

Juristinnen und Juristen im Trikot: Die Arbeit der Rechtsabteilung der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH

Rechtsabteilung der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH



Bild: Yassin El Aammouri

Ganz nah dran an der Bundesliga und 2. Bundesliga, mitendrin, wenn es um Themen geht, über die ganz Fußballdeutschland spricht: Das zeichnet die Arbeit in der Rechtsabteilung der *DFL Deutsche Fußball Liga GmbH* (DFL GmbH) aus. Ob es um Spielerverträge und -transfers, die Ausschreibung nationaler und internationaler Medienrechte oder die digitale Geschäftsentwicklung der Bundesliga und 2. Bundesliga (Lizenzligen) sowie der 36 Proficlubs geht – die DFL-Juristinnen und Juristen haben immer ihre Füße im Spiel. Denn schon längst beschränken sich die Bundesliga und 2. Bundesliga nicht mehr nur rein auf den sportlichen Wettbewerb. Die vom *DFL Deutsche Fußball Liga e. V.* (DFL e. V.) ausgerichteten Spiele dieser Ligen – nebst Relegationsspielen und dem Spiel um den *Supercup* – begeistern jedes Wochenende Millionen von Menschen in den Stadien genauso wie vor den Bildschirmen rund um den Globus. Um diesem riesigen Interesse gerecht zu werden, hat sich die DFL-Gruppe zu einem modernen Medienkonzern entwickelt, mit allen rechtlichen Facetten, die neben dem originären Ligabetrieb zu berücksichtigen sind. Dabei immer am Ball zu bleiben, gestaltet den Arbeitsalltag in der Rechtsabteilung der DFL sehr vielseitig und abwechslungsreich.

Juristische Themen tauchen an allen Gliedern der Wertschöpfungskette auf, denn mit ihrer „glass to glass“-Strategie hat die DFL-Gruppe ein Alleinstellungsmerkmal unter den europäischen Fußball-Topligen – sie übernimmt viele Arbeitsschritte selbst: Von der Organisation des Spielbetriebs und der Lizenzligen über die Produktion des TV-Signals für Lizenznehmer in aller Welt, die Aufbereitung und Veredelung der Bilder und der Daten bis hin zu deren Vermarktung im In- und Ausland. Bildlich gesprochen sind das erste Glas in dieser Kette das der Linse einer der bis zu 28 Kameras, die bei den Spielen zum Einsatz kommen, und das letzte Glas der Bildschirm der Zuschauenden zuhause oder unterwegs. Zudem

enden die Angebote für Fans und Business-Partner heute nicht mehr am (Fernseh)Bildschirm. Vor über zehn Jahren mit einer zentralen Website gestartet, umfasst das Online- und Digitalportfolio der DFL-Gruppe mittlerweile über 60 verschiedene Produkte und erweitert sich ständig, wodurch auch das Bedürfnis des dafür nötigen Verständnisses rund um neue Technologien und damit einhergehende Rechtsfragen stetig steigt.

A. Die Organisation des Profifußballs

Am 18. Dezember 2000 gründeten die 36 Clubs, die bis zum 28. April 2001 als außerordentliche Mitglieder dem *Deutschen Fußball-Bund e. V.* (DFB) unmittelbar angehörten, den *Die Liga – Fußballverband e. V.* (Ligaverband). Der Ligaverband, der seit 2016 unter dem Namen DFL e. V. firmiert und ordentliches Mitglied des DFB ist,¹ ist als Zusammenschluss dieser Clubs seitdem für den Betrieb der

¹ § 7 Nr. 2 Ziff. VI DFB Satzung; § 3 Nr. 1 DFL Satzung.

Bundesliga und 2. Bundesliga verantwortlich. Sein operatives Geschäft führt die DFL GmbH.²

Zu den Aufgaben und Befugnissen des DFL e.V. zählen neben der Organisation der sportlichen Wettbewerbe und Durchführung des Lizenzierungsverfahrens insbesondere die Verwertung der sich aus dem Betrieb der Bundesliga und 2. Bundesliga ergebenden Vermarktungsrechte im Wege der gemeinschaftlichen (zentralen) Vermarktung.³ Diese Aufgabe hat grundlegende Bedeutung für den wirtschaftlichen und damit sportlichen Erfolg der 36 Proficlubs: In der Saison 2022/2023 machten allein die Erlöse des DFL e.V. mit einem Anteil von 34,23 % an dem Gesamtumsatz ihre wichtigste Einnahmequelle aus.⁴

Zur Erfüllung der verschiedenen Kerntätigkeiten hat die DFL GmbH mehrere spezialisierte Tochtergesellschaften gegründet. Seit 2006 produziert die Sportcast GmbH das TV-Signal für alle Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga sowie der Relegation und des *Supercups* und distribuiert dieses in über 200 Länder.

Um das große Interesse an der Bundesliga bei Millionen von Menschen zu erfüllen, werden bei der DFL Digital Sports GmbH seit 2012 Inhalte für das eigene Digitalportfolio (insbesondere bundesliga.com und die offizielle Bundesliga-App, die von ihr im Auftrag der DFL GmbH (weiter-)entwickelt und technisch betrieben werden) sowie für Lizenznehmer und Partner des DFL e.V. erstellt.

Die Bundesliga International GmbH, die neben dem Frankfurter Standort internationale Büros in New York, Peking und Singapur unterhält, vermarktet seit 2017 die internationalen audiovisuellen Medienrechte an den Spielen der Bundesliga und 2. Bundesliga sowie deren zentrale Lizenz- und Sponsoringrechte.

Mit der DFL Stiftung haben DFL e.V. und DFL GmbH eine gemeinnützige Stiftung gegründet, um der gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung des deutschen Profifußballs gerecht zu werden. Die DFL-Stiftung hat es sich zur Aufgabe gemacht, Kinder und Jugendliche sowie junge Sporttalente nachhaltig dabei zu unterstützen, ihr Potenzial zu entfalten.

Komplementiert wird die DFL-Gruppe durch die Liga Travel GmbH, ein Joint Venture mit HRG Germany mit Schwerpunkt auf Reisen, Events und Logistik, sowie die Sportec Solutions AG, ein auf Spieldaten und Sporttechnologien spezialisiertes Joint Venture mit der Deltatre Group Ltd.

B. Die Rechtsabteilung der DFL GmbH

Als Konzernrechtsabteilung setzt sich das Team der Rechtsabteilung der DFL GmbH mittlerweile aus neun Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälten (überwiegend mit Zulassung als Syndikus) zusammen und wird komplementiert

von zwei Assistentinnen sowie zwei Vertragsmanagerinnen und einem Vertragsmanager. Als eingespielte Mannschaft betreut die Rechtsabteilung neben den einzelnen Fachbereichen der DFL GmbH auch die Tochtergesellschaften rechtlich vollumfassend und bringt bei den Taktikbesprechungen rund um wichtige rechtliche Fragen und strategische Entscheidungen ihre Expertise ein.

Um dem mittlerweile sehr vielfältigen Aufgabenportfolio gerecht zu werden, organisiert sich die Rechtsabteilung in drei Bereiche:

- I. Im Bereich des **Medien- und Vermarktungsrechts** sind schwerpunktmäßig die rechtliche Begleitung der Vergabe der kommerziellen Rechte der Lizenzligen, insbesondere die damit einhergehenden Ausschreibungs- und Auswahlverfahren, angesiedelt. Das Team in diesem Bereich befasst sich mit allen Facetten des Medien-, Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrechts. Es verhandelt (Lizenz-)Verträge mit nationalen und internationalen Medienpartnern, berät bei der Produktion und Konzeption der Medienprodukte und stellt einen effektiven Rechtsschutz der gewerblichen Schutzrechte der DFL-Gruppe sicher.
- II. Die Arbeit im Bereich **Verbands- und Gesellschaftsrecht, Recht Fußballangelegenheiten** konzentriert sich schwerpunktmäßig auf die Anwendung und Fortentwicklung der verbandsintern für alle Clubs verbindlichen Statuten sowie auf die juristische Begleitung des Spielbetriebs der Lizenzligen. Dies umfasst vielfältige rechtliche Fragestellungen, die sich im Zusammenhang mit Spielertransfers und -registrierungen, mit der Spielplanung, den Nachwuchsleistungszentren, den Stadien, der Spielkleidung und dem Ticketing ergeben. Eine weitere Aufgabe besteht für dieses Team in der rechtlichen Betreuung des Lizenzierungsverfahrens, das alle Clubs vor der Zulassung zur Bundesliga und 2. Bundesliga durchlaufen und in dessen Rahmen sie u. a. sportliche, infrastrukturelle, rechtliche und finanzielle Kriterien erfüllen müssen. Die derzeit prominentesten Themen in diesem Bereich sind die 50+1-Regelung und das Polizeikostenverfahren vor dem Bundesverfassungsgericht.
- III. Der Bereich **Digital-, IT- und Datenschutzrecht/ Vertragsmanagement** fokussiert sich auf die rechtliche Begleitung von Digitalisierungs-, Innovations- und IT-Initiativen für Fans und Business-Partner sowie die damit meist einhergehende Einführung und (Weiter-)Entwicklung von Digitalprodukten (z. B. Websites und Apps) und sonstigen softwarebasierten Lösungen. Die Rechtsberatung endet dabei nicht mit Vertragsprüfung und -abschluss. Zusammen mit den Fachabteilungen werden solche Initiativen aus vielfältigen Blickwinkeln (z. B. des Digital-, Wettbewerbs- und Datenschutzrechts sowie ggf. zwingendem lokalem Recht eines Zielmarkts) beleuchtet, ein für sie rechtlich möglicher Handlungskorridor festgelegt und mögliche Restrisiken aufgezeigt. Ein techni-

² § 19 DFL Satzung.

³ § 16a Nr. 1-3 DFB Satzung; §§ 4 Nr. 1; 6 Nr. 2 lit. a) DFL Satzung.

⁴ DFL, Wirtschaftsreport 2024 – Gewinn- und Verlust-Rechnung, S. 24.

sches und rechtliches Verständnis, insbesondere für neue Technologien (z. B. Künstliche Intelligenz), ist dabei unerlässlich. Ein weiterer Fokus dieses Teams liegt auf der stetigen Optimierung, Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen der Rechtsabteilung – ob nun in organisatorischer Hinsicht oder durch Einsatz von Legal Tech.

Einen großen Anteil am Tagesgeschäft nimmt für alle Mitglieder der Rechtsabteilung die Prüfung, Verhandlung und der Abschluss von Verträgen in den verschiedenen Tätigkeitsgebieten (z. B. mit Dienstleistern und Lizenznehmern) ein. Pro Jahr begleitet die Rechtsabteilung regelmäßig mehr als 1.600 Vertragsabschlüsse. Um dieses Pensum erfolgreich zu meistern, liefern die Juristinnen und Juristen den Fachabteilungen stetig neue Vertragsvorlagen und können sich auf die Unterstützung durch die Vertragsmanagerinnen und Vertragsmanager verlassen. Die erfolgreichen Vertragsabschlüsse können dann genauso gefeiert werden wie die Tore beim gemeinsamen Stadionbesuch.

C. Referendariat als Eintrittskarte

Regelmäßig werden Rechtsreferendarinnen und -referendare ausgebildet und eine Anwalts- oder Wahlstation bei der DFL GmbH eröffnete bereits vielen eine Karriere im Fußballumfeld. Etwa die Hälfte des aktuellen Teams der Rechtsabteilung der DFL GmbH kann selbst auf eine Station dort zurückblicken und viele ehemalige Referendarinnen und Referendare sind mittlerweile bei den Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga tätig.