FIFA-Richtlinien für geistiges Eigentum

Juni 2024, Version 2.0

Inhalt

Inhalt 1

1 - EINLEITUNG 3

2 - OFFIZIELLES GEISTIGES EIGENTUM 4

3 - BEDEUTUNG DES SCHUTZES DER TURNIERMARKE 9

4 - INHABER VON FIFA-RECHTEN 10

5 - BETEILIGUNG OHNE UNZULÄSSIGE VERBINDUNG 12

6 - INFORMATION FÜR DIE MEDIEN 13

7 - NUTZUNGSBEISPIELE 14

8 - KONTAKTANGABEN UND BETEILIGUNGSMÖGLICHKEITEN 27

Diese Richtlinien bieten interessierten Parteien Informationen und Leitlinien zum geistigen Eigentum und zu anderen Rechten der FIFA hinsichtlich der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 26™ („Turnier“) und der FIFA.

Dieses Dokument gibt nur einen allgemeinen Überblick. Die dargelegten Beispiele sind nicht abschliessend. Diese Richtlinien legen folglich nicht abschliessend fest, ob eine Aktion Rechte hinsichtlich der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 26™ verletzt oder nicht. Leider kann die FIFA für die einzelnen möglichen Aktionen im Zusammenhang mit solchen Rechten keine Leitlinien vorgeben.

1 - EINLEITUNG

FIFA®

Die Fédération Internationale de Football Association (FIFA) ist der Weltfussballverband. Die FIFA ist Eigentümerin aller Rechte im Zusammenhang mit der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 26™, einschliesslich aller Immaterialgüter-, Medien-, Marketing-, Lizenz-, Ticketing- und anderer Handelsrechte.

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ ist die grösste Veranstaltung einer einzelnen Sportart und weltweit eine der Sportveranstaltungen mit den meisten Zuschauern. Das Interesse seitens sowohl der Sportfans als auch der Wirtschaft ist enorm. So verzeichnete allein das Finale der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Katar 2022™ mehr als 1,5 Milliarden Zuschauer. Rund 5 Milliarden Personen verfolgten die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Katar 2022™ über verschiedenste Plattformen und Geräte im Medienuniversum.

Viele Unternehmen und Einzelpersonen wollen bei der nächsten Ausgabe dabei sein, die erstmals mit 48 Teams und mehr als 1200 Spielern ausgetragen wird. Auf dem Programm stehen 104 Spiele, die im Juni und Juli 2026 in insgesamt 16 Städten in drei Ländern (Kanada, Mexiko und USA) stattfinden werden.

Aufgrund der enormen Kosten einer solchen Grossveranstaltung ist die FIFA bei der Organisation des Turniers sehr auf die finanzielle Unterstützung ihrer Geschäftspartner, Medienrechts- und anderen Lizenznehmer sowie der gastgebenden Länder, der Spielorte und von deren Partnern angewiesen.

Wirkung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

Im Sinne der weltweiten Fussballförderung, die zu den Hauptaufgaben der FIFA gehört, lässt die FIFA ihre Mitgliedsverbände und die weltweite Fussballgemeinschaft am Erfolg der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ teilhaben. Mit den Einnahmen aus dem Geschäftsprogramm kann die FIFA verschiedene Bildungs-, Technik-, Medizin- und andere Entwicklungsaktivitäten unterstützen.

Dank dem FIFA-Forward-Entwicklungsprogramm kann die FIFA ihre Mitgliedsverbände und die sechs Konföderationen nicht nur finanziell für deren Betrieb, sondern langfristig auch strategisch unterstützen. Mit massgeschneiderten Entwicklungsprojekten werden verschiedenste Bereiche wie Fussballinfrastruktur und -ausrüstung für Jugendteams, Wettbewerbe und der Frauenfussball gefördert.

Dank dem Erfolg des FIFA-Geschäftsprogramms flossen in der Geschäftsperiode 2019-2022 zudem USD 1 Milliarde allein in den Frauenfussball sowie weitere USD 4 Milliarden in Entwicklung und Ausbildung.

2 - OFFIZIELLES GEISTIGES EIGENTUM

Die FIFA hat im Zusammenhang mit dem Turnier und der FIFA eine Reihe von Marken, einschliesslich Logos, Begriffen, Titeln, Symbolen und anderer Kennzeichen („offizielles geistiges Eigentum"), entwickelt. Das offizielle geistige Eigentum ist in den USA, Kanada und Mexiko sowie in Gebieten auf der ganzen Welt urheberrechtlich, als Warenzeichen und/oder in anderen Formen und Gesetzen des geistigen Eigentums geschützt (z. B. Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, Nachahmung oder andere massgebende Gesetze). Diese Gesetze schützen die FIFA vor der unrechtmässigen Nutzung identischer Kopien sowie täuschend ähnlicher Varianten und Abwandlungen des offiziellen geistigen Eigentums.

Nur Inhaber von FIFA-Rechten dürfen das offizielle geistige Eigentum für geschäftliche Zwecke nutzen. Nichtinhaber von FIFA-Rechten, die die redaktionelle Nutzung des offiziellen Emblems oder anderer offizieller Marken beantragen möchten, werden auf www.fifadigitalarchive.com verwiesen.

Die folgende Liste des offiziellen geistigen Eigentums ist nicht abschliessend. Für eine umfassende Übersicht über die in einem Land eingetragenen Immaterialgüterrechte wenden Sie sich bitte an das zuständige Amt für geistiges Eigentum und/oder einen auf Immaterialgüterrechte spezialisierten Anwalt vor Ort.

Offizielles Emblem

Offizielle Wortmarke

FIFA WORLD CUP™

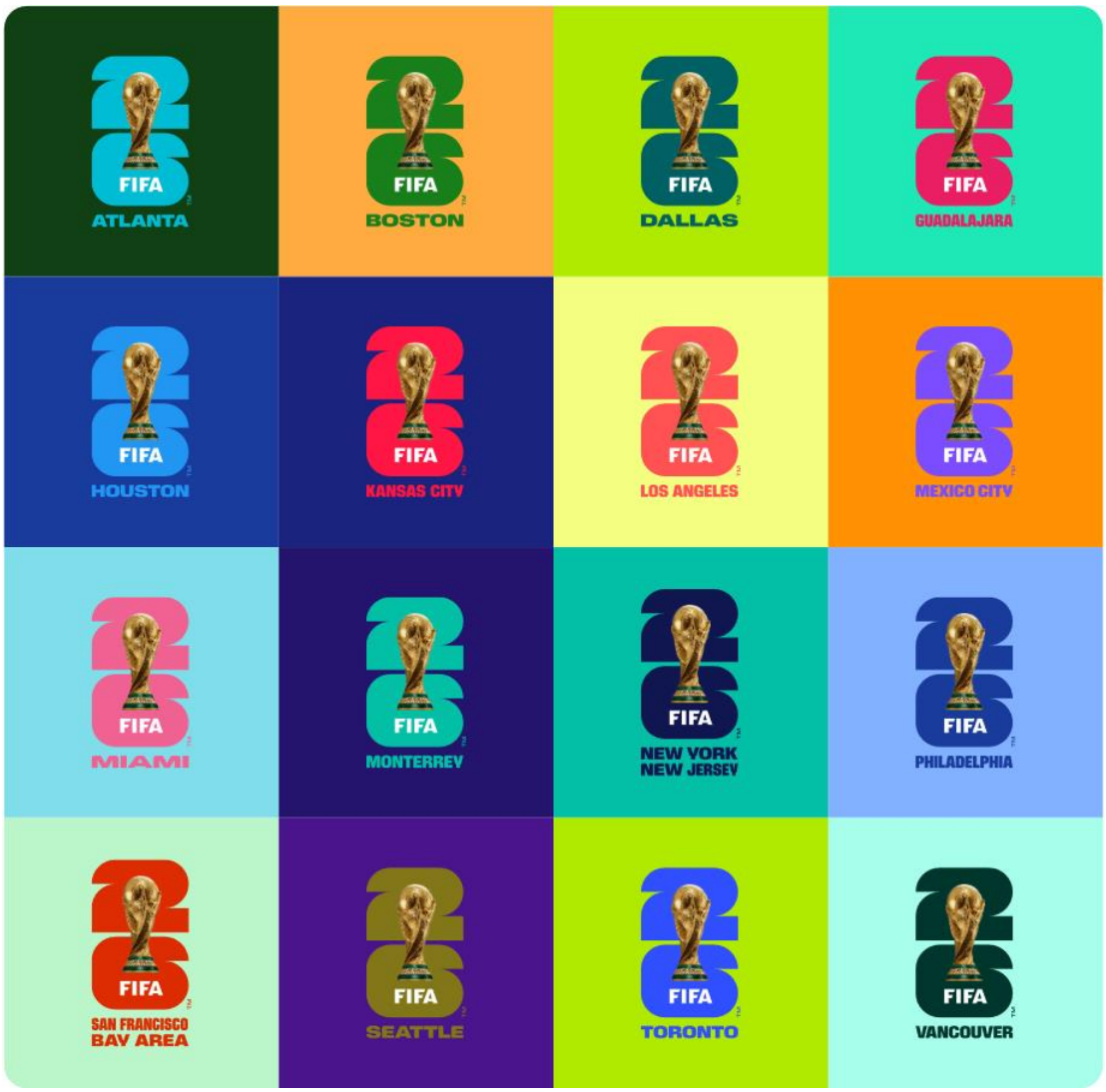
FIFA WORLD CUP 26™

Offizieller Slogan

Englisch	Spanisch	Französisch
WE ARE 26™	SOMOS 26™	NOUS SOMMES 26™
WE ARE 26™	SOMOS 26™	NOUS SOMMES 26™

Spielortlogos

Erhältlich in verschiedenen Farben und Mustern je nach Spielort (Beispiele unten)



Offizieller Spielortslogan plus Logos

Spielortslogans

Offizielles Maskottchen in Planung

Offizielles Poster in Planung

Offizielle Trophäe

TM

FIFA-Marke

FIFA®

FIFA+-Marke

FIFA+

Wortmarken

- FIFA World Cup 26™
- FIFA World Cup™

- Copa Mundial de la FIFA 26™
- Copa Mundial de la FIFA™

- Coupe du Monde de la FIFA 26™
- Coupe du Monde de la FIFA™

- World Cup 26™
- World Cup™
- FIFA®
- COPA MUNDIAL™
- COUPE DU MONDE™
- MUNDIAL™

Offizielle Schriftart „FWC 26“

Für das Turnier wurde eigens die offizielle Schriftart „FWC 2026“ entworfen sowie urheberrechtlich geschützt und in verschiedenen Gebieten als Marke eingetragen:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2026 wird die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ erstmals in drei Ländern ausgetragen.

3 - BEDEUTUNG DES SCHUTZES DER TURNIERMARKE

Die FIFA gewährt mehreren Unternehmen („Inhaber von FIFA-Rechten“) in verschiedenen Wirtschaftszweigen weltweit bestimmte Handelsrechte wie Sende-, Ticketing-, Hospitality-, Werbe- und andere Promotionsrechte im Zusammenhang mit der FIFA und/oder dem Turnier.

Inhaber von FIFA-Rechten leisten im Gegenzug beträchtliche finanzielle Beiträge an die Durchführung des Turniers sowie die Finanzierung der weiteren Förderung des Fussballs rund um die Welt. Die Inhaber von FIFA-Rechten investieren jedoch nur in die FIFA und das Turnier, wenn sie dafür exklusiv die offiziellen Marken und andere Handelsrechte verwenden dürfen. Ohne diese Exklusivität, d. h., wenn die Turniermarke nicht geschützt würde und jeder das offizielle geistige Eigentum nutzen und sich so unentgeltlich an das Turnier anbinden könnte, würden die erworbenen Rechte massiv an Wert verlieren. Der Erwerb von FIFA-Rechten würde damit weniger attraktiv, womit die FIFA die finanziellen Mittel, die für das Turnier und die weltweite Förderung des Fussballs über zentrale Programme wie das FIFA-Forward-Entwicklungsprogramm nötig sind, nicht mehr sichern könnte.

Der Schutz der Handelsrechte, einschliesslich des offiziellen geistigen Eigentums, ist für die Durchführung des Turniers deshalb zentral. Die FIFA bittet daher alle nicht angeschlossenen Unternehmen und Einzelpersonen, die FIFA-Rechte zu achten und sich mit ihren Geschäften nicht mit dem Turnier in Verbindung zu bringen.

4 - INHABER VON FIFA-RECHTEN

Derzeit hat die FIFA die folgenden Inhaber von FIFA-Rechten definiert:

FIFA-GESCHÄFTSPARTNER

Geschäftspartner erwerben ein Sponsoringpaket in einer der folgenden Kategorien: FIFA Partner, Sponsor plus der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft, Sponsor der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft und Turnierförderer der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft. Im Folgenden sind die derzeitigen Geschäftspartner für das Turnier aufgeführt, wobei die Liste laufend aktualisiert wird.

1. FIFA Partner

FIFA Partner sind Unternehmen der höchsten Sponsoringkategorie, denen die FIFA globalen Partnerstatus und das umfangreichste Paket weltweiter Handelsrechte hinsichtlich der FIFA und der FIFA-Wettbewerbe, einschliesslich des Turniers, gewährt hat oder gewähren wird. Derzeitige FIFA Partner:

2. Sponsor plus der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft

Sponsoren plus der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft sind Unternehmen der zweithöchsten Sponsoringkategorie, denen die FIFA weltweite Handelsrechte hinsichtlich ausgewählter FIFA-Wettbewerbe für Männernationalteams, einschliesslich des Turniers, gewährt hat oder gewähren wird.

3. Sponsor der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft

Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft sind Unternehmen der dritthöchsten Sponsoringkategorie, denen die FIFA weltweite Handelsrechte hinsichtlich des Turniers gewährt hat oder gewähren wird. Derzeitige Sponsoren der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft:

4. Turnierförderer der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft

Turnierförderer der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft sind Unternehmen, denen die FIFA Handelsrechte hinsichtlich des Turniers in bestimmten Ländern oder Regionen gewährt hat oder gewähren wird.

Organisationskomitee, Spielortförderer und Spielortgönner

Das Organisationskomitee, die Spielortförderer und die Spielortgönner sind Unternehmen, die bestimmte FIFA-Immaterialgüterrechte für bestimme zulässige Werbeaktionen nutzen und Lizenzprodukte herstellen, soweit diese von der FIFA bewilligt wurden.

MEDIENRECHTSLIZENZNEHMER

Medienrechtslizenznehmer sind Unternehmen, denen auf einem bestimmten Gebiet oder bestimmten Gebieten gewisse Medienrechte für das Turnier gewährt wurden. Zu diesen Rechten gehören:

- Fernsehrechte
- Rundfunkrechte
- Breitbandrechte
- Übertragungsrechte für Internet Protocol Television (IPTV)
- Übertragungsrechte für Mobilgeräte

LIZENZNEHMER MIT/OHNE MARKE

Lizenznehmer mit/ohne Marke sind Unternehmen, denen die FIFA das Recht gewährt hat oder gewähren wird, Produkte mit den offiziellen Marken („offizielle Lizenzprodukte“) zu entwerfen, herzustellen und zu verkaufen. Markenlizenznehmer können beschränkte Marketingrechte für die Bewerbung und den Verkauf entsprechender offizieller Lizenzprodukte mit Marke erhalten.

- Offizielle Lizenzprodukte mit Marke: offizielle Produkte, die mit offiziellem geistigem Eigentum und den Marken des Lizenznehmers (Unternehmen) versehen sind.

- Offizielle Lizenzprodukte ohne Marke: offizielle Produkte, die nur mit offiziellem geistigem Eigentum versehen sind.

OFFIZIELLE LIEFERANTEN

Offizielle Lieferanten sind Unternehmen, die Waren und/oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit einem FIFA-Wettbewerb, einschliesslich des Turniers, liefern und denen die FIFA Rechte dafür gewährt hat oder gewähren wird, sich als offizieller Lieferant von Waren und/oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit einem FIFA-Wettbewerbe anzupreisen.

HOSPITALITY

Die FIFA wird zu gegebener Zeit einen weltweiten Exklusivinhaber der Rechte für das FIFA-Hospitality-Programm des Turniers bestimmen. Nur dieser Hospitality-Anbieter darf entweder direkt oder über seine ermächtigten Verkaufsagenten weltweit Hospitality-Pakete samt Tickets anbieten.

Weitere Informationen zu den verschiedenen Inhabern von FIFA-Rechten sind auf www.fifa.com/de/about-fifa/commercial/fifa-marketing zu finden.

5 - BETEILIGUNG OHNE UNZULÄSSIGE VERBINDUNG

Es gibt rechtmässige Wege, sich am Turnier zu beteiligen, ohne das geistige Eigentum der FIFA zu nutzen oder eine unzulässige Geschäftsverbindung zum Turnier herzustellen. Die FIFA bittet Unternehmen und die Öffentlichkeit, allgemeine fussball- oder länderbezogene Bilder und/oder Begriffe zu nutzen, die keine FIFA-Immaterialgüterrechte verletzen.

Aktionen, die eine unzulässige Geschäftsverbindung herstellen, sind verboten und ziehen rechtliche Schritte nach sich. Eine unzulässige Geschäftsverbindung liegt etwa vor, wenn ein Unternehmen eine Verbindung mit der FIFA oder dem Turnier vorgibt, indem es beispielsweise das offizielle geistige Eigentum nutzt oder auf eine andere Art und Weise den Eindruck erweckt, dass es ein Inhaber von FIFA-Rechten, d. h. ein Sponsor oder Lizenznehmer, ist.

Zwecks Vermeidung der Verletzung von Immaterialgüterrechten und/oder anderen Handelsrechten der FIFA durch Werbeaktionen empfehlen wir, einen unabhängigen Anwalt zu konsultieren.

6 - INFORMATION FÜR DIE MEDIEN

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ ist ein Medienphänomen. Ihr Erfolg hängt eng mit der umfassenden Berichterstattung in den Medien zusammen. Die FIFA begrüsst es deshalb, wenn Medienunternehmen das offizielle geistige Eigentum in ihren Publikationen für redaktionelle Zwecke nutzen möchten, sofern durch die Nutzung keine unzulässige Verbindung zwischen dem Turnier und Unternehmen, die keine FIFA-Rechte besitzen, begründet wird.

Kapitel 7 enthält einige Beispiele, wie das offizielle geistige Eigentum im gesetzlichen Rahmen sowie unter Wahrung des FIFA-Geschäftsprogramms und der Rechte der Inhaber von FIFA-Rechten genutzt werden darf. Nichts in diesem Dokument bezweckt, den Inhalt von Nachrichten- und Leitartikeln zum Turnier seitens der Medien in irgendeiner Form zu kontrollieren oder einzuschränken.

Die Beschreibungen der Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums gelten für alle Medienformen (Print- und digitale Medien), einschliesslich u. a. TV, Internet, Mobilgeräten, Spielen, Apps und sozialer Medien.

Digitales Archiv der FIFA

Medienunternehmen können digitale Kopien des offiziellen geistigen Eigentums kostenlos via https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/ anfordern. Das offizielle geistige Eigentum ist gemäss den FIFA-Grafikrichtlinien zu verwenden, die von der FIFA zusammen mit den hochwertigen Digitaldateien der angeforderten Vorlagen abgegeben werden.

7 - NUTZUNGSBEISPIELE

Die folgenden Ausführungen sollen Drittparteien dabei helfen, eine unzulässige Geschäftsverbindung mit dem Turnier zu vermeiden. Die Beispiele für die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums gelten für alle Medienformen (Print- und digitale Medien), einschliesslich u. a. Presse, TV, Internet, Mobilgeräten, Spielen, Apps und sozialer Medien.

Da weder auf jede mögliche akzeptable oder unzulässige Nutzung hinsichtlich einer unzulässigen Verbindung noch auf die unterschiedlichen gesetzlichen Sanktionen, die in den einzelnen Ländern bestehen, eingegangen werden kann, sind die folgenden nicht abschliessenden Beispiele lediglich als allgemeine Information zu verstehen.

Die Beispiele sollen Unternehmen und Einzelpersonen, die redlich bestrebt sind, eine unlautere Verbindung zum Turnier zu vermeiden, praktische Unterstützung bieten. Eine Berufung auf diese Richtlinien dient bei mutwilligen Versuchen, mit Trittbrettaktionen FIFA-Marketingrechte zu verletzen, nicht als Schutz vor einer rechtlichen Haftung. Wie die Vergangenheit gezeigt hat, scheitern Versuche, diese Richtlinien zur Rechtfertigung einer unlauteren Verbindung oder eines Verstosses zu nutzen. Die FIFA vertraut darauf, dass ihren Anfragen entsprochen wird und ihre Rechte eingehalten werden. Aus diesem Grund behält sie sich alle Rechte ausdrücklich vor.

Diese Richtlinien behandeln nur Rechte, die Eigentum der FIFA sind, und enthalten oder liefern keine Stellungnahmen zu Rechten von Drittparteien wie Spielern, Klubs, Mitgliedsverbänden, Konföderationen, FIFA-Geschäftspartnern oder anderen Unternehmen, Organisationen und/oder Einzelpersonen.

A. MEDIEN

A1. PRINT- UND DIGITALE MEDIEN

Redaktionelle Nutzung

Die rechtmässige redaktionelle Nutzung z. B. für Artikel, die eigens über das Turnier berichten, begründet keine unzulässige Verbindung. Das offizielle geistige Eigentum darf aber nicht als fester Bestandteil des Layouts einer Publikation, etwa als Elemente der Marke einer Publikation, oder alleine, statisch oder in wiederkehrender Form auf einer Website (insbesondere etwa in Form der wiederholten Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in der Ecke einer Sonderausgabe oder auf jeder folgenden Webseite einer Sonderrubrik einer Website, da dadurch der Eindruck entstehen könnte, dass dies von der FIFA unterstützt wird) genutzt werden.

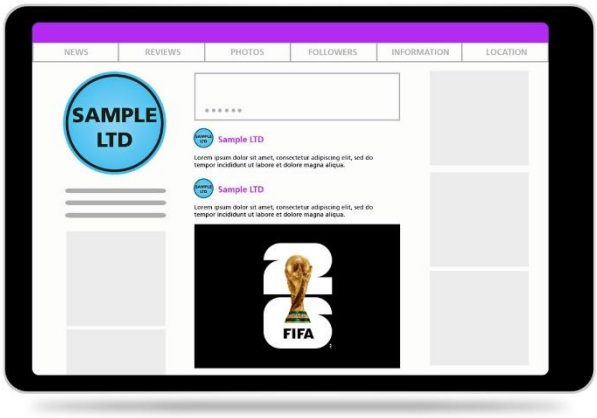
Gewerbliche Nutzung

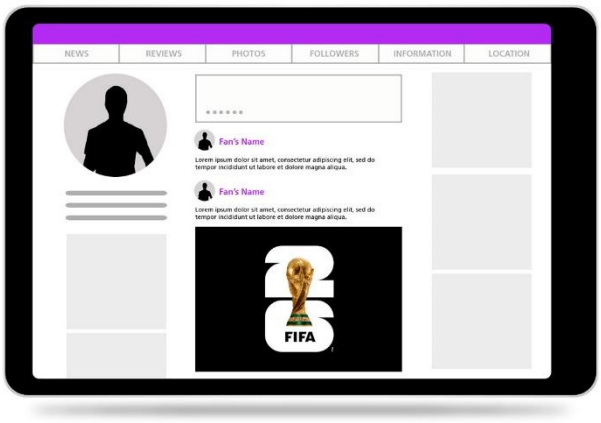
Das offizielle geistige Eigentum darf nicht zusammen mit oder in der Nähe eines Firmenlogos oder eines geschäftlichen Hinweises wie „Präsentiert von …“, „Unterstützt durch …“, „Gesponsert von …“ usw. genutzt werden.

A2.SOZIALE MEDIEN

Posten von Bildern des offiziellen geistigen Eigentums

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums ohne geschäftliche Absichten durch Fans ist grundsätzlich zulässig. Die übermässige Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums kann aber den Eindruck einer Verbindung mit dem Turnier oder der FIFA erwecken und ist deshalb zu vermeiden.



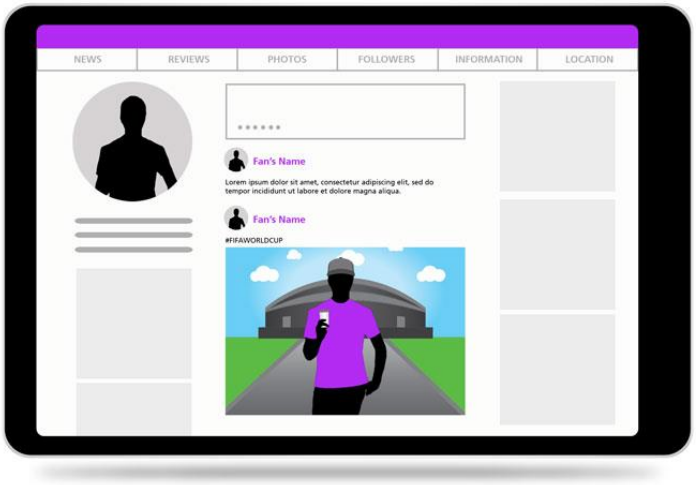


Retweeten oder Teilen offizieller Inhalte

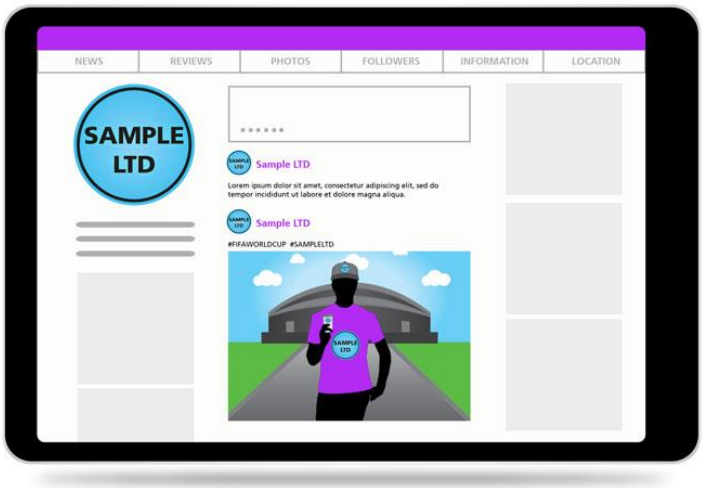
Fans dürfen offizielle Inhalte der FIFA oder der offiziellen FIFA-Turnierkonten zu nicht gewerblichen Zwecken retweeten oder teilen. Das Retweeten oder Teilen offizieller Inhalte für gewerbliche Zwecke ist ein exklusives Recht von Inhabern von FIFA-Rechten.

Hashtags

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in Hashtags zu nicht gewerblichen Zwecken ist grundsätzlich zulässig.



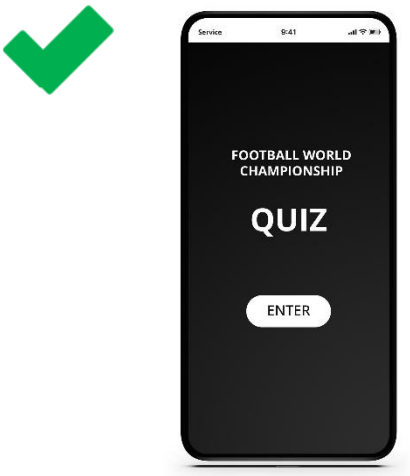
Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in Hashtags von (Unternehmens-)Profilen mit gewerblichem Nutzen, um auf diese Profile und/oder andere Unternehmen oder Marken aufmerksam zu machen, erzeugt eine Geschäftsverbindung mit dem Turnier und/oder der FIFA und ist deshalb der FIFA und den Inhabern von FIFA-Rechten vorbehalten.



A3. MOBILTELEFON- UND INTERNETDIENSTE UND -APPS

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums oder die Übertragung von Inhalten für geschäftliche Zwecke in Apps und/oder auf anderen Mobiltelefon- oder Internetdiensten ist nicht erlaubt.

Die redaktionelle/informative Nutzung des Turniers ist zulässig, solange nicht der Eindruck entsteht, dass der Dienst in irgendeiner Weise mit dem Turnier oder der FIFA verbunden ist. Namen oder Titel solcher Dienste oder Apps dürfen das offizielle geistige Eigentum nicht so verwenden, dass der Eindruck entsteht, dass diese von der FIFA unterstützt werden, z. B., indem der vollständige Turniername oder das offizielle Emblem verwendet wird.



A4. DOMAINNAMEN, URL UND HYPERLINKS

Das offizielle geistige Eigentum darf nur mit Erlaubnis der FIFA in Domainnamen integriert werden. Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in URL oder Hyperlinks von geschäftlichen Websites ist nicht erlaubt.

A5. WEBSITES (ERSCHEINUNGSBILD)

Das offizielle geistige Eigentum darf nicht als Teil des Designs einer Website oder Webseite (einschliesslich Hintergrundbild und -struktur) genutzt werden, wenn dadurch der Eindruck einer Verbindung mit dem Turnier oder der FIFA entsteht.

A6. BLOGS

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums auf redaktionellen Blogs, die über das Turnier berichten oder informieren und keine gewerblichen Inhalte oder Werbung aufweisen, begründet grundsätzlich keine unzulässige Verbindung und ist folglich erlaubt.

B. KOMMERZIELLE WERBUNG

Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums in kommerzieller Werbung erzeugt wahrscheinlich eine unzulässige Verbindung und ist deshalb zu vermeiden.

C. WETTBEWERBE, SPIELE UND LOTTERIEN

Wettbewerbe, Spiele und Lotterien, die das offizielle geistige Eigentum nutzen oder eine Geschäftsverbindung mit dem Turnier herstellen, sind nicht zulässig, es sei denn, die FIFA hat ihre Erlaubnis erteilt.

D. TICKETAKTIONEN

Tickets für das Turnier („Tickets“) dürfen nicht für Werbezwecke, Preisausschreiben, Bonusprogramme, Onlineauktionen oder sonstige Kundenwerbeaktionen verwendet werden, es sei denn, die FIFA hat ihre Erlaubnis erteilt oder diese werden in Zusammenarbeit mit einem Inhaber von FIFA-Rechten organisiert.

Tickets, die über unzulässige Ticketaktionen erworben werden, werden annulliert und gewähren keinen Zutritt zum Stadion.

E. SPIELPLAN

Redaktionelle Nutzung

Die redaktionelle, nicht gewerbliche Nutzung oder Vervielfältigung des offiziellen FIFA-Spielplans begründet keine unzulässige Verbindung und ist folglich grundsätzlich erlaubt.

Gewerbliche Nutzung

Die gewerbliche Nutzung des Spielplans zusammen mit oder in der Nähe eines Firmenlogos oder eines geschäftlichen Hinweises wie „Präsentiert von …“, „Unterstützt durch …“, „Gesponsert von …“ usw. ist nicht erlaubt.

Hinweis: Der Spielplan des Turniers ist in vielen Ländern urheber- und immaterialgüterrechtlich geschützt. Nachrichtenmedien dürfen den Spielplan separat oder als Teil einer Publikation zur Information der Öffentlichkeit über das Turnier veröffentlichen. Sämtliche unzulässigen gewerblichen Markenbezeichnungen von Drittparteien auf, in der Nähe von oder im Zusammenhang mit dem Spielplan sind zu vermeiden.

F. COUNTDOWN-UHREN UND -TICKER

Mit Geschäftsmarken versehene Tools, die die Zeit bis zum Turnier herunterzählen (ob physisch oder online), begründen eine unzulässige Verbindung.

G. UNTERNEHMEN

G1. FIRMENNAMEN

Das offizielle geistige Eigentum darf ohne die Erlaubnis der FIFA in keiner Weise als Teil eines Firmennamens genutzt werden.

G2. INNENAUSSTATTUNG (RESTAURANTS, BARS, LADENGESCHÄFTE USW.)

Innenausstattung, die sich allgemein auf den Fussball oder ein Land bezieht, begründet keine unzulässige Verbindung und ist grundsätzlich erlaubt.

Das offizielle geistige Eigentum darf nur mit der Erlaubnis der FIFA oder über einen Inhaber von FIFA-Rechten in Innenausstattungen genutzt werden.

G3. WAREN

Waren mit Begriffen, die sich allgemein auf den Fussball und/oder Ländernamen oder Landesflaggen beziehen, stellen keine Verletzung der FIFA-Rechte dar.

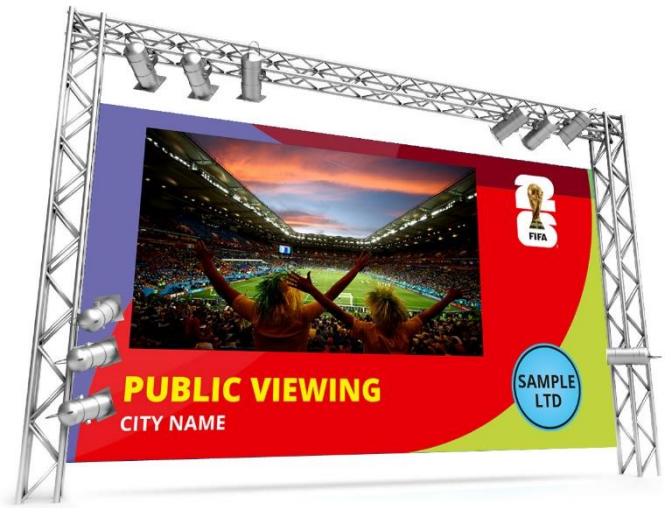
Die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums oder von Elementen davon auf Waren ist ein Exklusivrecht der Inhaber von FIFA-Rechten und für Unbefugte folglich unzulässig. Wie Sie Inhaber von FIFA-Rechten werden können, erfahren Sie in Kapitel 8.

H. PUBLIC VIEWING

Zugelassene Public-Viewing-Veranstalter müssen sich an das FIFA-Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 26™ halten und eine Lizenz der FIFA oder von deren Medienrechtslizenznehmern erwerben.

Andere öffentliche Aufführungen mit bewegten Bildern der Turnierspiele sollten auf die Nutzung des offiziellen geistigen Eigentums oder von Werbesponsoring, das eine unzulässige Verbindung zwischen der FIFA und/oder dem Turnier sowie Dritten begründet, die keine FIFA-Rechte besitzen, verzichten.

Das Reglement für Public-Viewing-Veranstaltungen für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 26™ wird im Vorfeld des Turniers auf FIFA.com veröffentlicht.



I. VOR ORT BEIM TURNIER

I1. HOSPITALITY-GÄSTE

Fangruppen, einschliesslich Gruppen von Hospitality-Gästen, dürfen keine Gegenstände mit denselben Nicht-FIFA-Marken, einschliesslich Wegweisern, die Gruppen den Weg ins Stadion weisen, zur Schau stellen oder tragen, die eine unzulässige Verbindung begründen und gegen die Ticketing-Geschäftsbedingungen verstossen. Dazu gehören Kleider, Fahnen und andere Gegenstände, die an Fans abgegeben werden.

I2. ABGABE VON MARKENARTIKELN

Die Abgabe von Markenartikeln an Spieltagen im Umkreis des Stadions ohne die nötige Bewilligung ist nicht erlaubt, da sie eine unzulässige Verbindung der entsprechenden Marke mit dem Turnier begründet und den Eindruck einer Sponsoringbeziehung erweckt.

8 - KONTAKTANGABEN UND BETEILIGUNGSMÖGLICHKEITEN

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Unternehmen oder Einzelpersonen vom Turnier profitieren und sich daran beteiligten können, ohne das offizielle geistige Eigentum zu nutzen oder sich geschäftlich an das Turnier anzubinden:

- Angebot verschiedener Dienstleistungen für das Turnier:
  - Infrastruktur
  - Beteiligung an Veranstaltungen und Aktionen der FIFA und/oder der Spielorte
  - Catering
  - Speise- und Getränkekonzessionen
  - Reinigungsdienste und Abfallbeseitigung
  - privater Sicherheitsdienst
  - Möbellieferungen

- Informieren Sie sich bei den Inhabern von FIFA-Rechten über die Möglichkeiten, sich an gemeinsamen Werbeaktionen zu beteiligen.

- Wenden Sie sich an Ihren nationalen Fussballverband, um den Fussball vor Ort zu unterstützen.

Mehr erfahren Sie auf FIFA.com oder unter den in den einzelnen Kapiteln angegebenen Kontaktangaben.

Sponsoring
Wenn Sie Inhaber von FIFA-Rechten oder Sponsor werden möchten, wenden Sie sich bitte an sales@fifa.org.

Lizenzierung
Wenn Sie sich für die Lizenzangebote interessieren, wenden Sie sich bitte an retail-licensing@fifa.org.

Public Viewing
Informationen zu Public-Viewing-Veranstaltungen oder zur Beantragung einer Public-Viewing-Lizenz für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 26™ erhalten Sie unter https://publicviewing.fifa.org/public_viewing.

Markenantrag
Anträge für die redaktionelle Nutzung des geistigen Eigentums der FIFA sind über die Schaltfläche „MARK REQUEST FORM“ im digitalen Archiv der FIFA (www.fifadigitalarchive.com) einzureichen.

Unzulässige Kartenverkäufe/-aktionen
Meldungen zu unzulässigen Kartenverkäufen/-aktionen oder zum Kauf mutmasslich gefälschter Tickets nehmen wir unter ticketenforcement@fifa.org jederzeit gerne entgegen.

Unzulässige Nutzung des geistigen Eigentums der FIFA
Meldungen zur unzulässigen Nutzung des geistigen Eigentums der FIFA nehmen wir unter brandprotection@fifa.org jederzeit gerne entgegen.