International
Handball
Federation

XVII. Reglement für Werbung

Ausgabe: 1. November 2026

International Handball Federation

Inhaltsverzeichnis

I. Werbung auf Sportkleidung 2
Artikel 1 – Geltungsbereich und Anwendbarkeit 2
Artikel 2 – Allgemeine Bestimmungen 2
Artikel 3 – Art der Werbung 3
Artikel 4 – Abmessungen der Werbeflächen auf Spielkleidung (Hallenhandball) 4
Artikel 5 – Abmessungen der Werbeflächen auf Spielkleidung (Beachhandball) 6
Artikel 6 – Abmessungen der Werbeflächen auf Spielkleidung (Rollstuhlhandball) 7
Artikel 7 – Bereich oberhalb des Spielernamens 9
Artikel 8 – Besondere Bestimmungen 9
Artikel 9 – Disziplinarbestimmungen 10
II. Werbung in Sporthallen 11
Artikel 1 – Werbung im Spielfeldbereich 11

Anmerkung: Die gelbmarkierten Bestimmungen treten am 1. Januar 2027 in Kraft.

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten dementsprechend für beide Geschlechter.

I. Werbung auf Sportkleidung

Artikel 1

1. Geltungsbereich und Anwendbarkeit

Dieses Reglement umfasst bindende Vorschriften ~~gilt als verbindliche Richtlinie~~ für die ~~Beschaffenheit~~ Darstellung von Werbung auf der Sportkleidung von Spielern und Offiziellen aller Mannschaften sowie von IHF-Offiziellen, einschließlich IHF-Schiedsrichtern und IHF-Vertretern, ~~im Bereich der Internationalen Handball Federation~~ während von der IHF organisierten Wettbewerben im Hallenhandball, Beachhandball und Rollstuhlhandball.

Der Klarheit halber umfasst der Begriff „Sportkleidung“ alle Kleidungsstücke, Zubehör und tragbaren Gegenstände, die von Spielern, Mannschaftsoffiziellen und Schiedsrichtern im Zusammenhang mit dem Aufwärmen und den Spielen bei IHF-Wettbewerben verwendet werden, wie beispielsweise Spielkleidung (kurzärmelige Trikots oder Torwarttrikots, kurze Hosen oder kurze bzw. lange Torwarthosen), Socken, Schuhe, Trainingskleidung, Kopfbedeckung, Armbänder und Schutzausrüstung. Sofern nichts anderes ausdrücklich angeben ist, umfasst der Begriff „Sportkleidung“ keine technische Ausrüstung oder persönlichen Gegenstände, die nicht am Körper getragen werden, wie bspw. Taschen oder Behälter. Vorschriften für Werbung auf solchen technischen Ausrüstungsgegenständen werden durch dieses Reglement geregelt.

Sofern nichts anderes bestimmt ist, gilt dieses Reglement für alle IHF-Wettbewerbe.

Artikel 2

2. Allgemeines Bestimmungen

1. Das Anbringen von Werbung auf der ~~Sportkleidung~~ von Spielern während eines Spiels getragenen Spielkleidung sowie auf ~~der in der Wettkampfstätte verwendeten Sport- bzw.~~ während des Wettbewerbs von Spielern und Mannschaftsoffiziellen verwendeter Trainingskleidung, T-Shirts (mit oder ohne Kragen) und Sporttaschen ~~von Spielern und Mannschaftsoffiziellen~~ ist gestattet.
2. Auf ~~Sport- und Trainingskleidung, die~~ von ~~Schiedsrichtern,~~ Offiziellen ~~und Technischen Delegierten~~ der IHF ~~an Wettkampforten genutzt werden,~~ während des Wettbewerbs getragener Sportkleidung ist Werbung erlaubt. Derartige Werbung ist ausschließlich der IHF vorbehalten.
3. Die Werbung auf der Sportkleidung (s. 2.1 und 2.2) darf nicht mit einem materiellen Vorteil ~~für den Einzelnen~~ verbunden sein, der sich für die tragende Person aus individuellen Verträgen oder Vereinbarungen ergibt.
4. Die IHF hat das Recht, bei ~~Weltmeisterschaften der Männer, Frauen, Junioren, Juniorinnen, männlichen und weiblichen Jugend, im Beachhandball sowie bei Weltcups für Vereins- und Nationalmannschaften selbst~~ von der IHF organisierten Wettbewerben im Hallenhandball und

Rollstuhlhandball Werbung auf Spielkleidung vorzunehmen oder Werbung anzubringen (s. a. 4.2 und 6.2).

5. ~~Den nationalen Verbänden werden bei der Anbringung von Werbung auf der Sportkleidung grundsätzlich keine Beschränkungen auferlegt.~~ Nationalverbänden/Vereinen ist das Anbringen von Werbung auf Spielkleidung, Trainingskleidung, Shirts und Sporttaschen in Übereinstimmung mit diesem Reglement gestattet.
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.~~ Werbeverträge von Mitgliedsverbänden und ~~Weltcup-Teilnehmern~~ Vereinen, die an IHF-Veranstaltungen teilnehmen, die das Exklusivrecht ~~Vorrecht~~ der IHF insbesondere hinsichtlich der Platzierung von Werbung auf der Spielkleidung (siehe Artikel 4.2 und 6.2) ~~Sportkleidung~~ beeinträchtigen, sind ungültig.
7. Die Lesbarkeit der Spielernummern auf der Spielkleidung darf durch die Werbung nicht beeinträchtigt werden.
8. Spieler, deren Spielkleidung nicht den Bestimmungen des Artikels 2.7 entsprechen, werden nicht zum Spiel zugelassen.

Artikel 3

3. Art der Werbung

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. Darüber hinaus ist Werbung für Tabak, Alkohol und Rauschmittel verboten.
2. Nationale Bestimmungen bezüglich Wetten und Glücksspiel ~~(Verbote von Werbung für Tabak, Alkohol, Arzneimittel usw.)~~ sind zu beachten.
3. Die Verwendung von fluoreszierender Farbe ist nicht gestattet. Dieses Verbot gilt nicht nur für Werbung, sondern auch generell für ~~das Material~~ die Farbe der Sport~~- und Trainings~~kleidung.
4. Sofern in diesem Reglement nicht anders festgelegt, gelten Marken- und Herkunftszeichen von Sportartikelherstellern ~~gelten~~ nicht als Werbung, wenn sie ~~20~~30 Quadratzentimeter nicht überschreiten. Die Hersteller können Muster ihrer Identifikationsformen mit einer schriftlichen Beschreibung zur Prüfung an die Geschäftsstelle der IHF senden.
5. Kapitänsbinden, Armbänder, Haarbänder, Stirnbänder, Stützbandagen, Socken, Schuhe, Unterbekleidung, Kopftücher und Schutzausrüstung wie im IHF-Ausrüstungsreglement definiert, müssen frei von Werbung sein; davon ausgenommen ist das Herstellerkennzeichen (Logo oder Symbol), das eine Größe von 10 cm^2 nicht überschreiten darf (ausgenommen bei Socken, Kompressionsbandagen, Wadenkompressionssocken, wo Kennzeichen von bis zu 30 cm^2 erlaubt sind). Herstellerkennzeichen auf den Schuhen müssen den im Einzelhandel erhältlichen Produkten

entsprechen.

6. Besteht das Herstellerkennzeichen aus einem MI-Band (Manufacturer Identification Band), darf ein solches Band auf der Spielkleidung angebracht werden, sofern dasselbe MI-Band einheitlich verwendet wird und die folgenden Anforderungen erfüllt sind:

   (a) Trikot:

   Das MI-Band darf wie folgt als durchgängiges Band, das nicht breiter als 8 cm ist, auf der linken und rechten Seite des Trikots angebracht werden, sofern es die exklusiven Werbeflächen der IHF nicht beeinträchtigt:

   (i) um den Ärmelabschluss; oder

   (ii) entlang der Schulternaht oder entlang der seitlichen (äußeren) Naht des Trikots, vorausgesetzt, dass das MI-Band nicht vollständig sichtbar ist, wenn das Trikot (im getragenen Zustand) von vorne oder hinten betrachtet wird.

   (b) kurze Hosen:

   Das MI-Band darf pro Bein wie folgt einmal als durchgängiges Band, das nicht breiter als 8 cm ist, angebracht werden:

   (i) um das untere Ende der Hose; oder

   (ii) entlang der seitlichen (äußeren) Naht, vorausgesetzt, dass das MI-Band nicht vollständig sichtbar ist, wenn die Hose (im getragenen Zustand) von vorne oder hinten betrachtet wird.

Artikel 4

4. Abmessungen der Werbeflächen auf Spielkleidung (Hallenhandball)

1. Werbung darf ausschließlich in den folgenden Bereichen der Spielkleidung angebracht werden, die hiermit als Werbeflächen ausgewiesen werden, wobei die Außenseiten der Ärmel gemäß Punkt 2 dieses Artikels der IHF vorbehalten sind. ~~Lediglich folgende Werbeflächen sind zulässig. Dies gilt für Feldspieler und Torhüter. Generell~~Grundsätzlich sind verschiedene Werbepartner für dieselbe Werbefläche auf ~~Sportkleidung~~ Spielkleidung während des Wettkampfes zugelassen.

   1) unterer Bereich auf der Trikotvorderseite:
      maximal zwei verschiedene Werbeflächen mit maximal zulässigen Abmessungen von 30 cm Breite und 20 cm Höhe
   2) Trikotrückseite unter der Spielernummer:
      maximal zwei verschiedene Werbeflächen mit maximal zulässigen Abmessungen von 30 cm Breite und 20 cm Höhe
   3) oberer Bereich auf der Trikotvorderseite:
      eine Werbefläche unter jedem Schlüsselbein mit maximal zulässigen Abmessungen von 10 cm Breite und 5 cm Höhe
   4) äußere Ärmelseiten:

maximal zulässige Abmessungen von 10 cm Breite und 15 cm Höhe

5) Trikotseiten
maximal zulässige Abmessungen von 10 cm Breite und 20 cm Höhe

6) Hosenvorderseite von Feldspielern/Torwart:
eine Werbefläche auf dem Bein, das nicht mit dem Herstellerlogo versehen ist, mit maximal zulässigen Abmessungen von 18 cm Breite und 12 cm Höhe
~~maximal zwei verschiedene Werbeflächen auf einem Bein mit maximal zulässigen Abmessungen von 18 cm Breite und 12 cm Höhe~~

7) Hosenrückseite von Feldspielern/Torwart:
maximal zwei verschiedene Werbeflächen (eine pro Bein) mit maximal zulässigen Abmessungen von ~~25~~18 cm Breite und 12 cm Höhe

~~Die Höhe der einzelnen Schriftzeichen darf 10 cm nicht übersteigen.~~
~~Kapitänsbinde, Armband, Stirnbänder, Stützverband und Schienen müssen werbefrei sein.~~





2. ~~Die Lesbarkeit der Spielernummern auf dem Trikot darf durch die Werbung nicht beeinträchtigt werden. Spieler, die vorschriftswidrige Sportkleidung tragen, werden nicht zum Spiel zugelassen.~~
Rechte auf Werbeflächen bei IHF-Wettbewerben
Die äußeren Ärmelseiten (siehe Artikel 4.1.4) sind exklusiv für die Werbung der IHF reserviert (ohne

finanzielle Beteiligung der IHF-Mitgliedsverbände/Vereine) und dürfen keinerlei Design-, Werbe- oder sonstigen Elemente aufweisen. Die IHF behält sich das Recht vor, Werbung ~~oder spezielle IHF-Werbekampagnen~~ in diesen~~m~~ Bereichen aufzudrucken (z. B. durch Anbringen des Logos der Veranstaltung, des IHF-Logos, des Handball-at-School-Logos usw.) bzw. diese Werbeflächen anderweitig kommerziell zu nutzen (bspw. durch Vergabe der Rechte an ihre Marketingpartner).

Alle anderen Bereiche (wie in Artikel 4.1 definiert) sind exklusiv für die Werbung der Mitgliedsverbände/Vereine reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF). ~~Die von einem Werbegeber eventuell geforderte branchenbezogene Exklusivität ist ausgeschlossen. Dasselbe gilt auch für die Kleidung der Mannschaftsoffiziellen.~~

~~Trainingskleidung und Sporttaschen sind 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.~~

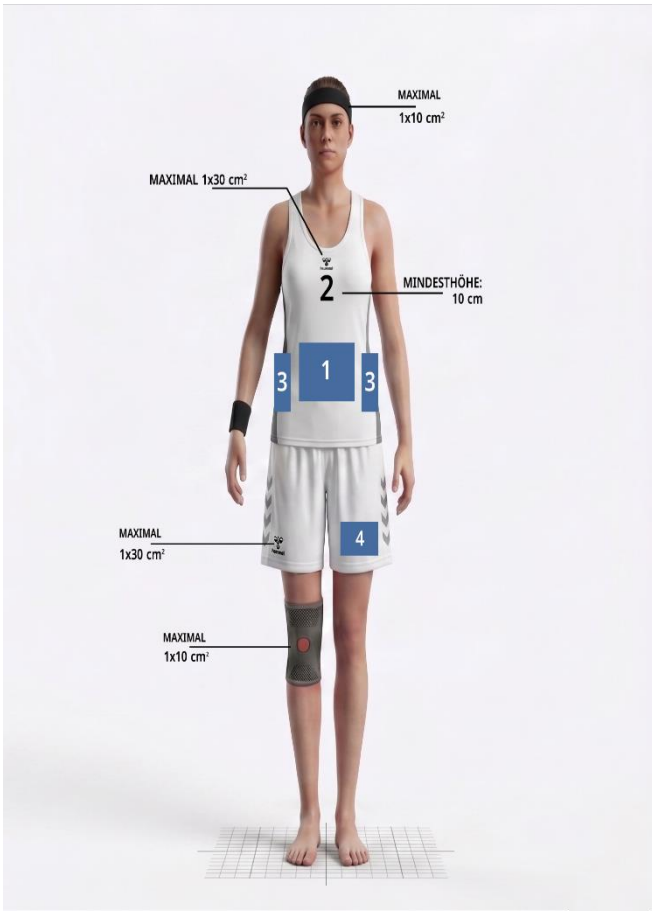
Artikel 5

5. Abmessungen der Werbeflächen auf Spielkleidung (Beachhandball)

1. Werbung darf ausschließlich in den folgenden Bereichen der Spielkleidung angebracht werden, die hiermit als Werbeflächen ausgewiesen werden. Grundsätzlich sind verschiedene Werbepartner für dieselbe Werbefläche auf Spielkleidung während des Wettkampfes zugelassen.

    1) unterer Bereich auf der Trikotvorderseite:
    maximal zwei verschiedene Werbeflächen mit maximal zulässigen Abmessungen von 30 cm Breite und 20 cm Höhe
    2) Trikotrückseite unter der Spielernummer:
    maximal zwei verschiedene Werbeflächen mit maximal zulässigen Abmessungen von 30 cm Breite und 20 cm Höhe
    3) Trikotseiten:
    maximal zulässige Abmessungen von 10 cm Breite und 20 cm Höhe
    4) Hosenvorderseite:
    eine Werbefläche auf dem Bein, das nicht mit dem Herstellerlogo versehen ist, mit maximal zulässigen Abmessungen von 18 cm Breite und 12 cm Höhe
    5) Hosenrückseite:

maximal zwei verschiedene Werbeflächen (eine pro Bein) mit maximal zulässigen Abmessungen von 18 cm Breite und 12 cm Höhe





2. Alle Bereiche (wie in Artikel 5.1 definiert) sind exklusiv für die Werbung der Mitgliedsverbände/Vereine reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF).

Artikel 6

6. Abmessungen der Werbeflächen auf Spielkleidung (Rollstuhlhandball)

1. Werbung darf ausschließlich in den folgenden Bereichen der Spielkleidung angebracht werden, die hiermit als Werbeflächen ausgewiesen werden, wobei die Außenseiten der Ärmel gemäß Punkt 2 dieses Artikels der IHF vorbehalten sind. Grundsätzlich sind verschiedene Werbepartner für dieselbe Werbefläche auf Spielkleidung während des Wettkampfes zugelassen.

    1) unterer Bereich auf der Trikotvorderseite:
    maximal zwei verschiedene Werbeflächen mit maximal zulässigen Abmessungen von

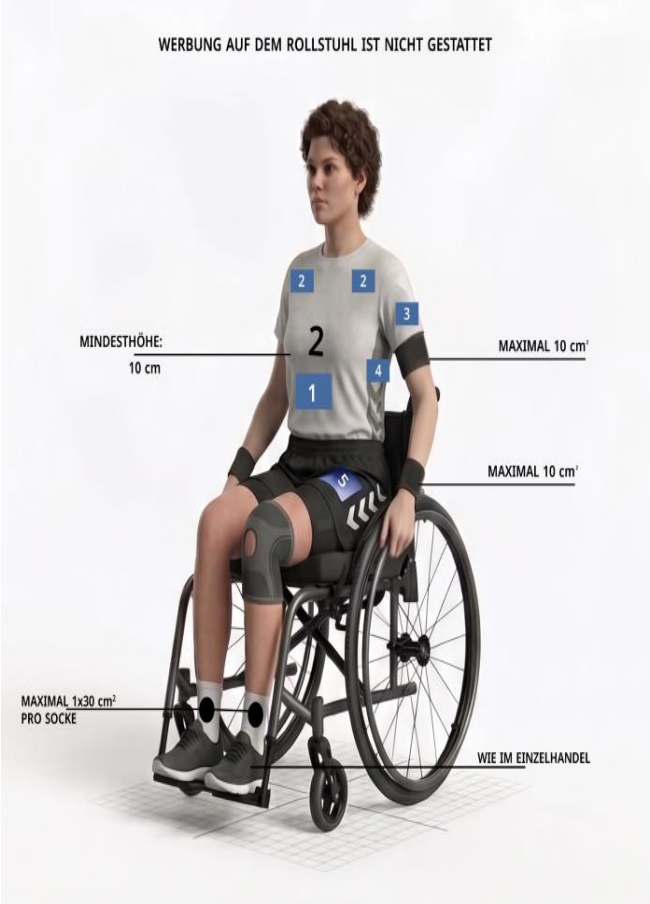
30 cm Breite und 20 cm Höhe

2) oberer Bereich auf der Trikotvorderseite:
eine Werbefläche unter jedem Schlüsselbein mit maximal zulässigen Abmessungen von 10 cm Breite und 5 cm Höhe

3) äußere Ärmelseiten:
maximal zulässige Abmessungen von 10 cm Breite und 15 cm Höhe

4) Trikotseiten:
maximal zulässige Abmessungen von 10 cm Breite und 20 cm Höhe

5) Hosenvorderseite:
eine Werbefläche auf dem Bein, das nicht mit dem Herstellerlogo versehen ist, mit maximal zulässigen Abmessungen von 18 cm Breite und 12 cm Höhe





2. Rechte auf Werbeflächen bei IHF-Wettbewerben

Die äußeren Ärmelseiten (siehe Artikel 6.1.3) sind exklusiv für die Werbung der IHF reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF-Mitgliedsverbände/Vereine) und dürfen keinerlei Design-, Werbe- oder sonstigen Elemente aufweisen. Die IHF behält sich das Recht vor, Werbung in diesen Bereichen aufzudrucken (z. B. durch Anbringen des Logos der Veranstaltung, des IHF-Logos, des Handball-at-School-Logos usw.) bzw. diese Werbeflächen anderweitig kommerziell zu nutzen (bspw. durch Vergabe der Rechte an ihre Marketingpartner).

Alle anderen Bereiche (wie in Artikel 6.1 definiert) sind exklusiv für die Werbung der Mitgliedsverbände/Vereine reserviert (ohne finanzielle Beteiligung der IHF).

3. Das Anbringen von Werbung auf dem Rollstuhl ist nicht gestattet.

Artikel 7

7. Bereich oberhalb des Spielernamens

1. Das Anbringen von Werbung auf der Spielkleidung im Bereich oberhalb des Spielernamens ist nicht gestattet.
2. Herstellerkennzeichen (Logo), Länderflaggen, Vereinslogos sowie Branding des Nationalverbands oder Vereins mit einer Größe, die 30 cm^2 nicht überschreitet, gelten nicht als Werbung und können in diesem Bereich angebracht werden.

Artikel 8

8. Besondere Bestimmungen

1. ~~Verträge zwischen IHF-Mitgliedsverbänden/ Vereinen und der werbetreibenden Firma dürfen keine Verabredungen beinhalten, die die Werberechte der IHF einschränken.~~

   Sollte ein IHF-Mitgliedsverband oder ein Verein eine Vereinbarung mit Dritten schließen, die die exklusiven Werberechte der IHF (siehe Artikel 4.2 und 6.2) verletzt, trägt die IHF keine Verantwortung für daraus resultierende Streitfragen, kann nicht in solche einbezogen werden und nicht für etwaige direkte oder indirekte Einkommensverluste bzw. sonstige Schäden haftbar gemacht werden, die aus der Anwendung bzw. Durchsetzung der oben genannten Artikel oder sonstigen Bestimmungen dieses Reglements resultieren.
2. ~~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.~~

   Im Rahmen der Prüfung der Spielkleidung haben die Mannschaften auf den vorzuweisenden Fotos der Spielkleidung ebenfalls eventuell zu nutzende Werbeflächen anzugeben oder, wenn möglich, Spielkleidung mit aufgedruckter Werbung vorzulegen, um die Einhaltung der vor liegenden Bestimmungen frühzeitig sicherzustellen.
3. ~~Zuwiderhandlungen gegen die Vorschriften dieses Reglements werden bei Weltmeisterschaften und Weltcups für Vereins- und Nationalmannschaften in der Regel durch die Wettkampfleitung und ansonsten durch den Rat der IHF behandelt. Es gelten die entsprechenden Bestimmungen und~~

~~Ordnungen der IHF.~~

Artikel 9

9. Disziplinarbestimmungen

1. Etwaige Verstöße gegen die Bestimmungen dieses Reglements bei IHF-Wettbewerben werden von der IHF-Geschäftsstelle wie folgt geahndet:
   - Überschreiten der zulässigen Anzahl an Werbeflächen auf den Trikots der Feldspieler/Torwarte: **1,000 CHF pro Spiel**
   - Platzierung von Design-, Werbe- oder sonstigen Elementen auf den Außenseiten der Ärmel (siehe Artikel 4.2 und 6.2): **3,000 CHF pro Spiel**
   - Platzierung von Werbung auf Sportkleidung oder Ausrüstung, wo dies gemäß diesem Reglement nicht ausdrücklich erlaubt ist, wie bspw. Armbänder, Unterziehhosen oder Schutzausrüstung usw.: **1,000 CHF pro Spiel**
   - Korrekte Anzahl an Werbeflächen auf den Trikots der Feldspieler/Torwarte, aber falsche Position: **500 CHF pro Spiel**
   - Überschreiten der zulässigen Anzahl an Werbeflächen auf den Hosen der Feldspieler/Torwarte: **500 CHF pro Spiel**
   - Korrekte Anzahl an Werbeflächen auf den Hosen der Feldspieler/Torwarte, aber falsche Position: **500 CHF pro Spiel**
2. Im Falle eines wiederholten Verstoßes bei einem nachfolgenden IHF-Wettbewerb trifft das IHF-Exekutivkomitee eine Entscheidung und kann Sanktionen verhängen, die Geldstrafen in Höhe von bis zu 50.000 CHF umfassen können.
3. Gegen Entscheidungen der IHF-Geschäftsstelle und des IHF-Exekutivkomitees kann gemäß IHF-Rechtsordnung gegen Zahlung einer Gebühr von 5.000 CHF Einspruch bei der IHF-Schiedskommission eingereicht werden.

II. Werbung in Sporthallen

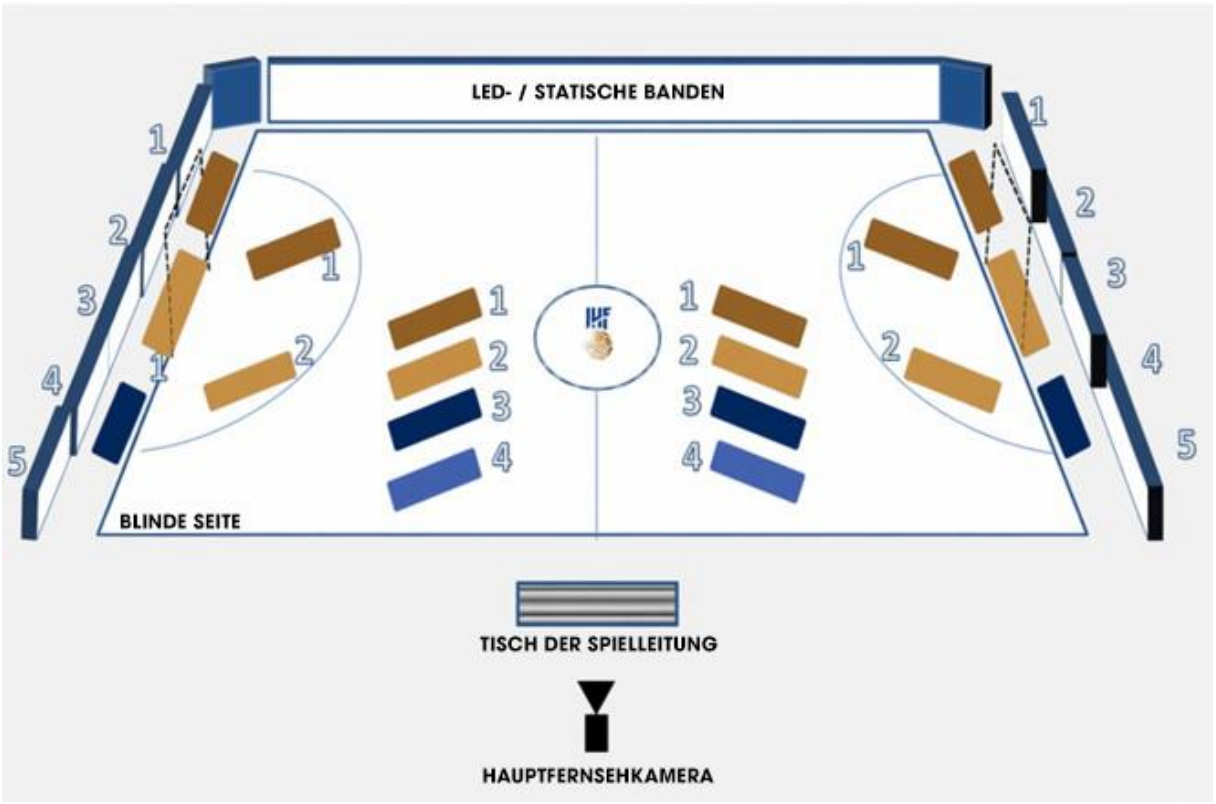
Artikel 1

1. Werbung im Spielfeldbereich

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

~~- Werbung in den Spielhallen, einschließlich des Arenageländes und der Eingänge~~
~~- 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 ca. 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 je 1 x 3 m)~~
~~- Bodenwerbung am Spielfeldrand~~
- LED-Werbebanden entlang der Seitenlinie gegenüber der Hauptfernsehkamera und hinter den Toren;
- Falls keine LED-Werbebanden vorhanden sind: vollständig statische Werbebanden entlang der Seitenlinien, einschließlich mehrteiliger Seitenbanden sowie Eckbanden, die in den Bereich hinter der Torlinie reichen;
- Bodenaufkleber und andere Werbeflächen auf dem Spielfeld, einschließlich u. a.:
    - Aufkleber und Werbung im Mittelkreis der Spielfläche (vom Mittelpunkt des Spielfelds aus in einem Radius von bis zu 2 Metern);
    - Aufkleber und Werbung in der Mitte jeder Spielfeldhälfte (je 4 Flächen von 4 m x 1 m);
    - Aufkleber und Werbung innerhalb des Torraums (zwei Flächen von je 4 m x 1 m);
    - Aufkleber und Werbung im Tor (eine Fläche von 3 m x 1 m);
    - Werbung entlang des Spielfeldrands;
- 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.~~


LED- / STATISCHE BANDEN
BLINDE SEITE
TISCH DER SPIELLEITUNG
HAUPTFERNSEHKAMERA