

Sponsoringvertrag

von
Ulrich Poser, Bettina Backes

4., neu bearbeitete Auflage

[Sponsoringvertrag – Poser / Backes](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Vertragshändler, Vertriebsrecht](#)



Verlag C.H. Beck München 2010

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 406 61052 3

beck-shop.de

Beck'sche Musterverträge, Band 26

Poser/Backes: Sponsoringvertrag

beck-shop.de

beck-shop.de

Sponsoringvertrag

von

Ulrich Poser

Rechtsanwalt in Hamburg

und

Bettina Backes

Rechtsanwältin in Stuttgart

4., neu bearbeitete Auflage



Verlag C. H. Beck München 2010

beck-shop.de

Verlag C.H. Beck im Internet:
beck.de

ISBN 978 3 406 61052 3

© 2010 Verlag C. H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
Druck und Bindung: Nomos Verlagsgesellschaft
In den Lissen 12, 76547 Sinzheim

Satz: jürgen ullrich typesatz, 86720 Nördlingen

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Vorwort zur 4. Auflage

Nicht nur das Sponsoring selbst, sondern auch die Rechtsgebiete, die für das Sponsoring relevant sind, haben sich in den vergangenen fünf Jahren seit Erscheinen der 3. Auflage rasant weiterentwickelt. Dies machte es erforderlich, das Werk grundlegend zu überarbeiten.

Unmittelbare Auswirkungen auf den Sponsoringvertrag im Bereich des Sendungssponsoring hat der zum 1. April 2010 in Kraft getretene Rundfunkstaatsvertrag basierend auf dem 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der zur Ausdehnung des Anwendungsbereichs auch auf audiovisuelle Mediendienste auf Abruf führte. Auch diese Diensteanbieter müssen sich in Zukunft den Regelungen des Rundfunkstaatsvertrags zum Sponsoring unterwerfen. Außerdem wurden die Regelungen zum Sponsoring durch den neuen Rundfunkstaatsvertrag der Richtlinie über Audiovisuelle Medien angepasst und weiter ausgestaltet.

In den vergangenen fünf Jahren sind zahlreiche Urteile in einschlägigen Rechtsgebieten ergangen, welche einzuarbeiten waren. Beispielshaft zu nennen sind hier verschiedene Entscheidungen zum Heilmittelwerbegebot sowie die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes zur Strafbarkeit im Zusammenhang mit an Amtsträger adressierte VIP-Einladungen zu Großveranstaltungen (Hospitality). Des Weiteren fand die höchstgerichtliche Rechtsprechung zu gefühlsbetonter Werbung und zur Eintragung von Eventmarken Berücksichtigung. Auch veränderte gesetzliche Grundlagen im Bereich des Verwaltungs-, Hochschul- und Schulsponsoring sowie der Tabakwerbung waren einzuarbeiten, um nur einige beispielsweise zu nennen. Zudem hat es einige grundlegende Veröffentlichungen der rechtswissenschaftlichen Literatur zum Sponsoringrecht gerade in den letzten zwei Jahren gegeben, die wesentliche Hinweise für die Vertragsgestaltung in der Praxis geben.

Dies alles hatte zur Folge, dass weite Teile des Textes neu geschrieben werden mussten und der Umfang des Textes sich erheblich vergrößert hat. Für die Verfasser steht im Vordergrund, dem Benutzer praxisnahe Hinweise für die Gestaltung des Sponsoringvertrages zu geben und gleichzeitig ein fundiertes Hintergrundwissen durch die Erläuterungen zu den einschlägigen Rechtsgebieten zu vermitteln, so dass der Leser wichtige Hinweise für die individuelle Gestaltung seiner Verträge erhält.

Das Werk wird nun fortgeführt von den beiden Autoren, Rechtsanwalt Ulrich Poser (Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Hamburg) und Rechtsanwältin Bettina Backes (Fachanwältin für Informationstechnologierecht, Stuttgart).

Wir danken besonders unsrem Lektor Herrn Dr. Frank Lang für die kompetente und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Anregungen und Kritik, vor allem aus der Praxis, sind sehr willkommen.

Bearbeitungsstand der 4. Auflage ist der 15. Juni 2010.

Hamburg und Stuttgart, im August 2010

*Ulrich Poser
Bettina Backes*

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung und Textabdruck	1
I. Einführung	1
1. Aktuelle Situation und Bedeutung	1
2. Begriff	3
3. Interessen der Vertragspartner	16
4. Vorteile des Sponsoring	17
5. Risiken des Sponsoring	19
6. Grundstrukturen	22
7. Sponsoringagenturen	27
8. Steuerliche Aspekte	29
9. Erfordernis einer vertraglichen Regelung	33
10. Adressatenkreis	35
11. Allgemeine Anmerkungen zur Verwendung des Ver- tragsmusters	35
II. Textabdruck des Vertragsmusters	39
B. Vertragsmuster mit Erläuterungen	67
Präambel	67
§ 1 Leistung des Sponsors	111
§ 2 Gegenleistung des Gesponserten	154
§ 3 Ausschließlichkeit	193
§ 4 Wohlverhalten, Unterrichtung, Vertraulichkeit, Zweckbindung, NADA-Code	202
§ 5 Persönliche Leistung, Abtretbarkeit	208
§ 6 Haftungsausschluss, Erfüllungsinteresse	212
§ 7 Sicherheitsleistung, Vertragsstrafe, Aufrechnung	218
§ 8 Inkrafttreten, Laufzeit, Optionsrechte	223
§ 9 Vorzeitige Vertragsbeendigung, Rückgewähr von Leistungen	228
§ 10 Schriftform, Zugang von Erklärungen, Teilunwirk- samkeit	242
§ 11 Anwendbares Recht, Erfüllungsort, Gerichtsstand	245
C. Weiterführende Hinweise zu Literatur und Rechtsprechung	253
D. Sachregister	277

beck-shop.de

VIII

Inhaltsverzeichnis