

I. TRIKOT UND HOSE	2
1 Werbung auf der Vorderseite des Spielhemdes (i. V. m. § 57 SuVO)	2
2 Werbung auf der Rückseite des Spielhemdes (i. V. m. § 57 SuVO)	2
3 Werbung auf dem Seiteneinsatz des Spielhemdes	3
4 Spielernummern	3
5 Werbung auf der Vorderseite der Spielhose	3
6 Werbung auf der Rückseite der Spielhose	3
II. SPIELAUSRÜSTUNGSGEGENSTÄNDE	4
7 Werbung an der Anzeigentafel/Leinwand	4
8 Werbung an der Korbanlage (i. V. m. § 59 SuVO)	4
III. SPIELFELD UND UMGEBUNG	5
9 Werbung auf dem Spielfeldboden	5
10 Werbung um das Spielfeld	6
11 Maskottchen	6
12 Glasboden	6
13 Interviewrückwände (ProA)	7
IV. BANDENWERBUNG	7
13 Bandenwerbung (i. V. m. § 61 SuVO)	7

I. TRIKOT UND HOSE

1 Werbung auf der Vorderseite des Spielhemdes (i. V. m. § 57 SuVO)

1. Auf der Vorderseite des Spielhemdes steht neben Herstellerlogo (max. 40 cm²), Vereinseblem (max. 150 cm²), Ligalogo (6,5 × 6,0 cm) und Trikotnummer (min. 8,0 × 2,0 cm) eine Werbefläche von höchstens 1.000 cm² zur Verfügung. Diese kann für maximal vier Werbelogos genutzt und auf zwei Flächen verteilt werden.
2. Die Mindestabstände zwischen allen Logos und Applikationen sowie der Spielernummer betragen stets mindestens 3 cm. Deutsche Spieler (ProA) beziehungsweise Local Player (ProB) erhalten auf dem Trikot einen Aufnäher; dieser ist mittig auf der Vorderseite des Trikots anzubringen.

2 Werbung auf der Rückseite des Spielhemdes (i. V. m. § 57 SuVO)

1. Auf der Rückseite des Spielhemdes sind zwei Hinweise und zwei Werbungen zulässig. Die Höhe der Buchstaben und Zeichen der Hinweise beträgt mindestens 6 cm und darf 10 cm nicht überschreiten. Das jeweilige Werbelogo darf die Größe von 400 cm² nicht überschreiten. Zwischen den jeweiligen Elementen ist stets ein Mindestabstand von 3 cm einzuhalten. Einer der Hinweise muss den Namen des Spielers wiedergeben. Bei langen Nach- oder Doppelnamen ist eine Abkürzung zulässig; diese ist durch das Ligabüro zu genehmigen. Namenszusätze, wie sie im Ausweisdokument stehen, sind erlaubt.
2. Eine eindeutige Lesbarkeit und ein hoher Kontrast von Namen und Spielernummern müssen gewährleistet sein. Wird ein Hinweis unterhalb der Spielernummer platziert, kann dieser wahlweise als ein- oder zweizeiliger Textblock ausgeführt werden. Die Höhe der Buchstaben und Zeichen beträgt bei einem einzeiligen Textblock mindestens 6 cm und darf 10 cm nicht überschreiten; bei einem zweizeiligen Textblock darf der gesamte Textblock die Höhe von 12 cm nicht überschreiten. Die Lesbarkeit der Spielernummer darf nicht beeinträchtigt werden.



Vorderseite



Rückseite

3 Werbung auf dem Seiteneinsatz des Spielhemdes

1. Besitzt das Spielhemd einen Seiteneinsatz, ist hierin Werbung zulässig, sofern der Seiteneinsatz maximal 14 cm breit ist. Andernfalls kann in den Bereichen 7 cm um die beiden Seitennähte Werbung angebracht werden – ohne Anrechnung auf die Werbeflächen gemäß Nr 1 und 2.

4 Spielernummern

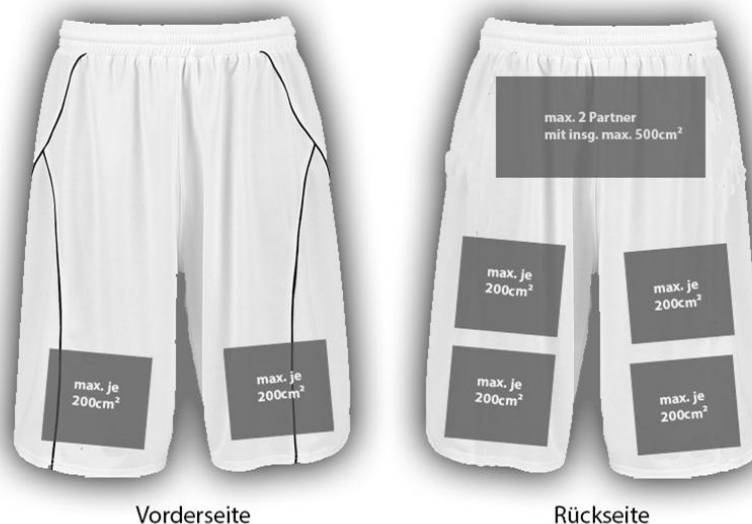
1. Zwischen zwei Applikationen (einschließlich Spielernummer) ist jeweils ein Mindestabstand von 3 cm einzuhalten. Ist eine Werbefläche nicht umrandet, wird sie durch das engstmögliche Rechteck begrenzt, das um die Werbung gezogen werden kann.

5 Werbung auf der Vorderseite der Spielhose

1. Auf der Vorderseite der Spielhose sind neben dem Herstellerlogo und der Spielernummer zwei Werbelogos zulässig. Sie dürfen jeweils 200 cm² nicht überschreiten.

6 Werbung auf der Rückseite der Spielhose

1. Auf der Rückseite der Spielhose steht eine Werbefläche von höchstens 500 cm² zur Verfügung; diese kann für zwei Werbelogos genutzt werden. Zusätzlich stehen vier weitere Werbeflächen von jeweils maximal 200 cm² zur Verfügung, die jeweils nur für ein Werbelogo verwendet werden dürfen.
2. Die vorstehenden Regelungen gelten sinngemäß.
3. Besitzt die Spielhose einen Seiteneinsatz, ist hierin Werbung zulässig, sofern der Seiteneinsatz maximal 14 cm breit ist. Andernfalls kann in den Bereichen 7 cm um die beiden Seitennähte Werbung angebracht werden – ohne Anrechnung auf die Werbeflächen gemäß Absatz 1 und 2.



II. SPIELAUSRÜSTUNGSGEGENSTÄNDE

7 Werbung an der Anzeigentafel/Leinwand

1. Die Werbung an Anzeigentafeln oder Leinwänden darf die Erkennbarkeit der Anzeige des laufenden Spielergebnisses, der Spielzeit und der Fouls nicht beeinträchtigen. Die Werbung ist anmeldefrei. Werbung auf oder unterhalb der 24-Sekunden-Anzeige ist zulässig; sie darf 50 % der Größe der 24-Sekunden-Uhr nicht überschreiten.

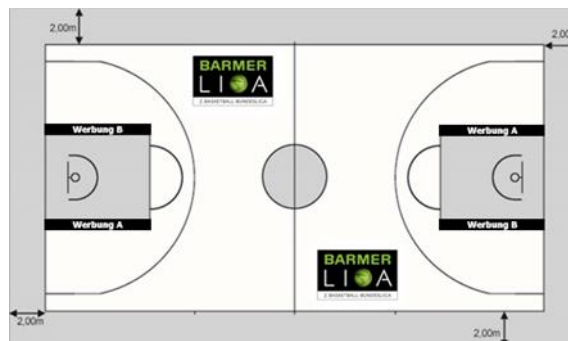
8 Werbung an der Korbanlage (i. V. m. § 59 SuVO)

1. Auf der Polsterung der beiden Spielbretter ist jeweils ein Werbeaufkleber in der maximalen Größe von 5 × 30 cm zulässig. Die Polsterung der beweglichen Korbanlage kann mit Werbung versehen werden. Die Werbung ist anmeldefrei. Sie muss an beiden Korbanlagen identisch sein und darf nicht über die Größe der Polsterung hinausreichen.
2. Das Ligalogo ist auf den Spielbrettern jeweils auf der Vorder- und Rückseite anzubringen.
3. Werbung am Korbarm ist in einer der nachfolgenden Formen zulässig:
 - a. Auf der Polsterung durch statische Werbeaufkleber, die während der Wettbewerbe beliebig gewechselt werden dürfen. Die Werbung darf nicht über die Größe der Polsterung hinausreichen.
 - b. Alternativ mittels einer LED-Werbefläche am Auslegearm der Korbanlage. Dabei sind die nachfolgenden Punkte einzuhalten: Die LED-Werbefläche darf ein Maß von 100 cm Breite und 40 cm Höhe nicht überschreiten. Das Layout ist zwingend statisch anzulegen und darf sich nicht störend auf das TV-Bild auswirken (z. B. durch einen sehr hellen beziehungsweise weißen Hintergrund). Die Werbefläche ist so weit wie möglich hinten am Korbarm zu positionieren und muss bündig mit dem unteren Ende des Korbarmes abschließen. Die LED-Werbefläche muss verletzungssicher konstruiert und abgepolstert sein. Aufbau, Betrieb und Darstellung der LED-Werbefläche dürfen grundsätzlich nicht zu einer Störung der Sicherheit, des Spielbetriebs, der Spieler, Schiedsrichter und/oder Zuschauer führen.
 - c. Alternativ mittels einer statischen Werbefläche am Auslegearm der Korbanlage. Dabei darf ein Maß von 100 cm Breite und 40 cm Höhe nicht überschritten werden. Die Werbefläche ist so weit wie möglich hinten am Korbarm zu positionieren und muss bündig mit dem unteren Ende des Korbarmes abschließen. Die Werbefläche muss verletzungssicher konstruiert und abgepolstert sein.

III. SPIELFELD UND UMGEBUNG

9 Werbung auf dem Spielfeldboden

1. Mittellinie und Freiwurflinie müssen sichtbar bleiben. Die Größe der Kreise beziehungsweise Halbkreise nach FIBA-Regeln darf nicht verändert werden. Zulässig ist, die Werbung eines Freiwurfkreises so anzubringen, dass sich daraus ein voller Kreis ergibt. Die Werbung kann in allen drei Kreisen beziehungsweise in den zwei Freiwurfbögen unterschiedlich sein. Die Werbung innerhalb eines Halbkreises und seiner Spiegelung muss jedoch einheitlich sein.
2. Die zulässige Größe der jeweiligen Zonen-Werbeflächen beträgt 5.750 mm × 580 mm. Die Gestaltung dieser Werbeflächen muss in einer einheitlichen 1c-Variante (alle vier Werbeflächen mit einfarbiger Gestaltung auf einfarbigem Hintergrund) angelegt sein. 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 (siehe Abbildung). Die Belegung nur eines Zonen-Werbeflächen-Paares (nur A oder nur B) ist nicht zulässig; sofern nur ein Paar dieser Flächen vermarktet ist, muss das zweite Paar ebenfalls belegt sein (dann z. B. mit Eigenwerbung).



3. Darüber hinaus sind maximal vier Bodenaufkleber in einer Größe von je 4 m² zulässig. Die Aufkleber dürfen keine Linie schneiden. Anstelle einer Werbung ist auf dem Spielfeldboden ein Hinweis auf den Städtenamen, das Stadtemblem, das Vereinseblem oder den Namen der Sporthalle beziehungsweise eine Kombination hieraus zulässig. Zusätzlich ist das Ligalogo in Form von zwei Bodenaufklebern anzubringen, sofern die 2. Basketball Bundesliga GmbH hierauf nicht verzichtet.
4. Vor Anbringung der Bodenaufkleber ist ein vorläufiger Entwurf zur Positionierung spätestens zwei Wochen vor dem ersten Ligaspiel bei der 2. Basketball Bundesliga GmbH einzureichen. Die Aufkleber sind erst nach Bestätigung der Positionierung durch die 2. Basketball Bundesliga GmbH anzubringen.
5. Bodenaufkleber und alle weiteren auf dem Spielfeld aufgebrachten Materialien (z. B. Klebeband zur Befestigung von Bodenaufklebern) müssen in der Griffigkeit nach den FIBA-Richtlinien den-

selben Anforderungen genügen, wie sie in § 40 SuVO für den Hallenboden definiert sind. Ein entsprechender Nachweis des Herstellers über die Griffigkeit der Bodenaufkleber und der weiteren verwendeten Materialien ist der 2. Basketball Bundesliga GmbH jährlich gemeinsam mit der Positionierung zu übermitteln. Alle Materialien (u. a. herkömmliches Klebeband), die diese Anforderung nicht erfüllen, sind nicht gestattet. Bei Zuwiderhandlung sind der Kommissar beziehungsweise der 1. Schiedsrichter berechtigt, die Aufkleber entfernen zu lassen. Die Bodenaufkleber und sonstigen Materialien müssen vollumfänglich und ganzflächig auf dem Spielfeldboden haften.

10 Werbung um das Spielfeld

1. Innerhalb der hindernisfreien Räume rings um das Spielfeld (200 cm hinter der Endlinie, 200 cm neben der Seitenlinie und in den Coaching-Boxen) ist Werbung auf dem Boden zulässig. Die Werbung darf nicht in den Bereich hineinreichen, der von Zuschauern betreten werden darf. Im Bereich um den Kampfrichtertisch bis zur Coaching-Box ist Werbung auf dem Boden untersagt.
2. Es sind maximal sieben unterschiedliche Werbepartner zulässig. Anstelle einer Werbung ist innerhalb der hindernisfreien Räume rings um das Spielfeld ein Hinweis auf den Städtenamen, das Stadtemblem, das Vereinselement, den Vereinsnamen oder den Namen der Sporthalle beziehungsweise eine Kombination hieraus zulässig.
3. Die Oberflächeneigenschaften der Werbung auf dem Spielfeld und dessen Umgebung müssen denen des übrigen Spielbodens entsprechen. Jegliche Werbung auf dem Spielfeld und dessen Umgebung ist anmeldepflichtig; dieser Anmeldepflicht ist bis spätestens zwei Wochen vor dem ersten Ligaspiel nachzukommen.

11 Maskottchen

1. Die Heimmannschaft darf die Bekleidung der Maskottchen frei wählen. Der Einsatz eines Maskottchens der Gastmannschaft bedarf der Zustimmung des Heimvereins.

12 Glasboden

1. Für Werbeflächen gelten die Regelungen aus Nr. 9. Durch den Einsatz des LED-Glasbodens dürfen keine zusätzlichen oder neuen Werbeflächen auf dem oder um das Spielfeld geschaffen werden.
2. Werbeflächen können im Spiel innerhalb der festgelegten Partner, die die Werbeflächen auf dem oder um das Spielfeld belegen, von unterschiedlichen Partnern belegt werden (Beispiel Mittelkreis: 1. Hälfte Partner A, 2. Hälfte Partner B). Die Werbeflächen können innerhalb des Spiels ebenso mit unterschiedlichen Botschaften belegt werden (Beispiel Mittelkreis: 1. Hälfte mit Logo Partner A, 2. Hälfte mit Produkt Partner A). Ein Wechsel zwischen Partnern und/oder Werbeflächen auf dem oder um das Spielfeld darf jeweils einmal pro Spiel in der Halbzeit vorgenommen werden.

3. Während der offiziellen Teampräsentationen im Pre-Game-Ablauf, in Auszeiten, in Viertelpausen sowie in der Halbzeitpause in den ersten fünf Minuten und maximal, bis ein Spieler wieder auf dem Feld ist, dürfen auf dem Boden Animationen, Videos etc. gezeigt werden. In diesen Zeiträumen bestehen keine Vorgaben zu Bewegungsgeschwindigkeiten, Darstellungsgrößen oder Animationseffekten; ebenso dürfen Partner und Sponsoren ohne weitere Beschränkung in die Animationen und Videos eingebunden werden. Während des laufenden Spiels sind Animationen auf dem Spielfeld grundsätzlich nicht erlaubt.
4. Die Umsetzung der Einfärbung des Bodens und das Courtdesign bedürfen einer vorherigen Freigabe durch die 2. Basketball Bundesliga GmbH.

13 Interviewrückwände (ProA)

1. Die ProA-Ligisten erhalten auf den offiziellen Interview-Rückwänden der 2. Basketball Bundesliga GmbH einen Werbeflächenanteil von 50 % der Werbeflächen in Anlehnung an das finale Design der Rückwand zur freien Vermarktung. Die Rückseite der Interview-Rückwand darf der Verein mit seinem Vereinslogo belegen oder an Partner vermarkten (außer alle Finalsspiele und alle Spiele des BBL-Pokals).
2. Die Umsetzung muss zwingend final durch die 2. Basketball Bundesliga GmbH freigegeben werden. Die jeweilige Heimmannschaft ist dazu verpflichtet und dafür verantwortlich, dass die Interview-Rückwand sicher gelagert und bei den Übertragungen dem Livestream zur Verfügung gestellt wird. Näheres regelt das Livestream-Manual.
3. Die Anschaffungskosten trägt die 2. Basketball Bundesliga GmbH. Etwaige entstehende Kosten durch Veränderungen (z. B. neues Layout durch Sponsorenwechsel) trägt der Verursacher der Veränderung zu 100 %.

IV. BANDENWERBUNG

13 Bandenwerbung (i. V. m. § 61 SuVO)

1. Die Höhe einer zweiten Bandenreihe muss einheitlich sein. Die Gestaltung statischer Werbebanden hat zwingend in einer einheitlichen 1c-Variante (d. h. alle Werbeflächen mit einfarbiger Gestaltung auf einfarbigem Hintergrund) zu erfolgen. Eigenwerbung auf der statischen zweiten Bandenreihe ist auch in einer 4c-Variante zulässig. Wird die zweite Bandenreihe als LED-Bande gestaltet, ist keine statische Bandenreihe mehr zulässig. Es dürfen somit maximal zwei Bandenreihen vorhanden sein.
2. Die Polsterungen aller in der Spielhalle vorhandenen LED-Banden dürfen an einen einzigen Partner frei vermarktet werden. Die Gestaltung dieser Werbefläche darf nur in einer einheitlichen 1c-

Variante (einfarbige Gestaltung auf einfarbigem Hintergrund) angelegt sein. Der Partner dieser Werbefläche ist vorab in der anzeigepflichtigen Werbung festzuhalten und im Anschluss von der 2. Basketball Bundesliga GmbH freigeben zu lassen.

Ende des Marketing- und Werbe-Manuals

Köln, den 12.07.2026

Christian Krings | Geschäftsführer

2. Basketball-Bundesliga GmbH