



Fotos: Francisco González/Freeimages.com, Privat

Was Spaß macht, ist verboten

Als Rechtsanwalt kann ich mich ausnahmsweise (!) einmal zum Thema „Games“ extrem kurz halten: Alles, was Spaß macht, ist illegal. Kommen wir also gleich zum Thema „Incentives“ im Allgemeinen ...

Im Ernst: Unter Games kann man beispielsweise Virtual-Reality-Möglichkeiten, Drohnen, Exit Games, Pokémon Go usw. verstehen, die als Marketing-Tool in die Veranstaltung integriert werden. Sind die Bezeichnungen auf Englisch, riecht es danach, dass die Idee aus den USA kommt; man denke hier nur an Pokémon Go. Mit „USA“ verbindet der Datenschutzrechtler aber einen Herzinfarkt: In den USA besteht ein eklatant (und zwar nach unten) abweichendes Datenschutzniveau. Nicht umsonst haben sich die Verbraucherzentralen dem Pokémon auf die Spur geheftet und den Hersteller wegen Datenschutzverstößen abgemahnt.

Drohnen auf einer Veranstaltung führen zu einer Vielzahl von rechtlichen Problemen: Da geht es etwa um die Frage, ob man mit seiner Drohne über fremde Grundstücke fliegen darf. Oder ob mit der Drohne

Gegenstände, Grundstücke oder gar Personen gefilmt werden dürfen (im Regelfall nicht). Schließlich ist eine Drohne auch ein sicherheitsrelevantes Risiko, da sie möglicherweise über Publikum abstürzen kann, entsprechende Unfälle hat es dazu schon gegeben. Soweit die Drohne im Wettbewerb in einem abgetrennten Bereich eingesetzt wird, um gegen andere Drohnen zu fliegen, bestehen die rechtlichen Probleme grundsätzlich nicht. Für den Besucherbereich ist aber der Einsatz von Drohnen mit Vorsicht zu genießen, und man sollte unbedingt die Berechtigung zum Einsatz vorher rechtlich prüfen.

Virtual-Reality-Events sind für den Juristen Neuland (dazu muss man wissen, dass sich die Juristerei noch begeistert mit den Rechtsproblemen der Videokassette auseinandersetzt, d. h. wir hinken naturgemäß der Entwicklung etwas hinterher ...) und dies birgt denn auch immer ein

gewisses Risiko für den Veranstalter: Schließlich kann es sein, dass er ohne böse Absichten seinen Besuchern oder Teilnehmern etwas Neues bieten will, was sich im Nachhinein als rechtswidrig herausstellt. Auch hier stellen sich nämlich Fragen aus dem Datenschutz und dem Persönlichkeitsrecht ebenso wie aus dem Urheberrecht. Je nach Einsatzbereich ist also auch hier eine sorgfältige Analyse gefragt.

Incentives – das Dilemma mit Unfallversicherung und Finanzamt

Bei Incentives geht es nicht ganz so modern zu, aber auch hier gibt es reihenweise Fallstricke. Ein paar Beispiele: Incentives für Mitarbeiter sind klassische Belohnungsveranstaltungen für einen Teil der Beschäftigten. Solange aber die Teilnahme am Incentive nicht allen Beschäftigten offen steht, spricht man nicht von einer Betriebsveranstaltung – mit der sozialversicherungsrechtlichen Folge, dass die Teilnehmer auf dem Incentive nicht gesetzlich unfallversichert sind. Das ist das Dilemma: Man schickt seine besten Leute auf ein Incentive, und schlimmstenfalls besteht bei einem Unfall nur eine Krankenversicherung.

Incentives für Kunden beherbergen das bekannte Problem der Korruption bzw. Bestechung: Wird der Einkäufer vom Kunden zu einer Reise eingeladen, setzt sich der Einladende schnell dem Vorwurf der Bestechung aus. Hiergegen kann u. a. insbesondere Transparenz helfen: Die Einladung geht nicht an den Einkäufer, sondern an seinen Vorgesetzten; in der Einladung wird offengelegt, was der Einkäufer alles erhält (Essen, Hotel, Reise, Geschenke ...) usw.

Incentives sowohl für Mitarbeiter als auch für Kunden sind immer auch ein geldwerter Vorteil. Und wenn das Wort Geld fällt, ist das Finanz-



Text: Thomas Waetke

amt nicht weit. Dementsprechend sind steuerrechtliche Grenzen zu beachten, bei deren Überschreiten Lohn- bzw. Einkommensteuer zu zahlen ist (Vorsicht: Ältere Quellen dazu im Internet sind nicht mehr aktuell, da es hier seit 01.01.2015 erhebliche Änderungen gegeben hat). //

Die Versicherungssicht

Die Themen Games und Incentives sind für uns als Versicherungsmenschen nahezu unmöglich zu greifen und somit können auch wenig pauschale Aussagen getroffen werden. Das große Problem

liegt darin, dass man unter Games nahezu alles verstehen kann: Spielen die Teilnehmer einer Tagung am Abend „Hallen-Halma“ so ist das ebenso ein Spiel wie Blobbing, Human Soccer, ein Skirennen oder auch Zwergen-Werfen (was zumindest seit der ganzen AGG-Diskussion [Antidiskriminierungsgesetz] nicht mehr groß angefragt wurde). Man sieht,



The new skyliner⁺

www.skyliner.tv

die Range ist groß und somit wäre die Antwort, wie man etwas richtig versichert, auch entsprechend lang.

Im Prinzip kann man aber sagen, dass nahezu alle Games und Incentives versichert werden können, aber so unterschiedlich wie die Bereiche sind, so unterschiedlich sind auch die Anforderungen der Versicherung und am Ende des Tages auch die Prämien. Für die Budgetplanung wäre es also wichtig, den Versicherungsmenschen des Vertrauens möglichst früh einzubinden. Dem Versicherer sind natürlich virtuelle Welten am Liebsten. Idealerweise legen sich die Teilnehmer der Veranstaltung auf eine Liege, setzen die Brille auf und werden dann in virtuelle Achterbahnen geschubst ... Aber, das ist natürlich nur selten der Fall. Ganz im Gegenteil, oft ist der Adrenalinschub gewünscht und gefordert.

Die vertragliche Haftung obliegt dem Veranstalter

Je nach Event braucht man auch unterschiedlichste Versicherungsarten. In erster Linie ist wichtig, dass man als Agentur weiß, dass man für sämtliches gemietetes Equipment erst einmal haftet und zwar für sämtliche Schäden während des Verleihvorgangs. Das bedeutet, dass man sogar für die Schäden durch die Teilnehmer haftet, wenn z. B. die Hüpfburg durch eine brennende Zigarette oder wie im schlechten Film von einem Schraubenzieher beschädigt wird. Gleiches gilt bei Schäden an der Technik durch Sturm oder sonstige Gründe. Im Klartext bedeutet das, dass der Entleiher für alles haftet und zwar in unbegrenzter Höhe. Aber um dieses Risiko zu minimieren, gibt es ja noch die allzeit beliebten Versicherungen.

Handelt es sich um aufwändige Bauten oder Aufblaswelten, so ist hierfür die sogenannte Ausrüstungsversicherung zuständig. Dabei werden die klassischen Gefahren wie Feuer, Einbruchdiebstahl, Sturm/Hagel versichert. Sinnvollerweise ergänzt man dieses Versicherungspaket dann noch mit Vandalismus und einfachem Diebstahl.

Veranstaltungen mit aufwändiger Technik (virtueller Bereich), großen LED-Wänden und Beschallung oder auch LAN-Partys und ähnliche Games werden mit der Elektronikversicherung abgedeckt. Da es sich um eine Allgefahrdeckung handelt, bleibt nahezu kein Restrisiko mehr für den Veranstalter übrig. Neben den oben genannten Gefahren haben wir bis hin zur Fehlbedienung, Überspannung usw. fast alles abgedeckt. Wichtig ist auch, dass man hier immer zum Neuwert versichert. Die Agentur kann auch selbst entscheiden, ob und in welcher Höhe sie eine Selbstbeteiligung akzeptiert, was die Höhe der Prämie stark beeinflusst.

Wie immer dürfen wir zudem den Bereich der Haftpflichtversicherung (also Schäden an Dritten) nicht vergessen. Vom Grundsatz her wird unterschieden, ob es sich nur um Zusatzleistungen bei einer sowieso schon bestehenden bzw. geplanten Veranstaltung handelt, oder ob es sich um ein Event handelt, das um das Thema Games und Incentive aufgebaut wird. Vergibt man die Leistung an einen Dritten, sprich Lieferanten, so ist es in erster Linie wichtig, dass man sich von dem Anbieter eine ausreichende und passende Haftpflichtversicherung nachweisen lässt. Als ausreichend erachtet wird eine Deckungssumme ab fünf Millionen Euro für Personen- und Sachschäden. Passend bedeutet, dass natürlich die Betriebsbeschreibung auf den Betrieb zugeschnitten ist. Es hilft nicht weiter, wenn in der Haftpflichtversicherung z. B. bei einem Human-Soccer-Anbieter im Text steht, dass er als Bäckerei versichert ist. – Gut, das ist sicherlich ein wenig an den Haaren herbeigezogen und übertrieben, aber es sagt schon das aus, was gemeint ist. Denn nicht selten sieht man Bestätigungen zur Haftpflichtversicherung, welche dann nur aus einer Privathaftpflichtversicherung bestehen.



Text: Christian Raith

Natürlich ändert das nichts daran, dass man als Veranstalter in erster Instanz in der Haftung ist, da man ja entsprechend auf der Einladung oder dem Ticket steht. Die vertragliche Haftung obliegt somit dem Veranstalter. Daher sollte man auf jeden Fall eine passende und ausreichende Veranstalter- oder Betriebshaftpflichtversicherung abschließen, sofern diese nicht sowieso schon für das ganze Jahr besteht – was natürlich alles etwas günstiger macht.

Spezialkonzepte für Reisen

Jetzt bleibt nur noch die Ausfallversicherung. Denken Sie einfach bei jeder Veranstaltung daran, was passiert, wenn die Veranstaltung nicht stattfinden kann. Sei es, dass die Technik nicht ankommt, die Location nicht zur Verfügung steht, Staatstrauer ausgerufen wird oder sogar ein Attentat oder Terroranschlag dafür verantwortlich ist. All diese Gefahren (und noch viel mehr) kann man über die Veranstaltungsausfallversicherung absichern. Ebenso kann man im Bausteinprinzip das Risiko des Wetters mitversichern, was bei einigen Outdoor-Veranstaltungen durchaus Sinn macht – oder wollen Sie mit Ihrem Kunden in den Hochseilgarten gehen, wenn Windstärke 9 herrscht? Auch vorstellbar ist, dass das gecharterte Boot aufgrund Adversed Weather gar nicht ablegen kann und die Teilnehmer an Land bleiben müssen. Auch hierfür gibt es eine Lösung, zumindest bei spezialisierten Unternehmen.

Wenn wir schon im Incentive-Bereich angekommen sind, dann kommt man schnell auf die üblichen Reiseversicherungen wie Reiserücktritt, Reisegepäckversicherung usw. Dieser Part wird am einfachsten gleich über das Reisebüro mit abgeschlossen, dort gibt es zahlreiche Spezialkonzepte.

Man könnte natürlich noch weiter in die Tiefe gehen und eine Teilnehmerunfallversicherung, Rechtsschutzversicherung oder alle möglichen sonstigen Versicherungen aufführen, aber an sich sollte man sich im Fall von Games und Incentives auf die bereits genannten Versicherungsarten konzentrieren. Wir sehen also, so ganz ohne Versicherung geht es einfach nicht. //