

Der Deutsche Fußball-Bund trauert um

## Franz Beckenbauer

der am 7. Januar 2024 im Alter von 78 Jahren verstorben ist.

Der Ehrenspielführer der Nationalmannschaft hat den Fußball in Deutschland und in der ganzen Welt wie kaum ein anderer beeinflusst. Neben dem Brasilianer Mário Zagallo und dem Franzosen Didier Deschamps ist Beckenbauer einer von drei Menschen, die als Spieler (1974) und als Trainer (1990) Fußball-Weltmeister wurden. 2006 gelang ihm ein Triple der besonderen Art: Als Chef des Organisationskomitees war er verantwortlich für die erfolgreiche Ausrichtung der Weltmeisterschaft in Deutschland.

Als Spieler hat Franz Beckenbauer alles gewonnen, was es zu gewinnen gibt. Mit der deutschen Nationalmannschaft wurde er nicht nur Weltmeister, 1972 gewann er auch den Europameisterschafts-Titel. Bei diesen beiden Turnieren und insgesamt 50-mal führte er das DFB-Team als Kapitän aufs Feld. Als erster deutscher Fußballer absolvierte er mehr als 100 Länderspiele, 103 Einsätze für die DFB-Auswahl sind für ihn notiert. Zu seinen Erfolgen mit der Nationalmannschaft zählen neben der Vize-Weltmeisterschaft 1966 auch die Vize-Europameisterschaft 1976.

Seine Vereinskariere hat Franz Beckenbauer zu weiten Teilen beim FC Bayern München verbracht. Mit dem FCB wurde er Deutscher Meister (1969, 1972, 1973, 1974) und DFB-Pokalsieger (1966, 1967, 1969, 1971). Große Erfolge feierte er mit dem FC Bayern auch international. Dreimal gewann Beckenbauer den Europapokal der Landesmeister, einmal den Europapokal der Pokalsieger und einmal den Weltpokal. Deutscher Meister wurde er zudem 1982 in seiner Zeit beim Hamburger SV. Erfolgreich war er auch als Vereinstrainer. 1991 wurde Beckenbauer mit Olympique Marseille Meister in Frankreich. Mit dem FC Bayern wurde er als Trainer 1994 Deutscher Meister und 1996 UEFA-Pokal-Sieger.

Franz Beckenbauer erhielt zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen. Er war zweimal Europas (1972 und 1976) und viermal Deutschlands „Fußballer des Jahres“ (1966, 1968, 1974, 1976). Im Jahr 2000 wurde er zu Deutschlands „Fußballer des Jahrhunderts“ gewählt. Zu den staatlichen Auszeichnungen gehörten das Große Verdienstkreuz des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland und das Silberne Lorbeerblatt. Der Deutsche Fußball-Bund ernannte Beckenbauer zum Ehrenmitglied und 1982 zum Ehrenspielführer. 2018 wurde er in die erste Elf der „Hall of Fame des deutschen Fußballs“ des Deutschen Fußballmuseums aufgenommen.

Der Tod Franz Beckenbauers ist eine echte Zäsur. Mit Hochachtung und Dankbarkeit blickt der Deutsche Fußball-Bund auf sein Lebenswerk. Mit ihm verliert die große Fußballgemeinde einen einzigartigen Sportler und liebenswerten Menschen. Der „Kaiser“ war einer der besten Spieler, den unser Sport je gesehen hat. Mit seiner Leichtigkeit, seiner Eleganz und seiner Übersicht hat er auf dem Spielfeld Maßstäbe gesetzt. Seine Akribie und Ausstrahlung als Teamchef sowie seine Energie und Tatkraft als Chef des WM-OK 2006 sind unvergessen. Franz Beckenbauer hinterlässt ein großes Vermächtnis für den DFB und den Fußball insgesamt.

Sein Tod macht uns unsagbar traurig. Wir werden Franz Beckenbauer sehr vermissen. Wir werden ihn in Erinnerung behalten als großen Sportler, als großartigen Menschen und als überragenden Fußballer.

Deutscher Fußball-Bund

**Bernd Neuendorf**  
Präsident

**Heike Ullrich**  
Generalsekretärin

Der Deutsche Fußball-Bund trauert um den ehemaligen Nationalspieler

## Klaus Wunder

(Hemmingen)

der am 19. Januar 2024 im Alter von 73 Jahren verstorben ist.

Klaus Wunder gehörte unter anderem der Auswahl des Deutschen Fußball-Bundes beim olympischen Fußballturnier 1972 in Deutschland an. Für die Amateur-Nationalmannschaft des DFB bestritt der schnelle und schussstarke Stürmer in der Zeit zwischen 1970 und 1972 insgesamt 20 Länderspiele. Außerdem kam er 1972 bis 1974 zu mehreren Einsätzen in der B-Auswahl und der damaligen U 23-Nationalmannschaft des DFB. Am 5. September 1973 debütierte er in der A-Nationalmannschaft, die in Moskau mit 1:0 gegen die Auswahl der Sowjetunion gewann.

Die längste Zeit spielte Klaus Wunder für den MSV Duisburg (1971 bis 1974) und Hannover 96 (1975 bis 1978). Mit dem FC Bayern München wurde er 1975 Europa-Pokalsieger der Landesmeister. Seine Bundesliga-Karriere beendete er 1980 beim SV Werder Bremen. Insgesamt brachte er es auf 200 Einsätze und 52 Tore in der damaligen höchsten Spielklasse. Anschließend spielte er noch bei einigen Amateurvereinen in Westfalen, ehe er 1985 seine Fußballer-Laufbahn beim damaligen Oberligisten TuS Hessisch Oldendorf ausklingen ließ.

Wir müssen Abschied nehmen von einem großartigen Sportler, dem wir ein bleibendes Andenken bewahren werden.

Deutscher Fußball-Bund

**Bernd Neuendorf**  
Präsident

**Heike Ullrich**  
Generalsekretärin

Der Deutsche Fußball-Bund trauert um

## Rudi Pohler

(Hannover)

der am 17. Januar 2024 im Alter von 95 Jahren gestorben ist.

Bereits von Beginn der Bundesliga an bis zum Jahr 1993 war Rudi Pohler Schiedsrichter-Beobachter in Deutschlands höchster Spielklasse. Darüber hinaus saß er zwischen 1974 und 1983 im Schiedsrichter-Lehrstab des Deutschen Fußball-Bundes und gehörte viele Jahre dem Schiedsrichter-Ausschuss des DFB, des Norddeutschen- und des Niedersächsischen Fußballverbandes an. In dieser Zeit machte er sich einen Namen als ständiger Mitarbeiter der DFB-Schiedsrichter-Zeitung und Autor eines Handbuchs für Unparteiische. In seiner Funktion als Lehrwart und Obmann prägte er zahlreiche Schiri-Größen im NFV, die allesamt in der Bundesliga und zum Teil sogar auf internationaler Ebene piffen.

Rudi Pohler, der 1999 zum Ehrenmitglied des Niedersächsischen Fußballverbandes ernannt wurde, war eine der herausragendsten Persönlichkeiten in der Geschichte des NFV und diente Generationen von Unparteiischen als Vorbild. Durch sein großes Fachwissen, durch seine persönliche Integrität und durch seine Leidenschaft für das Schiedsrichter-Wesen.

Wir haben mit Rudi Pohler einen exzellenten Schiedsrichter und guten Freund verloren, der uns und vor allem den Fußballern in Niedersachsen in dankbarer Erinnerung bleiben wird.

Deutscher Fußball-Bund

**Bernd Neuendorf**  
Präsident

**Heike Ullrich**  
Generalsekretärin

## DFB-PRÄSIDIUM

### Ehrungen

Das Präsidium des Deutschen Fußball-Bundes hat die DFB-Verdienstnadel an folgende Persönlichkeiten verliehen:

#### Hessischer Fußball-Verband:

Rainer K ö n i g (Wiesbaden).

#### Niedersächsischer Fußballverband:

Peter D i t t m e r (Duderstadt), Erhard H a l l m a n n (Hildesheim), Ralph-Uwe S c h a f f e r t (Hildesheim), Marcus S c h i e r b a u m (Hildesheim).

### Berufungen

Das DFB-Präsidium hat in seiner Sitzung am 22. Januar 2024 in Frankfurt/Main gemäß § 34 Absatz 11 der DFB-Satzung die Verbands-Sportlehrerin des Schleswig-Holsteinischen Fußballverbandes, Anouschka B e r n h a r d (Eutin), ab 1. Februar 2024 als weiteres Mitglied in die DFB-Kommission Qualifizierung berufen.

Das Präsidium des Deutschen Fußball-Bundes hat in seiner Sitzung am 22. Januar 2024 in Frankfurt/Main gemäß § 34 Absatz 11 der DFB-Satzung Louisa G i e ß l e r (Leipzig) als kooptiertes Mitglied in den DFB-Ausschuss für Beachsoccer, Freizeit- und Breitensport berufen.

## Rahmenterminkalender der Futsal-Bundesliga 2024/2025 verabschiedet

Das Präsidium des Deutschen Fußball-Bundes hat den Rahmenterminkalender der Futsal-Bundesliga für die Saison 2024/2025 verabschiedet. Danach startet die Spielzeit am 31. August 2024. Die Meistersrunde beginnt am 22. und 23. März 2025.

Zwei Wochen später, am 5. und 6. April 2025, beginnt die Relegationsrunde. Die Finalserie wird im Mai 2025 ausgetragen, an den Wochenenden 10./11. Mai, 17./18. Mai und 24./25. Mai.

Mit dem 9. Spieltag am 23. und 24. November 2024 wird die Hinrunde abgeschlossen. In die Winterpause gehen die Klubs nach den Partien des 10. Spieltags am 30. November und 1. Dezember 2024. Wieder aufgenommen wird der Spielbetrieb am 4. Januar 2025 mit dem 11. Spieltag. Der letzte Spieltag ist für den 15. und 16. März 2025 terminiert.

Die Meisterrunde wird mit den ersten zwei Viertelfinalrunden (Best-of-three) an den letzten beiden Wochenenden im März 2025 eingeläutet. Die möglichen dritten Viertelfinalpartien sind für den 5. und 6. April 2025 vorgesehen. Zum gleichen Zeitpunkt ist die erste von sechs Relegationsrunden angesetzt. Am 17. und 18. Mai 2025 finden die letzten Relegationsspiele statt. Bereits am 10. und 11. Mai 2025 starten die ersten Begegnungen der Finalserie, die an den folgenden zwei Mai-Wochenenden fortgesetzt wird und am 25. Mai 2025 endet.

Alle Daten für die Saison 2024/2025 sind im Rahmenterminkalender auf DFB.de zu finden.

## Anti-Doping-Richtlinien WADA-Verbotsliste 2024

Das DFB-Präsidium hat in seiner Sitzung am 22. Januar 2024 in Frankfurt/Main beschlossen, den bisherigen Anhang A der Anti-Doping-Richtlinien des DFB durch die neue WADA-Verbotsliste für 2024 (deutsche Übersetzung der NADA) als neuen Anhang A zu ersetzen.

## DFB-SCHIEDSRICHTER-AUSSCHUSS DFB SCHIRI GMBH

## Zwei neue Assistentinnen auf der FIFA-Liste

Der Fußball-Weltverband FIFA hat die Meldung der internationalen Schiedsrichter\*innen für die FIFA-Liste 2024 durch den Deutschen Fußball-Bund offiziell bestätigt. Dabei gibt es lediglich Änderungen im Schiedsrichterinnen-Bereich.

Jasmin Matysiak und Anne Uersfeld sind neue FIFA-Assistentinnen und werden den DFB künftig international vertreten. Zugleich hat Katrin Rafalski ihre Karriere als FIFA-Assistentin nach der Frauen-Weltmeisterschaft in Australien und Neuseeland auf eigenen Wunsch beendet. Sie fungiert allerdings weiterhin als Video-Assistentin (VA) auf nationaler und internationaler Ebene. In den vergangenen 14 Jahren hat Katrin Rafalski den DFB bei allen großen internationalen Turnieren erfolgreich vertreten.

Vanessa Kaminski ist als Assistentin ebenfalls aus dem internationalen Bereich ausgeschieden, bleibt jedoch Video-Offizielle für die FIFA und Unparteiische der Google Pixel Frauen-Bundesliga.

Die Listen der männlichen Schiedsrichter und -Assistenten sind ebenso unverändert wie die der Futsal- und Beachsoccer-Referees. Der Deutsche Fußball-Bund stellt 2024 15 FIFA-Schiedsrichter\*innen, 16 Assistent\*innen, 14 Video-Offizielle, drei Futsal-Schiedsrichter sowie vier Beachsoccer-Schiedsrichter\*innen.

## Beste junge Schiedsrichter\*in geehrt

Ben Henry Uhrig (Hamburger Fußball-Verband), Lennart Kerchen (Niedersächsischer Fußballverband), Lutz Meyersiek (Fußball-Verband Mittelrhein) und Paula Mayer (Saarländischer Fußballverband) sind Deutschlands beste Nachwuchs-Schiedsrichter und Nachwuchs-Schiedsrichterin. DFB-Präsident Bernd Neuendorf und der dreimalige „Welt-Schiedsrichter“ Dr. Markus Merk zeichneten die jungen Talente auf dem DFB-Campus in Frankfurt am Main aus. Die Auszeichnung „Nachwuchs-Schiedsrichter\*in des Jahres“ wurde zum zweiten Mal durch die Dr. Markus und Sabine Merk-Stiftung verliehen.

„Wir zeichnen vorbildliche junge Menschen aus“, betonte Dr. Markus Merk, der die Laudatio für den ersten Preisträger Ben Henry Uhrig persönlich übernahm. Er schilderte unter anderem wie er den Preisträger vor einigen Monaten kennenlernte. Das Finale um die Deutsche Meisterschaft am 23. April 2023 zwischen der U19 des 1. FSV Mainz 05 und Borussia Dortmund, das das Juniorenteam der Mainzer mit 4:2 nach Verlängerung gewann. Wie Dr. Merk berichtete, habe er Uhrig vorher gar nicht gekannt. „Seine Spielleitung an diesem Tag war außergewöhnlich und mutig, ohne übertriebene Gestik traf er ganz klare Entscheidungen. Mit seiner natürlichen Begaubung hat er die Leute alle auf seine Seite gebracht. Seine Schiedsrichter-Leistung an diesem Tag war ein Statement, und sein Engagement außerhalb des Spielfelds ist mehr als bemerkenswert“, so Dr. Merk, der gemeinsam mit seiner Frau Sabine im August 2021 eine Treuhand-Stiftung unter dem Dach der DFB-Stiftung Sepp Herberger eingerichtet hat. „Ich bin sehr bewegt, diese Würdigung bedeutet mir sehr viel“, sagte der 23-jährige Uhrig, als ihm Markus Merk den Preis überreichte.

Der zweite Preis bei den männlichen Talenten ging an Lennart Kernchen. Dr. Felix Brych, selbst zweimaliger „Welt-Schiedsrichter“, übernahm persönlich die Laudatio. Mit großer Wertschätzung würdigte er die Talente und attestierte dem Nachwuchs-Schiedsrichter aus Hannover aufgrund seiner bereits bemerkenswerten sportlichen und persönlichen Leistungen alle Voraussetzungen für eine hoffnungsvolle Zukunft.

Lutz Meyersick, der die Schiedsrichter-Tätigkeit selbst als „Schule des Lebens“ bezeichnete, ist der dritte und jüngste Preisträger. Der 1. DFB-Vizepräsident Ronny Zimmermann würdigte neben der Leistung des aufstrebenden Talents auch besonders sein persönliches Engagement und die großartige Leistung, die in zahlreichen Vereinen und stellvertretend für viele Kreise in seinem Heimatkreis Heinsberg im Schiedsrichter-Wesen geleistet wird.

Im zweiten Jahr in Folge verlieh die Dr. Markus und Sabine Merk-Stiftung insgesamt fünf Preise an besonders talentierte Nachwuchskräfte unter den Unparteiischen im deutschen Fußball, wobei neben der sportlichen Leistung auch das soziale Engagement eine große Rolle spielt. Der Preisstifter selbst war zwischen 1994 und 2008 sieben Mal Deutschlands „Schiedsrichter des Jahres“ geehrt worden, war dreimal „Welt-Schiedsrichter“ und wurde zuletzt hinter dem Italiener Pierluigi Collina zum weltweit zweitbesten Schiedsrichter aller Zeiten gewählt.

DFB-Präsident Bernd Neuendorf wünschte, dass gerade die Fußballvereine im Land noch mehr ihr Herz für die Unparteiischen öffnen. „Die Schiedsrichter gehören zum Fußball, nicht nur zum Spiel, sondern auch zum Klub. Gerade bei der Anbindung an den Verein aber haben wir noch Luft nach oben.“ Eines von zahlreichen Anliegen und Projekten im „Jahr der Schiris“, das der DFB 2023 ausgerufen hat. „Wir haben es geschafft, dass mehr als je zuvor über die positiven Aspekte des Schiedsrichter-Wesens berichtet wird“, zog der 1. DFB-Vizepräsident Ronny Zimmermann ein positives Zwischenfazit.

Dies gilt gerade auch für die jungen Schiedsrichter und Schiedsrichterinnen. Aktuell leiten knapp 10.500 junge Schiedsrichter im Alter unter 18 Jahren Wettbewerbsspiele in Deutschland. Gerade bei den männlichen Jung-Schiedsrichtern steigen die Zahlen spürbar, nämlich in der Saison 2022/2023 um mehr als 18 Prozent. Auch bei den jungen Schiedsrichterinnen sind Zuwächse erkennbar, wenn auch auf niedrigem Niveau.

Dabei ist Paula Mayer aus dem Saarland nun die beste Nachwuchs-Schiedsrichterin Deutschlands. „Dein Ehrgeiz hat sich gelohnt, nach nur sechs Jahren leitest Du Spiele in der 2. Frauen-Bundesliga“, lobte Katrin Rafalski ihre junge Kollegin. Die zweimalige „Schiedsrichterin des Jahres“ hielt die

Laudatio auf Paula Mayer. „Ich bin selbstbewusster und kritikfähiger geworden, stehe für mich selbst ein und kann besser mit Konflikten umgehen“, betonte Mayer gemeinsam mit den anderen Preisträgern, wie sehr der Job als Schiedsrichter\*in die Persönlichkeit formt.

Mittlerweile pfeift sie im Verband in der höchsten Liga, der Saarland-Liga, mit dem Ziel Herren-Oberliga. Den Aufstieg in die 2. Frauen-Bundesliga hat sie in diesem Jahr bereits geschafft.

Die Auszeichnung „Der BeMERKenswerte Weg“ ging an Kenth J o i t e, der trotz seines Herzfehlers seit fast 20 Jahren Spiele leitet. 2011 endete zunächst der Traum, mittels einer Herzoperation wieder vollständig zu genesen, doch Joite hatte nie daran gedacht, als Unparteiischer aufzuhören. „Der Fußball bedeutet mir so viel, und ich bin ein Kämpfer“, zitierte Stephan Grunwald in seiner Laudatio den Preisträger. In der Tat ist sein Beispiel bemerkenswert und zeigt, dass auch Menschen mit Beeinträchtigung mit großer Leidenschaft ihrem Hobby als Schiedsrichter nachgehen.

---

## DFB GMBH & CO. KG

---

### Ausführungsbestimmungen zur Ligavermarktung für die Teilnehmer der Frauen-Bundesliga

In einer gemeinsamen Sitzung des Aufsichtsrats mit den Gesellschaftsvertretern der DFB GmbH & Co. KG wurden gemäß § 5 Nr. 4. des DFB-Statuts Frauen-Bundesliga und 2. Frauen-Bundesliga folgende Ausführungsbestimmungen zur Ligavermarktung für die Teilnehmer der Frauen-Bundesliga beschlossen:

**Die Vereine bzw. Kapitalgesellschaften der Frauen-Bundesliga sind im Rahmen der Beteiligung an einer zentralen Ligavermarktung verpflichtet, alle mit den kommerziellen Partnern der Frauen-Bundesliga (Titel-, Liga-, Lizenz-, Medien- und Ball-Partner) vertraglich vereinbarten Leistungen zu erbringen. In diesem Zusammenhang legt die DFB GmbH & Co. KG hiermit für die zentrale Ligavermarktung verbindliche Ausführungsbestimmungen fest, die von allen Teilnehmern der Frauen-Bundesliga sowie den für sie handelnden Dritten vollumfänglich umzusetzen sind.**

**Dies gilt insbesondere für nachfolgende Voraussetzungen, Regelungen und Leistungen, die gleichfalls Bestandteil der Verträge der DFB GmbH & Co. KG mit den unterschiedlichen kommerziellen Partnern im Rahmen der Zentralvermarktung sind.**

## I. Sicherstellung der Verwendungszwecke

Die Vereine bzw. Kapitalgesellschaften der Frauen-Bundesliga haben in ihren Verträgen mit allen beteiligten Parteien sicherzustellen, dass die DFB GmbH & Co. KG – zum Zweck der zentralen Ligavermarktung – die Klub-Logos, Klub-Namen, offiziellen Klubtrikots, offiziellen Mannschaftsfotos, Stadionname, Maskottchen sowie die vermögenswerten Bestandteile der Persönlichkeitsrechte (Namen, Bildnis und Unterschrift) von allen am Spielbetrieb beteiligten Personen (Spielerinnen, Trainer\*innen, Manager\*innen, Funktionsteam) – soweit sie einen Bezug zu ihrer Tätigkeit der Frauen-Bundesliga aufweisen – für die Umsetzung der nachfolgenden kommerziellen Rechte inhaltlich, zeitlich und räumlich unbeschränkt und zeitlich bezogen auf die jeweilige Spielzeit der Zugehörigkeit der Vereine bzw. Kapitalgesellschaften der Frauen-Bundesliga, verwenden darf.

## II. Kommerzielle Rechte der Partner

Für die Ausführung der kommerziellen Rechte der Partner (Titel-, Liga-, Lizenz-, Medien- und Ball-Partner) werden den Klubs der Frauen-Bundesliga vor Saisonbeginn – ergänzend zu den vorliegenden Ausführungsbestimmungen – weitere relevante Informationen zu den kommerziellen Rechten der Partner sowie deren vertragsgemäße Umsetzung/Aktivierung in einem von der DFB GmbH & Co. KG bereitgestellten „Umsetzungsleitfaden“ zur (visuellen) Unterstützung zur Verfügung gestellt.

Damit soll sichergestellt werden, dass eine liga-weit einheitliche Umsetzung der vertraglichen Rechte der Partner durch alle Klubs der Frauen-Bundesliga im Interesse der Marke „Frauen-Bundesliga“ erfolgt. Die Mitwirkungspflichten der Klubs der Frauen-Bundesliga bezüglich der Umsetzung der zentralen Marketingrechte sind dazu nachfolgend für alle Partner (Titel-, Liga-, Lizenz-, Medien- und Ball-Partner) strukturiert zusammengefasst.

### Marketingrechte des Titelpartners

#### Nutzung und Platzierung des Liga-Logos (inklusive Titelpartner)

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, das offizielle Liga-Logo (inklusive Titelpartner) auf allen möglichen Kommunikationsmitteln, Werbeträgern (z. B. Titelseite im Stadionmagazin, Eintrittskarten, Akkreditierungen, Parkscheine, Mannschaftsbus, Interview- und Medienrückwänden) zu übernehmen.

Das Liga-Logo (inklusive Titelpartner) darf dabei in seiner Form, Farbe und Gestaltung weder verän-

dert noch ergänzt werden, und die Design-Richtlinien der Frauen-Bundesliga (vgl. DFB-Markenportal: <https://markenportal.dfb.de/de>) sind einzuhalten.

#### Platzierung des Liga-Logos (inklusive Titelpartner) auf dem rechten Trikotärmel

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, das offizielle Liga-Logo (inklusive Titelpartner) auf dem rechten Ärmel der (Merchandising-)Trikots anzubringen. Das Liga-Logo (inklusive Titelpartner) ist dabei – unabhängig von Ausrüsterlogos – mittig auf dem jeweils rechten Ärmel der Spielerinnentrikots aufzubringen, sodass das Liga-Logo (inklusive Titelpartner) von der Seite betrachtet ganzflächig zu sehen ist.

Die Ärmel-Badges für das Liga-Logo (inklusive Titelpartner) werden den Klubs vor Saisonbeginn kostenlos zur Verfügung gestellt.

#### Logo-Integrationen im Sponsorstrip/ Sponsorenwände für Interviews

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, das Logo des Titelpartners bei allen Spielen der Frauen-Bundesliga im Sponsorstrip auf den Sponsorenwänden (Kopfhöhe) zu integrieren. Dazu zählen insbesondere die Flash-Interview-Rückwände und sonstigen Medien-Rückwände, wie z. B. Mixed-Zone-Interviewboards (sofern vorhanden) und Medienkonferenz-Backdrops.

Die Umsetzung der Logo-Integrationen auf den Sponsorenwänden erfolgt dabei entsprechend der (visualisierten) Vorgaben im Umsetzungsleitfaden.

#### Merchandising & signierte Produkte

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, jeweils vier signierte Trikots von Spielerinnen sowie vier signierte Spielbälle pro Saison für Marketingzwecke kostenfrei zur Verfügung zu stellen.

#### Bandenwerbung

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind bei allen Spielen in der Frauen-Bundesliga verpflichtet, eine statische (LED-)Bandenwerbefläche auf Höhe der Mittellinie im TV-relevanten Bereich exklusiv für den Titelpartner zu reservieren. Auf dieser Mittelbande darf demnach ausschließlich die Werbebotschaft des Titelpartners, d.h. das offizielle Liga-Logo (inklusive Titelpartner) gezeigt werden – andere Werbebotschaften auf der Mittelbande sind sowohl vor dem Anpfiff, während des Spiels, in der Halbzeitpause als auch nach dem Abpfiff untersagt.

Die Breite im Fall einer statischen Mittelbande beträgt dabei mindestens 5 Meter (Höhe entsprechend der üblichen Bandenhöhe in den Stadien) bzw. adäquate zeitliche Umfänge auf LED-/Dreh-Bandensystemen.



Sofern eine statische Werbebotschaft des Titelpartners (Liga-Logo inklusive Titelpartner) auf dem im Stadion genutzten (LED-)Bandensystem z.B. aus technischen Gründen nicht umsetzbar ist, sind die Klubs verpflichtet, die Bandenwerbung des Titelpartners alternativ mindestens 5 Minuten pro Halbzeit auf dem vollständigen LED-Bandensystem im Stadion zu präsentieren.

Die Bandenlayouts werden den Klubs vom Titelpartner kostenfrei zur Verfügung gestellt.

#### Cam-Carpets bei Live-Spielen im Free-TV

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind bei allen 32 Spielen, die live im Free-TV übertragen werden, verpflichtet, Cam-Carpets des Titelpartners neben den Toren zu platzieren. Dabei ist jeweils ein (1) Cam-Carpet oberhalb des aus Sicht der Führungskamera hinteren Torpfostens im TV-relevanten Bereich neben beiden Toren zu platzieren. Weitere Details zur Platzierung und visuellen Umsetzung können dem Umsetzungsleitfaden entnommen werden.

Sofern eine vorschriftsgemäße Nutzung und Platzierung der Cam-Carpets nicht möglich ist, wird eine alternative Leistung mit einem adäquaten Mediawert zwischen Titelpartner, Klubs und der DFB GmbH & Co. KG abgestimmt.

Eine (laufende) Kontrolle hinsichtlich der korrekten Anbringung und Platzierung der Cam-Carpets hat durch die Klubs durch eine(n) technischen Delegierte(n) zu erfolgen.

Die Cam-Carpets werden den Klubs kostenlos zur Verfügung gestellt. Die mit dem Einsatz und Nutzung am Spieltag verbundenen Logistikkosten sowie die Kosten für das Handling (Auf- und Abbau, Lagerung etc.) werden von den Klubs getragen.

#### Mini-Softreiter-Banden

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind bei allen Spielen, die nicht live im Free-TV übertragen werden, verpflichtet, Mini-Softreiter-Banden des Titelpartners neben den Toren zu platzieren. Dabei ist jeweils eine (1) Mini-Softreiter-Bande links und rechts neben beiden Toren im TV-relevanten Bereich (in der Nähe der Fünfmeteraum-Linie) sowie angewinkelt zur Torauslinie zu platzieren. Weitere Details zur Platzierung und visuellen Umsetzung können dem Umsetzungsleitfaden entnommen werden.

Eine (laufende) Kontrolle hinsichtlich der korrekten Platzierung der Mini-Softreiter-Banden hat durch die Klubs durch eine(n) technischen Delegierte(n) zu erfolgen.

Die Mini-Softreiter-Banden werden den Klubs kostenlos zur Verfügung gestellt. Die mit dem Einsatz und Nutzung am Spieltag verbundenen Logistikkosten sowie die Kosten für das Handling (Auf- und Abbau, Lagerung etc.) werden von den Klubs getragen.

#### Ballstele

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, bei jedem Spiel in der Frauen-Bundesliga eine mit dem Liga-Logo (inklusive Titelpartner) gebrandete Ballstele mit dem Spielball deutlich sichtbar beim Auflaufen der Mannschaften im TV-relevanten Bereich zu platzieren.

Die Ballstele wird den Klubs vor Saisonbeginn kostenfrei zur Verfügung gestellt. Für die Nutzung und Einsatz der Ballstele am Spieltag sowie eine produktschonende Lagerung für einen einwandfreien Zustand sind die Klubs verantwortlich.

#### Branding der Auswechseltafel

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, das Logo des Titelpartners und das Liga-Logo prominent und gut sichtbar auf der Auswechseltafel (beidseitig) für den Einsatz bei allen Spielen der Frauen-Bundesliga zu positionieren. Weitere Details zur Platzierung und visuellen Umsetzung können dem Umsetzungsleitfaden entnommen werden.

Die Aufkleber für das Logo des Titelpartners und Liga-Logo werden den Klubs vor Saisonbeginn kostenlos zur Verfügung gestellt. Die vorschriftsgemäße Anbringung der gelieferten Aufkleber auf den Auswechseltafeln erfolgt – mit Verweis auf den Umsetzungsleitfaden – selbstständig durch die Klubs.

#### Saisoneroöffnung

Der das Saisoneroöffnungsspiel der Frauen-Bundesliga ausrichtende Heim-Klub ist verpflichtet, im Rahmen der Saisoneroöffnung am Spieltag Promotion-Flächen für werbliche/vertriebliche Maßnahmen des Titelpartners im Stadionumfeld zu reservieren.

Darüber hinaus werden dem Titelpartner für das Saisoneroöffnungsspiel vom jeweiligen Klub bis zu sechs (6) Ehrenkarten kostenfrei zur Verfügung gestellt.

#### Tickets & Hospitality

Alle Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, 12 Tickets der 1. Kategorie pro Heimspiel für den Titelpartner zu reservieren. Die Tickets sind dabei jeweils spätestens eine Woche vor dem jeweiligen Spiel vom Titelpartner beim Klub anzufragen und abzurufen. Der Versand/Hinterlegung der Tickets erfolgt unmittelbar durch den Klub. Zusätzlich hat der Titelpartner auf Anfrage das Recht, für zehn (10) weitere Spiele beliebiger Klubs pro Saison insgesamt zwanzig (20) Tickets der 1. Kategorie kostenfrei anzufordern und bei den Klubs abzurufen.

Darüber hinaus sind alle Klubs der Frauen-Bundesliga verpflichtet, vier (4) Hospitality-Tickets und einen (1) Parkschein für jedes Heimspiel für den

Titelpartner zu reservieren. Die Hospitality-Tickets sind jeweils spätestens eine Woche vor dem jeweiligen Spiel vom Titelpartner beim Klub anzufragen und abzurufen. Der Versand/Hinterlegung der Hospitality-Tickets inklusive Parkschein erfolgt unmittelbar durch den Klub. Zusätzlich hat der Titelpartner auf Anfrage das Recht, für zehn (10) weitere Liga-Spiele beliebiger Klubs pro Saison insgesamt vier (4) Hospitality-Tickets und zwei (2) Parkscheine kostenfrei anzufragen und bei den Klubs abzurufen.

Der Titelpartner ist berechtigt, Tickets für Marketing- und Vertriebsmaßnahmen uneingeschränkt zu nutzen und stellt sicher, dass diese Tickets nur für die genannten Zwecke verwendet werden und nicht unbefugt an Dritte weitergegeben oder gesondert verkauft werden.

#### Meet & Greet

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, auf Anfrage für den Titelpartner Meet & Greets mit einer aktuellen Spielerin (z. B. aktuell verletzten Spielerin) oder alternativ einer ehemaligen Spielerin im Rahmen eines Spieltags für maximal vier (4) Personen anzubieten und durchzuführen. Dem Titelpartner steht dieses Recht für insgesamt zehn (10) Spiele beliebiger Klubs pro Saison zu, wobei das Meet & Greet vom Titelpartner medial begleitet und für Content-Produktionen genutzt werden kann.

#### Stadionführungen

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, auf Anfrage für den Titelpartner eine Stadiontour am Spieltag mit maximal vier (4) Personen anzubieten und durchzuführen. Die Stadiontour wird dabei vom Klub organisiert und durchgeführt. Der Titelpartner hat in diesem Zusammenhang das Recht, die Tour medial zu begleiten und Content zu produzieren.

#### Promotion-Flächen und Aktivitäten

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, auf Anfrage für den Titelpartner eine Promotion-Fläche für werbliche/vertriebliche Maßnahmen des Titelpartners im Stadionumfeld am Spieltag zur Verfügung zu stellen. Dem Titelpartner steht dieses Recht für insgesamt 22 Spiele beliebiger Klubs pro Saison zu.

#### Influencer-Aktivitäten

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, auf Anfrage für den Titelpartner bis zu vier (4) Influencer-Akkreditierungen mit Zugang zum Stadion-Innenraum, Spielertunnel und bei Bedarf Tribümentickets zur Verfügung zu stellen. Die Mannschaften und Spielerinnen werden dabei in ihren spielvorbereitenden Abläufen durch die Influencer-Aktivitäten nicht gestört.

## Marketingrechte der Liga-Partner

### Logo-Integrationen im Sponsorstrip/ Sponsorenwände für Interviews

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, das Logo von jedem von der DFB GmbH & Co. KG benannten Liga-Partner bei allen Spielen der Frauen-Bundesliga im Sponsorstrip auf den Sponsorenwänden (Kopfhöhe) – gleichberechtigt zu anderen Liga-Partnern – zu integrieren. Dazu zählen insbesondere die Flash-Interview-Rückwände und sonstigen Medien-Rückwände, wie z. B. Mixed-Zone-Interviewboards (sofern vorhanden) und Medienkonferenz-Backdrops.

Die Umsetzung der Logo-Integrationen der Liga-Partner auf den Sponsorenwänden erfolgt dabei entsprechend der (visualisierten) Vorgaben im Umsetzungsleitfaden.

### Bandenwerbung

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind bei allen Spielen in der Frauen-Bundesliga verpflichtet, Bandenwerbeflächen im TV-relevanten Bereich für die von der DFB GmbH & Co. KG benannten Liga-Partner zu reservieren.

Für ein einheitliches Stadion-/TV-Bild in der Frauen-Bundesliga wird die Bandenwerbung für den von der DFB GmbH & Co. KG benannten Liga-Partner unmittelbar rechts neben der Mittelbande auf der Führungskamera gegenüberliegenden Längsseite des Spielfelds umgesetzt. Die Breite bei einer statischen Bandenwerbefläche beträgt dabei mindestens 5 Meter (Höhe entsprechend der üblichen Bandenhöhe in den Stadien).

Sofern eine statische Bandenwerbefläche für den von der DFB GmbH & Co. KG benannten Liga-Partner im Stadion auf dem genutzten (LED-)Bandensystem, z. B. aus technischen Gründen nicht umsetzbar ist, sind die Klubs verpflichtet, die Werbebotschaft des Liga-Partners alternativ mindestens 5 Minuten pro Halbzeit auf dem vollständigen LED-Bandensystem im Stadion zu präsentieren.

Die Bandenlayouts werden den Klubs vom Liga-Partner kostenfrei zur Verfügung gestellt.

### Tickets & Hospitality

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, insgesamt vier (4) Tickets der 1. Kategorie pro Heimspiel für jeden von der DFB GmbH & Co. KG benannten Liga-Partner zu reservieren. Die Tickets sind dabei jeweils spätestens eine Woche vor dem Spiel vom jeweiligen Liga-Partner beim Klub anzufragen und abzurufen. Der Versand/Hinterlegung der Tickets erfolgt unmittelbar durch den Klub.

Darüber hinaus sind die Klubs der Frauen-Bundesliga verpflichtet, insgesamt zwei (2) Hospitality-Tickets inklusive einem (1) Parkschein pro Heimspiel für jeden von der DFB GmbH & Co. KG

benannten Liga-Partner zu reservieren. Die Hospitality-Tickets sind dabei jeweils spätestens eine Woche vor dem Spiel vom jeweiligen Liga-Partner beim Klub anzufragen und abzurufen. Der Versand/Hinterlegung der Hospitality-Tickets inklusive Parkschein erfolgt unmittelbar durch den Klub.

Die Liga-Partner sind berechtigt, Tickets für Marketing- und Vertriebsmaßnahmen uneingeschränkt zu nutzen und stellt sicher, dass diese Tickets nur für die genannten Zwecke verwendet werden und nicht unbefugt an Dritte weitergegeben oder gesondert verkauft werden.

#### Arbeitskarten/Akkreditierungen

Zusätzlich sind die Klubs der Frauen-Bundesliga verpflichtet, für jeden von der DFB GmbH & Co. KG benannten Liga-Partner auf Anfrage bis zu vier (4) personalisierte Arbeitskarten/Akkreditierungen für Medienproduktionen am Spieltag mit Zugang zum Innenraum, Spielertunnel, Fotografenbereich und zur Mixed Zone zur Verfügung zu stellen.

Der Versand/Hinterlegung der Arbeitskarten/Akkreditierungen erfolgt unmittelbar durch den Klub.

#### PR-Termine

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, für jeden von der DFB GmbH & Co. KG benannten Liga-Partner auf Anfrage einen (1) PR-Termin pro Saison mit Spielerinnen jedes Klubs für die Produktion von Inhalten (z.B. Starhead Shooting) einzuräumen. Ein PR-Termin besteht dabei aus insgesamt einer (1) Stunde Produktion mit mindestens vier (4) Spielerinnen des jeweiligen Klubs, wobei der PR-Termin zeitlich und räumlich (z. B. Trainingsgelände, Stadion) in enger Abstimmung mit den jeweiligen Klubs durchgeführt wird.

### **Marketingrechte der Lizenzpartner**

#### Arbeitskarten/Akkreditierungen

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, für jeden von der DFB GmbH & Co. KG benannten Lizenzpartner auf Anfrage zwei (2) Arbeitskarten/Akkreditierungen pro Spiel, einschließlich Zugang zum Innen- und Fotografenbereich, zur Verfügung zu stellen.

Der Versand/Hinterlegung der Arbeitskarten/Akkreditierungen erfolgt unmittelbar durch den Klub.

### **Marketingrechte der Medienpartner**

#### Tickets & Hospitality

Die Medienpartner Telekom und DAZN sind jeweils berechtigt, bei jedem Klub pro Spieltag maximal fünf (5) Tickets der 1. Kategorie sowie zwei (2) Hospitality-Tickets anzufragen und abzurufen. Die Medienpartner ARD/ZDF und SPORT1 sind jeweils

berechtigt, für jedes auf dem eigenen Sender übertragenen Spiel maximal fünf (5) Tickets der 1. Kategorie sowie zwei (2) Hospitality-Tickets anzufragen und abzurufen.

Die Tickets & Hospitality-Pakete sind dabei jeweils spätestens eine Woche vor dem Spiel vom jeweiligen Medienpartner beim Klub anzufragen und abzurufen. Der Versand/Hinterlegung der Tickets erfolgt unmittelbar durch den Klub.

Die Medienpartner sind berechtigt, Tickets für Marketing- und Vertriebsmaßnahmen uneingeschränkt zu nutzen und stellt sicher, dass diese Tickets nur für die genannten Zwecke verwendet werden und nicht unbefugt an Dritte weitergegeben oder gesondert verkauft werden.

### **Marketingrechte des Ballpartners**

#### Tickets & Hospitality

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, insgesamt zwei (2) Hospitality-Tickets inklusive einem (1) Parkschein pro Heimspiel für den Ballpartner zu reservieren. Die Hospitality-Tickets sind dabei jeweils spätestens eine Woche vor dem Spiel vom Ballpartner beim Klub anzufragen und abzurufen. Der Versand/Hinterlegung der Hospitality-Tickets inklusive Parkschein erfolgt unmittelbar durch den Klub.

Der Ballpartner ist berechtigt, Tickets für Marketing- und Vertriebsmaßnahmen uneingeschränkt zu nutzen und stellt sicher, dass diese Tickets nur für die genannten Zwecke verwendet werden und nicht unbefugt an Dritte weitergegeben oder gesondert verkauft werden.

#### Anzeigen im Stadionmagazin

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, für den Ballpartner bei jedem Heimspiel eine ganzseitige Anzeige im Stadionmagazin (Print/digital) zur Verfügung zu stellen. Die Anzeigen werden den Klubs vom Partner spätestens zwei (2) Wochen vor dem Spiel zur Verfügung gestellt. Die DFB GmbH & Co. KG erhält dazu nach dem ersten Saisonspiel von jedem Klub jeweils 10 Belegexemplare des Stadionmagazins (auf Anfrage auch von weiteren Spielen).

Sofern die Umsetzung von ganzseitigen Anzeigen im Stadionmagazin (Print/digital) nicht möglich ist, stimmen sich der Partner, Klub und die DFB GmbH & Co. KG bezüglich alternativen Leistungen mit einem adäquaten Mediawert ab.

### **III. Dokumentation der Rechte**

Die Klubs der Frauen-Bundesliga sind verpflichtet, die Umsetzung aller vorgenannten kommerziellen Marketingrechte der Partner zu dokumentieren. Die DFB GmbH & Co. KG hat das Recht auf Aushän-



digung von Dokumentationsmaterial aller durch die Vereine und Kapitalgesellschaften der Frauen-Bundesliga zu erfüllenden Marketingrechte für die kommerziellen Partner (Titel-, Liga-, Lizenz-, Medien- und Ball-Partner).

Entsprechende Belege (z. B. aller Drucksachen mit Liga-Logo-Integration, Fotos von Banden- und Bodenwerbeflächen etc.) sind auf Anfrage mit einer Frist von einer Woche per Mail an die DFB GmbH & Co. KG zu senden.

#### IV. Marketingtag Frauen-Bundesliga

Die DFB GmbH & Co. KG richtet vor jeder Saison den Marketingtag der Frauen-Bundesliga aus. Der Marketingtag zielt darauf ab, informative, spannende und unterhaltsame Inhalte rund um die Frauen-Bundesliga und ihren zugehörigen Klubs zu produzieren und wird durchgeführt, um die Marke Frauen-Bundesliga nachhaltig zu stärken, die Interaktion mit Fans und deren Fanbindung zu fördern sowie relevante Inhalte für die kommerziellen Partner der Frauen-Bundesliga zu generieren. Die genaue Ausgestaltung des Marketingtags kann dabei von Saison zu Saison variieren, wobei Inhalt und Umfang durch die DFB GmbH & Co. KG in Abstimmung mit den unterschiedlichen Stakeholdern koordiniert werden. Der Marketingtag findet rund zwei bis vier Wochen vor dem 1. Spieltag statt und verteilt sich über mehrere Tage. Die genauen Tage werden von der DFB GmbH & Co. KG jeweils zeitnah nach Bekanntgabe des Rahmen-terminkalenders für die Folgesaison kommuniziert. Auch die Standorte des Marketingtags legt die DFB GmbH & Co. KG fest.

Die Teilnahme am Marketingtag ist für jeden Klub der Frauen-Bundesliga mit mindestens vier Spielerinnen verpflichtend. Abzustellen sind dabei unter anderem die Spielführerin, die Torhüterin und eine weitere prominente Spielerin.

#### V. Einhaltung der Ausführungsbestimmungen

Die vorliegenden Ausführungsbestimmungen zur Ligavermarktung werden von der DFB GmbH & Co. KG kontinuierlich überprüft, bei Bedarf weiterentwickelt und angepasst. Hierzu behält sich die gemeinsame Sitzung des Aufsichtsrats mit den Gesellschaftervertretern der DFB GmbH & Co. KG das Recht vor, die Richtlinien jederzeit aus sachlichen Gründen, insbesondere wegen aktueller technischer Entwicklungen, unter Gewährung einer angemessenen Umsetzungsfrist zu modifizieren bzw. zu ergänzen.

Darüber hinaus überprüft die DFB GmbH & Co. KG die Einhaltung der Ausführungsbestimmungen zur Ligavermarktung durch die Teilnehmer der Frauen-Bundesliga und ist befugt, die Einhaltung

der mit den kommerziellen Partnern (Titel-, Liga-, Lizenz-, Medien- und Ball-Partner) vertraglich vereinbarten Leistungen durchzusetzen. Verstößt ein Verein bzw. Kapitalgesellschaft der Frauen-Bundesliga gegen die Ausführungsbestimmungen, so wird die DFB GmbH & Co. KG den Verein bzw. Kapitalgesellschaft unter angemessener Fristsetzung, zur Behebung des Verstoßes auffordern.

### DFB-ZENTRALVERWALTUNG

#### Langjähriger Geschäftsführer Holger Fuchs verabschiedet

Nach 43 Jahren im Dienst des Fußballs hat sich Holger Fuchs in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet.

Sein Lebensweg war geprägt von einer leidenschaftlichen Hingabe zum Fußball, und diese vergangenen vier Jahrzehnte seines Engagements lassen sich kaum treffender zusammenfassen. Alles begann beim Deutschen Fußball-Verband der DDR. Nach dessen Auflösung am 20. November 1990 setzte er seine Mission nahtlos beim neu gegründeten Nordostdeutschen Fußballverband (NOFV) fort. Im Jahr 2000 wurde er schließlich zum Geschäftsführer des NOFV ernannt.

Im DFB-Campus in Frankfurt am Main wurde Holger Fuchs durch DFB-Generalsekretärin Heike Ullrich und Willi Hink, den Direktor Amateurfußball und Fußballentwicklung des DFB, feierlich verabschiedet.

### OFFIZIELLE MITTEILUNGEN

**Herausgeber:**

Deutscher Fußball-Bund  
DFB-Campus  
Kennedyallee 274  
60528 Frankfurt/Main  
Telefon 069/67880  
Telefax 069/6788266  
E-Mail [info@dfb.de](mailto:info@dfb.de)  
[www.dfb.de](http://www.dfb.de), [www.fussball.de](http://www.fussball.de)

**Verantwortlich:**

Steffen Simon

**Redaktion/Koordination:**

Klaus Koltzenburg

**Herstellung:**

Braun & Sohn  
Druckerei GmbH & Co. KG  
Am Kreuzstein 85, 63477 Maintal  
[www.braun-und-sohn.de](http://www.braun-und-sohn.de)





DEUTSCHER  
FUSSBALL-BUND

# 2 GEGEN 2 IST UNSER 1x1.

Fußballzeit ist die beste Zeit. Erlebe den neuen Kinderfußball.

Mehr auf: [dfb.de/kinder](https://dfb.de/kinder)