



MARKETINGRICHTLINIEN

**FÜR DIE HÖCHSTE SPIELKLASSE DER
ÖSTERREICHISCHEN FUSSBALL-BUNDESLIGA**

SPIELJAHR 2019/20

Stand: 1. Juli 2019



Inhaltsverzeichnis

§ 1 Geltungsbereich.....	3
§ 2 Bewerbslogo.....	3
§ 3 Spielereinzelnwerbung.....	4
§ 4 Vidiwalls	4
§ 5 Sponsorenbank.....	4
§ 6 Kommerzielle Rechte der BL.....	5
§ 7 Marketingleistungen Bewerbungssponsor	5
§ 8 Marketingleistungen TV-Partner.....	6
§ 9 Klubeigene mediale Rechte.....	6
§ 10 Public Viewing.....	6
§ 11 Meisterfeier	7
§ 12 Meisterteller.....	7

§ 1 Geltungsbereich

Die Marketingrichtlinien für die Bewerbe der Österreichischen Fußball-Bundesliga (BL) werden vom Vorstand erlassen und ergänzen die einschlägigen Satzungen und besonderen Bestimmungen des ÖFB und der BL.

§ 2 Bewerbslogo

Jeder Spieler hat auf der Vorderseite des Trikots (rechte Brustseite vom Träger aus gesehen) das von der BL rechtzeitig vor Saisonbeginn vorgegebene Logo (entweder das Dachmarkenlogo oder das Bewerbslogo) zu tragen (Mindestgröße 50 cm², inkl. definierter Schutzzonen siehe Darstellung). Dieser Trikotbereich ist von jeglichen anderen Aufnähern bzw. Klebern freizuhalten. Die BL behält sich das Recht vor, das Logo jederzeit zu ändern, insbesondere in Abhängigkeit von etwaigen Bewerbungssponsoringverträgen.



Dachmarkenlogo



Bewerbslogo höchste Spielklasse

Anwendung auf den Dressen



Im Sinne einer einheitlichen und gemeinsamen Außendarstellung ist das Bewerbslogo auf den Webseiten der Klubs zu integrieren und mit der Bewerbungsseite der Bundesliga zu verlinken. Das Bewerbslogo ist auch auf allen Drucksorten oder digitalen Publikationen der Klubs zu platzieren. Drucksorten sind insbesondere Stadionzeitungen, Klub- bzw. Mitgliederzeitschriften, Tickets, Akkreditierungen und Geschäftsdrucksorten (ausgenommen Visitenkarten). Bei der Platzierung des Bewerbslogos ist darauf zu achten, dass die Verbindung zwischen dem Klub und dem Bewerb deutlich erkennbar hergestellt wird. Die Letztentscheidung der Platzierung und die Auswahl des Hoch- oder Querformatlogos obliegt dem Klub selbst.

§ 3 Spielereinzelnwerbung

Jede Mannschaft darf auf ihrer Sportkleidung in einheitlicher Form werben. Jeweils ein am Spielfeld befindlicher Spieler pro Mannschaft pro Runde darf auf der Spielkleidung andere Sponsoren als die übrigen Spieler seiner Mannschaft tragen, die in ihrer Gesamtwirkung das einheitliche Aussehen der Mannschaftskleidung nicht stören dürfen.

§ 4 Vidiwalls

- (1) Die Simultanübertragung des eigenen Meisterschaftsheimspiels auf den Großbildschirmen (Vidiwalls) innerhalb des Stadions ist erlaubt.
- (2) Es dürfen keine kritischen bzw. strittigen Szenen in der Wiederholung gezeigt werden. Dies betrifft insbesondere Abseitspositionen, Foulspiel, Handspiel, Strafraumszenen und alle anderen Szenen, die geeignet sein können, Unruhe unter den Besuchern auszulösen.
- (3) Das Zeigen von Spielszenen darf keinen wie immer gearteten Einfluss auf das auszutragende Spiel haben.
- (4) Die gezeigten Szenen dürfen die Ehre von Spielern, Betreuern, Schiedsrichtern, Offiziellen und anderen dritten Personen in keiner Weise verletzen.
- (5) Mitteilungen politischen Inhaltes oder Aussendungen, welche die Heim- oder die Gastmannschaft unterstützen oder diskriminieren und/oder sich gegen Offizielle richten, dürfen nicht verbreitet werden.
- (6) Aktuelle Spielstände und Endergebnisse von anderen Meisterschaftsspielen dürfen angezeigt und durchgesagt werden. Eine Kommentierung dieser ist nicht erlaubt.
- (7) Die gezeigten Szenen dürfen nicht von Musik begleitet werden.
- (8) Etwaig nötige Zustimmungen dritter Personen, insbesondere des Stadion-Eigentümers, zur Verwendung der Großbildschirme (Vidiwalls) sind vom jew. Heimklub einzuholen.
- (9) Der Heimklub verpflichtet sich ferner, dafür Sorge zu tragen, dass die Verwendung der Großbildschirme (Vidiwalls) nicht gegen Urheberrechte, private Rechte oder Rechte dritter Personen verstößt.
- (10) Die auf den Großbildschirmen (Vidiwalls) gezeigten Szenen sind aufzuzeichnen und der BL auf Verlangen kostenlos zur Verfügung zu stellen.

§ 5 Sponsorenbank

- (1) Der Heimklub hat die Möglichkeit, für maximal 11 Personen mit maximal zwei Sponsorenbanken (auch an verschiedenen Positionen) Sitzgelegenheiten für Marketingaktivitäten zu errichten.

- (2) Die max. 11 Personen müssen über eine entsprechende Akkreditierung vom Heimklub verfügen, sich mindestens fünf Meter neben oder hinter der technischen Zone aufhalten und sind dem Spielbeobachter bzw. Schiedsrichter auf Verlangen namhaft zu machen.
- (3) Die Positionierung der Sponsorenbänke ist auf einem Stadionplan einzuzeichnen.
- (4) Die Sponsorenbänke müssen im Abstand von mindestens fünf Metern zur technischen Zone aufgestellt werden.
- (5) Die TV-Signalproduktion darf in keinsten Weise beeinträchtigt werden.
- (6) Die Sponsorenbänke müssen so beschaffen sein, dass sie nicht als Wurfgeschöß verwendet werden können und schwer entflammbar sind.
- (7) Durch die Aufstellung der Sponsorenbänke dürfen weder das Schiedsrichterteam noch aufwärmende Spieler in der Ausübung ihrer Tätigkeit behindert werden.
- (8) Für die Sponsorenbänke und die dort sitzenden Personen ist während des Spiels pro Sponsorenbank ein eigener Ordner abzustellen. Ab sechs Personen auf einer Sponsorenbank sind zwei eigene Ordner abzustellen.
- (9) Die Personen auf der Bank dürfen diese grundsätzlich während des laufenden Spiels nur in Begleitung eines Ordners verlassen.

§ 6 Kommerzielle Rechte der BL

Die BL und ihre Klubs besitzen für die Spiele, die in ihren Zuständigkeitsbereich fallen, das ausschließliche Recht, audiovisuelle und hörfunktechnische Ausstrahlungen sowie jede andere Nutzung und Verbreitung durch Bild- und Tonträger zu bewilligen, sei es direkt, zeitversetzt, ganz oder in Ausschnitten sowie die Vermarktungsrechte des Bewerbungssponsorings für die Meisterschaften der BL. In den Zuständigkeitsbereich der BL fallen Meisterschaftsspiele sowie Spiele der UEFA Klub-Wettbewerbe, soweit diese nicht von der UEFA zentral vermarktet werden. Die Beschlussfassung bezüglich Fernseh-, Hörfunk- und sonstigen Verträgen mit elektronischen Medien fällt in die Kompetenz der Klubkonferenz der jeweiligen Spielklasse der BL. Die Verwertungs- und Vermarktungsrechte der eingetragenen, geschützten Marke „Bundesliga“ liegen bei der BL selbst. Die Klubs der BL sind verpflichtet, der BL bestmögliche Hilfestellung für die Umsetzung der kommerziellen Vermarktung zu gewährleisten und keine Schritte zu unternehmen, welche geeignet sind, die kommerziellen Rechte der Vertragspartner der BL und/oder der Klubs der BL zu beeinträchtigen.

§ 7 Marketingleistungen Bewerbungssponsor

Die Marketingleistungen der Klubs auf Grund eines Bewerbungssponsorvertrages sind gem. den jeweiligen Beschlüssen der Klubkonferenzen bzw. Hauptversammlung, welche unter Einbeziehung der Empfehlung verpflichtender Arbeitsgruppen gefasst werden, zu erbringen. Die BL ist verpflichtet, die betroffenen Klubs rechtzeitig bzw.

nach erfolgtem Abschluss eines Bewerbungssponsorvertrages über die konkret zu erbringenden Marketingleistungen zu informieren. Darüber hinaus werden die Marketingleistungen jeweils rechtzeitig vor Saisonbeginn an die betroffenen Klubs übermittelt.

§ 8 Marketingleistungen TV-Partner

Die Marketingleistungen der Klubs auf Grund eines TV-Vertrages sind gem. den jeweiligen Beschlüssen der Klubkonferenzen bzw. Hauptversammlung, welche unter Einbeziehung der Empfehlung verpflichtender Arbeitsgruppen gefasst werden, zu erbringen. Die BL ist verpflichtet, die Klubs rechtzeitig bzw. nach erfolgtem Abschluss des TV-Vertrages über die konkret zu erbringenden Marketingleistungen zu informieren. Darüber hinaus werden die Marketingleistungen jeweils rechtzeitig vor Saisonbeginn an alle Klubs übermittelt.

§ 9 Klubeigene mediale Rechte

Die Klubs sind verpflichtet, bei Ausübung bzw. Inanspruchnahme zurückbehaltener medialer Rechte von gem. § 6 zentralvermarkteten Rechten sämtliche Rahmenbedingungen entsprechend den diesbezüglich abgeschlossenen Verträgen (wie zB Embargozeiten, Einschränkung auf klubeigene Portale, maximale Länge der Spielbilder, Bündelungsverbot etc) ausnahmslos einzuhalten. Die diesbezüglichen Vorgaben werden den Klubs von der Geschäftsstelle der BL vor Saisonbeginn bzw. bei Änderungen während der laufenden Saison unverzüglich nachweislich mitgeteilt.

§ 10 Public Viewing

- (1) Den Klubs ist jegliche Form des Public Viewings untersagt. Ausgenommen hiervon ist die Durchführung von Veranstaltungen in VIP-Bereichen der Stadien.
- (2) VIP-Bereiche im Sinne dieser Regelung sind vom Klub eindeutig zugewiesene und vom öffentlichen Stadionbereich abgetrennte Bereiche, die sich grundsätzlich in seinem Stadion befinden und nur für einen beschränkten Zuschauerkreis zugänglich sind. Es hat eine Einlasskontrolle zu erfolgen.
- (3) Den Auswärtsklubs des jeweiligen Spieltages ist die Übertragung von bewegtem Bildmaterial im VIP-Bereich ihrer (Heim)Stadien ausschließlich für eine maximale Anzahl von 300 Besuchern gestattet.
- (4) Ankündigungen und/oder Werbung zu Veranstaltungen, bei denen bewegtes Bildmaterial gezeigt wird, dürfen nicht unter dem Stichwort „Public Viewing“ stattfinden.

§ 11 Meisterfeier

- (1) Die Meisterfeier in der höchsten bzw. zweithöchsten Spielklasse ist nach den Vorgaben der BL vom jeweiligen Heimklub durchzuführen. Insbesondere
 - a) ist für die offizielle Meisterfeier eine Dauer von mind. 30 Minuten (beginnend mit dem Abpfiff) vorzusehen;
 - b) sind die von der BL kostenlos zur Verfügung gestellte Meisterbühne sowie die zwei (2) Konfettikanonen auf dem Spielfeld aufzubauen;
 - c) dürfen sich zu keinem Zeitpunkt der Meisterfeier Fans auf dem Spielfeld befinden;
 - d) ist kommerzielle Werbung der Klubs während der offiziellen Meisterfeier untersagt;
 - e) ist für die Sicherheit der Heimklub verantwortlich und hat demgemäß etwaige zusätzlich anfallenden Sicherheitskosten zu tragen. Für den Fall, dass der Gastklub der zu ehrende Meister ist, hat dieser die nachgewiesenen zusätzlich anfallenden Sicherheitskosten zu einem Anteil in Höhe von max. 15 % der Gesamtkosten zu tragen.
- (2) Die BL wird rechtzeitig mit den potenziell betroffenen Klubs Kontakt aufnehmen, um diese über die vollständigen Vorgaben zu informieren sowie den konkreten Vorbereitungs- bzw. Ablaufplan abzustimmen.
- (3) Der bei der Meisterfeier übergebene Meisterteller ist entsprechend den Meistertellerrichtlinien der BL zu behandeln.

§ 12 Meisterteller

- (1) Um sich markenpolitisch von begrifflichen Ähnlichkeiten abzugrenzen, ist für die Trophäe der Begriff „Meisterteller“ zu verwenden.
- (2) Der Meisterteller kann auf zwei verschiedene Weisen genutzt werden.
 - a) Bildmarken: Alleinige Abbildung des Meistertellers gemäß den nachfolgenden Bestimmungen.
 - b) Bildmarken mit Wortfolge: Kombination der Abbildung des Meistertellers inklusive typografischer Darstellung des Begriffes „Österreichischer Fußballmeister“ gemäß den nachfolgenden Bestimmungen.
- (3) Die in Punkt 2 genannten Bildmarken sind gegen unautorisierte kommerzielle Verwendung durch Dritte geschützt und bedürfen, sofern nicht anders geregelt, der ausdrücklichen Genehmigung der BL.
- (4) Hinsichtlich der Nutzung muss zwischen folgenden Nutzungsarten unterschieden werden:
 - a) Kommerzielle Nutzung: Darunter wird eine vertriebsorientierte Verwendung (z.B. in Form von Fanartikeln, Außenwerbung usw.) verstanden. Die kommerzielle Verwendung ist beschränkt auf die bis zum Ende des folgenden Spieljahres hergestellten Lizenzprodukte.
 - b) Redaktionelle Nutzung: Unter eine redaktionelle Nutzung fallen Verwendungsarten ohne offensichtlichen Absatzcharakter (z.B. Briefpapier).

Ehemalige Meisterklubs dürfen die Bilder auch über den genannten Zeitraum hinaus redaktionell nutzen, sofern die Bilder inklusive Jahreszahlen und der jeweiligen Meistersaison/en dargestellt werden.

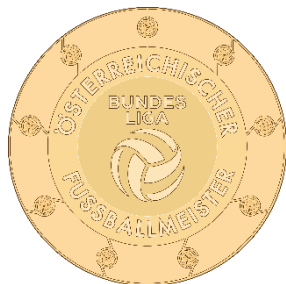
- (5) Zur kommerziellen Nutzung der Markenelemente sind die Meister, die von ihnen der BL genannten Exklusivsponsoren (max. 5), die BL-Bewerbssponsoren sowie die offiziellen TV-Partnern der BL berechtigt. Die restlichen Klubs sowie die übrigen Sponsoren der Meisterklubs dürfen die Markenelemente ausschließlich redaktionell verwenden. Die Vergabe von Unterlizenzen ist nicht gestattet.
- (6) Der jeweilige Meisterklub muss sicherstellen, dass die verbindliche Geltung dieser Bestimmungen für seine fünf der BL namhaft gemachten Exklusivsponsoren, welche die Trophäe kommerziell nutzen wollen, durch Unterzeichnung der diesbezüglichen Verpflichtungserklärung gewährleistet ist.
- (7) Die BL bietet vier verschiedene grafische Darstellungsformen an: Eine Fotografie zwei Varianten einer Illustration sowie ein Piktogramm. Die unterschiedlichen Dateien werden in geeigneten Dateiformaten zur Verfügung gestellt und dürfen nicht bearbeitet werden.



Tipico Bundesliga
Fotografie



Tipico Bundesliga
Illustration detailliert



Tipico Bundesliga
Illustration reduziert



Tipico Bundesliga
Piktogramm

- (8) Bei einer fotografischen Abbildung darf unter Einhaltung der nachfolgenden Bestimmungen auch eigenes Fotomaterial verwendet werden.
- Mindestgröße: Ø 4 cm
 - Optimale Druckqualität (4C, Offset- bzw. Digitaldruck)
- (9) Bei Darstellungen unter der in Punkt 8 genannten Mindestgröße ist eine Illustration zu verwenden.

- (10) Die illustrative Darstellung des Meistertellers muss in einer Mindestgröße von \varnothing 3 cm erfolgen.
- (11) Je nach Einsatzgebiet kann zwischen den Varianten der Illustration frei gewählt werden. Die angeführten Illustrationen sind jedoch in 4C zu verwenden. Andernfalls muss auf das Piktogramm des Meistertellers zurückgegriffen werden.
- (12) Jegliche Abbildungen und Illustrationen des Meistertellers dürfen in keiner Form verändert bzw. bearbeitet werden.
- (13) Folgende Gestaltungsregeln gilt es, sowohl bei der Fotografie als auch bei einer Verwendung der Illustration, zu beachten:



Kein unruhiger Hintergrund



Keine Umfärbung



Keine illustrativen Zusatzeffekte



Keine zusätzlichen Elemente



Keine Verfremdung



Keine Verzerrung

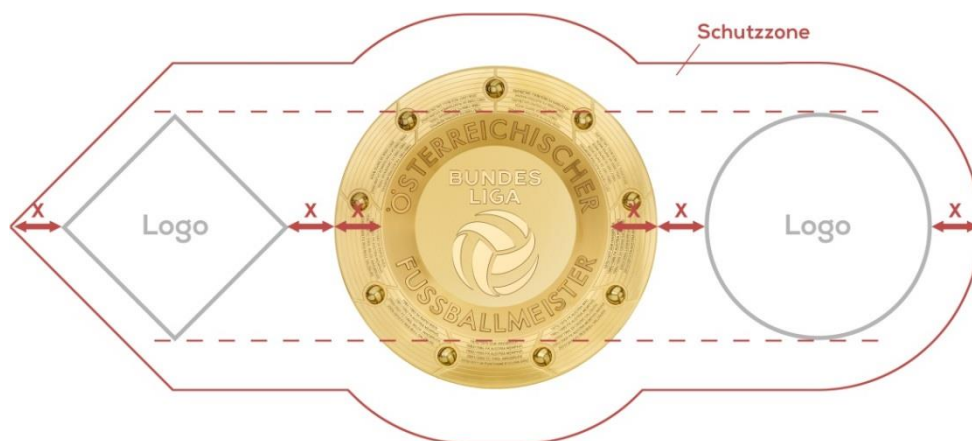
- (14) Bei einer Verwendung des Bildausschnittes nach unten und rechts darf der Meisterteller bis zu der abgebildeten Form angeschnitten werden. Das Logo darf dabei in keiner Darstellung angeschnitten werden.



- (15) Schutzzone: Maßgeblich ist jeweils der Abstand, der sich aus Elementen des Meistertellers in der jeweiligen Darstellungsform ableitet. Es dürfen keine fremden Elemente in dieser Zone platziert werden. Als Schutzzone gilt der dargestellte Faktor X rund um den Meisterteller. Die Schutzzone verhindert auch eine zu enge Positionierung an den Formatrand.



- (16) Eine gemeinsame Darstellung des Logos eines Exklusiv-Sponsors und des Logos des Meisterklubs kann nach folgenden Kriterien erfolgen:
- Der Meisterteller ist mittig und die beiden anderen Logos links und rechts des Meistertellers zu platzieren. Die Reihenfolge links und rechts vom Meisterteller ist variabel.
 - Das Logo des Exklusiv-Sponsors darf unter keinen Umständen näher beim Meisterteller platziert sein als das Logo des Meisterklubs.
 - Das Logo des Exklusiv-Sponsors darf unter keinen Umständen ohne das Logo des Meisterklubs mit dem Meisterteller abgebildet werden.
 - Die Schutzzone rund um den Meisterteller beträgt $1 \times$ den dargestellten Faktor X.



- (17) Der Meisterteller steht im Eigentum der BL. Er wird den Klubs nach Fixierung der Meistertitel für den Zeitraum bis 1. April des Folgejahres geliehen. Die Meisterklubs haben in diesem Zeitraum für die physische Unversehrtheit des Meistertellers Sorge zu tragen. Dies betrifft insbesondere
- die Meisterfeierlichkeiten: Der Klub muss dafür sorgen, dass der Meisterteller während der Feierlichkeiten nicht beschädigt wird.

- b) die Verwahrung des Meistertellers in den Klubräumlichkeiten: Der Klub darf den Meisterteller während des Tages in einer verschlossenen Vitrine öffentlich ausstellen. Nachts muss der Meisterteller jedoch in einem verschlossenen, alarmgesicherten Raum aufbewahrt werden. Ferner hat der Klub die BL zwecks Wahrung des Versicherungsschutzes über den/die Aufbewahrungsort/e in Kenntnis zu setzen.
- c) Weitergabe an Dritte: Jede Weitergabe des Meistertellers an Dritte ist untersagt. Sowohl beim Transport als auch bei Präsentationen des Meistertellers in den Räumlichkeiten der Sponsoren hat stets ein Klubangestellter dabei zu sein.
- d) Reparaturen: Allfällige Reparaturen sind nach dem Verursacherprinzip durch den Klub zu begleichen und lediglich bei dem von der BL beauftragten Dienstleister durchzuführen.