

# Inhaltsübersicht

<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>Einführung .....</b>	<b>1</b>
Problemaufriss.....	1
Gegenstand und Gang der Untersuchung.....	6
<b>1. Kapitel. Sportsponsoring .....</b>	<b>9</b>
§ 1. Begriff des Sponsorings .....	9
A. Etymologie .....	9
B. Fachbegriff des Marketings.....	10
I. Etablierung und Grundverständnis im deutschsprachigen Raum .....	10
II. Definitionen.....	11
C. Rechtsbegriff .....	12
I. Rechtsnormen .....	13
1. Medienrecht .....	13
2. Lebensmittel- und Wettbewerbsrecht.....	15
a) Tabak-RL; vTabakG; TabakerzG .....	15
b) UGP-RL; UWG; Werbe- und Marketingkodex ICC .....	15
aa) § 5 Abs. 1 Nr. 4 UWG .....	15
bb) Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. ICC-Kodex .....	17
3. Verwaltungsvorschriften der Bundesministerien.....	17
a) Erlasse des BMF .....	17
b) Verwaltungsvorschrift des BMI.....	18
4. Verwaltungsrechtssnormen der Länder .....	18
a) Schulrecht .....	18
b) Verwaltungsvorschrift der Freien Hansestadt Bremen .....	19
5. Berufsrecht der Ärzte .....	19
II. Rspr.....	19
1. Erste Erwähnungen in der höchstrichterlichen Rspr.....	19
2. Neuere Rspr .....	20
III. Lit. .....	22
1. Sportrecht.....	22
2. Wettbewerbsrecht .....	24

3. Strafrecht.....	25
IV. Begriffsverständnis für die weitere Bearbeitung .....	26
§ 2. Geschichtliche Entwicklung.....	27
A. Antike .....	27
B. Entwicklung im zwanzigsten Jahrhundert .....	29
I. Erste Hälfte .....	29
II. Zweite Hälfte bis heute .....	30
1. Phase der „Schleichwerbung“ .....	31
2. Phase der „Sportwerbung“ .....	31
3. Phase des „Sportsponsorings“ .....	33
4. Weitere Entwicklung seit den neunziger Jahren .....	33
§ 3. Sponsoren, Gesponserte und deren Motive.....	34
A. Sponsoren.....	34
I. Motive .....	35
II. Betriebswirtschaftlicher Hintergrund .....	36
1. Ökonomische und psychologische Zielsetzung.....	36
2. Werbeattraktivität des Sports.....	38
B. Gesponserte .....	43
I. Ausgangspunkt: Nachfrage nach Werbemöglichkeiten .....	43
II. Anbieter von Werbemöglichkeiten; Gesponserte .....	44
III. Motive .....	47
§ 4. Sponsoringvertrag .....	48
A. Rechtsnatur .....	49
I. Atypischer, gegenseitiger Vertrag eigener Art .....	49
II. Lizenzvertrag.....	51
B. Gegenstand der Leistung und Gegenleistung.....	51
I. Gegenstand der Leistung des Sponsors.....	52
1. Geldzahlungen.....	52
2. Sachleistungen.....	53
3. Dienstleistungen .....	54
II. Gegenstand der Leistung des Gesponserten; Exklusivität .....	54
1. Aktive Werbetätigkeit; Nutzung absoluter Rechtspositionen.....	54
2. Exklusivität.....	56
a) Vertragliche Exklusivitätsvereinbarung.....	56

aa) § 1 GWB, Art. 101 AEUV .....	57
aaa) Kartellverbot.....	57
bbb) Ausnahmen .....	58
bb) § 138 Abs. 1 BGB .....	61
b) Einräumung von ausschließlichen Lizenzen .....	63
C. Typischer Vertragsaufbau und sonstiger Inhalt .....	72
D. Form.....	74
§ 5. Sozialversicherungsrechtliche Kostenrisiken.....	75
A. Sozialversicherungsbeiträge.....	75
B. Künstlersozialabgabe .....	76
§ 6. Steuerliche Aspekte .....	78
A. Ertragssteuerliche Behandlung .....	78
I. Sponsor .....	78
II. Gespensorter .....	79
1. Generelle Steuerpflicht.....	79
2. Ausnahme: Gemeinnützige Körperschaften .....	80
B. Umsatzsteuerliche Behandlung .....	81
I. Steuerbare Umsätze des Gesponserten .....	82
1. Generelle Regelung .....	82
2. Keine Steuerbefreiung; Kleinunternehmerregelung.....	83
II. Umsatzsteuersatz.....	83
III. Vorsteuerabzugsmöglichkeit des Sponsors .....	83
2. Kapitel. Sportler als Arbeitnehmer.....	85
§ 7. Sport als Beruf.....	85
A. Geschichtliche Entwicklung .....	85
I. Die Anfänge des modernen Berufssports.....	85
II. Entwicklung im 20. Jahrhundert; Ausgrenzung von Berufssportlern.....	86
1. Beispiel: DFB .....	86
2. Beispiel: Olympische Spiele, IOC .....	87
B. Abgrenzung Amateur- und Berufssport.....	90
§ 8. Sport und Arbeitsrecht.....	90
A. Gegenstand und Anwendungsbereich des Arbeitsrechts.....	90
I. Gegenstand .....	90

II. Anwendungsbereich .....	96
B. Arbeitnehmerstatus von Sportlern .....	97
1. Kriterien .....	98
1. Vertragsbezeichnung und -durchführung .....	98
2. Allgemeiner Arbeitnehmerbegriff .....	99
a) Gesetzliche Anhaltspunkte vor Inkrafttreten des § 611a BGB .....	100
aa) § 84 HGB .....	100
bb) § 106 GewO .....	100
cc) § 7 Abs. 1 SGB IV .....	100
dd) § 1 LStDV .....	101
b) Bisherige Rspr. und h.L .....	101
aa) Rspr .....	102
aaa) BAG .....	102
bbb) BSG .....	104
ccc) BFH .....	104
bb) Lit .....	104
aaa) h.L .....	104
bbb) Ansicht von Wank .....	106
cc) Der neue § 611a BGB .....	106
dd) Arbeitnehmerbegriff für die weitere Bearbeitung .....	108
3. Ergebnis .....	109
II. Einstufung .....	109
1. Sind Sportler Arbeitnehmer? .....	109
a) Rspr. und Lit .....	109
b) Kritische Stimmen und jüngere Diskussion .....	111
aa) Arbeitnehmerstatus trotz Spitenverdienst? .....	111
bb) Unternehmer mangels persönlicher Abhängigkeit? .....	117
2. Welche Sportler sind Arbeitnehmer? .....	119
a) Einzel- und professionelle Mannschaftssportler .....	120
b) Mitglieder der Nationalmannschaft/Olympiamannschaft .....	121
aa) Grundlagen .....	121
bb) Arbeitnehmer der Bundesrepublik Deutschland? .....	122
cc) Arbeitnehmer des nationalen Sportfachverbands/DOSB? .....	122
aaa) Rspr .....	123

bbb) Lit.....	123
ccc) Stellungnahme .....	124
3. Ergebnis .....	129
C. Ausschluss staatlichen Arbeitsrechts wegen Autonomie des Sports? .....	129
I. Autonomie des Sports.....	130
1. Begriff.....	130
2. Verfassungsrechtliche Grundlage.....	130
3. Inhalt .....	130
a) Schutzbereich Art. 9 Abs. 1 GG; Doppelgrundrecht .....	130
b) Grenzen.....	132
aa) Außenbereich .....	132
bb) Innenbereich.....	132
II. Kein Ausschluss des staatlichen Arbeitsrechts .....	133
D. Zusammenfassung.....	135
<b>3. Kapitel. Arbeitsrechtliche Grenzen der Selbstvermarktung durch Sponsoring.....</b>	<b>137</b>
§ 9. Vermarktungsrelevante Werbemöglichkeiten an und mit Sportlern.....	137
A. Werbemöglichkeiten am Sportler.....	137
I. Ausrüstung durch Sportartikelhersteller.....	137
II. Sonstige Unternehmens- und Markenzeichen.....	139
B. Werbemöglichkeiten mit Sportlern .....	140
I. Mediawerbung .....	140
II. Verkaufsförderung.....	141
§ 10. Arbeitsrechtliche Grenzen und Begrenzungsmöglichkeiten .....	142
A. Individualarbeitsrecht .....	145
I. Arbeitsvertragliche Grenzen und Begrenzungsmöglichkeiten .....	146
1. Grundlagen und Grenzen der freien Arbeitsvertragsgestaltung .....	146
a) Zwingende Rechtsnormen .....	146
b) AGB-Recht, §§ 305 ff. BGB .....	146
c) Bewusste Grenzüberschreitungen.....	149
2. Selbstvermarktungsbeschränkende Gestaltungen .....	150
a) Pflicht zum Tragen vorgegebener (Sport-)Bekleidung.....	151
aa) Inhaltskontrolle, §§ 307 ff. BGB .....	152
aaa) Hauptabrede.....	152

bbb) Deklaratorische Gestaltung.....	154
(1) Weisungsrecht, § 106 GewO .....	155
(2) Treue-/Rücksichtnahmepflicht, § 241 Abs. 2 BGB.....	163
ccc) Ergebnis.....	165
bb) Transparenzkontrolle, § 307 Abs. 1 S. 2 BGB .....	166
cc) Sittenwidrigkeit, § 138 Abs. 1 BGB.....	167
b) Sonstige Werbepflichten; Lizenzeinräumung.....	168
aa) Lizenzeinräumung .....	169
bb) Werbepflichten .....	170
aaa) Inhaltskontrolle, §§ 307 ff. BGB.....	170
(1) Hauptabrede .....	170
(2) Deklaratorische Gestaltung.....	170
bbb) Transparenzkontrolle, § 307 Abs. 1 S. 2 BGB.....	172
ccc) Sittenwidrigkeit, § 138 Abs. 1 BGB.....	173
c) Wettbewerbs- und Nebentätigkeitsverbot.....	173
aa) Wettbewerbsverbot .....	173
bb) Nebentätigkeitsverbot .....	177
d) Vertragsstrafen .....	178
e) Freistellungs- und Suspendierungsvorbehalt.....	179
aa) Grundlagen .....	180
aaa) Beschäftigungsanspruch.....	180
bbb) Vergütungsanspruch .....	185
ccc) Urlaubsanspruch .....	185
bb) Arbeitsvertraglicher Freistellungs-/Suspendierungsvorbehalt .....	189
cc) Ergebnis .....	191
II. Reaktionsmöglichkeiten des Arbeitgebers bei Grenzüberschreitung .....	193
1. Ermahnung, Abmahnung und Kündigung .....	193
2. Inanspruchnahme auf Erfüllung.....	196
3. Schadensersatz; Gewinnabschöpfung.....	197
a) Schadensersatz.....	197
b) Gewinnabschöpfung .....	198
c) Verjährung.....	199
4. Vertragsstrafe .....	200
5. Nichteinsatz; Freistellung/Suspendierung .....	200

<b>B. Kollektivarbeitsrecht .....</b>	<b>201</b>
I. Betriebsvereinbarung.....	201
II. Betriebsbußen.....	206
III. Tarifvertrag.....	208
<b>C. Ergebnis.....</b>	<b>211</b>
<b>Endbetrachtung .....</b>	<b>213</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>215</b>