

# Dienstleistungsvertrag

zwischen

**Bewerbungsgesellschaft Hamburg 2024 GmbH**

vertreten durch den Geschäftsführer [REDACTED]

Am Strandkai 1

20457 Hamburg

- nachfolgend „**Hamburg 2024 GmbH**“ genannt -

und

**Deutsche Sport Marketing GmbH**

vertreten durch die Geschäftsführer [REDACTED]

Schaumainkai 91

60596 Frankfurt

- nachfolgend „**DSM**“ genannt -

<b>Präambel</b> .....	4
<b>§ 1</b>	6
<b>Grundsätze der Zusammenarbeit und Nachhaltigkeit</b>	6
1. Wohlverhalten .....	6
2. Unterrichtung und Abstimmung .....	6
3. Compliance Regelung und Nachhaltigkeit .....	6
<b>§ 2</b>	7
<b>Leistungen der DSM</b>	7
1. Grundsatz .....	7
2. Vermarktung .....	8
3. Schranken der Vermarktung .....	9
4. Sonstige Leistungen .....	10
5. Ressourceneinsatz.....	11
<b>§ 3</b>	11
<b>Durchführungsbestimmungen</b>	11
<b>§ 4</b>	13
<b>Exklusivität und Vertragsmanagement</b>	13
1. Exklusivität .....	13
2. Genehmigungsvorbehalte und Eingriffsrechte der Hamburg 2024 GmbH .....	13
<b>§ 5</b>	14
<b>Vergütung, Fremd-/Nebenkosten sowie Reisekosten</b>	14
<b>§ 6</b>	18
<b>Wettbewerbstätigkeit</b>	18
<b>§ 7</b>	19
<b>Geheimhaltung, Transparenzgesetz</b>	19
1. Geheimhaltung .....	19
2. Geschäftsunterlagen.....	19
3. Transparenzgesetz.....	19
<b>§ 8</b>	19
<b>Vertragsdauer und Kündigung</b>	19
1. Vertragsdauer .....	19
2. Außerordentliche Kündigung .....	20
<b>§ 9</b>	20
<b>Schlussbestimmungen</b>	20
1. Schriftform.....	20
2. Vertragsergänzungen .....	20
3. Rechtswahl und Gerichtsstand .....	21
<b>Anlage 1</b>	22
<b>Rules of Conduct for the Olympic Games 2024 Bid Process</b>	22

<b>Anlage 2</b>	<b>23</b>
<b>ETI Base Code</b>	<b>23</b>
<b>Anlage 3</b>	<b>26</b>
<b>Kennzeichen der Bewerbung – Logo, Signet, Claim</b>	<b>26</b>
<b>Kennzeichen der Bewerbung – Prädikate</b>	<b>26</b>
<b>Anlage 4</b>	<b>27</b>
<b>Ausschlussliste</b>	<b>27</b>

## **Präambel**

Mit diesem Vertrag soll die DSM die Hamburg 2024 GmbH in allen Belangen der Vermarktung (Akquisition und Betreuung von Sponsoren) der Bewerbung um die Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 in Hamburg unterstützen.

### **1.**

Die Hamburg 2024 GmbH ist für die Wahrnehmung aller Belange im Zusammenhang mit der Bewerbung um die Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 in Hamburg betraut. Das Budget für die Bewerbung soll dabei gemäß Gesellschaftsvereinbarung vom 30. Juni 2015 EUR 50 Millionen betragen („**Bewerbungsbudget**“). Vom Bewerbungsbudget sollen EUR 25 Millionen durch Sponsoren eingeworben werden („**Vermarktungsziel**“).

### **2.**

Die DSM ist die Vermarktungsagentur des Deutschen Olympischen Sportbundes e.V. (DOSB) und des Deutschen Behindertensportverbandes e.V. (DBS).

In ihrer Funktion als Vermarktungsagentur ist die DSM seit 1986 zunächst im Auftrag des Nationalen Olympischen Komitees für Deutschland e.V. (NOK) und seit 2006 für den DOSB als Rechtsnachfolger des NOK exklusiver Vermarkter der Olympischen Rechte in Deutschland.

Alleiniger Gesellschafter der DSM ist die Stiftung Deutscher Sport (SDS) des DOSB.

Unternehmensgegenstand der DSM ist die wirtschaftliche Verwertung von Zeichen, Emblemen, Signets, Prädikaten und ähnlichen aus dem Bereich des Olympischen und Paralympischen Sports in Übereinstimmung mit den jeweils geltenden IOC-Bestimmungen, insbesondere der IOC-Charta und des IPC-Handbooks sowie Sport für Alle.

Die DSM bringt über viele Jahre erarbeitetes, exklusives Know-how mit in die Bewerbung ein (Sportvermarktung - inklusive Olympiabewerbungen; exzellente Kenntnis des

olympischen und paralympischen Umfelds in Deutschland; Beherrschung der IOC-Spielregeln und der Zusammenhänge der aktuellen olympischen und paralympischen Vermarktungsaktivitäten in Abgrenzung zur Vermarktung der Bewerbung; Kenntnisse in den Feldern Recht, Steuern – insbesondere im olympischen und paralympischen Umfeld).

**3.**

Bei einer Bewerbung um die Ausrichtung Olympischer und Paralympischer Spiele unterliegt die Bewerberstadt unter anderem den Rules of Conduct sowie der Candidate Acceptance Procedure 2024 des IOC. Nach Veröffentlichung der Candidate Acceptance Procedure 2024 wird diese, neben den Rules of Conduct 2024, Bestandteil dieses Vertrages (**Anlage 1**).

**4.**

Die Hamburg 2024 GmbH möchte die Vermarktung im Zusammenhang mit der Bewerbung um die Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 optimieren und dabei von den Erfahrungen der DSM in der Sportrechtevermarktung profitieren. Die Hamburg 2024 GmbH hat sich deshalb entschieden, die DSM als externen Dienstleister mit der exklusiven Vermarktung der vertragsgegenständlichen Rechte (gem. § 2 Nr. 1) zu beauftragen. Ziel der Zusammenarbeit ist die Erreichung des Vermarktungsziels sowie der bestmögliche wirtschaftliche Erfolg beider Parteien.

**5.**

Die DSM wird im Rahmen dieses Vertrages, unter Berücksichtigung einer nachhaltigen Vermarktung, Verträge mit Sponsoren zur Unterstützung der Bewerbung vorbereiten und verhandeln. Nachhaltigkeit bezogen auf diesen Vertrag bedeutet, dass die Vermarktung der Bewerbung stets die ökologischen, ökonomischen und sozialen Grundprinzipien beachtet und bewahrt und darauf achtet, dass die Sponsoren der Bewerbung diese Grundsätze ebenfalls erfüllen.

Dies vorausgeschickt schließen die Parteien folgende Vereinbarung:

## § 1

### **Grundsätze der Zusammenarbeit und Nachhaltigkeit**

#### **1. Wohlverhalten**

Die Vertragsparteien verpflichten sich einander zu gegenseitigem Respekt, Wohlverhalten und Loyalität. Die Vertragsparteien werden sich insbesondere nicht öffentlich negativ äußern über die jeweils andere Vertragspartei, deren Produkte und/oder Dienstleistungen eingeschlossen. Die Vertragsparteien sind gehalten, auf schutzwürdige Interessen der jeweiligen anderen Vertragspartei Rücksicht zu nehmen. Diese Verpflichtungen gelten auch nach Vertragsbeendigung fort.

#### **2. Unterrichtung und Abstimmung**

Jede Vertragspartei wird die andere umgehend über alle Umstände, die für die Durchführung dieses Vertrages von Bedeutung sein könnten, unterrichten. Maßnahmen mit Öffentlichkeitswirkung sind vorher zwischen den Vertragsparteien abzustimmen.

#### **3. Compliance Regelung und Nachhaltigkeit**

Die Vertragsparteien sind verpflichtet, keine Handlungen zu begehen oder Handlungen zu unterlassen, die zu einer Strafbarkeit wegen Betruges, Untreue, Insolvenzstraftaten, Straftaten gegen den Wettbewerb, Vorteilsgewährung, Bestechlichkeit oder Straftaten gegen das Arzneimittelgesetz selbst oder von beiden Vertragsparteien beschäftigten Personen oder sonstigen Dritten führen können.

Die Vertragsparteien verpflichten sich, den Ethik Code der Hamburg 2024 GmbH, die Fair-Play-Grundsätze und die ETI Base Code Bestimmungen (**Anlage 2**) einzuhalten.

Insbesondere halten die Vertragsparteien folgende Grundprinzipien ein:

- Achtung und Unterstützung der Menschenrechte innerhalb des Einflussbereiches der Vertragsparteien
- Achtung des Betriebsverfassungsrechtes und Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit, Abschaffung der Kinderarbeit und Beseitigung von Diskriminierung

bei Beschäftigungsverhältnissen und Bewerbung (ETI Base Code)

- Förderung des Umweltschutzes zur Erhaltung der Lebensgrundlagen (Ökobilanz)
- Wahrung und Achtung der sportbezogenen Fair-Play-Grundsätze

Bei der Rechtevermarktung gem. § 2 dieses Vertrages hat die DSM darauf zu achten, dass diese Nachhaltigkeitsgrundsätze auch von den Sponsoren erfüllt werden.

## § 2

### Leistungen der DSM

#### 1. Grundsatz

Die Hamburg 2024 GmbH beauftragt hiermit die DSM für die Vertragslaufzeit mit der Vermarktung der vertragsgegenständlichen Rechte gemäß den Grundsätzen des vorliegenden Vertrages („**Vermarktungsauftrag**“).

„**Vertragsgegenständliche Rechte**“ sind die kommerziellen Verwertungsrechte im Zusammenhang mit dem Bewerbungsverfahren Hamburgs um die Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 gemäß **Anlage 3**, welche der Hamburg 2024 GmbH nach Maßgabe der Regularien des IOC zur Verfügung stehen. Hierbei handelt es sich insbesondere um die kommerzielle Verwertung des Logos und eines Claims der Hamburg 2024 GmbH.

Zum Zwecke der Vermarktung genehmigt die Hamburg 2024 GmbH als Lizenzgegenstand die in der **Anlage 3** wiedergegebenen Prädikate.

„**Vermarktung**“ ist jegliche vorbereitende Aktivität im Zusammenhang mit Rechtsgeschäften betreffend der vertragsgegenständlichen Rechte (z.B. Vertrieb, Angebot, Verhandlung, Vertragserstellung bzw. Vorbereitungshandlungen für Vertragsänderungen/-aufhebungen, Kündigungen) sowie die Pflege und Betreuung aller Sponsoren der Hamburg 2024 GmbH. Die betreffenden Rechtsgeschäfte, z.B. den Abschluss eines Vertrages über die Einräumung vertragsgegenständlicher Rechte mit einem Sponsor („**Sponsoringvertrag**“), nimmt ausschließlich die Hamburg 2024 GmbH im eigenen Namen und auf eigene Rechnung vor und bleibt ausschließliche Inhaberin der

vertragsgegenständlichen Rechte.

## **2. Vermarktung**

Zur Vermarktung gehören dabei insbesondere folgende Aufgaben:

- Erstellung eines auf die Bewerbung Hamburg 2024 zugeschnittenen Vermarktungskonzepts in Absprache mit der Hamburg 2024 GmbH bis zum 15.10.2015
- Erstellung hochwertiger Vertriebsunterlagen
- Angebotserstellung für Wirtschaftspartner in den verschiedenen Partner-Ebenen
- Ansprache der DOSB Partner (olympisch, paralympisch, Sport für Alle)
- Identifikation und fortlaufenden Ansprache weiterer potentieller Partner unter Beachtung der Regularien des IOC sowie weitere vermarktungsrelevanter Faktoren (Kriterien neben Branche oder Produktkategorie: Seriosität, „Name“ des Unternehmens, Recherche über Sportsponsoring-Affinität,...)
- Koordination der Ansprechpartner der Stadt Hamburg, der Handelskammer Hamburg und des DOSB
- Persönliche Präsentation von Angeboten
- Vertragsverhandlungen in abgestimmter Form mit allen Partnern
- Begleitung der Umsetzung der Vertragsinhalte und primärer Ansprechpartner der Vertragspartner

Die DSM zeichnet sich des Weiteren verantwortlich für die folgenden Felder im Rahmen der Akquisition und Betreuung von Sponsoren:

- Akquisition von Unternehmen aus der Privatwirtschaft als Sponsoren der Bewerbung in drei zwischen den Parteien abzustimmenden Kategorien:
  - Partner der Bewerbung Hamburg 2024, [REDACTED] Großunternehmen),
  - Förderer der Bewerbung Hamburg 2024, [REDACTED] mittelständische Unternehmen, die v.a. auch geldwerte Sachleistungen einbringen (z.B. Marktforschung, Druck, Werbemittelproduktion, Veranstaltungstechnik, etc.) und
  - Freund der Bewerbung Hamburg 2024, (z.B. Einzelhandel, kleinere und v.a. regionale Unternehmen – ohne Beschränkung)



- Betreuung von Sponsoren aus der Privatwirtschaft
- Betreuung von Kommunalen Unternehmen als Sponsoren der Bewerbung
- Betreuung von Sponsoren und Partnern gemäß **Anlage 4** (z.B. in den Branchen Wirtschaftsprüfung & Rechtsberatung). Diese sind dem Vermarktungskonzept entsprechend gleich zu behandeln und sind von der DSM ohne weiteres Entgelt zu betreuen.
- Betreuung von institutionellen Partnern (Verbände, Ligen, Clubs, Vereine, etc.)
- Die jeweilige Betreuung umfasst u.a. die umfassende Kommunikation mit dem jeweiligen Partner, die Organisation von Partnermeetings, Pressekonferenzen etc.

### **3. Schranken der Vermarktung**

#### **a) IOC Bestimmungen**

Die DSM darf die Vermarktung nur in Übereinstimmung mit den jeweils geltenden Regularien und Vorgaben des IOC / IPC ausüben. Insbesondere hat die DSM bei der Vermarktung die Vorgaben des IOC in Bezug auf Wettbewerber des IOC TOP Sponsoren Programms zu berücksichtigen. Soweit erforderlich wird die DSM notwendige Freigaben des IOC/IPC einholen, um eine bestmögliche Vermarktung zu gewährleisten.

#### **b) Nachhaltigkeit**

Die DSM ist sowohl bei der Vermarktung der vertragsgegenständlichen Rechte (Auswahl der Sponsoren und der Produkte, für die geworben wird) als auch bei Werbemaßnahmen (eigene Werbung und Werbung der Sponsoren) rechtlich wie wirtschaftlich dafür verantwortlich, dass

- der Grundsatz der politischen Neutralität,
- Sitte und Anstand,
- die Verhaltensregeln und Werberichtlinien des Deutschen Werberates,
- das Ansehen des Sports sowie die Prinzipien der Olympischen Bewegung,
- die sportlichen und satzungsgemäßen Ziele und Aufgaben des DOSB,
- die Fair-Play-Grundsätze und die ETI Base Code Bestimmungen,
- die ökologischen und sozialen Grundprinzipien des Grundgesetzes

in jeder Hinsicht gewahrt werden.

Die DSM darf die Rechte nicht vermarkten, wenn diese sportethischen Grundvorstellungen widersprechen, insbesondere im Zusammenhang mit folgenden Themen:

- pharmazeutische Produkte für Sportler, die auf der jeweils aktuellen Liste der WADA der verbotenen Substanzen aufgeführt sind,
- Tabakprodukte,
- hochprozentige Alkoholika,
- Angebote und Produkte, deren Vertrieb an Personen unter 18 Jahren durch das JuSchG, das GjSM (Gesetzes über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften und Medieninhalte) oder eine andere dem Jugendschutz dienende Rechtsvorschrift in ihrer jeweils aktuellen Fassung gesetzlich eingeschränkt ist und
- Kriegswaffen.

#### **c) Olympische Vermarktung**

Die DSM hat darauf zu achten, dass eine strikte Trennung der Olympischen Vermarktung der Rechte des IOC und des DOSB in Deutschland gegenüber der Vermarktung der Bewerbung 2024 erfolgt.

#### **4. Sonstige Leistungen**

a) Mögliche weitere Tätigkeiten nach gesonderter Beauftragung können die Beratung für Bid Book Inhalte sein (Vermarktungskonzept), eine Unterstützung im Rahmen des Besuchs der Evaluierungskommission sowie die Erstellung des Joint Marketing Programm Agreements als Garantie zum Bid Book.

b) Weitere Leistungen, wie z.B. eine Präsenz/Darstellung der Hamburg 2024 GmbH im „Deutschen Haus“ während der Olympischen Spiele in Rio 2016 oder die Umsetzung eines „Deutschen Hauses“ zur Host City Entscheidung im Juli 2017 in Lima können bei gesonderter Beauftragung erbracht werden.

## **5. Ressourceneinsatz**

Die DSM setzt zur Erfüllung ihrer Leistungspflichten alle notwendigen Ressourcen ein. Die DSM ist zur umfassenden und zutreffenden Beratung unter Berücksichtigung der Ziele der Hamburg 2024 GmbH verpflichtet. Die Erfüllung vorstehender Pflichten erfolgt überwiegend am Sitz der Hamburg 2024 GmbH. Eine regelmäßige Präsenz der gemeinsam von den Vertragsparteien definierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort in Hamburg wird zugesichert.

Die DSM ist nach vorheriger schriftlicher Freigabe der Hamburg 2024 GmbH berechtigt, auf eigene Rechnung und Kosten Dritte zur Unterstützung der in diesem Vertrag geregelten Vermarktungsaufgaben einzusetzen und zu beauftragen.

## **§ 3**

### **Durchführungsbestimmungen**

#### **1.**

Die Parteien werden sich fortlaufend über sämtliche vermarktungsrelevanten Themen und/oder Aktivitäten informieren und sich nach besten Kräften im Sinne einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit unterstützen. Die Parteien werden jeweils einen entscheidungsbefugten Ansprechpartner benennen, der für die kurzfristige Erteilung von Zustimmungen und die Durchführung von Abstimmungen zuständig ist.

#### **2.**

Die DSM erbringt die Vermarktungsdienstleistungen zum einen durch ein vier Personen umfassendes Vermarktungsteam (Projektleitung mit mindestens 50%, Sales Manager Senior, Partner Management Senior, Sales/Partner Manager Junior), welches seinen Sitz am Geschäftssitz der Hamburg 2024 GmbH haben wird („**Vermarktungsteam**“), zum anderen durch weitere Mitarbeiter der DSM in Frankfurt (Olympics & Paralympics Team, Media & Kommunikation, Events, Vertrieb, Geschäftsleitung). Die Hamburg 2024 GmbH stellt der DSM unentgeltlich vier (4) Arbeitsplätze am Geschäftssitz der Hamburg 2024 GmbH zur Verfügung. Jeder Arbeitsplatz beinhaltet einen Tisch, Stuhl, Internetzugang und einen Festnetzanschluss.

**3.**

Die Mitglieder des Vermarktungsteams bleiben Angestellte der DSM und unterliegen den Weisungen der DSM. Die Parteien sind sich einig, dass zu keiner Zeit eine Einbindung der Mitarbeiter der DSM und der von ihr beauftragten Dritten in den Geschäftsbetrieb der Hamburg 2024 GmbH erfolgt. Die Mitarbeiter der DSM und die von ihr beauftragten Dritten unterliegen keinerlei Weisungsrecht der Hamburg 2024 GmbH. Sie sind gegenüber der Hamburg 2024 GmbH in der Gestaltung ihrer Leistungen völlig frei und unabhängig. Sie sind ausschließlich im Auftrag und auf Rechnung der DSM tätig.

**4.**

Zu den Vermarktungsaufgaben gehört neben der Gewinnung von neuen Sponsoren auch die Betreuung bestehender Sponsoren, z.B. durch regelmäßigen Austausch, Sponsorentreffen und -events. Die Parteien sind einig, dass die DSM die Betreuung sämtlicher Sponsoren und Partner der Hamburg 2024 GmbH verantwortet. Hiervon sind insbesondere auch solche umfasst, die gemäß § 5 Nr. 2 nicht bei der Berechnung der Nettoerlöse berücksichtigt werden.

**5.**

Die Parteien veranstalten mindestens monatlich ein Vermarktungstreffen, an dem wesentliche Vertreter der Hamburg 2024 GmbH und der DSM teilnehmen („**Vermarktungstreffen**“). Dabei werden die Parteien gemeinsam die konzeptionellen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Vermarktung definieren und in einem Vermarktungsprotokoll festhalten, welches als verbindliche Vorgabe für die Vermarktung der vertragsgegenständlichen Rechte durch DSM dient („**Vermarktungsprotokoll**“). Das Vermarktungsprotokoll soll insbesondere enthalten:

- Nettoerlös- und Budgetplanung
- Geplante Vermarktungsaktivitäten
- Standardbestimmungen für Vermarktungsverträge/Mustervertrag
- Eckdaten der Vermarktung, wie Preise, Zahlungs- und Fälligkeitsmodalitäten sowie Laufzeiten
- Rahmenbedingungen für sog. Barterverträge

- Paket- und Rechtedefinitionen
- Produkt- und Angebotsgestaltung
- Negativlisten über Sponsoren bzw. Branchen, mit denen nicht zusammengearbeitet werden soll

## 6.

Die DSM führt die Vermarktung im Rahmen des Vermarktungsprotokolls alleinverantwortlich. Auf Wunsch von Hamburg 2024 GmbH bzw. bei Bedarf werden Vertreter der Hamburg 2024 GmbH bei der Vermarktung hinzugezogen.

## § 4

### **Exklusivität und Vertragsmanagement**

#### **1. Exklusivität**

Die Hamburg 2024 GmbH beauftragt die DSM exklusiv mit der Vermarktung der Kennzeichen gemäß **Anlage 3**. Eine Eigenvermarktung durch die Hamburg 2024 GmbH ist weiterhin zulässig. Die Ansprache von möglichen Unternehmen durch die Handelskammer sowie ggf. der anderen Gesellschafter der Hamburg 2024 GmbH stellt keine Verletzung der Exklusivität dar, sollte aber jeweils mit der DSM abgestimmt werden.

#### **2. Genehmigungsvorbehalte und Eingriffsrechte der Hamburg 2024 GmbH**

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind vorab in einem Vermarktungsprotokoll festzuhalten. Die DSM muss sich bei ihrer Vermarktungstätigkeit an diese Vorgaben halten. Der Hamburg 2024 GmbH steht jederzeit die Abschlussfreiheit mit Sponsoren der Bewerbung zu. Sie darf den Vertragsschluss jedoch nicht grundlos verweigern.

Die Hamburg 2024 GmbH ist insbesondere zur Ablehnung von Sponsoringverträgen dann berechtigt, wenn eine Verletzung oder eine Unvereinbarkeit mit den Aufgaben, die die Hamburg 2024 GmbH verfolgt, sowie mit den Interessen des deutschen Sports oder ein Widerspruch zur öffentlichen Sportförderung zu befürchten sind.

Die Hamburg 2024 GmbH ist ferner zur Ablehnung von Sponsoringverträgen berechtigt, wenn ein abzuschließender Sponsoringvertrag Änderungen und/oder Abweichungen zu

den Rahmenbedingungen des gemeinsam zugrunde gelegten Vermarktungskonzepts einschließlich der wirtschaftlichen Eckpunkte enthält.

### **3. Kennzeichen der Hamburg 2024 GmbH**

Die Hamburg 2024 GmbH wird die Eintragung der Kennzeichen gemäß **Anlage 3** als Marke beim DPMA beantragen, einschließlich des noch zu erstellenden Hamburg 2024 GmbH Vermarktungslogos.

Etwaige neue Kennzeichen werden nach Absprache zwischen den Parteien jeweils zur Eintragung als Marke angemeldet.

### **4. Gewerblicher Rechtsschutz**

Die DSM hat die Hamburg 2024 GmbH unverzüglich zu unterrichten, wenn sie davon Kenntnis erlangt, dass ein Dritter eine Kennzeichnung als Marke anmeldet oder benutzt, die mit den Marken/Kennzeichen der Hamburg 2024 GmbH möglicherweise verwechslungsfähig ist oder einen Nutzung in sonstiger unlauterer Weise erfolgt.

Erhält die DSM darüber hinaus Kenntnis von einer unautorisierten Nutzung bzw. von Markenverletzungen durch Dritte, wird sie die Hamburg 2024 GmbH hiervon gleichfalls unterrichten und sie bei der Verfolgung von Markenrechtsverletzungen nach besten Kräften unterstützen.

## **§ 5**

### **Vergütung, Fremd-/Nebenkosten sowie Reisekosten**

#### **1. Vergütung**

Als Vergütung für die Vermarktungstätigkeiten der DSM gemäß den Bestimmungen dieses Vertrages erhält die DSM von der Hamburg 2024 GmbH auf alle vereinnahmten Nettoerlösen aus den Sponsoringverträgen, die während der Laufzeit dieses Vertrages geschlossen werden, eine wie folgt zu ermittelnde Provision („**Provision**“):

	<b>Nettoerlöse in EUR</b>	<b>Provisionsatz</b>
<b>Nettoerlösschwelle</b>	EUR 0 bis EUR 5.000.000	9,5 %
<b>Nettoerlösschwelle</b>	EUR 5.000.001 bis EUR 10.000.000	11 %
<b>Nettoerlösschwelle</b>	EUR 10.000.001 bis EUR 15.000.000	12,5 %
<b>Nettoerlösschwelle</b>	EUR 15.000.001 bis EUR 20.000.000	14,0%
<b>Nettoerlösschwelle</b>	EUR 20.000.001 bis EUR 25.000.000	15,5 %

Klarstellend halten die Parteien fest, dass mit Überschreiten der vorstehend genannten Nettoerlösschwellen der höhere Provisionsatz nur auf den die Nettoerlösschwelle übersteigenden Anteil Anwendung findet.

**Beispiel:** *Betragen die Nettoerlöse EUR 10 Mio. erhält die DSM eine Provision in Höhe von EUR 1.025.000 (EUR 475.000 auf die Nettoerlöse bis EUR 5 Mio. und EUR 550.000 auf die Nettoerlöse EUR 5 Mio. bis 10 Mio.*

Darüber hinaus erhält die DSM für den (bereits erfolgten) Arbeitsaufwand seit Juli 2015 bis zum Bürgerentscheid am 29.11.2015 eine Aufwandsentschädigung in Höhe von monatlich EUR 50.000 netto (gesamt EUR 250.000 netto). Im Falle eines negativen Bürgerentscheids verbleibt die Aufwandsentschädigung in Höhe von EUR 250.000 netto bei der DSM. Im Falle eines positiven Ausgangs des Bürgerentscheids und damit einer Weiterführung der Bewerbung wird die Aufwandsentschädigung mit der jeweils ersten Provisionszahlung in 2016 und 2017 (je EUR 125.000) verrechnet.

## 2.

„**Nettoerlöse**“ im Sinne dieses Vertrages sind alle im Zusammenhang mit den vertragsgegenständlichen Rechten vereinnahmten Geld- und geldwerten Sach-/Media- und Dienstleistungen abzüglich Mehrwertsteuer. Sofern gemäß Sponsoringvertrag ganz oder teilweise Sach-/Media- und/oder Dienstleistungen als Gegenleistung des Sponsors geschuldet werden, gelten als Nettoerlöse nicht die im Sponsoringvertrag festgelegten Summen; vielmehr erhält DSM Provision auf den im Vermarktungsprotokoll für die vertragsgegenständlichen Rechte festgelegten Nettopreis. Sachleistungen werden jedoch nur zu einem Anteil von 75% angerechnet.

Von den Nettoerlösen ausdrücklich nicht umfasst sind solche Nettoerlöse, die mit Sponsoren gemäß **Anlage 4 („Ausschlussliste“)** erzielt werden.

**3.**

Sollte dennoch eine Akquisition von reinen Medialeistungen gewünscht werden (z.B. Ströer Media SE, ProSiebenSat.1 Media SE, Gruner+Jahr GmbH & Co. KG, Constantin Medien AG, etc.) und in diesem Zusammenhang eine entsprechende Betreuung anfallen, werden beide Vertragsparteien eine sinnvolle Regelung für die Vergütung erarbeiten.

**4.**

Folgende Positionen werden bei der Berechnung der Nettoerlöse berücksichtigt und mindern den Provisionsanspruch der DSM entsprechend:

- a) Reduktion der vertraglich geschuldeten Nettoerlöse und/oder Rückzahlung bereits vereinnahmter Nettoerlöse aufgrund einer frühzeitigen Beendigung des Bewerbungsverfahrens (z.B. negativer Bürgerentscheid, Beendigung des Bewerbungsverfahrens aus sonstigen Gründen)
- b) Reduktionen der vertraglich geschuldeten Nettoerlöse (z.B. infolge Minderung, Schadensersatz, Vertragsstrafen)

**5.**

Sämtliche Provisionen verstehen sich zzgl. der jeweils anwendbaren gesetzlichen MwSt.

**6.**

Die Hamburg 2024 GmbH rechnet gegenüber der DSM bis zum 15. eines Monats über sämtliche bis zu diesem Zeitpunkt vereinnahmten Nettoerlöse ab und teilt der DSM den sich hieraus ergebenden Provisionsanspruch mit. Nach ordnungsgemäßer Rechnungstellung durch die DSM erfolgt die Auszahlung der daraus resultierenden Vergütung durch die Hamburg 2024 GmbH innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungstellung.

Die ordnungsgemäße Rechnungsstellung durch die DSM für die monatliche



Aufwandsentschädigung in Höhe von je EUR 50.000 für Juli bis einschließlich November 2015 erfolgt jeweils bis zum 10. eines Monats.

## 7.

„**Vereinnahmt**“ sind Nettoerlöse, wenn der Geldwert auf dem Konto der Hamburg 2024 GmbH verbucht wird bzw. im Falle von Sach-/Media- und/oder Dienstleistungen mit der Annahme durch die Hamburg 2024 GmbH.

## 8. **Kosten**

- a) DSM trägt sämtliche Kosten des Vermarktungsteams (z.B. Gehälter, Reisekosten soweit keine Erstattung nach § 5 Nr. 9 erfolgt, Spesen) und sonstige „interne“ bei DSM im Zusammenhang mit der Vermarktung entstehende Kosten (z.B. Vertragserstellung, nationales Vertriebsnetz, CRM-System).
- b) „Externe“ Kosten der Vermarktung (z.B. Druck von Vertriebsmaterial wie Angebotsbroschüren, Mailingaktionen, Sponsorentreffen /-incentives) trägt nach vorheriger Freigabe die Hamburg 2024 GmbH.
- c) Die Hamburg 2024 GmbH trägt zudem folgende Kosten:
  - (a) Sämtliche Kosten im Zusammenhang mit der Produktion, Gestaltung und Pflege der von der Hamburg 2024 GmbH betriebenen Homepage(s)
  - (b) Sämtliche Kosten im Zusammenhang mit der Durchführung des Bewerbungsverfahrens sowie dem „klassischen“ Marketing (z.B. Markenführung, Newsletter, PR, Anzeigen).
  - (c) Sämtliche Kosten im Zusammenhang mit der Bereitstellung der vertragsgegenständlichen Rechte, insbesondere die zur Umsetzung bzw. Nutzung der vertragsgegenständlichen Rechte notwendigen Infrastruktur und Dienstleistungen, deren Notwendigkeit wird im Rahmen der Vermarktungstreffen einvernehmlich festgelegt.
- d) Die Parteien stimmen überein, dass die Sponsoren die im Zusammenhang mit den ihnen gewährten vertragsgegenständlichen Rechten entstehenden Kosten (z.B. Produktion) selbst tragen sollen. Soweit dies nicht durchsetzbar ist, trägt diese

Kosten die Hamburg 2024 GmbH.

- e) Fremdkosten werden nur in der tatsächlich angefallenen Höhe ohne Aufschläge (z.B. HandlingFee) erstattet

### **9. Reisekosten**

Notwendige Reisekosten zu Sponsoren, welche nicht im Großraum Hamburg sitzen, werden nach vorheriger Zustimmung der Hamburg 2024 GmbH 1:1 an die Hamburg 2024 GmbH weiterbelastet, wobei ausschließlich Kosten der nachfolgenden Buchungskategorie berücksichtigt werden:

- Geschäftsführer/Teamleiter: Flug innerdeutsch (flexibler Tarif ECO)
- Geschäftsführer/Teamleiter: Zug Hin- und Rückreise innerdeutsch 2. Klasse
- Geschäftsführer/Teamleiter: Hotelübernachtung innerdeutsch (4 Sterne)
- Fahrtkosten mit dem PKW werden mit 0,30 € pro Kilometer abgerechnet
  
- Senior/Junior: Flug innerdeutsch (fest gebucht, ECO)
- Senior/Junior: Zug Hin- und Rückreise innerdeutsch mit Bahncard 50 2. Klasse
- Senior/Junior: Hotelübernachtung innerdeutsch (3 Sterne)
- Fahrtkosten mit dem PKW werden mit 0,30 € pro Kilometer abgerechnet

Die Erstattung erfolgt monatlich und ist nach ordnungsgemäßer Rechnungsstellung 5. Werktage nach Rechnungsstellung und Übersendung der entsprechenden Belege zur Zahlung fällig. Darüber hinausgehende Reisekosten werden nicht erstattet.

## **§ 6**

### **Wettbewerbstätigkeit**

Die DSM hat sich jeder unmittelbaren oder mittelbaren Tätigkeit für eine andere Bewerbungsgesellschaft oder einen Sponsor der Hamburg 2024 GmbH zu enthalten.

## **§ 7**

### **Geheimhaltung, Transparenzgesetz**

#### **1. Geheimhaltung**

Die DSM verpflichtet sich, über alle ihr bekannt gewordenen oder bekannt werdenden Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sowie als vertraulich bezeichnete oder aufgrund sonstiger Umstände erkennbar als vertraulich zu behandelnde Informationen der Hamburg 2024 GmbH auch über das Ende dieses Vertrages hinaus strengstes Stillschweigen zu bewahren und diese nicht für Zwecke, die nicht im Interesse der Hamburg 2024 GmbH sind, zu nutzen.

Die Hamburg 2024 GmbH wird die DSM von der Geheimhaltungspflicht entbinden, soweit sie gesetzlich zur Offenlegung der Informationen verpflichtet ist oder dies zur Erfüllung ihrer Aufgaben gegenüber der Hamburg 2024 GmbH notwendig ist.

#### **2. Geschäftsunterlagen**

Die DSM wird die ihr übergebenen Geschäftsunterlagen sorgfältig verwahren, vor Einsichtnahme Dritter schützen und mit dem Ende des Vertrages zurückgeben. Die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechtes ist ausgeschlossen. Die DSM wird auf Verlangen schriftlich bestätigen, dass sie nicht mehr im Besitz von Unterlagen jeglicher Art ist, die im Eigentum der Hamburg 2024 GmbH stehen und überlassen wurden.

#### **3. Transparenzgesetz**

Den Vertragsparteien ist bekannt, dass dieser Vertrag im Transparenzportal der Freien und Hansestadt Hamburg veröffentlicht wird.

## **§ 8**

### **Vertragsdauer und Kündigung**

#### **1. Vertragsdauer**

Der Vertrag beginnt mit Unterzeichnung des Vertrags und endet, ohne dass es einer Kündigung bedarf, mit der Wahl der Host City für die Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 (voraussichtlich am 31. Oktober 2017).

Der Vertrag endet bereits nach Ablauf des Tages, an welchem die Referenden in Kiel und Hamburg (voraussichtlich am 29. November 2015) durchgeführt worden sind, sofern eines negativ entschieden wird und die Bewerbung insgesamt nicht weitergeführt wird; der Vertrag endet zudem, wenn das IOC die Bewerbung Hamburgs frühzeitig aus dem Bewerbungsverfahren ausschließt.

## **2. Außerordentliche Kündigung**

Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn die andere Vertragspartei schuldhaft gegen ihr obliegende wesentliche vertragliche Verpflichtungen verstößt und den Verstoß trotz Abmahnung nicht innerhalb angemessener Frist abstellt. Einer vorherigen Abmahnung bedarf es nicht, wenn sie zwecklos oder der zur Kündigung berechtigten Vertragspartei nicht zumutbar ist;

Das Recht zur jederzeitigen Kündigung gem. § 627 BGB wird ausgeschlossen.

## **§ 9**

### **Schlussbestimmungen**

#### **1. Schriftform**

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit und aus Beweisgründen der Schriftform. Dies gilt auch für sämtliche im Vertragstext aufgeführten Anlagen, deren Inhalt vollumfänglich Vertragsinhalt ist. Mündliche Vereinbarungen über die Aufhebung dieses Schriftformerfordernisses sind nichtig.

#### **2. Vertragsergänzungen**

Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Geltung des Vertrages im Übrigen nicht berührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich für diesen Fall, die ganz oder teilweise unwirksame oder undurchführbare Bestimmung durch eine wirksame oder durchführbare Regelung zu ersetzen, die dem wirtschaftlich gewollten Zweck der ganz oder teilweise unwirksamen oder undurchführbaren Regelung

im Rahmen des Gesamtvertrages am nächsten kommt. Die Vermutung des § 139 BGB gilt hierfür nicht. Dies gilt nicht, wenn sich Bestimmungen im Hinblick auf die Hauptleistungspflichten als unwirksam erweisen sollten. Sollte der Vertragszweck mit wirksamen oder durchführbaren Regelungen nicht erzielbar sein, so ist jede Vertragspartei zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grunde berechtigt. Entsprechendes gilt für etwaige Lücken im Vertrag.

### **3. Rechtswahl und Gerichtsstand**

Dieser Vertrag unterliegt hinsichtlich seines Zustandekommens und in allen seinen Wirkungen ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.

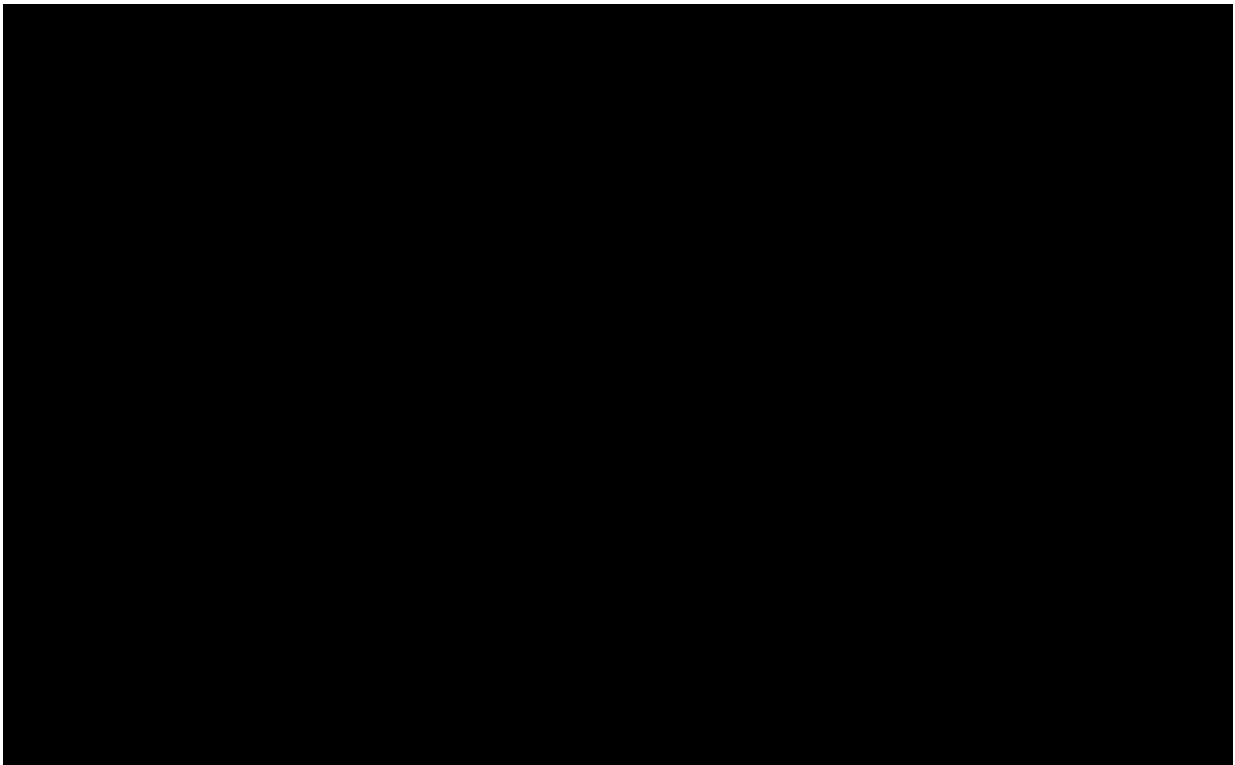
Die Vertragspartner bestimmen als Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus diesem Vertrag Hamburg.

Hamburg, den.....

Frankfurt am Main, den .....

Bewerbungsgesellschaft Hamburg  
2024 GmbH

Deutsche Sport Marketing GmbH



## **Anlage 1**

### **Rules of Conduct for the Olympic Games 2024 Bid Process**

[http://www.olympic.org/Documents/Commissions\\_PDFfiles/Ethics/Code\\_ethics\\_Rules\\_Conduct\\_Cities\\_2024\\_20042015.pdf](http://www.olympic.org/Documents/Commissions_PDFfiles/Ethics/Code_ethics_Rules_Conduct_Cities_2024_20042015.pdf)

Die Candidate Acceptance Procedure 2024 wird nach Veröffentlichung ebenfalls ergänzt.

## Anlage 2 ETI Base Code



### Der Base Code

#### Ethical Trading Initiative

##### 1. DAS ARBEITSVERHÄLTNIS WIRD FREI GEWÄHLT

1.1 Es besteht keine Zwangsarbeit, Zwangsknechtschaft oder unfreiwillige Gefängnisarbeit.

1.2 Arbeiter werden nicht aufgefordert einen „Pfand“ oder ihre Ausweisdokumente bei ihrem Arbeitgeber zu hinterlegen und es ist ihnen freigestellt, ihren Arbeitgeber nach einer angemessenen Benachrichtigung zu verlassen.

##### 2. DIE VEREINIGUNGSFREIHEIT UND DAS RECHT AUF TARIFVERHANDLUNGEN WERDEN RESPEKTIERT

2.1 Arbeiter haben ohne Ausnahme das Recht, sich zu versammeln und eine Gewerkschaft ihrer eigenen Wahl zu gründen und gemeinsam Tarifverhandlungen durchzuführen.

2.2 Der Arbeitgeber nimmt gegenüber den Aktivitäten von Gewerkschaften und deren organisatorischer Aktivitäten eine offene Haltung ein.

2.3 Arbeitnehmervertreter werden nicht diskriminiert und haben die Möglichkeit, ihre repräsentativen Funktionen am Arbeitsplatz auszuführen.

2.4 Wo das Vereinigungsrecht und Recht auf Tarifverhandlungen durch die Gesetzgebung beschränkt wird, erleichtert der Arbeitgeber die Entwicklung gleichberechtigter Mittel für unabhängige und freie Vereinigung und Verhandlungen und behindert diese nicht.

##### 3. DIE ARBEITSBEDINGUNGEN SIND SICHER UND HYGIENISCH

3.1 Es muss ein sicheres und hygienisches Arbeitsumfeld unter Berücksichtigung des allgemeingültigen Wissens der Branche und bestimmter Gefahren gewährleistet werden. Es sollen angemessene Maßnahmen getroffen werden, um Unfälle und Gesundheitsschädigungen zu verhindern, die im Rahmen der Arbeit entstehen, mit dieser in Verbindung stehen oder aufgrund dieser entstehen, indem mit dem Arbeitsumfeld einhergehende Gefahren, soweit dies in vernünftiger Weise umsetzbar ist, minimiert werden.

3.2 Arbeiter sollen ein regelmäßiges und aufgezeichnetes Gesundheits- und Sicherheitstraining erhalten. Dieses Training soll für neue oder wieder eingestellte Arbeitnehmer wiederholt werden.

3.3 Zugang zu sauberen Toilettenanlagen und trinkbarem Wasser und, wenn angebracht, Einrichtungen für die Lebensmittellagerung sollen bereitgestellt werden.

3.4 Die Unterbringung muss, wenn sie bereitgestellt wird, sauber und sicher sein, sowie den Grundbedürfnisse der Arbeiter entsprechen.

3.5 Das die Richtlinien einhaltende Unternehmen soll die Verantwortung für Gesundheit und Sicherheit einem Vertreter des Senior Managements übertragen.

#### 4. ES WIRD KEINE KINDERARBEIT EINGESETZT

4.1 Es soll kein Einsatz von Kinderarbeit vorliegen.

4.2 Unternehmen sollen eine Politik und Programme entwickeln oder an diesen teilnehmen, die für die Übertragung eines Kindes, das bei der Ausführung von Kinderarbeit vorgefunden wird, in eine qualitative Ausbildung und für dessen Verbleib in der selben bis zum Ende der Kindheit sorgt. „Kind“ und „Kinderarbeit“ werden in den Anhängen definiert.

4.3 Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren werden nicht während der Nacht oder unter gefährlichen Bedingungen beschäftigt.

4.4 Diese Strategien und Verfahren sollen mit den Bestimmungen der entsprechenden ILO-Standards übereinstimmen.

#### 5. MINDESTLÖHNE WERDEN BEZAHLT

5.1 Löhne und Vergütungen, die für eine reguläre Arbeitswoche gezahlt werden, entsprechen wenigstens den nationalen gesetzlichen Vorgaben oder dem branchenüblichen Standardwert, je nachdem, welche Vorgabe höher ausfällt. Auf jeden Fall sollen Löhne immer ausreichend sein, um die Grundbedürfnisse zu decken und etwas frei verfügbares Einkommen bereitzustellen.

5.2 Alle Arbeiter erhalten schriftliche und verständliche Informationen zu den Arbeitsbedingungen in Bezug auf Löhne bevor Sie die Arbeit aufnehmen sowie bei jeder Auszahlung zu Lohnangaben für den betreffenden Bezugszeitraum.

5.3 Abzüge von Löhnen als Disziplinierungsmaßnahmen werden weder gestattet noch werden Abzüge von den Löhnen, die nicht durch die nationale Gesetzgebung erlaubt sind, ohne das ausdrückliche Einverständnis des betroffenen Arbeiters vorgenommen. Alle Disziplinarmaßnahmen sollen aufgezeichnet werden.

#### 6. DIE ARBEITSZEIT IST NICHT ÜBERHÖHT

6.1 Die Arbeitszeit stimmt mit der nationalen Gesetzgebung und dem branchenüblichen Standardwert überein, je nachdem wo der größere Schutz geboten wird.

6.2 Auf jeden Fall sollen die Arbeiter nicht auf einer regelmäßigen Basis aufgefordert werden, mehr als 48 Wochenstunden zu arbeiten und verfügen im Durchschnitt alle 7 Tage wenigstens über einen freien Tag. Überstunden werden freiwillig geleistet, übersteigen die Zahl von 12 Wochenstunden nicht, werden nicht regelmäßig eingefordert und immer mit einem Überstundenzuschlag vergütet.



**7. DISKRIMINIERUNG WIRD NICHT PRAKTIZIERT**

7.1 Es gibt keine Diskriminierung bei der Einstellung, Vergütung, Zulassung zum Training, Beförderung, Beendigung des Arbeitsverhältnisses oder Pensionierung aufgrund von Rasse, Kaste, Nationalität, Religion, Alter, Behinderung, Geschlecht, Ehestand, sexueller Orientierung, Gewerkschaftsmitgliedschaft oder politischer Zugehörigkeit.

**8. ES BESTEHT EIN GEREGLTES ARBEITSVERHÄLTNIS**

8.1 Die geleistete Arbeit wird soweit möglich auf Grundlage der anerkannten, durch nationale Gesetzgebung und Praxis etablierten Arbeitsbeziehung durchgeführt.

8.2 Verpflichtungen gegenüber Arbeitnehmern, die durch das Arbeits- oder Sozialversicherungsrecht und Vorschriften bezüglich eines regulären Arbeitsverhältnisses entstehen, werden durch die Verwendung von reinen Arbeitsverträgen, Subunternehmertum oder Heimarbeit oder durch Ausbildungspläne ohne die Absicht, Fähigkeiten zu vermitteln oder ein reguläres Arbeitsverhältnis bereitzustellen, nicht vermieden, noch sollen derartige Verpflichtungen durch die überhöhte Verwendung von befristeten Arbeitsverträgen umgangen werden.

**9. UNMENSCHLICHE ODER BRUTALE BEHANDLUNG IST NICHT ERLAUBT**

9.1 Körperlicher Missbrauch oder Disziplinierung, die Androhung körperlichen Missbrauchs, sexuelle oder anderweitige Belästigung und verbale Beschimpfung oder andere Formen der Einschüchterung sind verboten.

Die Bestimmungen dieses Codes legen Mindeststandards und nicht Höchstanforderungen fest und sollten nicht verwendet werden, um Unternehmen an einer Verbesserung dieser Standards zu hindern. Von Unternehmen, die diesen Code anwenden, wird erwartet, dass sie mit den nationalen und anderen anwendbaren Gesetzen konform gehen und dass, wenn die Bestimmungen der Gesetzgebung und der Base Code dieselben Themen ansprechen, die Bestimmungen angewendet werden, welche den größeren Schutz bieten.

*Opmerking:* Wir haben alles uns mögliche getan, um sicherzustellen, dass die Übersetzung des ETL Base Code und der Richtlinien zur Implementierung so vollständig und genau wie möglich ist. Dennoch möchten wir Sie bitten zu beachten, dass in beiden Fällen die englischsprachigen Dokumente als offizielle Versionen angesehen werden sollten.

### **Anlage 3**

#### **Kennzeichen der Bewerbung – Logo, Signet, Claim**

Nach Entwicklung der kommerziellen Kennzeichen der Bewerbung (Vermarktungslogo, Signet, Claim, etc.) werden diese in **Anlage 3** aufgenommen.

Das kommerzielle Logo zur Nutzung durch die Wirtschaftspartner der Bewerbung muss bis zum Datum des Bürgerentscheids vorliegen und den Partnern im direkten Anschluss an einen positiven Bürgerentscheid zur Verfügung gestellt werden können.

#### **Kennzeichen der Bewerbung – Prädikate**

(Offizieller) Partner der Bewerbung Hamburg 2024

Förderer der Bewerbung Hamburg 2024

Freund der Bewerbung Hamburg 2024

Institutioneller Partner der Bewerbung Hamburg 2024

Es besteht darüber hinaus die Möglichkeit, individuelle Prädikate an die Sponsoren der Bewerbung Hamburg 2024 zu vergeben, wie z.B.:

Offizieller Automobilpartner der Bewerbung Hamburg 2024

Offizielle Airline der Bewerbung Hamburg 2024

Offizieller Lebensmittelpartner der Bewerbung Hamburg 2024

Offizieller Medienpartner der Bewerbung Hamburg 2024

etc.

**Anlage 4**  
**Ausschlussliste**

- Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
- Freshfields Bruckhaus Deringer LLP
- ARGE Hamburg 2024 - PROPROJEKT / AS&P
- Unternehmen mit kommunaler Beteiligung der Stadt Hamburg oder der Stadt Kiel
- Spendengelder