Sponsoring-Grundlagen

Rechtliche Trends: Sponsoring bewegt sich nicht im rechtsfreien Raum!

Das Sponsoring im Sportverein wird durch **rechtliche Trends** beeinflusst.

Hierzu gehören:

a.) **gesetzlichen Vorschriften** (die durch staatliche Institutionen festgelegt werden), wie z.B.:

- das allgemeine Tabakwerbeverbot im Sport (EU-Tabakwerberichtlinie)
- das Recht am eigenen Bild (Kunsturhebergesetz)
- das Namensrecht (Bürgerliches Gesetzbuch)
- zur Vergabe von Lizenzen (Patentrecht)
- zur Logonutzung (Warenzeichengesetz)
- zur Vertragsgestaltung (Allgemeines Schuldrecht/Bürgerliches Gesetzbuch)
- die engen rechtlichen Rahmenbedingungen für die virtuelle Werbung (Rundfunkstaatvertrag)

b.) Regelungen der nationalen und internationalen Sportfachverbände (z.B.):

- Durchführungsbestimmungen für die Genehmigung von Werbung auf der Spielkleidung des Fußball- und Leichtathletik-Verbandes Westfalen
- Werberichtlinien des Deutschen Handball-Bundes
- Werberichtlinien des Deutschen Basketball-Bundes
- FIFA-Spielregeln

Fußballvereinen ist es z.B. aufgrund der FIFA-Spielregeln untersagt, das Spielfeld während eines Spiels als Werbefläche zu nutzen. In anderen Sportarten, wie Eishockey, Basketball und Handball ist das hingegen möglich. Beim Handball können z.B. Werbeaufkleber auf dem Spielfeld, im Mittelkreis und im Torkreis eingesetzt werden. Diese Leistungen können damit beim Handball zum Bestandteil von Sponsorenangeboten gemacht werden.

Quellen

Bildquellen:

png „Sponsoring-Grundlagen/rechtliche Trends/Virtuelle Werbung“ (Quelle: 21. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 25.5.2018, S.15, § 7 (1) 6)
png „Sponsoring-Grundlagen/Rechtliche Trends/Werbung auf dem Spielfeld/FIFA-Spielregeln Saison 2018/2019, S. 41“