telemediendienst und/oder ein einzelnes sonstiges Angebot nach Entrichtung des geforderten Entgelts individuell freigeschaltet werden.
Pay-Verwertung	<p>bezeichnet eine Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte, bei der die jeweiligen Verwertungsinhalte von Endnutzern ausschließlich entgeltlich empfangen werden können (Entgeltspflichtigkeit). Eine Entgeltspflichtigkeit liegt nur dann vor, wenn von dem Endnutzer für den Empfang des (Voll-)Programms und/oder des Telemediensangebots, dessen Bestandteil die Verwertungsinhalte sind, und/oder für den konkreten Empfang nur der Sendung, des konkreten Telemediendienstes und/oder eines sonstigen Angebots, der/die/das die Verwertungsinhalte beinhaltet, eine gesonderte Vergütung entrichtet werden muss. Gebühren, Abgaben, Beiträge oder sonstige Entgelte, die von öffentlichen oder privaten Stellen auf gesonderter Rechtsgrundlage erhoben werden (z.B. die Gebühren für den Empfang der Programme öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten) und/oder von dem Endnutzer als Gegenleistung für</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Zugang zu einem Telekommunikationsnetz oder einer sonstigen technischen Infrastruktur (z.B. Entgelt für einen Kabel- oder Breitbandanschluss); • den Erwerb einer Hard-, Software oder sonstigen Anwendung, die den Empfang der Verwertungsinhalte (technisch) ermöglichen (z.B. Vergütung für den Download und die Installation einer mobilen Applikation, in deren Rahmen die Verwertungsinhalte ohne zusätzliches Entgelt übertragen werden);

	<ul style="list-style-type: none"> den allgemeinen Zugang zu einer Plattform im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 RStV, einem Telemediendienst im Sinne von § 1 Abs. 1 TMG und/oder einer Örtlichkeit/Räumlichkeit, in der die Verwertungsinhalte übertragen werden (z.B. allgemeine Gebühren für die Registrierung auf einer Webseite oder für eine Plattform) <p>unmittelbar oder mittelbar zu entrichten sind, begründen keine Entgeltspflichtigkeit im Sinne einer Pay-Verwertung.</p> <p>Eine Pay-Verwertung setzt neben der Entgeltspflichtigkeit zusätzlich voraus, dass die Übertragung der Verwertungsinhalte verschlüsselt erfolgt, das heißt, dass das Programm, die Sendung, der Dienst und/oder das sonstige Angebot eine technische Zugangsbeschränkung (Zugangskontrollvorrichtung) vorsieht und der Endnutzer nur nach individueller Freischaltung nach Entrichtung des geforderten Entgelts die Verwertungsinhalte empfangen kann.</p>
Pflichtspiele	<p>bezeichnet zusammengefasst</p> <ul style="list-style-type: none"> die Spiele, die Begegnungen um den DFB-Vereinspokal und die Begegnungen im Rahmen der internationalen Klub-Wettbewerbe der UEFA und/oder der FIFA.
PK-Signal	<p>bezeichnet die im Auftrag des DFL e.V. derzeit durch Sportcast erstellten Aufnahmen und Aufzeichnungen von der im Anschluss an ein Spiel der Bundesliga und 2. Bundesliga stattfindenden Pressekonferenz.</p>
Positionsdaten	<p>bezeichnet aus den durch den DFL e.V. und/oder durch einen von diesem berechtigten Dritten erhobenen Rohdaten abgeleitete Statistiken wie beispielsweise Laufstrecke, Sprints und Geschwindigkeit.</p>
Scouting-Feed	<p>bezeichnet die durch die Sportec Solutions durch eine gesonderte Kamera, in der Regel von dem Podest der Führungskamera, erstellten Aufnahmen und Aufzeichnungen der Spiele für Zwecke der Spiel- und Spieleranalyse.</p>
Social Media-Feed	<p>bezeichnet visuelle und/oder audiovisuelle Aufnahmen und Aufzeichnungen, die innerhalb des Zeitraums zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung innerhalb des Stadions für eine Nutzung in Telemedien auf sozialen Netzwerken im Sinne von § 1 Abs. 1 S. 1 NetzDG erstellt werden.</p>

Sonstige Club-Produktionen	bezeichnet visuelle und/oder audiovisuelle Aufnahmen und Aufzeichnungen des Clubs in Form von Lauf- oder Einzelbildern, die außerhalb des Zeitraums zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung außerhalb des Stadions erstellt werden, also keine Stadionbilder sondern etwa Aufnahmen und Aufzeichnungen des Trainings, Interviews mit Spielern unter der Woche oder ähnliche clubbezogene Inhalte umfassen.
Sonstige DFL-Produktionen	bezeichnet visuelle und/oder audiovisuelle Aufnahmen und Aufzeichnungen in Form von Lauf- oder Einzelbildern, die außerhalb des Zeitraums zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung außerhalb des Stadions erstellt werden, also keine Stadionbilder sondern etwa Aufnahmen und Aufzeichnungen des Trainings, Interviews mit Spielern unter der Woche oder sonstige, durch den DFL e.V. und/oder durch von diesem berechnigte Dritte, insbesondere die Sportcast, die DFL Digital Sports und die Vertragspartner des DFL e.V. hergestellte Aufnahmen und Aufzeichnungen.
Spielbilder	bezeichnet das bearbeitete und/oder unbearbeitete Basissignal von den Spielen der jeweils aktuellen Spielzeit.
Spieldaten	bezeichnet zusammenfassend die offiziellen Spieldaten, die eigen-erhobenen Spieldaten und die ELAS-Daten.
Spiele	bezeichnet die in der jeweiligen Spielzeit stattfindenden Meisterschaftsspiele der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga sowie die Relegationsspiele Bundesliga - 2. Bundesliga, die Relegationsspiele 2. Bundesliga - 3. Liga und das Spiel um den Supercup.
Spielprägende Szene	bezeichnet besondere Spielereignisse, die geeignet sind, den Ausgang eines Spiels maßgeblich zu beeinflussen, wie z.B. Tor, Elfmeter, Feldverweis.
Spielzeit	bezeichnet die jeweilige jahresübergreifende Spielzeit vom 1. Juli eines Jahres bis zum 30. Juni des darauf folgenden Jahres.
Sportcast	bezeichnet die Sportcast GmbH, Kaltenbornweg 2, 50679 Köln.
Sportec Solutions	bezeichnet die Sportec Solutions GmbH, Kaltenbornweg 2, 50679 Köln.
Sportlich Verantwortlicher	bezeichnet unabhängig von der konkreten Funktionsbezeichnung einen in dem Club für den sportlichen Bereich und/oder den Lizenzspielerbereich (Mit-)Verantwortlichen, z.B. den Sportvorstand,

	den Geschäftsführer Sport, den Technischen Direktor oder Sportdirektor.
Stadion-App	bezeichnet eine in inhaltlicher, wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung des Clubs betriebene Applikation, die den Namen des Clubs, Bestandteile des Namens, Initialen des Namens oder eine sonst geläufige Bezeichnung des Clubs beinhalten muss, wobei der Zugriff auf die Inhalte der Stadion-App über sämtliche Übertragungstechnologien erfolgen kann, jedoch zeitlich auf die Heimspiele des Clubs beschränkt und örtlich auf das Stadion, in dem der Club sein Heimspiel austrägt, begrenzt sein muss.
Stadionbilder	bezeichnet die durch einen Club und/oder durch von dem Club beauftragte Dritte in Ausübung der Stadion-Zutrittsrechte erstellten bearbeiteten und/oder unbearbeiteten visuellen und audiovisuellen Aufnahmen und Aufzeichnungen seiner Spiele in Form von Lauf- oder Einzelbildern, die im Zeitraum zwischen Stadionöffnung und Stadionschließung im oder vom Stadion-Innenraum (inkl. Zuschauerbereich und Interviewbereiche) erstellt werden (einschließlich der Interviewbilder und Tonaufnahmen) und die nicht Bestandteil des Basissignals sind.
Stadion-TV	bezeichnet Anzeigetafeln und/oder Videowände im Stadion-Innenraum bzw. die Monitore in dem für die Öffentlichkeit zugänglichen Stadion-Innenbereich/Stadion-Umlauf (z.B. im Business-Bereich, in den Medienarbeitsbereichen) des Stadions, in dem der Club seine Heimspiele austrägt.
Stadion-Zutrittsrechte	bezeichnet die dem Club nach näherer Maßgabe der Durchführungsbestimmungen eingeräumten Berechtigungen zur Produktion von Stadionbildern.
Vertragspartner des DFL e.V.	bezeichnet Inhaber der durch den DFL e.V. gemeinschaftlich vermarkteten Rechte, insbesondere die Verwertungsrechteinhaber/Verwerter.
Verwertungsinhalte	bezeichnet zusammenfassend sämtliche Gegenstände, an denen dem Club nach Maßgabe der IVR Nutzungs- und Verwertungsrechte zustehen, insbesondere das Basissignal, die Spielbilder, das PK-Signal, das Scouting-Feed, die Archivspielbilder, die Stadionbilder, der Audio-Kommentar und die Spieldaten.
Verwertungsrechteinhaber/Verwerter	bezeichnet die Vertragspartner, mit denen der DFL e.V. einen Vertrag über den Erwerb von Verwertungsrechten an den Spielbildern

	zur Audio- und audiovisuellen Live-Verwertung, zeitversetzten Verwertung und/oder Nachverwertung geschlossen hat.
Werbliche Maßnahme	bezeichnet eine ausschließlich zur Markenbildung, Markenentwicklung oder Markenpflege, zur Bekanntmachung und/oder Verkaufsförderung von Produkten und Dienstleistungen und/oder zur Aktivierung der bestehenden Partnerschaft mit dem Club durch den Club bzw. den durch ihn berechtigten Partner betriebene Kommunikation unter Ausschluss einer redaktionellen Berichterstattung über Spiele des Clubs.
Wiederholung	bezeichnet eine erneute, bild- und/oder tonidentische Übertragung eines medialen Angebots nach der erstmaligen Übertragung, abhängig von den in der IVR niedergelegten Verwertungsbedingungen als ausschnittsweise Wiederholung oder Wiederholung bis zur vollen Länge der/des erstmalig übertragenen medialen Sendung/Angebots.
Zeitversetzt/zeitversetzte Verwertung	bezeichnet eine Nutzung und/oder Verwertung der medialen Vermarktungsrechte durch Übertragung von Verwertungsinhalten frühestens beginnend nach dem Ende des jeweiligen Spiels bis zum Beginn der Nachverwertung.