WETTSKANDALE UND SPORTSPONSORING

Mit voller Wucht traf die Sportwelt am 19. November 2009 die Ankündigung einer „gemeinsamen Presseerklärung der Staatsanwaltschaft Bochum und der Polizei Bochum zu Wettbetrügereien bei den europäischen Fußball-Ligen". Sponsoren sind seitdem in Alarmbereitschaft.

Ausgangslage

Seit dem Fall „Hoyzer" hat das Vertrauen in einen sauberen, nicht manipulierten Fußballsport einen Dämpfer bekommen. Was bis dahin nicht für möglich gehalten wurde, ist inzwischen schwarz auf weiß in einem gut 27 Seiten langen Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 15. Dezember 2006 (Az. 5 StR 181/06) nachzulesen. Die dortigen Beteiligten sind wegen Betruges beziehungsweise Beihilfe zum Betrug verurteilt worden. Der neuerliche Verdacht von Spielmanipulationen könnte – sollte er sich bestätigen – den Fall „Hoyzer" noch in den Schatten stellen.

Wie die Staatsanwaltschaft Bochum am 20. November 2009 auf der angekündigten Pressekonferenz mitteilte, besteht nach bisherigen, immerhin neunmonatigen Ermittlungen in insgesamt vier Ländern der konkrete Verdacht, dass angeblich allein in Deutschland mindestens 32 Spiele von der 2. Bundesliga bis hin in den Juniorenbereich manipuliert wurden. In sechs europäischen Ländern sind Erstliga-Spiele betroffen, zudem sollen womöglich drei Champions-League-Spiele sowie zwölf Partien der Europa League verschoben worden sein.

Den unmittelbar Beteiligten drohen in Anbetracht der Hoyzer-Rechtsprechung des BGH nicht nur strafrechtliche Sanktionen wegen Betrugs zulasten der Wettanbieter, sondern womöglich auch zivilrechtliche Klagen von Vereinen und Verbänden. Damit aber nicht genug. Wie SPONSOR^S am 24. November 2009 berichtete, droht weiteres Ungemach: Bereits mehrere Sponsoren haben danach angekündigt, ihre Zusammenarbeit mit Spielern und/oder Vereinen sofort zu beenden, sollten ihre Partner in den aktuellen Wettskandal verwickelt sein.

DIE AUTOREN

Rechtsanwälte der Jonas Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Köln

Karl Hamacher
hamacher@jonas-lawyers.com

Dr. Nils Weber
weber@jonas-lawyers.com

Problemstellung

Zwangsläufig wirft sich damit für alle Beteiligten (Sponsoren und betroffene Vereine) die Frage auf ob und unter welchen Bedingungen Verträge überhaupt aufgekündigt werden könnten und wie Vereine sich verhalten sollten, wenn festgestellt würde, dass ihre Spieler tatsächlich in Manipulationen verstrickt gewesen sind oder sich zumindest ein solcher Verdacht erhärtet.

Gesetzt den Fall, ein Verein und ein Sponsor haben in ihrem Sponsoringvertrag keine ausdrücklichen Regelungen für solche und ähnliche Fälle aufgenommen und Spieler des Vereins stehen im dringenden Verdacht, an Spielmanipulationen mitgewirkt zu haben: Was können Sponsoren auf der einen und Vereine auf der anderen Seite unternehmen, um ihre Interessen zu wahren? Kann ein Sponsor in einem solchen Fall wirklich ohne Weiteres außerordentlich kündigen?

Rechtlicher Hintergrund

Soweit ersichtlich, ist einschlägige, insbesondere höchstrichterliche Rechtsprechung zu diesem schwierigen Thema derzeit nicht vorhanden. Deshalb muss auf allgemeine Grundsätze zurückgegriffen werden.

Sponsoringverträge sind im Gesetz nicht geregelt. Die typischen „Hauptleistungen" eines Sponsoringvertrages ähneln den gesetzlich geregelten Vertragstypen auch nur bedingt. Denn regelmäßig vereinbaren die Parteien eine Reihe von Maßnahmen mit dem Hauptziel des Sponsors, durch die Verbindung zum Gesponserten einen positiven Imagetransfer sowie eine Erhöhung seines Bekanntheitsgrades herzustellen; wobei nur in wenigen Ausnahmefällen ein Erfolg geschuldet wird. Daneben können zum Beispiel Ziele wie die Motivation von Mitarbeitern und anderes stehen.

Ihrem rechtlichen Charakter nach sind Sponsoringverträge – mit Ausnahme von sogenannten Eventsponsoringverträgen – regelmäßig Dauerschuldverhältnisse, da der Umfang der vertragstypischen Leistung erst mithilfe der Zeit quantifizierbar ist. Mangels spezialgesetzlicher Regelung verwendet die wohl herrschende Meinung auf die Kündigung von Sponsoringverträgen daher eine Norm aus dem allgemeinen Schuldrecht, § 314 BGB („Kündigung von Dauerschuldverhältnissen aus wichtigem Grund").

Konsequenzen aus der Rechtslage

Nach § 314 BGB kann ein Dauerschuldverhältnis von einem Vertragsteil aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist nur dann gekündigt werden, wenn dem kündigenden Teil unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls und unter Abwägung der beiderseitigen Interessen nicht zugemutet werden kann, dass das Vertragsverhältnis bis zur vereinbarten Beendigung oder bis zum Ablauf einer Kündigungsfrist fortgesetzt wird. Die Umstände, die zur Kündigung führen können, setzen dabei ein

Foto: Getty Images

WETTSKANDAL: Weltweit, wie hier in Pakistan, beklagen Fans verschobene Fußballspiele.

Verschulden des Gesponserten nicht zwingend voraus. Eine für die Fortsetzung des Vertrages im Einzelfall erforderliche Vertrauensgrundlage kann bereits entzogen sein durch einen dringenden Verdacht einer schwerwiegenden Pflichtverletzung, insbesondere einer Straftat.

Was sich hier auf erste Sicht für einen Sponsor, der sich mit Kündigungsabsichten trägt, möglicherweise vielversprechend anhört, wird sich bei näherer Betrachtung allerdings nur in einigen Einzelfällen erfolgreich umsetzen lassen. Denn die vom Gesetz (und von der Rechtsprechung) geforderte Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls sowie die Abwägung der beiderseitigen Interessen bringt es mit sich, den jeweiligen Fall außerhalb einer womöglich vorschnell dazu geäußerten Meinung zu betrachten.

So wird man eine Unzumutbarkeit für Sponsoren dann nicht ohne Weiteres annehmen können, wenn sich in einem Verdachtsstadium ein womöglich betroffener Verein um tatkräftige Aufklärung bemüht, indem er zum Beispiel Akteneinsicht beantragt, verdächtige Spieler vorläufig suspendiert, sich von Spielern gegebenenfalls eidesstattliche Versicherungen geben lässt, seine Sponsoren möglichst unaufgefordert informiert hält und auch ansonsten alles unternimmt, was zur Aufklärung in seiner Macht steht. Dazu gehört zum Beispiel auch, Maßnahmen allein oder gemeinsam mit übergeordneten Verbänden zu ergreifen, mit denen zukünftige Manipulationen möglichst verhindert werden können.

In solchen Fällen wird man nur in Ausnahmesituationen von einer Unzumutbarkeit für einen Sponsor ausgehen können, etwa dann, wenn Verantwortliche des Vereins unmittelbar beteiligt waren oder quasi sehenden Auges Manipulationen nicht verhindert haben oder wenn Ereignisse im Einzelfall unzumutbar schwer wiegen. Umgekehrt dürfte das Vertrauensverhältnis zwischen einem Sponsor und einem Verein in der Regel dann kündigungsrelevanten Schaden nehmen, wenn Maßnahmen durch den Club gänzlich unterbleiben, offenbar unzulänglich sind oder Aufklärungsmaßnahmen gar behindert werden.

Handlungsempfehlungen

Betroffenen Vereinen ist daher anzuraten, alles in ihrer Macht Stehende zu unternehmen, Vorwürfe der fraglichen Art aktiv aufzuklären. Für Sponsoren besteht dann eine gute Aussicht darauf, einen Sponsoringvertrag vorzeitig durch fristlose Kündigung zu beenden, wenn sich der Verdacht der Wettmanipulation gegenüber Spielern des Vereins verdichtet hat und des Weiteren die Aufklärungsbemühungen des betroffenen Clubs derart unzulänglich sind, dass dem Sponsor ein Festhalten an dem laufenden Vertrag nicht mehr möglich erscheint.

Fazit

Die Frage, wann ein Sponsor einen Sponsoringvertrag aufgrund des Verdachts einer Beteiligung an Wettskandalen durch Spielmanipulationen kündigen kann, ist von der Rechtsprechung bislang noch nicht entschieden worden. Mangels klarer gesetzlicher Grundlagen ist im Einzelfall die Frage zu klären, inwieweit Rechte zur fristlosen Kündigung bestehen. Anhaltspunkte, die zur Berechtigung einer Kündigungsmöglichkeit führen können, sind insbesondere die Schwere der Vorwürfe und der Umfang der Verstrickung von Verantwortlichen und Beteiligten des jeweiligen Gesponserten, das heißt in der Regel des Vereins, an solchen Wettmanipulationen, sowie die Bereitschaft der verantwortlich Handelnden zur Aufklärung solcher Vorwürfe. Daneben sind aber auch die Auswirkungen beim Sponsor selbst maßgeblich, das heißt, wie lange und wie weit es einem Sponsor zumutbar ist, an einem Vertrag festzuhalten, der ihm einen Imagevorteil bringen sollte, jedoch in das Gegenteil umzuschlagen droht. ■

BEREITS ERSCHIENEN (u.a.)

Familienrecht | Versicherungsrecht | Straßenverkehrsrecht

12/09	Verbandsstrafen auf dem Prüfstand
11/09	Maskottchen, Pokale und das Urheberrecht
10/09	Wem gehören die Persönlichkeitsrechte?
09/09	Kreativität und Umsicht beim Sponsoring
08/09	E-Sport: Wie viel reale Welt darf es sein?
07/09	Verlängerung im Fall „Hartplatzhelden.de“
06/09	Ticketing – Ende des Schwarzmarkthandels?
05/09	Gesetzliche Regeln für Glücksspielanbieter
04/09	Hospitality – Einladen erlaubt?
03/09	Doping und Sportsponsoring
02/09	Wer kennt das OlympSchG?
01/09	Werben mit sportlicher Prominenz
12/08	Verbandsregeln und Kartellrecht
11/08	Online-Musikrechte und Kartellrecht
10/08	Rechtsstreit um „WM-Marken“

Zahlreiche weitere Artikel dieser Rubrik finden Sie im SPONSOR¹-Online-Archiv.
Die Reihe „Jura“ wird mit freundlicher Unterstützung der Kanzleien Jonas, CMS Hasche Sigle und Nörr Stiefenhofer Lutz veröffentlicht.