

Richtlinien für die Werbung auf Spielkleidung

1. Werbung auf der Spielkleidung ist gestattet.
2. Die Werbung darf nicht gegen die allgemein im Sport gültigen Grundsätze von Ethik und Moral verstoßen. Die Werbung für Tabakwaren und ihre Hersteller ist unzulässig. Die Werbung für starke Alkoholika ist unzulässig. Bei Jugendmannschaften ist darüber hinaus die Werbung für Glücksspiel und Sportwetten sowie für jegliche Alkoholika unzulässig. Werbung für politische Gruppierungen und mit politischen Aussagen wird nicht genehmigt.
3. Die Spielkleidung von Schieds- und Linienrichtern muss der FIFA-Regel 5 entsprechen und darf nicht mit Werbung versehen sein.
4. Die Spielkleidung von Spielern, die an Spielen von Auswahlmannschaften des DFB, seiner Regional- und Landesverbände oder Endspielen des DFB sowie bei Endturnieren, die vom DFB veranstaltet werden, teilnehmen, darf mit Werbung versehen werden, wenn Satzung, Ordnungen und vertragliche Vereinbarungen dem nicht entgegenstehen.
5. Die Trikotwerbungsbestimmungen gelten nur für den Spielbetrieb im Bereich des Deutschen Fußball-Bundes, Trikotwerbung für andere Wettbewerbe der FIFA, UEFA, IFC etc. ist seitens des DFB genehmigungspflichtig.
6. a) Werbung auf der Trikotvorderseite:
Ein Verein kann für jede seiner Mannschaften einen eigenen Werbepartner (juristische oder natürliche Person) in jedem der von ihm bestrittenen offiziellen Wettbewerbe haben. Dieser darf für höchstens zwei seiner Produkte bzw. mit zwei seiner Symbole werben. In einem Spiel darf nur für ein Produkt bzw. ein Symbol geworben werden.

b) Werbung auf dem Trikotärmel:
Werbung auf dem Trikotärmel gemäß Nr. 7 dieser Vorschrift ist grundsätzlich nur für einen gemeinsamen Liga-, Spielklassen- oder Wettbewerbs-Sponsor zulässig.
Die Entscheidung darüber, ob von der Möglichkeit eines gemeinsamen Sponsors Gebrauch gemacht wird, gibt die zuständige spielleitende Stelle jeweils am 1.1. vor Beginn des Spieljahres bekannt.
Wird kein gemeinsamer Sponsor benannt, kann der BFV für die jeweilige Liga oder Spielklasse oder Wettbewerb beschließen, dass jeder Verein dieser Liga oder Spielklasse oder in diesem Wettbewerb für seine betreffende Mannschaft in dem entsprechenden Spieljahr einen eigenen Werbepartner (juristische oder natürliche Person) für die Ärmelwerbung haben kann. Dieser darf nur für ein Produkt bzw. ein Symbol werben.
7. Als Werbefläche dienen ausschließlich die Vorderseite und ein Ärmel im Oberarmbereich des Trikots. Werbung auf anderen zur Spielkleidung gehörenden Ausrüstungsgegenständen ist verboten. Die Werbefläche der Trikotvorderseite darf maximal 200 cm², die des Trikotärmels jeweils 100 cm² nicht überschreiten. Ist die Werbefläche nicht umrandet, wird sie durch die engst möglichen geraden Linien begrenzt, die um sie gezogen werden

können. Bei Verwendung einer mit Werbung versehenen Spielkleidung darf das Vereinselement die folgenden Maße nicht überschreiten und muss einen deutlich sichtbaren Abstand zur Werbefläche haben:

- a) Hemd: 100 cm²
- b) Hose: 50 cm²
- c) Stutzen: 25 cm²

Die Rückseite des Trikots bei Herren- und Frauenmannschaften muss mit der Rückennummer des Spielers versehen sein. Die Zahlen müssen eine Mindesthöhe von 25 cm bis 35 cm haben. Auf der Rückseite des Trikots darf zusätzlich zur Rückennummer der Name des Vereins oder der Heimatstadt und der Name des Spielers angebracht werden. Die Größe der Buchstaben darf höchstens 7,5 bis 10 cm betragen.

Die Werbung muss mit den Originalfarben des Trikots abgestimmt sein. Sie darf nicht irritierend auf Spieler, Schieds- und Linienrichter oder die Zuschauer wirken.

Neben der Werbung ist das Markenzeichen des Herstellers auf der Spielkleidung erlaubt, und zwar je einmal auf dem Hemd (höchstens 20 cm²), der Hose, den Stutzen (höchstens 20 cm²) sowie den Torwart-Handschuhen (höchstens 20 cm²).

8. Spieler, die vorschriftswidrige Spielkleidung tragen, dürfen zum Spiel nicht zugelassen werden. Diese Vorschrift gilt in sinngemäßer Anwendung auch für Schieds- und Linienrichter. Vereine, die vorschriftswidrige Spielkleidung ihrer Mannschaft zulassen, sind zu bestrafen.
9. Verträge zwischen Vereinen und werbetreibender Firma dürfen nur mit dem ausdrücklichen Vorbehalt abgeschlossen werden, dass diese ihre Gültigkeit verlieren, wenn die erteilte Genehmigung nicht mehr verlängert oder zurückgezogen wird.

Verträge zwischen Verein und werbetreibender Firma dürfen keine Verabredungen beinhalten, die den Verein in seiner Entscheidungsfreiheit einschränken oder auf die Vereinsführung Einfluss nehmen.

Für Streitigkeiten aus solchen Verträgen ist das die Genehmigung erteilende Organ bzw. der Verband nicht zuständig.

Die Bestimmungen finden auf Tochtergesellschaften entsprechende Anwendung.