

Sponsoringvertrag

Einschränkungen der Vertragsinhalte aufgrund von Gesetzen: Nicht alles geht!

Grundlage für die Gestaltung von Sponsoringverträgen ist das im BGB geregelte Allgemeine Schuldrecht (§§ 305 BGB). Dieses sieht vor, dass die beiden Vertragsparteien (z.B. Sponsor und Sportverein) den Inhalt der getroffenen Vereinbarung individuell festlegen können.

Es gibt jedoch allgemein gültige Gesetze, die bei der Gestaltung der Vertragsinhalte zu berücksichtigen und diese einschränken können.

Hierzu gehören:

- Patentrechte (bei der Vergabe von Lizenzen)
- Warenzeichengesetz (Schutz der Logo-Nutzung)
- Persönlichkeitsrechte (Rechte am eigenen Bild, Namensrechte)
- Allgemeine Schranken des Bürgerlichen Gesetzbuches (a. Sittenwidrigkeit: z.B. Handlungen, die mit einem Straftatbestand verbunden sind oder wenn ein offensichtliches Missverhältnis von Leistung und Gegenleistung vorliegt; b. Verstöße gegen Treu und Glauben)

Auch Regelungen der Sportfachverbände können die Gestaltung der Inhalte eines Sponsoringvertrages einschränken:

- Verbot der Werbung auf der Spielfeldfläche im Fußball ab dem Betreten des Feldes durch die Spieler und Verbot der Werbung an Toren, Tornetzen, Fahnen und Fahnenstangen (Rechtsgrundlage: [Fußballregeln Saison 2018/2019 des Deutschen Fußball-Bundes; S. 15](#))
- Verbot der Werbung auf bestimmten Flächen der Sportkleidung und von Werbung für Wettbewerber der Hauptsponsoren eines Sportverbandes, wie z.B. im Fechten (Rechtsgrundlage: [Werberichtlinien Deutscher Fechterbund](#))