

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Pfefferminzia Medien GmbH

für Veranstaltungs-Sponsoring (ausschließlich B2B)

Stand: 1. Mai 2026

§ 1 Geltungsbereich und Vertragsparteien

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: „Sponsoring-AGB“) gelten für alle Verträge zwischen dem Sponsor und der Pfefferminzia Medien GmbH (im Folgenden: „Veranstalterin“) über die Übernahme von Sponsoringleistungen im Zusammenhang mit Veranstaltungen, die von der Veranstalterin organisiert oder mitorganisiert werden. Veranstaltungen im Sinne dieser Sponsoring-AGB sind sowohl digitale Formate (insbesondere Webinare, Livestreams, Online-Konferenzen) als auch Präsenzveranstaltungen (insbesondere Roundtables, Konferenzen, Fachtagungen) sowie hybride Formate, die digitale und Präsenzelemente verbinden.
2. Diese Sponsoring-AGB gelten ausschließlich für Verträge mit Unternehmern im Sinne des § 14 BGB (B2B). Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB steht kein Vertragsschluss nach diesen Sponsoring-AGB offen.
3. „Sponsor“ im Sinne dieser Sponsoring-AGB ist dasjenige Unternehmen, das sich gegenüber der Veranstalterin zur Zahlung eines Sponsoringbetrags verpflichtet und dafür vertraglich vereinbarte Gegenleistungen erhält (Sponsoringpaket).
4. Soweit ein Sponsoringpaket digitale Werbekomponenten enthält (insbesondere Werbeschaltungen auf der Website der Veranstalterin, in elektronischen Newslettern, auf Social-Media-Plattformen oder in sonstigen digitalen Medien der Veranstalterin), gelten für diese Komponenten ergänzend die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Veranstalterin für Anzeigen- und Werbeleistungen (im Folgenden: „Anzeigen-AGB“) in der bei Vertragsschluss gültigen Fassung. Im Falle eines Widerspruchs zwischen diesen Sponsoring-AGB und den Anzeigen-AGB gehen für den Sponsoringvertrag die Sponsoring-AGB vor.
5. Mit der schriftlichen Bestätigung oder Annahme eines Sponsoringangebots erkennt der Sponsor diese Sponsoring-AGB in der bei Vertragsschluss gültigen Fassung als verbindlich an.
6. Abweichende Geschäftsbedingungen des Sponsors werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies von der Veranstalterin ausdrücklich schriftlich bestätigt wird.

§ 2 Vertragsschluss und Sponsoringpaket

1. Der Sponsoringvertrag kommt zustande, wenn die Veranstalterin das Sponsoringangebot schriftlich bestätigt oder der Sponsor ein von der Veranstalterin erstelltes Angebot ohne Änderungen schriftlich annimmt. Telefax und E-Mail wahren die Schriftform im Sinne dieser Sponsoring-AGB.
2. Der konkrete Leistungsumfang des Sponsorings ergibt sich aus dem zwischen den Parteien vereinbarten Sponsoringpaket, das als Bestandteil der Auftragsbestätigung oder des Angebots

schriftlich festgehalten wird. Das Sponsoringpaket beschreibt insbesondere die Art der Veranstaltung, den Veranstaltungstermin (soweit bei Vertragsschluss bekannt), den Sponsoringbetrag sowie die konkreten Gegenleistungen der Veranstalterin.

3. Angebote der Veranstalterin sind freibleibend und unverbindlich, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich gekennzeichnet sind. Die Veranstalterin ist berechtigt, eine Sponsoringanfrage des Sponsors ohne Angabe von Gründen abzulehnen, insbesondere wenn der Sponsor oder sein Unternehmensgegenstand nicht mit den inhaltlichen Grundsätzen und dem Publikum der Veranstalterin vereinbar ist.
4. Die Veranstalterin ist berechtigt, Veranstaltungsdetails (insbesondere genaues Programm, Reihenfolge der Beiträge, Moderatoren und Referenten) nach Vertragsschluss zu ändern, soweit der vertraglich vereinbarte Leistungsumfang des Sponsoringpakets dadurch nicht wesentlich beeinträchtigt wird. Bei wesentlichen Änderungen, die den vereinbarten Leistungsumfang des Sponsoringpakets erheblich berühren, wird der Sponsor unverzüglich informiert und hat das Recht, binnen 14 Tagen nach Bekanntgabe entweder eine angemessene Anpassung des Sponsoringbetrags zu verlangen oder den Vertrag kostenfrei zu stornieren.

§ 3 Leistungen der Veranstalterin

1. Die Veranstalterin erbringt die im Sponsoringpaket vereinbarten Leistungen. Diese können je nach Paket insbesondere umfassen:
 - ▶ Nennung und Logoplatzierung des Sponsors in Veranstaltungsmaterialien (z.B. Präsentationen, Moderationsfolien, Programmhefte, digitale Eventseiten)
 - ▶ Logoplatzierung auf der Eventwebsite und/oder in der Veranstaltungskommunikation der Veranstalterin
 - ▶ Erwähnung des Sponsors in der Eröffnungs- und/oder Abschlussmoderation
 - ▶ Redezeit oder Präsentationslot des Sponsors im Veranstaltungsprogramm
 - ▶ Standfläche oder Ausstellungsbereich bei Präsenzveranstaltungen
 - ▶ Möglichkeit zur Auslage von Informationsmaterialien des Sponsors
 - ▶ Digitale Werbekomponenten gemäß § 1 Abs. 4 dieser Sponsoring-AGB
 - ▶ Sonstige im Sponsoringpaket ausdrücklich vereinbarte Leistungen
2. Der genaue Umfang der Leistungen ergibt sich ausschließlich aus dem schriftlich vereinbarten Sponsoringpaket.
3. Die Veranstalterin ist berechtigt, einzelne Leistungen des Sponsoringpakets durch gleichwertige Leistungen zu ersetzen, wenn dies aus organisatorischen oder technischen Gründen erforderlich ist und der Gesamtcharakter des Sponsorings dadurch nicht wesentlich verändert wird. Die Veranstalterin wird den Sponsor hierüber unverzüglich informieren. Ist eine gleichwertige Ersatzleistung nicht möglich, gilt § 2 Abs. 4 entsprechend.
4. Logoplatzierungen und Nennungen des Sponsors durch die Veranstalterin erfolgen auf Basis der vom Sponsor zur Verfügung gestellten Materialien. Die Veranstalterin ist nicht verpflichtet, Logos oder Texte zu erstellen oder zu überarbeiten. Sind angelieferte Materialien technisch nicht verwendbar, wird die Veranstalterin den Sponsor unverzüglich informieren.

§ 4 Digitale Komponenten des Sponsorings

1. Enthält das Sponsoringpaket digitale Werbekomponenten (insbesondere Bannerwerbung, Newsletter-Erwähnungen, Social-Media-Posts), gelten für diese Komponenten ergänzend die Anzeigen-AGB der Veranstalterin. Der Sponsor ist verpflichtet, die für die digitalen Komponenten erforderlichen Werbemittel (Logos, Texte, Grafiken) in den von der Veranstalterin vorgegebenen Formaten und Spezifikationen anzuliefern, und zwar spätestens 7 Tage vor dem vereinbarten Erscheinungstermin der digitalen Komponente. Soweit digitale Komponenten zeitgleich mit der Veranstaltung erscheinen sollen, gilt vorrangig die allgemeine Anlieferungsfrist nach § 6 Abs. 1.
2. Enthält das Sponsoringpaket keine ausdrücklich vereinbarten digitalen Werbekomponenten, besteht kein Anspruch des Sponsors auf Schaltung von Werbemitteln auf den digitalen Kanälen der Veranstalterin. Solche Leistungen können separat nach Maßgabe der Anzeigen-AGB und der gültigen Preisliste der Veranstalterin gebucht werden.
3. Für digitale Komponenten, die auf Social-Media-Plattformen erbracht werden, gelten die plattformseitigen Einschränkungen und Richtlinien. Die Veranstalterin übernimmt keine Garantie für die Erreichung bestimmter Reichweiten oder Impressions.

§ 5 Exklusivität

1. Eine Kategorie-Exklusivität (d.h. der Ausschluss von Wettbewerbern des Sponsors als weitere Sponsoren derselben Veranstaltung) wird nur dann gewährt, wenn dies im Sponsoringpaket ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde. Ohne eine solche ausdrückliche Vereinbarung besteht kein Anspruch auf Exklusivität.
2. Sofern Kategorie-Exklusivität vereinbart wurde, verpflichtet sich die Veranstalterin, für die jeweilige Veranstaltung kein weiteres Sponsoring oder eine vergleichbare Partnerschaft (z.B. Präsentationspartnerschaft, Kooperationspartnerschaft) von Unternehmen anzunehmen, die in derselben Branchenkategorie tätig sind wie der Sponsor. Die Branchenkategorie wird im Sponsoringpaket schriftlich definiert.
3. Die Exklusivität gilt ausschließlich für das konkrete Sponsoring der jeweiligen Veranstaltung. Sie erstreckt sich nicht auf die allgemeinen Werbeaktivitäten der Veranstalterin (insbesondere redaktionelle Inhalte, Anzeigenschaltungen Dritter auf der Website oder in Newslettern außerhalb der Veranstaltungskommunikation) und nicht auf andere Veranstaltungen der Veranstalterin.
4. Stellt sich nach Vertragsschluss heraus, dass die Kategorie-Exklusivität aufgrund eines bereits zuvor eingegangenen Sponsoringvertrags mit einem Wettbewerber nicht gewährt werden kann, informiert die Veranstalterin den Sponsor unverzüglich. Der Sponsor hat in diesem Fall binnen 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung das Recht, nach seiner Wahl entweder den Sponsoringvertrag kostenfrei zu stornieren oder eine angemessene Minderung des Sponsoringbetrags zu verlangen; eine darüber hinausgehende Schadensersatzpflicht der Veranstalterin ist ausgeschlossen, es sei denn, sie hat den Konflikt vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht.

§ 6 Pflichten des Sponsors / Materialanlieferung

1. Der Sponsor ist verpflichtet, alle für die Erbringung der vereinbarten Sponsoringleistungen erforderlichen Materialien (insbesondere Logos, Druckvorlagen, Präsentationen, Texte, audiovisuelle Inhalte) in der von der Veranstalterin vorgegebenen Form, Qualität und Dateigröße

sowie innerhalb der von der Veranstalterin mitgeteilten Anlieferungsfrist zu übermitteln. Mangels abweichender Vereinbarung gilt eine Anlieferungsfrist von mindestens 14 Tagen vor dem Veranstaltungstermin. Für digitale Werbekomponenten gilt ergänzend § 4 Abs. 1.

2. Der Sponsor sichert der Veranstalterin zu, dass er alle erforderlichen Rechte an den übermittelten Materialien besitzt, insbesondere Urheber- und Markenrechte, und dass die Materialien frei von Rechten Dritter sind, die einer Nutzung im Rahmen des Sponsorings entgegenstehen.
3. Soweit der Sponsor der Veranstalterin Materialien (insbesondere Logos, Grafiken, Präsentationen, audiovisuelle Inhalte) zur Verfügung stellt, räumt er der Veranstalterin hiermit alle zur Erfüllung des Vertrages erforderlichen Nutzungsrechte ein, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung und öffentlichen Zugänglichmachung auf den vereinbarten Kanälen für die Dauer des Vertrages sowie für die Nachberichterstattung im Rahmen von § 10 Abs. 3.
4. Der Sponsor sichert ferner zu, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Materialien und Inhalte nicht gegen gesetzliche Vorschriften verstoßen, insbesondere nicht gegen wettbewerbsrechtliche, datenschutzrechtliche oder strafrechtliche Bestimmungen.
5. Liefert der Sponsor Materialien nicht oder nicht fristgerecht an, ist die Veranstalterin berechtigt, die entsprechende Leistung (z.B. Logoplatzierung) zu unterlassen oder durch einen Hinweis auf den Sponsor in Textform zu ersetzen. Eine Kürzung des Sponsoringbetrags steht dem Sponsor in diesem Fall nicht zu.
6. Bei Präsenzveranstaltungen ist der Sponsor verpflichtet, sich an die von der Veranstalterin mitgeteilten Auf- und Abbauzeiten sowie an die Vorgaben zum Verhalten auf dem Veranstaltungsgelände zu halten. Der Sponsor haftet für Schäden, die durch seine Mitarbeiter oder Beauftragten auf dem Veranstaltungsgelände schuldhaft verursacht werden, und stellt die Veranstalterin insoweit von Ansprüchen Dritter frei.

§ 7 Vergütung und Zahlung

1. Der Sponsoringbetrag richtet sich nach dem im Sponsoringpaket vereinbarten Preis. Alle Preise verstehen sich als Nettobeträge zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer.
2. Die Rechnung der Veranstalterin ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu bezahlen, sofern im Sponsoringpaket keine abweichende Zahlungsfrist vereinbart wurde. Bei Zahlungsverzug werden die fälligen Forderungen mit 9 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz gemäß § 288 Abs. 2 BGB verzinst. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugsschadens bleibt vorbehalten.
3. Die Veranstalterin ist berechtigt, vor Erbringung der Sponsoringleistungen eine Vorauszahlung oder Anzahlung zu verlangen. Dies gilt insbesondere, wenn der Veranstaltungstermin zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses mehr als acht Wochen entfernt liegt oder wenn der Sponsor sich in der Vergangenheit im Zahlungsverzug befunden hat.
4. Befindet sich der Sponsor mit einer fälligen Zahlung in Verzug, ist die Veranstalterin berechtigt, die Erbringung der vereinbarten Sponsoringleistungen bis zum vollständigen Zahlungsausgleich zurückzuhalten, sofern dies nicht zu einer unzumutbaren Beeinträchtigung der Veranstaltung oder der Interessen anderer Sponsoren und Teilnehmer führt.
5. Im Falle der Insolvenz des Sponsors oder der Beantragung eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Sponsors ist die Veranstalterin berechtigt, den Sponsoringvertrag fristlos zu kündigen. Bereits fällige Forderungen der Veranstalterin werden in diesem Fall sofort zur Zahlung fällig.

§ 8 Absage, Verschiebung und höhere Gewalt

1. Als höhere Gewalt im Sinne dieser Sponsoring-AGB gelten unvorhersehbare, von der Veranstalterin nicht zu vertretende und nicht abwendbare Ereignisse, insbesondere Naturkatastrophen, Pandemien, Epidemien, Terroranschläge, behördliche Verbote oder Verfügungen, Stromausfälle, Cyberangriffe sowie Streiks und Aussperrungen, die eine Durchführung der Veranstaltung unmöglich machen oder unzumutbar erschweren.
2. Die Veranstalterin ist berechtigt, eine Veranstaltung aus wichtigem Grund abzusagen oder zu verschieben. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor bei:
 - ▶ höherer Gewalt im Sinne von Abs. 1,
 - ▶ Ausfall zentraler Referenten oder Moderatoren, ohne dass gleichwertiger Ersatz rechtzeitig gefunden werden kann,
 - ▶ Ausfall oder Unbrauchbarkeit des Veranstaltungsorts oder der erforderlichen technischen Infrastruktur,
 - ▶ behördlichen Auflagen oder Verfügungen, die eine Durchführung der Veranstaltung verhindern oder wesentlich erschweren,
 - ▶ zu geringer Anmeldezahl, die eine wirtschaftlich sinnvolle Durchführung nicht ermöglicht (Mindestteilnehmerzahl), sofern dies im Sponsoringpaket ausdrücklich als auflösende Bedingung vereinbart wurde.
3. Im Falle einer Verschiebung der Veranstaltung bleibt der Sponsoringvertrag mit den vereinbarten Leistungen grundsätzlich bestehen. Der neue Termin wird dem Sponsor unverzüglich mitgeteilt. Der Sponsor ist berechtigt, den Sponsoringvertrag kostenfrei zu stornieren, wenn die Veranstaltung um mehr als sechs Wochen gegenüber dem ursprünglichen Termin verschoben wird. Liegt die Verschiebung unter sechs Wochen und ist dem Sponsor die Teilnahme am neuen Termin aus betrieblichen Gründen nachweislich nicht möglich, hat er das Recht, den Vertrag ebenfalls kostenfrei zu stornieren. Die Stornierung hat in beiden Fällen innerhalb von 14 Tagen nach Bekanntgabe des neuen Termins schriftlich zu erfolgen.
4. Im Falle einer vollständigen Absage der Veranstaltung durch die Veranstalterin gilt:
 - ▶ Hat die Veranstaltung noch nicht begonnen, erstattet die Veranstalterin bereits geleistete Zahlungen des Sponsors vollständig zurück. Weitergehende Ansprüche des Sponsors (insbesondere Schadensersatz) sind ausgeschlossen, es sei denn, die Absage beruht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Veranstalterin.
 - ▶ Hat die Veranstaltung bereits begonnen (ab Eröffnung durch die Moderation bzw. bei mehrtägigen Events ab Beginn des ersten offiziellen Programnteils) und wird sie aus Gründen abgebrochen, die die Veranstalterin nicht zu vertreten hat, besteht kein Anspruch auf Rückerstattung. Bei einem Abbruch aus von der Veranstalterin zu vertretenden Gründen erfolgt eine anteilige Rückerstattung entsprechend dem nicht erbrachten Leistungsanteil.
5. Die Veranstalterin ist berechtigt, eine Präsenzveranstaltung in ein digitales Format (Webinar/Livestream) umzuwandeln, wenn dies aufgrund von Umständen erforderlich ist, die die Veranstalterin nicht zu vertreten hat. Die Veranstalterin wird den Sponsor über eine solche Formatänderung unverzüglich, soweit möglich mindestens vier Wochen vor dem Veranstaltungstermin, informieren. In diesem Fall hat der Sponsor das Recht, eine angemessene Anpassung des Sponsoringbetrags zu verlangen, sofern durch die Formatänderung vereinbarte Leistungen (z.B. Standfläche, physische Präsenz) nicht mehr erbracht werden können; alternativ kann der Sponsor den Vertrag kostenfrei stornieren. Die Parteien werden sich um eine einvernehmliche Lösung bemühen.

6. Reise-, Hotel- und sonstige Anfahrtkosten des Sponsors oder seiner Mitarbeiter werden von der Veranstalterin bei Absage oder Verschiebung der Veranstaltung nicht erstattet, es sei denn, die Absage oder Verschiebung beruht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Veranstalterin. Der Sponsor trägt das Risiko der Buchung nicht stornierbarer Reise- und Unterkunftsleistungen und sollte bis zur Bestätigung des Veranstaltungstermins möglichst flexible Buchungsoptionen wählen.

§ 9 Stornierung durch den Sponsor

1. Eine Stornierung des Sponsoringvertrags durch den Sponsor ist möglich und bedarf der Textform (Brief, Fax, E-Mail). Als Zugangszeitpunkt gilt bei einer Stornierung per E-Mail der Eingang während der üblichen Geschäftszeiten der Veranstalterin (Montag bis Freitag, 9:00–18:00 Uhr); außerhalb dieser Zeiten gilt der nächste Werktag als Zugangstag.
2. Bei Stornierung durch den Sponsor gilt folgende Staffel:
 - ▶ Bei Stornierung mehr als acht Wochen vor dem Veranstaltungstermin: kostenfrei.
 - ▶ Bei Stornierung vier bis acht Wochen vor dem Veranstaltungstermin: 50 Prozent des vereinbarten Sponsoringbetrags.
 - ▶ Bei Stornierung weniger als vier Wochen vor dem Veranstaltungstermin: 75 Prozent des vereinbarten Sponsoringbetrags.
 - ▶ Bei Stornierung nach Beginn der Veranstaltung oder nach Ablauf des Veranstaltungstermins: 100 Prozent des vereinbarten Sponsoringbetrags.
3. Der Sponsor ist berechtigt, nachzuweisen, dass der Veranstalterin durch die Stornierung kein oder ein geringerer Schaden entstanden ist. In diesem Fall ist die jeweils anfallende Stornierungsgebühr entsprechend zu reduzieren.
4. Der Sponsor ist berechtigt, einen Dritten als Ersatzsponsor zu benennen, der in den Sponsoringvertrag eintritt, sofern die Veranstalterin dem Eintritt des Dritten schriftlich zustimmt. Die Veranstalterin teilt ihre Entscheidung innerhalb von 10 Werktagen nach Eingang der Benennung mit. Die Zustimmung kann insbesondere verweigert werden, wenn der Dritte inhaltlich nicht zum Profil der Veranstaltung passt oder eine vereinbarte Exklusivität entgegensteht. Im Falle eines wirksamen Eintritts entfallen die Stornierungsgebühren.

§ 10 Aufzeichnungen, Bild- und Tonrechte, Nachverwertung

1. Die Veranstalterin ist berechtigt, Veranstaltungen in Bild und Ton aufzuzeichnen und die Aufzeichnungen zu eigenen Zwecken zu nutzen, insbesondere zur Nachberichterstattung, als On-Demand-Inhalte, zur Bewerbung künftiger Veranstaltungen sowie zu redaktionellen Zwecken auf ihren Kanälen. Dies schließt eine etwaige Sichtbarkeit von Logos oder Werbemitteln des Sponsors im Bildmaterial (z.B. Logoeinblendungen, Aufnahmen des Sponsorenstands) ein.
2. Möchte der Sponsor Aufzeichnungen der Gesamtveranstaltung oder von Beiträgen anderer Referenten oder Teilnehmer selbst nutzen oder weitergeben, bedarf dies der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Veranstalterin. Das Recht des Sponsors, Aufzeichnungen seines eigenen Redebeitrags für eigene Zwecke zu nutzen, kann im Sponsoringpaket ausdrücklich vereinbart werden. Ohne gesonderte Vereinbarung ist jede eigenständige Aufzeichnung oder Weitergabe von Veranstaltungsinhalten Dritter nicht gestattet.

3. Der Sponsor erteilt der Veranstalterin hiermit das Recht, seinen Firmennamen, sein Logo und – sofern übergeben – sein Bildmaterial im Rahmen der Veranstaltungskommunikation und Nachberichterstattung zu nutzen, insbesondere in Pressemitteilungen, auf der Eventwebsite, in sozialen Medien und in Newslettern der Veranstalterin. Diese Nutzung ist zeitlich auf zwölf Monate nach der Veranstaltung begrenzt; ausgenommen sind Materialien, die vor Ablauf dieser Frist bereits in veröffentlichten Aufzeichnungen, Berichten oder Archiven verwendet wurden und technisch nicht ohne weiteres entfernt werden können.
4. Treten Referenten oder Mitarbeiter des Sponsors als Redner auf der Veranstaltung auf, ist der Sponsor verpflichtet, diese Personen vorab darüber zu informieren, dass die Veranstaltung aufgezeichnet und im Rahmen von Abs. 1 nachverwertet werden kann. Die Veranstalterin verarbeitet Bild- und Tonaufnahmen von Rednern auf Grundlage ihres berechtigten Interesses nach Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO im Rahmen der professionellen Veranstaltungsberichterstattung; Redner werden im Rahmen der Veranstaltungsanmeldung oder spätestens zu Beginn der Veranstaltung hierüber informiert und haben das Recht, begründeten Widerspruch einzulegen.

§ 11 Datenschutz bei Veranstaltungen

1. Die Veranstalterin verarbeitet personenbezogene Daten der Veranstaltungsteilnehmer (z.B. Name, Unternehmen, Kontaktdaten) auf Grundlage der anwendbaren datenschutzrechtlichen Vorschriften, insbesondere der DSGVO. Näheres ergibt sich aus der Datenschutzerklärung der Veranstalterin, abrufbar unter www.pfefferminzia.de/datenschutz.
2. Die Veranstalterin wird dem Sponsor keine Teilnehmerdaten (insbesondere keine Teilnehmerlisten mit personenbezogenen Daten) zur Verfügung stellen, sofern die betreffenden Teilnehmer hierin nicht ausdrücklich und freiwillig eingewilligt haben. Eine entsprechende Einwilligungsmöglichkeit kann im Sponsoringpaket ausdrücklich vorgesehen werden (z.B. optionales Opt-in bei der Teilnehmerregistrierung für die Kontaktaufnahme durch den Sponsor).
3. Soweit der Sponsor im Rahmen der Veranstaltung selbst personenbezogene Daten von Teilnehmern erhebt (z.B. durch Visitenkartensammlung, eigene Scansysteme, Gewinnspiele am Sponsorenstand), ist er hierfür datenschutzrechtlich eigenverantwortlich und verpflichtet, die Anforderungen der DSGVO einzuhalten. Er stellt die Veranstalterin von etwaigen Ansprüchen Dritter in diesem Zusammenhang frei.
4. Bei digitalen oder hybriden Veranstaltungen, die aufgezeichnet oder per Livestream übertragen werden, informiert die Veranstalterin die Teilnehmer vor Veranstaltungsbeginn über die Aufzeichnung und die Rechtsgrundlage der Verarbeitung und räumt ihnen, soweit rechtlich erforderlich, ein Widerspruchs- oder Widerrufsrecht ein. Der Sponsor ist verpflichtet, seine eigenen Mitarbeiter, die an der Veranstaltung teilnehmen oder als Redner auftreten, entsprechend vorab zu informieren.
5. Bei der Schaltung digitaler Werbekomponenten gilt ergänzend § 15 der Anzeigen-AGB der Veranstalterin.

§ 12 Haftung

1. Die Haftung der Veranstalterin für Schäden des Sponsors ist ausgeschlossen, soweit diese nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Veranstalterin oder ihrer Erfüllungsgehilfen beruhen. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper oder

Gesundheit sowie nicht für Schäden, die auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalspflichten) beruhen.

2. Wesentliche Vertragspflichten im Sinne von Abs. 1 sind solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Sponsor regelmäßig vertrauen darf, insbesondere die Pflicht zur Erbringung der vereinbarten Sponsoringleistungen. Die Pflicht zur Durchführung der Veranstaltung gilt vorbehaltlich der in § 8 geregelten Rechte zur Absage, Verschiebung und Formatänderung als wesentliche Vertragspflicht. Bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist die Haftung auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden begrenzt.
3. Die Veranstalterin haftet nicht für Schäden des Sponsors, die durch die Absage oder Verschiebung einer Veranstaltung aus Gründen höherer Gewalt im Sinne von § 8 Abs. 1 entstehen.
4. Die Veranstalterin haftet nicht für Schäden an Ausstellungsmaterialien, Geräten oder sonstigen Gegenständen des Sponsors auf dem Veranstaltungsgelände, sofern diese nicht durch die Veranstalterin oder ihre Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden. Der Sponsor ist für eine angemessene Versicherung seiner Materialien und Gegenstände selbst verantwortlich.
5. Im Falle zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, gelten die vorstehenden Haftungsbeschränkungen nicht.

§ 13 Freistellung

1. Der Sponsor stellt die Veranstalterin auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die aufgrund der vom Sponsor zur Verfügung gestellten Materialien, Inhalte oder Beiträge gegen die Veranstalterin geltend gemacht werden, insbesondere wegen Verletzung von Urheber-, Marken- oder Persönlichkeitsrechten sowie wegen Wettbewerbsverstößen. Die Freistellung umfasst auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung in angemessenem Umfang.
2. Der Sponsor ist verpflichtet, die Veranstalterin unverzüglich über etwaige Ansprüche Dritter zu informieren und ihr auf Anforderung alle zur Rechtsverteidigung erforderlichen Informationen und Unterlagen zur Verfügung zu stellen.

§ 14 Schlussbestimmungen

1. Erfüllungsort ist der Sitz der Veranstalterin.
2. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dem Sponsoringvertrag ist Hamburg, sofern der Sponsor Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.
3. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).
4. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Sponsoring-AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Anstelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung gilt diejenige wirksame und durchführbare Regelung als vereinbart, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.
5. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen des Sponsoringvertrags bedürfen der Schriftform; Telefax und E-Mail genügen. Dies gilt auch für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses selbst.

6. Änderungen dieser Sponsoring-AGB werden dem Sponsor mindestens 30 Tage vor Inkrafttreten in Textform mitgeteilt. Für bereits abgeschlossene Sponsoringverträge gelten die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Sponsoring-AGB; dies gilt entsprechend für etwaige im Sponsoringpaket einbezogene Anzeigen-AGB.