

B. Spiele der Mitgliedsverbände mit Ausnahme von Bundesspielen (§§ 41, 42 Spielordnung)

§ 1

1. Die vorliegenden Trikotwerbungsbestimmungen gelten für den Spielbetrieb im Bereich des Deutschen Fußball-Bundes mit Ausnahme von Bundesspielen (§§ 41, 42 Spielordnung).
2. Trikotwerbung für andere Wettbewerbe der FIFA, UEFA, IFC etc. ist seitens des Deutschen Fußball-Bundes genehmigungspflichtig.

§ 2

1. Werbung auf der Spielkleidung ist gestattet.
2. Die Anbringung von Werbung ist genehmigungspflichtig.
3. Die Genehmigung darf jeweils nur für die Dauer eines Spieljahres (1.7. bis 30.6.) erteilt werden.
4. Werbung auf der Trikotvorderseite
Ein Verein kann für jede seiner Mannschaften einen eigenen Werbepartner (juristische oder natürliche Person) in jedem der von ihm bestrittenen offiziellen Wettbewerbe haben. Dieser darf für höchstens zwei seiner Produkte bzw. mit zwei seiner Symbole werben. In einem Spiel darf nur für ein Produkt bzw. ein Symbol geworben werden.
5. Werbung auf dem Trikotärmel
Werbung auf dem Trikotärmel gemäß § 4 Nrn. 1. und 3. dieser Vorschrift ist grundsätzlich nur für einen gemeinsamen Liga-, Spielklassen- oder Wettbewerbs-Sponsor zulässig. Die Entscheidung darüber, ob von der Möglichkeit eines gemeinsamen Sponsors Gebrauch gemacht wird, gibt die zuständige spielleitende Stelle jeweils am 1.1. vor Beginn des Spieljahres bekannt. Wird kein gemeinsamer Sponsor benannt, kann der für die jeweilige Liga oder Spielklasse oder Wettbewerb zuständige DFB-Mitgliedsverband beschließen, dass jeder Verein dieser Liga oder Spielklasse oder in diesem Wettbewerb für seine betreffende Mannschaft in dem entsprechenden Spieljahr einen eigenen Werbepartner (juristische oder natürliche Person) für die Ärmelwerbung haben kann. Dieser darf nur für ein Produkt bzw. ein Symbol werben.

§ 3

1. Die Werbung darf nicht gegen die allgemein im Sport gültigen Grundsätze von Ethik und Moral verstoßen.
2. Die Werbung für Tabakwaren und ihre Hersteller ist unzulässig.
3. Die Werbung für starke – bei Junioren-Mannschaften für jegliche – Alkoholika ist unzulässig.
4. Werbung für politische Gruppierungen und mit politischen Aussagen wird nicht gestattet.

§ 4

1. Als Werbefläche dienen ausschließlich die Vorderseite und ein Ärmel im Oberarmbereich des Trikots.
2. Werbung auf anderen Bestandteilen der Spielkleidung ist, mit Ausnahme der Werbung für den Sportartikelhersteller, nur dann zulässig, wenn es sich um einheitliche Sponsoringmaßnahmen einer Spielklasse oder eines Wettbewerbs handelt. Davon abweichend können die DFB-Mitgliedsverbände für die von ihnen selbst oder gemeinsam mit anderen DFB-Mitgliedsverbänden veranstalteten Spielklassen oder Wettbewerbe entscheiden, ob und unter welchen Bedingungen die Individualvermarktung von Werbung durch die Klubs ausnahmsweise auch auf anderen Bestandteilen der Spielkleidung gestattet ist; dies setzt unter anderem zwingend voraus, dass eine klare Unterscheidbarkeit der

Spielkleidungen der teilnehmenden Mannschaften gewährleistet ist und der Spielbetrieb auch im Übrigen nicht beeinträchtigt wird.

3. Die Werbefläche der Trikotvorderseite darf maximal 200 cm², die des Trikotärmels jeweils 50 cm² nicht überschreiten. Ist die Werbefläche nicht umrandet, wird sie durch die engstmöglichen geraden Linien begrenzt, die um sie gezogen werden können.
4. Bei Verwendung einer mit Werbung versehenen Spielkleidung darf das Vereinselement die folgenden Maße nicht überschreiten und muss einen deutlich sichtbaren Abstand zur Werbefläche haben:
 - a) Hemd: 100 cm²
 - b) Hose: 50 cm²
 - c) Stutzen: 25 cm²
5. Die Rückseite des Trikots bei Herren- und Frauen-Mannschaften muss mit der Rückennummer des Spielers versehen sein. Die Zahlen müssen eine Höhe von 25 bis 35 cm haben. Auf der Rückseite des Trikots darf zusätzlich zur Rückennummer der Name des Vereins oder der Heimatstadt des Vereins und der Name des Spielers angebracht werden. Die Größe der Buchstaben darf höchstens 7,5 bis 10 cm betragen.
6. Die Werbung muss mit den Originalfarben des Trikots abgestimmt sein. Sie darf nicht irritierend auf Spieler, Schiedsrichter und -Assistenten oder die Zuschauer wirken.
7. Neben der Werbung ist das Markenzeichen des Herstellers auf der Spielkleidung erlaubt, und zwar je einmal auf dem Hemd (höchstens 20 cm²), der Hose, den Stutzen (höchstens 20 cm²) sowie den Torwart-Handschuhen (höchstens 20 cm²). Im Übrigen gelten die Bestimmungen für die vom DFB veranstalteten Bundesspiele entsprechend.

§ 5

Die Genehmigung muss beim für den jeweiligen Wettbewerb zuständigen DFB-Mitgliedsverband beantragt werden. Hierfür sind entsprechende Vordrucke zu verwenden. Anträge sind in dreifacher Ausfertigung unter Beilegung eines Originalmusters einzureichen.

§ 6

Spieler, die vorschriftswidrige Spielkleidung tragen, dürfen zum Spiel nicht zugelassen werden. Vereine, die ohne Genehmigung werben oder vorschriftswidrige Spielkleidung ihrer Mannschaften zulassen, sind zu bestrafen.

§ 7

Verträge zwischen Verein und werbetreibender Firma dürfen nur mit dem ausdrücklichen Vorbehalt abgeschlossen werden, dass diese ihre Gültigkeit verlieren, wenn die erteilte Genehmigung nicht mehr verlängert oder zurückgezogen wird.

Verträge zwischen Verein und werbetreibender Firma dürfen keine Verabredungen beinhalten, die den Verein in seiner Entscheidungsfreiheit einschränken oder auf die Vereinsführung Einfluss nehmen. Für Streitigkeiten aus solchen Verträgen ist das die Genehmigung erteilende Organ bzw. der Verband nicht zuständig.

§ 8

Die Bestimmungen finden auf Tochtergesellschaften entsprechende Anwendung.

§ 9

Diese Bestimmungen traten mit Beginn der Spielzeit 2004/2005 (1. Juli 2004) in Kraft.

§ 10

Hinsichtlich der Darstellung deutscher Meistertitel auf dem Trikot gilt Teil A § 14 Abs. 3 mit Wirkung vom 1. November 2005 entsprechend.