



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

Richtlinien für die Nutzung offizieller FIFA-Marken

August 2017, #Version 1



Inhalt

1 - EINLEITUNG	4
2 – UNTERSTÜTZUNG VON RECHTEINHABERN DER FIFA	5
3 – BEDEUTUNG DES SCHUTZES DER VERANSTALTUNGSMARKE	6
4 – FIFA-RECHTEINHABER	7
5 – VORTEIL NUTZEN OHNE EINE UNBEFUGTE ASSOZIATION ZU SCHAFFEN	9
6 – OFFIZIELLE MARKEN	10
7 – ANWENDUNGSBEISPIELE	15
8 – MEDIENINFORMATION	28
9 – KONTAKTDATEN UND WAS SIE TUN KÖNNEN, WENN SIE SICH ENGAGIEREN WOLLEN	30

Diese Richtlinien dienen der Öffentlichkeit als Orientierung und Information über die Verwendung von offiziellen Marken der FIFA in Bezug auf die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ („die Veranstaltung“) und den FIFA Konföderationen-Pokal Russland 2017™.

Bitte beachten Sie, dass diese Richtlinien weder eine Lizenz noch ein Rechtsdokument darstellen und nicht bestätigen, ob eine Tätigkeit Rechte in Bezug auf die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ verletzt. Wir bedauern, dass die FIFA nicht zu jeder möglichen Nutzung ihrer offiziellen Marken einzeln Stellung nehmen kann. Es ist Sache jedes Einzelnen, sich rechtlich beraten zu lassen.

1 - EINLEITUNG

FIFA

Die Fédération Internationale de Football Association („**FIFA**“) ist der Weltfussballverband. Die FIFA ist Inhaberin aller Rechte in Bezug auf die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ („**die Veranstaltung**“), und den FIFA Konföderationen-Pokal Russland 2017™ zu denen alle Medien-, Marketing-, Lizenzierungs- und Ticketing-Rechte zählen.

Die FIFA hat den russischen Fussballverband, einen ihrer Mitgliedsverbände, mit der Organisation und Durchführung der Veranstaltung beauftragt und der russische Fussballverband hat zu diesem Zweck das lokale Organisationskomitee („**LOC**“) geschaffen.

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ ist die größte Einzelsportveranstaltung der Welt und einer der weltweit meistgesehenen Sportwettbewerbe. Sie stösst auf enormes Interesse, sowohl bei Sportfans als auch in der Wirtschaft. Viele Gesellschaften, Firmen, Unternehmen und nicht gewinnorientierte Organisationen wollen an der nächsten Weltmeisterschaft beteiligt sein, die vom 14. Juni bis 15. Juli 2018 in Russland stattfinden wird.

Angesicht der enormen Kosten, die ein so großes Ereignis verursacht, könnte die FIFA das Turnier ohne die erhebliche Unterstützung ihrer Sponsoren, Lizenznehmer, das Gastgeberland, die Spielorte sowie das LOC nicht ausrichten. Diese Akteure leisten alle einen unverzichtbaren finanziellen Beitrag, um sicherzustellen, dass die geförderte Veranstaltung stattfinden kann.

2 – UNTERSTÜTZUNG DURCH RECHTEINHABER DER FIFA

Die Rechteinhaber der FIFA, die in Abschnitt 4 definiert werden, leisten alle einen wesentlichen finanziellen Beitrag, der sicherstellt, dass die Veranstaltung stattfinden kann. Als Gegenleistung für ihre Unterstützung wird Rechteinhabern der FIFA das ausschließliche Recht zur Nutzung der offiziellen FIFA-Marken, die nachfolgend exemplarisch in Abschnitt 6 dargestellt sind, für Werbezwecke gewährt und dabei das Privileg eingeräumt, sich mit der Veranstaltung zu assoziieren.

3 – BEDEUTUNG DES SCHUTZES DER VERANSTALTUNGSMARKE

Ohne die umfangreiche Unterstützung der Rechteinhaber der FIFA würde die FIFA nicht in der Lage sein, die Veranstaltung zu organisieren. Die Rechteinhaber werden nur in die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ investieren, wenn sie Exklusivität hinsichtlich der Verwendung der offiziellen Marken erhalten. Ohne Exklusivität, d.h. wenn die Marke der Veranstaltung nicht geschützt und jeder in der Lage wäre, die offiziellen Marken zu verwenden und dadurch eine Verbindung mit dem Ereignis kostenlos herstellen könnte, würde es immer unattraktiver werden, ein Rechteinhaber zu werden, da die erworbenen Rechte erheblich verwässert werden würden. Dies würde es der FIFA erschweren Rechteinhaber zu gewinnen und könnte wiederum dazu führen, dass die FIFA die notwendigen Mittel zur Durchführung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ nicht durch solche Einnahmen sichern könnte.

Daher ist der Schutz der kommerziellen Rechte massgebend für die Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ und die FIFA fordert, dass Unternehmen, die keine Rechteinhaber sind, das geistige Eigentum der FIFA respektieren und ihre Tätigkeiten ausüben, ohne sich im Geschäftsverkehr mit der Veranstaltung zu assoziieren.

4 – FIFA-RECHTEINHABER

Die FIFA gewährt verschiedenen Unternehmen aus zahlreichen Branchen bestimmte veranstaltungsbezogene Rechte. Diese Unternehmen sind an Marketing-Programmen, Übertragungsrechten und Hospitality-Paketen beteiligt, und ihnen werden Werbe- und Promotion-Rechte im Zusammenhang mit der FIFA bzw. der Veranstaltung gewährt („Rechteinhaber“). Die FIFA hat bis dato folgende Rechteinhaber ernannt:

GESCHÄFTSPARTNER

FIFA-Geschäftspartner erwerben ein Sponsoring-Paket, das auf einem dreistufigem System aus FIFA-Partnern, FIFA WM-Sponsoren und regionalen Unterstützern beruht.

1. FIFA-Partner

FIFA-Partner sind sechs bis acht Unternehmen, denen die FIFA das umfassendste Paket an globalen Werbe-, Promotion- und Marketing-Rechten in Bezug auf die FIFA und alle FIFA-Wettbewerbe, einschließlich der Veranstaltung gewährt hat oder gewähren wird. Folgende Unternehmen sind derzeit FIFA-Partner:



2. FIFA WM-Sponsoren

FIFA WM-Sponsoren sind sechs bis acht Unternehmen, denen die FIFA das zweit-umfassendste Paket an globalen Werbe-, Promotion- und Marketing-Rechten in Bezug auf die Veranstaltung und den FIFA Konföderationen-Pokal Russland 2017™ gewährt hat oder gewähren wird. Folgende Unternehmen sind derzeit FIFA WM™-Sponsoren:



3. Regionale Unterstützer

Bei den regionalen Unterstützern handelt es sich um insgesamt bis zu 20 Unternehmen, mit maximal vier Unternehmen pro Region, denen die FIFA ein Paket aus Werbe-, Promotion- und Vermarktungsrechten in Bezug auf die Veranstaltung für ihr spezifisches Gebiet verleiht.

Bei den fünf vordefinierten Regionen handelt es sich um Europa, Nord-/Mittelamerika, Südamerika, Afrika/Nahost und Asien.



Folgendes Unternehmen ist momentan regionaler Unterstützer:



MEDIENRECHTSLIZENZNEHMER

Unternehmen, denen bestimmte Medienrechte für die Veranstaltung in einem bestimmten Gebiet oder für Gebiete verliehen wurden. Folgendes zählt zu diesen Medienrechten:

- TV-Rechte
- Radiorechte
- Breitband-Rechte
- IPTV-Übertragungsrechte
- Mobil-Übertragungsrechte

LIZENZNEHMER

Unternehmen, denen die FIFA das Recht gewährt offizielle Lizenzprodukte herzustellen und zu vertreiben.

HOSPITALITY

Die FIFA hat der MATCH Hospitality AG die weltweiten Exklusivrechte für das FIFA-Hospitality-Programm beim FIFA Konföderationen-Pokal Russland 2017™ und für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ gewährt. Es ist das einzige Unternehmen, dem es weltweit erlaubt ist, exklusive Hospitality-Pakete über seine ausgewiesenen Vertriebsstellen anzubieten.

Weitere Einzelheiten zu den verschiedenen FIFA-Rechteinhabern finden Sie auf www.fifa.com.

5 – VORTEILE NUTZEN OHNE EINE UNBEFUGTE ASSOZIATION ZU SCHAFFEN

Die Erfahrungen aus bisherigen Turnieren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ haben gezeigt, dass es viele Möglichkeiten gibt, durch die ein Unternehmen von der Veranstaltung profitieren kann, ohne die offiziellen Marken zu verwenden oder sich kommerziell mit dem Ereignis zu assoziieren.

Viele Unternehmen führen Aktivitäten durch, mit denen sie die Veranstaltung feiern und ihren Vorteil aus den Marketing-Möglichkeiten ziehen möchten, die im Zusammenhang mit der Veranstaltung entstehen. Eine solche kommerzielle Assoziation kann begründet werden, indem ein Unternehmen den Anschein erweckt, dass es mit der Veranstaltung in Verbindung steht, entweder durch die Verwendung der offiziellen Marken, durch Sponsoring oder andere Zugehörigkeit.

Unternehmen, die keine Geschäftspartner sind, dürfen keine Werbetätigkeiten ausüben, die zu einer unangemessenen wirtschaftlichen Assoziation mit der Veranstaltung bzw. der FIFA führen könnten.

Die FIFA begrüsst es ausdrücklich, dass die Öffentlichkeit die Veranstaltung unterstützt/feiert, soweit dabei Folgendes berücksichtigt wird:

- Die Öffentlichkeit kann Teams anhand typischer Fussball- oder landesbezogener Bilder unterstützen, ohne dass geistiges Eigentum der FIFA benutzt und/oder eine unautorisierte Assoziation mit der Veranstaltung bzw. der FIFA geschaffen wird.
- Jede Nutzung von geistigem Eigentum der FIFA **ohne vorab schriftlich erteilte Autorisierung der FIFA** vermag eine unerlaubte Assoziierung mit der Veranstaltung bzw. der FIFA zu bewirken.

Wir empfehlen Ihnen, sich unabhängig rechtlich beraten zu lassen, um sicherzustellen, dass geplante Werbemaßnahmen nicht das geistige Eigentum bzw. andere kommerzielle Rechte der FIFA verletzen.

6 – OFFIZIELLE MARKEN

Die FIFA hat eine Reihe von Logos, Begriffen, Titeln, Symbolen und anderem geistigem Eigentum/Marken/Kennzeichen kreiert, die in Verbindung mit der Veranstaltung verwendet werden („offizielle Marken“). Die offiziellen Marken sind in Russland und weiteren Rechtsordnungen auf der ganzen Welt durch Urheberrecht, Markenrecht und weitere Formen geistigen Eigentums und durch Gesetze gegen den unlauteren Wettbewerb geschützt. Diese Gesetze schützen die FIFA sowohl gegen die unerlaubte Verwendung identischer Nachahmungen, als auch gegen zum Verwechseln ähnliche Variationen und Modifikationen der offiziellen Marken.

Die Verwendung der offiziellen Marken ist nur den Rechteinhabern gestattet. Sollten Sie kein Rechteinhaber sein und eine Verwendung des Offiziellen Emblems oder des Offiziellen Maskottchens der Veranstaltung anfragen wollen, besuchen Sie bitte <https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/>.

Es folgt eine nicht abschliessende Aufstellung der offiziellen Marken. Eine vollständige Liste der offiziellen Marken der FIFA in einem bestimmten Land und die spezifischen Waren und Dienstleistungen, für die sie geschützt sind, können Sie über örtliche, auf geistiges Eigentum spezialisierte Anwälte oder das jeweilig zuständige Markenamt in Erfahrung bringen.

Die offiziellen Embleme



Die offiziellen Pokale



Das FIFA Verbandsmarke



Das offizielle Maskottchen



Wortmarken

- FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™
- FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™
- FIFA™
- World Cup™
- Чемпионата мира по футболу FIFA™
- ЧМ 2018™
- COPA 2018™
- COPA MUNDIAL 2018™
- COUPE DU MONDE 2018™
- MUNDIAL 2018™
- MONDIALI 2018™
- RUSIA 2018™
- RUSSIA 2018™
- Россия 2018™
- WK 2018™
- WM 2018™
- SPIELORT-Name und 2018 für jeden Spielort (z. B. Moskau 2018)
- Zabivaka™
- ЗАБИВАКА™
- Gastgeberstädte + Jahr (z.B. Moskau 2018)
- КУБОК КОНФЕДЕРАЦИЙ™
- FIFA Confederations Cup™

Die offizielle Schriftart

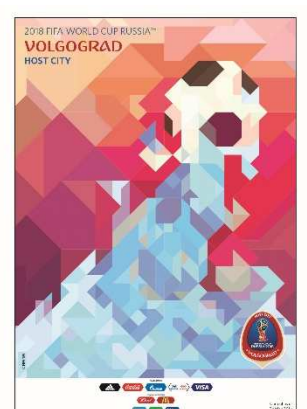
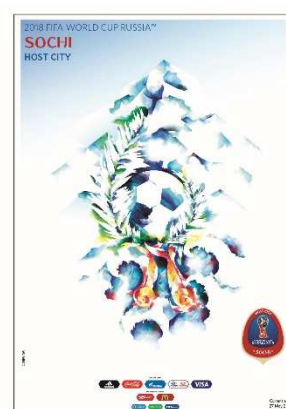
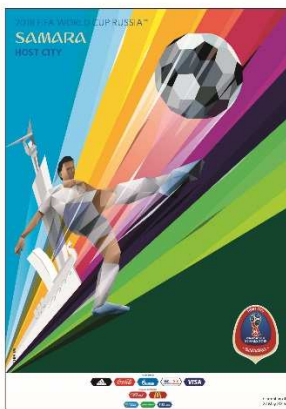
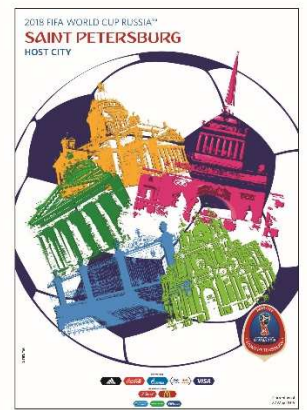
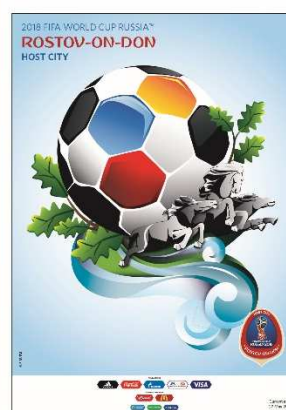
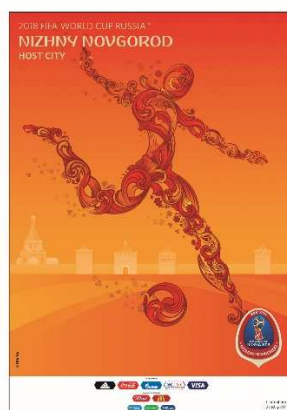
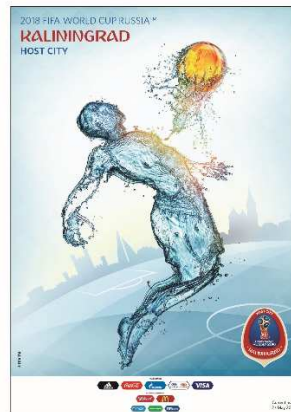
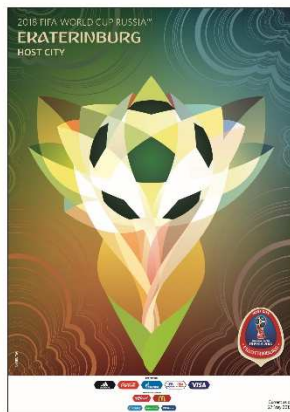
Eine offizielle Schriftart wurde speziell für die Veranstaltung kreiert. Sie heißt Dusha und ist durch Urheberrecht und Geschmacksmuster geschützt.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.,:;"'!?)
 АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОП
 РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ а б в г д е ж з и й к л м н о п
 р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я ё

Das offizielle Plakat

Das offizielle Plakat wird von einem lokalen russischen Künstler für die Veranstaltung geschaffen werden.

Die offiziellen Plakate der Gastgeberstädte



Das offizielle Erscheinungsbild

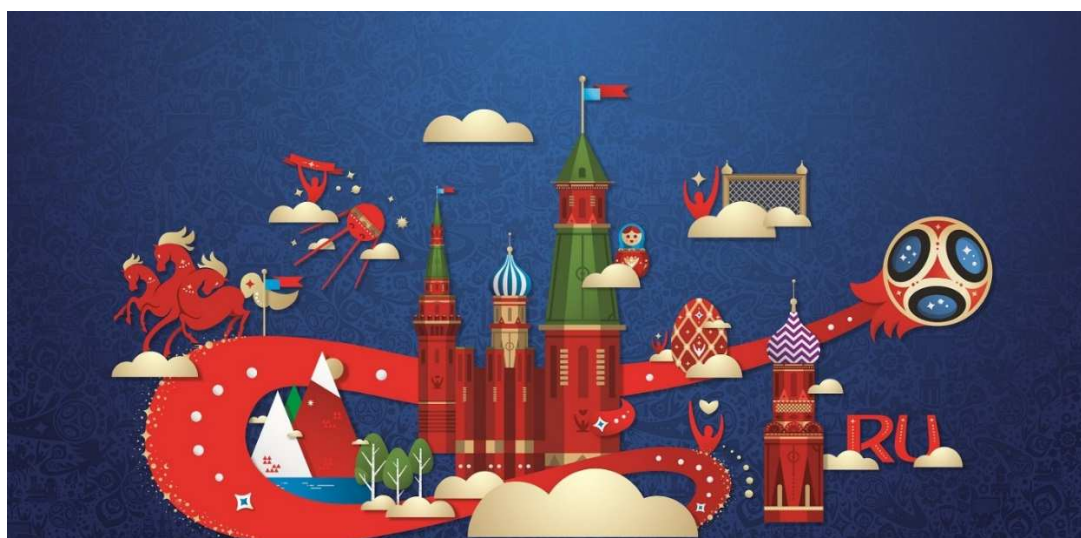
Das offizielle Erscheinungsbild der Veranstaltung umfasst eine Gesamtheit von mehr als 100 separaten Elementen, die in verschiedenen Kompositionen zusammengestellt sind (allgemeine Russland-spezifische Abbildungen und Gastgeberstadt-spezifische Abbildungen).

Jedes individuelle Element des offiziellen Erscheinungsbilds ist separat und im Verbund durch Urheberrecht und/oder als Design geschützt.

Folgende Abbildungen sind Beispiele der oben genannten Kompositionen:

- **Allgemeine Russland-spezifische Komposition**

Beinhaltet Russland-spezifische Elemente in Kombination mit veranstaltungsspezifischen Elementen wie dem magischen Ball.



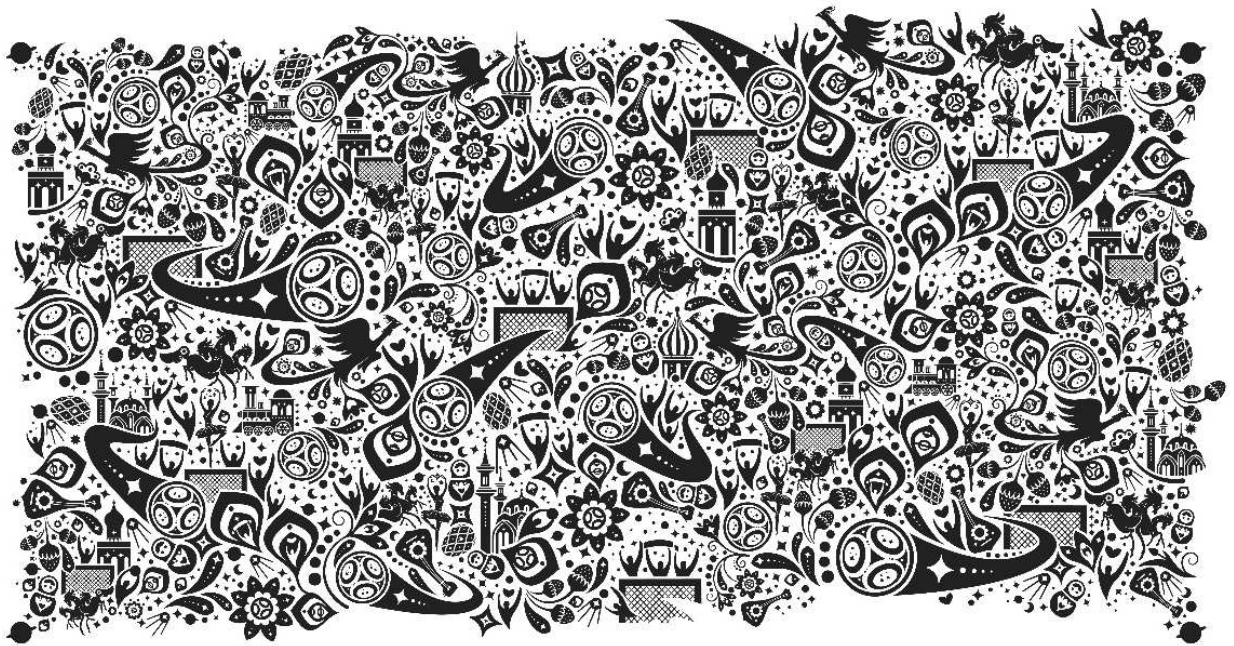
- **Gastgeberstadt-spezifische Komposition**

Beinhaltet Gastgeberstadt-spezifische Elemente in Kombination mit veranstaltungsspezifischen Elementen wie dem magischen Ball.



- **Die Hintergrundebene**

Abgebildet sind verschiedene Elemente die gemeinsam das offizielle Erscheinungsbild bilden.



Offizielle Fan Fest Logos

Jede Gastgeberstadt des FIFA Konföderationen-Pokal™ Russland 2017 und der Veranstaltung wird ein individuelles FIFA Fan Fest organisieren.

Offizieller Spielball

adidas hat den "KRASAVA" als offiziellen Spielball für den FIFA Konföderationen-Pokal™ Russland 2017 entwickelt.



Adidas entwickelt den offiziellen Spielball im Vorfeld der Veranstaltung.

7 – BENUTZUNGSBEISPIELE

Dieser Abschnitt soll Dritte darin unterstützen, jede nicht autorisierte Assoziierung mit dem Turnier zu vermeiden. Es ist an dieser Stelle leider nicht möglich, jedes potentielle Szenario einer legitimen Verwendung im Vergleich zur unerlaubten Assoziation zu veranschaulichen oder die unterschiedlichen rechtlichen Sanktionen darzulegen, die in jedem Land gelten.

In diesen Beispielen umfassen Bezugnahmen auf die offiziellen Marken auch ähnliche Variationen der offiziellen Marken des vorangehenden Abschnitts 6.

Die Benutzungsbeispiele der offiziellen Marken betreffen alle Formen von Print- und digitalen Medien, wie etwa gedruckte Publikationen, TV, Web, Mobil-Anwendungen, Apps und Social Media.

Bitte beachten Sie: Diese Beispiele dienen allein der Veranschaulichung

Diese Richtlinien dienen nicht dazu, es Unternehmen, die beabsichtigen, Ambush Marketing Aktionen durchzuführen, zu ermöglichen, der gesetzlichen Haftung zu entgehen. Die folgenden Szenarien sind bewusst vereinfacht, um Unternehmen praktisch anzuleiten, eine unlautere Assoziation mit der Veranstaltung zu vermeiden. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass Unternehmen, die diese Richtlinien als Verteidigung in Bezug auf eine unlautere Assoziation oder Zuwiderhandlung zu nutzen versuchten, damit erfolglos geblieben sind. Die FIFA vertraut diesbezüglich auf Ihre Zusammenarbeit und dass Sie den Aufforderungen der FIFA nachkommen und diese respektieren. Aus diesem Grund behält sich die FIFA alle Rechte ausdrücklich vor.

Diese Richtlinien beziehen sich lediglich auf Rechte, die der FIFA gehören und entfalten keinerlei Auswirkung in Bezug auf Rechte Dritter, wie Spielern, Klubs, Mitgliedsverbänden, Konföderationen, FIFA-Geschäftspartnern oder anderen Unternehmen, Organisationen bzw. Individuen.

A. PRINT (ZEITUNGEN, ZEITSCHRIFTEN UND PUBLIKATIONEN, USW)

Redaktionelle Verwendung:

Die Verwendung von offiziellen Marken in redaktionellen Artikeln, die spezifisch über die Veranstaltung berichten, stellt keine unerlaubte Assoziation dar. Allerdings dürfen offizielle Marken nicht als wesentlicher Bestandteil des Layouts einer Publikation, als Elemente der Marke einer Publikation oder alleinstehend (vor allem nicht durch wiederholte Verwendung der offiziellen Marken in der Ecke einer Sonderausgabe) verwendet werden.



Kommerzielle Nutzung:

Offizielle Marken dürfen nicht zusammen mit oder in der Nähe eines Firmenlogos oder einer Handelsbezeichnung wie etwa „Mit freundlicher Unterstützung von ...“, „Präsentiert von ...“ oder „Gesponsert durch ...“, usw. verwendet werden.



B. SPIELPLAN

Redaktionelle Verwendung:

Die redaktionelle, nicht-kommerzielle Verwendung oder Vervielfältigung des offiziellen Spielplans der FIFA schafft keine unerlaubte Assoziation und ist erlaubt. Allerdings sollte darauf geachtet werden, dass der Spielplan nicht zusammen mit oder in der Nähe eines Logos oder einer Handelsbezeichnung von einem Unternehmen verwendet wird, das kein FIFA-Rechteinhaber ist, wie etwa durch „Mit freundlicher Unterstützung von ...“, „Präsentiert von ...“ oder „Gesponsert durch ...“, usw.



Kommerzielle Verwendung:

Die kommerzielle Verwendung zusammen mit oder in der Nähe eines Firmenlogos oder einer Handelsbezeichnung wie etwa „Mit freundlicher Unterstützung von ...“, „Präsentiert von ...“ oder „Gesponsert durch ...“, usw. ist unzulässig.



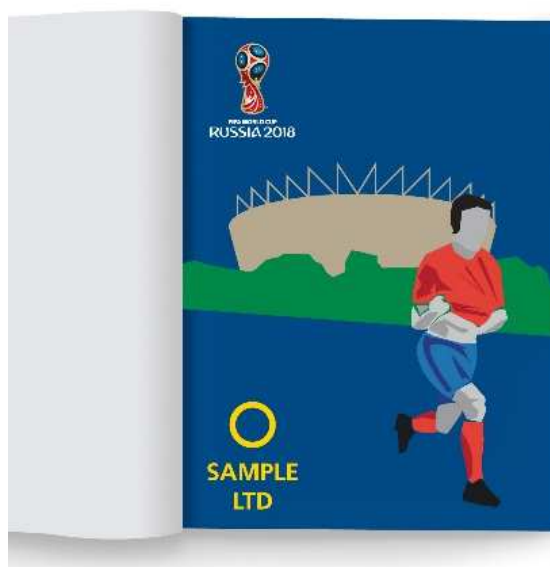
Bitte beachten Sie: Der Spielplan der Veranstaltung ist durch Urheberrechte und andere Rechte des geistigen Eigentums in vielen Ländern der Welt geschützt. Nachrichtenmedien dürfen den Spielplan separat oder als Teil einer Publikation veröffentlichen, um die Öffentlichkeit über die Veranstaltung zu informieren, müssen jedoch dafür sorgen, dass der Spielplan veröffentlicht wird, ohne dass sich darauf, in dessen unmittelbarer Nähe oder in Bezug auf den Spielplan unbefugte kommerzielle Firmenmerkmale befinden.

C. ANIMIERTE INHALTE

Es ist unzulässig, offizielle Marken animiert zu verwenden, außer wenn dies durch oder über die FIFA oder die FIFA-Rechteinhaber erfolgt.

D. GESCHÄFTSANZEIGEN

Die Verwendung einer offiziellen Marke für kommerzielle Werbung im Vorfeld oder während der Veranstaltung kann eine unerlaubte Assoziation darstellen.



E. TICKET-PROMOTION

Ticket-Promotionen einschließlich Online-Auktionen und Preisausschreiben sind unzulässig, außer wenn diese durch oder über die FIFA oder einen FIFA-Rechteinhaber organisiert oder genehmigt wurden.



F. WETTBEWERBE / GEWINNSPIELE / LOTTERIEN:

Wettbewerbe, Spiele oder Lotterien unter Verwendung einer offiziellen Marke sind nicht zulässig:



G. COUNTDOWN-UHREN/TICKER

Jedes mit einer kommerziellen Marke versehene Tool für den Countdown bis zu einer offiziellen Veranstaltung oder ein mit der Veranstaltung im Zusammenhang stehendes Datum schafft eine unerlaubte Assoziation. Dies umfasst beispielsweise statische, animierte, physische oder Online-Countdown-Tools:



H. HAUSINTERNE DEKORATION (RESTAURANTS, BARS UND EINZELHANDELSGESCHÄFTE, USW.)

- i) Allgemeine Fussball- oder länderbezogene hausinterne Dekorationen stellen keine unerlaubte Assoziation dar:

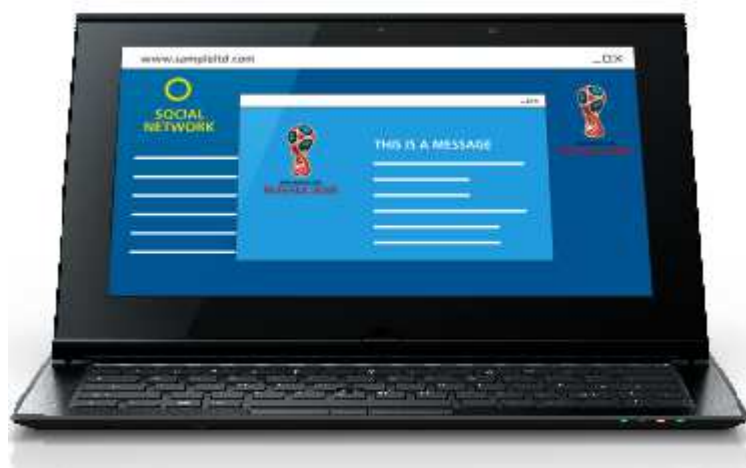


- ii) Offizielle Marken sind für die Verwendung als hausinterne Dekorationen unzulässig, sofern dies nicht als Bestandteil oder über eine von FIFA-Rechteinhabern genehmigte hausinterne Promotion oder Werbung erfolgt:



I. SOZIALE ODER POLITISCHE BOTSCHAFTEN

Werbung mit Bezug zu laufenden/aktuellen Themen wie Religion, Politik oder soziale Situationen hat eine unerlaubte Assoziation durch die Verwendung von offiziellen Marken zu vermeiden:



J. FIRMENNAMEN

Es ist unzulässig, offizielle Marken in jeglicher Weise als Teil eines Firmennamens ohne die Genehmigung der FIFA oder eines der FIFA-Rechteinhaber zu verwenden:



K. MERCHANDISE

- i) Artikel mit allgemeinen Fussball- oder auf Russland bezogenen Begriffen oder Nationalflaggen stellen keine Verletzung der FIFA-Rechte dar:



- ii) Offizielle Marken oder deren Bestandteile auf einem Merchandising-Artikel stellen eine Verletzung der FIFA-Rechte dar und es wird dringend davon abgeraten:



L. DIGITALE MEDIEN (INTERNET-PRÄSENZEN, MOBILE-SITES UND ANWENDUNGEN)

Redaktionelle Verwendung

Die Verwendung von offiziellen Marken in redaktionellen Artikeln, die spezifisch über die Veranstaltung berichten, stellt keine unerlaubte Assoziation dar. Allerdings können offizielle Marken nicht als wesentlicher Bestandteil des Layouts einer Publikation, als Elemente der Marke einer Publikation oder alleinstehend, in statischer Position oder wiederkehrend auf einer Website (vor allem nicht durch wiederholte Verwendung der offiziellen Marken in der Ecke einer Sonderausgabe oder auf jeder Folgeseite eines speziellen Unterabschnitts der Internetpräsenz) verwendet werden.

Kommerzielle Verwendung

Offizielle Marken dürfen nicht zusammen mit oder in der Nähe eines Firmenlogos oder einer Handelsbezeichnung wie etwa „Mit freundlicher Unterstützung von ...“ oder „Gesponsert durch ...“, usw. verwendet werden.



i) Domain-Namen/URL:

Im Allgemeinen dürfen offizielle Marken nicht in Domain-Namen (oder in eine URL-Identifikation, die vor dem Domain-Namen steht) von Websites mit kommerziellen Inhalten aufgenommen werden:



ii) Hyperlinks:

Offizielle Marken dürfen nicht als Hyperlinks oder Verknüpfungen im Internet verwendet werden (zur Verwendung des Hyperlinks www.FIFA.com s.o. Abschnitt 6):



iii) Blogs:

Offizielle Marken, die in Blogs verwendet werden, die ohne kommerziellen Inhalt und Werbung über die Veranstaltung berichten und sie kommentieren, stellen keine unerlaubte Assoziation dar.



iv) Mobil- u. Internet-Dienste und Anwendungen:

Es ist nicht erlaubt, in mobilen oder Internet-Diensten oder Anwendungen wie in Kommunikation, Inhalten, Spielen, Warnungen oder Benachrichtigungsdiensten oder -anwendungen für kommerzielle Zwecke eine offizielle Marke zu verwenden oder Inhalte zu senden. Veranstaltungsbezeichnungen können nach nationalem Recht zur beschreibenden Verwendung zulässig sein, sofern die Verwendung nicht den Anschein erwecken könnte, dass der Dienst in irgendeiner Weise mit der Veranstaltung oder der FIFA verbunden ist. Namen oder Titel eines solchen Dienstes oder einer solchen Anwendung dürfen keine der offiziellen Marken in einer Weise enthalten, die eine Billigung durch die FIFA suggeriert:



v) Erscheinungsbild und Eindruck einer Website:

Offizielle Marken dürfen nicht als Teil der Gesamtstruktur oder des Gesamtaufbaus einer Website (einschließlich Hintergrund- oder Wallpaper-Mustern) oder als Hauptbestandteil einer einleitenden Übergangs-Webseite einer Internetpräsenz verwendet werden, wenn dies den Eindruck einer Assoziation mit der Veranstaltung/FIFA schafft:



vi) Soziale Medien:

↑ Veröffentlichung von Bildern der offiziellen Marken

Offizielle Marken dürfen in keiner Art und Weise mit kommerzieller Ausrichtung verwendet werden, es sei denn, die Verwendung erfolgt durch FIFA-Rechteinhaber:



↔ Retweeten oder Weitergabe offizieller Inhalte

- o Das Retweeten oder das Teilen offizieller Inhalte durch Unternehmen zu kommerziellen Zwecken ist unzulässig, sofern das retweetende Unternehmen nicht Rechteinhaber der FIFA ist.
- o **Das Retweeten oder das Teilen offizieller Inhalte der FIFA, von FIFA Rechteinhabern oder von offiziellen FIFA Event-Kanälen durch Fans ist erlaubt, soweit dabei keine kommerziellen Zweck verfolgt werden.**

M. PUBLIC VIEWINGS

Autorisierte Public Viewing-Veranstalter müssen das FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen (herausgegeben von der FIFA-TV und auf FIFA.com zu gegebener Zeit veröffentlicht) befolgen. Alle kommerziellen Public-Viewing-Veranstaltungen bedürfen einer Lizenz der FIFA oder der Lizenznehmer ihrer Medienrechte.

Alle anderen öffentlichen Bewegtbild-Vorführungen der Spiele der Veranstaltung haben eine Verwendung jeglicher offizieller Marken oder das Werben mit Sponsoring zu vermeiden, wenn dadurch eine unerlaubte Assoziation zwischen der FIFA bzw. der Veranstaltung und Dritten geschaffen werden könnte, die nicht FIFA-Rechteinhaber sind. FIFA-TV ist für die Verwaltung der Public-Viewing-Rechte an FIFA-Wettbewerben, einschließlich der Lizenzierung dieser Ereignisse verantwortlich.



N. HOSPITALITY-GÄSTE

Wegweiser zum Leiten von Hospitality-Gästen (das heisst Standwegweiser oder ähnliches, die mit Marken von Unternehmen versehen sind, die keine FIFA-Rechteinhaber sind), und/oder Gegenstände mit Marken Dritter, die an Hospitality-Gäste verteilt werden, stellen eine unerlaubte Assoziation dar und sind nicht gestattet:



8 – MEDIENINFORMATION

Die FIFA begrüßt die redaktionelle Berichterstattung der Nachrichtenmedien über die Veranstaltung und ist sich bewusst, dass die Medien die offiziellen Marken im Zusammenhang mit ihrer redaktionellen Berichterstattung nutzen möchten. Daher stellt die FIFA den Nachrichtenmedien qualitativ hochwertige digitale Bilder der offiziellen Marken zur Verfügung, die diese unentgeltlich in ihrer redaktionellen Berichterstattung verwenden dürfen.

Die Nachrichtenmedien sind herzlich eingeladen, die offiziellen Marken für legitime nichtkommerziell redaktionelle und informative Zwecke zu verwenden, vorausgesetzt, dass eine solche Verwendung keine unangemessene Assoziation zwischen dem Turnier und irgendwelchen anderen Unternehmen schafft, die keine Rechteinhaber der FIFA sind.

Im Folgenden finden sich einige allgemeine Leitlinien dahingehend, wie die offiziellen Marken zu verwenden sind, die das kommerzielle Programm der FIFA und die Rechte ihrer Rechteinhaber respektieren. Dieses Dokument zielt keineswegs darauf ab, den Inhalt der Nachrichtenberichterstattung und Editorials der Medien über die Veranstaltung zu kontrollieren oder zu beschränken. Die Benutzungsbeispiele bezüglich der offiziellen Marken gelten für alle (Print- und digitalen) Medien wie etwa TV, Web und Mobil-Anwendungen.

Digitales FIFA-Archiv

Die Nachrichtenmedien können die offiziellen Marken über das Anfrage-Formular auf der Website www.FIFAdigitalarchive.com anfordern. Die offiziellen Marken sind in Übereinstimmung mit den FIFA-Grafik-Richtlinien zu verwenden, die sie von der FIFA zusammen mit den hochauflösenden digitalen Dateien der gewünschten Druckvorlagen erhalten.

NUTZUNGSBEDINGUNGEN DER MARKEN

Die Medien können die offiziellen Marken in redaktioneller Berichterstattung über die Veranstaltung nach den folgenden Prinzipien verwenden:

Redaktionelle Verwendung

Offizielle Marken können verwendet werden, um Artikel oder aktuelle Berichterstattung über die Veranstaltung zu kennzeichnen oder zu veranschaulichen. Jedoch sind die offiziellen Marken nicht als wesentlicher Bestandteil des Layouts einer Veröffentlichung oder einzelne Elemente der Marken in einer Veröffentlichung zu verwenden.

Keine Nutzung in Werbung/Anzeigen

Die offiziellen Marken dürfen nicht für Werbe- oder Promotion-Zwecke verwendet werden, beispielsweise in Verbindung mit einem kommerziellen Preisausschreiben, einer Lotterie oder einer anderen Art von Wettbewerb.

Verwendung des Spielplans

Näheres hierzu s.o. unter B in Abschnitt 7.

Verwendung auf Titelseiten

Wie oben erwähnt, dürfen die offiziellen Marken auf den Titelseiten von Zeitungen verwendet werden, um redaktionelle Beiträge zu illustrieren. Vorsicht ist walten zu lassen, wenn die offiziellen Marken auf Titelseiten von Printmagazinen oder Sonderausgaben verwendet werden. Wenn die offiziellen Marken in Inhalt und Titel solcher Produkte erscheinen, ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass dies von den Verbrauchern fälschlicherweise als Hinweis darauf wahrgenommen wird, dass die Publikation von der FIFA lizenziert ist.

Verwendung von Eintrittskarten

Die Verwendung von Eintrittskarten für jede Art von Wettbewerb, Gewinnspiel oder Promotion ist ausdrücklich untersagt, außer wenn dies von einem FIFA-Sponsor bzw. mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der FIFA durchgeführt wird.

Keine Assoziation

Die offiziellen Marken dürfen nicht in einer Art und Weise erscheinen, die eine Verbindung zwischen der FIFA oder der Veranstaltung einerseits und dem Benutzer, seinen Handelsbezeichnungen, Logos oder anderen Marken oder den Waren und Dienstleistungen des Benutzers andererseits suggeriert.

Keine Assoziation Dritter

Die Nachrichtenmedien dürfen keine Dritten dazu ermächtigen, die offiziellen Marken zu verwenden oder sich mit ihnen assoziieren, und sie haben die offiziellen Marken in keiner Weise zu verwenden, die es Dritten ermöglicht, eine unerlaubte Assoziation mit der Veranstaltung zu erlangen. Die offiziellen Marken sind deutlich von Werbung Dritter zu trennen, um Verwechslungen zu vermeiden. Äußerste Sorgfalt ist bei Veröffentlichungen oder Abschnitten von Veröffentlichungen walten zu lassen, die von Dritten gesponsert werden, da das Risiko einer Verwechslung hoch ist.

9 – KONTAKTDATEN UND WAS SIE TUN KÖNNEN, WENN SIE SICH ENGAGIEREN WOLLEN

Im Allgemeinen gibt es viele Möglichkeiten, über die eine Organisation, Institution, Gesellschaft oder Einzelperson von der Veranstaltung profitieren und in die Veranstaltung eingebunden werden kann, ohne die offiziellen Marken zu verwenden oder sich kommerziell mit ihnen zu assoziieren, zum Beispiel durch:

- Die Bereitstellung verschiedener Leistungen:
 - o Stadienbau und Innenaustattung
 - o von der FIFA bzw. dem LOC durchgeführte Veranstaltungen und Aktivitäten
 - o Gastronomie oder Speise- und Getränkekonzessionen
 - o Reinigungs- und Abfallwirtschaft
 - o private Sicherheitsdienste
- Treten Sie mit einem der Rechteinhaber der FIFA in Kontakt, um Möglichkeiten herauszufinden über die sie sich als Mitwerbender engagieren können.
- Unterstützung des örtlichen Fußballs in Ihrem Heimatland, indem sie den nationalen Fussballverband kontaktieren, um herauszufinden, wie Sie sich engagieren können.

Weiteres dazu finden Sie unter www.FIFA.com.

Sponsoren

Wenn Sie Rechteinhaber/Sponsor der Veranstaltung werden möchten, wenden Sie sich bitte an sales@fifa.org.

Lizenzen

Wenn Sie an Lizenzmöglichkeiten interessiert sind, wenden Sie sich bitte an retail-licensing@fifa.org, um weitere Informationen zu erhalten.

Public Viewing

Um weitere Informationen über die Regeln zu erhalten und sich um eine Public-Viewing-Lizenz für das kommende FIFA-Ereignis zu bewerben, wenden Sie sich bitte an www.FIFA.com.

Markenanfragen

Um die Verwendung einer offiziellen Marke anzufragen, wenden Sie sich bitte an markrequest@fifa.org.

Unbefugte Verkäufe von Tickets / Werbeaktionen mit Tickets

Wir begrüßen es, wenn Sie uns unbefugte Verkäufe von Tickets bzw. Werbeaktionen mit Tickets anzeigen (dies gilt auch, wenn Sie befürchten möglicherweise gefälschte Tickets erstanden zu haben). Schreiben Sie dazu bitte eine E-Mail an ticketenforcement@fifa.org.

Die unberechtigte Nutzung geistigen Eigentums der FIFA

Wir begrüßen es, wenn Sie uns unbefugte Nutzung des geistigen Eigentums der FIFA anzeigen. Schreiben Sie dazu bitte eine E-Mail an brandprotection@fifa.org.