



Sponsoring-Leitfaden des Deutschen Computerspielpreises (DCP)

Der Deutsche Computerspielpreis ist der wichtigste Preis für die deutsche Games-Branche.

Die Vergabe des Deutschen Computerspielpreises erfolgt fair, transparent und unabhängig. Daher gelten für das Sponsoring folgende Regeln:

1. Grundsätze

- Die Preisvergabe erfolgt unabhängig von der Organisation der Veranstaltung und kann daher nicht durch ein Sponsoring beeinflusst werden.
- Grundsätzlich darf jedes Unternehmen als Sponsor des DCP auftreten, jedoch bedarf es einer Prüfung durch die Träger, Förderer und Ausrichter der Veranstaltung.
- Die Jury des Deutschen Computerspielpreises arbeitet unabhängig und getrennt von organisatorischen Entscheidungen der Preisverleihungs-Veranstaltung.

2. Bedingungen für Sponsoring

- Potenzielle Sponsoren können ihr Interesse aktiv anmelden. Die Prüfung durch die Träger, Förderer und Ausrichter erfolgt im Anschluss.
- Bei Unternehmen, die im jeweiligen Jahr ein Spiel oder als (Bestes) Studio und/oder Spieler*in des Jahres eingereicht haben, darf ein Sponsoring Vertrag erst nach der Hauptjurysitzung und der finalen Preisentscheidung abgeschlossen werden, um schon den Anschein einer Beeinflussung der Preisentscheidung zu vermeiden.
- Bei Unternehmen, die im jeweiligen Jahr nicht eingereicht haben, kann der Vertrag bereits vor der Hauptjurysitzung abgeschlossen werden.
- Die Träger, Förderer und Ausrichter können eine Sponsoring-Anfrage ohne Angabe von Gründen ablehnen. Dies hat keinen Einfluss auf die Einreichung, Nominierung oder den Gewinn des Preises sowie die Teilnahme am Event.

3. Einhaltung und Konsequenzen

- Eine Kontaktstelle steht für Fragen zum Sponsoring zur Verfügung – [Link](#).
- Die Träger des DCP überwachen die Einhaltung dieser Regelungen.
- Verstöße oder Verstoß-Versuche führen zur Ablehnung oder Aufhebung eines Sponsoring-Vertrags.