



FIFA WORLD CUP
Qatar2022

FIFA-Richtlinien für geistiges Eigentum

April 2022, Version 5.0

Inhalt

1 – EINLEITUNG.....	3
2 – OFFIZIELLES GEISTIGES EIGENTUM.....	4
3 – BEDEUTUNG DES SCHUTZES DER TURNIERMARKE.....	7
4 – INHABER VON FIFA-RECHTEN.....	8
5 – BETEILIGUNG OHNE UNZULÄSSIGE VERBINDUNG	10
6 – INFORMATION FÜR DIE MEDIEN	11
7 – NUTZUNGSBEISPIELE	12
8 – KONTAKTANGABEN UND BETEILIGUNGSMÖGLICHKEITEN	25



Diese Richtlinien bieten interessierten Parteien Informationen und Leitlinien zum geistigen Eigentum und zu anderen gewerblichen Rechten der FIFA hinsichtlich der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Katar 2022™ („Turnier“) und der FIFA.

Dieses Dokument gibt nur einen allgemeinen Überblick. Die dargelegten Beispiele sind nicht abschliessend. Diese Richtlinien legen folglich nicht abschliessend fest, ob eine Aktion Rechte hinsichtlich des Turniers verletzt oder nicht. Leider kann die FIFA für mögliche Aktionen im Zusammenhang mit solchen Rechten keine Leitlinien vorgeben.

1 – EINLEITUNG

FIFA®

Die Fédération Internationale de Football Association (FIFA) ist der Weltfussballverband und Eigentümerin aller Rechte im Zusammenhang mit dem Turnier, einschliesslich aller Immaterialgüter-, Medien-, Marketing-, Lizenz-, Ticketing- und anderen gewerblichen Rechte.

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ ist die grösste Einzelveranstaltung im Sport und eine der populärsten Sportveranstaltungen der Welt. Das Interesse seitens sowohl der Sportfans als auch der Wirtschaft ist enorm. So verzeichnete allein das Finale der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ mehr als 1,1 Milliarden Zuschauer. Viele Unternehmen und Einzelpersonen wollen bei der nächsten Ausgabe, die vom 21. November bis zum 18. Dezember 2022 in Katar ausgetragen wird, dabei sein.

Aufgrund der enormen Kosten einer solchen Grossveranstaltung ist die FIFA bei der Organisation des Turniers sehr auf die finanzielle Unterstützung ihrer Geschäftspartner, Medienrechts- und anderen Lizenznehmer sowie des gastgebenden Landes angewiesen.

Wirkung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

Im Sinne der weltweiten Fussballförderung, die zu den Hauptaufgaben der FIFA gehört, lässt die FIFA ihre Mitgliedsverbände und die weltweite Fussballgemeinschaft am Erfolg der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ teilhaben. Mit den Einnahmen aus dem Geschäftsprogramm kann die FIFA verschiedene Bildungs-, Technik-, Medizin- und andere Entwicklungsaktivitäten unterstützen.

Dank dem FIFA-Forward-Entwicklungsprogramm kann die FIFA ihre Mitgliedsverbände und die sechs Konföderationen nicht nur finanziell und operativ, sondern langfristig auch strategisch unterstützen. Mit massgeschneiderten Entwicklungsprojekten werden verschiedenste Bereiche wie Fussballinfrastruktur und -ausrüstung für Jugendteams, Wettbewerbe und der Frauenfussball gefördert.

In der Geschäftsperiode 2015–2018 hat die FIFA USD 1,67 Milliarden in Entwicklung und Ausbildung investiert. Dank dem Erfolg des FIFA-Geschäftsprogramms fliessen in der Geschäftsperiode 2019–2022 zudem USD 1 Milliarde allein in den Frauenfussball sowie weitere USD 4 Milliarden in Entwicklung und Ausbildung.

2 – OFFIZIELLES GEISTIGES EIGENTUM

Die FIFA hat im Zusammenhang mit dem Turnier und der FIFA eine Reihe von Marken, einschliesslich Logos, Begriffen, Titeln, Symbolen und anderer Kennzeichen, entwickelt („offizielles geistiges Eigentum“). Das offizielle geistige Eigentum ist in Katar und in Gebieten auf der ganzen Welt urheberrechtlich, als Warenzeichen und/oder in anderen Formen und Gesetzen des geistigen Eigentums geschützt (z.B. Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, Nachahmung oder andere massgebende Gesetze). Diese Gesetze schützen die FIFA vor der unrechtmässigen Nutzung identischer Kopien sowie täuschend ähnlicher Varianten und Abwandlungen des offiziellen geistigen Eigentums.

Nur Inhaber von FIFA-Rechten dürfen das offizielle geistige Eigentum für geschäftliche Zwecke nutzen. Nichtinhaber von FIFA-Rechten, die die redaktionelle Nutzung des offiziellen Emblems oder anderer offizieller Marken beantragen möchten, konsultieren bitte folgende Website:

<https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/>.

Die folgende Liste des offiziellen geistigen Eigentums ist nicht abschliessend. Für eine umfassende Übersicht über die in einem Land eingetragenen Immaterialgüterrechte wenden Sie sich bitte an das zuständige Amt für geistiges Eigentum und/oder einen auf Immaterialgüterrechte spezialisierten Anwalt vor Ort.

Offizielles Emblem



Offizielles Maskottchen



Name des Offiziellen Maskottchen (Englisch / Arabisch)

La'eeb™ **لقيب™**



Offizieller Slogan

NOW IS ALL™ **عالم الوعد™**

Offizielle Trophäe



FIFA-Marke

FIFA®

„Living Football“-Slogan der FIFA

L I V I N G
FOOTBALL
—●—
FIFA®

Wortmarken

- FIFA World Cup Qatar 2022
- FIFA World Cup
- **فيفا وورلد كوب**
- FIFA
- **فيفا**
- World Cup
- **كأس العالم**
- World Cup 2022
- **وورلد كوب 2022**
- COPA MUNDIAL
- COUPE DU MONDE
- MUNDIAL
- Qatar 2022
- **قطر 2022**

Offizielle Schrift „QATAR 2022“

Für das Turnier wurde eigens die offizielle Schrift „QATAR“ entworfen sowie urheberrechtlich geschützt und in verschiedenen Gebieten als Marke eingetragen:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Die WM 2022 in Katar ist die erste FIFA Fussball-
Weltmeisterschaft™ in der arabischen Welt.**

أ إ إآ آ إآ ب ب ب ب ت ت ت ت ث ث ث
 ج ج ج ج ح ح ح ح خ خ خ خ د د د د
 ر ر ر ر س س س س ش ش ش ش ص ص ص ص
 ض ض ض ض ظ ظ ظ ظ ق ق ق ق ف ف ف ف ق
 ق ق ق ك ك ك ل ل ل م م م م
 ن ن ن ه ه ه ه و و و ي ي ي ي ؤ
 . ٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ ؛ : ، . ؟

3 – BEDEUTUNG DES SCHUTZES DER TURNIERMARKE

Die FIFA gewährt mehreren Unternehmen („Inhaber von FIFA-Rechten“) in verschiedenen Wirtschaftszweigen weltweit bestimmte gewerbliche Rechte wie Sende-, Ticketing-, Hospitality-, Werbe- und andere Promotionsrechte im Zusammenhang mit der FIFA und/oder dem Turnier.

Inhaber von FIFA-Rechten leisten im Gegenzug beträchtliche finanzielle Beiträge an die Durchführung des Turniers sowie die Finanzierung der weiteren Förderung des Fussballs rund um die Welt. Die Inhaber von FIFA-Rechten investieren jedoch nur in die FIFA und das Turnier, wenn sie dafür exklusiv die offiziellen Marken und andere gewerbliche Rechte verwenden dürfen. Ohne diese Exklusivität, d. h., wenn die Turniermarke nicht geschützt würde und jeder das offizielle geistige Eigentum nutzen und sich so unentgeltlich an das Turnier anbinden könnte, würden die erworbenen Recht massiv an Wert verlieren. Der Erwerb von FIFA-Rechten würde damit weniger attraktiv, womit die FIFA die finanziellen Mittel, die für das Turnier und die weltweite Förderung des Fussballs über zentrale Programme wie das [FIFA-Forward-Entwicklungsprogramm](#) nötig sind, nicht mehr sichern könnte.

Der Schutz der gewerblichen Rechte, einschliesslich des offiziellen geistigen Eigentums, ist für die Durchführung des Turniers deshalb zentral. Die FIFA bittet daher alle nicht angeschlossenen Unternehmen und Einzelpersonen, die FIFA-Rechte zu achten und sich mit ihren Geschäften nicht mit dem Turnier in Verbindung zu bringen.

4 – INHABER VON FIFA-RECHTEN

Derzeit hat die FIFA die folgenden Inhaber von FIFA-Rechten definiert:

GESCHÄFTSPARTNER

Die Geschäftspartner erwerben ein Sponsoringpaket in einer der drei Kategorien FIFA-Partner, Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ und Regionale Förderer. Im Folgenden sind die derzeitigen Geschäftspartner aufgeführt, wobei die Liste laufend aktualisiert wird.

1. FIFA-Partner

FIFA-Partner sind sechs bis acht Unternehmen, die das umfangreichste Paket weltweiter Werbe-, Promotions- und Marketingrechte hinsichtlich der FIFA und aller FIFA-Wettbewerbe, einschliesslich des Turniers, besitzen. Derzeitige FIFA-Partner:



2. Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ sind sechs bis acht Unternehmen, die das zweitumfangreichste Rechtepakete besitzen, das allerdings auf das Turnier beschränkt ist. Derzeitige Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™:



3. Regionale Förderer

Regionale Förderer sind bis zu 20 Unternehmen mit maximal vier Unternehmen pro Region, die für ein bestimmtes Gebiet ein Paket an Werbe-, Promotions- und Marketingrechten für das Turnier besitzen. Die fünf Regionen sind Europa, Nord-/Mittelamerika, Südamerika, Afrika/Naher Osten (einschliesslich Katar) und Asien.

Afrika/Naher Osten



Südamerika





MEDIENRECHTSLIZENZNEHMER

Medienrechtslizenznehmer sind Unternehmen, denen auf einem bestimmten Gebiet oder bestimmten Gebieten gewisse Medienrechte für das Turnier gewährt wurden. Zu diesen Rechten gehören:

- Fernsehrechte
- Rundfunkrechte
- Breitbandrechte
- Übertragungsrechte für Internet Protocol Television (IPTV)
- Übertragungsrechte für Mobilgeräte

LIZENZNEHMER MIT/OHNE MARKE

Lizenznehmer mit/ohne Marke sind Unternehmen, denen die FIFA das Recht gewährt hat oder gewähren wird, Produkte mit den offiziellen Marken („offizielle Lizenzprodukte“) zu entwerfen, herzustellen und zu verkaufen.

- **Offizielle Lizenzprodukte mit Marke:** offizielle Produkte, die mit offiziellem geistigem Eigentum und den Marken des Lizenznehmers (Unternehmen) versehen sind.
- **Offizielle Lizenzprodukte ohne Marke:** offizielle Produkte, die nur mit offiziellem geistigem Eigentum versehen sind.

HOSPITALITY

Die FIFA hat die MATCH Hospitality AG weltweit zum exklusiven Inhaber der Rechte für das FIFA-Hospitality-Programm des Turniers ernannt. Nur diese darf entweder direkt oder über ihre ermächtigten Verkaufsagenten weltweit Hospitality-Pakete samt Tickets anbieten.

Weitere Informationen zu den verschiedenen Inhabern von FIFA-Rechten sind auf www.fifa.com/about-fifa/commercial/fifa-marketing zu finden.

5 – BETEILIGUNG OHNE UNZULÄSSIGE VERBINDUNG

Es gibt rechtmässige Wege, sich am Turnier zu beteiligen, ohne das offizielle geistige Eigentum zu nutzen oder eine unzulässige Geschäftsverbindung zum Turnier herzustellen. Die FIFA bittet Unternehmen und die Öffentlichkeit, allgemeine Fussball- oder länderbezogene Bilder und/oder Begriffe zu nutzen, die keine FIFA-Immaterialgüterrechte verletzen.

Aktionen, die eine unzulässige Geschäftsverbindung herstellen, sind verboten und ziehen rechtliche Schritte nach sich. Eine unzulässige Geschäftsverbindung liegt etwa vor, wenn ein Unternehmen eine Verbindung mit der FIFA oder dem Turnier vorgibt, indem es beispielsweise das offizielle geistige Eigentum nutzt oder auf eine andere Art und Weise den Eindruck erweckt, dass es ein Inhaber von FIFA-Rechten, d. h. ein Sponsor oder Lizenznehmer, ist.

Zwecks Vermeidung der Verletzung von Immaterialgüterrechten und/oder anderen gewerblichen Rechten der FIFA durch Werbeaktionen empfehlen wir, einen unabhängigen Anwalt zu konsultieren.

6 – INFORMATION FÜR DIE MEDIEN

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ ist ein Medienphänomen, deren Erfolg eng mit der umfassenden Berichterstattung in den Medien zusammenhängt. Die FIFA begrüsst es deshalb, wenn Medienunternehmen das offizielle geistige Eigentum in ihren Publikationen für redaktionelle Zwecke nutzen möchten, sofern durch die Nutzung keine unzulässige Verbindung zwischen dem Turnier und Unternehmen, die keine FIFA-Rechte besitzen, begründet wird.

Kapitel 7 enthält einige Beispiele, wie das offizielle geistige Eigentum im gesetzlichen Rahmen sowie unter Wahrung des FIFA-Geschäftsprogramms und der Rechte der Inhaber von FIFA-Rechten genutzt werden darf. Nichts in diesem Dokument bezweckt, den Inhalt von Nachrichten- und Leitartikeln zum Turnier seitens der Medien in irgendeiner Form zu kontrollieren oder einzuschränken.

Die Beschreibungen der Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums gelten für alle Medienformen (Print- und digitale Medien), einschliesslich u. a. TV, Internet, Mobilgeräte, Spiele, Apps und soziale Medien.

Digitales FIFA-Archiv

Medienunternehmen können digitale Kopien des offiziellen geistigen Eigentums kostenlos via <https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/> anfordern. Das offizielle geistige Eigentum ist gemäss den FIFA-Grafikrichtlinien zu verwenden, die von der FIFA zusammen mit den hochwertigen Digitaldateien der angeforderten Vorlagen abgegeben werden.

7 – NUTZUNGSBEISPIELE

Die folgenden Ausführungen sollen Drittparteien dabei helfen, eine unzulässige Geschäftsverbindung mit dem Turnier zu vermeiden. Die Beispiele für die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums gelten für alle Medienformen (Print- und digitale Medien), einschliesslich u. a. Presse, TV, Internet, Mobilgeräte, Spiele, Apps und soziale Medien.

Da weder auf jede mögliche akzeptable oder unzulässige Nutzung noch auf die unterschiedlichen gesetzlichen Sanktionen, die in den einzelnen Ländern bestehen, eingegangen werden kann, sind die folgenden **nicht abschliessenden Beispiele lediglich als allgemeine Information zu verstehen**.

Die Beispiele sollen Unternehmen und Einzelpersonen, die redlich bestrebt sind, eine unlautere Verbindung zum Turnier zu vermeiden, praktische Unterstützung bieten. Eine Berufung auf diese Richtlinien dient bei mutwilligen Versuchen, mit Trittbrettkaktionen FIFA-Marketingrechte zu verletzen, nicht als Schutz vor einer rechtlichen Haftung. Wie die Vergangenheit gezeigt hat, scheitern Versuche, diese Richtlinien zur Rechtfertigung einer unlauteren Verbindung oder eines Verstosses zu nutzen. Die FIFA vertraut darauf, dass ihren Anfragen entsprochen wird und ihre Rechte eingehalten werden. Aus diesem Grund behält sie sich alle Rechte ausdrücklich vor.

Diese Richtlinien behandeln nur Rechte, die Eigentum der FIFA sind, und enthalten oder liefern keine Stellungnahmen zu Rechten von Drittparteien wie Spielern, Klubs, Mitgliedsverbänden, Konföderationen, FIFA-Geschäftspartnern oder anderen Unternehmen, Organisationen und/oder Personen.

A. MEDIEN

A1. PRINT- UND DIGITALE MEDIEN

Redaktionelle Nutzung

Die rechtmässige redaktionelle Nutzung z. B. für Artikel, die eigens über das Turnier berichten, begründet keine unzulässige Verbindung. Das offizielle geistige Eigentum darf aber nicht als fester Bestandteil des Layouts einer Publikation, etwa als Elemente der Marke einer Publikation, oder alleine, statisch oder in wiederkehrender Form (insbesondere etwa in Form der wiederholten Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in der Ecke einer Sonderausgabe oder auf jeder folgenden Webseite einer Sonderrubrik einer Website) genutzt werden.



Gewerbliche Nutzung

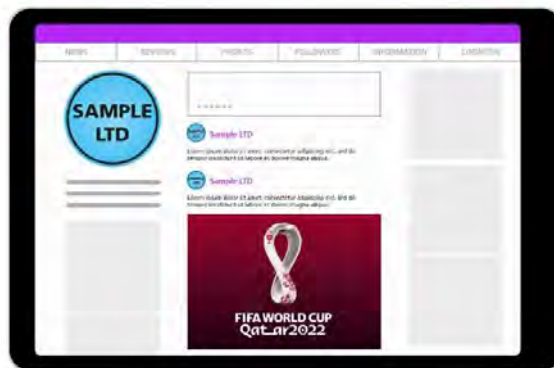
Das offizielle geistige Eigentum darf nicht zusammen mit oder in der Nähe eines Firmenlogos oder eines geschäftlichen Hinweises wie „Präsentiert von ...“, „Unterstützt durch ...“, „Gesponsert von ...“ etc. genutzt werden.



A2. SOZIALE MEDIEN

Posten von Bildern des offiziellen geistigen Eigentums

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums ohne geschäftliche Absichten ist grundsätzlich zulässig. Die übermäßige Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums kann aber den Eindruck einer Verbindung mit dem Turnier oder der FIFA erwecken und ist deshalb zu vermeiden.

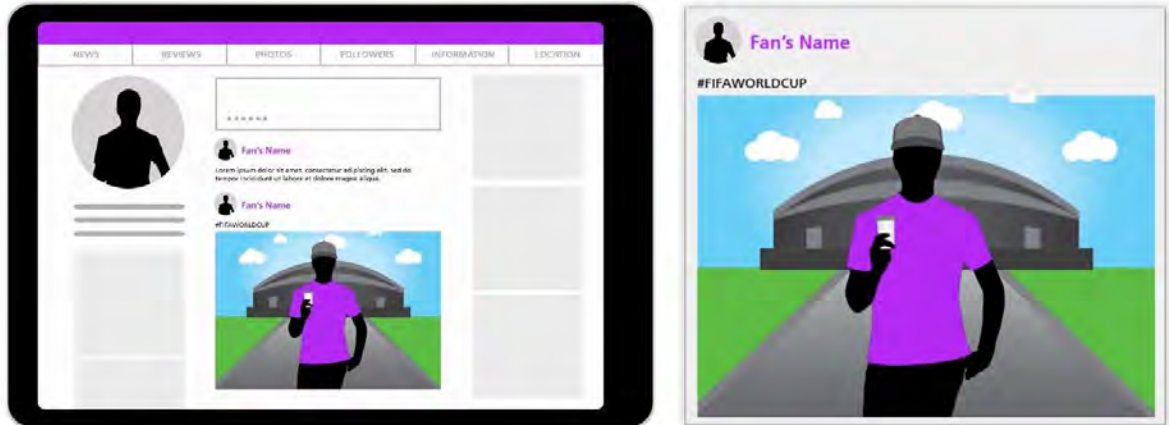


Retweeten oder Teilen offizieller Inhalte

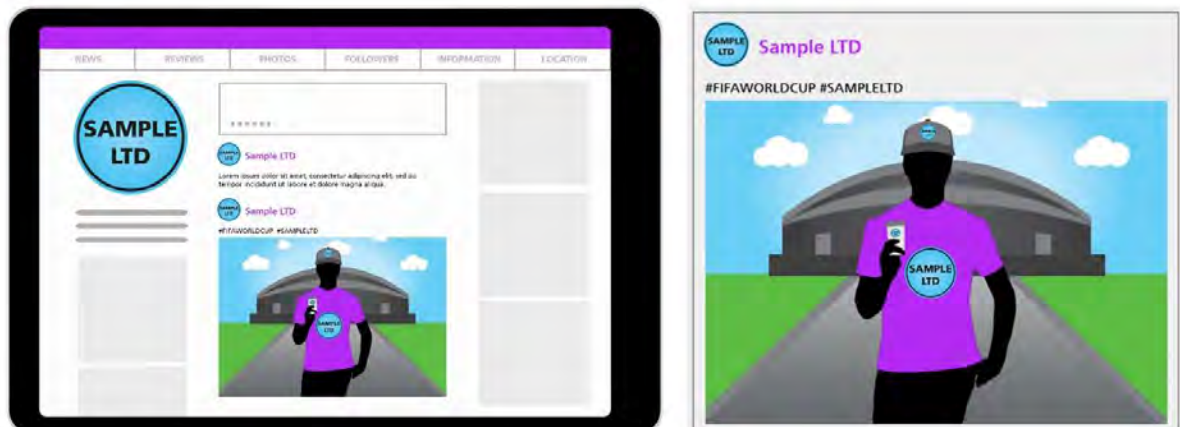
Fans dürfen offizielle Inhalte der FIFA oder offiziellen FIFA-Turnierkonten zu nicht gewerblichen Zwecken retweeten oder teilen. Das Retweeten oder Teilen offizieller Inhalte für gewerbliche Zwecke ist ein exklusives Recht von Inhabern von FIFA-Rechten.

Hashtags

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in Hashtags ohne gewerblichen Nutzen ist grundsätzlich zulässig.



Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in Hashtags von (Unternehmens-)Profilen mit gewerblichem Nutzen, um auf diese Profile und/oder andere Unternehmen oder Marken aufmerksam zu machen, erzeugt eine Geschäftsverbindung mit dem Turnier und/oder der FIFA und ist deshalb der FIFA und den Inhabern von FIFA-Rechten vorbehalten.



A3. MOBILETELEFON- UND INTERNETDIENSTE UND -APPS

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums oder die Übertragung von Inhalten für geschäftliche Zwecke in Apps und/oder auf anderen Mobiltelefon- oder Internetdiensten ist nicht erlaubt.

Die redaktionelle/informative Nutzung des Turniers ist zulässig, solange nicht der Eindruck entsteht, dass der Dienst in irgendeiner Weise mit dem Turnier oder der FIFA verbunden ist. Namen oder Titel solcher Dienste oder Apps dürfen das offizielle geistige Eigentum nicht so verwenden, dass der Eindruck entsteht, dass diese von der FIFA unterstützt werden, z. B. indem der vollständige Turniernamen oder das offizielle Emblem verwendet wird



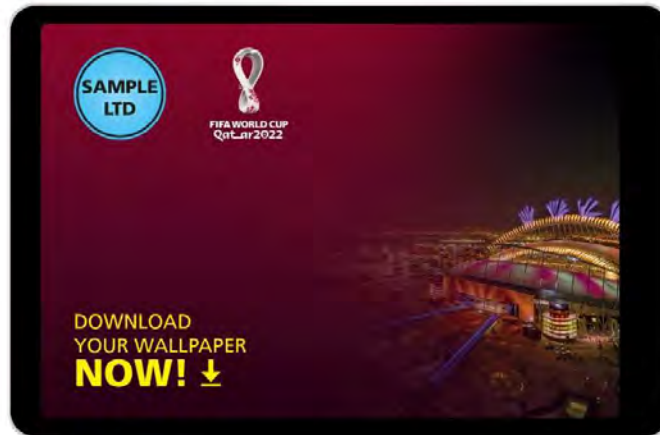
A4. DOMAINNAMEN, URL UND HYPERLINKS

Das offizielle geistige Eigentum darf nur mit Erlaubnis der FIFA in Domainnamen integriert werden. Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in URL oder Hyperlinks von geschäftlichen Websites ist nicht erlaubt.



A5. WEBSITES (ERSCHEINUNGSBILD)

Das offizielle geistige Eigentum darf nicht als Teil des Designs einer Website oder Webseite (einschliesslich Hintergrundbild und -struktur) genutzt werden, wenn dadurch der Eindruck einer Verbindung mit dem Turnier oder der FIFA entsteht.



A6. BLOGS

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums auf redaktionellen Blogs, die über das Turnier berichten oder informieren und keine gewerblichen Inhalte oder Werbung aufweisen, begründet grundsätzlich keine unzulässige Verbindung und ist folglich erlaubt.



B. KOMMERZIELLE WERBUNG

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in kommerzieller Werbung erzeugt wahrscheinlich eine unzulässige Verbindung und ist deshalb zu vermeiden.



C. WETTBEWERBE, SPIELE UND LOTTERIEN

Wettbewerbe, Spiele und Lotterien, die das offizielle geistige Eigentum nutzen oder eine Geschäftsverbindung mit dem Turnier herstellen, sind nicht zulässig, es sei denn, die FIFA hat ihre Erlaubnis erteilt.



D. TICKETAKTIONEN

Turniertickets („Tickets“) dürfen nicht für Werbezwecke, Preisausschreiben, Bonusprogramme, Onlineauktionen oder sonstige Kundenwerbeaktionen verwendet werden, es sei denn, die FIFA hat ihre Erlaubnis erteilt oder diese werden in Zusammenarbeit mit einem Inhaber von FIFA-Rechten organisiert.



Tickets, die über unzulässige Ticketaktionen erworben werden, werden annulliert und gewähren keinen Zutritt zum Stadion.

E. SPIELPLAN

Redaktionelle Nutzung

Die redaktionelle, nicht gewerbliche Nutzung oder Kopie des offiziellen FIFA-Spielplans begründet keine unzulässige Verbindung und ist folglich grundsätzlich erlaubt.



Gewerbliche Nutzung

Die gewerbliche Nutzung des Spielplans zusammen mit oder in der Nähe eines Firmenlogos oder eines geschäftlichen Hinweises wie „Präsentiert von ...“, „Unterstützt durch ...“, „Gesponsert von ...“ etc. ist nicht erlaubt.



Hinweis: Der Spielplan des Turniers ist in vielen Ländern urheber- und immaterialgüterrechtlich geschützt. Nachrichtenmedien dürfen den Spielplan separat oder als Teil einer Publikation zur Information der Öffentlichkeit über das Turnier veröffentlichen. Sämtliche unzulässigen gewerblichen Markenbezeichnungen von Drittparteien auf, in der Nähe von oder im Zusammenhang mit dem Spielplan sind zu vermeiden.

F. COUNTDOWN-UHREN UND -TICKER

Mit Geschäftsmarken versehene Tools, die die Zeit bis zum Turnier herunterzählen (ob physisch oder online), begründen eine unzulässige Verbindung.



G. UNTERNEHMEN

G1. FIRMENNAMEN

Das offizielle geistige Eigentum darf ohne die Erlaubnis der FIFA in keiner Weise als Teil eines Firmennamens genutzt werden.



G2. INNENAUSSTATTUNG (RESTAURANTS, BARS, LADENGESCHÄFTE ETC.)

Innenausstattung, die sich allgemein auf den Fussball oder ein Land bezieht, begründet keine unzulässige Verbindung und ist grundsätzlich erlaubt.



Das offizielle geistige Eigentum darf nur mit der Erlaubnis der FIFA oder über einen Inhaber von FIFA-Rechten in Innenausstattungen genutzt werden.



G3. WAREN

Waren mit Begriffen, die sich allgemein auf den Fussball und/oder Ländernamen oder Landesflaggen beziehen, stellen keine Verletzung der FIFA-Rechte dar.



Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums oder Elementen davon auf Waren ist ein Exklusivrecht der Inhaber von FIFA-Rechten und folglich unzulässig. Wie Sie FIFA-Inhaber von Rechten werden können, erfahren Sie in Kapitel 8.



H. PUBLIC VIEWING

Zugelassene Public-Viewing-Veranstalter müssen sich an das FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen halten und eine Lizenz der FIFA oder von deren Medienrechtslizenznehmern erwerben.

Andere öffentliche Aufführungen mit bewegten Bildern der Turnierspiele sollten auf die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums oder von Werbesponsoring, das eine unzulässige Verbindung zwischen der FIFA und/oder dem Turnier sowie Dritten, die keine FIFA-Rechte besitzen, verzichten.

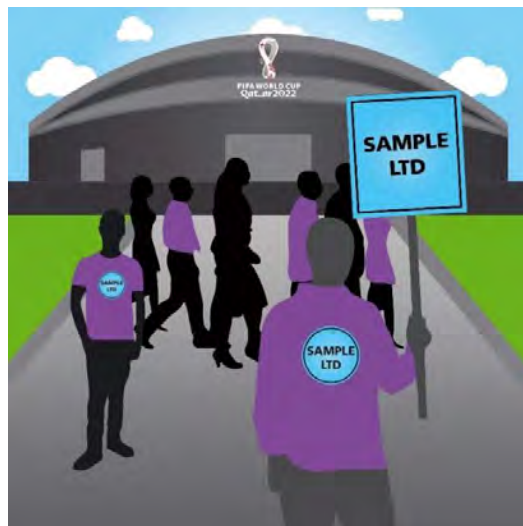
Im Vorfeld des Turniers wird auf FIFA.com das Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Katar 2022™ veröffentlicht.



I. VOR ORT BEIM TURNIER

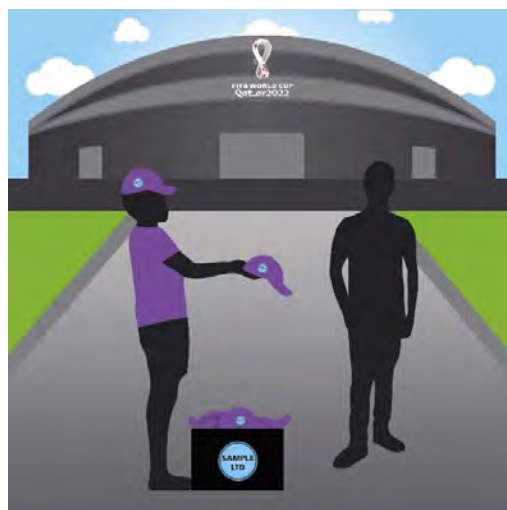
11. HOSPITALITY-GÄSTE

Fangruppen, einschliesslich Hospitality-Gästen, dürfen keine Gegenstände mit denselben Nicht-FIFA-Marken, einschliesslich Wegweisern, die Gruppen den Weg ins Stadion weisen, zur Schau stellen oder tragen, die eine unzulässige Verbindung begründen und gegen die Ticketing-Geschäftsbedingungen verstossen. Dazu gehören Kleider, Fahnen und andere Gegenstände, die den Fans abgegeben werden.



12. ABGABE VON MARKENARTIKELN

Die Abgabe von Markenartikeln an Spieltagen im Umkreis des Stadions ohne die nötige Bewilligung ist nicht erlaubt, da sie eine unzulässige Verbindung der entsprechenden Marke mit dem Turnier begründet und den Eindruck einer Sponsoringbeziehung erweckt.



8 – KONTAKTANGABEN UND BETEILIGUNGSMÖGLICHKEITEN

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Unternehmen oder Einzelpersonen vom Turnier profitieren und sich daran beteiligten können, ohne das offizielle geistige Eigentum zu nutzen oder sich geschäftlich an das Turnier anzubinden, z. B.:

- Bieten Sie für das Turnier verschiedene Dienstleistungen an:
 - Infrastruktur
 - Beteiligung an Veranstaltungen und Aktionen der FIFA und/oder des Obersten Rats für Organisation und Nachhaltigkeit
 - Catering
 - Speise- und Getränkekonzessionen
 - Reinigungsdienste und Abfallbeseitigung
 - privater Sicherheitsdienst
 - Möbellieferungen
- Informieren Sie sich bei den Inhabern von FIFA-Rechten über die Möglichkeiten, sich an gemeinsamen Werbeaktionen zu beteiligen.
- Wenden Sie sich an Ihren nationalen Fussballverband, um den Fussball vor Ort zu unterstützen.

Mehr erfahren Sie auf [FIFA.com](https://www.fifa.com) oder unter den in den einzelnen Kapiteln angegebenen Kontaktangaben.

Sponsoring

Wenn Sie Inhaber von FIFA-Rechten oder Sponsor werden möchten, wenden Sie sich bitte an sales@fifa.org.

Lizenzierung

Wenn Sie sich für die Lizenzangebote interessieren, wenden Sie sich bitte an retail-licensing@fifa.org.

Public Viewing

Informationen zu Public-Viewing-Veranstaltungen oder zur Beantragung einer Public-Viewing-Lizenz für das Turnier erhalten Sie bei publicviewing@fifa.org.

Markenantrag

Anträge für die redaktionelle Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums sind über die Schaltfläche „MARK REQUEST FORM“ im digitalen Archiv der FIFA (www.fifadigitalarchive.com) einzureichen.

Unzulässige Kartenverkäufe/-aktionen

Meldungen zu unzulässigen Kartenverkäufen/-aktionen oder zum Kauf mutmasslich gefälschter Tickets nehmen wir unter ticketenforcement@fifa.org jederzeit gerne entgegen.

Unzulässige Nutzung von FIFA-Immaterialgüterrechten

Meldungen zur unzulässigen Nutzung von FIFA-Immaterialgüterrechten nehmen wir unter brandprotection@fifa.org jederzeit gerne entgegen.