



Werberichtlinien Handball Bundesliga Frauen (HBF)

Präambel

Unter Bezugnahme auf die Bestimmungen des Grundlagenvertrags zwischen der Handball-Bundesliga-Vereinigung Frauen e.V. (HBF) und dem Deutschen Handballbund (DHB), der Satzung sowie den Ligastatuten der HBF, der Satzung des DHB, den Vorgaben der Internationalen Handball Federation (IHF), der Europäischen Handball Federation (EHF) und der Europäischen Union, formuliert die HBF folgende Werberichtlinien, die für den Bereich der 1. und der 2. Handball Bundesliga Frauen gelten, soweit es den von der HBF geleiteten Spielbetrieb betrifft:

1. Grundsätze und Begriffsbestimmungen

Die Regelungen bezüglich der Werbung sollen eine optimale Darstellung der Bundesligavereine, der Handball Bundesliga Frauen und der Veranstaltungen der HBF gegenüber den Zuschauern in den Hallen und den Medien gewährleisten. Eine Entwicklung der Marken und ihrer Mitgliedsvereine erfordert ein einheitliches und einem hohen Qualitätsanspruch gerecht werdendes Erscheinungsbild.

1.1 Begriffsbestimmungen

Werbung ist eines der Instrumente der absatzfördernden Kommunikation. Durch Werbung versuchen die Unternehmen, ihre Zielkunden und andere Gruppen wirkungsvoll anzusprechen. Zur Werbung gehört jede Art der nicht persönlichen Vorstellung und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen eines eindeutig identifizierten Auftraggebers durch den Einsatz von Medien.

Entsprechend gilt jede Maßnahme, die der oben genannten Definition folgt als Werbung. Dies gilt sowohl für die Verwendung von Logos (Bildmarken und/oder Wortmarken), Emblemen o.ä. jedoch auch für Informationsschriften, Schriftzüge, Durchsagen usw. Dabei ist es gleichgültig ob für Unternehmen, Städte, Vereine oder ähnliches geworben wird.

1.2 Allgemeines

Werbung darf nicht die Aufmerksamkeit vom eigentlichen Handballspiel ablenken oder die Qualität von TV-/Livestream-Übertragungen beeinträchtigen. Werbung muss den gesetzlichen Bestimmungen der Bundesrepublik Deutschland entsprechen.

Es kann für Firmen und Firmenprodukte geworben werden. Unzulässig ist Werbung, die geltenden Rechtsvorschriften widerspricht, gegen die guten Sitten verstößt, sowie für politische und religiöse Gruppen, mit politischen und religiösen Aussagen, für Tabakwaren und deren Hersteller und Händler.

Werbung darf nicht leuchtend, fluoreszierend, dreidimensional (ausgenommen sind Videobanden) oder spiegelnd gestaltet werden. Werbung darf sich nicht bewegen, rotieren (ausgenommen sind Dreh- und Videobanden) oder in irgendeiner Weise verändern. Werbung soll maximal drei der folgenden Punkte enthalten: einen Firmennamen oder Produktnamen, ein Firmenlogo, ein einzelnes Substantiv, das ein Produkt oder eine Dienstleistung beschreibt, ein einfaches Bild, das ein Produkt oder eine Dienstleistung darstellt. Besonders Werbeslogans sollen auf solchen Werbeträgern nicht abgebildet werden (letzteres gilt nicht für Videobanden).

Verträge zwischen Werbeträger und werbetreibender Firma dürfen nicht gegen die gültigen Werberichtlinien, Ordnungen und Richtlinien der HBF verstoßen.

Verträge zwischen Werbeträger und werbetreibender Firma dürfen keine Vereinbarung beinhalten, die den Werbeträger in seiner Entscheidungsfreiheit einschränken oder auf die Vereins- und Ligaführung Einfluss nehmen.

Der Werbeträger kann das Recht zum Abschluss von Werbeverträgen an Dritte vergeben. Er bleibt in jedem Fall gegenüber der HBF verantwortlich.

Das Tragen von Werbung darf nicht mit einem persönlichen Vorteil für Einzelpersonen (Spieler, Offizielle) verbunden sein. Zahlungen können nur an den Bundesligaverein bzw. an die HBF und nicht an einzelne Spieler oder Offizielle geleistet werden.

Bei TV-/Livestream-Übertragungen kann die HBF im Falle von Abweichungen den Bestimmungen des übertragenden Senders Vorrang gegenüber diesen Werberichtlinien einräumen.

1.3 Bereiche der Werbung

Geworben werden kann:

- auf der Bekleidung der Mannschaften
- auf der Bekleidung des Hilfspersonals / Markierungshemden der Fotografen
- auf der Spielausrüstung
- auf dem Spielfeld und in dessen Umgebung
- durch akustische Werbung
- auf/mit sonstigen Werbeformen
- im Vereinsnamen

2. **Bekleidung von Mannschaften und Offiziellen**

2.1 Spielbekleidung

Der Heimverein ist verpflichtet, mit der vor Saisonbeginn zuerst genannten Spiel- und Torwartkleidung anzutreten. Sollte eine 7. Feldspielerin statt der Torhüterin eingesetzt werden und diese ein Leibchen tragen, so muss dieses Leibchen die gleiche Grundfarbe wie die Torwart-Trikots haben.

Zur besseren farblichen Unterscheidung sollte jeder Verein einen hellen (z.B. weiß, gelb, orange, hellgrün/-blau) und einen dunklen (z.B. schwarz, blau, lila, grün) Trikotsatz führen.

Sichtbare Funktionskleidung unter Trikot bzw. Hose muss innerhalb einer Mannschaft einheitlich sein und sollte der Farbe der Spielkleidung entsprechen.

Alle Erst- und Zweitligisten haben bis spätestens 20.08. die aktuelle Heim- und Auswärtsspielkleidung (Trikot & Hose) als Foto des Originals (jeweils Vor- und Rückseite sowie seitlich HBF-Logo) zur Genehmigung an die HBF zu schicken.

2.2 Positionierung des Liga-Logos

Das Liga-Logo der HBF ist auf dem linken Ärmel der Spielertrikots aufzubringen:

- seitlich, nicht auf der Schulter
- von der Seite betrachtet ganzflächig zu sehen



Abbildung 1: HBF-Logo Spielertrikot

Größe des Logos: 8 cm Breite (Höhe ergibt sich automatisch, ca. 9,13 cm)

Um das Liga-Logo herum ist mindestens ein Abstand von 2 cm zu allen Seiten zu anderen Logos bzw. Werbepartnern einzuhalten.

Andere Veranstaltungslogos (z.B. Champions League-Logo, EHF Cup-Logo o.ä.) sind auf Trikots im Geltungsbereich der HBF nicht gestattet.

2.3 Spielernamen

Auf der Rückseite der Trikots muss der Name der jeweiligen Spielerin waagrecht angebracht werden (bei Namensgleichheit mit dem Anfangsbuchstaben des Vornamens ergänzt). Der Einzelbuchstabe hat dabei mindestens 5 cm (gemessen am Großbuchstaben) groß zu sein. Die Platzierung über oder unter der Trikotnummer bleibt dem Verein überlassen. Der Spielername muss klar lesbar sein und sich vom Trikot farblich eindeutig unterscheiden.

2.4 Trikotnummern

Die Trikotnummern auf den Spielertrikots müssen auf der Brust 10 cm hoch und auf dem Rücken 20 cm hoch sein (vgl. Regel 4:8 IHF-Spielregeln). Die Trikotnummer muss klar lesbar sein und sich vom Trikot farblich eindeutig unterscheiden.

2.5 Vereinsname/Vereinslogo

Auf dem Trikot muss der Vereinsname oder das Vereinslogo angebracht sein.

2.6 Bekleidung der Offiziellen

Die Bekleidung von Offiziellen sollte in ein möglichst homogenes Gesamtbild der Mannschaft passen. Das Liga-Logo ist auf den Shirts (Sportkleidung) der Offiziellen gem. den Vorgaben bei der Spielkleidung anzubringen.

3. **Werbung auf Bekleidung der Mannschaften und Offiziellen**

3.1 Festlegung der Werbeflächen

Die Festlegung der Werbeflächen obliegt dem Werbeträger und ist in der Größe nicht limitiert. Die Sichtbarkeit von Brust- und Rückennummern darf nicht beeinträchtigt werden.

3.2 Anzahl der Werbepartner

Auf den Trikots (inkl. Hosen) der Spielerinnen einer Mannschaft sollen für insgesamt max. zehn verschiedene Werbepartner geworben werden. Die vom Bekleidungshersteller angebrachte Aufschrift oder das Firmenzeichen (Herstellerlogo) werden nicht als Werbung betrachtet, solange diese in marktüblicher Größe angebracht sind. Das Vereinslogo und das HBF-Logo zählen ebenfalls nicht als Werbepartner. Es ist nicht gestattet, innerhalb der Spielerinnen einer Mannschaft unterschiedliche Werbeflächen aufzubringen. Trikots/Hosen einzelner Spielerinnen sind gleich zu bedrucken.

3.3 Spielerpatronate

Es besteht die Möglichkeit, auf den Trikots der Spielerinnen einer Mannschaft auch sogenannte Spielersponsoren/-patronate aufzubringen. Dazu kann ausschließlich auf dem rechten Ärmel des Trikots (Arm von der Seite betrachtet und unterhalb der Schulter endend) auf jedem einzelnen Trikot einer Spielerin ein Sponsorenlogo eines anderen Werbepartners angebracht werden. Alternativ können auch mehrere Spielerinnen denselben Werbepartner oder keinen Werbepartner aufgebracht haben.

Diese Logos dürfen jedoch jeweils die rechteckige Fläche von 10 cm x 15 cm hochkant nicht überschreiten. Dabei gilt nicht die absolut bedruckte Fläche als Maß, sondern die Grenzen des Rechtecks. Um die rechteckige Fläche ist mindestens ein Abstand von je 2 cm zu anderen Sponsorenlogos einzuhalten.

Abweichend von 2.2 der Regelungen bezüglich der Werbung ist es daher in diesem Fall (also für die benannte Fläche) gestattet, innerhalb einer Mannschaft unterschiedliche

Sponsoren anzubringen. Ebenso bleibt die Anzahl von maximal zehn Werbepartnern je Trikot bestehen.

3.4 Werbe-Sonderaktionen

Jeder Verein darf auf dem Trikot (nicht Hosen) im Rahmen einer Sonderaktion (z.B. zu Wohltätigkeitszwecken, Mitgliederwerbung, Fanbindung) bis zu 2 Mal pro Saison die Namen verschiedener Personen oder Institutionen aufbringen. Die Laufzeit einer Sonderaktion ist dabei innerhalb einer Saison nicht beschränkt.

Diese Art der Anbringung gilt nicht als Werbung unter folgenden Bedingungen:

- ⇒ Die Anbringung stört die TV-/Livestream-Übertragung nicht. Insbesondere sind Zeilenabstand, Schriftgröße und Farbigekeit so zu wählen, dass die bedruckte Fläche im TV-Bild möglichst nicht auffällt. Es ist eine Farbnuance der entsprechend bedruckten Trikotflächen oder eine neutrale Farbe (z.B. grau 40%) zu wählen.
- ⇒ Die Anbringung erfolgt nicht so, dass dadurch ein zusätzliches Werbemotiv/-logo entsteht (z.B. in Form eines Wasserzeichens). Als Ausnahme kann die HBF auf Antrag das Entstehen des Vereinslogos oder ein bestehendes Sponsorenlogo anerkennen, wenn dabei das TV-Bild oder andere Werberichtlinien nicht verletzt werden.
- ⇒ Die konkrete Ausgestaltung der Sonderaktion bedarf stets der vorherigen schriftlichen Zustimmung der HBF nach Vorlage des Trikots.

3.5 Aufwärmbekleidung

Die Aufwärmbekleidung von Spielerinnen ist gleich zu bedrucken. Die Anzahl der Werbepartner ist nicht beschränkt. Die Werbepartner müssen nicht denen der Trikots entsprechen.

3.6 Hilfspersonal / Markierungshemden Fotografen

Werbung auf der Bekleidung des Kampfgerichtes bleibt der HBF vorbehalten, Werbung auf der Bekleidung des Hilfspersonals (z.B. Wischer) und den Markierungshemden der Fotografen den Vereinen.

4. **Werbung auf der Spielausrüstung**

4.1 Anzeigetafel / Videowürfel

Werbung auf der Anzeigetafel darf die Erkennbarkeit der Anzeigen (Spielzeit, Spielstand, Hinausstellungszeiten) nicht beeinträchtigen.

4.2 Ball

Der offizielle Spielball der HBF ist Molten. Die Firma Molten stellt jedem Verein der 1. und 2. Bundesliga vor einer Saison ein entsprechendes Kontingent des jeweils aktuellen Spielballs zu Spiel- und Trainingszwecken zur Verfügung.

Die Nutzung anderer Bälle als dem offiziellen Molten-Spielball ist ebenso wenig möglich wie die Anbringung zusätzlicher Werbung auf dem Ball (mit Ausnahme eines Vereinslogos).

5. Werbung auf dem Spielfeld und in dessen Umgebung

Auf und direkt am Spielfeld kann insbesondere mittels Fußbodenaufkleber, Banden, Zeitnehmertisch/Spielerbänken geworben werden. Fotos dieser Werbeflächen sind der HBF in der Woche nach dem 1. Heimspiel einer Saison per Mail zuzusenden.

5.1 Fußbodenaufkleber

Auf dem Spielfeldboden ist Werbung in Form von Bodenaufklebern o. ä. zulässig. Die Oberflächeneigenschaften der Werbeflächen müssen denen des übrigen Spielbodens entsprechen. Für Schäden von Personen durch unsachgemäße Aufbringung oder Verwendung von unbrauchbarem Material haftet der Verein. Eine optische Aufrichtung der Fußbodenwerbung ist nicht gestattet.

Die Gesamtwerbefläche auf dem Spielfeldboden beträgt max. 44 m². Dabei ist darauf zu achten, dass alle Markierungen des Spielfeldes frei und sichtbar bleiben. Werbung auf dem Spielfeld muss sich sichtbar vom Spielboden abgrenzen, so dass eine klare Trennung zwischen Bodenaufkleber und Spielboden zu erkennen ist.

Für den Bereich der 1. Bundesliga gelten darüber hinaus folgende Konkretisierungen (s. Abbildung 2):

5.1.1 Werbung in den Torkreisen

Je Torkreis können 2 Werbeflächen á 1 m x 3,5 m belegt werden. Alternativ kann auch eine Größe von 1 m x 2,5 m gewählt werden, in diesem Fall gilt dies jedoch für alle Fußbodenaufkleber in den Torkreisen. In jedem Torkreis ist immer jeweils die gleiche Anzahl an Werbeflächen anzubringen.

Die Anbringung in beiden Torkreisen erfolgt an den jeweils gleichen Stellen. Bei der Anbringung ist ein Mindestabstand von 1 m zur 6m-Linie (Torraumlinie), 1 m zur 4m-Linie und 1,5 m zur Grundlinie einzuhalten.

Zwischen den Werbeflächen muss ein Abstand von 3 bis 5 m eingehalten werden. Die Anbringung erfolgt symmetrisch und einer optimalen Kamera- bzw. Zuschauersichtbarkeit entsprechend schräg. Verbindet man die gleichen Ecken der Flächen, so ist die Verbindungslinie eine Parallele zur Grundlinie.

5.1.2 Werbung auf dem Spielfeld

Die verbleibenden maximal 30 m² können folgendermaßen verteilt werden: max. 3 Flächen 1 m x 4 m links und rechts der Mittellinie (= 24 m²) und ein Kreis auf Höhe der Mittellinie mit einem Durchmesser von 2,8 m (= 6 m²), wobei bei letzterem auch eine Quadratform gewählt werden kann. Es ist mindestens immer eine gerade Anzahl an Flächen links und rechts der Mittellinie anzubringen (ggf. zusätzlich zur Mittelfläche). D.h. es sind 0, 2, 4 oder die Maximalzahl von 6 Flächen anzubringen. Ggf. kann eine Eigenwerbung installiert werden. Zwischen den Werbeflächen muss ein Abstand von 1 - 2 m eingehalten werden. Die Anbringung erfolgt symmetrisch und einer optimalen Kamera- bzw. Zuschauersichtbarkeit entsprechend schräg. Verbindet man die gleichen Ecken der Flächen, so ist die Verbindungslinie eine Parallele zur Grundlinie. Die Linien

der Spielfläche sowie die Spielfläche zwischen Torraum- und Freiwurflinie dürfen nicht von Werbung bedeckt sein. Die Anbringung erfolgt daher jeweils zwischen Mittel- und Freiwurflinie. Die Flächen müssen einen Mindestabstand von 1 m zur Freiwurflinie haben und in einem Abstand von 1 m bis 2 m zur Freiwurflinie angebracht werden.

5.1.3 Werbung neben den Toren

Die Werbung mit Fußbodenaufklebern neben den Toren kann so gestattet werden, dass diese in einer Länge von 4 Metern und einer Breite von 1 Meter mit einem Abstand von jeweils 1,50 m vom jeweiligen Torpfosten entfernt direkt hinter der Torauslinie (und parallel zu dieser) installiert werden. Neben den Toren muss insgesamt immer eine gerade Anzahl an Flächen angebracht sein (d.h. 0, 2 oder 4). Die Anzahl an Flächen an beiden Toren muss gleich sein. Im Falle von je 1 Werbefläche pro Tor dürfen diese vom Spielfeld aus betrachtet nicht diagonal angebracht werden.

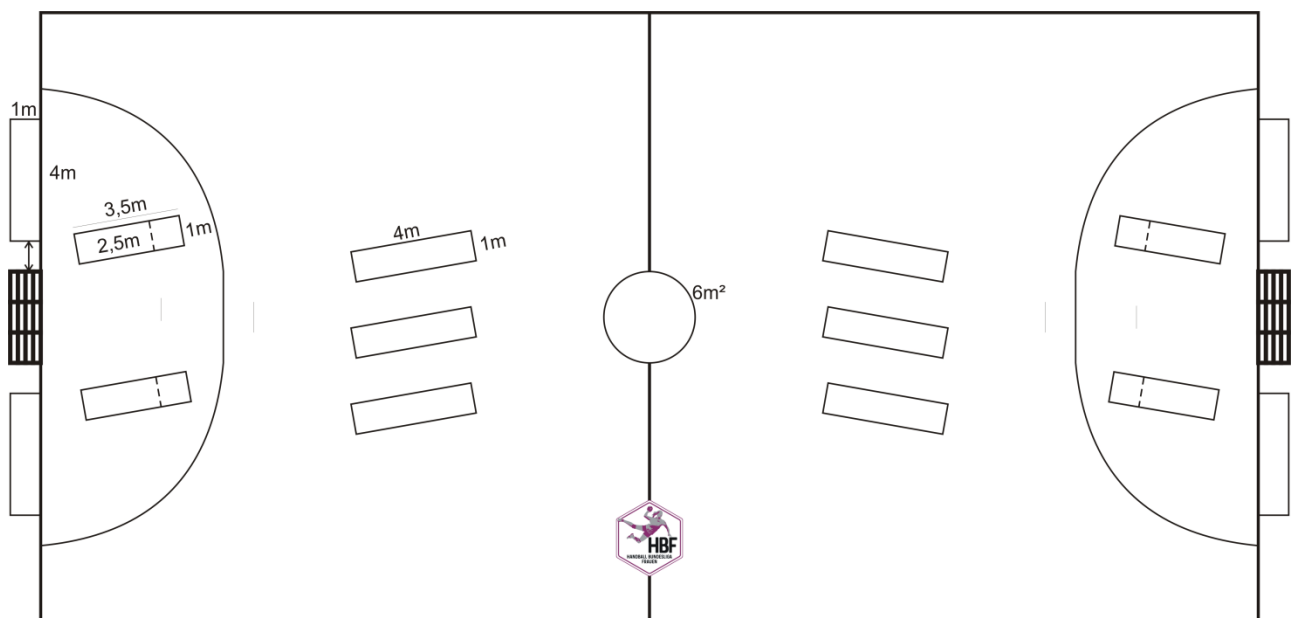


Abb. 2: Fußbodenaufkleber auf dem Spielfeld

5.2 Sonstige Werbeflächen

5.2.1 Werbung mit Reiterbanden

Der Einsatz von Reiterbanden am Spielfeldrand ist auf den Tor- und Längsseiten gestattet. Dabei ist zu beachten, dass ein einheitliches Bandenbild gewährleistet wird. Dies betrifft Gestaltung, Stückzahl, Material, Aufbau u. ä. Insbesondere ist ein Standardmaß aller Banden darzustellen (z.B. alle Banden auf den Torseiten 4 m Länge). Dieses kann jeder Verein individuell festlegen. Die Banden dürfen maximal 1 m hoch (= max. Höhe der Werbefläche) sein und müssen vom Spielfeldboden an aufwärts angebracht werden. Sie sind in einer Reihe anzubringen. Doppelbanden sind nicht gestattet. Ein einheitliches Bandenbild sollte auch durch Fanplakate/-transparente nicht gestört werden.

5.2.2 Einsatz von Drehbanden

Der Einsatz von Drehbanden ist gestattet. Der Wechsel von Banden darf TV-/Livestream-Übertragungen nicht stören. Dies ist durch die Vereinbarung einer

Mindeststandzeit von 30 Sekunden sicherzustellen. Der Bandenwechsel einer Drehbande hat in der gesamten Länge synchron zu erfolgen.

5.2.3 Werbung am Zeitnehmertisch

Die Vorderseite des Zeitnehmertisches ist abzudecken und kann mit Werbung versehen werden, die nicht über die Abmessung des Tisches hinausgehen darf und an der Vorderseite bündig anzubringen ist.

5.2.4 Werbung zwischen TV-/Livestream-Kameras und Spielfeld

Reiterwerbung und Werbung auf der Sitzfläche der Auswechselbänke ist zulässig. Werbung darf nicht zwischen TV-/Livestream-Kameras und dem Spielfeld positioniert sein. Dies bezieht sich im Besonderen auf die Anbringung von Werbung auf der Rückseite von Spielerbänken oder Banden, falls sich diese dort befinden.

5.3 Werbung mit Videobanden

Der Einsatz von Videobanden ist möglich und im **Anhang I** zu dieser Werberichtlinie gesondert geregelt.

6. Weitere Werbung am Spielfeld und dessen Umgebung

Ausdrücklich nicht gestattet sind Fußbodenwerbung zwischen Torlinie und Tornetz und Werbung auf den Torpfosten/Torlatte. Werbung im Ballfangnetz hinter den Toren ist erst ab einer Mindesthöhe von 3,50 m (Unterkante) gestattet.

6.1 Zusätzliche Bandenwerbung

Eine zusätzliche Bandenwerbung, z.B. an der Hallenwand, Tribünenaufgängen oder ähnliches ist zugelassen und in Material, Form und Größe in ein möglichst einheitliches Gesamtbild in die Spielhalle zu integrieren.

Türen von Geräteräumen o.ä. sollten grundsätzlich geschlossen bleiben, es sei denn, dies ist für den ordnungsgemäßen Ablauf des Spiels unerlässlich (z.B. Positionierung des Zeitnehmertisches). In diesem Falle sollte der Hintergrund durch ein entsprechendes Banner o.ä. abgedeckt werden.



Abb. 3: Einheitliches Gesamtbild / Zusätzliche Bandenwerbung

6.2 Mobile Werbeträger

Das Aufstellen von mobilen Werbeträgern (z.B. aufblasbare Flaschen, Stellwände o. ä.) und sämtlichen weiteren hier nicht benannten Werbeträgern sollte außerhalb des Schwenkbereichs von TV-/Livestream-Kameras erfolgen. Ausnahmen gelten für Kühlschränke, Sanitätsboxen o. ä., soweit deren Verwendung nachweislich ist und diese in einer üblichen Größe verwendet werden.

6.3 Sponsorenwände für Interviews

Das Aufstellen von mobilen Sponsorenwänden (nach Möglichkeit transparent) für TV-/Livestream-Interviews vor/nach dem Spiel sowie in den Pausen auf dem Spielfeld ist ausdrücklich erwünscht. Weitere mögliche Sponsorenwände für Interviews sind außerhalb des Spielfelds und dessen Umgebung in einer so genannten Mixed Zone zu platzieren.

6.4 Werbeträger auf Höhe der Mittellinie

Vor und nach dem Spiel und in den Halbzeitpausen kann auf dem Spielfeld auf Höhe der Mittellinie ein Werbeträger plaziert werden. Dieser Werbeträger darf das Aufwärmen der Gastmannschaft nicht stören.

7. **Akustische Werbung**

Lautsprecherdurchsagen und Tonbandeinspielungen (auch per Video, s. jedoch 4.1) zum Zweck der Werbung sind wie folgt gestattet:

- vor und nach dem Spiel sowie in der Halbzeitpause
- einmalig während des Spiels zur Präsentation der Zuschauerzahl
- zur Präsentation von Auszeiten und Wischpausen bei Spielzeitunterbrechungen

Lautsprecherdurchsagen und Tonbandeinspielungen nach Torerfolgen dürfen keine Werbung enthalten.

Bei Live-Spielen von Öffentlich-Rechtlichen Sendern ist eine akustische Werbung während des Spiels untersagt.

8. **Werbung auf/mit sonstigen Werbeformen**

8.1 Promotion-Stände

Promotion-Stände und Promotions sind gestattet, soweit diese nicht am Spielfeld bzw. im Schwenkbereich der TV-/Livestream-Kameras stattfinden.

8.2 Maskottchen

Der Einsatz eines Maskottchens ist gestattet, auch wenn dieses zum Zwecke der Werbung eingesetzt wird. Ebenso ist der Einsatz von fliegender Werbung (z.B. Zeppelin) gestattet, jedoch lediglich vor, in der Halbzeitpause und nach den Spielen. Solche Werbung und auch ein Maskottchen dürfen TV-/Livestream-Übertragungen keinesfalls

stören, d.h. sie dürfen nicht mit Vorsatz so platziert werden, dass sie die Aufmerksamkeit des TV-/Livestream-Zuschauers vom Spielgeschehen ablenken.

8.3 Weitere Werbung

Jegliche weitere hier nicht genannte Werbung ist gestattet (z.B. im VIP-Bereich, Hallenheft etc.) soweit diese nicht am Spielfeld bzw. im Schwenkbereich TV-/Livestream-Kameras stattfinden.

8.4 Werbung im Vereinsnamen

Die Aufnahme eines Firmennamens oder eines Produktnamens in den Vereinsnamen ist zulässig unter der Bedingung, dass dieser lediglich als Zusatz zum Vereinsnamen Verwendung findet.

9. **Gemeinschaftswerbung**

Im Rahmen der Mitgliedschaft eines Vereins in der HBF und dem Interesse aller Vereine, die Marke Handball Bundesliga Frauen zu entwickeln, sind folgende Maßnahmen umzusetzen (diese Regelungen gelten nicht für DHB-Pokal-Heimspiele von Vereinen unterhalb der 2. Liga):

9.1 Unveränderbarkeit des HBF-Logos

Das HBF-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 Richtlinien zur Logo-Anwendung sind einzuhalten.

9.2 HBF-Logo auf der Vereins-Homepage

Das HBF-Logo ist auf der Homepage eines jeden Bundesligavereins prominent auf der Startseite zu platzieren und auf www.hbf-info.de zu verlinken.

9.3 Platzierung des HBF-Logos allgemein

Das HBF-Logo ist auf allen Medien/Drucksachen der Vereine prominent (gut sichtbar und in entsprechender Größe) anzubringen (Mannschaftsfoto, Titelseite Hallenheft, Plakate, Eintrittskarten, Briefbogen, Pressemitteilungen u. ä.).

9.4 HBF-Logo auf Partnerboards, Pressekonferenz-/Interviewrücksetzern

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

9.5 HBF-Logo auf Merchandising-/Aufwärmtrikots

Das HBF-Logo ist auf den Ärmeln der Merchandising-Trikots gemäß 2.2 anzubringen, eine Anbringung auf den Aufwärmtrikots der Mannschaften ist wünschenswert.

9.6 Fußbodenaufkleber

Ein Fußbodenaufkleber mit dem HBF-Logo ist entsprechend der Vorgaben bei jedem Spiel eines Erstligisten auf Höhe der Mittellinie durch den Heimverein anzubringen.

9.7 HBF-Logo auf Schutzständer

Der Schutzständer für die Tablet-PC's zur elektronischen Spielverwaltung ist ausschließlich mit dem aufgedruckten HBF-Logo zu verwenden.

9.8 Verwendung von Werbematerial

Von der HBF zur Verfügung gestelltes Werbematerial (Flyer, Poster, Roll-Ups o. ä.) für eigene oder ligaübergreifende Projekte (z.B. Handball WM 2017) ist einzusetzen, soweit dabei keine Werberechte der Vereine eingeschränkt werden.

9.9 Anzeige im Hallenheft

Zur Bewerbung von eigenen oder ligaübergreifenden Projekten sind in den Hallenheften der Vereine je Heimspiel 1/1 4c-Werbeseite freizuhalten. Die HBF stellt Anzeigen in diversen Formaten per Mail/Download zur Verfügung.

9.10 Werbespots/Durchsagen

Zur Bewerbung von eigenen oder ligaübergreifenden Projekten wird der HBF bei Bedarf das Recht eingeräumt, auf der Videowall/-cube (falls vorhanden) mittels Werbespot o.ä. aufzutreten (30 Sek. je einmal vor und nach dem Spiel sowie in der Halbzeitpause). Gleiches gilt für Durchsagen des Hallensprechers.

9.11 Online & Social Media

Die Vereine müssen der HBF eine Position auf der Startseite zur Bewerbung von eigenen oder ligaübergreifenden Projekten mittels eines Containers/Banners zur Verfügung stellen. Bei Lieferung entsprechender Inhalte seitens der HBF sollte dies zusätzlich auch über die vereinseigenen Social-Media-Kanäle geschehen.

9.12 Sicherstellung der Verwendungszwecke in Verträgen

Die Vereine haben in ihren Verträgen mit den notwendigen Parteien (z.B. Spielerinnen) sicherzustellen, dass die HBF Vereinslogos, Vereinsnamen, Maskottchen, Bilder von Spielerinnen und Spielerinnennamen ausschließlich für zentrale bzw. Vermarktungszwecke der Liga im Ganzen (z. B. für Liga-Präsentationen, Anzeigen, HBF-Homepage, Lizenzprodukte) verwenden dürfen.

10. Werbeverträge & Ligapartner

10.1 Werbeverträge

Werbeverträge, die vom Vorstand der HBF wirksam für alle Bundesligamannschaften oder definierte Teile (z.B. nur 1. Bundesliga) abgeschlossen wurden, sind für die jeweils auf den Abschluss folgenden Spieljahre bis zum Ende der Vertragslaufzeit bindend (für die in dem jeweiligen Vertrag eingeschlossenen Mitglieder).

10.2 Ligapartner

Die Vereine der HBF sind verpflichtet, die in den Verträgen mit den Liga-Partnern vereinbarten Leistungen zu erbringen. Dies sind für die Erst- und Zweitligisten insbesondere:

10.2.1 Molten:

Molten ist offizieller Ballpartner der HBF und genießt Exklusivität für den Bereich „Ball“, d.h. bei allen Spielen im Geltungsbereich der HBF sind die vereinbarten Molten-Bälle als offizieller Spielball vorgeschrieben.

Darüber hinaus empfiehlt die HBF seinen Vereinen die Verwendung von Molten-Produkten im Bereich Haftmittel/Harze und Reinigungsmittel.

Neben der Unterstützung von verkaufsfördernden Maßnahmen verpflichten sich alle Erst- und Zweitligisten zu folgenden Werbeaktivitäten:

- a) Bande
 - ⇒ Anbringung einer Molten-Bande (3 x 1 m) bei allen Spielen
- b) Ballwagen
 - ⇒ Platzierung eines Ballwagens (u. U. auch Ballsack) im Bereich der Auswechsellräume/Zeitnehmertisch. Seitens der HBF und Molten kann alternativ auch ein anderes Werbemittel (z.B. Ball-Steele o.ä.) eingesetzt werden.
- c) Verkaufsstand
 - ⇒ Molten erhält das Recht auf einen kostenfreien Verkaufsstand im Eingangsbereich der Arena/Halle bei den Heimspielen der Vereine (abhängig von den jeweiligen Platzverhältnissen in oder vor der Halle)
- d) VIP-Tickets
 - ⇒ Molten erhält auf Anforderung pro Spiel 2 VIP-Karten kostenfrei durch den Heimverein zur Verfügung gestellt.
- e) Mannschaftsfoto/-poster
 - ⇒ Die Vereine haben das aktuelle Molten-Logo auf ihrem Mannschaftsfoto/-poster zu berücksichtigen. Alternativ kann dies auch durch Einbindung von Molten-Bällen oder einem Ballwagen geschehen.
- f) Programmheft
 - ⇒ Prominente Einbindung des Molten-Logos im Hallenheft

g) Online

- ⇒ Prominente Einbindung des Molten-Logos auf der Vereinshomepage mit Verlinkung auf www.molten.de

11. Medienarbeit

11.1 Presse/Journalisten

Den Pressevertretern, die sich im Vorfeld durch einen gültigen Presseausweis akkreditiert haben, sind dem Anlass entsprechend ausreichend Arbeitsplätze, Parkplätze sowie Getränke (ggf. Snacks) zur Verfügung zu stellen.

Die Presseplätze im Innenraum sind von den Zuschauerrängen abzugrenzen und sollten einen möglichst freien und optimalen Blick auf das Spielfeld bieten. Die Plätze sind mit einem Stromanschluss zu versehen und sollten einen Zugang zum Internet (W-LAN) beinhalten.

Darüber hinaus sollte ein separater Presseraum mit entsprechenden technischen Voraussetzungen für eine ordnungsgemäße Arbeit zur Verfügung stehen.

11.2 Fotografen

Akkreditierte Fotografen haben sich während des Spiels hinter den Werbebanden aufzuhalten, es ist ihnen nicht gestattet, sich hinter oder in der Auswechselzone aufzuhalten. Im Bereich der 1. Bundesliga haben die Fotografen zur besseren Unterscheidung von anderen Personen ein vom Verein zur Verfügung gestelltes Markierungshemd zu tragen (Farbe Orange).

11.3 Pressekonferenz

Nach dem Spiel ist es im Bereich der 1. Bundesliga verpflichtend, eine Pressekonferenz - zumindest mit den beiden Trainern - abzuhalten. Die Pressekonferenz im Pressebereich oder im Innenraum der Halle muss vor einem entsprechenden Hintergrund (z.B. Pressewand, inkl. HBF-Logo) stattfinden. Den Pressevertretern ist die Möglichkeit einzuräumen, Nachfragen an die Beteiligten zu stellen, entweder während oder direkt nach der Pressekonferenz.

11.4 Berichterstattung

Die Vereine sind verpflichtet, zu jedem Pflichtspiel (BL und DHB-Pokal) einen Vor- und Nachbericht als rechtfreie Pressemeldung zu verschicken. Zudem sollten weitere interessante Vorgänge wie Neuzugänge usw. als Pressemitteilung, möglichst inklusive eines rechtfreien Fotos, versendet werden. Die Pressemitteilungen des Vereins sind in jedem Fall als Text in der E-Mail zu verfassen (ggf. zusätzlich als Anhang) und in Kopie an die HBF (team@hbf-info.de) zu schicken. Der Nachbericht sollte zeitnah nach dem Spiel verschickt und mit Stimmen zum Spiel, z.B. der beiden Trainer/-innen und/oder Spielerinnen, versehen werden.

11.5 Fotos

Die Heimmannschaft ist dazu verpflichtet, zeitnah nach Spielende mindestens 3 rechtfrei und druckfähige Spielfotos (JPG-Format) an die HBF (team@hbf-info.de) zu schicken. Diese kann die HBF bzw. deren Lizenzpartner für ihre eigenen Medien (Homepage etc.) kostenfrei nutzen.

Die Fotos sollen Action, Emotionen und Wettkampf transportieren und daher z.B. Zweikämpfe, Paraden, Sprungwürfe oder Jubelbilder enthalten. Pro Spiel muss mindestens 1 Bild von der Auswärtsmannschaft dabei sein und die Auswahl der Motive sollte über die Spieltage möglichst abwechslungsreich gestaltet werden.

11.6 TV-Termine

Die Vereine der 1. und 2. Bundesliga sind verpflichtet, Übertragungstermine ihrer Spiele, geplante TV-Berichte über den Verein o.ä. umgehend nach Bekanntwerden der HBF (team@hbf-info.de) mitzuteilen.

11.7 Mannschaftsfotos, Porträtbilder, Kaderinformation, Logo

Die Vereine sind verpflichtet, der HBF vor Saisonbeginn (20.08.) folgende Informationen zur Verfügung zu stellen:

- a) ein aktuelles Mannschaftsbild (s. 9.3 bzw. 10.2)
 - ⇒ als printfähige Version im JPG-Format
 - ⇒ mit einer Mindestauflösung von 1200 x 800 Pixel
- b) Porträtbilder von jeder Spielerin und Trainer-/in
 - ⇒ als printfähige Version im JPG-Format
 - ⇒ Die Porträtbilder sind vor einem einheitlichen Hintergrund oder freigestellt und im aktuellen Heimtrikot zu erstellen. Die Mindestauflösung der Porträtbilder beträgt 1.200 x 1.500 Pixel (Hochformat). Der Ausschnitt muss so gewählt sein, dass die Spielerin von der Hüfte an aufwärts abgebildet ist. Der Dateiname sollte wie folgt aufgebaut sein: Trikotnummer_VornameNachname. Bei einer einstelligen Trikotnummer bitte eine Null vorweg nennen (z. B. 03_VornameNachname), um eine korrekt geordnete Darstellung der Dateien sicherzustellen.
 - ⇒ Bei einem Wechsel oder einer Nachverpflichtung während einer Saison ist innerhalb von einer Woche ein entsprechendes Porträtbild nachzuliefern.
- c) die aktuellen Kaderinformationen (im HBF-Formular)
 - ⇒ inkl. Name, Geburtsdatum, Größe, Position, vorheriger Verein, Anzahl Länderspiele etc.
- d) das aktuelle Vereinslogo (sofern noch nicht vorliegend)
 - ⇒ als printfähige Version im JPG-Format sowie als Kurvendatei (EPS)

12. SIS-Pflege

Alle Bundesligisten sind dazu verpflichtet, ihre jeweiligen Ansprechpartner in SIS-Handball nach Vorgabe der HBF einzupflegen. Den Vereinen geht hierzu eine gesonderte Information im Vorfeld einer Saison zu.

13. Allgemeine Bestimmungen

Für sämtliche in dieser Richtlinie nicht geregelte Angelegenheiten trägt der Heimverein die tatsächliche und rechtliche Verantwortung für die zivilrechtliche Verkehrssicherungspflicht und die Erfüllung verwaltungsrechtlicher oder ordnungsbehördlicher Auflagen (z.B. aufgrund der Vereinsstättenverordnung des jeweiligen Bundeslandes).

14. Zuständigkeiten und Überwachung

Für die Überwachung dieser Richtlinie ist die HBF zuständig. Die HBF kann bei allen Bundesliga-Spielen Spielaufsichten ansetzen. Diese können auch Verstöße gegen die Werberichtlinien anmahnen. Anweisungen der Spielaufsichten ist Folge zu leisten. In Zweifelsfällen entscheidet der Vorstand der HBF über die Zulässigkeit der Werbung.

15. Verstöße & Strafbestimmungen

Bei Verstößen gegen diese Werberichtlinien haften die Vereine. Sie können mit einer Geldbuße zwischen 30,-€ und 15.000,-€ pro festgestelltem Verstoß belegt werden.

Richtlinie beschlossen durch die HBF-Mitgliederversammlung am 24.06.17