Offizieller Hauptsponsor

Toyota DBBL

Werberichtlinien

Saison 2026/27

Toyota Damen Basketball Bundesligen

1. Allgemeine Regelungen

§1
Das Werben für Firmen und Firmenprodukte ist im Spielbetrieb der DBBL GmbH und seiner Gliederungen grundsätzlich gestattet. Eine gegen gute Sitten verstoßende Werbung ist nicht zulässig.

Darüber hinaus ist das Werben für:

a. Tabakwaren, ihre Hersteller und ihren Handel
b. harte alkoholische Getränke, ihre Hersteller und ihren Handel,
c. pharmazeutische Produkte, die auf der aktuellen IOC-Liste der verbotenen Substanzen aufgeführt sind, ihre Hersteller und ihren Handel
d. politische Gruppierungen oder politische Aussagen

nicht zulässig.

Die Werbung für Bier, Wein und vergleichbare Getränke ist gestattet.

§ 2

1. Bei internationalen Wettbewerben, insbesondere Europapokalspielen, gelten die Bestimmungen der FIBA. Sie haben Vorrang vor den Vorschriften der DBBL GmbH.
2. Wird ein Spiel vom Fernsehen übertragen, gelten die Bestimmungen des gültigen Fernsehvertrages mit der jeweiligen Fernsehanstalt.

§ 3

1. Werden von übergeordneten Verbänden (DOSB, FIBA etc.) Beschlüsse oder Vorschriften gefasst, die die Vorschriften der DBBL GmbH tangieren, behält sich die DBBL GmbH das Recht vor, seine Vorschriften zu ändern, zu ergänzen, zu interpretieren oder aufzuheben.

2. Die Vereine sind verpflichtet, in der festgelegten Frist den Veränderungen nachzukommen.

§4 Werbeträger

Werbeträger im Sinne dieser Vorschriften können die Vereine der DBBL sein.

1. Verträge zwischen Werbeträger und werbetreibender Firma dürfen nur mit dem ausdrücklichen Vorbehalt abgeschlossen werden, dass diese ihre Gültigkeit verlieren, wenn eine erforderliche Genehmigung nicht erteilt, nicht verlängert oder zurückgezogen wird.
2. Verträge zwischen Werbeträger und werbetreibender Firma dürfen keine Vereinbarungen beinhalten, die den Werbeträger in seiner Entscheidungsfreiheit einschränken oder auf die Vereins- bzw. Verbandsführung Einfluss nehmen
3. Der Werbeträger kann das Recht zum Abschluss von Werbeverträgen an Dritte vergeben. Er bleibt in jedem Fall gegenüber der die Genehmigung erteilenden Stelle verantwortlich.
4. Das Tragen von Werbung darf nicht mit einem persönlichen Vorteil für Einzelpersonen (Spieler, Schiedsrichter) verbunden sein. Zahlungen können nur an den Verein und nicht an einzelne Spieler oder Schiedsrichter geleistet werden.

5. Für Streitigkeiten aus den Verträgen zwischen Werbeträger, werbetreibender Firma und Dritten ist die die Genehmigung erteilende Stelle nicht zuständig.
6. Die steuerrechtliche Haftung bleibt in jedem Fall beim Werbeträger.

§5 Werbeflächen

Geworben werden kann:

a) auf der Bekleidung von Mannschaften,

b) auf der Bekleidung der Schiedsrichter,

c) auf Spielausrüstungsgegenständen,

d) auf dem Spielfeld und in dessen Umgebung,

e) durch Ansagen in den Spielhallen,

f) durch Aufnahme eines Sponsornamens im Vereinsnamen.

g) auf der eigenen Homepage

§ 6 Vereinsemblem

1. Ein Vereinsemblem ist ein Zeichen, das ausschließlich vom Verein geführt wird und diesen identifiziert.
2. Ein Hinweis ist eine Informationsaufschrift, die
   a) der Name der Spielerin,
   b) der Name des Vereins,
   c) der Name der Heimatstadt des Vereins sein kann.
3. Ein Logo ist ein Warenzeichen, das
   a) ein Bild-Zeichen,
   b) ein Wort-Zeichen,
   c) ein kombiniertes Bild-/Wort-Zeichen sein kann.
4. Ein Herstellerlogo ist ein Logo, das vom Hersteller des Kleidungsstücks auf diesem angebracht ist und auf ihn oder seine Marke hinweist, sofern es nicht größer als 23 cm² ist. Jedes andere Logo ist ein Werbelogo.

§ 7 Spielkleidung

1. Zur Spielbekleidung gehören: Spielhemd, Spielhose, Socken, Sportschuhe und sonstige Gegenstände (z.B. Unterziehhemd, Unterziehhose), die während des Spiels getragen werden.
2. Zur übrigen Bekleidung einer Mannschaft gehören: T-Shirt und Trainingsanzug sowie die Bekleidung der Trainer, Betreuer und Mannschaftsbegleiter
3. Ein Werbeträger darf mit jeder seiner Mannschaften für mehrere Firmen oder Firmenprodukte werben.
4. Für alle Mitglieder einer Mannschaft muss bei einem Spiel die Spielbekleidung identisch sein. Dies gilt auch für die übrige Bekleidung der Mannschaft, sofern sie mit Werbung versehen ist. In der 2. DBBL ist individuelle Werbung auf der Rückseite der Warm Up´s und der Rückseite der Spielhosen erlaubt.

§ 8 Bekleidung der Schiedsrichter

1. Zur Bekleidung der Schiedsrichter gehören: Schiedsrichterhemd, Schiedsrichterhose und Sportschuhe.
2. Auf der Vorderseite oder auf den Ärmeln des Schiedsrichterhemdes sowie auf der übrigen Schiedsrichterkleidung darf jeweils ein Herstellerlogo (Maximalgröße: 23 cm²) angebracht sein.
3. Bei einem Pflichtspiel müssen die Schiedsrichter mit einheitlicher Kleidung, insbesondere einheitlicher Werbefläche, antreten.
4. Werbefläche ist die Rück- und/oder Vorderseite des Schiedsrichterhemdes. Die Größe der Werbefläche darf maximal 500 cm² betragen.
5. Zusätzlich zu Abs. 1 ist auf den Ärmeln des Schiedsrichterhemdes die Verwendung je eines weiteren Werbelogos zulässig. Die Größe dieses Werbelogos darf 50 cm² nicht überschreiben
6. Weitere Werbung auf der Schiedsrichterkleidung ist nicht zulässig.
7. Die DBBL GmbH kann für die Spielgruppen der jeweiligen Bundesligen Werbeverträge für ihren jeweiligen Zuständigkeitsbereich abschließen. In Spielen der betreffenden Wettbewerbe dürfen die Schiedsrichter keine abweichende Werbung tragen, sofern dies nicht ausdrücklich durch die DBBL GmbH genehmigt ist.
8. Über den Abschluss eines Werbevertrages sind die Vereine der DBBL zu unterrichten.

§ 9 Spielausrüstungsgegenstände

1. Von den zu einem Spiel vorgeschriebenen Ausrüstungsgegenständen dürfen nur die folgenden mit Werbung versehen sein:
   a) Anzeigetafel,
   b) Spielberichtsbogen,
   c) beim Einsatz beweglicher Korbanlagen die Vorderseite der Polsterung
2. Werbung an der Anzeigetafel darf die Erkennbarkeit der Anzeige des laufenden Spielergebnisses, der Spielzeit und der persönlichen Foulbelastung der einzelnen Spielerinnen nicht beeinträchtigen.
3. Verträge über die Werbung auf den Spielberichtsbögen der Damen Basketball Bundesligen darf ausschließlich die DBBL GmbH abschließen.
4. Die von den Herstellern angebrachten Aufschriften und Firmenzeichen auf den zugelassenen Spielbällen gelten nicht als Werbung.
5. Auf der Polsterung der beiden Spielbretter ist jeweils ein Werbeaufkleber in der maximalen Größe von 5 x 30 cm zugelassen.

§ 10 Werbung Kampfgericht

1. An der Vorderseite des Kampfrichtertisches ist Werbung zulässig. Die Werbung darf über die Abmessungen des Tisches nicht hinausgehen und muss vorne bündig abschließen.
2. Innerhalb des hindernisfreien Raums an den Seitenlinien sowie im vorgeschriebenen Freiraum von je zwei Metern neben und hinter dem Kampfrichtertisch ist Werbung jeglicher Art unzulässig.
3. Werbung in anderen Teilen der Spielhalle unterliegt diesen Bestimmungen nicht.

§ 11 Bandenwerbung

1. Bandenwerbung darf nur außerhalb des hindernisfreien Raums aufgestellt werden. Die ersten Werbebanden dürfen grundsätzlich erst in einem Abstand von zwei Metern vom Anschreibetisch aufgestellt werden, um den Spielern das Betreten des Spielfeldes ungehindert zu ermöglichen.
2. Die Sicht des Kampfgerichts auf das Spielfeld darf nicht eingeschränkt sein
3. Bandenwerbung in Form rotierender Werbung ist erlaubt.
4. Banden und/oder Produktaufsteller von Ligasponsoren sind außerhalb des hindernisfreien Raums zu platzieren.
5. Die Werbebanden müssen an allen Stellen so abgepolstert sein, dass keinerlei Verletzungsgefahr für Spielbeteiligte besteht, dies gilt sowohl für die Kanten bzw. Ecken als auch bei der Verwendung von LED-Banden, insbesondere für die Vorderseite.

§ 12 Vereinsnamen

1. Vereine sind berechtigt, in den beim Registergericht eingetragenen Vereinsnamen einen Sponsornamen aufzunehmen.

§ 13 Werbung auf der eigenen Homepage

1. Werbung auf der eigenen Homepage des Bundesligisten ist zulässig.
2. Die DBBL ist dort inklusive Logo und Verlinkung abzubilden.

2. <u>Medien- & Kommunikationsrichtlinien</u>

§14 Bildvorgaben

§ 14.1 Aktionfotos

1. Vereine der 1.DBBL müssen mindestens zehn Fotos pro Spiel, drei davon vom Gegner im Ballbesitz bis spätestens 4h nach Spielende in die von der DBBL GmbH vorgegebenes Portal hochladen. Diese Bilder stehen die DBBL und gegnerischen Mannschaften für die Kommunikation zur Verfügung.
2. Vereine der 2.DBBL müssen mindestens fünf Fotos pro Spiel, drei davon vom Gegner im Ballbesitz bis spätestens 24 Stunden nach Spielbeginn in die von der DBBL GmbH vorgegebenes Portal hochladen. Diese Bilder stehen die DBBL und gegnerischen Mannschaften für die Kommunikation zur Verfügung.
3. Der Verein räumt der DBBL GmbH sowie den übrigen Bundesligisten ein einfaches, zeitlich und räumlich unbegrenztes Nutzungsrecht an den zur Verfügung gestellten Fotos für redaktionelle Zwecke ein. Eine Nutzung zu kommerziellen Zwecken bedarf der vorherigen Abstimmung mit dem jeweiligen Fotografen.

<u>Technische Spezifikation (Empfehlungen)</u>

- Mindestgröße: 3000 Pixel auf der längsten Seite.
- Dateiformat: JPG
- Qualität: Hohe JPG Qualität einstellen - möglichst nicht größer als 3MB Dateigröße, scharf, gut belichtet, keine Filter oder Farbverfälschungen
- Zusatz: Immer die IPTC Daten des JPG mindestens mit Autor befüllen

Motivwahl

1. Aktionbilder bevorzugt: Spielszenen mit Bewegung und Dynamik
2. Emotionen einfangen: Jubel, Enttäuschung oder Spannung sorgen für Ausdruck
3. Fokus auf Spieler:innen & Trainer:innen
4. Bildaufbau: Drittel-Regel nutzen, genügend Platz für Zuschnitt lassen

Bilder für Social Media

- Optimale Größen:
  - Instagram (Feed): 1080 x 1350 px (Hochformat bevorzugt)
  - Instagram (Story): 1080 x 1920 px
  - Facebook & Twitter: 2048 x 630 px
- Kein Wasserzeichen über das Motiv legen

§14.2 Team- und Spielerfotos

Vor dem ersten Ligaspiel sind der DBBL bzw. in eine von der DBBL vorgegebene Datenbank ein Teamfoto sowie jeweils ein Portraitfoto jeder Spielerin einzupflegen.

Bei Nachverpflichtungen sollten Portraitfotos schnellstmöglich erstellt werden, um eine einheitliche Darstellung auf allen offiziellen Plattformen zu gewährleisten. Dabei ist darauf zu achten, dass sich die Fotos der Nachverpflichtungen sowohl im Aufnahmewinkel als auch in der Belichtung mit den Fotos der restlichen Spieler gleichen.

Die Fotos sollten vor einer einfarbigen Foto-Leinwand mit einheitlicher Spielbekleidung und in der Spielbekleidung eines regulären Saisonspiels angefertigt sein und als .jpg- oder .png-Dateien hochgeladen werden.

Teamfoto:

Die Teamfotos sollten mit einer Auflösung von mindestens 3000 Pixel (Breite) im Querformat-Verhältnis 16:9 hochgeladen werden.

Porträtfoto:

- Die Fotos sollten mit einer Auflösung von mindestens 1080 x 1350 Pixel (Hochformat 9:16) hochgeladen werden.
- Der Blick der Spielerin geht gerade in die Kamera, der Kopf ist dabei gerade zu halten.
- Der obere Teil des Oberkörpers ist zu sehen.

§15 Vor- und Nachberichte an Spieltagen

Die Veröffentlichung der Vor- und Nachberichte richtet sich nach den offiziell angesetzten Spielterminen und von der DBBL GmbH vorgegebene Fristen.

Ein Spielbericht muss klar strukturiert und leicht lesbar sein. Zudem sollte er nicht nur eine chronologische Nacherzählung bieten, sondern die "Geschichte des Spiels" in den Vordergrund stellen. Eine kluge Struktur hilft sowohl Leser:innen als auch Medienvertreter:innen, schnell an die relevanten Informationen zu kommen.

Die Vor- und Nachberichte sollen sachlich verfasst sein, mindestens 300 Wörter umfassen und folgende Punkte beinhalten:

- Zusammenfassung des Spiels
- Teilnehmende Mannschaften
- Wettbewerb (Liga oder Pokal)
- Ergebnis
- Besondere Ereignisse
- Statistiken und Schlüsselspieler:innen

Bitte beachten:

Pauschale, unsachliche oder abwertende Kritik an Schiedsrichter*innen, Offiziellen oder der Liga selbst ist auf den offiziellen Kommunikationskanälen der DBBL nicht gestattet.
Verstöße gegen diese Richtlinie können zur Löschung entsprechender Inhalte sowie zu weiteren Maßnahmen führen.

Formatierung und Lesbarkeit:

- Überschriften:
  - H1: Hauptüberschrift
  - H2: Einleitung
  - H3: Unterkapitel (Spielverlauf, Statistiken etc.)
- Wichtige Namen & Statistiken fett markieren
- Absätze alle 3-4 Sätze setzen, um die Lesbarkeit auf mobilen Endgeräten zu verbessern
- Struktur von wichtig (Kernaussagen) zu unwichtig

§16 Zuschauerzahlen
Spätestens Ende des vierten Viertels eines jeden Pflichtspiels hat der ausrichtende Bundesligist die offizielle Zuschauerzahl der betreffenden Begegnung in die vorgegebene Datenbank der DBBL GmbH einzutragen. Erfolgt der Abschluss des Spiels im Scouting Tool ohne Angabe der Zuschauerzahl, wird eine Strafe gemäß dem geltenden Strafenkatalog der DBBL GmbH verhängt.

3. Werberechte für die DBBL-Sponsoren

§17 Logo und Titel

Die Bundesligisten sind verpflichtet, ausschließlich das offizielle Liga-Logo, das mit dem Namen des Namenssponsors verbunden ist zu verwenden. Das Logo der DBBL ist auf sämtlichen Kommunikationsmitteln (Print und Digital), insbesondere Briefpapier, Faxvorlage, Flyer, Plakate, Eintrittskarten, Magazine, Sponsoren- und Pressemappen, Autogrammkarten, Roll-Ups, Großflächenplakate, Pressewände, Anzeigen, Mannschaftsposter, Dauerkarten, Homepage, Apps, Mobile Seiten, prominent zu platzieren.

§18 Bälle und Ballwagen (Exklusivrecht Molten)

Für Spiel-, Merchandising- und Promotionszwecke müssen ausnahmslos Bälle der Firma Molten verwendet werden. Hinsichtlich der Stellung von Bällen gilt der zwischen der DBBL GmbH und der Firma Molten Europe GmbH (Vertretung Molten) geschlossene Werbevertrag. Die Bewerbung und Nutzung von Konkurrenzprodukten im Ballbereich ist untersagt. Während der gesamten Aufwärmphase sind bei allen DBBL-Spielen auf dem Spielfeld ein (1) Molten-Ballwagen (werden gestellt) zu postieren.

4. Sonderregelungen 1.DBBL

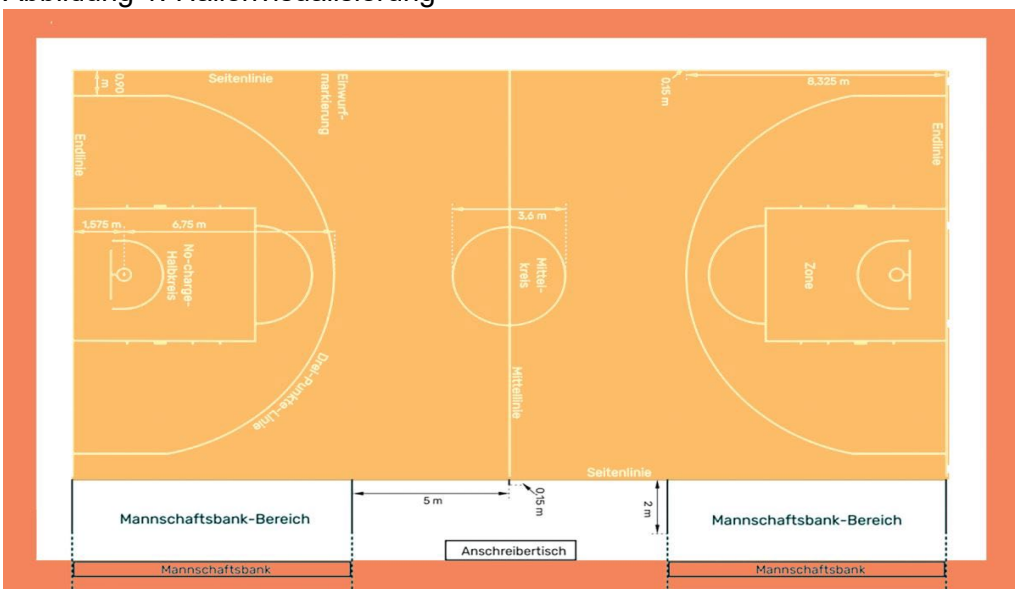
§19 Werbung mit LED-Videobanden 1.DBBL

1. Der Einsatz von LED-Videobanden bei Spielen der 1. DBBL ist verpflichtend. Generell ist zu beachten, dass ein einheitliches Bandenbild gewährleistet wird. Die LED-Videobanden sind entlang der Seiten- und/ oder Endlinien in einer Reihe anzubringen.
2. Die LED-Werbebande muss über die gesamte Länge von mind. 12 m (Saison 2026/27) betragen.

§20 Hallen Werbeflächen 1.DBBL

1. Auf dem Spielfeldboden ist Werbung im Mittelkreis, in den Freiwurfkreisen, an den Zonen („Zonen-Werbefläche“), hinter der Grundlinie und neben der Seitenlinie zulässig.
2. Zwei weitere Bodenwerbeflächen können nur von der DBBL GmbH für einen DBBL Sponsor und/oder das DBBL-Logo freigegeben werden und müssen sowohl bei Meisterschafts- als auch Pokalspielen sichtbar sein.
3. Die finale Abnahme bzgl. der Belegung aller Werbeflächen auf dem Spielfeldboden obliegt der DBBL, eine Freigabe erfolgt somit erst nach Zustimmung seitens der DBBL. Zudem ist der DBBL GmbH ist auf Anfrage ein Zertifikat hinsichtlich der Rutschfestigkeit vorzulegen, das mindestens nach DIN 51130 der Rutschfestigkeitsklasse R10 entspricht (alternativ ein Äquivalent mit dem im Technischen Anhang zu den Regeln der FIBA festgelegten Durchschnittswert von 80 - 110 nach EN 13036)

Abbildung 1. Hallenvisualisierung



Freiwurfkreise

Die Werbung in beiden Freiwurfkreisen muss identisch sein. Zur Klarstellung wird festgehalten, dass innerhalb der Werbefläche nur zwei Partner in max. 4 Flächen abgebildet werden darf. Durch Werbung in den Freiwurfkreisen darf der regelkonforme Durchmesser dieser Kreise nicht verändert werden. Die Oberflächeneigenschaften müssen denen des übrigen Spielfeldbodens entsprechen. Herkömmliches Klebeband zur Fixierung ist ausdrücklich nicht gestattet. Die Freiwurflinie muss sichtbar sein.

Mittelkreis

Durch Werbung im Mittelkreis darf der regelkonforme Durchmesser dieser Kreise nicht verändert werden. Die Oberflächeneigenschaften müssen denen des übrigen Spielfeldbodens entsprechen. Herkömmliches Klebeband zur Fixierung ist ausdrücklich nicht gestattet. Bei Zuwiderhandlung sind die Schiedsrichter und/oder Kommissare berechtigt die Aufkleber entfernen zu lassen. Zur Klarstellung wird festgehalten, dass innerhalb der Werbefläche nur ein Partner abgebildet werden darf. Sollte der Mittelkreis nicht zu Werbezwecken benötigt werden, kann stattdessen das Vereinslogo platziert werden. Die Mittellinie sowie Kreislinie muss sichtbar sein.

Zonen Werbeflächen:

Die Außenlinie der Zone darf nicht überklebt werden. Die Zonen-Werbefläche auf der linken Spielfeldhälfte am unteren Rand der Zone (A) muss mit der Zonen-Werbefläche auf der rechten Spielfeldhälfte am oberen Rand der Zone (A) identisch sein. Analog müssen die Flächen links oben (B) und rechts unten (B) identisch sein.

Fläche hinter den Endlinien (Baseline)

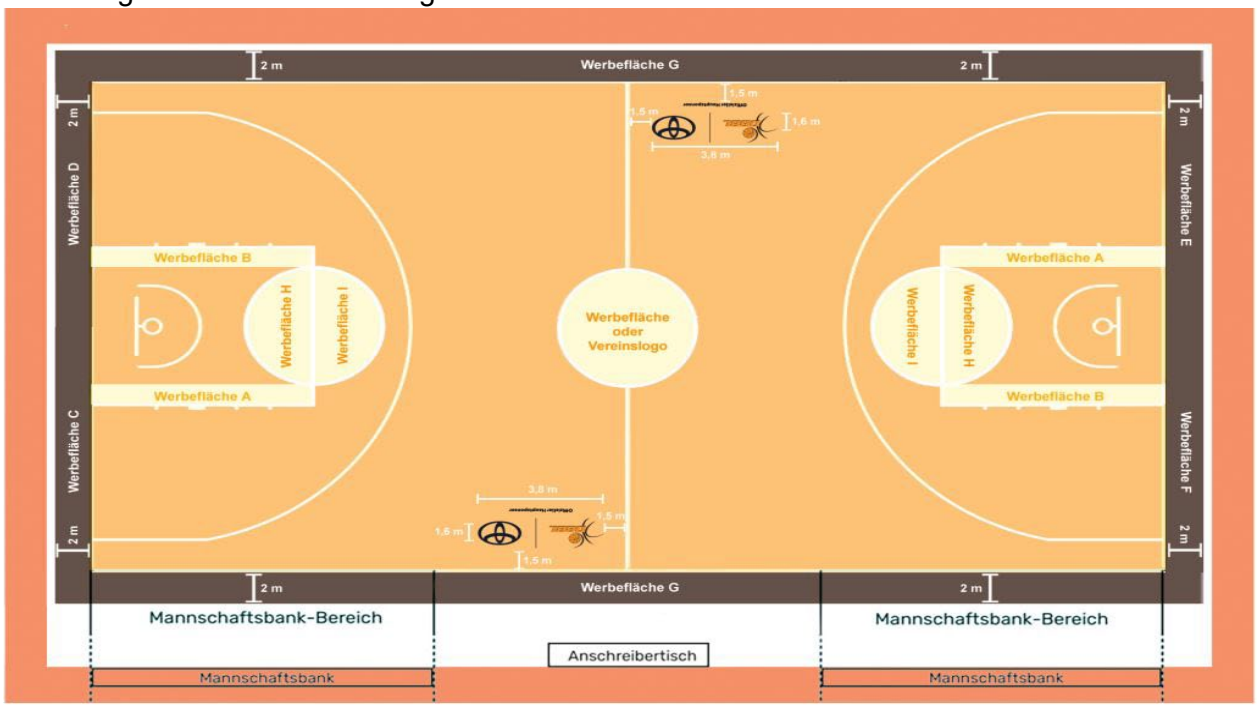
Die Werbung muss in gleich großen Flächen rechts und links der Korbanlage platziert sein. Es sind maximal vier unterschiedliche Werbepartner auf maximal 4 Flächen zulässig.

Seitenlinien

Innerhalb des 2-Meter-Bereichs rings um das Spielfeld ist auf dem Boden an beiden Längsseiten je eine Werbefläche mit einem identischen Werbepartner zulässig.

Die Höhe der Textzeichen oder des Emblems darf in der Gesamtheit 2m nicht überschreiten – eine mehrzeilige Umsetzung ist bei Einhaltung der 2m möglich.

Abbildung 2. Hallenvisualisierung Werbeflächen



§21 Spielkleidung 1.DBBL

1. Jede Mannschaft muss mindestens 2 Sätze Trikots zur Verfügung haben, und:

    a) die im Spielplan zuerst genannte Mannschaft (Heimmannschaft) muss hellfarbige Trikots tragen (Ausnahme nach Rücksprache möglich)
    b) die im Spielplan an 2. Stelle genannte Mannschaft (Gastmannschaft) muss dunkelfarbige Trikots tragen
    c) beide Mannschaften dürfen sich über eine umgekehrte Farbzuordnung einigen
    d) Die Mannschaften dürfen nur die Nummern 0 und 00 sowie von 1 bis 99 verwenden
    e) Innerhalb einer Mannschaft darf jede Nummer nur einmal vorkommen

2. Alle Bestandteile des Trikots müssen gut leserlich sein. Helle Schrift auf dunklem Grund, dunkele Schrift auf hellem Grund.
3. Beim Spielhemd ist sowohl die Vorderseite als auch die Rückseite als Werbefläche zugelassen. Zusätzlich können die Ärmel noch als Werbefläche genutzt werden. Werbung auf der Spielhose ist zulässig. Werbung an allen sichtbaren Teilen der Unterkleidung ist nicht zulässig.
4. Die Gesamtfläche aller auf dem Trikot befindlichen (vorne, hinten, Seite) Werbeflächen dürfen 1.000 cm² nicht überschreiten
5. Die Trikot Werbefläche darf in maximal 5 Flächen aufgeteilt werden:
    a) Hauptwerbefläche (Größe darf 600cm² nicht überschreiten)
    b) Neben-Werbeflächen
    c) Trikot Rückseite
6. Auf der Vorderseite des Trikots (1 cm oberhalb der Spielnummer) ist das DBBL-Logo
7. Zwischen zwei Applikationen muss jeweils ein Minimalabstand von 1cm eingehalten werden

8. Die FIBA sieht einen Abstand zwischen Zahl und Applikation von 4 cm vor, jedoch werden wir aufgrund der Produktionsmaße der Trikots einen geringeren Abstand tolerieren (Mindestmaß 8,3 x 6,0 cm) aufzubringen.
9. Die Spielerinnennummern dürfen auf der Vorderseite nicht kleiner als 10cm und auf der Rückseite nicht kleiner als 20cm sein. Ihre Lesbarkeit darf durch die Anbringung von Werbelogos, Herstellerlogo, Vereinsemblem und/oder - Hinweis nicht beeinträchtigt werden. Zwischen zwei Applikationen (inklusive Spielnummer) muss jeweils ein Minimalabstand von 1 cm eingehalten werden.

Abbildung 3: Visualisierung Trikots

10. Die Hose Werbefläche darf in maximal 5 Flächen aufgeteilt werden:
    a) Maximal vier Werbeflächen mit jeweils höchstens 200 cm² auf der Vorderseite der Hose
    b) Maximal eine Werbefläche mit einer Größe von bis zu 500 cm² auf der Rückseite der Hose

Abbildung 4: Visualisierung Hose

11. Die Spielkleidung (Heim- und Auswärtsspielkleidung) ist der DBBL GmbH zur Genehmigung und Freigabe digital per Druckvorlage (inkl. Farbcodes und Abständen) bis 31. August des entsprechenden Jahres vorzulegen. Die DBBL GmbH ist bei den Zweifeln an den Maßen berechtigt, das Original anzufordern
12. Die jeweiligen Mannschaften müssen sich bis zum 31. August des entsprechenden Jahres bei der DBBL GmbH erkundigen, ob sein Farbwunsch seiner beiden Trikotsätze den Vorgaben hell oder dunkel entsprechen. Sofern Trikots mehrere Farben haben sollten gilt, dass eine der Hauptfarben auf der Vorderseite im

Verhältnis 70% zu 30% überwiegen muss. Im Zweifel entscheidet im Genehmigungsverfahren die DBBL GmbH. Die Mannschaften können seitens der DBBL GmbH verpflichtet werden, zusätzlich einen dritten, einfarbigen Trikotsatz vorzuhalten.

13. Bei Missachtung der vorstehenden Regelungen erfolgt eine Sanktionierung nach dem gültigen Strafenkatalog.

§22 Streaming 1.DBBL

1. Die Bundesligisten sind verpflichtet, ihre Spiele live in den von der DBBL GmbH vorgegebenes Portal zu übertragen
2. Für die Übertragung ist eine permanente Internetverbindung bereitzuhalten.
3. Jedes Heimspiel der Erstligisten muss von einem Kommentator oder einer Kommentatorin begleitet sein
4. Alle Spiele müssen das von der DBBL GmbH vorgegebene Scoreboard verwenden.
5. Während der Live-Übertragung müssen folgende Elemente gut sichtbar eingeblendet sein:

   a) Das DBBL-Logo
   b) Die Vereinslogos
   c) Punktzahl
   d) Spielzeit
   e) Shot-Clock
   f) Team-Fouls

6. Hallenwerbung ist grundsätzlich gestattet. In der Live-Übertragung selbst (z. B. als Einblendung, Wasserzeichen oder in den Bildrändern/Ecken) dürfen jedoch keine Logos oder Werbeelemente platziert werden, die nicht der DBBL oder offiziellen DBBL-Partnern zuzuordnen sind oder von der DBBL GmbH genehmigt wurden

5. Sonderregelungen 2.DBBL

§23 Spielkleidung 2.DBBL

1. Jede Mannschaft muss mindestens 2 Sätze Trikots zur Verfügung haben, und:

   a. die im Spielplan zuerst genannte Mannschaft (Heimmannschaft) muss hellfarbige Trikots tragen (Ausnahme nach Rücksprache möglich)
   b. die im Spielplan an 2. Stelle genannte Mannschaft (Gastmannschaft) muss dunkelfarbige Trikots tragen (Ausnahme nach Rücksprache möglich)
   c. beide Mannschaften dürfen sich über eine umgekehrte Farbzuordnung einigen
   d. Die Mannschaften dürfen nur die Nummern 0 und 00 sowie von 1 bis 99 verwenden
   e. Innerhalb einer Mannschaft darf jede Nummer nur einmal vorkommen

2. Alle Bestandteile des Trikots müssen gut leserlich sein. Helle Schrift auf dunklem Grund, dunkele Schrift auf hellem Grund.
3. Beim Spielhemd ist sowohl die Vorderseite als auch die Rückseite als Werbefläche zugelassen. Zusätzlich können die Ärmel noch als Werbefläche genutzt werden.

Werbung auf der Spielhose ist zulässig. Werbung an allen sichtbaren Teilen der Unterkleidung ist nicht zulässig.

4. Die Spielerinnennummern dürfen auf der Vorderseite nicht kleiner als 10cm und auf der Rückseite nicht kleiner als 20cm sein. Ihre Lesbarkeit darf durch die Anbringung von Werbelogos, Herstellerlogo, Vereinsemblem und/oder - Hinweis nicht beeinträchtigt werden. Zwischen zwei Applikationen (inklusive Spielnummer) muss jeweils ein Minimalabstand von 1 cm eingehalten werden.
5. Die Spielkleidung (Heim- und Auswärtsspielkleidung) ist der DBBL GmbH zur Genehmigung und Freigabe digital per Druckvorlage (inkl. Farbcodes und Abständen) bis 31. August des entsprechenden Jahres vorzulegen. Die DBBL GmbH ist bei Zweifeln an den Maßen berechtigt, das Original anzufordern

§24 Streaming 2.DBBL

1. Die Bundesligisten sind verpflichtet, ihre Spiele live im Internet über eine von der DBBL-GmbH vorgegebene Plattform zu übertragen.
2. Alle Spiele müssen das von der DBBL GmbH vorgegebene Scoreboard verwenden.
3. Für die Übertragung ist eine permanente Internetverbindung bereitzuhalten.
4. Bei laufender Musik in der Halle sind die Mikrofone der Live-Übertragung auszuschalten.

6. Sonstiges

1. Nimmt ein Bundesligist nicht mehr am Spielbetrieb der DBBL teil, so sind die durch die DBBL-GmbH gestellten Werbematerialien (Molten-Bande, DBBL-Bande, DBBL-Fahne) an die Gesellschaft zurück zu geben, andererseits werden die Kosten für die Wiederbeschaffung dieser Gegenstände dem Bundesligisten in Rechnung gestellt.
2. Änderungen und/oder Ergänzungen der Werberichtlinien können von der DBBL GmbH in Abstimmung mit den Mitgliedern der AG 1. DBBL e.V. und AG 2. DBBL e.V. vorgenommen und veröffentlicht werden, um von diesem Zeitpunkt an wirksam zu sein.