

**FIFA<sup>®</sup>**

**Medien- und  
Marketingreglement**

**FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™**



## Inhalt

<b>TEIL A: DEFINITIONEN</b> .....	<b>3</b>
<b>TEIL B: EIGENTUM UND SCHUTZ DER RECHTE</b> .....	<b>9</b>
1. <b>EIGENTUM UND SCHUTZ DER RECHTE</b> .....	<b>9</b>
2. <b>WETTBEWERBSMARKEN</b> .....	<b>12</b>
3. <b>VERBOT VON TRITTBRETTAKTIONEN UND ANDERER VERSTÖSSE</b> .....	<b>13</b>
<b>TEIL C: WETTBEWERB</b> .....	<b>15</b>
4. <b>EINLEITUNG</b> .....	<b>15</b>
5. <b>NUTZUNG VON MEDIENRECHTEN</b> .....	<b>15</b>
6. <b>NUTZUNG DER MARKETINGRECHTE</b> .....	<b>16</b>
7. <b>AUSRÜSTUNG, ANDERE TEILE UND GETRÄNKE IM KONTROLLIERTEN BEREICH</b>	<b>16</b>
8. <b>BESTIMMUNGEN FÜR DIE OFFIZIELLEN TRAININGSANLAGEN</b> .....	<b>20</b>
9. <b>MEDIENVERANSTALTUNGEN UND ZUSAMMENARBEIT MIT MEDIEN IN KONTROLLIERTEN BEREICHEN</b> .....	<b>21</b>
10. <b>BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR TEAMHOTELS</b> .....	<b>24</b>
11. <b>VERANSTALTUNGEN VON TEILNEHMENDEN KLUBS</b> .....	<b>24</b>
12. <b>POKALREGLEMENT</b> .....	<b>30</b>
13. <b>ZULÄSSIGE VERWENDUNG VON WETTBEWERBSMARKEN</b> .....	<b>33</b>
14. <b>WETTBEWERBSTICKETING</b> .....	<b>36</b>
<b>TEIL D: VERSCHIEDENES</b> .....	<b>37</b>
15. <b>VERSCHIEDENES</b> .....	<b>37</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>39</b>

## **TEIL A: DEFINITIONEN**

**Ausrichtender Mitgliedsverband:** katarischer Fussballverband, der von der FIFA mit der Organisation, Ausrichtung und Durchführung des Wettbewerbs beauftragt worden ist.

**Ausrüstung:** alle Kleidungsstücke und Ausrüstungsteile, die in Anhang A des Ausrüstungsreglements aufgeführt sind, einschliesslich Teilen der Spielausrüstung, der besonderen Ausrüstung und der weiteren Ausrüstung.

**Ausrüstungsreglement:** das vom FIFA-Exekutivkomitee oder gegebenenfalls vom FIFA-Rat verabschiedete FIFA-Ausrüstungsreglement in dessen anwendbarer Form einschliesslich sämtlicher möglicher Änderungen.

**Besondere Ausrüstung:** Ausrüstungsteile, die nicht zur Spielausrüstung gehören.

**Bordrechte:** i) alle Rechte, über eine beliebige Medienplattform Audio-, unbewegtes oder bewegtes Bild- oder audiovisuelles Material, Daten- und/oder Textmaterial von und/oder im Zusammenhang mit dem Wettbewerb und/oder Wettbewerbsfeiern (oder Teilen davon) live oder anderweitig im Rahmen eines Bordunterhaltungsprogramms in einem beliebigen Flugzeug auszustrahlen und/oder vorzuführen, sowie ii) alle Rechte, alle gewerblichen Möglichkeiten (einschliesslich u. a. Sendesponsoring und Werbezeit) auszuschöpfen, die sich aus und/oder im Zusammenhang mit der Ausstrahlung und der Vorführung ergeben.

**Digitales Klubmedium:** digitales Medium, das durch einen teilnehmenden Klub oder in seinem Namen genutzt oder betrieben wird.

**Digitales Medium:** beliebige Medien- oder Kommunikationsplattform, die in beliebiger Form digitale Inhalte oder Interaktivität nutzt oder ermöglicht (ob bereits bekannt oder künftig entworfen, entwickelt oder erfunden), öffentlich oder nur für eine geschlossene Benutzergruppe zugänglich ist und für persönliche oder geschäftliche Zwecke genutzt wird, einschliesslich sämtlicher Medien und Plattformen, die das Internet, Computer, Mobilfunk und/oder andere digitale Technologie, Plattformen oder Netzwerke zur Verbreitung, Anzeige, Kommunikation oder für andere Funktionen nutzen, wie soziale Medienplattformen wie Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Weibo, VK, Google+, YouTube, flickr etc. oder Blogs, Websites, Apps oder ähnliche Medientools.

**Feste Medienrechte:** alle Rechte, Audio-, unbewegtes oder bewegtes Bild- oder audiovisuelles Material, Daten- und/oder Textmaterial (einschliesslich des Erstsignals (d. h. das fortlaufende internationale Übertragungssignal), Multifeeds, zusätzliche Signale, autonome Berichterstattung, Archivmaterial, Audiosignal und Kommentar) von und/oder im Zusammenhang mit dem Wettbewerb und/oder Wettbewerbsfeiern (oder Teilen davon) durch magnetische, elektronische oder digitale Aufzeichnungsgeräte, einschliesslich BluRay, DVD, Download-to-Own und Download-to-Rent, vorzuführen, zu nutzen und/oder zu vertreiben.

**FIFA-Offizielle:** i) FIFA-Mitarbeiter und weitere FIFA-Offizielle oder akkreditierte Auftragnehmer der FIFA, ii) LOC-Mitarbeiter und weitere LOC-Offizielle, iii) alle aufgegebenen Spieloffiziellen, einschliesslich Schiedsrichter, Schiedsrichterassistenten, vierte Offizielle, fünfte Offizielle, zusätzliche

Schiedsrichterassistenten und Video-Schiedsrichterassistenten, und iv) alle anderen Personen, die Mitglied der FIFA- oder der LOC-Delegation sind.

**FIFA-Partner:** juristische Person (mit Ausnahme des Titelsponsors), der die FIFA in Bezug auf die FIFA, ihre Tätigkeit und die Fussballwettbewerbe, die von der FIFA oder unter deren Leitung veranstaltet werden, einschliesslich des Wettbewerbs, das umfangreichste Paket weltweiter Werbe-, PR- und Marketingrechte gewährt. Die FIFA-Partner haben Anrecht auf die engste verfügbare gewerbliche Anbindung an die FIFA und die Fussballwettbewerbe, die von der FIFA oder unter deren Leitung veranstaltet werden.

**FIFA-TV-Teamcrews:** Filmcrews, die von der FIFA und/oder deren Auftragnehmern ausgewählt und kontrolliert werden und damit beauftragt sind, während des gesamten Aufenthalts eine Teamdelegation auf dem Wettbewerbsgebiet in jedem kontrollierten Bereich, in Medienzentren der teilnehmenden Klubs und an anderen von der FIFA bestimmten Standorten u. a. bewegte und unbewegte Bilder aufzunehmen.

**Geschäftspartner:** Unternehmen/Organisationen, denen die FIFA oder ein Bevollmächtigter der FIFA Sponsoringrechte im Zusammenhang mit dem Wettbewerb gewährt, namentlich der Titelsponsor, die FIFA-Partner, Nationale Förderer und Markenlizenznehmer. Nicht eingeschlossen sind Lizenznehmer von Medienrechten.

**Immaterialgüterrechte:** alle Immaterialgüter- und anderen Eigentumsrechte beliebiger Art, ungeachtet davon, wie sie entstehen, in welchen Medien sie bestehen und ob sie eingetragen oder eintragbar sind, einschliesslich Warenzeichen, Dienstleistungsmarken, Handelsbezeichnungen, Handelsaufmachungen, eingetragener Designs, Urheberrechten, Urheberpersönlichkeitsrechten, Domainnamen und sämtlichen Anwendungen zum Schutz oder zur Eintragung solcher Rechte sowie aller Erneuerungen und Ausweitungen davon und des Goodwills auf der ganzen Welt.

**Klubgäste:** alle Vertreter, Mitarbeitenden, Familienangehörigen, Unternehmen, Klub-Geschäftspartner und anderen Klub-Vertragspartner, Privatgäste und andere Personen oder Organisationen, denen ein teilnehmender Klub für den Wettbewerb Karten zuteilt.

**Klub-Geschäftspartner:** alle gewerblichen Partner der teilnehmenden Klubs, einschliesslich angeschlossener Unternehmen, Lizenznehmer, Agenten, Sponsoren, Marketingpartner, Medienpartner und anderer gewerblicher Partner, die vom betreffenden teilnehmenden Klub oder seinem Bevollmächtigten direkt oder indirekt bezeichnet wurden.

**Klubmarken:** alle Symbole, Embleme, Logos, Marken oder Bezeichnungen, die die teilnehmenden Klubs besitzen und/oder kontrollieren, einschliesslich aller Entsprechungen in anderen Sprachen und aller eingetragenen oder nicht eingetragenen Abwandlungen.

**Klub-Medienveranstaltung:** Medienaktivität wie Medienkonferenz/Interview, die durch einen teilnehmenden Klub selbst oder in seinem Namen durchgeführt wird und nicht als offizielle FIFA-/LOC-Medienveranstaltung gilt.

**Konföderation:** ein von der FIFA anerkannter Kontinentalverband, sprich die AFC, die CAF, die Concacaf,

die CONMEBOL, die OFC und die UEFA.

**Kontrollierter Bereich:** die folgenden Bereiche:

- (i) alle Wettbewerbstadien
- (ii) alle offiziellen Trainingsanlagen
- (iii) alle Team- und FIFA-Hotels
- (iv) alle Orte, an denen offizielle FIFA/LOC-Medienveranstaltungen stattfinden
- (v) alle Orte, an denen zusätzliche offizielle Veranstaltungen wie FIFA-Bankette etc. stattfinden
- (vi) internationales Sendezentrum oder internationales Sendekoordinationszentrum (je nach Grösse gemäss Information der FIFA vor dem Wettbewerb)
- (vii) alle Akkreditierungszentren
- (viii) sämtliche Bereiche, die nur mit einer offiziellen Wettbewerbsakkreditierung zugänglich sind (u. a. Umkleidekabinen der Teams, Tribünen, gemischte Zonen, Interviewräume, Medien- und Fernsehzentren und VIP-Bereiche), sowie die Orte aller offiziellen Veranstaltungen, Medienkonferenzen und Medienveranstaltungen der FIFA und des LOC im Zusammenhang mit dem Wettbewerb

**LOC:** lokales Organisationskomitee für den Wettbewerb, das vom ausrichtenden Mitgliedsverband als eigene Geschäftseinheit zur Ausrichtung und Durchführung des Wettbewerbs auf dem Wettbewerbsgebiet gegründet wurde, einschliesslich aller Tochtergesellschaften dieser Geschäftseinheit.

**Marketingrechte:** für alle Medien alle Werbe- und PR-Rechte, Abtretungs- und Anbindungsrechte, Geschenk- und Preisrechte, Marketingrechte, Merchandising- und Lizenzierungsrechte, Konzessions-, Sponsoring- und Hospitality-Rechte, Reise- und Tourismusrechte, Ticketing-, Beherbergungs- und Publikationsrechte, Wett-/Spielrechte, Wiederverkaufsrechte, Musikrechte und alle anderen Rechte und/oder damit verbundenen gewerblichen Möglichkeiten in Bezug auf den Wettbewerb, sofern diese Rechte keine Medienrechte sind.

**Medien- und Marketingreglement:** dieses Medien- und Marketingreglement für die FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™.

**Medienrechte:** das Recht auf weltweite Berichterstattung, Aufzeichnung, Übermittlung und anderweitige Nutzung von unbewegten und bewegten Bildern, Audiomaterial, audiovisuellem Material, Text- und Datenmaterial in beliebiger Form (ob bereits bekannt oder künftig entworfen, entwickelt oder erfunden) sowie von jedem Aspekt oder Element des Wettbewerbs innerhalb eines Spielorts, sei es live und/oder zeitverzögert, in einem beliebigen bereits bekannten (einschliesslich Nachfolgetechnologien) oder noch zu erfindenden Medium. Das Recht auf Übertragung und/oder Übermittlung des audiovisuellen Erstsignals (oder eines zusätzlichen Signals) durch ein beliebiges Medium und das Recht auf Übertragung von Radiokommentaren eines beliebigen Wettbewerbsspiels gehören ebenfalls zu den Medienrechten. Medienrechte schliessen ebenfalls das Recht ein, den offiziellen Film des Wettbewerbs und/oder ähnliche audiovisuelle Produkte und Programme aufzuzeichnen, zu produzieren und zu nutzen. Ebenfalls eingeschlossen sind die festen Medienrechte, die öffentlichen Vorführrechte, die Bordrechte, die Schiffsrechte und sämtliche Nachrichtenzugangsrechte.

**Medienrechtlichlizenznehmer:** juristische Person, der die FIFA im Zusammenhang mit u. a. dem Wettbewerb eine Lizenz für die Medienrechte (oder Teile davon) zur Ausübung in bestimmten Gebieten (oder Teilen davon) für eine bestimmte Dauer gewährt hat.

**Mitgliedsverband:** nationaler Fussballverband, der der FIFA angehört, egal, ob dessen Verbandsmannschaft am Wettbewerb teilnimmt oder nicht.

**Mobilgerät:** drahtloses, bereits bestehendes oder noch zu entwickelndes oder zu erfindendes Gerät, das i) für den mobilen Betrieb konzipiert ist oder angepasst wird, ii) Audiomaterial und/oder unbewegte oder bewegte Bilder und/oder audiovisuelles Material verständlich empfangen kann und iii) entweder tragbar oder in einem Fahrzeug eingebaut ist, aber über keinen TV-Empfang verfügt, ob tragbar oder in einem Fahrzeug eingebaut, das keine Telefon- oder andere fest eingebaute Zweiweg-Kommunikationseinrichtung aufweist.

**Nationaler Förderer:** Unternehmen/eine Organisation, dem/der ausschliesslich für den Wettbewerb ein Paket an Werbe-, PR- und Marketingrechten gewährt wird, die allein auf dem Wettbewerbsgebiet ausgeübt werden dürfen.

**Öffentliche Vorführrechte:** i) alle Rechte, über ein beliebiges Medium Audio-, unbewegtes oder bewegtes Bild- oder audiovisuelles Material, Daten- und/oder Textmaterial von und/oder im Zusammenhang mit dem Wettbewerb und/oder Wettbewerbsfeiern (oder Teilen davon) zu übertragen, damit diese einem Publikum in Kinos, Bars, Restaurants, Stadien, Büros, auf Baustellen, Bohrinseln, Wasserfahrzeugen, in Bussen, Zügen, auf militärischen Anlagen, an Bildungseinrichtungen, in Krankenhäusern oder an anderen öffentlichen Plätzen (mit Ausnahme von Flugzeugen und Schiffen) gezeigt, vorgeführt oder anderweitig zugänglich gemacht werden können, ii) alle Rechte, eine Veranstaltung, bei der ein Publikum eine solche Vorführung sehen und/oder hören kann (ungeachtet, ob eine solche Veranstaltung öffentlich zugänglich ist), zu organisieren und durchzuführen, und iii) alle Rechte, alle gewerblichen Möglichkeiten (einschliesslich u. a. Eintrittsgebühren, Sponsoring, Merchandising, Sendesponsoring und Lieferungen), die sich aus solchen Veranstaltungen, Übertragungen oder Vorführungen ergeben, auszuschöpfen.

**Offizielle FIFA/LOC-Medienveranstaltung:** Medienaktivität wie Medienkonferenzen oder Interviews, die in einem Wettbewerbsstadion oder auf einer offiziellen Trainingsanlage durchgeführt wird (unabhängig davon, wer diese Medienkonferenzen oder Interviews organisiert) oder die durch die FIFA oder das LOC organisiert und/oder beaufsichtigt wird (unabhängig davon, wo diese Medienaktivität stattfindet).

**Offizielle Trainingsanlage:** ein Trainingsplatz, der einem teilnehmenden Klub von der FIFA und/oder vom LOC zu Trainingszwecken zur Verfügung gestellt wird (einschliesslich der gesamten Infrastruktur innerhalb oder in unmittelbarer Nähe des Trainingsplatzes). Nicht dazu gehören die Wettbewerbsstadion.

**Offizielles Emblem:** offizielles Emblem des Wettbewerbs, das von der FIFA bezeichnet wird.

**Originaltrophäe:** Original des Pokals der FIFA Klub-Weltmeisterschaft™ (Bild siehe Anhang, Verwendung ausschliesslich zu Informationszwecken), das jederzeit im Besitz und unter der Kontrolle der FIFA bleibt und nicht an das teilnehmende Team, das den Wettbewerb gewinnt, geht.

**Schiffsrechte:** i) alle Rechte, über eine beliebige Medienplattform Audio-, unbewegtes oder bewegtes Bild- oder audiovisuelles Material, Daten- und/oder Textmaterial von und/oder im Zusammenhang mit dem Wettbewerb und/oder Wettbewerbsfeiern (oder Teilen davon) live oder anderweitig im Rahmen eines Unterhaltungsprogramms auf einem beliebigen Schiff in internationalen Gewässern, namentlich in offenen Ozeanen, Meeren und Gewässern der Welt, die a) ausserhalb der territorialen Gewässer einer Nation und b) ausserhalb einer nationalen Gerichtsbarkeit liegen und c) gemäss internationalem Seerecht als solche gelten, auszustrahlen und/oder vorzuführen, sowie ii) alle Rechte, alle gewerblichen Möglichkeiten (einschliesslich u. a. Sendesponsoring und Werbezeit) auszuschöpfen, die sich aus und/oder im Zusammenhang mit der Ausstrahlung und der Vorführung ergeben.

**Siegertrophäe:** Nachbildung der Trophäe, die dem Gewinner des Wettbewerbs überreicht wird.

**Spielausrüstung:** kollektiv alle Teile/Stücke (Trikots, Hosen und Stutzen), die von den Spielern, Auswechselspielern und Trainern der teilnehmenden Teams bei einem Wettbewerbsspiel getragen werden.

**Spieltag:** beliebiger Kalendertag während des Wettbewerbs, an dem ein Wettbewerbsspiel angesetzt ist.

**Teamdelegation:** alle Teamdelegationsmitglieder eines teilnehmenden Klubs.

**Teamdelegationsmitglied:** alle Spieler, Trainer, Manager, Offiziellen, Medienverantwortlichen, Vertreter und Gäste eines teilnehmenden Klubs.

**Teamhotel:** offizielles Hotel (einschliesslich der Hotelanlage), wie das Teamquartier, die Spielort-Teamhotels und alle sonstigen FIFA-Hotels, in dem ein teilnehmendes Team während der Wettbewerbsdauer untergebracht ist.

**Teilnehmender Klub:** einer der sieben Klubs, deren Auswahlteams sich als teilnehmende Teams für den Wettbewerb qualifiziert haben.

**Teilnehmendes Team:** ein Team, das einen teilnehmenden Klub beim Wettbewerb vertritt.

**Titelsponsor:** Unternehmen (sofern vorhanden), das von der FIFA zum präsentierenden Sponsor des Wettbewerbs ernannt wurde, das Recht hat, seinen Namen oder seine Marke in den Wettbewerbsnamen zu integrieren, sowie weitere Werbe- und Marketingrechte in Zusammenhang mit dem Wettbewerb besitzt.

**Trittbrettaktionen:** Versuch eines Unternehmens/einer Organisation, eine unzulässige gewerbliche Anbindung an den Wettbewerb herzustellen oder den Goodwill und die Publizität des Wettbewerbs oder der FIFA auf eine von der FIFA nicht ausdrücklich erlaubte Weise auszunutzen.

**Wettbewerb:** Endrunde der FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™, die unter der Leitung der FIFA veranstaltet wird.

**Wettbewerbsdauer:** Zeitraum, beginnend zehn Werktage vor dem ersten Wettbewerbsspiel bis fünf Tage

nach dem letzten Wettbewerbsspiel.

**Wettbewerbsgebiet:** Territorium von Katar.

**Wettbewerbsmarken:** folgende Marken (in allen Sprachen):

- die Wortmarke „FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™“ (einschliesslich der Entsprechungen in sämtlichen Sprachen) und jegliche eingetragene oder eintragbare Abwandlung davon
- die Wortmarke „Weltmeisterschaft“ (einschliesslich der Entsprechungen in sämtlichen Sprachen),
- das offizielle Emblem des Wettbewerbs
- das offizielle Maskottchen des Wettbewerbs und der Name des offiziellen Maskottchens (sofern gegeben), das von der FIFA nach Inkraftsetzung dieses Medien- und Marketingreglements entworfen und veröffentlicht wird
- die Originaltrophäe, die im Anhang ausschliesslich zu Informationszwecken aufgeführt ist
- das offizielle Poster des Wettbewerbs (sofern gegeben), das von der FIFA nach Inkraftsetzung dieses Medien- und Marketingreglements entworfen und veröffentlicht wird
- der Wettbewerbsname (gemäss nachfolgender Definition)

**Wettbewerbsname:** folgende offiziellen Namen des Wettbewerbs:

- die Wortmarke „FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™“ (einschliesslich der Entsprechungen in allen Sprachen und Schriftarten sowie des Zusatzes „™“)

**Wettbewerbsreglement:** das von der FIFA erlassene verbindliche Reglement für die FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™, das die Rechte, Pflichten und Aufgaben aller Klubs regelt, die am Wettbewerb teilnehmen.

**Wettbewerbsspiel:** eines der acht Fussballspiele des Wettbewerbs.

**Wettbewerbsstadion:** beliebiges Stadion, in dem Wettbewerbsspiele ausgetragen werden, einschliesslich sämtlicher Bereiche innerhalb des äusseren Sicherheitsrings des betreffenden Stadions.

**Zusammengesetztes Logo:** aus dem offiziellen Emblem des Wettbewerbs und dem Emblem eines teilnehmenden Klubs zusammengesetztes Logo.



## **TEIL B: EIGENTUM UND SCHUTZ DER RECHTE**

### **1. EIGENTUM UND SCHUTZ DER RECHTE**

- 1.1. Eigentum der Rechte: Gemäss Wettbewerbsreglement akzeptieren die teilnehmenden Klubs mit Einreichen des ausgefüllten offiziellen Anmeldeformulars für den Wettbewerb beim FIFA-Generalsekretariat, dass gemäss den Bestimmungen dieses Medien- und Marketingreglements sämtliche existierenden oder zukünftigen Medienrechte, Marketingrechte, Immaterialgüterrechte (einschliesslich der Wettbewerbsmarken) und jegliche anderen gewerblichen oder sonstigen Rechte und Möglichkeiten (einschliesslich jeglichen Anrechts an dem und Anspruchs auf den Wettbewerb oder Teile davon) betreffend den Wettbewerb, einschliesslich aller Endrundenspiele und zusätzlicher Veranstaltungen im Rahmen des Wettbewerbs, exklusiv und ausschliesslich Eigentum und in der weltweiten Verfügungsmacht der FIFA sind, dies in deren Eigenschaft als Weltfussballverband sowie auf Grundlage ihrer organisatorischen, logistischen und finanziellen Beiträge, Rolle und Verantwortung.

Vorbehaltlich ausdrücklich anderslautender Bestimmungen in diesem Reglement sind die teilnehmenden Klubs nicht berechtigt, bestehende oder künftige Medienrechte, Marketingrechte, Immaterialgüterrechte (einschliesslich der Wettbewerbsmarken) und/oder andere gewerbliche oder sonstige Rechte und Möglichkeiten (einschliesslich jeglichen Anrechts an dem und Anspruchs auf den Wettbewerb oder Teile davon, einschliesslich aller Wettbewerbsspiele und zusätzlicher Veranstaltungen im Rahmen des Wettbewerbs) direkt oder indirekt zu verwerten.

Die teilnehmenden Klubs fechten in keiner Form das Eigentum der FIFA an bestehenden oder künftigen Medienrechten, Marketingrechten, Immaterialgüterrechten und/oder sämtlichen anderen gewerblichen oder sonstigen Rechten und Möglichkeiten (einschliesslich jeglichen Anrechts an dem und Anspruchs auf den Wettbewerb oder Teile davon, einschliesslich aller Endrundenspiele und zusätzlicher Veranstaltungen im Rahmen des Wettbewerbs) direkt oder indirekt zu verwerten.

- 1.2. Mitwirkung der teilnehmenden Klubs: Grundsätzlich sind alle teilnehmenden Klubs und soweit zulässig jedes Teamdelegationsmitglied verpflichtet, in Bezug auf die Teilnahme ihrer Klubmannschaft am Wettbewerb dieses Reglement strikte einzuhalten. Die teilnehmenden Klubs sorgen dafür, dass dieses Reglement von ihren Teamdelegationsmitgliedern, Geschäftspartnern und anderen Vertragspartnern ebenfalls eingehalten werden. Zu diesem Zweck unterrichten sie ihre Teamdelegationsmitglieder, Geschäftspartner und anderen Vertragspartner umgehend vom Inhalt dieses Medien- und Marketingreglements und verpflichten diese zu deren vollumfänglicher Einhaltung. Die teilnehmenden Klubs weisen ihre Klub-Geschäftspartner darauf hin, dass sie im Zusammenhang mit dem Wettbewerb keinerlei Marketing- und Medienrechte besitzen und ihnen Werbeaktionen unter Verwendung der FIFA-Marken, der Wettbewerbsmarken oder anderer Marken untersagt sind, die den FIFA- oder den Wettbewerbsmarken zum Verwecheln ähnlich sind.

Die teilnehmenden Klubs sind dazu verpflichtet, die FIFA bei der Klärung von Verletzungen der Immaterialgüterrechte oder Trittbrettaktionen durch Klub-Geschäftspartner zu unterstützen. Es ist den teilnehmenden Klubs ausdrücklich untersagt, ihre Klub-Geschäftspartner in irgendeinem Medium (einschliesslich beliebiges Werbematerial) mit den Wettbewerbs- oder den FIFA-Marken in Verbindung zu bringen, durch die ein Zusammenhang zwischen den Klub-Geschäftspartnern sowie der FIFA oder dem Wettbewerb hergestellt werden könnte.

Die teilnehmenden Klubs verpflichten sich, die FIFA, das LOC und deren Offizielle, Direktoren, Angestellte, Vertreter und andere Hilfspersonen für alle Verbindlichkeiten, Verpflichtungen, Verluste, Schäden, Strafen, Forderungen, Klagen, Geldstrafen und Kosten (einschliesslich angemessener Verfahrenskosten) jeglicher Art zu entschädigen, schadlos zu halten und vor solchen zu schützen, soweit sie im Zusammenhang mit der Verletzung dieses Reglements durch den teilnehmenden Klub, seine Teamdelegationsmitglieder, Geschäftspartner oder andere Vertragspartner stehen.

- 1.3. Kein Recht auf Anbindung: Vorbehaltlich anderslautender Bestimmungen in diesem Medien- und Marketingreglement und/oder ohne gesonderte Erlaubnis der FIFA ist es Dritten verboten, sich auf irgendeine Art mit dem Wettbewerb und/oder der FIFA in Verbindung zu bringen oder direkt oder indirekt den Goodwill des Wettbewerbs oder einzelner Phasen des Wettbewerbs und/oder der FIFA auszunutzen.

Die teilnehmenden Klubs sind verpflichtet, der FIFA jeden Verstoss gegen dieses Medien- und Marketingreglement, von dem sie Kenntnis erlangen, umgehend schriftlich zu melden.

- 1.4. Abtretung von Rechten: Erhält eine Konföderation, der ausrichtende Mitgliedsverband oder ein teilnehmender Klub kraft lokalen oder nationalen Gesetzen oder Bestimmungen im Zusammenhang mit dem Wettbewerb, einem Wettbewerbsspiel oder einer zusätzlichen Veranstaltung, die von der FIFA oder unter ihrer Leitung im Rahmen des Wettbewerbs organisiert wird, (sei es durch die Veranstaltung oder Organisation (im Fall des ausrichtenden Mitgliedsverbands) eines Wettbewerbsspiels, die Teilnahme an einem solchen oder auf andere Weise) Eigentum oder Verfügungsmacht über Rechte (einschliesslich Medien-, Marketing- und Immaterialgüterrechten (einschliesslich der Wettbewerbsmarken), verpflichtet sich die betreffende Konföderation, der ausrichtende Mitgliedsverband oder der betreffende teilnehmende Klub vorbehaltlos, diese Rechte der FIFA unentgeltlich und dauerhaft zur unbeschränkten Nutzung abzutreten, und verzichtet darauf, solche Rechte selbst auszuüben und/oder zu nutzen oder einer Drittpartei ein entsprechendes Nutzungsrecht zu gewähren.

Die betreffende Konföderation, der ausrichtende Mitgliedverband und/oder die teilnehmenden Klubs verpflichten sich, der FIFA auf deren Ersuchen auf eigene Rechnung binnen nützlicher Frist und gemäss den Weisungen der FIFA sämtliche Freizeichnungen oder anderen Dokumente auszustellen, die kraft lokaler oder nationaler Gesetze oder Vorschriften zum Vollzug einer solchen Übertragung und/oder Abtretung dieser Rechte an die FIFA oder des Verzichts dieser Rechte gegenüber der FIFA sowie zur kostenlosen und uneingeschränkten direkten oder indirekten Verwertung sämtlicher Medien-, Marketing-, Immaterialgüter- und anderen bestehenden oder

künftigen gewerblichen oder anderen Rechte und Möglichkeiten durch die FIFA erforderlich sind.

- 1.5. Klubmarken: Im Sinne einer einfacheren Durchsetzung dieses Medien- und Marketingreglements gewähren die teilnehmenden Klubs der FIFA vorbehaltlich der nachfolgenden Bestimmungen hiermit dauerhaft und unentgeltlich das Recht, all ihre Marken und anderen visuellen Kennzeichen der Spielausrüstung und Uniformen in Zusammenhang mit ihrer Teilnahme am Wettbewerb zu nutzen und/oder deren Nutzung zu unterlizenzieren.

In Bezug auf wettbewerbsbezogene Waren erklären sich die teilnehmenden Klubs folglich damit einverstanden, dass die FIFA beliebige Klubmarken (alleine oder in Kombination mit den Klubmarken anderer teilnehmender Klubs) zusammen mit den FIFA-Marken und/oder den Wettbewerbsmarken verwenden und/oder unterlizenzieren darf, sofern die entsprechenden Waren ansonsten keine Kennzeichen tragen. Die teilnehmenden Klubs haben der FIFA (und/oder einem Bevollmächtigten der FIFA) auf Anfrage ihr Einverständnis mit dieser Bestimmung zu bestätigen.

Das Recht der FIFA, solche Klubmarken und visuellen Kennzeichen der Spielausrüstung und Uniformen zu nutzen und/oder deren Nutzung zu unterlizenzieren, ist exklusiv in Bezug auf das Filmen, die Aufzeichnung und Übertragung der Wettbewerbsspiele in jeglichem Medium.

Das Recht der FIFA, solche Klubmarken und visuellen Kennzeichen der Spielausrüstung und Uniformen zu nutzen und/oder deren Nutzung zu unterlizenzieren, ist nicht exklusiv in Bezug auf alle anderen Verwendungszwecke (z. B. zu Werbezwecken für den Wettbewerb oder zur Verwendung in elektronischen Erzeugnissen oder Drucksachen, Videospiele, medienbezogenen Produkten und Diensten, auf Waren, Philatelie- und Numismatikprodukten).

Die FIFA nimmt an der offiziellen, von den jeweiligen teilnehmenden Klubs bestimmten Version der Klubmarken keine Änderungen vor und verzichtet auf die Verwendung von Klubmarken, die

- (i) den Eindruck erweckt, dass ein teilnehmender Klub ein Produkt oder eine Marke eines Unternehmens, einschliesslich der Geschäftspartner, unterstützt,
- (ii) täuschend oder irreführend ist,
- (iii) dem guten Namen, dem Goodwill, dem Ruf, der politischen oder religiösen Unabhängigkeit und dem Ansehen des teilnehmenden Klubs schadet,
- (iv) die Besitzrechte der teilnehmenden Klubs an den Klubmarken gefährden oder beschneiden kann.

Abgesehen von der Nutzung der Klubmarken durch die FIFA zu ausschliesslich redaktionellen Zwecken

- (i) darf die FIFA die Klubmarken nicht alleine verwenden, sondern muss Klubmarken stets

mit mindestens drei anderen Klubmarken oder einer Wettbewerbsmarke verwenden,

- (ii) muss die FIFA dafür sorgen, dass in Merchandising- oder Werbematerial keine einzelne mit anderen Klubmarken verwendete Klubmarke hervorsticht.

- 1.6. Mitwirkung und Einverständnis der Teamdelegation: Zwecks Durchsetzung dieses Reglements verpflichten sich die teilnehmenden Klubs, i) dafür zu sorgen, dass sämtliche Teamdelegationsmitglieder an Foto- und/oder Videoaufnahmen der FIFA teilnehmen (all diese Fotos und Bilder werden von der FIFA gemäss Art. 1 Abs. 6 verwendet oder zu ihrer Nutzung unterlizenzieren) und ii) von sämtlichen Teamdelegationsmitgliedern eine schriftliche Erklärung einzuholen, in der diese der FIFA dauerhaft und unentgeltlich das Recht gewähren, Aufzeichnungen, Namen und Bilder von ihnen (einschliesslich unbewegter und bewegter Bilder), die in Zusammenhang mit der Teilnahme ihrer Teamdelegationsmitglieder an beiden Phasen des Wettbewerbs (u. a. Fotos der Teamdelegationsmitglieder zum Zweck der Akkreditierung) erscheinen oder entstehen, zu verwenden oder deren Nutzung zu unterlizenzieren. Durch die Nutzung der Aufzeichnungen, Namen, Fotos und Bilder (einschliesslich unbewegter und bewegter Bilder) der Teamdelegationsmitglieder darf die FIFA nicht den Eindruck erwecken, ein teilnehmender Klub und/oder ein Teamdelegationsmitglied unterstütze Produkte oder Marken eines gewerblichen Unternehmens, einschliesslich der Geschäftspartner.

Das Recht der FIFA, solche Aufzeichnungen, Namen, Fotos und Bilder zu nutzen und/oder deren Nutzung zu unterlizenzieren, ist exklusiv in Bezug auf das Filmen, die Aufzeichnung und Übertragung der Wettbewerbsspiele oder eines offiziellen Medienprodukts im Zusammenhang mit dem Wettbewerb oder der FIFA (offizieller FIFA-Film etc.) in sämtlichen Medien.

Das Recht der FIFA, solche Aufzeichnungen, Namen, Fotos und Bilder zu nutzen und/oder deren Nutzung zu unterlizenzieren, ist nicht exklusiv in Bezug auf alle anderen Verwendungszwecke, sei es zu Werbezwecken für den Wettbewerb, zur redaktionellen Verwendung in irgendeinem Medium ungeachtet der Übermittlungsform (u. a. elektronische Erzeugnisse, Drucksachen, Fernsehsignale, Breitband- und Mobilfunksignale, Präsentation auf Grossleinwänden und herunterladbare Bilder), für Videospiele, medienbezogene Produkte und Dienste, Waren, Philatelie- und Numismatikprodukte oder zur Bewerbung von medienbezogenen Produkten und Programmen. Durch die Nutzung dieses Rechts darf die FIFA nicht den Eindruck erwecken, ein Teamdelegationsmitglied unterstütze Produkte oder Marken eines gewerblichen Unternehmens, einschliesslich der Geschäftspartner.

Jeder teilnehmende Klub holt für die FIFA die erforderlichen Bewilligungen ein, damit sie Informationen über die Spieler des teilnehmenden Teams (wie Spielerstatistik – Grösse, Gewicht, Alter etc.) sowie Details zur Teambilanz in Zusammenhang mit der Teilnahme des teilnehmenden Klubs und der Teamdelegationsmitglieder am Wettbewerb nutzen kann.

## 2. WETTBEWERBSMARKEN

- 2.1. Eigentum an den Wettbewerbsmarken: Alle Wettbewerbsmarken sind allein Eigentum der FIFA.

Sie alleine hat das Recht, Marken, Logos und Symbole für und/oder in Zusammenhang mit dem Wettbewerb (einschliesslich aller Wettbewerbsphasen) zu entwickeln.

- 2.2. Keine Entwicklung von Wettbewerbsmarken: i) Zur Sicherung eines einheitlichen Erscheinungsbildes des Wettbewerbs und ii) zur Vermeidung und/oder zur Unterbindung jeglicher wettbewerbsbezogener Trittbrettkaktionen durch Klub-Geschäftspartner oder anderen Drittparteien müssen alle teilnehmenden Klubs sicherstellen, dass weder sie noch einer ihrer Geschäftspartner oder anderen Vertragspartner Marken, Logos oder Symbole entwickelt, verwendet, registriert, übernimmt oder entwirft, die sich auf den Wettbewerb oder eine beliebige Wettbewerbsphase beziehen oder nach vernünftiger Auffassung der FIFA den Wettbewerbsmarken zum Verwechseln ähnlich sind, diese täuschend echt oder in abgewandelter Form wiedergeben oder mit ihnen in unlauterem Wettbewerb stehen.

Die teilnehmenden Klubs verpflichten sich, ihre Klub-Geschäftspartner und anderen Klub-Vertragspartner, insbesondere die Entwicklung, Nutzung oder Registrierung eines Namens, Logos, Warenzeichens, Begriffs, Markennamens, Symbols, einer Dienstleistungsmarke oder einer anderen registrierten oder nicht registrierten Marke oder Bezeichnung zu unterlassen, die von der Öffentlichkeit mit der FIFA, einer beliebigen Wettbewerbsphase oder dem LOC in Verbindung gebracht werden kann, einschliesslich der Bezeichnungen „World Cup“, „Mundial“, „FIFA“, „Coupe du Monde“, „Copa do Mundo“, „Copa del Mundo“, „WM“, „Weltmeisterschaft“ oder eines ähnlichen Begriffs in jeglicher Sprache, der nach vernünftiger Auffassung der FIFA mit dem Wettbewerb oder einer beliebigen Wettbewerbsphase gleichgesetzt werden kann. Ebenso unterlassen sie die Entwicklung, Nutzung oder Registrierung jeglicher Daten in Verbindung mit dem Namen des gastgebenden Landes, eines Stadions oder Spielorts des Wettbewerbs oder eines ähnlichen Begriffs oder einer Abwandlung solcher Begriffe oder Daten in jeglicher Sprache.

- 2.3. Keine Anfechtung der Wettbewerbsmarken: Die teilnehmenden Klubs verpflichten sich, ihre Geschäftspartner und anderen Vertragspartner, keinen Widerspruch gegen Anträge auf Eintragung und Anerkennung von Warenzeichen bzw. Urheberrechten seitens der FIFA, der Geschäftspartner oder anderer ermächtigter Partner der FIFA, Bevollmächtigter oder Lizenznehmer der FIFA in Bezug auf die Wettbewerbsmarken zu erheben oder zu versuchen, eine Löschung einer solchen Eintragung durch die FIFA zu erwirken. Die teilnehmenden Klubs verpflichten sich, gegen den Urheberrechts-, Warenzeichen- oder Patentschutz und die Registrierung von Domainnamen in Bezug auf die Wettbewerbsmarken keinen Widerspruch zu erheben und keinen solchen Schutz bzw. keine solche Eintragung zu beantragen, falls dadurch die Eigentumsrechte der FIFA an den Wettbewerbsmarken beschnitten würden. Falls ein Klub-Geschäftspartner oder ein anderer Klub-Vertragspartner gegen einen Antrag auf Registrierung oder Anerkennung eines Warenzeichens bzw. eines Urheberrechts seitens der FIFA, ihrer Geschäftspartner, Bevollmächtigten oder Lizenznehmer in Bezug auf die Wettbewerbsmarken Widerspruch erhebt, muss der betreffende teilnehmende Klub mit allen von der FIFA geforderten Massnahmen sicherstellen, dass der betreffende Partner dieses Vorgehen umgehend unterlässt. Die Bestimmungen von Art. 2 Abs. 3 finden keine Anwendung, sofern eine Wettbewerbsmarke ein Immaterialgüterrecht eines teilnehmenden Klubs (oder eines Klub-Geschäftspartners oder eines anderen Klub-Vertragspartners) umfasst, das vor Inkrafttreten des Reglements registriert wurde.

### 3. VERBOT VON TRITTBRETTAKTIONEN UND ANDERER VERSTÖSSE

- 3.1. Massnahmen gegen Reglementsverstösse: Der gewerbliche Wert des Wettbewerbs (und der Wert aller gewerblichen Rechte des Wettbewerbs) kann erheblich gemindert werden, wenn sich Klub-Geschäftspartner oder anderen Klub-Vertragspartner an Trittbrettaktionen beteiligen oder solche zulassen. Auch die Finanzierung des Wettbewerbs durch die FIFA kann durch Trittbrettaktionen erheblich beeinträchtigt werden. Die teilnehmenden Klubs sind deshalb verpflichtet sicherzustellen, dass sich ihre Klub-Geschäftspartner oder anderen Klub-Vertragspartner i) weder direkt noch indirekt an die FIFA, den Wettbewerb oder einen anderen Wettbewerb oder eine andere Veranstaltung der FIFA anbinden (oder anzubinden versuchen), ii) sie den Goodwill des Wettbewerbs, der FIFA oder eines anderen Wettbewerbs oder einer anderen Veranstaltung, die von der FIFA oder unter ihrer Leitung ausgerichtet wird, nicht ausnutzen und iii) die Bestimmungen dieses Reglements hinsichtlich der Nutzung der Wettbewerbsmarken einhalten.
- 3.2. Mitteilung an teilnehmende Klubs: In Übereinstimmung mit der geltenden Praxis unterrichtet die FIFA die teilnehmenden Klubs über Aktionen von deren Klub-Geschäftspartnern oder anderen Klub-Vertragspartnern, die nach vernünftiger Auffassung der FIFA als Verstoss gegen dieses Reglement auszulegen sind, etwa:
- (i) eine Verletzung der Immaterialgüterrechte der FIFA (einschliesslich der Wettbewerbsmarken),
  - (ii) unerlaubte Wettbewerbe, Lotterien oder andere Werbe- oder PR-Aktionen, die Eintrittskarten für den Wettbewerb oder den Zugang zu den offiziellen Trainingsanlagen zu verwenden vorgeben oder deren Verwendung nach vernünftiger Auffassung vermuten lassen,
  - (iii) Verstoss gegen die Nutzungsbeschränkungen der Klub-Geschäftspartner oder anderer Klub-Vertragspartner gemäss diesem Reglement,
  - (iv) andere Trittbrettaktionen.
- 3.3. Anwendungsbereich: Die Bestimmungen von Art. 3 Abs. 1 und 2 gelten selbst dann, wenn die unzulässigen Aktionen in keinem direkten Zusammenhang mit der Beziehung zwischen dem massgebenden Klub-Geschäftspartner oder Klub-Vertragspartner stehen.
- 3.4. Einstellung von Trittbrettaktionen: Auf entsprechende schriftliche Anordnung der FIFA sorgen die teilnehmenden Klubs mit allen von der FIFA geforderten Massnahmen dafür, dass ihr betreffender Klub-Geschäftspartner oder anderer Klub-Vertragspartner die unerlaubten Aktionen mit sofortiger Wirkung einstellt, davon ablässt und der FIFA schriftlich bestätigt, Trittbrettaktionen oder andere Verstösse gegen dieses Medien- und Marketingreglement künftig zu unterlassen. Diese Bestimmung gilt für Trittbrettaktionen sowohl der Klub-Geschäftspartner und anderer Klub-Vertragspartner selbst als auch ihrer Tochter- oder Schwestergesellschaften.

- 3.5. Benachrichtigung durch teilnehmende Klubs: Die teilnehmenden Klubs haben den Werbemarkt in ihrem Land nach bestem Gewissen auf Trittbrettaktionen hin zu überwachen und die FIFA umgehend über solche Aktionen in Kenntnis zu setzen.

## **TEIL C: WETTBEWERB**

### **4. EINLEITUNG**

- 4.1. Begriff des Medien- und Marketingreglements: Diese Medien- und Marketingreglement gilt für die gesamte Wettbewerbsdauer (einschliesslich Spieltagen und spielfreien Tage).

### **5. NUTZUNG VON MEDIENRECHTEN**

- 5.1. Exklusive FIFA-Rechte: Die FIFA hat das alleinige und exklusive Recht, alle Medienrechte in Zusammenhang mit dem Wettbewerb zu nutzen. Ohne ausdrückliche Erlaubnis der FIFA dürfen weder die Mitgliedsverbände, die teilnehmenden Klubs, der ausrichtende Mitgliedsverband, die Konföderationen noch Drittparteien die Medienrechte oder Teile davon im Zusammenhang mit dem Wettbewerb in irgendeiner Weise vor, während oder nach dem Wettbewerb nutzen.
- 5.2. Offizielles FIFA-TV- und Foto-Material: Die FIFA hat das alleinige und exklusive Recht, Filmmaterial für gewerbliche und nicht gewerbliche Zwecke zu produzieren, aufzuzeichnen, zu nutzen und zu vertreiben (u. a. für Dokumentationen im Zusammenhang mit dem Wettbewerb und/oder der Teilnahme eines teilnehmenden Klubs am Wettbewerb, einschliesslich seines teilnehmenden Teams und aller Teamdelegationsmitglieder).

Ungeachtet des Rechts, bewegte oder unbewegte Bilder von Wettbewerbsspielen für nicht gewerbliche Zwecke ohne Vereinbarung mit der FIFA zu nutzen, sind die teilnehmenden Klubs verpflichtet, die Produktion, Aufzeichnung, Nutzung und/oder den Vertrieb von Audio-, unbewegtem oder bewegtem Bild- oder audiovisuellem Material, Daten- und/oder Textmaterial von und/oder in Zusammenhang mit der FIFA, dem Wettbewerb und/oder Feiern im Rahmen des Wettbewerbs oder der Teilnahme eines teilnehmenden Klubs am Wettbewerb, einschliesslich seines teilnehmenden Teams und aller Teamdelegationsmitglieder, ohne das schriftliche Einverständnis seitens der FIFA für jegliche gewerbliche und nicht gewerbliche Zwecke zu unterlassen, und dafür zu sorgen, dass ihre Teamdelegationsmitglieder oder Drittparteien dies ebenfalls unterlassen. In einem solchen Fall werden die teilnehmenden Klubs bis zum Teamworkshop, der die FIFA vor dem Wettbewerb durchführt, die FIFA schriftlich und detailliert über sämtliche solchen Projekte, Pläne und Initiativen zur Prüfung und Bewilligung oder Ablehnung informieren. Jede Bewilligung muss schriftlich erfolgen.

Die FIFA wird vor dem Wettbewerb Richtlinien für die Produktion von Filmmaterial durch die Teamdelegationsmitglieder herausgeben.

- 5.3. Zugang zu Umkleidekabine für Film- und/oder Fotoaufnahmen: Ungeachtet von Art. 9 Abs. 2 und ausschliesslich für das Finale muss das siegreiche teilnehmende Team der FIFA-TV-Filmcrew oder dessen Auftragnehmern Zugang zu seiner Umkleidekabine gewähren, damit sofort nach seiner Rückkehr in die Umkleidekabine für etwa zehn Minuten Nicht-Live-Film- und/oder Fotoaufnahmen gemacht werden können. Während des Aufenthalts in der Umkleidekabine des siegreichen



teilnehmenden Teams respektiert die FIFA-TV-Filmcrew oder seine Auftragnehmer die Privatsphäre der Teamdelegationsmitglieder und übt möglichst Zurückhaltung, wie sie mit der Ansprechperson des siegreichen teilnehmenden Teams vereinbart wurde.

## 6. NUTZUNG DER MARKETINGRECHTE

- 6.1. Exklusive FIFA-Rechte: Die FIFA hat das alleinige und exklusive Recht, alle Marketingrechte in Zusammenhang mit dem Wettbewerb zu nutzen. Weder die Mitgliedsverbände, die teilnehmenden Klubs, der ausrichtende Mitgliedsverband, die Konföderationen noch Drittparteien dürfen die Marketingrechte oder Teile davon im Zusammenhang mit dem Wettbewerb in irgendeiner Weise vor, während oder nach dem Wettbewerb nutzen.

## 7. AUSTRÜSTUNG, ANDERE TEILE UND GETRÄNKE IM KONTROLLIERTEN BEREICH

- 7.1. Ausrüstungsreglement Während der Wettbewerbsperiode sind die teilnehmenden Klubs verpflichtet, das Ausrüstungsreglement in seiner geltenden Fassung einzuhalten. Bei Unstimmigkeiten zwischen diesem Medien- und Marketingreglement sowie dem Ausrüstungsreglement ist das vorliegende Reglement massgebend und geht dem Ausrüstungsreglement vor. Die entsprechenden Bestimmungen im Ausrüstungsreglement sind in diesem Fall als entsprechend angepasst zu betrachten. In Übereinstimmung mit dem Grundsatz „sauberer“ Spielorte bei allen FIFA-Wettbewerben gelten bezüglich Ausrüstung während des Wettbewerbs innerhalb der kontrollierten Bereiche (inkl. der Innenbereiche) die folgenden zusätzlichen Bestimmungen:

- (i) Ausrüstung: Werbung für einen Klub-Geschäftspartner auf Spielausrüstung ist einzig auf der Vorderseite des Trikots gestattet, sofern:
  - a. die Werbung des Klub-Geschäftspartners eine einzelne Marke und keinerlei Kombination oder eine zusammengesetzte Marke darstellt. Eine Kombination oder ein zusammengesetztes Logo kann beispielsweise eine grafische Darstellung von zwei oder mehreren verschiedenen Produkten oder Marken oder ein zusammengesetzter Markenname sein, der auseinandergenommen zwei oder mehrere verschiedenen Markennamen umfasst,
  - b. der Klub-Geschäftspartner der Hauptsponsor des teilnehmenden Klubs ist,
  - c. die Werbung der Klub-Geschäftspartner, die während des Wettbewerbs gezeigt wird, der Werbung des Klub-Geschäftspartners entspricht, die in der letzten oder aktuellen Saison bei den Spielen der nationalen Meisterschaft und/oder des internationalen Klubwettbewerbs, bei dem sich der teilnehmende Klub für den Wettbewerb qualifiziert hat, auf den Spielertrikots angebracht war,
  - d. die Fläche der Werbung des Klub-Geschäftspartners maximal 200 cm<sup>2</sup> gross ist und auf der Vorderseite des Trikots in der Mitte des Oberkörpers liegt. Die

Buchstaben dürfen höchstens 10 cm gross sein.

- e. Werbung für Tabak und hochprozentigen Alkohol (z. B. Likör oder Schnaps) sowie Botschaften mit politischem, sexistischem, religiösem, rassistischem oder anderem sittenwidrigen Inhalt sind strikt verboten.
- f. Auf keinem Teil der Spielausrüstung sind Werbung oder Marken des Klub-Geschäftspartners (mit Ausnahme des Herstellers gemäss Ausrüstungsreglement) erlaubt.

Die Sportausrüstung der teilnehmenden Klubs muss darüber hinaus dem Ausrüstungsreglement und allen auf dem Wettbewerbsgebiet anwendbaren Vorschriften entsprechen. Die Ausrüstungsbeschränkungen im Ausrüstungsreglement gelten auch für alle Kleidungsstücke und Teile der besonderen Ausrüstung, die unter der Spielausrüstung getragen werden, andere Ausrüstungsteile und alle Stücke und Teile, die anstelle der Spielausrüstung getragen werden, einschliesslich T-Shirts und Siegertrikots, die während oder nach einem Wettbewerbsspiel von Teamdelegationsmitgliedern getragen und/oder gezeigt werden.

- (ii) Taschen und weitere Teile: Alle Taschen und weiteren Teile, die von Teamdelegationsmitgliedern an Spieltagen und/oder an spiefreien Tagen mit offiziellem Training in ein Wettbewerbsstadion (einschliesslich Spielfeldbereich) oder einen Medienbereich, einschliesslich gemischter Zone, gebracht werden, dürfen ausser i) dem offiziellen Klubemblem (gemäss den Bestimmungen des Ausrüstungsreglements, die analog gelten) und ii) dem Logo des Herstellers keinerlei Marken aufweisen. Das Herstellerlogo darf nicht grösser als 25 cm<sup>2</sup> sein. Auf einer solchen Tasche oder einem solchen weiteren Teil darf nur ein Herstellerlogo abgebildet sein.
- (iii) Formelle Kleidung: Formelle Kleidung (z. B. Krawatten, Anzüge, Hemden, Accessoires), die von Teamdelegationsmitgliedern innerhalb der kontrollierten Bereiche getragen wird, darf abgesehen vom Klubemblem keine Marken Dritter (weder Geschäftspartner noch Hersteller) aufweisen (weder eingenäht noch separat angebracht). Wird formelle Kleidung in Kombination mit Teilen der besonderen Ausrüstung getragen, gelten diese Einschränkungen sowohl für die formelle Kleidung als auch für die Teile der besonderen Ausrüstung.
- (iv) Zulassung von Ausrüstungsteilen durch die FIFA: Gemäss Ausrüstungsreglement müssen die teilnehmenden Klubs der FIFA ein Muster aller Ausrüstungsteile zur Genehmigung unterbreiten. Die teilnehmenden Klubs müssen der FIFA ein Muster der aller Ausrüstungsteile, die von den Teamdelegationsmitgliedern während des Wettbewerbs innerhalb der kontrollierten Bereiche getragen werden, zur Genehmigung vorlegen. Dazu gehören insbesondere alle Teile der Spielausrüstung, der besonderen Ausrüstung und alle weiteren Teile, die anstelle der Spielausrüstung

getragen werden (einschliesslich Siegertrikots), und sämtliche formelle Kleidung. Die Frist für die Eingabe der Muster wird den teilnehmenden Klubs von der FIFA mitgeteilt.

- (v) Tragbare Systeme: Spezialausrüstung, die von Spielern zu leistungsfördernden Zwecken verwendet wird, wie elektronische Leistungs- und Aufzeichnungsgeräte, muss vor dem Einsatz bei einem Wettbewerbsspiel von der FIFA oder unter der Aufsicht der FIFA vorbehaltlich von Regel 4 der Spielregeln geprüft und zugelassen werden. Jeder teilnehmende Klub, der solche Geräte nutzen will, muss die FIFA informieren und darauf achten, dass sein Technologieanbieter auf der FIFA-Liste zugelassener Geräte steht oder das Gerät rechtzeitig das Test- und Zulassungsverfahren durchläuft, damit es vor dem Wettbewerb zugelassen werden kann. Genaue Informationen zu den Tests und zum Zulassungsverfahren finden Sie auf <https://football-technology.fifa.com/en/standards/wearable-epts/>.

Die Daten, die auf solcher Spezialausrüstung gespeichert werden, und ihre Auswertung dürfen nur vom jeweiligen teilnehmenden Klub und/oder vom jeweiligen Spieler zur Leistungskontrolle (inkl. physikalischer, technischer und taktischer Daten) und in keiner Weise für geschäftliche Zwecke und/oder in Verbindung mit einer Drittpartei genutzt werden. Ebenfalls streng verboten sind die Offenlegung solcher Daten und deren öffentliche Auswertung. Die Verwendung solcher Spezialausrüstung innerhalb der technischen Zone eines Wettbewerbsstadions ist nicht erlaubt. Spezialausrüstung, die von Spielern zu leistungsfördernden Zwecken verwendet wird, darf mit Ausnahme eines als Muster vorhandenen Herstellerkennzeichens, das bei der Verwendung der Spezialausrüstung nicht sichtbar ist, keine Marken des Herstellers oder Dritter aufweisen.

Zum Schutz der Integrität des Wettbewerbs und der Rechte der FIFA am Wettbewerb kann die FIFA die Speicherung, Nutzung und/oder Auswertung der Daten, die auf Spezialausrüstung zu leistungsfördernden Zwecken gespeichert werden, weiter einschränken.

- 7.2. Keine Werbung auf Ausrüstung: Vorbehaltlich ausdrücklich anderslautender Bestimmungen des Ausrüstungsreglements oder dieses Reglements ist es den Teamdelegationsmitgliedern untersagt:
- (i) gewerbliche, politische, religiöse oder persönliche Botschaften oder Slogans in jeglicher Sprache,
  - (ii) gewerbliche Marken und/oder
  - (iii) jegliche Herstellermarken oder -namen

während ihres Aufenthalts in einem kontrollierten Bereich an Spieltagen (d. h. im Zusammenhang mit der Teilnahme der teilnehmenden Klubs am betreffenden Wettbewerbsspiel) und spielfreien Tagen auf ihrer Spielausrüstung, besonderen Ausrüstung, weiteren Ausrüstung, formellen

Kleidung oder weiteren Teilen, die anstelle der Spielausrüstung getragen werden, oder anderen Gegenständen (einschliesslich Taschen, Balltaschen, Torhüterhandschuhe, Getränkebehälter und Erste-Hilfe-Taschen) oder auf ihrem Körper zu tragen. Diese Bestimmung gilt auch für alle persönlichen Gegenstände (einschliesslich Kopfbedeckung, Sonnenbrillen, Gepäck, Kopfhörern sowie anderer Modeartikel), die Teamdelegationsmitglieder mitführen oder tragen.

7.3. Ausrüstung der Ballkinder, der Spielereskorte und der Fahnenträger: Ungeachtet von Art. 59 des Ausrüstungsreglements dürfen Ausrüstungsteile, die von den Ballkindern, der Spielereskorte und den Fahnenträgern während Wettbewerbsspielen getragen werden, Marken von Geschäftspartnern aufweisen, wie sie von der FIFA bewilligt wurden.

7.4. Technische Ausrüstung: Bei Ankunft im Wettbewerbsgebiet zwecks Teilnahme am Wettbewerb erhält jedes teilnehmende Team vom FIFA-Koordinator zur Nutzung während der gesamten Wettbewerbsdauer folgende Gegenstände:

- (i) 2 Erste-Hilfe-Kästen
- (ii) eine bestimmte Anzahl Behälter für Plastikflaschen
- (iii) 1 Kühlbehälter
- (iv) 50 Trinkflaschen aus Kunststoff
- (v) 3 x 2 Spielführerbinden in kontrastierenden Farben
- (vi) 3 Balltaschen,
- (vii) offizielle Wettbewerbsspielbälle

Der FIFA-Koordinator gibt jedem teilnehmenden Team nach dessen Ankunft im Wettbewerbsstadion für ein Wettbewerbsspiel oder ein offizielles Training während des Wettbewerbs eine ausreichende Anzahl Aufwärm-/Trainingsleibchen (die nur die FIFA-, FIFA.com- und/oder die Wettbewerbsmarke aufweisen). Anstelle dieser Leibchen sind keine weiteren gekennzeichneten oder neutralen Leibchen erlaubt. Auf den von der FIFA abgegebenen Aufwärm-/Trainingsleibchen dürfen zudem keinerlei Marken angebracht werden. Die teilnehmenden Teams müssen die Leibchen nach dem Wettbewerbsspiel oder dem offiziellen Training wieder zurückgeben.

Mit Ausnahme der Trainings auf den offiziellen Trainingsanlagen, bei denen die Teamdelegationsmitglieder ihre eigene, von Nicht-Geschäftspartnern bereitgestellte technische Ausrüstung verwenden dürfen, dürfen die Teamdelegationsmitglieder in den kontrollierten Bereichen keine anderen gleichwertigen oder ähnlichen technischen Ausrüstungsteile verwenden. Die genannte Ausnahme gilt nicht für offizielle Trainings in den Wettbewerbsstadion. Bei Trainings auf den offiziellen Trainingsanlagen und bei offiziellen Trainings in einem Wettbewerbsstadion

dürfen die Teamdelegationsmitglieder nur den offiziellen Spielball des Geschäftspartners verwenden.

7.5. Konsum von Getränken im kontrollierten Bereich: Die folgenden Bestimmungen gelten für den Konsum von Getränken im kontrolliert Bereich:

- (i) Abgabe von Getränken: Alle teilnehmenden Klubs erhalten Produkte von Coca-Cola, einschliesslich Wasser und Sportgetränken, die in den kontrollierten Bereichen zu verwenden sind. Die genaue Liefermenge wird von der FIFA bestimmt.

Falls ein teilnehmender Klub Produkte eines anderen Herstellers verwenden möchte, müssen diese vor dem Betreten eines kontrollierten Bereichs in die Plastikflaschen ab- oder umgefüllt werden, die von der FIFA gemäss Art. 7 Abs. 4 als technische Ausrüstung zur Verfügung gestellt werden.

- (ii) Keine konkurrierenden Getränkemarken: Es ist den teilnehmenden Klubs ausdrücklich untersagt, in die kontrollierten Bereiche, insbesondere in die Umkleidekabinen, an den Spielfeldrand in den Wettbewerbstadien, zu den offiziellen FIFA/LOC-Medienveranstaltungen, in die gemischte Zone, in Interview-Räume sowie Medien- und TV-Zentren, Getränke von Konkurrenten von Coca-Cola zu bringen, sofern diese Produkte vor Betreten des kontrollierten Bereichs nicht in die von der FIFA zur Verfügung gestellten Behälter ab- oder umgefüllt werden.

## 8. BESTIMMUNGEN FÜR DIE OFFIZIELLEN TRAININGSANLAGEN

8.1. Keine Werbung: Auf den offiziellen Trainingsanlagen ist einzig Werbung von Geschäftspartnern erlaubt. Diese wird von der FIFA nach freiem Ermessen angebracht. Es ist den teilnehmenden Klubs nicht gestattet, auf den offiziellen Trainingsanlagen Werbung jeglicher Art oder anderes Werbematerial zu präsentieren, eine solche Präsentation zu veranlassen oder solches Material abzugeben. Ungeachtet dessen gelten die Bestimmungen von Art. 11 Abs. 2 Ziff. iv betreffend offizielle Klub-Medienveranstaltungen auf offiziellen Trainingsanlagen.

8.2. Zuschauer und Eintrittskarten: Sämtliche Trainings auf den offiziellen Trainingsanlagen unterliegen der Kontrolle der FIFA und des LOC. Es ist den teilnehmenden Klubs, ihren Geschäftspartnern und anderen Vertragspartnern nicht gestattet, für die Trainings auf einer offiziellen Trainingsanlage in irgendeiner Form Zuschaueraktionen durchzuführen. Den teilnehmenden Klubs, ihren Geschäftspartnern und anderen Vertragspartnern ist es ebenfalls nicht gestattet, für den Besuch eines Trainings auf einer offiziellen Trainingsanlage weder in gewerblicher noch in nicht gewerblicher Form Karten abzugeben oder zu verkaufen.

8.3. Kennzeichnung der Sponsoren auf Trainingstrikot und Aufwärm-/Trainingsleibchen: Ungeachtet Art. 7 Abs. 1 dürfen Trainingstrikot, zusätzliche Ausrüstungsteile und Aufwärm-/Trainingsleibchen, die die Teamdelegationsmitglieder auf den offiziellen Trainingsanlagen tragen, Kennzeichen der Klub-Geschäftspartner oder anderer Klub-Vertragspartner aufweisen.

- 8.4. Verkauf von Getränken und Esswaren: Für Getränke und Esswaren auf den offiziellen Trainingsanlagen gelten ausschliesslich die Vereinbarungen zwischen der FIFA und den Geschäftspartnern. Diesbezügliche Vereinbarungen zwischen teilnehmenden Klubs und Dritten sind unzulässig.
- 8.5. Verkauf von Waren: Für den Verkauf und die Abgabe von Waren und anderen Lizenzprodukten auf den offiziellen Trainingsanlagen gelten ausschliesslich die Vereinbarungen zwischen der FIFA oder von ihr ermächtigten Dritten und offiziellen Lizenznehmern. Der Verkauf und die Abgabe von Waren und Lizenzprodukten Dritter sind unzulässig.

## **9. MEDIENVERANSTALTUNGEN UND ZUSAMMENARBEIT MIT MEDIEN IN KONTROLLIERTEN BEREICHEN**

- 9.1. Zusammenarbeit mit Medien: Jeder teilnehmende Klub muss dabei helfen und dafür sorgen, dass alle Teamdelegationsmitglieder die FIFA, die FIFA-TV-Filmcrews, Vertreter der Medienrechtslizenznehmer und die akkreditierten Medienvertreter bei deren Medienveranstaltungen während der Wettbewerbsdauer nach bestem Gewissen unterstützen.
- 9.2. Zugang zu teilnehmenden Teams: Die teilnehmenden Klubs sind verpflichtet, die FIFA bei dieser Dokumentierung, der redaktionellen Berichterstattung und der Bewerbung des Wettbewerbs zu unterstützen. Zu diesem Zweck müssen sie die FIFA-TV-Filmcrews bei ihren Aufgaben nach bestem Gewissen unterstützen und dafür sorgen, dass ihre Teamdelegationsmitglieder diese ebenfalls unterstützen. Die FIFA achtet gemeinsam mit den teilnehmenden Teams diesbezüglich auf eine gute Zusammenarbeit. Jeder teilnehmende Klub ernennt ein Teamdelegationsmitglied zur Kontaktperson zwischen dem teilnehmenden Klub und der FIFA sowie zum Teammedienverantwortlichen.

Die teilnehmenden Klubs gewähren der FIFA, FIFA-Offiziellen oder ihren Auftragnehmern nicht exklusiven, bevorzugten Zugang zu Mitgliedern ihres teilnehmenden Teams und allen Teamdelegationsmitgliedern, so wie dies von der FIFA, FIFA-Offiziellen und ihren Auftragnehmern in zumutbarer Weise für Interviewzwecke verlangt wird. Die teilnehmenden Klubs gewähren der FIFA, den FIFA-Offiziellen oder ihren Auftragnehmern jederzeit ab fünf Tage vor dem ersten Wettbewerbsspiel ihres teilnehmenden Teams bis zwölf Stunden nach dem Ende des letzten Wettbewerbsspiels ihres teilnehmenden Teams beim Wettbewerb freien Zugang zu jeglichen Orten, an denen ein teilnehmendes Team trainiert und/oder wohnt und an denen ein Wettbewerbsspiel ausgetragen wird, einschliesslich der offiziellen Trainingsanlagen, der Teamhotels und der Medienzentren der teilnehmenden Klubs.

Zugang zu den Umkleidekabinen der teilnehmenden Teams in den Wettbewerbstadien oder auf den offiziellen Trainingsanlagen und in den Teamhotels wird unter Rücksichtnahme auf sportliche Vorbehalte und die Privatsphäre der Teamdelegationsmitglieder nur mit der Erlaubnis der verantwortlichen Teamdelegationsmitglieder (die nicht ungerechtfertigt verweigert werden darf) gewährt.

Ungeachtet dessen müssen die teilnehmenden Klubs dafür sorgen, dass ihre Teamdelegationsmitglieder in der gemischten Zone des jeweiligen Wettbewerbstadions und im entsprechenden Bereich auf der jeweiligen offiziellen Trainingsanlage nach Massgabe der FIFA und auf zumutbares Ersuchen der FIFA, von FIFA-Offiziellen, der FIFA-TV-Filmcrews oder deren Auftragnehmern für Interviews vor und nach Trainings zur Verfügung stehen.

### 9.3. Medienveranstaltungen:

- (i) Klubmedientag: Um Medienvertretern die Möglichkeit für ausführliche Interviews mit Spielern, Trainern und Kluboffiziellen zu bieten, sollten die teilnehmenden Klubs einen Klubmedientag veranstalten. Der Klubmedientag muss entweder im Heimstadion oder auf der angestammten Trainingsanlage des teilnehmenden Klubs stattfinden und vorzugsweise Ende Oktober oder sofort nach der Qualifikation des teilnehmenden Klubs für den Wettbewerb (sofern später) durchgeführt werden.

Die FIFA-TV-Filmcrews (einschliesslich der gastgebenden Rundfunkanstalt des Wettbewerbs), die Medienrechtslizenznehmer, andere FIFA-Vertreter sowie internationale und nationale Medienvertreter müssen von den teilnehmenden Klubs zur ihrem Klubmedientag zugelassen werden.

- (ii) Ankunft im Wettbewerbsgebiet: Am Tag der Ankunft im Wettbewerbsgebiet muss der teilnehmende Klub bei der offiziellen FIFA/LOC-Medienveranstaltung die Präsenz des Klub-Cheftrainers und mindestens eines Spielers, der beim ersten Wettbewerbsspiel aller Voraussicht nach in der Startformation stehen wird, gewährleisten. Die FIFA-TV-Filmcrews dürfen die Ankunft jedes teilnehmenden Klubs im Wettbewerbsgebiet filmen, wobei jeder teilnehmende Klub den FIFA-TV-Filmcrews die entsprechende Gelegenheit bieten muss.
- (iii) Trainings: Nach allen Trainings in oder ausserhalb eines Wettbewerbstadions sollten die teilnehmenden Klubs den akkreditierten Medienvertretern Zugang zum Cheftrainer und mindestens einem Spieler ihres teilnehmenden Teams gewähren.
- (iv) Offizielle FIFA/LOC-Medienveranstaltungen in Wettbewerbstadien: Die teilnehmenden Klubs sind verpflichtet, wie folgt an den offiziellen FIFA/LOC-Medienveranstaltungen im Wettbewerbstadion, in dem sie ein Wettbewerbsspiel austragen, teilzunehmen und diese zu unterstützen:
  - a. Abgesehen von einem Training vor jedem Wettbewerbsspiel stehen alle Trainings der teilnehmenden Klubs den Medien mindestens in den ersten 15 Minuten offen. Die teilnehmenden Klubs teilen der FIFA schriftlich mit, falls sie Medienvertreter und FIFA-Offiziellen nach den ersten 15 Minuten vom Training ausschliessen möchten.



- b. FIFA-Offiziellen und Medienvertretern ist das Betreten des Spielfelds vor, während oder nach Trainings strikt untersagt.
  - c. Die FIFA organisiert am Tag vor einem Spiel im betreffenden Wettbewerbsstadion nach dem offiziellen Training eine offizielle Medienkonferenz. Dieser müssen der Cheftrainer und mindestens ein Spieler, der beim betreffenden Spiel aller Voraussicht nach in der Startformation stehen wird, beiwohnen. Diese offizielle Medienveranstaltung findet ungeachtet des Austragungsorts des offiziellen Trainings im Wettbewerbsstadion statt.
- (v) Medienveranstaltungen am Spieltag: An Spieltagen müssen die teilnehmenden Klubs die Teilnahme an den offiziellen FIFA/LOC-Medienveranstaltungen, die von der FIFA im jeweiligen Wettbewerbsstadion koordiniert werden, gewährleisten.
- a. Frühzeitig vor der Ankunft der Teamdelegation vor einem Wettbewerbsspiel muss der von der FIFA beauftragten gastgebenden Rundfunkanstalt in enger Absprache mit der FIFA für Filmaufnahmen Zugang zur Umkleidekabine des teilnehmenden Teams gewährt werden. Der Zugang gilt auch für unilaterale, von der gastgebenden Rundfunkanstalt gefilmte Interviews im Stehen durch maximal zwei Medienrechtlichlizenznehmer.
  - b. Bei Ankunft der Teamdelegation vor jedem Wettbewerbsspiel müssen der Cheftrainer des teilnehmenden Teams oder andere Teamdelegationsmitglieder sowie einer der spielberechtigten Spieler, die auf der offiziellen Startliste für das betreffende Wettbewerbsspiel gemeldet wurden, für „Interviews bei Ankunft“ zur Verfügung stehen, sofern das entsprechende teilnehmende Team solchen Interviews zustimmt.
  - c. In der Halbzeitpause jedes Wettbewerbsspiels können der Cheftrainer des teilnehmenden Teams oder andere Teamdelegationsmitglieder (mit Ausnahme der spielberechtigten Spieler, die auf der offiziellen Startliste für das betreffende Wettbewerbsspiel gemeldet wurden) von den Medienrechtlichlizenznehmern in einem ausgewiesenen Sendebereich um Blitzinterviews gebeten werden, sofern die fraglichen Teamdelegationsmitglieder damit einverstanden sind und diese von der FIFA bewilligt wurden.
  - d. Nach jedem Wettbewerbsspiel müssen die Cheftrainer der beteiligten Teams und einige Spieler Vertretern der Medienrechtlichlizenznehmer wie folgt für Interviews zur Verfügung stehen:
    - i. für Blitzinterviews auf dem Spielfeld in der Nähe der technischen Zone
    - ii. für Blitzinterviews im Spielertunnel oder in der Nähe der Umkleidekabinen der Teams



- (vi) Nach jedem Wettbewerbsspiel:
  - a. Die Cheftrainer der beteiligten Teams und (gegebenenfalls) der (die) Spieler, der (die) eine Einzelauszeichnung erhalten hat (haben) (z. B. Auszeichnung als bester Spieler des Spiels), müssen der offiziellen Medienkonferenz beiwohnen.
  - b. Alle Spieler des teilnehmenden Teams müssen zudem die gemischte Zone des Wettbewerbsstadions passieren.
  - c. Spieler, die für die Dopingkontrolle aufgeboten werden, müssen sofort nach dem Spiel für Blitzinterviews und gegebenenfalls für die offizielle FIFA-Medienkonferenz und die gemischte Zone zur Verfügung stehen (vor der Dopingkontrolle in Begleitung eines offiziellen Aufsehers und eines FIFA-Medienverantwortlichen).
- (vii) Alle offiziellen FIFA/LOC-Medienveranstaltungen müssen frei von Werbe- und Markenmaterial sein, das sich auf Drittparteien (einschliesslich Klub-Geschäftspartner oder andere Klub-Vertragspartner) bezieht. Darin eingeschlossen sind u. a. Hintergründe, Schilder, Produkte, Dienstleistungen sowie (vorbehaltlich anderslautender Bestimmungen des Ausrüstungsreglements und von Art. 7 Abs. 1 bis 5 dieses Reglements) Marken auf Ausrüstung, weiteren Teilen und anderen Ausrüstungsteilen, die von den Spielern und/oder anderen Teamdelegationsmitgliedern getragen oder verwendet werden.
- (viii) Medienführer und andere Publikationen dürfen vom oder im Namen eines teilnehmenden Klubs, eines Klub-Geschäftspartners und/oder einer Drittpartei bei offiziellen FIFA/LOC-Medienveranstaltungen nur mit der vorherigen schriftlichen Zustimmung der FIFA abgegeben werden.
- (ix) Spieler und andere Teamdelegationsmitglieder dürfen keine mündlichen Anspielungen auf folgende Parteien machen:
  - a. Klub-Geschäftspartner und/oder andere Klub-Vertragspartner
  - b. Sponsoren von Teamdelegationsmitgliedern
  - c. andere Unternehmen

## 10. BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR TEAMHOTELS

- 10.1. Keine Werbung: Den teilnehmenden Klubs ist es untersagt, an Teamhotels, auf dem Gelände der Teamhotels oder in öffentlich zugänglichen Innenbereichen der Teamhotels (etwa der Eingangshalle) Werbung oder anderes Werbematerial zu präsentieren, eine solche Präsentation zu veranlassen oder zuzulassen. Ungeachtet dessen gelten die Bestimmungen von Art. 11 Abs. 2

Ziff. iii betreffend offizielle Klub-Medienveranstaltungen in Teamhotels.

- 10.2. Kennzeichnung der Sponsoren auf Trainingstrikot: Ungeachtet Art. 7 Abs. 1 dürfen Trainingstrikot und zusätzliche Ausrüstungsstücke, die die Teamdelegationsmitglieder in den Teamhotels tragen, Kennzeichen der Klub-Geschäftspartner tragen.
- 10.3. FIFA-Filmtätigkeit: Auf zumutbare Anfrage erhalten die FIFA, die FIFA-TV-Filmcrews oder ihre Auftragnehmer für Interviews im Teamhotel einen eigenen Interviewraum.
- 10.4. Medienveranstaltungen: Alle teilnehmenden Klubs müssen dabei helfen und dafür sorgen, dass alle Teamdelegationsmitglieder die FIFA bei ihren Medienveranstaltungen in den Teamhotels nach bestem Gewissen unterstützen, wobei sportliche Überlegungen und die Privatsphäre der Teamdelegationsmitglieder in jedem Fall Vorrang haben.

## 11. VERANSTALTUNGEN VON TEILNEHMENDEN KLUBS

- 11.1. Präsentation und Abgabe von Werbematerial: Vorbehaltlich nachfolgender Bestimmungen haben die teilnehmenden Klubs dafür zu sorgen, dass weder sie selbst noch ihre Teamdelegationsmitglieder in den kontrollierten Bereichen Material verwenden, präsentieren oder abgeben oder Aktionen durchführen, die in kontrollierten Bereichen als Kennzeichen oder Werbung Dritter aufgefasst werden können. Den teilnehmenden Klubs ist es insbesondere untersagt:
  - (i) in den kontrollierten Bereichen ohne das schriftliche Einverständnis der FIFA Medienführer oder andere Publikationen abzugeben, die Klub-Geschäftspartner oder andere Klub-Vertragspartner mit der FIFA und/oder dem Wettbewerb in Verbindung bringen könnten,
  - (ii) innerhalb des kontrollierten Bereichs Esswaren und Getränke zu verkaufen oder deren Verkauf zu gestatten,
  - (iii) innerhalb des kontrollierten Bereichs Waren (z. B. Replica-Spielkleidung, Bälle und Geschenke) zu verkaufen oder deren Abgabe oder Verkauf zu gestatten,
  - (iv) innerhalb der kontrollierten Bereiche abgesehen von Art. 11 Abs. 2 Ziff. iii und iv Werbe- oder Markenmaterial (z. B. Hintergrund, Schilder, Produkte und Dienstleistungen) zu präsentieren, das sich auf die Klub-Geschäftspartner oder andere gewerbliche Unternehmen bezieht.
- 11.2. Klub-Medienveranstaltungen:

Die Bestimmungen von Art. 9 gelten ebenfalls für Klub-Medienveranstaltungen ausserhalb der kontrollierten Bereiche. Für Klub-Medienveranstaltungen gelten zudem folgende Bestimmungen:

- (i) Hintergrund bei Medienkonferenzen: Der Hintergrund hinter Teamdelegationsmitgliedern darf bei Klub-Medienveranstaltungen Werbung und/oder Marken aufweisen, die sich auf Drittparteien (z. B. Klub-Geschäftspartner) beziehen, sofern diese:
- a. nach Ansicht der FIFA in keiner Weise eine Verbindung zwischen solchen Drittparteien und der FIFA und/oder dem Wettbewerb (oder Teilen davon) herstellen,
  - b. keine Wettbewerbsmarken oder einen anderen Hinweis auf die FIFA oder den Wettbewerb (oder Teile davon) aufweisen,
  - c. das Klubemblem aufweisen und
  - d. die Verbindung zwischen einer solchen Drittpartei und dem teilnehmenden Klub offenlegt (z. B. „offizieller Sponsor des teilnehmenden Klubs“).

Jeder Hintergrund, der von einem teilnehmenden Klub für Medienkonferenzen während des Wettbewerbs ausserhalb der kontrollierten Bereiche verwendet wird, muss von der FIFA im Voraus schriftlich bewilligt werden.

- (ii) Ort: Vorbehaltlich anderslautender Bestimmungen in den nachfolgenden Ziff. iii und iv dürfen Klub-Medienveranstaltungen nicht innerhalb der kontrollierten Bereiche durchgeführt werden.
- (iii) Teamhotels: Die teilnehmenden Klubs dürfen im Teamhotel in einem dafür vorgesehenen Raum Klub-Medienveranstaltungen durchführen, sofern die übrigen Bestimmungen von Art. 11 Abs. 2 eingehalten werden. Jedoch darf zu diesem Zweck nicht die Eingangshalle des Teamhotels verwendet werden, und das Innere des betreffenden Raums darf von der Eingangshalle aus nicht einsehbar sein. In anderen Teilen des Teamhotels sind Klub-Medienveranstaltungen nicht erlaubt.
- (iv) Offizielle Trainingsanlagen: Die teilnehmenden Klubs dürfen in einem geschlossenen Raum innerhalb der offiziellen Trainingsanlagen an von der FIFA bezeichneten Standorten Klub-Medienveranstaltungen durchführen, sofern die übrigen Bestimmungen von Art. 11 eingehalten werden.

- 11.3. Private Aufzeichnungsgeräte: Die teilnehmenden Klubs haben dafür zu sorgen, dass ihre Teamdelegationsmitglieder keinerlei Filmmaterial, das in den kontrollierten Bereichen (ausgenommen in den Teamhotels) mit privaten Kameras aufgenommen wird, zwecks Verleih, Ausstrahlung und/oder Übertragung über irgendeinen Medienkanal nutzen, lizenzieren oder Dritten übertragen. Dieses Verbot schliesst sämtliche Aufzeichnungsgeräte ein, die in den kontrollierten Bereichen (ausgenommen in den Teamhotels) durch den teilnehmenden Klub oder mit seinem Wissen verwendet werden.

11.4. Videoaufnahmen: Die teilnehmenden Klubs dürfen Wettbewerbsspiele für technische Leistungsanalysen aufzeichnen, sofern sie folgende Bedingungen einhalten:

- (i) Nur eine Kamera pro teilnehmenden Klub darf verwendet werden. Diese ist mit einer Identifikationsmarke zu kennzeichnen. Aufnahmen sind einzig von einem von der FIFA bestimmten Ort im betreffenden Wettbewerbsstadion aus erlaubt.
- (ii) Nur leichte Amateurausrüstung darf verwendet werden. Geräte, wie sie professionelle Sendeanstalten verwenden, sind verboten (der diesbezügliche Entscheid der FIFA ist endgültig).
- (iii) Bei den Aufnahmen müssen die jeweiligen Kameraleute das Überziehleibchen tragen, das von der FIFA für diesen Zweck zu Beginn des Wettbewerbs abgegeben wird. Den teilnehmenden Klubs wird jeweils nur ein Leibchen abgegeben, das nach dem Ausscheiden des Teams aus dem Wettbewerb umgehend zurückzugeben ist.
- (iv) Einzig akkreditierte Teamdelegationsmitglieder dürfen solche Aufnahmen machen.
- (v) Aufnahmen sind einzig für technische Leistungsanalysen und nur vom in Art. 11 Abs. 4 Ziff. i definierten Ort aus erlaubt. Somit sind Aufnahmen u. a. in den Umkleidekabinen, der gemischten Zone, bei den Medienkonferenzen, an einem anderen Ort oder aus einem anderen oben nicht genannten Grund verboten.
- (vi) Aufnahmen sind einzig für technische Leistungsanalysen erlaubt. Aufnahmen zur allgemeinen Dokumentation der Teilnahme am und/oder der Begeisterung der Teams für den Wettbewerb, das Wettbewerbsgebiet und/oder Ähnliches sind streng verboten.
- (vii) Jede gewerbliche Verwertung von Aufzeichnungen in einer von der FIFA kontrollierten Umgebung (einschliesslich Wettbewerbsstadion) ist sowohl während als auch nach dem Wettbewerb streng verboten. Ungeachtet anderer Bestimmungen dieses Medien- und Marketingreglements anerkennt der teilnehmende Klub, dass jeder Verstoss gegen die Bestimmungen von Art. 11 Abs. 4 für die FIFA eine Verletzung ihrer eigenen Geschäftsverträge bedeuten und so einen erheblichen Schaden verursachen kann, für den möglicherweise letztlich der teilnehmende Klub haftbar ist.

11.5. Wettbewerbsstadion: Es gelten folgende Bestimmungen:

- (i) Keine Werbung: In den Wettbewerbsstadion ist einzig Werbung von Geschäftspartnern erlaubt, die von der FIFA angebracht wird. Es ist den teilnehmenden Klubs nicht gestattet, in den Wettbewerbsstadion Werbe- oder anderes PR-Material zu präsentieren, dessen Präsentation zu veranlassen oder dessen Abgabe zuzulassen.

- (ii) Technische Ausrüstung und Getränke: Die Bestimmungen von Art. 7 Abs. 4 betreffend technische Ausrüstung sowie von Art. 7 Abs. 5 betreffend Getränken gelten auch für die Wettbewerbsstadionen.
  - (iii) Zuschauer: Sämtliche Trainings in Wettbewerbsstadionen werden von der FIFA und dem LOC kontrolliert. Es ist den teilnehmenden Klubs, ihren Klub-Geschäftspartnern und/oder anderen Klub-Vertragspartnern nicht gestattet, in Verbindung mit dem Besuch eines Trainings in einem Wettbewerbsstadion Werbung zu betreiben. Ebenso wenig dürfen die teilnehmenden Klubs, ihre Klub-Geschäftspartner und/oder andere Drittparteien für den Besuch eines Trainings in einem Wettbewerbsstadion Eintrittskarten verkaufen.
- 11.6. Trainingsanlagen: Ab fünf Tage vor ihrem jeweils ersten Wettbewerbsspiel bis Ende des letzten Wettbewerbsspiels des jeweiligen teilnehmenden Teams dürfen diese nur die offiziellen Trainingsanlagen benutzen, die ihnen von der FIFA zum Training offiziell zugeteilt wurden. Falls eine Trainingsanlage, die ein teilnehmendes Team zur Wettbewerbsvorbereitung nutzt, als offizielle Trainingsanlage vorgesehen ist, muss diese spätestens fünf Tage vor dem ersten Spiel des teilnehmenden Teams frei von gewerblichen Aktionen und Kennzeichen (z. B. Anzeigetafeln und andere Schilder), mit Ausnahme derjenigen der Geschäftspartner, sein.
- 11.7. Transport: Es gelten folgende Bestimmungen:
- (i) Bereitstellung von Teambussen: Jedem teilnehmenden Klub steht für den Transport seiner Teamdelegationsmitglieder während der Wettbewerbsdauer ein eigener Teambus zur Verfügung. Die teilnehmenden Klubs haben dafür zu sorgen, dass die Spieler ihres Teams und ihre Offiziellen für Veranstaltungen im Zusammenhang mit dem Wettbewerb ausschliesslich mit diesem Teambus transportiert werden (u. a. Hin- und Rückfahrt zu/von Wettbewerbsspielen, Trainings und/oder offiziellen Feiern). Am oder im Bus darf mit Ausnahme der Marken der Geschäftspartner und von der FIFA genehmigter Slogans (z. B. Fanbotschaften) kein Werbematerial von Drittparteien, einschliesslich der Klub-Geschäftspartner oder anderer Klub-Vertragspartner, angebracht werden.
  - (ii) Weitere Fahrzeuge: Sämtliche übrigen Fahrzeuge der teilnehmenden Klubs und/oder der Teamdelegationsmitglieder, die in einen kontrollierten Bereich gelangen können, dürfen ausser i) den herkömmlichen Marken des Fahrzeugherstellers, ii) den Marken der Geschäftspartner und von der FIFA genehmigter Slogans sowie iii) den Wettbewerbs- und FIFA-Marken keine anderen Marken aufweisen. Teilnehmenden Klubs und/oder Teamdelegationsmitgliedern ist es nicht erlaubt, auf besagten Fahrzeugen solche Kennzeichen zu entfernen. An oder in solchen Fahrzeugen darf kein Werbematerial von Drittparteien, einschliesslich der Klub-Geschäftspartner oder anderer Klub-Vertragspartner, angebracht werden.
- 11.8. Freundschaftsspiele: Jeder teilnehmende Klub kann vor dem Wettbewerb auf dem

Wettbewerbsgebiet Freundschaftsspiele durchführen oder daran teilnehmen, sofern folgende Bedingungen eingehalten werden:

- (i) Der FIFA werden die Austragungsorte und Anstosszeiten sämtlicher Freundschafts-/Vorbereitungsspiele vorher mitgeteilt.
- (ii) Es liegt vorgängig die schriftliche Zustimmung der FIFA und des ausrichtenden Mitgliedsverbands vor.
- (iii) die Spiele nicht in einem Wettbewerbsstadion ausgetragen werden,
- (iv) Im Zusammenhang mit dem Freundschaftsspiel, dem die FIFA und der ausrichtende Mitgliedsverband zugestimmt haben, darf auf keinem Marketing-, Werbe- oder Promotionsmaterial irgendeine Verbindung zwischen diesem Freundschaftsspiel und dem Wettbewerb hergestellt werden. Ebenso wenig dürfen Wettbewerbsmarken oder Formulierungen wie „Auf dem Weg nach ...“ verwendet werden.

11.9. Teammedienzentrum („TMZ“): Die teilnehmenden Klubs dürfen vor und während des Wettbewerbs ein eigenes Teammedienzentrum („TMZ“) betreiben. Die Kosten für die Einrichtung und den Betrieb eines TMZ gehen vollumfänglich zulasten des betreffenden teilnehmenden Klubs.

11.10. Teilnahme an gesellschaftlichen und anderen Veranstaltungen: Jeder teilnehmende Klub stellt sicher, dass seine Teamdelegationsmitglieder im Rahmen des Wettbewerbs an mindestens den folgenden von der FIFA bestimmten offiziellen Veranstaltungen teilnehmen: ein offizielles Essen und ein offizielles Training.

Vorbehaltlich einer anderslautenden Bestimmung in diesem Reglement oder der Erlaubnis der FIFA sorgt jeder teilnehmende Klub dafür, dass sich weder sein teilnehmendes Team noch seine Teamdelegationsmitglieder noch andere Vertreter während ihres Aufenthalts im Wettbewerbsgebiet an einer gesellschaftlichen Veranstaltung, Werbeaktion oder -veranstaltung beteiligt, es sei denn, diese werden von den offiziellen Sponsoren des Wettbewerbs durchgeführt, organisiert oder veranstaltet.

11.11. Nutzung digitaler Medien durch Teamdelegationsmitglieder: Zum Schutz der Privatsphäre aller Teamdelegationsmitglieder, aller Mitglieder der gegnerischen Teamdelegation, aller FIFA-Offiziellen sowie der Integrität des Sports, der FIFA und des Wettbewerbs sowie der Integrität der Marketing- und Medienrechte der FIFA muss jeder teilnehmende Klub sicherstellen, dass alle Teamdelegationsmitglieder, die im Zusammenhang mit ihren persönlichen Erlebnissen beim Wettbewerb, dem Wettbewerb im Allgemeinen oder damit zusammenhängenden Informationen beliebigen Inhalt auf digitale Medien stellen, die folgenden Bestimmungen einhalten.

- (i) Mit Ausnahme der Teamhotels ist es den Teamdelegationsmitgliedern streng verboten, solchen Inhalt während ihres Aufenthalts in einem kontrollierten Bereich während der Wettbewerbsdauer auf digitale Medien zu stellen.

- (ii) Jeglicher solcher Inhalt darf allein die persönlichen Erlebnisse des betreffenden Teamdelegationsmitglieds betreffen. Dessen ungeachtet ist es verboten, Interviews oder Geschichten über andere Teamdelegationsmitglieder, Mitglieder der gegnerischen Delegation oder FIFA-Offizielle auf digitale Medien zu stellen.
- (iii) Teamdelegationsmitglieder dürfen gegenüber Dritten vertrauliche oder persönliche Informationen nicht offenlegen. Dazu zählen insbesondere Informationen, die die Sicherheit, Durchführung und Organisation des Wettbewerbs oder die Sicherheit der teilnehmenden Klubs oder der Teamdelegationen oder die Privatsphäre anderer Teamdelegationsmitglieder, Mitglieder der gegnerischen Teamdelegation oder andere FIFA-Offizielle beeinträchtigen können.
- (iv) Die Einträge müssen in jedem Fall fair, anständig und schicklich sein.
- (v) Vorbehaltlich ausdrücklich anderslautender Bestimmungen unter Ziff. v dürfen Teamdelegationsmitglieder keine Wettbewerbsmarken verwenden. Den Teamdelegationsmitgliedern ist es erlaubt:
  - a. die Wortmarke „FIFA Klub-Weltmeisterschaft“ (einschliesslich der Entsprechungen in sämtlichen Sprachen),
  - b. die Wortmarke „Weltmeisterschaft“ (einschliesslich der Entsprechungen in sämtlichen Sprachen) und
  - c. alle anderen FIFA-bezogenen Worte auf ihren digitalen Medien und Blogs zu verwenden,sofern das Wort „FIFA“ und andere Wörter, die sich auf die FIFA Klub-Weltmeisterschaft™ beziehen, nicht mit einer Drittpartei oder den Produkten und Dienstleistungen von Drittparteien in Verbindung gebracht werden können und nicht für Geschäftszwecke verwendet werden.
- (vi) Die Teamdelegationsmitglieder dürfen im Zusammenhang mit dem Inhalt, den sie auf ihre digitalen Medien stellen, keine Geschäftsbezeichnungen verwenden. Im Zusammenhang mit FIFA- oder wettbewerbsbezogenem Inhalt dürfen sie Drittparteien insbesondere keine Werbe- und Sponsoringmöglichkeiten anbieten und/oder verkaufen.
- (vii) Teamdelegationsmitglieder dürfen FIFA- oder wettbewerbsbezogenen Inhalt auf digitale Medien von Drittparteien stellen, sofern nach Einschätzung der FIFA zwischen solchen Drittparteien, einem Unternehmen oder Produkt und dem FIFA- oder wettbewerbsbezogenem Inhalt keine Verbindung hergestellt werden kann und

der betreffende Inhalt für keinerlei Geschäftszwecke verwendet wird.

- (viii) Teamdelegationsmitglieder müssen dafür sorgen, dass weder sie noch Drittparteien auf ihren digitalen Medien FIFA- oder wettbewerbsbezogenen Inhalt für Trittbrettkaktionen verwenden.
- (ix) Teamdelegationsmitglieder dürfen in Bezug auf das Hochladen von FIFA- oder wettbewerbsbezogenem Inhalt keine exklusiven geschäftlichen oder nicht geschäftlichen Verträge mit Drittparteien abschliessen.
- (x) Domainnamen mit Worten wie „FIFA“ oder „Weltmeisterschaft“ oder Abwandlungen davon dürfen von den Teamdelegationsmitgliedern weder angelegt noch genutzt werden. Während der Wettbewerbsdauer dürfen Teamdelegationsmitglieder sich auf den Wettbewerb beziehende Subdomains wie [meinName].com/FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020 schaffen.
- (xi) Im Sinne eines einfachen Zugangs zu FIFA-Informationen sollten Teamdelegationsmitglieder, die gemäss diesem Reglement FIFA- oder wettbewerbsbezogenen Inhalt hochladen, ihre Blogs mit der offiziellen FIFA-Website FIFA.com oder anderen digitalen Medien, die von der FIFA verwendet oder betrieben werden, verlinken.

Die teilnehmenden Klubs müssen Teamdelegationsmitglieder, die ihre Meinung oder Kommentare auf digitalen Medien veröffentlichen wollen, darauf aufmerksam machen, dass sie für ihre Aussagen allein haftbar sind. Verfasser von Einträgen auf digitalen Medien oder Blogger können für alle Kommentare, die beleidigend, obszön oder urheberrechtlich geschützt sind, zur Rechenschaft gezogen werden.

## 12. POKALREGLEMENT

12.1. Nutzungsbestimmungen für den Gewinner 2020: Das siegreiche teilnehmende Team erhält im Rahmen einer Feier nach dem Ende des letzten Wettbewerbsspiels auf dem Spielfeld die Siegertrophäe, die er behalten darf. Klub-Geschäftspartnern und anderen Klub-Vertragspartnern ist es strikte untersagt, eine Verbindung zwischen ihnen und der Originaltrophäe, der Siegertrophäe und/oder einer Mini-Nachbildung der Originaltrophäe herzustellen. Im Einzelnen:

- (i) Die Siegertrophäe darf weder bei einer Klub-Medienveranstaltung noch bei einer anderen Medienkonferenz präsentiert werden, bei der ein Hintergrund oder ein anderes Spielort-Dekor, das die Marken von gewerblichen Unternehmen (ausgenommen der Geschäftspartner) aufweist, zu sehen ist.
- (ii) Die Siegertrophäe darf bei einer Veranstaltung, die von einem Klub-Geschäftspartner oder einem anderen Klub-Vertragspartner gesponsert wird oder eine Markenkennzeichnung desselben aufweist, weder gezeigt noch zur Schau gestellt



werden. Die Siegertrophäe darf z. B. nicht als Teil einer Siegertournee gezeigt oder ausgestellt werden, die Marken der Klub-Geschäftspartner oder anderer gewerblicher Unternehmen aufweist.

- (iii) Weder den Klub-Geschäftspartnern des siegreichen teilnehmenden Klubs noch anderen Klub-Vertragspartnern ist es gestattet, die Originaltrophäe, die Siegertrophäe, Bilder der Originaltrophäe oder eine andere Nachbildung der Originaltrophäe in PR- oder Werbematerial oder auf digitalen Medien zur Feier des Erfolgs des siegreichen teilnehmenden Teams zu verwenden.

Zum Schutz des Status und des gewerblichen Werts der Originaltrophäe verpflichten sich die teilnehmenden Klubs:

- (i) mit Ausnahme von Mini-Nachbildungen der Originaltrophäe gemäss nachfolgenden Bestimmungen keine eigenen, inoffiziellen Nachbildungen der Originaltrophäe herzustellen,
- (ii) weder die Originaltrophäe noch die Siegertrophäe noch eine andere Nachbildung der Originaltrophäe auf eine Weise zu verwenden, abzubilden oder auszustellen, die als unangemessen, abfällig oder für den Wert der Originaltrophäe, der Marke oder des Rufs der Originaltrophäe als schmälernd empfunden werden kann.
- (iii) Von der Originaltrophäe oder der Siegertrophäe dürfen auf Kleidungsstücken oder anderen Waren keine Bilder verwendet oder zu deren Nutzung keine Lizenz erteilt werden.
- (iv) Die Originaltrophäe ist ein FIFA-Warenzeichen. Der siegreiche teilnehmende Klub hat weder ein Recht noch eine Lizenz, Fotos der Originaltrophäe, der Siegertrophäe oder einer anderen Nachbildung der Originaltrophäe zu gewerblichen Zwecken zu verwenden (oder ein solches Recht oder eine solche Lizenz zu gewähren). Erlaubt ist diesbezüglich einzig die Verwendung zu ausschliesslich redaktionellen Zwecken zur Bebilderung schriftlicher Texte in elektronischen Erzeugnissen und Drucksachen. Der siegreiche teilnehmende Klub verpflichtet sich, Fotografen, Presse- und Medienvertreter vor der offiziellen Präsentation der Siegertrophäe oder einer anderen Nachbildung der Originaltrophäe auf diese Einschränkungen aufmerksam zu machen.
- (v) Der siegreiche teilnehmende Klub muss auf eigene Kosten alle zumutbaren Massnahmen ergreifen, um die Sicherheit der Siegertrophäe zu gewährleisten, solange diese in seinem Besitz ist.

Mit dem schriftlichen Einverständnis der FIFA darf der siegreiche teilnehmende Klub auf eigene Kosten den von der FIFA zugelassenen Hersteller mit der Produktion von Mini-Nachbildungen der Originaltrophäe beauftragen, die den Teamdelegationsmitgliedern und dem Trainer des siegreichen teilnehmenden Teams abgegeben werden dürfen, sofern sich diese gegenüber der

FIFA schriftlich verpflichten, diese Mini-Nachbildungen nicht für gewerbliche Zwecke zu verwenden. Die Mini-Nachbildungen dürfen höchstens 15 cm gross sein und müssen ansonsten im Massstab einer Nachbildung der Originaltrophäe gehalten sein.

Weiter erklären sich die teilnehmenden Klubs damit einverstanden, dass:

- (i) die Siegertrophäe zwischenzeitlich in den Besitz des siegreichen teilnehmenden Klubs übergehen kann, aber Eigentum der FIFA bleibt und der FIFA auf deren schriftliches Verlangen umgehend zurückgegeben werden muss;
- (ii) die Siegertrophäe einer Drittpartei ohne die schriftliche Erlaubnis der FIFA nicht zu Ausstellungszwecken oder zur Nutzung überlassen werden darf,
- (iii) alle Tourneen mit der Siegertrophäe von der FIFA schriftlich zugelassen werden müssen.

12.2. Nutzungsbestimmungen für frühere Gewinner: Trophäen, die früheren Gewinnern der FIFA Klub-Weltmeisterschaft™ abgegeben wurden, müssen der unmittelbaren Kontrolle der betreffenden Klubs unterliegen und dürfen deren Land ohne das schriftliche Einverständnis der FIFA nicht verlassen. Klubs, die eine Siegertrophäe erhalten haben, müssen dafür sorgen, dass diese stets im historischen Kontext des betreffenden Wettbewerbs und nicht auf eine Weise verwendet wird, die eine Verbindung zwischen einer Drittpartei, einschliesslich Geschäftspartnern sowie ihrer Geschäftspartner und/oder anderer Vertragspartner, und der Originaltrophäe, dem Wettbewerb und/oder früheren Ausgaben des Wettbewerbs herstellt. Den Geschäftspartnern und/oder anderen Vertragspartnern der Klubs dürfen insbesondere dort keine Rechte oder Präsenz gewährt werden, wo die Originaltrophäe, die Siegertrophäe oder eine andere Nachbildung der Originaltrophäe präsentiert oder abgebildet wird. Dieses Verbot gilt auch für das Präsentieren oder Fotografieren der Originaltrophäe oder der Siegertrophäe durch den Gewinner des Wettbewerbs.

12.3. Warenbestimmungen für frühere Gewinner: Früheren siegreichen Klubs der FIFA Klub-Weltmeisterschaft™ ist es ebenfalls untersagt, Werbematerial oder Waren, die eine Abbildung ihrer Originaltrophäe oder eine Marke, ein Emblem oder ein Kennzeichen, das auf eine frühere Ausgabe der FIFA Klub-Weltmeisterschaft™ verweist, zu entwickeln, zu schaffen, zu verwenden, zu verkaufen oder abzugeben. Weder die Originaltrophäe noch die Siegertrophäe noch eine stilisierte Abwandlung davon darf auf digitalen Medien abgebildet werden.

## 13. ZULÄSSIGE VERWENDUNG VON WETTBEWERBSMARKEN

13.1. Verwendung der Wettbewerbsmarken durch die teilnehmenden Klubs: Es gelten folgende Bestimmungen:

- (i) Allgemeine Bestimmungen: Die teilnehmenden Klubs dürfen die Wettbewerbsmarken und das zusammengesetzte Logo ausschliesslich als Hinweis

auf ihre Teilnahme am Wettbewerb verwenden. Die Nutzung der Wettbewerbsmarken und/oder des zusammengesetzten Logos zu gewerblichen oder Werbezwecken durch die teilnehmenden Klubs und/oder die Klub-Geschäftspartner und/oder andere Klub-Vertragspartner ist streng verboten. Die Bestimmungen von Art. 13 Abs. 1 treten mit diesen Richtlinien in Kraft und gelten auch nach Ablauf der Wettbewerbsdauer bis auf Widerruf durch die FIFA.

- (ii) Wettbewerbsname: In Verbindung mit dem Wettbewerb (und dies ausschliesslich zu redaktionellen Zwecken) sind die teilnehmenden Klubs verpflichtet, den offiziellen Wettbewerbsnamen zu verwenden.
- (iii) Zusammengesetztes Logo: Die teilnehmenden Klubs dürfen ein zusammengesetztes Logo entwerfen, das sowohl das offizielle Emblem als auch das Emblem des betreffenden teilnehmenden Klubs enthält. Auf ein entsprechendes Gesuch an [ma.approvals@fifa.org](mailto:ma.approvals@fifa.org) hin dürfen die teilnehmenden Klubs das Material für ein zusammengesetztes Logo vom digitalen Online-Archiv der FIFA auf [www.FIFAdigitalarchive.com](http://www.FIFAdigitalarchive.com) herunterladen. Das zusammengesetzte Logo darf nur aus dem offiziellen Emblem, dem Klubemblem und der beschreibenden Bezeichnung „Endrundenteilnehmer“ zusammengesetzt sein. Ohne die schriftliche Erlaubnis der FIFA, die vor der Verwendung eines zusammengesetzten Logos zwingend vorliegen muss, darf keine weitere Marke darin enthalten sein. Andere Marken dürfen nicht so neben dem zusammengesetzten Logo angebracht werden, dass der Eindruck entsteht, sie seien Bestandteil des zusammengesetzten Logos. Vor der Verwendung des zusammengesetzten Logos müssen die teilnehmenden Klubs das schriftliche Einverständnis der FIFA einholen. Der Entwurf für das zusammengesetzte Logo muss daher schriftlich bei der FIFA eingereicht werden ([ma.approvals@fifa.org](mailto:ma.approvals@fifa.org)). Gemäss Art. 13 Abs. 1 Ziff. viii müssen der FIFA auch alle Verwendungszwecke des zusammengesetzten Logos zur Bewilligung unterbreitet werden.
- (iv) Nutzung der Wettbewerbsmarken und des zusammengesetzten Logos: Weder die Wettbewerbsmarken noch das zusammengesetzte Logo dürfen in der Nähe der Namen, Logos oder Warenzeichen der Klub-Geschäftspartner oder von Drittparteien, die keine Geschäftspartner sind, verwendet werden.

Die teilnehmenden Klubs dürfen zudem weder die Wettbewerbsmarken noch das zusammengesetzte Logo wie folgt verwenden:

- als Teil einer Werbe- oder PR-Kampagne oder eines Slogans in Verbindung mit einem Klub-Geschäftspartner
- auf Geschenken, Preisen, Waren, Kleidungsstücken oder sonstigen Ausrüstungsteilen, die öffentlich verkauft (z. B. Spielkleidung für Fans) oder anderweitig gewerblich vertrieben werden
- auf offiziellen Drucksachen eines teilnehmenden Klubs (einschliesslich Briefpapier und Visitenkarten), die gleichzeitig auch Namen und/oder Logos der Klub-

Geschäftspartner enthalten (ausgenommen Namen/Logos von Parteien, die von der FIFA als Geschäftspartner des Wettbewerbs bezeichnet werden)

- (v) Klub-Drucksachen: Die teilnehmenden Klubs müssen dafür sorgen, dass in ihren Drucksachen (in gedruckter oder elektronischer Form), die in Bezug auf ihre Teilnahme am Wettbewerb hergestellt werden (z. B. Poster, Führer, Medienführer, Programme, Zeitschriften, Karten, Hefte, Bücher, elektronische Publikationen, CD-ROM und Bulletins), die Wettbewerbsmarken und/oder das zusammengesetzte Logo (und alle anderen wettbewerbsbezogenen Warenzeichen) ausschliesslich in redaktionellem Zusammenhang verwendet werden. Ist zum Beispiel eine Wettbewerbsmarke oder ein zusammengesetztes Logo auf der Titel- oder Rückseite einer solchen Publikation oder von Drucksachen abgebildet, dürfen diese weder auf der Titel- noch auf der Rückseite der Drucksachen (ausschliesslich in einem rein redaktionellen Umfeld) weitere gewerbliche Kennzeichen oder Werbung (auch nicht der Klub-Geschäftspartner oder anderer Klub-Vertragspartner) aufweisen. Der Wettbewerbsname darf einzig zwecks Beschreibung aufgeführt werden. Auf den übrigen Seiten der Klub-Publikationen (ausschliesslich in einem rein redaktionellen Umfeld) dürfen Wettbewerbsmarken und das zusammengesetzte Logo verwendet werden, sofern die gleiche oder gegenüberliegende Seite keine gewerblichen Kennzeichen oder Werbung enthält.

Aus den Titelseiten und Titeln der Klub-Publikationen muss klar hervorgehen, dass es sich dabei um ein Erzeugnis des teilnehmenden Klubs und nicht um eine Veröffentlichung der FIFA und/oder des LOC handelt. Beispiel für einen zulässigen Titel:

- Offizielle [Publikation] des [Klub] für die FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™

In Übereinstimmung mit Art. 13 Abs. 1 Ziff. viii müssen der FIFA im Voraus alle diese Drucksachen zur Bewilligung unterbreitet werden.

- (vi) Keine Verbindung mit Klub-Geschäftspartnern: Die teilnehmenden Klubs müssen dafür sorgen, dass in ihrem Werbematerial keine Verbindung zwischen den Klub-Geschäftspartnern und/oder anderen Klub-Vertragspartnern sowie dem Wettbewerb hergestellt wird. Die Klub-Geschäftspartner und/oder anderen Klub-Vertragspartner dürfen in ihren Unterlagen weder Wettbewerbsmarken noch das zusammengesetzte Logo verwenden, es sei denn, sie sind Geschäftspartner des Wettbewerbs oder dürfen die Bezeichnung (als Beispiel) „[Sponsor] des [teilnehmenden Klubs] bei der FIFA Klub-Weltmeisterschaft Katar 2020™“ verwenden.
- (vii) Weitere Marken: Den teilnehmenden Klubs ist die Verwendung anderer Marken, Produkte, Symbole, Logos oder Slogans als Hinweis auf den Wettbewerb (einschliesslich des Pokals) verboten. Zudem haben sie dafür zu sorgen, dass die Klub-Geschäftspartner und/oder anderen Klub-Vertragspartner dieses Verbot ebenfalls

einhalten.

- (viii) Genehmigung: Alle Verwendungsanträge für Wettbewerbsmarken und das zusammengesetzte Logo (einschliesslich Zusammenfassung des geplanten Kontexts und Angabe des Vertriebskanals) müssen der FIFA im Voraus online mithilfe des Markenantragsformulars im digitalen Archiv der FIFA oder per E-Mail an [ma.approvals@fifa.org](mailto:ma.approvals@fifa.org) zur schriftlichen Bewilligung unterbreitet werden. Der Antrag geht an den zuständigen FIFA-Prüfungs koordin ator. Muster aller Drucksachen, die die Wettbewerbsmarken und/oder das zusammengesetzte Logo enthalten, müssen der FIFA vorher ebenfalls schriftlich zur Bewilligung unterbreitet werden. Diese müssen das Layout und die Anordnung der Wettbewerbsmarken und des zusammengesetzten Logos sowie die Marken und Logos der Klub-Geschäftspartner und anderer Drittparteien aufweisen. Die Muster müssen der FIFA spätestens 30 Tage vor Wettbewerbsbeginn vorliegen. Die teilnehmenden Klubs sind verpflichtet, alle von der FIFA verlangten Änderungen vorzunehmen, damit ihre Drucksachen dem vorliegenden Reglement vollumfänglich entsprechen.

### 13.2. Klub-Websites: Es gelten in Bezug auf den Wettbewerb folgende Bestimmungen:

- (i) Link zu FIFA.com: Die teilnehmenden Klubs müssen auf jeder Seite ihrer Website, die sich inhaltlich auf den Wettbewerb bezieht, einen Link zur entsprechenden Sprachversion von FIFA.com einrichten. Ein solcher Link besteht aus dem Logo von FIFA.com, das unter [ma.approvals@fifa.org](mailto:ma.approvals@fifa.org) bezogen werden kann. Das FIFA.com-Logo darf nur in diesem Zusammenhang verwendet werden. Eine Verwendung durch Dritte, einschliesslich der Klub-Geschäftspartner und anderer Klub-Vertragspartner, ist nicht gestattet. Das FIFA.com-Logo darf zudem nicht in der Nähe von Marken oder Namen von Klub-Geschäftspartnern und/oder anderen Klub-Vertragspartnern erscheinen.
- (ii) Website-Paket: Die teilnehmenden Klubs können von der FIFA-Subdivision digitales Medienhaus ein FIFA.com-Website-Paket für ihre Websites beziehen. Solche Pakete umfassen neben weiteren Informationen die neusten Ergebnisse und Schlagzeilen.
- (iii) Online-Nutzung der Wettbewerbsmarken und des zusammengesetzten Logos: Die Wettbewerbsmarken und das zusammengesetzte Logo dürfen auf den Websites der teilnehmenden Klubs nur unter folgenden Bedingungen verwendet werden:
- Sie werden ausschliesslich zu redaktionellen Zwecken verwendet.
  - Die teilnehmenden Klubs haben vorher bei der FIFA mit einem schriftlichen Antrag an [ma.approvals@fifa.org](mailto:ma.approvals@fifa.org) die entsprechende Erlaubnis eingeholt.
  - Sie werden nicht in Zusammenhang/Verbindung mit oder in der Nähe des Namens und/oder des Logos eines gewerblichen Unternehmens, einschliesslich der Klub-Geschäftspartner und anderer Klub-Vertragspartner, verwendet.
  - Sie werden nicht als Hyperlink zu einer Website oder Webseite verwendet. Wird

ein Link zu einer anderen Website/Webpage gewünscht, muss dieser als Textlink ausgestaltet werden.

- Sie werden nicht in der Titel-, Menü- oder Fusszeile verwendet oder angebracht.
- Die Verwendung der Wettbewerbsmarken und/oder des zusammengesetzten Logos auf der Website des teilnehmenden Klubs erfüllt vollumfänglich die Bestimmung von Art. 13 dieses Reglements.

(iv) URL: Der Wettbewerbsname darf nicht Bestandteil der URL von Klub-Websites sein.

## 14. WETTBEWERBSTICKETING

- 14.1. Kartenbestimmungen: Die teilnehmenden Klubs verpflichten sich, alle Geschäftsbedingungen und Reglemente, die die FIFA und/oder von der FIFA zum Vertrieb von Wettbewerbskarten ermächtigte Dritte im Zusammenhang mit Wettbewerbskarten erlassen und/oder herausgegeben haben, gänzlich einzuhalten und dafür zu sorgen, dass ihre Klubgäste diese ebenfalls gänzlich einhalten.
- 14.2. Keine Nutzung für Werbe- und/oder PR-Zwecke: Die teilnehmenden Klubs verpflichten sich, jegliche Werbe- oder PR-Aktionen zu unterlassen, die während der Wettbewerbsdauer im Gebiet die Nutzung von Wettbewerbskarten, Eintrittskarten für offizielle oder inoffizielle Trainings oder Eintrittskarten für eine andere Veranstaltung, die von der FIFA oder unter ihrer Leitung im Rahmen des Wettbewerbs organisiert werden, beinhalten, zu beinhalten vorgeben oder eine Beinhaltung vermuten lassen, zu unterlassen und dafür zu sorgen, dass ihre Klubgäste dies ebenfalls unterlassen. Die teilnehmenden Klubs müssen insbesondere sicherstellen, dass ihre Klubgäste keine Wettbewerbe, Aktionen, Preisausschreiben, Lotterien oder sonstige Spiele durchführen, die es Klubgästen oder Dritten ermöglichen, eine Verbindung mit der FIFA und/oder dem Wettbewerb herzustellen, oder Dritten durch ihre Teilnahme an solchen Aktionen Zugriff oder Anspruch auf eine Wettbewerbskarte gewähren.
- 14.3. Verhalten von Klubgästen, Klub-Geschäftspartnern und Kunden: Die teilnehmenden Klubs sind verpflichtet, dafür zu sorgen, dass ihre Klubgäste, Klub-Geschäftspartner und/oder anderen Klub-Vertragspartner von den allgemeinen Geschäftsbedingungen, die für Wettbewerbskarten gelten, Kenntnis erhalten und diese einhalten.
- 14.4. Trittbrettaktionen: Die teilnehmenden Klubs sind verpflichtet, dafür zu sorgen, dass ihre Klubgäste, Klub-Geschäftspartner und/oder anderen Klub-Vertragspartner Werbe- und/oder PR-Aktionen unterlassen, die nach vernünftiger Auffassung als Aktion gegen die Exklusivrechte der Geschäftspartner, der Medienrechtslizenznehmer und der FIFA aufgefasst werden können, und haben insbesondere Werbe- und/oder PR-Aktionen zu unterlassen, die nach vernünftiger Auffassung den Eindruck erwecken können, dass Wettbewerbskarten oder andere Zugangsberechtigungen für den Wettbewerb von Drittparteien im Zusammenhang mit diesen Aktionen erworben werden können.

## **TEIL D: VERSCHIEDENES**

### **15. VERSCHIEDENES**

- 15.1. Grundsätze: Die teilnehmenden Klubs müssen dafür sorgen, dass all ihre Teamdelegationsmitglieder dieses Medien- und Marketingreglement gelesen und verstanden haben. Die teilnehmenden Klubs unterrichten ihre Klub-Geschäftspartner und anderen Vertragspartner umgehend vom Inhalt dieses Reglements und verpflichten sie zu dessen Einhaltung. Die teilnehmenden Klubs sorgen dafür, dass dieses Medien- und Marketingreglement sowie alle weiteren Richtlinien, Weisungen und Beschlüsse der FIFA von ihren Teamdelegationsmitgliedern, Klub-Geschäftspartnern und/oder anderen Vertragspartnern gänzlich eingehalten wird.
- 15.2. FIFA-Disziplinarwesen: Sämtliche Verstösse gegen dieses Medien- und Marketingreglement oder andere Vorschriften, Zirkulare, Richtlinien, Weisungen und/oder Beschlüsse der FIFA, für die keine andere Instanz zuständig ist, werden von der FIFA-Disziplinarkommission gemäss FIFA-Disziplinarreglement und allen massgebenden Zirkularen und Weisungen geregelt.
- 15.3. Verbotene Gegenstände: Sämtliche Gegenstände, die von einem teilnehmenden Klub oder seinen Teamdelegationsmitgliedern in einem kontrollierten Bereich verwendet werden und gegen dieses Reglement verstossen, werden nach freiem Ermessen der zuständigen FIFA-Offiziellen entfernt, beschlagnahmt oder abgedeckt. Der betreffende teilnehmende Klub kann zudem von der FIFA-Disziplinarkommission mit Sanktionen belegt werden.
- 15.4. Haftungsausschluss: Die FIFA haftet gegenüber den teilnehmenden Klubs für keine Verluste, Gebühren, Schäden oder sonstige Kosten, die in Zusammenhang mit diesem Reglement und/oder dem Wettbewerbs- oder Ausrüstungsreglement entstehen.
- 15.5. Auslegung: Begriffe in Einzahl schliessen die Mehrzahl mit ein und umgekehrt. Sätze oder Satzteile, die mit „einschliesslich“, „insbesondere“, „z. B.“ oder Ähnlichem eingeleitet werden, schränken weder die vorangehenden noch die nachfolgenden Worte in ihrer Bedeutung ein.
- 15.6. Widersprüchliche Bestimmungen: Bei widersprüchlichen Bestimmungen zwischen dem Wettbewerbs- und dem Ausrüstungsreglement einerseits und diesem Reglement andererseits ist das Reglement massgebend. Die betreffenden Bestimmungen der beiden Reglemente gelten als entsprechend angepasst.
- 15.7. Änderungen: Auf Mitteilung an die teilnehmenden Klubs hin ist die FIFA jederzeit und nach eigenem Ermessen berechtigt, dieses Reglement zu ändern.



Ebenso ist die FIFA vor dem Wettbewerb jederzeit und nach eigenem Ermessen berechtigt, Richtlinien und Zirkulare herauszugeben, die dieses Reglement oder Teile davon präzisieren.

- 15.8. Unvorhergesehene Fälle: Alle Fälle, die in diesem Medien- und Marketingreglement nicht ausdrücklich geregelt sind (einschliesslich Fälle höherer Gewalt), werden vom FIFA-Rat entschieden. Dessen Entscheide sind rechtskräftig.
- 15.9. Sprachen: Dieses Reglement liegt in den vier offiziellen FIFA-Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch) vor. Im Falle unterschiedlicher Auslegung des deutschen, englischen, französischen und spanischen Texts dieser Bestimmungen ist der englische Text massgebend.
- 15.10. Keine Verzichtserklärung: Der Verzicht der FIFA auf Ahndung einer Verletzung dieses Reglements (einschliesslich eines darin genannten Dokuments) ist nicht als Verzicht auf Ahndung einer weiteren Verletzung der gleichen Bestimmung oder einer Verletzung einer anderen Bestimmung oder als Verzicht auf ein Recht aus diesem Reglement oder eines anderen Dokuments auszulegen. Eine Verzichtserklärung ist nur gültig, wenn sie schriftlich erfolgt. Die Unterlassung der FIFA, eine strikte Einhaltung einer beliebigen Bestimmung dieses Reglements oder eines beliebigen Dokuments zu verlangen, auf das in diesem Reglement verwiesen wird, bedeutet keinen Verzicht auf das Recht der FIFA oder den Verlust dieses Rechts, zu einem späteren Zeitpunkt die strikte Einhaltung dieser Bestimmung oder einer anderen Bestimmung oder eines beliebigen Dokuments zu verlangen, auf das in diesem Reglement Bezug genommen wird.
- 15.11. Künftige Ausgaben der FIFA Klub-Weltmeisterschaft™: Dieses Medien- und Marketingreglement ist ausschliesslich auf den Wettbewerb (und alle hierin beschriebenen wettbewerbsbezogenen Veranstaltungen) anwendbar. Auf künftige Ausgaben der FIFA Klub-Weltmeisterschaft™ ist es weder anwendbar noch soll es anwendbar sein. Dieses Medien- und Marketingreglement bildet in Bezug auf einen anderen FIFA-Wettbewerb als den Wettbewerb weder eine verlässliche Grundlage noch ein Präjudiz.



## Anhang

Trophäe der FIFA Klub-  
Weltmeisterschaft™

