© **FM Forum Business Solutions GmbH**
A-1200 Wien, Dresdner Straße 45
E-Mail: kundenservice@forum-media.at

Eventsponsoringvertrag

abgeschlossen zwischen

der Firma B,
… [Adresse]
im Folgenden „Sponsor“ genannt,

und

der A Gesellschaft mbH,
… [Adresse]
im Folgenden „Gesponserter“ genannt

Präambel

Der Gesponserte plant und veranstaltet in der Zeit von … [Datum] bis … [Datum] in … [Ort] die Veranstaltung „Eurobeach-Volleyballmeisterschaft“ samt den damit verbundenen sportlichen, organisatorischen, medialen und werblichen Maßnahmen.

Der Gesponserte ist alleiniger Veranstalter dieser Veranstaltung und trägt die Verantwortung für Planung, Organisation, Durchführung und Abwicklung.

Der Sponsor ist bereit, den Gesponserten durch finanzielle Leistungen zu unterstützen. Diese Unterstützung erfolgt nicht unentgeltlich, sondern als Gegenleistung für die in diesem Vertrag geregelten Werbe-, Kommunikations- und Präsentationsleistungen des Gesponserten.

1. Vertragsgegenstand

Gegenstand dieses Vertrages ist die finanzielle Unterstützung der Veranstaltung durch den Sponsor sowie die Einräumung der in diesem Vertrag festgelegten Werbe-, Kommunikations- und Präsentationsrechte zugunsten des Sponsors.

Der Gesponserte verpflichtet sich, dem Sponsor während der Vertragsdauer und im Zusammenhang mit der Veranstaltung die in diesem Vertrag vereinbarten Sponsorhinweise und Werbemaßnahmen zu gewähren.

2. Sponsoringbetrag und Zahlung

Der Sponsor verpflichtet sich, dem Gesponserten bis spätestens [Datum] einen Sponsoringbetrag in Höhe von EUR … [Betrag] zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer auf das vom Gesponserten bekannt gegebene Konto zu überweisen.

Der Gesponserte hat dem Sponsor rechtzeitig vor Fälligkeit eine ordnungsgemäße Rechnung zu übermitteln. Gerät der Sponsor mit einer Zahlung in Verzug, gelten die gesetzlichen Verzugsfolgen.

3. Sponsoringstatus

Der Sponsor erhält für die vertragsgegenständliche Veranstaltung den Status als … [Exklusivsponsor/Hauptsponsor/Co-Sponsor].

Soweit der Sponsor als Exklusivsponsor auftritt, verpflichtet sich der Gesponserte, für die vertragsgegenständliche Veranstaltung keinen weiteren Sponsor mit gleichartiger oder konkurrierender Sichtbarkeit aufzunehmen und Dritten keine Werbemaßnahmen zu ermöglichen, die dem vereinbarten Exklusivstatus widersprechen.

Soweit keine Exklusivität vereinbart wird, ist der Gesponserte berechtigt, weitere Sponsoren einzubinden, sofern dadurch die vertraglich zugesicherten Rechte und die Sichtbarkeit des Sponsors nicht beeinträchtigt werden.

4. Leistungen des Gesponserten

Als Gegenleistung verpflichtet sich der Gesponserte, dem Sponsor für die Dauer und im Zusammenhang mit der Veranstaltung folgende Werbe- und Kommunikationsleistungen zu gewähren:

- Der Name und gegebenenfalls das Logo des Sponsors werden auf den Eintrittskarten der Veranstaltung in angemessener Größe und gut lesbarer Form abgebildet.
- Am Haupteingang oder einem sonstigen zentralen Eingangsbereich des Veranstaltungsgeländes wird mindestens eine Sponsorentafel in der Größe von 1,5 x 1 m oder in einer gleichwertigen, deutlich sichtbaren Ausführung angebracht.
- Auf sämtlichen offiziellen Werbeplakaten, Veranstaltungsfoldern, Einladungen, Presseunterlagen, Programmen und sonstigen Drucksorten zur Veranstaltung wird das Firmenlogo des Sponsors gemäß den übermittelten Corporate-Design-Vorgaben abgedruckt.
- Bei der Bewerbung der Veranstaltung in Printmedien, auf Websites, in Newslettern, in Social-Media-Kanälen und in sonstigen elektronischen Medien wird der Sponsor in angemessener Weise als Sponsor genannt, soweit die jeweilige Kommunikationsmaßnahme Sponsorennennungen vorsieht.
- Bei der Siegerehrung wird der Sponsor namentlich genannt. Zusätzlich wird das Logo des Sponsors in geeigneter Weise im Bereich der Siegerehrung sichtbar gemacht.

Der Gesponserte räumt dem Sponsor das Recht ein, die Bezeichnung „Sponsor der Eurobeach-Volleyballmeisterschaft … [Jahreszahl]“ sowie das offizielle Veranstaltungslogo in dem vertraglich zulässigen Umfang für eigene Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen zu verwenden.

Der Gesponserte verpflichtet sich, dem Sponsor auf Wunsch eine angemessene Anzahl von … [Mindestanzahl] Ehrengästekarten oder VIP-Karten für die Veranstaltung unentgeltlich zur Verfügung zu stellen.

Soweit technisch und organisatorisch vorhanden, wird das Logo des Sponsors auch auf offiziellen digitalen Veranstaltungsseiten, Sponsorenseiten oder Partnerübersichten eingebunden.

5. Gestaltung und Freigabe

Die konkrete optische Gestaltung der Sponsorhinweise erfolgt grundsätzlich durch den Gesponserten unter Beachtung der berechtigten Interessen des Sponsors und der von diesem bereitgestellten Gestaltungsrichtlinien. Der Sponsor hat dem Gesponserten die erforderlichen Logos, Grafiken, Farbwerte, Wortmarken, Nutzungsrichtlinien und sonstigen Werbemittel rechtzeitig in verwendbarer Form zur Verfügung zu stellen. Der Gesponserte hat dem Sponsor auf Verlangen Entwürfe der wesentlichen Sponsorendarstellungen vor deren Veröffentlichung oder Produktion zur Freigabe zu übermitteln.

Der Sponsor ist verpflichtet, Entwürfe unverzüglich, spätestens jedoch binnen fünf Werktagen ab Erhalt, freizugeben oder konkrete Änderungswünsche schriftlich mitzuteilen. Erfolgt innerhalb dieser Frist keine Rückmeldung, gilt die Freigabe als erteilt, sofern der Gesponserte bei Übermittlung des Entwurfs auf diese Rechtsfolge hingewiesen hat. Berechtigten Änderungswünschen des Sponsors ist vom Gesponserten zu entsprechen, soweit diese rechtzeitig mitgeteilt werden, technisch umsetzbar sind und keinen unverhältnismäßigen Mehraufwand verursachen.

6. Pflichten des Sponsors

Der Sponsor verpflichtet sich, dem Gesponserten sämtliche für die Durchführung der Werbemaßnahmen erforderlichen Unterlagen und Werbemittel rechtzeitig, vollständig und in technisch geeigneter Form zur Verfügung zu stellen. Der Sponsor gewährleistet, dass die von ihm überlassenen Kennzeichen, Logos, Texte, Bilder und sonstigen

Materialien frei von Rechten Dritter sind oder er über die erforderlichen Nutzungsrechte verfügt. Der Sponsor ist verpflichtet, die ihm eingeräumten Rechte ausschließlich im Zusammenhang mit der vertragsgegenständlichen Veranstaltung und in einer Weise auszuüben, die den Gesponserten oder die Veranstaltung nicht herabsetzt oder in ihrem Ruf beeinträchtigt.

7. Werbemittel und Rechte an Kennzeichen

Sämtliche vom Sponsor bereitgestellten Werbemittel dürfen vom Gesponserten ausschließlich zum Zweck der Durchführung dieses Vertrages verwendet werden. Nach Beendigung dieses Vertrages sind nicht verbrauchte oder nicht dauerhaft mit der Veranstaltung verbundene Werbemittel auf Verlangen des Sponsors an diesen zurückzustellen oder nach dessen Weisung zu vernichten, wobei die Kosten hierfür grundsätzlich der Sponsor trägt, sofern die Rückstellung oder Vernichtung nicht durch ein vertragswidriges Verhalten des Gesponserten erforderlich wurde.

Durch die Überlassung von Logos, Marken, Designs, Slogans oder sonstigen Kennzeichen werden dem Gesponserten keine darüber hinausgehenden Rechte eingeräumt. Sämtliche Immaterialgüterrechte verbleiben beim Sponsor.

8. Nutzungsrechte des Sponsors

Der Gesponserte räumt dem Sponsor für die Dauer dieses Vertrages und für einen Zeitraum von drei Monaten nach Ende der Veranstaltung das einfache, nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht ein, den Veranstaltungsnamen, das offizielle Veranstaltungslogo und die Bezeichnung seiner Sponsoreneigenschaft für eigene Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen.

Eine weitergehende Nutzung von Bildmaterial, Videoaufnahmen, Interviews, Teilnehmerabbildungen oder sonstigen personenbezogenen Inhalten ist nur insoweit zulässig, als der Gesponserte hierfür die erforderlichen Rechte besitzt und diese dem Sponsor ausdrücklich freigibt. Der Sponsor ist nicht berechtigt, den Eindruck zu erwecken, Veranstalter oder Mitveranstalter der Veranstaltung zu sein, sofern dies nicht ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde.

9. Veranstaltungsdurchführung

Der Gesponserte verpflichtet sich, die Veranstaltung mit der Sorgfalt eines ordentlichen Unternehmers vorzubereiten und durchzuführen. Der Gesponserte trägt die alleinige Verantwortung für die Organisation, behördliche Genehmigungen, Sicherheitsmaßnahmen, Vertragsbeziehungen zu Dienstleistern, Teilnehmern und Besuchern, die Einhaltung öffentlich-rechtlicher Vorschriften sowie den ordnungsgemäßen Ablauf der Veranstaltung. Der Sponsor übernimmt durch diesen Vertrag keine Veranstalterpflichten und keine Verantwortung für die operative Durchführung der Veranstaltung.

10. Werbeerfolg und Besucherzahl

Der Gesponserte schuldet keinen bestimmten wirtschaftlichen Erfolg, keine bestimmte Besucheranzahl, keine bestimmte Reichweite und keinen bestimmten Werbeeffekt. Der Sponsor erkennt an, dass der wirtschaftliche Nutzen eines Sponsoringengagements von einer Vielzahl von Faktoren abhängt, die nicht ausschließlich vom Gesponserten beeinflusst werden können.

11. Exklusivität und Konkurrenzschutz

Soweit dem Sponsor Exklusivität eingeräumt wurde, verpflichtet sich der Gesponserte, während der Vertragsdauer keine Sponsoringvereinbarung mit einem Unternehmen abzuschließen, das im unmittelbaren Wettbewerbsbereich des Sponsors tätig ist oder dessen Präsenz die vereinbarte Exklusivität wirtschaftlich entwerten würde.

Ist die Abgrenzung eines Wettbewerbsbereichs zweifelhaft, haben die Vertragsparteien dies vor Abschluss eines weiteren Sponsoringvertrages schriftlich abzustimmen.

12. Datenschutz

Die Vertragsparteien verpflichten sich zur Einhaltung der anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Die

DSGVO enthält Vorschriften zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und schützt insbesondere deren Recht auf Schutz personenbezogener Daten.

Jede Vertragspartei ist für jene personenbezogenen Daten datenschutzrechtlich verantwortlich, die sie in eigener Verantwortung verarbeitet.

Soweit im Zusammenhang mit der Veranstaltung Foto-, Video-, Kontakt- oder Teilnehmerdaten verarbeitet werden, hat jene Vertragspartei die jeweils erforderlichen datenschutzrechtlichen Informations-, Dokumentations- und sonstigen Pflichten zu erfüllen, in deren Verantwortungsbereich die jeweilige Verarbeitung fällt. Soweit eine Vertragspartei personenbezogene Daten im Auftrag der anderen verarbeitet, werden die Parteien vor Beginn der Verarbeitung eine gesonderte Vereinbarung über die Auftragsverarbeitung abschließen.

13. Vertraulichkeit

Die Vertragsparteien verpflichten sich, über sämtliche ihnen im Zusammenhang mit diesem Vertrag bekannt gewordenen vertraulichen wirtschaftlichen, rechtlichen, organisatorischen und technischen Informationen Stillschweigen zu bewahren.

Davon ausgenommen sind Informationen, deren Offenlegung zur Vertragserfüllung erforderlich ist, die öffentlich bekannt sind oder aufgrund gesetzlicher Verpflichtung offengelegt werden müssen. Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gilt auch nach Vertragsende für die Dauer von fünf Jahren fort.

14. Höhere Gewalt, Ausfall und Verschiebung

Kann die Veranstaltung aufgrund höherer Gewalt, behördlicher Untersagung, Sicherheitslage, Naturereignissen, Pandemien, Ausfall wesentlicher Infrastruktur oder aus sonstigen von keiner Vertragspartei zu vertretenden Gründen nicht oder nicht wie geplant durchgeführt werden, haftet keine Vertragspartei für die daraus resultierende Nichterfüllung.

Wird die Veranstaltung aus solchen Gründen verschoben, bleibt dieser Vertrag grundsätzlich aufrecht und gilt für den Ersatztermin weiter, sofern dieser innerhalb von zwölf Monaten nach dem ursprünglich geplanten Termin stattfindet und dem Sponsor die Verschiebung zumutbar ist.

Findet die Veranstaltung endgültig nicht statt und wurde noch keine vertragsgemäße Werbeleistung erbracht, ist der Sponsoringbetrag an den Sponsor zurückzuzahlen. Wurden bereits teilbare oder wirtschaftlich verwertbare Werbeleistungen erbracht, ist nur der aliquote, nicht verdiente Teil zurückzuzahlen.

Findet die Veranstaltung aus Gründen nicht statt, die der Gesponserte zu vertreten hat, ist der Sponsoringbetrag samt gesetzlichen Zinsen zurückzuzahlen. Bereits entstandene und nachweislich nicht mehr rückholbare Fremdkosten des Gesponserten bleiben außer Betracht, soweit sie im Einzelfall vom Sponsor vorab schriftlich genehmigt wurden.

15. Vertragsdauer und Beendigung

Dieser Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung durch beide Vertragsparteien in Kraft und endet automatisch mit vollständiger Abwicklung der Veranstaltung und Erbringung aller beiderseitigen Leistungen, ohne dass es einer gesonderten Kündigung bedarf. Jede Vertragspartei ist berechtigt, diesen Vertrag bis zum … [Datum] unter Einhaltung einer Frist von … [Zeitraum] schriftlich ordentlich zu kündigen.

Jede Vertragspartei ist berechtigt, diesen Vertrag aus wichtigem Grund mit sofortiger Wirkung schriftlich aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn die andere Vertragspartei trotz schriftlicher Aufforderung und angemessener Nachfrist wesentliche Vertragspflichten verletzt, zahlungsunfähig wird, ihre Geschäftstätigkeit einstellt oder die Durchführung des Vertrags aus rechtlichen Gründen unzulässig wird.

Ein wichtiger Grund liegt für den Sponsor insbesondere auch dann vor, wenn Umstände im Bereich des Gesponserten eintreten, die geeignet sind, das Ansehen des Sponsors erheblich zu schädigen. Ein wichtiger Grund liegt für den Gesponserten insbesondere auch dann vor, wenn der Sponsor oder seine Werbung gegen gesetzliche Vorschriften verstößt oder die Veranstaltung oder deren Ruf erheblich gefährdet.

16. Haftung

Die Vertragsparteien haften einander nach den gesetzlichen Bestimmungen. Soweit gesetzlich zulässig, haften die Vertragsparteien für leichte Fahrlässigkeit nur bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten und nur für den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden.

Der Sponsor haftet nicht für die Organisation, Durchführung oder Sicherheit der Veranstaltung. Der Gesponserte haftet nicht für das Ausbleiben eines bestimmten Werbeerfolgs.

17. Freistellung

Verletzt eine Vertragspartei schuldhaft gesetzliche Vorschriften oder Rechte Dritter durch von ihr bereitgestellte Inhalte, Werbemittel, Aussagen, Kennzeichen oder sonstige Materialien, so hat sie die andere Vertragspartei hinsichtlich berechtigter Ansprüche Dritter schad- und klaglos zu halten. Die Freistellung umfasst auch angemessene Kosten der Rechtsverteidigung.

18. Schriftform und elektronische Unterfertigung

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform.

Die Unterfertigung dieses Vertrages und späterer Änderungen mittels qualifizierter elektronischer Signatur ist zulässig. Eine qualifizierte elektronische Signatur erfüllt die rechtlichen Anforderungen an eine Unterschrift in gleicher Weise wie eine handschriftliche Unterschrift.

Rechtserhebliche Erklärungen können an die zuletzt bekannt gegebene geschäftliche E-Mail-Adresse oder Postanschrift der anderen Vertragspartei übermittelt werden, soweit gesetzlich oder vertraglich keine strengere Form vorgesehen ist.

19. Schlussbestimmungen

Dieser Vertrag regelt die Rechtsbeziehungen der Vertragsparteien im Zusammenhang mit seinem Gegenstand abschließend. Frühere Abreden zum Vertragsgegenstand treten mit Unterzeichnung dieses Vertrages außer Kraft.

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages ganz oder teilweise unwirksam oder undurchsetzbar sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchsetzbaren Bestimmung tritt eine wirksame Regelung, die dem wirtschaftlichen Zweck der weggefallenen Regelung möglichst nahekommt.

Auf diesen Vertrag ist ausschließlich österreichisches Recht unter Ausschluss der Verweisungsnormen des internationalen Privatrechts und unter Ausschluss des UN-Kaufrechts anzuwenden.

Für sämtliche Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag wird, soweit gesetzlich zulässig, das sachlich zuständige Gericht am Sitz des Gesponserten vereinbart.

Dieser Vertrag wird in zwei Ausfertigungen errichtet, von denen jede Vertragspartei eine erhält.

…, am …

…
Firma B

…
A Gesellschaft mbH

Anmerkungen:

1 Veranstalterstellung

Der Vertrag legt klar fest, dass der Gesponserte alleiniger Veranstalter der Veranstaltung ist. Das ist rechtlich

besonders wichtig, weil damit die Verantwortung für Planung, Durchführung, Organisation, Sicherheit, Genehmigungen und den operativen Ablauf grundsätzlich beim Gesponserten liegt. Für den Sponsor ist diese Abgrenzung wesentlich, weil er zwar als Unterstützer und Werbepartner auftritt, aber nicht in die Rolle eines Mitveranstalters geraten soll.

2 Sponsoring als Austauschverhältnis

Der Vertrag ist als entgeltliches Austauschverhältnis ausgestaltet. Der Sponsor stellt finanzielle Mittel zur Verfügung und erhält dafür Werbe-, Kommunikations- und Präsentationsleistungen. Das bedeutet, dass die Leistung des Sponsors keine bloße Förderung ohne Gegenleistung ist, sondern wirtschaftlich auf Sichtbarkeit und Werbewirkung gerichtet ist. Für die rechtliche Einordnung ist diese Gegenseitigkeit der Leistungen von zentraler Bedeutung.

3 Sichtbarkeit des Sponsors

Die konkrete Nennung des Sponsors auf Eintrittskarten, Tafeln, Plakaten, in Printmedien und bei der Siegerehrung zeigt, dass die Werbeleistung möglichst breit und öffentlich wirksam ausgestaltet werden soll. Entscheidend ist dabei, dass die Sichtbarkeit nicht nur symbolisch, sondern praktisch wahrnehmbar ist. In der Umsetzung kommt es daher stark auf Größe, Platzierung, Lesbarkeit und tatsächliche Reichweite der einzelnen Maßnahmen an.

4 Gestaltung und Freigabe

Die Frage, wer über die konkrete Ausgestaltung der Sponsorhinweise entscheidet, ist in der Praxis oft besonders wichtig. Der Vertrag lässt dem Gesponserten grundsätzlich den gestalterischen Spielraum, verpflichtet ihn aber zugleich, berechtigte Interessen des Sponsors zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass wirtschaftliche Werbewirkung und organisatorische Umsetzbarkeit miteinander in Einklang gebracht werden müssen. Besonders relevant ist dabei, ob Änderungswünsche rechtzeitig, klar und technisch machbar sind.

5 Exklusivität

Die Exklusivitätsregelung hat erhebliches wirtschaftliches Gewicht. Wenn der Sponsor als Exklusivsponsor oder Hauptsponsor auftritt, soll seine Stellung nicht durch andere Werbepartner abgeschwächt werden. Für den Gesponserten bedeutet das eine Einschränkung seiner Freiheit, weitere Sponsoren oder Werbepartner einzubinden. Für den Sponsor ist Exklusivität dagegen häufig gerade der Hauptgrund für sein finanzielles Engagement.

6 Nutzungsrechte an Namen und Logos

Die Verwendung von Namen, Logos und sonstigen Kennzeichen ist ein besonders sensibler Bereich. Der Sponsor möchte seine Verbindung zur Veranstaltung nach außen sichtbar machen, der Gesponserte möchte zugleich die Kontrolle über seine Veranstaltungsidentität behalten. Deshalb ist es wichtig, dass klar bleibt, in welchem Umfang Kennzeichen genutzt werden dürfen und dass aus einer bloßen Sponsorenstellung nicht der Eindruck einer Veranstalterstellung entsteht.

7 Ausfall und Verschiebung der Veranstaltung

Bei Veranstaltungen ist die Frage des Ausfalls oder der Verschiebung stets ein Kernrisiko. Der Vertrag muss deshalb nicht nur regeln, ob Zahlungen zurückzuzahlen sind, sondern auch, ob bereits erbrachte Werbeleistungen wirtschaftlich berücksichtigt werden. Gerade bei teilweiser Durchführung, bei Verschiebung oder bei bereits angelaufener Werbung ist eine differenzierte Betrachtung notwendig. Dieser Punkt ist wirtschaftlich oft einer der konfliktträchtigsten Teile des gesamten Vertrags.

8 Haftung und Werbeerfolg

Der Vertrag stellt klar, dass kein bestimmter Werbeerfolg und keine bestimmte Besucherzahl geschuldet sind. Das ist sachgerecht, weil sich der tatsächliche Erfolg einer Veranstaltung von vielen Faktoren abhängig zeigt, die nicht vollständig beherrschbar sind. Gleichzeitig bleibt der Gesponserte aber verpflichtet, die vereinbarten Leistungen ordnungsgemäß zu erbringen. Der Sponsor erhält also keine Erfolgsgarantie, wohl aber einen Anspruch auf die konkret versprochenen Werbemaßnahmen.

9 Datenschutz und Bildmaterial

Sobald im Zusammenhang mit der Veranstaltung Fotos, Videos, Gästedaten, Teilnehmerdaten oder sonstige personenbezogene Informationen verarbeitet werden, entstehen datenschutzrechtliche Pflichten. Das betrifft etwa Sponsorendarstellungen mit Personenbezug, Medienberichte, Gästelisten oder Bildaufnahmen bei der Veranstaltung. In der Praxis ist deshalb wichtig, dass jede Partei genau weiß, für welche Datenverarbeitung sie verantwortlich ist und auf welcher rechtlichen Grundlage diese erfolgt.