

ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Werberestriktionen

Beschreibungen des Begriffes:

Das Sponsoringhandeln eines Sportvereins kann durch Werberestriktionen eingeschränkt werden.

Das Sponsoringhandeln eines Sportvereins kann durch Werberestriktionen eingeschränkt werden. Diese können sich aus allgemeinen gesetzlichen Grundlagen ergeben oder durch Regeln der nationalen bzw. internationalen Spitzenverbände der einzelnen Sportarten.

Zu den allgemeinen gesetzlichen Grundlagen, die die Umsetzung von Werbemaßnahmen einschränken, gehören z.B. das Tabakwerbeverbot im Sport oder die engen rechtlichen Rahmenbedingungen für die virtuelle Werbung. Der virtuellen Werbung sind in Deutschland vom Gesetzgeber Grenzen gesetzt worden. Im Rundfunkstaatsvertrag (§ 7 Abs. 6) ist geregelt, dass durch virtuelle Werbung nur real vorhandene Werbeflächen (z.B. Bandenwerbung) überblendet werden dürfen.

Neben den gesetzlichen Vorschriften durch staatliche Institutionen, finden sich auch bei den nationalen und internationalen Sportfachverbänden Regelungen, die die Sponsoringaktivitäten eines Sportvereins einschränken können.

Im Fußball ist es aufgrund von Regularien des internationalen Spitzenverbandes FIFA untersagt, die Spielfeldfläche als Werbefläche zu nutzen. In anderen Sportarten (z.B. Eishockey, Basketball oder Handball) ist dies hingegen schon seit Jahren möglich.

Nach einer Entscheidung des International Football Association Board (IFAB) ist beim Fußball auf dem Spielfeld und seiner Ausstattung (einschließlich der Tornetze, im Schiedsrichter-Videobereich.) jede Art der Werbung, ob konkrete oder virtuelle, verboten. Dies gilt für den Zeitraum vom Betreten des Feldes zu Beginn des Spieles bis zur Halbzeitpause und nach der Pause bis zum Spielende. Nach den Spielregeln des FIFA dürfen Tore, Tornetze, Fahnen und Fahnenstangen nicht mit Werbung versehen sein.

Versäumen Sie es als Verein also nicht, sich über mögliche Werberestriktionen staatlicherseits oder von Seiten der Sportverbände zu informieren, um sich späteren Ärger mit Sponsoren zu ersparen.

Praxisbeispiel:

- Spielregeln der FIFA für die Saison 2018/2019 mit Regelungen zur Werbung auf dem Spielfeld und seiner Ausstattung (s. S. 41)

[Zurück](#)