

RENATE SCHAUB

Sponsoring
und andere Verträge
zur Förderung
überindividueller Zwecke

Jus Privatum

136

Mohr Siebeck

JUS PRIVATUM

Beiträge zum Privatrecht

Band 136



Renate Schaub

Sponsoring und andere
Verträge zur Förderung
überindividueller Zwecke

Mohr Siebeck

Renate Schaub, geboren 1967; Studium der Rechtswissenschaft in Erlangen und Bristol; 1999 Promotion in Tübingen; 2004 Habilitation in Tübingen; seit 2005 Professorin für Bürgerliches Recht, Wirtschaftsrecht und Rechtsvergleichung an der Georg-August-Universität Göttingen.

e-ISBN PDF 978-3-16-151213-1

ISBN 978-3-16-149639-4

ISSN 0940-9610 (Jus Privatum)

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2008 Mohr Siebeck Tübingen.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Buch wurde von Textservice Zink in Schwarzach aus der Garamond-Antiqua gesetzt, von Gulde-Druck in Tübingen auf alterungsbeständiges Werkdruckpapier gedruckt und von der Buchbinderei Spinner in Ottersweier gebunden.

Vorwort

Dieses Buch ist die aktualisierte Version meiner im Frühjahr 2004 an der Juristischen Fakultät der Eberhard-Karls-Universität Tübingen eingereichten und im Sommersemester 2004 angenommenen Habilitationsschrift. Durch die Berufung an die Georg-August-Universität Göttingen bereits im Jahr 2005 und die damit sowie mit weiteren Publikationen verbundenen Verpflichtungen verzögerte sich die Veröffentlichung. Deswegen wurden umfangreiche Aktualisierungen erforderlich. Die zentralen Teile sind jetzt auf dem Stand vom Spätherbst 2007, vereinzelt konnten auch später erschienene Werke eingearbeitet werden. Nicht umfassend aktualisiert wurde der Abschnitt zu den Rechtstatsachen (§ 4). Die Beispiele ließen sich zwar bis in die Gegenwart hinein fortführen, aber dadurch würde sich ebenso wenig ein zusätzlicher Erkenntnisgewinn ergeben wie durch eine Erweiterung der Formularanalyse: Die tatsächlichen Grundstrukturen der hier untersuchten Vertragstypen haben sich seit 2004 nicht wesentlich verändert, lediglich die praktischen Fälle haben sich vermehrt. Stark gewandelt haben sich hingegen einige der rechtlichen Rahmenbedingungen der analysierten Verträge: Die überwiegend europarechtlich induzierten Änderungen im Lauterkeits- und Kartellrecht in den letzten Jahren führen zu einer teilweise abweichenden Beurteilung der Zulässigkeit mancher vertraglichen Vereinbarungen. Die entsprechenden Abschnitte über Begrenzungen der Privatautonomie wurden daher – insbesondere unter Berücksichtigung der Reformen des UWG 2004 und des GWB 2005 – neu abgefasst und, soweit sinnvoll, mit der früheren Rechtslage kontrastiert.

In der Zwischenzeit hat meine Grundkonzeption des Sponsoringvertrags als wesentliches Ergebnis der Arbeit bereits Anklang gefunden. So hat Pfister, dem das Manuskript 2005 vorlag, in der 2007 erschienenen 2. Auflage des Praxishandbuchs Sportrecht seine Neufassung des Abschnitts über den »Vermarktungs- oder Sponsoringvertrag« (S. 287 ff.) weitgehend an meine Konstruktion des Sponsoring als Rechtsgeschäft, bei dem eine Kommunikationsleistung des Gesponserten einer Förderleistung des Sponsors gegenübersteht, mit den sich daraus ergebenden vertragsrechtlichen Implikationen angelehnt.

Meinem akademischen Lehrer, Herrn Professor Dr. Gottfried Schiemann, danke ich für seine stete Dialogbereitschaft während der Anfertigung der Arbeit und für die Erstellung des Erstgutachtens, Herrn Professor Dr. Wernhard Möschel für die zügige Anfertigung des Zweitgutachtens.

Weiterhin möchte ich meinen Mitarbeitern in Göttingen meinen Dank aussprechen: Frau Rechtsreferendarin Dr. Mandy Reichel und Herrn Rechtsreferen-

dar Björn Bogner für ihre Hilfe bei der Vorbereitung der Drucklegung und ihnen sowie Herrn Hauke Delfs, Frau Nadja Hauser, Frau Nicola Jakobi und Herrn Joachim Jung für ihren Einsatz beim Korrekturlesen.

Schließlich danke ich dem Verlag Mohr Siebeck für die Aufnahme der Arbeit in die Schriftenreihe Jus Privatum.

Göttingen, im Juli 2008

Renate Schaub

Inhaltsübersicht

1. Teil: Einleitung

§ 1 Problemstellung	3
§ 2 Begriff und Bedeutung des Sponsorings	11
§ 3 Gang der Untersuchung	29

2. Teil: Tatsächliche Konstellationen

§ 4 Rechtstatsachen	83
§ 5 Systematisierung der tatsächlichen Erscheinungsformen	175

3. Teil: Juristische Erfassung

§ 6 Vorgehensweise	205
§ 7 Förderkonstellationen mit weitgehender Interessen- gegenläufigkeit	230
§ 8 Förderkonstellationen mit partieller Interessengleichrichtung und partieller Interessengegenläufigkeit	488
§ 9 Förderkonstellationen mit starker Interessengleichrichtung	659
§ 10 Ausblick: Förderkonstellationen mit überwiegender Interessengleichrichtung	714

4. Teil: Ergebnisse und Folgerungen

§ 11 Zivilrechtliche Beurteilung des Sponsorings	723
§ 12 Privatrechtsfragen der Förderung überindividueller Zwecke	733

Literaturverzeichnis	753
Sachverzeichnis	813

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII

1. Teil Einleitung

§ 1 <i>Problemstellung</i>	3
I. Sponsoring und andere Verträge zur Förderung überindividueller Zwecke als Untersuchungsgegenstand	3
II. Ablauf und Eingrenzung der Untersuchung	7
§ 2 <i>Begriff und Bedeutung des Sponsorings</i>	11
I. Begriffsklärung	11
1. Sprachliche Wurzeln des Sponsoringbegriffs	11
2. Ausgangspunkte einer Sponsoringdefinition	13
3. Vorläufige Sponsoringdefinition	18
II. Relevanz des Sponsorings im Zivilrecht	19
III. Wirtschaftliche Relevanz	21
1. Gesamtökonomische Bedeutung	21
2. Bedeutung für einzelne Wirtschaftsunternehmen	22
a) Sponsoring als Instrument der Unternehmenskommunikation	22
b) Formen der Unternehmenskommunikation	24
§ 3 <i>Gang der Untersuchung</i>	29
I. Herausarbeiten der relevanten Rechtstatsachen	31
1. Stellenwert von Rechtstatsachen für die Untersuchung	31
2. Arten der zu berücksichtigenden Rechtstatsachen	35
II. Systematisierung der tatsächlichen Erscheinungsformen	38
1. Ermittlung von Topoi	38
2. Ordnung der Fakten und Topoi: Typenbildung	39

III. Zivilrechtliche Erfassung der ermittelten Sachverhaltskonstellationen	42
1. Privatautonomie und Vertragsgerechtigkeit	42
a) Privatautonomie	42
b) Vertragsgerechtigkeit	46
(1) Formales und materiales Verständnis von Vertragsgerechtigkeit	47
(2) Mechanismen zur Herstellung formaler Vertragsgerechtigkeit	49
(3) Vertragsfreiheit und Wettbewerb	52
(4) Herstellung materialer Vertragsgerechtigkeit	53
(5) Konsequenzen für die Förderung überindividueller Zwecke	55
2. Typische und atypische Rechtsgeschäfte	56
a) Normanwendung	57
(1) Auslegung, Syllogismus und Typenvergleich	57
(2) Zur Kritik an der typologischen Methode	60
(3) Verhältnis zum beweglichen System	62
b) Juristische Erfassung atypischer Verträge	63
(1) Normenhäufung	66
(2) Normenmangel	71
(3) Pflichtenstruktur	73
(a) Hauptpflichten	73
(b) Nebenpflichten	74
IV. Zwischenergebnisse und Folgerungen	78
1. Zivilrechtliche Erfassung des Sponsorings	78
2. Leistungsfähigkeit des zivilrechtlichen Regelungsgefüges in bezug auf die Förderung überindividueller Zwecke	79

2. Teil

Tatsächliche Konstellationen

§ 4 <i>Rechtstatsachen</i>	83
I. Einleitung	83
1. Grundlagen	83
2. Begriffe und praktische Ausprägungen	85
3. Formularanalyse	87
4. Grobeinteilung der Förderformen	88
II. Unmittelbare Förderung	89
1. Mäzenatentum	89

a) Begriff und praktische Bedeutung	89
b) Verwandte Formen: Gönnerschaft, Patronage	90
2. Sponsoring	91
a) Begriff und praktische Bedeutung	91
b) Formularanalyse	96
3. Stiften, Stiftung	100
a) Begriffe und praktische Bedeutung	100
b) Verwandte Formen: Fonds	105
c) Formularanalyse	107
4. Förderverein oder -gesellschaft	110
a) Begriffe und praktische Bedeutung	110
b) Formularanalyse: Vereinsrecht	112
5. Fördertätigkeit sonstiger Organisationen	114
6. Spenden, Spende	115
a) Begriffe und praktische Bedeutung	115
b) Verwandte Formen	117
(1) Patenschaft	117
(2) Sammelvermögen	118
7. Schenken, Schenkung, Geschenk	118
a) Begriffe und praktische Bedeutung	118
b) Verwandte Formen: Vermächtnis (Legat)	120
c) Formularanalyse	120
8. Stipendien, Preise, Wettbewerbe etc.	121
a) Stipendium	121
b) Förderpreis	122
c) Anregung von Leistungen mit anschließender Förderung	123
(1) Auslobung	123
(2) Preisausschreiben, Wettbewerb	123
d) Praktische Bedeutung	124
9. Sonstige Fördermaßnahmen	125
10. Sonderformen der Bereitstellung von Fördermitteln	126
a) »Kulturprozent« und ähnliches	126
b) Matching Fund	128
11. Abgrenzung: Förderung besonders Bedürftiger	129
III. Mittelbare Förderung	130
1. Ankauf, Aufbau von Sammlungen	130
2. Beauftragung, Bestellung	132
a) Begriffe und praktische Bedeutung	132
b) Formularanalyse	134
(1) Veranstaltungsorganisationsverträge	134
(2) Forschungs- bzw. Entwicklungsverträge	136
(3) Sonstige Dienst- und Werkverträge	138
3. Projekte zur Förderung überindividueller Zwecke	139

a) Begriff und praktische Bedeutung	139
(1) Kooperation	140
(2) Initiierung von Projekten zur Förderung überindividueller Zwecke	142
b) Formularanalyse	143
4. Personalmarketing	145
5. Weitere Formen mittelbarer Förderung	145
IV. Förderung auf Initiative des Geförderten	146
1. Fundraising	146
2. Formen der Selbstorganisation	149
a) Gesellschaftsrechtliche Formen	149
(1) Gesellschaft bürgerlichen Rechts	149
(2) Gesellschaft mit beschränkter Haftung	150
(3) Kommanditgesellschaft, Aktiengesellschaft und Kommanditgesellschaft auf Aktien	151
b) Gemischte Organisationsformen	154
3. Gestaltungsmöglichkeiten im Zusammenhang mit Werbung	155
V. Weitere Begriffe im Zusammenhang mit Förderung	157
1. Förderleistungen innerhalb bestehender Rechtsbeziehungen	158
a) Vergünstigung	158
b) Rabatt, Preisnachlaß	158
c) Gratifikation	158
2. Nachträgliche Honorierung von Tätigkeiten oder Leistungen	159
3. Öffentlich-rechtliche Förderung	159
VI. Übergreifende Aspekte	160
1. Mischformen und Kombinationen	160
2. Soziologische Aspekte	161
a) Motivation des Förderers	162
b) Einflußnahme des Förderers auf die geförderte Tätigkeit	165
3. Betriebswirtschaftliche und organisatorische Aspekte	166
a) Zuständigkeit für die Förderung und Finanzierungsquellen innerhalb von Unternehmen	167
b) Beteiligung Dritter	168
c) Verhältnis zwischen staatlicher und privater Förderung	170
4. Bezüge zur Förderpraxis in den USA	171
§ 5 <i>Systematisierung der tatsächlichen Erscheinungsformen</i>	175
I. Topoi	175
II. Ordnung der Fakten und Topoi	177
1. Tätigkeiten im Rahmen der Förderung	177

a) Fördertätigkeiten	177
b) Förderbereiche	178
c) Aktivitäten des Geförderten	179
d) Verhältnis der einzelnen Bestandteile zueinander	181
(1) Wertverhältnis	181
(2) Verknüpfungsmöglichkeiten	182
(3) Einflußnahmemöglichkeiten	183
(a) Einflußnahme des Förderers auf die geförderte Tätigkeit	183
(b) Einflußnahme des Geförderten auf Fördertätigkeiten	184
2. Beteiligte	184
a) Förderer	184
b) Geförderter	186
c) Beteiligung Dritter	188
d) Verhältnis der Beteiligten zueinander	188
(1) Verhältnis zwischen Förderer und Gefördertem	188
(2) Verhältnis Dritter zu Förderer und Gefördertem	190
3. Dauer	191
III. Typenbildung	192
1. Maßgebliche Kriterien	192
a) Faktische Grundelemente der Typenbildung	193
b) Interessenkonstellationen der Förderung überindividueller Zwecke als Ausgangspunkt der Typenbildung	195
2. Einzelne Typen	197
a) Überwiegende Interessengleichrichtung	197
b) Starke Interessengleichrichtung	198
c) Partielle Interessengleichrichtung, partielle Interessengegen- läufigkeit	198
d) Weitgehende Interessengegenläufigkeit	199
3. Ergebnis	200

3. Teil Juristische Erfassung

§ 6 Vorgehensweise	205
I. Entwicklungsstadien der Realtypen einer Förderung über- individueller Zwecke	206
II. Möglichkeiten einer rechtlichen Verknüpfung der Förderleistung mit Tätigkeiten des Geförderten	208
1. Verknüpfung im Rahmen eines gegenseitigen Vertrags	209
a) Tätigkeit des Geförderten als vertragliche Pflicht	209

(1) Tätigkeit des Geförderten als synallagmatische Leistung . . .	209
(2) Tätigkeit des Geförderten als nicht synallagmatische Leistung	210
b) Vertragliche Vereinbarung von Schadensersatzansprüchen, Rücktritts- bzw. Kündigungsrecht oder Widerrufs- vorbehalt	211
2. Auflage	212
3. Gesellschaft	213
4. Verknüpfung mehrerer Rechtsgeschäftsteile	214
5. Konditionale Verknüpfung	215
6. Geschäftsgrundlage	217
7. Zweckvereinbarung	218
8. Weitere Wege einer praktischen Absicherung der Verwirklichung des Förderzwecks	222
9. Zusammenfassung	222
III. Verknüpfung umfassenderer Leistungsgefüge	222
IV. Entgeltliche und unentgeltliche Rechtsgeschäfte	224
1. Grundfragen der Abgrenzung zwischen entgeltlichen und unentgeltlichen Rechtsgeschäften	225
2. Wertverhältnis zwischen Leistung und Gegenleistung	226
 § 7 <i>Förderkonstellationen mit weitgehender Interessengegen- läufigkeit</i>	230
I. Ankauf von Kunstwerken	230
II. Entgeltliche Gebrauchsüberlassung von Räumlichkeiten oder Arbeitsmitteln	233
1. Überlassung durch den Förderer	233
a) Vertragstypologische Zuordnung	233
b) Anwendbarkeit der §§ 535 ff. BGB	234
2. Überlassung durch den Geförderten	236
III. Tätigkeitsverträge	237
1. Tätigkeit des Förderers für den Geförderten	237
a) Beratung	237
(1) Geschäftsbesorgungsvertrag, § 675 I BGB	237
(a) Definition der Geschäftsbesorgung	237
(b) Typologische Zuordnung von Beratungsverträgen . . .	238
(2) Dienst- oder Werkvertrag	240
(a) Vertragsschluß, Vergütung und verwandte Fragen . . .	241
(b) Risikotragung und Mängelgewährleistung	241
(α) Mängelgewährleistung	242

(β) Unterlassen einer notwendigen Mitwirkung des zu Beratenden	244
(γ) Gefahrtragung	247
(c) Vertragsbeendigung	247
(α) Ordentliche Kündigung	247
(β) Außerordentliche Kündigung	248
(γ) Normenkollisionen	251
(d) Folgerungen für die Abgrenzung zwischen §§ 611 ff. und §§ 631 ff. BGB	253
(3) Einschränkungen der Privatautonomie	254
(4) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	256
b) Entgeltliche Managementleistungen des Förderers	257
(1) Managervertrag	257
(a) Vertragstypologische Zuordnung	258
(b) Einschränkungen der Privatautonomie	260
(2) Managementvertrag	264
2. Tätigkeit des Geförderten für den Förderer	266
a) Künstlerische »Auftragsarbeiten«	266
(1) Herstellung von Kunstwerken	267
(a) Vertragstypologische Zuordnung	267
(b) Pflichten der Beteiligten	268
(α) Herstellung und Übereignung des Kunstwerks	268
(β) Einräumung urheberrechtlicher Nutzungsrechte . .	269
(γ) Vergütung	270
(δ) Mitwirkung bei der Erstellung des Kunstwerks . . .	271
(ε) Abnahme	271
(ζ) Verhältnis der Pflichten zueinander	271
(c) Sachmängelhaftung des Künstlers	271
(d) Vertragsbeendigung	273
(e) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	275
(2) Herstellung anderer künstlerischer »Auftragswerke«	275
(3) Herstellung von Kunstwerken zur kommerziellen Weiterverwertung	277
(a) Herstellung des Kunstwerks	278
(α) Vertragstypologische Zuordnung	278
(β) Vergütung von Vorarbeiten?	279
(b) Einräumung urheberrechtlicher Nutzungsrechte	282
(c) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	286
b) Auftrittsvertrag	287
(1) Vertragstypologische Zuordnung	287
(2) Pflichten der Beteiligten	288
(a) Künstlerische Darbietung durch den Geförderten	288
(b) Vergütung	289

(c) Sonstige Pflichten der Beteiligten	292
(3) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	293
c) Forschungs- bzw. Entwicklungsvertrag	293
(1) Vertragstypologische Zuordnungsmöglichkeiten	294
(2) Pflichten der Beteiligten	296
(a) Forschungs- bzw. Entwicklungsleistung	296
(b) Vergütung	298
(c) Nebenpflichten der Beteiligten	299
(3) Typische Leistungsstörungen	300
(a) Forschungs- oder Entwicklungsergebnis kann nicht erreicht werden	301
(b) Forschungs- oder Entwicklungsergebnis kann allenfalls mit einem höheren als dem geplanten Aufwand erreicht werden	305
(c) Ausbleiben einer vereinbarten Mitwirkung des »Bestellers« der Forschungs- bzw. Entwicklungs- leistung	306
(d) Änderungen des Standes von Wissenschaft und Technik	306
(4) Vertragsbeendigung	307
(5) Konsequenzen für die vertragsrechtliche Beurteilung von Forschungs- bzw. Entwicklungsverträgen	309
(6) Einschränkungen der Privatautonomie	309
(7) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	310
d) Beratungsvertrag	311
IV. Werbeverträge	312
1. Bereitstellen von Werbemöglichkeiten für den Förderer	313
a) Vertragstypologische Zuordnung und Pflichten der Beteiligten	314
b) Einschränkungen der Privatautonomie	315
2. Werbemaßnahmen des Geförderten für den Förderer	316
a) Aktive Werbung für den Förderer	316
(1) Vertragsrechtliche Beurteilung	316
(a) Vertragstypologische Zuordnung	316
(b) Pflichten der Beteiligten	318
(c) Vertragsbeendigung	318
(2) Einschränkungen der Privatautonomie	319
(a) Recht gegen unlauteren Wettbewerb	319
(α) Anwendungsvoraussetzungen	319
(β) Beurteilung einzelner Werbemaßnahmen nach §§ 3 ff. UWG	321
(γ) Rechtsfolgen	326
(b) Medienrecht	327

(α) Verhältnis zum Recht gegen unlauteren Wettbewerb	327
(β) Rundfunkrecht	332
(γ) Presserecht	336
(c) Sonstige Werbeverbote	339
b) Persönliche Mitwirkung bei Werbemaßnahmen des Förderers	339
(1) Zulässigkeit und rechtliche Möglichkeiten einer Verwertung persönlichkeitsgeprägter Rechtspositionen	341
(a) Vermögensrechtlicher Gehalt von Persönlichkeitsrechten	341
(b) Übertragbarkeit von Teilaspekten des Persönlichkeitsrechts	343
(α) Bisherige »verletzungsorientierte« Betrachtungsweise	343
(β) Voraussetzungen einer wirtschaftlichen Verwertung persönlichkeitsgeprägter Positionen	345
(γ) Rechtliche Möglichkeiten einer Verwertung persönlichkeitsgeprägter Positionen	348
(2) Möglichkeiten der rechtlichen Verwertung einzelner persönlichkeitsgeprägter Rechtspositionen	350
(a) Rechtliche Verwertung des Namens sowie namensgeprägter Rechte des Geförderten	350
(α) Name	351
(β) Firma	357
(γ) Marke	359
(δ) Unternehmenskennzeichen	365
(ε) Werktitel	367
(b) Rechtliche Verwertung des Bilds des Geförderten	368
(α) Anwendungsbereich und Reichweite der §§ 22 ff. KUG	369
(β) Möglichkeiten der kommerziellen Verwertung des Rechts am eigenen Bild	371
(c) Rechtliche Verwertung von Leistungsschutzrechten ausübender Künstler	374
(d) Übertragung von Teilen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	377
(α) Geschützte Teilaspekte des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	378
(β) Möglichkeiten einer Übertragung von Teilaspekten des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	381
(3) Einschränkungen der Privatautonomie	384
(a) Recht gegen unlauteren Wettbewerb	384
(b) Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen	385

(4) Folgerungen für Werbung unter Mitwirkung des Geförderten	386
(a) Pflichten der Beteiligten	386
(b) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	388
(c) Vertragsbeendigung	389
(d) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	389
V. Sponsoring (Typ 1)	390
1. Allgemeines	390
a) Definition	390
b) Interessenstruktur und Terminologie	391
c) Grundstruktur	393
d) Vertragsrechtliche Beurteilung	396
2. Vertragsstruktur	399
a) Erbringen einer Förderleistung durch den Sponsor	399
(1) Geldleistung	399
(2) Sachleistung	400
(a) Allgemeines	400
(b) Sachleistungsspezifische Nebenpflichten	401
(3) Tätigkeit	402
(a) Allgemeines	402
(b) Vertragstypologische Zuordnung	403
(c) Tätigkeitsspezifische Nebenpflichten	404
(4) Sonstige Leistungen	405
(5) Flankierende Regelungen	405
b) Kommunikationsleistung des Gesponserten	405
(1) Aktive Werbung für den Sponsor	406
(a) Allgemeines	406
(b) Vertragstypologische Zuordnung	407
(c) Spezifische Nebenpflichten	409
(d) Einschränkungen der Privatautonomie	410
(α) Recht gegen unlauteren Wettbewerb	410
(β) Medienrecht	412
(γ) Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen	420
(δ) Sonstige Einschränkungen der Privatautonomie	423
(ε) Persönlichkeitsrechte der Beteiligten?	425
(2) Verschaffen von Nutzungsmöglichkeiten	426
(a) Verschaffen tätigkeitsgeprägter Rechtspositionen	426
(α) Allgemeines	426
(β) Vertragstypologische Zuordnung	428
(γ) Spezifische zusätzliche Pflichten	429
(δ) Einschränkungen der Privatautonomie	430
(b) Verschaffen persönlichkeitsgeprägter Rechtspositionen	436
(α) Allgemeines	436

(β) Rechtliche Beurteilung und vertragstypologische Zuordnung	436
(γ) Spezifische Nebenpflichten	438
(δ) Abstimmungspflicht für bestimmte Werbemaßnahmen	438
(ε) Vergabe von Prädikaten	439
(ζ) Einschränkungen der Privatautonomie	440
(3) Flankierende Regelungen	443
c) Nebenpflichten im Rahmen des gesamten Sponsoring- vertrags	444
(1) Pflichten des Gesponserten im Zusammenhang mit dem Sponsoringobjekt	444
(2) Sonstige Pflichten	445
(a) Pflichten aufgrund des besonderen Charakters des Sponsoringvertrags	445
(α) Loyalitätspflichten	445
(β) Vertraulichkeit	446
(γ) Wettbewerbsverbote	446
(b) Auskunft und Rechnungslegung	451
(c) Einräumung von Nutzungsrechten	451
(α) Einräumung von Nutzungsrechten durch den Gesponserten	451
(β) Einräumung von Nutzungsrechten durch den Sponsor	451
(d) Vertragsrechtliche Beurteilung	452
d) Vertragslaufzeit und Vertragsbeendigung	452
e) Sonstige vertragliche Regelungen	454
3. Möglichkeiten einer Verknüpfung der Leistungen beider Seiten	455
a) Sponsoringverträge mit aktiver Werbung des Gesponserten für den Sponsor	456
(1) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	456
(a) Leistungsstörungen bei der Kommunikationsleistung des Gesponserten	456
(b) Leistungsstörungen bei der Förderleistung des Sponsors	457
(2) Vertragsbeendigung	458
b) Sponsoringverträge mit Einräumung von Werberechten an den Sponsor	461
(1) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	461
(a) Leistungsstörungen bei der Kommunikationsleistung des Gesponserten	461
(b) Leistungsstörungen bei der Förderleistung des Sponsors	462

(2) Vertragsbeendigung	463
c) Sponsoringverträge mit zusammengesetzter Kommunikationsleistung des Gesponserten	463
d) Besondere Mechanismen zur Verknüpfung von Leistung und Gegenleistung	463
(1) Aufschiebende Bedingung	464
(2) Möglichkeiten im Rahmen des Synallagma	465
(3) Elemente eines partiarischen Vertrags oder einer Innengesellschaft?	465
4. Möglichkeiten einer rechtlichen Verknüpfung des Vertrags mit dem Sponsoringobjekt	467
a) Einbindung in das vertragliche Pflichtenprogramm	468
b) Vereinbarung eines Rücktritts- bzw. Kündigungsrechts	470
c) Konditionale Verknüpfung	472
d) Geschäftsgrundlage	472
e) Zweckvereinbarung	473
f) Gesellschaft	475
g) Konsequenzen für die rechtliche Erfassung des Sponsoringobjekts	475
5. Folgerungen und Ausblick	476
a) Präzisierung der Definition des Sponsoringvertrags	476
b) »Besonderer Charakter« des Sponsoringvertrags?	478
c) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	480
d) Steuerrechtliche Aspekte	482
(1) Steuerrechtliche Beurteilung auf seiten des Sponsors	482
(2) Steuerrechtliche Beurteilung auf seiten des Gesponserten	484
(3) Folgerungen für die vertragsrechtliche Beurteilung des Sponsorings	486
e) Ausblick	486
 § 8 Förderkonstellationen mit partieller Interessengleichrichtung und partieller Interessengegenläufigkeit	 488
I. Förderung durch verbilligte Leistungen	488
1. Verbilligter Verkauf	491
a) Zustandekommen des Rechtsgeschäfts	492
b) Formbedürftigkeit	493
c) Mängelgewährleistung	494
d) Anwendbarkeit der Vorschriften über den Verbrauchs- güterkauf	497
e) Rückforderungs- und Widerrufsmöglichkeiten	498
(1) Einrede des Notbedarfs nach § 519 BGB und Rückforderungsrecht nach §§ 528 f. BGB	498
(2) Widerruf wegen groben Undanks (§§ 530 ff. BGB)	500

(3) Modalitäten der Rückabwicklung	501
f) Möglichkeiten einer rechtlichen Absicherung der Verwirklichung eines überindividuellen Zwecks	503
(1) Vertragliche Pflicht des Geförderten	503
(2) Auflage	504
(3) Auflösende Bedingung	504
g) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	506
2. Verbilligte Gebrauchsüberlassung	507
a) Vertragsschluß	508
b) Vertragsinhalt	509
c) Mängelhaftung	510
d) Haftung des Geförderten für den überlassenen Gegenstand	511
e) Vertragsdauer, Kündigungsrecht und Kündigungsfristen	512
f) Anwendbarkeit von Sondervorschriften des Mietrechts	513
g) Möglichkeiten einer rechtlichen Absicherung der Verwirklichung eines überindividuellen Zwecks	514
h) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	515
3. Verbilligtes Darlehen	516
a) Pflichten der Beteiligten	517
b) Vertragsbeendigung	518
c) Möglichkeiten einer rechtlichen Absicherung der Verwirklichung eines überindividuellen Zwecks	520
(1) Vertragliche Pflicht des Geförderten	520
(2) Auflage	520
(3) Sonstige Möglichkeiten	521
d) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	521
4. Verbilligte Tätigkeiten des Förderers	521
a) Anzeigepflicht bei Ablehnung	522
b) Übertragbarkeit der Hauptleistungsansprüche aus dem Vertrag und Haftungsprivileg bei Substitution	523
c) Vergütung und Aufwendungsersatz	525
d) Haftung und Gefahrtragung	525
(1) Haftung für Schlechterfüllung	525
(2) Gefahrtragung	526
e) Vertragsbeendigung	528
f) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	529
II. Geschäfte im Rahmen von Fundraising-Maßnahmen	530
1. Kauf von Produkten	530
a) Verknüpfung von Kauf- und Schenkungselement	531
b) Möglichkeiten einer rechtlichen Absicherung der Verwirklichung eines überindividuellen Zwecks	533
2. Miete von Räumlichkeiten	534
3. Inanspruchnahme von Tätigkeiten des Geförderten	535

III. Kommerzielle Verwertung von Arbeitsergebnissen des Geförderten	536
1. Einräumung urheberrechtlicher Nutzungsrechte	537
a) Pflichten der Beteiligten	538
(1) Einräumung urheberrechtlicher Nutzungsrechte	539
(2) Vergütung	542
(3) Weitere Pflichten	548
(a) Ausübungspflicht	548
(b) Sonstige Pflichten	549
b) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	550
c) Vertragsbeendigung	552
d) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	553
2. Gewerbliche Schutzrechte: Veräußerung und Lizenzerteilung	554
a) Veräußerung	555
(1) Pflichten der Beteiligten	556
(a) Übertragung des gewerblichen Schutzrechts	559
(b) Vergütung	560
(c) Weitere Pflichten	560
(2) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	562
(3) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	564
b) Lizenzerteilung	565
(1) Pflichten der Beteiligten	569
(a) Lizenzerteilung	569
(b) Vergütung	572
(c) Weitere Pflichten	573
(2) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	578
(3) Vertragsbeendigung	582
(4) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	585
3. Entgeltliche Weitergabe von Ideen oder Know-how	586
a) Pflichten der Beteiligten	590
(1) Weitergabe von Ideen oder Know-how	590
(2) Vergütung	590
(3) Sonstige Pflichten	591
b) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	593
c) Vertragsbeendigung	594
d) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	595
IV. Veranstaltungsorganisationsverträge	596
1. Aufführungsvertrag	597
a) Vertragsinhalt	598
(1) Pflichten des Künstlers	598
(a) Einräumung des Aufführungsrechts	598
(b) Überlassung von Aufführungsmaterial	599
(c) Weitere Pflichten	599

(2) Pflichten des Veranstalters der Aufführung	600
(a) Aufführung des Werks	600
(b) Zahlung eines zusätzlichen Entgelts	601
(c) Weitere Pflichten	601
b) Vertragsrechtliche Beurteilung und Normenkonflikte	601
(1) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	601
(a) Haftung bei Pflichtverletzungen des Geförderten	601
(b) Haftung bei Pflichtverletzungen des Förderers	602
(2) Vertragsbeendigung	603
(a) Ordentliche Kündigung	604
(b) Außerordentliche Kündigung	604
c) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	606
2. Ausstellungsvertrag	607
a) Vertragsinhalt	610
(1) Pflichten des Überlassenden	610
(a) Überlassung der Kunstgegenstände	610
(b) Einräumung urheberrechtlicher Nutzungsrechte	610
(c) Nebenpflichten des Künstlers	611
(2) Pflichten des Ausstellenden	611
(a) Präsentation der Kunstwerke	611
(b) Versicherung der Kunstwerke	612
(c) Katalogerstellung	613
(d) Restauration der Kunstwerke	613
(e) Verkauf der Kunstwerke für den Künstler	613
b) Vertragsrechtliche Beurteilung und Normenkonflikte	615
(1) Haftung bei Pflichtverletzungen	616
(a) Haftung bei Verletzung der Pflichten des Überlassenden	616
(b) Haftung bei Verletzung der Pflicht des Ausstellenden zur Präsentation der Kunstwerke	616
(c) Haftung bei Verletzung der Pflicht zur Versicherung der Kunstwerke	618
(d) Haftung bei Verletzung einer Pflicht zur Restauration der Kunstwerke	618
(e) Haftung bei Beschädigung oder Zerstörung der Kunstwerke	619
(2) Vertragsdauer und Beendigungsmöglichkeiten	619
(3) Pflicht des Ausstellenden zur Herausgabe erzielter Einnahmen?	620
c) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	621
V. Sponsoring (Typ 2)	622
1. Pflichten der Beteiligten	622
a) Erbringen einer Förderleistung durch den Sponsor	622

(1) Vertragsrechtliche Beurteilung	622
(a) Sachleistungen	623
(b) Überlassung von Gegenständen	624
(c) Tätigkeiten für den Gesponserten	624
(d) Geldleistungen	625
(2) Einschränkungen der Privatautonomie	626
b) Kommunikationsleistung des Gesponserten	627
(1) Vertragsrechtliche Beurteilung	627
(2) Einschränkungen der Privatautonomie	628
c) Nebenpflichten	629
(1) Pflichten des Gesponserten im Zusammenhang mit dem Sponsoringobjekt	629
(2) Sonstige Pflichten	630
d) Vertragslaufzeit und Vertragsbeendigung	630
e) Sonstige vertragliche Regelungen	631
2. Möglichkeiten einer Verknüpfung der Leistungen beider Seiten	631
a) Sponsoringverträge mit aktiver Werbung des Gesponserten für den Sponsor	631
(1) Kommunikationsleistung des Gesponserten als Werkleistung	632
(a) Anwendbarkeit der besonderen Regelungen des Schenkungsrechts	632
(b) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	633
(α) Leistungsstörungen bei der Kommunikationsleistung des Gesponserten	633
(β) Leistungsstörungen bei der Förderleistung des Sponsors	633
(c) Vertragsbeendigung	634
(2) Kommunikationsleistung des Gesponserten als Dienstleistung	635
(a) Anwendbarkeit der besonderen Regelungen des Schenkungsrechts	635
(b) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	635
(α) Leistungsstörungen bei der Kommunikationsleistung des Gesponserten	635
(β) Leistungsstörungen bei der Förderleistung des Sponsors	635
(c) Vertragsbeendigung	636
(α) Ordentliche Kündigung	636
(β) Außerordentliche Kündigung	636
(γ) Sonstige Fragen	639

b) Sponsoringverträge mit Einräumung von Werberechten an den Sponsor	639
(1) Anwendbarkeit der besonderen Regelungen des Schenkungsrechts	640
(2) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen	640
(a) Leistungsstörungen bei der Kommunikationsleistung des Gesponserten	640
(b) Leistungsstörungen bei der Förderleistung des Sponsors	641
(3) Vertragsbeendigung	641
c) Sponsoringverträge mit zusammengesetzter Kommunikationsleistung des Gesponserten	641
3. Möglichkeiten einer rechtlichen Verbindung des Vertrags mit dem Sponsoringobjekt	642
a) Einbindung in das vertragliche Pflichtenprogramm	642
(1) Rechtliche Konsequenzen einer faktischen Verknüpfung von Kommunikationsleistung und Sponsoringobjekt	642
(2) Verwirklichung des überindividuellen Zwecks als vertragliche Pflicht des Gesponserten: Sponsoringvertrag Typ 2b	643
b) Vereinbarung eines Widerrufs-, Rücktritts- oder Kündigungsrechts des Sponsors	645
c) Auflage zur Verwirklichung des Sponsoringobjekts	645
d) Konditionale Verknüpfung	645
e) Geschäftsgrundlage	646
f) Zweckvereinbarung	646
g) Gesellschaft	646
h) Folgerungen für die rechtliche Erfassung des Sponsoringobjekts	650
4. Folgerungen	652
a) Besonderheiten der teilweise entgeltlichen Sponsoringverträge	652
b) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	653
c) Steuerrechtliche Aspekte	655
(1) Steuerrechtliche Beurteilung auf seiten des Sponsors	655
(2) Steuerrechtliche Beurteilung auf seiten des Gesponserten	655
d) Grundeinteilung der Sponsoringverträge und Abrundung der Sponsoringdefinition	656
§ 9 Förderkonstellationen mit starker Interessengleichrichtung	659
I. Schenkung	659
1. Grundstruktur der Schenkung und Bedeutung für die Förderung überindividueller Zwecke	659

a) Unentgeltliche Zuwendung	659
b) Form	661
c) Einschränkungen der Leistungspflicht des Schenkenden	661
d) Bedeutung für die Förderung überindividueller Zwecke	662
(1) Zuwendungsgegenstand	662
(2) Juristische Absicherung der Verfolgung eines überindividuellen Zwecks	666
(a) Auflage, §§ 525 ff. BGB	666
(b) Widerrufsvorbehalt	668
(c) Zweckschenkung	669
(d) Festlegungen für die Verwaltung des Geschenkten	670
(e) Mittelbare Schenkung	670
(3) Zuwendungsempfänger	671
(4) Einschränkungen der Privatautonomie	674
2. Besondere Ausprägungen der Schenkung bei der Förderung überindividueller Zwecke	674
a) Spende	674
b) Schenkung von Kunstgegenständen	677
c) Fälle im Grenzbereich zwischen Schenkung und entgeltlichem Geschäft	678
II. Leihe	681
1. Förderer als Verleiher	681
a) Grundstruktur des Leihvertrags und Bedeutung für die Förderung überindividueller Zwecke	681
(1) Vertragsgegenstand	681
(2) Vertragsschluß	682
(3) Unentgeltlichkeit	682
(4) Pflichten der Vertragspartner	683
(5) Einschränkungen der Privatautonomie	685
(6) Bedeutung für die Förderung überindividueller Zwecke	685
b) Juristische Absicherung der Verfolgung eines überindividuellen Zwecks	686
(1) Vereinbarung einer Gebrauchsverpflichtung	686
(2) Auflage	686
(3) Kündigungsrecht?	687
2. Förderer als Entleiher	687
III. Zinsloses Darlehen	689
IV. Unentgeltliche Tätigkeiten	690
1. Unentgeltliche Tätigkeiten des Förderers	690
a) Vertragstypologische Zuordnung	690
b) Grundstruktur des Auftrags	692

(1) Vertragsschluß und Vertragsinhalt	692
(2) Unentgeltlichkeit	693
(3) Vertragsdurchführung	694
(4) Vertragsbeendigung	696
c) Juristische Absicherung der Verfolgung eines überindividuellen Zwecks	697
2. Unentgeltliche Tätigkeiten des Geförderten	697
a) Vertragstypologische Zuordnung	697
b) Abgrenzungen	699
3. Einschränkungen der Privatautonomie	700
V. Mäzenatentum	700
VI. Vergabe von Mitteln für bestimmte Leistungen	701
1. Stipendium	702
a) Grundstruktur	702
b) Vertragstypologische Zuordnung	702
(1) Ausgangspunkt: Schenkungsrecht	702
(2) Problem: Formbedürftigkeit	703
(a) Voraussetzungen einer Derogation des Formzwangs	704
(b) Konsequenzen für die Vergabe von Stipendien	706
c) Nebenpflichten	708
d) Juristische Absicherung der Verfolgung eines überindividuellen Zwecks	709
(1) Auflage	709
(2) Weitere Absicherungsmöglichkeiten?	710
e) Folgerungen für die Rechtsgestaltung	711
2. Förderpreis	712
§ 10 <i>Ausblick: Förderkonstellationen mit überwiegender Interessengleichrichtung</i>	714

4. Teil

Ergebnisse und Folgerungen

§ 11 <i>Zivilrechtliche Beurteilung des Sponsorings</i>	723
I. Definition und Grundeinteilung der Sponsoringverträge	723
II. Vertragsrechtliche Beurteilung	724
1. Beurteilung der einzelnen vertraglichen Verpflichtungen der Beteiligten	725
2. Untersuchung von Normenkollisionen	727

3. Möglichkeiten einer rechtlichen Verknüpfung des Vertrags mit dem Sponsoringobjekt	728
4. Der Typus des Sponsoringvertrags	729
III. Perspektiven	731
1. Beurteilung des Sponsoringvertrags außerhalb des Zivilrechts . .	731
2. Internationale Perspektiven	732
§ 12 <i>Privatrechtsfragen der Förderung überindividueller Zwecke</i> . .	733
I. Förderung überindividueller Zwecke im Vertragsrecht	733
1. Unentgeltliche Rechtsgeschäfte	733
2. Entgeltliche Rechtsgeschäfte	736
a) Förderwirkung aufgrund des konkreten Vertragsgegenstands	736
b) Verwertung von Tätigkeitsergebnissen oder Elementen des Persönlichkeitsrechts des Geförderten	737
c) Förderwirkung aufgrund faktischer Gegebenheiten	738
3. Teilweise entgeltliche, teilweise unentgeltliche Rechtsgeschäfte	738
4. Verbleibende Defizite des Vertragsrechts bei der Erfassung einer Förderung überindividueller Zwecke	740
5. Rechtliche Erfassung gesetzlich nicht geregelter Vertragstypen	743
a) Wege der Rechtsfindung bei gesetzlich nicht geregelten Verträgen	744
b) Erfassung und Organisation umfangreicher rechtsgeschäftlicher Beziehungsgeflechte	745
II. Gemeinsame Strukturmerkmale der Fälle einer Förderung überindividueller Zwecke	747
1. Charakteristika der Fälle einer Förderung überindividueller Zwecke	747
2. Bedeutung der Interessenstrukturtypen für die zivilrechtliche Würdigung	748
3. Möglichkeiten einer Verknüpfung von Rechtsgeschäften mit überindividuellen Zwecken	749
III. Ausblick	751
Literaturverzeichnis	753
Sachverzeichnis	813

1. Teil

Einleitung