**10-PUNKTS SJEKKLISTE for å sikre avtaleverket mellom partene:**

**1. Forarbeid.**
Sponsoravtalen er det som skal beskytte investeringen din når det går virkelig bra. Gjør derfor grundig forarbeid og tenk igjennom hva du ønsker å oppnå med sponsoratet.

**2. Tydelige forpliktelser. '**
Sørg for at formålet ditt med sponsoratet er sikret gjennom tydelige avtaleforpliktelser. Ikke vær redd for å stille detaljerte krav, f eks når det gjelder eksponering og utøverens plikter til å stille opp på arrangementer osv.

**3. Eksklusivitet.**
Verdien av sponsoratet avhenger av hvor mye du må konkurrere med andre sponsorer. Selv om du ikke er enesponsor, forsøk å oppnå få mest mulig eksklusivitet på din del av sponsoratet, f eks bransje, plassering på klær osv. Har du mulighet, bør du også få inn bestemmelser som gir deg innflytelse over valg av andre sponsorer. Det er ikke alle du vil bli ”sett” sammen med.

**4. Avtaleparter.**
Mange utøvere har egne aksjeselskaper som ofte håndterer utøverens rettigheter og inntekter. Sørg for at slike selskaper er part i avtalen, i tillegg til at utøveren vedtar de relevante klausuler for seg personlig.

**5. Oppsigelse.**
Som sponsor vil du være identifisert med utøveren. Sørg for å ha rett til umiddelbar oppsigelse dersom utøveren får negativ publisitet eller opptrer i strid med de verdiene som ligger til grunn for avtalen.

**6. Varslingsplikt.**
Sørg for at du får vite det som er nødvendig for at du som sponsor skal ivareta dine interesser. Avtalen bør inneholde bestemmelser om varslingsplikt.

**7. Sponsorsamarbeid.**
Mange sponsorobjekter etablerer egne sponsorkomitéer. Sørg for at du har rett til å delta i slike fora.

**8. Prioritet.**
De færreste sponsorobjekter sitter selv på alle rettigheter, det vil være avtaler med klubber, arrangører osv. som uansett vil gå foran din avtale. Sørg derfor for at du har rett til innsyn i slike avtaler og at du får best mulig prioritet der det oppstår motstrid mellom rettigheter.

**9. Kostnader.**
Det bør reguleres hvem som bærer hvilke kostnader. For eksempel pressebilder, klær med mer når nye sponsorer kommer inn. Som eksisterende sponsor ønsker du at slike kostnader legges på den sist ankomne.

**10. Rettigheter.**
Sørg for å ha alle rettigheter til å bruke bilder av utøveren med dine sponsormerker. Rettigheter til blogger og det som legges ut på sosiale medier bør også reguleres.

Advokatfirmaet Simonsen Vogt Wiig er selv sponsor – av sjakkéneren Magnus Carlsen.