
I.	ALLGEMEINES.....	2
1	Geltungsbereich und Rechtsgrundlage.....	2
II.	MARKE UND GESTALTUNG.....	2
2	Corporate Identity	2
3	Liga-Logo (i.V.m. § 64 SuVO).....	2
4	Sponsoren und Partner	2
5	Schreibweise	3
III.	MEDIENBETRIEB AM SPIELTAG	3
6	Akkreditierung	3
7	Presseplätze (i.V.m. § 50 SuVO)	3
8	Datenpartner (i.V.m. § 50 SuVO).....	3
9	Presseraum (ProA, i.V.m. § 50 SuVO)	3
10	Pressekonferenz und Medien-Talk (i.V.m. § 50 SuVO).....	4
IV	BILDER & FOTOS (i. V. m. § 50 SuVO)	4
11	Teamfoto (i.V.m. § 50 SuVO).....	4
12	Spielerfotos (i.V.m. § 50 SuVO).....	5
13	Upload Spielerfotos (Liga-Datenbank).....	6
14	Action-Ganzkörperfotos (i.V.m. § 50 SuVO).....	6
15	Spieltagsfotografie – Qualitätsstandards	7
16	Spiele Szenen (lizenzfrei).....	8
17	Spieltagsbilder Fotodatenbank.....	8
18	Videoclips und Highlights	9
19	Datenbankzugang	9
V.	SOCIAL MEDIA.....	9
20	Plattformen	9
21	Logopflicht nach Format.....	11
22	Standardformate mit Spielbetriebsbezug.....	11
	Formate ohne Liga-Logo	13
VI.	ANHANG UND SCHLUSSBESTIMMUNGEN	13
23	Hilfsmittel und Verweise	13
24	Inkrafttreten.....	13

I. ALLGEMEINES

1 Geltungsbereich und Rechtsgrundlage

1. Dieses Manual ist eine nachrangige Bestimmung im Sinne des § 2 SuVO. Es konkretisiert die Anforderungen an die Medienarbeit, insbesondere an Fotografie, Bildmaterial und Social Media, nach § 50 SuVO (Medien und Presse; Bildmaterial, Fotoservice, Clublogo; Internet-Berichtspflicht) und § 64 SuVO (Werbeflächen der 2. Basketball-Bundesliga GmbH – Logo und Titel).
2. Es gilt für alle Bundesligisten der Spielklassen ProA und ProB. Soweit eine Regelung nur eine Spielklasse betrifft, ist dies kenntlich gemacht; im Übrigen gilt sie für ProA und ProB gleichermaßen.
3. Verstöße gegen dieses Manual werden nach Maßgabe des Strafenkatalogs geahndet (§ 2, § 66 SuVO).
4. Bei Widersprüchen zwischen diesem Manual und der SuVO gehen die Regelungen der SuVO vor.
5. Ansprechpartner der 2. Basketball-Bundesliga GmbH: für Social Media Lisa Wadt (wadt@2basketballbundesliga.de), für alle weiteren medienrelevanten Themen Joshua Kaiser (kaiser@2basketballbundesliga.de).

II. MARKE UND GESTALTUNG

2 Corporate Identity

1. Alle Medieninhalte (Foto, Grafik, Video, Social-Media-Beitrag) haben die visuelle Identität des Vereins widerzuspiegeln und zugleich die Zugehörigkeit zur Liga erkennbar zu machen. Hierzu zählen die konsequente Verwendung von Vereinsfarben, Schriften, Logos und Gestaltungselementen sowie ein wiedererkennbarer Stil über alle Kanäle.
2. Es gilt der Grundsatz „Qualität vor Quantität“. Inhalte sind in hoher technischer und gestalterischer Qualität bereitzustellen; unscharfe Bilder, fehlerhafte Grafiken oder uneinheitliche Gestaltungen sind zu vermeiden.

3 Liga-Logo (i.V.m. § 64 SuVO)

1. Das Liga-Logo ist auf allen Beiträgen mit Bezug zum Spielbetrieb der BARMER 2. Basketball Bundesliga oder zu den dazugehörigen Verantwortlichen, Trainern und Spielern einzubinden. Es ist in guter Qualität mit einer Mindestgröße von 2 cm (hoch) und 1,5 cm (breit) einzubinden, damit es zuverlässig erkannt werden kann.
2. Alle Logo-Varianten dürfen genutzt werden; sie dürfen nicht verzerrt oder anderweitig verändert werden. Das Wasserzeichen ist ausschließlich im Livestream und in Videos zu verwenden. Die zulässigen Logo-Dateien sind dem Downloadbereich zu entnehmen.

4 Sponsoren und Partner

1. Vereins- und Liga-Sponsoren sind in der Außendarstellung soweit möglich gleichberechtigt zu berücksichtigen.

2. Unzulässig sind: Die Veröffentlichung von Bildern mit ehemaligen Sponsoren (ausgenommen erkennbare Archivbilder, z. B. Throwbacks), die für die Öffentlichkeit sichtbare Darstellung von Produkten ehemaliger Sponsoren (z. B. Ballwagen/Bälle früherer Ballpartner bei Heimspielen oder im Livestream) sowie die Bewerbung ehemaliger Sponsoren durch Verlosungen oder Gewinnspiele.

5 Schreibweise

1. Die offizielle Schreibweise lautet „BARMER 2. Basketball Bundesliga“ (ohne Bindestrich, „BARMER“ stets in Versalien, die „2“ stets als Ziffer). In Publikationen und Texten ist zunächst die Hauptbezeichnung zu verwenden; eine Kurzform darf erst nach wiederholter Nennung benutzt werden.

III. MEDIENBETRIEB AM SPIELTAG

6 Akkreditierung

1. Akkreditierungsanfragen sind spätestens 48 Stunden vor Spielbeginn an den Spielveranstalter zu richten. Am Spieltag haben nur akkreditierte Medienvertreter Anspruch auf kostenlosen Zutritt. Über Dauerakkreditierungen und Parkscheine entscheidet der Spielveranstalter; er kann Akkreditierungsanfragen ablehnen.

7 Presseplätze (i.V.m. § 50 SuVO)

1. Für akkreditierte Medienvertreter sind mindestens fünf (ProA) bzw. drei (ProB) Tischarbeitsplätze (inkl. Strom; in der ProA zudem ein vom Scouting und Livestream unabhängiger Internetzugang) bereitzustellen. Für die ProA wird die Einrichtung von bis zu acht Plätzen empfohlen.
2. Bei Bedarf ist ein Platz für einen Medien-Mitarbeiter des Gastteams bis drei Tage vor Tip-Off zu reservieren.
3. Es wird empfohlen, die Presseplätze unmittelbar am Spielfeldrand, bzw. im Unterrang einzurichten und von den Zuschauerplätzen abzugrenzen.
4. Übersteigt die Zahl der Anfragen die Zahl der Plätze, ist nach Relevanz (insbesondere Auflage und Reichweite) zu priorisieren. Der Spielveranstalter stellt ein störungsfreies Arbeiten sicher; Fotografen arbeiten an zu benennenden Plätzen am Spielfeldrand.

8 Datenpartner (i.V.m. § 50 SuVO)

1. Für die Operatoren/Mitarbeiter des Datenpartners der 2. Basketball-Bundesliga GmbH sind drei Plätze bereitzuhalten – möglichst auf den Presseplätzen in Spielfeldnähe – mit ungehinderter Sicht, Tischarbeitsplatz, Stromanschluss und eigenem WLAN.
2. Für das WLAN des Datenpartners gilt: dediziertes Netzwerk mit sicherem Passwort, ausschließlich für das Datenpartner-Personal; Nutzung des 2,4-GHz-Bands; bei Bedarf WLAN-Extender in Sitzplatznähe; aktivierte Sicherheitseinstellungen am Router; Schutz vor Überlastung durch zu viele Geräte.

9 Presseraum (ProA, i.V.m. § 50 SuVO)

1. Für die Medienvertreter ist ein separater Presseraum mit Internetanschluss bzw. WLAN bereitzustellen. Er bietet mindestens drei Arbeitsplätze mit Tisch und Stuhl; Zugang haben

alle akkreditierten Medienvertreter und Fotografen. Es wird empfohlen, alkoholfreie Getränke kostenlos zur Verfügung zu stellen.

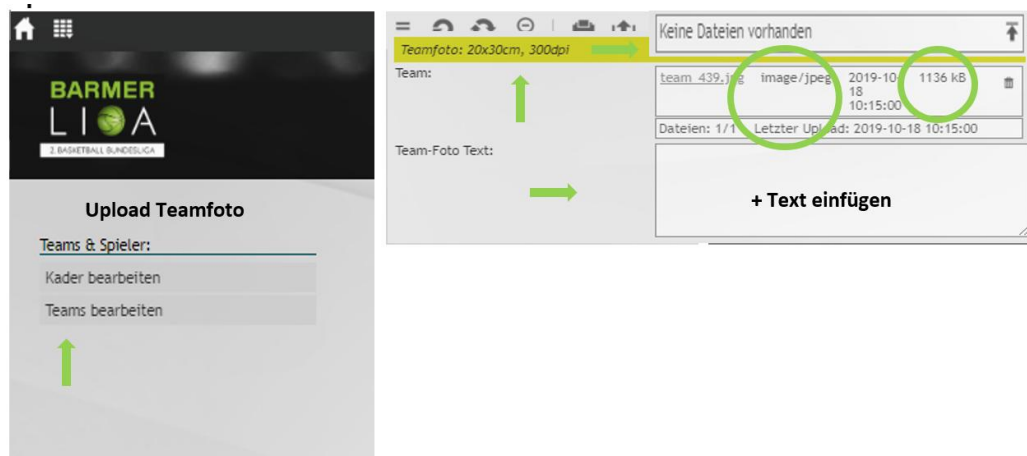
10 Pressekonferenz und Medien-Talk (i.V.m. § 50 SuVO)

1. Nach jedem Spiel ist eine nicht-öffentliche Pressekonferenz und optional zusätzlich ein Medien-Talk für die Fans durchzuführen. Pressekonferenz bzw. Medien-Talk beginnen 10 bis 15 Minuten nach Spielende und sollen nicht länger als 10 Minuten dauern.
2. Die Teilnahme an der Pressekonferenz ist für die Chef-Trainer verpflichtend und für je einen auf dem Spielberichtsbogen eingetragenen Spieler optional; der Medien-Talk ist mit mindestens einem eingetragenen Spieler durchzuführen. Auf eine gleichberechtigte Behandlung beider Trainer ist zu achten; Trainer und Spieler der Gastmannschaft sind in den Presseraum zu begleiten. Im Anschluss stehen Trainer und Spieler für Einzelinterviews in einer einzurichtenden Mixed-Zone zur Verfügung.
3. Die Pressekonferenzen sind mit einer Videokamera in voller Länge (mindestens Full-HD 1920 × 1080, Format 16:9) aufzuzeichnen und der 2. Basketball-Bundesliga GmbH spätestens 20 Stunden nach angesetztem Spielbeginn zur Ausstrahlung bereitzustellen. Es sind Tisch- oder Handmikrofone zu verwenden.
4. Nach einem Spiel der ProB kann auf Pressekonferenz und Medien-Talk ausnahmsweise verzichtet werden, wenn die organisatorischen Voraussetzungen nicht gegeben sind.

IV BILDER & FOTOS (i. V. m. § 50 SuVO)

11 Teamfoto (i.V.m. § 50 SuVO)

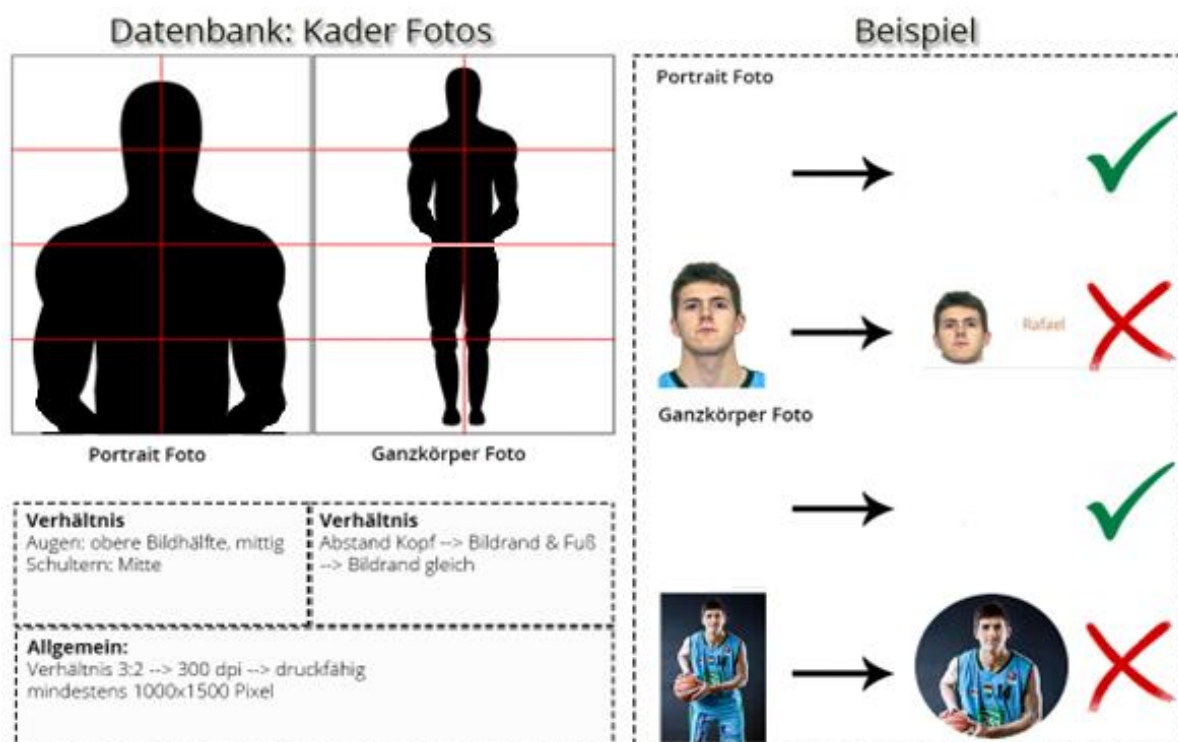
1. Jeder Bundesligist ist verpflichtet, bis zwei Wochen vor dem ersten Ligaspiel ein Mannschaftsfoto in Druckqualität (300 dpi, mindestens 15 cm breit, Format 16:9) rechtefrei und unentgeltlich bereitzustellen und während der Saison stets ein aktuelles Mannschaftsfoto vorzuhalten. Auf dem Foto ist die aktuelle Spielkleidung zu tragen; das Foto ist im Querformat zu erstellen und mit keinen Logos zu versehen. Die Reihenfolge der abgebildeten Personen ist in der Datenbank korrekt anzugeben.
2. Bei Zu- oder Abgängen ist jeweils spätestens zu Beginn der Rückrunde und der Playoffs ein aktualisiertes Mannschaftsfoto bereitzustellen. Mannschaftsfotos in Practice Gear oder in Trikotentwürfen sind nicht gestattet.



Upload-Maske Mannschaftsfoto (Liga-Datenbank)

12 Spielerfotos (i.V.m. § 50 SuVO)

- Jeder Bundesligist ist verpflichtet, bis zwei Wochen vor dem ersten Ligaspiel je ein Portrait- und ein Ganzkörperfoto jedes Spielers rechtfrei und unentgeltlich gemäß den Datenbank-Spezifikationen hochzuladen. Bei Neu- oder Nachverpflichtung sind die Fotos binnen einer Woche ab Erteilung der Spielerlizenz hochzuladen.

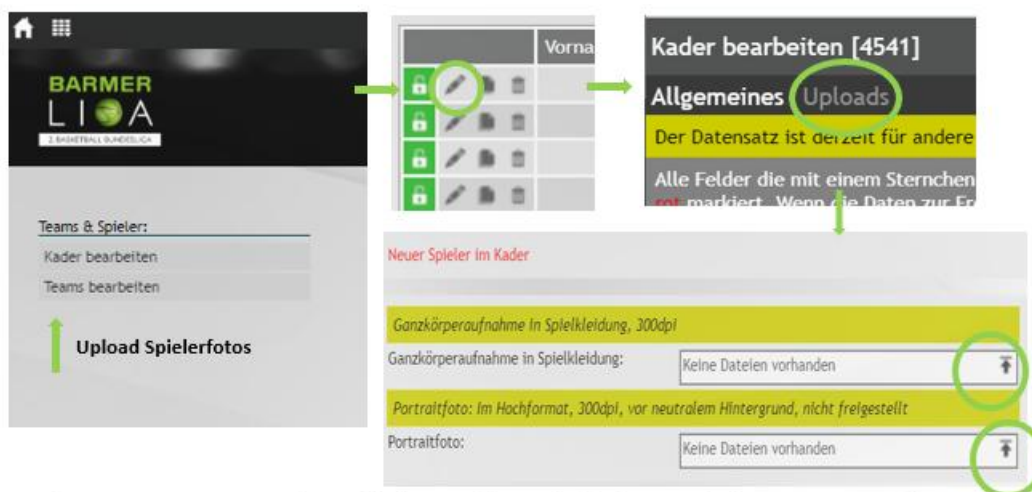


- Anforderungen: einheitliche, aktuelle Spielkleidung der jeweiligen Saison vor weißem (#ffffff), neutralem Hintergrund; Körper frontal ausgerichtet und im Bildmittelpunkt; das Portraitfoto zeigt den Körper bis zur Hüfte, das Ganzkörperfoto den ganzen Körper; keine abgeschnittenen Körperteile; gleicher Abstand zwischen Kopf und Füßen zum Bildrand; ausreichende, gleichmäßige und neutrale Belichtung ohne farbige Beleuchtung; aktuelles Trikot mit korrekter Nummer.

DO'S – Spielerfotos



13 Upload Spielerfotos (Liga-Datenbank)



Wichtig!! Um einen Vorgang abzuschließen und damit die Änderung auf der Homepage/in der App sichtbar wird, müssen die Daten immer an das Ligabüro übermittelt werden. Ansonsten werden der Geschäftsstelle die vorgenommenen Änderungen nicht angezeigt.

Team-Daten an Liga-Büro zur Freigabe übergeben

14 Action-Ganzkörperfotos (i.V.m. § 50 SuVO)

1. Jeder Bundesligist ist verpflichtet, bis zwei Wochen vor dem ersten Ligaspiel je Spieler zwei individuell gestaltete Action-Ganzkörperfotos rechtfrei und unentgeltlich in die Fotodatenbank hochzuladen (Neuverpflichtungen binnen einer Woche ab Lizenz).
2. Anforderungen: weißer (#ffffff), neutraler Hintergrund; Körper im Bildmittelpunkt (Ausrichtung frei wählbar); keine abgeschnittenen Körperteile; aktuelles Trikot mit korrekter Nummer; gleichmäßige Belichtung; aktueller Spielball mit intakten, nicht ausgeblenden Logos (Liga-Logo, Logo des Ballsponsors), möglichst zur Kamera ausgerichtet. Der Einsatz von Mimik und Gestik ist erwünscht.

Action-Ganzkörperfotos – Ball mit sichtbaren, intakten Logos



Mimik & Gestik erwünscht



15 Spieltagsfotografie – Qualitätsstandards

1. Alle Bilder müssen eine hohe technische Qualität (scharf, korrekt belichtet, mindestens 300 dpi, ohne deutliches Bildrauschen) aufweisen. Bei der Bearbeitung darf ausschließlich das Preset der 2. Basketball-Bundesliga GmbH genutzt werden; Originaldateien sind in hoher Qualität zu speichern.
2. Anforderungen an die Motivauswahl: gut erkennbare Gesichter und authentische Emotionen; sichtbarer Ball; bei Würfungen, Korblegern und Dunks vollständig abgebildeter Korb; erkennbare Trikotnummern, Trikotsponsoren und Liga-Logo; ausgewogene Berücksichtigung beider Mannschaften sowie ergänzende Motive (Trainer, Bänke, Jubel, Fans, Hallenatmosphäre).

Beispiele Spielszenen (Auswahl)



16 Spielszenen (lizenzfrei)

1. Zum 5. und 20. Spieltag (ProB: 5. und 15. Spieltag) sind jeweils mindestens 20 Fotos in Druckqualität (300 dpi) von Spielszenen der aktuellen regulären Hauptrunde rechtefrei und unentgeltlich für die Medienarbeit bereitzustellen (Mischung von etwa 80 % Spielszenen und 20 % sonstigen Szenen). Die IPTC-Felder (Überschrift, Bildtext, Aufnahmedatum, Name des Fotografen) sind verpflichtend auszufüllen.
2. Die Dateibenennung lautet: Heim_Gast_Spielername_Nummer_Aktion (Beispiel: LEV_ROS_Heinzmann_22_Dunk). Der Upload erfolgt als ZIP-Datei in den vorgesehenen Ordner der Fotodatenbank.
3. Mit der Bereitstellung räumt der Bundesligist der 2. Basketball-Bundesliga GmbH ein einfaches, zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränktes Nutzungsrecht zur lizenzfreien Verwendung ein (insbesondere Vervielfältigung, Verbreitung, öffentliche Zugänglichmachung, Bearbeitung sowie Nutzung für Öffentlichkeitsarbeit, Vermarktung, Dokumentation und Archivierung) einschließlich des Rechts zur Weitergabe an den Kooperationspartner picture alliance (dpa) zur unbeschränkten Weiterverwertung. Der Bundesligist versichert, über die erforderlichen Rechte zu verfügen, und stellt die 2. Basketball-Bundesliga GmbH sowie picture alliance von Ansprüchen Dritter frei.

17 Spieltagsbilder Fotodatenbank

1. Jeder Bundesligist der ProA ist verpflichtet, zu jedem eigenen Heimspiel bis zum Beginn des 3. Viertels 5 Action-Bilder und bis 30 Minuten nach Spielende 15 weitere Action-Bilder in die Liga-Fotodatenbank hochzuladen. Davon müssen mindestens 5 Fotos die Gastmannschaft in Aktion (inkl. Spielball) abbilden. Für die ProB ist der Upload während des Spiels freigestellt.
2. Die Fotos sind mit dem bereitgestellten Preset zu bearbeiten; darüber hinaus dürfen sie nicht bearbeitet und nicht angeschnitten werden. Die Motive sollen so gewählt sein, dass sich aus Qualitätsgründen maximal 20-30% des Bildes abschneiden lassen. Die Benennung lautet STXX_Heim_Gast (Beispiel: ST14_Hagen_Paderborn). Bis 48 Stunden nach Spielende sind den Bildern Tags (Namen der abgebildeten Spieler, Beschreibung der Aktion) zuzuweisen; als Autor ist stets der Fotograf anzugeben.
3. Mit dem Upload erhalten alle Bundesligisten und die 2. Basketball-Bundesliga GmbH das Recht zur redaktionellen Nutzung der Bilder, stets unter Nennung des Autors. Eine Nutzung zu Werbezwecken oder eine Entfremdung ist unzulässig. Die Fotodatenbank wird

ausschließlich intern genutzt; Medien, Presse und sonstige Dritte – mit Ausnahme der Vereinsfotografen – erhalten keinen Zugang.

Ausgewogene Darstellung von Heim- und Gastteam beachten



18 Videoclips und Highlights

1. Highlightclips der Spiele sowie Highlights aus dem Livestream sind in die Kommunikation einzubinden. Es gelten die Vorgaben zur Logonutzung und zu den Formaten; die Einzelheiten regelt das Livestream-Manual.

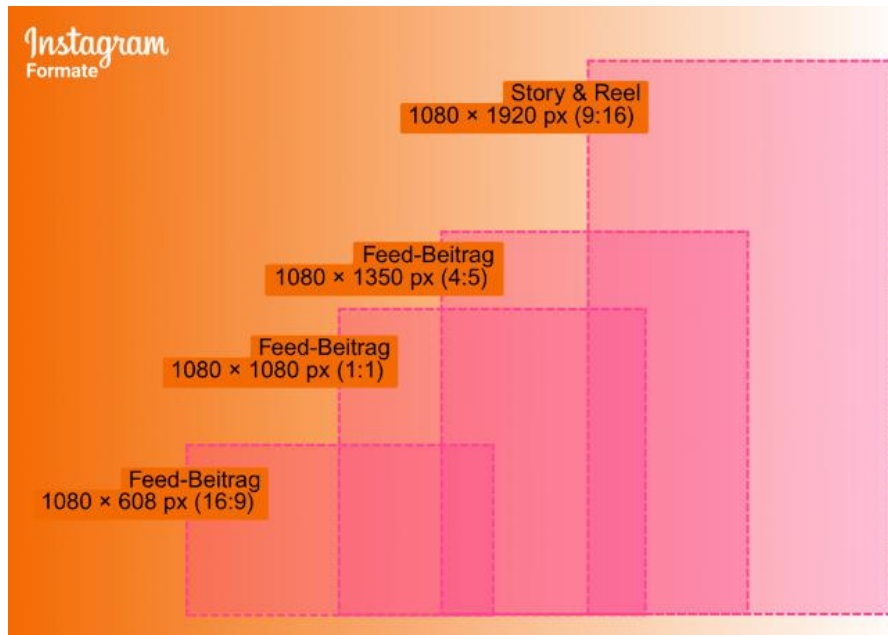
19 Datenbankzugang

1. Der Zugang zur Datenbank (db.2basketballbundesliga.de) und zur Fotodatenbank (foto.2basketballbundesliga.de) erfolgt über ein persönliches Login. Benutzerkonten für Fotografen und Vereinsverantwortliche sind bei der 2. Basketball-Bundesliga GmbH anzufragen.

V. SOCIAL MEDIA

20 Plattformen

1. Instagram: In der Profil-Biografie ist der offizielle Liga-Account (@barmer2basketballbundesliga) zu markieren; die bloße Nennung genügt nicht. Die Markierung von Liga, beteiligten Vereinen sowie relevanten Partnern und Sponsoren ist empfohlen; die Collab-Post-Funktion kann genutzt werden. Empfohlene Formate: Feed-Beiträge 4:5 (1080 × 1350 px), Storys und Reels 9:16 (1080 × 1920 px).



Instagram – Formatübersicht

2. Facebook: Das Titelbild der Vereinsseite ist mit dem Liga-Logo zu versehen (auf Desktop- und Mobilgeräten sichtbar). In den Vereinsinformationen ist die Zugehörigkeit zur „BARMER 2. Basketball Bundesliga ProA“ bzw. „ProB“ in korrekter Schreibweise anzugeben. Ein rechtssicheres, leicht auffindbares und dauerhaft erreichbares Impressum ist verpflichtend.
3. TikTok: Es gelten dieselben Vorgaben zu Markenauftritt, Logo-Verwendung und Ligazugehörigkeit wie für Instagram. Es darf ausschließlich lizenzierte bzw. von TikTok freigegebene Musik verwendet werden; die Einhaltung der Musikrechte liegt in der Verantwortung des Vereins.

21 Logopflicht nach Format

1. Für die Einbindung des Liga-Logos bzw. -Wasserzeichens gilt die folgende Übersicht:

Format	Liga-Logo	Pflicht	Empfehlung
Gameday	Ja	Ja	Feed + Story
Halbzeit	Ja	Nein	Story
Endstand	Ja	Ja	Feed
Starting Five	Ja	Ja	Feed + Story
Verpflichtung	Ja	Ja	Feed
Vertragsverlängerung	Ja	Ja	Feed
Spielerabgang	Ja	Ja	Feed
Man of the Match	Ja	Ja	Feed
Interview / Zitat	Ja	Ja	Feed
Spielfotos	Ja (Wasserzeichen)	Ja	Album
Highlight-Video	Ja (Wasserzeichen)	Ja	Reel
Sponsoring-Event	Nein	Nein	Story oder Feed

22 Standardformate mit Spielbetriebsbezug

1. Alle Formate mit direktem Bezug zum Spielbetrieb sind mit dem offiziellen Liga-Logo zu versehen. Dies betrifft insbesondere die Spieltagskommunikation (Gameday-, Halbzeit-, Endstandsgrafiken, Starting Five), die Spielerkommunikation (Verpflichtungen, Vertragsverlängerungen, Abgänge, Geburtstage), leistungsbezogene Inhalte (z. B. Man of the Match, MVP) sowie Interviews und Zitate.
2. Fotos von Spielen sind mit dem Liga-Logo, bei Fotoalben genügt die Platzierung auf dem Titelbild. Fotografen sind zu kennzeichnen. Videos, Highlight-Clips, Interviews und sonstige Bewegtbildinhalte mit Bezug zur Liga sind mit dem offiziellen Liga-Wasserzeichen oben links dauerhaft sichtbar zu versehen.

Spieltagskommunikation – gute Beispiele



Halbzeit-/Endstandsgrafiken – gute Beispiele



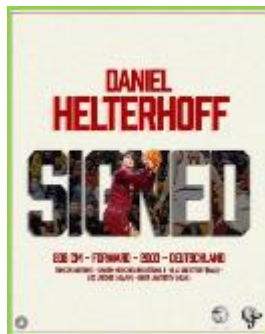
Starting Five – gutes Beispiel



Interviews & Zitate – gutes Beispiel



Spielerkommunikation – gute Beispiele



Leistungsbezogene Inhalte – gute Beispiele



Formate ohne Liga-Logo

1. Keine Einbindung des Liga-Logos ist erforderlich bei Inhalten ohne unmittelbaren Bezug zum Spielbetrieb des ProA- oder ProB-Teams, etwa Sponsoring-Events, Autogrammstunden, Vereinsveranstaltungen, Nachwuchsberichte, E-Sports-Aktivitäten, allgemeine Vereinsinformationen, geteilte externe Inhalte sowie Glückwünsche und Gedenkbeiträge.

Beispiele – Formate ohne Liga-Logo



VI. ANHANG UND SCHLUSSBESTIMMUNGEN

23 Hilfsmittel und Verweise

1. Zur Erstellung und Verbreitung von Medieninhalten können geeignete Grafik- und Dateitransfer-Werkzeuge genutzt werden; maßgeblich bleiben unabhängig vom Werkzeug die in diesem Manual definierten Gestaltungsrichtlinien, Formate und Qualitätsstandards. Dafür können folgende Tools genutzt werden:
 - Bitly: Verkürzung von Links
 - Canva/Adobe: Erstellung von Grafiken
 - SwissTransfer: Versenden von Dateien ohne Qualitätsverlust (bis zu 50GB)
2. Verzeichnis:
 - Datenbank (db.2basketballbundesliga.de);
 - Fotodatenbank (foto.2basketballbundesliga.de)
 - Liga-Logos und Downloadbereich ([Downloadbereich 2BBL](#); [Downloads](#))
 - Social-Media-Accounts der Liga:
 - Instagram @barmer2basketballbundesliga,
 - TikTok @2basketballbundesliga,
 - Facebook /barmer2basketballbundesliga,
 - YouTube @2.basketballbundesliga,
 - LinkedIn „BARMER 2. Basketball Bundesliga“.

24 Inkrafttreten

1. Dieses Manual wird gemäß § 2 SuVO von der Geschäftsführung in Abstimmung mit dem Vorstand der AG 2. Basketball-Bundesliga e. V. erlassen und tritt mit der Mitteilung an die Bundesligisten in Kraft. Es gilt für die Saison 2026/2027.

Köln, 12. Juli 2026

Christian Krings

Geschäftsführer, 2. Basketball-Bundesliga GmbH