



**Modelcontract
Sponsoring van een privé-persoon**

De ondergetekenden:

- A.
hierna te noemen: "de gesponsorde"; partij te ener zijde; (2)
- en
- B., wonende te.....
ten deze handelende in zijn kwaliteit van.....van de tegevestigde en
aldaar aan
kantoorhoudende besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid
..... B.V.
(ingeschreven in de Kamer van Koophandel en Fabrieken te.....
Handelsregister, nummer.....)
en deze vennootschap overeenkomstig de statuten rechtsgeldig vertegenwoordigende;
hierna te noemen: "de sponsor"; partij te andere zijde; (3)

OVERWEGENDE

- a. De gesponsorde is actief op het gebied van.....
op een zodanig niveau, dat de gesponsorde zijn doel, handhaving of verhoging van dit niveau,
zonder externe hulp niet tot zeer moeilijk kan realiseren. (4)
- b. Voor het verwezenlijken van zijn doel heeft de gesponsorde onder meer financiële
ondersteuning nodig.
De gesponsorde heeft het recht om met betrekking tot zijn activiteiten overeenkomsten van
sponsoring te sluiten op onderdelen als hierna te omschrijven. (5)
- c. De sponsor is bereid de gesponsorde financieel en/of organisatorisch te ondersteunen, mits
de sponsor zich in het kader van de hiervoor onder a. bedoelde activiteiten van de
gesponsorde op enigerlei wijze, direct of indirect, kan profileren.

Partijen hebben met betrekking tot het voorgaande overleg gevoerd en

ZIJN OVEREENGEKOMEN ALS VOLGT:

1. De gesponsorde verleent hierbij aan de sponsor, die hierbij van de gesponsorde aanvaardt,
het recht om de hierna gedetailleerd te omschrijven communicatiemogelijkheden van de
gesponsorde, welke voortvloeien uit, casu quo verband houdende met de hiervoor onder a.
bedoelde activiteiten van de gesponsorde, te (doen) gebruiken om de naam, de goederen
en/of de diensten van de sponsor voor de hierna nader te omschrijven periode onder de
aandacht te brengen.
2. Uitdrukkelijk worden deze communicatiemogelijkheden beperkt tot de navolgende: (6)
- a. het (doen) aanbrengen van de bedrijfs-, handels-, product- of merknaam van de
sponsor op:
- de wedstrijd- en trainingskleding en overige uitrusting van de gesponsorde en/of
uitsluitend te zijnen behoeve functionerende officials, ter grootte van
.....en op de navolgende plaatsen.....;
 - de startnummers van de gesponsorde;
 - de in het kader van de beoefening van de activiteiten noodzakelijk of
gebruikelijke attributen;

alles voor zover daaraan door een organiserende instantie geen beperkingen zijn opgelegd:

- b. de vermelding van de titel "official sponsor" en de bedrijfs-, handels-, product- of merknaam op alle officiële drukwerken vanwege de gesponsorde, zoals posters, persberichten, briefpapier enzovoorts;
- c. de toestemming voor het openbaar maken en verveelvoudigen door de sponsor van afbeeldingen van de gesponsorde in het kader van diens activiteiten als in de aanhef van deze overeenkomst onder a. bedoeld, voor zover de sponsor hiervan gebruik wenst te maken ten behoeve van onder meer radio, televisie, video, film of drukwerk, in de meest ruime zin des woords; (7)
- d. de toestemming tot het gebruik van de naam van de gesponsorde in het kader van de hiervoor onder c. bedoelde activiteiten en ten behoeve van onder meer de onder c. genoemde media;
- e. de verschijning van de gesponsorde bij en overigens de medewerking van de gesponsorde aan die activiteiten, waaraan de sponsor in het kader van zijn PR-beleid deelneemt, al of niet in het kader van de activiteiten van de gesponsorde als in de aanhef van deze overeenkomst onder a. bedoeld, uitsluitend voor zover daardoor de voorbereiding van en de deelneming van gesponsorde aan zijn activiteiten niet wordt verstoord; (8)
- f. (overige)

-
3. Deze overeenkomst is aangegaan voor de tijd van jaar, ingaande en eindigende
- Partijen hebben de intentie hun samenwerking, zoals in deze overeenkomst voorzien, na afloop van de genoemde termijn voort te zetten. Omtrent deze beoogde voortzetting zullen partijen uiterlijk vier maanden voor de afloop van de genoemde termijn met elkaar in contact treden. Wanneer daartoe gevoerde onderhandelingen niet uiterlijk drie maanden voor de afloop van de genoemde termijn tot overeenstemming over voortzetting hebben geleid, zijn partijen vrij zich met derden ter zake van sponsoring te verbinden.
4. Beëindiging van deze overeenkomst tijdens de looptijd is door partijen uitgesloten, echter met dien verstande dat de wederpartij, zijnde de meest gerede partij, te allen tijde het recht heeft de overeenkomst te beëindigen, indien:
- a. de sponsor faillieert, aan deze surséance van betaling wordt verleend, deze wordt geliquideerd casu quo komt te overlijden;
 - b. de gesponsorde gedurende een periode van meer dan zes maanden niet in staat is zijn activiteiten als in de aanhef van deze overeenkomst onder a. bedoeld op het beoogde niveau te verrichten, een en ander conform de jaarplanning, zoals hierna onder 11 te omschrijven; (9)
 - c. de gesponsorde zich, in strijd met het hierna in 13 bepaalde of in strijd met de binnen het kader van het activiteitengebied van de gesponsorde algemeen aanvaardbare normen, zodanig gedraagt of heeft gedragen, dat in redelijkheid van de sponsor niet kan worden gevergd de onderhavige overeenkomst te laten voortduren, een en ander in verband met het feit dat door dit gedrag van de gesponsorde het door de sponsor beoogde doel van de overeenkomst niet of nauwelijks bereikbaar wordt; (10)
 - d. de gesponsorde op grond van gewijzigde afspraken of reglementen van overkoepelende instanties niet (meer) gerechtigd is om de bij het aangaan van de overeenkomst overeengekomen communicatiemogelijkheden te gebruiken, zodat daardoor de communicatieve mogelijkheden van de sponsor in belangrijke mate worden verminderd.
- Deze bepaling is niet van toepassing indien een of meer van de overeengekomen communicatiemogelijkheden in een incidenteel geval niet kan worden gebruikt in verband met het verbod van een organiserende instantie.
- Tussentijdse opzegging dient schriftelijk en aangetekend te geschieden onder vermelding van de gronden waarop deze opzegging is gebaseerd.
- De opzeggende partij dient een opzegtermijn in acht te nemen van vier weken, ingaande de dag dat het aangetekend schrijven voor het eerst aan de wederpartij door de bezorgende instantie wordt aangeboden.

Tot aan de door de bedoelde opzegging bereikte einddatum van deze overeenkomst blijven partijen hun verplichting nakomen, tenzij zij daartoe niet langer in staat zijn. In dat geval vervalt ook de verplichting voor tegenprestatie.

Reeds betaalde of verschuldigde termijnbetalingen worden niet tussen partijen verrekend. (11)

5. De sponsor mag de communicatiemogelijkheden als onder 2. genoemde aanwenden vanaf het moment dat de desbetreffende communicatiemogelijkheid ter beschikking van de gesponsorde en/of de sponsor staat, afhankelijk van de aard van de communicatiemogelijkheid en (indien nodig) in onderling overleg.
De sponsor is niet gerechtigd om na het einde van de onderhavige overeenkomst nog in enigerlei vorm napubliciteit te verwerven.
De sponsor is verplicht alle onder verantwoordelijkheid van de sponsor vervaardigde communicatiemiddelen direct na beëindiging van de overeenkomst te (doen) vernietigen. (12)
6. De rechten van de sponsor, voortvloeiende uit deze overeenkomst hebben, met inachtneming van het bepaalde in 14, uitsluitend betrekking op de navolgende branche(s), producten, handelsnaam en merken:
 - a.
 - b.(13)
7. De sponsor verplicht zich tot: (14)
 - a. betaling van een bedrag van €
(zegge:.....)
in contanten, exclusief omzetbelasting, per jaar, als bijdrage in de kosten van gesponsorde bij de uitoefening van diens activiteiten.
Dit bedrag wordt in vier driemaandelijks termijnen voldaan, waarbij de eerst termijn vervalt op de tweede termijn drie maanden daarna en zo vervolgens; (15)
 - b. het leveren van de navolgende diensten en het beschikbaarstellen van het navolgende materiaal ten behoeve van de gesponsorde, te weten:
.....(16)
 - c. (overige)
De gesponsorde zal vooralsnog geen nota zenden met daarop gespecificeerd een bedrag aan door te berekenen omzetbelasting, doch behoudt zich het recht voor in een later stadium een daartoe geëigende nota aan de sponsor te zenden en door deze te laten betalen, onder aftrek van gedane voorschotten, indien de gesponsorde over het sponsorbedrag omzetbelasting verschuldigd zal zijn.
8. Alle kosten verbonden aan het gebruik van de (rechten op) communicatiemogelijkheden als hiervoor onder 2 gemeld, komen voor rekening van de sponsor.
9. Voor zover de sponsor zich verbindt of zich nog zal verbinden tot het verstrekken van geldbedragen voor bepaalde extra activiteiten van de gesponsorde, zal dit in nauw overleg met het gesponsorde gebeuren. de gesponsorde zal deze bedragen slechts mogen besteden, nadat de sponsor de desbetreffende uitgaven heeft goedgekeurd.
10. De gesponsorde zal eraan meewerken, dat de sponsor optimaal gebruik kan maken van de hiervoor omschreven communicatiemogelijkheden en zal daartoe contact blijven onderhouden met een door de sponsor aan de gesponsorde bekend te maken persoon.
Indien de sponsor dit wenst, zal de gesponsorde over de wijze waarop de gesponsorde de bedrijfs-, product-, handels- of merknaam van de sponsor naar buiten brengt, vooraf overleg plegen met de sponsor of met een door de sponsor daartoe speciaal aangewezen derde (communicatiedeskundige).
De gesponsorde zal zijn relatie met de sponsor slechts naar buiten brengen in het kader van diens in de aanhef onder a. genoemde activiteiten, tenzij de sponsor anders verlangt en binnen de periode waarin de sponsor gerechtigd is tot de in deze overeenkomst omschreven communicatiemogelijkheden.
Onder het naar buiten brengen van zijn relatie met de sponsor wordt mede begrepen het (blijven) gebruik maken door de gesponsorde van de in het kader van deze overeenkomst bedoelde, door de sponsor ter beschikking gestelde, communicatiemogelijkheden, voor zover daarop de naam van de sponsor is vermeld.

11. De gesponsorde is verplicht om zijn activiteiten zo optimaal mogelijk te verrichten met inachtneming van de nationale en internationale afspraken casu quo reglementen welke hierbij eventueel van kracht zijn.
De gesponsorde dient ervoor te zorgen, voor zover dit binnen zijn vermogen ligt, dat zijn jaarplanning ten behoeve van de voorbereiding en uitvoering van zijn activiteiten zodanig wordt vastgesteld, dat zowel voor de sponsor als de gesponsorde zelf het nuttig effect en het te behalen resultaat zo groot mogelijk is.
Van eventuele wijzigingen in deze jaarplanning zal de gesponsorde de sponsor tijdig in kennis stellen.
12. De gesponsorde zal er naar streven, dat er aan zijn activiteiten een zo groot mogelijke bekendheid wordt gegeven. Met name wordt hierbij gedacht aan publiciteit via televisie, radio en gedrukte media.
De gesponsorde garandeert de sponsor dat noch hijzelf noch de uitsluitend te zijnen behoeve functionerende officials in het kader van de uitvoering van de activiteiten van gesponsorde betrokken zullen zijn of zullen worden bij reclameactiviteiten ten behoeve van bedrijven in de in zes aan de sponsor toegezegde branche(s).
13. Onverminderd het overigens in deze overeenkomst bepaalde draagt de gesponsorde er zorg voor, dat elk optreden door of namens hem in het openbaar, in welk verband ook, voldoet aan de eisen van representativiteit. De gesponsorde zal zich dan ook onthouden van gedragingen ten gevolge waarvan de sponsor in zijn goede naam en zijn communicatieve belangen wordt geschaad.
14. De gesponsorde heeft op dit moment overeenkomsten van sponsoring gesloten met of heeft rekening te houden met door derden gesloten en extern opgelegde sponsorcontracten: (17)
 - a. voor de branche
.....
 - b. (overige).....
en zal gerechtigd zijn tot het sluiten van nog meer overeenkomsten van sponsoring in niet aan (een) sponsor(s) toegekende branche(s) , doch niet meer dan tot een totaal aantal vansponsors, met een qua communicatiemogelijkheden gelijk belang.
(18)
15. De gesponsorde zal de sponsor op de hoogte houden van de gang van zaken met betrekking tot zijn activiteiten als in deze overeenkomst bedoeld, zodat de sponsor zo goed mogelijk zal kunnen inspelen op de positieve effecten of de negatieve effecten daarvan en het gebruik van de communicatiemogelijkheden daaraan zal kunnen aanpassen.
16. Het is noch de sponsor noch de gesponsorde toegestaan de rechten uit deze overeenkomst geheel of gedeeltelijk over te dragen aan derden.
17. Het is de sponsor niet toegestaan om met betrekking tot de in de aanhef van deze overeenkomst onder a. bedoelde activiteiten, andere overeenkomsten van sponsoring aan te gaan zonder voorafgaande goedkeuring van de gesponsorde.
De sponsor is op dit moment aan geen zodanige overeenkomst gebonden. (19)
18. In geval van niet-nakoming door een van de partijen van een of meer verplichtingen krachtens deze overeenkomst of de wet op haar rustende, heeft de wederpartij het recht om na ingebrekestelling in rechte te vorderen dat de overeenkomst zal worden ontbonden, onverminderd het recht van de wederpartij om nakoming van de overeenkomst en/of schadevergoeding te vorderen.
19. Na beëindiging van deze overeenkomst, uit welke hoofde ook, zal het partijen niet langer zijn toegestaan om rechten, welke ieder van hen aan deze overeenkomst kon ontleen, speciaal met betrekking tot het gebruik van de naam of de activiteiten casu quo het bedrijf van de wederpartij, op enigerlei wijze uit te oefenen.
20. Alle geschillen welke mochten ontstaan naar aanleiding van de onderhavige overeenkomst, of wel uit nadere overeenkomsten welke hieruit voortvloeien, zullen met uitsluiting van de

gewone rechten worden beslecht door de Arbitrage Commissie Sportsponsoring, zoals omschreven in het reglement van deze commissie, ingesteld door de NOC*NSF en de Vereniging Sportsponsoring Nederland (VSN), welke laatste organisatie per 31 december 1988 is opgegaan in het Genootschap voor Reclame.

Een geschil wordt geacht aanwezig te zijn zodra een der partijen dit bij deurwaardersexploot of aangetekend schrijven aan de wederpartij meedeelt.

Het geschil wordt aanhangig gemaakt op de wijze als in genoemd Arbitragereglement nader omschreven. (20)

21. Op deze overeenkomst is Nederlands recht van toepassing.
22. Van deze overeenkomst zal door partijen slechts schriftelijk kunnen worden afgeweken. Aanvullingen dienen schriftelijk tussen partijen te worden vastgelegd.
23. Op deze overeenkomst zijn van toepassing de nationale en internationale afspraken casu quo reglementen van de eventuele overkoepelende nationale en internationale organisaties, nu de gesponsorde daaraan als deelnemer is gebonden.
De sponsor zal desgewenst een exemplaar van deze reglementen ontvangen, doch wordt in ieder geval geacht met deze reglementen bekend te zijn. Voorts is de sponsor bekend met de nationale en internationale regels van respectievelijk de Nederlandse Overheid (althans het desbetreffende Ministerie) en de European Broadcasting Union betreffende (sluik) reclame bij televisie uitzendingen.
Alle genoemde en bedoelde regelingen worden geacht deel uit te maken van de onderhavige overeenkomst. (21)
24. Indien krachtens een van de onder 23 genoemde regelingen op de onderhavige overeenkomst goedkeuring vereist is van (een) derde(n), wordt deze overeenkomst aangegaan onder de opschortende voorwaarde, dat uiterlijk op.....
deze goedkeuring zal zijn verleend.

Aldus opgemaakt en getekend te op
.....

GESPONSORDE

SPONSOR

Toelichting bij modelcontract Sponsoring van een privé-persoon

De onderstaande nummering volgt de nummering in de tekst van de modelovereenkomst.

1. Dit modelcontract kan gebruikt worden in geval van sponsoring zowel van een sportbeoefenaar als van een privé-persoon. Het gaat dan om de vraag of de gesponsorde iets kan bijdragen aan het PR-beleid van de sponsor en/of de sponsor dit als zodanig (h)erkent. Er kan daarbij gedacht worden aan de sponsoring van een individueel sportbeoefenaar, die vanwege de vereniging of bond waarbij hij is aangesloten geen of te weinig ondersteuning ontvangt. Ook kan gedacht worden aan de musicus die gekozen heeft om zelfstandig iets aan te pakken, of een zodanig instrument dient te bespelen, dat daaraan grote, voor hem niet op te brengen kosten verbonden zijn.
Waarom zou ook een kunstschilder zich niet op enigerlei wijze kunnen laten sponsoren? Dit is in het verleden vaak op persoonlijke titel gebeurd, zij het niet door bedrijven, maar door privé-personen. Daarbij valt te denken aan de broer van Vincent van Gogh, die op dat moment volstrekt onverkoopbare werken van de later wereldberoemde meester heeft aangeschaft om daarmee zijn broer Vincent het idee te geven met iets belangrijks bezig te zijn.
Bij het opstellen van de overeenkomst is uitgegaan van de opbouw zoals die ook in het modelcontract Sponsoring van ene evenement is gebruikt
Daarnaast wordt als uitgangspunt gehanteerd dat het een contract is voor één jaar of langer. Denkbaar is dat het contract slechts gaat om de voorbereiding van een bepaalde éénmalige activiteit of een beperkt aantal activiteiten van een zelfde soort (bijvoorbeeld een bepaald toernooi, een aantal muziekuitsvoeringen, het maken van een schilderij of beeld) in welk geval in het op te maken contract een aantal bepalingen uit modelcontract I dienen te worden overgenomen. In dat geval is extern advies gewenst om problemen in een later stadium te voorkomen. Het is moeilijk om uitgaande van twee modelcontracten de juiste bepalingen uit de beide contracten over te nemen en vervolgens andere te schrappen.
2. Bij het opmaken van het contract is uitgegaan van de gedachte dat de privé-persoon meerderjarig (dus ouder dan 18 jaar) en zelf contractant is. In de meeste gevallen is dat zo. Indien de privé-persoon nog minderjarig is, zal de overeenkomst te zijnen behoeve moeten worden gesloten door zijn wettelijke vertegenwoordiger(s), in de meeste gevallen de ouders. De overeenkomst dient dan verder te worden aangepast.
Er zijn echter ook andere mogelijkheden. De privé-persoon zou te zijnen behoeve een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid kunnen oprichten, ten doel hebbende de exploitatie van zichzelf (ook wel eens genoemd: "filmstervenootschap"). De privé-persoon staat op de loonlijst en ontvangt het salaris, dat hij nodig heeft om in zijn levensonderhoud te voorzien. De overige kosten verbonden aan het uitoefenen van de activiteiten van de privé-persoon komen als bedrijfskosten ten laste van de vennootschap.
Ook kan gedacht worden aan de oprichting van een stichting die ten doel heeft de privé-persoon bij het uitoefenen van zijn activiteiten te ondersteunen. Eventueel kan de privé-persoon daarbij op de loonlijst worden geplaatst.
Belangrijk bij de oprichting van de stichting is dat deze niet ten doel mag hebben de uitkering van gelden aan oprichters. Een duidelijke scheiding tussen doelgroep (de privé-persoon) en het bestuur van de stichting is noodzakelijk om te voorkomen dat de constructie (bijvoorbeeld door de fiscus) wordt aangetast.
Het tussenschuiven van een rechtspersoon wordt gebruikt in situaties waarin meer dan één sponsor is en de bijdragen van de sponsor of de overige inkomsten van de privé-persoon zodanig zijn dat er elk jaar geld wordt overgehouden. Teneinde te voorkomen dat met de fiscus tegen een (naar kan worden aangenomen) behoorlijk tarief moet worden afgerekend, blijven de gelden op deze wijze buiten directe invloed van de privé-persoon en kan deze laatst de gelden in een later stadium gebruiken.
In de besloten vennootschap of de stichting kunnen ook eventuele royalty worden ingebracht, zodat de privé-persoon na het einde van zijn carrière, bij het overigens verminderen van de inkomsten van de rechtspersoon, toch de opgespaarde gelden kan aanwenden ter bestrijding van kosten, al dan niet ten behoeve van levensonderhoud.

Voordat besloten wordt om van een dergelijke constructie gebruik te maken, is deskundig advies van een (fiscaal) jurist noodzakelijk, terwijl tevens door vooroverleg met de fiscus uitvoeringsproblemen kunnen worden voorkomen.

Bij het gebruik van een rechtspersoon als contractant wordt met betrekking tot toestemmings- of besluitvormingsvereisten verwezen naar het daartoe bepaalde in de Toelichting bij het modelcontract Sponsoring van een evenement, nummer 1.

3. In het model is uitgegaan van de gedachte dat de sponsor een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (BV) is. De sponsor kan natuurlijk ook een andere rechtsvorm hebben.
Een zelfde onderzoek naar bevoegdheden is nodig als onder 1 van de toelichting bij het modelcontract Sponsoring van een evenement gemeld. Daarnaast kan het van belang zijn dat voordat het contract getekend wordt, nog even, tegen een kleine vergoeding, in het Handelsregister te (laten) kijken, dat gehouden wordt door de Kamer van Koophandel en Fabrieken van de plaats waar de sponsor is gevestigd.
De naam van diegene die het contract tekent, moet in het door het Handelsregister af te geven uittreksel opgenomen zijn, anders kan het contract ongeldig zijn.
4. Het is verstandig om in een contract betreffende sponsoring zoveel mogelijk nauwkeurig te regelen, zodat beide partijen precies weten waar ze aan toe zijn. Daarom is het belangrijk te weten in welke branche de gesponsorde actief is en op welk niveau. Dit modelcontract moet door partijen zelf op dit punt verder worden aangepast.
5. In dit modelcontract wordt er van uitgegaan dat de gesponsorde het recht heeft om overeenkomsten van sponsoring te sluiten.
Dat is niet altijd zo. Soms worden door nationale of internationale organisaties bepaalde afspraken of reglementen gemaakt die deze bevoegdheid beperken. Met name geldt dit bij evenementenorganisaties, waarbij de evenementen aan derden worden uitgegeven, onder voorbehoud van marketingrechten door de uitgevende partij. De organisator van het evenement ontvangt dan een financiële compensatie, maar moet werken met sponsors die dan “van bovenaf” worden opgelegd. Bij de inschrijving voor zo’n evenement wordt dan door de organisator bepaald dat het deelnemers verboden is om (andere) sponsorruitingen te dragen.
Ook worden zulke beperkingen regelmatig opgelegd aan de gesponsorde door de uitzendende organisatie, bijvoorbeeld een sportbond, een dansgroep of een orkest, omdat die uitzendende organisatie voor de gehele groep een overallcontract heeft afgesloten. Daarin past geen privé-sponsor.
De sponsorruitingen kunnen in dat geval slechts betrekking hebben op algemene vormen van publiciteit of publiciteit bij de voorbereiding van een “verboden” evenement en bij zogenaamde “vrij” evenementen.
Het verdient dus aanbeveling om voorafgaande aan de onderhandelingen met de sponsor goed na te gaan of de gesponsorde zelf deze rechten heeft of dat met derden rekening moet worden gehouden. Dit is van belang om acties wegens wanprestatie met eventueel vordering van schadevergoeding te voorkomen. Om van de vervelende publicitaire gevolgen niet te spreken. Zie hiervoor ook 23 in het modelcontract.
6. In dit artikel wordt een aantal voorbeelden gegeven. Er zijn ongetwijfeld meer voorbeelden te geven indien creatief wordt gedacht. Het is van belang om de diverse communicatiemogelijkheden weer te geven en ook wie de kosten daarvan draagt, zodat noch de gesponsorde noch de sponsor in een later stadium voor verrassingen komt te staan. Door het opstellen van verschillende sponsorpakketten kan een gesponsorde bepaalde rechten uitsluitend aan een bepaalde groep sponsors geven en andere rechten aan een andere groep. Voor sommige communicatiemogelijkheden zal toestemming van derden vereist zijn. Zie ook 5 hiervoor.
7. Uitdrukkelijk is hier, maar ook in 2d. van het modelcontract, gekozen voor het uitgangspunt dat het gaat om afbeeldingen van de gesponsorde en om de naam van de gesponsorde in relatie tot zijn activiteiten. Dit om misbruik van de gesponsorde door de sponsor te voorkomen. De onderhavige tekst is uitsluitend opgenomen om te voorkomen dat er niets over wordt

geregeld, hetgeen dan uitvoeringsproblemen zou kunnen geven in relatie tot 2e. van het modelcontract.

8. Zie ook 7 hiervoor. Het is aan te bevelen dit vooraf te bespreken en in de jaarplanning op te nemen. Ook kan worden afgesproken dat niet alleen de voorbereiding van en de deelneming van gesponsorde aan zijn activiteiten niet mag worden verstoord, maar dat de gesponsorde ook een bepaalde tijd tevoren moet vernemen wanneer hij moet verschijnen of mee moet werken, bij gebreke waarvan de gesponsorde ontheven is van zijn verplichtingen. Indien toch nog problemen ontstaan, geldt de arbitrageclausule als opgenomen onder 20 van het modelcontract.
9. De kans is terdege aanwezig, dat de gesponsorde gedurende een langere periode niet in staat is om de prestaties te verrichten die de partijen hebben beoogd bij het aangaan van de overeenkomst. Het zou niet redelijk zijn om vast te houden aan een contract voor drie jaar, indien twee maanden na het sluiten van de overeenkomst de gesponsorde een auto-ongeluk krijgt, met het gevolg dat hij lange tijd niet of zelfs helemaal niet meer kan presteren. Gekozen is voor een periode van zes maanden, maar dat kan elke andere termijn zijn. Is de looptijd van de overeenkomst langer dan een jaar, dan is het redelijk hier een langere termijn van inactiviteit te nemen. Is de looptijd korter dan een jaar dan kan een kortere periode worden genomen. Tenslotte kan het hier ook nog uitmaken of de prestatie van de gesponsorde het hele jaar door moet worden verricht of dat dit slechts gedurende bijvoorbeeld een bepaald seizoen noodzakelijk is. Te denken valt aan een ernstige blessure die een marathonschaatser oploopt in de maand februari, dus vrijwel aan het eind van het seizoen. Als er sprake is van een jaarcontract met termijnbetalingen is er in dat geval geen reden om de zomer niet door te betalen indien de zomer ook nog onderdeel is van deze contracttermijn. De jaarplanning is belangrijk omdat door deze planning partijen aangeven wat zij denken dat gerealiseerd kan worden. Dit om in geval van problemen en daarop volgende arbitrage, de arbiter(s) aan te reiken wat beide partijen haalbaar hebben geacht.
10. Een sponsorovereenkomst wordt gesloten met het oog op bepaalde verplichtingen die moeten worden nagekomen, zowel door de sponsor (betalen) als door de gesponsorde (presteren). In 9 van de toelichting is al iets geschreven met de betrekking tot een bepaalde kant van de prestaties van de gesponsorde. Niet minder belangrijk is de in 4c. van het modelcontract omschreven kant van zijn prestaties. Het gaat niet aan dat de gesponsorde zich zou misdragen jegens rivalen, pers, sponsor, of andere personen of instanties. Er is dan sprake van wanprestatie. Dit kan ver gaan. Door de dopingaffaire rond de atleet Ben Johnson tijdens de Olympische Spelen in 1988 in Seoul is een aantal zeer lucratieve sponsorcontracten door de sponsors eenzijdig opgezegd, op grond van een soortgelijke clausule. De sponsors gingen er namelijk van uit dat de naam "Ben Johnson" door het overgrote deel van de doelgroep van de sponsors niet meer zou worden verbonden aan de (goede) kwaliteit van het door de sponsor vervaardigde of verkochte product, maar met deze dopingaffaire. In het modelcontract is bewust gekozen voor de woorden: "in redelijkheid van de sponsor niet kan worden geveerd" en "niet of nauwelijks bereikbaar wordt" om daarmee te voorkomen dat de sponsor al te makkelijk de overeenkomst kan opzeggen. Ook een andere vorm van wanprestatie wordt met deze clausule gedekt, namelijk het nalaten van de gesponsorde om te doen wat hij heeft afgesproken te zullen doen. Dit kan zijn: nalaten te trainen voor een bepaald evenement, het zonder goede reden afzeggen van een bepaald evenement, het aannemen van een (in zijn geval) zodanige levensstijl dat terecht getwijfeld kan worden aan de haalbaarheid van de in de jaarplanning opgenomen activiteiten of prestaties.
11. Het kan natuurlijk ook anders. Een en ander is sterk afhankelijk van de duur van de overeenkomst en de frequentie van de betaaltermijnen. Indien er sprake is van betalingen op een over de gehele sponsorperiode uitgespreid activiteitschema, kan ook een bepaling worden opgenomen op grond waarvan de sponsorbijdrage slechts voor een evenredig deel verschuldigd is, te weten over de verstreken looptijd in relatie tot de totale contractduur.

Indien de sponsorbijdrage met name bedoeld is ter bestrijding van kosten en de kosten vallen vooral in de periode na de ontbinding van de overeenkomst, zou een evenredigheidsclausule als hiervoor bedoeld, weer al te voordelig voor de gesponsorde uitpakken.

Hierin wordt geadviseerd de sponsorbijdrage goed uit te splitsen in enerzijds een vergoeding voor echte kosten en anderzijds een "honorarium" voor de prestatie van de gesponsorde, zodat bij tussentijdse beëindiging van de overeenkomst duidelijkheid bestaat over wat partijen elkaar nog verschuldigd zijn.

12. Deze bepaling spreekt voor zich en is uitsluitend opgenomen, omdat de werkelijkheid wel eens anders is. In minder strikt geformuleerde sponsorovereenkomsten wordt aan dit punt geen aandacht besteed en dit kan leiden tot voor de gesponsorde of zijn nieuwe sponsor vervelende aspecten. Zo werd eens door de voormalige sponsor van een ploeg geruime tijd na beëindiging van het contract nog PR bedreven met materialen die hij had overgehouden uit zijn sponsorperiode. Vervelende bijkomstigheid was dat deze voormalige sponsor het zo "voorzichtig" deed dat kwade trouw ten opzichte van de nieuwe sponsor moeilijk te bewijzen viel en een eventuele procedure weer zoveel "bad publicity" zou brengen dat de nieuwe sponsor het er maar bij liet.
Duidelijke gevallen van een dergelijk misbruik zullen in geval van een gerechtelijke procedure wel worden afgestraft, al dan niet met schadevergoeding.
Voorkomen is echter beter dan genezen.
13. In verband met het daartoe in het modelcontract bepaalde dient de exclusiviteit van de sponsor te worden gewaarborgd.
Het is mogelijk met de sponsor af te spreken dat er maar één sponsor is. Het modelcontract dient dan op dit punt te worden aangepast. Meestal wordt echter met een sponsor één branche afgesproken, waarbinnen de gesponsorde niet met een concurrerend bedrijf in zee kan gaan.
Echter, indien (bij deelname van de gesponsorde aan een evenement) dit evenement wordt georganiseerd met toestemming van en onder voorbehoud van (bepaalde) rechten van sponsoring door een overkoepelende organisatie, dan kan dit problemen geven. Bijvoorbeeld, veel sportbonden sluiten voor hun nationale teams of door hen uit te zenden groepen personen, meerjarige overeenkomsten van sponsoring. Zie hiervoor ook het bepaalde bij 5 in deze toelichting.
Bij grote bedrijven is het zinvol om een specifieke groep producten aan te geven en de communicatiemogelijkheden aan te passen. Een bedrijf als Philips is zo groot, dat het geen zin heeft de volgende bepaling op te nemen: "Het zal de organisatie verboden zijn om sponsorovereenkomsten te sluiten met bedrijven die door de sponsor als concurrent worden ervaren."
Men zal bijvoorbeeld moeten kiezen voor het onderdeel "televisies en video" of "hifi-apparatuur" of "huishoudelijke apparaten" of "computers", waarschijnlijk afhankelijk van de soort van activiteiten van de gesponsorde. Onderhandelingen op dit punt vergen veel energie en eisen nauwkeurigheid.
14. In de toelichting onder 6 werd reeds aangegeven dat men niet specifiek genoeg kan zijn. Dit geldt ook voor de verplichtingen van de sponsor. Er zijn veel mogelijkheden, waarbij eventuele fiscale consequenties (omzetbelasting, loonbelasting, premieheffing) niet moeten worden vergeten. Het is zowel voor de sponsor als voor de gesponsorde van belang zich hieromtrent in een vroeg stadium door deskundigen te laten voorlichten, omdat de gevolgen zeer verstrekkend kunnen zijn.
Hierbij is het van belang of de betaling slechts een vergoeding van specifieke kosten betreft of ook een "honorarium", althans een méérbetaling. (Zie hiervoor ook 11 van deze toelichting)
De betaling aan de gesponsorde kan op verschillende wijzen geschieden, bijvoorbeeld:
 - a. Soms wordt gebruik gemaakt van een dienstverband bij de sponsor voor een gelijke periode als de sponsorperiode. De gesponsorde krijgt een vast salaris en kan daarvan leven. De gesponsorde is verzekerd tegen ziekte en arbeidsongeschiktheid en krijgt soms de gelegenheid om zich bij het bedrijf van de sponsor te oriënteren op zijn maatschappelijke toekomst. (Zie ook het geval van de contractant/rechtspersoon in 2 van deze toelichting)
 - b. Soms krijgt de gesponsorde het geld door de sponsor overgemaakt, zonder dat aan fiscale zaken veel aandacht wordt geschonken.

c. Soms stuurt de gesponsorde hem een (BTW) factuur.

Indien een gesponsorde slechts één sponsor heeft en de gesponsorde ontvangt zodanige bedragen dat hij daarvan kan leven en er bestaat een hecht sponsorcontract met arbeidsrechtelijke kenmerken, dan kan door fiscus of bedrijfsvereniging een gezagsverhouding tussen partijen worden aangenomen, met als gevolg dat de overeenkomst tussen partijen kan worden gekwalificeerd als een arbeidsovereenkomst.

Indien een gesponsorde meer sponsors heeft, kan hij van zijn in verband hiermee te verrichten PR-activiteiten een onderneming maken en zich laten inschrijven als éénmanszaak in het Handelsregister bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken waaronder zijn woonplaats ressorteert.

De sponsor kan in het kader van de sponsorovereenkomst ook nog andere voorwaarden stellen aan de gesponsorde.

Het is niet ongebruikelijk de sponsor het recht te geven de financiën van de gesponsorde zowel in begroting als bij nacalculatie te bezien, maar dit hangt natuurlijk af van de hoogte van de bijdrage van de sponsor ten opzichte van het totale financiële plaatje van gesponsorde.

Op welke momenten (termijn) betalingen moeten worden voldaan, wordt overgelaten aan de contractpartners. De sponsor zal zo laat mogelijk willen betalen, de gesponsorde zal vooruitbetaling in een zo vroeg mogelijk stadium willen.

Indien betalingen in veel deeltermijnen geschieden en de sponsorbijdrage hoog is, is het aan te bevelen de sponsor een bankgarantie te laten stellen tot zekerheid voor de nakoming van zijn verplichtingen.

Indien het een meerjarig contract betreft, dient ook het bedrag van de volgende jaren te worden bepaald. Wellicht mede via een bepaling omtrent indexering van het sponsorbedrag. Het is gevaarlijk dit punt open te laten, omdat men dan in de veronderstelling leeft een overeenkomst tot sponsoring te hebben die echter, door de mogelijke negatieve uitkomst van onderhandelingen over de hoogte van nieuwe bijdragen, niet veel waard blijkt te zijn.

Het is meestal niet zeker of de gesponsorde BTW-plichtig is of niet. Om die reden is in het modelcontract een bepaling daarover opgenomen. Het sponsorbedrag zou wel eens achteraf "inclusief omzetbelasting" kunnen zijn en dat scheelt de gesponsorde veel geld. Vooroverleg met de fiscus kan gewenst zijn.

16. Indien de sponsor ook diensten en goederen levert, dienen hierover tussen partijen goede afspraken te worden gemaakt.

Partijen hebben dan namelijk dringend behoefte aan afspraken betreffende de voorwaarden waaronder van de dienst gebruik kan worden gemaakt, zowel over:

- het gebruik van de ter beschikking gestelde goederen;
- de verzekering van het goed;
- het gebruik van dat goed door de gesponsorde zelf;
- het onderhoud en de reparaties;
- eventuele overige kosten verbonden aan het gebruik van de goederen;
- het verbod om de goederen aan derden in gebruik af te staan;
- het verstrekken van een koopoptie aan de gesponsorde om bepaalde goederen aan het einde van de contractperiode van de sponsor over te nemen tegen een bepaalde prijs;
- enzovoorts

Het leveren van goederen en van diensten kan gevolgen hebben voor de heffing van omzetbelasting. Ook op dit punt is advies wenselijk over de wijze van kapitaliseren van hetgeen op deze wijze verstrekt is.

17. Teneinde de sponsor zo goed mogelijk te informeren over zijn positie ten opzichte van de gesponsorde is de onderhavige clause in het contract opgenomen. Zie ook de nummers 5, 6 en 13 van deze toelichting.

18. Deze bepaling dient te worden gewijzigd indien de sponsor exclusief sponsor van de gesponsorde wil zijn, althans indien het de gesponsorde verboden wordt om zelf meer dan één sponsor te hebben. Zie hiervoor ook de opmerking onder 17.

19. Het kan van belang zijn voor de gesponsorde, om binnen zijn activiteitengebied de enige te zijn die door de sponsor wordt ondersteund. Het geeft een statusverhogend effect, het PR-beleid van de sponsor wordt op dit punt niet versnipperd over meer gesponsorde, er is wellicht meer geld voor de gesponsorde alleen dan in geval van meer gesponsorde enzovoorts.
20. Hoe duidelijk een overeenkomst ook is, de kans op geschillen bestaat altijd. Een gerechtelijke procedure is niet aan te bevelen, omdat dit uit het oogpunt van publiciteit minder gewenst is, vaak veel tijd kost en omdat de materie specifiek is. Daarom hebben destijds de Nederlandse Sport Federatie (NSF) en de Vereniging Sportsponsoring Nederland (VSN) een Arbitrage-instituut voor sportsponsoring opgericht, waarin als "rechters" (arbiters genaamd), specialisten op het gebied van sponsoring zitten, zowel van de zijde van de sport als van de zijde van de reclame. Het Arbitragereglement van deze Arbitrage Commissie Sportsponsoring is in deel N5200 van dit handboek opgenomen met toestemming van de partners bij dit Arbitrage-instituut (NSF en VSN). Indien de overeenkomst géén sportevenement is, kan toch gekozen worden voor een geschillenbeëindiging via arbitrage. Ook in dat geval kan gekozen worden voor de Arbitrage Commissie Sportsponsoring. Indien in dat geval níet voor de Arbitrage Commissie Sportsponsoring wordt gekozen, kan de volgende tekst in de overeenkomst worden opgenomen:
- 17.1 Alle geschillen die mochten ontstaan naar aanleiding van de onderhavige overeenkomst, dan wel uit andere overeenkomsten die hieruit voortvloeien, zullen met uitsluiting van de gewone rechter worden beslecht door arbitrage. Daartoe zal een arbitragecommissie worden ingesteld, bestaande uit drie personen, waarbij ieder der partijen een arbiter aanwijst en de beide aldus aangewezen arbiters tezamen een derde arbiter aanwijzen. Een geschil wordt aanhangig gemaakt door de meest gereede partij, door de wederpartij bij aangetekend schrijven daarvan in kennis te stellen. De aanwijzing van de arbiters dient binnen een maand na het ontstaan van het geschil te zijn gerealiseerd. Op de werkwijze van de arbitragecommissie zijn van toepassing de regels voor arbitrages door het Nederlands Arbitrage Instituut, zoals deze ten tijde van het aanhangig maken van het geschil gelden.
- 17.2 De kosten van de arbitrage en van de tenuitvoerlegging van het vonnis komen voor rekening van de verliezende partij, onverminderd de bevoegdheid van de arbitragecommissie een andere kostentoe rekening te doen plaatshebben.
- 17.3 De arbitragecommissie zal binnen een maand na instelling tot een vonnis moeten zijn gekomen, zodat bij het uitwisselen van eventuele conclusies en met het vaststellen van een eventuele comparitie, met de factor tijd rekening moet worden gehouden.
- 17.4 Bij de benoeming van de arbiters dient door beide partijen rekening te worden gehouden met de vereiste deskundigheid van de arbiters in relatie tot het ontstane geschil.

Indien in dat geval wél wordt gekozen voor de Arbitrage Commissie Sportsponsoring en het bestreken activiteitengebied valt niet direct onder de werking van deze commissie, bijvoorbeeld in geval van cultuursponsoring, dan dient men na de in het modelcontract gebruikte tekst een aanvullende bepaling op te nemen voor het geval de Arbitrage Commissie Sponsoring besluit om het geschil niet in behandeling te willen nemen.

Deze bepaling luidt:

"Indien de Arbitrage Commissie Sportsponsoring van oordeel is dat partijen niet zonder meer ontvankelijk zijn en partijen sluiten niet met betrekking tot de onderwerpelijke arbitrage een akte van compromis met een inhoud als door de genoemde Arbitrage Commissie als gewenst wordt beoordeeld, dan geldt het navolgende

(waarbij de hiervoor sub 17.1 tot en met 17.4 genoemde tekst letterlijk wordt overgenomen).

21. In 5 van deze toelichting werd reeds aandacht besteed aan de mogelijkheid dat een organisator van een evenement rekening moet houden met de eisen van de nationale of internationale overkoepelende organisatie. Ook de sponsor moet op de hoogte zijn van deze regelingen in het geval dat de gesponsorde zal deelnemen aan een evenement, zodat de

sponsor in een later stadium, bij minder positief effect voor de sponsor dan was beoogd, geen verhaal kan halen bij de gesponsorde.

Het kan van belang zijn deze regelingen aan de te sluiten overeenkomst te hechten.

Het blijft ook mogelijk naar deze regelingen te verwijzen en uitdrukkelijk in de overeenkomst op te nemen dat de sponsor deze regelingen zegt te kennen.

Het is van belang dat de sponsor op de hoogte is van de beperkte maatregelen van de Nederlandse Overheid, die, op grond van de thans bestaande regelingen bij onder meer de European Broadcasting Union (EBU), ook door deze laatste organisatie worden overgenomen. Juist omdat in Nederland met betrekking tot sponsoring op televisie veel minder mogelijk is dan in andere landen, moet de sponsor niet kunnen denken dat hij net zoveel publiciteit zal krijgen als bijvoorbeeld een sponsor in Spanje of in Italië. Daar kan in dit opzicht veel meer.

Indien men als gesponsorde bij deelname aan een evenement georganiseerd in Nederland geconfronteerd wordt met de verplichtingen van een EBU-contract van de evenementorganisatie dan is overleg in een vroeg stadium met de organisator van belang. Op grond van EBU-afspraken zal de Nederlandse televisie de beelden moeten aanleveren, die vervolgens worden doorgestraald naar Europese landen. Om daarnaast ook uitzending op de Nederlandse televisie te kunnen realiseren, dienen de beelden te voldoen aan (althans niet in te druisen tegen) de regeling betreffende sluikreclame (zie 6 van de toelichting bij het modelcontract Sponsoring van een evenement).

Bij het opstellen van de sponsorpakketten en het sluiten van sponsorovereenkomsten moet met genoemde beperkingen terdege rekening worden gehouden.

De gesignaleerde regelingen in dit artikel kunnen beperkingen inhouden van de vrijheid communicatiemogelijkheden te gebruiken. Voor de vermelding van product- of merknaam geldt vaak een verbod indien het een te algemeen artikel betreft of indien het een artikel betreft waarvan de regeling stelt dat het niet onderwerp van sponsoring, althans niet in de beoogde vorm, kan zijn.