

# KRO

## Richtlinie zur Verwertung von kommerziellen Rechten des Ligaverbandes (Gemeinschaftswerbung)

### Geltungsbereich

Im Rahmen der Mitgliedschaft eines Lizenznehmers im Ligaverband und dem Interesse aller Lizenznehmer die Marken DKB Handball-Bundesliga und 2. Bundesliga zu entwickeln sind folgende Maßnahmen umzusetzen. Die Regelungen gelten nicht für Heimspiele im Pokalwettbewerb von Vereinen unterhalb der 2. Bundesliga.

### 1. Liga-Logo

#### Unveränderbarkeit des Liga-Logos

Das Liga-Logo darf in seiner Form, Farbe und Gestaltung weder verändert werden noch ergänzt werden (z.B. keine Trennung von Wort- und Bildmarke, keine Dreidimensionalität o. ä.). Die Design Richtlinien (Design Manual) der HBL sind einzuhalten. Beachten Sie dabei besonders die Regelungen zur Logoanbringung auf Hintergründen, die Verwendung des Querformats und die minimale Logogröße.

#### Platzierung des Liga-Logos allgemein

Das jeweilige Liga-Logo ist auf allen Medien/Drucksachen der Lizenznehmer prominent (gut sichtbar) und dominant (in entsprechender Größe) anzubringen (Titelseite Hallenheft/Spieltagsmagazin, Eintrittskarte, Briefbogen, Pressemitteilungen, Mannschaftsfoto, Autogrammkarten, Plakate u. ä.).

#### Liga-Logo auf Bodenaufkleber

Der Bodenaufkleber mit Liga-Logo ist entsprechend der Agentur des Namensrechtspartners bei jedem Spiel eines Erstligisten auf der Spielfläche anzubringen.

#### Liga-Logo auf Trikots, T-Shirts und Merchandising-Trikots

Das Liga-Logo ist auf den Ärmeln der Warmlaufshirts und auf Merchandising-Trikots der Mannschaften der Bundesliga und den Shirts (Sportkleidung) der Offiziellen anzubringen.

Das Liga-Logo ist zwingend mittig (unabhängig von Ausrüsterlogos) auf dem rechten Ärmel der Spielertrikots aufzubringen (DKB HBL: 6,0 cm auf 10,5 cm, 2. Bundesliga: 5,5 cm auf 8,7 cm seitlich, nicht auf der Schulter (ganzflächig zu sehen, von der Seite betrachtet)). Das Liga-Logo muss mit einem Abstand von 4 cm zum Ärmelrand angebracht werden. Auf Torwarttrikots ist das Liga-Logo an der entsprechenden Stelle zu platzieren. Um das Liga-Logo herum ist mindestens ein Abstand von 2cm zu allen Seiten zu anderen Logos bzw. Werbepartnern einzuhalten (Abbildung 6).

#### Liga-Logo auf Schutzständer

Der Schutzständer für die Tablet-PCs zur elektronischen Spielverwaltung ist ausschließlich mit dem aufgedruckten Liga-Logo zu verwenden.

#### Liga-Logo auf Partnerboards

Das jeweilige Liga-Logo ist auf Partnerboards, Pressekonferenz-, Flashinterviewrücksetzern u. ä. (falls vorhanden) ebenfalls prominent und dominant (in entsprechender Größe und/oder Stückzahl) anzubringen.

### Liga-Logo auf Vereins-Homepage

Das jeweilige Liga-Logo ist auf der Homepage eines Bundesligavereins anzubringen (prominente Platzierung auf der Startseite). Das Liga-Logo ist auf [www.DKB-handball-bundesliga.de](http://www.DKB-handball-bundesliga.de) zu verlinken.

## 2. Online

### Verwendung von TV Termine-, News- und TV-Box

Die TV-Box oder die TV-Termine (min. die nächsten 5 Spiele aller Lizenznehmer der HBL) ist auf der Homepage eines Bundesligavereins zwingend zu verwenden, die News-Box ist optional zu verwenden (Beides auf der Homepage der HBL zu finden).

### Vereins-Container auf Liga Homepage

Die Lizenznehmer haben die Möglichkeit, im eigenen Bereich der Homepage der HBL einen Container zu platzieren, der auf eigene Inhalte verlinkt. Eine Bewerbung von Aktionen von Partnern der Lizenznehmer ist in diesem Bereich nicht möglich. Die sonstige Gestaltung der Inhalte ist dem Lizenznehmer innerhalb der unten dargestellten Vorlage freigestellt.



Die Lizenznehmer müssen der HBL eine Position auf der Startseite zur Bewerbung von ligaübergreifenden Projekten (beispielsweise die All Star Wahl) über Container zu Verfügung stellen.

## 3. Sonstiges

### Ligamaskottchen

Ein Ligamaskottchen kann bei allen Spielen der Vereine der Bundesliga eingesetzt werden.

### Verwendung von Werbematerial der Liga

Von der HBL zur Verfügung gestelltes Werbematerial im Design der HBL/Ligaverband (Fahne, Roll-Ups o. ä.) ist einzusetzen, soweit dabei keine Werberechte der Lizenznehmer eingeschränkt werden.

### Verwendung von Musik der Liga

Die Musik der HBL soll im Spielbetrieb der HBL ebenfalls verwendet werden, z.B. beim Einlaufen der Schiedsrichter.

### Werbeseite in Hallenheft

Zur Bewerbung von TV-Zeiten, Produkten der HBL und ähnlichem sind in den Hallenheften der Lizenznehmer je Heimspiel 1/1 Werbeseite freizuhalten. Die HBL stellt regelmäßig wechselnde Anzeigen in diversen Formaten per Mail und Download zur Verfügung. Alle Hallenhefte der laufenden Saison sind jeweils zum 15.12., 15.03., und 15.06. eines Spieljahres zur Ansicht an die HBL-Geschäftsstelle, zu senden.

### Verwendung offizieller Veranstaltungsnamen

Die offiziellen Namen der Veranstaltungen der HBL sind zu verwenden, insbesondere bei der Begrüßung durch den Hallensprecher bei allen Spielen der Wettbewerbe der DKB Handball-Bundesliga, und in Pressemitteilungen und auf der Homepage der Lizenznehmer sowie in Interviews von Vereinsvertretern (Offizielle) und Spielern. Die offiziellen Veranstaltungsnamen lauten: „DKB Handball-Bundesliga“ auch kurz „DKB HBL“ genannt, die „2. Handball-Bundesliga“, der „DHB-Pokal der DKB Handball-Bundesliga“ und das „Final Four“, das „All Star Game der DKB Handball-Bundesliga“ und der „Super Cup“ der DKB Handball-Bundesliga“.

## **4. Namensrechtspartner**

Die Lizenznehmer der Bundesliga müssen alle im Vertrag beinhalten Leistungen für den Namensrechtspartner erbringen. Dies gilt neben den Regelungen unter „Geltungsbereich“ sowie „Liga-Logo auf Trikots, T-Shirts und Merchandising-Trikots“ insbesondere für folgende Vertragsleistungen:

### Eckenwürfel

Aufstellung von 2 Eckenwürfeln bzw. Eckenaufstellern (ca. 1m x 1m x 1m) aus Schaumstoff oder als LED-Videowürfel, (Aufstellung und Lagerung pro Spiel durch die Vereine). Dieser hat entsprechend der Angaben der Agentur des Namensrechtspartners in einem kameraoptimierten Winkel in den Ecken zwischen Torbänden und Längsbänden zu stehen. Das Logo des Namensrechtspartners muss während des Spieles voll sichtbar und mit allen sichtbaren Flächen zur Hauptkamera hin ausgerichtet sein. Es ist außerdem dafür Sorge zu tragen, dass der Würfel nicht als Ablage o. ä. benutzt wird.

### Hinter-Tor-Netzbanner

Aufhängung von Werbebannern in den Ballfangnetzen hinter den Toren (Anbringung und Lagerung pro Spiel durch die Vereine). Die Werbebanner sind entsprechend der Angaben der Agentur des Namensrechtspartners anzubringen. Außerdem sind die Regelungen mit den Fernsehsendern zu beachten. Danach sind die Banner bei Hallen ohne Hintertorbestuhlung in etwa auf Höhe der Torlatte anzubringen. In Hallen mit Hintertorbestuhlung sind 40cm hohe Banner direkt über der Torbande anzubringen.

### Werbespot

Einblendung eines 30sekündigen Werbespots (je einmal vor und nach dem Spiel und in der Halbzeitpause) auf den Videotafeln bzw. im Hallen-TV sofern vorhanden.

### Anzeige

1/1 4c Anzeige im Spieltagsmagazin bzw. Hallenheft.

### Online-Banner-Kampagnen

Recht auf Durchführung von 2 Online-Banner-Kampagnen (je 4 Wochen Kampagnenlänge) auf den Websites der Lizenznehmer der Bundesliga.

### Promotion Aktionen

Recht zur Durchführung von bis zu 2 Promotionaktionen pro Verein: mit bis zu 5 Promotoren, prominente Standfläche (abhängig von den Platzverhältnissen der jeweiligen Halle (in oder vor der Halle), außerdem Recht auf 2 Halbzeit-Promotionaktionen auf dem Spielfeld. Das Recht auf Auswahl der Spielbegegnungen, zu denen die oben genannten Promotionaktionen durchgeführt werden können, garantiert die HBL und ihre Vereine zu 80%.

### Hospitality-Karten

Recht auf 4 Hospitality-Karten für insgesamt 54 Spiele der Erstligisten (von insgesamt 306 Spielen). Der Namensinhaber wird sich bemühen die Vereine dabei abzuwechseln. Spätestens 2 Wochen vor dem Spiel werden die Karten abgefragt. Am Ende der Saison werden mögliche Ungleichverteilungen der Kartenwünsche ggf. verrechnet.

### Tickets

Recht auf 10 Tickets der Kategorie I ohne VIP bei jedem Spiel eines Erstligisten.

### Dokumentationsmaterial

Aushändigung von Dokumentationsmaterial (Belege aller Drucksachen mit Liga-Logo-Integration).

### Arbeitskarten

2 personalisierte All-Access Arbeitskarten für die Koordinatoren vor Ort.

### DKB-Familienblöcke

Einrichtung von DKB-Familienblöcken (Branding des Blocks und Definition von Ticketkontingenten im Familienblock).

### DKB-Visa-Card-Aktion

Durchführung von mindestens 2 DKB-Visa-Card-Aktionen pro Verein (freier Eintritt mit DKB-Visa-Karte gegen Ticketpreiserstattung).

Die Leistungen sind umzusetzen soweit es den von der HBL geleiteten Spielbetrieb betrifft. Die vom Namensrechtspartner bereitgestellten Werbeträger sind sorgsam zu behandeln.

### Allgemeine Werbebestimmungen

Während des Spiels ist ein sauberes Werbe- bzw. Bandenbild immer durch das vorhandene Personal zu gewährleisten (z.B. gerade Werbebanner in den Ballfangnetzen).