



Sponsoring – Von Verträgen und Mercedessternen

Sponsoring ist aus der Sportwelt nicht mehr wegzudenken. Vom bezahlten Imagetransfer profitieren Sportler und Unternehmen gleichermaßen. Jeder Sponsor wünscht sich dabei, dass seine Produkte, Dienstleistungen und Marken exklusiv präsentiert werden. Aber nur wenige schaffen einen „Stockerplatz“ am Werbepodest. Von dem so mancher unter Umständen infolge nachträglicher „Disqualifikation“ auch wieder gestoßen wird.

Veranstalter, Austragungsorte, (National-) Mannschaften, EinzelathletInnen, Medien etc haben jeweils eigene Vereinbarungen mit Sponsoren. Konflikte sind geradezu vorprogrammiert. Da jedem das Hemd näher als der Rock ist – nicht selten aber auch wegen mangelndem Problembewusstsein – gibt es da im Vorfeld nicht immer ausrei-

chende Abstimmungen. Vor allem bei Großveranstaltungen gilt es hier oftmals die Quadratur des Kreises zu schaffen. Beispiele dafür gibt es genug. Ein sehr „anschauliches“ bot die Fußball-WM 2006 in Deutschland: Patronanz-Stadien, wie die „AOL“ Arena des Hamburger SV und die „Allianz“ Arena des FC Bayern München, mussten für die Dauer der WM neutrale Namen annehmen.

Aber es kam noch „dicker“ - der südkoreanische Konzern Hyundai war zwar offizieller Autoausrüster der WM, importierte aber keine Busse nach Deutschland. Zum Einsatz kamen daher Busse von Mercedes-Benz (Generalsponsor des Deutschen Fußball-Bundes). Der strengen „Sponsorenhierarchie“ geschuldet, musste der Markenname Mercedes auf den Fahrzeugen mit Hyundai Logos überklebt

werden. Und - noch grösser die „Schmach“: Selbst die berühmten Sterne mussten abmontiert werden. Wird solch ein Szenario in den jeweiligen Sponsoren- und Ausstatterverträgen nicht entsprechend vorausschauend abgebildet, freuen sich zumindest die Anwälte ...

Jüngst ließ übrigens das IOC mit einer Meldung aufhorchen: Für AthletInnen sollen bei den Olympischen Spielen 2016 in Rio auch „nicht-olympische“ Sponsoren zugelassen werden. Bleibt abzuwarten, ob und wenn ja, in welchem Umfang dem tatsächlich so sein wird. Fast 45 Jahre nach dem Ausschluss von Karl Schranz von den Olympischen Winterspielen in Sapporo wohl ein längst überfälliger (der Wirtschaftsehrlichkeit geschuldeter) Schritt.

POWERED BY KSW



KUNZ SCHIMA WALLENTIN
RECHTSANWÄLTE OG

Colors
of
Law

Dr. Thomas Wallentin
Mag. Patrick O. Kainz, LL.M.

www.ksw.at

