



Internationale Handball Federation

XVII. Reglement für Werbung

- a) Werbung auf Sportkleidung
- b) Werbung in Sporthallen

Inhaltsverzeichnis

	Seite
a) Werbung auf Sportkleidung	3
1. Allgemeines	3
2. Art der Werbung	4
3. Ausmaße der Werbeflächen	4
4. Besondere Bestimmungen	5
b) Werbung in Sporthallen	6

a) Werbung auf Sportkleidung

Dieses Reglement gilt als verbindliche Richtlinie für die Beschaffenheit der Sportkleidung von Spielern und Offiziellen aller Mannschaften sowie von Schiedsrichtern und IHF-Vertretern im Bereich der Internationalen Handball Federation.

1. Allgemeines

- 1.1.** Das Anbringen von Werbung auf der Spielkleidung von Spielern sowie auf der in der Wettkampfstätte verwendeten Sport- bzw. Trainingskleidung von Spielern und Mannschaftsoffiziellen ist gestattet.
- 1.2.** Das Anbringen von Werbung auf der Spielkleidung sowie auf der in der Wettkampfstätte verwendeten Sport- bzw. Trainingskleidung von Schiedsrichtern, Offiziellen und Technischen Delegierten der IHF ist gestattet.
- 1.3.** Die Werbung auf der Sportkleidung (s. 1.1. und 1.2.) darf nicht mit einem materiellen Vorteil für den Einzelnen verbunden sein.
- 1.4.** Die IHF hat das Recht, bei Weltmeisterschaften der Männer, Frauen, Junioren, Juniorinnen, männlichen und weiblichen Jugend, im Beach Handball sowie bei Weltcups für Vereins- und Nationalmannschaften selbst Werbung vorzunehmen oder Werbung anzubringen (s.a. 3.4.).
- 1.5.** Den nationalen Verbänden werden bei der Anbringung von Werbung auf der Sportkleidung grundsätzlich keine Beschränkungen auferlegt.
- 1.6.** Bei einem Generalsponsor der IHF ist dessen Werbung bevorrechtigt zu behandeln. Die finanzielle Beteiligung der betreffenden Mannschaften und Vereine regelt das Finanzreglement der IHF.
- 1.7.** Werbeverträge von National- und Vereinsmannschaften, die das Vorrecht der IHF, besonders bei der Platzierung der Werbung auf der Sportkleidung, beeinträchtigen, sind ungültig.

2. Art der Werbung

- 2.1. Gestattet ist die Verwendung von Firmen- und Produktnamen sowie Markenzeichen und Warengattungen, die nicht gegen die guten Sitten verstoßen. Die Werbung darf nicht politischer, konfessioneller, rassistischer oder ideologischer Art sein.
- 2.2. Nationale Bestimmungen (Verbote von Werbung für Tabak, Alkohol, Arzneimittel etc.) sind zu beachten.
- 2.3. Die Verwendung von fluoreszierender Farbe ist nicht gestattet. Dieses Verbot gilt nicht nur für Werbung, sondern auch generell für das Material der Sport- und Trainingskleidung.
- 2.4. Marken- und Herkunftszeichen von Sportartikelherstellern gelten nicht als Werbung, wenn sie 20 Quadratzentimeter nicht überschreiten.

3. Ausmaße der Werbeflächen

- 3.1. Die maximal zulässige Werbefläche (Außenmaß) beträgt bei Trikots in der Breite 25 cm und in der Höhe 22 cm (oder maximal 550 cm²), wobei die Höhe der einzelnen Schriftzeichen 10 cm nicht übersteigen darf.
- 3.2. Die Lesbarkeit der Spielernummern auf dem Trikot darf durch Werbung nicht beeinträchtigt werden.
Spieler, die vorschriftswidrige Sportkleidung tragen, werden nicht zum Spiel zugelassen.
Die Werbefläche auf Hosen, Ärmeln und Stirnbändern darf 80 Quadratzentimeter nicht übersteigen.
- 3.3. Werbebereiche auf Spielkleidung
Als Werbeflächen gelten
 - die Vorder- und Rückseiten der Trikots
 - die äußeren Ärmelseiten
 - Hosen
 - Stirnbänder
- 3.4. Rechte auf Werbeflächen bei IHF-Wettbewerben
Die Vorderseiten der Trikots sind exklusiv für die Werbung der IHF-Mitgliedsverbände reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF). Die von einem Werbegeber eventuell geforderte branchenbezogene Exklusivität ist ausgeschlossen.

Dies gilt analog auch für die Kleidung von Mannschaftsoffiziellen. Der obere Teil der Rückseiten der Trikots ist grundsätzlich für eventuelle Generalsponsoren der IHF reserviert (mit finanzieller Beteiligung der teilnehmenden Verbände/Mannschaften). Diese Flächen können jedoch von Fall zu Fall auch für die Werbung der Mitgliedsländer / betroffenen Mannschaften freigegeben werden (mit finanzieller Beteiligung der IHF). Die jeweilige finanzielle Beteiligung ist im Finanzreglement der IHF festgelegt.

Da dieser obere Teil der Rückseiten der Trikots bei Weltmeisterschaften der Männer und Frauen mit den Namen der Spieler versehen wird, erhält die IHF eine andere Werbefläche, vorzugsweise im oberen Bereich der Trikot-Vorderseite. In Fällen, in denen dieser Bereich durch Verträge auf nationaler Ebene bereits vergeben ist, wird die IHF mit den betroffenen Verbänden eine andere Lösung suchen.

Dies gilt analog auch für die Mannschaftsoffiziellen.

Die äußeren Ärmelseiten sind exklusiv für die Werbung der IHF reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF-Mitgliedsverbände).

Alle weiteren Bereiche sind für die Werbung der Mitgliedsverbände / Vereine reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF).

Trainingskleidung und Sporttaschen sind ausschließlich und exklusiv für die Werbung der Mitgliedsverbände / Vereine reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF). Dabei kann jede Mannschaft und jeder Spieler eines Mitgliedsverbandes oder Vereins eigene Werbung tragen.

Die Werbung auf der Kleidung von Schiedsrichtern und IHF-Offiziellen ist für die IHF reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der Mitgliedsverbände / Vereine). Die von einem Werbegeber eventuell geforderte branchenbezogene Exklusivität ist ausgeschlossen.

4. Besondere Bestimmungen

- 4.1.** Aus den Verträgen zwischen den Mitgliedsverbänden der IHF und der werbetreibenden Firma müssen alle Einzelheiten über die Werbung und über die Höhe oder Art des zur Verfügung gestellten Betrages oder der Leistung hervorgehen. Da die IHF bei Übergabe ihrer Werberechte an die Verbände/Vereine finanziell zu beteiligen ist (s. 3.4. Abs. 3), sind die Verträge in diesen Fällen der IHF bei Bedarf vorzulegen.

- 4.2.** Verträge zwischen IHF-Mitgliedsverbänden/Vereinen und der werbetreibenden Firma dürfen keine Verabredungen beinhalten, die die Werberechte der IHF einschränken.
- 4.3.** Die IHF ist für Streitigkeiten, die sich aus Werbeverträgen zwischen IHF-Mitgliedsverbänden/Vereinen einerseits und werbenden Firmen bzw. Sponsoren andererseits ergeben, weder zuständig noch haftbar.
Sie kann auch nicht für Einnahmeausfälle aus Einschränkungen gemäss 2.2. haftbar gemacht werden.
- 4.4.** Zuwiderhandlungen gegen die Vorschriften dieses Reglements werden bei Weltmeisterschaften und Weltcups für Vereins- und Nationalmannschaften aktuell durch die Wettkampfleitung und ansonsten durch den Rat der IHF behandelt. Es gelten die entsprechenden Bestimmungen und Ordnungen der IHF.

b) Werbung in Sporthallen

Die Internationale Handball Federation lässt bei ihren Wettbewerben neben der Werbung auf Sportkleidung (s. entsprechendes Reglement), in den Sporthallen in folgenden Bereichen Werbung zu:

- Stationäre und rotierende Bandenwerbung (82 Laufmeter auf der den Kameras zugewandten Seite; 25 Laufmeter auf der den Kameras abgewandten Längsseite)
- Bodenwerbung im Mittelkreis der Spielfläche (vom Mittelpunkt des Spielfeldes aus in einem Radius von max. 2,3 Metern)
- Bodenwerbung in der Mitte jeder Spielfeldhälfte (je 4 Flächen von je 3 x 2 Metern)
- Bodenwerbung im Torraum (je 2 Flächen von je 1 x 3 m)
- Bodenwerbung im Tor (je eine Fläche von 1 x 3 m)
- Bodenwerbung am Spielfeldrand
- Werbung im Tornetz
- Weitere Werbung, sofern geltende Bestimmungen diese zulassen

Die Werbung kann immer dann betrieben werden, wenn nicht Bestimmungen des Host broadcasters dagegen stehen.

