

## RECHTSSICHERE RAHMENBEDINGUNGEN BEI SPONSORING & HOSPITALITY

- Unternehmen sehen zunehmend von der Aussprache und Annahme von Hospitality-Einladungen zum Zwecke des Sponsorings ab. Aufgrund der unklaren Rechtslage befürchten sie, die Justiz könne ihre Zuwendungen als illegal bewerten. Bei Veranstaltern von Sport- und Kulturveranstaltungen sorgt dies für wirtschaftliche Einbußen.
- Forderung: Es ist deshalb notwendig, bei zukünftigen Anpassungen der Antikorruptionsgesetzgebung die jeweiligen Auswirkungen auf das Sport- und Kultursponsoring zu berücksichtigen und die Rechtssicherheit zu stärken.

### I. HINTERGRUND UND AKTUELLE SITUATION

Sport- und Kulturveranstaltungen sind auf die Förderung durch Sponsoren angewiesen.

Neben klassischen Sponsoringmaßnahmen wie Bandenwerbung, Programmhefte etc. erwerben Sponsoren vielfach auch sogenannte Hospitality-Pakete, Business-Plätze oder ganze Logen mit Rahmenprogramm und Bewirtung.



ZWISCHEN 30-50 %

... der Ticket-Einnahme deutscher Profi-Clubs gehen auf Plätze in deren Business-Bereich zurück, obwohl sie nur zwischen 5-10% der gesamten Sitze ausmachen.



Aufgrund der unklaren Rechtslage sehen Unternehmen vermehrt von der Aussprache von Hospitality-Einladungen ab, da sie fürchten, die Justiz könne ihre Zuwendung nicht als Sponsoring, sondern als Deckmantel für die Gewährung eines Vorteils gegenüber einem Dritten bewerten. Dies hat zur Folge, dass Eingeladene vermehrt auf Hospitality-Angebote verzichten, selbst wenn ihre Nutzung nicht rechtswidrig ist.

Dadurch entstehen dem professionellen Sport in Deutschland erhebliche wirtschaftliche Einbußen, denn die Hospitality-Vermarktung trägt in nicht geringem Maß zur (Quer-)Finanzierung von Sportveranstaltungen bei. Von dieser Entwicklung sind nicht nur die Profiligen und -vereine, sondern auch der Breitensport, der Kulturbereich, die Kommunen der Standorte sowie letztlich die Fans betroffen.

## SCHWIERIGE GESTALTUNG ALLGEMEINVERBINDLICHER LEITLINIEN FÜR HOSPITALITY-EINLADUNGEN

➔ Ursächlich für die rechtliche Grauzone ist, dass weder der Gesetzgeber noch die Rechtsprechung klare Kriterien zur Abgrenzung zwischen legalem Sponsoring und strafbewehrten Korruptionstatbeständen geschaffen hat. Die Folge ist, dass die Entwicklung allgemeinverbindlicher Leitlinien und Verhaltensweisen für Hospitality-Einladungen sich schwierig gestaltet.

Bei Einladungen zu Sport- und Kulturveranstaltungen sind unterschiedliche rechtliche Aspekte zu beachten. Allgemeinverbindliche Leitlinien können dazu beitragen, die Beteiligten für die strafrechtlichen Grenzen zu sensibilisieren und sie darin unterstützen, die Chance von Sponsoringengagements in rechtlich zulässigem und moralisch vertretbarem Rahmen zu nutzen. Wirtschaft und Sport haben dies bereits 2011 gemeinsam erkannt und entsprechende Leitfäden erarbeitet.

## II. DESHALB FORDERT DIE IPD DEN GESETZGEBER AUF, FÜR MEHR RECHTS-SICHERHEIT BEI DER HOSPITALITY-VERMARKTUNG ZU SORGEN



Die IPD unterstützt vorbehaltlos die Ziele einer wirksamen und angemessenen Korruptionsbekämpfung, allerdings darf die Anwendung der entsprechenden Normen weder eine sozialadäquate Einladungspraxis vermeiden, noch zu einem unabsehbaren Strafbarkeitsrisiko bzw. einer Nichterkennbarkeit der Grenzen des rechtlich Zulässigen führen.

Die nachhaltige Absicherung der Finanzierung des Sports erfordert Rechtssicherheit und klare gesetzliche Regelungen mit angemessenen Umsetzungsmöglichkeiten.

(Stand Dezember 2019)