

Beschluss Nr. 5 der 4. ordentlichen SHFV-Präsidiumssitzung am 22.09.2018

Antrag: Anpassung Spielordnung – Anhang e)

Antragsteller: Geschäftsführendes Präsidium auf Empfehlung der AG-Spielbetrieb

Antrag: Das Präsidium des SHFV hat bei einer Enthaltung des Vorsitzenden des SHFV-Ausschusses für Satzung und Recht sowie den Gegenstimmen der Kreisfußballverbände Neumünster, Nordfriesland und des Vizepräsidenten für Zukunftsentwicklung mehrheitlich beschlossen,

dass der Anhang e) zur Spielordnung wie folgt neu gefasst wird:

e) Vorschriften über die Werbung und Wettbewerbslogos auf der Spielkleidung

§ 1 Allgemeine Grundsätze zur Werbung auf Spielkleidung

1. Werbung auf der Spielkleidung ist gestattet.
2. Verstöße gegen die Vorschriften über die Werbung auf der Spielkleidung werden vom Schiedsrichter auf dem Spielbericht notiert und vom jeweiligen Spielausschuss geahndet.
3. 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.

4. Werbung auf dem Trikotärmel und der Hose
 - a) Werbung auf dem Trikotärmel und der Hose gemäß § 3 Ziffer 1 und 3 dieser Vorschrift ist grundsätzlich nur für einen gemeinsamen Liga-, Spielklassen- oder Wettbewerbssponsor zulässig, wobei Trikotärmel und Hose von unterschiedlichen Sponsoren genutzt werden dürfen.
 - b) Die Entscheidung darüber, ob von der Möglichkeit eines gemeinsamen Sponsors Gebrauch gemacht wird, gibt die zuständige spielleitende Stelle für Meisterschaftswettbewerbe jeweils bis zum 01.01. vor Beginn des Spieljahres, für Pokalwettbewerbe des SHFV jeweils bis zum 01.07. vor Beginn des Spieljahres bekannt.
 - c) Für einzelne Spiele (z.B. Pokalendspiele) und Einzelveranstaltungen (z.B. Turniere) gelten die unter b) aufgeführten Fristen nicht.
 - d) Wird kein gemeinsamer Sponsor benannt, können die Vereine unter Berücksichtigung von c) für ihre betreffenden Mannschaften in dem entsprechenden Spieljahr einen eigenen Werbepartner (juristische oder natürliche Person) für die Ärmel- und Hosenwerbung haben. Dieser darf auf dem Ärmel und der Hose jeweils nur für ein Produkt bzw. ein Symbol werben.

§ 2 Unzulässige Werbung

1. Die Werbung darf nicht gegen die allgemein im Sport gültigen Grundsätze von Ethik und Moral verstoßen.
2. Die Werbung für Tabakwaren und ihre Hersteller ist unzulässig.
3. Die Werbung für starke – bei Juniorenmannschaften für jegliche – Alkoholika ist unzulässig.
4. Werbung für politische Gruppierungen und mit politischen Aussagen wird nicht genehmigt.

§ 3 Mögliche Werbeflächen

1. Als Werbefläche dienen ausschließlich die Vorderseite sowie der ~~rechte~~-linke Ärmel im Oberarmbereich des Trikots und die Vorderseite des rechten Beines im Hosenbereich.
2. Werbung auf anderen zur Spielkleidung gehörenden Ausrüstungsgegenständen ist Die Werbefläche der Trikotvorderseite darf max. 200 qcm, die des Trikotärmels sowie des Hosenbeines jeweils 100 qcm nicht überschreiten. Ist die Werbefläche nicht umrandet, wird sie durch die engstmöglichen geraden Linien begrenzt, die um sie gezogen werden können.
3. Bei Verwendung einer mit Werbung versehenen Spielkleidung darf das Vereinseblem die folgenden Maße nicht überschreiten und muss einen deutlich sichtbaren Abstand zur Werbefläche haben:
 - a. Hemd: 100 qcm
 - b. Hose: 50 qcm
 - c. Stutzen: 25 qcm
4. Die Rückseite des Trikots bei Herren- und Frauenmannschaften muss mit der Rückennummer des Spielers versehen sein. Die Zahlen müssen eine Höhe von 25 cm bis 35 cm haben. Auf der Rückseite des Trikots darf zusätzlich zur Rückennummer der Name des Vereins oder der Heimatstadt des Vereins und der Name des Spielers angebracht werden. Die Größe der Buchstaben darf höchstens 7.5 cm bis 10 cm betragen. Die Werbung muss mit den Originalfarben des Trikots abgestimmt sein. Sie darf nicht irritierend auf Spieler, Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten (SRA) oder die Zuschauer wirken.

§ 4 Werbung bei Schiedsrichtern

1. Die Spielkleidung von Schiedsrichtern und Assistenten muss dem Artikel 9 des FIFA-Ausrüstungsreglements und der Anweisung Nr. 1 des DFB zur Fußballregel 5 entsprechen.
2. Bei Bundesspielen (§§ 40 – 42 der DFB-Spielordnung) darf die Spielkleidung der Schiedsrichter mit Werbung versehen sein, sofern das DFB-Präsidium entsprechende Beschlüsse fasst.
3. Bei von den Regional- und Landesverbänden des DFB veranstalteten Spielen ist Werbung auf der Spielkleidung der Schiedsrichter nicht erlaubt.
4. Schiedsrichter, die vorschriftswidrige Spielkleidung tragen, dürfen zum Spiel nicht zugelassen werden.

§ 5 **Markenzeichen**

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

§ 6 **Wettbewerbslogo**

Ein vom SHFV für einen bestimmten Verbandswettbewerb festgelegtes Wettbewerbslogo ist als Bildmarke bei allen Spielen verpflichtend auf dem vom SHFV bezeichneten (in der Regel rechten) Ärmel des Hemdes der Torhüter und Feldspieler gut sichtbar anzubringen. Die Positionierung erfolgt in der Mitte zwischen Schulteranfang und Ellenbogen.

Begründung:

Der bisherige Anhang e) der Spielordnung des SHFV bedarf gewisser Anpassungen. Zunächst können die bereits aufgehobenen ehemaligen Paragraphen aus der bestehenden Fassung gestrichen werden. Zum anderen soll die Vorschrift hinsichtlich der Vorschrift zur Platzierung von Werbung auf dem Ärmel der gängigen Praxis auf anderen Ebenen (z.B. DFB) angepasst werden. Dort befindet sich die Werbung zumeist auf dem linken Ärmel. Der rechte Ärmel ist oftmals dem Logo des jeweiligen Wettbewerbsformates vorbehalten. Da auch für Spitzenwettbewerbe des SHFV (LOTTO-Pokal, Flens-Oberliga) in naher Zukunft die Einführung von Werbe- und/oder Wettbewerbslogos angedacht ist, sollen die neuen §§ 1 und 6 die entsprechenden Voraussetzungen schaffen.

Für Vereine, die zur Saison 2018/19 bereits einen rechten Trikotärmel vermarktet haben, gilt unter Berücksichtigung von § 1 Ziff. 4c) eine Übergangslösung bis zum Ende der Laufzeit des Sponsorenvertrages.

Die Änderungen sollen mit sofortiger Wirkung in Kraft treten.