

## MAßGEBENDE VORSCHRIFTEN FÜR WERBUNG UND WERBEANZEIGEN BEI NATIONALEN WETTKÄMPFEN UND UNTER DER VOLLSTÄNDIGEN KONTROLLE DES DLV auf Basis der World Athletics (WA) Marketing and Advertising Regulations (Stand 23. November 2019)

### 1 DEFINITIONEN

Maßgebliche Begriffsdefinitionen finden sich in den Internationalen Wettkampffregeln.

Den folgenden Begriffen werden im Rahmen dieser Vorschriften die nachstehenden Bedeutungen zugewiesen:

Werbung	Präsentationen zu Werbezwecken.
Werbebanden	Feststehende, rotierende, elektronische oder virtuelle Banden oder sonstige für Werbung geeignete Materialien, die an den Wettkampfstätten außen um die Strecke oder entlang des Kurses eines Wettkampfes platziert werden.
Werbebeauftragter	Beauftragter mit der Befugnis und Aufgabe, die in diesem Schriftstück enthaltenen Vorschriften zu kontrollieren, zu verwalten, auszulegen, durchzusetzen und zu überwachen
Startnummer	Das Textil mit der individuellen Nummer, das von einem Athleten während des Wettkampfes, bei der Siegerehrung oder bei anderen Wettkampferemonien getragen wird.
Startnummern-Sponsoren	Sponsoren, denen das Recht eingeräumt wird, ihren Namen auf den Startnummern zu präsentieren.
Cam Carpets	Für Werbezwecke geeignete Teppiche, deren Platzierung gemäß diesen Vorschriften zulässig ist.
Wettkampffoffizieller	Der Wettkampffoffizielle oder ein Vertreter, der durch das Organisationskomitee eines Wettkampfes nach Maßgabe der WA-Regeln eingesetzt wird.
Wettkampfstätten	<u>Für alle Stadionwettkämpfe</u> : alle Bereiche im Stadion und um das Stadion (Halle oder Freiluft), die unter der Kontrolle des Wettkampfveranstalters stehen, unter Einschluss der Mixed Zone und des Aufwärbereiches für den Wettkampf.

	<p><u>Für alle Wettkämpfe außerhalb des Stadions:</u> alle Bereiche des Wettkampfes, die unter der Kontrolle des Wettkampfveranstalters stehen, unter Einschluss des Kurses, der Mixed Zone, des Aufwärmbereiches und des Start- und Zielbereiches für den Wettkampf.</p>
Innenraumbanden	Werbebanden in den Wettkampfstätten, die sich innerhalb der Laufbahn befinden.
Logo	Symbole, Designs oder sonstige grafische Identifikationen beziehungsweise Schlagworte, Slogans oder Taglines, die einen Hersteller, einen Sponsor oder ein anderes Unternehmen bezeichnen, und/oder den Produktnamen einer solchen Organisation.
Hersteller	Ein Unternehmen, das sich hauptsächlich mit der Herstellung beliebiger Ausrüstungen, Bekleidungen oder sonstiger Produkte beschäftigt, die von Athleten oder anderweitig genutzt werden, oder ein durch die WA zugelassenes Unternehmen, das Ausrüstungen, Bekleidungen oder sonstige Produkte beliebiger Art hergestellt hat, die durch Athleten oder anderweitig bei einem Wettkampf genutzt werden.
Seriensponsoren/ Namenssponsoren	Sponsoren, denen das Recht eingeräumt wird, ihren Namen mit der Wettkampfbezeichnung oder einer Wettkampfserie zu verknüpfen. Dies umfasst auch die Aufnahme eines Titelsponsors in die offizielle Bezeichnung einer Veranstaltung.
Wettkampfabschnitt	Der bestimmte Zeitraum während eines Wettkampfes, in dem die Veranstaltung, der Wettkampf und die Zeremonien tatsächlich stattfinden. <u>Für alle Wettkämpfe außerhalb des Stadions:</u> jedes Rennen eines Wettkampfes.
Sponsoren	Unternehmen und öffentliche Institutionen, denen Sponsoring- und/oder andere kommerzielle Kooperationsrechte in Verbindung mit einem Wettkampf eingeräumt werden, unter Einschluss von Startnummern-Sponsoren, Seriensponsoren/Namenssponsoren und Liefersponsoren.
Lieferant	Unternehmen, die beliebige Ausrüstungen, Bekleidungen oder sonstige Produkte bereitstellen, die von Athleten oder anderweitig bei einem Wettkampf genutzt werden.
Liefersponsoren	Sponsoren, die Produkte oder Leistungen zur Verfügung stellen, die für die Durchführung und Organisation des Wettkampfes notwendig sind, wie beispielsweise Getränke, Kopiergeräte, Fahrzeuge, Zeitmessgeräte, Messgeräte,

Computer-Hardware/-Software, Telekommunikationsgeräte und Unterhaltungselektronik (Fernsehen/Audio/Video/Sendetechnik).

#### Virtuelle Werbung

Das elektronische Einfügen von Standbildern oder bewegten Bildern, die nicht von den Wettkampfstätten stammen, in ein Signal, das live oder zeitverzögert per Fernsehen oder über andere aktuelle oder zukünftige Technologien für Werbezwecke übertragen wird, unter Einschluss von synthetischen Werbebanden, Tafeln, Zeichen und anderen Werbebotschaften.

## 2 ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE DER WERBUNG

### 2.1 Integrität des Sports

Zum Schutz der Integrität des Leichtathletiksports muss die Werbung in den Wettkampfstätten diesen Vorschriften entsprechen und darf die technische Durchführung des Wettkampfes nicht beeinträchtigen.

### 2.2 Sicherheit

Die gesamte Werbung muss die maßgebenden Sicherheitsvorschriften eines Wettkampfes erfüllen.

### 2.3 Inhalt der Werbung

#### 2.3.1 Allgemein

Werbung, die nach Auffassung der WA geschmacklos, ablenkend, anstößig, diffamierend oder unter Berücksichtigung der Art eines Wettkampfes unangemessen ist, ist verboten.

#### 2.3.2 Alkoholprodukte

Werbung für Alkoholprodukte mit einem Alkoholgehalt von bis zu 20 Volumenprozenten ist in Bezug auf Wettkämpfe gestattet, mit Ausnahme von Mischgetränken oder Cocktails, soweit der Basisalkohol 20 Volumenprozent übersteigt. Werbung für andere Alkoholprodukte in Verbindung mit Wettkämpfen ist untersagt.

#### 2.3.3 Tabakprodukte

Werbung für Tabakprodukte (einschließlich E-Zigaretten) ist in Verbindung mit Wettkämpfen untersagt.

#### 2.3.4 Waffen

Werbung für Waffen (einschließlich deren Hersteller) ist verboten.

#### 2.3.5 Politische/religiöse Werbung

Politische (d. h. die Unterstützung politischer Parteien, Vereinigungen, Bewegungen, Ideen oder anderer politischer Fragen) wie auch religiöse Werbung ist in Verbindung mit Wettkämpfen untersagt.

#### 2.3.6 Werbung für spezielle Produkte oder Hersteller

Werbung für Nahrungsergänzungsmittel, Sport- und Energie-Getränke, Hydro-Tabletten, Medikamente/Arzneimittel sowie deren Hersteller und Wett-/Spielgeschäfte sind nur mit besonderer Erlaubnis des zuständigen nationalen bzw. internationalen Verbandes zulässig.

## 3 WERBUNG IN DEN WETTKAMPFSTÄTTEN

### 3.1 Allgemeine Werbung

Mit Ausnahme der ausdrücklich in diesen Vorschriften oder durch die WA genehmigten Gegenstände dürfen von den Athleten, Wettkampfoffiziellen, Wettkampfveranstaltern, Sponsoren, Herstellern, Lieferanten oder sonstigen Organisationen, die in diesen Vorschriften beschrieben werden oder anderweitig bei der Organisation oder Verwertung eines Wettkampfes mitwirken oder assistieren, keine Gegenstände mit Logos oder Identifikationen in der Wettkampfstätte gezeigt, mitgeführt, getragen oder platziert werden.

#### 3.1.1 Werbung von Athleten

3.1.1.1 Eine Werbung an, durch oder anderweitig in Verbindung mit einem Athleten ist nur gestattet, soweit diese ausdrücklich auf der Kleidung der Athleten gemäß diesen Vorschriften zulässig ist.

3.1.1.2 Jede andere Werbung an, durch oder anderweitig in Verbindung mit einem Athleten ist untersagt, wozu unter anderem auch Körperbemalungen, Tattoos, Schmuck, Werbung in Form von gefärbten oder rasierten Haaren, die Verwendung von Fahnen, Bannern, T-Shirts, Hüten und jede andere Form der Anzeige von Werbung gehören.

3.1.1.3 Die Werbung für oder die Anzeige von Sponsoren der Athleten in der Weise „ein durch das Unternehmen y gesponserter Athlet x“ oder vergleichbare Werbung darf nicht an den Athleten oder anderweitig in der Wettkampfstätte gezeigt werden oder erscheinen.

#### 3.1.2 Podium

Die Vorderseite des Podiums kann die Wettkampfbezeichnung zeigen und die folgenden Darstellungen enthalten: das Wettkampflogo, den Namen/das Logo der Startnummern- Sponsoren, den Namen/das Logo eines Seriensponsors/Namensponsors und/oder den Namen/das Logo eines Sponsoren oder mehrerer Sponsoren. Die Größe jedes Logos auf einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 3.1.3 Hintergrund

Hintergründe, wie beispielsweise hinter dem Podium, in der Mixed Zone und bei den Pressekonferenzen, können die Wettkampfbezeichnung, das Wettkampflogo, den Namen/das Logo eines oder mehrerer Sponsoren und/oder den Namen/das Logo des Verbandes (einschließlich der Internetadresse) zeigen. Die Größe jedes Logos auf einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 3.1.4 Lautsprecheransagen

Sponsoren können in Lautsprecheransagen vor, während und nach dem Wettkampf genannt werden. Solche Ansagen können einen Jingle enthalten, müssen in einer geeigneten Weise erfolgen und dürfen den Wettkampf nicht beeinträchtigen. Im Verlauf des Wettkampfes dürfen Ansagen in Verbindung mit einem oder mehreren Sponsoren eine maximale Dauer von 300 Sekunden pro Stunde aufweisen, und es dürfen mehrere gesonderte Ansagen pro Stunde erfolgen, wobei jede einzelne Anzeige maximal 60 Sekunden betragen darf.

Anm.: Solche Ansagen dürfen nicht die Übertragungen beeinträchtigen, und daher muss die Lautstärke der entsprechenden Lautsprecheranlage in der Nähe des Kommentators der Übertragung und der Interviewbereiche dementsprechend angepasst werden.

## 3.1.5 Videoboards/Anzeigetafeln

### 3.1.5.1 Sponsoren/Herstellerlogo

Der Name/das Logo des Herstellers auf dem Videoboard/der Anzeigetafel und/oder der Sponsoren kann am Rand des Videoboards/der Anzeigetafel gezeigt werden. Der maximale Abstand zwischen dem Rand der Anzeige, auf dem solche Logos/Namen erscheinen, und dem Rand des Videoboards/der Anzeigetafel beträgt 1,2 m.

### 3.1.5.2 Werbung mit oder ohne gesprochenen Text

Werbung der Sponsoren mit oder ohne gesprochenen Text (wie beispielsweise Werbefenster, Werbespots usw.) kann auf den Videoboards vor dem Beginn jedes Wettkampfabschnittes und unmittelbar nach der letzten Veranstaltung jedes Wettkampfabschnittes gezeigt werden.

### 3.1.5.3 Name/Logo der Sponsoren

Der Name/das Logo der Sponsoren darf auf dem Videoboard/der Anzeigetafel während eines Wettkampfes gezeigt werden.

## 3.1.6 Persönliche Taschen/Offizielle Taschen

### 3.1.6.1 Persönliche Taschen

Der Name/das Logo des Herstellers darf auf jeder Tasche, jedem Rucksack usw., der von den Athleten und Wettkampffiziellen im Stadion genutzt wird, zweimal gezeigt werden.

Zusätzlich darf der Name/das Logo eines oder mehrerer Sponsoren auf solcher Ausrüstung gezeigt werden. Die Größe aller Anzeigen darf 25 % der gesamten Vorder- und Rückseite (beziehungsweise aller Seiten) der Kleidung oder des Gegenstandes gemessen vom äußersten Rand der Logos/Namen nicht überschreiten, und die Werbung erfolgt in rechteckiger Form, wobei die Linien parallel zu den natürlichen Linien der Bekleidung oder des anderen Gegenstandes verlaufen.

Das Logo, die Flagge oder das Landessymbol der Nationalmannschaft oder des Mitgliedsverbandes darf auf jeder von den Athleten im Stadion genutzten Tasche zweimal gezeigt werden.

Die Größe jeder solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

### 3.1.6.2 Offizielle Taschen:

Der Wettkampfveranstalter hat das Recht, alle Athleten, Wettkampffizielle, Offizielle und sonstige Teilnehmer mit einer offiziellen Tasche, einem offiziellen Rucksack usw. auszustatten. Eine offizielle Tasche darf:

- (i) einmal die Wettkampfbezeichnung; und

- (ii) einmal das Wettkampfflogo; und
- (iii) viermal den Namen/das Logo des Lieferanten oder Herstellers der Tasche und/oder den Namen/das Logo eines oder mehrerer Sponsoren zeigen. Die Größe jeder solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

### 3.1.7 Oberflächen der Laufbahnen

#### 3.1.7.1 Name/Logo des Herstellers

Maximal zwei Identifikationen können an einem festen Platz auf der Oberfläche der Laufbahn gezeigt werden, wozu der Name/das Logo des Herstellers der Bahnoberfläche gehören kann. Die maximale Höhe jeder solchen flachen Anzeige beträgt 1 m für Freiluftbahnen und 0,5 m für Hallenbahnen. Die Identifikation kann eine beliebige Farbe haben und darf nicht die Bahnmarkierungen beeinträchtigen und muss sich außerhalb des Bereiches befinden, den die Athleten während des Wettkampfes passieren.

#### 3.1.7.2 Name des Stadions und/oder Name der Stadt und/oder Name/Logo des Wettkampfes

Maximal zwei Identifikationen dürfen an einem festen Platz auf der Bahnoberfläche gezeigt werden. Dies kann der Name des Stadions und/oder der Name der Stadt und/oder der Name/das Logo des Wettkampfes sein, soweit keine Handelsnamen/Werbelogos/gewerblichen Rechte enthalten sind. Die Höhe jeder solchen flachen Anzeige in Form eines Wasserzeichens entsprechend der Farbe der Laufbahn darf 5 m für Freiluftbahnen und 2,5 m für Hallenbahnen nicht überschreiten. Für den Farbton der Wasserzeichenidentifikation darf die Grundfarbe der Laufbahn mit maximal 66 % weißer Farbe abgestuft werden. Die Identifikation darf nicht die Bahnmarkierungen beeinträchtigen, die deutlich sichtbar bleiben müssen.

#### 3.1.7.3 WA-Zertifizierungslogos

Maximal zwei Identifikationen, zwei identische oder jeweils eine („WA-Zertifiziertes Produkt“ und/oder „WA-Zertifizierte Anlage“), dürfen an einem festen Platz auf der Bahnoberfläche gezeigt werden. Die maximale Breite jeder solchen flachen Anzeige beträgt 0,50 m für Freiluftbahnen und 0,25 m für Hallenbahnen. Die Identifikation darf nicht die Bahnmarkierungen beeinträchtigen und muss außerhalb des Bereiches angebracht werden, den die Athleten während des Wettkampfes passieren.

#### 3.1.7.4 Sponsorenlogos

Maximal zwei Sponsorenlogos dürfen in Form eines Wasserzeichens auf der Laufbahnoberfläche gezeigt werden. Die maximale Höhe jeder solchen flachen Anzeige beträgt 1 m für Freiluftbahnen und 0,5 m für Hallenbahnen. Die Identifikation kann eine beliebige Farbe haben und darf nicht die Bahnmarkierungen beeinträchtigen und muss sich außerhalb des Bereiches befinden, den die Athleten während des Wettkampfes passieren.

### 3.1.8 Blumen-, Siegerehrungspräsente

Sofern die Athleten Blumen oder Siegerehrungspräsente erhalten, darf der Name/das Logo des Lieferanten der Blumen oder der Name/das Logo von Sponsoren gezeigt werden. Jede solche individuelle Anzeige darf maximal 5 cm hoch sein.

### 3.1.9 Fahrzeuge

- 3.1.9.1 Fahrzeuge im Veranstaltungsbereich sollen keine weiteren Herstellerlogos tragen als solche, die aus der Serienproduktion stammen, wenn nicht der Hersteller auch Sponsor der Veranstaltung ist.
- 3.1.9.2 Die Wettkampfbezeichnung, das Wettkampfloگو oder der Name/das Logo eines Sponsors darf an einem Streckenfahrzeug erscheinen, das für die Fernsehproduktion verwendet wird. Eine solche Anzeige darf maximal 40 cm hoch sein.
- 3.1.9.3 Führungsfahrzeuge/Zeitnahmefahrzeuge
- 3.1.9.4 Der Name/das Logo der Sponsoren kann einmal auf jeder Seite und auf dem Dach jedes Führungsfahrzeuges/Zeitnahmefahrzeuges gezeigt werden. Die Identifikation muss während eines Wettkampfnennens an allen Führungsfahrzeugen/Zeitnahmefahrzeugen identisch sein. Eine solche Anzeige darf maximal 40 cm hoch sein.
- 3.1.9.5 In Ergänzung zu Ziffer 3.3.6.1 ist es dem Sponsor, der die Leistungen in Bezug auf die Zeitnahme bereitstellt, gestattet, ein Product Placement (ein Produkt) auf den Führungsfahrzeugen/Zeitnahmefahrzeugen anzubringen (wie beispielsweise Product Placement in Form einer Uhr auf dem Dach der Führungsfahrzeuge/Zeitnahmefahrzeuge). Eine solche Darstellung darf die Sicht auf die Uhr der Führungsfahrzeuge/ Zeitnahmefahrzeuge nicht beeinträchtigen.
- 3.1.9.6 Fahrzeugparade  
Sponsoren dürfen ihre Produkte in Form eines Product Placement auf Fahrzeugen präsentieren, die den Kurs des Wettkampfes vor dem ersten Führungsfahrzeug/Zeitnahmefahrzeug im Vorfeld eines Rennens abfahren (wie eine „Fahrzeugparade“), sofern dies mit allen maßgebenden Gesetzen vereinbar ist. Eine solche Anzeige darf maximal 40 cm hoch sein.
- 3.1.9.7 Funkgesteuerte Fahrzeuge  
Werbung darf auf funkgesteuerten Fahrzeugen, auf Drohnen und anderen funkgesteuerten Geräten genutzt werden, sofern sie für den Wettkampf benötigt werden.
- 3.1.9.8 Golfwagen  
Das Wettkampfloگو oder der Name/das Logo eines Sponsors darf auf jeder Seite eines Golfwagens, die auf den Wettkampfstätten benutzt werden, angebracht werden.

### 3.2 Schirme/Schutzabdeckungen

#### 3.2.1.1 Stadionwettkämpfe

Die Anzahl der Schirme und Schutzabdeckungen muss den Witterungsbedingungen entsprechen und darf die Sicht der Zuschauer in der Arena nicht in unzumutbarer Weise behindern. Schirme oder Schutzabdeckungen, die für Stadionwettkämpfe eingesetzt werden, dürfen keine Werbung oder andere Identifikation, ausgenommen den Namen/das Logo des Wettkampfveranstalters, die Wettkampfbezeichnung, das

Wettkampfloge, den Namen/das Logo eines Sponsors und/oder den Namen/das Logo der WA, des Kontinentalverbandes oder des Mitgliedsverbandes, der den Wettkampf autorisiert, aufweisen. Die Größe jeder solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

### 3.2.1.2 Wettkämpfe außerhalb des Stadions

Die Anzahl der Schirme und Schutzabdeckungen muss den Witterungsbedingungen entsprechen und darf die Sicht der Zuschauer in der Arena nicht in unzumutbarer Weise behindern. Schirme oder Schutzabdeckungen, die für Wettkämpfe eingesetzt werden, die nicht in Stadien stattfinden, dürfen zusätzlich zu den in der vorstehenden Ziffer 3.1.10.1 genannten Organisationen auch den Namen/das Logo der Sponsoren zeigen. Die Größe jeder solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

### 3.2.2 Product Placement

Die Produkte von Sponsoren können in den Wettkampfstätten während des Wettkampfes platziert werden, sofern dies mit allen Gesetzen vor Ort vereinbar ist. Die Größe, der Standort und die Art einer solchen Platzierung müssen durch den Wettkampfveranstalter festgelegt und durch den Werbebeauftragten und/oder sonstigen geeigneten Vertreter des DLV genehmigt werden. Ein solches Product Placement muss die grundlegenden Prinzipien dieser Vorschriften berücksichtigen, sollte in keiner Weise die Integrität des Sports berühren und darf die technische Durchführung der Wettkämpfe nicht beeinträchtigen.

- 3.3 Siegerehrungsgaben, die nach dem Wettkampf, nach Überqueren der Ziellinie oder während der Siegerehrung an die Athleten verteilt werden, dürfen den Namen/das Logo eines oder mehrerer Sponsoren sowie das Verbandslogo und/oder das offizielle Wettkampfloge tragen. Stadionwettkämpfe

### 3.3.1 Freiluftstadion

#### 3.3.1.1 Werbebanden

- (i) Erste Reihe: Werbebanden werden in einem Abstand von mindestens 30 cm vom äußeren Rand der Laufbahn, auch in der entgegengesetzten Kameraperspektive, der Blindseite der Kamera, entlang der 100-m-Sprintstrecke („100-m-Sprintbanden“) platziert. Die Werbebanden müssen die gleiche Höhe aufweisen. Grundsätzlich dürfen Werbebanden nicht die Sicht des Publikums vor Ort oder der Fernsehzuschauer beeinträchtigen.
- (ii) Zweite Reihe: Werbebanden in einer zweiten Reihe sind zulässig. Sie müssen von gleichmäßiger Höhe sein.
- (iii) Hinter dem Start: Eine Werbebande darf hinter dem Start des 100-m-Sprints (der 110-m-Hürden) entweder auf dem Niveau der Laufbahn oder erhöht platziert werden. Diese Werbebande darf maximal 2,5 m hoch sein, und die maximale Breite muss der Breite der Laufbahn entsprechen. Eine Aufteilung der Bande auf mehrere Sponsoren ist zulässig.  
Diese Werbebande kann 50 cm über die Bahnoberfläche angehoben werden.
- (iv) Größe: Werbebanden dürfen maximal 1,2 m hoch sein. Die Breite jeder einzelnen Werbebande unterliegt keiner Beschränkung.
- (v) Material: Werbebanden müssen aus einem stabilen Material bestehen oder, sofern die Oberfläche nicht stabil ist, an einem stabilen Rahmen befestigt sein.
- (vi) Doppelseitige Banden: Werbebanden dürfen doppelseitig sein und auf beiden Seiten Werbung zeigen.

### 3.3.1.2 Innenraumbanden

Innenraumbanden mit Werbung oder einer anderen Identifikation sind bei allen Freiluftstadionwettkämpfen zulässig.

Solche Innenraumbanden können in einem Abstand von mindestens 50 cm von der Bahninnenseite an einem beliebigen Ort im Innenraum platziert werden, dürfen jedoch unter keinen Umständen:

- ▲ die Integrität oder die technische Durchführung des Wettkampfes beeinträchtigen;
- ▲ die Sicht der Zuschauer vor Ort oder des Fernsehpublikums beeinträchtigen.

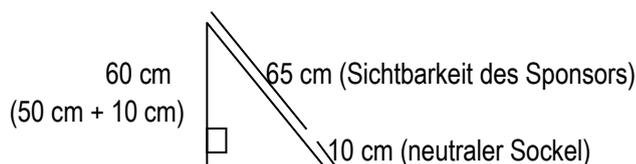
Es sind maximal 120 m an Innenraumbanden gestattet. Die Innenraumbanden sind maximal 0,50 m hoch.

Die Banden dürfen maximal 10 cm auf einem neutralen Sockel erhöht werden so dass die Gesamthöhe, einschließlich der Höhe des Sockels, nicht mehr als 0,60 m beträgt (Messung vom Boden bis zum oberen Ende der Bande).

Hinweis:

- ▲ Sichtbarkeit des Sponsors = maximal 65 cm;
- ▲ neutraler Sockel = maximal 10 cm;
- ▲ insgesamt maximal 75 cm bei einer maximalen Höhe von 60 cm, Sichtbarkeit des Sponsors und Höchstgrenze jeweils enthalten.

Schaubild:



### 3.3.1.3 Cam Carpets

Anstelle von Werbebändern oder Innenraumbändern können Cam Carpets mit der gleichen Werbung und an den Stellen platziert werden, an denen die Banden gemäß diesen Vorschriften angebracht werden dürfen. Das relative Aussehen der maximalen Größe der Cam Carpets aus der Hauptkameraperspektive für diesen Teil des Wettkampfes beträgt 1,2 m.

### 3.3.1.4 Ziellinienband

Der Name/das Logo der Sponsoren und/oder das Verbandslogo darf mehrmals auf dem Ziellinienband (sofern vorhanden) gezeigt werden. Die maximale Höhe einer solchen Anzeige beträgt 20 cm.

### 3.3.1.5 Decken/Handtücher für Athleten

Der Name/das Logo der Sponsoren darf mehrmals auf den Decken/Handtüchern dargestellt werden, die den Athleten während oder am Ende ihrer Veranstaltung zur Verfügung gestellt werden (sofern zutreffend). Eine solche Anzeige darf maximal 40 cm<sup>2</sup> groß sein und eine maximale Höhe von 5 cm haben.

### 3.3.1.6 Zusätzliche Werbemöglichkeiten

Zusätzliche Werbemöglichkeiten können mit der vorherigen schriftlichen Zustimmung des DLV bereitgestellt werden.

## 3.3.2 Hallenstadion

### 3.3.2.1 Werbebanden

- (i) Erste Reihe: Werbebanden werden um den äußeren Rand der Laufbahn platziert. Die Werbebanden müssen die gleiche Höhe aufweisen. Grundsätzlich dürfen Werbebanden nicht die Sicht des Publikums vor Ort oder der Fernsehzuschauer beeinträchtigen.
- (ii) Zweite Reihe: Werbebanden in einer zweiten Reihe sind zulässig. Sie müssen von gleichmäßiger Höhe sein.
- (iii) Größe: Feststehende, drehbare oder elektronische Werbebanden dürfen maximal 1,2 m hoch sein.
- (iv) Material: Werbebanden müssen aus einem stabilen Material bestehen oder, sofern die Oberfläche nicht stabil ist, an einem stabilen Rahmen befestigt sein.
- (v) Doppelseitige Banden: Werbebanden dürfen doppelseitig sein und auf beiden Seiten Werbung zeigen.

### 3.3.2.2 Innenraumbanden

Innenraumbanden mit Werbung oder einer anderen Identifikation sind bei allen Wettkämpfen in einem Hallenstadion zulässig.

Solche Innenraumbanden können in einem Abstand von mindestens 50 cm von der Bahninnenseite an einem beliebigen Ort im Innenraum platziert werden, dürfen jedoch unter keinen Umständen:

- i. die Integrität oder die technische Durchführung des Wettkampfes beeinträchtigen;
- ii. die Sicht der Zuschauer vor Ort oder des Fernsehpublikums beeinträchtigen.

Es sind maximal 30 m an Innenraumbanden gestattet. Die Innenraumbanden sind maximal 6 m x 0,50 m hoch.

Die Banden dürfen maximal 10 cm auf einem neutralen Sockel erhöht werden. Die Innenraumbanden dürfen höher als 0,50 m sein, so dass sofern die Gesamthöhe, einschließlich der Höhe des Sockels, nicht mehr als 0,60 m beträgt (Messung vom Boden bis zum oberen Ende der Bande), wenn sie in einem Winkel auf dem Sockel platziert werden.

### 3.3.2.3 Cam Carpets

Anstelle von Werbebanden oder Innenraumbanden können Cam Carpets mit der gleichen Werbung und an den Stellen platziert werden, an denen solche Banden gemäß diesen Vorschriften platziert werden dürfen. Die maximale Höhe des relativen Aussehens der Cam Carpets aus der Hauptkameraperspektive für diesen Teil des Wettkampfes beträgt 1,2 m.

### 3.3.2.4 Auslaufschutzmatten

Der Name/das Logo eines Sponsors oder eine andere Werbung kann auf den Auslaufschutzmatten am Ende des 60-Meter-Sprints gezeigt werden. Die maximale Höhe

einer solchen Anzeige beträgt 1,5 m, und die maximale Breite entspricht der Breite der Laufbahn.

### 3.3.2.5 Ziellinienband

Der Name/das Logo der Sponsoren kann mehrmals auf dem Ziellinienband (sofern vorhanden) gezeigt werden. Die maximale Höhe einer solchen Anzeige beträgt 20 cm.

### 3.3.2.6 Decken/Handtücher für Athleten

Der Name/das Logo der Sponsoren darf mehrmals auf den Isoliermatten angezeigt werden, die den Athleten während oder am Ende ihrer Veranstaltung zur Verfügung gestellt werden (sofern zutreffend). Eine solche Anzeige darf maximal 20 cm hoch sein.

### 3.3.2.7 Zusätzliche Werbemöglichkeiten

Werbepanzen dürfen in den Aufwärmbereichen platziert werden. Diese Werbepanzen dürfen maximal 1,2 m hoch sein und müssen die gleiche Höhe aufweisen. Zusätzliche Werbemöglichkeiten können mit der vorherigen schriftlichen Zustimmung des DLV bereitgestellt werden.

## 3.4 Wettkämpfe außerhalb des Stadions

### 3.4.1 Werbepanzen

- (i) Position: Werbepanzen können einreihig um den Kurs des Wettkampfes und im Start- und Zielbereich platziert werden. Auf beiden Seiten der Werbepanzen kann Werbung angebracht werden.
- (ii) Material: Die Stützkonstruktion der Werbepanzen muss stabil genug sein, um das Gewicht der Werbepanzen bei ungünstigen Witterungsbedingungen, insbesondere bei Wind, zu tragen.  
Größe: Die maximale Höhe der Werbepanzen beträgt 1,2 m .

### 3.4.2 Cam Carpets/Bemalung des Bodens

Anstelle von Werbepanzen können Cam Carpets mit der gleichen Werbung und an den Stellen platziert werden, an denen solche Panzen gemäß diesen Vorschriften platziert werden dürfen. Alternativ dazu kann der Boden bemalt werden. Die maximale Größe des relativen Aussehens der Cam Carpets beträgt 1,2 m.

### 3.4.3 Start- und Zielportale

3.4.3.1 Das Start- und Zielportal kann eine beliebige Anzahl der folgenden Darstellungen zeigen:

- (i) die offizielle Wettkampfbezeichnung (maximale Höhe 1 m);
- (ii) das offizielle Wettkampflogo (maximale Höhe 50 cm);
- (iii) die offiziellen Zeitnahmegeräte mit dem Namen/Logo des Zeitnahmesponsors;
- (iv) Logos der Sponsoren (maximale Höhe 50 cm);
- (v) Logos des Mitgliedsverbandes/Veranstalters (maximale Höhe 50 cm);
- (vi) Name/Logo einer öffentlichen Einrichtung, die den Wettkampfveranstalter unterstützt (maximale Höhe 50 cm).

3.4.3.2 Alle Start- und Zielportale müssen den maßgebenden Sicherheitsstandards entsprechen.

## 3.4.4 Ziellinienband

Der Name/das Logo der Sponsoren und/oder das Verbandslogo darf mehrmals auf dem Ziellinienband gezeigt werden. Eine solche Anzeige darf maximal 20 cm hoch sein.

3.4.5 Decken/Handtücher für Athleten Der Name/das Logo der Sponsoren darf mehrmals auf den Isoliermatten gezeigt werden. Eine solche Anzeige darf maximal 20 cm hoch sein.

## 4 WERBUNG AUF KLEIDUNGSSTÜCKEN

### 4.1 Kleidung der Athleten

#### 4.1.1 Allgemeines

4.1.1.1 Die Wettkampfkleidung und Aufwärmkleidung der Athleten darf nur Werbung aufweisen, die gemäß diesen Vorschriften zulässig ist. Eine Werbung oder sonstige Identifikation auf solcher Kleidung, die gemäß diesen Vorschriften unzulässig ist, ist streng verboten und stellt einen Verstoß gegen diese Vorschriften dar.

4.1.1.2 Die Bestimmungen in dieser Ziffer 4 gelten für die gesamte Dauer des Wettkampfes, unter Einschluss der Veranstaltung selbst, der Ehrenrunde, aller Zeremonien (Siegerehrung, Eröffnungs- und Schlussfeier), der Interviews und der Pressekonferenzen, die durch den Wettkampfveranstalter durchgeführt werden.

#### 4.1.2 Trikots/Rennanzüge

Eine Werbung oder sonstige Identifikation auf Trikots und Rennanzügen muss den folgenden Anforderungen in Bezug auf alle Wettkämpfe entsprechen (soweit durch den DLV nicht Abweichendes festgelegt wird):

##### 4.1.2.1 Name/Logo des Herstellers

###### Trikots/Rennanzüge (Einteiler, einschließlich Oberkörper und Unterkörper)

Der Name/das Logo des Herstellers darf einmal oder häufiger auf der Vorder- und Rückseite der Trikots/Rennanzüge gezeigt werden. Ein grafisches oder bildliches Logo des Herstellers (ohne einen Namen oder einen Text) darf ebenfalls als dekorative „Bildmarke“ einmal oder mehrmals in Form eines Streifens, der nicht breiter als 10 cm sein darf, an einer der folgenden Stellen verwendet werden, sofern eine solche Verwendung im Ermessen der WA das Erscheinungsbild der Kleidung nicht beherrscht oder unverhältnismäßig davon ablenkt:

- ▲ über die Unterseite der Ärmel;
- ▲ an der äußeren Naht der Ärmel;
- ▲ an den äußeren Nähten der Kleidung abwärts verlaufend.

Beispiele für die zulässige dekorative „Bildmarke“ des Herstellers in Form eines Streifens:

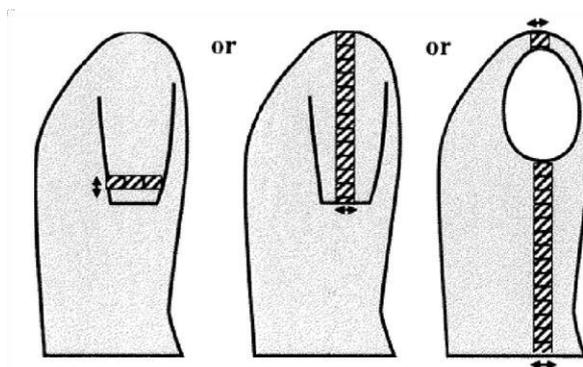
ADIDAS	ASICS	MIZUNO	NIKE	PUMA	REEBOK
					

Beispiele, einschließlich des untersagten Textes als dekorative „Bildmarke“ des Herstellers, in Form eines Streifens:

ADIDAS	ASICS	MIZUNO	NIKE	PUMA	REEBOK
					

Trikots

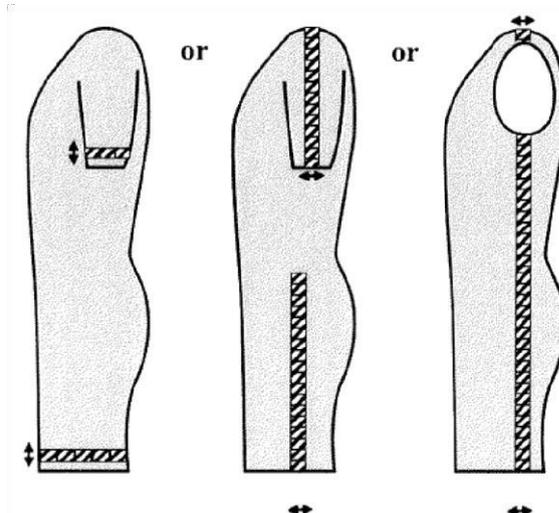
Beispiele der dekorativen „Bildmarke“ des Herstellers:



Dekorative „Bildmarke“ des Herstellers: maximal 10 cm breit

Rennanzüge

Beispiele der dekorativen „Bildmarke“ des Herstellers:



Dekorative „Bildmarke“ des Herstellers: maximal 10 cm breit

Die obigen Beispiele dienen allein der Veranschaulichung und sind nicht erschöpfend.

#### 4.1.2.2 Name des Athleten

Der Name des Athleten darf auf der Vorderseite und/oder Rückseite des Trikots/Rennanzuges gezeigt werden. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 4.1.2.3 Name des Landes

Der Name des Landes des Athleten und/oder der offizielle dreibuchstabile Ländercode darf auf dem Trikot/Rennanzug nicht gezeigt werden.

#### 4.1.2.4 Name/Logo der WA/des DLV

Der Name/das Logo der WA darf auf dem Trikot/Rennanzug nicht gezeigt werden. Der Name/das Logo des DLV, die Nationalflagge oder das Landessymbol darf nur auf den offiziellen Nationaltrikots/Nationalrennanzügen gezeigt werden, die durch den DLV zur Repräsentation des Verbandes bereitgestellt werden. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 4.1.2.5 Nationaler Sponsor

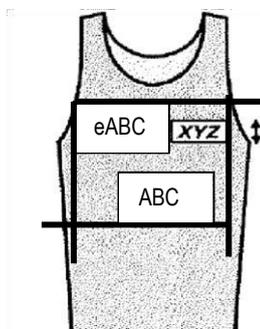
In Verbindung mit allen Wettkämpfen darf der Name/das Logo des nationalen Sponsors auf dem Nationaltrikot/Nationalrennanzug gezeigt werden.

#### 4.1.2.6 Vereine/Individuelle Sponsoren

Der Vereinsname und/oder die Vereinssponsoren und/oder das Vereinslogo und/oder das Logo der individuellen Sponsoren der Athleten dürfen auf dem Trikot/Rennanzug gezeigt werden.

#### 4.1.2.7 Größe der Anzeigen

Die Größe aller Anzeigen des nationalen Sponsors, des Vereins und der individuellen Sponsoren (4.1.2.5 und 4.1.2.6) darf 25 % der Gesamtfläche der Vorder- und Rückseite der Kleidung nicht überschreiten, und gemessen in rechteckiger Form vom äußersten Rand der Logos/Namen, wobei die Linien parallel zu den natürlichen Linien der Bekleidung verlaufen.



Messung: von den äußersten Rändern in Form eines Rechtecks 'parallel' zu den 'natürlichen' Linien des Trikots/Rennanzuges

#### 4.1.3 Oberteile, T-Shirts, Sweatshirts, Regenjacken

Die Werbung oder sonstige Identifikation auf Oberteilen, T-Shirts, Sweatshirts und Regenjacken muss den gleichen Anforderungen entsprechen, die für Trikots/Rennanzüge gelten.

#### 4.1.4 Unterkörperbekleidung

Eine Werbung oder andere Identifikation auf der Unterkörperbekleidung (beispielsweise Socken, Shorts, Strümpfe, jedoch ohne Rennanzüge) muss den folgenden Anforderungen entsprechen:

##### 4.1.4.1 Name/Logo des Herstellers

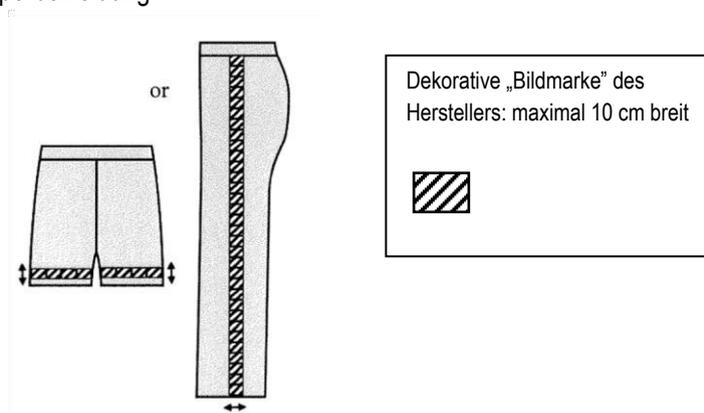
Der Name/das Logo des Herstellers darf einmal oder mehrmals auf der Vorder- und Rückseite der Unterkörperbekleidung gezeigt werden.

Ein grafisches oder bildliches Logo des Herstellers (ohne einen Namen oder einen Text) darf ebenfalls als dekorative „Bildmarke“ einmal oder mehrmals als ein maximal 10 cm breiter Streifen an einer der folgenden Stellen verwendet werden, sofern eine solche Verwendung im Ermessen der WA nicht das Erscheinungsbild der Kleidung beherrscht oder unverhältnismäßig davon ablenkt:

- ▲ über die Unterseite der Beine;
- ▲ an den äußeren Nähten der Beine abwärts verlaufend.

Die folgenden Abbildungen dienen als Beispiele für die Art, in der die Bestimmungen der Ziffer 4.1.4.1 anzuwenden sind:

##### Beispiele Unterkörperbekleidung



##### 4.1.4.2 Name/Logo der WA/des DLV

Der Name/das Logo der WA darf auf dem Trikot/Rennanzug nicht gezeigt werden. Der Name/das Logo des DLV, der dreibuchstabile Ländercode, die Nationalflagge oder das Landessymbol darf nur auf dem offiziellen Nationalmannschaftsdress gezeigt werden, das durch den DLV zur Repräsentation des Verbandes bereitgestellt wird. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 4.1.4.3 Socken

Der Name/das Logo des Sockenherstellers kann einmal auf jeder Socke angezeigt werden. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

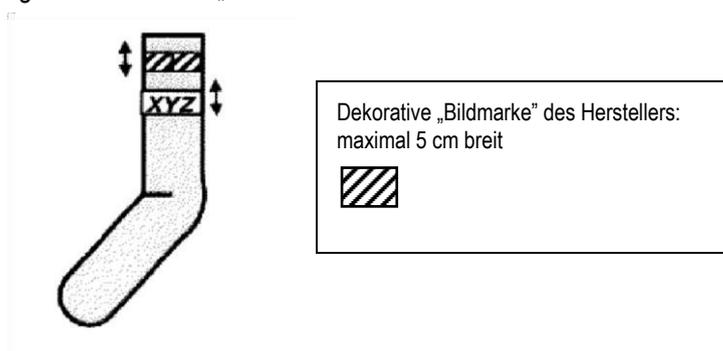
Der Name des Athleten darf einmal auf jeder Socke gezeigt werden. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

Ein grafisches oder bildliches Logo des Herstellers (ohne einen Namen oder einen Text) darf ebenfalls auf den Socken als dekorative „Bildmarke“ einmal oder mehrmals in Form eines Streifens parallel zum oberen Rand jeder Socke verwendet werden.

Die folgenden Abbildungen zeigen Beispiele der Art, in der die Bestimmungen der Ziffer 4.1.4.3 anzuwenden sind:

Beispiel Socken

Name/Logo und dekorative „Bildmarke“ des Herstellers



#### 4.1.5 Schuhe

4.1.5.1 Die Größe des Namens/Logos des Herstellers der durch den Athleten genutzten Schuhe unterliegt keiner Beschränkung.

#### 4.1.6 Sonstige Ausrüstung

4.1.6.1 Der Name/das Logo des Herstellers der sonstigen Ausrüstung, die durch den Athleten im Verlauf des Wettkampfes genutzt wird (wie beispielsweise Kopfbedeckungen, Hüte, Stirnbänder, Handschuhe, Brillen, Sonnenbrillen, Handtücher und Schweißbänder) darf einmal auf einer solchen Ausrüstung gezeigt werden. Zusätzlich darf der Name/das Logo eines oder mehrerer Sponsoren auf einer solchen Ausrüstung gezeigt werden.

Die Größe aller Anzeigen darf 25 % der Gesamtfläche der Vorder- und Rückseite (beziehungsweise alle Stellen) der Kleidung oder des Gegenstands nicht überschreiten, und gemessen in rechteckiger Form vom äußersten Rand der Logos/Namen, wobei die Linien parallel zu den natürlichen Linien der Bekleidung verlaufen.

## 4.1.7 Neutrale Kleidung

- 4.1.7.1 Sofern die Kleidung eines Athleten nicht diesen Vorschriften entspricht, kann der Athlet von den Call-Room-Kampfrichtern aufgefordert werden, entweder den nichtkonformen Gegenstand abzudecken, oder eine durch den Wettkampfveranstalter bereitgestellte neutrale Kleidung zu tragen.

## 4.1.8 Messungen

- 4.1.8.1 Die Größe der Werbung oder sonstigen Identifikation auf der Kleidung der Athleten wird gemessen, wenn die Kleidung getragen wird.

## 4.1.9 Spezifische Wettkampfgenehmigung

- 4.1.9.1 Ein Kleidungshersteller oder ein Mitgliedsverband darf dem DLV rechtzeitig vor einem Wettkampf repräsentative Muster der Athletenkleidung vorlegen, damit diese durch den DLV für einen solchen Wettkampf ausdrücklich genehmigt werden.
- 4.1.9.2 Die Entscheidung des DLV wird dem Kleidungshersteller in schriftlicher Form mitgeteilt. Die durch den DLV genehmigte und vom Athleten während des Wettkampfes getragene Kleidung gilt als mit diesen Vorschriften vereinbar.
- 4.1.9.3 Der Hersteller kann innerhalb von 10 Tagen nach der getroffenen Entscheidung in schriftlicher Form Einspruch beim DLV einlegen. Der DLV wird eine endgültige Entscheidung darüber treffen, ob die Kleidung für diesen bestimmten Wettkampf genehmigt werden kann.

## 4.2 Kleidung der Wettkampfoffiziellen

### 4.2.1 Oberkörperbekleidung

- 4.2.1.1 Der Name/das Logo des Herstellers der Oberkörperbekleidung darf einmal gezeigt werden.
- 4.2.1.2 Ein grafisches oder bildliches Logo des Herstellers (ohne einen Namen oder einen Text) darf ebenfalls als dekorative „Bildmarke“ einmal oder mehrmals in Form eines Streifens an einer oder mehreren der folgenden Stellen verwendet werden:
- ▲ über die Unterseite der Ärmel;
  - ▲ auf den äußeren Nähten der Ärmel;
  - ▲ an den äußeren Nähten des Kleidungsstückes abwärts verlaufend.
- 4.2.1.3 Die Wettkampfbezeichnung und/oder das Wettkampfflogo dürfen einmal gezeigt werden. Bei Wettkämpfen mit einem Seriensponsor/Namenssponsor oder einem präsentierenden Sponsor muss die vollständige Wettkampfbezeichnung gezeigt werden (nicht nur der Name eines solchen Sponsors), sofern die Wettkampfbezeichnung anzuzeigen ist. Der Name/das Logo des DLV und/oder des Regionalverbandes, der den

Wettkampf autorisiert, darf einmal gezeigt werden. Der Name/das Logo eines oder mehrerer Sponsoren darf ebenfalls gezeigt werden.

4.2.1.4 Die Größe aller Anzeigen darf 25 % der Gesamtfläche der Vorder- und Rückseite der Kleidung oder des Gegenstandes gemessen vom äußersten Rand der Logos/Namen nicht überschreiten, und gemessen in rechteckiger Form vom äußersten Rand der Logos/Namen, wobei die Linien parallel zu den natürlichen Linien der Bekleidung oder des Gegenstandes verlaufen.

#### 4.2.2 Unterkörperbekleidung

4.2.2.1 Die Werbung oder sonstige Identifikation auf der Unterkörperbekleidung der Offiziellen muss den Anforderungen in der Ziffer 4.1.4 für die Athleten entsprechen.

#### 4.3 Bekleidung der Fotografen/Kamerateams

4.3.1 Fotografen, denen der Zugang zum Innenraum gestattet ist, müssen die durch den Wettkampfveranstalter bereitgestellten offiziellen Innenraumleibchen tragen.

4.3.2 Das offizielle Innenraumleibchen der Fotografen kann die Wettkampfbezeichnung, den Namen/das Logo einer Wettkampfserie (oder Serienbezeichnung), den Namen des nationalen oder regionalen Leichtathletikverbandes und/oder das Wettkampflogo zeigen. Zusätzlich kann der Name/das Logo der offiziellen Film- und/oder offiziellen Kameraspensoren oder sonstigen Sponsoren einmal auf der Vorderseite und einmal auf der Rückseite der offiziellen Innenraumleibchen gezeigt werden.

Die Größe aller Anzeigen darf 25 % der Gesamtfläche der Vorder- und Rückseite der Kleidung oder des Gegenstandes nicht überschreiten, und gemessen in rechteckiger Form vom äußersten Rand der Logos/Namen, wobei die Linien parallel zu den natürlichen Linien der Bekleidung oder des Gegenstandes verlaufen.

4.3.3 Das offizielle Innenraumleibchen des Fernsehamerateams darf die Wettkampfbezeichnung, den Namen/das Logo einer Wettkampfserie (oder Serienbezeichnung), den Namen des nationalen oder regionalen Leichtathletikverbandes und das Wettkampflogo zeigen. Der Name/das Logo eines Sponsors und/oder der gastgebenden Sendeanstalt darf einmal auf der Vorderseite und einmal auf der Rückseite des Innenraumleibchens für das Fernsehamerateam unter dem Vorbehalt der Genehmigung des entsprechenden Wettkampfveranstalters gezeigt werden.

Die Größe aller Anzeigen darf 25 % der Gesamtfläche der Vorder- und Rückseite der Kleidung oder des Gegenstandes nicht überschreiten, und gemessen in rechteckiger Form vom äußersten Rand der Logos/Namen, wobei die Linien parallel zu den natürlichen Linien der Bekleidung oder des Gegenstandes verlaufen.

## 4.4 Bekleidung des Sponsors vor Ort

- 4.4.1 Der Name/das Logo eines Sponsors, der während eines Wettkampfes Leistungen bereitstellt, darf auf der Oberkörperbekleidung seiner an den Wettkampfstätten anwesenden Mitarbeiter gezeigt werden.
- 4.4.2 Zusätzlich dürfen der Name/das Logo des Kleidungssponsors, die Wettkampfbezeichnung und das Wettkampflgo auf der Kleidung der Mitarbeiter des Sponsors gezeigt werden. Bei Wettkämpfen mit einem Seriensponsor/Namenssponsor oder einem präsentierenden Sponsor muss die vollständige Wettkampfbezeichnung gezeigt werden (nicht nur der Name des Sponsors), sofern die Wettkampfbezeichnung anzuzeigen ist.

Die Größe aller Anzeigen darf 25 % der Gesamtfläche der Vorder- und Rückseite der Kleidung oder des Gegenstandes nicht überschreiten, und gemessen in rechteckiger Form vom äußersten Rand der Logos/Namen, wobei die Linien parallel zu den natürlichen Linien der Bekleidung oder des Gegenstandes verlaufen.

## 4.5 Ausnahme

Auf der Grundlage eines schriftlichen Antrages kann der DLV Ausnahmen von den Vorschriften in Paragraph 4 gewähren.

## 5 STARTNUMMERN

### 5.1 Größe

- 5.1.1 Die Startnummern dürfen maximal 24 cm breit und 20 cm hoch sein.
- 5.1.2 Die Höhe der Zahlen (oder der Athletenidentifikation) auf den Startnummern darf maximal 6 cm betragen. Die Identifikationen müssen gut zu erkennen sein.
- 5.1.3 Die maximale Höhe der Identifikation über der Identifikation/Nummer des Athleten beträgt 6 cm. Eine solche Identifikation kann den Namen/das Logo oder ein Marketinginstrument eines solchen oder mehrerer Sponsoren anzeigen.
- 5.1.4 Die maximale Höhe der Identifikation unter der Identifikation/Nummer des Athleten beträgt 6 cm. Eine solche Identifikation kann den Namen/das Logo oder ein Marketinginstrument eines oder mehrerer Sponsoren beziehungsweise die Stadt oder die Region zeigen, in der der Wettkampf stattfindet.

### 5.2 Farben

Die Startnummern müssen in geeigneten Farben bedruckt werden, damit die Nummer (oder die sonstige Identifikation des Athleten) möglichst leicht zu erkennen ist.

## 5.3 Sichtbarkeit

Die Startnummern und die Zahlen (oder die sonstige Identifikation des Athleten) auf den Startnummern müssen zu jeder Zeit während des Wettkampfes vollständig sichtbar sein.

## 5.4 Werbung auf Startnummern

Pro Veranstaltung eines Wettkampfes dürfen maximal vier Sponsoren auf den Startnummern gezeigt werden. Für unterschiedliche Veranstaltungen (beispielsweise 100 m der Männer und Speerwurf der Frauen) sind verschiedene Sponsoren gestattet.

## 6 AUSTRÜSTUNG UND ZUBEHÖR

### 6.1 Wettkampfausrüstung

#### 6.1.1 Allgemein

6.1.1.1 Wettkampfausrüstung kann mit dem offiziellen Veranstaltungsdesign versehen werden.

6.1.1.2 Das Logo des Lieferanten oder Herstellers der Wettkampfausrüstung kann auf der jeweiligen Wettkampfausrüstung und Wurfgeräten (Kugeln, Disken, Speeren, Hämmern) und Staffelstäben dargestellt werden. Ebenso kann jede Art von Identifikation, die durch gesetzliche Bestimmungen vorgesehen ist, dargestellt werden.

#### 6.1.2 Kugeln, Disken, Speere, Staffelstäbe, Stabhochsprungstäbe, Hämmer, Querlatten, Pfosten, Rundenglocken, Startblöcke und Bahnkästen

Der Name/das Logo des Lieferanten oder Herstellers darf auf Kugeln, Disken, Speeren, Staffelstäben, Stabhochsprungstäben, Hämmern, Querlatten, Pfosten, Rundenglocken, Startblöcken und Bahnkästen, die bei einem Wettkampf zum Einsatz kommen, zweimal gezeigt werden. Die Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung. Darüber hinaus darf der Name/das Logo eines Sponsors und das Wettkampflgo auf Querlatten, Pfosten, Rundenglocken, Bahnkästen und Startblöcken usw., die bei einem Wettkampf zum Einsatz kommen, einmal oder zweimal gezeigt werden. Die Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 6.1.3 Staffelstäbe

Der Name/das Logo des Lieferanten oder Herstellers darf auf Staffelstäben zweimal gezeigt werden. Die Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung. Der Wettkampfname darf auf Staffelstäben gezeigt werden.

#### 6.1.4 Aufsprungmatten

Der Name/das Logo des Lieferanten oder Herstellers der Aufsprungmatten und das Logo eines Sponsors darf auf den Aufsprungmatten gezeigt werden. Die Anzeige darf auf jeder Seite erscheinen., aber nicht auf der Oberseite der Aufsprungmatte. Die Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

Die Wettkampfbezeichnung oder das Wettkampflgo darf auf der Oberseite der Aufsprungmatte und an jeder Seite der Aufsprungmatte gezeigt werden. In einem solchen Fall kann das Logo eine beliebige Größe aufweisen, die zum jeweiligen Aufsprungbereich passt.

#### 6.1.5 Hürden und Hindernislaufbarrieren

Drei der folgenden Werbungen dürfen längs auf beiden Seiten der Hürden/Hindernislaufbarrieren, die bei einem Wettkampf zum Einsatz kommen, mehrmals gezeigt werden: der Name/das Logo des Herstellers der Hürden oder Hindernislaufbarrieren, der Name/das Logo der Sponsoren, der

Name der Stadt, in der der Wettkampf stattfindet, der Name des Stadions, die Wettkampfbezeichnung, der Name/das Logo einer Wettkampfserie oder der Name/das Logo des Verbandes. Jede solche Anzeige darf auf den Hürden maximal 7 cm hoch sein und auf den Hindernisbalken 10 cm hoch sein.

## 6.1.6 Absprungbalken

Das Logo/der Name des Lieferanten/Herstellers darf auf dem Balken gezeigt werden. Der Name/das Logo eines Sponsors darf zusätzlich neben dem Absprungbalken dargestellt werden.

## 6.1.7 Mobile Anlaufbahnen/Laufbahnen

Auf mobilen/provisorischen Anlaufbahnen und Laufbahnen darf der Name/das Logo der Sponsoren und/oder des Lieferanten/Herstellers in jeder Bahn einmal alle 10 m mit einer maximalen Größe von 1 m<sup>2</sup> und einem Mindestabstand von 10 cm bezogen auf alle Linien/Markierungen gezeigt werden.

Falls solche Anlaufbahnen/Laufbahnen in Form eines Podiums konstruiert sind, darf der Name/das Logo eines Sponsors einmal oder mehrmals auf der Seite mit einem Mindestabstand von 5 cm bezogen auf die Oberseite der Anlaufbahn/Laufbahn gezeigt werden.

## 6.1.8 WA-Zertifizierungslogos

Der Einsatz der WA-Zertifizierungslogos erfolgt maximal zweimal nach Maßgabe der Richtlinien des Abschnittes über die Offiziellen WA-Zertifizierungslogos in den WA-Zertifizierungsverfahren.

## 6.2 Elektronische und sonstige Geräte

### 6.2.1 Elektronische Geräte

6.2.1.1 An elektronischen Geräten, die Informationen anzeigen (wie beispielsweise Messgeräte, Uhren, Windmesser, elektronische Anzeigetafeln), darf der Name/das Logo des Lieferanten, Herstellers oder Sponsors derartiger Geräte (vorausgesetzt ein solcher Sponsor fertigt, wartet oder verkauft solche Geräte) auf jeder Seite eines solchen Gerätes gezeigt werden. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

6.2.1.2 Der Wetterschutz/die Schutzabdeckung für die Zeitnahme-/Messgeräte in den Wettkampfstätten darf maximal 1,7 m hoch sein und einen maximalen Durchmesser von 1,2 m aufweisen. Rechteckige Schutzabdeckungen dürfen auf jeder Seite maximal 1 m breit sein und dürfen nur während eines Wettkampfes genutzt werden, sofern diese tatsächlich benötigt werden. Der Name/das Logo des Lieferanten, Herstellers oder Sponsors derartiger Geräte (vorausgesetzt ein solcher Sponsor fertigt, wartet oder verkauft solche Geräte) darf auf dem Wetterschutz/der Schutzabdeckung gezeigt werden. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

### 6.2.2 Informationsanzeigen

Die Wettkampfbezeichnung, der Name/das Logo einer Wettkampfserie oder der Name/das Logo der Sponsoren darf im Wechsel auf der Informationsanzeige der Anzeigetafeln im Innenraum gezeigt werden. Wenn jedoch die Tafel während einer Veranstaltung für Informationszwecke genutzt wird, dürfen die Namen/Logos der Sponsoren nicht auf der Informationsanzeige gezeigt werden.

## 6.2.3 Sonstige Ausrüstung

Der Name/das Logo des Herstellers der sonstigen technischen Ausrüstung, die in den Wettkampfstätten zum Einsatz kommt, oder der Name/das Logo eines anderen Sponsors darf nur zweimal an beiden Seiten solcher Ausrüstung gezeigt werden, soweit durch den DLV nichts anderes genehmigt ist. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

## 6.3 Getränke-/Erfrischungsstände und Schwammstationen

### 6.3.1 Anzahl der Stände

Die Anzahl der Stände und ihre Platzierung muss den Bestimmungen der jeweiligen Veranstaltung sowie den entsprechenden Regeln entsprechen.

### 6.3.2 Größe/Form der Getränkestände

Ein Getränkestand darf maximal 1,4 m hoch sein, und der maximale Durchmesser beträgt 1 m. Bei rechteckigen Getränkeständen darf jede Seite maximal 1 m breit sein. Die Form oder Gestalt des Getränkestandes kann das Design der Verpackung der Getränke einbeziehen, die durch den Getränkesponsor bereitgestellt werden (beispielsweise eine Flasche oder Dose).

### 6.3.3 Werbung/Identifikation an Getränkeständen

#### 6.3.3.1 Stadionwettkämpfe

Der Name/das Logo des Sponsors kann um die Begrenzung herum oder, bei rechteckigen Getränkeständen, auf jeder Seite gezeigt werden. Die maximale Höhe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 6.3.3.2 Wettkämpfe außerhalb des Stadions:

Der Name/das Logo eines Sponsors darf auf einer Sockelleiste um die Tische und auf einer Abdeckung über den Tischen, die für die Getränkestände verwendet werden, gezeigt werden. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

#### 6.3.3.3 Personal an den Getränkeständen

Bei Wettkämpfen außerhalb des Stadions dürfen Getränke aus den Getränkeständen durch Mitarbeiter des Getränkesponsors sowie andere befugte Personen ausgegeben werden. Der Name/das Logo des Getränkesponsors, eines anderen Sponsors, das Wettkampflogo oder der Name der Ausrichterstadt darf auf der Oberbekleidung des Personals gezeigt werden, das die Getränke ausgibt. Die maximale Größe einer solchen Anzeige unterliegt keiner Beschränkung.

## 6.4 Plastikflaschen

### 6.4.1 Persönliche Plastikflaschen

Der Name/das Logo des offiziellen Getränkeliieferanten darf maximal zweimal auf der persönlichen Plastikflasche der Athleten, die maximal einen Liter fassen darf, gezeigt werden.

### 6.4.2 Durch den Veranstalter bereitgestellte Plastikflaschen – Offizielle Plastikflaschen

Der Name/das Logo eines Sponsors darf auf den Plastikflaschen, die durch den Veranstalter zur Verfügung gestellt werden und maximal 1 Liter fassen dürfen, gezeigt werden. Diese Plastikflaschen dürfen den Athleten unmittelbar nach dem Ende eines Rennens durch Offizielle übergeben werden, die die offizielle Wettkampfkleidung tragen.

## 7 ONSCREEN-IDENTIFIKATION

### 7.1 Dienstleistungssponsoren/Sponsoren

Der Name/das Logo der folgenden Sponsoren darf im Rahmen des Signals eines Wettkampfes gezeigt werden, das im Fernsehen oder durch andere aktuelle oder künftige Technologien übertragen wird („Onscreen-Identifikation“):

- (i) der Name/das Logo der Dienstleistungssponsoren; und/oder
- (ii) der Name/das Logo eines Sponsors, der die Onscreen-Identifikation bereitstellt oder dafür bezahlt.

### 7.2 Anwendung

7.2.1 Die Onscreen-Identifikation (einschließlich ihrer Größe, Dauer und Form) muss allen maßgebenden Gesetzen und Vorschriften, unter Einschluss der Gesetze des Landes, in dem der Wettkampf stattfindet, und den selbstbeschränkenden Vorschriften der Sendeanstalt entsprechen.

7.2.2 Die Umsetzung der Onscreen-Identifikation muss zwischen dem Wettkampfveranstalter, der gastgebenden Sendeanstalt des Wettkampfes und den entsprechenden Sendeunternehmen, die den Wettkampf übertragen, abgestimmt werden.

## 8 VIRTUELLE WERBUNG

### 8.1 Anwendung

#### 8.1.1 Allgemeines

8.1.1.1 Virtuelle Werbung muss in einer vernünftigen Weise eingesetzt werden, um sicherzustellen, dass dadurch die Integrität des Wettkampfes nicht beeinträchtigt wird.

8.1.1.2 Virtuelle Werbung darf nicht in einer Weise eingefügt werden, durch die die Sicht des Fernsehpublikums auf die Wettkampfveranstaltungen beeinträchtigt wird.

8.1.1.3 Die Umsetzung der virtuellen Werbung muss zwischen dem DLV, dem Wettkampfveranstalter, der gastgebenden Sendeanstalt des Wettkampfes und den entsprechenden Sendeunternehmen, die den Wettkampf übertragen, abgestimmt werden.

8.1.1.4 Alle an einem Wettkampf beteiligten Parteien (einschließlich der Sponsoren) werden in vollem Umfang über den Einsatz der virtuellen Werbung im Rahmen eines solchen Wettkampfes informiert.

#### 8.1.2 Außerhalb des Veranstaltungsbereiches

Außerhalb des Bereiches, in dem eine Veranstaltung abgehalten oder durchgeführt wird (d. h. die Strecke, der Innenraum und/oder der Kurs), darf virtuelle Werbung vor, während und nach einem Wettkampfabschnitt, jedoch nur auf den bestehenden flachen Flächen erscheinen, die tatsächlich für Werbezwecke genutzt oder nicht genutzt werden dürfen (einschließlich der Werbebanden, Innenraumbanden oder Cam Carpets).

Virtuelle Werbung ist ausdrücklich untersagt:

- (i) an allen Personen (einschließlich der Zuschauer, Athleten, Offiziellen) in den Wettkampfstätten, ausgenommen der Verwendung auf den Startnummern;
  - (ii) an allen mobilen oder ortsfesten Gegenständen, die für die Anzeige von Werbung beliebiger Art nicht ursprünglich vorgesehen oder tatsächlich geeignet sind; und
  - (iii) im Luftraum;
- soweit sie nicht zuvor ausdrücklich durch den DLV genehmigt wird.

### 8.1.3 Im Veranstaltungsbereich

In dem Bereich, in dem ein Wettkampf einer Veranstaltung abgehalten oder durchgeführt wird (d. h. die Strecke, der Innenraum und/oder der Kurs), darf virtuelle Werbung nur vor und nach einem Wettkampfabschnitt erscheinen. Virtuelle Werbung darf jedoch während und nach einem Wettkampfabschnitt auf Werbebanden, Innenraumbanden und/oder Cam Carpets erscheinen.

## 8.2 Maßgebendes Recht

Der Einsatz der virtuellen Werbung muss mit allen maßgebenden Gesetzen und Vorschriften, unter Einschluss der Gesetze des Landes, in dem ein Wettkampf stattfindet, und mit den selbstbeschränkenden Vorschriften der Sendunternehmen vereinbar sein.

## 9 WERBEBEAUFTRAGTER

### 9.1 Einsetzung

Nach Maßgabe der Regel 137 IWR wird der Werbebeauftragte (wenn er eingesetzt wird) die aktuellen Werberegeln und Werbevorschriften des DLV überwachen und anwenden sowie ungelöste Werbefragen oder Werbeangelegenheiten, die im Call-Room auftreten, in Verbindung mit dem Call-Room-Schiedsrichter entscheiden.

### 9.2 Befugnis

Der Werbebeauftragte hat die Befugnis und Aufgabe, diese Vorschriften in Bezug auf einen bestimmten Wettkampf oder eine Veranstaltung gemäß den Angaben in diesen Vorschriften zu überwachen, zu verwalten, auszulegen, durchzusetzen und zu kontrollieren.

### 9.3 Berichte

9.3.1 Der Werbebeauftragte erstattet dem Technischen Delegierten, der für den fraglichen Wettkampf ernannt wurde, Bericht und leistet dessen Anweisungen Folge.

9.3.2 Ein durch den DLV eingesetzter Werbebeauftragter wird auch dem DLV-Generaldirektor Bericht erstatten und dessen Anweisungen Folge leisten.

9.3.3 Im Falle eines Konfliktes oder Widerspruches zwischen den Entscheidungen und/oder Anweisungen des Technischen Delegierten und des DLV-Generaldirektors sind die Entscheidungen/Anweisungen des Generaldirektors maßgebend.

## 10 DURCHSETZUNG

### 10.1 Überprüfung der Wettkampfstätten

#### 10.1.1 Wettkampffizielle

Am Morgen jedes Wettkampftages muss ein Wettkampffizieller eine Überprüfung der Wettkampfstätten vornehmen, um zu kontrollieren, ob alle Werbungen und sonstigen Identifikationen in den Wettkampfstätten diesen Vorschriften entsprechen. Sofern Werbungen oder andere Identifikationen entdeckt werden, die nicht diesen Vorschriften entsprechen, muss der Wettkampffizielle anordnen, dass solche Werbungen oder anderen Identifikationen unverzüglich entfernt oder so geändert werden, dass sie diesen Vorschriften entsprechen.

#### 10.1.2 Werbebeauftragter

Der Werbebeauftragte muss die Erfüllung der durch den Wettkampffiziellen erteilten Anweisungen überwachen. Sofern eine solche Anordnung nicht mit der entsprechenden Partei vereinbar ist oder sich der Wettkampffizielle weigert, die nach Ansicht des Werbebeauftragten erforderliche Maßnahme anzuordnen, wird die Angelegenheit durch den Werbebeauftragten entschieden. Gegen eine Partei, die gegen die Entscheidung des Werbebeauftragten verstößt, können Strafen nach Maßgabe dieser Vorschriften verhängt werden.

### 10.2 Athleten

#### 10.2.1 Call-Room

Nach Maßgabe der Regel 136 IWR müssen die als Call-Room-Kampfrichter eingesetzten Wettkampffiziellen sicherstellen, dass die Bekleidung (siehe 4.1.7) und Ausrüstung aller Athleten vor dem Wettkampf im Call-Room überprüft wird.

Sofern ein Athlet versucht, das Wettkampfstadion oder den Kurs zu betreten und dabei Kleidung trägt oder Ausrüstung mit sich führt, die nach Auffassung des Call-Room-Kampfrichters gegen diese Vorschriften verstößt, muss der Call-Room-Kampfrichter vom Athleten verlangen, im Wettkampfstadion oder auf dem Kurs solche Kleidung nicht zu tragen oder solche Ausrüstung nicht mit sich zu führen. Der Call-Room-Kampfrichter darf dem Athleten mit solcher Kleidung oder Ausrüstung nicht das Betreten des Wettkampfstadions oder des Kurses oder die Wettkampfteilnahme gestatten.

Der Call-Room-Kampfrichter wird alle ungelösten Fragen oder Angelegenheiten an den Call-Room-Schiedsrichter verweisen.

#### 10.2.2 Der Athlet widersetzt sich der Erfüllung

Sofern ein Athlet die Erfüllung der Anordnung des Call-Room-Kampfrichters verweigert, muss der Call-Room-Schiedsrichter die Angelegenheit unverzüglich an den Werbebeauftragten weiterleiten. Der Werbebeauftragte wird diese Angelegenheit unverzüglich prüfen und eine Entscheidung treffen. Der Athlet muss der Entscheidung des Werbebeauftragten Folge leisten.

## 10.2.3 Strafen

Sofern sich ein Athlet weigert, der Entscheidung des Werbebeauftragten Folge zu leisten und an dem Wettkampf mit Kleidung oder Ausrüstung teilnimmt, die durch den Call-Room-Schiedsrichter und/oder den Werbebeauftragten als unvereinbar mit diesen Vorschriften befunden wurde, können gegen den Athleten Strafen gemäß diesen Vorschriften verhängt werden.

## 10.2.4 Geldstrafen

Gegen einen Athleten, der vorschriftsmäßig an der Teilnahme an einem Wettkampf mit der Begründung gehindert wird, dass er gegen diese Vorschriften verstößt, oder an einem Wettkampf mit Kleidung oder Ausrüstung teilgenommen hat, die durch den Call-Room-Schiedsrichter und/oder den Werbebeauftragten als unvereinbar mit diesen Vorschriften befunden wurde, können

Geldstrafen verhängt werden. Alternativ dazu kann der betroffene Athlet den Anspruch auf sein Startgeld in Bezug auf diesen Wettkampf verlieren.

## 10.2.5 Nachträglicher Wechsel der Kleidung/Ausrüstung

Gegen einen Athleten, der seine Kleidung oder Ausrüstung nach einer Kontrolle durch den Call-Room-Kampfrichter im Hinblick auf Kleidung oder Ausrüstung, die nicht mit diesen Vorschriften vereinbar ist, wechselt, können Strafen gemäß diesen Vorschriften verhängt werden.

## 10.3 Offizielle und sonstige Personen

### 10.3.1 Wettkampffoffizielle

Die Wettkampffoffiziellen sind dafür verantwortlich, die Kleidung und Ausrüstung der Offiziellen und sonstigen Personen, die Zutritt zu den Wettkampfstätten haben, vor dem Wettkampf zu kontrollieren. Sofern eine solche Kleidung oder Ausrüstung durch den Wettkampffoffiziellen als unvereinbar mit diesen Vorschriften befunden wird, muss der Wettkampffoffizielle solche Offiziellen oder sonstigen Personen auffordern, in den Wettkampfstätten solche Kleidung nicht zu tragen oder solche Ausrüstung nicht mit sich zu führen. Sofern einem Offiziellen oder einer sonstigen Person bereits der Zugang zu den Wettkampfstätten gewährt wurde, muss die entsprechende Person aufgefordert werden, die Kleidung oder die Ausrüstung abzulegen oder unverzüglich die Wettkampfstätte zu verlassen.

### 10.3.2 Ein Offizieller oder eine sonstige Person widersetzt sich der Erfüllung

Sofern sich ein Offizieller oder eine andere Person weigert, der Anordnung des Wettkampffoffiziellen Folge zu leisten, muss der Wettkampffoffizielle die Angelegenheit unverzüglich an den Werbebeauftragten weiterleiten. Der Werbebeauftragte wird die Angelegenheit unverzüglich prüfen und eine entsprechende Entscheidung treffen. Der Offizielle oder die sonstige Person muss der Entscheidung des Werbebeauftragten Folge leisten. Gegen Offizielle oder sonstige Personen, die sich weigern, den Entscheidungen des Werbebeauftragten Folge zu leisten, können Strafen gemäß diesen Vorschriften verhängt werden.

## 11 STRAFEN/EINSPRÜCHE UND MASSGEBENDES RECHT

### 11.1 Strafen

Über alle verhängten Strafen und die entsprechende Begründung muss ein Bericht an den DLV-Generaldirektor geschickt werden.

## 11.1.1 Strafenkatalog

Gegen Athleten, deren Kleidung oder Ausrüstung offiziell beanstandet wird, beziehungsweise gegen sonstige Offizielle oder Personen, die laut dem Wettkampfoffiziellen und/oder dem Werbebeauftragten gegen diese Vorschriften verstoßen und zu deren Einhaltung aufgefordert werden, können die folgenden Strafen verhängt werden:

- (i) Ausschluss vom Wettkampf;
- (ii) Erklärung des entsprechenden Wettkampfanstalters, dass gegen den Athleten Geldstrafen verhängt werden oder sein Startgeld nicht ausgezahlt wird (siehe Ziffer 10.2.4);
- (iii) Sperre (maximal 42 Tage);
- (iv) Geldbußen.

## 11.1.2 Verhängung der Strafe

11.1.2.1 Eine in Ziffer 11.1.1 erwähnte Strafe kann gegen Athleten, Offizielle oder sonstige Personen verhängt werden, die laut dem Werbebeauftragten oder dem für einen bestimmten Wettkampf eingesetzten Technischen Delegierten gegen diese Vorschriften verstoßen haben.

11.1.2.2 Eine gemäß diesen Vorschriften verhängte Strafe wird in schriftlicher Form mit einer Kopie an den DLV bestätigt, unter Einschluss einer kurzen Zusammenfassung des Sachverhaltes und der verhängten Strafe. Diese Bestätigung wird der betroffenen Partei unmittelbar nach einer solchen verhängten Strafe übergeben.

## 11.1.3 Bezahlung

Sofern gegen Athleten, Offizielle oder sonstige Personen eine Geldbuße verhängt wird, muss die Strafe direkt durch die Person oder Organisation bezahlt werden, die gegen diese Vorschriften verstoßen hat.

## 11.2 Einsprüche

### 11.2.1 Einreichung

Ein Einspruch seitens der Athleten, Offiziellen oder sonstigen Personen gegen eine Strafe gemäß diesen Vorschriften muss dem Schiedsgericht gemäß den Bestimmungen in der Regel 119 IWR und, sofern für einen bestimmten Wettkampf kein solches Schiedsgericht eingerichtet wurde, dem DLV-Generaldirektor oder der sonstigen Stelle vorgelegt werden, die für die Einsetzung des Werbebeauftragten für jeden einzelnen Wettkampf zuständig ist.

Da diese Form der Beilegung von Auseinandersetzungen als eine dringliche Angelegenheit zu verstehen ist, sind Anträge auf Überprüfung der ursprünglichen Entscheidung durch die Beschwerdestelle innerhalb von 48 Stunden nach dem Erhalt der ursprünglichen Entscheidung, die beanstandet wird, in schriftlicher Form bei der Beschwerdestelle einzureichen.

### 11.2.2 Entscheidung

Die Beschwerdestelle wird den schriftlichen Bericht des Werbebeauftragten und/oder des Technischen Delegierten prüfen und, sofern dies durch die Beschwerdestelle oder den Beschwerdeführer verlangt wird, den mündlichen Bericht des Werbebeauftragten und/oder des Technischen Delegierten und/oder des Beschwerdeführers prüfen. Die Beschwerdestelle wird innerhalb von 48 Stunden nach dem Eingang des Gesuches ihre Entscheidung treffen. Die

Beschwerdestelle kann die ursprüngliche Entscheidung aufheben, abändern oder ergänzen. Die Beschwerdestelle wird ihre Entscheidung, unter Einschluss einer kurzen Zusammenfassung des Sachverhaltes und der Schlussfolgerung, in schriftlicher Form bestätigen und dem Beschwerdeführer innerhalb von einer Woche nach ihrer Entscheidung übermitteln. Die Entscheidung der Beschwerdestelle ist für alle Parteien endgültig und verbindlich.

### 11.3 Maßgebendes Recht

Diese Vorschriften unterliegen dem für die DLV-Regeln maßgebenden Gesetz und werden dementsprechend ausgelegt.