



FIFA WORLD CUP  
RUSSIA 2018

# Richtlinien für die Nutzung offizieller FIFA-Marken

April 2018, Version 2



## **Inhalt**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 - EINLEITUNG .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>2 - UNTERSTÜTZUNG VON RECHTEINHABERN DER FIFA.....</b>                            | <b>5</b>  |
| <b>3 - BEDEUTUNG DES SCHUTZES DER VERANSTALTUNGSMARKE .....</b>                      | <b>6</b>  |
| <b>4 - FIFA-RECHTEINHABER .....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>5 - VORTEIL NUTZEN OHNE EINE UNBEFUGTE ASSOZIATION ZU SCHAFFEN.....</b>           | <b>9</b>  |
| <b>6 - OFFIZIELLE MARKEN .....</b>   | <b>10</b> |
| <b>7 - ANWENDUNGSBEISPIELE.....</b>  | <b>15</b> |
| <b>8 - MEDIENINFORMATION .....</b>   | <b>29</b> |
| <b>9 - KONTAKTDATEN UND WAS SIE TUN KÖNNEN, WENN SIE SICH ENGAGIEREN WOLLEN...31</b> |           |

Diese Richtlinien dienen der Öffentlichkeit als Orientierung und Information über die Nutzung von offiziellen Marken der FIFA in Bezug auf die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™.

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™ („Veranstaltung“), 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.

Angesichts der enormen Kosten, die ein so grosses Ereignis verursacht, könnte die FIFA das Turnier ohne die erhebliche Unterstützung ihrer Sponsoren und Lizenznehmer, des Gastgeberlands, der Spielorte sowie des LOC nicht ausrichten. Diese Akteure leisten alle einen unverzichtbaren finanziellen Beitrag, damit 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, damit die Veranstaltung stattfinden kann. Als Gegenleistung für ihre Unterstützung wird den 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 der Veranstaltung 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 für die Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ massgebend, 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 Marketingprogrammen, Übertragungsrechten und Hospitality-Paketen beteiligt. Ihnen werden zudem Werbe- und Promotionsrechte im Zusammenhang mit der FIFA bzw. der Veranstaltung gewährt („Rechteinhaber“). Die FIFA hat bis dato folgende Rechteinhaber ernannt:

### GESCHÄFTSPARTNER

FIFA-Geschäftspartner erwerben ein Sponsoringpaket, das auf einem dreistufigen System aus FIFA-Partnern, Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ und Regionalen Förderern beruht. Die Liste wird laufend aktualisiert, sobald neue Geschäftspartner hinzukommen.

#### 1. FIFA-Partner

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



#### 2. Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ sind sechs bis acht Unternehmen, denen die FIFA das zweitemfassendste Paket an globalen Werbe-, Promotions- und Marketingrechten in Bezug auf die Veranstaltung gewährt hat oder gewähren wird. Folgende Unternehmen sind derzeit Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™.



#### 3. Regionale Förderer

Bei den Regionalen Förderern handelt es sich um insgesamt bis zu 20 Unternehmen, mit maximal vier Unternehmen pro Region, denen die FIFA ein Paket aus Werbe-, Promotions- und Marketingrechten in Bezug auf die Veranstaltung für ihr spezifisches Gebiet gewährt.

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



Folgende Unternehmen sind momentan Regionale Förderer:



### MEDIENRECHTSLIZENZNEHMER

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

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

### MARKEN-/NEUTRALE LIZENZNEHMER

Marken-/neutrale Lizenznehmer sind Unternehmen, denen die FIFA das Recht gewährt, Produkte mit den offiziellen Marken - offizielle Lizenzprodukte - zu entwickeln, herzustellen und zu vertreiben.

- **Offizielle Markenlizenzprodukte:** offizielle Produkte, die die offiziellen Marken der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ und die (Unternehmens-)Marken des Lizenznehmers tragen
- **Neutrale offizielle Lizenzprodukte:** offizielle Produkte, die nur die offiziellen Marken der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ tragen

### HOSPITALITY

Die FIFA hat der MATCH Hospitality AG die weltweiten Exklusivrechte für das FIFA-Hospitality-Programm für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ gewährt. Nur dieses Unternehmen darf über seine ausgewiesenen Vertriebsstellen weltweit exklusive Hospitality-Pakete anbieten.

Weitere Einzelheiten zu den verschiedenen FIFA-Rechteinhabern finden Sie auf [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com).

## 5 – VORTEILE NUTZEN, OHNE EINE UNBEFUGTE ASSOZIATION ZU SCHAFFEN

Die Erfahrungen aus früheren Ausgaben 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 bewerben und von den Marketingmöglichkeiten im Zusammenhang mit der Veranstaltung profitieren möchten. 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 durchführen, 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 unerlaubte Assoziation mit der Veranstaltung bzw. der FIFA geschaffen wird.
- Jede Nutzung von geistigem Eigentum der FIFA **ohne vorab schriftlich erteilte Erlaubnis der FIFA** vermag eine unerlaubte Assoziierung mit der Veranstaltung bzw. der FIFA zu bewirken.

Wir empfehlen Ihnen, sich unabhängig rechtlich beraten zu lassen, um sich zu vergewissern, 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 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 einen Antrag zur Verwendung des offiziellen Emblems oder des offiziellen Maskottchens der Veranstaltung einreichen 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 jeweils zuständige Markenamt in Erfahrung bringen.

### Offizielles Emblem



### Offizieller Pokal



### FIFA-Verbandsmarke



### Offizielles Maskottchen



## Wortmarken

- FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™
- FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™
- FIFA™
- World Cup™
- Чемпионата мира по футболу FIFA™
- ЧМ2018™
- COPA 2018™
- COPA MUNDIAL 2018™
- COUPE DU MONDE 2018™
- MUNDIAL 2018™
- MONDIALI 2018™
- RUSIA 2018™
- RUSSIA 2018™
- Россия 2018™
- WK 2018™
- WM 2018™
- Zabivaka™
- ЗАБИВАКА™
- Gastgeberstadt + Jahr™ (z. B. Moskau 2018™)

## Die offizielle Schriftart

Für die Veranstaltung wurde eigens eine offizielle Schrift kreiert. Sie heisst Dusha und ist durch Urheberrecht und Design geschützt.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMONPQRSTUVWXYZ

1234567890 \$%&(.:;'"!?)

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОП

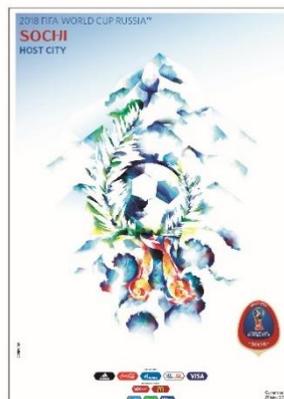
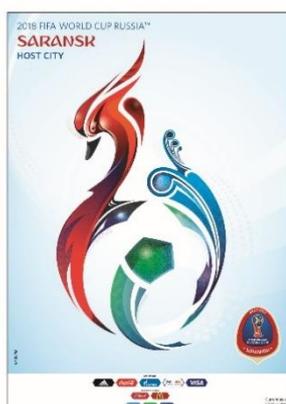
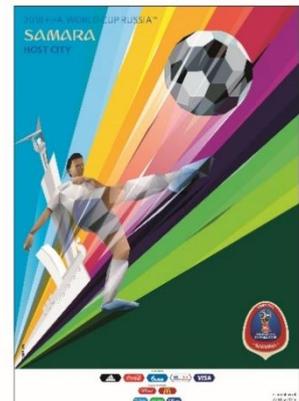
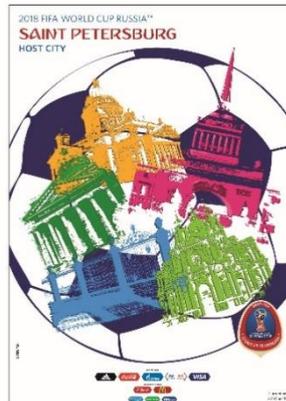
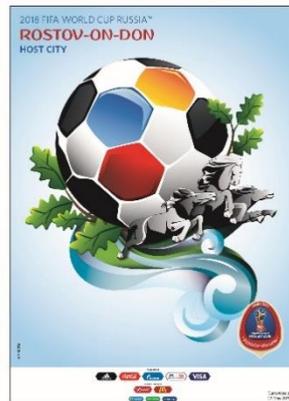
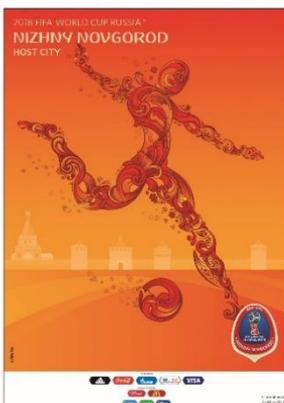
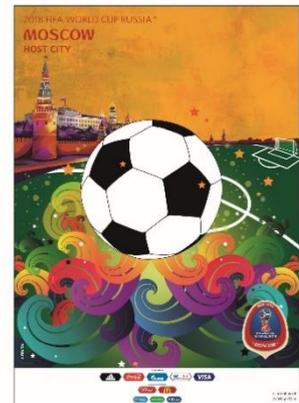
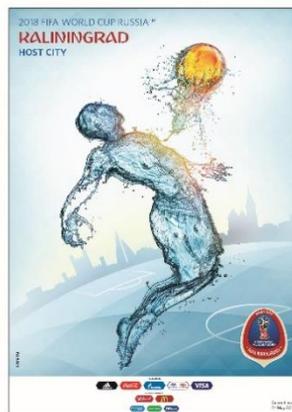
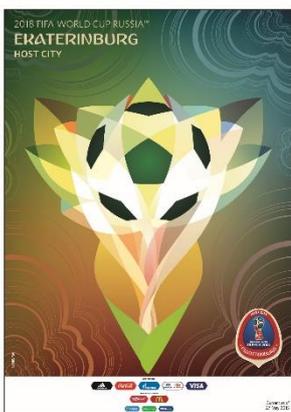
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯабвгдежзийклмноп

рстуфхцчшщъыьэюяё

Offizielles Plakat



Offizielle Plakate der Gastgeberstädte



## Offizielles Erscheinungsbild

Das offizielle Erscheinungsbild der Veranstaltung umfasst eine Gesamtheit von mehr als 100 separaten Elementen, die in verschiedenen Kompositionen zusammengestellt sind oder einzeln genutzt werden, dies stets in Kombination mit dem offiziellen Emblem und Schriftzug (allgemeine russlandspezifische Abbildungen und spielortspezifische Abbildungen).

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

Folgende Abbildungen sind Beispiele der obengenannten Kompositionen:

- **Allgemeine russlandspezifische Komposition**

Beinhaltet russlandspezifische Elemente in Kombination mit veranstaltungsspezifischen Elementen wie dem magischen Ball.



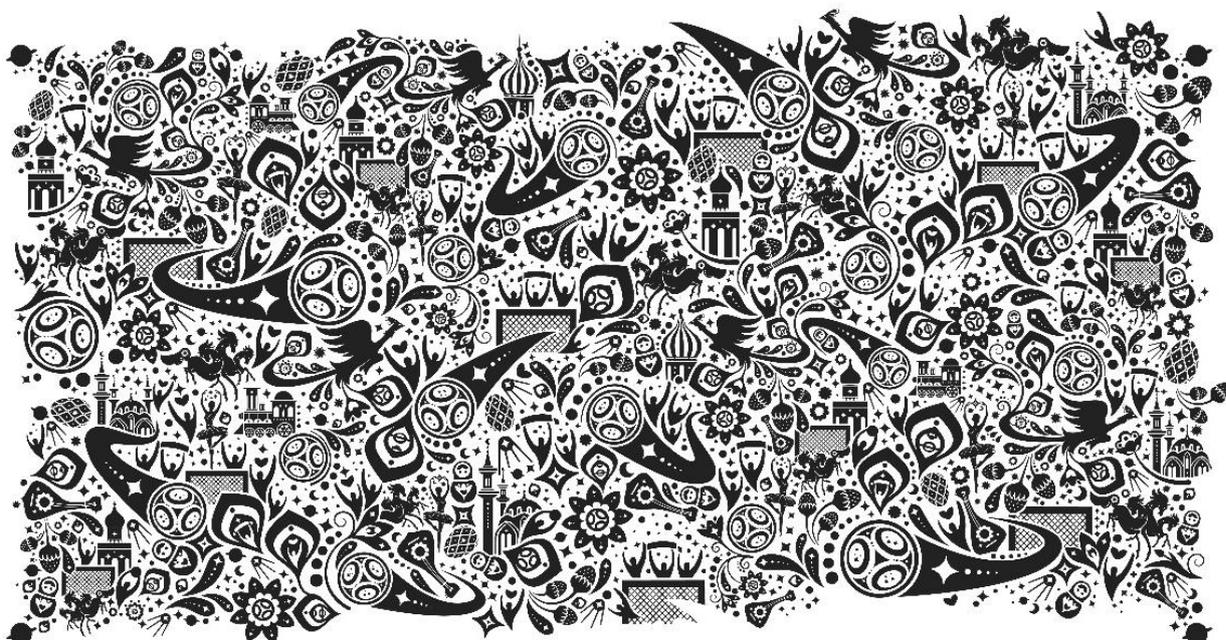
- **Spielortspezifische Komposition**

Beinhaltet spielortspezifische Elemente in Kombination mit veranstaltungsspezifischen Elementen wie dem magischen Ball.



- Hintergrundebene

Abgebildet sind verschiedene Elemente, die gemeinsam das offizielle Erscheinungsbild bilden.



### Offizielle Fan-Fest-Logos

Jeder Spielort wird ein individuelles FIFA Fan Fest™ organisieren. Die FIFA Fan Feste™ werden folgendes Logo zusammen mit einer bildlichen Darstellung des Spielorts tragen.

**FIFA FAN FEST™**

### Offizieller Spielball

adidas hat den „TELSTAR“ als offiziellen Spielball für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ entwickelt.



## 7 – NUTZUNGSBEISPIELE

Dieser Abschnitt soll Dritten dabei helfen, unerlaubte Assoziationen mit dem Turnier zu vermeiden. Es ist an dieser Stelle leider nicht möglich, jedes potenzielle Szenario einer rechtmässigen 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 Nutzungsbeispiele der offiziellen Marken betreffen alle Formen von Print- und digitalen Medien, wie etwa gedruckte Publikationen, TV, Web, Mobil-Anwendungen, Apps und soziale Medien.

*Diese Beispiele dienen allein der Veranschaulichung.*

Diese Richtlinien sollen Unternehmen, die Trittbrettaktionen beabsichtigen, in keiner Weise dabei helfen, die gesetzliche Haftung zu umgehen. Die folgenden Szenarien sind bewusst vereinfacht, damit sie Unternehmen praktisch zeigen, wie sie eine unlautere Assoziation mit der Veranstaltung vermeiden können. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass diese Richtlinien Unternehmen nicht als Rechtfertigung für eine unlautere Assoziation oder Zuwiderhandlung dienen können. Die FIFA vertraut diesbezüglich auf Ihre Unterstützung und Ihre Bereitschaft, den Aufforderungen der FIFA nachzukommen und diese zu 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 von Spielern, Klubs, Mitgliedsverbänden, Konföderationen, FIFA-Geschäftspartnern oder anderen Unternehmen, Organisationen und/oder Einzelpersonen.

## A. PRINT (ZEITUNGEN, ZEITSCHRIFTEN, 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 allein stehend (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

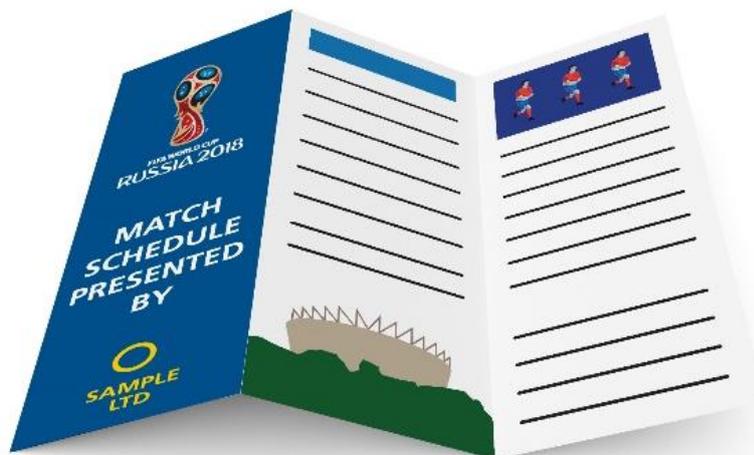
### Redaktionelle Verwendung

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.



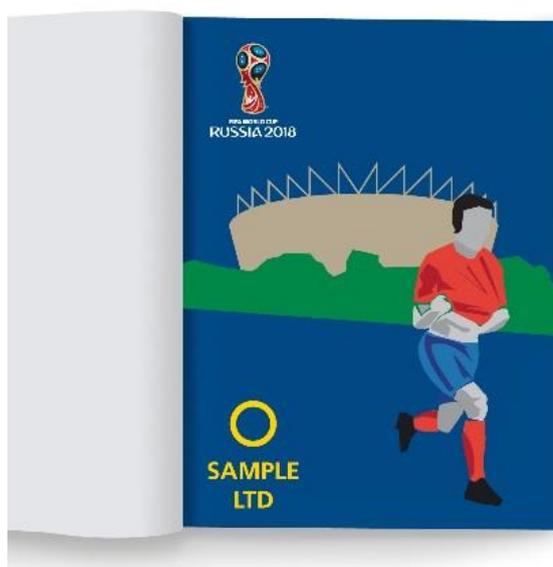
*Der Spielplan der Veranstaltung ist durch Urheberrechte und andere Rechte des geistigen Eigentums in vielen Ländern der Welt geschützt. Nachrichtenmedien dürfen den Spielplan separat oder als Teil einer Publikation veröffentlichen, um die Öffentlichkeit über die Veranstaltung zu informieren, müssen jedoch dafür sorgen, dass sich bei der Veröffentlichung der Spielplan in dessen unmittelbarer Nähe oder in Bezug auf den Spielplan keine unzulässigen kommerziellen Firmenmerkmale befinden.*

### C. ANIMIERTE INHALTE

Offizielle Marken dürfen nicht animiert verwendet werden, es sei denn, dies erfolgt durch oder über die FIFA oder die FIFA-Rechteinhaber.

### D. GESCHÄFTSANZEIGEN

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



### E. WERBEAKTIONEN MIT TICKETS

Tickets dürfen ausschliesslich mit der Erlaubnis der FIFA oder in Zusammenarbeit mit einem FIFA-Rechteinhaber für Werbezwecke wie Preisausschreiben, Prämien, Online-Auktionen und/oder andere Arten von Kundenwerbung genutzt werden.



Tickets, die für unzulässige Zwecke genutzt werden, werden für ungültig erklärt. Die FIFA behält sich zudem das Recht vor, den Inhabern solcher Tickets den Stadionzugang zu verweigern.

## 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. INNENAUSSTATTUNG (RESTAURANTS, BARS, EINZELHANDELSGESCHÄFTE USW.)

- i) Allgemeine fussball- oder länderbezogene Innenausstattung stellen keine unerlaubte Assoziation dar.

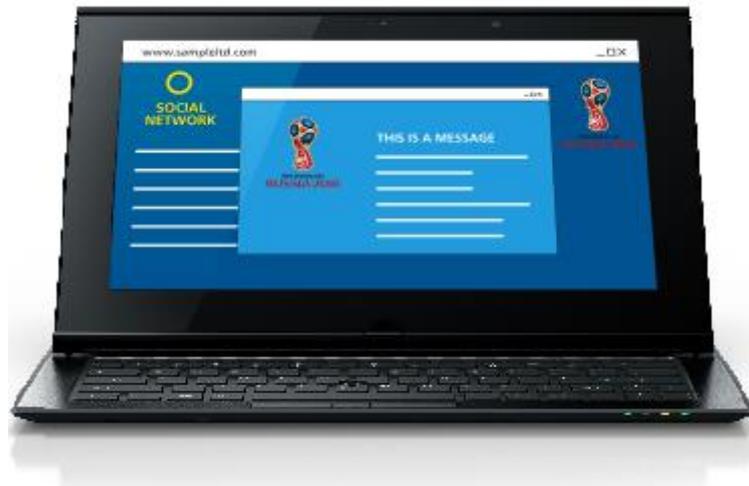


- ii) Offizielle Marken sind für die Verwendung als Innenausstattung unzulässig, sofern dies nicht als Bestandteil oder über eine von FIFA-Rechteinhabern bewilligte interne Promotion oder Werbung erfolgt.



## I. SOZIALE ODER POLITISCHE BOTSCHAFTEN

Werbung mit Bezug zu laufenden/aktuellen Themen wie Religion, Politik oder Gesellschaft darf durch die Verwendung von offiziellen Marken keine unerlaubte Assoziation erzeugen.



## J. FIRMENNAMEN

Offizielle Marken dürfen ohne die Erlaubnis der FIFA oder eines FIFA-Rechteinhabers in keiner Weise als Teil eines Firmennamens verwendet werden.



## K. MERCHANDISE

- i) Artikel mit allgemeinen fussball- oder russlandbezogenen Begriffen oder Nationalflaggen stellen keine Verletzung der FIFA-Rechte dar.



- ii) Die Nutzung offizieller Marken oder deren Bestandteile auf einem Merchandising-Artikel stellt eine Verletzung der FIFA-Rechte dar, weshalb dringend davon abgeraten wird.



## L. DIGITALE MEDIEN (INTERNETPRÄSENZ, 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) Domainnamen/URL:

Im Allgemeinen dürfen offizielle Marken nicht in Domainnamen (oder in eine URL-Identifikation, die vor dem Domainnamen 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](http://www.FIFA.com) siehe 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) Mobile und Internetdienste und -anwendungen:

In mobilen oder Internetdiensten oder -anwendungen wie in Kommunikations-, Inhalts-, Spiel-, Warnungs- oder Benachrichtigungsdiensten oder -anwendungen dürfen keine offiziellen Marken für kommerzielle Zwecke verwendet oder Inhalte gesendet werden. 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 in keiner Weise eine der offiziellen Marken enthalten, die eine Billigung durch die FIFA suggeriert.



v) Erscheinungsbild 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 Übergangswebseite 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 Teilen offizieller Inhalte

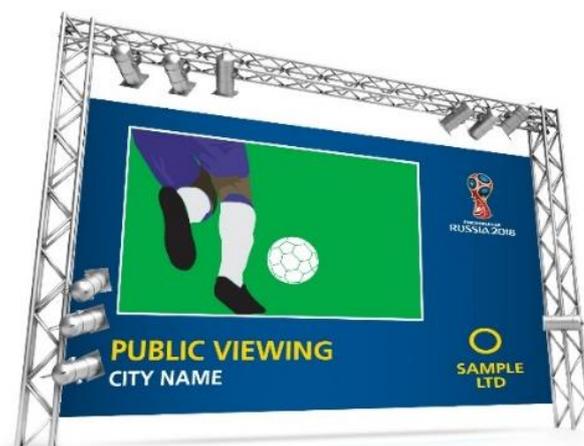
- Das Retweeten oder das Teilen offizieller Inhalte durch Unternehmen zu kommerziellen Zwecken ist unzulässig, sofern das retweetende Unternehmen nicht Rechteinhaber der FIFA ist.
- Das Retweeten oder das Teilen offizieller Inhalte der FIFA, von FIFA-Rechteinhabern oder von offiziellen FIFA-Veranstaltungskanälen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

## M. PUBLIC VIEWING

Public-Viewing-Veranstalter im Besitz einer entsprechenden Erlaubnis müssen das FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen einhalten. Das entsprechende Reglement für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2018™ wird von der FIFA-TV-Subdivision herausgegeben und ist auf FIFA.com zu finden: [http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017\\_november\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017_november_neutral.pdf).

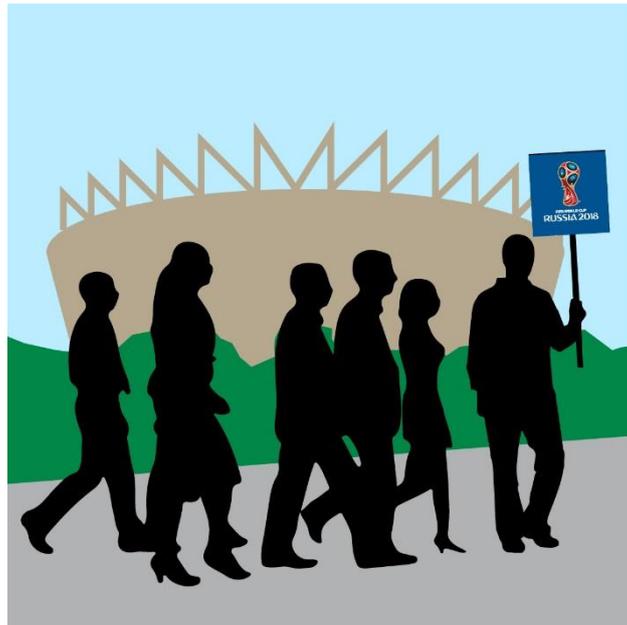
Alle kommerziellen Public-Viewing-Veranstaltungen bedürfen einer Lizenz der FIFA oder der Lizenznehmer ihrer Medienrechte.

Alle anderen öffentlichen Vorführungen bewegter Bilder 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, die nicht FIFA-Rechteinhaber sind, geschaffen werden könnte. Die FIFA-TV-Subdivision ist für die Verwaltung der Public-Viewing-Rechte an FIFA-Wettbewerben, einschliesslich der Lizenzierung dieser Veranstaltungen, verantwortlich.



## N. HOSPITALITY-GÄSTE

Gruppen von Hospitality-Gästen von Mitbewerbern der FIFA-Partner dürfen keine Gegenstände, die mit Marken Dritter versehen sind, zur Schau stellen oder tragen, einschliesslich Wegweisern (d. h. Standwegweiser oder Ähnliches) für Hospitality-Gäste im Stadion, die eine unerlaubte Assoziation herstellen. Dies gilt auch für mit Marken versehene Fahnen und andere mit Marken versehene Gegenstände, die an Hospitality-Gäste verteilt werden.



## 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 nicht kommerzielle, 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.

Die folgenden allgemeinen Leitlinien zeigen, wie die offiziellen Marken zu verwenden sind, sodass das kommerzielle Programm der FIFA und die Rechte ihrer Rechteinhaber respektiert werden. Dieses Dokument zielt keineswegs darauf ab, den Inhalt der Nachrichtenberichterstattung und Editorials der Medien über die Veranstaltung zu kontrollieren oder zu beschränken. Die Nutzungsbeispiele 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 Antragsformular auf der Website [www.FIFAdigitalarchive.com](http://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 FÜR 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 Promotionszwecke verwendet werden, beispielsweise in Verbindung mit einem kommerziellen Preisausschreiben, einer Lotterie oder einer anderen Art von Wettbewerb.

#### Verwendung des Spielplans

Näheres hierzu siehe 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 gilt bei der Verwendung der offiziellen Marken auf Titelseiten von Printmagazinen oder Sonderausgaben. Wenn die offiziellen Marken im Inhalt und Titel solcher Produkte erscheinen, ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass die Verbraucher fälschlicherweise davon ausgehen, dass die Publikation von der FIFA zugelassen ist.

## Verwendung von Eintrittskarten

Die Verwendung von Eintrittskarten für jede Art von Wettbewerb, Gewinnspiel oder Promotion ist ausdrücklich untersagt, es sei denn, diese erfolgt durch einen FIFA-Geschäftspartner oder mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der FIFA.

## 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 zu assoziieren. Sie dürfen die offiziellen Marken zudem in keiner Weise so verwenden, dass Dritte eine unerlaubte Assoziation mit der Veranstaltung erlangen können. Die offiziellen Marken sind deutlich von Werbung Dritter zu trennen, damit Verwechslungen vermieden werden. Äusserste Sorgfalt ist bei Veröffentlichungen oder Abschnitten von Veröffentlichungen walten zu lassen, die von Dritten gesponsert werden, da dort das Risiko einer Verwechslung hoch ist.

## 9 – KONTAKTDATEN UND WIE SIE SICH EINBRINGEN KÖNNEN

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. Im Folgenden einige Beispiele:

- Bereitstellung verschiedener Leistungen:
  - Stadionbau und Innenausstattung
  - von der FIFA bzw. dem LOC durchgeführte Veranstaltungen und Aktivitäten
  - Gastronomie oder Speise- und Getränkekonzessionen
  - Reinigungs- und Abfallwirtschaft
  - private Sicherheitsdienste
  - Möbellieferung
- Treten Sie mit einem der Rechteinhaber der FIFA in Kontakt, um zu erfahren, wie Sie sich als Mitwerbender einbringen können.
- Unterstützung des Fußballs in Ihrem Heimatland, indem sie den nationalen Fußballverband kontaktieren, um herauszufinden, wie Sie sich einbringen können.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com).

### Sponsoren

Wenn Sie Rechteinhaber/Sponsor der Veranstaltung werden möchten, wenden Sie sich bitte an [sales@fifa.org](mailto:sales@fifa.org).

### Lizenzen

Wenn Sie an Lizenzmöglichkeiten interessiert sind, wenden Sie sich für weitere Informationen bitte an [retail-licensing@fifa.org](mailto:retail-licensing@fifa.org).

### Public Viewing

FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen:

Englisch: [http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017\\_november\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017_november_neutral.pdf)

Russisch: [http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/91/01/74/2018fwcregulation-publicviewing-20171113-edhhea-v.2\\_17-03554\\_101\\_en\\_ru\(003\)\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/91/01/74/2018fwcregulation-publicviewing-20171113-edhhea-v.2_17-03554_101_en_ru(003)_neutral.pdf)

Für Informationen zu Public-Viewing-Veranstaltungen wenden Sie sich bitte an [publicviewing@fifa.org](mailto:publicviewing@fifa.org).

Für eine Public-Viewing-Lizenz für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018™ konsultieren Sie bitte <https://publicviewing.fifa.com/2018/default.html>, oder schreiben Sie an [tv@fifa.org](mailto:tv@fifa.org).

### Markenanfragen

Um die Verwendung einer offiziellen Marke zu beantragen, wenden Sie sich bitte an [markrequest@fifa.org](mailto:markrequest@fifa.org).

### **Unbefugte Verkäufe von Tickets/Werbeaktionen mit Tickets**

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

### **Unberechtigte Nutzung geistigen Eigentums der FIFA**

Wir begrüßen es, wenn Sie uns unbefugte Nutzung des geistigen Eigentums der FIFA melden. Schreiben Sie dazu bitte eine E-Mail an [brandprotection@fifa.org](mailto:brandprotection@fifa.org).