

MEILICKE HOFFMANN & PARTNER RECHTSANWÄLTE

Download von der Meilicke Hoffmann & Partner Webseite. © MEILICKE HOFFMANN & PARTNER 1999 - Alle Rechte vorbehalten

Sponsoring zwischen Verbandsrecht und Berufsfreiheit Sport und Recht 1996, 73

1. Das Problem

Sportler, die an Wettkämpfen aller Art teilnehmen wollen, unterwerfen sich mit ihrer Teilnahme zwangsläufig den vom veranstaltenden Verband aufgestellten Regeln. Teil des Regelwerkes sind zum einen die die Ausübung der Sportart betreffenden Regeln einschließlich Sportgerichtsbarkeit und möglicher Sanktionen. Daneben beinhalten diese Regelwerke zunehmend auch Bestimmungen anderer Art, vor allen Dingen bezüglich der Vermarktungsrechte.

So können solche Werke die Bestimmung enthalten, nur eine bestimmte Mannschaftskleidung zu tragen, auf Werbemaßnahmen ganz zu verzichten, ausschließlich Hilfsmittel und Kleidung eines Sponsors der Veranstaltung zu tragen, für Werbemaßnahmen des Veranstalters in einem bestimmten Rahmen zur Verfügung zu stehen (Interviews, gesellschaftliche Veranstaltungen, Autogrammstunden), die Verbreitung von Bildmaterial zu werblichen Zwecken des Sponsors der Veranstaltung unentgeltlich zu dulden usw.

Auch die teilnehmenden Athleten schließen Verträge ab, die zu Werbemaßnahmen während solcher Veranstaltungen verpflichten. In diesem Zusammenhang ist es üblich, daß sich die Spieler ihrerseits verpflichten, bei offiziellen Anlässen - insbesondere Sportveranstaltungen - die Kleidung ihres Bekleidungsarsenals zu tragen, die Sportgeräte eines bestimmten Herstellers ausschließlich zu benutzen, auf der Kleidung an bestimmter Stelle und in bestimmter Form und Größe Werbelogos anderer Sponsoren zu zeigen, bei allen Anlässen Produkte eines Sponsors zu tragen (etwa eine Uhr) usw.

Zwischen diesen vertraglichen Bindungen kann es zum Konflikt kommen, wenn der Verband einseitig zu seinen Gunsten einen Werbeverzicht seitens des Sportlers verlangt oder auch nur Einschränkungen verfügt, die den Bedingungen des von dem jeweiligen Sportler abgeschlossenen Vertrages widersprechen. Im Jahre 1991 mußte sich der Skifahrer Armin Bittner in einem Verfahren auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung gegen den Ausschluß aus der Nationalmannschaft durch den Deutschen Skiverband wehren, nachdem er auf der Durchsetzung seiner Werberechte gegen die Statuten des Verbandes bestanden hatte. Man verglich sich außergerichtlich vor Entscheidung zur Hauptsache, so daß es zu einer mit Begründung versehenen Entscheidung eines Gerichts bisher nicht gekommen ist. Nicht vor die Gerichte, sondern nur in die Presse gelangte eine Auseinandersetzung zwischen der Schwimmerin Julia Jung und dem DSV während der Schwimm-Europameisterschaften 1995 in Wien. Deren Manager wollte das Recht seiner Klientin auf die Anbringung eines Sponsor-Schriftzuges auf ihrer Badekappe ohne Vergütung an den Verband durchsetzen. Der Verband verweigerte die Zustimmung unter Hinweis darauf, daß er die Vermarktungsrechte an eine Vermarktungsgesellschaft abgetreten habe. Dieser gegenüber sei man zur Werbung für den Hauptsponsor verpflichtet, ergänzende Werbemaßnahmen, auch wenn sie sich im Rahmen der Vorschriften des europäischen Schwimmverbandes bewegten, seien nur gegen gesonderte Vergütung an den Verband nach entsprechender Genehmigung erlaubt, zumal der Verband auf zusätzliche Einnahmen zur Erfüllung seiner Satzungszwecke angewiesen sei.

2. Inhaltskontrolle der Verbandsnormen

Eine Lösung solcher Konflikte erfolgt im Rahmen der von der Rechtsprechung als erforderlich erachteten Kontrolle der Verbandsnormen auf ihre inhaltliche Angemessenheit. Diese Kontrolle ist geboten aufgrund der Monopolstellung der Verbände bei der Durchführung der Sportereignisse, denn ohne Anerkennung der Verbandsregeln ist die Teilnahme an der organisierten Sportart praktisch unmöglich.

Gegenstand der Inhaltskontrolle sind nach dem Reitsporturteil des BGH die "Regelwerke" der eine Veranstaltung ausrichtenden Sportverbände, also die üblicherweise "weitgehend standardisierten Sport- und Wettkampfordnungen der für die betreffende Sportart zuständigen (Spitzen-) Verbände". Diese vom BGH nicht weiter präzisierten Bestimmungen können bei den verschiedenen Sportverbänden in einer Fülle unterschiedlicher Einzelregelwerke untergebracht sein. Neben den Kernbestimmungen, die nach der Rechtsprechung des BGH in seinem Genossenschaftsverbandsurteil in der Satzung selbst und in den

MEILICKE HOFFMANN & PARTNER RECHTSANWÄLTE

Download von der Meilicke Hoffmann & Partner Webseite. © MEILICKE HOFFMANN & PARTNER 1999 - Alle Rechte vorbehalten

satzungsgleichen Nebenbestimmungen geregelt sein müssen, § 25 BGB, existieren in der Regel zusätzlich verschiedene Vereinsordnungen, die den Satzungen nachrangig sind. Mit der Allgemeinheit seiner Formulierung im Reitsporturteil hat der BGH keinen Zweifel daran gelassen, daß sich die richterliche Inhaltskontrolle auf sämtliche Teile des Gesamtregelwerkes eines Verbandes bezieht, die das Verhältnis zwischen den an einem Sportereignis teilnehmenden Sportlern und den dieses Sportereignis ausrichtenden Verband regeln.

3. Für die Inhaltskontrolle maßgebliche Vorschriften

a) Gebot von Treu und Glauben, § 242 BGB

Inhaltskontrolle bedeutet die Prüfung dieser Regelwerke "auf ihre inhaltliche Angemessenheit unter dem Gesichtspunkt von Treu und Glauben (§ 242 BGB), und zwar im Hinblick auf die Beziehungen zu Mitgliedern (BGHZ 105, 306 = NJW 1989, 1724 = LM § 25 BGB Nummer 26) als auch zu Nichtmitgliedern (Senat, LM § 25 Nummer 10 = WM 1972, 1249". Diese Inhaltskontrolle ist eine Überprüfung auf die inhaltliche Billigkeit solcher Regeln, welche sich nicht auf den Ausschluß von Willkür und grober Unbilligkeit beschränkt, sondern die Bestätigung verlangt, daß die betreffenden Normen durch sachliche Gründe gerechtfertigt sind. Dies erfordert die umfassende Abwägung der gegenseitigen Interessen.

b) Anwendbarkeit des AGB-Gesetzes

Der BGH kommt im Reitsporturteil zu dem Schluß, daß das AGB-Gesetz auf das Rechtsverhältnis zwischen Sportler und Verband bei der Wettkampfteilnahme keine Anwendung finde, weil Sportler und Verband "durch das grundsätzlich in die gleiche Richtung weisende Anliegen der Aufrechterhaltung eines geregelten und geordneten Sportbetriebes miteinander verbunden" seien. Das AGB-Gesetz sei dem gegenüber auf den typischen Interessengegensatz von Verwender und seinen Kunden zugeschnitten. Für das Verhältnis zwischen dem Sportler als Nichtmitglied und dem ausrichtenden Verband geht die herrschende Meinung in der Literatur gleichwohl von einer Anwendbarkeit der Vorschriften des AGB-Gesetzes aus. Die vom BGH zitierten "Regelwerke" umfassen eine Fülle von Regelungen, bei denen von einem Interessengleichlauf nicht gesprochen werden kann. Dies gilt insbesondere für die Regelungen bezüglich der Zulassung von Werbetätigkeit der Sportler während der Sportereignisse. Eine solche Regelung löst sich von der Ordnung des unmittelbaren Spielgeschehens jedenfalls dann, wenn nicht nur geregelt wird *ob und in welcher Form die Werbung an der Sportstätte zulässig ist*, sondern *wer* diese Werbung betreiben darf und *insbesondere wer von den Werbeeinnahmen profitiert*. Stellt ein Verband diesbezügliche Regeln im Zusammenhang mit seinen Wettkampfregeln auf, so begibt er sich damit auf eine jenseits der bloßen Wettkampfordnung liegende kommerzielle Stufe. Auf dieser Ebene konkurrieren Verband und Sportler zum Zwecke der bestmöglichen Realisierung von Einnahmen. Einer Anwendung der Normen des AGB-Gesetzes steht nichts im Wege, sondern sie erscheint geboten.

c) Prüfung der unbilligen Behinderung nach § 26 Abs. 2 GWB

Es wird zutreffend vertreten, daß bei einer Kollision der Vermarktungsinteressen von Sportler und Monopol-Verband auch eine Wettbewerbskonstellation im Sinne der Vorschriften des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen ("Kartellgesetz", GWB) vorliegt.

Speziell gemäß § 26 Abs. 2 GWB ist es einem marktbeherrschenden oder auch nur relativ, d. h. in Bezug auf die konkrete Marktsituation marktstarken Anbieter einer Leistung wie dem Veranstalter eines Sportereignisses untersagt, einzelne Nachfrager der Leistung unbillig zu behindern oder ungerechtfertigterweise ungleich zu behandeln. Die Feststellung, ob dies der Fall ist, erfolgt aufgrund einer umfassenden Abwägung der beiderseitigen Interessen unter Berücksichtigung der auf die Freiheit des Wettbewerbs gerichteten Zielsetzung des Gesetzes. Die zu dieser Norm entwickelten Rechtsprechungsergebnisse über die Unbilligkeit der Behinderung eines Marktteilnehmers liefern eine interessante Hilfestellung bei der Interessenabwägung im Rahmen von § 242 BGB. Dies gilt insbesondere für die Verpflichtung der Normadressaten des § 26 Abs. 2 GWB zur Rücksichtnahme auf die wettbewerbliche Betätigungsfreiheit Dritter. Das Verhalten des Monopolverbandes ist im Sinne der Billigkeitskontrolle nur dann

MEILICKE HOFFMANN & PARTNER RECHTSANWÄLTE

Download von der Meilicke Hoffmann & Partner Webseite. © MEILICKE HOFFMANN & PARTNER 1999 - Alle Rechte vorbehalten

als sachlich angemessen zu werten, wenn er sich im Verhältnis zu den Sportlern "auch bei der Durchsetzung betriebswirtschaftlich und kaufmännisch vernünftiger Ziele grundsätzlich auf das **<mildeste>**, d. h. die wettbewerblichen Betätigungsmöglichkeiten Dritter am wenigsten beeinträchtigende **Mittel** beschränkt." Da im Zivilrecht die Geltung eines allgemeinen Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes demgegenüber nicht anerkannt ist, erreicht die Interessenabwägung im Rahmen von § 242 BGB bei der hier interessierenden Konstellation zwischen Sportler und Verband mithin eine den Sportler zusätzlich begünstigende Dimension.

4. Inhaltskontrolle von Werbeklauseln

Ausgangspunkt der Abwägung der beiderseitigen Interessen an der Vermarktung der Werbeverträge muß die Feststellung sein, daß beide gleichermaßen schutzwürdig sind. Dies ergibt sich bereits aus der Überlegung, daß sowohl der Verband in der Verfolgung seiner Interessen ein grundgesetzlich in Artikel 9 Abs. 1 Grundgesetz (GG) geschütztes Entfaltungsrecht besitzt als auch der Sportler in Artikel 12 Abs. 1 GG im Rahmen seiner Berufsfreiheit. Zu dieser Entfaltungsmöglichkeit gehört auch die kommerzielle Verwertung der Tätigkeiten von Verband und Sportler. Diese gesetzgeberische Vorgabe von Werten im Grundrechtskatalog des Grundgesetzes findet über die Generalklauseln des Zivilrechts, unter anderem § 242 BGB, auch Eingang in die Interessenabwägung, wo diese - wie hier - als notwendig erkannt wurde.

Damit steht bereits fest, daß eine Interessenabwägung im Rahmen des hier interessierenden Problemkreises keinesfalls zu einer Null-Lösung zu Lasten der einen oder anderen Seite führen kann. Keines der beiden Interessen ist dem anderen so überlegen, daß das andere vollständig zurückzutreten hätte, zumal Sportler und Verband gleichermaßen zum Vermarktungserfolg des Sportereignisses beitragen. Grundsätzlich ist daher davon auszugehen, daß Verband und Sportler jeweils frei sind, bei Sportereignissen in angemessener Form Werbung zu betreiben.

Solange der Verband Sportlerwerbung bei von ihm organisierten Ereignissen überhaupt zuläßt, kann es ihm nicht verwehrt sein, deren Durchführung zu regeln, also etwa Werbemaßnahmen auf eine bestimmte Anzahl zu begrenzen und vor allem deren Form zu definieren etwa durch die Angabe von Größe und Plazierung von Sponsorenlogos einschließlich Materialvorgaben, soweit diese für die Sicherheit und Leichtigkeit der Sportausübung sinnvoll sind. Die Reglementierung hat die weitgehende Gleichbehandlung der einzelnen Werbeträger zu beachten. Dazu gehört es auch, daß die dem Sportler verbleibende Werbemöglichkeit nicht unangemessen gegenüber dem Verbandssponsor benachteiligt wird und Sportler untereinander nicht ungleich behandelt werden.

Verbietet der Verband es den Sportlern, neben dem Verbandssponsor Eigenwerbung zu betreiben, weil er mit dem Verbandssponsor Exklusivität vereinbart hat und zahlt er keine Entschädigung oder Beteiligung an den Einnahmen an den Sportler, so würde dies zwangsläufig zu einem völligen Werbeverbot des Sportlers führen, wodurch sein als ebenso legitim anerkanntes Interesse an angemessener Werbung völlig verdrängt würde. Aus der Anwendung der vorstehend genannten Kriterien ergibt sich die Unzulässigkeit einer solchen Verbandsregelung. Die Leistung des Sportlers wird zugunsten des Verbandes entschädigungslos ausgebeutet. Denn durch den Zwang zur Unterlassung von Eigenwerbung steigert der Verband den Marktwert der Veranstaltung für seinen Sponsor und profitiert hiervon einseitig zu Lasten der Sportler.

Gestattet der Verband dem Sportler die Eigenwerbung, verlangt er hierfür aber eine zusätzliche Vergütung seitens des Sportlers bzw. dessen Sponsor an den Verband, so bleibt es auch bei dieser Konstellation dabei, daß der selbst erarbeitete Marktwert des Sportlers einseitig zugunsten des Verbandes ausgebeutet wird. Er verzichtet zwar auf die Steigerung des Marktwertes der Veranstaltung durch die Erzwingung von Exklusivität, schöpft aber den von dem Sportler mit dessen Image eingebrachten Werbewert durch das Vergütungsverlangen wieder ab. Eine solche Regelung ist daher im Ergebnis genauso einseitig und treuwidrig.

Schließlich muß das gleiche sogar dann gelten, wenn der teilnehmende Sportler selbst gar keinen Sponsor hat und damit auf eine eigene Werbung nicht verzichtet. Denn auch dann bleibt es bei der einseitigen werblichen Ausbeutung des Sportlers, die nur dadurch ausgeglichen werden kann, daß der Sportler angemessen an den Werbeeinnahmen des Verbandes beteiligt wird.

MEILICKE HOFFMANN & PARTNER RECHTSANWÄLTE

Download von der Meilicke Hoffmann & Partner Webseite. © MEILICKE HOFFMANN & PARTNER 1999 - Alle Rechte vorbehalten

Hieraus folgt, daß die in Ziffer 1 genannten Vorgehensweisen des deutschen Skiverbandes und des deutschen Schwimmverbandes in jedem Fall gegen Treu und Glauben verstoßen und die Interessen der an den Veranstaltungen beteiligten Sportler verletzen.

5. Rechtsfolgen

a) Unwirksamkeit der betreffenden Regelung und von Sanktionen

Ist eine Werberegung des Verbandes nach den vorstehend genannten Gesichtspunkten treuwidrig, so ist sie unwirksam. Die betreffenden Sportler sind daher durch die von diesen Regelungen auferlegten Restriktionen nicht gebunden.

Aus der Unwirksamkeit einer solchen Werberegung ergibt sich im übrigen zwangsläufig, daß auch alle auf die Nichteinhaltung dieser unwirksamen Regeln gestützten Sanktionen des Verbandes rechtswidrig und ebenso unwirksam sind.

b) Schadenersatz

Die faktische Durchsetzung unwirksamer Teilnahmebedingungen bzw. hierauf gestützter Sanktionen durch den Verband führt zu einer Schadenersatzverpflichtung gegenüber dem jeweiligen Sportler. Dies ergibt sich bei vertraglicher Unterwerfung des Sportlers unter die Verbandsregeln aus dem Gesichtspunkt der positiven Forderungsverletzung, zusätzlich aus § 826 BGB und § 35 GWB. Geht es konkret um die faktisch durchgesetzte, rechtlich aber unwirksame Untersagung von Werbemaßnahmen für den Sponsor des Sportlers, richtet sich der Schadenersatzanspruch auf den Ersatz der entgangenen Einnahmen. Lassen sich solche anhand der vertraglichen Gestaltung des Sponsorenverhältnisses von Sportler und Sponsor nicht ermitteln, so ist der Geldwert einer Werbemaßnahme, die der Verband hätte zulassen müssen, gemäß § 287 ZPO zu schätzen. Der Maßstab ist hierbei das für Werbemaßnahmen der untersagten Art normalerweise branchenübliche Entgelt. Ansprüche auf Beteiligung an Sponsoreneinnahmen durch den Verband sind im Wege der Stufenklage auf Auskunft und Zahlung durchsetzbar.

4.1.2.3a