



Hallenstandards 2011/2012

Die stärkste Liga der Welt.

Präambel

Für Vereine der TOYOTA Handball-Bundesliga (1. Liga) und der 2. Handball-Bundesligen gelten, soweit es den von der Handball-Bundesliga GmbH bzw. Handball-Bundesliga e.V. (folgend HBL genannt) geleiteten Spielbetrieb betrifft folgende Hallenstandards für die Bereiche

- Spielhalle
- Spielfläche
- Spielablauf
- Medien(-infrastruktur)
- VIP-Bereich
- Umgang mit dem Gastverein
- Upload
- Personal
- Werbung

Vereine, die von den Regional- oder Landesverbänden zur Pokalmeisterschaft gemeldet werden, werden grundsätzlich wie Zweitligisten behandelt. Ausnahmen kann die HBL genehmigen.

1. Hallenabnahme

Hallen, die bisher vom Ligaverband nicht abgenommen sind oder in denen nach der letzten Ligaverbands-Abnahme bauliche Veränderungen vorgenommen wurden, sind der Geschäftsstelle des Ligaverbandes unter Beifügung einer Bescheinigung des Halleneigentümers über deren Zuschauerfassungsvermögen getrennt nach Sitz- und Stehplätzen sowie einer Grundrisskizze jeweils bis spätestens 01.07. des kommenden Spieljahres zu melden. Eine notwendige Hallenabnahme wird von der Spielleitenden Stelle veranlasst.

Für die Abnahme von Hallen der Pokalmeisterschaftsteilnehmer aus den Regional- und Landesverbänden ist der Regional-/Landesverband zuständig. Er legt zusammen mit der Meldung seiner Pokalmeisterschaftsteilnehmer einen Hallenabnahmebericht vor.

2. Spielhalle

Die Spiele der HBL müssen in geschlossenen Sportstätten ausgetragen werden und somit jeglichen Witterungseinflüssen resistent sein. Fenster müssen ggf. verdunkelbar sein, um eine Blendung durch das Sonnenlicht zu vermeiden.

Die Hallen sind mindestens 90 Minuten vor Spielbeginn zu öffnen und eine Stunde vor Spielbeginn uneingeschränkt zum Einspielen zur Verfügung zu stellen. Vor dem Einspielen führen die Schiedsrichter bzw. die Spielaufsicht die Kontrollen nach Regel 1, 3 und 18:2 sowie §§ 56 und 81 SpO durch und veranlassen, soweit möglich, die Behebung von Mängeln.

Der Heimverein haftet dafür, dass alle am Spiel Beteiligten die Halle ungehindert betreten können und sorgt für ungehinderten Zu- und Abgang auf dem Weg zu den Kabinen und der Spielfläche.

2.1 Mindestkapazität

Die für den Spielbetrieb vorgesehenen Hallen müssen ein Fassungsvermögen von mindestens 2250 Zuschauern haben. Von dem Fassungsvermögen müssen mindestens 60% der Plätze Sitzplätze sein.

Zweitligisten sind von diesen Regelungen nicht betroffen.
Für die Vereine der 1. Liga ist dieses Kriterium ab der Saison 2012/2013 zwingend.

2.2 Eintrittskarten

Für den Gastverein sind 5% der Gesamttickets gegen Bezahlung zur Verfügung zu stellen, jedoch mindestens 100 Plätze und maximal 200 Plätze, darunter Sitzplätze zu Stehplätzen im Verhältnis 1:1. Diese Karten sind bis spätestens zehn Tage vor dem Spiel schriftlich und verbindlich anzufordern. Zusätzlich erhält der Gastverein 4 VIP-Karten (Sitzplätze) kostenlos. Gastvereine bei Zweitligaspielen erhalten 10 Sitzplatzkarten, davon mindestens 4 in der 1. Kategorie.

Den Führungsorganen des DHB und der TOYOTA HBL sind auf Anforderung VIP-Karten kostenlos zur Eigennutzung zur Verfügung zu stellen. Dem Landesverband werden auf Anforderung bis zu 5 Freikarten (nicht zwingend VIP-Karten) zur Verfügung gestellt. In beiden Fällen sind Karten spätestens 5 Tage vor dem entsprechenden Spiel schriftlich und verbindlich anzufordern.

2.3 Tribünen

In Spielhallen der 1. Liga müssen auf beiden Längsseiten des Spielfeldes Tribünen vorhanden sein. Unter einer Tribüne ist zu verstehen, dass mindestens 7 Sitzplatzreihen übereinander angeordnet sein müssen. Dieses Kriterium ist ab der Saison 2012/2013 zwingend erforderlich.

2.3.1 Stehplatztribünen

In den Stehplatzbereichen wird aus Sicherheitsgründen empfohlen, Wellenbrecher an den Stufenvorderkanten anzubringen.

2.3.2 Gästefanblock

Die Blöcke der Heim- und Gästefans müssen möglichst weit voneinander entfernt sein. Ggf. ist ein geschützter und eigener Zugang zum Gästefanblock einzurichten und der Gästefanblock durch Ordner zu sichern. Bei Spielen mit erhöhter Ausschreitungsgefahr ist Polizeipräsenz erforderlich.

2.3.3 Einrichtungen für Zuschauer mit Behinderung

Behindertenplätze sind vorzuhalten. Es müssen mindestens 5 Rollstuhlfahrerplätze vorhanden sein, die stufenfrei zugänglich sein müssen.

2.4 Lichtstärke

Die Lichtstärke, gemessen 1,5m horizontal über der Spielfläche, muss mindestens 1200 Lux betragen. Als Übergangslösung sind in der Saison 2010/2011 mindestens 1000 Lux erlaubt. Die Lichtstärke über den Zuschauerrängen im Unterrang muss mindestens 900 Lux betragen. Für Zweitligisten gelten diese Regelungen lediglich für Spiele, die Live (in voller Länge oder in Teilen) im Fernsehen gezeigt werden. Ansonsten müssen bei Zweitligaspielen angemessene, das heißt sportlich notwendige, Lichtverhältnisse herrschen.

Das Licht muss bei Spielen, die Live im Fernsehen gezeigt werden ab 2,5 Minuten vor Spielbeginn auf die volle Lux-Zahl hochgefahren sein.

2.5 Hallentemperatur

In einer Halle muss eine Temperatur von mindestens 18°C bei Hallenöffnung (vgl. 2.) vorliegen. Sollte diese Temperatur abweichen, hat die Spielleitung die Möglichkeit, das Spiel nicht freizugeben.

2.6 Umkleidekabine Mannschaften

Die abschließbare Umkleidekabine (inkl. des Duschraums) für die Gastmannschaften muss eine Mindestgröße von 40m² haben. Dies kann auch mit 2 kleineren Umkleidekabinen geheilt werden. Die Bänke (inklusive Garderobenhaken) müssen ausreichend Platz für mindestens 20 Personen haben. In der Umkleidekabine muss zusätzlich Platz für einen Massagetisch sowie mindestens 2 Stromanschlüsse vorhanden sein. Direkt an den Umkleidekabinen anschließend müssen sich sanitäre Anlagen mit mindestens 6 Duschen und ein WC mit Waschbecken befinden.

2.7 Umkleidekabine Schiedsrichter und Delegierten

Die Umkleidekabine für die Schiedsrichter und den Delegierten (falls angesetzt) muss eine Mindestgröße von 10m² haben und darf durch keinerlei abgestellte Gegenstände eingeschränkt sein. Sie muss mit mindestens einer Dusche, einem WC mit Waschbecken, 3 Stühlen, einem Tisch, mindestens 2 Stromanschlüssen und einer Bank (inklusive Garderobenhaken) ausgestattet sein. Die Verpflegung der Schiedsrichter und ggf. des Delegierten ist von den Vereinen zu gewährleisten. Es muss gesichert sein, dass bei der technischen Vorbereitungsphase Platz für 10 Personen vorhanden ist. Die Umkleidekabine muss abschließbar sein. Der dazugehörige Schlüssel ist den Schiedsrichtern/Delegierten bei Eintreffen auszuhändigen und bleibt bis zur Abreise in deren Besitz.

2.8 Raum für Sekretäre und Zeitnehmer

Sekretär und Zeitnehmer benötigen einen eigenen Raum, separat von den Umkleidekabinen der Schiedsrichter. In diesem Raum müssen ein Tisch mit dazugehörigen Stühlen, ein DIN A4 Laserdrucker und spätestens ab der Saison 2011/2012 ein stabiler Internetanschluss (WLAN oder LAN) vorhanden sein. Ein Internetanschluss ist im Pokalwettbewerb bei Heimspielen eines Vereines unterhalb der zweiten Liga nicht erforderlich.

2.9 Erste-Hilfe-Raum/Doping-Raum

In jeder Halle ist ein Erste-Hilfe-Raum mit mindestens 10m² vorzuhalten. Dieser hat mindestens eine Liegegelegenheit, ein WC, ein Waschbecken und 2 Stromsteckdosen vorzuweisen. Der Raum muss so gestaltet sein, dass dort auch Dopingkontrollen entsprechend der Vereinbarungen mit der NADA durchgeführt werden können.

2.10 Ordnungsdienst

Für die Schiedsrichter inklusive Spielaufsicht sind dauerhaft mindestens 2 Ordner abzustellen. Außerdem sind die Sicherheitszonen (vgl. 3.1), die Umkleidebereiche (vgl. 2.6 bis 2.9) und die Laufwege der am Spiel beteiligten Personen durch Ordner zu überwachen. Es ist stets sicher zu stellen, dass Personen, die nicht am Spiel beteiligt sind, ohne Einverständnis keinen Zugang zum Umkleidebereich haben (vgl. 2.6 bis 2.9). Bezüglich des weiteren Ordnungsdienstes gilt Ziffer 12.

2.11 Anzeige-Systeme

Das Anzeige-System in der Spielstätte muss eine öffentliche Zeitmessanlage sein, die von allen Zuschauerplätzen und insbesondere vom Zeitnehmertisch ohne Einschränkungen gesehen werden kann. Auf der Anzeigetafel müssen ab der Saison 2011/2012 mindestens zwei Hinausstellungen pro Verein angezeigt werden können (gilt nicht für Zweitligisten).

In allen Hallen, auch dort, wo öffentliche Zeitmessanlagen vorhanden sind, ist eine vorwärtslaufende Tischstoppuhr mit einem Mindestdurchmesser des Ziffernblattes von 21 cm oder ein vom DHB zugelassener Handball-Timer bereitzuhalten. Öffentliche Zeitmessanlagen dürfen nur verwendet werden, wenn der Betriebsmodus "vorwärts" möglich ist. Die Spielzeit muss von Minute 00 bis Minute 60 hoch laufen. Eine Teilung der Halbzeiten in jeweils 30 Minuten, wobei die 2. Halbzeit wieder bei 00 Minuten beginnt, ist somit nicht gestattet. Außerdem sind je zwei Ständer für das Team Time-out aufzustellen und für die Hinausstellungszeiten. Bei Verwendung der öffentlichen Zeitmessanlage hat das Automatikhorn absolute Priorität.

Zur Beantragung des Team time-out erhalten beide Mannschaften zu Beginn jeder Halbzeit eine grüne Karte (A 5) (vom Heimverein zur Verfügung zu stellen), die nach der 30. und 60. Minute an Zeitnehmer/Sekretär zurückzugeben ist. Wird ein Team time-out beantragt, legt die beantragende Mannschaft die Karte auf den Tisch vor den Zeitnehmer. Vom Zeitnehmer wird ein akustisches Signal gegeben, wenn die beantragende Mannschaft noch in Ballbesitz ist.

2.12 Merchandisingstände Gastverein

Merchandisingstände für Fanartikel der Gastmannschaft sind dem Gastverein in üblicher Größe auf dessen Wunsch zu überlassen. Dabei dürfen an solchen Ständen ausschließlich Fanartikel, d.h. Artikel die z.B. durch Anbringung des Logos des Vereins, als solche zu erkennen sind, verkauft werden. Sämtliche andere Sportartikel sind vom Verkauf ausgeschlossen.

3. Spielfläche

Die Sporthallen müssen eine Spielfläche von 40m x 20m vorweisen. Über der Spielfläche ist eine lichte Hallenhöhe von 7m erforderlich. Die lichte Hallenhöhe über den äußeren 3m des Spielfeldes kann in allen Richtungen geradlinig oder gewölbt von 7m auf 5,5m abfallen.

3.1 Sicherheitszone

Um die Spielfläche muss eine Sicherheitszone von 2m hinter Tor- und Torauslinie und 0,5m neben den Seitenlinien vorhanden sein. Die Sicherheitszone muss während des gesamten Spiels von Geräten (auch Werbebanden!) und Personen frei sein. Schaumstoffbanden dürfen mit einem Abstand von einem Meter zur Tor- und Torauslinie an das Spielfeld heran. Wenn sich Zuschauerplätze hinter dem Tor befinden, müssen diese durch Ballauffangnetze geschützt werden.

Bei Hallen ohne Zuschauerplätzen hinter Tor- und Torauslinie muss der Abstand mind. 1,50m zur Wand betragen. Die Hallenwand muss dabei auf der kompletten Länge mit mindestens 10cm dickem Schaumstoff (oder ähnlichem) abgedeckt bzw. gesichert sein.

Soweit sich hinter den Auswechselbänken und dem Zeitnehmertisch Zuschauer befinden, ist für diesen Bereich ebenfalls eine Sicherheitszone von mindestens 1m, gemessen von der Rückseite der Auswechselbank, einzurichten. Diese Sicherheitszone darf von Zuschauern, die Sitzplätze direkt hinter dieser Sicherheitszone haben, lediglich kurzfristig zum Aufsuchen oder Verlassen des Sitzplatzes betreten werden, soweit dies unumgänglich ist. Alternativ kann anstelle eines Sicherheitsabstandes von 1m hinter den Auswechselbänken auf der gesamten Länge eine durchsichtige Scheibe zum Schutz der Spieler und Offiziellen angebracht werden. Vor dem Spiel, während des Spiels und in der Halbzeitpause dürfen Personen, die nicht am Spiel beteiligt sind, die Spielfläche und die dazugehörigen Sicherheitszonen nicht betreten. Ausgenommen davon sind

Teilnehmer eines Veranstaltungsprogramms (z.B. Cheerleader, Promotienteilnehmer) vor dem Spiel oder in der Halbzeit. Zudem dürfen **grundsätzlich** alle Personen, die nicht am Spiel beteiligt sind, die Spielfläche frühestens 5 Minuten nach Abpfiff betreten. **Zwingend ist diese Regelung im Bereich der Spielerbänke und des Zeitnehmertisches, im Zu- und Abgang für Spieler und Schiedsrichter sowie im Flash Board Bereich bei Übertragungen des Hostbroadcasters einzuhalten. Die Bereiche sind dabei ausreichend weiträumig zu sichern (z.B. ca. jeweils mindestens 4m Abstand zu den Bänken bzw. Radius um das Flash Board). Falls erforderlich sind die genannten Bereich auch länger abzusichern.**

3.2 Boden

Es ist ein genormter Sportboden zu verwenden. Für die sachgemäße Verwendbarkeit und eventuelle Verlegung von Böden ist der Heimverein verantwortlich.

Bei sämtlichen TV-Übertragungen (auch Kurzberichterstattung) ist ein fernsehgerechter Hallenboden zu verwenden. Insbesondere ist zu gewährleisten, dass auf dem Spielfeld nur die jeweiligen Markierungen vorhanden sind, die nach den Spielregeln erforderlich sind. Dies gilt auch für Spiele in regionalen Sendern und ab der 1. Fernsehkamera am Spielort.

Für Zweitligisten gilt dies nur, falls länger als 15 Minuten von einem Ligaspiel übertragen werden.

Die Bodenfarbe muss sich von der Spielball- und der Trikotfarbe der Mannschaften deutlich abheben. Bei Anschaffung eines neuen fernsehgerechten Bodens aus Kunststoff wird empfohlen die Farbe blau als Grundfarbe zu wählen. Eine zweite Farbe zur Abgrenzung des Wurfkreises ist gestattet. Die Anschaffung eines fernsehgerechten Bodens ist von der HBL freizugeben.

3.3 Toranlagen

Die Tore müssen fest verankert im Boden stehen. Weitere Vorschriften bezüglich des Tores sind den „Internationalen Handballregeln“ der IHF zu entnehmen.

3.4 Auswechsellbereich

Auf den Mannschaftsbänken im Auswechsellbereich muss jeweils Platz für 14 Personen sein.

Für passive Spieler sind bei allen Spielen bis zu 6 Plätze außerhalb der Sicherheitszone zur Verfügung zu stellen.

Die Auswechsellbänke/-stühle sind mit einem Mindestabstand von 1,5 m (von der Stuhlvorderkante gemessen) zur Seitenauslinie aufzustellen. Sollte dies aus bautechnischen Gründen (z.B. Hallenwand) nicht möglich sein, ist der größtmögliche Abstand herzustellen. Der Mindestabstand bzw. der größtmögliche Abstand ist über das gesamte Spiel einzuhalten.

3.5 Zeitnehmertisch

Der Zeitnehmertisch muss mind. 3m x 0,7m groß sein und für 3 Personen ausreichend Platz bieten. Die Arbeitsplatte muss eben sein, d.h. es darf die Arbeitsplatte nichts überragen. Zudem darf der Tisch eine Länge von 4 Metern nicht überschreiten und muss mind. 1 Meter von der Seitenauslinie entfernt sein. Sollte dies aus bautechnischen Gründen (z.B. Hallenwand) nicht möglich sein, ist der größtmögliche Abstand herzustellen. Vom Zeitnehmertisch muss eine uneingeschränkte Sicht auf das Spielfeld gegeben sein.

Der Schutzständer für die Tablet-PC's zur elektronischen Spielverwaltung ist zu verwenden. Es müssen mindestens ein stabiler Internetanschluss (WLAN oder LAN) und 2 Stromanschlüsse vorhanden sein. Ein Internetanschluss ist im Pokalwettbewerb bei Heimspielen eines Vereines unterhalb der zweiten Ligen nicht erforderlich.

3.6 Hardware und Betreuung für den elektronischer Spielbericht

Für den elektronischen Spielbericht ist mindestens ein 13,3“ Tablet-PC zur Verfügung zu stellen.
Für die technischen Belange bei der Umsetzung des elektronischen Spielberichts ist vom Heimverein ein „Verantwortlicher elektronischer Spielbericht“ abzustellen, der für den Sekretär vor, während und nach dem Spiel immer erreichbar sein muss. Dieser muss sich insbesondere mit der Hardware und den Internetverbindungen auskennen. Im Pokalwettbewerb bei Heimspielen eines Vereines unterhalb der zweiten Ligen muss der elektronische Spielbericht nicht eingesetzt werden.

3.7 Die Verwendung von Haftmittel muss gestattet sein.

4. Spielablauf

4.1 Eine Stunde vor Spielbeginn findet im Umkleideraum der Schiedsrichter eine technische Besprechung statt mit folgenden Teilnehmern: Delegierter – soweit angesetzt, Schiedsrichter, Zeitnehmer + Sekretär (optional), Heimverein, Gastverein, Fernsehvertreter (falls Übertragung), Hallensprecher.
Die technische Besprechung hat folgende Inhalte:

- Trikotabgleich bzgl. Farben, Werbepartner, Anbringung Ligalogo u. ä. und Vorlage des Überziehleibchens für den „7. Feldspieler“
- Vorlage der Spielerlisten
- Der Heimverein muss dem Gastverein und den Schiedsrichtern den Ablauf der Einlaufprozedur mitteilen. Diese beinhaltet die genauen Zeitpunkte des Verlassens der Spielfläche der Mannschaften und des Einlaufens der Heim-, Gastmannschaften und der Schiedsrichter sowie generelle Hinweise zum Ablauf (z.B. Spielervorstellung usw.).
- Uhrenabgleich
- Genaue Anwurfzeit und Länge der Halbzeitpause
- Auswahl der Spielbälle
- Sitzplätze für passive Spieler
- Einhaltung der Werberichtlinien
- Hinweise für den Hallensprecher
- Hinweise für die Fernsehvertreter und Medien
- Sicherheitsbelange
- sonstiges

4.2 Ablauf elektronischer Spielbericht

4.2.1 Die beteiligten Vereine legen dem Kampfgericht 60 Minuten vor Spielbeginn in der Schiedsrichterkabine die Spielerliste mit höchstens 16 Spielern vor (Liste zum Download bei www.toyota-handball-bundesliga.de).

Der Sekretär füllt daraufhin den elektronischen Spielbericht aus und druckt den Pressebericht für den Heimverein aus. Ein Exemplar des Presseberichtes ist für Notfälle am Zeitnehmertisch zu deponieren.

4.2.2 Sollte der elektronische Spielbericht vor Spielbeginn nicht zur Ausführung kommen (im Pokalwettbewerb bei Heimrecht eines Vereines unter der zweiten Liga oder bei Ausfall des elektronischen Spielberichts (vgl. 4.3)), ist ein herkömmliches Spielprotokoll handschriftlich auszufüllen und der HBL-Geschäftsstelle zu übersenden.

4.2.3 Materielle Pässe sind nur für Spieler vorzulegen, die keinen Bundesligapass besitzen und daher nicht in der Datenbank sind. Materielle Pässe für die Bundesligaspieler sind nur erforderlich, falls die Downloadfunktion oder die Hardware nicht zur Verfügung stehen und ein handschriftlicher Spielbericht zum Einsatz kommen muss.

- 4.2.4 Fehlende Spielerpässe sind im Protokoll zu vermerken, jedoch nicht mit einer separaten Unterschrift des Spielers zu versehen. Der fehlende Spielerpass ist der HBL innerhalb von 3 Tagen vorzulegen.
- 4.2.5 Spätestens 15 Minuten vor Spielbeginn wird dem Sekretär mitgeteilt, welche Spieler aus der 16 Spieler umfassenden Spielerliste (s. Abs. 1) aktiv bei Spielbeginn teilnehmen. Während des Spieles kann eine Mannschaft weitere Spieler nur aus dieser Liste nachmelden bis zur Höchstzahl von 14 Spielern je Mannschaft.
Nach Eingabe der Aufstellungen müssen die Mannschaftenverantwortlichen durch eine digitale Unterschrift die eingegebenen Daten bestätigen.
- 4.2.6 Nach Spielschluss wird sofort der Pressebericht ausgedruckt und dem Heimverein zur Verfügung gestellt.
- 4.2.7 Nach Vervollständigung des Spielberichts durch die Schiedsrichter ist dieser bis spätestens 15 Minuten nach Spielende durch einen Mannschaftenverantwortlichen zu unterschreiben. Beide Mannschaften müssen mit einem Vertreter gleichzeitig anwesend sein.
Anschließend kann der Spielbericht nicht mehr geändert und endgültig an den Spielleiter Bundesliga (stemberg@toyota-handball-bundesliga.de) gesendet sowie für alle Beteiligten ausgedruckt werden. Für die beteiligten Parteien wird je ein Exemplar des offiziellen Spielberichts ausgedruckt.
- Sollte einer der beiden Vereine einen Einspruch einlegen, ist der Spielbericht, nachdem er digital unterschrieben wurde, nochmals auszudrucken. Dieses Exemplar ist händisch zu unterschreiben und von den Schiedsrichtern auf dem Postweg an die HBL zu schicken.
- Ergänzend wird auf das Handbuch „elektronische Spielverwaltung“ der Ligaverbände verwiesen.
- 4.3 Ausfall des elektronischen Spielberichts
- Ein Ausfall des elektronischen Spielberichts ist unbedingt zu vermeiden.
- 4.3.1 Software oder PC-Ausfall
- 4.3.1.1 Vor einem Spiel
- Fällt der Tablet-PC oder die Software bis 30 Minuten vor dem Spiel aus, hat der Heimverein einen herkömmlichen Laptop zur Verfügung zu stellen, auf den die Software aufgespielt werden muss. Die Unterschriften müssen dann ausnahmsweise mit einer Maus erfolgen.
Fällt der Tablet-PC 30 Minuten oder kürzer vor dem Spiel aus, ist ein handschriftlicher Spielbericht zu führen. Für diesen Fall ist immer ein handschriftliches Spielberichtsformular vom Heimverein vorzuhalten.
- 4.3.1.2 Während eines Spiels
- Fällt der PC oder die Software während des Spiels oder kurz vor dem Spiel aus, sind die bis dahin erfassten Daten gesichert. Die weiteren Daten werden auf dem „Presseprotokoll vor Spiel“ ab dem Zeitpunkt des Ausfalls erfasst. Sollte nach dem Spiel die Software oder der PC wieder funktionieren, werden die Daten nachgetragen. Sollte dies nicht möglich sein, werden die im „Presseprotokoll vor Spiel“ aufgeführten Daten in einen handschriftlichen Spielbericht übertragen und alle weiteren Informationen in den Spielbericht eingetragen. Der Spielbericht ist zu unterzeichnen und an die HBL zu versenden.
- 4.3.2 Ausfall der Internetverbindung

Fällt die Internetverbindung vor, während oder nach einem Spiel aus, ist folgendermaßen zu verfahren. Vor dem Spiel sind die Spieldaten manuell einzugeben. Während des Spiels sind keine Maßnahmen erforderlich. In der Halbzeitpause kann versucht werden, die Internetverbindung wieder einzurichten. Nach Spielende wird der Spielbericht dann vervollständigt und ist bis spätestens 2h nach Spielende über einen anderen Internetanschluss zu versenden.
Ausfälle aller Art müssen mit Begründung ins Spielprotokoll eingetragen werden.

4.4 Der Heimverein stellt den Schiedsrichtern zwei der Regel 3:2 entsprechende Bälle zur Verfügung. Bei Spielen der 1. Liga mit Fernsehübertragung sollten diese zwei neuwertige Bälle sein.
Die im Spielbericht eingetragenen Offiziellen haben analog der Eintragung im Spielbericht die Buchstaben A bis D zu tragen. Die Karten werden nebst Band von der HBL zur Verfügung gestellt und sind entsprechend zu verwenden.

4.5 Der Heimverein ist verpflichtet, mit der im Anschriftenverzeichnis (Website der HBL) zuerst genannten Spiel- und Torwartkleidung anzutreten. Sollte ein 7. Feldspieler statt des Torwartes eingesetzt werden, muss dieser ein Leibchen mit der gleichen Grundfarbe wie die Torwart-Trikots haben.

4.6 Die Einlaufzeremonie muss 2,5 Minuten vor der angesetzten Anwurfzeit abgeschlossen sein. Die Mannschaften müssen mindestens 1 Minute vor Spielbeginn zum Anwurf bereit sein.

4.7 Hallensprecher **und Beschallung**

Ein Hallensprecher ist einzusetzen. Dieser darf nicht am Zeitnehmertisch sitzen. Bei den Durchsagen haben unsportliche Äußerungen und/oder unsportliches Verhalten zu unterbleiben. Hierunter fallen insbesondere: a) Jede Kommentierung von Schiedsrichterentscheidungen b) Jede Durchsage während des laufenden Spieles, außer Torschütze, Assists und Spielstand sowie c) Jede Musikeinspielung, hierunter fallen z.B. auch z.B. Musikfanfaren, Trompeten-Solo, während des laufenden Spieles – ausgenommen ist grundsätzlich die Zeit zwischen Torerfolg und **maximal 5 Sekunden** nach Wiederanpfeif. **Auf Torhüterparaden sowie Torhüter und Werfer beim 7m darf während des Spiels hingewiesen werden. Unter anderem können stimmungsfördernde und das Publikum motivierende aber faire Durchsagen und Musikeinspielungen erfolgen, solange und wenn die Spielzeit angehalten ist.**

Eine Nichtbefolgung kann zur Ablösung durch die Schiedsrichter oder den Delegierten führen.

Der Einsatz von Vuvuzelas sowie druckgasbetriebenen Lärminstrumenten ist nicht gestattet und vom Heimverein zu unterbinden.

5. Medieninfrastruktur

5.1 Presse/Journalisten

Den Pressevertretern, die sich im Vorfeld durch einen gültigen Journalistenausweis akkreditieren, sind dem Anlass entsprechende ausreichend Arbeitsplätze, Parkplätze sowie Getränke, gegebenenfalls Snacks, zur Verfügung zu stellen.

5.1.1 Presseplätze im Innenbereich

Für die Pressevertreter (Print, Hörfunk, Online) müssen mindestens 10 Tischarbeitsplätze (bei Zweitligisten 5) mit Stromanschluss zur Verfügung stehen. In besonderen Fällen ist die Anzahl den Gegebenheiten anzupassen (zum Beispiel bei Bundesligaspitzenspielen, DHB-Pokal). Internetanschlüsse sind nach Absprache ggf. zu Lasten der Journalisten zur Verfügung zu stellen.

Die Presseplätze sind von den Zuschauerrängen abzugrenzen und sollten unmittelbar am Spielfeldrand, mindestens jedoch im Unterrang, eingerichtet werden, so dass die Medienvertreter einen möglichst optimalen Blick auf das Spielfeld haben.

5.1.2 Presseraum

Den Pressevertretern sollte ein separater Presseraum zur Verfügung stehen. Dieser sollte über die notwendigen technischen Voraussetzungen verfügen, die eine ordnungsgemäße Arbeit der Pressevertreter ermöglicht. Insbesondere soll der Presseraum mindestens über einen Festnetzanschluss und eine Internetverbindung verfügen. Bei besonderen Anlässen kann ein Kopier- sowie ein Telefax-Gerät sinnvoll sein.

Der Presseraum hat mindestens 10 Arbeitsmöglichkeiten (bei Zweitligisten 5) mit Stuhl und Tisch zu bieten und sollte der Größe nach für mindestens 20 Personen (bei Zweitligisten 10) ausgelegt sein. Hinsichtlich der weiteren Ausstattung (Boden, Beleuchtung) ist auf ein angemessenes Ambiente zu achten.

Im Presseraum sollte den Pressevertretern eine ausreichende Anzahl an Getränken und Snacks kostenlos zur Verfügung zu stellen. Zugangsberechtigt für den Presseraum sind alle ordnungsgemäß akkreditierten Journalisten, die Techniker der Fernsehteams jedoch nicht zwingend..

5.1.3 Pressekonferenz

Es wird empfohlen spätestens 30 Minuten nach jedem Spiel eine nicht-öffentliche Pressekonferenz abzuhalten. Von Vereinsseite sollten als Ansprechpartner zumindest anwesend sein: Trainer (Heim und Gast) sowie der Presseverantwortliche der Heimmannschaft. Der Trainer der Gastmannschaft sollte dazu von einem Vertreter des Heimvereins rechtzeitig nach Ende der Begegnung vor der Umkleidekabine seines Teams abgeholt und zur Pressekonferenz begleitet werden. Es sollen nur akkreditierte Pressevertreter Zugang zur Pressekonferenz bekommen.

5.2 TV

Sämtliche Drehwünsche von Fernsehsendern und Produktionsfirmen, die den Clubs bekannt sind, müssen bei der HBL auf einem entsprechenden Formular angemeldet werden. Dies gilt insbesondere für sogenannte EB-Teams (kleines Fernsehteam mit Kameramann, Redakteur und ggf. Tontechniker). Die auf der Website der HBL aufgeführten TV-Spiele, d.h. im Regelfall die Spiele des Hostbroadcasters (Live- oder Erstberichterstatter) sind nicht anzumelden. Eine Anmeldung kann auch für die gesamte Saison erfolgen.

5.2.1 Die Sporthallen müssen mindestens 4 Stunden vor Spielbeginn für den Hostbroadcaster geöffnet und frei zugänglich sein.

5.2.2 Dem Hostbroadcaster ist ein Podest mit ausreichend Platz für 2 Kameras (ca. 4m x 2m) auf Höhe der Spielfeldmitte zur Verfügung zu stellen. Die Kameraposition muss erhöht sein und einen ausreichenden Abstand zum Spielfeld einhalten. Eine Sichtbeeinträchtigung oder sonstige Behinderung für die Kameras durch die Zuschauer oder andere Gegenstände ist zwingend zu vermeiden.

5.2.3 Gegebenenfalls sind für den Hostbroadcaster Hintertorpedeste (ca. 2m x 2m) für die Hintertorkamera zur Verfügung zu stellen. Auch hier dürfen keine Sichtbeeinträchtigungen oder sonstige Behinderungen für die Kamera vorliegen. 2 weitere Kamerapositionen sind am Spielfeldrand in den Ecken (auf der Seite der Spielerbänke) vorzuhalten.

- 5.2.4 Der Kommentatorenplatz für den Hostbroadcaster muss möglichst auf der Höhe der Mittellinie liegen. Er darf sich nicht auf Spielfeldebene befinden, sondern erhöht und muss Platz für 3 Personen bieten (Tischgröße ca. 2m x 80cm). Ein Stromanschluss (230V) ist am Kommentatorenplatz vorzuhalten.
- 5.2.5 Auf Anforderung sind für den Hostbroadcaster ein separater Scouterplatz neben dem Kommentatorenplatz, sowie ein DSL-Internet-Anschluss zur Verfügung zu stellen. Der Tisch für den Scouter muss Platz für eine Person bieten (Tischgröße ca. 1m x 80cm). Für den Scouterplatz ist ebenfalls ein Schukostecker (230V) erforderlich.
- 5.2.6 Für das TV-Umfeld/TV-Compound (Ü-Wagen, Rüstwagen und SNG (Satellitenfahrzeug)) ist ausreichend Platz vor der Halle freizuhalten. Außerdem sind bis zu 8 PKW Stellplätze/Parkscheine zu reservieren. Am TV-Compound werden folgende Stromanschlüsse benötigt: 1x 63A, 1x 32A und 2x 16A. Für die Satellitenberichterstattung (SNG) ist freie Sicht (West/Südwest/Süd) erforderlich. Die Entfernung zur Halle darf maximal 50m betragen. Vorverkabelungen in den Hallen sind dem Hostbroadcaster zur Verfügung zu stellen.
- 5.2.7 Die zur Verfügungstellung der genannten TV-Infrastruktur fällt in den Verantwortungsbereich und zu Lasten des Heimvereins.
- 5.2.8 Bei TV-Übertragungen ist es dem Hostbroadcaster zu gestatten, während des Team-Time-Out das Spielfeld zu betreten und das Richtmikrofon in unmittelbarer Nähe der Spielerbesprechung zu platzieren. Außerdem darf der Hostbroadcaster vor, nach dem Spiel und während der Halbzeitpause das Spielfeld unmittelbar betreten. Die Sicherheitszonen dürfen vom Hostbroadcaster während des Spiels nur kurzzeitig betreten werden.
- 5.2.9 Für EB-Teams sollen ebenfalls gute Arbeitsbedingungen geschaffen werden. Es sind ggf. Kommentatoren-, Kamera- und Fahrzeugstandplätze zur Verfügung zu stellen. Die Rechte des Hostbroadcasters, d.h. die Live- oder Erstberichterstattung, sind dabei jedoch besonders zu schützen. Der Heimverein muss durch Akkreditierungen und Ordner dafür Sorge tragen, dass EB-Teams und andere Pressevertreter die Arbeit des Hostbroadcasters nicht behindern und z.B. erst nach Zugriff des Hostbroadcasters Interviews oder ähnliches führen können. EB-Teams dürfen dazu das Spielfeld erst nach dem Spiel, zeitlich nach Absprache mit dem Hostbroadcaster betreten. Ggf. sind zur besseren Unterscheidbarkeit verschieden farbige Leibchen einzusetzen.
- 5.2.10 Rundfunk- und Fernsehanstalten ist ein Ausdruck des Spielprotokolls (o.a. Presseprotokoll) vor und nach dem Spiel zu überreichen. Außerdem sind die Redakteure über besondere Ereignisse (verletzte Spieler o. ä.) zu informieren.
- 5.2.11 Anwurfzeiten sind zwingend einzuhalten.
- 5.2.12 Flash Zone
- Mindestens ein Flash Board (Flashinterviewrücksetzer) muss von allen Erstligisten für Interviews auf dem Spielfeld verwendet werden. Priorität beim Einsatz von Flash Boards hat der Hostbroadcaster. Der Einsatz eines Flash Boards bei einer Übertragung von Sport1 ist nach dem Spiel zwingend.
- 5.2.13 Mixed Zone
- Eine Mixed Zone sollte in einem Flur/Gang zur Kabine vor Sponsorenwänden eingerichtet werden. Diese dient EB-Teams, Print-, Radio- und Onlinejournalisten als Interviewzone. Unbefugten ist der Zutritt zur Mixed Zone zu verweigern.
- 5.3 Fotografen
- Akkreditierte Fotografen haben sich während des Spiels hinter den Werbebänden aufzuhalten. Dabei ist zu gewährleisten, dass das Bandenbild nicht verdeckt wird. Es ist ihnen nicht gestattet, sich hinter

oder in der Auswechselzone aufzuhalten, das Spielfeld und die Sicherheitszonen zu betreten.

6. VIP-Bereich

Ein VIP-Bereich dient der gehobenen Verpflegung und dem angenehmen Aufenthalt von Vertretern sponsernder Unternehmen (bzw. deren Gästen) der Vereine sowie für Personen, die allgemein der Interessenförderung der Ligen zweckdienlich sind.

Erstligisten müssen einen VIP-Bereich vorweisen.

Der gastgebende Verein besitzt die Hoheit über die Zugangsberechtigung zu seinem VIP-Bereich.

6.1 Größe und Ausstattung

Ein VIP-Bereich kann stationär/temporär innerhalb der Spielhalle oder als externe Örtlichkeit (z.B. VIP-Zelt) außerhalb der Halle angelegt sein. Die Ausstattung (Bodenbelag, Wanddekoration, Beleuchtung, einheitliche Materialien bei Tischen und Stühlen) muss unabhängig von den örtlichen Gegebenheiten widerspiegeln, dass es sich hier um einen exklusiven Aufenthaltsort der Halle handelt.

7. Umgang mit dem Gastverein

Der Eingang der Gästespieler hat stets durch den gesicherten Sportlereingang zu erfolgen. Für den Mannschaftsbus ist ein Parkplatz möglichst nahe zum Sportlereingang zur Verfügung zu stellen.

Zudem erhält der Gastverein stilles Mineralwasser nach Bedarf, jedoch mindestens 2 Kisten à 12 Flaschen (0,7l).

7.1 Trainingszeiten

Die Heimmannschaft sollte bei Bedarf der Gastmannschaft zu deren Lasten eine handballgeeignete Halle zu Trainingszwecken (90 min) zur Verfügung zu stellen. Die Gastmannschaft muss dies jedoch spätestens 7 Tage vorher beim Heimverein anmelden.

8. Upload

8.1 Video

Alle Bundesligisten sind dazu verpflichtet, ihre Heimspiele auf den vorgegebenen Sideline-Server zu laden und diese somit zur Verfügung zu stellen.

24 Stunden (bei Zweitligisten 48 Stunden) nach Spielende muss die Heimmannschaft das Spiel auf den Server mit dem Sideline Video Analyzer hochgeladen haben.

Dies gilt nicht für Vereine unterhalb der zweiten Liga im Pokalwettbewerb.

8.2 Foto

Die Heimmannschaft ist dazu verpflichtet binnen 6 Stunden (2. Liga: 12 Stunden) nach Spielende 4 druckfähige Spielfotos des Heimspiels auf einen von der HBL eingerichteten Server rechtfrei hoch zu laden. Diese können die Vereine der HBL und die HBL für die Verwendung in eigenen Medien (Hallenheft, Homepage, u.ä.) kostenfrei nutzen.

Die Fotos sind im Format .jpg in einer druckfähigen Qualität (ca x dpi) mit einer Bildgröße von 500 bis 700 KB einzustellen.

9. Personal

Alle Bundesligisten sind dazu verpflichtet, ihre jeweiligen Ansprechpartner in SIS-Handball einzufügen. Hierzu ist an mindestens einem Arbeitsplatz im Verein SIS-Handball zu installieren. Dieses dient außerdem zum Einpflegen von Spielplandaten vor der Saison nach Aufforderung durch die Spielleitung der HBL. Die Adressen sind über SIS-Handball, die Homepage der HBL und den HBL-Saisonguide öffentlich zugänglich.

Folgende Daten müssen eingepflegt werden:

- Manager
- Geschäftsführer
- Verantwortlicher Spieltechnik (gilt als Postadresse für Spieltechnik)
- Pressereferent
- Marketingmanager
- Videokontaktperson
- 1. Vorsitzender (Verein)
- Trainer Bundesligamannschaft (mindestens Nachname und Vorname)
- Co-Trainer Bundesligamannschaft (mindestens Nachname und Vorname)
- Betreuer Bundesligamannschaft
- Mannschaftsarzt
- Jugendkoordinator
- Anti-Doping-Beauftragter
- Verantwortlicher elektronischer Spielbericht

- Geschäftsstelle Bundesliga (entweder einer Person zuordnen oder als Nachname „Geschäftsstelle“ eintragen)
- Postadresse Bundesliga (entweder einer Person oder „Geschäftsstelle“ zuordnen)
- Tickethotline (entweder einer Person oder „Geschäftsstelle“ zuordnen oder als Nachname „Tickethotline“ eintragen)

10. Werbung

Die Regelungen bezüglich der Werbung sollen eine optimale Darstellung der Bundesligavereine, der TOYOTA Handball-Bundesliga, der 2. Handball-Bundesligen und der Veranstaltungen der HBL gegenüber den Zuschauern in den Hallen und den Medien, insbesondere den Fernsehpartnern, gewährleisten. Eine Entwicklung der Marken und ihrer Mitgliedsvereine erfordert ein einheitliches und einem hohen Qualitätsanspruch gerecht werdendes Erscheinungsbild.

10.1 Durch die Bindung an die Fernsehpartner der HBL ist eine Umsetzung der Richtlinien obligatorisch. Die folgenden Regelungen sind gleichfalls Bestandteil der Verträge mit den Fernsehpartnern. Außerdem berücksichtigen Sie die Bestimmungen der European Broadcasting Union, die ebenfalls Bestandteil der Fernsehverträge sind.

10.1.1 Werbung darf nicht die Qualität der Fernsehübertragung beeinträchtigen und darf nicht die Aufmerksamkeit vom eigentlichen Handballspiel ablenken.

10.1.2 Werbung muss den gesetzlichen Bestimmungen der Bundesrepublik Deutschland entsprechen.

- 10.1.3 Es kann für Firmen und Firmenprodukte geworben werden. Unzulässig ist Werbung, die geltenden Rechtsvorschriften widerspricht, gegen die guten Sitten verstößt, sowie für politische und religiöse Gruppen, mit politischen und religiösen Aussagen, für Tabakwaren und deren Hersteller und Händler.
- 10.1.4 Werbung darf nicht leuchtend, fluoreszierend, dreidimensional (ausgenommen sind Videobanden nach 10.9) oder spiegelnd gestaltet werden.
- 10.1.5 Werbung darf sich nicht bewegen, rotieren (ausgenommen sind Dreh- und Videobanden nach 10.8.4 und 10.9) oder in irgendeiner Weise verändern.
- 10.1.6 Werbung soll maximal drei der folgenden Punkte enthalten: einen Firmennamen oder Produktnamen, ein Firmenlogo, ein einzelnes Substantiv, das ein Produkt oder eine Dienstleistung beschreibt, ein einfaches Bild, das ein Produkt oder eine Dienstleistung darstellt. Besonders Werbeslogans sollen auf solchen Werbeträgern nicht abgebildet werden (letzteres gilt nicht für Videobanden nach 10.9).
- 10.1.7 Die Aufnahme eines Sponsornamens im Vereinsnamen ist unzulässig. Vereine und Spielgemeinschaften sind nicht berechtigt, in dem beim Registergericht eingetragenen Vereinsnamen einen Sponsornamen aufzunehmen.
- 10.1.8 Verträge zwischen Werbeträger und werbetreibender Firma dürfen nicht gegen die gültigen Werberichtlinien, Ordnungen und Richtlinien der HBL verstoßen.
- 10.1.9 Verträge zwischen Werbeträger und werbetreibender Firma dürfen keine Vereinbarung beinhalten, die den Werbeträger in seiner Entscheidungsfreiheit einschränken oder auf die Vereins- und Ligaführung Einfluss nehmen.
- 10.1.10 Der Werbeträger kann das Recht zum Abschluss von Werbeverträgen an Dritte vergeben. Er bleibt in jedem Fall gegenüber der HBL verantwortlich.
- 10.1.11 Das Tragen von Werbung darf nicht mit einem persönlichen Vorteil für Einzelpersonen (Spieler, Offizielle) verbunden sein. Zahlungen können nur an den Bundesligaverein bzw. an die HBL und nicht an einzelne Spieler, Schiedsrichter oder Offizielle geleistet werden.
- 10.1.12 Werbung für Konkurrenzsender der jeweils einzelnen Fernsehpartner der HBL und deren Sender ist im Schwenkbereich der Fernsehkameras sowie durch akustische Werbung nicht gestattet. Die Werbung für Radiosender ist jedoch möglich.
- 10.2 **Begriffsbestimmungen**
- Werbung ist eines der Instrumente der absatzfördernden Kommunikation. Durch Werbung versuchen die Unternehmen, ihre Zielkunden und andere Gruppen wirkungsvoll anzusprechen und zu beeinflussen. Zur Werbung gehört jede Art der nicht persönlichen Vorstellung und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen eines eindeutig identifizierten Auftraggebers durch den Einsatz von Medien.
- Entsprechend gilt jede Maßnahme, die der oben genannten Definition folgt als Werbung. Dies gilt sowohl für die Verwendung von Logos (Bildmarken und/oder Wortmarken), Emblemen o.ä. jedoch auch für Informationsschriften, Schriftzüge, Durchsagen usw. Dabei ist es gleichgültig ob für Unternehmen, Städte, Vereine oder ähnliches geworben wird.
- 10.3 **Bereiche der Werbung**
- Geworben werden kann

- auf der Bekleidung der Mannschaften
- auf der Bekleidung von Schiedsrichtern
- auf der Bekleidung des Kampfgerichtes, des Hilfspersonals und den Markierungshemden der Fotografen
- auf der Spielausrüstung
- auf dem Spielfeld und in dessen Umgebung
- durch Ansagen in den Sporthallen
- auf/mit sonstigen Werbeformen
- Gemeinschaftswerbung
- Namensrechtspartner

10.4 Werbung auf der Bekleidung der Mannschaften (Spiel- und Trainingsbekleidung)

10.4.1 Die Festlegung der Werbeflächen obliegt dem Werbeträger und ist in der Größe nicht limitiert. Die Sichtbarkeit von Brust- und Rückennummern darf nicht beeinträchtigt werden.

10.4.2 Auf den Trikots (inkl. Hosen) der Spieler einer Mannschaft darf für insgesamt acht Werbepartner geworben werden. Die vom Bekleidungshersteller angebrachte Aufschrift oder das Firmenzeichen (Herstellerlogo) werden nicht als Werbung betrachtet, solange diese in marktüblicher Größe angebracht sind. Es ist nicht gestattet, innerhalb der Spieler einer Mannschaft unterschiedliche Werbeflächen aufzubringen. Trikots/Hosen einzelner Spieler sind gleich zu bedrucken.

10.4.3 Es besteht die Möglichkeit auf den Trikots der Spieler einer Mannschaft auch sogenannte Spielersponsoren/-patronate aufzubringen. Dazu kann ausschließlich auf dem linken Ärmel des Trikots (Arm von der Seite betrachtet und unterhalb der Schulter endend) auf jedem einzelnen Trikot eines Spielers ein Sponsorenlogo eines anderen Werbepartners angebracht werden. Alternativ können auch mehrere Spieler denselben Werbepartner oder keinen Werbepartner aufgebracht haben. Diese Logos dürfen jedoch jeweils die rechteckige Fläche von 10cm x 15cm hochkant nicht überschreiten. Dabei gilt nicht die absolut bedruckte Fläche als Maß, sondern die Grenzen des Rechtecks. Um die rechteckige Fläche ist mindestens ein Abstand von je 2cm zu anderen Sponsorenlogos einzuhalten. Abweichend von 10.4.2 der Regelungen bezüglich der Werbung ist es daher in diesem Fall (also für die benannte Fläche) gestattet, innerhalb einer Mannschaft unterschiedliche Sponsoren anzubringen. Ebenso bleibt die Anzahl von maximal acht Werbepartnern je Trikot bestehen.

10.4.4 Jeder Club darf auf dem Trikot (nicht Hosen) im Rahmen einer Sonderaktion (z.B. zu Wohltätigkeitszwecken, Mitgliederwerbung, Fanbindung) bis zu 2-mal pro Saison die Namen verschiedener Personen oder Institutionen aufbringen. Die Laufzeit einer Sonderaktion ist dabei innerhalb einer Saison nicht beschränkt. Diese Art der Anbringung gilt nicht als Werbung unter folgenden Bedingungen:

- Die Anbringung stört die Fernsehübertragung nicht. Insbesondere sind Zeilenabstand, Schriftgröße und Farbigkeit so zu wählen, dass die bedruckte Fläche im TV-Bild möglichst nicht auffällt. Es ist eine Farbnuance der entsprechend bedruckten Trikotflächen oder eine neutrale Farbe (z.B. grau 40%) zu wählen.
- Die Anbringung erfolgt nicht so, dass dadurch ein zusätzliches Werbemotiv/-logo entsteht (z.B. in Form eines Wasserzeichens). Als Ausnahme kann die HBL GmbH auf Antrag das Entstehen des Vereinslogos oder ein bestehendes Sponsorenlogos anerkennen, wenn dabei das TV-Bild oder andere Werberichtlinien nicht verletzt werden.
- Die konkrete Ausgestaltung der Sonderaktion bedarf stets der vorherigen schriftlichen Zustimmung der HBL nach Vorlage des Trikots.

- 10.4.5 Trainings- und Aufwärmbekleidung von Spielern und von Offiziellen, falls diese ebenfalls die Bekleidung der Spieler tragen, sind gleich zu bedrucken. Die Anzahl der Werbepartner ist nicht beschränkt. Die Werbepartner müssen nicht denen der Trikots entsprechen.
- 10.4.6 Die Bekleidung von Offiziellen sollte in ein möglichst homogenes Gesamtbild der Mannschaft passen.
- 10.4.7 Das Ligalogo ist auf dem rechten Ärmel der Spielertrikots aufzubringen (6,5cm auf 10,4cm, seitlich, nicht auf der Schulter (ganzflächig zu sehen, von der Seite betrachtet)). Um das Ligalogo herum ist mindestens ein Abstand von 2cm zu allen Seiten zu anderen Logos bzw. Werbepartnern einzuhalten. Andere Veranstaltungslogos (z.B. Champions League Logo) sind auf Trikots, die während Spielen, die von der HBL geleitet werden, nicht gestattet.
- 10.4.8 Spieler, die vorschriftswidrige Spielkleidung tragen, dürfen zum Spiel erst zugelassen werden, wenn die Mängel behoben sind.
- 10.4.9 Auf der Rückseite der Trikots muss der Name des jeweiligen Spielers angebracht werden. Der Einzelbuchstabe hat dabei mindestens 4cm (gemessen am Großbuchstabe) groß zu sein. Die Platzierung über oder unter der Trikotnummer bleibt dem Verein überlassen, die Lesbarkeit ist dabei jedoch zwingend erforderlich.
- 10.4.10 Auf dem Trikot muss außerdem der Vereinsname oder das Vereinlogo angebracht sein. Die Trikotnummern auf den Spielertrikots müssen auf der Brust 10cm hoch und auf dem Rücken 20cm hoch sein (vgl. Regel 4:8 IHF Spielregeln).
- 10.5 Werbung auf der Bekleidung des Kampfgerichtes bleibt der HBL vorbehalten, Werbung auf Hilfspersonal (z.B. Wischer) und Markierungshemden der Fotografen den Vereinen.
- 10.6 Werbung auf der Spielausrüstung
- Von dem bei einem Spiel erforderlichen Ausrüstungsgegenständen dürfen nur folgende mit Werbung versehen sein: Anzeigetafel, Spielberichtsbogen und Ball
- 10.6.1 Anzeigetafel
- Werbung auf der Anzeigentafel darf die Erkennbarkeit der Anzeigen (Spielzeit, Hinausstellungszeiten, Spielstand) nicht beeinträchtigen.
- 10.6.2 Spielberichtsbogen
- Verträge über Werbung auf Spielberichtsbögen darf ausschließlich die HBL abschließen.
- 10.6.3 Ball
- Die vom Hersteller angebrachten Aufschriften und Firmenabzeichen (Herstellerlogo) auf vom jeweiligen Veranstalter zugelassenen Spielbällen gelten nicht als Werbung
- 10.7 Werbung auf dem Spielfeld und in dessen Umgebung
- 10.7.1 Auf dem Spielfeldboden ist Werbung in Form von Bodenaufklebern o. ä. zulässig. Die Gesamtwerbefläche auf dem Spielfeldboden beträgt **37,0m²**. Dabei ist darauf zu achten, dass alle Markierungen des Spielfeldes frei und sichtbar bleiben. Werbung auf dem Spielfeld muss sich

sichtbar vom Spielboden abgrenzen, so dass eine klare Trennung zwischen Bodenkleber und Spielboden zu erkennen ist.

- 10.7.2 Hiervon entfallen jeweils **2,5m²** auf je **2 Werbeflächen** in den beiden Torkreisen. **Die Flächen sind jeweils 1m x 2,5m** oder ~~kreisrund mit einem Durchmesser von 1,6m~~ zu verwenden. **In jedem Torkreis ist dabei jeweils die gleiche Anzahl an Werbeflächen anzubringen.** ~~Die Flächen in beiden Torkreisen sind dabei in Bezug auf die Größe und Form gleich zu wählen.~~ Die Anbringung erfolgt ~~entsprechend einer optimalen Kamerasichtbarkeit,~~ jedoch in beiden Torkreisen an den jeweils gleichen Stellen. **Bei der Anbringung ist ein Mindestabstand von 1m zur 6m-Linie (Torraumlinie), 1m zur 4m-Linie und 1,5m zur Grundlinie einzuhalten. Zwischen den Werbeflächen muss ein Abstand von 3m bis 5m eingehalten werden. Die Anbringung erfolgt symmetrisch und einer optimalen Kamerasichtbarkeit (bzw. ohne Fernsehübertragungen Zuschauersichtbarkeit) entsprechend schräg. Verbindet man die gleichen Ecken der Flächen, so ist die Verbindungslinie eine Parallele zur Grundlinie (vgl. Abbildungen Anhang I).**
- 10.7.3 Die verbleibenden maximal **27m²** können folgendermaßen verteilt werden: ~~Jeweils max. 3 Flächen 4m x 1m links und rechts der Mittellinie ODER jeweils max. 3 Flächen 4m x 1m (= 24m²) links und rechts der Mittellinie und ein Kreis auf Höhe der Mittellinie mit einem Durchmesser von 2m (=3m²) ODER jeweils max. 3 Flächen 3,5m x 1m (=21m²) links und rechts der Mittellinie und ein Kreis auf Höhe der Mittellinie mit einem Durchmesser von 2,8m (= 6m²) (siehe Abbildungen Anhang I).~~ Größe und Form der einzelnen Flächen sind damit für die **2** genannten Varianten fest vorgeschrieben. Es ist mindestens immer eine gerade Anzahl an Flächen links und rechts der Mittellinie anzubringen (ggf. zusätzlich zur runden Mittelfläche). D.h. es sind 0, 2, 4 oder die Maximalzahl von 6 Flächen anzubringen. Ggf. kann eine Eigenwerbung installiert werden. Zwischen den Werbeflächen muss ein ~~ausreichender~~ **Abstand von 1m bis 2m** eingehalten werden, ~~so dass die Flächen eindeutig voneinander getrennt sind.~~ Die Anbringung erfolgt symmetrisch und einer optimalen Kamerasichtbarkeit (bzw. ohne Fernsehübertragungen Zuschauersichtbarkeit) entsprechend schräg. **Verbindet man die gleichen Ecken der Flächen, so ist die Verbindungslinie eine Parallele zur Grundlinie (vgl. Abbildungen Anhang I).** Die Linien der Spielfläche sowie die Spielfläche zwischen Torraum- und Freiwurflinie dürfen nicht von Werbung bedeckt sein. Die Anbringung erfolgt daher jeweils zwischen Mittellinie und Freiwurflinie. **Die Flächen müssen einen Mindestabstand von 1m zur Freiwurflinie haben und müssen in einem Abstand von 1m bis 2m zur Freiwurflinie angebracht werden.** ~~tendenziell ist eine Anbringung näher an der Freiwurflinie (im Abstand von ca. 1,5m – 3m) zu bevorzugen (siehe Abbildungen Anhang I).~~
- 10.7.4 Eine optische Aufrichtung der Fußbodenwerbung ist nicht gestattet.
- 10.7.5 Die Werbung mit flachen, nicht optisch aufrichteten Banden neben den Toren, kann so gestattet werden, dass diese Banden in einer Länge von 4 Metern und einer Breite von 1 Meter mit einem Abstand von jeweils 1,50m vom jeweiligen Torpfosten entfernt direkt hinter der Torauslinie (und parallel zu dieser) installiert werden. Neben dem Tor muss insgesamt immer eine gerade Anzahl an Flächen angebracht sein (d.h. 0, 2 oder 4). Die Anzahl an Flächen an beiden Toren muss gleich sein. Im Falle von je 1 Werbefläche pro Tor, dürfen diese vom Spielfeld aus betrachtet nicht diagonal angebracht werden.
- 10.7.6 Die Oberflächeneigenschaften der Werbeflächen müssen denen des übrigen Spielbodens entsprechen. Für Schäden von Personen durch unsachgemäße Aufbringung oder Verwendung von unbrauchbarem Material haftet der Verein.
- 10.8 Werbung mit Reiterbanden
- 10.8.1 Der Einsatz von Reiterbanden am Spielfeldrand auf den Torseiten und den Längsseiten ist gestattet. Dabei ist zu beachten, dass ein einheitliches Bandenbild gewährleistet wird. Dies betrifft Gestaltung, Stückzahl, Material, Aufbau u .ä. Insbesondere ist ein Standardmaß aller Banden darzustellen (z.B. alle Banden auf den Torseiten 4m Länge). Dieses kann jeder Club individuell festlegen. Die Banden

dürfen maximal 1m hoch sein. Sie sind in einer Reihe anzubringen. Doppelbanden sind nicht gestattet. Ein einheitliches Bandenbild sollte auch durch so genannte Fanplakate/-transparente nicht gestört werden.

- 10.8.2 Banden in einer zweiten Reihe, an einem „Eishockeyring“ bzw. solche, die nicht direkt am Spielfeldrand stehen, dürfen lediglich im Corporate Design des Vereins gestattet werden, insbesondere falls sie sich im Schwenkbereich der TV-Kameras befinden. Andere Werbepartner sind nicht gestattet auch wenn diese in irgendeiner Art ins Corporate Design des Vereins eingebunden sind.
- 10.8.3 Virtuelle Werbeflächen sind nicht gestattet. Eine dauernde, d.h. beispielsweise nicht blinkenden, Beleuchtung von Banden ist nur während Dunkelphasen z.B. vor dem Spiel, nicht jedoch während eines Spieles möglich.
- 10.8.4 Der Einsatz von Drehbanden ist gestattet. Der Wechsel von Banden darf Fernsehübertragungen nicht stören. Dies ist durch die Vereinbarung einer Mindeststandzeit von 30 Sekunden sicherzustellen. Der Bandenwechsel einer Drehbande hat in der gesamten Länge synchron zu erfolgen.
- 10.8.5 Auf der Vorderseite des Zeitnehmertisches ist Werbung zugelassen. Die Werbung darf über die Abmessung des Tisches nicht hinausgehen und ist an der Vorderseite bündig anzubringen.
- 10.8.6 Reiterwerbung und Werbung auf der Rückenlehne der Auswechselbänke ist zulässig.
- 10.8.7 Werbung darf nicht zwischen Fernsehkameras und dem Spielfeld positioniert sein. Dies bezieht sich im Besonderen auf die Anbringung von Werbung auf der Rückseite von Spielerbänken, Banden, Kühlboxen o. ä., falls sich diese dort befinden.
- 10.8.8 Die Reiterbanden dürfen nicht auf der Oberseite mit Werbung versehen sein. Ausnahme sind die Eckenwürfel des Namensrechtspartners. Diese Quader mit einer Seitenlänge von 1m sind in den Ecken zwischen Längsbanden und Torbanden aufzustellen. Weitere Quader sind nicht gestattet.

10.9 Werbung mit Videobanden

Im Folgenden wird der Einsatz von Videobanden in den in dieser Richtlinie genannten Wettbewerben in Bezug auf Animationserstellung und Mindestanforderungen an Technik geregelt. Der Einsatz von Videobanden entlang der Seitenauslinie und hinter der Torauslinie ist gestattet. Werden Videobanden hinter der Torauslinie verwendet, so sind diese auf einer gesamten Länge von mindestens 15 Metern einzusetzen und ein Sicherheitsabstand von 2 Metern zum Spielfeldrand ist zwingend einzuhalten. Dabei ist zu beachten, dass ein einheitliches Bandenbild gewährleistet wird. Dies betrifft Gestaltung, Stückzahl, Material, Aufbau und ähnliches. Die Banden sind in einer Reihe anzubringen. Doppelbanden sind nicht gestattet.

10.9.1 Grundsätze

- 10.9.1.1 Es sind LED-Videobanden, (inklusive SMD-Technologie) und sonstige digitale Anzeigesysteme die diesen Durchführungsbestimmungen entsprechen (nachfolgend „Videobanden“) zugelassen.
- 10.9.1.2 Grundsätzlich darf der Aufbau, der Betrieb und die Darstellung auf den Videobanden nicht zu einer Störung der Sicherheit, des Spielbetriebs, der Spieler, Schiedsrichter und /oder Zuschauer führen.
- 10.9.1.3 2,5 Minuten vor dem Anpfiff und 2 Minuten nach dem Abpfiff des Spiels, sowie bis 2 Minuten nach Ende der ersten Halbzeit und ab 2 Minuten vor Beginn der zweiten Halbzeit müssen die Videobanden gemäß den Vorgaben dieser Richtlinie bespielt werden. Vor dem Spiel müssen die Grundeinstellung und die jeweilige Anpassung der Helligkeit der Videobanden mit dem Hostbroadcaster abgestimmt werden.

- 10.9.1.4 Die Helligkeit der Videobanden sowie der Sättigungsgrad der Farbe Weiß ist so zu wählen, dass im TV möglichst keine Spiegelung auf dem Spielfeld zu sehen ist. Um dies zu ermöglichen, wird empfohlen, auf der Längsseite einen Abstand der Videobanden von der Seitenauslinie von mindestens 1 Meter einzuhalten.
- 10.9.1.5 Der Hostbroadcaster (Live- oder Erstberichterstatter) kann vom Verein bis zu 10 Tagen vor einem Spiel die Zusendung der Werbesequenzen zur Prüfung verlangen. Der Verein muss die vorhandenen Werbesequenzen binnen 48 Stunden, sowie weitere noch folgende unmittelbar nach Fertigstellung, zusenden. Der TV-Sender und der Verein werden einvernehmlich die Prüfung der Werbesequenzen vornehmen.
- 10.9.2 Definitionen
- 10.9.2.1 Eine Werbesequenz ist die Werbung für einen Partner/Sponsor.
- 10.9.2.2 Eine Werbebotschaft ist ein Teil der Werbesequenz, z.B. die Gestaltung sowie die Aussage über ein beworbenes Produkt durch Grafik und/oder Schrift.
- 10.9.2.3 Ein Animationseffekt ist ein grafisch-visueller Effekt (z.B. das Bewegen von Text und/oder Grafik innerhalb einer Werbebotschaft).
- 10.9.3. Werbesequenz
- 10.9.3.1 Eine Werbesequenz muss mindestens 30 Sekunden dauern.
- 10.9.3.2 Innerhalb einer Werbesequenz ist maximal alle 10 Sekunden ein Animationseffekt zugelassen.
- 10.9.3.3 Beim Wechsel der Werbesequenz sind ausschließlich vertikale Bewegungen (analog zur Drehbande) sowie Ein-/Ausblendeffekte zulässig. Alternativ dürfen die Werbesequenzen auch direkt hintereinander geschaltet werden. Beim Wechsel darf keine schwarze oder weiße Fläche zwischen zwei Werbesequenzen dargestellt werden um Farbsprünge von hell nach dunkel und umgekehrt zu minimieren sowie einen harmonischen Wechsel sicherzustellen. Die Art des Wechsels muss über die komplette Spieldauer einheitlich erfolgen.
- 10.9.3.4 Die Darstellung einer animierten Werbesequenz muss mindestens über eine Länge von 15 Metern erfolgen.
- 10.9.3.5 Bei einer statischen Darstellung von Werbesequenzen findet Ziffer 10.8 der Hallenstandards Anwendung.
- 10.9.4 Werbebotschaft
- 10.9.4.1 Ein Wechsel der Werbebotschaft gilt nicht als Animationseffekt wenn dieser ausschließlich über eine einmalige vertikale/horizontale Bewegung oder einen einmaligen Ein-/Ausblendeffekt erfolgt.
- 10.9.4.2 Die Dauer einer Werbebotschaft innerhalb einer Werbesequenz muss mindestens 10 Sekunden betragen.
- 10.9.4.3 Beim Wechsel der Werbebotschaften sind stets etwaige Farbsprünge von hell nach dunkel und umgekehrt zu minimieren, sowie ein harmonischer Wechsel sicherzustellen.

- 10.9.5 Animationseffekte
- 10.9.5.1 Innerhalb eines Animationseffekts sind nur lineare Bewegungen erlaubt (d.h. gleichförmige Bewegung mit konstanter Geschwindigkeit und ohne Richtungswechsel).
- 10.9.5.2 Die horizontale/vertikale Bewegungsgeschwindigkeit darf maximal 1 Meter pro Sekunde betragen.
- 10.9.5.3 Ein- und Ausblendeeffekte sind nur zugelassen, sofern eine Mindeststandzeit von 2 Sekunden für alle Schrift- und/oder Grafikmotive gewährleistet ist. Aufblinkende Darstellungen (mehr als zwei hintereinander geschaltete Ein- und Ausblendeeffekte) und Glanzeffekte sind nicht erlaubt.
- 10.9.5.4 Die Anwendung von Animationseffekten, die zu einer sprunghaften Veränderung der Helligkeit und/oder der Farbe von Werbebotschaften oder von einzelnen Teilen der Werbebotschaft führen, ist ausdrücklich nicht gestattet.
- 10.9.5.5 Es dürfen nicht mehrere unterschiedliche Grafiken innerhalb einer Werbebotschaft animiert werden.
- 10.9.5.6 Grafiken und/ oder Schriften dürfen nicht mit mehr als einem Animationseffekt versehen werden.
- 10.9.5.7 Das Abspielen von Video-/TV-Sequenzen (z.B. Spielszenen, Filme, etc.) ist nicht gestattet.
- 10.9.5.8 Der Hintergrund darf nicht animiert werden und muss einfarbig oder farblich dezent gestaltet sein.
- 10.9.5.9 Während der Ausführung eines 7-Meters ist die gesamte Videobande im jeweiligen Hintertorbereich „einzufrieren“.
- 10.9.6 Techniknormen
- Videobanden werden nur zugelassen, sofern diese die folgenden Voraussetzungen erfüllen:
- 10.9.6.1 Zulassungen
- a. Vorliegen aller erforderlichen Zulassungen zum festen und/oder temporären Betrieb in deutschen Versammlungsstätten.
 - b. Einhaltung aller relevanten DIN und VDE Normen.
 - c. Vorliegen der erforderlichen CE Zertifikate.
 - d. Einhaltung von Vorgaben der Bundesnetzagentur zu elektromagnetischen Verträglichkeit gemäß EMVG und des Gesetzes über Funkanlagen und Telekommunikationssendeinrichtungen (FTEG).
 - e. Einhaltung aller relevanten Unfallverhütungsvorschriften (z.B. BGV C1) und der Versammlungsstättenverordnung.
 - f. Der austragende Verein trägt dafür Sorge, dass alle zum Zeitpunkt des Videobandeneinsatzes gültigen nationalen Bestimmungen hinsichtlich des Betriebs von Videobanden in Veranstaltungsstätten sowie Veranstaltungsstätten-spezifische Verordnungen wie Betriebs- und Sicherheitsverordnungen geprüft, bestätigt und eingehalten sind.
- 10.9.6.2 Mechanik
- a. Es dürfen Videobanden mit einem realen Pixelabstand kleiner gleich 12,51 mm (horizontal und vertikal) eingesetzt werden. Bis einschließlich der Spielzeit 2011/12 dürfen auch Videobanden mit einem realen Pixelabstand kleiner gleich 16,51 mm (vertikal) und kleiner gleich 21,51 mm (horizontal) eingesetzt werden.
 - b. Die Videobanden müssen eine reflektionsfreie, tiefschwarze Oberfläche aufweisen.
 - c. Die aktive Displayfläche der Videobanden darf eine Höhe von 100 cm nicht überschreiten.
 - d. Die Videobanden müssen mit Füßen oder Stützen vor dem Umkippen geschützt sein; die Füße oder Stützen dürfen keine Verletzungsgefahr darstellen.

- e. Alle zum Spielfeldrand gerichteten Kanten und Flächen sowie die Oberseite der Videobanden müssen verletzungssicher konstruiert sowie ggf. abgepolstert sein.
- f. Im laufenden Spielbetrieb muss über die Rückseite der Videobanden der Austausch einzelner defekter Komponenten möglich sein.
- g. Die Lichtleistung der Videobanden muss größer gleich 1500 Nit betragen.
- h. Die Helligkeitsregulierung muss zwischen 0 und 100% in Stufen von maximal 2% möglich sein.
- i. Die Prozessorleistung (Farbtiefe/Farbbrillanz) muss größer gleich 12 Bit sein.
- j. Die Lichtleistung darf in einem Betrachtungswinkel von 120° horizontal und 120° vertikal nicht kleiner als 50% der maximalen Lichtleistung sein.
- k. Die Aktualisierungsrate (Refresh Rate) muss mindestens 2000 Hz betragen.

10.9.7 Einhaltung der Durchführungsbestimmungen

10.9.7.1 Die HBL kann die Abschaltung einzelner Werbesequenzen oder der gesamten Videobande veranlassen, falls gegen diese Richtlinien verstoßen wird.

10.9.7.2 Dem Verein entstehen keine Ansprüche gegenüber der HBL wenn aufgrund der Nichteinhaltung dieser Richtlinien eine Abschaltung der Videobande oder einzelner Werbesequenzen veranlasst wird.

10.9.7.3 Der Verein muss einen Ansprechpartner benennen, der während des gesamten Spiels für den Delegierten/die Spielaufsicht erreichbar ist.

10.9.8 Abkürzungsverzeichnis

BGV C1 Berufsgenossenschaftliche Vorschrift: Unfallverhütungsvorschrift „Veranstaltungs- und Produktionsstätten für szenische Darstellung“

Bit Binary digit

CE Conformité Europeene

DIN Deutsche Industrie Norm

EMVG Gesetz über die elektromagnetische Verträglichkeit von Betriebsmitteln

FTEG Gesetz über Funkanlagen und Telekommunikationssendeinrichtungen

Hz Hertz

LED Light Emitting Diode

Nit Leuchtdichte (nitere lat.: scheinen)

SMD Surface-mounted device

VDE Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik e.V.

10.10 Weitere Werbung auf dem Spielfeld und dessen Umgebung

Ausdrücklich nicht gestattet sind Fußbodenwerbung zwischen Torlinie und Tornetz, Werbung auf Torpfosten und im Tornetz. Werbung im Ballfangnetz hinter den Toren ist mit Ausnahme des Netzbanners des Namensrechtspartners erst ab einer Mindesthöhe von 3,50m (Unterkante) gestattet.

10.10.1 Eine zusätzliche Bandenwerbung, z.B. an der Hallenwand oder in Tribünenaufgängen oder ähnliches ist in einer Mindesthöhe von 3,50m (Unterkante) über der Spielfläche zugelassen. Diese ist in Material, Form und Größe in ein einheitliches Gesamtbild in die Spielhalle zu integrieren.

10.10.2 Das Aufstellen von mobilen Werbeträgern (z.B. aufblasbare Flaschen, Stellwände o. ä.) und sämtlichen weiteren hier nicht benannten Werbeträgern ist am Spielfeld und dessen Umgebung bzw. im Schwenkbereich der Fernsehkameras nicht gestattet. Ausnahmen gelten lediglich für Kühlschränke, Sanitätsboxen o. ä., soweit deren Verwendung nachweislich ist und diese in einer üblichen Größe verwendet werden. Gleiches gilt für die Aufhängung von Fahnen. Es sei denn, diese

befinden sich über 3,50m (Unterkante), werden anstelle einer Bande verwendet und sind in ein einheitliches Gesamtbild der Spielhalle integriert (s. o.).

10.10.3 Das Aufstellen von transparenten und mobilen Sponsorenwänden für Fernsehinterviews vor und nach dem Spiel sowie in den Pausen auf dem Spielfeld (so genannte Flash Zone) ist ausdrücklich erwünscht. Weitere mögliche Sponsorenwände für Interviews sind außerhalb des Spielfelds und dessen Umgebung bzw. nicht im Schwenkbereich der Fernsehkameras in der Halle in einer so genannten Mixed Zone zu platzieren.

10.10.4 Vor und nach dem Spiel und in den Halbzeitpausen kann auf dem Spielfeld auf Höhe der Mittellinie neben dem Würfel des Namensrechtspartners maximal ein weiterer Werbeträger platziert werden. Diese Werbeträger dürfen das Aufwärmen der Gastmannschaft nicht stören.

10.11 Werbung durch Ansagen in den Sporthallen (akustische Werbung)

Lautsprecherdurchsagen und Tonbandeinspielungen zum Zweck der Werbung sind nur vor und nach dem Spiel sowie in der Halbzeitpause zugelassen. Lautsprecherdurchsagen und Tonbandeinspielungen nach Torerfolgen und bei Spielzeitunterbrechungen dürfen keine Werbung enthalten.

10.12 Werbung auf/mit sonstigen Werbeformen

10.12.1 Promotion-Stände

Promotion-Stände und Promotion sind gestattet, soweit diese nicht am Spielfeld und dessen Umgebung bzw. im Schwenkbereich der Fernsehkameras stattfinden.

10.12.2 Maskottchen

Der Einsatz eines Maskottchens ist gestattet, auch wenn dieses zum Zwecke der Werbung eingesetzt wird. Ebenso ist der Einsatz von fliegender Werbung (z.B. Zeppelin) gestattet, jedoch lediglich vor und nach den Spielen und in den Halbzeitpausen. Solche Werbung und auch ein Maskottchen dürfen Fernsehübertragungen keinesfalls stören, d.h. sie dürfen nicht mit Vorsatz so platziert werden, dass sie die Aufmerksamkeit des Fernsehzuschauers wecken.

10.12.3 Weitere Werbung

Jegliche weitere hier nicht genannte Werbung ist gestattet (z.B. im VIP-Bereich, Hallenheft, etc) soweit diese nicht am Spielfeld und dessen Umgebung bzw. im Schwenkbereich der Fernsehkameras stattfinden.

10.13 Gemeinschaftswerbung

Im Rahmen der Mitgliedschaft eines Clubs in der Liga und dem Interesse aller Clubs die Marken TOYOTA Handball-Bundesliga und 2. Handball-Bundesliga zu entwickeln sind folgende Maßnahmen umzusetzen. Die Regelungen gelten nicht für Heimspiele im Pokalwettbewerben von Vereinen unterhalb der zweiten Liga.

10.13.1 Das jeweilige Ligalogo ist auf der Homepage eines Bundesligavereins anzubringen (prominente Platzierung auf der Startseite). Das Ligalogo ist auf www.toyota-handball-bundesliga.de zu verlinken.

- 10.13.2 Die TV-Box oder die TV-Termine (min. die nächsten 5 Spiele aller Vereine) der HBL ist auf der Homepage eines Bundesligavereins zwingend zu verwenden, die News-Box ist optional zu verwenden (Beides auf der Homepage www.toyota-handball-bundesliga.de zu finden, unter Fan-Service Newsbox und TV-Box).
- 10.13.3 Das jeweilige Ligalogo ist auf allen Medien/Drucksachen der Vereine prominent (gut sichtbar) und dominant (in entsprechender Größe) anzubringen (Titelseite Hallenheft/Spieltagsmagazin, Eintrittskarte, Briefbogen, Pressemitteilungen, Mannschaftsfoto, Autogrammkarten, Plakate u. ä.).
- 10.13.4 Das jeweilige Ligalogo ist auf Partnerboards, Pressekonferenz-, Flashinterviewrücksetzern u. ä. (falls vorhanden) ebenfalls prominent und dominant (in entsprechender Größe und/oder Stückzahl) anzubringen.
- 10.13.5 Das Ligalogo ist auf den Ärmeln der Warmlaufshirts und auf Merchandising-Trikots der Mannschaften der TOYOTA Handball-Bundesliga (Erstligisten) analog 10.4.5 anzubringen.
- 10.13.6 Der Bodenaufkleber mit Ligalogo ist entsprechend der Agentur des Namensrechtspartners bei jedem Spiel eines Erstligisten auf der Spielfläche anzubringen.
- 10.13.7 Der Schutzständer für die Tablet-PC's zur elektronischen Spielverwaltung ist ausschließlich mit dem aufgedruckten Ligalogo zu verwenden.
- 10.13.8 Ein Ligamaskottchen kann bei allen Spielen der Vereine der TOYOTA Handball-Bundesliga eingesetzt werden.
- 10.13.9 Von der HBL zur Verfügung gestelltes Werbematerial im Design der Liga (Fahne, Roll-Ups o. ä.) ist einzusetzen, soweit dabei keine Werberechte der Vereine eingeschränkt werden.
- 10.13.10 Die Musik der HBL soll im Spielbetrieb der HBL ebenfalls verwendet werden, z.B. beim Einlaufen der Schiedsrichter.
- 10.13.11 Das Ligalogo darf in seiner Form, Farbe und Gestaltung weder verändert werden noch ergänzt werden (z.B. keine Trennung von Wort- und Bildmarke, keine Dreidimensionalität o. ä.). Die Design Richtlinien (Design Manual) der HBL sind einzuhalten. Beachten Sie dabei besonders die Regelungen zur Logoanbringung auf Hintergründen, die Verwendung des Querformats und die minimale Logogröße.
- 10.13.12 Zur Bewerbung von TV-Zeiten, Ligenprodukten und ähnlichem sind in den Hallenheften der Vereine je Heimspiel 1/1 Werbeseite freizuhalten. Die HBL stellt regelmäßig wechselnde Anzeigen in diversen Formaten per Mail und Download zur Verfügung.
- 10.13.13 Die Vereine haben in Ihren Verträgen mit den notwendigen Parteien (z.B. Spieler) sicherzustellen, dass die HBL Vereinslogos, Vereinsnamen, Bilder von Spielern und Spielernamen ausschließlich für zentrale bzw. Vermarktungszwecke der Liga im Ganzen (Gruppenvermarktung) (z. B. für Liga-Präsentationen, Anzeigen, HBL Homepage, Lizenz- und Merchandisingprodukte wie z.B. Pintafel, PC-Spiele o. ä.) verwenden dürfen.
- 10.13.14 Die offiziellen Namen der Veranstaltungen der HBL sind zu verwenden, insbesondere bei der Begrüßung durch den Hallensprecher bei allen Spielen der Wettbewerbe der TOYOTA Handball-Bundesliga und in Pressemitteilungen der Vereine. Diese sind die „TOYOTA Handball-Bundesliga“ auch kurz „TOYOTA HBL“ genannt, die „2. Handball-Bundesliga“, der „DHB-Pokal der TOYOTA Handball-Bundesliga“ und das „Lufthansa Final Four“, das „All Star Game der TOYOTA Handball-Bundesliga“ und der „LoS-Super Cup“ der TOYOTA Handball-Bundesliga“.
- 10.14 Namensrechtspartner
- Die Vereine der TOYOTA Handball-Bundesliga (Erstligisten) müssen alle im Vertrag beinhalten Leistungen für den Namensrechtspartner erbringen. Dies sind neben den unter

Gemeinschaftswerbung in 3.7 und unter Trikotwerbung in 3.1.5 genannten Einsätzen des Ligalogos insbesondere:

- 10.14.1 Aufstellung von 2 Eckenwürfeln bzw. Eckenaufstellern (ca. 1m x 1m x 1m) , (Aufstellung und Lagerung pro Spiel durch die Vereine). Dieser hat entsprechend der Angaben der Agentur des Namensrechtspartners in einem kameraoptimierten Winkel in den Ecken zwischen Torbänden und Längsbänden zu stehen. Das Logo des Namensrechtspartners muss während des Spieles voll sichtbar und mit allen sichtbaren Flächen zur Hauptkamera hin ausgerichtet sein. Es ist außerdem dafür Sorge zu tragen, dass der Würfel nicht als Ablage o. ä. benutzt wird.
- 10.14.2 Aufhängung von Werbebannern in den Ballfangnetzen hinter den Toren (Anbringung und Lagerung pro Spiel durch die Vereine). Die Werbebanner sind entsprechend der Angaben der Agentur des Namensrechtspartners anzubringen. Außerdem sind die Regelungen mit den Fernsehsendern zu beachten. Danach sind die Banner bei Hallen ohne Hintertorbestuhlung in etwa auf Höhe der Torlatte anzubringen. In Hallen mit Hintertorbestuhlung sind 40cm hohe Banner direkt über der Torbande anzubringen.
- 10.14.3 Einblendung eines 30sekündigen Werbespots (je einmal vor und nach dem Spiel und in der Halbzeitpause) auf den Videotafeln bzw. im Hallen-TV sofern vorhanden.
- 10.14.4 1/1 4c Anzeige im Spieltagsmagazin bzw. Hallenheft.
- 10.14.5 Recht auf Durchführung von 2 Online-Banner-Kampagnen (je 8-12 Wochen Kampagnenlänge) auf den Websites der Vereine der TOYOTA Handball-Bundesliga.
- 10.14.6 Recht zur Durchführung von bis zu 4 Promotionaktionen pro Verein: mit bis zu 15 Promotoren, prominente Standfläche (abhängig von den Platzverhältnissen der jeweiligen Halle (in oder vor der Halle), immer mindestens ausreichend Platz für 2 Fahrzeuge), außerdem Recht auf Halbzeit-Promotionaktion und vor Spielbeginn auf dem Spielfeld. Das Recht auf Auswahl der Spielbegegnungen, zu denen die oben genannten Promotionaktionen durchgeführt werden können, garantiert die HBL und ihre Vereine zu 80%.
- 10.14.7 Recht auf 4 Hospitality-Karten für insgesamt 50 Spiele der Erstligisten (von insgesamt 306 Spielen). Der Namensinhaber wird sich bemühen die Vereine dabei abzuwechseln. Spätestens 2 Wochen vor dem Spiel werden die Karten abgefragt. Am Ende der Saison werden mögliche Ungleichverteilungen der Kartenwünsche ggf. verrechnet.
- 10.14.8 Recht auf 10 Tickets der Kategorie I ohne VIP bei jedem Spiel eines Bundesligaclubs.
- 10.14.9 Aushändigung von Dokumentationsmaterial (Belege aller Drucksachen mit Ligalogo-Integration)
- 10.14.10 2 personalisierte All-Access Arbeitskarten für die Koordinatoren vor Ort
- Die Leistungen sind umzusetzen, soweit es den von der HBL geleiteten Spielbetrieb betrifft. Die vom Namensrechtspartner bereitgestellten Werbeträger sind sorgsam zu behandeln.
- 10.15 Allgemeine Werbebestimmungen
- Während des Spiels ist ein sauberes Werbe- bzw. Bandenbild immer durch das vorhandene Personal zu gewährleisten (z.B. gerade Werbebanner in den Ballfangnetzen).
11. Abbau
- Der Abbau der Spielfläche inklusive aller Werbemittel, die Reinigung der Spielfläche u.ä. darf frühestens 15 Minuten nach Spielende erfolgen.

12. Allgemeine Bestimmungen
- 12.1 Für sämtliche in dieser Richtlinie nicht geregelte Angelegenheiten trägt der Heimverein die tatsächliche und rechtliche Verantwortung für die zivilrechtliche Verkehrssicherungspflicht und die Erfüllung verwaltungsrechtlicher oder ordnungsbehördlicher Auflagen (z.B. aufgrund der Vereinsstättenverordnung des jeweiligen Bundeslandes).
- 12.2 Erstligisten haben bis spätestens 2 Wochen vor Saisonstart einen aktuellen Spielball, das aktuelle Trikot, ein aktueller Werbeplan für Boden und Banden eines jeden Vereins bei der HBL abzugeben.
13. Zuständigkeiten und Überwachung
- Für die Überwachung dieser Hallenstandards ist die HBL zuständig.
Bei allen Bundesliga-Spielen kann die HBL Spielaufsichten ansetzen. Diese können auch Verstöße gegen diese Hallenstandards anmahnen. Anweisungen der Spielaufsichten ist Folge zu leisten.
Zusätzlich kann die HBL 2 Mal pro Jahr Hallenstandards-Prüfer zu Lasten der Vereine beauftragen. Bei Verstößen, die zu Strafzahlungen führen, kann die HBL weitere Prüfungen, ebenfalls zu Lasten der Vereine, ansetzen.
Der Tagessatz pro Prüfer beträgt **100,- €** zzgl. Reisekosten und gegebenenfalls Übernachtung.
Eine Bestrafung im Nachhinein, beispielsweise durch das Heranziehen von Fernsehbildern, ist ebenfalls möglich.
14. Verstöße
- Allgemein: Bei Verstößen gegen diese Richtlinie haften die Vereine. Sie können mit einer Geldbuße gemäß § 25 Abs. 4 RO des DHB in Höhe von bis 15.000,00 €, Spielaufsicht und Hallensperre belegt werden.
15. Besondere Strafen:
- Nichterreichen Mindestkapazität: (vgl. 2.1) keine Lizenzvergabe
 - Nichterfüllen Anzahl Tribünenränge (vgl. 2.3) keine Lizenzvergabe
 - Fehlender Hallenboden bei TV-Übertragung (vgl. 3.2) bis zu 5.000,- €
 - Verstöße durch den Hallensprecher (vgl. 4.7) bis zu 5.000,- €
 - Verweigerung Richt-Mikrofon in Auszeit: (vgl. 5.2.8) bis zu 5.000,- €
 - Verstoß bei Beendigung der Einlaufzeremonie (vgl. **4.6**) bis zu 3.000,- €
 - Nichterreichen volle Lichtleistung 2,5 Minuten vor Spielbeginn (vgl. 4.6) bis zu 3.000,- €
 - Nichttragen Ausweis (vgl. 4.4) bis zu 1.000,- €
 - Nichthochladen Foto/Video (nach 3maliger Überschreitung der Maximalzeit) (vgl.8.) Sperrung Zugang oder bis zu 1.000,- €
 - Zu früher Abbau nach Spielende (vgl.11.) bis zu 1.000,- €