

Umgang mit Sponsoren – Rechtlicher Spagat in der Corona-Krise

Von Martin Stange

Die Corona-Krise hat auch den Sport hart getroffen. Sportveranstaltungen weltweit waren behördlich verboten und mussten abgesagt werden. Der Spielbetrieb der Fußballligen - aber auch im Basketball oder Handball - war unterbrochen. Die Saisons wurden, beispielsweise im Eishockey, frühzeitig ohne Meister beendet oder – wie in der Fußball Bundesliga – unter gänzlich geänderten Rahmenbedingungen und unter Ausschluss von Zuschauern fortgesetzt.

In diesem Zusammenhang sehen sich viele Vereine auch mit dem Problem konfrontiert, wie mit laufenden oder neuen Sponsoringverträgen in rechtlicher Hinsicht umzugehen ist. Während es in Bezug auf die aktuelle Saison und bestehende Sponsoren insbesondere um die Frage geht, ob der Vertrag in Ansehung von Corona weiter bestand hat, geht es bei neuen Sponsoren primär um die Sorge, auch in rechtlicher Hinsicht darauf vorbereitet zu sein, dass es im Laufe der kommenden Saisons erneut zu drastischen Auswirkungen durch die Corona-Krise oder andere Pandemien kommen kann. Auch viele Sponsoren machen ihr zukünftiges oder ein neues Engagement davon abhängig, dass Vereine anstatt einer „Blackbox“ eine Lösung anbieten können, um auf veränderte Umstände zu reagieren. Das trifft insbesondere kleinere Vereine schwer.

1. Bestehende Sponsoringverträge

Die Corona-Krise stellt grundsätzlich ein unvorhersehbares und von keiner Vertragspartei verschuldetes Ereignis dar. Solche unvorhersehbaren Ereignisse haben rechtliche Auswirkungen auf einen Sponsoringvertrag, da die Vereine die für das Sponsoring versprochene Gegenleistung in Form von Spielen, Fernsehübertragungen, Banden- und/oder Stadionwerbung etc., nicht mehr (voll) erbringen können.

Sofern der Sponsoringvertrag eine Klausel zur sog. „Höheren Gewalt“ enthält, also dazu, wie mit unvorhersehbaren Umständen umzugehen ist, ergeben sich die Rechtsfolgen bereits aus dem Sponsoringvertrag selbst (z.B. Reduzierung des Sponsorings). Festzustellen ist jedoch, dass bislang in der Branche viele Sponsoringverträge keine derartige Regelung enthalten. Dann kann sich der Sponsor aber auch nicht auf Höhere Gewalt berufen, da diese ein rein vertragliches Rechtsinstitut ist.

Fehlen vertragliche Regelungen, kann zumeist aber auf gesetzliche Mechanismen zurückgegriffen werden. Hierbei wird es in aller Regel so sein, dass die Corona-Krise zu einer Unmöglichkeit der Leistung führt (§ 275 BGB sieht vor, dass der Sponsor die Leistung dann nicht

zu erbringen hat) oder aber eine Störung der Geschäftsgrundlage i.S.v. § 313 BGB vorliegt. Primär sieht diese gesetzliche Regel vor, dass eine Anpassung des Vertrages an die geänderten Umstände zu erfolgen hat. Der Vertrag soll so geändert werden, als hätten die Parteien die Corona-Krise berücksichtigt. Ist eine Anpassung nicht möglich (z.B. bei Abbruch/Ausfall der Saison), kommen auch Kündigungsrechte in Betracht. Viele Vereine waren daher bereits – so der Sponsor sein Engagement nicht aus Treue zum Verein ungeachtet der Corona-Krise fortsetzt – Anpassungs- oder Kündigungsansprüchen ihrer Sponsoren ausgesetzt oder haben Zahlungen nicht erhalten.

2. Umgang mit neuen Sponsoren und Lösungsmöglichkeiten

In Bezug auf neue bzw. verlängerte Sponsoringverträge wird es für Sponsoren deutlich schwieriger, sich auf Corona zu berufen. Das liegt insbesondere daran, dass die Corona-Krise und deren mögliche Auswirkungen – wenn auch nicht in allen Nuancen – jetzt schon bekannt und bei Abschluss bzw. Verlängerung des Sponsoringvertrages nicht mehr „unvorhersehbar“ sind. Es ist aktuell nicht auszuschließen, vielleicht sogar sehr wahrscheinlich, dass es auch in der nächsten Saison zu weiteren Einschränkungen kommt.

Dass ist für die Vereine zwar rechtlich positiv, jedoch auch der Grund, warum viele Sponsoren nur bereit sind, ihr Engagement zu verlängern bzw. neue Sponsoringverträge zu unterschreiben, wenn die Vereine hierfür Lösungen anbieten. Eine solche Lösung kann eine sog. „Corona-Klausel“ sein.

Derartige Klauseln sind im Regelfall so ausgestaltet, dass beide Parteien wechselseitig einen festen Anspruch auf unterjährige Verhandlungen über eine Anpassung des Vertrages haben. Die Klausel kann dabei zwar keine fertige Lösung präsentieren, ist jedoch äußerst

hilfreich, um bereits vorab unterschiedliche Faktoren für die Bewertung der Situation als verbindliche Verhandlungskriterien festzulegen. Faktoren können die Anzahl der durchgeführten Spiele, Art und Umfang des Ausschlusses der Zuschauer, deren Kompensation durch (erweiterte) Fernsehübertragungen, mehr Fernsehreichweite oder Fernsehwerbung, die Erhaltung des Vereines/Breitensports, das bisherige Engagement des Sponsors oder andere Kompensationsmöglichkeiten (z.B. durch Online-Angebote, Spieler-Events) sein. Auch ist denkbar, dass ein bestimmter prozentualer Korridor festgelegt wird, in dem die Sponsoringleistung angepasst wird. Denkbar ist auch eine Abrechnung pro Spieltag oder eine Verschiebung auf die nächste Saison. Nur für den Fall, dass eine Einigung mit dem Sponsor nicht herbeigeführt werden kann, sollte ein Kündigungsrecht greifen. Eine solche Regelung muss dann aber auch festlegen, welche bereits erbrachten Sponsoringleistungen beim Verein verbleiben, um auch hier einen „Totalschaden“ auszuschließen.

Vereine sind derzeit beim Abschluss neuer Sponsoringverträge also gut beraten, durch eine „Corona-Klausel“ zum einen dem Sponsor die notwendige Sicherheit zu geben, ihn von einem fortgesetzten Engagement zu überzeugen, andererseits aber auch vertragliche Vorkehrungen zu treffen, um mögliche Auseinandersetzungen im Laufe der Saison bereits jetzt in die richtigen Bahnen zu lenken und damit auch möglichst kalkulierbar zu halten. ■

Über den Autor

Martin Stange ist Rechtsanwalt und Partner bei Hoffmann Liebs Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB in Düsseldorf. Er berät Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Vereine und Verbände zu vertragsrechtlichen Themen sowie bei der Durchsetzung und Abwehr von Haftungsansprüchen.