

Ordnung für die Verwertung kommerzieller Rechte (OVR)

INHALTSVERZEICHNIS:

- I. Präambel**
- II. Grundlagen**
- III. Fernsehrechte, Hörfunkrechte und andere audiovisuelle Verwertungsrechte**
- IV. Vermarktungsrechte im Bereich Sponsoring und Sonderwerbeformen**
- V. Vermarktungsrechte im Bereich Merchandising**
- VI. Verteilung von Einnahmen aus der Verwertung kommerzieller Rechte**
- VII. Beschwerde**

I. Präambel

Der Lizenzfußball, der die leistungsmäßige Spitze in Deutschland bildet, ist eine sportliche Wettbewerbsform von hohem Interesse und großer Akzeptanz. Er lebt von der Qualität des deutschen Fußballs, von seiner Tradition und vom Interesse seiner Anhänger und der aktiven Fußballspieler.

Zugleich hat die Bundesliga einen Markennamen erlangt. Für Millionen Bürger in Deutschland ist sie der bekannteste und zugleich beliebteste deutsche Sportwettbewerb. Daraus ergeben sich vielfältige Möglichkeiten, durch kommerzielle Verwertung die Mittel zur Sicherung der weiteren Entwicklung des deutschen Fußballs insgesamt, des Lizenzfußballs und die ihm angehörenden lizenzierten Vereine und Kapitalgesellschaften (nachfolgend Clubs genannt), aber auch zur Wahrnehmung seiner sozialen Verantwortung zu erwirtschaften.

Gemäß § 4 Nr. 1 e) seiner Satzung ist es Zweck und Aufgabe des DFL e.V., die wirtschaftlichen Interessen der Mitglieder 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 des Lizenzfußballs ergebenden Vermarktungsrechte wie auch die Ligasymbolik exklusiv und in eigenem Namen zu verwerten. Die DFL Deutsche Fußball Liga GmbH (nachfolgend DFL GmbH genannt) wird mit der Wahrnehmung dieser Aufgaben beauftragt.

Die sich daraus ergebenden Rechte und Verpflichtungen des DFL e.V., die auch in enger Verbindung zu sportlichen, technischen und marktseitigen Entwicklungen stehen, sind in dieser Ordnung geregelt.

II. Grundlagen

§ 1

1. Entsprechend § 6 Nr. 2 a) der Satzung des DFL e.V. und in Wahrnehmung der Bestimmungen der Satzung des Deutschen Fußball-Bundes (nachfolgend DFB genannt), dem der DFL e.V. angehört, insbesondere des § 16 der DFB-Satzung und der Bestimmungen des Grundlagenvertrages zwischen dem DFL e.V. und dem DFB, hat der DFL e.V. unter anderem das Recht, die Vermarktungsrechte aus den Wettbewerben der Lizenzligen sowie das jeweilige Logo und die dazugehörige sonstige Symbolik (jeweils visuell, akustisch und audiovisuell) sowie die Vermarktungsrechte aus anderen Wettbewerben, an denen sich Mitglieder des DFL e.V. beteiligen, soweit für letztere nicht Einschränkungen durch die deutsche Rechtsprechung bzw. durch übergeordnete Beschlüsse der zuständigen internationalen Fußballverbände gegeben sind, exklusiv und im eigenen Namen zu verwerten.

2. Diese Ordnung regelt die Grundlagen der kommerziellen Tätigkeit des DFL e.V. und möglicher nachgeordneter Gesellschaften in wichtigen kommerziellen Bereichen. Als Verband der Liga, als Institution und im Interesse gesamtgesellschaftlicher Aufgaben des deutschen Fußballs hat der DFL e.V. auch die Aufgabe, Vermarktungsrechte zentral (bzw. gemeinschaftlich) wahrzunehmen.
3. Der DFL e.V. und seine Mitglieder beachten die im Rahmen der Verständigung mit der Europäischen Kommission gefundene Abgrenzung zwischen der Vermarktung durch den DFL e.V. und der Vermarktung durch das einzelne Mitglied des DFL e.V. nach Maßgabe des Beschlusses der Mitgliederversammlung vom 31. März 2004.

§ 2

Die kommerziellen Aktivitäten des DFL e.V. fußen auf geltendem Recht, insbesondere auch unter Berücksichtigung der Erfordernisse und der spezifischen Bedürfnisse des Sports, den Statuten, Satzungen und relevanten Ordnungen des DFB sowie insbesondere der Satzung, den Statuten und Ordnungen, einschließlich den beschlossenen bzw. zu beschließenden Arbeitsanweisungen, Richtlinien und Durchführungsbestimmungen des DFL e.V., und auf dem Grundlagenvertrag zwischen dem DFL e.V. und dem DFB.

§ 3

1. Berücksichtigung finden Festlegungen der FIFA und der UEFA, in denen der DFB, dem der DFL e.V. angehört, jeweils Mitglied ist, auch hinsichtlich der von den internationalen Dachverbänden veranstalteten Klubwettbewerbe.
2. Die deutschen Teilnehmer an den europäischen Klubwettbewerben qualifizieren sich aufgrund ihrer Platzierung in der Bundesliga sowie als Gewinner (bzw. im Sonderfall als Finalist) des DFB-Pokal-Wettbewerbs. Die Teilnahme, die Vermarktung und die Wahrnehmung von Rechten bzw. die Erfüllung von Pflichten aus der Teilnahme an den Gesamtwettbewerben erfolgen auf der Grundlage der Bestimmungen und Entscheidungen der veranstaltenden Verbände, der zuständigen Gremien des jeweiligen Wettbewerbs sowie der Bestimmungen der Satzung, der Ordnungen und bei Bedarf zu treffenden weiteren Festlegungen des DFL e.V..

§ 4

In Wahrnehmung der Rechte aus den Terminlisten der Lizenzligen und der anderen offiziellen Spiele der Mitgliedsklubs durch den DFL e.V. wie auch zur Regelung diesbezüglicher Angelegenheiten den Pokal des Deutschen Fußball-Bundes betreffend wird der Rahmenterminkalender im Spielausschuss des DFB unter Mitwirkung der Vertreter des DFL e.V. erstellt.

§ 5

1. Der DFL e.V. realisiert die Gemeinschaftsinteressen der Bundesliga in den Bereichen Wirtschaft, Handel, Dienstleistungen, Medien, Finanzen und neue Technologien nach dieser Ordnung.
2. Wichtige kommerzielle Aktivitätsbereiche des DFL e.V. sind:
 - die Vermarktung der Fernseh- und Hörfunkrechte, weiterer audiovisueller Verwertungsrechte der Bundesliga, einschließlich solcher aus neuen technologischen oder marktseitigen Entwicklungen
 - die Vermarktung im Sponsoring und durch Sonderwerbformen
 - Merchandising
 - die Vermarktung in anderen Bereichen (z.B. Lotterie- und Gewinnspiele) sowie solche, die zukünftig entwickelt werden.
3. Zugleich hat der DFL e.V. die Aufgabe, beständig neue Möglichkeiten der Rechteverwertung und Vermarktung im Interesse der Liga zu suchen und wahrzunehmen.

§ 6

1. Der DFL e.V. nimmt die unter §§ 1-5 genannten Rechte sowie künftige neue Aufgabenbereiche eigenverantwortlich und soweit erforderlich in Abstimmung mit bzw. im Auftrag von seinen Mitgliedern wahr. Einzelheiten dazu regeln die §§ 7 ff..
2. Bei Bedarf kann der DFL e.V. spezielle Durchführungsbestimmungen, Richtlinien und Anweisungen für spezifische Tätigkeitsgebiete bzw. für die Wahrnehmung spezifischer Aufgaben beschließen.

§ 7

Der DFL e.V. ist berechtigt und verpflichtet, zur Realisierung seiner Interessen und der seiner Mitglieder alle geeigneten Maßnahmen zu ergreifen, die der Verwirklichung seiner Ziele dienen. Der DFL e.V. und die DFL GmbH sind darüber hinaus auch berechtigt, die nach den §§ 9 bis 16 bestehenden Rechte im eigenen Namen gegenüber Dritten gerichtlich geltend zu machen. Der DFL e.V. kann die Ausübung der Rechte oder die Wahrnehmung einzelner Aufgaben daraus auch auf die DFL GmbH oder andere von der DFL GmbH ermächtigte Unternehmen übertragen, sofern die Satzung oder der Grundlagenvertrag mit dem DFB nichts anderes bestimmen. Das schließt auch die Bildung von Tochtergesellschaften, die Beteiligung an anderen Gesellschaften und die Gründung gemeinsamer Gesellschaften mit spezialisierten Partnerfirmen durch die DFL GmbH ein.

§ 8

1. Entscheidungen in allen wirtschaftlichen Fragen, die von dieser Ordnung berührt werden, trifft das Präsidium des DFL e.V. – soweit die Rechte nicht auf einen Dritten übertragen sind – gemäß § 17 Nr. 1 der Satzung eigenständig. Wesentliche Entscheidungen bedürfen der Zustimmung der Mitgliederversammlung.
2. Angelegenheiten, die der Zustimmung der Mitgliederversammlung des DFL e.V. oder der Zustimmung des Präsidiums des DFL e.V. bzw. des Aufsichtsrats der DFL GmbH und der Mitgliederversammlung bedürfen, wie die Bildung von Tochtergesellschaften oder wichtige Vermögensfragen, werden – soweit sie nicht in der Satzung und in dieser Ordnung geregelt sind - in der Geschäftsordnung des DFL e.V. oder der DFL GmbH bestimmt.

III. Fernsehrechte, Hörfunkrechte und andere audiovisuelle Verwertungsrechte

§ 9

1. Das Recht, über die Fernseh- und Hörfunkübertragungen von Spielen, die sich im Verantwortungsbereich des DFL e.V. befinden, Verträge zu schließen, besitzt der DFL e.V. gemäß § 6 Nr. 2 a) der Satzung. Entsprechendes gilt auch für die Rechte bezüglich aller anderen Bild- und Tonträger, künftiger technischer Einrichtungen jeder Art und in jeder Programm- und Verwertungsform insbesondere des Internets, der Online-Dienste und Anwendermedien sowie möglicher Vertragspartner.
2. Das Recht, für Spiele in den internationalen Klubwettbewerben der FIFA und UEFA Verträge über die Fernseh- und Hörfunkübertragungen zu schließen,

nehmen die jeweils teilnehmenden lizenzierten Clubs des DFL e.V. wahr, solange die FIFA bzw. UEFA dieses Recht nicht selbst ausübt oder auf den Nationalverband oder den DFL e.V. überträgt. In diesem Fall wird dieses Recht soweit möglich und zulässig vom DFL e.V. wahrgenommen. Entsprechendes gilt auch für die Rechte bezüglich aller anderen Bild- und Tonträger, künftiger technischer Einrichtungen jeder Art und in jeder Programm- und Verwertungsform, insbesondere des Internets, der Online-Dienste und Anwendermedien sowie möglicher Vertragspartner.

3. Das Recht, über Freundschaftsspiele gemäß § 9 SpOL Verträge zu schließen, nehmen die lizenzierten Clubs wahr. Diesbezügliche Verträge sind der DFL GmbH unverzüglich vorzulegen.

§ 10

(gestrichen)

§ 11

Der DFL e.V. ist berechtigt, Rahmenbedingungen für die Vermarktung zu erlassen, die dem Schutz des Produktes Lizenzfußball dienen und die für die Teilnehmer an den Lizenzligen und die für sie handelnden Dritten verbindlich sind.

IV. Vermarktungsrechte im Bereich Sponsoring und Sonderwerbformen

§ 12

Der DFL e.V. ist zur Ausschöpfung von wirtschaftlichen Ressourcen und im Sinne einer gemeinschaftlichen Präsentation des Lizenzfußballs berechtigt, für den Lizenzfußball als Gesamtheit und seine individuellen Spielklassen und Wettbewerbe Kooperationen und Partnerschaften im Sinne des Sponsorings und der Sonderwerbformen (z.B. Promotions zur Verkaufsförderung) mit Dritten einzugehen. Dies gilt auch für Maßnahmen, die sich aus vertraglichen Vereinbarungen im Rahmen der audiovisuellen Verwertungsrechte ergeben oder erlangen lassen.

§ 13

1. Der DFL e.V. ist zum Zwecke der gemeinschaftlichen Vermarktung der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga und/oder weiterer Wettbewerbe exklusiv sowie inhaltlich, zeitlich und räumlich unbeschränkt berechtigt, Dritten Individualrechte der lizenzierten Clubs des DFL e.V. einzuräumen und/oder Leistungen durch diese erbringen zu lassen, soweit alle lizenzierten Clubs der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga in gleichem Maße dazu verpflichtet sind.
2. Über die ihr dafür zur Verfügung stehenden Vermarktungsrechte wird sich der DFL e.V. mit den lizenzierten Clubs dann abstimmen, wenn von diesen Rechte eingeräumt und Leistungen erbracht werden sollen, die deren individuelle Partnerschaften mit dem Trikotsponsor, dem Namensgeber des Stadions oder dem Sportartikelausrüster oder – nach Anzeige und Begründung durch die Clubs vor einer Spielzeit – sonstigen hinsichtlich der wirtschaftlichen Erheblichkeit und der strategischen Bedeutung mit den beiden erstgenannten vergleichbare Partnerschaften (einschließlich Anteilseigner) im Sinne der Produkt- und Branchen-Exklusivität nachhaltig beeinträchtigen. Falls eine derartige Beeinträchtigung nachgewiesen wird, kann der DFL e.V. auch unter Verzicht auf den/die betroffenen Club(s) nach Beschluss des Präsidiums die gemeinschaftliche Vermarktung unter Beteiligung nicht aller 18 bzw. 36 Clubs durchführen, sofern mindestens die jeweilige Mehrheit der Clubs der jeweiligen Lizenzliga beteiligt ist.
3. Der DFL e.V. ist exklusiv berechtigt, einen einheitlichen Spielball für die Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga zu bestimmen sowie eine einheitliche Präsentationsform des Spielballs im Spielbetrieb der Bundesliga und 2. Bundesliga zu vermarkten. Für die Bundesliga und die 2. Bundesliga können jeweils separate Vereinbarungen geschlossen werden.

V. Vermarktungsrechte im Bereich Merchandising und Lizenzrechte

§ 14

Der DFL e.V. ist zur Ausschöpfung von wirtschaftlichen Ressourcen und im Sinne einer gemeinschaftlichen Präsentation im Bereich Merchandising und Lizenzrechte berechtigt, die Bundesliga und/oder 2. Bundesliga und/oder weitere Wettbewerbe im Sinne der Gruppenvermarktung zu verwerten. Hierbei strebt der DFL e.V. auch an, die wirtschaftliche Effizienz im Bereich Merchandising durch gemeinsame Maßnahmen, z.B. mitgliederübergreifenden Wareneinkauf, Lagerhaltung, Warenvertrieb, zu steigern.

§ 15

Der DFL e.V. verfügt gemäß § 6 Nr. 2 a) der Satzung des DFL e.V. über das exklusive Recht zur Vermarktung des Ligalogos und der Lighymne sowie jeglicher – auch zukünftiger – offizieller visueller, akustischer und audiovisueller Symbolik der Lizenzligen oder seiner Wettbewerbe.

§ 16

1. Der DFL e.V. ist zum Zwecke der Gruppenvermarktung der Bundesliga und/oder 2. Bundesliga und/oder weiterer Wettbewerbe exklusiv berechtigt, die Embleme/Logos, Namen (einschließlich Kurzformen und dgl.), Marken und sonstige Kennzeichen und Schutzrechte, Maskotts und Vereinsfarben sowie die offiziellen Mannschaftsbilder, Erkennungs- und Vereinsmelodien der lizenzierten Clubs des DFL e.V., letzteres unter Berücksichtigung von Urheberrechten, inhaltlich, zeitlich und räumlich unbeschränkt zu nutzen. Gleiches gilt für Designs der lizenzierten Clubs des DFL e.V., z.B. Trikotdesigns unter Berücksichtigung von Rechten Dritter wie der Sportartikelausrüster.

Soweit die Persönlichkeitsrechte der Lizenzspieler und anderer Spielberechtigter an ihrer Vermarktung als Fußballspieler den lizenzierten Clubs des DFL e.V. zur Nutzung überlassen sind, ist der DFL e.V. exklusiv berechtigt, diese zum Zwecke der Gruppenvermarktung ebenfalls inhaltlich, zeitlich und räumlich unbeschränkt – zeitlich bezogen auf die jeweilige Spielzeit der Zugehörigkeit des Clubs zum DFL e.V. - zu nutzen.

2. Gruppenvermarktungsmaßnahmen im Sinne dieser Vorschrift können sich auf „Produktlinien“ und „All-In-One-Produkte“ beziehen.

Bei einer „Produktlinie“ werden einzelne Individualrechte jeweils mit einem gleichartigen Produkt verbunden, ohne dass die wirtschaftliche Verwertbarkeit oder Werthaltigkeit der anderen Individualrechte, sei es einzeln oder in ihrer

verbleibenden Gesamtheit, und/oder der Gruppenvermarktungsrechte für dasselbe oder ein gleichartiges Produkt gemindert werden.

„All-In-One-Produkte“ liegen immer dann vor, wenn sämtliche bestehenden Individualrechte, in der Regel die 18 bzw. 36 Individualrechte, durch einen übergeordneten, sachlichen Zweck verbunden sind (z.B. Tabelle, Sammlung) und die Individualrechte im Sinne dieser Verbindung bestimmungsgemäß zu nutzen sind. Diese Verbindung muss jedenfalls die Eigenschaft und Qualität aufweisen, dass ein Individualrecht, z.B. Logo eines einzelnen Clubs, nicht herausgenommen werden kann, ohne dass die wirtschaftliche Verwertbarkeit oder Werthaltigkeit der verbleibenden (Gruppenvermarktungs-)Rechte oder des Individualrechts beeinträchtigt werden. Ein „All-In-One-Produkt“ liegt danach z.B. vor, wenn alle Individualrechte in oder auf einem Produkt bestimmungsgemäß zu verwenden sind bzw. verwendet werden.

3. Der DFL e.V. vermarktet und verwertet die Gruppenvermarktungsrechte grundsätzlich für „All-In-One-Produkte“. Im Gegensatz dazu erfolgt die Vermarktung und Verwertung der Gruppenvermarktungsrechte im Rahmen von „Produktlinien“ nur mit Einverständnis der Mehrheit der Clubs einer Lizenzliga und ausschließlich unter Beteiligung dieser Clubs.
4. In Bezug auf die „All-One-Produkte“ dürfen die Clubs ihre individuellen Rechte nicht in solcher Weise Dritten überlassen, dass ein Produkt erstellt werden kann, welches diese Gruppenvermarktungsrechte des DFL e.V. beeinträchtigt. Daher dürfen bei der Vergabe von Individualrechten maximal drei Clubs in ein Produkt integriert werden. Die Clubs stellen dies in den Verträgen mit ihren jeweiligen Lizenznehmern sicher.

VI. Verteilung von Einnahmen aus der Verwertung kommerzieller Rechte

§ 17

1. Die Einnahmen aus der Vermarktung von Spielen entsprechend § 9 Nr. 1, die sich im Verantwortungsbereich des DFL e.V. befinden, stehen dem DFL e.V. zu. Zu den Einnahmen gehören auch die Erlöse aus der Produktion und Distribution des Basissignals. Die Einnahmen werden nach Zufluss an die lizenzierten Clubs als Entgelt für die Teilnahme am Spielbetrieb ausgekehrt.

Aus diesen Einnahmen wird von den lizenzierten Clubs der Anteil des DFL e.V. zur Finanzierung seiner Aufwendungen entrichtet, wenn das Präsidium des DFL e.V. dies im Vorhinein beschließt. Hierin enthalten sind u.a.

- a) die an den DFB nach § 4 des Grundlagenvertrages zu leistenden Vergütungen,
- b) die Vergütung der DFL GmbH, die im Vorhinein zwischen dem Präsidium und der Geschäftsführung der DFL GmbH festgelegt wird.

Der DFL e.V. hat die Möglichkeit, seine Aufwendungen ganz oder anteilig bei der Bemessung des Entgelts zu berücksichtigen und das Entgelt so festzulegen, dass den lizenzierten Clubs nur ein entsprechend geminderter Betrag als Entgelt für die Teilnahme am Spielbetrieb zusteht oder, soweit zur Finanzierung der Aufwendungen an Stelle dessen ganz oder teilweise Beiträge (§ 22 Nr. 1) erhoben werden, mit Beitragsforderungen gegen die Clubs aufzurechnen. Über die Verteilung zwischen den lizenzierten Clubs entscheidet das Präsidium des DFL e.V.

2. Von den Einnahmen aus der Vermarktung von Spielen nach § 9 Nr. 3 durch Live-Übertragungen leisten die lizenzierten Clubs eine Solidarabgabe von 20% an den DFL e.V., sofern das Präsidium des DFL e.V. für die betreffende Spielzeit die Erhebung einer derartigen Abgabe beschließt. Für die Auskehrung und Verteilung der Einnahmen gilt Nr. 1 entsprechend.

§ 18

Erfolgt die Fernseh- bzw. Hörfunk- oder andere mediale Vermarktung von Spielen abweichend zu § 9 Nr. 1 nicht durch den DFL e.V., sondern individuell durch die lizenzierten Clubs des DFL e.V., gilt für die Verwendung der Einnahmen § 17 Nr. 1. Die Gewährleistung der übergeordneten Ziele und Aufgaben des DFL e.V., die sich aus den grundlegenden Dokumenten und Verträgen ergeben, sowie die Sicherung und Entwicklung des deutschen Lizenzfußballs insgesamt sind dabei von primärer Bedeutung und entsprechend zu berücksichtigen.

§ 19

Die aus der gemeinschaftlichen Vermarktung im Bereich Sponsoring und Sonderwerbformen (§§ 12 und 13) erzielten Einnahmen stehen dem DFL e.V. zu und werden nach Zufluss an die lizenzierten Clubs als Entgelt für die Einbringung ihrer Rechte und die Teilnahme am Spielbetrieb ausgekehrt. Der dem DFL e.V. zustehende Anteil wird im Vorhinein vom Präsidium festgelegt. Über die Verteilung der Einnahmen zwischen den lizenzierten Clubs entscheidet das Präsidium des DFL e.V. auf Vorschlag der DFL GmbH. § 17 Nr. 1 S. 5 gilt entsprechend.

§ 20

Die aus der gemeinschaftlichen Vermarktung im Bereich Merchandising (§§ 14 bis 16) erzielten Einnahmen stehen dem DFL e.V. zu und werden nach Zufluss an die lizenzierten Clubs als Entgelt für die Einbringung ihrer Rechte und die Teilnahme am Spielbetrieb ausgekehrt. Der dem DFL e.V. zustehende Anteil wird im Vorhinein vom Präsidium festgelegt. Über die Verteilung der Einnahmen zwischen den lizenzierten Clubs entscheidet das Präsidium auf Vorschlag der DFL GmbH. § 17 Nr. 1 S. 5 gilt entsprechend.

§ 20 a

Die Einnahmen nach § 5 des Grundlagenvertrages mit dem DFB stehen nach Abzug eines etwaigen der DFL GmbH zustehenden Anteils dem DFL e.V. zu und werden nach Zufluss an die lizenzierten Clubs als Entgelt für die Bereitstellung und die Abstellung der Spieler und die Unterstützung der Herren-Auswahlmannschaften des DFB ausgekehrt. Ein etwaiger der DFL GmbH zustehender Anteil wird im Vorhinein zwischen dem Präsidium und der Geschäftsführung der DFL GmbH festgelegt. Festgelegt werden kann auch ein beim DFL e.V. verbleibender Anteil. Über die Verteilung zwischen den lizenzierten Clubs entscheidet das Präsidium auf Vorschlag der DFL GmbH. Bei der Verteilung können auch Clubs, die im Zeitpunkt der Verteilung nicht mehr lizenziert sind, berücksichtigt werden. § 17 Nr. 1 S. 5 gilt entsprechend.

§ 21

Für Einnahmen aus anderen wirtschaftlichen bzw. kommerziellen Aktivitäten, auch für Geschäftsfelder oder Vorhaben, die künftig entstehen oder wahrgenommen werden, gelten die vorstehenden §§ 19 und 20 entsprechend.

§ 22

1. Von den Vergütungen der lizenzierten Clubs gem. §§ 17 bis 21 können durch Beschluss des Präsidiums angemessene Teile als Beiträge im Sinne des § 14 der Satzung des DFL e.V. zum Zwecke der Förderung des Jugend- und Amateursports sowie anderer gemeinsamer Maßnahmen einbehalten werden.
2. Die durch kommerzielle Aktivitäten im Sinne und im Rahmen dieser Ordnung erwirtschafteten Erlöse und Überschüsse wie auch die Spielabgaben dienen der Erfüllung der vertraglich geregelten Verbindlichkeiten gegenüber dem DFB, der Wahrnehmung der Gesamtheit der Aufgaben des DFL e.V. einschließlich der zur Stärkung aller seiner Mitglieder und der Finanzierung der Tätigkeit der hauptamtlichen finanziellen Strukturen und des Personals des DFL e.V.. Einzelheiten werden in der Finanzordnung des DFL e.V. geregelt.

VII. Beschwerde

§ 23

1. Lizenzierte Clubs können gegen sie betreffende erste Entscheidungen der DFL GmbH innerhalb von fünf Tagen nach der Entscheidung Zustellung Beschwerde erheben. Neue Tatsachen können innerhalb der genannten Ausschlussfrist vorgetragen werden. Die Beschwerde ist zu begründen und bei der DFL GmbH einzulegen, die ihr abhelfen kann. Die Beschwerde hat keine aufschiebende Wirkung.
2. Wird der Beschwerde nicht oder nur teilweise abgeholfen, so kann der betroffene lizenzierte Club innerhalb von fünf Tagen nach Zustellung der zweiten Entscheidung Beschwerde erheben. Neue Tatsachen können innerhalb der genannten Ausschlussfrist vorgetragen werden. Die Beschwerde ist zu begründen und beim Präsidium des DFL e.V. einzulegen, der endgültig entscheidet. Das Präsidium des DFL e.V. entscheidet über den gesamten Sachverhalt und ist dabei an die Beurteilung durch die DFL GmbH nicht gebunden. Die Entscheidung kann daher auch zum Nachteil des betroffenen lizenzierten Clubs geändert werden. Das Präsidium des DFL e.V. entscheidet auch, ob ein mündlicher Tatsachenvortrag des betroffenen lizenzierten Clubs und der Vorinstanz erfolgen muss. Die Beschwerde hat keine aufschiebende Wirkung. Die Beschwerdefrist kann aus übergeordneten Gesichtspunkten auf maximal zwei Tage abgekürzt werden. Eine Abkürzung muss begründet werden.

§ 24

In-Kraft-Treten

Die vorstehende geänderte Fassung der Ordnung für die Verwertung kommerzieller Rechte tritt am 13. Dezember 2017 in Kraft. Gleichzeitig treten die bisher geltenden anderweitigen Vorschriften der Ordnung für die Verwertung kommerzieller Rechte außer Kraft.