

Beispiel für einen Öko-Sponsoring-Vertrag

Vereinbarung

Zwischen der gemeinnützigen Vereinigung ... (nachfolgend Projektträger genannt) und der Firma ... (nachfolgend Sponsor genannt), wird folgende Vereinbarung geschlossen:

1. Das Projekt

- 1.1 Der Projektträger ist zuständig für die Planung, Konzeption und Realisierung des Öko-Projektes...
- 1.2 Die Details des Projektes sind niedergelegt im Konzeptpapier im Anhang zu dieser Vereinbarung.
- 1.3 Die Projektkosten belaufen sich gemäss detailliertem Budget auf total Fr. ...
- 1.4 Die Laufzeit des Projektes ist auf fünf Jahre veranschlagt. Die Kosten schlüsseln sich wie folgt auf:
Jahr 1: Fr..... Jahr 2: Fr..... Jahr 3: Fr. Jahr 4: Fr. Jahr 5: Fr. ...

2. Die Leistungen des Sponsors

- 2.1 Der Sponsor verpflichtet sich, das Projekt gesamthaft mit einer Zahlung von Fr. ... zu unterstützen. Die Unterstützung wird in jährlichen Beiträgen von Fr. ..., jeweils zahlbar per ..., geleistet.
- 2.2 der Sponsor verpflichtet sich, in seiner Kommunikationsarbeit regelmässig auf den Fortgang des gesponserten Projektes hinzuweisen. Hierunter verstehen die Vertragspartner
 - § PR-Beiträge in der Haus- und Kundenzeitschrift des Sponsors
 - § Hinweise an die Mitarbeiter des Sponsors
 - § Hinweise in Informationen an den Aussendienst des Sponsors
- 2.3 der Projektträger erteilt jeweils das „Gut-zum-Druck“ für alle Text- und Bildbeiträge die im Rahmen der Kommunikationsarbeit des Sponsors verwendet werden.
- 2.4 Der Sponsor verpflichtet sich, während der Laufzeit des Vertrages keine Produktions- oder Kommunikationsmassnahmen zu treffen, die den Ideen und dem Ansehen des Projektträgers Schaden zufügen.

3. Die Leistungen des Projektträgers

- 3.1 Der Projektträger stellt dem Sponsor für die Beiträge eine Spendenquittung aus.
- 3.2 der Projektträger verpflichtet sich, den Spendenbeitrag ausschliesslich zweckgebunden zu verwenden.
- 3.3 Der Projektträger informiert den Sponsor zweimal jährlich über den Fortgang des Projektes.
- 3.4 Der Projektträger lädt einen Vertreter des Sponsors ein zur Teilnahme an der jährlichen Generalversammlung des Projektträgers sowie zur Teilnahme an der anschliessenden Medienorientierung.

- 3.5 Der Projektträger weist in seiner Kommunikationsarbeit in angemessener Weise auf die Unterstützung seiner Arbeit durch den Sponsor hin. Hierunter verstehen die Vertragsparteien:
- § Hinweise in den Presseverlautbarungen des Projektträgers
 - § Hinweise in den Rundschreiben an die Mitglieder des Fördervereins
 - § Hinweise in der Projekt-Dokumentation
- 3.6 Das „Gut-zum-Druck“ für die entsprechenden Texte und Bilder erteilt der Projektträger in Absprache mit dem Pressebeauftragten des Sponsors.
- 3.7 Der Projektträger sichert dem Sponsor zwei Freiplätze an seinen jährlich einmal stattfindenden Fachtagungen zu.

Der Sponsor

Der Projektträger

Ort, Datum

Ort, Datum

Beispiel für einen Kultursponsoring-Vertrag

Die Firma XYZ, vertreten durch ..., (nachfolgend Sponsor genannt) und das Museum ..., vertreten durch ..., (nachfolgend Museum genannt), schliessen folgenden Sponsoring-Vertrag:

1. Das Projekt

- 1.1 Der Sponsor übernimmt das Patronat über die Ausstellung ..., die vom Museum konzipiert und realisiert wird. Die Einzelheiten des Ausstellungskonzeptes sind festgehalten im beiliegenden Projektpapier, das integrierender Bestandteil dieses Vertrages ist.
- 1.2 Das Museum verpflichtet sich, die Ausstellung bis zum ... zu realisieren. Die Eröffnung der Ausstellung ist vorgesehen per ...
Die Ausstellung wird in ... bis am ... gezeigt.
- 1.3 Anschliessend geht die Ausstellung wie folgt auf Tournee:
Vom bis im Museum in ...; vom ... im Museum ... in ...

2. Die Leistungen des Sponsors

- 2.1 Der Sponsor unterstützt das Ausstellungsprojekt als Hauptsponsor mit einem Betrag von Fr. ..., zahlbar in drei Tranchen von je Fr. ... wie folgt:
Bei Vertragsunterzeichnung Fr. ...
Bei Abschluss der Projektarbeiten Fr. ...
Bei Ausstellungseröffnung Fr. ...
- 2.2 Der Sponsor verpflichtet sich, das Museum ausserdem in folgender Weise zu unterstützen:
- 2.3 Durch Übernahme der graphischen Gestaltungsarbeiten an Plakat, Prospekt, Katalog und Einladungskarten.
- 2.4 Durch Stellung einer Kommunikationsfachkraft, die das Museum bei der Umsetzung der Presse- und Promotionsmassnahmen unterstützt und zwar für den Zeitraum von ... bis...
- 2.5 Durch Stellung der Büroinfrastruktur am Hauptsitz des Sponsors im Zeitraum von ... bis...
- 2.6 Durch Stellung von Schaufensterflächen in angemessenem Rahmen in den Filialen des Sponsors an jenen Orten, an denen die Ausstellung gezeigt wird.

3. Die Leistungen des Museums

- 3.1 Das Museum gewährt dem Sponsor Branchenexklusivität.
- 3.2 Das Museum verpflichtet sich, den Sponsor in allen Pressemitteilungen zu erwähnen.
- 3.3 Das Museum räumt einem Sprecher des Sponsors die Möglichkeit ein, an der Eröffnungspressekonferenz ein kurzes Statement abzugeben.
- 3.4 Das Museum räumt dem Sponsor das Recht ein, der Pressemappe zur Ausstellungseröffnung einen PR-Text von maximal zwei Seiten Länge beizulegen.

- 3.5 Das Museum räumt dem Sponsor das Recht ein, für Mitarbeiter oder Kunden eine besondere Vernissage durchzuführen. Über den Zeitpunkt und die Einzelheiten der Durchführung verständigen sich die Partner bis spätestens drei Monate vor Ausstellungseröffnung.
- 3.6 Das Museum verpflichtet sich, in seinen Kommunikationsmassnahmen Name und Logo des Sponsors wie folgt einzusetzen:
- in ... Punkt Schrift auf dem Plakat F4 des Museums
 - in ... Punkt Schrift auf dem Umschlag und dem Haupttitelblatt des Kataloges
 - in ... Punkt Schrift auf dem Prospekt der Ausstellung
 - in ... Punkt Schrift auf der Einladung zur Vernissage
 - in ... Punkt Schrift auf den Fassaden-Transparenten des Museums
 - in ... Punkt Schrift in den Veranstaltungsanzeigen des Museums
 - in ... Punkt Schrift auf der Präsentation des Museums in Internet
- 3.7 Das Museum verpflichtet sich, dafür besorgt zu sein, dass in allen Kooperationsverträgen mit den Museen, die die Ausstellung im Rahmen der landesweiten Tournee zeigen, die in Paragraph 3 vereinbarten Rechte des Sponsors gewahrt werden.

4. **Besondere Bestimmungen**

- 4.1 Sponsor und Museum vereinbaren, die Kriterien der Erfolgskontrolle gemeinsam zu erarbeiten und die Evaluation spätestens drei Monate nach Ablauf der letzten Ausstellung gemeinsam durchzuführen.
- 4.2 Dieser Sponsoring-Vertrag tritt am ... in Kraft. Er erlischt drei Monate nach Ablauf der letzten Ausstellung, spätestens aber zum ...
- 4.3 Werden durch Änderungen in der Ausstellungskonzeption einzelne Teile dieses Vertrages hinfällig, so ist der Vertrag als Ganzes davon nicht betroffen.
- 4.4 Gerichtsstand istEs gilt schweizerisches Recht.
- 4.5 Der Vertrag wird in zwei Ausfertigungen erstellt, eine für den Sponsor und eine für das Museum.

Der Sponsor

Das Museum

Ort, Datum

Ort, Datum

Beispiel für einen Mediensponsoring-Vertrag

Sponsoring-Vereinbarung

Zwischen dem TV-Veranstalter (nachstehend Medium genannt) und der Firma ..., (nachstehend Sponsor genannt).

1. Ingress

Im gegenseitigen Einvernehmen, dass

- § im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen und der jeweils gültigen Konzession des Mediums ein qualitativ hochwertiges, in das Erscheinungsbild des Mediums passendes Sponsoring angestrebt wird.
- § mit der vorliegenden Vereinbarung in keiner Weise in die redaktionelle Freiheit des Mediums eingegriffen werden soll und den Sponsoren ausser den vertraglich ausdrücklich vereinbarten, keinerlei wie auch immer geartete Rechte an den Produktionen des Mediums erwerben.
- § durch das Sponsoring-Engagement beim Medium und durch allfällig vereinbarte weitere Massnahmen ausserhalb des Mediums das Ansehen der Sponsoren und ihrer Marken in der Öffentlichkeit erhöht werden soll, haben die Partner, gestützt auf das Gesetz ... und der entsprechenden Verordnung vom ... folgende Abmachungen getroffen:

2. Vertragsgegenstand

- 2.1 Der Sponsor tritt bei den eigenprogrammierten Sendungen ... (Sendeteil) produziert durch das Medium, vom ... bis ... (Sponsoring-Dauer) als Sponsor auf.
- 2.2 Während der Sponsoringdauer werden ... Sendungen ausgestrahlt.
- 2.3 Die Identifikationszeichen des Sponsors: (Sponsor-Logo).
- 2.4 Die redaktionelle Verantwortung liegt ausschliesslich beim Medium.

3. Leistungen des Mediums für den Sponsor

- 3.1 Die Leistungen des Mediums gelten für Erstsendungen, allfällige eigenprogrammierte Wiederholungen und zeitverschobene integrale Ausstrahlungen auf anderen Ketten des Mediums während der obengenannten Sponsoringdauer, ohne dass eine Wiederholung garantiert wird.
- 3.2 Voranzeigen / Billboards / Reminder / Inserts
Innerhalb der rechtlichen und konzessionsrechtlichen Bestimmungen wird der Sponsor wie folgt genannt:
 - § Mind. eine Voranzeige zwischen 17:45 und 23:15 h beim Medium pro Erstsendung mit einer fixen Logoabbildung (1/16 der Bildschirmhöhe) im Schluss-Standbild von 4 Sekunden
 - § 1 mal 8 Sekunden Billboard (bewegt) unmittelbar vor Sendebeginn
 - § 1 mal 8 Sekunden Billboard (bewegt) unmittelbar nach Sendeschluss
 - § 1 mal 8 Sekunden Reminder (bewegt) vor und nach einer Sendeunterbrechung (zum Beispiel bei der Pause, Unterbrecherwerbung)
 - § Mind. 6 x 4 Sekunden Insert nonverbal mit manueller Eingabe bei den Live-Sportsendungen

3.3 *Gemeinsame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

Die Pressearbeit zum Sponsoring der Sendung wird zwischen dem Medium und dem Sponsor abgesprochen, wobei die Federführung beim Medium liegt. Der Sponsor ist grundsätzlich berechtigt, in der Begleitwerbung auf sein Sponsoringengagement hinzuweisen. Alle Werbeaktivitäten des Sponsors, die einen Bezug zur Sendung, zum Moderator der Sendung oder sonst mit dem Medium in Verbindung gebracht werden, sind vorgängig mit dem Medium partnerschaftlich zu besprechen.

3.4 *Weitere Leistungen*

Der Sponsor erhält folgende weitere Leistungen:

In der Sendung erscheint exklusiv nur der Sponsor für Leistungen gemäss 3.2. Der Sponsor hat das Vorrecht, den letzten bzw. den ersten Spot im vorangehenden bzw. nachfolgenden Werbeblock zu belegen bzw. sinngemäss für Spots in Pausen. Die Präferenzplatzierung wird gewährleistet, sofern die Buchung innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung des offiziellen Angebots erfolgt. Zur definitiven Buchung ist eine separate Vereinbarung notwendig. Bei allfälligen Zusammenfassungen von Liveübertragungen, die als eigene Sendungen programmiert sind (zum Bsp. Mittagssammenfassungen oder zusätzliche Sendungen in der Vertragsdauer) werden vorher und nachher die Billboards zusätzlich und unentgeltlich ausgestrahlt.

Bei jeder Livesendung erhält der Sponsor jeweils mindestens zehn Sitzplätze für Kunden und Mitarbeiter.

Der Sponsor hat während der Sponsoringdauer das Recht auf mindestens eine VIP-Führung für max. 20 Personen mit Einblick hinter die Kulissen des Mediums.

Der Sponsor erhält das Recht zur Herausgabe von Merchandising- bzw. Sendebegleitartikeln zur gesponserten Sendung, wobei das Medium mittels separatem Lizenzvertrag an den Verkaufserlösen beteiligt wird und der Informationshinweis live in oder bei der Sendung erfolgt.

Der Moderator der Sendung wird berechtigt, in der Begleitwerbung des Sponsors zu erscheinen. Das Medium wird über die geplanten Tätigkeiten im Voraus informiert. Dazu ist eine separate Vereinbarung zwischen dem Moderator und dem Sponsor notwendig.

4. **Urheberrecht**

4.1 Sämtliche Rechte an den Programmen und allfälligem Begleitmaterial verbleiben beim Medium.

4.2 Die Einräumung weiterer Nutzungsrechte an den Programmen sowie die Abtretung von Nutzungsrechten an Dritte bedürfen einer besonderen Vereinbarung zwischen den Parteien.

4.3 der Sponsor stellt das Medium von sämtlichen Forderungen, die sich aus seinem Sponsoring-Engagement ergeben könnten, frei (einschliesslich Rechtsverteidigung). Dies betrifft insbesondere die Verwendung von Signeten, Logos, Fotografien etc. des Sponsors.

5. **Verwertung**

5.1 die allfälligen Verwertungserlöse verbleiben vollumfänglich beim Medium.

6. **Zahlungskonditionen**

6.1 Der Beitrag des Sponsors von Euro für die Leistungen 3.1 bis 3.4 wird mit Rechnungstellung durch das Medium an den Sponsor wie folgt fällig:

Fr. ... zuzügl. MwSt. per ... auf Rechnungstellung von Medium

Fr. ... zuzügl. MwSt. per ... auf Rechnungstellung von Medium

7. Kreation, Produktion und Ablieferung der Billboards

- 7.1 Der Sponsor räumt dem Medium folgende Ausstrahlungsrechte ein: unbeschränkte Anzahl für Billboard und Reminder während der Sponsoringdauer.
- 7.2 Das Medium ist berechtigt, das Werk über sämtliche ihm zur Verfügung stehenden Senderketten (einschliesslich Satellitenfernsehen) auszustrahlen. Der Sponsor erklärt, über alle Rechte im Zusammenhang mit diesem Nutzungszweck zu verfügen und stellt das Medium von sämtlichen Forderungen (ausgenommen diejenigen der urheberrechtlichen Verwertungsgesellschaften) in Zusammenhang mit diesen Ausstrahlungsrechten (einschliesslich Rechtsverteidigung) frei.
- 7.3 Das Billboard wird auf Kosten des Sponsors produziert. Die Abnahme des definitiven Storyboards und Billboards erfolgt durch das Medium innert 14 Tagen; die Abnahme erfolgt in inhaltlicher, gestalterischer und rechtlicher Hinsicht. Ohne Verweigerung der Abnahme innert 14 Tagen gilt das Billboard als angenommen. Die Billboard-Elemente dürfen nicht für einen TV-Spot verwendet werden.

8. Haftung

- 8.1 Fallen Programme ganz oder teilweise, aus welchen Gründen auch immer, (zum Beispiel auch aus Verschulden des Mediums) aus, so werden dem Sponsor bereits zur Verfügung gestellte Leistungen/Entgelte ganz oder teilweise zurückgegeben bzw. unverzinst zurückerstattet. Aus der Tatsache der Nicht-Sendung können darüber hinaus keinerlei Schadenersatz- oder sonstige Ansprüche geltend gemacht werden.
- 8.2 Eine Verschiebung des Programms aus Programmierungsgründen wird dem Sponsor mitgeteilt. Bei technischem Ausfall eines Teils der Sender wird dem Sponsor das Entgelt für das ausgefallene Sponsoring-Angebot anteilmässig und unverzinst zurückerstattet, wenn die ausgefallenen Ausstrahlungen mehr als 10 % der amtlich gemeldeten Teilnehmer nicht erreichen konnten. Darüber hinausgehende Ansprüche bestehen nicht.

9. Vertraulichkeit

- 9.1 Allfällige Pressemitteilungen über diese Vereinbarung erfolgen nur in gemeinsamer Absprache zwischen dem Medium und dem Sponsor. Die Federführung liegt bei dem Medium.

10. Erfolgskontrolle

- 10.1 Der Sponsor erhält im Anschluss an die Übertragungen die Durchschnittswerte der Zuschauerdaten der Sendung. (Telecontrol-Daten).

11. Option

- 11.1 Dem Sponsor wird eine Option auf die Verlängerung dieser Vereinbarung um ein Jahr eingeräumt. Die Option verfällt am ... Bei Verlängerung dieser Vereinbarung um ein Jahr wird der Betrag der zwischenzeitlichen Teuerung angepasst.

12. Vorbehalt

- 12.1 Falls, nach den im heutigen Zeitpunkt noch nicht abschliessend bekannten Verpflichtungen aus dem TV-Übertragungsvertrag zwischen dem Medium und dem veranstaltenden Rechte-Inhaber (Verband, OK, Agentur etc.) Auflagen erwachsen, welche die Erfüllung des vorliegenden Vertrages verunmöglichen, so werden dem Sponsor bereits zur Verfügung gestellte Leistungen/Entgelte im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen ganz oder teilweise zurückerstattet. Aus

diesem Vorgang können darüber hinaus keinerlei Schadenersatz- oder sonstige Ansprüche geltend gemacht werden.

13. Änderungen bzw. Nebenabreden

- 13.1 Änderungen an dieser Vereinbarung bzw. Nebenabreden bedürfen der Schriftform und müssen auf Seiten des Sponsors und des Mediums von derjenigen Instanz unterzeichnet sein, die schon im vorliegenden Vertrag unterzeichnet hat.

14. Anwendbares Recht

- 14.1 Der Vertrag untersteht ausschliesslich schweizerischem Recht.

15. Gerichtsstand

- 15.1 Erfüllungsort und ausschliesslicher Gerichtsstand ist ...

Durch diesen Vertrag wird weder eine Gesellschaft irgendeiner Rechtsform noch ein gesellschaftsähnliches Rechtsverhältnis zwischen den Vertragsparteien begründet.

Der Sponsor

Das Medium

Ort, Datum

Ort, Datum

Beispiel für einen Sport-Sponsoring-Vertrag

Vertrag zwischen dem Organisationskomitee für den Sportanlass XYZ (nachstehend OK) genannt, vertreten durch... und der Firma XXX (nachstehend Hauptsponsor genannt), vertreten durch ...

1. Einleitung

- 1.1 Dieser Vertrag regelt die Zusammenarbeit zwischen dem OK und dem Hauptsponsor. Zweck des Vertrages ist, den oben genannten Sportanlass marketing-, PR- und werbemässig optimal zu nutzen.

2. Art und Dauer des Vertrages

- 2.1 Der Hauptsponsor ist Patronatsfirma des Anlasses. Der Anlass trägt seinen Namen. Er kann die Bezeichnung „Patronat“/Titelsponsor“ exklusiv nutzen.
- 2.2 Der Vertrag dauert bis und mit ... Der Hauptsponsor erhält eine Option für weitere drei Jahre zu gleichen Bedingungen. Ohne schriftlichen Verzicht bis 31.12. hat diese Option Gültigkeit.
- 2.3 Das OK sichert dem Hauptsponsor Branchenexklusivität zu. Die Rechte anderer Sponsoren werden mit dem Hauptsponsor abgesprochen.

Der Hauptsponsor genießt absolute Exklusivität bei der Werbung für seine branchenspezifischen Dienstleistungen.

3. Leistungen des Hauptsponsors

- 3.1 Der Hauptsponsor entschädigt das OK für die unter den Punkten 2 und 4 zugestandenen Rechte mit einem Sponsorbeitrag von Fr. ... eingeschlossen sind Tribünenaufbauten und Infrastrukturen für VIP-Aktivitäten. Die Zahlung erfolgt nach Rechnungstellung durch das OK, jedoch spätestens zwei Monate vor dem Anlass.
- 3.2 Der Hauptsponsor stellt dem OK - falls erwünscht - A4-Papiervordrucke (mit dem Logo des Sponsors) für Start- und Ranglisten zur Verfügung.
- 3.3 Der Hauptsponsor übernimmt die Gestaltung der Einladungskarten für die geladenen Gäste. Das OK erteilt das Gut-zum-Druck nach Absprache mit dem Sponsor.
- 3.4 Der Hauptsponsor stellt dem OK Plakatvordrucke kostenlos zur Verfügung.
- 3.5 Der Hauptsponsor platziert für diesen Anlass nach Möglichkeit einen Beitrag in seinem Kundenmagazin.
- 3.6 Der Hauptsponsor stellt dem OK für diesen Anlass ein Schaufenster, in angemessenem Rahmen, für die Vorankündigung des Anlasses in seiner Zweigniederlassung am Austragungsort zur Verfügung.
- 3.7 Der Hauptsponsor stellt Hostessen für die Betreuung der Ehrengäste sowie für weitere Aufgaben (zum Beispiel Siegerehrungen, Kontrolle bei Tribünenaufgängen etc.) nach Absprachen mit dem OK zur Verfügung.
- 3.8 Der Hauptsponsor stellt die Infrastruktur für eine oder mehrere Pressekonferenzen zur Verfügung.

- 3.9 Der Hauptsponsor liefert dem OK Pressemappen und Schreibzeug für den Presseraum.
- 3.10 Der Hauptsponsor bietet Unterstützung im Bereich „Medienbetreuung“ sowohl im Vorfeld als auch am Anlass selber. Mögliche Massnahmen: Presseaussände, Pressekonferenzen, Mail-Listen, textmaterial, Redaktionelle Mitarbeit, Resultate-Dienst, Foto-Service.
- 3.11 Der Hauptsponsor leistet dem OK aktive Mithilfe.

4. Leistungen des OK

4.1 Werbebanden, primär im TV-Bereich:

- § Startzone: 2 x 20 Meter
- § Zielzone: 2 x 20 Meter
- § Wechselzone: 20 Meter
- § Wendepunkt: 10 Meter

Werbegalgen im TV-Bereich:

- § Startzone: 8
- § Zielzone: 8

Zielturm: Zielband und Brustzielband für Siegerin und Sieger

Der Hauptsponsor hat Priorität bezüglich Anzahl und Platzierung sämtlicher Banden und Galgen. Die Platzierung wird an Ort zwischen dem OK und allen beteiligten Sponsoren abgesprochen.

- 4.2 Die Siegerehrung/Preisübergabe des Anlasses erfolgt durch einen Vertreter des Hauptsponsors. Der Name der Hauptprüfung trägt den Namen des Hauptsponsors.
- 4.3 Der Hauptsponsor hat, im Rahmen der Datenschutzbestimmungen, das Recht, das Datenmaterial sämtlicher Teilnehmer zu nutzen.
- 4.4 Bei allen Werbeaktivitäten (Lokalradio, Lautsprecherdurchsagen, Pressekonferenzen usw.) wird der Hauptsponsor als Patronatsfirma erwähnt. Die entsprechenden Speaker-Texte werden durch den Hauptsponsor an das OK geliefert.
- 4.5 Der Hauptsponsor ist mit seinem Logo auf allen Drucksachen und Werbemitteln im Zusammenhang mit der Veranstaltung des OK präsent.
- § auf den Startnummern oben
 - § auf dem Logo der Veranstaltung oben
 - § im Programmheft auf der Umschlagseite
 - § auf dem Briefpapier
 - § in den Anzeigen
 - § auf den Plakaten
 - § auf den Eintrittskarten (Vorderseite)
 - § auf den Start- und Ranglisten
 - § auf dem Parcours-Plan
 - § auf der Pressemappe (Umschlag)
 - § in allen vom Veranstalter geschalteten Anzeigen
 - § in allen Publikationsorganen und Werbemitteln des OK

Die Gestaltung ist mit dem Hauptsponsor abzusprechen, der für sämtliche Drucksachen das „Gut-zum-Druck“ erteilt.

- 4.6 Die Präsenz des Hauptsponsors im offiziellen Programmheft:
- § Sein Logo erscheint auf der ersten Seite
 - § Eine Anzeige 1/1 Seite erscheint auf der 4. Umschlagseite
 - § Eine Seite PR-Text mit Logo im Innenteil des Programmheftes
 - § Sein Logo erscheint auf folgenden Seiten:
 - § Zeitplan/Streckenplan/Start-, Wechsel-, Zielgelände
 - § gegebenenfalls zusätzliche Füller auf verschiedenen Seiten

Die Gestaltung ist mit dem Hauptsponsor abzusprechen. Sein Logo erscheint immer zusammen mit dem Pay-off „Hauptsponsor“

Der Hauptsponsor erteilt das „Gut-zum-Druck“.

- 4.7 Der Hauptsponsor hat das Recht, PR-Texte in allfälligen Zeitungsbeilagen zu platzieren.
- 4.8 Der Hauptsponsor hat das Recht, an den Pressekonferenzen des OK teilzunehmen, eine kurze Stellungnahme abzugeben sowie einen PR-Text der Pressemappe beizulegen.
- 4.9 Der Hauptsponsor erhält gratis 100 reservierte Sitzplätze auf der Ehrentribüne. Eintrittskarten für weitere Sitzplätze kann der Hauptsponsor gegen separate Rechnung beziehen.
- 4.10 Der Hauptsponsor kann nach Absprache mit dem OK ein VIP-Zelt für seinen eigenen oder zum gemeinsamen Gebrauch mit dem OK oder anderen Sponsoren (zum Beispiel innerhalb der Sportanlagen) platzieren. Die Kosten werden unter den Benützern geteilt.
- 4.11 Der Hauptsponsor kann auf seinen Wunsch, gegen separate Verrechnung, einen Apéro und/oder nach Absprache mit dem OK ein Essen sowie ein spezielles Gästeprogramm organisieren. Das OK unterstützt den Hauptsponsor bei der Organisation.
- 4.12 Der Hauptsponsor hat das Recht, das Logo der Sportveranstaltung im Rahmen seiner branchenspezifischen PR- und Werbemaßnahmen zu nutzen.
- 4.13 Der Hauptsponsor hat das Recht, weitere PR- und Promotions-Aktivitäten in Absprache mit dem OK durchzuführen.

5. Ungültigkeit, Recht und Gerichtsstand

- 5.1 Sind einzelne Teile dieses Vertrages ungültig, so ist der Vertrag als Ganzes davon nicht berührt.
- 5.2 Im Falle der Nichteinhaltung des Vertrages in einzelnen Punkten, hat der Hauptsponsor das Recht, den Sponsorbeitrag angemessen zu kürzen.
- 5.3 Im Falle einer Verschiebung oder Absage der Veranstaltung wird der Sponsorbeitrag entsprechend den erbrachten Leistungen und Gegenleistungen in gegenseitiger Absprache gekürzt.
- 5.4 Die Vertragspartner bemühen sich, eventuelle Streitigkeiten gütlich zu regeln. Kann keine Einigung erzielt werden, sind die staatlichen Gerichte zuständig. Gerichtsstand ist ...
- 5.5 Dieser Vertrag wird in zwei Exemplaren – eines für den Hauptsponsor, eines für das OK – ausgestellt und gegenseitig unterzeichnet.

Für das OK

Für den Hauptsponsor

Ort, Datum

Ort, Datum