

Adimax GmbH
Esslinger Strasse 12
70182 Stuttgart
Deutschland

Vertreten durch die Moot Court Gruppe 2
Olivier Baum
Wojtek Czok
Christian Kunz
Fabio Versolatto

KLAGEANTWORT

In Sachen

JOHANN MÜLLER
Kläger
vertreten durch die Moot Court Gruppe 3

gegen

ADIMAX GMBH
Beklagte
vertreten durch die Moot Court Gruppe 2

betreffend

Forderung

Rechtsbegehren:

- „1. *Das klägerische Rechtsbegehren Nr. 1 (Feststellungsantrag) sei abzuweisen; stattdessen sei festzustellen, dass der zwischen dem Kläger und der Beklagten geschlossene Sponsoringvertrag vom 26. August 2005 mit Wirkung zum 10. November 2006 aufgelöst worden ist, und der Kläger darum verpflichtet wird, der Beklagten die vereinbarte Vertragsstrafe in der Höhe von 150'000 CHF zuzüglich Zins zu 5% ab dem 11. November 2006 zu bezahlen.*

2. *Das Rechtsbegehren Nr. 3 des Klägers auf Erstattung von 23'169.50 CHF wegen der Behandlungskosten sei vollumfänglich abzuweisen.*

3. *Es sei auf das Rechtsbegehren Nr. 4 des Klägers auf Beseitigung der Veröffentlichungen im Internet nicht einzutreten; eventualiter sei es abzuweisen.*

4. *Das Rechtsbegehren Nr. 2 des Klägers auf Zahlung von 100'000 CHF aufgrund des geltend gemachten Verstosses gegen die Geheimhaltungspflicht sei abzuweisen.*

5. *Es sei der Kläger zu verpflichten, an die Beklagte 35'000 CHF zuzüglich Zins zu 5% ab dem 1. Dezember 2006 wegen entgangenen Gewinns zu bezahlen.*

6. *Es sei der Kläger zu verpflichten, die Kosten des einstweiligen Verfügungsverfahrens vor dem Landgericht Stuttgart (Az. 4 O 513/06) definitiv zu tragen und er sei zu verpflichten die Beklagte für das Massnahmeverfahren mit weiteren 3'095 € zu entschädigen.*

Alles unter Kosten- und Entschädigungsfolgen zu Lasten des Klägers.“

Inhaltsverzeichnis

Literaturverzeichnis.....	IV
Materialienverzeichnis.....	VIII
Entscheidverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis	X
Einleitung.....	1
1. Feststellung der Vertragsauflösung.....	2
1.1. Charakter und Zweck des Sponsoringvertrages.....	2
1.2. Wirksamkeit der Kündigung.....	2
1.2.1 Kündigungsgrund.....	2
1.2.2 Auslegung und Konkretisierung der vertraglichen Leistungspflichten	3
1.2.3 Nichterbringung der vertraglich vereinbarten Leistungen	4
1.3. Einwände des Klägers.....	5
1.4. Keine Verwirkung des Kündigungsrechts	6
1.5. Feststellungsklage	7
1.6. Fazit.....	7
2. Abweisung des Rechtsbegehrens auf Übernahme der Behandlungskosten	8
2.1. Keine vertragliche Haftung.....	8
2.1.1 Anspruchsgrundlage.....	8
2.1.2 Ausgebliebene Mängelrüge.....	8
2.1.3 Kein Werkmangel bzw. keine Vertragspflichtverletzung.....	8
2.1.4 Fehlender Kausalzusammenhang.....	9
2.1.5 Fazit.....	10
2.2. Keine ausservertragliche Haftung nach Produkthaftungspflichtgesetz	10
3. Abweisung des Rechtsbegehrens auf Beseitigung der Internet-Publikationen.....	10
3.1. Fehlende Schiedsfähigkeit	10
3.2. Fehlende Voraussetzungen für einen Beseitigungsanspruch nach Art. 28 ff. ZGB.....	11
3.2.1 Keine Verletzung der Persönlichkeit durch die Publikation	11
3.2.2 Fehlende Widerrechtlichkeit	12
3.2.3 Fehlendes Beseitigungsinteresse.....	13
4. Kein Verstoß gegen die vertragliche Geheimhaltungspflicht	13
4.1. Auslegung der Geheimhaltungsklausel.....	13
4.2. Fehlende Verletzung der Geheimhaltung	15

5.	Erstattung des entgangenen Gewinns in der Höhe von 35'000 CHF	15
5.1.	Lizenzvertragliches Element der Nutzung von Persönlichkeitsgütern	15
5.2.	Anspruch aus Art. 97 Abs. 1 OR	16
5.2.1	Positive Vertragsverletzung	16
5.2.2	Entgangener Gewinn.....	16
5.2.3	Kausalzusammenhang.....	17
5.2.4	Fehlender Exkulpationsbeweis	18
6.	Vollumfängliche Erstattung der Prozesskosten des Massnahmeverfahrens.....	18
6.1.	Anwendbarkeit des IPRG bzgl. der Anerkennung des Entscheides des LG Stuttgart.....	18
6.1.1	Fehlende Anwendbarkeit des LugÜ.....	18
6.1.2	Keine Anerkennung gemäss IPRG	19
6.2.	Anwendbarkeit des schweizerischen Rechts bzgl. Kostenberechnung.....	20
6.3.	Entscheidkompetenz des Schiedsgerichtes bzgl. Parteientschädigung.....	21
6.3.1	Zusammensetzung der Kosten des Schiedsgerichtsverfahrens	21
6.3.2	Kostenverteilungskompetenz	21

Literaturverzeichnis

- BABIN, JENS- UWE
Perspektiven des Sportsponsoring, Sportpsychologie Bd. 2, Diss. Frankfurt 1994, Frankfurt am Main 1995.
- BERGER, BERNHARD/KELLERHALS, FRANZ
Internationale und interne Schiedsgerichtsbarkeit in der Schweiz, Bern 2006.
- BROCKHAUS
Brockhaus, die Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden, Studienausgabe, 20. Auflage, Leipzig 2001.
(zit.: BROCKHAUS, Bd. S.)
- BRUHN, MANFRED/MEHLINGER, RUDOLF
Rechtliche Gestaltung des Sponsoring, Band I: Allgemeiner Teil (Vertragsrecht, Steuerrecht, Medienrecht, Wettbewerbsrecht), 2. Auflage, München 1995.
(zit.: BRUHN/MEHLINGER I, S.)
- BRUHN, MANFRED/MEHLINGER, RUDOLF
Rechtliche Gestaltung des Sponsoring, Band II: Spezieller Teil (Sport-, Kultur-, Sozial-, Umwelt- und Programmsponsoring), 2. Auflage, München 1999.
(zit.: BRUHN/MEHLINGER II, S.)
- BRÜCKNER, CHRISTIAN
Das Personenrecht des ZGB, Zürich/Basel/Genf 2000.
- BUCHER, ANDREAS
Die neue internationale Schiedsgerichtsbarkeit in der Schweiz, Basel/Frankfurt am Main 1989.
(zit.: BUCHER, Schiedsgerichtsbarkeit)
- BUCHER, ANDREAS
Natürliche Personen und Persönlichkeitsschutz, 3. Auflage, Basel/Genf/München 1999.
(zit.: BUCHER, Persönlichkeitsschutz)
- BÜCHLER, ANDREA
„Persönlichkeitsgüter als Vertragsgegenstand?“, in HONSELL, HEINRICH/PORTMANN, WOLFGANG/ ZÄCH, ROGER/ZOBL, DIETER: Aktuelle Aspekte des Schuld- und Sachenrechts – Festschrift für Heinz Rey, S. 177-195, Zürich/Basel/Genf 2003.
(zit.: BÜCHLER, S.)
- BÜHLER, ROLAND
„Definition des Produktfehlers im Produkthaftpflichtgesetz (PrHG)“, in AJP 12/93, S. 1425-1439.

- BÜRGI-WYSS, ALEXANDER CHRISTOPH Der unrechtmässig erworbene Vorteil im schweizerischen Privatrecht : zugleich ein Beitrag zur Dogmatik der ungerechtfertigten Bereicherung und der Geschäftsführung ohne Auftrag, Zürcher Studien zum Privatrecht Bd. 191, Diss. Zürich 2004, Zürich/Basel/Genf 2005.
- DUDENREDAKTION (Hrsg.) Das Bedeutungswörterbuch (Duden Band 10), 3. Auflage, Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich 2002.
(zit.: DUDEN, Bd. 10 S.)
- DUDENREDAKTION (Hrsg.) Das Herkunftswörterbuch (Duden Band 7) – Etymologie der deutschen Sprache, 3. Auflage, Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich 2001.
(zit.: DUDEN, Bd. 7 S.)
- GAUCH, PETER/SCHLUEP, WALTER R./
SCHMID, JÖRG/REY, HEINZ Schweizerisches Obligationenrecht, Allgemeiner Teil ohne ausservertragliches Haftpflichtrecht, Bd. I/II, 8. Auflage, Zürich/Basel/Genf 2003.
(zit.: Bd. I: GAUCH/SCHLUEP/SCHMID, N;
Bd. II: GAUCH/SCHLUEP/REY, N)
- GAUCH, PETER/SCHMID, JÖRG (Hrsg.) Kommentar zum Schweizerischen Zivilgesetzbuch, Obligationenrecht, Band 5, 1. und 2. Abteilung (Art. 1-529 OR), 4. Auflage, Zürich/Basel/Genf 1994.
(zit.: ZK-BEARBEITER/IN, Art. N)
- GAUSS, HOLGER Der Mensch als Marke, 1. Auflage, Baden-Baden 2005.
- GEIMER, REINHOLD/SCHÜTZE, ROLF. A.(Hrsg.) Europäisches Zivilverfahrensrecht, Kommentar zur EuGVVO, EuEheVO, EuZustellungsVO, zum Lugano-Übereinkommen und zum nationalen Kompetenz- und Anerkennungsrecht, 2. Auflage, München 2004.
(zit.: EuZVR-BEARBEITER/IN)
- GIRSBERGER, DANIEL/HEINI, ANTON/KELLER, ZÜRCHER KOMMENTAR ZUM IPRG, 2. Auflage,
MAX/KREN KOSTKIEWICZ, JOLANTA/SIEHR, Zürich/Basel/Genf 2004.
KURT/VISCHER, FRANK/VOLKEN, PAUL (Hrsg.) (zit.: ZK IPRG-BEARBEITER/IN, Art. N)

- HAUSER, THOMAS
Der Sponsoringvertrag im schweizerischen Recht, unter besonderer Berücksichtigung kommunikativer Aspekte des Sport-, Kultur- und Sozio-Sponsoring, Diss. Zürich 1991.
- HAUSHEER, HEINZ (Hrsg.)
Kommentar zum Schweizerischen Zivilgesetzbuch, Das Obligationenrecht, Bd. VI, 1. Abteilung, Art. 97 - 109 OR, Allgemeine Bestimmungen, Bern 2000.
(zit.: BK-BEARBEITER/IN, Art. N)
- HEERMANN, PETER W./GÖTZE, STEPHAN
Zivilrechtliche Haftung im Sport, 1. Auflage, Baden-Baden 2002.
- HESS, HANS-JOACHIM
Kommentar zum Produkthaftpflichtgesetz, 2. Auflage, Bern/Stuttgart/Wien, 1996.
- HILTY, RETO M.
Lizenzvertragsrecht – Systematisierung und Typisierung aus schutz- und schuldrechtlicher Sicht, Habil. Zürich 2001, Bern 2001.
- HONSELL, HEINRICH
Schweizerisches Obligationenrecht, besonderer Teil, 8. Auflage, Bern 2006.
(zit.: HONSELL, S.)
- HONSELL, HEINRICH/VOGT, NEDIM PETER/
GEISER, THOMAS (Hrsg.)
Basler Kommentar zum Schweizerischen Privatrecht, Zivilgesetzbuch I, Art. 1 - 456 ZGB, 3. Auflage, Basel 2006.
(zit.: BSK ZGB I-BEARBEITER/IN, Art. N)
- HONSELL, HEINRICH/VOGT, NEDIM PETER/
SCHNYDER, ANTON K. (Hrsg.)
Basler Kommentar zum Schweizerischen Privatrecht, Internationales Privatrecht, 2. Auflage, Basel 2006.
(zit.: BSK IPRG-BEARBEITER/IN, Art. N)
- HONSELL, HEINRICH/VOGT, NEDIM PETER/
WIEGAND, WOLFGANG (Hrsg.)
Basler Kommentar zum Schweizerischen Privatrecht, Obligationenrecht I, Art. 1-529 OR, 3. Auflage, Basel 2003.
(zit.: BSK OR I-BEARBEITER/IN, Art. N)
- HUGUENIN, CLAIRE
Obligationenrecht, Besonderer Teil, 2. Auflage, Zürich/Basel/Genf 2004.
- KOZIOL, HELMUT/WARZILEK, ALEXANDER
(eds.)
The Protection of Personality Rights against Invasions by Mass Media, Wien/New York 2005.

- LALIVE, PIERRE/POUDRET, JEAN-FRANÇOIS/
REYMOND, CLAUDE
LIATOWITSCH, MANUEL
OETKER, HARTMUT
PORTMANN, WOLFGANG
REY, HEINZ
RIEMER, HANS MICHAEL
RIKLIN, FRANZ
ROTH, BARBARA
SOEHRING, JÖRG
THOMMEN, JEAN-PAUL
TUOR, PETER/SCHNYDER, BERNHARD/
SCHMID, JÖRG/RUMO-JUNGO, ALEXANDRA
VAN HAERSOLTE-VAN HOF, JACOMIJN
WALLISER, BJÖRN
- Le droit de l'arbitrage interne et international en Suisse, Lausanne 1989.
- Schweizer Schiedsgerichte und Parallelverfahren vor Staatsgerichten im In- und Ausland, Schriftenreihe für Internationales Recht Bd. 98, Diss. Basel 2001, Basel/Genf/München 2002.
- Das Dauerschuldverhältnis und seine Beendigung: Bestandsaufnahme und kritische Würdigung einer tradierten Figur der Schuldrechtsdogmatik, Habil. Kiel 1993, Tübingen 1994.
- Individualarbeitsrecht, Zürich/Basel/Genf 2000.
- Ausservertragliches Haftpflichtrecht, 3. Auflage, Zürich/Basel/Genf 2003.
- Personenrecht des ZGB, Studienbuch und Bundesgerichtspraxis, 2. Auflage, Bern 2002.
- Schweizerisches Presserecht, Bern 1996.
- Vertragsrechtliche und ökonomische Analyse von Sportsponsoringverträgen (Rechtswissenschaftliche Forschung und Entwicklung Bd. 667), Diss. München 2001, München 2002.
- Das Recht der journalistischen Praxis, Stuttgart 1990.
- Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage, Zürich 2004.
- Das Schweizerische Zivilgesetzbuch, 12. Auflage, Zürich/Basel/Genf 2002.
- “The Arbitration Exception in the Brussel Convention: Further Comment”, Journal of International Arbitration, Vol. 18, 2001, S. 27-39.
- Sponsoring: Bedeutung, Wirkung und Kontrollmöglichkeiten, Wiesbaden 1995.

- WICKI, FRANCESCO Lugano-Übereinkommen und Schiedsgerichtsbarkeit, Ausgewählte Fragen, in: Three Essays on International Commercial Arbitration, S. 249-324, Lugano 2003.
- WICKIHALDER, URS Die Geheimhaltungspflicht des Arbeitnehmers, Schriften zum Schweizerischen Arbeitsrecht Heft 60, Diss. Zürich 2004, Bern 2004.
- ZUBERBÜHLER, TOBIAS/MÜLLER,
CHRISTOPH/HABEGGER, PHILIPP (Hrsg.) Swiss Rules of International Arbitration, Commentary, Zürich/Basel/Genf 2005.
(zit.: SRIAC-BEARBEITER/IN, Art. N)

Materialienverzeichnis

Botschaft zum Bundesgesetz über das internationale Privatrecht (IPR-Gesetz) vom 10. November 1982, BBl 1983 I 263. (zit.: Botschaft IPRG)

Entscheidverzeichnis

Urteile staatlicher Gerichte:

- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der II. Zivilabteilung vom 24. Mai 1956, BGE 82 II 397. (zit.: BGE 82 II 397, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der I. Zivilabteilung vom 23. Juni 1970, BGE 96 II 129. (zit.: BGE 96 II 129, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der I. Zivilabteilung vom 18. Dezember 1973, BGE 99 II 290. (zit.: BGE 99 II 290, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der II. Zivilabteilung vom 3. Februar 1982, BGE 108 II 77. (zit.: BGE 108 II 77, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der I. Zivilabteilung vom 21. Juni 1988, BGE 114 II 159. (zit.: BGE 114 II 159, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der I. Zivilabteilung vom 13. Juni 1991, BGE 117 II 273. (zit.: BGE 117 II 273, E.)
- Tribunal fédéral, Arrêt de la Ire Cour civile du 23 juin 1992, BGE 118 II 353. (zit.: BGE 118 II 353, E.)
- Tribunal fédéral, Arrêt de la Ire Cour de droit public du 3 février 1993, BGE 119 Ib 334. (zit.: BGE 119 Ib 334, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil vom 18. Mai 1993, BGE 119 V 335. (zit.: BGE 119 V 335, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der I. Zivilabteilung vom 7. März 1994, BGE 120 II 20. (zit.: BGE 120 II 20, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der II. öffentlichrechtlichen Abteilung vom 8. Oktober 1996, BGE 122 II 446. (zit.: BGE 122 II 446, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der II. Zivilabteilung vom 7. März 1996, BGE 122 III 118. (zit.: BGE 122 III 118, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der II. Zivilabteilung vom 21. November 1996, BGE 122 III 449. (zit.: BGE 122 III 449, E.)
- Schweizerisches Bundesgericht, Urteil der I. Zivilabteilung vom 19. Dezember 1997, BGE 124 III 83. (zit.: BGE 124 III 83, E.)

Urteile internationaler Gerichte:

- Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften, Urteil vom 17. November 1998, C 391/95, Van Uden / Deco-Line, Slg. 1998 I-7091. (zit.: EuGH, Van Uden)

Abkürzungsverzeichnis

€	Euro
a.E.	am Ende
Abs.	Absatz
AJP	Aktuelle Juristische Praxis (Lachen)
Art.	Artikel
Az.	Aktenzeichen
BBl	Bundesblatt
Bd.	Band/Bände
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch vom 18. August 1896
BGE	Entscheid des Schweizerischen Bundesgerichts
BGH	Bundesgerichtshof
BK	Berner Kommentar
BSK	Basler Kommentar
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
CHF	Schweizer Franken
d.h.	das heisst
Diss.	Dissertation
E.	Erwägung
eds.	editors
Einl.	Einleitung
EuGH	Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften (Europäischer Gerichtshof)
EuZVR	Europäisches Zivilverfahrensrecht - Kommentar
f./ff.	folgende (Seite/Seiten)
Fn.	Fussnote
ggf.	gegebenenfalls
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
h.L.	herrschende Lehre
Habil.	Habilitationsschrift
Hrsg.	Herausgeber
i.d.S.	in diesem Sinne
i.S.v.	im Sinne von
IPRG	Bundesgesetz vom 18. Dezember 1987 über das Internationale Privatrecht (SR 291)
KS	Klageschrift

LG	Landgericht
lit.	litera
LugÜ	Übereinkommen über die gerichtliche Zuständigkeit und die Vollstreckung gerichtlicher Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen, abgeschlossen in Lugano am 16. September 1988 (SR 0.275.11)
m.w.H.	mit weiteren Hinweisen
N	Randnummer
NJW	Neue Juristische Wochenschrift (München/Frankfurt a.M.)
Nr.	Nummer
NYÜ	Übereinkommen über die Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Schiedssprüche (New Yorker Übereinkommen) vom 10. Juni 1958 (SR 0.277.12)
OR	Bundesgesetz betreffend die Ergänzung des Schweizerischen Zivilgesetzbuches (Fünfter Teil: Obligationenrecht) vom 30. März 1911 (SR 220)
OR AT	Obligationenrecht Allgemeiner Teil
PrHG	Bundesgesetz über die Produkthaftpflicht (Produkthaftpflichtgesetz) vom 18. Juni 1993 (SR 221.112.944)
Rz.	Randziffer
S.	Seite
SchO	Internationale Schiedsordnung der Schweizerischen Handelskammern (Schweizerische Schiedsordnung), Januar 2006
Slg.	Sammlung der Rechtssprechung des Europäischen Gerichtshofs
sog.	sogenannt/-e
SpV	Sponsoringvertrag (unterzeichnet am 26. August 2005 zwischen Kläger und Beklagten)
SR	Systematische Sammlung des Bundesrechts
SRIAC	Swiss Rules of International Arbitration - Commentary
SVG	Strassenverkehrsgesetz vom 19. Dezember 1958 (SR 741.01)
vgl.	vergleiche
Vol.	Volume
WM	Wertpapier-Mitteilungen (Frankfurt a.M.)
z.B.	zum Beispiel
ZGB	Schweizerisches Zivilgesetzbuch vom 10. Dezember 1907 (SR 210)
Ziff.	Ziffer
zit.	zitiert
ZK	Zürcher Kommentar
zzgl.	zuzüglich

Einleitung

Zunächst wird die Beklagte aufzeigen, dass sie den Sponsoringvertrag – entgegen dem klägerischen Feststellungsbegehren – gerechtfertigterweise fristlos gekündigt hat und der Kläger somit zu verpflichten ist, ihr die in Artikel 11 Absatz 2 des Sponsoringvertrages vereinbarte Vertragsstrafe zu zahlen [1].

In der Folge wird die Beklagte darlegen, dass sie dem Kläger die Behandlungskosten nicht zu ersetzen hat [2].

Des Weiteren wird die Beklagte zeigen, dass auf das klägerische Rechtsbegehren auf Beseitigung der Veröffentlichungen im Internet nicht einzutreten ist [3]; eventualiter sei das Begehren auch materiell abzuweisen.

Anschliessend wird die Beklagte nachweisen, dass sie die vertragliche Geheimhaltungspflicht im Sinne von Artikel 2 des Sponsoringvertrages nicht verletzt hat und dem Kläger somit kein Anspruch auf Zahlung der Vertragsstrafe zusteht [4].

Weiter fordert die Beklagte vom Kläger Schadenersatz wegen entgangenen Gewinns [5].

Abschliessend wird die Beklagte darlegen, dass sie der Kläger für die Prozesskosten des einstweiligen Massnahmeverfahrens vor dem LG Stuttgart (Az. 4 O 513/06) vollumfänglich zu entschädigen hat [6].

1. Feststellung der Vertragsauflösung

1.1. Charakter und Zweck des Sponsoringvertrages

In der Literatur existieren verschiedene Definitionen und ebenso unterschiedliche Ausgestaltungsvarianten des Sponsoringvertrages. Zu den typischen Leistungspflichten des Sponsors gehört die Bereitstellung von Geld- und Sachleistungen (z.B. Ausrüstungsmaterial), was im sportlichen und vor allem finanziellen Interesse des Sponsornehmers liegt; als Gegenleistung wird dieser zu einem bestimmten Tun oder Unterlassen verpflichtet und muss Eingriffe in seine Rechte dulden (BRUHN/MEHLINGER I S. 60). Insofern ist dem Kläger zuzustimmen, dass es sich beim Sponsoringvertrag um ein synallagmatisches Austauschverhältnis handelt (KS, Rz. 11). Der Kläger verkennt in seiner Argumentation jedoch, dass es aus der Sicht des Sponsors letztlich Sinn und Zweck (und somit Grundlage) eines jeden Sponsoringvertrages ist, eine Steigerung des Bekanntheitsgrades der Produkte bzw. Marken des Sponsoringgebers sowie einen Imagetransfer auf jene Güter herbeizuführen (HUGUENIN, N 1702). Darin liegt die eigentliche Motivation für einen Sponsor ein derartiges Vertragsverhältnis überhaupt einzugehen, da er durch den Einbezug des Sponsornehmers in seine Kommunikationsstrategie einen kommerziellen Nutzen in Form einer Steigerung des Umsatzes erwartet (HUGUENIN, N 1701 f.). Durch einen Sponsoringvertrag sollen somit die divergierenden Interessen beider Parteien zu einer möglichst optimalen Deckung gebracht werden (BRUHN/MEHLINGER II, S. 61).

Damit der Imagetransfer (so explizit in B-8, S. 8) überhaupt stattfinden kann, hat der Sponsornehmer jegliches Verhalten zu unterlassen, welches sein Image und dasjenige der von ihm beworbenen Produkte bzw. die Marke des Sponsors schädigen kann. Wie der Kläger zutreffend ausführt (KS, Rz. 15), handelt es sich beim Image um die Summe *aller* emotionalen Wahrnehmungen einer Person in der Öffentlichkeit, welche zu Assoziationen mit der beworbenen Marke führen. Im Falle von bekannten Stars führt die ideelle, untrennbare Verbundenheit der Lebensdetails (z.B. Ereignisse, öffentliche Auftritte) mit dem Träger des Images, und die Unmöglichkeit, einen öffentlichen, kommerzialisierbaren Lebensbereich zu bestimmen, dazu, dass solche Persönlichkeiten in der Öffentlichkeit keine Identität jenseits ihres Images besitzen (GAUSS, S. 75 f.). Diese Reputation einer Person entwickelt und verfestigt sich im Laufe der Zeit durch eigene oder fremde Erfahrungen und steuert sodann die Wahrnehmung und Interpretation durch die Umwelt (BROCKHAUS, Bd. 10 S. 421). Diese grundlegenden Elemente eines Sponsoringvertrages muss man sich bei der Auslegung desselben stets vor Augen halten.

1.2. Wirksamkeit der Kündigung

1.2.1 Kündigungsgrund

In Art. 11 Abs. 2 SpV vereinbarten die Parteien das Recht, den Vertrag bei Nichterbringen der vertraglich vereinbarten Leistungen ausserordentlich zu kündigen. Aufgrund der speziellen Konstellation eines Sponsoringvertrages kann *jede Form der Nichterfüllung* für die Gegenpartei gravierende Folgen bezüglich der Erreichung des Vertragszweckes haben. Aus teleologischer Sicht ist deshalb davon auszugehen, dass die Parteien mit der Umschreibung „nicht erbracht werden“ sämtliche Formen der Nichterfüllung (vgl. Marginalie zu Art. 97 OR), die in der ersten Abteilung, zweiter Titel, zweiter Abschnitt (Art. 97-109) des Obliga-

tionenrechts aufgezählt sind, gemeint haben (i.d.S. HEERMANN/GÖTZE, S. 98). Entgegen den Ausführungen des Klägers (KS, Rz. 10) wäre somit auch eine Schlechterfüllung von Art. 11 Abs. 2 SpV erfasst (vgl. HEERMANN/GÖTZE, S. 98).

1.2.2 Auslegung und Konkretisierung der vertraglichen Leistungspflichten

Aufgrund von Art. 6 Abs. 1 SpV ist der Kläger verpflichtet, der Sponsorin seinen Namen und sein Bild für Marketing- und Kommunikationszwecke zu überlassen. Eine solche Überlassung von Persönlichkeitsrechten ist als lizenzvertragliches Element des Sponsoringvertrages – *sui generis* – zu qualifizieren (BÜCHLER, S. 184 f.; HILTY, S. 28 f.; BSK OR I-SCHLUEP/AMSTUTZ, Einl. vor Art. 184 ff. N 434 a.E.), da der Sponsorin ein Anspruch auf die kommerzielle Nutzung der immateriellen Güter zusteht. Dieser Artikel soll der Beklagten demzufolge ermöglichen, das Image des Klägers für ihre Produkte gewinnbringend einzusetzen. Art. 1 Satz 1 und 2 SpV und die vorstehende Präambel konkretisieren somit die Leistungspflichten der Parteien, indem sie Sinn und Zweck des Vertrages wiedergeben und auf das ganze Vertragswerk „ausstrahlen“. Dieser Standpunkt lässt sich auch damit begründen, dass sich das Image vertragsjuristisch nur schwer in konkrete Leistungspflichten überführen lässt.

In Art. 1 SpV wird statuiert, dass Zweck des vorliegenden Vertrages ist, die Vermarktung von Sportartikeln der Adimax GmbH zu fördern. Durch die Marketing- und Kommunikationsmassnahmen soll der immaterielle Wert des *Ansehens* von Johann Müller und dessen Wirkung in der Öffentlichkeit realisiert werden, indem die Produkte der Sponsorin mit seinem (damalig noch) positiven Image in Verbindung gebracht werden. Die positiven Eigenschaften „Zuverlässigkeit, Leistung, Loyalität und Disziplin“ (B-8, S. 6) sind Ausdruck der Vorbildfunktion Johann Müllers und waren auch *der* ausschlaggebende Faktor bei der Auswahl des exklusiven Werbeträgers durch die Adimax GmbH. Dies stellte somit – für den Kläger erkennbar – die Grundlage des Vertrages dar. Zudem hat der Kläger während der Vertragsverhandlung in der E-Mail vom 28. Juli 2005 (B-7) explizit bestätigt, dass die Studie und somit das darin aufgeführte Sponsoringziel – *positive Publizität in Print- und Broadcastmedien* (B-8, S. 8) – effektiv den Vorstellungen von Johann Müller entsprechen.

Ansehen wird definiert als „Wertschätzung“, „guter Name“, „Respekt“ oder „hohe Meinung, die man von jemandem hat“ (DUDEN, Bd. 7 S. 751; Bd. 10 S. 103). Dieser Begriff des „Namens“ wird auch in Art. 6 Abs. 1 SpV wieder aufgegriffen, was einzig den Schluss zulässt, dass beide Parteien dem Vertrag eine positive Perzeption der Person Johann Müllers in der Öffentlichkeit zugrunde legten. Wie bereits ausgeführt, ist es für die Adimax GmbH nämlich zwingend notwendig, dass das dem Verträge zugrunde liegende Image auch während dessen Laufzeit positiv und somit kommerziell nutzbar bleibt (HAUSER, S. 297 m.w.H.). Daraus kann gefolgert werden, dass Art. 6 Abs. 1 SpV eine *Genussverschaffungs- und Genusserhaltungspflicht* des Klägers – im Sinne einer analogen Anwendung des Lizenzvertragsrechts – impliziert (HILTY, S. 456 ff., S. 461 ff.). Der Kläger war somit nicht nur verpflichtet, sein Einverständnis in den Gebrauch seiner immateriellen Persönlichkeitsgüter zu geben, sondern hatte darüber hinaus bestmöglich – und nicht nur im Rahmen seiner Möglichkeiten (KS, Rz. 22) – dafür zu sorgen, dass sein Image für die Be-

klagte kommerziell nutzbar ist (und auch bleibt) und die Kommunikationsziele des Sponsors demzufolge begünstigt werden (vgl. WALLISER, S. 6 f.). Negativ formuliert hatte der Kläger alles zu unterlassen, was dem Vertragszweck widerspricht – insbesondere ist imageschädigendes Verhalten seitens des Sponsornehmers unter allen Umständen zu unterlassen. Nur unter diesen Voraussetzungen ist die Beklagte in der Lage, den grösstmöglichen Nutzen aus dem Vertragsverhältnis zu ziehen.

Auch eine Auslegung der Vertragsbestimmungen nach Treu und Glauben (Art. 2 Abs. 1 ZGB) führt zum gleichen Resultat. Die h.L. leitet aus dieser Pflicht zu loyalen Verhalten *leistungsorientierte Nebenpflichten* ab, welche im „unmittelbaren Zusammenhang mit der vertragsgemässen Erbringung der Leistung mit der Sicherung und der sachgerechten Verwendung zur Erreichung des Vertragszweckes stehen“ (GAUCH/SCHLUEP/REY, N 2538/2547; BSK OR I-WIEGAND, Art. 97 N 33). Diese Nebenpflichten werden „ohne konkrete diesbezügliche Willensäusserungen der Parteien aufgrund von Art. 2 ZGB unmittelbar zum Vertragsinhalt“ (BSK OR I-WIEGAND, Art. 97 N 35). Der Schuldner hat nämlich „insoweit an der Erreichung des Leistungszweckes mitzuwirken, als er zur Perfektion des Rechtsgeschäftes oder zur allfälligen Schadensminderung beitragen kann“, „um den Gläubiger in den vollen Genuss seiner Rechte zu bringen“ (BK-WEBER, Art. 97 N 70 f. und N 76).

1.2.3 Nichterbringung der vertraglich vereinbarten Leistungen

Ohne dies weiter zu belegen, behauptet der Kläger pauschal, dass er alle seine Verpflichtungen vollumfänglich und jederzeit erfüllt habe (KS, Rz. 21/39/48). Wie oben ausgeführt ist Art. 6 Abs. 1 SpV aber in einem weiten Sinn zu verstehen; der Name und das Bild des Klägers weisen für die Beklagte nämlich keinen realisierbaren Wert auf, wenn das dahinter stehende Image mit den angestrebten Kommunikationszielen (vgl. Rz. 1) nicht komplementär ist.

Am 22. August 2006 war dem Tagesanzeiger zu entnehmen, dass der Kläger volltrunken ein Zürcher Szenelokal verliess (B-1). Er konzentrierte sich – in der unmittelbaren Saisonvorbereitung wohlgermerkt – somit nicht auf den Sport, sondern legte seinen Fokus auf Alkohol, Frauen und das Feiern wilder Partys (B-2). Bei einer dieser Partys – zwei Tage vor dem Saisonstart (!) – war der Kläger um vier Uhr morgens an einem Streit beteiligt, welcher anschliessend in einem mit Waffen geführten Raufhandel eskalierte und drei Verletzte zur Folge hatte (B-3). Diese Ausschweifungen gipfelten darin, dass der Kläger mit einer Blutalkoholkonzentration von 1,3 ‰ mit seinem Fahrzeug unterwegs war und dabei prompt von der Zürcher Kantonspolizei erwischt wurde (B-4). Das Fahren in nicht fahrfähigem Zustand (Art. 91 Abs. 1 SVG i.V.m. Art. 55 Abs. 6 SVG) stellt eine schwere Widerhandlung i.S.v. Art. 16c Abs. 1 lit. b SVG dar.

Diese zahlreichen Eskapaden (und die darüber berichtenden Medienmitteilungen) haben das (für den Sponsor) ansehensfördernde Image Johann Müllers ins Gegenteil verkehrt und waren – wie die Beklagte durch die Wortwahl „unter Umständen“ (KS, Rz. 25) richtigerweise vermutet – mit seiner Vorbildfunktion und dem zu portierenden Bild in der Öffentlichkeit in keiner Weise zu vereinbaren (dazu eingehend ROTH, S. 84 f.). Die weiteren euphemistischen Ausführungen und Verharmlosungen seitens des Klägers sind so-

mit unhaltbar. Es wäre ihm zwar möglich gewesen, die Wirkung dieser imageschädigenden Handlungen auf seinen Ruf abzuschwächen, indem er Einsicht und Reue bzgl. seines Fehlverhaltens gezeigt hätte, doch hat er dies in sträflicher Weise gänzlich unterlassen. Somit konnte die mediale Berichterstattung seiner Verfehlungen ihre Wirkung ungehindert entfalten und prägte ein negatives Bild des Klägers in der Öffentlichkeit. Diese negativen Assoziationen mit der Person des Klägers setzten sich in den Köpfen des Publikums (inkl. der für das Produktmarketing relevanten Zielgruppe) fest und sind aufgrund der nun verstrichenen Zeit nicht mehr zu korrigieren. Dass solche negativen Vorfälle für die breite Öffentlichkeit bereits zur Gewohnheit geworden sind, geht auch aus einem vier Wochen später erschienenen Artikel der renommierten Neuen Zürcher Zeitung hervor (K-9). Das Fatale an dieser negativen Entwicklung des Images von Johann Müller ist nun, dass diese Assoziationen auch einen Einfluss auf die Wahrnehmung der beworbenen Produkte und der Adimax GmbH als Sponsorin selber haben. Die Perzeption im Publikum festigt sich (vgl. Rz. 2), ist nur noch selektiver Natur und führt zu einer Bildung von Stereotypen.

Aus diesen Ausführungen folgt, dass – entgegen der Behauptung des Klägers (KS, Rz. 23) – ein erheblicher Imagewandel stattgefunden hat, welcher sich nicht mehr mit der Grundlage des Vertrages vereinbaren lässt und darüber hinaus negative Auswirkungen auf die Kooperation zeitigt. Den Kläger trifft an diesem Wandel ein erhebliches Verschulden, da er seine aus Art. 6 Abs. 1 SpV fließende Genusserhaltungspflicht (Rz. 6) im Bezug auf die kommerzielle Nutzbarkeit des Images aufs Größte verletzt hat. Dies gilt sinngemäss, sofern man die Genusserhaltungspflicht als leistungsorientierte Nebenpflicht (Rz. 7) auffasst. Johann Müller hat durch zu missbilligendes Verhalten dem Vertragszweck (Rz. 1 f.) diametral entgegengewirkt und dabei eine Schädigung der Adimax GmbH in Kauf genommen. Somit hat er seine vertraglichen Leistungspflichten nicht erbracht, was die Beklagte zur Kündigung gemäss Art. 11 Abs. 2 SpV berechtigt. 11

1.3. Einwände des Klägers

Der Kläger versucht seine vertraglichen Leistungspflichten durch Berufung auf Art. 27 Abs. 2 ZGB einzuzugrenzen (KS, Rz. 14 ff.), verkennt jedoch Sinn und Zweck der angerufenen Norm. Art. 27 Abs. 2 ZGB soll Personen ausschliesslich vor *übermässiger* Selbstbeschränkung der persönlichen Freiheit durch rechtsgeschäftliche Bindungen schützen (BÜCHLER, S. 185). Nur allzu oft schränken wir nämlich unsere Freiheit vertraglich ein, „um in den Genuss eines anderen Vorteils zu kommen“ (TUOR/SCHNYDER/SCHMID/RUMOJUNGO, S. 97). Die Einschränkung der privaten Lebensführung ist nur dann unzulässig, wenn sie zu einer Bevormundung der Person führt; demgegenüber werden Belohnungsverträge als rechtswirksam angesehen, sofern sie eine Motivation zu einem bestimmten, weder rechts- noch sittenwidrigen Verhalten schaffen (BRÜCKNER, N 791 f.). Bei der Beurteilung des Übermasses einer Bindung ist auf deren Intensität und Dauer abzustellen (BSK OR I-HUGUENIN, Art. 27 N 10). 12

In casu betrifft die Bindung hauptsächlich den wirtschaftlichen, bindungsfreundlichen Bereich (vgl. dazu BGE 114 II 159, E. 2a). Diese ist nicht übermässig, da der Vertrag einerseits nur zwei Jahre gedauert hätte und andererseits nur wenig persönlichkeitsnahe Bereiche (Name/Bild) betraf, für die eine Lizenzierung bis zu einem Zeitraum von fünf Jahren als rechtswirksam angesehen wird (BRÜCKNER, N 790). Zwar führt die 13

Pflicht des Klägers, negatives und dem Image abträgliches Verhalten zu unterlassen (Rz. 6), dazu, dass er auch im Privatleben sein Verhalten in der Öffentlichkeit dem zu portierenden Image anpasst. Diese Bindung betrifft aber nicht den Kernbereich der Persönlichkeit und widerspricht somit weder dem Recht noch den guten Sitten. Zudem wird der Kläger mit 250'000 CHF pro Jahr dafür angemessen belohnt. Es ist somit von einer rechtswirksamen vertraglichen Bindung auszugehen. Des Weiteren ist festzuhalten, dass eine Trennung zwischen privatem und beruflichem/sportlichem Bereich – entgegen den Behauptungen des Klägers (KS, Rz. 15 ff.) – nicht möglich ist (Rz. 2). Durch eine solche Trennung und der damit verbundenen Divergenz zwischen sportlichem Einsatz auf dem Fussballplatz und Eskapaden in seinem Privatleben würde der Sponsornehmer nur unglaubwürdig erscheinen. Dieser negative Eindruck würde auch gegenüber den beworbenen Produkten und der Marke Adimax entstehen, wodurch die Werbebotschaft nicht mehr wirkungsvoll übermittelt werden könnte.

Auch der Standpunkt, die Kündigung sei missbräuchlich erfolgt (KS, Rz. 41 ff.) ist unzutreffend. Die fristlose, ausserordentliche Kündigung wurde aufgrund des Ausbleibens der Leistungen (vgl. Rz. 8 ff.) ausgesprochen, was nicht gegen Treu und Glauben verstösst. Der Sponsoringvertrag wird eingegangen, wenn die divergierenden Interessen der Parteien zu einer Deckung gebracht werden können (vgl. Rz. 1). Sofern diese ökonomische Kongruenz jedoch wegfällt, muss es den Parteien – auch wenn sich die Gegenpartei in einer Lebens-/Sinnkrise (KS, Rz. 32) befindet – offenstehen, sich vom Vertrag zu lösen. Zudem setzt der vom Arbeitnehmerschutz inspirierte Tatbestand von Art. 336 OR – der in casu ebenfalls nicht erfüllt ist, da der Kläger in keinem Subordinationsverhältnis steht – eine ordentliche Vertragsauflösung voraus (PORTMANN, § 12 N 1056 ff.).

1.4. Keine Verwirkung des Kündigungsrechts

Nachdem der Kläger in der Klageschrift ein Fehlverhalten seinerseits implizit einräumt (KS, Rz. 25) versucht er den daraus entstehenden Nachteil durch eine abenteuerliche Berechnung von Verwirkungsfristen zu korrigieren. Selbst in der von klägerischer Seite zitierten Literatur (OETKER, S. 306, Fn. 112) findet sich der Hinweis, dass ein wichtiger Grund selbst nach einem Zeitablauf von zwei Monaten nach Kenntnisnahme von höchstrichterlicher Stelle bejaht wurde (NJW, 1982, 2433). Dabei findet sich ebenfalls der Hinweis, dass die Angemessenheit der Frist stets einzelfallbezogen nach Treu und Glauben zu beurteilen ist. Die vom Kläger angeführte zweiwöchige Frist bezieht sich zudem auf die deutsche Regelung zum Arbeitsvertrag und ist deshalb nur anwendbar auf Kündigungen die sich auf § 626 Abs. 1 BGB stützen. Begründet wird diese kurze Frist damit, dass sie sich „augenscheinlich auf vertragsspezifische Besonderheiten des Arbeitsverhältnisses bezieht, bei dem ein hohes Interesse an alsbaldiger Klarheit besteht, ob ein Vertragspartner von seinem Recht zur ausserordentlichen Kündigung Gebrauch macht“ (OETKER, S. 307f.). Sie rechtfertigt sich nach der Rechtsprechung des deutschen BGH einzig durch die besonderen persönlichen Bindungen im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses (WM 1986, 1415). Die Möglichkeit einer analogen Anwendung auf andere Verträge als generelles Problemlösungsmodell wird explizit verneint (OETKER, S. 307 m.w.H.: Fn. 117).

Die Adimax GmbH hat ihre bis zum jetzigen Zeitpunkt geschuldeten Leistungen vollumfänglich erbracht. Es wäre somit an Johann Müller gewesen, seine vertraglichen Leistungen ebenfalls tadellos zu erbringen. Stattdessen fiel er unmittelbar nach Vornahme der Zahlung von 125'000 CHF durch die Adimax (vgl. Einleitungsanzeige, Ziff. 3) mehrfach negativ auf. Dies versetzte der vertraglichen Kooperation gleich zu Beginn einen schweren Schlag. Aufgrund der positiven Eigenschaften, die den Kläger in der Vergangenheit auszeichneten, war die Beklagte jedoch berechtigt zu erwarten, dass sich Johann Müller eines Besseren besinnt und zu seinen Prinzipien zurückkehrt. Der Kläger versuchte in der Folge aber nicht, sein durch die Eskapaden angeschlagenes Image aufzubessern. Johann Müller zerstörte vielmehr das bereits angeschlagene Vertrauensverhältnis durch die – wie noch dargelegt wird – unzutreffende Anschuldigung in der NZZ (K-9), die von der Adimax gelieferten Schuhe hätten seine medizinischen Probleme verursacht. Dies widersprach der vereinbarten kooperativen Zusammenarbeit nach Treu und Glauben (Art. 1 SpV) – insbesondere in einem Sponsoringvertragsverhältnis müssten Differenzen zwischen den beteiligten Parteien unter Ausschluss der Öffentlichkeit geklärt werden. Dieser schwere, irreparable Vertrauensbruch machte eine ausführliche Reevaluation des gesamten Sponsoringverhältnisses durch die Adimax GmbH notwendig, was durchwegs als zulässig erachtet wird (OETKER, S. 309; ROTH, S. 84). Nach eingehender Überlegung kam die Beklagte zum Schluss, dass ein Festhalten an der Person Johann Müllers und damit eine Fortsetzung des Sponsoringvertrages aufgrund des negativen Imagewandels unzumutbar ist. Aufgrund der notwendigen Dauer einer solchen Evaluation muss der Beklagten eine längere Frist zur Kündigung gewährt werden. Zudem besitzt der Kläger im Gegensatz zu einem Arbeitnehmer, der auf die monatlichen Lohnzahlungen zur Bestreitung seines Lebensunterhaltes angewiesen ist, kein erhöhtes Interesse an sofortiger Geltendmachung einer Kündigung. Die Beklagte hat ihr Kündigungsrecht somit nicht verwirkt. 16

1.5. Feststellungsklage

Aufgrund der Unmöglichkeit einer Leistungsklage (BGE 96 II 129, E. 2) und der durch die Anfechtung der Kündigung hervorgerufenen Unsicherheit, welche der Beklagten hinsichtlich der Planung ihrer zukünftigen (Sponsoring-)Aktivitäten nicht weiter zuzumuten ist, hat die Beklagte ein schutzwürdiges Interesse an der Feststellung (BGE 120 II 20, E. 3a) der Kündigung des Sponsoringvertrages. 17

1.6. Fazit

Zusammenfassend kann somit gesagt werden, dass die fristlose Kündigung unter Berufung auf Art. 11 Abs. 2 SpV gerechtfertigt und somit rechtswirksam war. Das Rechtsbegehren Nr. 1 der Beklagten ist somit vollumfänglich gutzuheissen. Demzufolge ist auch die Suspensivbedingung der Vertragsstrafe eingetreten, weshalb der Kläger zu verpflichten ist, der Beklagten 150'000 CHF zzgl. Zins zu 5% ab dem 11. November 2006 zu bezahlen. 18

2. Abweisung des Rechtsbegehrens auf Übernahme der Behandlungskosten

2.1. Keine vertragliche Haftung

2.1.1 Anspruchsgrundlage

Die individuelle Anfertigung und Anpassung der Schuhe durch die Beklagte (Art. 3 Satz 4 SpV) ist als werkvertragliches Element des Sponsoringvertrages zu qualifizieren. Entgegen der Argumentation des Klägers (KS, Rz. 93 ff.) ist zur Beurteilung des vorliegenden Falles Werkvertragsrecht (Art. 363 ff. OR) analog anzuwenden (BSK OR I-SCHLUEP/AMSTUTZ, Einl. vor Art. 184 ff. N 443). Gemäss h.L. und bundesgerichtlicher Rechtsprechung tritt in solchen Konstellationen die Regelung von Art. 368 OR abschliessend an die Stelle der Normen des OR AT (ZK-BÜHLER, Art. 368 N 14).

2.1.2 Ausgebliebene Mängelrüge

Voraussetzung eines Anspruchs nach Art. 368 Abs. 2 OR ist eine rechtzeitig erfolgte und sachgerecht substantiierte Mängelrüge. Dies wäre nach h.L. vom Kläger zu beweisen gewesen (BSK OR I-ZINDEL/PULVER, Art. 367 N 32). Da in casu ein verdeckter, d.h. ein bei Ablieferung der Schuhe nicht erkennbarer Werkmangel behauptet wird, hätte die Anzeige laut Art. 370 Abs. 3 OR *sofort* nach Entdeckung erfolgen müssen. Aus den Unterlagen (K-6, K-9) geht hervor, dass der Kläger bereits vor dem 16. Oktober 2006 der unzutreffenden Ansicht war, dass die Schuhe „Score“ für seine medizinischen Probleme verantwortlich seien. Zudem ist die Schadensmeldung vom Kläger nur ungenügend substantiiert worden. Die beanstandeten Mängel wären „einzeln anzugeben und hinsichtlich Art, Umfang und ggf. Ort möglichst genau zu bezeichnen, so dass der Unternehmer abschätzen kann, in welchen Punkten und in welchem Umfang der Besteller das Werk bemängelt“ (BSK OR I-ZINDEL/PULVER, Art. 367 N 18). Die in casu erfolgte pauschale Erklärung (s. K-8) vermag diesen Anforderungen nicht zu genügen.

2.1.3 Kein Werkmangel bzw. keine Vertragspflichtverletzung

Gemäss h.L. und bundesgerichtlicher Rechtsprechung liegt ein Werkmangel vor, wenn das abgelieferte Werk nicht diejenige Beschaffenheit aufweist, die nach dem Verträge geschuldet ist (HONSELL, S. 281; BSK OR I-ZINDEL/PULVER, Art. 368 N 9). In casu bemängelt der Kläger jedoch fälschlicherweise, dass die individuelle Konstitution seiner Füsse im Rahmen der Anpassung nur ungenügend berücksichtigt wurde (KS, Rz. 95) und die Beklagte somit den Vertrag nicht gehörig erfüllt habe.

Die Adimax GmbH war gemäss Art. 3 Satz 4 SpV dazu verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Schuhe auf die sportmedizinischen *und sportlichen* Bedürfnisse von Johann Müller anzupassen. Da der Sponsoringvertrag darauf abzielt, den neu entwickelten Schuh „Score“ zu lancieren, versteht es sich von selbst, dass auch der Kläger – als Exklusivwerbeträger – mit einem Modell des „Score“ ausgerüstet wurde. Damit die Werbebotschaft der Adimax GmbH übermittelt und der Schuh „Score“ mit der Person Johann Müllers in Verbindung gebracht wird, ist es essentiell, dass der Kläger genau ein solches Modell – das sich durch sein geringes Gewicht und die ideale Passform auszeichnet (vgl. B-8, S. 3) – bei seinen sportlichen Aktivitäten verwendet. Andernfalls würde der gegenüber der relevanten Zielgruppe angestrebte Assoziierungseffekt, der zum Kaufentscheid führt, untergraben. Der Kläger erschiene unglaubwürdig, wenn er zwar das

besagte Produkt bewirbt, selber aber – wie von der klägerischen Seite gefordert – mit einem orthopädischen Spezienschuh spielen würde, der nur mehr wenig mit dem für die Konsumenten im Handel erhältlichen Originalmodell gemein hat.

Selbstverständlich haben die Mitarbeiter der Beklagten, nachdem sie den Spreizfuss erkannt haben, diesem Umstand bestmöglich Rechnung getragen, ohne dabei die für die herausragenden, für die Vermarktung relevanten Eigenschaften des „Score“ zu verfälschen. Wie aus dem Vertrag – und implizit KS, Rz. 107 – hervorgeht, war diese Ausbalancierung zwischen sportlichen und sportmedizinischen Aspekten vereinbart; somit entsprachen die gelieferten Schuhe der vertraglich geschuldeten Qualität.

2.1.4 Fehlender Kausalzusammenhang

Im Weiteren wäre eine natürliche Kausalität im Sinne der *conditio-sine-qua-non* Formel erforderlich. Für die Begründung eines Leistungsanspruches genügt die blosse Möglichkeit eines Kausalzusammenhangs nicht (BGE 119 V 335, E. 1); es ist vielmehr erforderlich, dass die Wahrscheinlichkeit desselben als *überzeugend* nachgewiesen worden ist (BGE 119 Ib 334, E. 3c).

Für den Kläger ist das Vorliegen des natürlichen Kausalzusammenhangs aufgrund des von der Gegenseite beigebrachten Gutachtens „klar ersichtlich“ (KS, Rz. 100). Dabei weist das Gutachten von Dr. med. Unruh (K-6) aber gewisse fachliche Schwächen auf und vermag deshalb nicht alle Unklarheiten zu beseitigen. Die pauschale Behauptung des Klägers entbindet ihn somit nicht von einer korrekten Darlegung des Kausalzusammenhangs (Art. 8 ZGB).

Nach Meinung von Dr. med. Rippstein, Chefarzt für Fusschirurgie (insbesondere Hallux valgus) an der Schulthess Klinik Zürich, handelt es sich beim Hallux valgus um einen Teil der Spreizfussdeformität, die bereits bei der Anpassung festgestellt wurde. Zudem vermag das Tragen von zu engen Fussballschuhen allein keinen Hallux valgus zu verursachen. Das dauerhafte Tragen von zu engen Schuhen müsste über Jahre erfolgen, um überhaupt eine Prädisposition zu einem Hallux valgus begünstigen zu können – zudem sind Männer nur sehr wenig von einer solchen Pathogenese betroffen (ca. 1:10). Des Weiteren ist darauf hinzuweisen, dass sich eine Deformität nur sehr langsam entwickelt, sofern sie nicht schon im Kindesalter vorhanden war. Bei einer asymptomatisch verlaufenden Deformität können die Beschwerden freilich – wie auch das Schiedsgericht befand (Beschluss Nr. 2, Ziff. 5) – plötzlich auftreten.

Aus diesen Ausführungen folgt, dass sich die Deformation bzw. der Spreizfuss vor dem Tragen der Schuhe des Typs „Score“ bestand. Aufgrund der genetischen Disposition ist vielmehr anzunehmen, dass sich der Hallux valgus über einen jahrelangen Zeitraum entwickelt hat und die Beschwerden nun zufälligerweise während der Phase der Benützung des „Score“ aufgetreten sind. Diese zeitliche Koinzidenz vermag entgegen der Behauptung der Klägers (KS, Rz. 101) den Kausalzusammenhang nicht zu belegen – insbesondere, weil nach fachärztlicher Auffassung nur das *jahrelange* Tragen von zu engen Schuhen den Krankheitsverlauf beeinflussen kann. Da die Schuhe in casu speziell auf die bereits deformierten Füsse (Spreizfuss) angepasst wurden (weshalb auch das Vorliegen eines Werkmangels abzulehnen ist; Rz. 21 ff.) – es sich somit

um eine Sonderanfertigung handelt – und diese nur über einen Zeitraum von wenigen Monaten getragen wurden, ist die natürliche Kausalität sehr unwahrscheinlich und konnte vom Kläger daher auch nicht schlüssig belegt werden. Es ist demgegenüber viel wahrscheinlicher, dass die genetische Veranlagung in Verbindung mit dem jahrelangen Tragen von unangepassten engen Schuhen die Ursache für den Hallux valgus und die damit verbundenen Beschwerden ist. Die natürliche Kausalität ist somit nicht gegeben.

2.1.5 Fazit

Die Adimax GmbH hat ihre vertraglichen Leistungen gehörig erbracht (es liegt kein Werkmangel vor).²⁸ Somit hat sie keine Ursache für die Schädigung gesetzt, weshalb auch die natürliche Kausalität zu verneinen ist. Die Beklagte hat dem Kläger daher die Behandlungskosten nicht zu ersetzen. Das klägerische Rechtsbegehren ist in vollem Umfange abzuweisen.

2.2. Keine ausservertragliche Haftung nach Produkthaftungsgesetz

Nachdem der Kläger eine gehörige Vertragserfüllung seitens der Beklagten implizit anerkannte (KS,²⁹ Rz. 107), versucht er die Adimax durch eine Berufung auf das PrHG dennoch ins Recht zu fassen.

Die ratio legis des PrHG ist der Konsumentenschutz, der Schutz der Allgemeinheit. Entgegen der von klägerischer Seite zitierten Literatur ergibt sich daraus, dass die behauptete „Fehlerhaftigkeit“ i.S.v. Art. 4 Abs. 1 PrHG mit Blick auf die Anforderungen und Sicherheitserwartungen der Allgemeinheit (BÜHLER, S. 1433) – und nicht nur denjenigen des Klägers (KS, Rz. 108) – nach einem objektiven Massstab beurteilt werden muss (BSK OR I-FELLMANN, Art. 4 PrHG N 16). „Geschützt wird [nämlich] nicht ein Vertragspartner, dessen Erwartungen sich aus dem Inhalt der Vereinbarung ergeben“ (HESS, Art. 4 N 9); vielmehr ist der Kreis der zu schützenden Personen weiter zu ziehen. Deshalb kommt es für die Beurteilung der Sicherheitserwartungen auch „nicht auf spezielle Bedürfnisse einzelner“ an, sondern „auf die nach der Verkehrsanschauung gebotenen Erwartungen“ (HESS, Art. 4 N 10). Trotz dem vom Kläger behaupteten „aggressiven Gebrauch des Produkts“ und intensiver Einwirkung auf die Füße (KS, Rz. 109) sind aus den Unterlagen keine Hinweise ersichtlich, dass andere Konsumenten Probleme mit dem Schuh „Score“ bekundet haben. Der Kläger vermochte denn auch nicht schlüssig zu beweisen, dass die Schuhe der Adimax GmbH fehlerhaft und somit die Ursache für den Hallux valgus darstellen. In einer Gesamtbetrachtung ist deshalb zu resümieren, dass der „Score“ den *berechtigten Sicherheitserwartungen der Allgemeinheit* entsprochen hat.

Wie bereits unter Rz. 26 f. ausgeführt ist vielmehr in der genetischen Disposition des Klägers die Ursache³⁰ für seine Fussprobleme zu sehen, die nun ungerechtfertigterweise auf die Beklagte abgewälzt werden sollen. Das klägerische Begehren ist haltlos, verdient deshalb keinen Rechtsschutz und ist somit wie der vertragliche Leistungsanspruch oben (Rz. 28) abzuweisen.

3. Abweisung des Rechtsbegehrens auf Beseitigung der Internet-Publikationen

3.1. Fehlende Schiedsfähigkeit

Schiedsfähig sind nach Art. 177 IPRG nur vermögensrechtliche Ansprüche. Gemäss Bundesgericht ist ein³¹ Anspruch vermögensrechtlicher Natur, wenn er für mindestens eine Partei als Aktiv- oder Passivposten

unmittelbaren oder mittelbaren Geldwert hat (BGE 118 II 353, E. 3b; LALIVE/POUDRET/REYMOND, Art. 177 N 2). Speziell bei Ansprüchen aus Persönlichkeitsverletzung ist die Schiedsfähigkeit aber nur dann gegeben, wenn mit dem Schutz Ansprüche auf Schadenersatz und Genugtuung oder Herausgabe eines Gewinnes verbunden werden (ZK IPRG-VISCHER, Art. 177 N 8). Gemäss h.L. sind bei der Beurteilung des vermögensrechtlichen Charakters letztlich die wirtschaftliche Zweckverfolgung bzw. die ökonomischen Auswirkungen massgeblich (BGE 108 II 77, E. 1a; BUCHER, Schiedsgerichtsbarkeit, N 93).

In casu wird vom Kläger ein mittelbarer oder unmittelbarer Geldwert in Form eines veränderten Aktiv- oder Passivpostens nicht belegt. Somit muss in dieser Hinsicht ein vermögensrechtlicher Anspruch verneint werden. Der Kläger macht in seinem Rechtsbegehren lediglich eine Beseitigung der Publikationen auf den Internetseiten der Beklagten, die unter „www.adimax.com/de“ abrufbar sind, geltend. Dieses Begehren ist aber nicht mit einer Forderung auf Schadenersatz, Genugtuung oder Herausgabe eines Gewinns verbunden. Der vermögensrechtliche Charakter ist daher zu verneinen; auf das Rechtsbegehren ist nicht einzutreten. 32

Des Weiteren kann die wirtschaftliche Zweckverfolgung des Anspruches ausgeschlossen werden, da der Kläger selbst in Rz. 86 der Klageschrift explizit einräumt, dass er ausschliesslich ein überwiegendes *privates* Interesse an der Beseitigung hat. Somit widerlegt er selbst, dass sein Rechtsbegehren vermögensrechtlichen Charakter aufweist und folglich – entgegen seiner pauschalen Behauptung (KS, Rz. 7) – nach Art. 177 Abs. 1 IPRG nicht schiedsfähig ist. 33

3.2. Fehlende Voraussetzungen für einen Beseitigungsanspruch nach Art. 28 ff. ZGB

Sollte das Schiedsgericht wider Erwarten die Schiedsfähigkeit des Anspruches dennoch bejahen, wird in der Folge dargelegt, dass die Voraussetzungen des Beseitigungsanspruches nicht vorliegen. 34

3.2.1 Keine Verletzung der Persönlichkeit durch die Publikation

Die beanstandeten Äusserungen (KS, Rz. 80/85) basieren auf vom Kläger nicht widerlegten Darstellungen, die seit längerem in der Öffentlichkeit kursieren (statt aller B-1, B-4) und vom Kläger als unbestritten gelten (KS, Rz. 25-29). Zudem wurden diese Tatsachen in der Publikation der Beklagten lediglich vergrößert und verzerrt, was laut Literatur im Bereich der Sportberichterstattung zulässig ist (SOEHRING, N 2.17). 35

Es ist ebenfalls zweifelhaft, ob der Ruf des Klägers in der Öffentlichkeit zusätzlichen Schaden nehmen könnte, da die Darstellungen auf Quellen basieren, die selbst vor längerer Zeit diese angebliche Rufschädigung hätten auslösen müssen (vgl. statt aller B-1, B-2). Die Zusammenfassung dieser Berichte auf der Internetseite der Adimax GmbH dient vielmehr dazu ein vollständiges Bild über das missbilligte Verhalten des Klägers zu erhalten und die Glaubwürdigkeit der Beklagten zu erhöhen. Schliesslich möchte unsere Mandantin nicht „in einem falschen Licht“ erscheinen, indem ihr nachgesagt werden könnte, dass sie Verträge leichtfertig und unbegründet kündigt. Insofern ist der erhobene Einwurf des Klägers in Rz. 83 der Klageschrift nicht gerechtfertigt. 36

Des Weiteren beruhen sämtliche Äusserungen in der Publikation über den Alkoholkonsum des Klägers vor allem auf dem Führerausweiszug, welcher ein Ordnungsbussenverfahren nach sich zog (vgl. Rz. 9). Die 37

Angaben zu diesem Vorfall entstammen direkt polizeilichen Aussagen (B-4) und damit objektiven Quellen. Auch der Interview-Ausschnitt mit Patricia Ochsner (B-2) stellt eine unverfälschte Dokumentation des Lebens- und Imagewandels des Klägers dar. Die Auswahl solch seriöser Quellen entspricht der geforderten journalistischen Sorgfaltspflicht, welche die Beklagte ausnahmslos erfüllt hat (s. RIKLIN, § 9 N 7).

Vom Kläger wird zusätzlich behauptet, dass das erneute Hervorbringen vergangener privater Probleme ein unverhältnismässiger Eingriff in dessen Privatsphäre sei (KS, Rz. 81). Belegt werden soll diese Aussage mit einem völlig unsachgemässen Bundesgerichtsentscheid (BGE 122 II 446), der die betreffende Aussage weder stützen noch belegen kann. Somit ist es der Beklagten belassen auch vergangene Berichte erneut hervorzubringen, wenn es dem Sinn und Zweck der Publikation dienlich ist (vgl. Rz. 35 f.). Zudem ist die Zeitspanne von lediglich einigen Wochen, die seit der letzten Meldung in der Presse vergangen sind (vgl. B-4), nicht genügend lang, um eine Unverhältnismässigkeit anzunehmen. Dies belegt BGE 122 III 449 (vgl. E. 2c), in welchem das Bundesgericht bezüglich der Publikation einer mehrere Jahre zurückliegenden Verurteilung zu einer Zuchthausstrafe eine Unverhältnismässigkeit annahm. In casu handelt es sich um eine weit harmlosere Verhaltensweise und um lediglich wenige Wochen zurückliegende Tatsachen. Somit ist die vom Bundesgericht geforderte Intensität nicht gegeben. Eine Persönlichkeitsverletzung durch die Beklagte ist zu verneinen.

3.2.2 Fehlende Widerrechtlichkeit

Eventualiter soll ebenfalls gezeigt werden, dass es auch an der Widerrechtlichkeit mangeln würde, falls das Schiedsgericht wider Erwarten das Vorliegen einer Persönlichkeitsverletzung bejahen sollte.

Eine mögliche Rechtfertigung einer Persönlichkeitsverletzung kann in der angemessenen Wahrung höherer Interessen liegen (Art. 28 Abs. 2 ZGB), die überwiegender öffentlicher oder privater Natur sein können (KOZIOL/WARZILEK, S. 361, N 53). Personen des öffentlichen Lebens müssen sich zudem weitergehende Eingriffe gefallen lassen, indem auch die sie betreffenden, nicht ehrenvollen Tatsachen veröffentlicht werden (RIEMER, § 13 N 380; vgl. zum Problem der fehlenden Abrenzung auch Rz. 2).

In casu ist der Fussballprofi Johann Müller als absolute Person der Zeitgeschichte zu qualifizieren (BSK ZGB I-MEILI, Art. 28 N 52) und unterliegt somit einem gesteigerten Öffentlichkeitsinteresse. Dies hat ein hohes Informationsbedürfnis zur Folge, welches von der Beklagten durch ihre Publikation gedeckt wird. Da laut Bundesgericht, wie zuvor ausgeführt, auch nicht ehrenvolle Sachen veröffentlicht werden dürfen, schlägt die Argumentation des Klägers (in KS, Rz. 84) fehl.

Höhere Interessen von überwiegender privater Natur müssen von allgemein anerkanntem Wert sein (BUCHER, Persönlichkeitsschutz, N 536). Durch die Verbindung der Marke Adimax mit den negativen Presseberichten erlitt die Beklagte einen immensen Imageschaden. Diesem kann sie nur entgegenwirken, indem sie sich ebenso drastisch wie klar und für potentielle Kunden erkennbar von Johann Müllers Verhalten distanziert. Damit hat die Beklagte ein enormes privates Interesse, sich so stark wie möglich von Johann Müller abzugrenzen. Dadurch wird gleichzeitig das Argument des Klägers widerlegt, die Adimax GmbH äusse-

re sich unnötig verletzend und wasche „schmutzige Wäsche“ (KS, Rz. 84). Dies dient ausschliesslich dem höheren Interesse, Schaden vom Unternehmen fernzuhalten. Daher ist dieses Verhalten auch nicht rechtsmissbräuchlich, wie der Kläger unzutreffend behauptet (KS, Rz. 87).

Im Verhältnis dazu erscheint das Recht Johann Müllers auf Schutz seiner Persönlichkeit geringer als die Wahrung der berechtigten Interessen der Öffentlichkeit und der Beklagten. Zudem fällt dem Kläger bei dieser Interessensabwägung sein persönliches Verschulden (vgl. Rz. 9) in Bezug auf das negative Verhalten (und die damit zusammenhängende Berichterstattung) zur Last, welches sowohl für die Kündigung als auch für die Publikation die Grundlage bildet.

3.2.3 Fehlendes Beseitigungsinteresse

Der Beseitigungsanspruch setzt voraus, dass der Störungszustand im Urteilszeitpunkt noch andauert und überhaupt behoben werden kann (BSK ZGB I-MEILI, Art. 28a N 4).

Laut Kläger haben noch nicht alle potentiellen Adressaten von ihrer Zugriffsmöglichkeit Gebrauch gemacht (KS, Rz. 88). Dem ist zu entgegenen, dass im Zeitpunkt der mündlichen Verhandlung fast sieben Monate seit Publikation vergangen sein werden. Daher dürfte ein noch vorhandenes Interesse an den publizierten Inhalten bezweifelt werden, was die Klägerin in ihrer Klageschrift selbst bestätigt, indem sie eine relativ kurze Halbwertszeit für Meldungen über Johann Müller einräumt (KS, Rz. 81). Damit mangelt es an einem aktuellen Rechtsschutzinteresse hinsichtlich der Beseitigung der Internetseiten.

Zudem verstrickt sich der Kläger in einen Widerspruch, indem er behauptet, dass auch Personen im Ausland diese Publikation zur Kenntnis nehmen (KS, Rz. 89), obwohl er doch an anderer Stelle erklärt, dass Johann Müller nicht in der internationalen Fussballszene mitmischet und nur in der Schweiz ein Begriff ist (KS, Rz. 81). Zudem ist die Publikation auf Deutsch veröffentlicht, weshalb sich auch eine sprachliche Barriere für eine durchschlagende Kenntnisnahme im Ausland aufbaut.

Dem Eventualstandpunkt des Klägers in Rz. 92 der Klageschrift ist ebenfalls nicht stattzugeben, da – wie zuvor dargelegt – keine Rufschädigung vorliegt, sondern die Publikation als funktionale Einheit zu betrachten ist und insbesondere die vom Kläger kritisierten Passagen die Glaubwürdigkeit der Beklagten manifestieren (vgl. Rz. 36).

4. Kein Verstoss gegen die vertragliche Geheimhaltungspflicht

4.1. Auslegung der Geheimhaltungsklausel

Bei dem hier vorliegenden Sponsoringvertrag handelt es sich um einen Innominatkontrakt sui generis (vgl. Rz. 4). Die Auslegung erfolgt grundsätzlich in gleicher Weise wie bei den Nominatkontrakten. Führt die Ermittlung des tatsächlich übereinstimmenden Parteiwillens zu keinem Ergebnis, so ist nach einem mutmasslichen Parteiwillen zu suchen. Erst wenn diese Suche erfolglos verläuft, ist eine Vertragsergänzung nötig (HUGUENIN, N 1354 f.). Die vom Kläger dargelegte einseitige Sichtweise (KS, Rz. 68) entspricht nicht einer angemessenen Anwendung des Vertrauensprinzips, da der Vertrag durchaus gemeinsam ausgearbeitet wurde (vgl. Beschluss Nr. 2, Ziff. 2) und daher auch die Beklagte ein Recht hat, die streitige Be-

stimmung in der Weise auszulegen, wie die Adimax GmbH sie nach guten Treuen gemäss Art. 2 Abs. 1 ZGB verstehen musste und durfte (BGE 117 II 273, E. 5). Die Beklagte geht bezüglich Art. 2 SpV – wie nachfolgend dargelegt wird – zutreffenderweise von einer ausschliesslichen Geheimhaltungspflicht zugunsten ihres Geschäfts- und Fabrikationsgeheimnisses aus, wohingegen der Kläger eine umfassende Wirkung annimmt.

Der unzutreffenden grammatikalischen Auslegung des Klägers (vgl. KS, Rz. 69) lässt sich entgegenhalten, dass durch die Formulierung „Die Bestimmungen des Vertrages [...]“ (vgl. Art. 2 SpV) ausschliesslich die mit dem Begriff „Bestimmungen“ titulierten Vertragsteile der Geheimhaltung unterliegen sollen. Dies betrifft unzweifelhaft nur Abschnitt I. und IV. SpV, die jenen Begriff als Titel in sich tragen. Somit ist eine Erstreckung der Geheimhaltungspflicht auf die Leistungspflichten (vgl. Abschnitt II. und III. SpV) und damit auch auf die Entlohnung des Klägers ausgeschlossen. 48

Die teleologische Auslegung dieser Klausel kann nur zum Ergebnis führen, dass besonders sensible Teilbereiche des Vertrages der Geheimhaltung bedürfen. Dies gilt insbesondere für die wirtschaftlichen Interessen der Beklagten an der Vermarktung und Nachahmung ihrer Erzeugnisse. Eine Schutzbedürftigkeit des Klägers hinsichtlich des Entgeltes ist nicht ersichtlich und wird von der Gegenpartei auch nicht belegt. Ein etwaiger Geheimhaltungswille des Klägers an seiner Entlohnung hätte dieser explizit im Vertrag formulieren müssen (implizit WICKIHALDER, S. 85). Insoweit ist die Ansicht des Klägers (KS, Rz. 71) falsch, dass der Sinn und Zweck in der Vermeidung einer Publikation des vertraglichen Verhältnisses der Parteien liegt. Diese Argumentation widerspricht der fundamentalen Bedeutung eines Sponsoringvertrages, der gerade eine Assoziation der Vertragsparteien zueinander anstrebt (Rz. 1 f.), welche der Öffentlichkeit „sponsoringvertragsimmanent“ auch publik gemacht werden soll. 49

Ebenfalls unkorrekt ist die Ansicht des Klägers, dass mit einer systematischen Auslegung eine gesamtvertragliche Wirkung der Geheimhaltungspflicht belegt werden könnte (KS, Rz. 70). Denn die Stellung dieser Klausel im Anschluss an Art. 1 SpV, der auf einen Anhang zu den sensiblen Artikelspezifikationen verweist, soll einzig den Bezug zu jenem Artikel betonen. 50

Eine Anwendung der vom Kläger bemühten Unklarheitsregel (vgl. KS, Rz. 72) ist in casu auszuschliessen, da eine reine Vorformulierung durch die Beklagte nicht ausreichend ist (vgl. BGE 122 III 118, E. 2c und 2d). Insbesondere findet die Unklarheitsregel keine Anwendung, wenn der Vertragstext von beiden Parteien diskutiert wurde (vgl. BGE 99 II 290, E. 5). In casu hatte der Kläger ausreichend Gelegenheit, sich während des vorvertraglichen Schriftwechsels zwischen dem 11. Juli und dem Vertragsschluss am 26. August 2005 zum Vertrag zu äussern (vgl. B-7; B-8) und im Rahmen einer Endredigierung Änderungswünsche und Klarstellungen anzubringen (Beschluss Nr. 2, Ziff. 2). 51

Des Weiteren lassen sich im Bezug auf die Geheimhaltungsklausel die arbeitsrechtlichen Bestimmungen des OR analog heranziehen, damit die Beklagte einen angemessenen Schutz ihres Geschäfts- und Fabrikationsgeheimnisses erfahren kann (vgl. Art. 321a Abs. 4 OR). Im Sinne dieser Bestimmung sollte auch Art. 52

2 SpV Fabrikationsgeheimnisse, die den technischen Bereich betreffen, ferner Geschäftsgeheimnisse, die den kaufmännisch-organisatorischen Bereich betreffen, schützen (vgl. BSK OR I-REHBINDER/PORTMANN, Art. 321a N 15).

Folglich bleibt festzuhalten, dass sowohl die Auslegung des Art. 2 SpV als auch die analoge Anwendung arbeitsrechtlicher Bestimmungen den vom Kläger behaupteten Umfang der Geheimhaltungspflicht nicht aufweisen und sich daher nicht auf die angebliche Preisgabe der Information über die Entlohnung von Johann Müller erstrecken. 53

4.2. Fehlende Verletzung der Geheimhaltung

Sollte das Schiedsgericht wider Erwarten der Auffassung sein, dass die Geheimhaltungspflicht die Entlohnung des Klägers mit umfasst, wird in der Folge dargelegt, dass keine Verletzung derselben vorliegt. 54

Entgegen der Behauptung des Klägers (KS, Rz. 74) hat die Beklagte ihre angebliche Geheimhaltungspflicht durch die Bekanntgabe der „6-stelligen Beträge an Sponsorengeldern“ in der Pressemitteilung nicht verletzt. Zum einen ist – wie der Kläger selbst einräumt (KS, Rz. 75) – die Aussage der Adimax GmbH zu vage als dass sie die Geheimhaltungspflicht tangieren könnte, da sie ja immerhin einen Spielraum zwischen 100'000 und 999'999 CHF offen lässt. Insofern ist die konkrete Vertragssumme von 500'000 CHF (vgl. Art. 4 SpV) durch die Beklagte genug verfremdet worden, um eine unnötige Indiskretion zu vermeiden. Zum anderen ist anzunehmen, dass die breite Öffentlichkeit an Spitzenentgelte von Profisportlern – wie Johann Müller – gewohnt ist und daher eine verfremdete Nennung der finanziellen Entschädigung des Klägers auf der Internetseite der Beklagten dem Publikum keine wirklich neuen Informationen zu liefern vermochte. Darüber hinaus kann eine Information, die allgemein bekannt ist, weder geheim gehalten noch verraten werden. Damit ist die vom Kläger getroffene Annahme (KS, Rz. 76) widerlegt. 55

Das abschliessende Argument des Klägers, dass die Beklagte die Bekanntgabe der Gagengrösse dazu einsetze, den Kläger als überbezahlten Taugenichts anzugreifen (vgl. KS, Rz. 76) ist sachlich falsch und interpretiert subjektiv die objektive Darstellung der Adimax GmbH. Das offenbare Missverhältnis zwischen der Entlohnung von Johann Müller und dessen Gegenleistung erschliesst sich nicht explizit aus der Publikation, sondern lediglich durch eine kritische, von subjektiven Interessen gefärbte Wertung der Informationen. Folglich bleibt eine Verletzung der Geheimhaltungspflicht unbegründet und der Anspruch auf Zahlung der Vertragsstrafe in Höhe von 100'000 CHF ist abzuweisen. 56

5. Erstattung des entgangenen Gewinns in der Höhe von 35'000 CHF

5.1. Lizenzvertragliches Element der Nutzung von Persönlichkeitsgütern

Laut Sponsoringvertrag hat sich Johann Müller verpflichtet, sein Bild, seinen Namen sowie sein Signet für Werbezwecke, sowie das dahinterstehende Image zwecks Förderung der Vermarktung des Fussballschuhs „Score“ zur Verfügung zu stellen (vgl. Rz. 4 ff. und Art. 7 SpV). Eine solche Einräumung von Nutzungsbeugnissen an Teilaspekten der Persönlichkeit ist als lizenzvertragliches Element des Sponsoringvertrages zu qualifizieren. Diese Annahme drängt sich insbesondere deshalb auf, da es im veräusserungsrechtlichen 57

Sinne an alternativen Übertragungsmöglichkeiten von Persönlichkeitsrechten fehlt. Johann Müller hat der Adimax GmbH die Befugnis eingeräumt, „sich für Werbemassnahmen seiner Persönlichkeitsgüter zu bedienen“ und im Gegenzug hat die Beklagte ihm eine Entschädigung entrichtet (vgl. zum Ganzen BÜCHLER, S. 184 f.). Somit richtet sich eine allfällige Haftungsgrundlage im Falle einer Leistungsstörung im Rahmen der Überlassung von Immaterialgütern nach der einschlägigen Praxis zum Lizenzvertragsrecht. Der Lizenzvertrag ist selbst ein Innominatkontrakt sui generis, weshalb auf ihn hauptsächlich gesetzlich nicht geregelte Elemente Anwendung finden (HUGUENIN, N 1350).

5.2. Anspruch aus Art. 97 Abs. 1 OR

Laut h.L. ist Art. 97 OR als Haftungsgrundlage im Falle einer Schlechterfüllung der in Frage stehenden Lizenz herbeizuziehen (HILTY, S. 570). Die Voraussetzungen eines solchen Anspruches nach Art. 97 Abs. 1 OR sind eine positive Vertragsverletzung, das Vorliegen eines Schadens, des Kausalzusammenhangs sowie eines fehlenden Exkulpationsbeweises (GAUCH/SCHLUEP/REY, N 2650 ff.).

5.2.1 Positive Vertragsverletzung

Durch das dem Vertragszweck diametral zuwiderlaufende Verhalten (vgl. Rz. 9 f.) hat der Kläger gegen seine Vertragspflichten verstossen. Diese Vertragspflicht kann als vertragstypische Leistungspflicht oder zumindest als Nebenpflicht qualifiziert werden (Rz. 4 ff.), weshalb die vom Kläger – vergeblich (KS, Rz. 53 ff.) – bestrittene Grundlage für eine Haftung nach Art. 97 Abs. 1 OR gegeben ist

5.2.2 Entgangener Gewinn

Der Schaden als unfreiwillige Vermögensverminderung kann sich gemäss der in der Lehre vertretenen Differenzhypothese in *damnum emergens* oder *lucrum cessans* niederschlagen (GAUCH/SCHLUEP/REY, N 2652). Da zwischen dem vertraglichen Schadenersatzanspruch nach Art. 97 Abs. 1 OR und dem deliktischen Schadenersatzanspruch nach Art. 41 Abs. 1 OR grundsätzlich keine Unterschiede bestehen (BÜRGI-WYSS, S. 249 f.), kann die Auslegung des Begriffes des entgangenen Gewinns anhand der Dogmatik zu Art. 41 OR übernommen werden. Laut h.L. ist die Geltendmachung eines *lucrum cessans* davon abhängig, ob „es sich um einen üblicherweise erzielbaren Gewinn handelt oder dieser aufgrund der konkreten Umstände in Aussicht gestellt werden kann“ (REY, N 348; BGE 82 II 397, E. 6).

Als Referenzgrösse zur konkreten Berechnung des entgangenen Gewinns wurde der Umsatz des Monats September bestimmt, da das vertraglich missbilligte Verhalten des Klägers Ende des Vormonats einsetzte und daher jener September den letzten Monat vor der Durchschlagung des negativen Imagewandels von Johann Müller auf den Fussballschuh „Score“ darstellt. Denn es ist allgemein anerkannt, dass das Kaufverhalten der Marktteilnehmer aufgrund der Informationsassymetrie einer gewissen Verzögerung unterliegt. Somit ist das Argument des Klägers in Rz. 61 der Klageschrift widerlegt. In den Folgemonaten Oktober bzw. November kam es zu massiven Umsatzeinbrüchen von 30% bzw. 40%, was letztlich in der Einstellung der Produktion mündete (vgl. Einleitungsantwort/Widerklage, Ziff. 9). Damit liegt in der Differenz zwischen dieser erheblichen Umsatzeinbusse (infolge des Fehlverhaltens des Klägers) und dem üblichen Umsatzrückgang von 5-10 % (vgl. Beschluss Nr. 2, Ziff. 10) – entspricht dem üblicherweise erzielbaren

Gewinn – das *lucrum cessans*, welches dadurch auch mit 35'000 CHF exakt beziffert werden kann. Ohnehin wird ein effektiv eingetretener Schaden vom Kläger zu keinem Zeitpunkt bestritten.

5.2.3 Kausalzusammenhang

Ein entgangener Gewinn ist gegeben, wenn „der Geschädigte ohne schädigendes Ereignis sein Vermögen hätte vermehren können“ (REY, N 347). Demnach muss das Verhalten des Klägers eine notwendige Bedingung für den Schaden darstellen. Laut ständiger bundesgerichtlicher Rechtsprechung gilt der natürliche Kausalzusammenhang als bewiesen, wenn dessen Wahrscheinlichkeit überzeugend nachgewiesen worden ist (BGE 119 Ib 334, E. 3c). Ein natürlicher Kausalzusammenhang ist dann *adäquat* kausal, wenn die betreffende Ursache nach der allgemeinen Lebenserfahrung und dem gewöhnlichen Lauf der Dinge an sich geeignet war, den eingetretenen Erfolg zu bewirken oder zumindest allgemein zu begünstigen (REY, N 525).

Ein wie zuvor beschriebener Umsatzrückgang kann unter gar keinen Umständen mit den üblichen saisonalen Schwankungen, die lediglich 5% bis 10% betragen (vgl. Beschluss Nr. 2, Ziff. 10), erklärt werden. Damit muss sich die Beklagte den Vorwurf des Klägers, dass sie die Schwankungen des Gesamtmarktes unbeachtet liess (vgl. KS, Rz. 51), nicht gefallen lassen.

Dem Einwand des Klägers, dass die Publikation seiner Beschwerden in der NZZ vom 16. Oktober 2006 (KS, Rz. 63) ein negatives Licht auf den Fussballschuh warf, ist zu entgegnen, dass die Beschwerden dem Kläger einerseits selbst zuzurechnen sind (vgl. Rz. 24 ff.) und eine Berufung darauf daher rechtsmissbräuchlich i.S.v. Art. 2 Abs. 2 ZGB ist. Andererseits erfolgt die Publikation erst Mitte Oktober, sodass ihr eine unmittelbare Wirkung auf die Absatzzahlen zumindest jenes Monats abgesprochen werden kann. Sollte dennoch eine zeitlich darüber hinausgehende Wirkung angenommen werden, so muss dies zu Lasten des Klägers erfolgen, da schliesslich seine genetische Disposition ursächlich ist, auch wenn den Sponsorgeber das wirtschaftliche Risiko trifft. Insofern kann sich der Kläger nicht auf eine Risikoabwälzung berufen (vgl. KS, Rz. 62).

Darüber hinaus sind in den Unterlagen keine Anhaltspunkte ersichtlich, die diesen Rückgang hätten herbeiführen können. Die einzige mögliche Ursache stellt das massive Fehlverhalten des Klägers dar. Insofern schlägt die Argumentation des Klägers fehl, dass der Erfolg des Fussballschuhs „Score“ von verschiedenen Faktoren beeinflusst worden wäre (KS, Rz. 58), da eben solche Faktoren fehlen und die Gesamtmarktentwicklung für Fussballschuhe grundsätzlich konstant blieb (Beschluss Nr. 2, Ziff. 4).

Dem Argumentationsstrang des Klägers, welcher das Personensponsoring bloss als untergeordneten Teil des Marketings betrachtet (vgl. KS, Rz. 59/60/63), ist nicht zu folgen, da die angeführte Quelle (KS, Rz. 59) lediglich verschiedenste Faktoren des Marketings aufzählt. Jedoch unterlässt es der Autor, eine Gewichtung der Faktoren vorzunehmen. Daher ist es unseres Erachtens falsch, die Meinung, dass eine isolierte Betrachtung eines einzelnen Faktors unzulässig sei, zu präsumieren. Vielmehr sollte eine Betrachtung des Einzelfalles vorgenommen werden: Es liefe dem zentralen Sinn und Zweck eines Sponsoringverhält-

nisses zuwider, wenn behauptet wird, dass Sportartikel nicht wegen ihres Marketingüberbaus gekauft werden. Wenn diese Ansicht zutreffend wäre, so müsste man sich fragen, weshalb die Adimax GmbH bereit war 500'000 CHF an Johann Müller für eben jenen angeblich redundanten Marketingüberbau zu bezahlen. Im Gegenteil ist festzuhalten, dass es explizites Ziel des Sportsponsorings ist, Umsatzsteigerungen zu erzielen (BABIN, S. 26). Bestärkend wirkt die Tatsache, dass die komplette Vermarktung des betreffenden Fussballschuhs „Score“ auf Johann Müller als zentrale Werbefigur zugeschnitten wurde (vgl. B-8). Daher ist von einer entscheidenden Gewichtung Johann Müllers im Zusammenhang mit der Vermarktung und somit auch des Umsatzerfolges auszugehen.

Die Interpretation des vom Kläger erwähnten Produktlebenszyklus-Modells (vgl. KS, Rz. 62) entbehrt jeglicher sachlicher Grundlage. Angesichts der bereits im Februar 2006 erfolgten Einführung des Schuhs ist die sog. Einführungsphase gemäss Produktlebenszyklus-Modell im September als *längst* abgeschlossen zu betrachten gewesen. Vielmehr befand sich das Produkt bereits in der Wachstumsphase, bevor es aufgrund des schädigenden Imagewandels des Klägers vom Markt genommen werden musste (vgl. zum Ganzen THOMMEN, S. 153 f.).

Wie zuvor eingehend dargelegt wurde (vgl. Rz. 66), war der Kläger Exklusivwerbeträger des Fussballschuhs „Score“ (vgl. Beschluss Nr. 2, Ziff. 3). Das Image seiner Person war unlösbar verbunden mit den Eigenschaften und der Wahrnehmung jenes Produktes. Hätte sich somit der Kläger vertragskonform verhalten und seine imageschädigenden Handlungen unterlassen wäre ein um 35'000 CHF höherer Gewinn erzielt worden. Aufgrund des Sponsoringvertrages war der Kläger verpflichtet, schädigendes Verhalten zu lasten der Beklagten zu unterlassen (vgl. Rz. 6). Somit bildet sein Verhalten eine unabdingbare Voraussetzung für den eingetretenen Schaden und daher gilt der natürliche Kausalzusammenhang als bewiesen. Ebenfalls ist die Adäquanz zu bejahen, da nach der allgemeinen Lebenserfahrung und dem gewöhnlichen Lauf der Dinge, ein imageschädigendes Verhalten eines exklusiven Markenbotschafters – wie Johann Müller einer war – einen enormen Umsatzrückgang bewirken kann.

5.2.4 Fehlender Exkulpationsbeweis

Da der Kläger sein vertragswidriges Verhalten zu verantworten hat, bleibt ihm der Exkulpationsbeweis versagt. Eine Verantwortung für die negative Darstellung in der Presse wird vom Kläger auch nicht bestritten. Damit sind alle Voraussetzungen für eine Haftung des Klägers nach Art. 97 Abs. 1 OR gegeben und Johann Müller ist zu verpflichten, der Beklagten den entgangenen Gewinn in der Höhe von 35'000 CHF zzgl. Zins zu 5% (Art. 104 Abs. 1 OR) ab dem 1. Dezember 2006 (Einstellung der Produktion) zu ersetzen.

6. Vollumfängliche Erstattung der Prozesskosten des Massnahmeverfahrens

6.1. Anwendbarkeit des IPRG bzgl. der Anerkennung des Entscheides des LG Stuttgart

6.1.1 Fehlende Anwendbarkeit des LugÜ

Laut Auffassung des Klägers richtet sich die Anerkennung des Entscheides des LG Stuttgart nach den Regeln des LugÜ (vgl. KS, Rz. 118 ff.). Dieser Auffassung ist nicht zu folgen. Gemäss Art. 1 Abs. 2 Ziff. 4

LugÜ ist die Schiedsgerichtsbarkeit von der Anwendung ausgeschlossen. Die Auslegung dieser Ausschlussregel ist derweil in Lehre und Rechtsprechung nicht eindeutig.

Zum einen wird die Ansicht vertreten, dass alle Massnahmen aus dem Anwendungsbereich des Übereinkommens fallen, welche ein Schiedsverfahren berühren (vgl. WICKI, S. 289). Zum anderen unterscheidet der EuGH, ob die einstweiligen Massnahmen auf die Durchführung eines Schiedsverfahrens gerichtet sind oder ob sie parallel zu einem solchen Verfahren angeordnet werden (EuGH, Van Uden). 71

Der ersten Ansicht folgend ist eine Anwendbarkeit des LugÜ betreffend des hier vorliegenden Entscheides des LG Stuttgart als ausgeschlossen zu betrachten. Dies entspricht zudem einer streng grammatikalischen Auslegung des Art. 1 Abs. 2 Ziff. 4 LugÜ. Auch historisch lässt sich belegen, dass die Anwendung des LugÜ auf die Schiedsgerichtsbarkeit ausgeschlossen werden sollte, da dieses Gebiet bereits in zahlreichen Übereinkommen geregelt worden war und man die internationale Entwicklung der Schiedsgerichtsbarkeit nicht beeinträchtigen wollte (WICKI, S. 276). 72

Die weitere Unterscheidung des EuGH bedarf einer zusätzlichen Konkretisierung, da sich nach einschlägiger Literaturmeinung keine klare Abgrenzung zwischen den beiden vom EuGH differenzierten „Massnahmen“ ziehen lässt (VAN HAERSOLTE-VAN HOF, S. 29 ff.). Gemäss Lehre und Rechtsprechung beziehen sich zahlreiche Tatbestände auf ein schiedsgerichtliches Verfahren und fallen daher unter den Ausschluss. So ist auch ein Verfahren zur Vorabentscheidung materieller Fragen vom Anwendungsbereich des Ausschlusses erfasst (EuZVR-GEIMER, A.1 Art. 1 N 150 ff. m.w.H.). 73

Das einstweilige Verfügungsverfahren diene dazu, einer weiteren Schädigung der Beklagten durch den Kläger rasch und unmittelbar vorzubeugen. Um diesem Begehren stattzugeben, musste das LG Stuttgart die eigentlich dem Hauptverfahren unterstellte Frage vorab beurteilen, ob der Kläger durch seine negative Wahrnehmung in der Öffentlichkeit eine Ausstrahlung auf das Image der Marke Adimax hat und eine weitere Assoziation mit der Person Johann Müllers als Träger der Bekleidungsstücke der Beklagten Schaden verursachen kann (vgl. K-5). Diese Fragen sind ebenfalls zentraler Bestandteil des Schiedsgerichtsverfahrens (Rechtsbegehren Nr. 4 der Beklagten; Einleitungsantwort/Widerklage, Ziff. 10) und gelten daher als vorab beurteilt gemäss dem Ausschlusskatalog. Daher kann die Anwendbarkeit des LugÜ bezüglich der Anerkennung des Entscheides des LG Stuttgart nach Art. 1 Abs. 2 Ziff. 4 LugÜ ausgeschlossen werden, weshalb sich die Anerkennung nach dem IPRG richtet und der Vorbehalt zugunsten des Völkerrechts nach Art. 1 Abs. 2 IPRG in casu unbeachtlich ist. 74

6.1.2 Keine Anerkennung gemäss IPRG

Das IPRG ist anwendbar auf internationale Sachverhalte und ist nationales Schweizerisches Recht (Art. 1 Abs. 1 IPRG). Lediglich zugunsten von völkerrechtlichen Verträgen tritt es zurück (Art. 1 Abs. 2 IPRG). In casu wurde die Anwendbarkeit des LugÜ ausgeschlossen (Rz. 70 ff.) und weitere relevante völkerrechtliche Verträge sind nicht ersichtlich. Da die Beklagte Sitz in Deutschland und der Kläger Wohnsitz in Zürich hat, liegt ein internationaler Sachverhalt vor. Somit ist die Anwendbarkeit des IPRG belegt. 75

Die Anerkennung ausländischer Entscheide nach IPRG richtet sich nach Art. 25. Nach einer breiten Auffassung in der Lehre handelt es sich bei ausländischen vorsorglichen Massnahmen nicht um Entscheidungen im Sinne der genannten Bestimmung (BSK IPRG-BERTI/SCHNYDER, Art. 25 N 10). Ebenfalls ist der Botschaft zum Entwurf des IPRG zu entnehmen, dass der Gesetzgeber die Anerkennung ausländischer einstweiliger Verfügungen mit dem Gesetz nicht erfassen wollte (Botschaft IPRG, Ziff. 217.4, S. 331). Zudem hat das Bundesgericht entschieden, dass einem ausländischen Gericht, das trotz Vorliegen der Voraussetzungen von Art. II NYÜ die Parteien nicht auf das schiedsgerichtliche Verfahren verweist, sondern die Streitsache selbst an die Hand nimmt, mithin die indirekte Zuständigkeit im Sinne von Art. 25 lit. a IPRG fehlt, weshalb dessen Entscheid in der Schweiz nicht anerkannt werden kann (BGE 124 II 83, Erw. 5b; vgl. auch LIATOWITSCH, S. 76 f.). Der Sponsoringvertrag enthält in Art. 12 eine Schiedsklausel, welche jegliche Zuständigkeit eines staatlichen Gerichts derogiert („jede Kontroverse, die [...] in Verbindung mit der Durchführung des Vertrages entsteht“), weshalb die Voraussetzungen von Art. II Abs. 3 NYÜ erfüllt sind (die Schweiz und Deutschland haben das NYÜ ratifiziert). Somit findet das Urteil des LG Stuttgart in der Schweiz keine Anerkennung. Bestärkt wird diese Position durch die Tatsache, dass der fragliche Entscheid in einem vorsorglichen Massnahmeverfahren ergangen ist. Folglich wird der Standpunkt des Klägers in Rz. 127 ff. der Klageschrift vollumfänglich widerlegt.

6.2. Anwendbarkeit des schweizerischen Rechts bzgl. Kostenberechnung

Der Behauptung des Klägers, dass im Rahmen des Schiedsverfahrens deutsches Recht für die Kostenberechnung anwendbar wäre, ist nicht zu folgen (vgl. KS, Rz. 138 ff.). Gemäss BERGER/KELLERHALS (N 1280) bindet eine von den Parteien getroffene Rechtswahl selbst dann, wenn das gewählte Recht keinen Sachzusammenhang mit dem zu beurteilenden Rechtsbegehren aufweist. Das gewählte Sachrecht ist durch das Schiedsgericht vollumfänglich anzuwenden (BERGER/KELLERHALS, N 1281).

In casu wurde von den Parteien eine gültige Rechtswahl in Art. 12 SpV vereinbart, deren Gültigkeit von Klägerseite nicht bestritten wird (vgl. KS, Rz. 139). Dieser Rechtswahl zufolge ist einzig und allein Schweizer Recht anwendbar. Der Einwand des Klägers, dass durch die Anrufung des LG Stuttgart die ursprüngliche Rechtswahl derogiert wurde (vgl. KS, Rz. 141), ist unzutreffend, da die Rechtswahl durch das Verfahren unter Anwendung deutschen Rechts grundsätzlich nicht tangiert wurde und nichts dagegen spricht, dass sich das Schiedsgericht der Beurteilung nach Massgabe der Parteiabrede (vgl. Art. 13 SpV) annimmt. Der Kläger verkennt, dass ein Verweisungsvertrag zwar jederzeit abänderbar ist, jedoch grundsätzlich eine einheitliche Anknüpfung des Vertrages an eine Rechtswahl anzustreben ist. Eine Rechtszersplitterung eines einheitlichen Rechtsverhältnisses ist zu vermeiden (ZK IPRG-KELLER/KREN KOSTKIEWICZ, Art. 116 N 82). Da vom Kläger unbestritten für alle weiteren Fragen aus dem Vertrag schweizerisches Recht Anwendung findet (vgl. KS, Rz. 144), sollte auch für die Beurteilung der Berechnung der Prozessschädigung jenes zur Anwendung gebracht werden. Wie zuvor ausgeführt ist ein enger Konnex zur Sache für die Rechtsanwendung nicht zwingend und daher der Einwand des Klägers in Rz. 143 der Klageschrift unmassgeblich.

6.3. Entscheidkompetenz des Schiedsgerichtes bzgl. Parteientschädigung

6.3.1 Zusammensetzung der Kosten des Schiedsgerichtsverfahrens

Da das 12. Kapitel des IPRG keine Bestimmungen über eine konkrete Zusammensetzung der Prozesskosten enthält, muss in erster Linie auf eine Parteivereinbarung abgestellt werden (vgl. BERGER/KELLERHALS, N 1480). Der vorliegende Sponsoringvertrag enthält jedoch keine erkennbare Vereinbarung, die in diese Richtung abzielen würde. Jedoch enthält Art. 38 SchO eine Enumeration von erstattungsfähigen Kosten, welche im Rahmen des Schiedsgerichtsverfahrens anfallen. Insbesondere regelt Art. 38 lit. e SchO die Parteikosten. Hier spricht sich die Lehre dafür aus, dass nur unter bestimmten Bedingungen die Kosten für rechtliche Nebenverfahren Teil der Parteikosten i.S.v. Art. 38 lit. e SchO sein können. So wird verlangt, dass einerseits eine enge sachliche Verknüpfung zwischen diesem Nebenverfahren vor einem staatlichen Gericht und dem Hauptsacheverfahren vor einem Schiedsgericht besteht und andererseits beiden Gerichten Entscheidkompetenz – wie bei Verfahren betreffend einstweiligen Rechtsschutz – zukommt, sodass sich das Schiedsgericht mit Rechtsfragen befasst, welche im Verfahren vor dem staatlichen Gericht nicht vorgebracht wurden (SRIAC-STACHER, Art. 38 N 13). In casu steht das einstweilige Verfügungsverfahren vor dem LG Stuttgart in enger sachlicher Konnexität zum Schiedsgerichtsverfahren, da – wie zuvor dargelegt (vgl. Rz. 74) – lediglich partielle Rechtsbegehren vor dem staatlichen Gericht verhandelt wurden und die sich darauf beziehenden und sich anschliessenden Rechtsbegehren nun vom Schiedsgericht beurteilt werden sollen. Am deutlichsten wird der sachliche Zusammenhang zwischen den beiden Verfahren durch den Umstand, dass der Prozess vor Schiedsgericht gleichzeitig das vom LG Stuttgart geforderte Hauptsacheverfahren darstellt (vgl. K-5). Somit unterliegen auch die im Massnahmeverfahren entstandenen Kosten dem Kostenentscheid des Schiedsgerichtes.

6.3.2 Kostenverteilungskompetenz

Ebenfalls mangelt es dem IPRG an einer Regelung bezüglich der Kostenverteilung. Hier haben die Parteien ⁸⁰ in Art. 13 SpV jedoch scheinbar eine Regelung getroffen. Eine korrekte Auslegung dieses Artikels kann jedoch nur dazu führen, dass die Parteien lediglich Kosten, die unmittelbar mit der Durchführung und Erstellung des Vertrages zusammenhängen, selber tragen wollten. Eine Regel über die Verlegung der Prozesskosten fehlt. Daher kann auch hier wieder auf die Schweizerische Schiedsordnung verwiesen werden. Art. 40 Abs. 1 SchO besagt, dass die Verfahrenskosten grundsätzlich von der unterliegenden Partei getragen werden. In Bezug auf die Parteientschädigung wird in Abs. 2 dem Schiedsgericht ein freies Ermessen eingeräumt, jedoch besteht in casu kein Grund, von der „costs follow the event“-Regel des Abs. 1 abzuweichen (vgl. BERGER/KELLERHALS, N 1482, 1487 f.). Daher sind dem Kläger als unterlegene Partei sämtliche Kosten des Massnahmeverfahrens aufzuerlegen, was somit zur Folge hat, dass Johann Müller zu verpflichten ist, neben den bereits vom LG Stuttgart zugesprochenen 3'405 € zusätzlich 3'095 € an die Beklagte zu bezahlen.