

DL 209

**RICHTLINIE ZU SPONSORING
UND WERBUNG**

**FÜR DIE AN DER SWISS
BASKETBALL LEAGUE
TEILNEHMENDEN KLUBS**



A. Allgemeine Bestimmungen

Die in dieser Richtlinie verwendete Bezeichnung "Spieler" gilt für Spielerinnen und Spieler.

Art. 1.

Swiss Basketball ermächtigt die Klubs, Vereinbarungen und Werbeverträge mit Firmen, Unternehmen oder sonstigen Dienstleistungen abzuschliessen, für die der Klub gegen Entgelt Werbung macht.

Art. 2.

Allgemein steht es den Klubs frei, alle Arten von Werbung auf der Spielerkleidung und der technischen Ausrüstung, Trainingsanzügen, Plakaten, Programmen usw. anzunehmen, vorbehaltlich der Einschränkungen aufgrund der vorliegenden Richtlinien oder der im Rahmen internationaler Wettkämpfe geltenden Richtlinien.

Art. 3.

Zu Saisonbeginn sind die Klubs, die Werbeverträge für die Spieler-Ausrüstung haben, verpflichtet, Swiss Basketball ein Dossier (Fotos, Liste der Partner) zu diesen Ausrüstungen (Trikots, Shorts, Trainingsanzüge, usw.) zukommen zu lassen. Falls im Laufe der Saison neue Verträge abgeschlossen oder bestehende Verträge aufgelöst werden, müssen die Klubs Swiss Basketball über diese Änderungen informieren.

Die Klubs, die diesen Artikel nicht beachten, tragen die Konsequenzen (Änderungen und Kosten) für alle Anpassungen, die Swiss Basketball bei Nicht-Übereinstimmung insbesondere im Sinne dieser Richtlinie möglicherweise fordert.

Art. 4.

Der Vereinsname wird durch spezielle Bestimmungen definiert (zur Bezeichnung der Teams, die an den Meisterschaften der Swiss Basketball League teilnehmen, siehe DL 208).

Art. 5.

Vorbehaltlich der Bestimmungen über die Einschränkung von Werbung im Sport auf Bundes-, Kantons- und Gemeindeebene und der Bestimmungen der SRG bezüglich TV-Übertragungen.

Art. 6.

Swiss Basketball beteiligt sich nicht an einer Vereinbarung oder einem Werbevertrag zwischen einem Klub und deren Sponsoren.

Bei der Akquirierung von Sponsoren oder Firmen- bzw. Institutionen als Partner durch Swiss Basketball haben die Klubs jedoch die Verpflichtung, mit Swiss Basketball zusammenzuarbeiten und dessen Anweisungen bezüglich der Identifizierung von Sponsoren/Partnern der Schweizer Basketball Liga für die Ausrüstung der Spieler auf dem Spielfeld (Präsentation der Spieler, Ansagen, usw.) oder bei jeder sonstigen Werbemassnahme oder Kommunikationsmassnahme (Erwähnung auf der Website, Ankündigung im Match-Programm, Sampling, usw.) zu befolgen. Der Name eines Hauptsponsors kann auch für eine ganze Meisterschaft oder alle Meisterschaften stehen.

Die betreffenden Klubs sind verpflichtet, die Anforderungen in den kommunizierten Handbüchern der Mobiliar und von anderen umzusetzen.

Bei Verstössen gegen die obenstehende Klausel behält sich das Exekutivkomitee von Swiss Basketball das Recht vor, Sanktionen gegen den betreffenden Klub auszusprechen. Mögliche Sanktionen:

- Verwarnung
- Geldstrafen von 500.- bis 2'000.- CHF
- Punkteabzug

Gegen die Entscheidung des Exekutivkomitees kann keine Beschwerde eingelegt werden.

Ebenso kann Swiss Basketball im Rahmen seiner eigenen Partnerschaften einen MVP-Spieler (Most Valuable Player) und/oder Top Scorer hervorheben, beispielsweise durch die Forderung, dass dieser ein Trikot trägt, das ihn von den übrigen Spielern abhebt.

Fragen im Zusammenhang mit der Konkurrenz zwischen den Sponsoren der Klubs und denen der Swiss Basketball League sind Gegenstand von Gesprächen zwischen den Parteien, wobei die Klubs Priorität haben, insbesondere bezüglich aller wichtigen Sponsoren, die sie zum Zeitpunkt der Verhandlungen mit Swiss Basketball bereits akquiriert haben.

Die Klubs sind verpflichtet, ihre eigenen Partner über den Inhalt des vorliegenden Artikels zu informieren und können gegenüber Swiss Basketball keine Exklusivklausel in Anspruch nehmen, die sie einem ihrer eigenen Partner eingeräumt haben.

Art. 7. Audiovisuelle Rechte

In seiner Eigenschaft als Veranstalter der Meisterschaften hält und verwaltet Swiss Basketball sämtliche Bildrechte (TV, Internet Streaming, Videos, Fotos, usw.). Die Klubs treten alle audiovisuellen Rechte an den Schweizer Meisterschaften, dem SBL Cup und am Schweizer Cup zum Abschluss von exklusiven oder nicht exklusiven Verwertungsverträgen in der Schweiz und im Ausland an Swiss Basketball ab.

Daher können die Klubs und Dritte ohne schriftliche vorherige Genehmigung von Swiss Basketball Bilder der Wettkämpfe nicht nutzen, verbreiten, deren Nutzung und/oder Verbreitung erlauben, sie verkaufen oder auf andere Weise verwerten.

Die Klubs können keine derartigen Verträge mit Partnern abschliessen, ohne vorher die schriftliche Genehmigung von Swiss Basketball eingeholt zu haben.

Die Klubs können ohne Mitwirkung von Swiss Basketball keine Werbeverträge mit einem Partner (Sponsor) über die Verbreitung von Bildern abschliessen.

Die Klubs können keinen Alleinvertretungsanspruch bezüglich der Produktion und Ausstrahlung von Bildern gelten machen, dies gilt insbesondere für öffentliche Sender.

Es ist den Klubs streng untersagt, Bilder von Matches zu verbreiten, an denen sie nicht teilgenommen haben (Bilder von Begegnungen zwischen zwei anderen Klubs).

Im Rahmen des von Swiss Basketball aufgebauten Streaming-Modells haben die Klubs die Verpflichtung, ihre Bilder ausschliesslich über die Plattform und den Server von Swiss Basketball auszustrahlen, es sei denn, sie haben eine schriftliche Genehmigung von Swiss Basketball eingeholt (Exekutivkomitee)

Die Einkünfte von Sponsoren (Werbepartner im TV, Sponsoring von Sendungen oder Wiederholungen), die von Swiss Basketball geworben wurden oder solche aufgrund des Streaming-Modells gehören Swiss Basketball. Das Exekutivkomitee entscheidet alleine über eine eventuelle teilweise oder vollständige Weitergabe dieser Einnahmen an die Klubs.

Die Klubs können keine Exklusivklausel gegenüber diesen Sponsoren der Swiss Basketball Liga geltend machen.

Die Klubs sind verpflichtet, ihre eigenen Werbepartner und Dritte, denen sie Zugang zu unter ihren Verantwortungsbereich fallenden Wettkampforten gewähren, über den Inhalt der oben aufgeführten Einschränkungen zu informieren; sie können gegenüber Swiss Basketball auch keine Exklusivklausel in Anspruch nehmen, die sie einem ihrer eigenen Partner ohne vorherige Genehmigung eingeräumt haben.

Die Klubs sind verpflichtet, allen von Swiss Basketball im Rahmen der audiovisuellen Verbreitung der Meisterschaften beauftragten oder autorisierten Personen ständigen Zugang zu den erforderlichen Orten zu gewährleisten; sie müssen weiterhin sicherstellen, dass dieser Zugang auf effiziente Weise erfolgen kann.

Die Klubs stellen sicher, dass das Recht am Bild ihrer Spieler, ihrer Mitglieder und der Zuschauer, die die Halle besuchen, durch die Verbreitung und Verwertung der Bilder der von Swiss Basketball organisierten Wettkämpfe in allen oben beschriebenen Formen nicht verletzt wird.

Art. 8.

Swiss Basketball wird nicht in Streitigkeiten (mit den Behörden, den Eigentümern der Hallen, den Medien, anderen Klubs, den betreffenden Firmen oder Gesellschaften) hineingezogen, die möglicherweise bezüglich der Werbeverträge eines Klubs mit seinen eigenen Werbepartnern entstehen.

Art. 9.

Ein Team darf in keinem Fall aus Gründen im Zusammenhang mit Werbung, die seine Mannschaft oder eine andere Mannschaft trägt, auf die Teilnahme an einem Wettkampf verzichten.

B. Werbung auf der Spielerausrüstung

Art. 10.

Pro Spielerausrüstung sind mehrere unterschiedliche Werbungen zulässig (Trikots, Shorts, Schuhe, Stirnbänder, Trainingsanzüge, usw.).

Art. 11.

Ein Wechsel der Werbung während der laufenden Saison ist möglich, vorbehaltlich der unter dem oben aufgeführten Artikel 3 enthaltenen Bestimmungen.

Art. 12.

Die Werbung darf keine Störung der Spieler, Schiedsrichter, Funktionäre und Zuschauer verursachen.

Art. 13.

Vorbehaltlich der Einhaltung der im nachstehenden Art. 24 aufgeführten Bestimmungen bezüglich der guten Sichtbarkeit, der Grösse und der Platzierung der Spielernummern und der im vorstehenden Art. 5 aufgeführten Bestimmungen, die sich als Beispiel auf die Ausrüstung des Topscorers oder MVP Spielers beziehen, unterliegen die Grössen der Werbungen auf dem Rücken- oder Vorderteil des Trikots und/oder der Shorts des Spielers keinen besonderen Einschränkungen.

Art. 14.

Die Ausrüstungen und weitere Kleidungsstücke der Spieler und der Funktionäre wie im obenstehenden Artikel 10 aufgeführt dürfen keine Werbung zweifelhafter Art tragen, dies gilt insbesondere für Produkte der Tabakindustrie oder für Getränke mit mehr als 15 Prozent Alkohol oder für sonstige Produkte, die für Jugendliche als schädlich angesehen werden.

Art. 15.

Werbung für Produkte mit einem Alkoholgehalt von unter 15 % (zum Beispiel Biermarken oder Wein) ist zulässig.

Art. 16.

Werbung für pharmazeutische Produkte (Medikamente) ist zulässig, vorbehaltlich der Einhaltung der von der interkantonalen Kontrollstelle für Heilmittel herausgegebenen Einschränkungen. Klubs, die derartige Werbung machen wollten, müssen dazu vorab die Genehmigung des Exekutivkomitees von Swiss Basketball einholen.

Art. 17.

Das Exekutivkomitee von Swiss Basketball kann Ausnahmen genehmigen; es hat auch die Befugnis, eine Werbung, die sie im sportlichen Umfeld und für das Image des Basketballsports oder aus anderen fundierten, dargelegten Gründen als unangebracht ansieht, zu verbieten.

Art. 18.

In diesem Fall unterrichtet das Exekutivkomitee den betreffenden Klub per Einschreiben über sein Verbot. Falls der Klub das Verbot nicht beachtet, legt das Exekutivkomitee von Swiss Basketball die Höhe der Geldstrafe fest. Die Geldstrafe beträgt mindestens CHF 1'000.- für jedes Spiel, bei dem gegen die Anordnung des Exekutivkomitees von Swiss Basketball verstossen wird.

Das Exekutivkomitee kann auch die Disziplinarkommission von Swiss Basketball hinzuziehen; diese hat die Möglichkeit, zusätzliche Strafen gegen den betreffenden Klub zu verhängen.

C. Werbung auf der technischen Ausrüstung und auf dem Spielfeld

Art. 19.

Auf den Backboards und deren Polsterungen ist Werbung verboten.

Die Bezeichnung des Herstellers (Name, Symbol oder Logo) ist hingegen zulässig auf:

- dem Metallrahmen (nur ein Mal auf jeder Seite und maximal 250 cm²)
- den seitlichen Schutzvorrichtungen (nur ein Mal auf jeder Seite und maximal 250 cm²)

Art. 20.

Werbung innerhalb der Spielfeldabgrenzungen (Seiten- und Endlinien) kann dann genehmigt werden, wenn sie die Sicherheit der Beteiligten nicht gefährdet.

Werbung innerhalb der Freiwurfkreise und/oder des Mittelkreises ist nur zulässig, wenn:

- die Werbung in allen drei Kreisen identisch ist (mit einem identischen Logo in allen drei Kreisen)

oder

- die Werbung in den Freiwurfkreisen identisch ist (wobei die im Mittelkreis abweichen kann), mit einem einzigen Namen oder Logo in den beiden Kreisen; die Mittellinie sowie die Freiwurflinien müssen klar erkennbar sein.

In Hallen, in denen nur die Halbkreise für die Freiwürfe markiert sind, kann Werbung angebracht werden, indem man die Fläche des "virtuellen" Halbkreises nutzt.

Das Exekutivkomitee von Swiss Basketball hat die Kompetenz, die obenstehenden Genehmigungen zu erteilen, nach Vorlage des Dossiers durch den betroffenen Klub.

Der Klub, der den entsprechenden Antrag stellt, muss vor jeglicher vertraglichen Bindung und der Anbringung der Werbung die Genehmigung von Swiss Basketball erhalten haben.

Art. 21.

Werbung um das Spielfeld herum ist in einem Abstand von mindestens 2 Metern zu den Begrenzungslinien des Spielfelds zulässig. Das Exekutivkomitee ist zuständig für mögliche Abweichungen. Bodenwerbung ist zulässig auf der freien Fläche von 2 m, mit einem Abstand von mindestens 0.5 m zu den Begrenzungslinien des Spielfelds, vorausgesetzt, die Sicherheit der Beteiligten wird nicht gefährdet.

Art. 22.

Werbeschilder seitlich der offiziellen Anzeigentafel müssen zwingend einen Mindestabstand von 2 m einhalten und in Reihe mit dieser sein.

Werbung ist zulässig vor der Anzeigentafel, vertikal und auf gleicher Höhe angebracht (vorbehaltlich der FIBA-Richtlinien).

Art. 23.

Die Installation eines oder mehrerer Bildschirme zu Werbezwecken oder zur Ausstrahlung von Bildern in den Hallen ist zulässig, vorausgesetzt, alle nachstehend aufgeführten Bedingungen werden eingehalten:

- Die Vorschriften und Gepflogenheiten im Bereich mechanische und elektrische Installationen.
- Die Bildschirme stellen kein Risiko beim Dagegenstossen dar, oder sonstige Gefahren für die Akteure und Zuschauer bei Kontakt mit einem Gegenstand, insbesondere einem Ball.
- Die Bildschirme werden entsprechend den oben angegebenen Mindestabständen montiert und allgemein so, dass sie das Spiel und/oder die Sicht und das Lesen der Anzeigentafeln nicht beeinträchtigen.
- Es wird keinerlei Animationen (Flash, Film, Spots, Töne, usw.) mit einer Variierung oder Änderung des Bilds und/oder Logos von weniger als einer Minute ausgestrahlt, während der Ball im Spiel ist.
- Es findet keinerlei Ausstrahlung oder Wiederholung von Aktionen statt, die vom Schiedsrichter gestoppt wurden, oder zur Feststellung eines Spielfehlers.

D. Nummern der Spieler auf den Trikots

Art. 24.

Die Trikots der Spieler müssen entsprechend Art. 16 DL 210 nummeriert sein. Die Nummern befinden sich auf der Vorder- und Rückseite des Trikots. Die Zahlen müssen ausgefüllt sein, in einheitlicher Farbe, die sich von der Trikotfarbe abhebt. Die Nummern müssen klar sichtbar sein und:

- die Nummern auf der Rückseite müssen eine Mindesthöhe von 20 cm haben
- die Nummern auf der Vorderseite müssen eine Mindesthöhe von 10 cm haben
- die Nummern müssen eine Mindestbreite von 2 cm haben

Im Sonderfall des Top Scorers "Die Mobilair" hat das Trikot keine sichtbare Nummer, da ihm die Nummer 0 zugeordnet ist.

E. Schlussbestimmungen

Art. 25. Textdifferenzen

Im Falle einer Abweichung der verschiedenen Versionen dieser Richtlinien ist der französische Wortlaut massgebend.

Art. 26. Inkrafttreten

Die vorliegende Richtlinie wurde von der Kammer der Elitevereine verabschiedet am 3. Oktober 2016.