

DURCHFÜHRUNGSBESTIMMUNGEN

**für den Einsatz von
Werbebanden und Virtueller Werbung
bei Spielen der Bundesliga und 2. Bundesliga
– Spielzeit 2025/26 bis 2026/27 –**



BUNDESLIGA



BUNDESLIGA

PRÄAMBEL

Der Bundesliga e.V. ist der Zusammenschluss der lizenzierten Vereine und Kapitalgesellschaften (nachfolgend: „Clubs“) der Fußballlizenzierten Bundesliga und 2. Bundesliga und betreibt gemäß § 4 Nr. 1 a) Satzung Bundesliga e.V. die ihm seitens des DFB zur Nutzung überlassenen Vereinseinrichtungen Bundesliga und 2. Bundesliga. Die Bundesliga-Gruppe GmbH führt das operative Geschäft des Bundesliga e.V. und ist gemäß § 2 Nr. 1.1 Satzung Bundesliga-Gruppe GmbH verantwortlich für die Leitung des Spielbetriebs der Lizenzigen und die Erfüllung der damit zusammenhängenden Aufgaben. Die Sportcast GmbH (nachfolgend: „Sportcast“) ist ein Tochterunternehmen der Bundesliga-Gruppe GmbH und für die Produktion des Basissignals aller Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga verantwortlich.

Die nachstehenden Durchführungsbestimmungen wurden vom Präsidium des Bundesliga e.V. am 28. April 2025 für die Meisterschaftsspiele der Bundesliga und 2. Bundesliga (nachfolgend: „Spiele“) beschlossen. Für diese Durchführungsbestimmungen gelten folgende Begriffsbestimmungen:

- **LED-Banden:** LED-Banden meint LED-Banden und LED-Bandensysteme (nachfolgend gemeinsam auch: „LED-Banden“),
- **Werbebanden:** Werbebanden meint klassische (statische) Banden und LED-Banden gemeinsam,
- **(LED)-Werbung im Oberrang:** (LED)-Werbung im Oberrang meint LED-Werbung und klassische (statische) Werbung im Oberrang gemeinsam,
- **Virtuelle Werbung:** Virtuelle Werbung meint das digitale oder anderweitige - beispielsweise im Wege der Parallelwerbung - Ersetzen von Werbebotschaften im Basissignal, wobei nur am Ort der Übertragung ohnehin bestehende Werbung ersetzt werden darf, insbesondere solche auf Werbebanden, und nicht für die jeweilige Übertragung gesondert Werbeflächen geschaffen werden dürfen.

§ 1 ALLGEMEINES

1. Diese Durchführungsbestimmungen finden Anwendung auf sämtliche Werbebanden und/oder, soweit angezeigt, auf (LED-)Werbung im Oberrang und Virtuelle Werbung. Die für LED-Banden zu erfüllenden spezifischen technischen Anforderungen werden durch die jeweils gültigen Techniknormen zu den Durchführungsbestimmungen (nachfolgend: „Techniknormen“; siehe Anhang, der integraler Bestandteil der Durchführungsbestimmungen ist) festgelegt.

Ausgenommen von § 3 dieser Durchführungsbestimmungen und den Techniknormen sind klassische Banden sowie (LED-)Werbung im Oberrang und diejenigen LED-Banden, die weder in dem für die Produktion des Basissignals relevanten Bereich eingesetzt werden noch im Übrigen zu einer Beeinträchtigung der Produktion des Basissignals führen (z. B. durch Blenden/ Anleuchten von Spielern oder Kameralenten).

2. Der Einsatz von Werbebanden, von (LED-)Werbung im Oberrang und von Virtueller Werbung darf weder Gefahren begründen noch zu Beeinträchtigungen des Spielbetriebs oder der Produktion des Basissignals führen.
3. Für den Einsatz Virtueller Werbung darf der jeweilige Heimclub nur einen Technologieanbieter beauftragen, der eine Freigabe der Bundesliga-Gruppe GmbH erhalten hat. Die Bundesliga-Gruppe GmbH kann die Freigabe jederzeit aus sachlichen Gründen teilweise oder vollständig widerrufen. Dazu zählen insbesondere Fälle, in denen der Einsatz Virtueller Werbung zu Qualitätseinbußen des Basissignals führt, in denen die Technologie den gesetzlichen Anforderungen oder den technischen Anforderungen der Bundesliga-Gruppe GmbH und/oder der Sportcast nicht (mehr) entspricht und in denen die Güte der Leistungen, insbesondere die positionsgetreue Überblendung der Banden (Tracking), die korrekte Erkennung von vor der Bande befindlichen Personen und Objekten (Keying), und die unbehinderte Produktion des Basissignals, sich vermindert. Für den Fall der Beauftragung einer Vermarktungsagentur und/oder eines Technologieanbieters hat der jeweilige Heimclub sicherzustellen, dass diese die Regelungen dieser Durchführungsbestimmungen ihrerseits anerkennen und einhalten.

Die Bundesliga-Gruppe GmbH wird sich bemühen, auch im Fall der Freigabe eines Technologieanbieters die Testreihe mit anderen Technologieanbietern fortzuführen, um den Clubs Anbieteralternativen zu eröffnen.

§ 2 AUFBAU UND BESCHAFFENHEIT DER WERBEBANDEN

1. Der Heimclub stellt sicher, dass insbesondere durch den Aufbau und die Beschaffenheit der Werbebanden keine Gefahren oder Behinderungen für die Spieler, die sonstigen sich im Innenraum des Stadions befindlichen Personen und/oder für die Stadionbesucher entstehen.
2. Sämtliche in Richtung des Spielfeldes gerichtete Kanten der Werbebanden sind zu polstern. Insbesondere die zur Stabilisierung notwendigen und in Richtung des Spielfeldes ausgerichteten Bandenfüße sollen möglichst flach sein, dürfen keine scharfen und/oder spitzen Kanten aufweisen und sind mit einem Polster zu versehen (z. B. mit einer „Gummilippe“).
3. Der Heimclub gewährleistet einen ausreichenden Brandschutz. Insbesondere dürfen Zubehör und sonstige Bestandteile, die für den Aufbau und/oder den Betrieb einer Werbebande notwendig sind und sich außerhalb des Gehäuses befinden, möglichst nur nicht oder nur schwer entflammbare Materialien aufweisen.
4. Der Abstand der Werbebanden zum Spielfeld des Stadions muss grundsätzlich
 - an den Seitenlinien mindestens vier Meter,
 - an den Torlinien im Bereich zwischen Eckfahne und der Markierung bei 9,15 Meter (Eckfahnenbereich) mindestens drei und im Übrigen an den Torlinien mindestens fünf Meter

betragen. Dies gilt vorbehaltlich und unter angemessener Berücksichtigung der konkreten baulichen Gegebenheiten vor Ort, wobei die Produktion des Basissignals nach Maßgabe von Anhang XI zur Lizenzierungsordnung (Medienrichtlinien) und die Einhaltung der Sicherheitszone nach Maßgabe von Anhang VII zur Lizenzierungsordnung (Regelwerk für Stadien und Sicherheit) sichergestellt sein müssen.

5. Sofern vor der das Spielfeld umschließenden LED-Bandenreihe („1. LED-Bandenreihe“) eine weitere LED-Bandenreihe verwendet wird („LED-Minibande“), ist deren Aufbau ausschließlich in dem Bereich hinter den Tornetzen zulässig.
6. Während des Spiels muss für den Vierten Offiziellen, für die Trainer, die Ersatzspieler und die sonstigen dem Betreuerstab angehörigen Personen der Clubs freie Sicht auf das Spielfeld gewährleistet sein.
7. Durch die Positionierung der Werbebanden dürfen darüber hinaus weder der Umfang des TV- und Fotografenbereichs noch die Kamerapositionen am Spielfeldrand noch die Sicht der sich in diesem Bereich zulässigerweise aufhaltenden Personen beeinträchtigt werden.

§ 3 BESPIELUNG VON LED-BANDEN

1. Der Heimclub stellt sicher, dass durch die Bespielung einer LED-Bande oder von LED-Werbung im Oberrang (i) die Spieler, die Schiedsrichter, die Schiedsrichterassistenten und die sonstigen am Spielgeschehen beteiligten Personen in der Ausübung ihrer Tätigkeit und/oder (ii) eine Virtuelle Werbung, die jeweils die LED-Bande oder die LED-Werbung im Oberrang ersetzt, nicht beeinträchtigt werden. Diese Vorgabe gilt insbesondere hinsichtlich der Bewegungen und Übergänge, Effekte und Animationen, Farben und Kontraste sowie der Helligkeitseinstellungen.
2. Insbesondere darf eine einzelne Werbesequenz eine Mindestlänge von 15 Sekunden nicht unterschreiten und darf, soweit sie insgesamt oder in Teilen, wie etwa im Text, in den Farben, den Symbolen oder Bildern, eine Bewegung enthält,
 - a) diese Bewegung nur gleichmäßig in eine Richtung verlaufen, wobei maximal zwei Richtungswechsel je Werbesequenz erlaubt sind;
 - b) diese Bewegung nur in einer gleichmäßigen oder in einer gleichmäßig steigenden oder sinkenden Geschwindigkeit dargestellt werden;
 - c) diese Bewegung eine horizontale Geschwindigkeit von 1,5 Meter pro Sekunde und eine vertikale Geschwindigkeit von 1 Meter pro Sekunde nicht überschreiten.
3. Weiter darf die Verwendung von Einblend-, Ausblend- oder sonstigen Spezialeffekten nicht zu abrupten Übergängen führen; insbesondere schnelle Farbwechsel von hell zu dunkel oder umgekehrt, sog. „(Farb-)Blitze“ oder ein sonstiges „(Auf-)Blinken“ sind nicht gestattet. Die verwendeten Farben dürfen die unter § 3 Nr. 1 benannten Personen nicht

blenden oder auf diese abfärben. Der Sättigungsgrad/die Strahlkraft der Farbe „Weiß“ ist durch einen Schwarzanteil von mindestens 10 Prozent abzuschwächen.

Ferner ist die Verwendung von sich bewegenden, etwa rollenden, springenden oder fallenden Darstellungen eines Fußballs und/oder von einem in Form, Größe und/oder Farbe mit einem Fußball vergleichbaren Element nicht gestattet, wobei die Darstellung im Basissignal und die Perspektive der Spieler, Schiedsrichter, Schiedsrichterassistenten oder sonstigen am Spielgeschehen beteiligten Personen jeweils gleichermaßen maßgeblich ist.

4. Sofern weitere LED-Bandenreihen hinter der 1. LED-Bandenreihe („Sonstige LED-Bandenreihen“) und/oder LED-Werbung im Oberrang verwendet werden, gilt Folgendes:
 - a) Der Heimclub stellt sicher, dass die auf sonstigen LED-Bandenreihen gezeigte Werbung optisch hinter die der 1. LED-Bandenreihe zurücktritt. Eine Bewegung darf in den Werbesequenzen auf den sonstigen LED-Bandenreihen ausschließlich vertikal dargestellt werden. Die Dateilänge und die Wechsel der Werbesequenzen auf den sonstigen LED-Bandenreihen sowie der LED-Werbung im Oberrang sind auf die 1. LED-Bandenreihe abzustimmen, müssen also entweder identisch sein oder sich exakt auf ein Vielfaches (doppelte oder dreifache Dateilänge etc.) belaufen.
 - b) Von der Regelung unter § 3 Nr. 4 a) ausgenommen sind diejenigen sonstigen LED-Bandenreihen, die mit der 1. LED-Bandenreihe gleichgeschaltet sind (sog. „Power-Packs“). Selbiges gilt, wenn ein und derselbe Werbepartner zeitgleich auf der 1. LED-Bandenreihe und der sonstigen LED-Bandenreihe wirbt. Gegenläufige Animationen oder Bewegungen auf der 1. LED-Bandenreihe und der sonstigen LED-Bandenreihe sind in keinem Fall zulässig.
5. Im TV-relevanten Innenraum des Stadions dürfen überdies auf insgesamt nur zwei LED-Bandenreihen gleichzeitig Bewegungen, Effekte und/oder Animationen zu sehen sein. Auf allen übrigen LED-Bandenreihen ist bei wechselnden Werbepartnern die Abbildung Bewegungen, Effekten und Animationen untersagt („Standbild“).
6. Eine LED-Minibande darf unabhängig von § 3 Nr. 4 c) nur mit einem Standbild, d.h. ohne Bewegung, bespielt werden. Die LED-Minibande darf mit maximal zwei Werbesequenzen pro Spiel bespielt werden, wobei die jeweilige Werbesequenz eine Dateilänge von mindestens 5 Minuten haben muss.
7. Der Einsatz von (LED-)Camcarpets sowie der Einsatz von Virtueller Werbung im Zusammenhang mit (LED-)Camcarpets oder sonstigen im TV-relevanten Innenraum des Stadions befindlichen Werbeflächen bedarf der Zustimmung durch die Bundesliga-Gruppe GmbH. Im Falle einer Zustimmung dürfen diese unabhängig von § 3 Nr. 4 c) nur mit einem Standbild bespielt werden. Die Dateilänge der jeweiligen Werbesequenz muss mindestens 45 Minuten betragen, wobei ein Wechsel der Werbesequenz nur in der Halbzeitpause eines Spiels zulässig ist.

8. Wird auf Strafstoß entschieden, ist ab dem Zeitpunkt, in dem der Ball auf dem Strafstoßpunkt platziert wird bis zu (i) einer aufhebenden Entscheidung durch den Video Assistenten oder (ii) andernfalls bis fünf Sekunden nach der Ausführung des Strafstoßes, eine Bewegung in den Werbesequenzen der LED-Banden (einschließlich sonstiger LED-Banden) sowie in der LED-Werbung im Oberrang nicht erlaubt. Diese Regelung findet keine Anwendung auf den Einsatz von Virtueller Werbung.

§ 4 INHALTE VON WERBEBANDEN UND VIRTUELLER WERBUNG

1. Inhalte auf Werbebändern, in (LED-)Werbung im Oberrang sowie in Virtueller Werbung, die mit den nach der jeweils anwendbaren Rechtsordnung geltenden gesetzlichen Bestimmungen, den Satzungen und Ordnungen des Bundesliga e.V. sowie den Satzungen, Ordnungen, Reglementen und sonstigen Statuten des DFB, der UEFA und der FIFA oder mit den Grundsätzen des Fairplay unvereinbar sind, sind nicht erlaubt.

Zu der jeweils anwendbaren Rechtsordnung zählt im Falle Virtueller Werbung auch die Rechtsordnung des Landes oder der Länder der Region, in dem/der die Virtuelle Werbung ausgestrahlt werden soll.

2. Inhalte mit Bezug auf und insbesondere Werbung für Tabak oder starke Alkoholika (d.h. alkoholische Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 15 % Vol.), sowie politische, religiöse oder rassistische Inhalte und solche, die gegen die allgemein im Sport gültigen Grundsätze von Ethik und Moral, die guten Sitten oder geltende Gesetze verstoßen, sind untersagt. Weitergehende Regelungen nach der Rechtsordnung des Landes oder der Länder der Region nach § 4 Nr. 1 bleiben unberührt.
3. Nicht erlaubt sind auch sämtliche Inhalte mit Bezug auf das jeweils stattfindende Spiel oder eine konkrete Spielszene, soweit sie gegen das Fairplay-Prinzip verstoßen, insbesondere Spieler, Schiedsrichter, Trainer, Funktionsträger oder Clubs diskreditieren.
4. Die Inhalte müssen in ihrer Ausgestaltung mehrheitlich deutschsprachig, englischsprachig oder sprachneutral sein. Die Bundesliga-Gruppe GmbH kann vorbehaltlich § 4 Nr. 1 eine jederzeit widerrufliche Zustimmung für Virtuelle Werbung in Feeds erteilen, die ausschließlich für ein Land oder Länder mit einheitlicher Amtssprache produziert werden,
5. Für den Fall einer Unvereinbarkeit von Inhalten mit § 4 dieser Durchführungsbestimmungen, insbesondere in Fällen einer Unvereinbarkeit von Inhalten mit den nach der jeweils anwendbaren Rechtsordnung geltenden gesetzlichen Bestimmungen, hat der jeweilige Heimclub den Bundesliga e.V., die Bundesliga-Gruppe GmbH, die Sportcast sowie alle Berechtigten, die ihre Befugnisse rechtmäßig von Bundesliga e.V., Bundesliga-Gruppe GmbH und/oder Sportcast herleiten, einschließlich deren Angestellte und Mitarbeiter sowie auf deren Seite einbezogene Dritte, von jeglichen, in diesem Zusammenhang entstehenden Ansprüchen Dritter freizustellen.

6. Die Clubs sind bestrebt, bei Auswahl der (LED-)Werbung im Oberrang und der Auswahl der klassischen Banden, insbesondere ihrer Anzahl, Größe und der Farbgebung der Bespielung, ein harmonisches Gesamtbild im Stadion zu erreichen.

§ 5 UMFANG DER EINBLENDUNG VIRTUELLER WERBUNG

1. Die Nutzung einer Technik für die virtuelle Überblendung des Basissignals, die nicht mit der Begriffsbestimmung von Virtueller Werbung übereinstimmt, ist untersagt.

In anderen Ländern und/oder Gebieten als den Lizenzgebieten der Erwerber der nationalen Medienrechte (Deutschland, Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien, Österreich, Schweiz, Südtirol) kann davon insofern abgewichen werden, als Virtuelle Werbung auch auf für die jeweilige Übertragung gesondert geschaffenen neuen Werbeflächen eingesetzt werden kann, sofern dem nicht zwingende Vorgaben der jeweils anwendbaren Rechtsordnung und/oder der Satzungen, Ordnungen, Reglementen bzw. sonstigen Statuten des DFB, der UEFA und/oder der FIFA entgegenstehen.

2. Die Virtuelle Werbung darf die Qualität des Basissignals nicht beeinträchtigen. Insbesondere muss ein natürliches Gesamtbild beibehalten werden, indem die Differenz zu den im Basissignal dargestellten realen Werbeinhalten auf den Werbebanden sowie auf den sonstigen Werbeflächen möglichst gering ist.
3. Virtuelle Werbung wird im Basissignal bei Vollbild- und Live-Einsatz der Führungskamera eingeblendet, sofern es in der dem jeweiligen Technologieanbieter von der Bundesliga-Gruppe GmbH und/oder Sportcast erteilten Freigabe nicht anders vorgesehen ist.
4. Die Einblendung Virtueller Werbung kann vorbehaltlich § 4 und § 5 Nr. 5 weltweit außer in den Lizenzgebieten der Erwerber der nationalen Medienrechte (Deutschland, Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien, Österreich, Südtirol und die Schweiz) erfolgen, soweit der Bundesliga e.V. in dem jeweiligen Lizenzvertrag mit dem ausländischen Lizenznehmer zur Einbindung Virtueller Werbung berechtigt ist.
5. Für folgende Regionen können einzeln oder in Kombination bis zu insgesamt fünf Feeds pro Spiel zur Verfügung gestellt werden, in die Virtuelle Werbung eingeblendet werden kann:
 - a) Nordamerika;
 - b) Mittel- und Südamerika;
 - c) Zentralasien;
 - d) Südostasien, Japan und Australien/Ozeanien; und/oder
 - e) Europa, Naher Osten, Afrika und Russland.

Die Bundesliga-Gruppe GmbH kann eine widerrufliche Zustimmung dazu erteilen, zusätzlich zu diesen Feeds ein weiteres Feed für ein Land oder eine Region von Ländern

mit einheitlicher Amtssprache zu produzieren und zu distribuieren. Diese Zustimmung kann insbesondere dann erteilt werden, wenn zwingende Vorgaben der jeweils anwendbaren Rechtsordnung ein gesondertes Feed ganz oder teilweise ohne Virtuelle Werbung verlangen. In jedem Fall setzt eine Zustimmung voraus, dass die jeweilige Satelliten- und Medienpartner-Struktur eine entsprechende Ausstrahlung ohne zusätzlichen Aufwand und zusätzliche Kosten zulässt, z.B. für den übertragenden ausländischen Lizenznehmer.

6. Der Bundesliga e.V. gewährleistet nicht die tatsächliche Ausstrahlung eines bestimmten Spiels in einem bestimmten Land und/oder Gebiet, bei dem Virtuelle Werbung zum Einsatz kommen soll. Die ausländischen Lizenznehmer sind in aller Regel nicht zur Übertragung bestimmter Spiele auf bestimmten Sendern und/oder Plattformen verpflichtet. Es besteht regelmäßig lediglich eine Verpflichtung zur Übertragung einer bestimmten Anzahl an Live-Spielen in dem jeweiligen Lizenzgebiet, wobei die Auswahl der Spiele dem Lizenznehmer zusteht. Sofern der Bundesliga-Gruppe GmbH entsprechende Sendeinformationen vorab vorliegen, werden diese den jeweiligen Clubs auf Anfrage zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus sind die ausländischen Lizenznehmer insbesondere berechtigt, Spiele, bei denen Virtuelle Werbung zum Einsatz kommt, nicht zu übertragen, wenn der Einsatz nicht im Einklang mit zwingenden Vorgaben der jeweils anwendbaren Rechtsordnung erfolgt.

§ 6 KOSTEN FÜR VIRTUELLE WERBUNG

1. Der Heimclub und dessen gegebenenfalls beauftragte Vermarktungsagentur übernehmen sämtliche Kosten für den Einsatz Virtueller Werbung gesamtschuldnerisch. Dazu zählen insbesondere eine etwaige Vergütung des Technologieanbieters sowie Kosten auf Seiten von Bundesliga e.V., Bundesliga-Gruppe GmbH, Sportcast sowie deren Partnern und/oder Beauftragten. Bundesliga-Gruppe GmbH, Sportcast sowie deren Partnern und/oder Beauftragten steht es frei, die entsprechenden Kosten dem jeweiligen Heimclub oder dessen gegebenenfalls beauftragter Vermarktungsagentur in Rechnung zu stellen.
2. Zu den Kosten für den Einsatz Virtueller Werbung auf Seiten von Bundesliga e.V., Bundesliga-Gruppe GmbH und/oder Sportcast, die vom Heimclub und dessen gegebenenfalls beauftragter Vermarktungsagentur zu tragen sind, zählen insbesondere Kosten für (i) die Glasfaser-Kontribution spezieller mit Metadaten angereicherter Signale, (ii) zusätzlich erforderliche Übertragungstechnik, Infrastruktur und Personal vor Ort im jeweiligen Stadion, (iii) zusätzlich erforderliche Übertragungstechnik, Infrastruktur und Personal beim zentralen Produktionsstandort sowie für den Zugang zu der entsprechenden Infrastruktur beim zentralen Produktionsstandort und (iv) für die Distribution in Abhängigkeit von der Anzahl der von dem jeweiligen Heimclub gewünschten Feeds (vgl. § 5 Nr. 5 dieser Durchführungsbestimmungen).

3. Die voraussichtlichen Kosten unter § 6 Nr. 2 werden in einer Ratecard festgehalten, die vor einer Spielzeit und/oder vor Beginn der Rückrunde einer Spielzeit geändert werden kann, insbesondere in dem Fall, dass sich die Buchung der Feeds ändert. Die Bundesliga-Gruppe GmbH und/oder Sportcast werden die betroffenen Clubs über die Änderungen informieren.
4. Weichen die tatsächlichen Kosten in der Folge von den in der Ratecard mitgeteilten voraussichtlichen Kosten ab, werden sie dem betroffenen Club in Rechnung gestellt oder gutgeschrieben. Bei einer signifikanten Erhöhung der Kosten gegenüber der Ratecard werden sich Bundesliga-Gruppe GmbH und Sportcast bemühen, den betroffenen Club frühzeitig darüber zu informieren.

§ 7 WEITERE PFLICHTEN DER CLUBS UND ABSTIMMUNGSPROZESS FÜR WERBEBANDEN

1. Für den Aufbau, den Betrieb und die Verkehrssicherheit der Werbebanden und der (LED-)Werbung im Oberrang sowie für deren Vereinbarkeit mit den Durchführungsbestimmungen ist allein der jeweilige Heimclub verantwortlich.

Eine vorherige Abnahme oder Freigabe der Werbebanden oder der (LED-)Werbung im Oberrang seitens der Bundesliga-Gruppe GmbH findet nicht statt.
2. Der jeweilige Heimclub gewährleistet, dass mit dem Aufbau und/oder dem Betrieb der Werbebanden und der (LED-)Werbung im Oberrang beauftragte Personen die Vorgaben der Durchführungsbestimmungen kennen und diese einhalten.
3. Der jeweilige Heimclub hat der Bundesliga-Gruppe GmbH rechtzeitig, spätestens zwei Wochen vor Beginn jeder und im Falle von Änderungen auch während einer Spielzeit die zum Einsatz kommenden LED-Banden, einschließlich der technischen Anforderungen gemäß den Techniknormen, in einem geeigneten Format anzuzeigen.
4. Die Bundesliga-Gruppe GmbH benennt einen Verantwortlichen (Sportcast, Kontaktdaten: led.bande@bundesliga.de) der für die Kommunikation mit den Clubs und die Durchsetzung der Durchführungsbestimmungen i.S.d. § 7 zuständig ist.
5. Die Clubs benennen vor jeder Spielzeit einen für das Bandensystem im Stadion verantwortlichen Ansprechpartner („Bandenverantwortlicher“) und teilen diesen der Bundesliga-Gruppe GmbH/Sportcast inklusive der entsprechenden Kontaktdaten mit.
6. Der Bandenverantwortliche stimmt gemeinsam mit dem Production Manager des Basissignals bzw. einem von ihm benannten Verantwortlichen (z. B. Regisseur) nach Absprache zum frühestmöglichen Zeitpunkt am Spieltag – spätestens bis zur jeweiligen Stadionöffnung – den Aufbau der Werbebanden und der LED-Werbung im Oberrang ab und ist für kurzfristige Änderungen bis zum Spielende unter den Kontaktdaten jederzeit erreichbar.

§ 8 WEITERE PFLICHTEN DER CLUBS UND ABSTIMMUNGSPROZESS FÜR VIRTUELLE WERBUNG

1. § 7 Nr. 1 und Nr. 2 dieser Durchführungsbestimmungen finden entsprechende Anwendung.
2. Der Heimclub muss den geplanten Einsatz Virtueller Werbung und die entsprechend § 5 Nr. 5 gewählte Feed-Struktur frühzeitig, wenn möglich vor Beginn der Spielzeit oder vor Wiederaufnahme des Spielbetriebs nach der Winterpause, spätestens aber vier Wochen vor dem betreffenden Spiel der Bundesliga-Gruppe GmbH zwecks Freigabe anmelden. Im Falle einer rechtzeitigen Anmeldung wird die Bundesliga-Gruppe GmbH die Verfügbarkeit von erforderlichen Umsetzungskapazitäten, insbesondere für die Satellitendistribution, prüfen und gegebenenfalls die Umsetzung Virtueller Werbung für das betreffende Spiel rechtzeitig freigeben. Bei einer späteren Anmeldung wird sich die Bundesliga-Gruppe GmbH bemühen, die Umsetzung für das betreffende Spiel dennoch zu ermöglichen.
3. Auf Anfrage müssen der Bundesliga-Gruppe GmbH oder der Sportcast unverzüglich, nach Möglichkeit aber spätestens 48 Stunden vor Spielbeginn die Bandeninhalte für jedes Feed bereitgestellt werden.
4. Sofern und soweit für den Einsatz Virtueller Werbung erforderlich, werden dem jeweiligen Heimclub, dessen gegebenenfalls beauftragter Vermarktungsagentur und dem beauftragten Technologieanbieter Zugang zu den für den Betrieb Virtueller Werbung vorgesehenen Räumlichkeiten und zu der Infrastruktur am zentralen Produktionsstandort (Köln) und vor Ort im jeweiligen Stadion gewährt. Heimclub, Vermarktungsagentur und Technologieanbieter haben sicherzustellen, dass an den Einrichtungen des zentralen Produktionsstandorts und/oder an den am jeweiligen Stadion eingesetzten Produktionsmitteln kein Schaden entsteht, sowie dass der Produktionsprozess des Basissignals nicht beeinträchtigt wird.
5. Die von der Sportcast für die Produktion des Basissignals sowie für den Einsatz Virtueller Werbung zusätzlich erforderliche Übertragungstechnik und das notwendige Personal vor Ort im jeweiligen Stadion stehen nur am Kalendertag des Spiels zur Verfügung.
6. Der Technologieanbieter muss die Sportcast unverzüglich, spätestens aber sieben (7) Werktage vor Austragung des Spiels für die zeitliche Koordination etwaiger Aufbau- und Kalibrierungsarbeiten kontaktieren.
7. Sollte der Heimclub selbst und/oder die durch ihn beauftragte Vermarktungsagentur und/oder der Technologieanbieter für den Auf-/Abbau und/oder den Betrieb der Virtuellen Werbung Anforderungen stellen, die über eine normale Produktion ohne Virtuelle Werbung hinausgehen, so ist der Heimclub für die Bereitstellung der notwendigen Ressourcen (Infrastruktur, Personal, etc.) verantwortlich.

§ 9 INTERVENTIONSMÖGLICHKEITEN

1. Die Bundesliga-Gruppe GmbH und/oder von ihr berufene Personen sind befugt, die Einhaltung dieser Durchführungsbestimmungen durchzusetzen.
2. a) Verstößt der Aufbau einer Werbebande oder von (LED-)Werbung im Oberrang gegen diese Durchführungsbestimmungen, hat der Heimclub auf Anweisung eines Verantwortlichen der Bundesliga-Gruppe GmbH/Sportcast die Werbefläche nach Möglichkeit sofort umzustellen oder andernfalls zu entfernen.

b) Verstößt der Betrieb einer Werbebande oder von (LED-)Werbung im Oberrang gegen diese Durchführungsbestimmungen, so ist sofort auf Anweisung des Schiedsrichters oder eines Verantwortlichen der Bundesliga-Gruppe GmbH/Sportcast die Bespielung nach Möglichkeit anzupassen oder andernfalls abzuschalten.

c) Bei der Wahl der zu ergreifenden geeigneten, den Verstoß unter a) oder b) beseitigenden Maßnahme ist unter angemessener Berücksichtigung der Interessen des Clubs stets diejenige zu wählen, die den geringsten Aufwand beim Club verursacht und den geringsten Eingriff darstellt. Sofern die Art des Verstoßes dies zulässt, kann die Bundesliga-Gruppe GmbH den Club auch unter angemessener Fristsetzung, in der Regel bis zum nächsten Heimspiel, zur Behebung des Verstoßes auffordern.
3. Der Bundesliga e.V., die Bundesliga-Gruppe GmbH und die Sportcast behalten sich vor, Virtuelle Werbung, die gegen diese Durchführungsbestimmungen verstößt, nicht umzusetzen und/oder abzuschalten, also insbesondere den ausländischen Lizenznehmern das Basissignal ohne Einblendungen Virtueller Werbung auf einzelnen oder allen Feeds zur Auswertung bereitzustellen.
4. Bei wesentlichen Verstößen, die trotz Aufforderung durch die Bundesliga-Gruppe GmbH innerhalb angemessener Frist nicht behoben werden, kann die Bundesliga-Gruppe GmbH nach Maßgabe der Lizenzierungsordnung und ihrer Anhänge, insbesondere des Lizenzvertrages, Sanktionen aussprechen.

§ 10 SCHLUSSBESTIMMUNGEN

1. Die Durchführungsbestimmungen treten mit Beginn der Spielzeit 2025/2026 in Kraft und gelten bis einschließlich der Spielzeit 2026/2027.
2. Der Bundesliga e.V. behält sich das Recht vor, diese Durchführungsbestimmungen jederzeit aus sachlichen Gründen, insbesondere wegen aktueller technischer Entwicklungen bei der virtuellen Werbung, unter Gewährung einer angemessenen Umsetzungsfrist zu modifizieren bzw. zu ergänzen.

Anhang:

TECHNIKNORMEN LED-BANDEN

I) Allgemeines

Die nachstehenden Techniknormen wurden am 7. Juni 2023 vom Präsidium des Bundesliga e.V. beschlossen und konkretisieren die Durchführungsbestimmungen für den Einsatz von LED-Banden und Virtueller Werbung bei Meisterschaftsspielen der Bundesliga und 2. Bundesliga im Hinblick auf die technischen Anforderungen an den Einsatz von LED-Banden.

Zu unterscheiden sind die mit „Verpflichtung“ gekennzeichneten verbindlichen Vorgaben und die unverbindlichen „Empfehlungen“, die zwar einen Zusatznutzen darstellen, jedoch (noch) nicht zwingend zu erfüllen sind.

Die Bundesliga-Gruppe GmbH oder von ihr beauftragte Personen überwachen die Einhaltung dieser Techniknormen. Auf § 7 Durchführungsbestimmungen für den Einsatz von LED-Banden und Virtueller Werbung wird ausdrücklich Bezug genommen.

Der Bundesliga e.V. behält sich das Recht vor, diese Techniknormen jederzeit aus sachlichen Gründen, insbesondere wegen aktueller technischer Entwicklungen, unter Gewährung einer angemessenen Umsetzungsfrist zu modifizieren bzw. zu ergänzen. Auf § 10 Nr. 2 Durchführungsbestimmungen für den Einsatz von LED-Banden und Virtueller Werbung wird ausdrücklich hingewiesen.

II) Zulassungen und allgemeine Systemparameter

Sämtliche erforderlichen Zulassungen zum festen und/oder temporären Betrieb in europäischen Stadien und Versammlungsstätten	Verpflichtung
Einhalten sämtlicher relevanter DIN- und VDE- Normen	Verpflichtung
CE Zertifikate (z.B. Europäisches EMV Prüfungszertifikat)	Verpflichtung
Arbeitstemperatur -20° bis +50°	Verpflichtung
Hersteller ISO 9001 zertifiziert	Empfehlung

III) Mechanik, Elektrik und Service

a) Geräteausführung

Reflektionsfreie, tiefschwarze Oberfläche	Verpflichtung
---	---------------

Rückwärtige Revisionsöffnungen zum Austausch von Komponenten während des laufenden Bespielungsbetriebs	Verpflichtung
Linienstabilität und Höhennivellierung mittels Ausgleichsmechanik	Verpflichtung
Schutz gegen Tropfwasser und direkte Sonneneinstrahlung mittels Softshader	Verpflichtung
Höhe des Gesamtaufbaus (einschließlich aktive Gerätefront) darf maximal 125 cm betragen, wobei der Abstand Standfläche zur Unterkante der aktiven Gerätefront kleiner-gleich 8cm bei 0° Neigung betragen muss und einzurechnen ist.	Verpflichtung
Absolute Höhe der LED-Minibande darf maximal 30 cm betragen.	Verpflichtung
Breite der LED-Minibande darf maximal 8 m betragen	Verpflichtung
Frontseitenneigung verstellbar von 0° bis 30° in 5°-Schritten	Verpflichtung
Gesamttiefe inkl. möglicher Abstützungen maximal 100cm	Empfehlung
Leichtbauweise	Empfehlung

b) Panikentriegelung (für Stadien mit Entfluchtungskonzept in den Innenraum)

Mindestbreite 120cm	Verpflichtung
von einer Person zu bedienen	Verpflichtung
in Fluchtrichtung zu öffnen	Verpflichtung

Entstehende Höhenversprünge laut Versammlungsstättenverordnung ausgeglichen und farblich gekennzeichnet	Verpflichtung
---	---------------

c) Verletzungsschutz

In Richtung des Spielfeldes ausgerichtete Kanten und Flächen verletzungssicher abgepolstert	Verpflichtung
Bandenfront mittels Polsterstreifen o. ä. gesichert, Dioden zurückspringend	Verpflichtung

d) Witterungsschutz

Gesamtsystem tauglich für den Außeneinsatz	Verpflichtung
Allseitig IP 65	Verpflichtung
Rückseitig IP 54	Verpflichtung

e) Elektrik

Dezentrale, wasserdichte Strom- und Signalverteilung nach VDE 0 100	Verpflichtung
USV Pufferung für Controller und Mediaserver	Verpflichtung

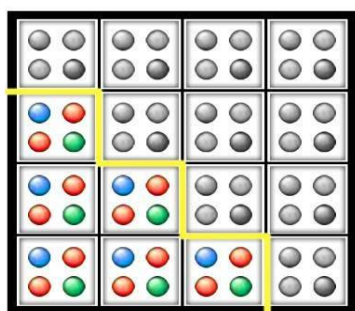
f) Service

Rebooting des Systems nach einem Stromausfall kleiner gleich 3 Minuten	Verpflichtung
Analysetool zur Fehlerlokalisierung und Dokumentation	Empfehlung
Austauschmöglichkeit einzelner, defekter Module (unabhängig von ihrer Position innerhalb des Verbunds) im laufenden Spielbetrieb ohne Funktionsbeeinträchtigung der anderen Module	Verpflichtung

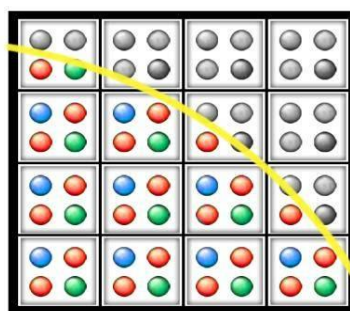
IV) Bildparameter

a) Bildqualität

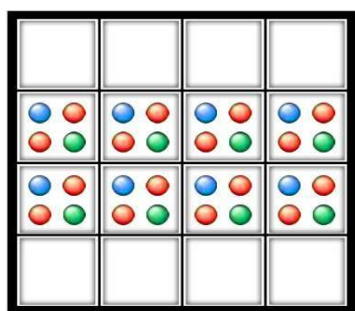
Pixelabstand real oder visuell kleiner gleich 12,5 mm vertikal wie horizontal bzw. Minimum von 6.400 Pixeln pro Quadratmeter.
Beispielhafte Anordnung von **real** (Real Mode) und **visuell** (Pixel Share Mode):



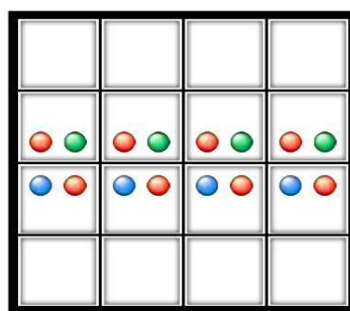
Real Mode



Pixel Share Mode



Real Mode



Pixel Share Mode

Verpflichtung

Optische Homogenität der Farboberfläche bei Bespielung mit Normfarbbalken

Verpflichtung

Direktansteuerung der LED (Verlängerung der Lebensdauer)

Empfehlung

Integrierte Farbmemorysoftware

Empfehlung

b) Einsichtswinkel

Bildechte und farbtreue Einsicht aller Pixel größer gleich horizontal 110° und größer gleich vertikal 50°

Verpflichtung

c) Lichtleistung

Größer gleich 5500 NIT bei 6500 K	Verpflichtung
---	---------------

d) Prozessoren

Leistung (Farbtiefe/ Farbbrillanz) größer gleich 12 Bit	Verpflichtung
Refreshrate synchronisierbar auf Kameras	Empfehlung
Updatefähig	Empfehlung

e) Software

Folgende Parameter zentral per Software am Controller in 16 Stufen einstellbar: Farb- und Kontrastwerte (0% bis 100%) Helligkeit (0% bis 100%) Farbtemperatur (3.200 K bis 7.500 K)	Verpflichtung
Automatische Kalibrierung im Bespielungsbetrieb ausgetauschter Module in Bezug auf die Systemreferenzwerte	Verpflichtung
Updatefähig	Verpflichtung
Netzwerkfähig	Empfehlung
Remote oder zentral steuerbar	Empfehlung

f) Signale

Verarbeitung folgender Eingangssignale: DVI (1280 x 1024 SXGA)	Verpflichtung
---	---------------

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

DIN	D eutsche I ndustrie N orm
VDE Normen	V erband D eutscher E lektrotechniker ist gleichzusetzen mit der DIN
CE Zertifikat	C onformité E uropéenne (Konformitätskennzeichnung, Gütesiegel der Hersteller)
EMV	E lektromagnetische V erträglichkeit (keine Beeinträchtigung von anderen Geräten durch elektromagnetische Strahlung)
ISO 9001	I nternational S tandardization O rganization (Qualitätszeichen für Qualitätsmanagement, interne Organisation, etc.)
IP 65	Industrieschutzklasse (IP 65= staubdicht und geschützt gegen Strahlwasser)
IP 54	Industrieschutzklasse (IP 54= staubgeschützt und geschützt gegen Spritzwasser)
USV	U nabhängige S pannungs- V ersorgung (nahtlose Akkupufferung bei Stromausfall)
NIT	Einheit für Helligkeit; lat. nit ere (scheinen); Leuchtdichte
K	K elvin; Einheit für Farbtemperatur (z.B. 3200K=Kunstlicht; 6500K= Tageslicht)
Bit	b inary d igit (Einheit für Prozessorleistung)
DVI	D igital V isual I nterface = digitale Schnittstelle für Eingangssignal
SXGA	S uper E xtended G raphics A dapter = Bildschirmstandard mit 1280 x 1024 Pixel (Bildpunkten)
SDI	S erial D igital I nterface = bisheriger Standard für TV Kameras
HD-SDI	H igh D efinition S erial D igital I nterface = neuer Standard für HD TV Kameras