

E-Mail david.koehler@messe-karlsruhe.de
Tel. +49 721 3720 5128 Fax +49 721 3720 99 5128
Bitte erstellen Sie sich eine Kopie für Ihre Unterlagen.
Das Original schicken Sie direkt an uns.

Karlsruher Messe- und Kongress GmbH
David Köhler
Postfach 1208
76002 Karlsruhe

In Kooperation mit:



EUROVINO
Fachmesse für Wein, Karlsruhe.

28. Februar + 1. März 2027

Bewerbungsformular

New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award



Einreicher:

Firma: _____

Anschrift: _____

Ansprechpartner: _____

Email: _____

Telefonnummer: _____

Bewerbung für die Kategorie (Mehrfachnennung möglich):

- | | |
|---|--|
| ☐ Bestes Marken- & Produktkonzept | ☐ Beste Marketingkampagne |
| ☐ Innovation des Jahres im Weinmarketing | ☐ Bestes Weinerlebnis vor Ort |

Name des Produktes bzw. der Kampagne:

Informationen und Erläuterungen des Produktes bzw. der Kampagne:

Hinweis: Bitte beachten Sie die Bewertungskriterien und Fragestellungen in den Teilnahmebedingungen sowie die unterschiedlichen Einreichungsformen!

Bitte übersenden Sie das ausgefüllte Bewerbungsformular an info@eurovino.info.

Anmeldeschluss ist der **31.01.2027**.

- ☒ Hiermit wird bestätigt, dass die Teilnahmebedingungen des „New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award“ akzeptiert werden.
- ☒ Den Hinweis zum Datenschutz nach Art. 13 DSGVO unter www.messe-karlsruhe.de/ds-gaus habe ich gelesen.

Ort, Datum

Rechtsverbindliche Unterschrift

Teilnahmebedingungen

„New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award“

Präambel

Die EUROVINO sucht neue Ideen und Innovationen rund um Produkte, Marken, Weinerlebnisse sowie die besten Marketingkampagnen der Weinbranche 2026/2027.

Nach Maßgabe der nachstehenden Teilnahmebedingungen wird hierfür der Wettbewerb „New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award“ in vier Kategorien ausgelobt.

Der Wettbewerb wird durchgeführt durch die Messe Karlsruhe, Team EUROVINO. Die Jurierung zur Verleihung des „New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award“ erfolgt durch eine Expertenjury und es wird ein Gewinner je Kategorie gekürt mit dem Zusatz „**experts' choice**“. Darüber hinaus werden alle Einsendungen von einer Jury aus Studierenden der Hochschule Heilbronn, Studiengang Weinmarketing und Management, speziell mit Blick auf die Ansprache der jungen Generation bewertet. Durch diese neue und junge Jury wird insbesondere analysiert, inwieweit die Einreichungen auch die jüngere Zielgruppe ansprechen und ob nachhaltige und langfristige Perspektiven verfolgt werden. Somit werden in jeder Kategorie zwei Gewinner ausgelobt – einmal der Gewinner der Experten-Jury und einmal der Gewinner der „**young choice**“.

Der Award ist nicht preislich dotiert. Es wird eine Urkunde an die bzw. den Gewinner übergeben.

1. Ziel des Preises

Im Rahmen der EUROVINO 2027 soll in jeder der vier unter Ziff. 2 aufgeführten Kategorien jeweils der „New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award“ – experts' choice und der „New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award“ – young choice verliehen werden. Es handelt sich hierbei um einen Wettbewerb, der den Fokus nicht auf den Wein selbst, sondern auf die Vermarktung „außerhalb und rund um die Flasche“ legt und bewertet. Unterteilt in vier unterschiedliche Kategorien werden alle Maßnahmen analysiert und bewertet, die das Produkt, Kampagne oder Erlebnis erfolgreich machen sollen. Neben gestalterischen Aspekten wird hierbei besonders auch auf die Zielgruppenansprache Wert gelegt.

2. Preiskategorien und Bewertungskriterien

Einreichungen sind in insgesamt vier Kategorien möglich. Die Einreichungen können in einer oder mehreren der folgenden Kategorien erfolgen:

- Bestes Marken- & Produktkonzept (Ziff. 2.1)
- Beste Marketingkampagne (Ziff. 2.2)
- Bestes Weinerlebnis vor Ort (Ziff. 2.3)
- Innovation des Jahres im Weinmarketing (Ziff. 2.4)

Die Gewinner werden jeweils in einer der nachfolgend genannten vier Kategorien und nach den dort aufgeführten Kriterien gekürt:

2.1 Bestes Marken- & Produktkonzept

Es wird die Gesamtheit der Marken- und Produktgestaltung bewertet. Dies umfasst das eigentliche Gefäß an sich, die Form, Logo, Etikettierung, Verpackung, Verschluss und weitere äußere Merkmale und setzt dies in einen Kontext miteinander.

- **Kreativität, Ästhetik und Originalität:** Ist das Design kreativ und originell? Ist das Design einzigartig und hebt es sich von anderen ab? Wie ansprechend ist das Design insgesamt? Harmoniert die Farbwahl mit dem Produkt und der Zielgruppe?
- **Markenidentität/ Markenarchitektur:** Spiegelt das Design die Markenwerte und -identität wider? Ist das Branding klar und konsistent in der gesamten Gestaltung?
- **Innovationsgrad/ neue Produktlinien:** Inwiefern hebt sich das Design von anderen Produkten im Markt ab? Wurden innovative Ansätze oder Technologien in der Gestaltung verwendet?
- **Zielgruppenansprache:** Spricht der Gesamteindruck die gewünschte Zielgruppe an?
- **Etikettengestaltung:** Ist das Etikett informativ und klar strukturiert? Wie gut sind die Informationen lesbar und ansprechend präsentiert? Wie ist die Haptik des Etiketts? Wie harmoniert das Etikett mit der gesamten Produktgestaltung?
- **Gesamteindruck:** Wie wirkt das Produkt im Regal oder am Point of Sale? Ist das Gesamtbild stimmig und ansprechend für den Verbraucher?

2.2 Beste Marketingkampagne

- **Marktansprache:** Welcher Markt wird angesprochen? Regional, national oder international?
- **Zielgruppenansprache:** Ist die Zielgruppe klar definiert oder ist die Ansprache an „alle“? Wie gut spricht die Kampagne die definierte Zielgruppe an? Wurden deren Bedürfnisse und Interessen berücksichtigt?
- **Kreativität und Originalität:** Ist die Kampagne innovativ und hebt sie sich von anderen ab? Gibt es einzigartige Ideen oder Konzepte?
- **Medienvielfalt:** Welche verschiedenen Kommunikationskanäle (z. B. Social Media, Print, Website, Audio, Events) wurden effektiv genutzt, um eine breite Reichweite zu erzielen? Inwieweit wurden die eingesetzten Kanäle miteinander vernetzt bzw. die Inhalte crossmedial ausgespielt?
- **Erfolgsmessung:** Gibt es messbare Ergebnisse, die den Erfolg der Kampagne belegen, wie z. B.

Verkaufszahlen, Reichweite oder Engagement? Wie hoch waren/sind die Kosten für die Marketingkampagne?

Alle Einreichungen können gerne per Post an Messe Karlsruhe, EUROVINO, „New & different“ Award, Messeallee 1, 76287 Rheinstetten gesendet werden oder alternativ an info@eurovino.info.

2.3 Bestes Weinerlebnis vor Ort

- **Zielgruppenansprache:** Ist die Zielgruppe klar definiert und wird sie atmosphärisch, inhaltlich und kommunikativ passend angesprochen?
- **Erlebnisqualität & Aufenthaltswert:** Wie intensiv und positiv ist das Gesamterlebnis?
- **Storytelling & Markeninszenierung:** Wird eine klare Geschichte konsistent erzählt? Ist die Markenidentität im Raum bzw. während des Events erlebbar?
- **Gestalterische Umsetzung:** Visuelle Wirkung und gestalterische Qualität der Präsentation (Räumliche Gestaltung, Möblierung, Leitsysteme, Bühne, Dekoration etc.).
- **Innovationsgrad:** Gibt es neue, kreative oder technologische Ansätze in der Inszenierung oder Besucherführung?
- **Interaktion & Einbindung der Besuchenden:** Werden Gäste aktiv eingebunden (z. B. Tastings, digitale Tools, Workshops, Mitmach-Elemente)?
- **Wirtschaftlichkeit & Übertragbarkeit:** Ist das Konzept nachhaltig tragfähig? Lässt es sich skalieren oder auf andere Standorte/Events übertragen?
- **Gesamteindruck:** Wie stimmig ist das Zusammenspiel aller Elemente? Bleibt das Erlebnis nachhaltig in Erinnerung?

2.4 Innovation des Jahres im Weinmarketing

- **Innovationsgrad:** Wie neu und einzigartig ist die Innovation im Vergleich zu bestehenden Produkten oder Formaten in der Branche?
- **Zielgruppenansprache:** Wie gut spricht das Produkt oder das Format die definierte Zielgruppe an? Wurden deren Bedürfnisse und Interessen berücksichtigt?
- **Markenidentität und Storytelling:** Wie gut wird die Markenidentität kommuniziert? Wird eine überzeugende Geschichte erzählt, die Emotionen weckt und das Produkt hervorhebt?
- **Funktionalität und Kundennutzen:** Bringt die Innovation einen praktischen Nutzen oder eine Verbesserung für den Verbraucher oder die Branche mit sich?
- **Einsatz von Technologie:** Wurde moderne Technologie (z. B. Social Media, Apps, KI-Tools) effektiv genutzt? Gab es innovative digitale Lösungen zur Kundenbindung oder Interaktion?
- **Effektivität der Innovation:** Welche messbaren Ergebnisse wurden erzielt? Wurden klare Ziele gesetzt und erreicht?
- **Langfristige Perspektive:** Ist die Marketinginnovation zukunftsorientiert angelegt? Gibt es Pläne für zukünftige Entwicklungen oder Erweiterungen der Strategie?

3. Teilnahmeberechtigung und Teilnahmebedingungen

3.1 Teilnahmeberechtigung

Teilnahmeberechtigt sind Unternehmen und Organisationen, die in der Weinbranche tätig sind, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Weinerzeugende und Weinvermarktende, Marketingagenturen und Verpackungsherstellende (im Folgenden Teilnehmende) mit den nachfolgend genannten Maßgaben:

a) Die Teilnahme ist nur für Produkte, Konzepte und Kampagnen zulässig, die im Zeitraum von 01.01.2026 bis 01.02.2027 entwickelt oder umgesetzt wurden.

b) Der Teilnehmende, soweit er Verpackungen in Verkehr bringt, versichert, seinen gesetzlichen Verpflichtungen aus dem VerpackG (Verpackungsgesetz vom 5. Juli 2017 (BGBl. I S. 2234) in der jeweils geltenden Fassung nachzukommen. Gleiches gilt für die Pflichten des Teilnehmenden gegenüber seinen Erfüllungsgehilfen und Auftragnehmern aus diesem Gesetz. Die Einhaltung der genannten Pflichten aus o.g. Vorschriften ist der Messe Karlsruhe auf deren Verlangen nachzuweisen. Dies gilt insbesondere für den Nachweis der Registrierung im LUCID Verpackungsregister.

c) Der Teilnehmende versichert, seinen gesetzlichen Deklarationspflichten nachzukommen. Die Messe Karlsruhe behält sich vor, die Einhaltung der gesetzlichen Deklarationspflichten des Teilnehmenden zu überprüfen.

d) Der Teilnehmende versichert, die Vorschriften des geltenden Jugendschutzrechts zu beachten.

3.2 Ausschluss der Teilnahme:

3.2.1 Von der Teilnahme ausgeschlossen sind Teilnehmende,

a) die verfassungsfeindliche, gesetzeswidrige oder strafbare Inhalte verbreiten oder gewaltverherrlichende oder jugendgefährdende Inhalte in der jeweiligen Kategorie zum Inhalt haben,

b) deren Einreichungen gegen geltendes Recht verstoßen oder in jeglicher Art Rechte Dritter, gleich welcher Art, beeinträchtigen oder verletzen,

c) deren Einreichungen Werbung jeglicher Art für Dritte, nicht am Wettbewerb Teilnehmende beinhaltet, sofern dies von der Messe Karlsruhe nicht zuvor ausdrücklich und schriftlich erlaubt wurde.

d) die gegen das Verbot der Kontaktaufnahme mit Jury-Mitgliedern gem. Ziff. 5.3 verstoßen.

3.2.2 Die Jury ist berechtigt,

a) den Teilnehmenden bei Bekanntwerden eines oder mehrerer der oben genannten Ausschlussgründe vom Wettbewerb auszuschließen, und

b) einem Teilnehmenden einen bereits verliehenen Award wieder abzuerkennen, sofern Ausschlussgründe gemäß Ziff. 3.2.1. nach Verleihung des Awards bekannt werden.

3.3 Einreichung, Bewerbungsanforderungen

a) Interessierte Teilnehmende müssen ihre Einreichungen bis spätestens 31.01.2027 über das unter www.eurovino.info ausfüllbare pdf-Formular oder über das Microsoft Forms Dokument einreichen, welches über die Webseite der EUROVINO öffentlich zur Verfügung gestellt wird. Es können nur Einreichungen in deutscher und englischer Sprache berücksichtigt werden.

b) Die Bewerbung muss insbesondere folgende Unterlagen enthalten:

- Ausgefülltes pdf-Formular oder Microsoft Forms Fragebogen sowie
- Belege in Form von Bildern, Texten, Fotos,
- Videos oder ähnliche Quellen gemäß den Vorgaben der jeweiligen Kategorie (Ziff. 2.1 bis 2.4).

c) Jede Einreichung muss die erforderlichen Informationen zu dem Produkt, Konzept oder der Kampagne sowie eine kurze Beschreibung der Innovationsmerkmale und der Zielgruppe enthalten. Der genaue Fragenkatalog zur Beantwortung ist Bestandteil des ausfüllbaren pdf-Formulars und ist als Leitfaden maßgeblich für die einzureichenden Produkte, Konzepte und Kampagnen.

d) Unvollständige und/oder verspätete Einreichungen sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

e) Es können je Teilnehmende auch mehrere Einreichungen erfolgen.

f) Sollten Muster, Belegexemplare oder sonstige Objekte zur Jurierung eingesendet werden, so verbleiben diese bis nach Veranstaltungsdurchführung der EUROVINO 2027 im Besitz der Messe Karlsruhe und werden auf Verlangen nach der Messe auf Kosten der Messe Karlsruhe zurückgeschickt.

g) Die Teilnahme am Award ist für Teilnehmende kostenfrei. Die mit dem Award im Zusammenhang entstehende Kosten wie beispielsweise Produktion, Porto und Versand sind von den Teilnehmenden selbst zu tragen.

h) Der Teilnehmende räumt der Messe Karlsruhe hiermit das ausschließliche, zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkte Recht ein, Aufnahmen und Einreichungen von Inhalten umfassend, auch kommerziell, zu nutzen und zu verwerten. Die Rechtseinräumung umfasst ausdrücklich alle bekannten und unbekannten Nutzungsarten. Die Rechtseinräumung umfasst auch eine ausschnittsweise Benutzung der Aufnahmen und eine Benutzung in Verbindung mit anderen Aufnahmen. Von der Rechtseinräumung sind insbesondere folgende ausschließlichen, zeitlich und territorial unbeschränkten Nutzungsrechte eingeschlossen:

aa) Das Recht die Inhalte und Aufnahmen zu vervielfältigen (ganz oder teilweise, dauerhaft oder vorübergehend, unter Einbezug jeglicher technischer Möglichkeiten, sowie mit jedem Mittel und in jeder Form), zu verbreiten, auszustellen, öffentlich

wiederzugeben, insbesondere vorzuführen, zu senden, durch Bild-, Bildton- und/oder Tonträger wiederzugeben, sowie öffentlich, insbesondere über das Internet, in der Weise zugänglich zu machen, dass Angehörige der Öffentlichkeit an von diesen gewählten Orten und zu einer von diesen individuell gewählten Zeit Zugang haben, unabhängig davon, über welches Medium die Übertragung erfolgt.

bb) Das Recht die Aufnahmen und Inhalte, unter Wahrung des Urheberpersönlichkeitsrechts, selbst oder durch Dritte, beliebig umzugestalten und zu bearbeiten und die hierdurch geschaffenen Leistungsergebnisse in gleicher Weise wie die ursprüngliche Fassung der Aufnahmen und Inhalte zu nutzen und zu verwerten.

cc) Das Recht die Aufnahmen zu nutzen, um hiermit andere gewerbliche Schutzrechte, insbesondere Marken oder Designs, zu schaffen und diese auf eigene Kosten bei den dafür zuständigen Stellen anzumelden.

4. Jury- und Auswahlentscheidung

Eine unabhängige Jury, bestehend aus Expertinnen und Experten der Weinbranche und Marketingfachleuten, wird die Einreichungen bewerten und die Gewinner je oben genannter Kategorie auswählen. Zielsetzung ist es, einen Gewinner je Kategorie auszuloben. Die Gewinner aus der Expertenjury werden mit dem Zusatz „experts' choice“ versehen.

Zusätzlich werden alle Einsendungen von einer Jury aus Studierenden der Hochschule Heilbronn, Studiengang Weinmarketing und Management, speziell mit Blick auf die Ansprache der jungen Generation bewertet. Diese Jurierung ist unabhängig von der Experten-Jury. Die Studierenden-Jury kürt in jeder der aufgeführten Kategorien einen eigenen Gewinner mit dem Zusatz „young choice“. Alle Einreichungen werden automatisch von beiden Jurys bewertet. Eine Bewertung nur durch eine Jury ist nicht zulässig.

4.1 Besetzung der Jury

4.1.1 experts' choice

Die Jury zur Verleihung der experts' choice besteht aus sechs bis neun Expertinnen und Experten der EUROVINO, der Weinbranche, dem Handel und der Marketingbranche.

4.1.2 young choice

Die Jury besteht aus fünf bis neun Studierenden der Hochschule Heilbronn, Studiengang Weinmarketing und Management, welche die Einreichungen speziell mit Blick auf die Ansprache der jungen Generation bewertet. Diese Jury analysiert, inwieweit die Einreichungen auch die jüngere Zielgruppe ansprechen und ob nachhaltige und langfristige Perspektiven verfolgt werden.

4.2 Auswahlentscheidung

4.2.1 Die Auswahlentscheidungen der Jurys in den jeweiligen Kategorien werden mit einer einfachen Mehrheit gefasst.

4.2.2 Alle Einreichungen werden stets von beiden Juries bewertet. Eine Bewertung nur durch eine Jury ist nicht zulässig.

4.3 Befangenheit

Bei Teilnehmenden, die mit einem Jurymitglied verheiratet, verwandt oder verschwägert sind, oder die in geschäftlicher oder sonstiger Vertragsbeziehung zu einem Jurymitglied stehen oder standen, die die Besorgnis der Unparteilichkeit begründen, nimmt das betreffende Jurymitglied nicht an der Bewertung teil. Das betreffende Jurymitglied muss sich in gegebenen Fällen als möglicherweise befangen erklären.

4.4 Verschwiegenheit

Jurysitzungen und Abstimmungen sind streng vertraulich. Es besteht keine Pflicht zur Begründung gegenüber einzelnen Teilnehmenden in Bezug auf getroffene Einzelentscheidungen.

Eine Kontaktaufnahme oder der Versuch einer Kontaktaufnahme zwischen Teilnehmenden und Jurymitgliedern im laufenden Entscheidungsverfahren ist nicht gestattet. Der Verstoß hiergegen kann zum Ausschluss des Teilnehmenden am Wettbewerb führen.

5. Urheberrecht, Schutzrechte Dritter

5.1 Pflichten des Teilnehmenden Urheberrecht, sonstige Schutzrechte Dritter

Für aufgrund bestehender Urheberrechte und anderer Schutzrechte Dritter (insbesondere, jedoch nicht abschließend: Urheberrechte, Bild- und Namensrechte, Persönlichkeitsrechte, gewerbliche Schutzrechte, Datenschutz) zulässige Nutzung aller analogen und digitalen Formate, Inhalte und Aufnahmen, d. h. Zulässigkeit der Verwendung der von Produkten, eingereichten/hochgeladenen Texte und Bilder in der Druck- und/oder Online-Version ist ausschließlich der Teilnehmende verantwortlich.

Dies beinhaltet auch und insbesondere seine Verpflichtung, die urheberrechtlich oder aufgrund anderweitiger Schutzrechte erforderliche Zustimmung des jeweiligen Rechteinhabers bzw. von diesem zur Abgabe dieser Zustimmung berechtigter Dritter zur Nutzung im Rahmen des „New & different – EUROVINO Innovation & Marketing Award“ rechtzeitig einzuholen. Diese Verpflichtung gilt auch für die unter Ziff. 3.3 h) eingeräumten Rechte der Messe Karlsruhe zur Nutzung der Produkte, eingereichten/hochgeladenen Texte und Bilder in der Druck- und/oder Online-Version zu werblichen Zwecken

5.2 Haftung des Teilnehmenden bei Verletzung von Urheberrechten oder sonstigen Schutzrechten Dritter

Sollte der Teilnehmende Rechte Dritter oder anderer Aussteller i.S.v. Ziff. 6.1 beeinträchtigen oder verletzen, stellt der Teilnehmende die Messe Karlsruhe von sämtlichen gegenüber ihr von dem in seinen Rechten verletzten oder beeinträchtigten Dritten erhobenen Ansprüchen frei und ersetzt der Messe Karlsruhe darüber hinaus sämtliche ihr in diesem Zusammenhang entstandene Aufwendungen, insbesondere etwaige Abmahn- oder Rechtsverfolgungs-

oder Rechtsverteidigungskosten einschließlich anfallender Gerichtsgebühren.

5.3 Haftung der Messe Karlsruhe

Eine Haftung der Messe Karlsruhe für die Verletzung oder Beeinträchtigung von Schutzrechten anderer Teilnehmender oder Ausstellender für Verstöße von Teilnehmenden gegen die Verpflichtungen gemäß Ziff. 5.1, durch Teilnehmende, besteht nicht. Es ist allein Sache des Teilnehmenden, seine diesbezüglichen Ansprüche gegenüber dem jeweils anderen Teilnehmenden oder Ausstellenden geltend zu machen, den er einer solchen Rechtsverletzung bezichtigt. Eine wie auch immer geartete Prüf- oder Schlichtungsverpflichtung der Messe Karlsruhe besteht nicht.

6. Haftung

Die Messe Karlsruhe übernimmt keine Haftung für Schäden oder Verluste, die im Zusammenhang mit der Teilnahme am Wettbewerb oder der Einreichung von Materialien entstehen. Die Teilnehmenden sind verantwortlich für die Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

7. Datenschutz

Im Rahmen der Award-Teilnahme werden die von den Teilnehmenden angegebenen personenbezogenen Daten verarbeitet. In diesem Rahmen können diese auch an Servicepartner weitergegeben werden, sofern dies zur Erfüllung des Awards erforderlich ist. Die Verarbeitung erfolgt nach Art. 6 Abs. 1 lit b) DSGVO. Des Weiteren werden Ihre Daten im berechtigten Interesse für Direktwerbung nach Art. 6 Abs. 1 lit f) DSGVO genutzt. Weitere Infos finden Sie unter:

www.messe-karlsruhe.de/ds-gaus

8. Änderungen der Teilnahmebedingungen

Die Organisierenden behalten sich das Recht vor, die Teilnahmebedingungen bei Änderungen der Gesetzeslage, der höchstrichterlichen Rechtsprechung, der Marktgegebenheiten oder zur Weiterentwicklung des Formats zu ändern oder den Wettbewerb abzusagen, falls unvorhergesehene Umstände eintreten oder nicht genügend Teilnehmende vorhanden sind. Änderungen werden rechtzeitig auf der offiziellen Website der EUROVINO bekannt gegeben und den bis dahin Teilnehmenden zeitgleich übermittelt. Die Teilnehmenden können bei Änderungen ihre Teilnahme am Award ohne Angabe von Gründen binnen 14 Tagen ab der Bekanntgabe der Änderungen zurückziehen. Es entstehen hierfür keine Kosten. Mögliche anfallende Kosten, die sich aus dieser Absage ergeben (beispielsweise Porto und Verpackung für Rücksendungen) sind von dem jeweils stornierenden Teilnehmenden zu tragen.

9. Höhere Gewalt

Höhere Gewalt ist ein von außen auf das Vertragsverhältnis massiv einwirkendes Ereignis, das nach menschlicher Einsicht und Erfahrung unvorhersehbar ist, mit wirtschaftlich erträglichen Mitteln auch durch die äußerste, nach der Sachlage vernünftigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht verhütet oder unschädlich gemacht werden kann. Die Messe

Karlsruhe ist im Fall von „Höherer Gewalt“ berechtigt, die Veranstaltung ganz oder teilweise zu verschieben, zu verkürzen, zu verlängern oder einzuschränken sowie vorübergehend oder endgültig zu schließen. Der Teilnehmende hat in einem solchen Fall keinen Anspruch auf Schadensersatz gegenüber der Messe Karlsruhe. Bereits erbrachte Leistungen können gegenüber der Messe Karlsruhe abgerechnet werden, sofern diese Kosten bereits durch entsprechende Einnahmen gedeckt sind oder gegenüber dem Teilnehmenden nach den gesetzlichen Vorschriften und vertraglichen Vereinbarungen geltend gemacht und durchgesetzt werden können. Einem Fall von höherer Gewalt gleichgestellt ist die gesamte oder teilweise Unmöglichkeit der Erbringung der vertraglich geschuldeten Leistungen der Messe Karlsruhe auch aufgrund von Ereignissen, die, soweit sie vorhersehbar gewesen wären, außerhalb der Einflussosphäre der Parteien liegen, insbesondere

- a) die Unterbrechung oder nicht nur geringfügige Einschränkung einer genügenden Versorgung mit Strom, Gas oder Wasser oder Internet, sofern diese nicht nur von kurzfristiger Dauer ist,
- b) im Hinblick auf das Auftreten und die weitere Entwicklung von Pandemien nach dem Infektionsschutzgesetz (IfSG).
- c) aufgrund behördlicher/staatlicher Anordnungen oder Verfügungen.

Für den Fall der Verschiebung der Veranstaltung oder aus sonstigem Grund um bis zu einem Jahr, bleibt das Vertragsverhältnis zwischen den Parteien unverändert bestehen, es sei denn der Teilnehmende oder die Messe Karlsruhe erklären in Textform gegenüber der anderen Vertragspartei, innerhalb von 14 Tagen nach Bekanntgabe der Verschiebung, dass ein Festhalten am Vertrag unzumutbar ist. Die Gründe der Unzumutbarkeit sind vollumfänglich darzulegen. Der Wertungsmaßstab richtet sich nach § 313 Absatz 1 BGB. Widerspricht die andere Vertragspartei anschließend nicht innerhalb von sieben Tagen in Textform, gelten die Gründe der Unzumutbarkeit als anerkannt.

10. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Karlsruhe

11. Salvatorische Klausel

Die etwaige Unwirksamkeit einzelner vorstehender Bedingungen berührt die Wirksamkeit der übrigen „Besonderen Teilnahmebedingungen“ und des gesamten Vertrages nicht. Für den Fall, dass eine der vorgenannten Bedingungen unwirksam ist, gilt an deren Stelle die ihrem Sinn und Zweck wirtschaftlich am nächsten kommende als vereinbart.

Kontakt:

Bei Fragen zu den Teilnahmebedingungen oder dem Einreichungsprozess können sich die Teilnehmenden oder Interessenten an David Köhler, david.koehler@messe-karlsruhe.de wenden.