



# MARKETINGRICHTLINIEN

FÜR DIE BEWERBE DER  
ÖSTERREICHISCHEN FUSSBALL-BUNDESLIGA

SPIELJAHR 2017/18

Stand: 1. Juli 2017

---

**Inhaltsverzeichnis**

---

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

## § 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 cm<sup>2</sup>, 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



Bewerbslogo  
zweithöchste Spielklasse

Anwendung auf den Dressen



---

### § 3 Spielereinzelerwerb

---

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 andere 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 Sponsorenbanken ist auf einem Stadionplan einzuzeichnen.
- (4) Die Sponsorenbanken müssen im Abstand von mindestens fünf Meter zur technischen Zone aufgestellt werden.
- (5) Die TV-Signalproduktion darf in keinster Weise beeinträchtigt werden.
- (6) Die Sponsorenbanken müssen so beschaffen sein, dass sie nicht als Wurfgeschöß verwendet werden können und schwer entflammbar sind.
- (7) Durch die Aufstellung der Sponsorenbanken dürfen weder das Schiedsrichterteam noch aufwärmende Spieler in der Ausübung ihrer Tätigkeit behindert werden.
- (8) Für die Sponsorenbanken 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 Hauptversammlung 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 zu erbringen. Die BL ist verpflichtet, die betroffenen Klubs (höchste und/oder zweithöchste Spielklasse) 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 (höchste und/oder zweithöchste Spielklasse) übermittelt.

---

### **§ 8 Marketingleistungen TV-Partner**

---

Die Marketingleistungen der Klubs auf Grund eines TV-Vertrages sind gem. den jeweiligen Beschlüssen der Klubkonferenzen bzw. Hauptversammlung 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**

---

- (1) Die Klubs sind verpflichtet, bei Inanspruchnahme der zulässigen kostenfreien und plattformneutralen Nutzung von Ausschnitten des eigenen Spiels bis zu einer maximalen Länge von 10 Minuten eine Embargofrist bis Montag, 00.00 Uhr (in englischen Wochen: Donnerstag, 06.00 Uhr) sowie eine maximale Verwendungsdauer bis zum Zeitpunkt der möglichen Nachverwertung des nächsten BL-Spiels einzuhalten.
- (2) Den Klubs ist gestattet, ab der Embargofrist von 72 Stunden nach Spielende das ganze Spiel oder Ausschnitte des eigenen Spiels kostenfrei und plattformneutral zu nutzen. Hier gilt ebenfalls die maximale Verwendungsdauer bis zum Zeitpunkt der möglichen Nachverwertung des nächsten BL-Spiels.
- (3) Die Nutzung ist ausschließlich auf klubeigenen Portalen erlaubt (z.B.: Hauptinternetpräsenz des Klubs sowie mobile Applikation). Eine (Unter-)Lizenzierung und/oder Einbindung von Subwebsites auf Portalen Dritter, z.B. Sponsoren, ist somit untersagt.
- (4) Eine Bündelung verschiedener Klubangebote zu einem gemeinsamen Service ist ausgeschlossen.

- (5) Den Klubs ist gestattet, die Ausschnitte kommerziell zu nutzen und somit zu vermarkten, z.B. in Form von „pre-roll“, „post-roll“. Ebenfalls ist ein klubindividuelles Branding in Form von z.B. Graphiken, Tönen oder Bauchbinden erlaubt.

---

### § 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 beide Trophäen der Begriff „Meisterteller“ zu verwenden.
- (2) Die Meisterteller können auf zwei verschiedene Weisen genutzt werden.
- a) Bildmarken: Alleinige Abbildung des jeweiligen Meistertellers gemäß den nachfolgenden Bestimmungen.
  - b) Bildmarken mit Wortfolge: Kombination der Abbildung des jeweiligen Meistertellers, inklusive typografischer Darstellung des Begriffes „Österreichischer Fußballmeister“ bzw. „Fußballmeister Erste Liga“ 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 jeweiligen 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 zwei verschiedene grafische Darstellungsformen an: Eine Fotografie sowie eine Illustration. Die unterschiedlichen Dateien werden in geeigneten Dateiformaten zur Verfügung gestellt und dürfen nicht bearbeitet werden.



typico Bundesliga  
Fotografie



typico Bundesliga  
Illustration



Sky Go Erste Liga  
Fotografie



Sky Go Erste Liga  
Illustration

- (8) Bei einer fotografischen Abbildung darf unter Einhaltung der nachfolgenden Bestimmungen auch eigenes Fotomaterial verwendet werden.

- a) Mindestgröße: Ø 4 cm
- b) 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 der Meisterteller muss in einer Mindestgröße von Ø 3 cm erfolgen.

- (11) Jegliche Abbildungen und Illustrationen der Meisterteller dürfen in keiner Form verändert bzw. bearbeitet werden.

- (12) 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

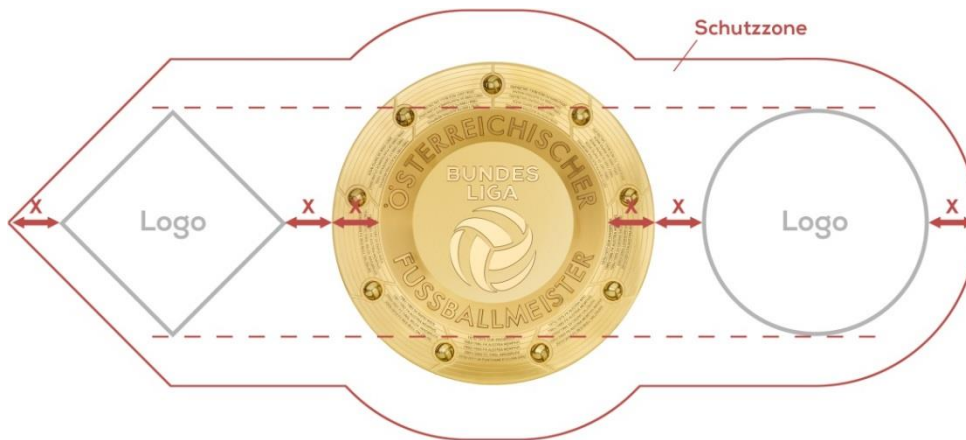
- (13) Bei einer Verwendung des Bildausschnittes nach unten und rechts darf der jeweilige Meisterteller bis zu der abgebildeten Form angeschnitten werden. Das Logo darf dabei in keiner Darstellung angeschnitten werden.



- (14) Schutzzone: Maßgeblich ist jeweils der Abstand, der sich aus Elementen des jeweiligen 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.



- (15) Eine gemeinsame Darstellung des Logos eines Exklusiv-Sponsors und des Logos des Meisterklubs kann nach folgenden Kriterien erfolgen:
- Der jeweilige Meisterteller ist mittig und die beiden anderen Logos links und rechts des Meistertellers zu platzieren. Die Reihenfolge links und rechts vom jeweiligen 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 jeweiligen Meisterteller abgebildet werden.
  - Die Schutzzone rund um den jeweiligen Meisterteller beträgt  $1 \times$  den dargestellten Faktor X.



*Diese Abbildung ist analog auf den Meisterteller der Sky Go Ersten Liga anzuwenden.*

- (16) Die Meisterteller stehen im Eigentum der BL. Sie werden 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 der Meisterteller Sorge zu tragen. Dies betrifft insbesondere
- die Meisterfeierlichkeiten: Der Klub muss dafür sorgen, dass der jeweilige Meisterteller während der Feierlichkeiten nicht beschädigt wird.
  - die Verwahrung des jeweiligen Meistertellers in den Klubräumlichkeiten: Der Klub darf den jeweiligen Meisterteller während des Tages in einer verschlossenen Vitrine öffentlich ausstellen. Nachts muss der jeweilige 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.
  - Weitergabe an Dritte: Jede Weitergabe des jeweiligen Meistertellers an Dritte ist untersagt. Sowohl beim Transport als auch bei Präsentationen des jeweiligen Meistertellers in den Räumlichkeiten der Sponsoren hat stets ein Klubangestellter dabei zu sein.
  - Reparaturen: Allfällige Reparaturen sind nach dem Verursacherprinzip durch den Klub zu begleichen und lediglich bei dem von der BL beauftragten Dienstleister durchzuführen.