

DBLV Ordnung für die Verwertung kommerzieller Rechte (VerwKomRO)

Stand: 01.02.2020

§ 1

Grundlage

1. Die Grundlage der Verwertung kommerzieller Rechte aller Veranstaltungen der Bundesligen richtet sich für den DBLV und seine Mitglieder nach dieser Ordnung.
2. Nicht zulässig ist die Ausübung von Werberechten und Werbemöglichkeiten, wenn die Werbung für gesundheits- und fitnessschädliche Aktivitäten und Produkte stehen (zum Beispiel Drogen, Tabak, hochprozentiger Alkohol) oder wenn die politische, weltanschauliche und/oder religiöse Neutralität des DBLV durch den Auftritt in Zweifel gezogen wird.

§ 2

Vermarktungsrechte

1. Der DBLV hat das alleinige und exklusive Recht zur Nutzung und Verwertung aller Vermarktungs-, Veranstalter-, Bewegtbild- und Ergebnisrechte auf jedem Verbreitungsweg und in jeder Programm- und Verwertungsform weltweit, insbesondere und nicht abschließend Fernsehen, Hörfunk, Internet, Handy-TV, auf jede denkbare, rechtlich zulässige, gegenwärtige und zukünftige Art und Weise bezogen auf die o.a. Spiele, Ligen und Wettbewerbe aller Spiele in den Bundesligen, (ab der 1. Hauptrunde bis zum Final Four und der Aufstiegsrunde).
2. Der DBLV kann die Vermarktung dieser Rechte in jeder möglichen und rechtlich zulässigen Art und Weise ohne jede Restriktion betreiben. Insbesondere ist er berechtigt, diese Rechte ganz, teilweise, in Auszügen, in Zusammenstellungen oder Zusammenschnitten, direkt oder zeitversetzt, verschlüsselt oder unverschlüsselt, zeitlich unbegrenzt und beliebig häufig in Bild und Ton und Audio zu nutzen oder nutzen zu lassen (Bewegtbildrechte auf jedem Verbreitungsweg, insbesondere Fernsehen, Internet, Handy-TV auf jede denkbare gegenwärtige und zukünftige Art und Weise). Ferner gilt dies für alle sonstigen gegenwärtigen sowie zukünftigen Vermarktungsrechte. Die o.a. Vermarktungsrechte stehen dem DBLV ausdrücklich und ohne Einschränkung auch für das Final Four um die Deutsche Meisterschaft exklusiv zu.

§ 3

Werberechte des DBLV

1. Die folgenden Werberechte und -möglichkeiten, kann der DBLV seinerseits selbst nutzen oder an Dritte im Rahmen eines zentralen Ligamarketings weiterveräußern:
 - a) eine Werbebande pro Spielfeld, von der Kamera erfasst (Mindestgröße 150 cm breit und 50 cm hoch);
 - b) ein Werbefeld auf den Veranstaltungsplakaten (Mindestgrößen 6 x 4 cm (A4); 8,49 x 5,66 cm (A3); 12 x 8 cm (A2); 16,97 x 11,31 cm (A1); 24 x 16 cm (A0)) und den Programmheften (1/1 Seite schwarz/weiß im Innenteil);
 - c) Einblendungen auf einem vom DBLV ausgewählten Bewegtbild-Portal .
2. Sofern zwischen dem Werbepartner des DBLV und einem Werbepartner eines Mitglieds Probleme bezüglich einer Branchenexklusivität bestehen sollten, ist dies dem DBLV unverzüglich schriftlich mitzuteilen. In solchen Fällen sind gegebenenfalls individuelle Lösungen zu treffen.
3. Die Kosten für die Herstellung der Werbemittel des § 3 trägt der DBLV.
4. Das Mitglied hat dem DBLV binnen zwei Wochen nach Aufforderung Belegexemplare oder Fotos des korrekten Einsatzes der Werbemittel nach Ziff. 1 vorzulegen.
5. Nutzt der DBLV die Rechte gemäß Ziff. 1 nicht, ist das Mitglied zur eigenen Vermarktung berechtigt. Das Mitglied ist in diesem Fall verpflichtet, in den entsprechenden Verträgen ein Sonderkündigungsrecht für den Fall einer erfolgreichen Vermarktung durch den DBLV zu vereinbaren.

§ 4

Verwendung des Liga-Logos

1. Der DBV hat drei Varianten des Logos der 1. und 2. Badminton-Bundesliga als Wort-/Bildmarken beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldet:
 - a) Logo „Badminton-Bundesliga“ im Hochformat.
 - b) Logo „Badminton-Bundesliga“ im Querformat.
 - c) Logo „Partner der Badminton-Bundesliga“ im Querformat.
2. Der DBV ist Inhaber der oben genannten Wort-/Bildmarken. Die Vermarktungsrechte wurden im Rahmen des Grundlagenvertrages zwischen DBV, VBD und DBLV an den DBLV übertragen.
3. Die Mitglieder haben das Liga-Logo wie folgt zu verwenden:
 - a) Die 2-D-Version als Hochformat-Sticker 3 cm breit und 5,4 cm hoch auf der rechten Schulter oder auf dem rechten Ärmel des Spielertrikots bei allen Spielen der Badminton-Bundesliga oder beim Europa-Cup.
 - b) Als Folien-Aufdruck mit zwei 3-D-Querformat-Logos auf je einer Werbebanden in der Größe 150 cm breit und 50 cm hoch pro Spielfeld bei jedem Bundesligaspiel;
 - c) Auf der Titelseite ihrer Bundesliga-Programmhefte in folgenden Mindestgrößen: 6 x 4 cm (bei A4-Format); 4,24 x 2,83 cm (bei A5-Format);
 - d) Auf den Plakaten zu den Bundesligaspielen in folgenden Mindestgrößen: 6 x 4 cm (A4); 8,49 x 5,66 cm (A3); 12 x 8 cm (A2); 16,97 x 11,31 cm (A1); 24 x 16 cm (A0);
 - e) Auf den bei den Bundesligaspielen verwendeten Spielberichtsbögen, Schiedsrichterzetteln und Aufstellungsformularen (Vordruck).
 - f) Auf der Startseite der Vereins- beziehungsweise Abteilungswebseite als Banner in der Mindestgröße von 150 x 150 Pixel;
4. Soweit das Logo darüber hinaus von den Mitgliedern verwendet werden möchte (zum Beispiel auf Briefbögen) bedarf es der Zustimmung des DBLV.
5. Werbebanden gemäß Ziff. 3 lit. b) werden den Mitgliedern jeweils rechtzeitig vor Beginn einer Saison vom DBLV zugestellt.
6. Den Mitgliedern ist es nicht erlaubt, Werbebanden selbst herzustellen oder das Logo in anderer als der oben beschriebenen Form zu verwenden.
7. Die Kosten für die Verwendung des Liga-Logos nach Ziff. 3 tragen die Mitglieder.
8. Das Mitglied hat dem DBLV binnen zwei Wochen nach Aufforderung Belegexemplare oder Fotos des korrekten Einsatzes der Werbemittel nach Ziff. 3 vorzulegen.

§ 5

Werberechte der Vereine

1. Die folgenden Werberechte und -möglichkeiten, können die Mitglieder ihrerseits selbst nutzen oder kostenpflichtig an Dritte weiterveräußern, soweit dies nicht den Beschränkungen der § 2 und § 3 unterfällt:
 - a) auf der Spielfläche und deren Umgebung;
 - b) auf dem Bandensystem;
 - c) auf den Maschen der Speifeldnetze;
 - d) auf dem Trikot und der Bekleidung der Mannschaften;
 - e) durch Ansagen in der Spielstätte;
 - f) durch Video-, Bild- und Tonwerbung auf Videowänden;

- g) auf Werbemitteln (Eintrittskarten, Plakate, Programmhefte, u.a.);
 - h) auf der Webseite, bzw. in Apps;
 - i)) durch Aufnahme eines Sponsors in den Mannschaftsnamen;
 - j) mittels Maskottchen.
2. Konkrete Umsetzungen der Werberechte und –möglichkeiten können durch Richtlinien und Durchführungsbestimmungen bestimmt werden.

§ 6

Abweichungen

1. Jegliche Abweichung von den Vorschriften der §§ 2-4 ist nur in begründeten Ausnahmefällen zulässig und bedarf der vorherigen, gesonderten Zustimmung durch den DBLV.

§ 7

Ordnungsgebühren

Bei Verstößen gegen diese Ordnung ist der DBLV verpflichtet, gegen das Mitglied eine Ordnungsgebühr festzusetzen, deren Höhe sich aus der nachfolgenden Auflistung ergibt:

- a) Keine Bereitstellung der Werberechte und -möglichkeiten gemäß § 3 Ziff. 1 je Spieltag **€ 1000**;
- b) keine oder falsche Verwendung des Liga-Logos gemäß § 4 Ziff. 3 lit. a)-e) je Spieltag **€ 100**;
- c) keine oder falsche Verwendung des Liga-Logos gemäß § 4 Ziff. 3 lit. f) **€ 100**;
- d) Verstoß gegen die Nachweispflichten gemäß § 3 Ziff. 4 und § 4 Ziff. 8 je Verstoß **€ 100**.

§ 8

Inkrafttreten

Diese Ordnung für die Verwertung kommerzieller Rechte trat mit ihrer Verabschiedung durch die Mitgliederversammlung am **01.02.2020** in Kraft.