

Stärkung und Schutz der Vereinsmarken – Einführung eines Freigabesystems und Rückführung des Merchandisings

Antragsteller: Paul Stertz (Mitgliedsnummer 105744), im Auftrag des Fanbeirats Alemannia Aachen

Einreichung: Schriftlich bei der Aachener Turn- und Sportverein Alemannia 1900 e.V. , 30. Mai 2026

Art des Antrags: Beauftragungsantrag

Abstimmungsquorum: Absolute Mehrheit der abgegebenen Stimmen (§ 11 a VO)

Beschlussvorschläge

Die Jahreshauptversammlung des Aachener Turn- und Sportverein Alemannia 1900 e.V. (nachfolgend „ATSV“) fasst folgende Beschlüsse:

1. Stärkung des Markenportfolios

Präsidium und Geschäftsführung der TSV Alemannia Aachen GmbH (nachfolgend „GmbH“) werden beauftragt, kurzfristig eine umfassende Bestandsaufnahme und Stärkung des bestehenden Markenportfolios des Vereins zu erarbeiten. Ziel ist die Sicherung sämtlicher relevanter Schutzrechte des ATSV gegen Verwässerung und unbefugte Nutzung durch Dritte.

2. Einführung eines Freigabesystems für die kommerzielle Nutzung von Schutzrechten durch Dritte

Die kommerzielle Nutzung sämtlicher dem Verein zustehenden Schutzrechte – insbesondere Marken, Vereinszeichen und sonstige Kennzeichnungsrechte – durch Dritte bedarf kurzfristig und künftig der vorherigen schriftlichen Freigabe durch die Geschäftsführung der GmbH oder das Präsidium des Vereins. Sämtliche von Dritten kommerziell hergestellten oder vertriebenen Produkte, die Schutzrechte des Vereins verwenden, unterliegen einer Qualitätskontrolle und müssen vor Produktion und Vertrieb freigegeben werden. Ohne eine solche Freigabe ist die kommerzielle Verwendung der Vereinsmarken durch Dritte unzulässig. Soweit weder eine Zustimmung des Vereins oder der GmbH vorliegt noch ein entsprechendes Vertragsverhältnis besteht, werden die Vertreter des Vereins und der GmbH dazu angehalten, proaktiv gegen die unrechtmäßige Nutzung der Vereinsmarken vorzugehen. Bestehende Lizenzvereinbarungen mit Dritten sind im Rahmen der vertraglichen Möglichkeiten umgehend anzupassen.

3. Schriftliche Zustimmung des Vereins bei Unterlizenzierung

Die GmbH wird verpflichtet, für jede Unterlizenzierung von Merchandisingrechten an Dritte die vorherige schriftliche Zustimmung des Vereins, vertreten durch das Präsidium, einzuholen. Bestehende Lizenzvereinbarungen mit Dritten sind im Rahmen der vertraglichen Möglichkeiten umgehend anzupassen.

4. Rückführung des Merchandisings in die GmbH

Die Jahreshauptversammlung spricht sich dafür aus, dass das Merchandising mittelfristig vollständig in die GmbH zurückgeführt wird. Präsidium und Geschäftsführung der GmbH werden beauftragt, gemeinsam ein Realisierungskonzept zur Rückführung des Merchandisings zu erarbeiten und dieses der Jahreshauptversammlung 2027 vorzustellen. Bei der Erarbeitung des Realisierungskonzepts sind bestehende Sozialpartnerschaften – namentlich die Zusammenarbeit mit VIA Integration – sowie insbesondere solche mit Inklusionscharakter zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu wahren.

Begründung

Wert und Bedeutung der Vereinsmarken:

Die Marken des Aachener Turn- und Sportverein Alemannia 1900 e.V. (ATSV) gehören zu den wertvollsten immateriellen Vermögenswerten des Vereins. Sie sind Ausdruck der Identität und Tradition des ATSV und genießen bei Mitgliedern und Fans einen hohen Stellenwert. Der Schutz dieser Marken ist daher keine rein wirtschaftliche Aufgabe – er ist eine Frage der Vereinsidentität.

Qualitätssicherung durch Freigabesystem:

Die derzeitige Praxis, wonach Merchandisingprodukte weitgehend durch Drittpartner hergestellt und vertrieben werden, hat in der Vergangenheit dazu geführt, dass Produkte auf den Markt gelangt sind, die den qualitativen Ansprüchen des Vereins und seiner Mitglieder nicht genügen. Eine solche Praxis schwächt die Marken des Vereins, verwässert deren Unterscheidungskraft und schadet langfristig dem Ansehen und dem wirtschaftlichen Wert der Vereinsrechte. Durch die Einführung eines verbindlichen Freigabesystems – das sich ausdrücklich auch auf die Art und Ausführung der Produkte erstreckt, nicht nur auf die Frage der Markennutzung als solche – wird sichergestellt, dass künftig nur noch solche Produkte die Marken des Vereins tragen, die den Qualitätsanforderungen entsprechen.

Kontrolle über Unterlizenzierung:

Die Verpflichtung der GmbH, jede Unterlizenzierung von Merchandisingrechten an Dritte der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vereins zu unterwerfen, stellt sicher, dass der e.V. als Träger der Vereinsidentität die letztverantwortliche Kontrollinstanz über die Verwendung seiner Marken bleibt. Die GmbH handelt insoweit nicht autonom, sondern in Abstimmung mit dem Verein.

Rückführung des Merchandisings:

Die Rückführung des Merchandisings in die GmbH ermöglicht eine unmittelbare Steuerung der Produktqualität, eine direkte Wertschöpfung zugunsten des Vereins und seiner Tochtergesellschaft sowie eine konsequente Pflege der Vereinsidentität. Das Realisierungskonzept soll dabei realistisch und unter Berücksichtigung bestehender vertraglicher Bindungen erarbeitet werden.

Sozialpartnerschaft und Inklusion:

Die Wahrung bestehender Sozialpartnerschaften – insbesondere die Zusammenarbeit mit VIA Integration – ist ausdrücklicher Bestandteil des Auftrags an Präsidium und Geschäftsführung. Sie unterstreicht den sozialen Anspruch der Alemannia und stellt sicher, dass Inklusion und gesellschaftliche Verantwortung auch im Bereich des Merchandisings gelebt werden. Eine wirtschaftliche Neuausrichtung des Merchandisings darf nicht auf dem Rücken sozialer Partnerschaften erfolgen.

Der Fanbeirat bittet die Mitglieder um Zustimmung zu den vorstehenden Beschlussvorschlägen.